



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

FAKULTA PODNIKATELSKÁ

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT

ÚSTAV EKONOMIKY

INSTITUTE OF ECONOMICS

ZHODNOCENÍ FINANČNÍ SITUACE SPOLEČNOSTI S R. O. MEDIA AGE A NÁVRHY NA JEJÍ ZLEPŠENÍ

FINANCIAL SITUATION EVALUATION IN MEDIA AGE S. R. O. AND PROPOSALS TO ITS IMPROVEMENT

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

Tomáš Doležal

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

doc. Ing. Marek Zinecker, Ph.D.

BRNO 2017

Zadání bakalářské práce

Ústav:	Ústav ekonomiky
Student:	Tomáš Doležal
Studijní program:	Ekonomika a management
Studijní obor:	Ekonomika podniku
Vedoucí práce:	doc. Ing. Marek Zinecker, Ph.D.
Akademický rok:	2016/17

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů a se Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně zadává bakalářskou práci s názvem:

Zhodnocení finanční situace společnosti s r. o. MEDIA AGE a návrhy na její zlepšení

Charakteristika problematiky úkolu:

Úvod
Cíle práce, metody a postupy zpracování
Teoretická východiska práce
Analýza současného stavu
Vlastní návrhy řešení
Závěr
Seznam použité literatury
Přílohy

Cíle, kterých má být dosaženo:

Cílem této bakalářské práce je zhodnocení finanční situace vybraného podniku na základě metod finanční analýzy za období 2011 až 2015 a podle zjištěných výsledků formulovat návrhy na řešení problémových oblastí, které povedou k zlepšení v budoucím období.

Základní literární prameny:

GRÜN WALD, R. a J. HOLEČKOVÁ. 2007. Finanční analýza a plánování podniku. Vyd. 1. Praha: Ekopress. 318 s.: il. ISBN 978-80-86929-26-2.

KISLINGEROVÁ, E. a J. HNILICA. 2008. Finanční analýza: krok za krokem. 2. vyd. Praha: C.H. Beck, xiii. C.H. Beck pro praxi. 135 s.: il. ISBN 978-80-7179-713 5.

KOVANICOVÁ, D. a P. KOVANIC, 2001. Poklady skryté v účetnictví. Díl I: Jak porozumět účetním výkazům EU, IAS, US GAAP, ČR 6.aktual.vyd., Praha: Polygon. 274 s.: ISBN 80-7273-047-9.

REŽŇÁKOVÁ, M. 2012. Efektivní financování rozvoje podnikání. Praha: Grada, 142 s.: grafy, tab. ISBN 978-80-247-1835-4.

RŮČKOVÁ, P., 2011. Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi. 4., aktualiz. vyd. Praha: Grada. 143 s.:il. ISBN 978-80-247-3916-8.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2016/17

V Brně dne 28.2.2017

L. S.

doc. Ing. Tomáš Meluzín, Ph.D.
ředitel

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.
děkan

Abstrakt

Hlavním cílem této bakalářské práce je zhodnotit finanční situaci MEDIA AGE, s. r. o. za pomoci metod finanční analýzy za zvolené období 2011-2015. Výsledky finanční analýzy jsou následně podkladem pro formulaci návrhů opatření pro odstranění slabých a posílení silných stránek finančního hospodaření společnosti.

Abstract

The aim of this bachelor thesis is to assess the financial situation of the MEDIA AGE, s. r. o. company using methods of financial analysis during period 2011-2015. Results of the analysis are used as a starting-point for recommendations how to improve strengths and eliminate weaknesses of the company financial management.

Klíčová slova

finanční analýza, metody finanční analýzy, poměrové ukazatele, účetní výkazy

Key words

financial analysis, methods of financial analysis, ration indicators, financial statements

Bibliografická citace

DOLEŽAL, T. *Zhodnocení finanční situace společnosti s r. o. MEDIA AGE a návrhy na její zlepšení*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2017. 80 s. Vedoucí bakalářské práce doc. Ing. Marek Zinecker, Ph.D..

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušil autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 24. května 2017

.....

Tomáš Doležal

Poděkování

Rád bych touto formou poděkoval vedoucímu mé bakalářské práce doc. Ing. Markovi Zineckerovi, Ph.D. za příjemnou spolupráci, ochotu, odborné vedení, cenné rady a připomínky, díky kterým jsem mohl zpracovat tuto práci.

Mé poděkování patří také jednateři MEDIA AGE, s. r. o. a zároveň i produkčnímu společnosti za získané informace, ochotu a čas, který mi mohli věnovat.

OBSAH

ÚVOD	11
1 CÍLE PRÁCE, METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ	13
2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE	14
2.1 Finanční analýza.....	14
2.2 Uživatelé finanční analýzy	14
2.3 Informační zdroje finanční analýzy	15
2.3.1 Rozvaha	17
2.3.2 Výkaz zisku a ztrát.....	18
2.3.3 Výkaz cash flow.....	19
2.3.4 Provázanost účetních výkazů.....	20
2.4 Metody finanční analýzy.....	21
2.4.1 Analýza absolutních ukazatelů	22
2.4.2 Analýza rozdílových ukazatelů.....	23
2.4.3 Analýza poměrových ukazatelů.....	24
2.4.4 Analýza soustav ukazatelů.....	30
2.5 Benchmarkingový diagnostický systém.....	33
3 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU	35
3.1 Základní údaje o společnosti	35
3.1.1 Historie společnosti.....	37
3.1.2 Organizační struktura.....	37

3.2	Finanční analýza společnosti.....	38
3.3	Analýza absolutních ukazatelů.....	39
3.3.1	Horizontální analýza	39
3.3.2	Vertikální analýza	44
3.4	Analýza rozdílových ukazatelů	47
3.5	Analýza poměrových ukazatelů	48
3.5.1	Ukazatele rentability	48
3.5.2	Ukazatele aktivity	50
3.5.3	Ukazatelé zadluženosti	53
3.5.4	Ukazatelé likvidity	55
3.6	Analýza soustav ukazatelů	57
3.6.1	Shrnutí získaných poznatků	60
4	VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ	63
4.1	Charakteristika projektu	63
4.2	Marketingový mix 5P.....	63
4.3	Rozpočet projektu	64
4.4	Popis činností a doba jejich trvání	65
4.4.1	Metoda CPM.....	68
4.4.2	Kritická cesta	69
4.4.3	Ganttův diagram	69
4.5	Shrnutí návrhové části	70

ZÁVĚR	71
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	73
SEZNAM POUŽITELNÝCH ZKRATEK A SYMBOLŮ	75
SEZNAM GRAFŮ	76
SEZNAM OBRÁZKŮ	77
SEZNAM TABULEK	78
PŘÍLOHY	80

ÚVOD

S rozvojem tržní ekonomiky a konkurenčního prostředí se finanční řízení stalo její dominantní součástí. Za stěžejní cíl každého podnikatele lze z pohledu vlastníků považovat produktivní využití vlastních i cizích zdrojů, které následně vede k maximalizaci tržní hodnoty ve společnosti. Zjištění silných a slabých stránek hospodaření společnosti nemusí být vždy dostačující informace a je zapotřebí se učit z chyb ostatních subjektů. K tomu nám slouží metody mezipodnikového porovnání v podobě benchmarkingu a jiných metod, které zajistí analýzu externích a oborových faktorů, ze kterých lze následně vyhotovit závěry.

Finanční analýza vychází z finančního účetnictví, respektive z výkazů, které firma z účetních dat sestavuje každý rok. Především se jedná o rozvahu (bilanční rovnici), výkaz zisku a ztrát a výkaz cash-flow, neboli výkaz přehledu o peněžních tocích. Již uvedené výkazy jsou veřejně přístupné a každoročně je firmy sestavují. Finanční analýza se jeví jako vhodný nástroj ke zjištění situace ve společnosti a zároveň i její postavení ve svém oboru podnikání vůči konkurentům.

Za téma své bakalářské práce jsem si zvolil Zhodnocení finanční situace společnosti a návrhy na její zlepšení. Již zmíněné téma jsem si vybral hned z několika důvodů. První důvod je ten, že k tomuto tématu mám velmi blízko už jen proto, že studuji obor Ekonomika podniku. Zhodnocení finanční situace společnosti zajímá téměř každého podnikatele. I mě jako případného majitele firmy by jistě zajímala situace ve sledovaném období, jelikož je zapotřebí, aby společnost v plné míře využívala své zdroje. Je důležité kvalitně vyhodnotit stávající situaci a nalézt své silné a slabé stránky, a tím posílit své působení na trhu a stát se lépe konkurenceschopný.

Převážně každý podnikatel si dává za hlavní cíl maximalizaci tržní hodnoty. V dnešní době je situace na trhu taková, že konkurence je všude kolem nás, a proto je zapotřebí věnovat se správné alokaci volných finančních prostředků, ale zároveň i procesu čerpání finančních prostředků z cizích zdrojů.

Pro zpracování bakalářské práce jsem si vybral společnost s r. o. Media Age, která sídlí v Brně. Ke zhodnocení finanční situace využiji strategické a finanční analýzy. Následně

z jednotlivých výstupů bude zhodnocení stávající situace a budou navržena konkrétní opatření na zlepšení stávající finanční situace. Společnost bude hodnocena z interních a účetních výkazů za období 2011-2015.

V teoretické části bakalářské práce je vytvořen taxativní výčet základních pojmů a definic metod, které jsou stěžejními částmi celé této práce. V analytické části se nachází výsledky finanční analýzy a zároveň i mezipodnikové porovnání v podobě benchmarkingu. V třetí části bakalářské práce, tedy vlastním návrhům řešení, jsou prezentovány návrhy na posílení konkurenceschopnosti společnosti a odstranění jejich slabých stránek.

1 CÍLE PRÁCE, METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ

Cílem této bakalářské práce je zhodnocení finanční situace vybrané společnosti na základě metod finanční analýzy za období 2011 až 2015 a podle zjištěných výsledků formulovat návrhy na řešení problémových oblastí, které povedou k zlepšení v budoucím období.

Konkrétně se jedná o společnost s ručením omezením Media Age. Je to společnost, která poskytuje služby svým zákazníkům v oblasti propagace. Zároveň je členem asociace komunikačních agentur AKA. Posláním AKA má na starosti hájit svobodu pro šíření a soutěž komerčních projevů, přispívat k profesionalitě komerční komunikaci podporou vzdělávání a rozšiřování praxe těch, kteří ji vytváří. Od roku 2009 se společnost stala členem již zmíněné asociace.

Ke splnění hlavního cíle je zapotřebí dosáhnout následujících cílů dílčích, a to:

- prostudování odborné literatury k finanční analýze a formulace teoretické části,
- nashromáždění dat a informací ze společnosti,
- aplikování vybraných metod finanční analýzy,
- shrnutí silných a slabých stránek finančního hospodaření,
- formulace návrhů na zlepšení.

Tato bakalářská práce je rozdělená na teoretickou a analytickou část, která je následně rozdělena na analýzu současného stavu společnosti a na vlastní návrhy řešení.

V první části vymezím pojmy, které souvisejí s finanční analýzou. Dále zmíním účetní výkazy, se kterými budu po dobu psaní bakalářské práce pracovat. Podrobněji v této části budou rozepsány metody finanční analýzy, které budou klíčové pro tuto práci.

Druhá část bakalářské práce je částí analytickou. Tato analytická část bude zaměřena na analýzu finanční situace společnosti za posledních 5 let. Konkrétně půjde o situaci z roku 2011 po rok 2015. Na základě získaných výsledků bude dále provedené shrnutí finanční zdraví společnosti a dojde k mému návrhu, který by mohlo zlepšit finanční situaci analyzované společnosti.

2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

V této části práce budou uvedena teoretická východiska, která budou podkladem pro zpracování analytické části, kde následně se bude probraná část aplikovat na analýzu vybrané obchodní korporace.

2.1 Finanční analýza

Finanční analýza je prvním krokem k rozumnému rozhodování. Má smysl především jako logický prostředek hodnocení, porovnávání údajů a vytváření nových informací, které jsou daleko hodnotnější než jednotlivé původní údaje.

Finanční analýza představuje zhodnocení situace firmy. Jejím cílem je poznat finanční zdraví, zjistit slabiny, které by mohly v budoucnosti vést k problémům a stanovit si silné stránky, na kterých by firma mohla stavět. Lze tedy říct, že finanční analýza slouží pro ekonomické vyhodnocení, které je založené na poznatcích z účetních výkazů.

Můžeme ji rozdělit do dvou základních fází. V první fázi finanční analýzy jde o získání hlavních informací, v níž má potřebnou vypovídající schopnost a jsou pro daný účel nejlépe použitelné. Druhá fáze slouží k poměrování údajů mezi sebou tak, aby byly vypovídací schopnosti k danému problému anebo následně k jejímu rozhodnutí (Bláha, Jindřichovská, 2006, s. 11-12; Kalouda, 2016, s. 57).

2.2 Uživatelé finanční analýzy

Uživatelé finanční analýzy můžeme rozdělit do dvou oblastí a to na oblast interní a externí. Ovšem mají jedno společné a to, že potřebují vědět, aby mohli řídit.

Interní uživatelé

Manažeři – využívají informace poskytované finančním účetnictvím, které je základem pro finanční analýzu a to především pro dlouhodobé i také pro operativní finanční řízení společnosti (Grünwald, Holečková, 2009, s. 27; Vochozka, 2011, s. 13).

Zaměstnanci – mají přirozený zájem na prosperitě, hospodářské a finanční stabilitě společnosti, ve kterém vykonávají svou pracovní činnost, neboť jim jde o zachování

pracovního místa a mzdové ohodnocení (Grünwald, Holečková, 2009, s. 30; Vochozka, 2011, s. 13).

Externí uživatelé

Konkurenti – snaží se získat potřebné finanční informace od podobných společností, které jsou ziskové a to především z toho důvodu, aby se mohli inspirovat (Grünwald, Holečková, 2009, s. 30).

Stát a jeho orgány – zajímají se především o finančně-účetní data hned z několika důvodů. Především pro kontrolu plnění daňových povinností, ale také při rozdělování finanční výpomoci (dotace, vládou zaručené úvěry) a pro statistiku (Grünwald, Holečková, 2009, s. 31).

Investoři – mezi primární uživatele finančně-účetních informací, které jsou obsažené ve finančních výkazech společnosti, patří akcionáři či vlastníci, kteří vkládají do společnosti potřebný kapitál. Nejvíce se zajímají o stabilitu a likviditu společnosti. Dále také o disponibilní zisk, na němž závisí výše dividend (Grünwald, Holečková, 2009, s. 28; Vochozka, 2011, s. 13).

Banky a jiní věřitelé – využívají informace společnosti z toho důvodu, aby získali představu o finanční situaci (Grünwald, Holečková, 2009, s. 29; Vochozka, 2011, s. 13).

Obchodní partneři – lze rozdělit na dodavatele a odběratele. Mezi dodavatele patří obchodní věřitelé a zaměřují se především na to, zda společnost bude včas hradit své závazky. Příkladem odběratelů jsou zákazníci, kteří mají zájem na finanční situaci dodavatele, především při dlouhodobém obchodním vztahu (Grünwald, Holečková, 2009, s. 30).

2.3 Informační zdroje finanční analýzy

Chceme-li dosáhnout kvalitní posouzení finanční analýzy, je nezbytné, abychom vycházeli z kvalitních a zároveň i z komplexních dat. Je nutné podchytit pokud možno všechna data, která by mohla zkreslit výsledky hodnocení finančně zdraví firmy. Základní data jsou nejčastěji čerpaná z účetních výkazů. Zdroje dat je možné rozdělit do tří skupin:

- finanční účetní výkazy (rozvaha, výkaz zisku a ztrát, výkaz cash flow, výkaz o změnách ve vlastním kapitálu a příloha k účetním výkazům, výroční zpráva);
- ostatní data podnikového informačního systému (například ve vnitřních směrnících),
- externí data (například data v obchodním rejstříku)

Jedním z hlavních zdrojů pro sestavení finanční analýzy je účetní závěrka, která je upravena zákonem č. 563/1991 Sb., o účetnictví (Kubíčková a Jindřichovská, 2015, s. 17).

Ovšem z již třech zmíněných skupin jsou nejznámější účetní výkazy.

Účetní výkazy

Účetní výkazy jsou důležitým podkladem k finanční analýze. Již zmíněné výkazy lze rozdělit do dvou skupin. A to finanční účetní výkazy a vnitropodnikové účetní výkazy (Růčková, 2011, s. 22).

Finanční výkazy jsou externí výkazy, jelikož poskytují informace zejména externím uživatelům. Můžeme z nich vyčíst stav a strukturu majetku, zdroje krytí, tvorbu a užití výsledku hospodaření a zároveň také peněženích toků (Růčková, 2011, s. 22).

Vnitropodnikové výkazy slouží ke zpřesnění výsledků finanční analýzy a zároveň nemají právně závaznou úpravu (Růčková, 2011, s. 22).

Účetní závěrka je spojená se součástí finanční situace podnikatelského subjektu. Je důležitá především pro obchodní partnery, investory, ale i pro samého majitele společnosti (Needles and Power, 2007).

2.3.1 Rozvaha

Základní členění rozvahy je následující.

Tab. 1: Rozvaha (Upraveno dle Růčková, 2011, s. 24-26)

AKTIVA	PASIVA
A. Pohledávky za upsaný vlastní kapitál	A. Vlastní kapitál
	A.I. Základní kapitál
B. Dlouhodobý majetek	A.II. Kapitálové fondy
B.I. Dlouhodobý nehmotný majetek	A.III. Fondy ze zisku
B.II. Dlouhodobý hmotný majetek	A.IV. Výsledek hospodaření minulých let
B.III. Dlouhodobý finanční majetek	A.V Výsledek hospodaření běžného období
C. Oběžná aktiva	B. Cizí kapitál
C.I. Zásoby	B.I. Rezervy
C.II. Dlouhodobé pohledávky	B.II. Dlouhodobé závazky
C.III. Krátkodobé pohledávky	B.III. Krátkodobé závazky
C.IV. Finanční majetek	B.IV. Bankovní úvěry a výpomoci
D. Ostatní aktiva	C. Ostatní pasiva
D.I. Časové rozlišení	C.I. Časové rozlišení
D.II. Dohadné účty aktivní	C.II. Dohadné účty pasivní

Rozvaha je účetním výkazem, který znázorňuje bilanční formou stav dlouhodobého hmotného majetku a nehmotného majetku (aktiva) a zdrojů jejich financování (pasiva) vždy k určitému datu. Rozvaha se sestavuje k poslednímu dni každého roku. Má za úkol znázornit základní přehled o majetku společnosti ve statické podobě (v okamžiku účetní závěrky). Lze tedy říci, že nám jde tedy o získání věrného obrazu ve třech základních oblastech – majetkové situace společnosti, zdrojích financování a finanční situace společnosti (Růčková, 2011, s. 22).

