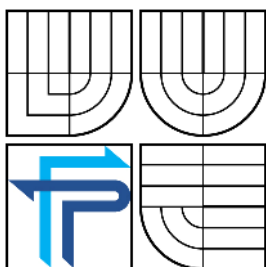


VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV INFORMATIKY

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUT OF INFORMATICS

HODNOCENÍ FINANČNÍ SITUACE PODNIKU A NÁVRHY NA JEJÍ ZLEPŠENÍ

EVALUATION OF THE FINANCIAL SITUATION IN THE FIRM AND PROPOSALS TO ITS
IMPROVEMENT

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE
BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE
AUTHOR

JAN BAVLNKA

VEDOUCÍ PRÁCE
SUPERVISOR

ING. VOJTĚCH BARTOŠ, PH.D.

BRNO 2009

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Bavlnka Jan

Manažerská informatika (6209R021)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává bakalářskou práci s názvem:

Hodnocení finanční situace podniku a návrhy na její zlepšení

v anglickém jazyce:

Evaluation of the Financial Situation in the Firm and Proposals to its Improvement

Pokyny pro vypracování:

Úvod
Vymezení problému a cíle práce
Teoretická východiska práce
Analýza problému a současné situace
Vlastní návrhy řešení, přínos návrhů řešení
Závěr
Seznam použité literatury
Přílohy

Podle § 60 zákona č. 121/2000 Sb. (autorský zákon) v platném znění, je tato práce "Školním dílem". Využití této práce se řídí právním režimem autorského zákona. Citace povoluje Fakulta podnikatelská Vysokého učení technického v Brně. Podmínkou externího využití této práce je uzavření "Licenční smlouvy" dle autorského zákona.


Seznam odborné literatury:

- KEŘKOVSKÝ, M. a VYKYPĚL, O. Strategické řízení. Teorie pro praxi. 1. vydání Praha: C. H. Beck 2002. 172 s. ISBN 80-7179-578-X
- KISLINGEROVÁ, E. Manažerské finance. 1. vydání. Praha: C.H.Beck, 2004. 714 s. ISBN 80-7179-802-9
- PORTER, E. M. Konkurenční výhoda. Praha: Victoria Publishing. ISBN 80-85605-12-0
- RŮČKOVÁ, P. Finanční analýza – metody, ukazatele, využití v praxi. Praha: Grada Publishing, 2007. 120 s. ISBN 978-80-247-1386-1
- SEDLÁČEK, J. Účetní data v rukou manažera. 2. vyd. Brno: Computer Press, 2001. 212 s. ISBN 80-7226-562-8.
- VALACH, J. a kol. Finanční řízení a rozhodování podniku. 1 vyd. Praha: Ekopress, 1997. 247 s. ISBN 80-901991-6-X.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Vojtěch Bartoš, Ph.D.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2008/09.




Ing. Jiří Kříž, Ph.D.
Ředitel ústavu


doc. RNDr. Anna Putnová, Ph.D., MBA
Děkanka fakulty

V Brně, dne 28.2.2009.

Abstrakt

Bakalářská práce je zaměřena na hodnocení finanční situace firmy MIDUR, s.r.o. v období let 2005 – 2007. Vychází z účetních výkazů firmy ve sledovaném období. V první části je vysvětlena teorie důležitá pro znalost finanční analýzy, dále jsou uvedeny informace o samotné firmě a jejím okolí formou zobrazených základních údajů o firmě, provedené SWOT analýzy, Porterova modelu a 4P marketingového mixu. V ústřední části je provedena finanční analýza firmy a v závěrečné, nejdůležitější části jsou vytvořeny návrhy na zlepšení finanční situace na základě získaných údajů.

Klíčová slova

Finanční analýza, SWOT analýza, 4P marketingový mix, Porterův model, horizontální analýza, vertikální analýza, rozvaha, výkaz zisků a ztrát, rozdílové ukazatele, poměrové ukazatele, Z-skóre, index IN 05.

Abstract

Bachelor's thesis is focused on the evaluation of the financial position of the company MIDUR, s.r.o. during the three years between 2005 and 2007. The results are taken from the company's financial statements for the period under consideration. The first part of the thesis is based on clear theory, which is important to the overall understanding of the financial position. Then secondly we introduce information about the firm and its Neighbourhood in the form of basic factual information, and provide a SWOT analysis, a Porter's model and a 4P marketing mix analysis. In the third part of the thesis we provide information on the current implemented financial analysis position of the company and then most importantly in the final part there are proposals to help improve the financial position of the company on the basis of the information provided.

Key words

Financial analysis, SWOT analysis, 4P marketing mix, Porter's model, horizontal analysis, vertical analysis, balance, profit and loss statement, distinction indicators, ratio indicators, Z-score, index IN 05.

Bibliografická citace

BAVLNKA, J. Hodnocení finanční situace podniku a návrhy na její zlepšení. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2009. 70 s. Vedoucí bakalářské práce Ing.Vojtěch Bartoš, Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že bakalářskou práci na téma „Hodnocení finanční situace podniku a návrhy na její zlepšení“ jsem vypracoval samostatně a pod vedením svého vedoucího bakalářské práce. Použitou literaturu a podkladové materiály uvádím v příloženém seznamu literatury.

V Brně dne 14. května 2009

.....

Poděkování

Touto cestou bych rád poděkoval vedoucímu bakalářské práce panu Ing. Vojtěchu Bartošovi, Ph.D. za jeho cenné rady a pomoc při vypracování práce.

Také bych rád poděkoval podniku MIDUR, s.r.o., zvláště panu majiteli Miroslavu Duranovi, za poskytnutí detailních informací o společnosti a účetních výkazů potřebných pro provedení finanční analýzy.

Obsah

Úvod.....	10
1 Hodnocení současného stavu	11
1.1 Cíle práce	11
1.2 Historie a současný stav společnosti MIDUR, s.r.o.	11
1.2.1 Základní údaje.....	11
1.2.2 Historie a současnost	11
1.2.3 Předmět podnikání	12
1.2.4 Organizační struktura.....	12
1.2.4 Dodavatelé	13
1.2.5 Zákazníci.....	13
1.3 Analýza současného stavu firmy MIDUR, s.r.o.	14
1.3.1 SWOT analýza.....	14
1.3.2 Porterův model konkurenčních sil	15
1.3.3 4P marketingový mix.....	16
2 Teoretická východiska řešení.....	19
2.1 Finanční analýza	19
2.2 Zdroje informací pro finanční analýzu	19
2.3 Metody finanční analýzy.....	20
2.4 Analýza absolutních ukazatelů	20
2.4.1 Horizontální analýza	21
2.4.2 Vertikální analýza	21
2.5 Analýza rozdílových ukazatelů.....	22
2.5.1 Čistý pracovní kapitál	22
2.5.2 Čisté pohotové prostředky	23
2.6 Analýza poměrových ukazatelů.....	23
2.6.1 Ukazatelé rentability	24
2.6.2 Ukazatelé likvidity	26
2.6.3 Ukazatelé zadluženosti.....	27
2.6.4 Ukazatelé aktivity	30
2.6.5 Provozní ukazatelé.....	32
2.7 Analýza soustav ukazatelů.....	34

2.7.1 Altmanův index finančního zdraví.....	36
2.7.2 Index IN 01	36
2.7.3 Index IN 05	37
3 Analýza problému a návrh postupu řešení.....	38
3.1 Analýza absolutních ukazatelů	38
3.1.1 Horizontální analýza rozvahy	38
3.1.2 Vertikální analýza rozvahy	41
3.1.2.1 Vertikální analýza aktiv	41
3.1.2.2. Vertikální analýza pasiv.....	42
3.2 Analýza rozdílových ukazatelů.....	44
3.2.1. Čistý pracovní kapitál	44
3.2.2. Čisté pohotové prostředky	44
3.3 Analýza poměrových ukazatelů.....	45
3.3.1 Ukazatelé rentability	45
3.3.2 Ukazatelé likvidity	46
3.3.3 Ukazatelé zadluženosti.....	48
3.3.4 Ukazatelé aktivity	49
3.3.5 Provozní ukazatele	51
3.4 Analýza soustav ukazatelů.....	52
3.4.1 Altmanův index finančního zdraví.....	52
3.4.2 Index IN 05	52
3.5 Souhrnné hodnocení finanční situace podniku	53
4 Návrhy na zlepšení stávající situace	57
Závěr	63
Seznam použité literatury	65
Seznam tabulek	67
Seznam grafů	68
Seznam příloh	69

Úvod

Úkolem finanční analýzy je zjištění současné finanční a ekonomické situace v podniku. Upozorňuje na určité nedostatky společnosti, které by mohly v budoucnu znamenat jak finanční, tak i ekonomický problém.

K zjištění těchto nedostatků analýza využívá účetní výkazy – rozvahu, výkaz zisků a ztrát a přehled o peněžních tocích společnosti za několik posledních let. V tomto období se posuzuje vývoj jednotlivých finančních ukazatelů. Ovšem jen účetní výkazy nestanoví přesný a detailní nedostatek. Získané výsledky výpočtů je třeba porovnat se situací společnosti, jejími silnými a slabými stránkami, jaké má společnost příležitosti a jaké hrozby jí mohou ohrozit. Je nutné vědět, jaké informační technologie používá ke své podnikatelské činnosti, jakým způsobem se prezentuje firma navenek pro potencionálního zákazníka. Předchozí informace nám jen pouhé vypočítání ukazatelů neprozradí nedostatky v těchto důležitých částech podnikání. Ze získaných informací o firmě a výsledků se pak formulují návrhy, které by měly zlepšit stávající situaci podniku. Proto je určitě přesnější pohled člověka, který ví, jak společnost přesně podniká, čím a jak si zajišťuje zakázky apod.

Pro zpracování své bakalářské práce jsem si zvolil firmu MIDUR, s.r.o. , která podniká v oblasti montáží konstrukcí a vyrábí různé technologie. Je to firma velice malá, sídlí momentálně v Modřicích u Brna, ovšem kancelář společně s dílnou má umístěnou poblíž centra města Brna. Zajímalo mě, jak je na tom tak malá firma po finanční stránce a jaké výsledky mi ukáže finanční analýza. Velkou výhodou byl fakt, že majitele společnosti pana Miroslava Durana znám delší dobu a tím jsem měl snadnější přístup k informacím o firmě a její oblasti podnikání. Dokonce jsem měl možnost zde vykonat praxi, kde jsem zjistil, jakým způsobem firma funguje.

1 Hodnocení současného stavu

1.1 Cíle práce

Cílem mojí bakalářské práce je zhodnocení finanční situace podniku MIDUR, s.r.o. (vývoj v účetních obdobích 2005 – 2007), z vypočtených výsledků určit hlavní problémy společnosti a učinit návrhy, které pomohou zlepšit stávající situaci.

1.2 Historie a současný stav společnosti MIDUR, s.r.o.

1.2.1 Základní údaje

Název firmy:	MIDUR, s.r.o.
Sídlo firmy:	Brněnská 634, Modřice, okres Brno-venkov
Datum vzniku:	18.července 2001
IČO:	26264838
DIČ:	CZ26264838
Právní forma podnikání:	společnost s ručením omezeným
Základní kapitál:	200 000,- Kč
Společník:	100 % obchodní podíl – Miroslav Duran

1.2.2 Historie a současnost

Firma MIDUR s.r.o. byla zapsána u notáře dne 18. července 2001 v Brně. Toto datum společnost uvádí i jako datum založení společnosti. Právní forma společnosti je společnost s ručením omezeným, jediným společníkem a zároveň i zakladatelem a správcem vkladů je pan Miroslav Duran. Valná hromada se ve společnosti nekoná, působnost valné hromady vykonává pouze Miroslav Duran.

Firma má sídlo na adrese Brněnská 634, Modřice, okres Brno-venkov. Provozovna se nachází na adrese Masná 7, Brno.

Již před založením společnosti měl pan Miroslav Duran dobré znalosti (a hlavně dobrou praxi) v oboru. V té době byl zaměstnancem jedné nejmenované firmy. Po pár letech díky velkým změnám ve firmě si zařídil živnostenský list, pracoval a staral se o firmu v rámci živnostenského oprávnění (jako fyzická osoba). Po čase si pan Duran založil společnost MIDUR, s.r.o. Pro její „životaschopnost“ těžil právě z předchozích

zkušeností a kontaktů v minulosti získaných. Proto nebylo zas tak extrémně složité si po založení společnosti dokázat získat zákazníky

1.2.3 Předmět podnikání

Mezi předmět podnikání, zapsaný v obchodním rejstříku mimo jiné patří:

- zámečnictví
- kovoobráběčství
- vodoinstalatérství, topenářství
- opravy pracovních strojů
- opravy karoserií
- opravy silničních vozidel
- výroba kovových konstrukcí, kotlů, těles a kontejnerů
- výroba kovového spotřebního zboží
- povrchové úpravy a svařování kovů
- výroba strojů a zařízení pro využití mechanické energie
- výroba strojů a zařízení pro všeobecné účely
- výroba strojů a zařízení pro určitá hospodářská odvětví
- specializované stavební činnosti
- velkoobchod
- maloobchod
- pronájem a půjčování věcí movitých
- poskytování technických služeb.

Na základě tohoto oprávnění firma v praxi vyrábí a montuje ocelové konstrukce (mezi její činnost patří také svařování těchto konstrukcí) na území České republiky, také provádí montáže různých technologií a rekonstrukce těchto technologií.

1.2.4 Organizační struktura

Organizační strukturu firmy popisuje graf č.1. Firma MIDUR s.r.o. má pouze 2 stálé zaměstnance, kteří vykonávají práci techniků. Podle toho, jak je na tom firma se zakázkami, využívá tzv. externisty. Jsou to lidé, kteří nejsou přímo zaměstnanci firmy,

pracují na svůj vlastní živnostenský list. Spolupráce mezi firmou a externisty probíhá formou faktur, které dostávají externisti proplaceny.

Firma nemá žádné personální ani obchodní oddělení, účetnictví firmy zpracovává externí účetní, která zpracovává rozvahu a výkaz zisků a ztrát a provádí veškeré činnosti spojené s účetnictvím firmy. Všechny důležité kroky a rozhodnutí jsou na majiteli společnosti panu Miroslavu Duranovi.

Jak již bylo řečeno, firma má jednu provozovnu, která sídlí na ulici Masná 7. Zde se nachází kancelář a dílna, dochází zde ke zpracování potřebných materiálů, určují se zde objednávky na materiály apod.

1.2.4 Dodavatelé

Firma má relativně stálý počet dodavatelů, kteří do firmy dodávají materiál potřebný na výrobu (zpracování). Mezi hlavní dodavatele patří zejména Feron, a.s. Tato firma provozuje velkoobchodní a maloobchodní prodej hutního materiálu. Firma má široký sortiment zboží a také rozsáhlé služby (například doprava na místo určení).

Dalším dodavatelem je firma Metal steel, s.r.o. Tato firma sídlí pár metrů od provozovny firmy, provozuje maloobchod s nerezovým a hutním materiálem. Dalším velkým dodavatelem společnosti je firma Linde Gas, a.s. Tato firma dodává do firmy technické plyny, které firma používá při svařování materiálů.

1.2.5 Zákazníci

Firma má díky svému dobrému jménu relativně stálou a věrnou klientelu. Jelikož není konkurence v tomto oboru příliš veliká, firma se příliš nemusí obávat přechodu klientů ke konkurenci. Firma si zakládá na dodržování termínů dokončení zakázek a hlavně na kvalitě odvedené práce. K dobrému vztahu mezi firmou a zákazníkem přispívá také osobní kontakt, příjemné vystupování majitele a později také vystupování zaměstnanců.

Klientem, který generuje největší příjem ve firmě jsou Brněnské vodárny a kanalizace, a.s., konkrétně objekt čistírny odpadních vod v Modřicích. V tomto objektu už firma provedla mnoho montáží technologií, různých konstrukcí a dalších zakázek. Samozřejmě má firma další klienty, většinou menší firmy, které potřebují namontovat různé (například železobetonové) konstrukce apod. Dobrou zprávou pro

podnik je, že se i valná většina menších klientů vrací, protože je spokojena s prací u předchozího projektu.

Co se týče platby od zákazníků, probíhají převodem z účtu klienta na účet podniku na základě vystavené faktury nebo předem dohodnuté smlouvy. Splatnost zakázky je většinou 14 dní od vystavení, ovšem záleží na výši finanční částky.

1.3 Analýza současného stavu firmy MIDUR, s.r.o.

1.3.1 SWOT analýza

Silné stránky (Strengths)

- Stálá klientela (společnost nemusí nutně hledat nové zákazníky)
- Kvalita provedení služeb (klienti jsou obvykle spokojeni s vykonanou prací)
- Osobní kontakt se zákazníkem (při vyřizování zakázek se využívá převážně osobního kontaktu, firma je ochotná řešit problémy „na místě“, pokud je to možné)
- Klient ČOV (tohoto klienta bych také zařadil mezi silné stránky, protože tato stavba znamená pro firmu stabilně velký zdroj financí za provedené služby, na financování provozu čistírny odpadních vod se podílí statutární město Brno)
- Zpracování zakázek a včasné dokončení
- Dobré vztahy mezi zaměstnanci

Slabé stránky (Weaknesses)

- Používané informační technologie (firma nepoužívá při provozu žádné odborné programy, například pro vytváření návrhů jednotlivých zakázek, na tvorbu faktur a dalších)
- Malý počet zaměstnanců (Na trhu práce je v současné době nedostatek specialistů, kteří by mohli dělat práci, na kterou je potřeba výcviku. S větším počtem zaměstnanců by se firma rychleji rozvíjela. Ovšem potřebuje k tomu větší poptávku po službách, které firma poskytuje. V současné době spolupracuje s různými technikami, kteří pracují na vlastní živnostenský list.)