Nejenže je rozvaha základním klíčovým účetním výkazem, ale také rozvaha, neboli bilance platí pravidlo, že strana aktiv se rovná straně pasiv (Kovanicová a Kovanic, 2001, s. 17)

2.3.2 Výkaz zisku a ztrát

Výkaz zisku a ztrát se liší od rozvahy tím, že znázorňuje, které náklady a výnosy za jednotlivé činnosti se podílely na tvorbě výsledku hospodaření období, který je pak v rozvaze zobrazen jako jediný údaj na straně pasiv, respektive ve vlastním kapitálu.

Z ekonomických ukazatelů má výsledek hospodaření, respektive zisk nebo ztráta důležitou prioritu (Grünwald, Holečková, 2009, s. 41; Kislingerová, 2007, s. 51).

Výsledek hospodaření za určité období podává přehled o:

- 1) nákladech, které informují o tom, kolik peněz firma vynaložila během určitého období (materiál, daně, platy nebo mzdy zaměstnanců, apod.);
- 2) výnosech, které znázorňují peníze, již firma utržila během určitého období z prodeje služeb či výrobků (Grünwald, Holečková, 2009, s. 41).

Struktura výkazu zisku a ztrát je možno nalézt několik kategorií výsledků hospodaření. Liší se především od sebe tím, že jaké náklady a výnosy do jejich struktur vstupují. Výsledek hospodaření členíme na provozní, z finančních operací, za běžnou činnost, mimořádný, za účetní období, před zdaněním (Růčková, 2011, s. 32).

Rozdíl mezi rozvahou a výkazem zisku a ztrát je v tom, že zatímco rozvaha znázorňuje aktiva a pasiva v určitém časovém okamžiku, tak výkaz zisku a ztrát se vztahuje vždy k určitému časovému intervalu (Růčková, 2011, s. 32).

Z výkazu zisků a ztrát můžeme vypočítat výsledek hospodaření a jeho vzorec je následující (Kovanicová a Kovanic, 2001, s. 59):

$$VH = Výnosy - Náklady$$

Tab. 2: Výkaz zisku a ztrát (Upraveno dle Landa, 2007, s. 42-43)

Tržby za prodej zboží
- náklady vynaložené na prodané zboží
= obchodní marže
+ výkony
- výkonová spotřeba
= přidaná hodnota
+ další provozní výnosy
- další provozní náklady
= Provozní výsledek hospodaření
finanční výnosy
- finanční náklady
= Finanční výsledek hospodaření
- daň z příjmu za běžnou činnost
= Výsledek hospodaření za běžnou činnost
mimořádné výnosy
- mimořádné náklady
- daň z příjmu z mimořádné činnosti
= mimořádný výsledek hospodaření
Výsledek hospodaření za běžného období
Výsledek hospodaření před zdaněním

2.3.3 Výkaz cash flow

Výkaz cash flow je účetním výkazem, který srovnává bilanční formu zdroje tvorby peněžních prostředků (příjmy) s jejich využitím (výdaji) za určité časové období. Zároveň slouží k posouzení skutečné finanční situaci. Dalo by se říci, že odpovídá na otázku: Kolik peněžních prostředků společnost vytvořila a na jaké účely je využila (Růčková, 2011, s. 34; Kislíngrová, 2007, s. 58).

Tento výkaz je možné rozdělit do tří skupin:

- provozní činnost,
- investiční činnost,
- finanční činnost (Růčková, 2011, s. 34).

Tab. 3: Výkaz cash flow (Zdroj Sedláček, 2001, s. 58)

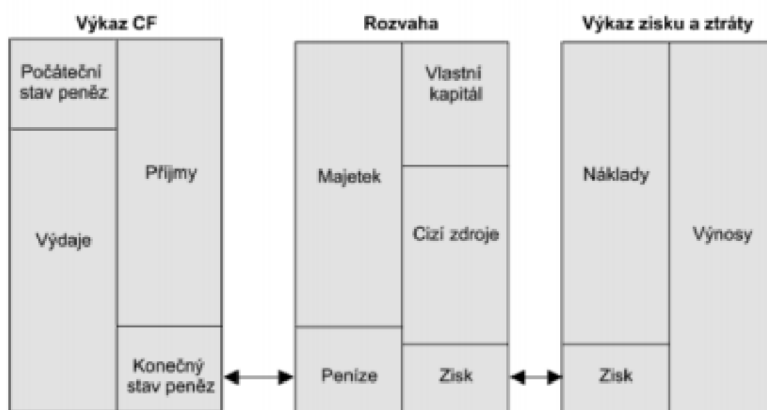
Počáteční stav peněžních prostředků	
Zisk nebo ztráta	(+/-)
Nepeněžní operace	(+/-)
Úprava čistého pracovního kapitálu	(+/-)
Čistý peněžní tok z provozní činnosti	
Přírůstek (nákup) fixních aktiv	(-)
Výnosy z prodeje fixních aktiv	(+)
Úhrada komplexního pronájmu	(+/-)
Cash flow z investiční činnosti	
Změna stavu dlouhodobých závazků	(+/-)
Změna vlastního kapitálu z vybraných operací	(+/-)
Cash flow z finanční činnosti	
Celkový CF = CF I + CF II + CF III	
KONEČNÝ STAV PENĚŽNÍCH PROSTŘEDKŮ	

Legenda:

- CF I čistý peněžní tok z hospodářské činnosti,
- CF II CF z investiční činnosti,
- CF III CF z finanční činnosti (Sedláček, 2001, s. 58).

2.3.4 Provázanost účetních výkazů

V předchozích kapitolách jsem nastínil, co vlastně znamená rozvaha, výkaz zisku a ztrát a v předešlé kapitole výkaz cash flow. Zde vám názorně ukážu, jak mezi sebou existuje provázanost účetních výkazu (Růčková, 2011, s. 38).



Obr. 1: Provázanost účetních výkazů (Zdroj Růčková, 2011, s. 38)

Na uvedeném obrázku můžeme vidět provázanost účetních výkazů. Hlavní postavení má rozvaha a zbylé výkazy jsou od rozvahy odvozeny. Výsledek hospodaření nevypovídá o tom, jak se firmě daří z hlediska finančních prostředků. Zároveň pro hodnocení firmy tak není důležité pouze schopnost vytvářet kladný výsledek hospodaření, ale také zajištění dostatečného množství peněz pro běžné fungování (Růčková, 2011, s. 38).

2.4 Metody finanční analýzy

V této části budou rozepsané jednotlivé metody finanční analýzy, které následně využiji v analytické části své práce. Metody lze rozlišit na elementární metody a vyšší metody finanční analýzy (Sedláček, 2001, s. 8; Kovanicová, Kovanic, 1995, s. 235).

Metody elementární technické analýzy zahrnují:

- a) analýza absolutních ukazatelů (stavových i tokových),
 - horizontální analýza (analýza trendů),
 - vertikální analýza (procentní rozbor),
- b) analýza rozdílových ukazatelů,
- c) analýza cash flow,
- d) analýza poměrových ukazatelů,
 - rentability,
 - aktivity,
 - zadluženosti a finanční struktury,
 - likvidity,
 - kapitálového trhu,
 - provozní činnosti,
 - cash flow,
- e) analýza soustav ukazatelů,
 - pyramidové rozklady,
 - predikční modely (Sedláček, 2001, s. 8)

Vyšší metody finanční analýzy zahrnují:

- a) matematicko-statistické metody, do kterých například patří bodové odhady, empirické distribuční funkce, korelační koeficienty, analýza rozptylu apod.,

- b) nestatistické metody, zahrnují matné (fuzzy) množiny, expertní systémy a gnostická teorie neurčitých dat (Sedláček, 2001, s. 9).

2.4.1 Analýza absolutních ukazatelů

K této analýze jsou zapotřebí údaje, které jsou obsažené v účetních výkazech. Nejenže se sledují absolutní hodnoty ukazatelů v čase se obvykle zjišťují také jejich relativní (procentní) změny. Jedná se o velmi důležitou součást práce, ve které jde o rozbor horizontální a vertikální struktury účetních výkazů (Sedláček, 2001, s. 15; Kislingerová, 2007, s. 64).

Horizontální analýza

Tato analýza bývá také nazvaná jako analýza trendů, která porovnává změny v časové řadě. Hlavním úkolem již zmíněné analýzy je především srovnání změn vzhledem k minulému účetnímu období v jednotlivých účetních výkazech a to na základě určitého časového rámce. Horizontální analýza je prováděna po řádcích, a aby byly výsledky analýzy dostatečně relevantní, je zapotřebí pracovat s údaji za dostatečně dlouhé časové období (Sedláček, 2001, s. 15).

Pohyby jednotlivých veličin jsou měřeny absolutně a relativně a hledáme odpověď na dvě základní otázky (Kislingerová a Hnilica, 2008, s. 9-12; Kislingerová, 2007, s. 64):

- O kolik jednotek se změnila příslušná položka v čase?
- O kolik procent se změnila příslušná jednotka v čase?

$$\text{Absolutní hodnota} = Ukazatel_t - Ukazatel_{t-1}$$

$$\% \text{ změna} = \frac{Ukazatel_t - Ukazatel_{t-1}}{Ukazatel_{t-1}}$$

Vertikální analýza

Tento ukazatel bývá také nazýván jako procentní analýza. Hlavním cílem této analýzy je posoudit jednotlivé komponenty majetku a kapitály, tzv. strukturu aktiv a pasiv

ve firmě. Ekonomická stabilita firmy je závislá na schopnosti vytvářet a udržovat rovnovážný stav majetku a kapitálu. Její výhodou je především to, že na ni nemá vliv meziroční inflace (Kislingerová a Hnilica, 2008, s. 13).

$$\% \text{ změna} = \frac{\text{Položka aktiv}}{\text{Celková aktiva}} * 100$$

$$\% \text{ změna} = \frac{\text{Položka pasiv}}{\text{Celková pasiva}} * 100$$

$$\% \text{ změna} = \frac{\text{Položka výsledovky}}{\text{Celkové tržby}} * 100$$

2.4.2 Analýza rozdílových ukazatelů

Analýza rozdílových ukazatelů slouží především k analýze a řízení finanční situace firmy. Zároveň klade důraz na likviditu. Základem pro výpočet rozdílových ukazatel je účetní výkaz rozvaha. Mezi rozdílové ukazatele patří čistý pracovní kapitál, čisté pohotové prostředky a čistý peněžně-pohledávkový finanční fond (Sedláček, 2001, s. 35).

Čistý pracovní kapitál (ČPK)

Nejvýznamnějším rozdílovým ukazatelem je čistý pracovní kapitál. Je zároveň nejčastěji užívaný a lze jej definovat jako rozdíl mezi oběžným majetkem a krátkodobými závazky. Když krátkodobá aktiva převyšují krátkodobé závazky, má to za následek dobré finanční zázemí pro podnikatelský subjekt (Sedláček, 2001, s. 35).

$$\text{ČPK} = \text{Oběžná aktiva} - \text{Krátkodobé závazky}$$

Čistý peněžní majetek

Představuje střední cestu mezi oběma již zmíněnými rozdílovými ukazateli. Během výpočtu se z oběžného majetku vylučují zásoby a od takto upravených aktiv se odečtou krátkodobé závazky (Sedláček, 2001, s. 29).

$$\text{ČPM} = (\text{OA} - \text{Zásoby}) - \text{Krátkodobé závazky}$$

2.4.3 Analýza poměrových ukazatelů

Analýza poměrových ukazatelů patří mezi nejnámější metody finanční analýzy. Zatímco vertikální a horizontální analýza sleduje vývoj jedné veličiny, respektive položky z rozvahy či výsledovky, v čase nebo vztahu k jedné určité veličině (celková bilanční suma, tržby). Poměrová analýza dává do poměru položky, které mezi sebou souvisí. K tomu, aby společnost mohla dlouhodobě existovat a bez problému fungovat, musí být nejen rentabilní, tzn. že musí přinášet užitek vlastníkům, ale i likvidní a přiměřeně zadlužená (Kislingerová a Hnilica, 2008, s. 29).

Ukazatele rentability

V praxi tento ukazatel patří mezi nejsledovanější vzhledem k tomu, že informuje o efektu, jakého bylo dosaženo během vloženého kapitálu. Občas bývá také označován jako ukazatel výnosnosti či ziskovosti (Kislingerová a Hnilica, 2008, s. 29).

$$\frac{\text{Výnosy}}{\text{Vložený kapitál}}$$

- Ukazatel rentability vloženého kapitálu (ROI)

Patří mezi nejdůležitější ukazatele, díky kterému můžeme zjistit činnost společnosti. Ukazatel vyjadřuje, s jakou účinností působí celkový kapitál, který byl vložen do firmy, nezávisle na zdroji financování. Doporučená hodnota se uvidí nad 12 % (Sedláček, 2001, s. 62)

$$ROI = \frac{EBIT}{\text{Celkový kapitál}} * 100$$

- Ukazatel rentability celkových vložených aktiv (ROA)

Ukazatel ROA poměřuje zisk s celkovými aktivy, které byly investovány do podnikání bez ohledu na to, z jakých zdrojů byly financovány (vlastní, cizí, krátkodobé, dlouhodobé). Pokud je do čitatele dosažen EBIT (v účetní metodice odpovídá zhruba provoznímu zisku), pak ukazatel hrubou produkční sílu aktiv společnosti před odpočtem

daní a nákladových úroků. Je velice užitečné při srovnání firem s rozdílnými daňovými podmínkami a zároveň s různým podílem dluhu ve finančních zdrojích.

Ovšem pokud bude dosažen do čitatele čistý zisk (po zdanění) zvýšený o zdaněné úroky, znamená to, že požadujeme, aby již zmíněný ukazatel poměřil vložené prostředky nejen se ziskem, ale i s úroky, které jsou odměnou věřitelům za jimi zapůjčený kapitál (Sedláček, 2001, s. 63; Režňáková, 2012, s. 10).

$$ROA = \frac{EAT (EBIT)}{Celková\ aktivita} * 100$$

- Ukazatel rentability vlastního kapitálu (ROE)

Tento ukazatel má na starosti míru ziskovosti z vlastního kapitálu, jímž vlastníci (akcionáři, společníci a další investoři) zjišťují, zda jejich kapitál vložený do podnikatelského subjektu přináší dostatečný výnos. Výsledné hodnoty by měly být o několik málo vyšší než je průměrné úročení dlouhodobých vkladů, a to právě kvůli tomu, abychom přesvědčili investory k investování do naší společnosti, než do dlouhodobých vkladů (Sedláček, 2001, s. 64; Režňáková, 2012, s. 14).

$$ROE = \frac{EAT}{Vlastní\ kapitál} * 100$$

- Ukazatel rentability tržeb (ROS)

V tomto pojetí vyjadřuje poměr zisku k tržbám a měří stupeň ziskovosti, tj. množství zisku v Kč na 1 Kč tržeb. Při výpočtu tržby v sobě zahrnují, jak tržby za prodej vlastního výrobku, služby tak i za zboží (Sedláček, 2001, s. 65; Pavelková, Knápková, 2005, s. 23).

$$ROS = \frac{EAT (EBIT)}{Tržby} * 100$$

Ukazatel aktivity

Dle Sedláčka (2001, s. 66) měří, jak efektivně firma hospodaří se svými aktivy. Má-li jich více, než je účelné, vznikají jí zbytečné náklady, a tím i nízký zisk. Má-li jich

nedostatek, pak se musí vzdát mnoha potenciálně výhodných podnikatelských příležitostí a přichází o výnosy, které by mohla získat.

Je možné pracovat se dvěma typy ukazatelů aktivity, které jsou vyjádřeny buď počtem obrátů anebo dobou obrátu (Sedláček, 2001, s. 66)

- Obrat celkových aktiv

Tento ukazatel dává do poměru tržby k celkovému vloženému kapitálu a udává, kolikrát se dlouhodobý majetek obrátí v tržby za rok. Doporučené hodnoty jsou v intervalu od 1,6 do 3,0. Jestliže je hodnota pod doporučenými hodnotami, respektive menší než 1,5. Následně je nutno prověřit možnosti efektivního snížení celkových aktiv (Sedláček, 2001, s. 66).

$$\text{Obrat celkových aktiv} = \frac{\text{Tržby}}{\text{Celková aktiva}}$$

- Obrat stálých aktiv

Poskytuje důležité informace především pro finanční manažery a je stěžejním ukazatelem ovlivňujícím rozhodnutí, zda je vhodné zakoupit další investiční majetek. Hodnoty by měly být vyšší než u předchozího ukazatele celkových aktiv (Růčková, 2011, s. 61)

$$\text{Obrat stálých aktiv} = \frac{\text{Tržby}}{\text{Stálá aktiva}}$$

- Obrat zásob

Někdy se označuje jako ukazatel intenzity využití zásob a říká, kolikrát je během roku prodána a znovu uskladněná každá položka zásob. Při srovnávání opět vycházíme z odvětvového průměru a v případě, že hodnota je nižší než průměr, pak to znamená, že společnost nemá dostatečně likvidní zásoby. Pokud dosahuje hodnoty vyšší než je daný průměr, společnost má dostatečně likvidní zásoby. Slabinou tohoto ukazatele je, že tržby odrážejí tržní hodnotu, zatímco zásoby se udávají v pořizovacích cenách. Tato slabina má za následek nadhodnocení skutečnou obrátku. Ovšem doporučuje se,

že by se měl v čitateli využít náklady na prodané zboží (účet 504), avšak tradičně se používají tržby (Sedláček, 2001, s. 67).

$$\text{Obrat zásob} = \frac{\text{Tržby}}{\text{Zásoby}}$$

- Doba obratu zásob

Udává nám průměrný počet dnů, po které jsou zásoby vázány v podnikání, než dojde k jejich spotřebě či prodeji. Pokud ovšem výsledky klesají, tak je to v pořádku. Není pak příliš velké množství kapitálu vázáno v zásobách (Sedláček, 2001, s. 67; Pavelková, Knápková, 2005, s. 33).

$$\text{Doba obrat zásob} = \frac{\text{Zásoby}}{\frac{\text{Tržby}}{360}}$$

- Doba obratu pohledávek

Udává průměrnou dobu splatnosti pohledávek. Výsledek je udávám v počtu dnů, během nichž je inkaso peněz za každodenní tržby zadrženo v pohledávkách (Sedláček, 2001, s. 68).

$$\text{Doba obratu pohledávek} = \frac{\text{Krátkodobé pohledávky}}{\frac{\text{Tržby}}{360}}$$

- Doba obratu závazků

Doba obratu závazků udává, jak dlouho společnost odkládá platbu faktur svým dodavatelům. Tato doba by měla být vyšší než u doby obratu pohledávek (Sedláček, 2001, s. 69).

$$\text{Doba obrat závazků} = \frac{\text{Krátkodobé závazky}}{\frac{\text{Tržby}}{360}}$$

Ukazatelé zadluženosti

Pojem zadluženost vyjadřuje skutečnost, že podnikatelský subjekt používá k financování aktiv ve své podnikatelské činnosti cizí zdroje, tedy dluh. V reálné ekonomice nepřipadá v úvahu, aby u velkých společností byla financovaná veškerá aktiva z vlastního nebo naopak jen z cizího kapitálu (Růčková, 2011, s. 57).

- Celková zadluženost

Ukazatel představuje jaký je rozdíl mezi poměrem cizích zdrojů k celkovým aktivům. Čím je vyšší hodnota, tím je vyšší riziko pro věřitele, že nedojde ke splacení jejich závazků. Zároveň, když je vyšší podíl vlastního kapitálu, tím je větší bezpečnostní polštář proti ztrátám věřitelů v případě likvidace. Proto věřitelé dávají přednost nízké hodnotě zadluženosti. Vlastníci na druhé straně hledají větší finanční páku¹, aby znásobili svoje výnosy (Sedláček, 2011, s. 69).

$$\text{Celková zadluženost [\%]} = \frac{\text{Cizí zdroje}}{\text{Celková aktiva}} * 100$$

- Koeficient samofinancování

Vyjadřuje finanční nezávislost firmy a je doplňkem k ukazateli celkové zadluženosti. Zároveň nám ukazuje, jak je společnost schopna financovat majetek z vlastních zdrojů. Tyto dva ukazatelé nám dávají informaci o finanční struktuře společnosti a jejich součet je roven hodnotě jedna, respektive 100 % (Sedláček, 2011, s. 70).

$$\text{Koeficient samofinancování [\%]} = \frac{\text{Vlastní kapitál}}{\text{Celková aktiva}}$$

- Doba splácení dluhu

Doba splácení dluhu vyjadřuje časový údaj, za který bude společnost schopna svými vlastními silami splatit své dluhy z provozního cash flow.

¹ Vyšší podíl cizího kapitálu může za určitých podmínek příznivě ovlivňovat rentabilitu vlastního kapitálu (Sedláček, 2011, s. 69).

$$\text{Doba splácení dluhu [roky]} = \frac{\text{Cizí zdroje} - \text{Finanční majetek}}{\text{Provozní cash flow}}$$

- Úrokové krytí

Je jedním z nejčastěji používaných ukazatelů. Také se označuje jako ziskové úhrady úroku. Má za úkol porovnat zisk společnosti neboli výsledek hospodaření před odečtením úroků a daně s celkovým ročním úrokovým zatížením. Ukazatel informuje o tom, kolikrát celkový efekt reprodukce převyšuje úrokové platby a doporučené hodnoty jsou kolem 8 (Valach, 1999, s. 107-108).

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

Ukazatele likvidity

Jednou ze základních podmínek úspěšné existence společnosti v podmínkách trhu je trvalá platební schopnost. Jde o to, zda podnikatelský subjekt je schopen včas splatit své krátkodobé závazky (dluhy). Likviditu můžeme rozdělit do tří stupňů: běžná, pohotová a okamžitá likvidita (Valach, 1999, s. 108-112)

- Běžná likvidita (likvidita 3. stupně)

Běžná likvidita nám udává, kolikrát jsou pokryta oběžná aktiva krátkodobé závazky společnosti. Znamená to, kolikrát je podnikatelský subjekt schopen uspokojit své věřitele v situaci, kdyby v daném okamžiku proměnil veškerá svá oběžná aktiva na hotovost. Čím je vyšší hodnota ukazatele, tím je pravděpodobnější zachování platební schopnosti společnosti. Doporučené hodnoty pro bankovní standardy jsou 2-3, což je hodnota finančně zdravých společností. Pokud je hodnota menší než 1,0 jsou z hlediska finančního zdraví nepřijatelné (Valach, 1999, s. 109; Grünwald, 2001, s. 18).

$$\text{Běžná likvidita} = \frac{\text{Oběžná aktiva}}{\text{Krátkodobé závazky} + \text{Krátkodobé bankovní úvěry}}$$

- Pohotovostní likvidita (likvidita 2. stupně)

Ovšem ne všechna aktiva společnosti jsou stejně likvidní. Je zapotřebí odstranit z ukazatele vliv obecně nejméně likvidní části oběžných aktiv, tj. zásob (surovin, materiálu, polotovarů, nedokončené výroby a hotových výrobků) a k tomu nám slouží ukazatel pohotovostní likvidity. Čím vyšší je hodnota pohotovostní likvidity, tím jistější je úhrada krátkodobých závazků i v případech, že by přeměna pohledávek v peněžní prostředky vážla. Doporučené hodnoty jsou v rozmezí 1-1,5. Ovšem pokud jsou hodnoty menší než 1, považují to banky za nepřijatelné a znamená to prvotní platební neschopnost (Valach, 1999, s. 111).

$$\text{Pohotovostní likvidita} = \frac{\text{Oběžná aktiva} - \text{zásoby}}{\text{Krátkodobé závazky} + \text{Krátkodobé bankovní úvěry}}$$

- Okamžitá likvidita (likvidita 1. stupně)

Velice proměnlivá veličina krátkodobý finanční majetek. Okamžitá likvidita je nepřesnějším ukazatelem likvidity, jelikož měří schopnost společnosti uhradit krátkodobé závazky právě v daném okamžiku. Doporučené hodnoty se pohybují v rozmezí 0,2-0,5. Pokud se objeví vyšší hodnoty, tak společnost špatně hospodáří s kapitálem (Valach, 1999, s. 113).

$$\text{Okamžitá likvidita} = \frac{\text{Krátkodobý finanční majetek}}{\text{Krátkodobé závazky} + \text{Krátkodobé bankovní úvěry}}$$

2.4.4 Analýza soustav ukazatelů

Jak již víme z předchozí kapitoly, tak finančně ekonomickou situaci firmy lze analyzovat pomocí značného počtu rozdílových a poměrových ukazatelů. Ovšem nevýhodou tohoto přístupu však je, že jednotlivé ukazatele mají samy o sobě omezenou vyjadřovací schopnost, jelikož charakterizují pouze určitý úsek činnosti firmy. Čím vyšší je počet ukazatelů, tak tím detailnější informace získáme. Z těchto důvodů existují jak modely založené na větším počtu ukazatelů (20 až 200), tak i modely ústící v jedno číslo a to hodnotící koeficient (Sedláček, 2001, s. 101).

Rozlišujeme soustavy ukazatelů na:

1. soustavy hierarchicky uspořádaných ukazatel

Typickým příkladem jsou pyramidové soustavy, které zároveň slouží k identifikaci logických a ekonomických vazeb. Například se má namysli rozklad ukazatele ROE v nadnárodní chemické společnosti DU Pont de Nomeurs (Sedláček, 2001, s. 101).

2. účelové výběrové ukazatelé

Jejich cílem je sestavit takové výběry ukazatelů, které by dokázaly kvalitně diagnostikovat finanční situaci firmy, tzn. predikovat její krizový vývoj (Sedláček, 2001, s. 101).

Můžeme je rozdělit na:

- **bonitní (diagnostické) modely** se snaží pomocí bodového hodnocení stanovit bonitu hodnocené společnosti a následně zařadit firmu z finančního hlediska při mezifiremním srovnávání. Do této skupiny patří:
 - soustava bilančních analýz podle Rudolfa Douchy,
 - Tamariho model,
 - Kralickův Quicktest,
 - modifikovaný Quicktest (Růčková, 2011, s. 71).
- **bankrotní (predikční) modely** odpovídají na otázku, do jaké určité doby zbankrotuje společnost. Do této skupiny patří například:
 - Altmanovo Z-skóre,
 - Tafflerův model,
 - model In – index důvěryhodnosti (Růčková, 2011, s. 71).

Pro mou bakalářskou práci v následujících kapitolách popíšu pouze některé z nich, které následně aplikuji v mé analytické části na konkrétních reálných číslech.

Altmanův model

Jak již bylo výše uvedeno, Altmanův model se řadí mezi bankrotní modely. Představuje jednu z možností, jak vyhodnotit finanční zdraví společnosti pomocí jediného čísla Z-skóre. Profesor Altman stanovil diskriminační funkce vedoucí k výpočtu, následně na to stanovil i hranice pásem pro predikci finančního vývoje firmy (Sedláček, 2001, s. 129).

Vyskytují se dvě varianty výpočtu, pomocí kterých lze vypočítat Altmanův model. V první metodě hraje významnou roli analyzovaná společnost, která je veřejně obchodovatelná s akcemi a v té druhé ne. Má bakalářská práce se zaměřuje na firmu, která poskytuje služby, není veřejně obchodovatelná, proto výslednou hodnotu zjišťujeme následujícím vztahem (Sedláček, 2001, s. 129):

$$Z_i = 0,717 * A + 0,847 * B + 3,107 * C + 0,420 * D + 0,998 * E$$

Kde platí:

- A čistý pracovní kapitál/celková aktiva,
- B zisk po zdanění/celková aktiva,
- C zisk před zdaněním a úroky/celková aktiva,
- D tržní hodnota vlastního kapitálu/celkové dluhy,
- E celkové tržby/celková aktiva (Sedláček, 2001, s. 129).

Hranice pro jednotlivé fáze jsou následující:

Tab. 4: Hranice Altmanového modelu (Upraveno dle Sedláček, 2001, s. 129)

Výsledek	Hodnocení situace
$Z > 2,9$	můžeme předvídat uspokojivou finanční situaci (pásma prosperity)
$1,2 < Z \leq 2,9$	„šedá zóna“ nevyhraněných výsledků (pásma šedé zóny)
$Z \leq 1,2$	firma je ohrožena vážnými finančními problémy (pásma bankrotu)

Index IN05

Tak jako Altmanův model, tak i Index IN05 se řadí mezi bankrotní modely. Je vyjádřen diskriminační funkcí, ve kterých jsou zařazené poměrové ukazatele z oblasti zadluženosti, rentability, likvidity a aktivity. Každému je přiřazena určitá váha, která je váženým průměrem hodnot tohoto ukazatele v odvětví. Byl vytvořen tak, aby odpovídal českým podmínkám. Tento model byl zpracován manžely Neumaierovými (Růčková, 2011, s. 76; Scholleová, 2012, s. 190).

$$IN05 = 0,13 * A + 0,04 * B + 3,97 * C + 0,21 * D + 0,09 * E$$

Kde platí:

- A aktiva/cizí zdroje,
- B EBIT/nákladové úroky,
- C EBIT/celková aktiva,
- D výnosy/celková aktiva,
- E oběžná aktiva/krátkodobé závazky (Scholleová, 2012, s. 190).

Dne Scholleové (2012, s. 190) může být výsledek interpretován následujícím způsobem:

Tab. 5: Hranice Indexu IN05 (Upraveno dle Scholleová, 2012, s. 190)

Výsledek	Hodnocení situace
$IN05 > 1,6$	uspokojivá finanční situace a společnost tvořící hodnotu (pásmo prosperity)
$0,9 < IN05 < 1,6$	nelze definovat výsledky “šedá zóna” (pásmo šedé zóny)
$IN05 < 0,9$	společnost má finančními problémy a spěje k bankrotu (pásmo bankrotu)

2.5 Benchmarkingový diagnostický systém

Benchmarkingový diagnostický systém finančních indikátorů INFA (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2005) je pod záštitou státní správy, respektive Ministerstva průmyslu a obchodu. Dále také je výsledkem spolupráce s akademickou sférou (Vysokou školou ekonomickou – Doc. Ing. Inka Neumaierová, CSc. a Ing. Ivanem Neumaierem – autoři metodiky INFA).

Již zmíněný systém má sloužit společnostem k ověření jejich finančního zdraví a porovnat jejich výsledky s nejlepšími firmami v odvětví, nebo průměrem za odvětví. Zároveň slouží k identifikaci hlavních předností firmy a nejpálčivějších problémů, které pomůže odhalit. Je východiskem pro formování a určení podnikové strategie. Zdrojem dat je statistické šetření Českého statistického úřadu. Tento systém byl k 30. 4. 2012 inovován.

Tuto metodu pro svou bakalářskou práci využiji v analytické části a to z toho důvodu, abych porovnal výsledky zkoumané obchodní korporace s oborovými hodnotami.

3 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU

Tato kapitola bakalářské práce bude zpočátku zaměřena na představení vybrané společnosti s r. o. Media Age. Následně bude provedena analýza vybrané společnosti. Analýza bude zahrnovat jednotlivé ukazatele, které jsem zmínil v teoretické části, a následně získané hodnoty budou okomentovány. Oborové porovnání bude provedeno na základě modelu benchmarkingu s klasifikací OKEČ (Odvětvová klasifikace ekonomických činností).

3.1 Základní údaje o společnosti

Společnost s r. o. Media Age (dále jen Media Age) je členem asociace komunikačních agentur (AKA). Posláním AKA je hájit svobodu pro šíření a soutěž komerčních projevů, přispívat k profesionalitě komerční komunikaci podporou vzdělávání a rozšiřování praxe těch, kteří ji vytváří. Od roku 2009 se Media Age stala členem již zmíněné asociace.

Media Age se specializuje na komunikaci poskytující následující služby: komplexní klientská řešení od kreativity po vztahy s veřejností (dále také „PR“, neboli public relations), produkci, online a média. Působí v Praze, Brně a Bratislavě. Ovšem v Brně je hlavní sídlo společnosti. Dále také vytváří kreativní a mediální strategie, kterou doplní PR, produkcí a digitálními službami.

Má zkušenosti s prací pro korporátní firmy, jako je například Heineken CZ, Wrigley, Tesco nebo Stock Plzeň. Ovšem již zmíněné firmy nejsou jediné, které si služby ze společnosti Media Age objednávají. Mezi další klienty patří i Kooperativa, Galerie Vaňkovka, Olympia, Aqualand Moravia, Národní památkový ústav a další.

Obchodní firma	MEDIA AGE
Právní forma	Společnost s ručením omezeným
Předmět podnikání	Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona
	Hostinská činnost
Vznik podnikání	9. srpna 2005
Sídlo	třída Kapitána Jaroše 1927/8, 602 00 BRNO
Identifikační číslo	269 77 958
Jednatel a vlastník	Mgr. David Blažek
Základní kapitál	240 000 Kč
Počet členů statutárního orgánu	1
Počet zaměstnanců	22



Obr. 2: Logo společnosti (Zdroj MEDIAAGE.CZ, 2016)

3.1.1 Historie společnosti

Společnost Media Age byla založena v roce 2005. Během působení na trhu bylo její sídlo měněno celkem čtyřikrát. Nejprve společnost začínala v Brně městské části Královo Pole a v dnešní době sídlí v Černých polích na třídy Kapitána Jaroše.

Na chodu společnosti se podílela jednatelka společnosti Mgr. Zuzana Trunečková spolu s Mgr. Davidem Blažkem. V dnešní době je jen pouze jeden jednatel a to Mgr. David Blažek.

Od roku 2009 se společnost stala členem asociace AKA. Posláním AKA má na starosti hájit svobodu pro šíření a soutěž komerčních projevů, přispívat k profesionalitě komerční komunikaci podporou vzdělávání a rozšiřování praxe těch, kteří ji vytváří.

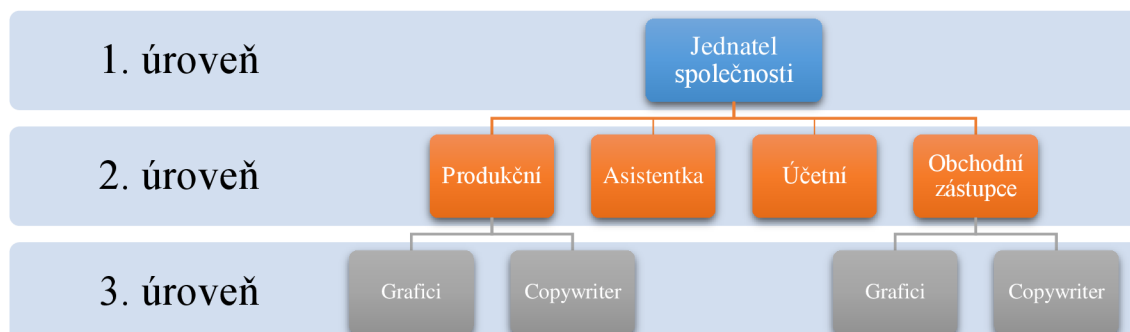
3.1.2 Organizační struktura

Ve společnosti se nachází liniová organizační struktura. Jde o jedno ze základních organizačních uspořádání. Vztahy mezi nadřízenými a podřízenými jsou uspořádány vertikálně. V již zmíněné společnosti je organizační struktura tvořena následujícím výčtem pracovníků, kteří jsou dle postavení ve firmě seřazeni od nejvyššího po nejnižší.

- jednatel společnosti (Mgr. David Blažek),
 - produkční,
 - grafici,
 - copywriter,
 - asistentka,
 - účetní,
 - obchodní zástupce,
 - grafici,
 - copywriter.

Na vrcholu společnosti se nachází jednatel, jmenuje se pan Mgr. David Blažek. Mezi jeho podřízené patří produkční, asistentka, účetní, obchodní zástupci. Produkční spolu s obchodními zástupci mají dále na starosti grafiky a copywritera. Produkční, asistentka, účetní a copywriter jsou pouze po jednom zaměstnanci. Společnost pak dále zaměstnává

pět obchodních zástupců a pět grafiků. Náplň copywritera obnáší public relation. Pro lepší zobrazení jsem si připravil organizační strukturu ve schématu.



Obr. 3: Organizační struktura (Zpracování vlastní)

3.2 Finanční analýza společnosti

V rámci této části bakalářské práce bude zpracována finanční analýza, která je tak stěžejním analytickým nástrojem. Cílem je zhodnotit finanční zdraví vybrané společnosti Media Age. Získané výsledky budou sloužit jako podklad pro následující kapitolu, ve které se budu zabývat návrhy. Mé návrhy by měly směřovat ke zlepšení situace.