Příležitosti (Opportunities)

- Získání nových zákazníků – zvýšení prostředků na reklamu (např. nové webové stránky)
- Možnost získání dotací z fondů Evropské unie (Evropská unie podporuje drobné, začínající firmy pro další rozvoj. Případná získaná finanční dotace by určitě firemním financím pomohla. Samozřejmě by bylo nutné ve firmě vypracovat konkrétní plán a podrobně se na tuto možnost zaměřit, jakým způsobem by se finance do firmy daly přivést.)

Hrozby (Threats)

- Snížení cen služeb u konkurence (tento fakt by znamenal odliv zákazníků ke konkurenci)
- Globální ekonomická krize – snížení poptávky v oboru
- Odchod zaměstnanců (v oboru je velká nouze o kvalifikované a zkušené zaměstnance)

1.3.2 Porterův model konkurenčních sil

Hrozba substitutů

Vznik nového substitutu by připadal v úvahu tehdy, když by konkurence přišla s novým pokrokem technologií výroby, který by znamenal například vyšší kvalitu výsledného produktu, nebo snížení celkových nákladů. Na tuto hrozbu by mohla případně firma podle mého názoru rychle zareagovat. Proto bych hrozbě vzniku nového substitutu přiřadil nízkou pravděpodobnost. Svářet se bude pořád, maximálně se budou časem měnit určité postupy. V tomto faktoru nebude tedy firma zaostávat.

Vstup nových firem do odvětví

Pro eventuelní vstup nové konkurence schopné firmy do odvětví je zapotřebí relativně vysokých nákladů. Kromě založení nové společnosti (pro s.r.o. 200 000,- Kč) je zapotřebí si pronajmout (koupit) prostory, kde budou prováděny různé činnosti spjaté s vyřízením objednávky (dílny, kancelář). Dílna i kancelář musí mít odpovídající vybavení, do dílny je nutné pořídit několik drahých zařízení, jejichž cena se může

pohybovat v milionech korun. Tudíž riziko vstupu nové firmy do odvětví je malé, ovšem není nulové.

Rivalita

Rivalita v tomto odvětví není vysoká, ovšem určitě se časem zvýší. Může se to stát v případě dopadu ekonomické krize do odvětví. Důsledkem krize by mohlo být snížení poptávky po realizaci zakázek v tomto odvětví. Tím by rivalita mezi firmami podnikající ve stejném odvětví jako MIDUR, s.r.o. určitě narostla.

Vyjednávací síla dodavatelů

MIDUR, s.r.o. patří spíše k menším firmám v tomto odvětví. Dodavatelé, které využívá, spolupracují i s jinými firmami. S dodávkami materiálu a zboží v podstatě nejsou problémy, firma si také zajišťuje některé potřebné předměty osobním odběrem. Tudíž vyjednávací síla dodavatelů je na střední úrovni, v případě vzniku problémů s dodavatelem firma může své dodavatele změnit.

Vyjednávací síla odběratelů

Vzhledem k tomu, že firma není monopolem, tak vyjednávací síla odběratelů je na vysoké úrovni. Firma se snaží vyhovět přáním a požadavkům klientů. Veškerá speciální přání jsou konzultována osobně s klientem. Nejen díky tomu si firma dokáže zákazníky udržet. Základním principem u individuálních přání klientů je ovšem profit z provedených zakázek.

1.3.3 4P marketingový mix

Produkt (Product)

Jak již bylo řečeno, firma se zabývá hlavně montáží různých konstrukcí a výrobou technologií pro výrobu. Zaměřuje se hlavně na to, aby výsledná kvalita produktu byla dostačující a v normě (veškeré projekty jsou vypracovány na základě norem ISO). Dále se zaměřuje na včasné dokončení projektu. Při nedodržení termínu dokončení zakázky firmě klesá zisk a tím i může utrpět dobré jméno společnosti.

Cena (Price)

Produkty této firmy jsou cenově na stejné úrovni jako u stejného výrobku zhotoveného konkurencí. Vzhledem k tomu, že firma sídlí v Brně (okolí Brna), tak si nemůže dovolit zdražit své služby. Důvod je jednoduchý – když zákazník zjistí, že jiná firma dokáže ten stejný produkt vyprodukovat například o 30% levněji, tak si samozřejmě nechá zakázku zhotovit od konkurenční firmy. Cena je jedna z nejdůležitějších faktorů při výběru klienta. To je důvod, proč firma nemůže cenu stanovit tak vysokou a musí sledovat a srovnávat ceny svých služeb s konkurencí.

Místo (Place)

Firma má sídlo na ulici Brněnská v Modřicích u Brna. Myslím, že je to v současné době velice výhodné, protože Modřice se nacházejí v těsném sousedství Brna, navíc je tu kvalitní spojení na dálnici D2 (Brno – Bratislava) potažmo na dálnici D1 (Praha – Kroměříž).

Svou dílnu a kancelář má také v Brně na ulici Masná. Nachází se v těsném sousedství malého brněnského okruhu. Navíc přímo u firmy se nachází železniční trať, kterou může firma používat pro dopravu těžších konstrukcí. Pro zákazníka je velice snadné najít tuto budovu. Podle mého názoru místa podnikatelských činností firmy jsou velice dobře promyšleny a velmi dobře strategicky zvoleny.

Propagace (Promotion)

Vzhledem k tomu, že zakázky si firma zajišťuje především dobrým jménem společnosti a kvalitou služeb, nedává velký důraz na komunikační mix. Zákazníky si firma získala už dříve, před vznikem této společnosti, v době, kdy dnešní majitel a zakladatel společnosti pan Miroslav Duran pracoval ve firmě s podobným zaměřením jako firma MIDUR, s.r.o. (již bylo popsáno v kapitole 1.2.2)

Proto firma neinvestuje do propagace příliš velké prostředky. Doposud nikdy neprovedla inzerci do rádií nebo televize. Občas se prezentuje krátkou, ale ne příliš viditelnou reklamou v regionálních novinách. Podle mého názoru je to určitě na zvážení. Záleží na tom, jestli se chce firma dále rozvíjet a získat si větší klientelu, kvůli které by musela zvětšovat počet zaměstnanců (ale vzrostl by určitě zisk společnosti). Samozřejmě by ale musela zachovat kvalitu svých služeb.

A tak (možná i tak trochu paradoxně) společnost získává jméno způsobem, který může být nejlepším možným. V tomto oboru je mnoho firem propojených a znáte to: když se Vám něco líbí, máte chuť se o to podělit s přáteli. Tímto způsobem si firma získává největší počet zákazníků. Ti dokonce nemusí být zvlášť oslovováni. Většinou se stává, že majitel firmy je jimi osobně (případně telefonicky) osloven s „žádostí“ o provedení zakázky.

Firma žádným způsobem nezneužívá internetu ke své propagaci. Mám na mysli rozesílání hromadných mailů, které se v poslední době celkem rozšiřují. Firma ani nepoužívá získaných údajů k marketingovým tahům a své propagaci (většina společností, pokud už zákazník jednou jejich služby využije, po určité době má tendenci se zviditelnit a připomenout se formou rozesílání informačních mailů).

2 Teoretická východiska řešení

2.1 Finanční analýza

Pro tento pojem se v oblasti teoretické i praktické vyskytuje mnoho způsobů, jak jej lze definovat. Můžeme jej definovat jako soubor činností, jejichž cílem je zjistit a vyhodnotit finanční situaci podniku po všech stránkách. Finanční analýzou se zabývá v podniku ekonomický úsek. Samozřejmě záleží na struktuře a velikosti konkrétní firmy. Existují menší firmy, které se finanční analýzou nezabývají a tvrdí, že analýza není nutná. Tyto firmy využívají účetní data pro finanční rozhodování zobrazená v jednotlivých účetních výkazech. Mezi účetní výkazy důležité pro rozhodování patří výkazy patří rozvaha, výkaz zisků a ztrát a přehled o peněžních tocích (též nazývaný jako výkaz cash-flow). Jednotlivé údaje zobrazuje informace o současné i minulé finanční situaci v podniku. (3)

Uvedené údaje samy o sobě ovšem nezobrazují úplný a komplexní obraz o podnikovém hospodaření. Nelze z nich vyčíst jejich silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. Také z nich ihned nevíme, jak je podnik „finančně zdravý“ a jaká je celková kvalita hospodaření ve firmě. (9)

Z tohoto důvodu poměřují manažeři získané údaje z účetních výkazů mezi sebou. Získávají tím větší přehled a následně jsou schopni dojít k určitým závěrům o hospodaření v podniku a jeho finanční situaci. Na základě těchto závěrů mohou manažeři učinit různá rozhodnutí. Právě srovnání s ostatními údaji v prostoru a čase je hlavní přínos finanční analýzy pro praktické rozhodování manažerů.(3)

2.2 Zdroje informací pro finanční analýzu

Zdroje veškerých informací jsou uvedeny v jednotlivých účetních závěrkách. V České republice se firmy řídí zákonem č. 563/1991 Sb. , o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů. Od 1.1.2003 platí také soubor opatření, který stanovuje účetní osnovu a jednotlivé postupy při účtování. K 1.1.2004 byla vydána změna zákona o účetnictví, která má za cíl srovnat postupy v České republice s postupy v EU. Typ účetní závěrky, se kterým se v praxi setkáváme, je nejčastěji řádná účetní závěrka. Ta je tvořena k poslednímu dni běžného účetního období. Existuje také mimořádná účetní

závěrka a mezitímní účetní závěrka. Dalším zdrojem pro vypracování finanční analýzy je výroční zpráva. Tyto zprávy připravují účetní jednotky, které podléhají auditu. Výroční zprávy informují především analytiku a investory.

V účetních závěrkách jsou také zobrazeny účetní výkazy. Konkrétně to jsou rozvaha, výkaz zisků a ztrát a přehled o peněžních tocích (výkaz cash-flow). (3)

2.3 Metody finanční analýzy

Podle J. Sedláčka (6) lze metody, které jsou ve finanční analýze používány, rozdělit na metody, jež využívají základní aritmetické operace (nazývané jako metody elementární technické analýzy) a metody, které využívají složitější matematické postupy a myšlenky (vyšší metody finanční analýzy).

Metoda elementární technické analýzy se skládá z těchto částí:

- analýza absolutních a rozdílových ukazatelů,
- analýza cash-flow,
- analýza poměrových ukazatelů
- analýza soustav ukazatelů.

K vyšším metodám finanční analýzy se řadí matematicko-statistické a nestatistické metody. (6)

Podle jiného literárního zdroje (3) se metody finanční analýzy dělí podle dvou rozborových technik. Je to procentní rozbor a poměrová analýza. Zdrojem těchto dvou technik jsou absolutní ukazatele (stavové i tokové veličiny). Tyto ukazatele jsou uvedeny v rozvaze, výkazu zisků a ztrát a přehledu o peněžních tocích. (3)

2.4 Analýza absolutních ukazatelů

K této části finanční analýzy se využívá přímo údajů obsažených v účetních výkazech. Hodnoty jednotlivých ukazatelů se sledují v čase, také se sledují jejich relativní změny (v %). Praktické využití absolutních ukazatelů najdeme v analýze trendů nebo také v procentní analýze jednotlivých komponent.

2.4.1 Horizontální analýza

Tato analýza porovnává změny ukazatelů v časové řadě. Údaje najdeme v účetních výkazech firem a výročních zprávách firem za několik posledních let. U horizontální analýzy zjišťujeme jak změny absolutních hodnot, tak i procentní změny jednotlivých položek účetních výkazů a to po řádcích, horizontálně. Odtud plyne název horizontální analýza (také uváděna jako analýza trendů). (6)

Vzorec pro výpočet absolutní změny ukazatele:

$$\text{Absolutní změna} = \text{ukazatel}_t - \text{ukazatel}_{t-1}$$

Zdroj: (6)

Vzorec pro výpočet ukazatele procentní změny:

$$\text{Rozdíl [v \%]} = \left(\frac{\text{absolutní zm.}}{\text{ukazatel}_{t-1}} \right) \cdot 100$$

Zdroj: (6)

Při hodnocení situace podniku musí finanční analytik brát ohled na podmínky okolí, jako například změny v daňové soustavě, vstup nové konkurence na trh, změny podmínek na kapitálovém trhu, pokles nebo nárůst poptávky v oboru, změny cen vstupů, mezinárodní situace, a také na jednotlivé záměry firmy do budoucna.

2.4.2 Vertikální analýza

Při vertikální analýze sledujeme jednotlivé položky majetku a kapitálu (tato analýza se též nazývá procentní analýza komponent), tzv. **strukturu aktiv a pasiv firmy**. Z jednotlivých struktur aktiv a pasiv vyplývá složení hospodářských prostředků, které jsou potřebné pro výrobní a obchodní aktivity firmy, a zdroje, z kterých byly pořízeny. Vytváření a udržování rovnovážného stavu majetku a kapitálu je důležité pro ekonomickou stabilitu firmy.

Jednotlivé části výkazů jsou vyjadřovány jako procentní podíly jedné z těchto částí. Postupuje se v jednotlivých letech odshora dolů, nikdy napříč jednotlivými roky. Hodnoty pro jednotlivé roky se získávají ve výkazu zisku a ztrát z položky velikost

tržeb a v rozvaze z hodnoty celkových aktiv firmy. Výhodou vertikální analýzy je nezávislost na meziroční inflaci (případně deflaci). Proto je možné porovnávat výsledky analýz z různých let, sledovat vývojové trendy za několik let i srovnávat firmy mezi sebou. (6)

Vzorec pro výpočet procentní změny:

$$\text{Procentní zm.} = \left(\frac{\text{absolutní hodnota ukazatele}}{\text{hodnota společ. základu}} \right) \cdot 100$$

Zdroj: (7)

2.5 Analýza rozdílových ukazatelů

Rozdílové ukazatele nám slouží k analýze a řízení situace firmy (hlavně její likvidity). Tyto ukazatele se nazývají také jako fondy finančních prostředků. Tyto fondy můžeme chápat jako agregaci (shrnutí) určitých stavových ukazatelů, které vyjadřují aktiva nebo pasiva, neboli jako rozdíl mezi souhrnem položek krátkodobých aktiv a položek krátkodobých pasiv (tzv. čistý fond). (4)

2.5.1 Čistý pracovní kapitál

Tento ukazatel je využíván nejčastěji. Vypočteme ho jako rozdíl mezi celkovými oběžnými aktivy (OA) a celkovými krátkodobými dluhy (CK_{kr}). Pojem krátkodobé dluhy zahrnuje závazky splatné od 3 měsíců do 1 roku. Díky tomu je možné oddělit v oběžných aktivech tu část finančních prostředků, která je určena na brzkou úhradu krátkodobých dluhů, od části, která je relativně volná. Chápeme ji jako určitý finanční fond.

Vzorec pro výpočet čistého pracovního kapitálu:

$$\check{C}PK = OA - CK_{kr}$$

Zdroj: (6)

2.5.2 Čisté pohotové prostředky

Při používání čistých pohotových prostředků musíme být velmi opatrní, protože mezi ním a likviditou neexistuje identita. V oběžných aktivech se totiž mohou vyskytovat položky málo likvidní nebo i dokonce dlouhodobě nelikvidní. Mohou to být například pohledávky s dlouhou lhůtou splatnosti, nedobytné pohledávky, nedokončená výroba, neprodejné výrobky a další. K tomuto upozornění přispívá také fakt, že je tento ukazatel silně ovlivněn způsobem oceňování jeho složek, zejména majetku.

Z výše uvedeného důvodu pro sledování okamžité likvidity se používá čistý peněžní fond, který lze definovat jako rozdíl mezi pohotovými prostředky a okamžitě splatnými závazky. V nejvyšším stupni likvidity se rozumí fond, který do pohotových peněžních prostředků zahrnuje jen hotovost a peníze na běžných účtech.

Vzorec pro výpočet čistých pohotových prostředků:

$$\text{ČPP} = \text{pohotové peněžní prostředky} - \text{okamžitě splatné závazky}$$

Zdroj: (6)

2.6 Analýza poměrových ukazatelů

Poměrové ukazatele ve finanční analýze charakterizují vztah mezi dvěma nebo více absolutními ukazateli pomocí jejich podílu. Čerpají data z účetních výkazů (rozvaha a výkaz zisků a ztrát). Údaje získané z rozvahy zachycují veličiny k určitému datu, jejich okamžitý stav. Údaje získané z výkazů zisku a ztrát zobrazují ale výsledky různých činností za určité období. Poměrové ukazatele patří mezi nejoblíbenější a také nejčastější metodu finanční analýzy, protože pomocí nich je možné získat rychlý a nenákladný obraz o základních finančních charakteristikách ve firmě. Výpočet není posledním krokem analýzy, spíše tímto krokem analýza teprve začíná.

Mezi další výhody patří to, že umožňují provést analýzu časového vývoje finanční situace dané firmy (tzv. trendovou analýzu) a jsou vhodným nástrojem prostorové analýzy (porovnání podobných firem navzájem). Mezi nevýhody patří nízká schopnost vysvětlení jednotlivých dějů.

Třídění dle oblastí finanční analýzy:

- Ukazatelé rentability
- Ukazatelé likvidity

- Ukazatelé zadluženosti
- Ukazatelé aktivity
- Provozní ukazatele
- Ukazatelé na bázi finančních fondů a cash-flow (6)

2.6.1 Ukazatelé rentability

Tyto ukazatele označujeme také jako ukazatele návratnosti nebo ukazatele výnosnosti. Dají se vysvětlit jako poměr konečného efektu získaného podnikatelskou činností k nějaké srovnávací základně (ta může být jak na straně aktiv, tak i pasiv). Ukazatelé vypovídají o pozitivním nebo negativním vlivu řízení aktiv, o financování dané firmy. Interpretace všech ukazatelů jsou velice podobné, protože udávají kolik Kč zisku připadá na 1 Kč jmenovatele. (3)

ROI – ukazatel rentability vloženého kapitálu (return on investment)

Tento ukazatel patří k nejdůležitějším z ukazatelů, které hodnotí podnikatelskou činnost firem. Získaný ukazatel se hodnotí s průměrem v odvětví: jestliže hodnota dosáhne alespoň 0,12, potom vložené prostředky do podniku budou zhodnocovány. (6)

Vzorec pro výpočet ukazatele rentability vloženého kapitálu (ROI):

$$ROI = \frac{EBIT}{\text{celkový kapitál}}$$

Zdroj: (6)

Hodnotu EBIT, která je v tomto případě v čitateli, vypočítáme jako součet zisku před zdaněním a nákladových úroků, které jsou uvedené v účetních výkazech.(6)

Ukazatel představuje hrubou výkonnost celkového kapitálu, který je do firmy vložen, nezávisle na zdroji financování a zdanění. Pomocí této znalosti lze stanovit úrokovou sazbu, za kterou lze přijímat cizí kapitál. (2)

ROA – ukazatel rentability celkových vložených aktiv (return on assets)

Ukazatel ROA poměří zisk s celkovými aktivy investovanými do podnikání. Nebere ohled na to, z jakých zdrojů jsou aktiva financována (vlastní, cizí, krátkodobé,

dlouhodobé). Tento ukazatel je vhodný pro srovnání firem, které mají jiné daňové podmínky a různý podíl dluhu ve finančních zdrojích. (6)

V čitateli vzorce pro výpočet bývá někdy použit EBIT, jedná se stejně jako u ukazatele rentability vloženého kapitálu o zisk před zdaněním a nákladové úroky. (3)

Vzorec pro výpočet ukazatele rentability celkových vložených aktiv (ROA):

$$ROA = \frac{EAT}{\text{celková aktiva}}$$

Zdroj: (3)

ROE – ukazatel rentability vlastního kapitálu (return on common equity)

Vyjadřuje míru ziskovosti vlastního kapitálu. Pomocí tohoto ukazatele se vlastníci (akcionáři, společníci a další investoři) dozvídají, zda jejich kapitál přináší dostatečný výnos a zda se využívá i danou intenzitou, která odpovídá velikosti jejich investičního rizika.

Vzorec pro výpočet ukazatele rentability vlastního kapitálu (ROE):

$$ROE = \frac{EAT}{\text{vlastní kapitál}}$$

Zdroj: (6)

ROS – ukazatel rentability tržeb (return on sales)

Je definován jako zisk vztažený k tržbám. Tržby, které jsou umístěny ve jmenovateli, představují tržní ohodnocení jednotlivých výkonů za určité časové období (rok, měsíc, týden, den). Úspěch v množství tržeb je podmíněn mnoha faktory, mezi nimiž stanovená cena nebývá rozhodující. Například je velice důležitá marketingová strategie, cenová politika, reklama, módní vlivy, náklady veřejnosti a spousta dalších faktorů.

Vzorec pro výpočet ukazatele rentability tržeb (ROS):

$$ROS = \frac{\text{zisk}}{\text{tržby}} \text{ Zdroj: (6)}$$

2.6.2 Ukazatelé likvidity

Tyto ukazatele vypovídají o schopnosti firmy dostát svým závazkům. Samotný pojem likvidita je definován jako souhrn všech potenciálně likvidních prostředků, které má firma k dispozici pro úhradu svých splatných závazků. Dalším důležitým pojmem je solventnost. Ta je definována jako připravenost společnosti hradit své dluhy v době jejich splatností, a proto patří k základním podmínkám její existence. Ukazatele likvidity srovnávají to, čím se dá platit s tím, co je nutno zaplatit.

Mínus těchto ukazatelů spočívá v tom, že hodnotí likviditu podle zůstatku finančního majetku, ale ta ve větší míře závisí na budoucím cash-flow.

Běžná likvidita (current ratio)

Tento ukazatel udává, kolikrát pokryjí oběžná aktiva krátkodobé závazky. Běžná likvidita je velice citlivá na strukturu zásob a její oceňování vzhledem k jejich prodejnosti. Také je důležité mít správnou strukturu pohledávek vzhledem k jejich neplacení ve lhůtě či neodbytnosti. Firma s nevhodnou strukturou oběžných aktiv se může snadno dostat do špatné finanční situace.

Vzorec pro výpočet běžné likvidity (BL) :

$$BL = \frac{\text{ob. aktiva}}{\text{krátkodobé závazky}}$$

Zdroj: (6)

Hodnota ukazatele, který je měřítkem budoucí solventnosti firmy, je postačující pro hodnotu 1,5 a vyšší.

Pohotová likvidita (quick ratio)

Na rozdíl od běžné likvidity tento ukazatel z oběžných aktiv odečítá zásoby, a proto v čitateli zůstávají jen peněžní prostředky (peníze v hotovosti a peníze na bankovních účtech), krátkodobé cenné papíry a krátkodobé pohledávky (zde se nezapočítávají těžko vymahatelné a pochybné pohledávky, pokud bychom je započítali, tak by neoprávněně zvyšovaly hodnotu ukazatele). Ve finanční analýze se doporučuje

zkoumat hodnotu pohotové likvidity s předchozím ukazatelem. Pokud je hodnota pohotové likvidity výrazně nižší, tak společnost disponuje nadměrnou hodnotou zásob v rozvaze.(6)

Vzorec pro výpočet pohotové likvidity (PL):

$$PL = \frac{\text{ob. aktiva} - \text{zásoby}}{\text{krátkodobé závazky}}$$

Zdroj: (6)

U tohoto ukazatele je vhodné sledovat více než jeho hodnotu vývoj v čase. Dosahuje-li ukazatel hodnoty alespoň 1, tak to znamená, že podnik je schopný splatit své závazky bez toho, aniž by musel prodávat své zásoby. Vyšší hodnota je výhodná pro věřitele, ovšem vedení firmy by mělo usilovat o přiměřenou hodnotu tohoto ukazatele. (3)

Okamžitá likvidita (cash ratio)

Tento ukazatel vypovídá o schopnosti firmy zaplatit dluhy v době jejich splatnosti. Ve vzorci pro výpočet se v čitateli objevují peněžní prostředky (v hotovosti a na běžných účtech) a ekvivalenty (můžou to být volně obchodovatelné krátkodobé cenné papíry, splatné dluhy a šeky). Dostatečná likvidita tohoto ukazatele odpovídá hodnotě 0,2.

Vzorec pro výpočet okamžité likvidity (OL):

$$OL = \frac{\text{pen.prostř.} + \text{ekvivalenty}}{\text{okamžitě splatné závazky}}$$

Zdroj: (6)

2.6.3 Ukazatelé zadluženosti

Tyto ukazatelé zobrazují poměr mezi cizími a vlastními zdroji financování ve firmách. Udávají také, v jakém rozsahu využívá firma dluhy k financování (jedná se o její zadluženost). Zadluženost nepatří jen mezi negativní charakteristiky firmy.

Zvýšení zadluženosti může napomoci k celkové rentabilitě, a tím i ke zvýšení tržní hodnoty firmy. Ovšem zvýšení dluhů zvyšuje riziko finanční nestability. (6)

V současné době je u velkých podniků v podstatě nemožné, aby financoval všechna svá aktiva z vlastního kapitálu (snížení celkové výnosnosti kapitálu). Samozřejmě není možné, aby financoval svá aktiva jen z cizích zdrojů (v právních předpisech je zakotvena povinná výše vlastního kapitálu k datu zahájení podnikání). (10)

Celková zadluženost (debt ratio)

Ukazatel, nazývaný také jako koeficient napjatosti, dluh na aktiva nebo ukazatel věřitelského rizika, lze vypočítat jako podíl cizího kapitálu (celkového dluhu) k celkovým aktivům. Obecně platí, že čím je větší podíl vlastního kapitálu, tím se zvětšuje bezpečnostní polštář proti ztrátám věřitelů, převážně v situaci, kdy je podnik v likvidaci. Věřitelé dávají přednost nízkému ukazateli zadluženosti, vlastníci se snaží znásobit své výnosy (v praxi hledají větší finanční páku). V případě, že je ukazatel větší než je hodnota oborového průměru, bude pro společnost obtížné získat další zdroje bez zvýšení hodnoty vlastního kapitálu.

Vzorec pro výpočet celkové zadluženosti:

$$\text{Celková zadluženost} = \frac{\text{cizí kapitál}}{\text{celková aktiva}}$$

Zdroj: (6)

Koeficient zadluženosti (debt to equity ratio)

Tento ukazatel je téměř prakticky stejný jako celková zadluženost. Tyto ukazatelé rostou zároveň, když roste rozvržení dluhů ve finanční struktuře firmy. Rozdíl mezi nimi je ten, že celková zadluženost roste do 100 % (lineárně), kdežto koeficient zadluženosti roste exponenciálně až k ∞ .(3)

Vzorec pro výpočet koeficientu zadluženosti:

$$\text{Koeficient zadluženosti} = \frac{\text{cizí kapitál}}{\text{vlastní kapitál}}$$

Zdroj: (6)

Koeficient samofinancování (equity ratio)

Vyjadřuje, v jakém poměru jsou celková aktiva podniku financovaná penězi vlastníků. Někdy se nazývá jako vyjádření finanční závislosti firmy. Ukazatel je doplňkem k celkové zadluženosti. Součet ukazatele koeficientu samofinancování a ukazatele celkové zadluženosti by měl mít přibližně hodnotu 1. (1)

Vzorec pro výpočet koeficientu samofinancování:

$$\text{Koeficient samofinancování} = \frac{\text{vlastní kapitál}}{\text{celková aktiva}}$$

Zdroj: (1)

Úrokové krytí (interest coverage)

Tento ukazatel vypovídá o tom, kolikrát převyšuje zisk placené úroky. Část zisku vyprodukovaná cizím kapitálem by měla stačit na vyrovnání nákladů na půjčený kapitál. Jestli je výsledná hodnota ukazatele rovna 1, v praxi to znamená, že by firma na zaplacení úroků potřebovala celý zisk (na akcionáře by nezbyla ani koruna). Postačující hodnotou by mělo být rozmezí 3x – 6x, ale tyto hodnoty je třeba brát velmi rezervovaně.

Vzorec pro výpočet ukazatele úrokové krytí:

$$\text{Úrokové krytí} = \frac{EBIT}{\text{úroky}}$$

Zdroj: (6)

Dlouhodobá zadluženost

Popisuje, jaká část aktiv je financována dlouhodobými dluhy. V praxi dokáže nalézt optimální poměr dlouhodobých (obchodní závazky, úvěry a rezervy) a krátkodobých cizích zdrojů.

Vzorec pro výpočet dlouhodobé zadluženosti:

$$\text{Dlouhodobá zadluženost} = \frac{\text{dlouhodobý cizí kapitál}}{\text{celková aktiva}}$$

Zdroj: (6)

2.6.4 Ukazatelé aktivity

Ukazatelé aktivity udávají, jak efektivně používá firma svá aktiva. Má-li jich víc, než je potřebné, vznikají tím zbytečné náklady, proto má firma menší zisk, než by mohla mít při efektivnějším použití. V případě, že má firma nedostatečné množství aktiv, musí se vzdát mnoha potenciálně výhodných příležitostí k podnikání (přichází tak o výnosy, které by mohla získat v případě realizace jednotlivých příležitostí). Jednotlivé ukazatele většinou uvádějí vázanost kapitálu ve vybraných položkách aktiv a pasiv, obratovost aktiv nebo dobu obratu aktiv.

Obrat celkových aktiv (total assets turnover ratio)

Vypovídá, kolikrát se aktiva obrátí za daný časový interval (z účetních výkazů je jasné, že to bude 1 rok). V případě, že je využívání aktiv firmy nižší, než je počet obrátek celkových aktiv v oboru (oborový průměr), tak by mělo dojít ke zvýšení tržeb nebo by firma měla odprodat některá aktiva. (6)

Vzorec pro výpočet obratu celkových aktiv:

$$\text{Obrat celkových aktiv} = \frac{\text{roč. tržby}}{\text{aktiva}}$$

Zdroj: (6)

Obrat aktiv by měl mít hodnotu nejméně 1, ovšem u tohoto ukazatele je lepší, když se jeho hodnota srovná s hodnotou oborového průměru. (3)

Obrat stálých aktiv (fixed assets turnover)

Tento ukazatel má význam při rozhodování o tom, zda má firma pořídit další produkční majetek. V případě, že je hodnota ukazatele nižší, než je hodnota oborového

průměru, tak by měla firma zvýšit využití výrobních kapacit a zároveň omezit investice firmy.

Vzorec pro výpočet stálých aktiv:

$$\text{Obrat stálých aktiv} = \frac{\text{roč. tržby}}{\text{stálá aktiva}}$$

Zdroj: (6)

Obrat zásob (inventory turnover ratio)

Ukazatel udává, kolikrát za rok je každá položka zásob firmy prodána a zároveň i uskladněna. Nevýhodou u tohoto ukazatele je, že tržby zobrazují tržní hodnotu, kdežto zásoby jsou uváděny v pořizovacích cenách. Proto výsledná hodnota ukazatele je větší než skutečná obrátka. Jestliže hodnota ukazatele je vyšší než hodnota oborového průměru, tak to vypovídá o tom, že firma nemá zbytečně nelikvidní zásoby, které by vyžadovaly nadbytečné financování. Naopak je tomu při nízkém obratu zásob. V tomto případě má firma zastaralé zásoby, hodnota těchto zásob je reálně nižší než jaká je uvedena v účetních výkazech.(6)

Vzorec pro výpočet obratu zásob:

$$\text{Obrat zásob} = \frac{\text{roč. tržby}}{\text{zásoby}}$$

Zdroj: (6)

Doba obratu zásob (inventory turnover)

Vypovídá o průměrném počtu dní, ve kterých jsou zásoby vázány v podniku do doby jejich spotřeby (suroviny a materiál) nebo do doby jejich prodeje (zásoby vlastní výroby). Pokud se jedná o zásoby hotových výrobků, tak tento ukazatel zároveň zobrazuje likviditu (udává počet dní, za které se zásoba promění v hotovost, případně pohledávky). Situace v podniku je dobrá v případě, kdy se obrat zásob zvyšuje a doba obratu zásob snižuje. (3)

Vzorec pro výpočet doby obratu zásob:

$$Doba\ obratu\ zásob = \frac{Zásoby}{\left(\frac{Tržby}{360}\right)}$$

Zdroj: (3)

Doba obratu pohledávek (average collection period)

Tento ukazatel bývá označen také jako doba splatnosti pohledávek. Udává, kolik dní je zdrženo inkaso peněz za tržby v pohledávkách. Danou dobu firma čeká na obdržení platby za již provedené tržby za vyrobené výrobky nebo poskytnuté služby. Po vyčíslení ukazatele je důležité brát na zřetel zvyklosti dané země, ale i velikost firmy a její postavení na trhu. (3)

Vzorec pro výpočet doby obratu pohledávek:

$$Doba\ obratu\ pohledávek = \frac{Pohledávky}{\left(\frac{Tržby}{360}\right)}$$

Zdroj: (3)

Doba obratu krátkodobých závazků (Creditors Payment Period)

Ukazatel vyjadřuje, jak dlouho společnosti trvá učinit platby faktur svým dodavatelům. Hodnota ukazatele by se měla pohybovat kolem 40 – 60 dní, důležitějším faktem je, že by hodnota měla být vyšší než je hodnota krátkodobých pohledávek.(5)

Vzorec pro dobu obratu krátkodobých závazků:

$$Doba\ obratu\ krátkodobých\ závazků = \frac{Krátkodobé\ závazky}{Denní\ tržby}$$

Zdroj: (5)

2.6.5 Provozní ukazatelé

Provozní ukazatelé se používají pro účely vnitřního řízení firmy. Management pomocí nich sleduje a analyzuje vývoj základní aktivity firmy. Jsou založeny na použití

tokových veličin, hlavně na nákladech. Řízení nákladů má za následek hospodárné vynakládání jednotlivých druhů nákladů a tím i dosažení vyššího finálního efektu.