Při zpracování finanční analýzy budu vycházet z metod, které jsem získal z odborné literatury a je následně zpracovaná v teoretické části bakalářské práce. Výpočty jednotlivých metod vychází z účetních výkazů a to od roku 2011 po rok 2015. Následně v některých částech bude provedeno srovnání s oborovými průměry za odvětví a to za pomoci benchmarkingového diagnostického systému finančních indikátorů INFA.

3.3 Analýza absolutních ukazatelů

Tato část zahrnuje horizontální, tak i vertikální analýzu. Získané hodnoty budou vyjádřené v absolutní (Kč), tak i v relativní (%) podobě. Podkladem pro zpracování analýzy jsou účetní výkazy, a to rozvaha a výkaz zisku a ztrát.

3.3.1 Horizontální analýza

Horizontální analýza rozvahy obsahuje položky, které jsou uvedené v rámci účetních výkazů a jsou analyzovány ve sledovaném období od roku 2011 do roku 2015.

- **Horizontální analýza aktiv**

Tab. 6: Horizontální analýza aktiv – absolutní změna (Zpracování vlastní)

AKTIVA	Absolutní změna [Kč]			
	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015
Aktiva celkem	999 000	514 000	- 4 426 000	947 000
Stálá aktiva	- 255 000	- 191 000	359 000	- 162 000
Dlouhodobý nehmotný majetek	0	0	400 000	- 400 000
Dlouhodobý hmotný majetek	- 255 000	- 191 000	- 41 000	238 000
Oběžná aktiva	1 190 000	265 000	- 4 285 000	773 000
Krátkodobé pohledávky	872 000	524 000	- 1 168 000	76 000
Krátkodobý finanční majetek	318 000	- 259 000	- 2 221 000	697 000
Časové rozlišení	64 000	440 000	-500 000	336 000

Tab. 7: Horizontální analýza aktiv – relativní změna (Zpracování vlastní)

AKTIVA	Relativní změna [%]			
	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015
Aktiva celkem	12,1	5,5	- 45,3	17,7
Stálá aktiva	- 17,3	- 15,7	34,9	- 11,7
Dlouhodobý nehmotný majetek				- 100,0
Dlouhodobý hmotný majetek	- 17,3	- 15,7	-4,0	24,1
Oběžná aktiva	17,8	3,4	- 52,7	20,1
Krátkodobé pohledávky	13,9	7,3	- 15,2	1,2
Krátkodobý finanční majetek	81,7	-36,6	- 495,8	- 26,1
Časové rozlišení	54,7	243,1	-80,5	277,7

Celková aktiva v tabulce číslo 6 a 7 nejsou v sledovaných letech příliš stabilní. V letech 2012, 2013 a 2015 se celková aktiva meziročně zvyšovala, avšak v roce 2014 došlo k jejich meziročnímu propadu o 4,426 mil. Kč, což odpovídá relativní změně na úrovni -45,3 %. Příčinu zmiňovaného vývoje je nutné spatřovat zejména ve změnách stavu dlouhodobého hmotného majetku v průběhu celého sledovaného období, v pořízení dlouhodobého nehmotného majetku v roce 2014 (vyjmenovat) a změně krátkodobých pohledávek z obchodního styku. Výrazný propad krátkodobého finančního majetku o téměř 500 % koncem roku 2014 byl z toho důvodu, protože bylo potřeba splatit své závazky. Společnost z dlouhodobého majetku převážně používá dlouhodobý hmotný majetek. Ovšem v posledních dvou letech společnost nakoupila i dlouhodobý nehmotný majetek.

Společnost disponuje s **dlouhodobým hmotným majetkem**, a to v podobě samostatných movitých věcí a souboru movitých věcí. Je to například osobní automobil a skútr. Absolutní změna v letech 2012 až 2014 nabývá záporných hodnot. Ovšem v roce 2014 byla absolutní změna -41 000 Kč a v následujícím roce tato změna dosahovala 238 000 Kč. Snižování hodnoty majetku je dáno odpisy.

V roce 2014 došlo k pořízení **dlouhodobého nehmotného majetku** a to v hodnotě 400 000 Kč. V již zmíněné hodnotě pořídila společnost software.

Společnost disponuje s **krátkodobým finančním majetkem** v podobě peněžních prostředků v pokladně a na bankovním účtu. V roce 2014 na pokladně měla 518 000 Kč. Ovšem na bankovním účtu měla -3 187 000 Kč (čerpání kontokorentního úvěru). Meziroční změna absolutním vyjádření v roce 2014 činila -2 221 000 Kč. V následujícím roce absolutní změna dosahovala kladné hodnoty, a to 697 000 Kč. V roce 2015 dosahuje krátkodobý finanční majetek záporných hodnot v celkové výši -1 972 000 Kč.

Časové rozlišení je složeno zejména z nákladů příštích období. Za zmínku stojí rok 2015, kdy společnost měla relativní změnu, oproti předchozímu roku změnu 277,7 %.

- **Horizontální analýza – pasiv**

Tab. 8: Horizontální analýza pasiv – absolutní změna (Zpracování vlastní)

PASIVA	Absolutní změna [Kč]			
	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015
Pasiva celkem	999 000	514 000	-4 426 000	947 000
Vlastní kapitál	827 000	-473 000	-377 000	67 000
VH minulých let	-912 000	1 747 000	-698 000	-152 000
VH běžného období	1 747 000	-698 000	-152 000	-838 000
Cizí zdroje	615 000	571 000	-3 837 000	1 230 000
Krátkodobé závazky	701 000	660 000	-3 754 000	780 000
Bankovní úvěry a výpomoci	-86 000	-89 000	-83 000	450 000
Časové rozlišení	-443 000	416 000	-212 000	-350 000

Tab. 9: Horizontální analýza pasiv – relativní změna (Zpracování vlastní)

PASIVA	Relativní změna [%]			
	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015
Pasiva celkem	12,1	5,5	-45,3	17,7
Vlastní kapitál	69,4	-23,4	-24,4	5,7
VH minulých let	-99,1	21837,5	-39,8	-14,4
VH běžného období	21837,5	-39,8	-14,4	-92,6
Cizí zdroje	9,7	8,2	-51,1	33,4
Krátkodobé závazky	11,6	9,8	-50,6	21,3
Bankovní úvěry a výpomoci	-31,5	-47,6	-84,7	3000,0
Časové rozlišení	-59,7	139,1	-29,7	-69,6

V tabulkách 8 a 9 jsou uvedeny absolutní a relativní meziroční změny celkových pasiv. Společnost po celé sledované období hospodaří se základním kapitálem ve výši 240 tis. Kč. V jednotlivých letech došlo zejména ke změnám v hodnotě výsledků hospodaření a krátkodobých závazků. Vývoj výsledku hospodaření v letech 2013, 2014 a 2015 lze označit jako krizový. Ačkoliv společnost vykazuje zisk v hodnotách 1 057 tis. Kč, 905 tis. Kč, 67 tis. Kč, dochází k jeho meziročnímu snižování a to o téměř 700 tis. Kč v roce 2013, 150 tis. Kč v roce 2014 a v posledním roce je meziroční snížení o téměř 850 tis. Kč. Propad výsledku hospodaření běžného období byl zapříčiněn nižším objemem zakázek.

U **cizích zdrojů** došlo s výjimkou roku 2014 k mírnému zvyšování hodnot. Krátkodobé závazky (z obchodních vztahů) mírně rostly s výjimkou roku 2014, kdy došlo k jejich

snížení o více než 50 %. Krátkodobé úvěry a výpomoci výrazně klesají, pouze v roce 2015 lze zaznamenat jejich navýšení o 3000 % (o 450 tis. Kč v absolutním vyjádření).

- **Horizontální analýza – výkazu zisku a ztrát**

Tab. 10: Horizontální analýza výkazu zisku a ztrát – absolutní změna (Zpracování vlastní)

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁT	Absolutní změna [Kč]			
	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015
Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	2 538 000	2 941 000	-6 384 000	-8 274 000
Výkonová spotřeba	-1 666 000	2 050 000	-3 012 000	-7 375 000
Spotřeba materiálu a energie	234 000	547 000	-617 000	-547 000
Služby	-1 900 000	1 503 000	-2 395 000	-6 828 000
Přidaná hodnota	4 204 000	891 000	-3 372 000	-899 000
Osobní náklady součet	1 589 000	1 937 000	-2 143 000	-384 000
Mzdové náklady	1 088 000	1 600 000	-1 712 000	-173 000
Náklady na SZ a ZP	501 000	337 000	-431 000	-211 000
Daně a poplatky	11 000	0	2 000	-12 000
Odpisy DHM a DNM	128 000	71 000	-657 000	423 000
Tržby z prodeje DHM a materiálu	0	0	198 000	-25 000
ZC prod. DM a materiálu	10 000	-10 000	41 000	-41 000
Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období	261 000	-330 000	69 000	0
Ostatní provozní výnosy	-9 000	0	0	0
Ostatní provozní náklady	33 000	60 000	-313 000	91 000
Provozní výsledek hospodaření	2 163 000	-837 000	-173 000	-1 001 000
Výnosové úroky	18 000	-12 000	-6 000	0
Nákladové úroky	18 000	-2 000	-16 000	0
Ostatní finanční výnosy	84 000	-39 000	-88 000	-40 000
Ostatní finanční náklady	56 000	-30 000	45 000	-41 000
Finanční výsledek hospodaření	28 000	-19 000	-123 000	1 000
Daň z příjmů za běžnou činnost	444 000	-158 000	-144 000	-162 000
VH za účetní období	1 747 000	-698 000	-152 000	-838 000
VH před zdaněním	2 191 000	-856 000	-296 000	-1 000 000

Tab. 11: Horizontální analýza výkazu zisku a ztrát – relativní změna (Zpracování vlastní)

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁT	Relativní změna [%]			
	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015
Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	5,32%	5,85%	-12,00%	-17,67%
Výkonová spotřeba	-4,21%	5,41%	-7,54%	-19,96%
Spotřeba materiálu a energie	18,99%	37,31%	-30,65%	-39,18%
Služby	-4,96%	4,12%	-6,31%	-19,21%
Přidaná hodnota	51,57%	7,21%	-25,45%	-9,10%
Osobní náklady součet	21,99%	21,97%	-19,93%	-4,46%
Mzdové náklady	19,05%	23,53%	-20,38%	-2,59%
Náklady na SZ a ZP	33,09%	16,72%	-18,32%	-10,98%
Daně a poplatky	31,43%	0,00%	4,35%	-25,00%
Odpisy DHM a DNM	27,95%	12,12%	-100,00%	-
Tržby z prodeje DHM a materiálu	-	-	-	-12,63%
ZC prod. DM a materiálu	-	-100,00%	-	-100,00%
Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období	-	-126,44%	-100,00%	-
Ostatní provozní výnosy	-100,00%	-	-	-
Ostatní provozní náklady	13,36%	21,43%	-92,06%	337,04%
Provozní výsledek hospodaření	1109,23%	-35,50%	-11,37%	-74,26%
Výnosové úroky	-	-66,67%	-100,00%	-
Nákladové úroky	-	-11,11%	-100,00%	-
Ostatní finanční výnosy	95,45%	-22,67%	-66,17%	-88,89%
Ostatní finanční náklady	28,14%	-11,76%	20,00%	-15,19%
Finanční výsledek hospodaření	-25,23%	22,89%	120,59%	-0,44%
Daň z příjmů za běžnou činnost	584,21%	-30,38%	-39,78%	-74,31%
VH za účetní období	21837,50%	-39,77%	-14,38%	-92,60%
VH před zdaněním	2608,33%	-37,63%	-20,86%	-89,05%

Tabulky 10 a 11 hodnotí vývoj **tržeb a nákladů v absolutních i relativních změnách**. Trend vývoje tržeb za prodej vlastních výrobků a služeb v letech 2014 a 2015 meziročně významně klesá, protože došlo ke snížení počtu a objemu zakázek ze strany odběratelů. Poklesu výkonů odpovídá rovněž snižování výkonové spotřeby, avšak pomalejším tempem (rok 2014).

Zároveň co se týče **provozního výsledku hospodaření**, tak společnost vykazovala v roce 2012 meziroční nárůstu provozního výsledku hospodaření o 1109,23 %; v nadcházejících letech zisk klesá vlivem snižování zájmu o služby, které společnost Media Age nabízí.

V roce 2012 byla absolutní změna výsledku hospodaření za účetní období 1 747 000 Kč, přičemž relativní změna ve stejném roce byla 21 837,50 %. Oproti roku 2013 byla absolutní změna -698 000 Kč, přičemž relativní změna dosahovala -39,77 %.

Následující léta nabývala záporných hodno. I přesto, že absolutní změna u výsledku hospodaření za účetní období vykazuje snižující trend, tak společnost je v zisku a vzniká jí nárok na odpočet.

3.3.2 Vertikální analýza

Vertikální analýza rozvahy obsahuje položky, které jsou uvedené v rámci účetních výkazů a jsou analyzovány ve sledovaném období od roku 2011 do roku 2015. Jako základna pro výpočet poměru, jakým se podílejí dílčí položky na celkových aktivech (i pasivech), byla zvolená celková aktiva (a tím i pasiva).

- **Vertikální analýza aktiv**

Tab. 12: Vertikální analýza aktiv (Zpracování vlastní)

AKTIVA	2011	2012	2013	2014	2015
Aktiva celkem v Kč	8 263 000	9 262 000	9 776 000	5 350 000	6 297 000
Aktiva celkem v %	100%	100%	100%	100%	100%
Stálá aktiva	17,85%	13,17%	10,53%	25,94%	19,47%
Dlouhodobý nehmotný majetek	0,00%	0,00%	0,00%	7,48%	0,00%
Dlouhodobý hmotný majetek	17,85%	13,17%	10,53%	18,47%	19,47%
Oběžná aktiva	80,73%	84,87%	83,12%	71,79%	73,27%
Krátkodobé pohledávky	76,03%	77,24%	78,54%	121,68%	104,59%
Krátkodobý finanční majetek	4,71%	7,63%	4,58%	-49,89%	-31,32%
Časové rozlišení	1,42%	1,95%	6,35%	2,26%	7,26%

Největší podíl na majetku společnosti tvoří oběžná aktiva, která dosahují více než 70 % z celkové hodnoty aktiv. Z tabulky 11 vyplývá dominantní význam pohledávek z obchodního styku. Ze stálých aktiv je klíčovou položkou dlouhodobý hmotný majetek. V roce 2014 je díky pořízení **dlouhodobého nehmotného majetku** v podobě softwaru a ocenitelných práv podíl této položky na bilanční sumě 18,47 %.

V prvních třech letech lze konstatovat, že **krátkodobé pohledávky** byly stabilní, a to na úrovni okolo 76 %. Pak následně hodnoty krátkodobých pohledávek vzrostly až na hodnoty dosahující více než 100% podíl na celkových aktivech. Důvodem takto

vysoké hodnoty je záporná hodnota **krátkodobého finančního majetku**. Krátkodobý finanční majetek v roce 2014 dosahoval záporné hodnoty. Celková hodnota je -2 669 000 Kč, přičemž to je -49,89 %. Peníze v pokladně společnost měla v hodnotě 518 000 a peníze na bankovním účtu měla -3 187 000 Kč. V následujícím roce již tyto hodnoty jsou na tom lépe, respektive krátkodobý finanční majetek je -31,32 %. Peníze na bankovním účtu v roce 2015 jsou -2 016 000 Kč a zároveň peníze na pokladně jsou 44 000 Kč.

- **Vertikální analýza pasiv**

Tab. 13: Vertikální analýza pasiv (Zpracování vlastní)

PASIVA	2011	2012	2013	2014	2015
Pasiva celkem v Kč	8 263 000	9 262 000	9 776 000	5 350 000	6 297 000
Pasiva celkem v %	100%	100%	100%	100%	100%
Vlastní kapitál	14,43%	21,80%	15,81%	21,85%	19,63%
Základní kapitál	2,90%	2,59%	2,45%	4,49%	3,81%
Rezervní fondy	0,29%	0,26%	0,25%	0,45%	0,38%
VH minulých let	11,13%	0,09%	17,95%	19,76%	14,37%
VH běžného období	0,10%	18,95%	10,81%	16,92%	1,06%
Cizí zdroje	76,59%	74,97%	76,87%	68,75%	77,94%
Krátkodobé závazky	73,29%	72,95%	75,87%	68,47%	70,56%
Bankovní úvěry a výpomoci	3,30%	2,02%	1,00%	0,28%	7,38%
Časové rozlišení	8,98%	3,23%	7,31%	9,40%	2,43%

Z tabulky uvedené výše je patrné, že v letech 2011-2015 má největší podíl položka cizí zdroje a dosahuje podílu v rozmezí 68-76 % na celkových pasivech. Lze tedy říci, že společnost se ve větší míře spoléhá na financování v podobě krátkodobých závazků z obchodních vztahů (využívání dodavatelských úvěrů) a kontokorentního úvěru.

Během sledovaného období došlo i k mírnému navýšení **základního kapitálu**. Společnost si drží svůj rezervní fond pod 1 %.

V roce 2015 došlo k výraznému snížení podílu **výsledku hospodaření** běžného účetního období na bilanční sumě a to až na hodnotu 1 %. V letech 2012 až 2014 je přitom podíl mezi 10 a 20 %. Důvodem je již zmiňovaný propad tržeb za prodej vlastních výrobků a služeb.

I přesto, že společnost zaznamenala pokles výsledku hospodaření, tak vykazuje zisk, a tak dále může pokračovat v podnikání.