Produktivita dlouhodobého hmotného majetku

Popisuje stupeň využití dlouhodobého hmotného majetku, přesněji množství výnosů reprodukováných jednou korunou, která je vložena do dlouhodobého hmotného majetku v pořizovací ceně. Čím vyšší je hodnota ukazatele, tím je to pro podnik lepší.

Vzorec pro výpočet produktivity dlouhodobého hmotného majetku:

$$\text{Produktivita DHM} = \frac{\text{výnosy (bez mimoř.)}}{\text{DHM v poř. ceně}}$$

Zdroj: (6)

Ukazatel stupně odepsanosti

Bývá nazýván též jako opotřebovanost dlouhodobého hmotného majetku. Vyjadřuje, kolik procent dlouhodobého hmotného majetku je v průměru odepsáno. Vývoj ukazatele napovídá o stárnutí firmy.

Vzorec pro výpočet ukazatele stupně odepsanosti:

$$\text{Opotřebovanost DHM} = \text{DHM v zůstatkových cenách} / \text{DHM v pořizovacích cenách}$$

Zdroj: (6)

Nákladovost výnosů

Zobrazuje zatížení výnosů firmy celkovými náklady. Hodnota tohoto ukazatele by měla v časovém období klesat.

Vzorec pro nákladovost výnosů:

$$\text{Nákladovost výnosů} = \frac{\text{náklady}}{\text{výnosy (bez mimoř.)}}$$

Zdroj: (6)

Struktura nákladů

Ukazatel vyjadřuje, jakou částí se daný druh nákladů podílí na celkových nákladech (např. materiálové náklady, energie, odpisy, osobní náklady, finanční náklad a další).(6)

Vzorec pro strukturu nákladů (např. pro odpisy):

$$\text{Struktura nákladů} = \frac{\text{odpisy}}{\text{celkové náklady}}$$

Zdroj: (6)

Produktivita z přidané hodnoty

Ukazatel udává, kolik přidané hodnoty připadá ročně na jednoho zaměstnance. Toto tempo růstu by mělo být vyšší než tempo růstu mezd.(7)

Vzorec pro výpočet ukazatele produktivity z přidané hodnoty:

$$\text{Pr oduktivita z př. hodnoty} = \frac{\text{př. hodnota}}{\text{poč. zam.}}$$

Zdroj: (7)

Produktivita z výkonů

Poukazuje na to, kolik tisíc Kč výkonů přinese jeden zaměstnanec společnosti. Pro společnost je dobré, aby hodnota tohoto ukazatele byla co nejvyšší – z důvodu vyšších výkonů, které umožní společnosti lepší rozvoj podnikatelských aktivit.

Vzorec pro výpočet ukazatele produktivity z výkonů:

$$\text{Pr oduktivita z výkonů} = \frac{\text{Výkony}}{\text{poč. zam.}}$$

Zdroj: (7)

2.7 Analýza soustav ukazatelů

Nejen velké množství poměrových nebo rozdílových ukazatelů se používá k analýze finančně ekonomické situace ve firmě. Tyto ukazatele mají samy o sobě malou vypovídací hodnotu, protože zachycují vždy jen část, nějaký úsek, ve firmě. Výsledné závěry předchozích analýz nebývají komplexní, což je nevýhodou daného

přístupu hodnocení.. Díky tomu vznikají soustavy ukazatelů, které se označují také jako analytické systémy nebo modely finanční analýzy. Slouží k posouzení celkové finanční situace. Zvyšující se počet jednotlivých ukazatelů v modelu slouží k získání detailnějšího zobrazení finančně-ekonomické situace ve firmě (velký počet ukazatelů snižuje orientaci a interpretaci celkového hodnocení firmy). V praxi existují dva typy modelů: jedny jsou založeny na velkém počtu ukazatelů (až 200), u druhých typů modelů se výsledek zobrazí do jediného čísla.

Pro vytváření jednotlivých soustav se rozlišují soustavy hierarchicky uspořádaných ukazatelů a tzv. účelové výběry ukazatelů. Příkladem v prvním případě jsou pyramidové soustavy (rozpoznávají vazby mezi ukazateli/y). U druhého případu se používá komparativně-analytických nebo matematicko-statistických metod. Cílem je vytvoření výběrů ukazatelů, které by dokázaly kvalitně analyzovat finanční situaci firmy, respektive jejího finančního zdraví. Tyto ukazatele se dále dělí podle jejich účelu na bonitní modely (vyjadřují finanční situaci podle jediného ukazatele) a bankrotní modely (podle vývoje jednotlivých ukazatelů upozorňují na případné ohrožení finančního zdraví firmy).

Podle způsobu tvorby se soustavy ukazatelů dělí na:

Jednorozměrné modely (univariate models) – jsou založeny pro nalezení jednoduché charakteristiky, která by dokázala souhrnně vyjádřit finančně-ekonomickou situaci firmy a zároveň rozlišit, jestli firma prosperuje či nikoliv. Tyto modely jsou vytvářeny výběrem typických poměrových ukazatelů, hodnota těchto ukazatelů se přemění na body. Z těchto bodů se vypočítá jednoduchý vážený součet. Autoři těchto modelů jsou například pánové Kralicek, Beaver nebo Tamari.

Vícerozměrné modely (multivariate models) – výběr poměrových ukazatelů zde probíhá pomocí složitějších matematicko-statistických metod (nejčastěji se používá k její konstrukci diskriminační analýza). K nejznámějším vícerozměrným modelům patří například Altmanův index finančního zdraví (Z-skóre), index bonity nebo Taflerův model. Jestliže jsou matematicko-statistické metody kombinovány s expertním hodnocením, mluvíme o expertních systémech, které dokáží stanovit výkonnost jednotlivých firem. (6)

2.7.1 Altmanův index finančního zdraví

Tento model čerpá z diskriminační analýzy, která byla provedena koncem 60. a v 80. letech minulého století u několika firem (některé zbankrotovali, jiné nikoliv). Model, nazývaný také jako Z-skóre, je určený jak pro firmy s akciemi veřejně obchodovatelnými na burze, tak pro ostatní firmy. Vzorec pro výpočet se ovšem liší.

Vzorec pro výpočet Z-skóre pro firmy bez veřejně obchodovatelných akcií:

$$Z = 0,717 \cdot A + 0,847 \cdot B + 3,107 \cdot C + 0,420 \cdot D + 0,998 \cdot E$$

kde A = pracovní kapitál/celková aktiva

B = zisk po zdanění/celková aktiva

C = zisk před zdaněním a úroky/celková aktiva

D = základní kapitál/celkové dluhy

E = celkové tržby/celková aktiva

Zdroj: (6)

Tento ukazatel je určitým doplňujícím faktorem při finanční analýze firmy. Uspokojivá finanční situace nastává při vyšší hodnotě modelu než 2,9. Pokud se výsledná hodnota pohybuje v intervalu mezi hodnotami 1,2 a 2,9, nazýváme tuto situaci jako nevyhraněnou (známá také pod pojmem šedá zóna). Jestliže je výsledná hodnota menší než 1,2, je firma ohrožena vážnými finančními problémy, je ohrožena bankrotem.(6)

2.7.2 Index IN 01

Tento index vznikl tak, že bylo vybráno 1915 podniků z průmyslu, které byly rozděleny na skupinu 583 podniků, které tvoří hodnotu, skupinu 503 podniků těsně před bankrotem nebo v bankrotu a skupinu 829 ostatních podniků. Pomocí diskriminační analýzy byl vytvořen index IN 01 pro průmysl. Na rozdíl od ukazatele Z-skóre je tento ukazatel platný pro české firmy.

Vzorec pro výpočet indexu IN 01:

$$IN01 = 0,13 \cdot \frac{A}{CZ} + 0,04 \cdot \frac{EBIT}{Ú} + 3,92 \cdot \frac{EBIT}{A} + 0,21 \cdot \frac{VÝN}{A} + 0,09 \cdot \frac{OA}{KZ + KBÚ}$$

kde:

A - aktiva resp. pasíva

CZ - cizí zdroje

EBIT - zisk před úroky a zdaněním

Ú - nákladové úroky

VÝN - výnosy

OA - oběžná aktiva

KZ - krátkodobé závazky

KBÚ - krátkodobé bankovní úvěry a výpomoci

Zdroj: (11)

Hodnota indexu IN01 menší než 0,75 znamená pro firmu, že míří do bankrotu. Mezi hodnotami 0,75 a 1,77 je šedá zóna. Tato zóna znamená, že podniky netvoří hodnotu, ale také nebankrotují (též v Z-skóre). Hodnota indexu větší než 1,77 značí, že podnik tvoří hodnotu a je prosperující. (11)

2.7.3 Index IN 05

Index IN 05 byl stejně jako předchozí, vytvořen s ohledem na podmínky v České republice. Přijímá také hlediska vlastníků jednotlivých firem. Při výpočtu IN 05 vzniká problém, když firma není zadlužená, nebo je zadlužená velmi málo a hodnota ukazatele nákladové krytí je obrovské číslo. Proto je doporučeno při propočítání IN 05 snížit hodnotu této části (EBIT/úrokové krytí) hodnotou 9. (8)

Vzorec pro výpočet indexu IN 05:

$$IN05 = 0,13 \cdot \frac{\text{aktiva}}{\text{cizí zdroje}} + 0,04 \cdot \frac{EBIT}{\text{nákladové úroky}} + 3,97 \cdot \frac{EBIT}{\text{aktiva}} + 0,21 \cdot \frac{\text{výnosy}}{\text{aktiva}} + 0,09 \cdot \frac{\text{ob. aktiva}}{\text{krátk. závazky}}$$

Zdroj: (8)

3 Analýza problému a návrh postupu řešení

V této části práce je proveden výpočet ukazatelů finanční analýzy. Čerpáno z účetních výkazů v období let 2005-2007, konkrétně z rozvahy (příloha 1) a výkazu zisků a ztrát (příloha 2).

3.1 Analýza absolutních ukazatelů

3.1.1 Horizontální analýza rozvahy

Vývoj aktiv

Vývoj aktiv	V tisících Kč			Δ v tis. Kč		Δ v %	
	2005	2006	2007	2005/2006	2006/2007	2005/2006	2006/2007
AKTIVA CELKEM	10506	9937	11323	-569	1386	-5,42	13,95
Stálá aktiva	2450	6642	8797	4192	2155	171,10	32,45
Dlouhodobý nehmotný majetek	0	0	0	0	0	0,00	0,00
Dlouhodobý hmotný majetek	2450	6642	8797	4192	2155	171,10	32,45
Dlouhodobý finanční majetek	0	0	0	0	0	0,00	0,00
Oběžná aktiva	7886	3230	2510	-4656	-720	-59,04	-22,29
Zásoby	350	268	768	-82	500	-23,43	186,57
Dlouhodobé pohledávky	0	0	0	0	0	0,00	0,00
Krátkodobé pohledávky	6367	2673	1713	-3694	-960	-58,02	-35,91
Krátkodobý finanční majetek	1169	289	27	-880	-262	-75,28	-90,66

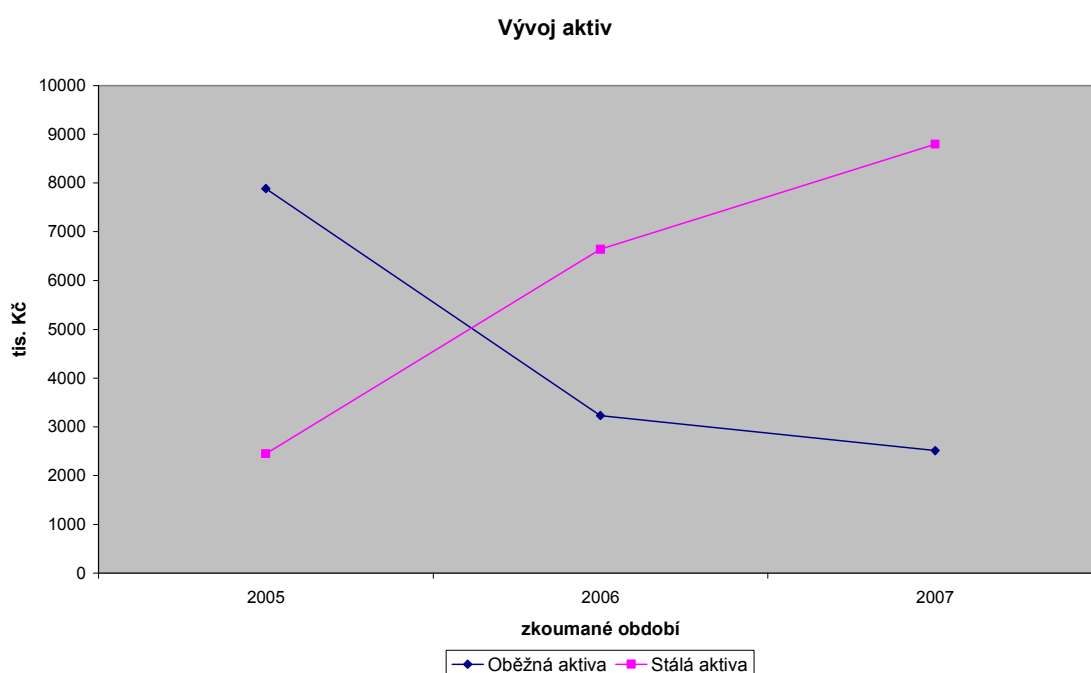
Tabulka č.1: Horizontální analýza aktiv

Za sledované období se hodnota celkových aktiv příliš nemění. V roce 2006 lehce poklesla o 5,42 % , ovšem následný rok vzrostla na hodnotu 11 323 tis. Kč , která je zároveň nejvyšší ze zkoumaných let. Firma vlastní ze stálých aktiv pouze dlouhodobý hmotný majetek, jehož množství se každým rokem prudce zvyšuje (v roce 2006 nárůst o více než 170 % oproti roku 2005, v roce 2007 nárůst o dalších 32,45 % oproti roku 2006). Je to zapříčiněno nákupem nových služebních vozů, ale hlavně firma investuje do stavby nové budovy a také haly (zde budou probíhat úpravy a činnosti spjaté s podnikatelskou činností firmy).

Oběžná aktiva se každým rokem prudce snižují (v roce 2006 poklesla hodnota o 59,04% oproti roku 2005 a v roce 2007 opět hodnota klesla o 22,29%). Tento úbytek

oběžných aktiv je zapříčiněn prudkým poklesem krátkodobých pohledávek a také úbytkem krátkodobého finančního majetku v jednotlivých obdobích. U krátkodobých pohledávek je to snížení pohledávek vůči odběratelům (hlavně ke konci roku 2006), u krátkodobého finančního majetku je snížení peněz na pokladně až do -302 tis. Kč na konci roku 2006, také snížení množství peněz na běžném účtu firmy.

Zde je srovnání poměru hodnot stálých a oběžných aktiv ve zkoumaném období (časové rozlišení tvoří velice malou hodnotu a proto není uvedeno v grafu ani v předchozí tabulce):



Graf č.1: Vývoj aktiv ve sledovaném období

Vývoj pasiv

Vývoj pasiv	V tisících Kč			Δ v tis. Kč		Δ v %	
	2005	2006	2007	2005/2006	2006/2007	2005/2006	2006/2007
PASIVA CELKEM	10506	9937	11323	-569	1386	-5,42	13,95
Vlastní kapitál	2399	2762	2548	363	-214	15,13	-7,75
Základní kapitál	200	200	200	0	0	0,00	0,00
Kapitálové fondy	0	0	0	0	0	/	/
Fondy ze zisku	263	139	106	-124	-33	-47,15	-23,74
HV minulých let	1918	1936	2423	18	487	0,94	25,15
HV běžného úč. období	19	487	-181	468	-668	2463,16	-137,17
Cizí zdroje	8107	7176	8774	-931	1598	-11,48	22,27
Rezervy	0	0	0	0	0	/	/

Dlouhodobé závazky	0	0	0	0	0	/	/
Krátkodobé závazky	8107	7176	8774	-931	1598	-11,48	22,27
Běžné bankovní úvěry	0	0	0	0	0	/	/
Časové rozlišení	0	0	0	0	0	/	/

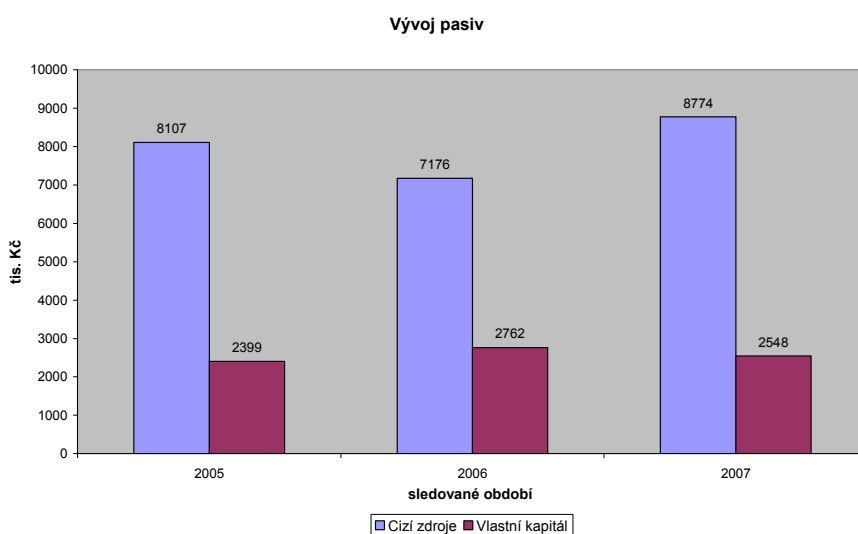
Tabulka č. 2: Horizontální analýza pasiv

Vzhledem k bilanční rovnici, ze které vyplývá, že aktiva se rovnají pasivům, tak vývoj celkových aktiv má stejný průběh, jak je tomu u pasiv. Společnost využívá daleko více cizích zdrojů než-li vlastního kapitálu v poměru, který je níže zobrazen na grafu. Hodnoty vlastního kapitálu, ani cizích zdrojů se příliš nemění.

Základní kapitál zůstává na 200 tis. Kč, hospodářský výsledek je těsně kladný (v roce 2005 je to 19 tis. Kč, v následujícím roce 487 tis. Kč), ovšem v roce 2007 vzniká propad HV běžného účetního období o 137,17 % na -181 tis. Kč. Záporný hospodářský výsledek běžného účetního období vzniká díky tomu, že výnosy v tomto roce jsou menší než náklady. Pokud se tato situace bude opakovat do budoucna, firma zůstane prodělečnou a bude směřovat k bankrotu.

Firma netvoří ve sledovaném období žádné rezervy, nevznikají žádné dlouhodobé závazky, nebere si žádné bankovní úvěry a také je nulová položka časového rozlišení.

Zde je graf, který zobrazuje poměr vlastního kapitálu a cizích zdrojů ve sledovaném období:



Graf č. 2: Vývoj pasiv ve sledovaném období

3.1.2 Vertikální analýza rozvahy

3.1.2.1 Vertikální analýza aktiv

Aktiva	V tisících Kč			V %		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
AKTIVA CELKEM	10506	9937	11323	100,00%	100,00%	100,00%
Stálá aktiva	2450	6642	8797	23,32%	66,84%	77,69%
Dlouhodobý nehmotný majetek	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
Dlouhodobý hmotný majetek	2450	6642	8797	23,32%	66,84%	77,69%
Dlouhodobý finanční majetek	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
Oběžná aktiva	7886	3230	2510	75,06%	32,50%	22,17%
Zásoby	350	268	768	3,33%	2,70%	6,78%
Dlouhodobé pohledávky	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
Krátkodobé pohledávky	6367	2673	1713	60,60%	26,90%	15,13%
Krátkodobý finanční majetek	1169	289	27	11,13%	2,91%	0,24%

Tabulka č. 3: Vertikální analýza aktiv

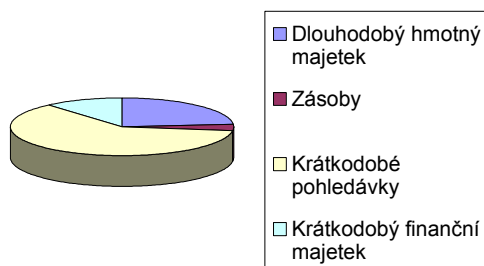
Struktura aktiv ukazuje, že ve sledovaném období se obrací poměr stálých aktiv a oběžných aktiv. V roce 2005 zaujímají stálá aktiva 23,32 % hodnoty celkových aktiv, v roce 2006 už zaujímají 66,84 % celkových aktiv a na konci roku 2007 je tomu už 77,69 %. Naopak oběžná aktiva zaujímají v roce 2005 více než 75 % celkových aktiv, na konci roku 2007 je tomu už 22,17 %.

Jistě někoho napadne, že pokud se sečte procentní vyjádření stálých a oběžných aktiv, tak výsledkem není 100 %. Je tomu proto, že jsem jak do vertikální, tak i horizontální analýzy nezahrnul časové rozlišení (v této části jsou zobrazeny náklady a výdaje příštích období), které tvoří přibližně 1,5-3 % celkové hodnoty aktiv.

Jak už je uvedeno výše, tak jedinou složkou stálých aktiv je dlouhodobý hmotný majetek, největší část oběžných aktiv tvoří krátkodobé pohledávky. Ty procentně ve sledovaném období klesají, v roce 2005 tvoří přes 60 % celkových aktiv, na konci roku 2007 je tomu jen 15,13 %. Další složkou oběžných aktiv, kterou je krátkodobý finanční majetek tvoří v roce 2005 více než 11 % celkových aktiv, tato hodnota ovšem postupem období výrazně klesá, v roce 2006 tvoří jen 2,91 % aktiv a na konci roku 2007 tvoří už jen 0,24 %.

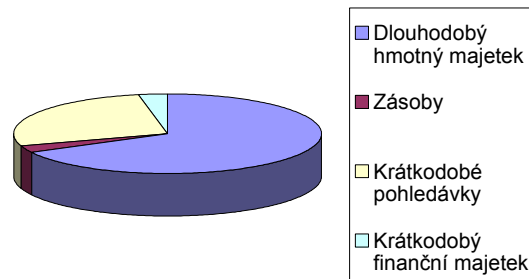
Zde je zobrazení struktury aktiv v jednotlivých letech:

rozvržení aktiv v roce 2005



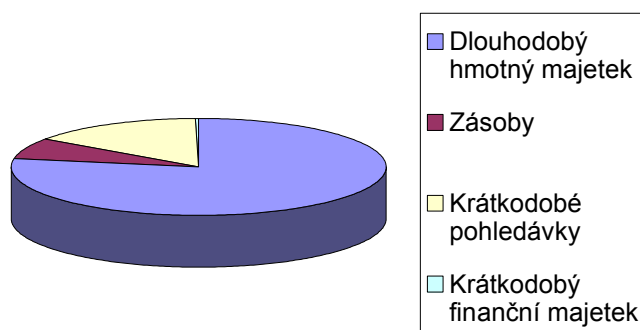
Graf č. 3: Struktura aktiv v roce 2005

rozvržení aktiv v roce 2006



Graf č. 4: Struktura aktiv v roce 2006

rozvržení aktiv v roce 2007



Graf č. 5: struktura aktiv v roce 2007

Pozn.: V grafu není zahrnuta složka časové rozlišení.

3.1.2.2. Vertikální analýza pasiv

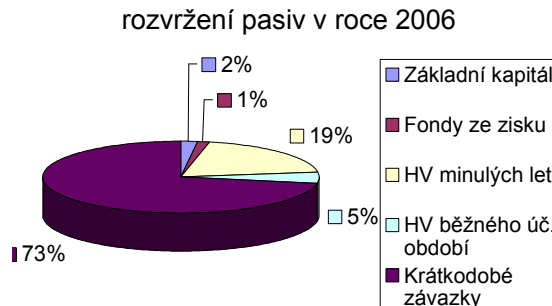
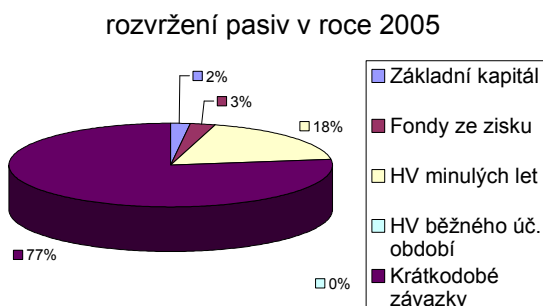
Pasiva	V tisících Kč			V %		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
PASIVA CELKEM	10506	9937	11323	100,00%	100,00%	100,00%
Vlastní kapitál	2399	2762	2548	22,83%	27,80%	22,50%
Základní kapitál	200	200	200	1,90%	2,01%	1,77%
Kapitálové fondy	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
Fondy ze zisku	263	139	106	2,50%	1,40%	0,94%
HV minulých let	1918	1936	2423	18,26%	19,48%	21,40%
HV běžného úč. období	19	487	-181	0,18%	4,90%	-1,60%
Cizí zdroje	8107	7176	8774	77,17%	72,21%	77,49%
Rezervy	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
Dlouhodobé závazky	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
Krátkodobé závazky	8107	7176	8774	77,17%	72,21%	77,49%
Běžné bankovní úvěry	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
Časové rozlišení	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%

Tabulka č. 4: Vertikální analýza pasiv

Struktura pasiv zobrazuje, že firma využívá mnohem více cizích zdrojů, než-li vlastní kapitál. V roce 2005 tvoří vlastní kapitál jen 22,83% pasiv, v roce 2006 27,8% pasiv a v roce 2007 22,5% celkových pasiv. Tudíž tento poměr s cizími zdroji je přibližně stejný (hodnota cizích zdrojů je vždy rozdíl 100% a procentního vyjádření vlastní kapitálu). Téměř celou hodnotu vlastní kapitálu tvoří HV minulých let (po celé období přibližně okolo 20% celkových pasiv), dále fondy ze zisku (přibližně 2% celkových pasiv, postupný mírný pokles), základní kapitál (celou dobu konstantní) a HV běžného účetního období (v roce 2007 je ovšem záporné).

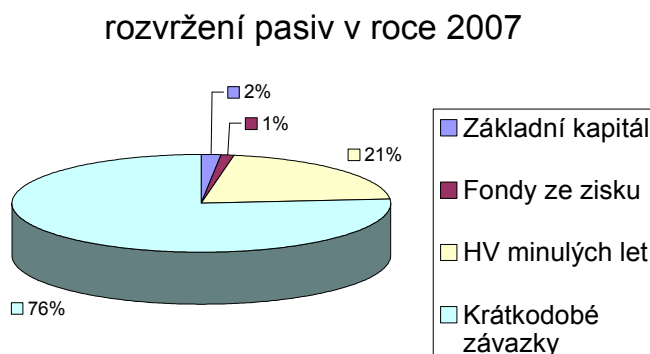
Jedinou složkou cizích zdrojů jsou krátkodobé závazky, které tvoří většinu celkových pasiv, v roce 2005 tvoří 77,17% celkových pasiv, v roce 2006 hodnota mírně klesá (tvoří 72,21% celkových pasiv), v roce 2007 ovšem znovu podíl narůstá, tvoří 76,49% celkových pasiv.

Zde je grafické zobrazení složek pasiv v jednotlivých letech:



Graf č. 6: struktura pasiv v roce 2005

Graf č. 7: struktura pasiv v roce 2006



Graf č. 8: struktura pasiv v roce 2007

3.2 Analýza rozdílových ukazatelů

3.2.1. Čistý pracovní kapitál

Při výpočtu ukazatele čistého pracovního kapitálu bylo čerpáno z položek rozvahy, konkrétně z oběžných aktiv, krátkodobých závazků a bankovních úvěrů a výpomocí.

Zde jsou uvedeny vypočítané hodnoty pro Čistý pracovní kapitál ve sledovaném období:

	2005	2006	2007
ČPK	-221	-3946	-6264

Tabulka č. 5: Hodnoty ČPK ve sledovaném období vyjádřené v tisících Kč

Ve všech sledovaných obdobích je hodnota ČPK záporná – to znamená, že firma nemá volný kapitál, který by jí pomohl ke snadnějšímu průběhu hospodářské činnosti. Nepříznivá hodnota ČPK je zapříčiněna velkou hodnotou krátkodobých závazků a snižující se hodnotou oběžných aktiv firmy.

3.2.2. Čisté pohotové prostředky

Pro dosažení do výpočtu ČPP bylo za pohotové peněžní prostředky dosazeno hodnot z položek hotovost a peníze na běžných účtech a za okamžitě splatné závazky byla dosazena položka závazky z obchodních vztahů. Údaje jsou uvedeny v tisících Kč.

Zde jsou uvedeny vypočítané hodnoty pro Čisté pohotové prostředky ve sledovaném období:

	2005	2006	2007
ČPP	-1265	-550	-1330

Tabulka č. 6: Hodnoty ČPP ve sledovaném období vyjádřené v tisících Kč

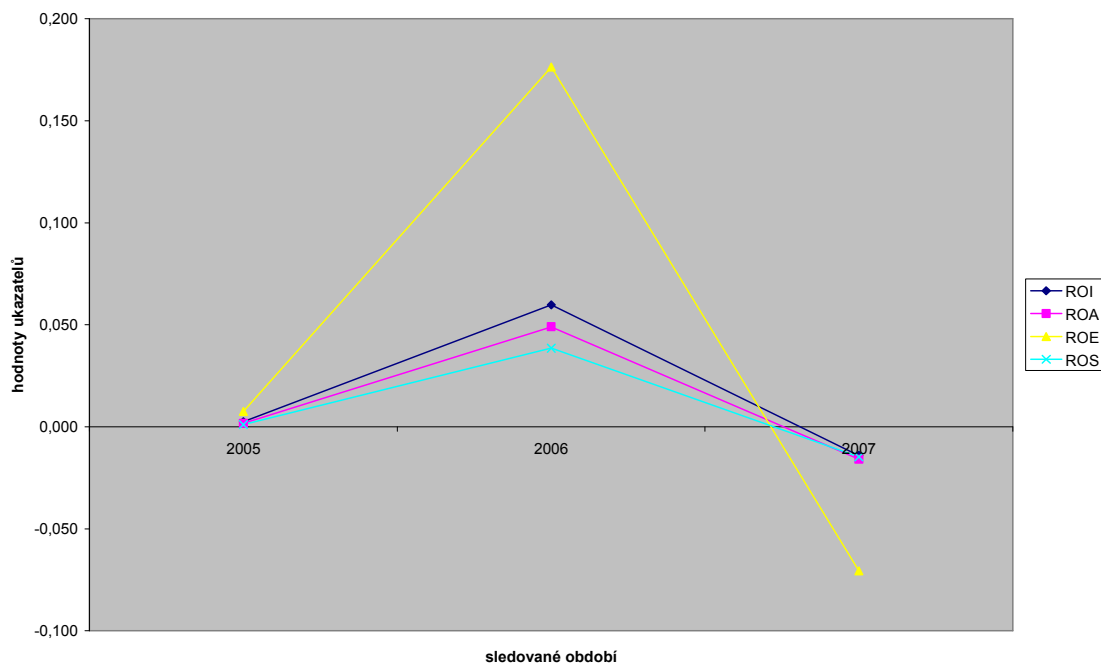
Hodnoty ukazatele jsou záporné, firma má uloženo velmi málo prostředků na běžných účtech. I když se hodnota závazků postupně snižuje, klesá i hodnota hotovosti a peněz na BÚ. Firma má mnoho aktiv spjatých s krátkodobými závazky.

3.3 Analýza poměrových ukazatelů

3.3.1 Ukazatelé rentability

	2005	2006	2007
ROI	0,002	0,060	-0,014
ROA	0,002	0,049	-0,016
ROE	0,008	0,176	-0,071
ROS	0,001	0,038	-0,015

Tabulka č. 7: Vypočítané hodnoty ukazatelů rentability



Graf č. 9: Vývoj ukazatelů rentability ve sledovaném období

Ukazatel rentability vloženého kapitálu (ROI)

Hodnoty tohoto ukazatele nedosahují hodnot, při kterých by se vložený kapitál zhodnocoval. V roce 2007 je hodnota ukazatele dokonce záporná díky minusovému zisku společnosti před zdaněním. Vložený kapitál se v tomto roce vůbec nezhodnocuje, spíše se znehodnocuje..

Ukazatel rentability celkových vložených aktiv (ROA)

Z vypočtených hodnot v tabulce je zřejmé, že v roce 2005 a 2006 se hodnota ukazatele držela nad 0, tím pádem z jedné vložené koruny získala firma určitý zisk (velmi malý). Změna přišla v roce 2007, kdy hodnota ukazatele poklesla do záporu, což znamená, že v tomto roce firma z každé vložené koruny prodělala malou část.

Ukazatel rentability vlastního kapitálu (ROE)

Hodnoty tohoto ukazatele by měly být vyšší než hodnoty ROA v jednotlivých letech. To se tak děje v prvním dvou zkoumaných obdobích, ovšem v posledním období zaznamenává tento ukazatel prudký pád do záporných hodnot. Proto se v tomto roce vlastní kapitál firmy znehodnocuje. Například v roce 2006 z každé koruny vlastního kapitálu firma vyprodukovala 17,6 haléře zisku, v dalším roce ovšem ztratila – z každé koruny vlastního kapitálu ztratila 7 haléřů.