- **Vertikální analýza výkazu zisku a ztrát**

Tab. 14: Vertikální analýza výkazu zisku a ztrát (Zpracování vlastní)

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁT	2011	2012	2013	2014	2015
Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb v Kč	47 725 000	50 263 000	53 204 000	46 820 000	38 546 000
Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb v %	100%	100%	100%	100%	100%
Výkonová spotřeba	82,92%	75,42%	75,10%	78,91%	76,71%
Spotřeba materiálu a energie	2,58%	2,92%	3,78%	2,98%	2,20%
Služby	80,34%	72,50%	71,32%	75,93%	74,51%
Přidaná hodnota	17,08%	24,58%	24,90%	21,09%	23,29%
Osobní náklady součet	15,14%	17,54%	20,21%	18,39%	21,34%
Mzdové náklady	11,97%	13,53%	15,79%	14,28%	16,90%
Nálady na SZ a ZP	3,17%	4,01%	4,42%	4,10%	4,44%
Daně a poplatky	0,07%	0,09%	0,09%	0,10%	0,09%
Odpisy DHM a DNM	0,96%	1,17%	1,23%	0,00%	1,10%
Tržby z prodeje DHM a materiálu	0,00%	0,00%	0,00%	0,42%	0,45%
ZC prod. DM a materiálu	0,00%	0,02%	0,00%	0,09%	0,00%
Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období	0,00%	0,52%	-0,13%	0,00%	0,00%
Ostatní provozní výnosy	0,02%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Ostatní provozní náklady	0,52%	0,56%	0,64%	0,06%	0,31%
Provozní výsledek hospodaření	0,41%	4,69%	2,86%	2,88%	0,90%
Výnosové úroky	0,00%	0,04%	0,01%	0,00%	0,00%
Nákladové úroky	0,00%	0,04%	0,03%	0,00%	0,00%
Ostatní finanční výnosy	0,18%	0,34%	0,25%	0,10%	0,01%
Ostatní finanční náklady	0,42%	0,51%	0,42%	0,58%	0,59%
Finanční výsledek hospodaření	-0,23%	-0,17%	-0,19%	-0,48%	-0,58%
Daň z příjmů za běžnou činnost	0,16%	1,03%	0,68%	0,47%	0,15%
VH za účetní období	0,02%	3,49%	1,99%	1,93%	0,17%
VH před zdaněním	0,18%	4,53%	2,67%	2,40%	0,32%

Z tabulky uvedené výše je patrné, že největší podíl na výkazu zisku a ztrát při metodě vertikální analýzy má **výkonová spotřeba**, která ve sledovaném období dosahuje podílu v rozmezí 75-83 %. Nejvýznamnější součástí výkonové spotřeby jsou nakupované **služby**, které dosahují podílu v rozmezí 71-80 %. Osobní náklady každým rokem rostou až na rok 2014. V roce 2013 dosahovaly celkové výši 10 752 000 Kč a v roce 2014 8 609 000 Kč. Nicméně největší podíl osobních nákladů na výkazu zisku a ztrát při metodě vertikální analýzy byl v roce 2015, kdy osobní náklady dosahovaly 23,29 %.

I přesto, že společnost nemá stálý výsledek hospodaření, tak vykazuje zisk a společnost, tak dále může pokračovat v podnikání.

3.4 Analýza rozdílových ukazatelů

Tato část zahrnuje analýzu rozdílových ukazatelů. Zaměřuje se na platební schopnost společnosti a každá společnost by měla udržovat určitou míru likvidity. Zvolil jsem manažerský přístup pro výpočet čistého pracovního kapitálu. Výsledné hodnoty jednotlivých ukazatelů jsou znázorněny v následující tabulce 15.

Tab. 15: Analýza rozdílových ukazatelů (Zpracování vlastní)

ROZDÍLOVÉ UKAZATELE	2011	2012	2013	2014	2015
Čistý pracovní kapitál (manažerský přístup) v Kč	342 000	917 000	611 000	163 000	-294 000
Čistý peněžní majetek v Kč	342 000	917 000	611 000	163 000	-294 000

- **Čistý pracovní kapitál (manažerský přístup)**

Čistý pracovní kapitál v manažerském přístupu lze představit jako rozdíl mezi oběžnými aktivy a krátkodobými závazky. Někdy je nazýván i jako tzv. „finanční polštář“, který v jisté míře vyjadřuje hladký průběh podnikání.

Jak vyplývá z tabulky číslo 15, tak hodnoty ČPK mají v letech 2011-2015 kolísavý trend. Zprvu ČPK roste a následně v roce 2013 klesá až do záporné hodnoty, která je v roce 2015. To znamená, že ve společnosti v již zmíněném roce převládají více krátkodobé závazky než oběžná aktiva.

V ostatních letech sledovaného období nabývají daleko vyšších hodnot. Je to pozitivní, jelikož čím vyšších hodnot společnost dosahuje, tím se zvyšuje i platební schopnost společnosti. Jak již bylo uvedeno, hodnoty jsou pozitivní, jelikož kladný ČPK snižuje finanční rizika společnosti.

- **Čistý peněžní majetek**

Další ukazatel je čistý peněžní majetek, který udává stejný výsledek, jako ukazatel čistého pracovního kapitálu. Identický výsledek je způsobený neexistencí zásob u oběžných aktiv. Společnost poskytuje služby, tím pádem nemá uložené peněžní prostředky v položce zásoby.

3.5 Analýza poměrových ukazatelů

Analýza poměrových ukazatelů se skládá z ukazatelů rentability, aktivity, zadluženosti a likvidity.

3.5.1 Ukazatele rentability

V praxi tento ukazatel patří mezi nejsledovanější vzhledem k tomu, že informuje o efektu, jakého bylo dosaženo z vloženého kapitálu. Občas bývá také označován jako ukazatel výnosnosti či ziskovosti. Ukazatelé vykazují poměr zisku společnosti k výši zdrojů společnosti, které byly potřebné k dosažení zisku. Výsledné hodnoty jednotlivých ukazatelů jsou znázorněny v následující tabulce pod číslem 16 a to za období 2011 – 2015. Výsledky jsou udávány v procentuálních hodnotách, ve kterých se tyto ukazatele běžně uvádějí.

Ukazatele, které byly vybrány, jsou rentabilita investovaného kapitálu (ROI), rentabilita aktiv (ROA), rentabilita vlastního kapitálu (ROE) a rentabilita tržeb (ROS). Zároveň jsou pak uvedeny oborové hodnoty, které byly dosaženy v rámci oboru služeb, dle členění CZ-NACE, za jednotlivé roky, především pro rentabilitu vlastního kapitálu.

Tab. 16: Ukazatele rentability (Zpracování vlastní)

UKAZATELE RENTABILITY	2011	2012	2013	2014	2015
Rentabilita vloženého kapitálu (ROI)	1,02%	24,56%	14,52%	20,99%	1,95%
Rentabilita aktiv (ROA)	0,10%	18,95%	10,81%	16,92%	1,06%
Rentabilita vlastního kapitálu (ROE)	0,67%	86,92%	68,37%	77,42%	5,42%
Oborový průměr (ROE)	6,92%	6,85%	5,81%	8,32%	10,10%
Rentabilita tržeb (ROS)	0,02%	3,49%	1,99%	1,93%	0,17%

- **Rentabilita vloženého kapitálu (ROI)**

Dle Sedláčka (2011, s. 62) je doporučená hodnota vloženého kapitálu nad 12 %. Společnost Media Age doporučenou hodnotu splňuje v období 2012 až 2014. V roce 2011 a 2015 je tato hodnota znepokojivá. Zásadní vliv tkví ve velice nízkém výsledku hospodaření před zdaněním v porovnání s celkovým kapitálem.

- **Rentabilita aktiv (ROA)**

Ukazatel rentability celkových aktiv je jedním z nejdůležitějších ukazatelů finanční analýzy. Udává, jak efektivně je majetek společnosti využíván. Ziskovost celkových aktiv (ROA) dosahuje nejvyšší úrovně v letech 2012, 2013, 2014. V roce 2012 se jedná o hodnotu 18,95 %, na kterou měl největší vliv vysoký zisk v porovnání s ostatními roky. Nejnižší hodnota je naměřená v roce 2011 a to 0,10 %. Největší vliv na tak nízkou hodnotu má velmi nízký výsledek hospodaření po zdanění.

- **Rentabilita vlastního kapitálu (ROE)**

Ukazatel rentability vlastního kapitálu je důležitým ukazatelem především pro vlastníky nebo potenciální investory a udává, jak účinně je využíván celkový kapitál společnosti. Vztah pro výpočet rentability vlastního kapitálu vychází z výsledku hospodaření po zdanění.

Díky Benchmarkingovému diagnostickému systému finančních indikátorů INFA jsem mohl získat oborové hodnoty, které byly dosaženy v rámci oboru služeb, dle členění CZ-NACE za jednotlivé roky.

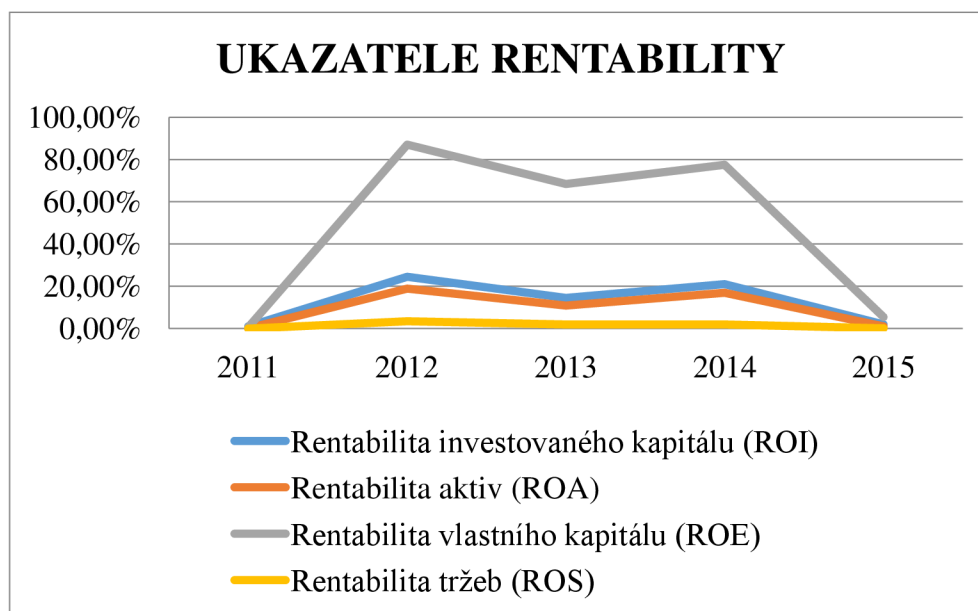
Společnost Media Age dosahuje nejvyšší úrovně v letech 2012, 2013 a 2014. Nejvyšší naměřená hodnota je v roce 2012 a to 86,92 %. Vložený kapitál v roce 2012, 2013 a 2014 přinesl vlastníkům vloženého kapitálu dostatečný výnos.

- **Rentabilita tržeb (ROS)**

Ukazatel rentability tržeb udává, kolik procent má společnost čistého zisku z tržeb. Vztah pro výpočet rentability tržeb vychází z výsledku hospodaření po zdanění. V roce

2012 společnost vykazovala nejvyšší hodnoty ze sledovaného období a to 3,49 %. V následujících letech hodnota ROS klesá, ale i přesto jsou uvedené hodnoty kladné.

Na následujícím grafu číslo 1 je zpracován průběh ukazatelů rentability za období 2011 – 2015.



Graf 1: Grafické zpracování ukazatelů rentability za období 2011-2015 (Zpracování vlastní)

3.5.2 Ukazatele aktivity

Ukazatele aktivity měří, jak efektivně společnost dokáže hospodařit se svým majetkem. Dle Sedláčka (2001, s. 66) má-li společnost více aktiv, než je účelné, vznikají jí zbytečné náklady, a tím i nízký zisk. Je možné pracovat s dvěma částmi ukazatelů aktivity, které jsou vyjádřené buď počtem obrátů, které měří, kolikrát se ten daný majetek dokáže obrátit v tržby anebo dobou obratu, která vyjadřuje, za jak dlouho dojde k obratu položky v tržby. Doby obratu udávají hodnotu ve dnech a ukazatel obratu celkových aktiv hodnotu v počtu obrátek za období. Ukazatele aktivity můžeme vidět v tabulce 17.

Společnost Media Age nedisponuje zásobami, jelikož, jak již bylo uvedené výše, je to obchodní korporace, která poskytuje služby. Proto ukazatel obratu zásob a doby obratu zásob není možné v tomto případě spočítat.

Tab. 17: Ukazatele aktivity (Zpracování vlastní)

UKAZATELE AKTIVITY	2011	2012	2013	2014	2015
Obrat celkových aktiv	5,78	5,43	5,44	8,75	6,12
Oborový průměr obratu CA	1,02	0,98	0,90	0,96	1,00
Obrat stálých aktiv	32,36	41,20	51,70	33,73	31,44
Doba obratu krátkodobých pohledávek	47,39	51,24	51,95	50,06	61,51
Doba obratu krátkodobých závazků	45,68	48,40	50,19	28,16	41,50

- **Obrat celkových aktiv**

Obrat celkových aktiv ve sledovaném období dosahuje vyšších hodnot než je oborový průměr. Nejvyšší naměřené hodnoty bylo dosaženo v roce 2014, kdy společnost dokázala otočit daná aktiva průměrně 8,75 krát v tržbách daného roku. Doporučené hodnoty se odvíjejí od oboru, ve kterém společnost působí, a to je poskytování služeb. V případě, že by hodnoty ukazatele v následujících letech klesaly, pak by to mohlo dojít ke zhodnocení, že společnost má majetku více než je potřeba. Tím pádem by bylo možné konstatovat, že společnost v majetku váže příliš vysokou hodnotu kapitálu, a že majetek způsobuje nadbytečné náklady, které mohou negativně ovlivňovat výsledek hospodaření.

Dle (Sedláček, 2001, s. 66) jsou doporučené hodnoty v intervalu od 1,6 do 3,0. V tomto případě společnost přesahuje doporučený interval.

- **Obrat stálých aktiv**

Obrat stálých aktiv měří využívání dlouhodobého majetku ve společnosti. Zároveň poskytuje důležité informace především pro finanční manažery a je stěžejním ukazatelem ovlivňujícím rozhodnutí, zda je vhodné zakoupit další investiční majetek. Hodnoty by měly být vyšší než u ukazatele obratu celkových aktiv.

V tomto případě pravidlo společnost Media Age splňuje. Hodnoty ukazatele obratu stálých aktiv jsou mnohem větší než hodnoty ukazatele celkových aktiv. Nejvyšší naměřená hodnota byla v roce 2013. Následující roky došlo k poklesu, především ke značnému snížení tržeb za poskytnuté služby.

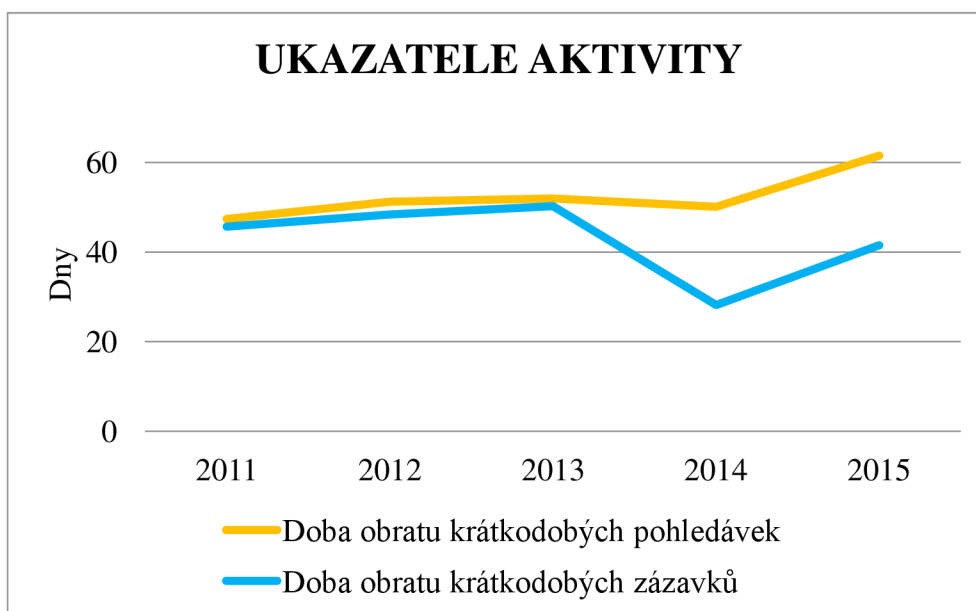
- **Doba obratu krátkodobých pohledávek**

Doba obratu krátkodobých pohledávek z obchodního styku ve sledovaném období dosahuje průměrné hodnoty 53 dnů. Lze tedy říci, že k inkasu pohledávek dochází průměrně za 53 dnů od vystavení faktury – daňového dokladu.

- **Doba obratu krátkodobých závazků**

Doba obratu krátkodobých závazků ve sledovaném období dosahuje průměrné hodnoty 43 dnů. Tato doba by měla být vyšší než u doby obratu pohledávek. To se ovšem ve sledovaném období neděje. Znamená to tedy, že společnost platí faktury svým dodavatelům ještě dříve, než dojde k úhradě pohledávek od odběratelů. To zvyšuje nároky na financování společnosti.

Na následujícím grafu je znázorněný ukazatel doby obratu krátkodobých pohledávek a ukazatel doby obratu krátkodobých závazků. Jak již bylo uvedeno výše, tak doba obratu krátkodobých závazků by měla být vyšší než doba obratu krátkodobých pohledávek. Z grafu lze vyčíst, že tomu tak není.



Graf 2: Ukazatele aktivity (Zpracování vlastní)

3.5.3 Ukazatelé zadluženosti

Ukazatele zadluženosti mají za cíl analyzovat vztah mezi vlastními a cizími zdroji. Sledovanými ukazateli zadluženosti jsou celková zadluženost, koeficient samofinancování, doba splácení dluhu a úrokové krytí.

Tab. 18: Ukazatele zadluženosti (Zpracování vlastní)

UKAZATEL ZADLUŽENOSTI	2011	2012	2013	2014	2015
Celková zadluženost v %	76,59	74,97	76,87	68,75	77,94
Oborový průměr celkové zadluženosti v %	68,24	67,25	67,27	60,06	61,27
Koeficient samofinancování v %	14,43	21,8	15,81	21,85	19,63
Oborový průměr koeficient samofinancování v %	49,78	47,22	44,54	38,08	39,6
Doba splácení dluhu v letech	12,75	2,66	4,12	7,01	14,04
Úrokové krytí	0	126,39	88,69	0	0

²

- **Celková zadluženost**

Celková zadluženost společnosti Media Age se ve sledovaném období pohybuje v intervalech 68-78 %. Z obecného hlediska lze tyto dosažené hodnoty financování společnosti posuzovat za rizikové – zadluženost společnosti může za určitých okolností způsobit problémy v oblasti likvidity. Čím je vyšší hodnota, tím je i vyšší riziko pro věřitele, že nedojde ke splacení jejich závazků.