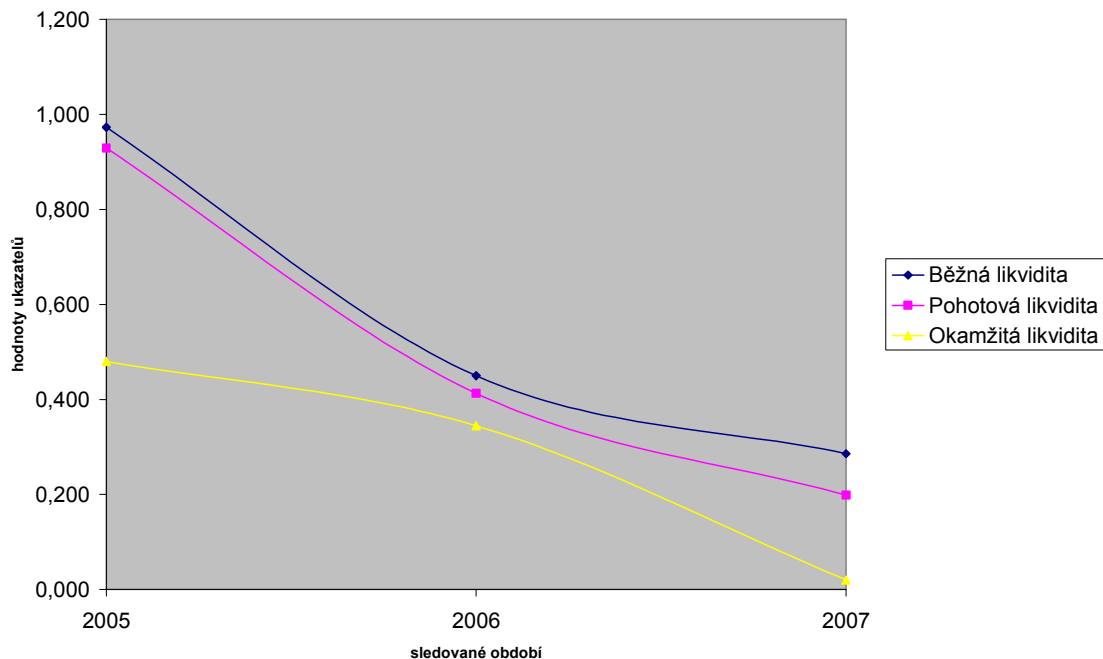
Ukazatel rentability tržeb (ROS)

V prvním dvou letech zhodnocovala firma své tržby (v roce 2005 to bylo 0,1 haléře z každé koruny tržby a v roce 2006 3,8 haléře z každé koruny tržby). V posledním roce ovšem prodělala z každé koruny zisku 1,5 haléře. Veškeré výsledky, které jsou záporné v roce 2007, jsou díky zápornému zisku po zdanění (resp. před zdaněním).

3.3.2 Ukazatelé likvidity

	2005	2006	2007
Běžná likvidita	0,973	0,450	0,286
Pohotová likvidita	0,930	0,413	0,199
Okamžitá likvidita	0,480	0,344	0,020

Tabulka č. 8: Vypočítané hodnoty ukazatelů likvidity



Graf č. 10: Vývoj ukazatelů likvidity ve sledovaném období

Běžná likvidita (BL)

Z výsledků vyplývá, že oběžná aktiva nepokryjí ani v jednom sledovaném období krátkodobé závazky. Hodnoty mají navíc klesající tendenci a k doporučenému stavu 1,5 má ukazatel hodně daleko.

Pohotová likvidita (PL)

Hodnota pohotové likvidity se ve sledovaném období neustále snižovala. Jelikož se doporučuje u tohoto ukazatele sledovat spíše hodnotu, než-li vývoj, můžeme říct, že v ani jednom sledovaném období není podnik schopen splatit své závazky bez prodeje svých zásob. Hodnota v roce 2005 je téměř dostačující, protože je těsně pod hodnotou 1. V dalších letech ovšem dochází k úbytku oběžných aktiv, a proto se hodnota pohotové likvidity snižuje.

Okamžitá likvidita (OL)

V prvních dvou letech je firma schopná bezpečně splatit své závazky v době jejich splatnosti. V roce 2007 ovšem dochází k úbytku peněžních prostředků (peníze na

běžném účtu a peníze v hotovosti), a proto hodnota ukazatele klesá. Firma může mít problém se zaplacením svých závazků.

3.3.3 Ukazatelé zadluženosti

	2005	2006	2007
Celková zadluženost	77,17%	72,21%	77,49%
Koeficient samofinancování	22,83%	27,80%	22,50%
Koeficient zadluženosti	3,379	2,598	3,443

Tabulka č. 9: Vypočítané hodnoty ukazatelů zadluženosti

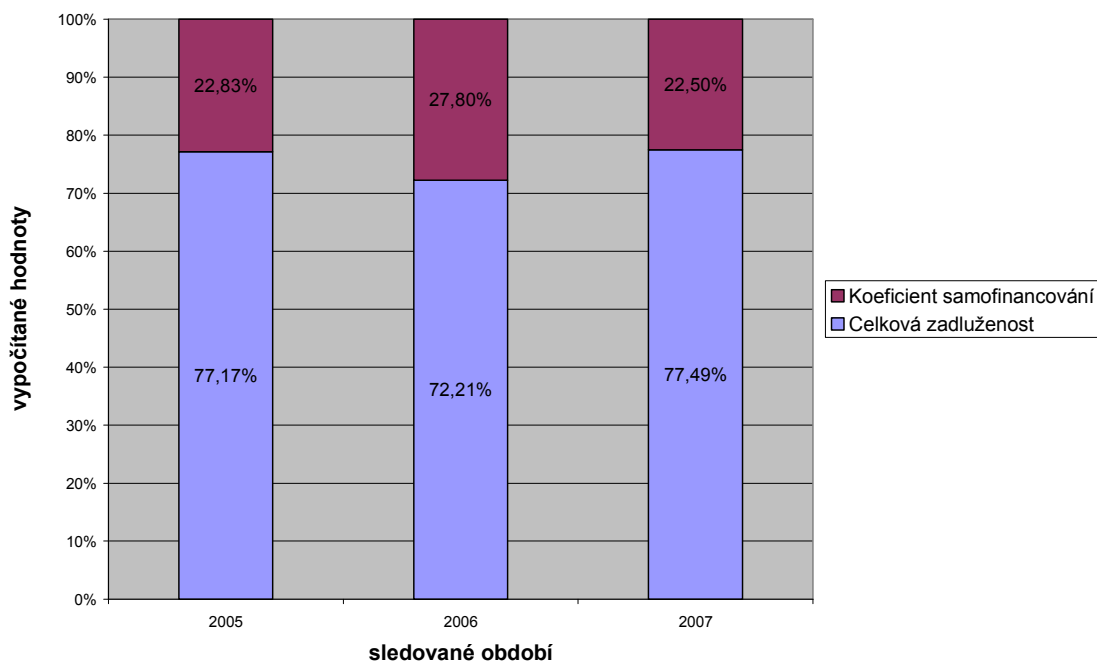
Celková zadluženost

Tento ukazatel po celé sledované období má hodnotu vyšší než je 50% (zlaté pravidlo financování). V roce 2005 měla zadluženost podíl 77,17% na financování podniku, v roce 2006 bylo lehce sníženo množství cizího kapitálu, proto hodnota ukazatele klesla na 72,21%. V roce 2007 se však hodnota cizího kapitálu zvýšila, a tím vzrostla i celková zadluženost podniku (hodnota ukazatele se zvýšila na 77,49%).

Koeficient samofinancování

Tento koeficient se ve sledovaném období logicky vyvíjel opačně než hodnota celkové zadluženosti. V roce 2005 dosáhl 22,83%, z již zmíněného důvodu výše, se hodnota v roce 2006 zvýšila na 27,8%. V roce 2007 hodnota opět klesla na 22,50% podílu financování společnosti.

Z vypočítaných hodnot tohoto a předchozího ukazatele je zřejmé, že financování společnosti využívá větší měrou cizí zdroje, než-li vlastního kapitálu. Tento poměr může znamenat finanční riziko pro eventuelní investory, ovšem pro firmy podnikající ve stejném oboru jako MIDUR, s.r.o., je tento poměr běžný.



Graf č. 11: Procentní porovnání hodnot celkové zadluženosti a koeficientu samofinancování

Koeficient zadluženosti

Tento ukazatel popisuje v podstatě to samé jako celková zadluženost. Dozvídáme se, že firma vlastní přibližně 3x více cizího kapitálu, než-li kapitálu vlastního. Ve všech 3 zkoumaných letech zůstává v podstatě stejný.

3.3.4 Ukazatelé aktivity

	2005	2006	2007
Obrat celkových aktiv	1,628	1,274	1,077
Obrat stálých aktiv	6,983	1,906	1,386
Obrat zásob	48,880	47,231	15,882
Doba obratu zásob	7,365	7,622	22,668
Doba obratu pohledávek	133,979	76,021	50,560
Doba obratu kr. závazků	170,594	204,089	258,969

Tabulka č. 10: Vypočítané hodnoty ukazatelů aktivity

Obrat celkových aktiv (OCA)

Vypočtené výsledky vypovídají o tom, že celková aktiva se obrátí více než jedenkrát ročně. Ve sledovaném období se obrat postupně snižuje díky snížení ročních tržeb. Při srovnání s obecně doporučovanými standardy (1,6-3) jsou hodnoty menší (kromě roku 2005).

Obrat stálých aktiv (OSA)

Hodnoty jsou vyšší, než-li je tomu u obratu celkových aktiv, ovšem ve sledovaném období se hodnota výrazně snižuje. Největší propad je v roce 2006 (více než trojnásobný), je to díky velkému nárůstu stálých aktiv firmy. Pokud jsou hodnoty menší, než je oborový průměr, tak by firma neměla pořizovat nový dlouhodobý majetek.

Obrat zásob

Vzhledem k tomu, že firma má malý počet zásob, tak je hodnota ukazatele ve všech obdobích vysoká. Hlavně v letech 2005 a 2006 se každá položka zásob firmy prodá a zároveň uskladní více než 40x. V roce 2007 dochází k navýšení zásob firmy, tím pádem klesá hodnota obratu zásob na 15. Můžeme říct, že firma nemá zbytečně nelikvidní zásoby, které by vyžadovaly nadbytečné financování.

Doba obratu zásob

Hodnota ukazatele se v prvních dvou letech drží kolem hodnoty 7 dní. Toto období vypovídá o počtu dní, kdy jsou zásoby vázány v podniku. Díky zvýšení zásob v roce 2007 se doba obratu zásob razantně zvyšuje (více než 22 dní). Situace v podniku není dobrá, protože obrat zásob by se měl průběžně zvyšovat a doba obratu snižovat. Bohužel u MIDUR, s.r.o. je tato situace přesně opačná.

Doba obratu pohledávek

Firma čeká na „vyplacení“ pohledávek v roce 2005 více než 134 dní. Příznivé určitě je, že se doba obratu pohledávek postupně snižuje, v roce 2006 čeká firma na vyplacení v průměru jen přibližně 76 dní a v roce 2005 už jen 50 dní. Tato doba je již přijatelnější, firma neprovádí příliš mnoho zakázek, protože je tak malá, ale zakázky

bývají „hodnotnější“, větší. Proto bych 50 dní jako dobu obratu pohledávek považoval za přijatelnou.

Doba obratu kr. závazků

Vypočítané hodnoty tohoto ukazatele jsou ve všech 3 letech větší, z čehož vyplývá, že firma může poskytovat provozní úvěr. V roce 2005 dodavatelé firmy čekali na platbu přibližně 170 dní, v roce 2006 to bylo více než 200 dní a v roce 2007 čekali déle než 250 dní. Doba obratu závazků je opravdu vysoká, a díky tomu se můžou vyskytovat problémy s různými dodavateli. Firma by měla zapracovat na zrychlení plateb krátkodobých závazků.

3.3.5 Provozní ukazatele

Vzhledem k tomu, že při výpočtech provozních ukazatelů se počítá s počtem zaměstnanců a ve firmě pracuje většina lidí na vlastní živnostenský list, zvolil jsem, že v roce 2005 pracovali ve firmě 4 zaměstnanci, v roce 2006 3 zaměstnanci a v roce 2007 jen 2.

	2005	2006	2007
Produktivita z přidané hodnoty	634,75	640,33	117,00
Produktivita z výkonů	4257,00	4142,33	5644,50

Tabulka č. 11: Vypočítané hodnoty provozních ukazatelů

Produktivita z přidané hodnoty

Na každého zaměstnance připadá v roce 2005 více než 634 tisíc korun přidané hodnoty, v roce 2006 se produktivita ještě navýšila, ale v roce 2007 se produktivita šestinásobně snížila (hlavně díky snížené přidané hodnotě firmy).

Produktivita z výkonů

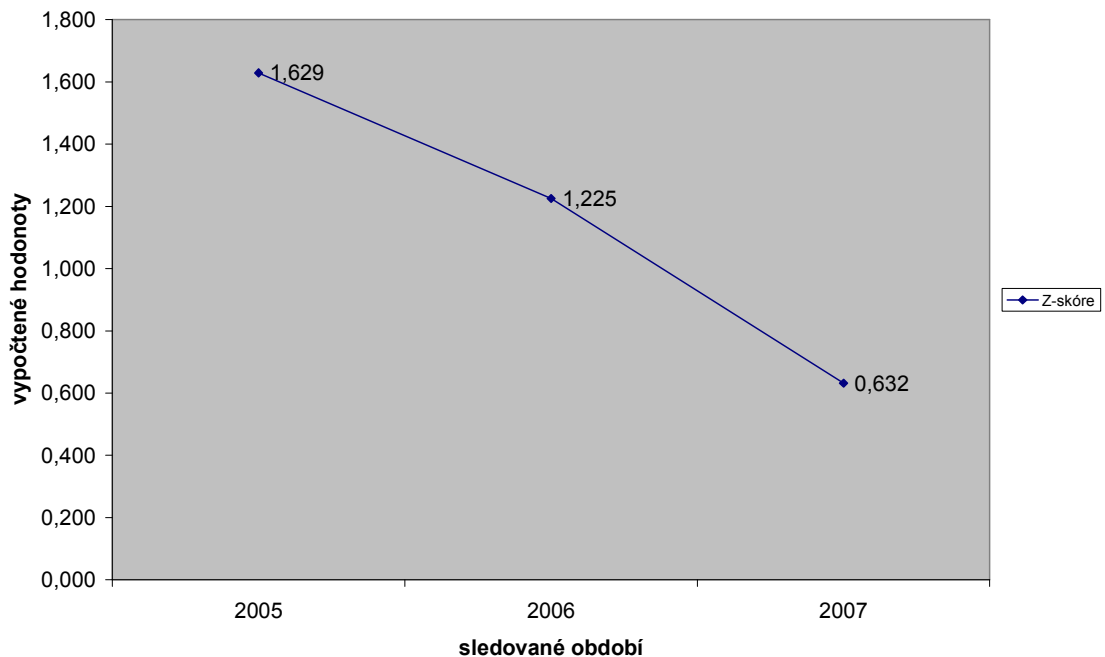
Každý zaměstnanec přinese společnosti v roce 2005 více než 4 200 000 Kč, v roce 2006 se hodnota trochu snížila, ale v roce 2007 se hodnota zvýšila na více než 5 600 000 Kč na jednoho zaměstnance. Tyto výsledky mohou být zkreslené mým odhadem počtu zaměstnanců.

3.4 Analýza soustav ukazatelů

3.4.1 Altmanův index finančního zdraví

	2005	2006	2007
Z-skóre	1,629	1,225	0,632

Tabulka č. 12: Vypočítané hodnoty Z-skóre ve sledovaném období



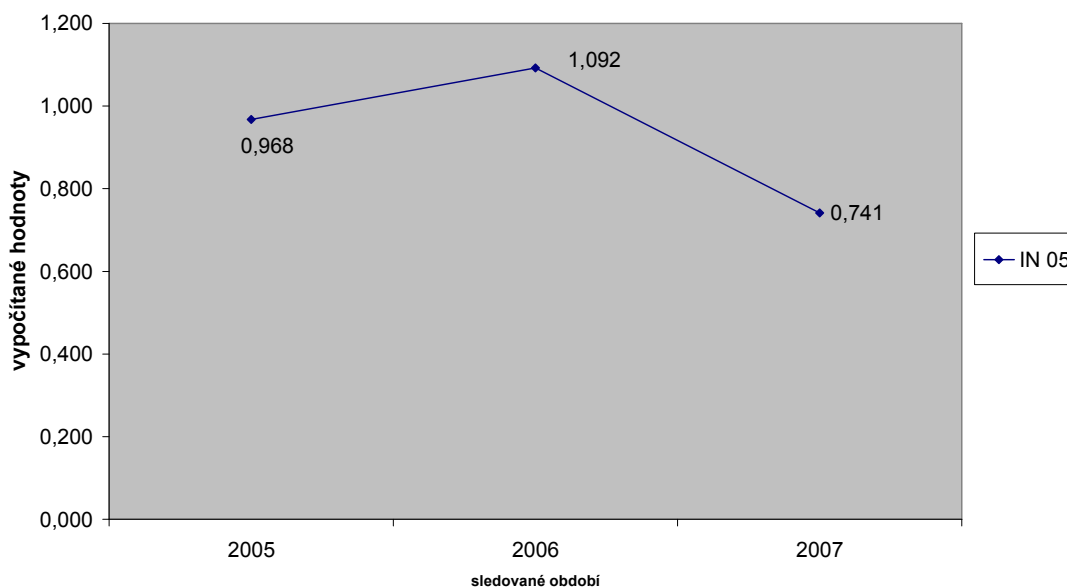
Graf č. 12: Vývoj Z-skóre

Ve sledovaném období je hodnota Altmanova indexu finančního zdraví (Z-skóre) klesající, v letech 2005 a 2006 se drží v nelichotivé šedé zóně, v roce 2007 je hodnota ukazatele ještě menší. Firma se může dostat do velkých finančních problémů, je ohrožena bankrotem. Nízká hodnota Z-skóre je zapříčiněna hlavně nízkými hodnotami EBIT, EAT a ČPK.

3.4.2 Index IN 05

	2005	2006	2007
IN 05	0,968	1,092	0,741

Tabulka č. 13: Vypočítané hodnoty indexu IN 05



Graf č. 13: Vývoj IN 05

Podle tohoto indexu, který se zaměřuje na české firmy, je firma v šedé zóně. Pokles v roce 2007 napovídá, že firma může padnout do bankrotu. Vzhledem k tomu, že společnost nemá žádné nákladové úroky, tak v části výpočtu, kde se dosazuje výsledek EBIT/úrokové krytí, jsem dosadil hodnotu 9.

3.5 Souhrnné hodnocení finanční situace podniku

V rámci finanční analýzy byla nejdříve provedena horizontální a vertikální analýza. Po vypracování těchto analýz bylo zjištěno, že celková hodnota aktiv a pasiv se příliš nemění. Ve stálých aktivech zaujímá veškerou hodnotu dlouhodobý majetek, jehož hodnota se každým rokem zvětšuje. Hodnoty oběžných aktiv dramaticky klesají – je to zapříčiněno velkým snížením krátkodobých pohledávek a také krátkodobého finančního majetku. Proč se tomu tak stalo, je uvedeno v posledním odstavci této části.

Co se týče změn či rozložení pasiv, tak společnost využívá k financování daleko více cizích zdrojů, než-li vlastního kapitálu (například v roce 2007 je tento poměr 77,49% ku 22,51%). Firma má velice malý hospodářský výsledek běžného účetního období, dokonce v roce 2007 je tento výsledek záporný (konkrétně -181 tisíc Kč). Jedinou složkou cizích zdrojů jsou krátkodobé závazky.

Firma netvoří žádný volný kapitál, který by ji pomohl ke snadnějšímu průběhu činnosti. Je to díky snižující se hodnotě oběžných aktiv a vysoké hodnotě krátkodobých závazků. Hodnoty ukazatele čistých pohotových prostředků jsou také záporné, hlavně díky tomu, že firma nemá moc velký objem peněz v hotovosti ani na bankovních účtech.

Veškeré vypočítané hodnoty ukazatelů rentability jsou velice malé, hlavně díky velmi malému hospodářskému výsledku před zdaněním a po zdanění. Firma nevytváří dostatek volných finančních prostředků, do budoucna ji to může způsobit velké, i existenční potíže. Hodnoty mají klesající tendenci, hlavně mezi lety 2006 a 2007. Navíc všechny hodnoty ukazatelů rentability v roce 2007 jsou záporné, to znamená, že firma prodělává z každé vložené koruny nějakou částku (u ukazatele ROI je to 1,4 haléře, u ROA je to 1,6 haléře, u ROE je to 7,1 haléře a u ROS 1,5 haléře z každé koruny).

U oběžné likvidity nepokryjí ani v jednom období oběžná aktiva krátkodobé závazky. Hodnota pohotové likvidity v roce 2005 dosahuje 0,93, což je téměř dostačující stav, v ostatních letech hodnoty klesají. To znamená, že podnik není schopen splácet závazky bez prodeje zásob. V prvních dvou sledovaných obdobích je schopna firma splácet bezpečně svoje závazky v době jejich splatnosti, v roce 2007 mohla mít firma potíže s placením svých závazků.

Ukazatelé zadluženosti prozrazují, že firma využívá k financování daleko více cizích zdrojů, než-li vlastního kapitálu. Tento poměr je však pro firmy, které podnikají ve stejném odvětví jako MIDUR, s.r.o., relativně normální. Přece jenom bylo potřeba zajistit veškeré drahé výrobní nástroje, které se ještě splácejí.

Celková aktiva se v podniku „obráť“ více než jedenkrát ročně, ovšem stejně jako veškeré další ukazatelé mají klesající tendenci. Zejména je to patrné u obratu stálých aktiv, které se za rok obrátí skoro sedmkrát, v následujících dvou letech díky nárůstu stálých aktiv se obrátí ani ne dvakrát. Zásoby, u kterých by mělo platit, že by se

měl průběžně obrat zásob zvyšovat a doba obratu snižovat, tak u zkoumané firmy je tato situace přesně opačná.

Doba obratu pohledávek se neustále snižuje, v roce 2007 čeká firma na své pohledávky více než 130 dní, v roce 2006 se doba snížila na 76 dní a v roce 2007 doba čekání klesla na 50 dní. Je tomu hlavně díky snížení hodnoty pohledávek. U doby obratu závazků je tomu přesně naopak, firma má problém se zaplacením svých závazků, hodnota se razantně navyšuje. V roce 2005 čeká dodavatel na své závazky v průměru 170 dní, v roce 2006 více než 200 dní a v roce 2007 více než 258 dní. Tato situace už je pro dodavatele neúnosná.

Vzhledem k tomu, že firma má přibližně jen zaměstnance, kteří pracují na vlastní živnostenský list, tak se nedá přesně určit, kolik zaměstnanců ve firmě pracuje. Po vzájemné konzultaci s majitelem společnosti byl zprůměrnován počet zaměstnanců (viz sekce provozní ukazatelé). U provozních ukazatelů je tento údaj nepostradatelný. Každý zaměstnanec získal pro firmu více než 630 tisíc korun přidané hodnoty, velký pokles je ovšem v roce 2007, kdy se hodnota produktivity více než 6x snížila. Ukazatel produktivity z výkonů může být zkreslen právě ne zcela přesným odhadem počtu zaměstnanců.

Hodnoty soustavy ukazatelů, konkrétně Altmanova indexu finančního zdraví jsou nedostatečné, firma se nachází v šedé zóně, navíc v roce 2007 firmě začíná hrozit bankrot. U indexu IN 05, který je pro tuto firmu směrodatnější, vychází stejná situace jako u Z-skóre. Firma v prvních dvou sledovaných letech nachází v šedé zóně, v roce 2007 se řítí do bankrotu.

Téměř u všech ukazatelů se projevuje zhoršení hlavně v roce 2007, které je zapříčiněno také provedením několika změn uvnitř společnosti. Ta nejzásadnější informace je ta, že majitel společnosti společně s dalšími 2 lidmi zakládá společnost ARKOMONT, s.r.o., která se začíná zabývat stejným oborem podnikání jako MIDUR, s.r.o. Největší zakázky se začínají provádět pod hlavičkou nově vzniklé společnosti a MIDUR, s.r.o. provádí pouze drobnější zakázky. Proto v roce 2007 je ve firmě velký

pokles oběžných aktiv, množství tržeb nevzrůstá, ve společnosti vzniká záporný hospodářský výsledek.

4 Návrhy na zlepšení stávající situace

Z výsledků provedené finanční analýzy je patrné, že společnost vykazuje velmi špatné výsledky a její finanční situace se rok od roku zhoršuje. Výsledky finanční analýzy ji řadí do podniků tzv. „šedé zóny“ a situace se bohužel během sledovaných let nezlepšuje, spíše zhoršuje a společnosti může v brzké době hrozit bankrot. Z vypočítaných výsledků a poskytnutých informací o firmě jsem dospěl k několika návrhům, které by mohly pomoci firmě ke zlepšení jejího stávajícího finančního stavu. V první řadě je si třeba uvědomit, že největší zakázky firmy začala provádět nově vzniklá firma ARKOMONT, s.r.o. Nasnadě je úvaha o tom, zda firmu MIDUR, s.r.o. začít znovu rozvíjet či by pro majitele nebylo lepší převést veškeré pohledávky, závazky a aktiva na firmu ARKOMONT, s.r.o., která je v současné době ve velmi dobré finanční situaci a velice rychle a dobře se rozvíjí. Pokud by se pan majitel firmy MIDUR, s.r.o. rozhodl pro opětovný rozvoj firmy, tak níže jsou uvedené návrhy, jak by mohl dosáhnout zlepšení situace ve firmě MIDUR, s.r.o.

Zde jsou návrhy na zlepšení stávající situace:

1. Zvýšení medializace firmy

Vzhledem k tomu, že firmě ve sledovaném období klesají oběžná aktiva, má firma velice malé tržby. Jedná se o firmu velmi malou, ale pokud se chce firma začít rozvíjet a má začít zlepšování její situace, navrhl bych pro firmu zavedení internetových stránek. V současné době platí, že firma, která nemá své vlastní internetové stránky, tak v podstatě neexistuje. V dnešní době, když potenciální zákazník hledá svého potenciálního dodavatele, tak k tomu určitě kromě dobrých referencí použije internet, kde se dozví základní informace o firmě, kontakt na zodpovědnou osobu, kontakt na e-mail a další důležité informace.

Takovýmto způsobem navrhuji zavést webovou prezentaci do firmy MIDUR, s.r.o. (včetně reálných nákladů):

Vytvoření webových stránek

Na těchto stránkách by stačilo uvést základní informace o společnosti, čím přesně se firma zabývá, kontakt na mail, něco málo o historii firmy. Kládl bych důraz

na to, aby stránky působily pravdivým a přehledným dojmem, navíc aby dokázaly zákazníka upoutat – navrhnout je v atraktivních barvách a designu. Také je třeba umístit počítadlo, které bude zaznamenávat počet návštěv (o tomto kroku více pod statistiky návštěvnosti).

Náklad na vytvoření webových stránek cca 10 000,- (intencio.cz)

Stránky nebudou příliš náročné k naprogramování, není třeba použití speciálních prvků jako například Javascriptu, phpRs, apod. Při tvorbě bych využil kaskádových stylů (css), ovšem záleželo by na návrhu firmy, která bude webové stránky vytvářet a na představách majitele firmy MIDUR, s.r.o. Veškeré informace, které budou umístěné na webu, se budou aktualizovat, stačí cca jednou měsíčně. Firma také zajistí nahrání vytvořených stránek přes FTP server, při běžném provozu by jí náležela jedna emailová adresa (například problemy@midur-brno.cz), která by přijímala různé stížnosti od návštěvníků webu, které se budou týkat špatného zobrazení stránek a nefunkčnosti. Tuto činnost by mohla po vzájemné dohodě zajistit firma Intencio, sídlící na adrese Šámalova 62, Brno. Cenu lze určit předem jen přibližně, záleží na složitosti kódu a stylu při vytvoření stránek.

Zdroj: (13)

Po vytvoření webových stránek je nutné založit doménu, na které budou tyto stránky uloženy a pomocí služby webhostingu vytvořit tzv. virtuální server.

Náklady na založení a vlastnictví domény 2850,-/ 10 let (3391,- s DPH)

Zdroj: (12)

Každá internetová stránka musí mít svou unikátní IP adresu, respektive svou vlastní doménu. Navrhl bych registraci přes server <http://www.domena.cz>, požadoval bych doménu druhého řádu s koncovou zkratkou České republiky, čili .cz. Vzhledem k tomu, že je doména www.midur.cz registrována pro jinou firmu se stejným názvem, ovšem tato firma podniká v jiném odvětví, tak bych navrhl například jako internetovou adresu <http://www.midur-brno.cz>. Registrace a vlastnictví domény lze pořídit na určitý časový interval. Čím delší je tento interval, tím menší je vlastnictví domény na 1 rok. Proto bych navrhl vlastnictví domény na 10 let.

Náklad na webhosting varianta FAST

1800,- / 1 rok (2142,- s DPH)

Zdroj: (14)

Při provozu stránek je třeba využití tzv. virtuálního serveru. Na tomto serveru budou umístěny e-mailové adresy majitele a zaměstnanců firmy. Mailové adresy poté mohou mít podobu například `duran@midur-brno.cz` či `info@midur-brno.cz`. Vzhledem k tomu, že se jedná o malou firmu, tak bych volil z variant, které nabízí hostingové centrum `ignum.cz`, variantu FAST. Tato varianta obsahuje mimo jiné 10 plnohodnotných mailových schránek, každá o velikosti 100 MB, antivirovou ochranu těchto mailů, antispamový filtr, službu webmail (přístup do pošty přes www prohlížeč).

Kromě elektronické pošty tato varianta zahrnuje volné místo (150 MB) pro neomezený přenos dat na virtuálním serveru, využívá platformy Windows 2003. Umožňuje také neomezený počet subdomén (například `aktuality.midur-brno.cz` či `kontakty.midur-brno.cz`). Přístup k virtuálnímu serveru je realizován přes FTP, pro větší bezpečnost využívá šifrovaného přístupu SecureFTP).

Další aplikace, které by zajisté firma MIDUR, s.r.o. využívala, je neomezený počet formulářů a počítadel. Pomocí pokročilých počítadel by firma mohla sledovat přístup na internetové stránky, navíc z které oblasti a také by zjistila, které sekce jsou více navštěvovány a které méně. Tato aplikace by mohla být směrodatná pro pozdější posouzení, zda vytvoření internetových stránek bylo pro firmu efektivní či nikoliv.

Náklady na registraci firmy na <http://www.firmy.cz>

5670,- / 1 rok (7000,- s DPH)

Zdroj: (15)

Stránky samy o sobě by asi byly velmi málo navštěvované, protože by se na ně dostali jen lidé, kteří už o firmě slyšeli a věděli by přesnou adresu stránek. Proto by firma měla vložit prostředky do propagace těchto stránek – prvním způsobem by mohla být reklama na internetu. Například pokud by potenciální zákazník nevěděl o firmě MIDUR, s.r.o., tak by hledal určitě pod odkazy v oboru (například sváření, montáž). Pro firmu to znamená, že pokud by zákazník napsal do vyhledávače například heslo: “montáž technologií“, tak cílem její reklamní propagace by mělo být to, aby se odkaz na

stránky MIDUR, s.r.o. objevil mezi prvními, ne-li úplně první. Této pozice se dá dosáhnout několika způsoby – já bych navrhoval, aby firma, která bude stránky vyhotovovat, provedla ještě tzv. SEO analýzu – slouží k optimalizaci webového kódu a hlavně zajišťuje lepší pozici ve vyhledávačích. Tato investice by byla zahrnuta v nákladech na vytvoření webových stránek.

Nejnavštěvovanějším portálem na internetu s přehledem firem působících v jakémkoliv odvětví je v současné době portál <http://www.firmy.cz>. Proto bych navrhnul registrovat firmu na tomto portálu. Tarif Praktik umožňuje uvést základní informace o firmě (250 znaků, zobrazení na mapě), 2 telefonní kontakty, 3 fotografie (tento prostor bych využil například na zobrazení předchozích provedených projektů či sídla společnosti), logo společnosti. Tento portál by poté informoval o návštěvnosti této stránky. Paušální poplatek je na 1 rok a činí 7000 Kč. Existuje sice i způsob registrace zdarma na [firmy.cz](http://www.firmy.cz), ale tento způsob je znevýhodněný a upřednostňuje při vyhledávání právě tarify start, praktik a další. Protože je třeba, aby se odkaz objevil jako první, tak bych upřednostnil alespoň v prvním roce po vytvoření stránek placenou variantu. Při uvedení na tomto portále je zapotřebí zvolit správná klíčová slova (to, co zákazník od firmy požaduje). Na tomto portále je možná také propagace pomocí tzv. sponzorovaných odkazů. Tato metoda zařadí odkaz na firmu na první místo v zobrazených výsledcích. Ovšem je velice nákladná (při měsíční návštěvnosti 0-300 návštěv stojí tato metoda 500 Kč na jeden měsíc). Díky dobré SEO optimalizaci a využití tarifu Praktik by měl být odkaz mezi prvními ve firemním odvětví.

Také existují další portály, na které by bylo vhodné firmu přidat. Například atlas.cz nebo centrum.cz. Zde bych ovšem neuvažoval o placené variantě, jen zobrazení základních údajů a odkazu na internetové stránky firmy.

Celkové náklady na pořízení internetovou propagaci v 1.roce užívání:

Náklad na vytvoření webových stránek	cca 10 000,- (11 900,- s DPH)
Náklady na založení a vlastnictví domény	2 850,-/ 10 let (3 391,- s DPH)
Náklad na webhosting varianta FAST	1 800,- / 1 rok (2 142,- s DPH)
Náklady na registraci na http://www.firmy.cz	5 670,- / 1 rok (7 000,- s DPH)
CELKEM	20 320,- (24 433,- s DPH)

Tato částka není příliš vysoká. Pokud díky webovým stránkám získá firma nové zákazníky, tak se investice do zavedení mnohonásobně vyplatí. V dalších letech náklady na internetovou propagaci klesnou, vlastnictví domény je na 10 let, firma by platila pouze za webhosting a přednostní zobrazení na firmy.cz (po 5 letech bych navrhl zrušit placenou variantu praktik a zůstal u neplacené varianty).