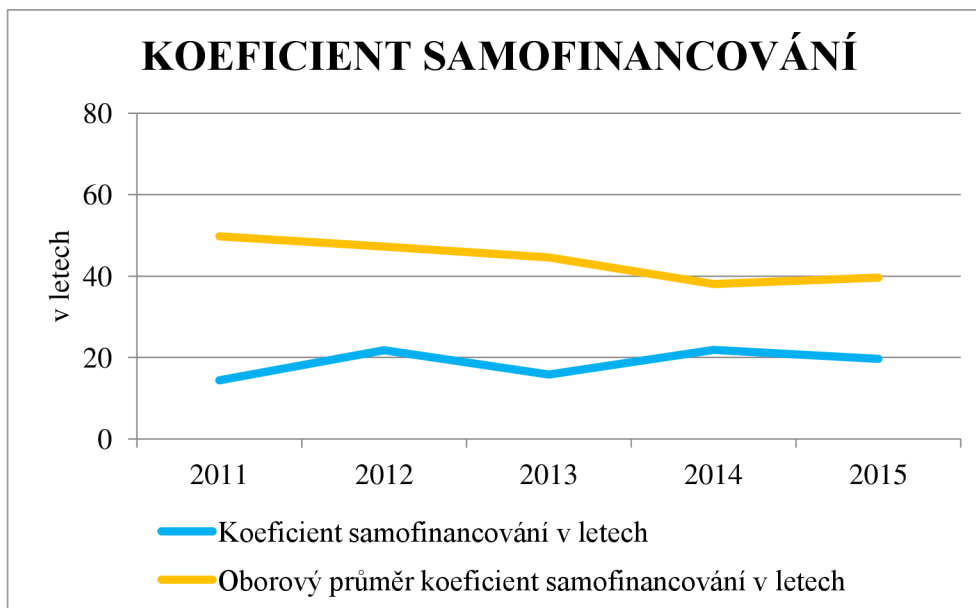
Hodnota v roce 2015 (77,94 %) je oproti ostatním rokům vyšší a to důvodu čerpání bankovního úvěru. Jedná se o úvěr ve výši 465 000 Kč.

- **Koeficient samofinancování**

Koeficient samofinancování je doplňkovým ukazatelem k ukazateli zadluženosti a vyjadřuje finanční nezávislost firmy. Zároveň nám i ukazuje, jak je společnost schopna financovat majetek z vlastních zdrojů. V průběhu sledovaného období se společnost Media Age pohybuje přibližně v intervalu 14-22 %. Lze tedy říci, že společnost je méně schopná financovat majetek z vlastních zdrojů. Ukazatel koeficientu samofinancování se pohybuje pod oborovým průměrem.

² Hodnoty oborového průměru jsou získané z Benchmarkingového diagnostického systému.

Graf číslo 3 znázorňuje vývoj ukazatel koeficientu samofinancování, který se pohybuje se pod oborovým průměrem.



Graf 3: Ukazatele zadluženosti – koeficient samofinancování (Zpracování vlastní)

- **Úrokové krytí**

Ukazatel úrokového krytí je jedním z nejčastěji používaných ukazatelů. Ukazatel informuje o tom, kolikrát celkový efekt reprodukce převyšuje úrokové platby.

Vzhledem k tomu, že ve sledovaném období 2011 až 2015 měla společnost nákladové úroky pouze v letech 2012 a 2013, tak ve zbylých třech letech společnost nedisponovala žádným bankovním úvěrem, jiným úvěrem nebo finanční výpomocí, jsou nákladové úroky nulové.

- **Doba splácení dluhu**

Společnost s r. o. Media Age nemá k dispozici výkaz peněžních prostředků, neboli výkaz cash flow. Tento problém vyřeším následovně:

CF ze samofinancování = zisk po zdanění (výsledek hospodaření za účetní období)
+ odpisy

Doba splácení dluhu říká, za jak dlouho je společnost schopna, při stávající výkonnosti, splatit všechny své dluhy. Je tak vidět, že na příklad v posledním roce sledovaného období (2015), by společnost byla schopna uhradit své dluhy za 14,04 let. Průměrná doba v sledovaném období je 8 let.

3.5.4 Ukazatelé likvidity

Ukazatele likvidity jsou nedílnou součástí ukazatelů poměrové analýzy. Je tomu tak především z důvodu, že hodnotí likviditu společnosti. Likvidita se člení na tři typy a to likviditu běžnou, pohotovou a okamžitou. Všechny tyto tři typy jsou v následující podkapitole rozebrány, včetně hodnot uvedených v tabulce číslo 19, které byly zpracované na základě účetních výkazů společnosti s r. o. Media Age.

Tab. 19: Ukazatele likvidity (Zpracování vlastní)

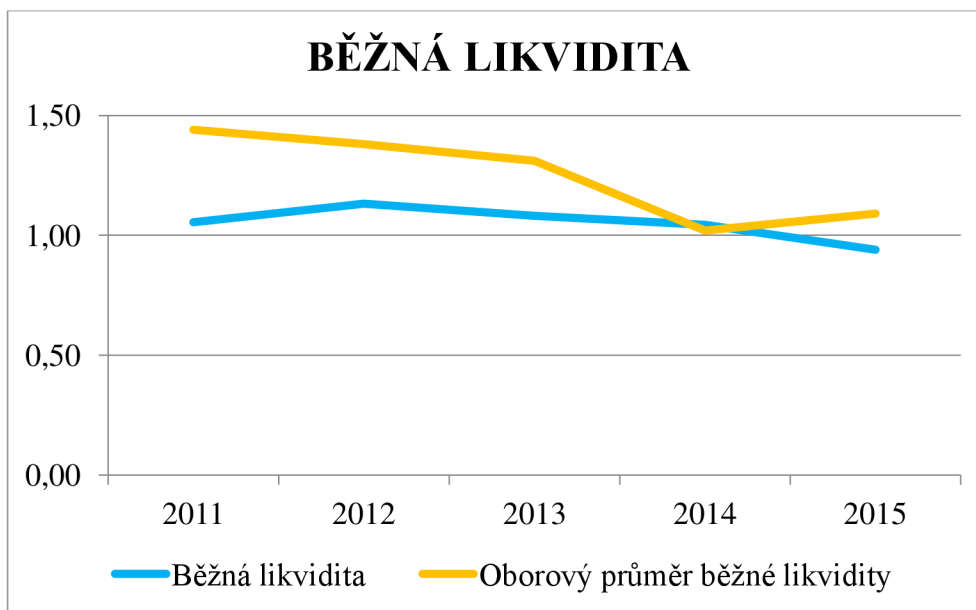
UKAZATELE LIKVIDITY	2011	2012	2013	2014	2015
Běžná likvidita (likvidita 3. stupně)	1,05	1,13	1,08	1,04	0,94
Oborový průměr běžné likvidity	1,44	1,38	1,31	1,02	1,09
Pohotová likvidita (likvidita 2. stupně)	1,05	1,13	1,08	1,04	0,94
Oborový průměr pohotové likvidity	1,16	1,1	1,1	0,82	0,87
Okamžitá likvidita (likvidita 1. stupně)	0,06	0,10	0,06	-0,73	-0,40
Oborový průměr okamžité likvidity	0,31	0,33	0,41	0,29	0,55

- **Běžná likvidita**

Běžná likvidita nám udává, kolikrát jsou pokryta oběžná aktiva krátkodobé závazky společnosti. Čím je vyšší hodnota ukazatele, tím je pravděpodobnější zachování platební schopnosti společnosti. Doporučené hodnoty pro bankovní standarty jsou 2-3, což je hodnota finančně zdravých společností. Pokud je hodnota menší než 1,0 jsou z hlediska finančního zdraví nepřijatelné

Hodnota v roce 2015 (0,94) dosahuje právě hodnoty menší než 1,0. Lze tedy říci, že oběžná aktiva jsou málo pokryta krátkodobými závazky společnosti. Oborovému průměru se nejvíc blíží rok 2014, kdy hodnota je 1,02 a hodnota běžné likvidity je 1,02. V ostatních letech je běžná likvidita pod hranicí oborového průměru.

Na grafu číslo 4 je patrné, že společnost nedosahuje oborového průměru.



Graf 4: Ukazatel likvidity – běžná likvidita (Zpracování vlastní)

- **Pohotová likvidita**

Pohotová likvidita nabývá v sledovaném období stejných nebo jen minimálně rozdílných hodnot oproti oborovému průměru. Zároveň pohotová likvidita je totožná s běžnou likviditou, jelikož společnost nedisponuje položkou zásoby. Jak již bylo uvedeno výše. Tato společnost poskytuje služby a tím pádem nemá uložené finanční prostředky v zásobách.

Rovněž společnost Media Age se pohybuje ve sledovaném období od roku 2011 až 2014 nad doporučenou hodnotou, která se často uvidí v intervalu od 1 do 1,5. Pokud by hodnota klesla pod již uvedený interval, tak banky považují tuto situaci za nepřijatelnou a může to být interpretováno jako projev platební neschopnosti. Je tomu tak v roce 2015, kdy ve sledovaném období pohotová likvidita dosáhla hodnoty 0,94. Znamená to, že společnost má větší závazky (krátkodobé závazky + krátkodobé bankovní úvěry) na rozdíl od oběžných aktiv.

- **Okamžitá likvidita**

Okamžitá likvidita vylučuje další méně likvidní položku, kterou jsou pohledávky. Doporučené hodnoty se pohybují v rozmezí 0,2-0,5. Společnost se v průběhu sledovaného období v tomto daném intervalu nepohybuje. Výjimkou je rok 2012,

kdy okamžitá likvidita vzrostla na 0,10 a byla tak nejbliže k doporučené hodnotě. Rok 2014 a 2015 byly hodnoty záporné, kdy rok 2014 měl -0,73 a rok 2015 měl -0,40. Má to za následek záporný krátkodobý finanční majetek. Kdy položku v rozvaze krátkodobý finanční majetek doprovází záporná hodnota na bankovním účtu, položka v rozvaze peníze je však kladná, ale nedostačující.

Společnost Media Age se v průběhu sledovaného období také v oborovém průměru nepohybuje.

3.6 Analýza soustav ukazatelů

Existuje řada metod pro hodnocení komplexního finančního zdraví společnosti. Tyto soustavy ukazatelů lze rozdělit na bonitní (diagnostické) modely a bankrotní (predikční) modely. Měly by ukázat, zda společnost hrozí bankrot či nikoliv. Zároveň vychází ze skutečných dat společnosti, u kterých v minulosti došlo k bankrotu.

Pro zhodnocení finančního zdraví společnosti budou vybrány následující modely – Altmanův index a Index IN05.

- **Altmanův index**

Altmanův index představuje jednu z možností, jak vyhodnotit finanční zdraví společnosti pomocí jediného čísla Z-skóre. Vzhledem k tomu, že se vyskytují dvě varianty výpočtu, tak zde bude využit pouze jeden z nich. Společnost Media Age poskytuje služby, není veřejně obchodovatelná, proto výslednou hodnotu zjišťujeme z následujícího vztahu:

$$Z_i = 0,717 * A + 0,847 * B + 3,107 * C + 0,420 * D + 0,998 * E$$

Kde platí:

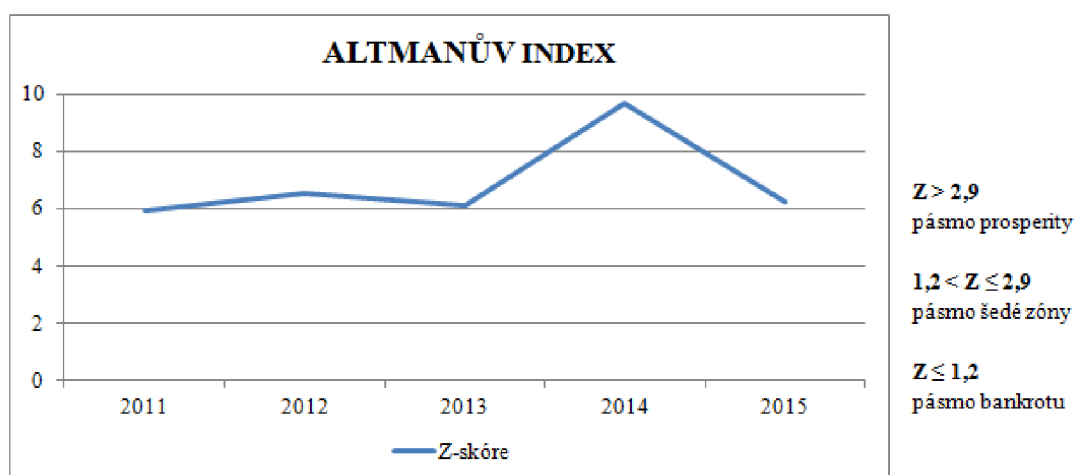
- A čistý pracovní kapitál/celková aktiva,
- B zisk po zdanění/celková aktiva,
- C zisk před zdaněním a úroky/celková aktiva,
- D tržní hodnota vlastního kapitálu/celkové dluhy,
- E celkové tržby/celková aktiva (Sedláček, 2001, s. 129).

Výsledné hodnoty indexu znázorňuje tabulka číslo 20 a graf číslo 5.

Tab. 20: Altmanův index (Zpracování vlastní)

Ukazatelé	2011	2012	2013	2014	2015
A	0,0297	0,0710	0,0448	0,0218	-0,0335
B	0,0008	0,1605	0,0916	0,1433	0,0090
C	0,0316	0,7632	0,4510	0,6522	0,0607
D	0,0791	0,1221	0,0864	0,1335	0,1058
E	5,7642	5,4159	5,4314	8,7339	6,1091
Z-skóre	5,9054	6,5327	6,1052	9,6847	6,2511
Zaokrouhlení	5,91	6,53	6,11	9,68	6,25

Během celého sledovaného období se společnost Media Age nachází v pásmu prosperity. Nejvyšší naměřená hodnota byla v roce 2014, kdy index dosáhl hodnoty po zaokrouhlení 9,68.



Graf 5: Altmanův index (Zpracování vlastní)

- **Index IN05**

Další bankrotní model je Index IN05. Tento model byl vytvořen tak, aby odpovídal českým podmínkám, proto se jeví jako model s vyšší vypovídací schopností a spolehlivostí oproti Altmanova modelu. Tento index tedy odráží české účetní výkazy a ekonomické situace v ČR. Je vyjádřen diskriminační funkcí, ve kterých jsou zařazené poměrové ukazatele z oblasti zadluženosti, rentability, likvidity a aktivity.

$$IN05 = 0,13 * A + 0,04 * B + 3,97 * C + 0,21 * D + 0,09 * E$$

Kde platí:

- A aktiva/cizí zdroje,
- B EBIT/nákladové úroky,
- C EBIT/celková aktiva,
- D výnosy/celková aktiva,
- E oběžná aktiva/krátkodobé závazky (Scholleová, 2012, s. 190).

Výsledné hodnoty indexu znázorňuje tabulka číslo 21 a graf číslo 6 a to za období od roku 2011 až do roku 2015.

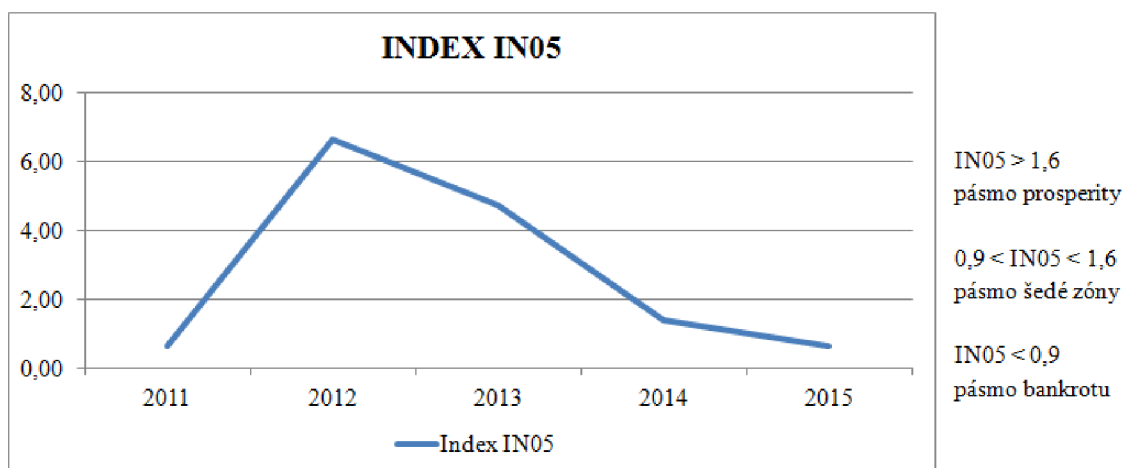
Tab. 21: Index IN05 (Zpracování vlastní)

Ukazatelé	2011	2012	2013	2014	2015
A	0,169725	0,173396	0,169112	0,189097	0,166791
B	0	5,055556	3,547500	0	0
C	0,040358	0,975140	0,576251	0,833329	0,077546
D	0,323450	0,331846	0,334226	0,294550	0,302044
E	0,099140	0,104705	0,098603	0,094373	0,093464
Index IN05	0,632673	6,640643	4,725692	1,411349	0,639845
Zaokrouhlení	0,63	6,64	4,73	1,41	0,64

Společnost Media Age měla nákladové úroky pouze v letech 2012 a 2013, proto v dalších třech letech nebylo možné spočítat ukazatel B.

Z tabulky sice vyplývá hrozba bankrotu u dvou let z celkových pěti let sledovaného období, ale zároveň je možné zpozorovat fakt, že v letech 2012 a 2013 se společnost nachází v pásmu prosperity a v roce 2014 v pásmu šedé zóny.

Nejlepší výsledek byl dosažen v roce 2012, kdy index dosáhl po zaokrouhlení hodnoty 6,64 a nachází se tak v intervalu, kde je uspokojivá finanční situace společnosti.



Graf 6: Index IN05 (Zpracování vlastní)

3.6.1 Shrnutí získaných poznatků

Následně po provedení finanční analýzy je zapotřebí shrnout všechny poznatky, které jsem mohl získat z analýzy finančního zdraví společnosti v sledovaném období 2011 až 2015. Společnost s r. o. Media Age se jeví jako zdravá firma a každoročně tvoří zisk. Díky finanční analýze bylo zjištěno několik nedostatků, které by bylo vhodné eliminovat a v co největší míře zlepšit.

V tabulkách uvedených výše jsou znázorněny horizontální a vertikální analýzy, které byly provedené na účetních výkazech společnosti Media Age. Podrobně byly rozepsané položky, u kterých došlo k významným změnám a zároveň byly tyto i zdůvodněné. Za zmínku stojí zejména vývoj výsledku hospodaření. Změny výsledku hospodaření v běžném období dosahovaly v absolutním i relativním vyjádření záporných hodnot. Zároveň tato položka není stabilní z hlediska svého podílu na celkových výkonech společnosti.

Hodnota čistého pracovního kapitálu a hodnota čistého peněžního majetku je shodná. Identický výsledek je způsobený neexistencí zásob u oběžných aktiv. Společnost poskytuje služby, tím pádem nemá uložené peněžení prostředky v položce zásoby. Hodnota již uvedených ukazatelů v sledovaném období je kladná, až tedy na rok 2015, kdy tato hodnota je záporná. Znamená to, že ve společnosti v uvedeném roce převládají více krátkodobé závazky než oběžná aktiva.