Propagace v rádiu

Dalším způsobem propagace by mohla být reklama v rádiu – navrhoval bych regionální rádio, které vysílá signál po území města Brna a jeho okolí. Konkrétně bych doporučoval například rádio Kiss Hády, rádio Krokodýl nebo rádio Čas. Stačil by přibližně krátký reklamní spot (přibližně 20-30 vteřin), který by byl poutavý a dokázal by potenciálnímu zákazníkovi říct, co přesně firma dělá, kde ji najdeme ve městě Brně a hlavně odkaz na nově vzniklé internetové stránky. Tato forma medializace je ovšem nákladná a nejsem si jistý, zda by měla kýžený efekt. Zakázky firmy jsou přece jenom nákladnější a firma poskytuje služby pro větší organizace a firmy. Normální člověk nepotřebuje pro svou potřebu vyrobení velké kovové konstrukce apod.

Cílem zavedení internetové propagace je tedy zisk nových zákazníků, kteří by pro firmu znamenali zvýšení tržeb a obecněji navýšení oběžných aktiv, která ve sledovaném období celkem razantně klesala. Navíc by se zlepšila likvidita firmy, protože pokud by se zvýšil počet zakázek, tak by se zvýšila hodnota krátkodobých pohledávek a krátkodobého finančního majetku. V současné době firma bez své internetové propagace v podstatě nemůže v konkurenci jiných firem, které již internetové stránky mají, obstát.

2. Kompletní reorganizace společnosti

Vzhledem k tomu, že v posledním zkoumaném roce měla společnost záporný výsledek hospodaření a navíc veškeré ukazatele, které byly vypočítány jsou velice slabé, tak je zapotřebí učinit několik kroků, které by vedly ke zlepšení situace ve společnosti. Není možné, aby dodavatelé čekali na své závazky více než 250 dní, aby se vložené prostředky do společnosti znehodnocovaly.

Firma by měla přehodnotit veškeré činnosti prováděné ve firmě, také způsob plnění jednotlivých zakázek, zda cena, za kterou zakázku provede, bude vůbec pro firmu výdělečná. Určitě by firmě pomohlo zvýšení cen služeb, ovšem nesměl by být spojený s tímto podražením úbytek klientely.

Pokud by předchozí návrh na medializaci společnosti byl úspěšný, tak bych navrhoval také kratší dobu obratu pohledávek – to znamená, aby firma nečekala dlouho na finance za vyhotovení zakázky od odběratelů. Tím pádem by se získané peníze mohly použít na zaplacení závazků vůči dodavatelům a firma by se mohla dostat z problému s dodavateli (neschopnost zaplacení dodavatelům).

Závěr

Práce se věnuje zhodnocení finanční situace podniku MIDUR, s.r.o. v období let 2005-2007 základními metodami finanční analýzy. Nejprve byly v práci zobrazeny základní údaje o podniku, byla provedena SWOT analýza, Porterova analýza a zobrazen 4P marketingový mix. Poté byla provedena analýza absolutních ukazatelů (horizontální a vertikální analýza), analýza rozdílových a poměrových ukazatelů. Na závěr byla provedena analýza soustav ukazatelů, která napovídá největší měrou o současném stavu podniku.

Na základě zjištěných výsledků a získaných informací a zkušeností z praxe ve firmě byly vysloveny návrhy, které by měly být přínosem ke zlepšení stávající situace firmy. Díky vypočítaným ukazatelům bylo zjištěno, že společnost dosahuje velice podprůměrných výsledků, netvoří žádný fond, který by usnadňoval hospodaření společnosti. Společnost je velmi málo likvidní, veškeré vložené prostředky se v roce 2007 znehodnocují, stejně jako celková aktiva a tržby v tomto roce. Doba obratu pohledávek je příliš dlouhá, společnost přichází tímto o kapitál. Co se týče placení závazků, tak není možné, aby v roce 2007 čekali dodavatelé na své závazky více než 250 dní. Soustavy ukazatelů prozradily fakt, že se společnost nachází v šedé zóně a hlavně ukazatele mají sestupnou tendenci, tzn. že se pomalu blíží k bankrotu.

Z velké části jsou tyto fakta zapříčiněny v podstatě nulovou mediální prezentací. Společnost, která v současné době spoléhá pouze na kontakty z minulých let se nemůže ve svém vývoji někam posunout a získat nové zákazníky. Vzhledem k tomu, že firma doposud nemá vlastní internetové stránky, tak jsem vypracoval návrh, jakým způsobem stránky vytvořit a prezentovat je. Tímto krokem má firma šanci obstát v konkurenčním prostředí. Většina firem, které působí ve stejném odvětví jako analyzovaná firma, totiž internetové stránky již mají dávno zavedené. V kombinaci s přednostmi firmy, je tento krok zásadní k zisku nových zákazníků. Navíc investice do zavedení stránek není tak veliká, pro firmu je to do budoucna určitě krok ke zlepšení současné, opravdu existenční situace.

Ze zjištění, že firma směřuje k bankrotu a také toho, že majitel společnosti společně s dalšími (novými) společníky založil novou společnost, která převzala největší zakázky právě analyzované společnosti MIDUR, s.r.o. a je prosperující a velmi slibně se rozvíjí, je na rozhodnutí majitele společnosti, zda by nebylo lepší převést majetek a ostatní zakázky společnosti na právě nově vzniklou společnost ARKOMONT, s.r.o. , ovšem zavedením internetové prezentace by firma určitě neztratila.

Závěrem bych chtěl říci, že bylo splněno cílů práce. Vypracované návrhy budou předány zároveň s celou prací majiteli společnosti MIDUR, s.r.o. V případě jejich realizace je třeba rozpracovat detailněji podobu internetových stránek, hlavně co se týče informací a designu. Náklady na realizaci této změny pro společnost byly stanoveny, pouze údaj o nákladu na vytvoření samotných internetových stránek je přibližný. Cena za vytvoření se totiž stanovuje podle počtu pracovních hodin, které strávila firma nad tímto vytvořením a také jaké grafické a ostatní prvky budou zobrazeny na tomto webu. Pokud byly návrhy opravdu efektivní pro společnost, by v praxi dokázal potvrdit či vyvrátit pouze čas.

Seznam použité literatury

Knihy

- 1) BLAHA, Z. S., JINDŘICHOVSKÁ, I. *Jak posoudit finanční zdraví firmy*. 3. rozšířené vyd. Praha: Management Press 2006. ISBN 80-7261-145-3.
- 2) HANUŠOVÁ, H. a KOČMANOVÁ, A. *Účetnictví*. 1. vyd. Brno: PC-DIR, 1998. 230 s. ISBN 80-214-1270-4.
- 3) KISLINGEROVÁ, E. *Manažerské finance*. 1. vydání. Praha: C.H.Beck, 2004. 714 s. ISBN 80-7179-802-9
- 4) KOVANINCOVÁ, D., KOVANIC, P. *Poklady skryté v účetnictví: Díl II Finanční analýza účetních výkazů*. 2. vyd. Praha: Polygon, 1995. 300 s. ISBN 80-85967-07-3.
- 5) RŮČKOVÁ, P. *Finanční analýza – metody, ukazatele, využití v praxi*. Praha: Grada Publishing, 2007. 120 s. ISBN 978-80-247-1386-1
- 6) SEDLÁČEK, J. *Účetní data v rukou manažera*. 2. vyd. Brno: Computer Press, 2001. 212 s. ISBN 80-7226-562-8.
- 7) SEDLÁČEK, J. *Účetnictví pro manažery*. 1. vydání. Praha: Grada, 2005. 228 s. ISBN 80-247-1195-8.
- 8) SCHOLLEOVÁ, H. *Ekonomické a finanční řízení pro neekonomy*. Praha: Grada Publishing, 2008. 256 s. ISBN 978-80-247-2424-9.
- 9) STROUHAL, J. *Finanční řízení firmy v příkladech*. 1. vydání. Brno: Computer Press, 2006. 180 s. ISBN 80-251-0913-5.
- 10) ŽIVĚLOVÁ, I. *Finanční řízení podniku I*. 1. vydání. Brno: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, 1998. 106 s. ISBN 80-7157-339-6.

Internetové zdroje

- 11) *Index IN01* [online]. 2009 [cit. 2009-03-22]. Dostupný z WWW:
<<http://www.podnikinfo.eu/podnikinfo/rating/aktualni/in01.aspx?sekce=5&menu=346>>
.
- 12) *Ceník CZ domén* [online]. 2009 [cit. 2009-05-10]. Dostupný z WWW:
<<http://www.domena.cz/pricelist.html>>
- 13) *Tvorba WWW stránek* [online]. 2009 [cit. 2009-05-10]. Dostupný z WWW:
<<http://www.intencio.cz/tvorba-www-stranek.html>>

14) Varianta FAST, webhosting [online]. 2009 [cit. 2009-05-10]. Dostupný z WWW:
<http://ignum.cz/web/df/cz/?typ=wbh_win-fast&PHPSESSID=38aedcfafb81d37048c6bc05acbb8083>

15) Firemní zápisy [online]. 2009 [cit. 2009-05-10]. Dostupný z WWW:
<<http://napoveda.seznam.cz/cz/typy-firemnych-zapisu.html>>

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Horizontální analýza aktiv

Tabulka č. 2: Horizontální analýza pasiv

Tabulka č. 3: Vertikální analýza aktiv

Tabulka č. 4: Vertikální analýza pasiv

Tabulka č. 5: Hodnoty ČPK ve sledovaném období vyjádřené v tisících Kč

Tabulka č. 6: Hodnoty ČPP ve sledovaném období vyjádřené v tisících Kč

Tabulka č. 7: Vypočítané hodnoty ukazatelů rentability

Tabulka č. 8: Vypočítané hodnoty ukazatelů likvidity

Tabulka č. 9: Vypočítané hodnoty ukazatelů zadluženosti

Tabulka č. 10: Vypočítané hodnoty ukazatelů aktivity

Tabulka č. 11: Vypočítané hodnoty provozních ukazatelů

Tabulka č. 12: Vypočítané hodnoty Z-skóre ve sledovaném období

Tabulka č. 13: Vypočítané hodnoty indexu IN 05

Seznam grafů

Graf č. 1: Vývoj aktiv ve sledovaném období

Graf č. 2: Vývoj pasiv ve sledovaném období

Graf č. 3: Struktura aktiv v roce 2005

Graf č. 4: Struktura aktiv v roce 2006

Graf č. 5: struktura aktiv v roce 2006

Graf č. 6: struktura pasiv v roce 2005

Graf č. 7: struktura pasiv v roce 2006

Graf č. 8: struktura pasiv v roce 2007

Graf č. 9: Vývoj ukazatelů rentability ve sledovaném období

Graf č. 10: Vývoj ukazatelů likvidity ve sledovaném období

Graf č. 11: Procentní porovnání hodnot celkové zadluženosti a koeficientu samofinancování

Graf č. 12: Vývoj Z-skóre

Graf č. 13: Vývoj IN 05

Seznam příloh

Příloha č. 1: Rozvaha ve zkráceném rozsahu za sledované období

Příloha č. 2: Výkaz zisků a ztrát ve zkráceném rozsahu za sledované období

Příloha č. 1: Rozvaha ve zkráceném rozsahu za sledované období

Označení a	AKTIVA b	Číslo řádku c	Účetní období		
			2005	2006	2007
	AKTIVA CELKEM (ř. 02 + 03 + 31 + 63)	001	10506	9937	11323
A.	Pohledávky za upsaný základní kapitál	002	0	0	0
B.	Dlouhodobý majetek (ř. 04 + 13 + 23)	003	2450	6642	8797
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek (ř. 05 až 12)	004	0	0	0
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek (ř. 14 až 22)	013	2450	6642	8797
B. II. 3.	Samostatné movité věci a soubory movitých věcí	016	218	364	298
	7. Nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	020	2232	6278	8498
B. III.	Dlouhodobý finanční majetek (ř. 24 až 30)	023	0	0	0
C.	Oběžná aktiva (ř. 32 + 39 + 48 + 58)	031	7886	3230	2510
C. I.	Zásoby (ř. 33 až 38)	032	350	268	768
C. I. 1.	Materiál	033	0	0	40
	2. Nedokončená výroba a polotovary	034	350	268	729
C. II.	Dlouhodobé pohledávky (ř. 40 až 47)	039	0	0	0
C. III.	Krátkodobé pohledávky (ř. 49 až 57)	048	6367	2673	1713
C. III. 1.	Pohledávky z obchodních vztahů	049	6367	2673	1713
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek (ř. 59 až 62)	058	1169	289	27
C. IV. 1.	Peníze	059	398	-302	4
	2. Účty v bankách	060	771	591	23
D. I.	Časové rozlišení (ř. 64 až 66)	063	169	65	16
D. I. 1.	Náklady příštích období	064	169	65	16

Označení	PASIVA	Číslo řádku	2005	2006	2007
a	b	c			
	PASIVA CELKEM (ř. 68 + 85 + 118)	067	10506	9937	11323
A.	Vlastní kapitál (ř. 69 + 73 + 78 + 81 + 84)	068	2399	2762	2548
A. I.	Základní kapitál (ř. 70 až 72)	069	200	200	200
A. I. 1.	Základní kapitál	070	200	200	200
A. II.	Kapitálové fondy (ř. 74 až 77)	073	0	0	0
A. III.	Rezervní fondy, nedělitelný fond a ostatní fondy ze zisku (ř. 79 + 80)	078	263	139	106
A. III. 1.	Zákonný rezervní fond / Nedělitelný fond	079	20	20	20
2.	Statutární a ostatní fondy	080	243	119	86
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let (ř. 82 + 83)	081	1918	1936	2423
A. IV. 1.	Nerozdělený zisk minulých let	082	1918	1936	2423
A. V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období (+/-) /ř. 01 - (+ 69 + 73 + 78 + 81 + 85 + 118)	084	19	487	-181
B.	Cizí zdroje (ř. 86 + 91 + 102 + 114)	085	8107	7176	8774
B. I.	Rezervy (ř. 87 až 90)	086	0	0	0
B. II.	Dlouhodobé závazky (ř. 92 až 101)	091	0	0	0
B. III.	Krátkodobé závazky (ř. 103 až 113)	102	8107	7176	8774
B. III. 1.	Závazky z obchodních vztahů	103	2434	839	1357
4.	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení	106	5618	5915	7489
5.	Závazky k zaměstnancům	107	97	76	39
6.	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění	108	59	45	25
7.	Stát - daňové závazky a dotace	109	-101	301	-137
B. IV.	Bankovní úvěry a výpomoci (ř. 115 až 117)	114	0	0	0
C. IV.	Časové rozlišení (ř. 119 + 120)	118	0	0	0

Pozn.: Zpracováno a upraveno z materiálů, poskytnutých od účetní firmy MIDUR, s.r.o. (původní verze - zadané údaje byly v korunách, poupravil jsem a vyjádřil v tisících Kč.)

Příloha č. 2: Výkaz zisků a ztrát ve zkráceném rozsahu za sledované období

Označení a	TEXT b	Číslo řádku c	Sledovaná období		
			2005	2006	2007
II.	Výkony (ř. 05 až 07)	04	17028	12427	11289
II. 1.	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	05	17028	12159	10560
2.	Změna stavu zásob vlastní činnosti	06	0	268	729
B.	Výkonová spotřeba (ř. 09 + 10)	08	14489	10506	11055
B. 1.	Spotřeba materiálu a energie	09	7680	3538	3616
B. 2.	Služby	10	6809	6968	7439
+	Přidaná hodnota (ř. 03 + 04 - 08)	11	2539	1921	234
C.	Osobní náklady (ř. 13 až 16)	12	1908	1503	760
C. 1.	Mzdové náklady	13	1376	1072	540
C. 3.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	15	482	375	190
C. 4.	Sociální náklady	16	11	56	30
D.	Daně a poplatky	17	36	26	22
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	18	575	36	387
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu (ř. 20 + 21)	19	80	231	908
III. 1	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	20	0	165	690
III. 2	Tržby z prodeje materiálu	21	80	65	218
IV.	Ostatní provozní výnosy	26	14	231	908
H.	Ostatní provozní náklady	27	77	86	149
*	Provozní výsledek hospodaření [ř. 11 - 12 - 17 - 18 + 19 - 22 - 25 + 26 - 27 + (-28) - (-29)]	30	36	499	-176
XI.	Ostatní finanční výnosy	44	1	104	25
O.	Ostatní finanční náklady	45	0	0	9
*	Finanční výsledek hospodaření [(ř. 31 - 32 + 33 + 37 - 38 + 39 - 40 - 41 + 42 - 43 + 44 - 45 - (-46) + (-47)]	48	-11	95	16
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost (ř. 50 + 51)	49	7	108	20
Q. 1.	- splatná	50	7	108	20
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost (ř. 30 + 48 - 49)	52	18	487	-180
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-) (ř. 52 + 58 - 59)	60	18	487	-180
****	Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-)(ř. 30 + 48 + 53 - 54)	61	25	594	-160