Z analýzy ukazatelů rentability lze konstatovat, že rentabilita vloženého kapitálu (ROI) společnosti je ve srovnání s doporučenými hodnotami v roce 2012 až 2014 průměrně vyšší, v roce 2011 a 2015 je hodnota znepokojivá. Zásadní vliv tkví ve velice nízkém výsledku hospodaření před zdaněním v porovnání s celkovým kapitálem.

Díky Benchmarkingovému diagnostickému systému finančních indikátorů INFA jsem mohl získat oborové hodnoty, které byly dosaženy v rámci oboru služeb, dle členění CZ-NACE za jednotlivé roky. Oborové hodnoty jsem využil pro ukazatel rentability vlastního kapitálu (ROE). U již zmíněného ukazatele společnost Media Age dosahuje nejvyšší úrovně v letech 2012 až 2014. Avšak nejvyšší naměřená hodnota je v roce 2012 a to 86,92 %. Vložený kapitál v roce 2012, 2013 a 2014 přinesl vlastníkům vloženého kapitálu dostatečný výnos.

Ukazatelé aktivity, které nám vyjadřují efektivnost hospodaření společnosti s majetkem, nám sdělují, že společnost hradí své závazky průměrně do 43 dnů. Přičemž ale doba obratu pohledávek je v průměru kolem 53 dnů. Obrat celkových aktiv splňuje oborový průměr.

Co se týče ukazatelů zadluženosti, tak společnost Media Age se ve sledovaném období pohybuje v intervalu zadluženosti od 68-78 %. Z obecného hlediska lze tyto dosažené hodnoty financování společnosti posuzovat za varovné - společnost je zadlužená. Ukazatel celkové zadluženosti se pohybuje nad oborovým průměrem. Zároveň ukazatel koeficientu samofinancování zjistil, že společnost není schopna financovat majetek z vlastních zdrojů. Tento ukazatel se pohybuje pod oborovým průměrem. Úrokové krytí bylo možné zjistit pouze v letech 2012 a 2013, jelikož ve zbylých třech letech společnost nedisponovala žádným bankovním úvěrem, jiným úvěrem nebo finanční výpomocí, jsou nákladové úroky nulové.

Ukazatelé likvidity u společnosti vykazují vcelku neuspokojivé výsledky. Běžná likvidita je pod hranicí oborového průměru, tím pádem společnost má problém hradit své závazky. Pohotová likvidita nabývá v sledovaném období stejných nebo jen minimálně rozdílných hodnot oproti oborovému průměru. Zároveň pohotová likvidita je totožná s běžnou likviditou, jelikož společnost nedisponuje s položkou zásob. V případě okamžité likvidity se společnosti nepodařilo dostat do oborového

průměru. To má za následek záporný krátkodobý finanční majetek. Kdy položku v rozvaze krátkodobý finanční majetek doprovází záporná hodnota na bankovním účtu, položka v rozvaze peníze je však kladná, ale nedostačující.

Analýza pomocí soustav ukazatelů potvrdila předchozí výsledky zkoumání. Rozbor pomocí Altmanova indexu zobrazil společnost v pásmu prosperity. Za celé období hodnota neklesla pod 5.

Výsledky indexu IN05 ukázaly společnost v roce 2012 a 2013 v pásmu prosperity. V roce 2014 v pásmu šedé zóny a v roce 2011 a 2015 byla pod hranicí doporučené hodnoty.

Tab. 22: Silné a slabé stránky společnosti Media Age s.r.o. (Zpracování vlastní)

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
Společnost se z hlediska výsledku hospodaření nachází v „kladných číslech“.	Klesající výsledek hospodaření.
Společnost je z dlouhodobého hlediska finančně stabilizovaná – i přes vysokou míru zadluženosti splácí včas svoje závazky.	Klesající hodnota ukazatelů rentability.
Garantem stability je stávající management. (více než 10letá historie společnosti)	Nízký koeficient samofinancování a vysoká celková zadluženost.
Uspokojivé hodnoty obratu celkových aktiv.	Delší doba obratu pohledávek oproti době obratu závazků.
Uspokojivé hodnoty obratu stálých aktiv.	Nízká hodnota okamžité likvidity.

4 VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ

Z metod finanční analýzy, které byly provedené na společnosti, lze zřetelně vidět, kde jsou bezproblémové oblasti, ve kterých společnost Media Age nepotřebuje nic zlepšovat a zavádět nová opatření. Ovšem zároveň se ukázaly i problémové oblasti, kde by se společnost měla výrazně zlepšit. Pro tyto oblasti bude navrženo nové opatření, které by mohlo zlepšit stávající situaci.

4.1 Charakteristika projektu

Na schůzce, s produkčním společností, mi bylo sděleno, že bohužel firma Media Age přišla o klíčového klienta, respektive o obchodní centrum, a tato ztráta má značný vliv na finanční situaci v sledovaném období. Zároveň jsem s produkčním projednal svůj návrh na zlepšení, který by mohl zlepšit dosavadní situaci.

Můj návrh tkví v získání klíčového zákazníka. Nejdůležitějším úkolem bude navrhnout projekt, který osloví klienta a přiláká zároveň i více potenciálních klientů, a tím se Media Age zviditelní a stane se lépe konkurenceschopnou společností. Nové zákazníky bych navrhl získat v městě Jihlavě, které je zároveň hlavním sídlem kraje Vysočina. V již zmíněném městě se nachází obchodní centrum a společnost Media Age má velké zkušenosti s plánováním promo akcí na místech, kde je větší fluktuace potenciálních zákazníků. Příkladem může být veletrh středních škol v obchodním centru v Brně. Tato akce byla úspěšná a přilákala nejen zákazníky do kamenných prodejen uvnitř obchodního centra, ale zároveň se i společnost zviditelnila.

4.2 Marketingový mix 5P

V této části zdůrazním segmentaci, zacílení, umístění a pak následně podle marketingového mixu 5P rozčlením můj návrh na zlepšení.

Je třeba zdůraznit, že marketingový mix je taktická, nikoli strategická pomůcka. Je to častá chyba a dříve než může být marketingový mix použit, je nutno vyřešit strategické problémy a to: segmentaci, zacílení a umístění.

Segmentace a zacílení se bude týkat studentů posledního ročníku základních škol, kteří se rozhodují, jakou cestou se dále vydají. Ať už výběr bude v podobě gymnázia, střední odborné školy či učiliště. Nejdůležitějším bodem je strategie umístění. Již zmíněná akce se bude konat v obchodním centru v Jihlavě, a to z toho důvodu, jelikož je zde větší fluktuace zdejšího obyvatelstva.

Produkt: veletrh středních škol – promo akce
Cena: cena nákladů vynaložených na zmíněnou akci
Propagace: osobní kontakt, rádio, letáky, plakáty po centru, sociální sítě
Místo: obchodní centrum v Jihlavě
Lidé: studenti posledního ročníku základních škol, zástupci středních škol

4.3 Rozpočet projektu

V tabulce 24 jsou rozepsané jednotlivé nákladové položky, které jsou spojené s promo akcí v obchodním centru v Jihlavě. Celková cena pro klienta je vyčíslena v částce 366 812 Kč. Cena pro Media Age je stanovena na 266 261 Kč. Po odečtení dvou uvedených cen mi vzniká výnos v hodnotě 100 551 Kč. Dle mého názoru by to byla úspěšná zakázka. Nejen, že společnost získá víc peněžních prostředků, ale zároveň se zviditelní v regionu, ve kterém není v povědomí.

Tab. 23: Rozpočet projektu (Zpracování vlastní)

Položka rozpočtu	Cena pro klienta			Cena pro Media Age	Výnosy
	ks	Cena za 1 ks	Celková cena	Náklady celkem	
TECHNICKÉ ZAJIŠTĚNÍ					
podium	1	25 000	25 000	20 000	5 000
osvětlení podia	1	12 000	12 000	9 000	3 000
dekorace na podium	1	3 000	3 000	2 000	1 000
dodání židlí	150	120	18 000	8 500	9 500
dodání stolů 60x120 cm	70	200	14 000	9 800	4 200
instalace	1	30000	30 000	24 700	5 300
deinstalace	1	22000	22 000	16 000	6 000
PUBLICITA					0
vytvoření reklamního spotu	1	7 000	7 000	3 000	4 000
Kampaň v regionálních rádiích	3	13000	39 000	26 000	13 000
ZÁZEMÍ EXPOZICE					0
úpravy pro školy	20	210	4 200	1 500	2 700
DOPROVODNÝ PROGRAM					0
zajištění kreativního moderátora	3	8 500	25 500	20 000	5 500
TISKY PROPAGACE					0
plakáty po centru	35	150	5 250	3500	1 750
leták A5	800	4	3 200	1 600	1 600
plakát formát B1	15	200	3 000	1950	1 050
PŘÍPRAVA MEDIA AGE					0
account manager			40 000	30 000	10 000
grafické zajištění			15 000	14 000	1 000
příprava akce,			35 000	27 000	8 000
doprava			2 000	1 500	500
CENA BEZ DPH			303 150	220 050	83 100
21% DPH			63662	46211	17 451
CELKOVÁ CENA			366 812	266 261	100 551

4.4 Popis činností a doba jejich trvání

K tomu, abych získal nového zákazníka, si musím nejprve rozplánovat posloupnost událostí. Jakmile tento úkol splním, tak následně budu aplikovat dvě metody. První metoda je analýza kritické cesty, neboli metoda CMP a následující je Ganttův diagram.

Ganttovy diagramy v původní verzi mají několik nevýhod, kterými jsou chybějící závislosti a vazby mezi činnostmi. Další nevýhodou je, že případné změny začátků některých úkolů se neprojeví v celém harmonogramu, a proto jsem se rozhodl i pro metodu CPM. Tato metoda patří mezi základní deterministické metody síťové analýzy. Jejím hlavním cílem je stanovení doby trvání projektu na základě délky, tzv. kritické cesty. CPM umožňuje usnadnit efektivní časovou koordinaci dílčích vzájemně na sebe navazujících činností v rámci projektu. Tato metoda lze znázornit tabulkou nebo graficky.

V této kapitole budou popsány jednotlivé činnosti, které budou probíhat v rámci projektu. Čas trvání je uveden v počtu dnů.

A. Seznámením se zadáním od klienta

Kompletní zadávání dokumentace od klienta, ze které se musí vyčíst, jaké práce by měly být realizovány. Zda se jedná o grafické nebo produkční práce, anebo kombinace již dvou uvedených činností.

Čas trvání: 3 dny

B. Vytvoření konceptu

Společnost Media Age přijde s návrhem (konceptem), jak by co nejlépe vyhověli klientovi. Na vytvoření konceptu se bude podílet jednatel společnosti, produkční, obchodní manažer a v neposlední řadě grafici.

Čas trvání: 20 dní

C. Přiřazení obchodního manažera k zakázce

Přiřazení obchodního manažera k uvedené zakázce a to dle vytíženosti ve firmě.

Čas trvání: 1 den

D. Grafické zpracování

Zaměstnanci z grafického úseku ve společnosti Media Age mají na starosti grafické zpracování projektu. Tato část projektu je poměrně důležitá, jelikož je zapotřebí, aby grafický návrh zaujal klienta.

Čas trvání: 14 dní

E. Vytvoření cenové nabídky za výrobu a realizaci

Po grafickém zpracování následuje činnost vytvoření cenové nabídky. Ta obsahuje cenu jednotlivých položek a na základě poptávky od dodavatelů prací, které jsou nezbytné ke kompletnímu zajištění celé zakázky.

Čas trvání: 2 dny

F. Kompletace zakázky

Po vytvoření grafického zpracování a stanovení ceny následuje kompletace zakázky pro klienta.

Čas trvání: 5 dní

G. Schůzka s klientem a představení konceptu

Obchodní manažer společnosti Media Age, popřípadě i jednatel (jeli to nutné i grafikem), přednese návrh celého rozsahu projektu.

Čas trvání: 1 den

H. Realizace projektu

Po schůzce s klientem následuje realizace projektu. Dále také schválení nabídky klientem, podpis smlouvy o dílo. Pokud klient vyžaduje nějaké drobné úpravy v řešení, tak následuje realizace dle požadavků klienta.

Čas trvání: 7 dní

I. Rozpracování grafiky, úpravy dle požadavků klienta

Grafici rozpracují hlavní motiv kampaně na všechny požadované formáty, které byly zadány v hlavním zadání (je rozdíl mezi letáčkem na výšku a na šířku).

Čas trvání: 5 dnů

J. Produkční zajištění zakázky, zajištění kooperace s dodavateli

Produkční komunikuje s dodavateli ohledně technického zajištění akce a popřípadě řeší veškeré objednávky ohledně výroby a tisku.

Čas trvání: 2 dny

K. Realizace zakázky

Komplexní dodání veškerých prací a služeb, které zajistí plynulý průběh zakázky v požadovaném rozsahu.

Čas trvání: 3 dny

L. Vyhodnocení kampaně se zákazníky

Obchodní manažer po skončení akce sepíše závěrečnou zprávu o zakázce, která je doplněná fotodokumentací a tuto zprávu přednese na osobní schůzce s klientem.

Čas trvání: 3 dny

M. Fakturace zakázky

Účetní společnosti Media Age vyfakturuje klientovi práce dle schváleného rozpočtu od klienta.

Čas trvání: 1 den

4.4.1 Metoda CPM

V této kapitole je aplikovaná metoda CPM na již zmíněném projektu. Čas trvání je uveden ve dnech.

V následující tabulce jsou uvedeny počáteční uzel (i) a koncový uzel (j) jednotlivých činností. V dalším sloupci je uveden název činnosti, doba trvání této činnosti je napsána v sloupečku tij. Nejdříve možný začátek činnosti (ZMij). Nejdříve možný konec činnosti (KMij) se vypočítá tak, že se připočte k ZMij doba trvání této činnosti. Nejpozději přípustný konec činnosti (KPij) se rovná konci činnosti (TPj). Nejpozději přípustný začátek činnosti (ZPij) se vypočítá tak, že se od nejpozději přípustného začátku odečte doba trvání činnosti. Časová rezerva (RCij) se vypočítá odečtením nejdříve možného začátku činnosti od nejpozději přípustného začátku.

Tab. 24: Tabulkové zpracování metody CPM (Zpracování vlastní)

	i	j	Název činnosti	t _{ij}	ZM _{ij}	KM _{ij}	Zp _{ij}	KP _{ij}	RC _{ij}
A	1	2	Seznámení se zadáním od klienta	3	0	3	0	3	0
B	2	3	Vytvoření konceptu	20	3	23	3	23	0
C	2	4	Přiřazení obchodního manažera k zakázce	1	3	4	36	37	33
D	3	4	Grafické zpracování	14	23	37	23	37	0
E	4	5	Vytvoření cenové nabídky za výrobu a realizaci	2	37	39	37	39	0
F	5	6	Kompletace zakázky	5	39	44	39	44	0
G	6	7	Schůzka s klientem a představení konceptu	1	44	45	44	45	0
H	7	8	Realizace projektu	7	45	52	45	52	0
I	7	9	Rozpracování grafiky, úpravy dle požadavků klienta	5	45	50	49	54	4
J	8	9	Produkční zajištění zakázky, zajištění kooperace s dodavateli	2	52	54	52	54	0
K	9	10	Realizace zakázky	3	54	57	54	57	0
L	10	11	Vyhodnocení kampaně se zákazníkem	3	57	60	57	60	0
M	11	12	Fakturace zakázky	1	60	61	60	61	0

4.4.2 Kritická cesta

Výstupem CPM je zpracování formou tabulky a síťového grafu, který je zobrazen v příloze 3. Tento graf ukazuje posloupnosti jednotlivých činností a jejich vzájemné vazby, které jsou nedílnou součástí projektu. Pomocí této metody byla doba trvání stanovena na 61 dnů.

Kritická cesta je následující: 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10 – 11.

4.4.3 Ganttův diagram

Ganttův diagram se skládá z činností, které jsou uvedené v kapitole 4.4 a výsledný graf je přiložen jako příloha 4.

Podle Ganttova diagramu projekt začne 1. října a skončí 30. listopadu.

4.5 Shrnutí návrhové části

První část byla zaměřena na marketingový mix 5P a rozpočet projektu. Vyřešil jsem strategické problémy, a to segmentaci, zacílení a umístění. Následně na to jsem pokračoval ve stanovení metody 5P. Díky analýze efektivnosti projektu jsem zjistil, že získání klienta v Jihlavě by obnášelo výnos v hodnotě 100 551 Kč. Dle mého názoru by to byla úspěšná zakázka. Nejen, že společnost získá víc peněžních prostředků, ale zároveň se zviditelní v regionu, ve kterém není v povědomí.

Výstupem časové analýzy je časový plán pro jednotlivé činnosti, které jsou nedílnou součástí projektu. Činnosti byly popsány v tabulce pod číslem 23 a časové trvání bylo stanoveno ve dnech. Časové odhady byly zpracovány na základě expertních odhadů a zkušeností zaměstnanců společnosti. Na základě těchto úkonů byla stanovena kritická cesta, jejíž trvání je stanoveno na 61 dní.

U metody CPM jsem zjistil, že kritická cesta vede přes všechny uvedené činnosti v projektu. Celková doba této cesty je odhadnuta na 61 dní. Dle mého názoru je to přijatelná doba. Zároveň jsem zjistil, že u činnosti 2-4 (Přiřazení obchodního manažera k zakázce) vznikla rezerva 33 dní.

Dále u činnosti 7-9 (Rozpracování grafiky, úpravy dle požadavků klienta) vznikla rezerva v rozsahu 4 dnů. Znamená to, že tato činnost, kterou mají na starosti grafici společnosti Media Age, se může opozdit.

ZÁVĚR

Cílem mé bakalářské práce bylo na základě vybraných metod finanční analýzy posoudit finanční zdraví podnikatelského subjektu Media Age, s. r. o. za období 2011 až 2015 a na základě zjištěných výsledků navrhnout opatření, která povedou ke zlepšení.

Zpracování práce je zaměřené na společnost s r. o. Media Age, která se specializuje na komunikaci poskytující následující služby: komplexní klientská řešení od kreativity po vztahy s veřejností (dále také „PR“, neboli public relations), produkci, online a média. Působí v Praze, Brně a Bratislavě. Ovšem v Brně je hlavní sídlo společnosti. Dále také vytváří kreativní a mediální strategie, kterou doplní PR, produkcí a digitálními službami.

Práce byla rozdělaná na tři části - teoretickou, analytickou a návrhovou. V první části byla definována teoretická východiska, která byla nezbytným základem pro vypracování analytické části. Zároveň zde byly uvedeny a popsány základní pojmy a metody související s danou problematikou. Druhá část se v úvodu zabývala charakteristikou vybrané společnosti a následně se věnovala samotné analýze vybraného podnikatelského subjektu. Finanční analýza byla provedena pomocí vybraných absolutních, rozdílových a poměrových ukazatelů. Podkladová data byla získána z účetních výkazů společnosti, ale zároveň i z veřejně dostupných databází a statistik.

Z výsledků finanční analýzy vyplynuly slabé a silné stránky finančního hospodaření. Vzhledem k snižujícím se tržbám, které společnost zaznamenala v průběhu sledovaného období, je návrhová část zaměřena na možnosti posílení obratu. Jádrem návrhu je získání nového zákazníka.

První část byla zaměřena na marketingový mix 5P a rozpočet projektu. Vyřešil jsem zde strategické problémy, a to segmentaci, zacílení a umístění. Následně na to jsem pokračoval ve stanovení metody 5P. Díky analýze efektivnosti projektu jsem zjistil, že získání klienta v Jihlavě by obnášelo výnos v hodnotě 100 551 Kč. Dle mého názoru by to byla úspěšná zakázka. Nejen, že společnost získá víc peněžních prostředků, ale zároveň se zviditelní v regionu, ve kterém není v povědomí.

Druhá část návrhů spočívala v metodě kritické cesty CPM, která je zároveň znázorněna formou tabulky a síťového grafu. Pomocí této metody byla zároveň stanovena i doba trvání projektu a kritická cesta.

Třetí část byla věnována Ganttovému diagramu, který navazuje na tentýž projekt, který byl v druhé části zkoumaný metodou CPM.

Pracovat na bakalářské práci bylo občas náročné, ale na jednu stranu užitečné a zajímavé. Myslím si, že díky této práci jsem získal mnoho informací, nejen co se týče finanční analýzy a metody, které jsou používány, ale i zkušenosti při psaní tak důležité práce.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BLAHA, Z. S., I. JINDŘICHOVSKÁ. 2006. *Jak posoudit finanční zdraví firmy*. 3., rozš. vyd. Praha: Management Press. 194 s.: il., tab. ISBN 80-7261-145-3.

GRÜNWARD, R., J. HOLEČKOVÁ. 2007. *Finanční analýza a plánování podniku*. Vyd. 1. Praha: Ekopress. 318 s.: il. ISBN 978-80-86929-26-2.

GRÜNWARD, Rolf. 2001. *Analýza finanční důvěryhodnosti podniku: uživatelská příručka s příklady*. Praha: Ekopress, 76 s. ISBN 80-86119-47-5.

KALOUDA, František. 2016. *Finanční analýza a řízení podniku*. 2. rozšířené vydání. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s.r.o., 321 s: ilustrace. ISBN 978-80-7380-591-3.

KISLINGEROVÁ, E., J. HNILICA. 2008. *Finanční analýza: krok za krokem*. 2. vyd. Praha: C.H. Beck, xiii. C.H. Beck pro praxi. 135 s.: il. ISBN 978-80-7179-713 5.

KISLINGEROVÁ, Eva. 2007. *Manažerské finance*. 2. přeprac. a rozš. vyd. Praha: C. H. Beck, xl, 745 s.: il. ISBN 978-80-7179-903-0.

KOVANICOVÁ, D., P. KOVANIC, 2001. *Poklady skryté v účetnictví. Díl I: Jak porozumět účetním výkazům EU, IAS, US GAAP, ČR 6.aktual.vyd.*, Praha: Polygon. 274 s.: ISBN 80-7273-047-9.

KOVANICOVÁ, D., P. KOVANIC. 1995. *Poklady skryté v účetnictví. Díl II, Finanční analýza účetních výkazů*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Polygon, s. 218-504 : il. ISBN 80-85967-07-3.

KUBÍČKOVÁ, D., I. JINDŘICHOVSKÁ. 2015. *Finanční analýza a hodnocení výkonnosti firmy*. Vydání první. V Praze: C.H. Beck. 342 s.: ISBN 978-80-7400-538-1.

LANDA, Martin. 2007. *Finanční plánování a likvidita*. Brno: Computer Press, vi, 180 s.: il., tab. ISBN 978-80-251-1492-6.

PAVELKOVÁ, D., A. KNÁPKOVÁ. *Výkonnost podniku z pohledu finančního manažera*. Praha: Linde, 2005, 302 s.: il, tab. ISBN 80-86131-63-7.

REŽŇÁKOVÁ, Mária. 2012. *Efektivní financování rozvoje podnikání*. Praha: Grada, 142 s.: grafy, tab. ISBN 978-80-247-1835-4.

RŮČKOVÁ, Petra., 2011. *Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Grada. 143 s.:il. ISBN 978-80-247-3916-8.

SEDLÁČEK, Jaroslav, 2001. *Účetní data v rukou manažera: finanční analýza v řízení firmy* 2. dopl. vyd., Praha: Computer Press. 220 s.: ISBN 80-7226-562-8.

SCHOLLEOVÁ, Hana. *Ekonomické a finanční řízení pro neekonomy*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012, 268 s.: grafy, tab., formuláře. ISBN 978-80-247-4004-1.

VALACH, Josef. 1999. *Finanční řízení podniku*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Ekopress. 324 s.: ISBN 80-86119-21-1.

VOCHOZKA, Marek. 2011. *Metody komplexního hodnocení podniku*. Praha: Grada Publishing, 246 s.: grafy, tab. ISBN 978-80-247-3647-1.

Elektronické zdroje:

MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Benchmarkingový diagnostický systém finančních indikátorů INFA*. Old.mpo.cz [online]. ©2005 [cit. 2016-11-16]. Dostupné z: <http://www-old.mpo.cz/cz/infa-cznace.html>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. *Veřejný rejstřík a Sbirka listin - MEDIA AGE s.r.o.* Or.justice.cz [online]. ©2012-2015 Ministerstvo spravedlnosti České republiky. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-firma?subjektId=616543>

Zahraniční literatura:

NEEDLES, J., M. POWER. 2007. *Financial Accounting. 9th ed.* Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 849 s.: ISBN-13: 978-0618771189

SEZNAM POUŽITELNÝCH ZKRATEK A SYMBOLŮ

AKA	Asociace komunikačních agentur
EAT	Zisk po zdanění
EBIT	Zisk před zdaněním
CF	Cash flow (peněžní tok)
CPM	Metoda kritické cesty
ČPK	Čistý pracovní kapitál
ČPM	Čistý peněžní majetek
ČPP	Čisté pohotové prostředky
OA	Oběžná aktiva
ROI	Rentabilita celkového vloženého kapitálu
ROA	Rentabilita vložených aktiv
ROE	Rentabilita vlastního kapitálu
ROS	Rentabilita tržeb
VH	Výsledek hospodaření

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Grafické zpracování ukazatelů rentability za období 2011-2015	50
Graf 2: Ukazatele aktivity	52
Graf 3: Ukazatele zadluženosti – koeficient samofinancování	54
Graf 4: Ukazatel likvidity – běžná likvidita	56
Graf 5: Altmanův index	58
Graf 6: Index IN05	60

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1: Provázanost účetních výkazů	20
Obr. 2: Logo společnosti.....	36
Obr. 3: Organizační struktura	38

SEZNAM TABULEK

Tab. 1: Rozvaha	17
Tab. 2: Výkaz zisku a ztrát	19
Tab. 3: Výkaz cash flow	20
Tab. 4: Hranice Altmanového modelu	32
Tab. 5: Hranice Indexu IN05	33
Tab. 6: Horizontální analýza aktiv – absolutní změna	39
Tab. 7: Horizontální analýza aktiv – relativní změna	39
Tab. 8: Horizontální analýza pasiv – absolutní změna	41
Tab. 9: Horizontální analýza pasiv – relativní změna	41
Tab. 10: Horizontální analýza výkazu zisku a ztrát – absolutní změna	42
Tab. 11: Horizontální analýza výkazu zisku a ztrát – relativní změna	43
Tab. 12: Vertikální analýza aktiv	44
Tab. 13: Vertikální analýza pasiv	45
Tab. 14: Vertikální analýza výkazu zisku a ztrát	46
Tab. 15: Analýza rozdílových ukazatelů	47
Tab. 16: Ukazatele rentability	48
Tab. 17: Ukazatele aktivity	51
Tab. 18: Ukazatele zadluženosti	53
Tab. 19: Ukazatele likvidity	55

Tab. 20: Altmanův index	58
Tab. 21: Index IN05	59
Tab. 22: Silné a slabé stránky společnosti Media Age s.r.o.	62
Tab. 24: Rozpočet projektu	65
Tab. 23: Tabulkové zpracování metody CPM	69

PŘÍLOHY

Příloha 1: Rozvaha společnosti Media Age, s. r. o. za rok 2011 až 2015.....	i
Příloha 2: Výkaz zisku a ztrát společnosti Media Age, s. r. o. za roky 2011 až 2015.....	v
Příloha 3: Grafické zpracování metody CMP.....	viii
Příloha 4: Ganttův diagram.....	ix

Příloha 1: Rozvaha společnosti Media Age, s. r. o. za rok 2011 až 2015 (Zpracování vlastní)

ROZVAHA (v tis. Kč)						
2011 - 2015						
		2011	2012	2013	2014	2015
AKTIVA CELKEM		+8 263	+9 262	+9 776	+5 350	+6 297
A.	Pohledávky za upsaný základní kapitál					
B.	Dlouhodobý majetek	+1 475	+1 220	+1 029	+1 388	+1 226
B.I.	Dlouhodobý nehmotný majetek		0	0	+400	0
B.I.1.	Zřizovací výdaje					
B.I.2.	Nehmotné výsledky výzkumu a vývoje		0			
B.I.3.	Software			0	0	0
B.I.4.	Ocenitelná práva			0	0	
B.I.5.	Goodwill					
B.I.6.	Jiný dlouhodobý nehmotný majetek		0			
B.I.7.	Nedokončený dlouhodobý nehmotný majetek					
B.I.8.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehmotný majetek				+400	
B.II.	Dlouhodobý hmotný majetek	+1 475	+1 220	+1 029	+988	+1 226
B.II.1.	Pozemky					
B.II.2.	Stavby					
B.II.3.	Samostatné hmotné movité věci a soubory hmotných movitých věcí	+1 475	+1 220	+1 029	+988	+1 226
B.II.4.	Pěstitelské celky trvalých porostů					
B.II.5.	Dospělá zvířata a jejich skupiny					
B.II.6.	Jiný dlouhodobý hmotný majetek					
B.II.7.	Nedokončený dlouhodobý hmotný majetek					
B.II.8.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hmotný majetek					
B.II.9.	Oceňovací rozdíl k nabytému majetku					
B.III.	Dlouhodobý finanční majetek					
B.III.1.	Podíly – ovládaná osoba					
B.III.2.	Podíly v účetních jednotkách pod podstatným vlivem					
B.III.3.	Ostatní dlouhodobé cenné papíry a podíly					

B.III.4.	Zápůjčky a úvěry – ovládaná nebo ovládající osoba, podstatný vliv					
B.III.5.	Jiný dlouhodobý finanční majetek					
B.III.6.	Pořizovaný dlouhodobý finanční majetek					
B.III.7.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý finanční majetek					
C.	Oběžná aktiva	+6 671	+7 861	+8 126	+3 841	+4 614
C.I.	Zásoby					
C.I.1.	Materiál					
C.I.2.	Nedokončená výroba a polotovary					
C.I.3.	Výrobky					
C.I.4.	Mladá a ostatní zvířata a jejich skupiny					
C.I.5.	Zboží					
C.I.6.	Poskytnuté zálohy na zásoby					
C.II.	Dlouhodobé pohledávky					
C.II.1.	Pohledávky z obchodních vztahů					
C.II.2.	Pohledávky – ovládaná nebo ovládající osoba					
C.II.3.	Pohledávky – podstatný vliv					
C.II.4.	Pohledávky za společníky					
C.II.5.	Dlouhodobé poskytnuté zálohy					
C.II.6.	Dohadné účty aktivní					
C.II.7.	Jiné pohledávky					
C.II.8.	Odložená daňová pohledávka					
C.III.	Krátkodobé pohledávky	+6 282	+7 154	+7 678	+6 510	+6 586
C.III.1.	Pohledávky z obchodních vztahů	+5 708	+6 369	+6 971	+4 480	+5 195
C.III.2.	Pohledávky – ovládaná nebo ovládající osoba					
C.III.3.	Pohledávky – podstatný vliv					
C.III.4.	Pohledávky za společníky		+501	+7	0	
C.III.5.	Sociální zabezpečení a zdravotní pojištění					
C.III.6.	Stát – daňové pohledávky					
C.III.7.	Krátkodobé poskytnuté zálohy	+168	+113	+247	+403	+488
C.III.8.	Dohadné účty aktivní	+68		+90	+808	+515
C.III.9.	Jiné pohledávky	+338	+171	+363	+819	+388
C.IV.	Krátkodobý finanční majetek	+389	+707	+448	-2 669	-1 972
C.IV.1.	Peníze	+57	+219	+274	+518	+44
C.IV.2.	Účty v bankách	+332	+488	+174	-3 187	-2 016
C.IV.3.	Krátkodobé cenné papíry a podíly					
C.IV.4.	Pořizovaný krátkodobý					

	finanční majetek					
D.I.	Časové rozlišení	+117	+181	+651	+121	+457
D.I.1.	Náklady příštích období	+117	+169	+461	+121	+295
D.I.2.	Komplexní náklady příštích období					
D.I.3.	Příjmy příštích období		+12	+160	0	+162
PASIVA CELKEM		+8 263	+9 262	+9 776	+5 350	+6 297
A.	Vlastní kapitál	+1 192	+2 019	+1 546	+1 169	+1 236
A.I.	Základní kapitál	+240	+240	+240	+240	+240
A.I.1.	Základní kapitál	+240	+240	+240	+240	+240
A.I.2.	Vlastní akcie a vlastní obchodní podíly (-)					
A.I.3.	Změny základního kapitálu					
A.II.	Kapitálové fondy					
A.II.1.	Ážijo					
A.II.2.	Ostatní kapitálové fondy					
A.II.3.	Oceňovací rozdíly z přecenění majetku a závazků					
A.II.4.	Oceňovací rozdíly z přecenění při přeměnách obchodních korporací					
A.II.5.	Rozdíly z přeměn obchodních korporací					
A.II.6.	Rozdíly z ocenění při přeměnách obchodních korporací					
A.III.	Fondy ze zisku	+24	+24	+24	+24	+24
A.III.1.	Rezervní fondy	+24	+24	+24	+24	+24
A.III.2.	Statutární a ostatní fondy					
A.IV.	Výsledek hospodaření minulých let	+920		+225	0	+905
A.IV.1.	Nerozdělený zisk minulých let	+920		+225	0	+905
A.IV.2.	Neuhrazená ztráta minulých let					
A.IV.3.	Jiný výsledek hospodaření minulých let					
A.V.1.	Výsledek hospodaření běžného účetního období (+/-)	+8	+1 755	+1 057	+905	+67
A.V.2.	Rozhodnuto o zálohách na výplatu podílu na zisku (-)					
B.	Cizí zdroje	+6 329	+6 944	+7 515	+3 678	+4 908
B.I.	Rezervy					
B.I.1.	Rezervy podle zvláštních právních předpisů					
B.I.2.	Rezerva na důchody a podobné závazky					
B.I.3.	Rezerva na daň z příjmů					

B.I.4.	Ostatní rezervy					
B.II.	Dlouhodobé závazky					
B.II.1.	Závazky z obchodních vztahů					
B.II.2.	Závazky – ovládaná nebo ovládající osoba					
B.II.3.	Závazky – podstatný vliv					
B.II.4.	Závazky ke společníkům					
B.II.5.	Dlouhodobé přijaté zálohy					
B.II.6.	Vydané dluhopisy					
B.II.7.	Dlouhodobé směnky k úhradě					
B.II.8.	Dohadné účty pasivní					
B.II.9.	Jiné závazky					
B.II.10.	Odložený daňový závazek					
B.III.	Krátkodobé závazky	+6 056	+6 757	+7 417	+3 663	+4 443
B.III.1.	Závazky z obchodních vztahů	+3 546	+3 804	+5 631	+2 970	+2 947
B.III.2.	Závazky – ovládaná nebo ovládající osoba					
B.III.3.	Závazky – podstatný vliv					
B.III.4.	Závazky ke společníkům	+850	+235	+235	0	+550
B.III.5.	Závazky k zaměstnancům	+461	+585	+617	+419	+551
B.III.6.	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění	+166	+267		+173	+144
B.III.7.	Stát – daňové závazky a dotace	+393	+785	+315	-16	+208
B.III.8.	Krátkodobé přijaté zálohy	+450	+683	+312	0	
B.III.9.	Vydané dluhopisy					
B.III.10.	Dohadné účty pasivní	+76	+159	+176	+113	+37
B.III.1.	Jiné závazky	+114	+239	+131	+4	+6
B.IV.	Bankovní úvěry a výpomoci	+273	+187	+98	+15	+465
B.IV.1.	Bankovní úvěry dlouhodobé	+273	+187	+98	+15	+465
B.IV.2.	Krátkodobé bankovní úvěry					
B.IV.3.	Krátkodobé finanční výpomoci					
C.I.	Časové rozlišení	+742	+299	+715	+503	+153
C.I.1.	Výdaje příštích období	+327	+45	+82	+232	+153
C.I.2.	Výnosy příštích období	+415	+254	+633	+271	

Příloha 2: Výkaz zisku a ztrát společnosti Media Age, s. r. o. za roky 2011 až 2015 (Zpracování vlastní)

Výkaz zisků a ztráty (v tis. Kč)						
2011 - 2015						
		2011	2012	2013	2014	2015
I.	Tržby za prodej zboží					
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží					
+	Obchodní marže					
II.	Výkony	+47 725	+50 263	+53 204	+46 820	+38 546
II.1.	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	+47 725	+50 263	+53 204	+46 820	+38 546
II.2.	Změna stavu zásob vlastní činnosti					
II.3.	Aktivace					
B.	Výkonová spotřeba	+39 573	+37 907	+39 957	+36 945	+29 570
B.1.	Spotřeba materiálu a energie	+1 232	+1 466	+2 013	+1 396	+849
B.2.	Služby	+38 341	+36 441	+37 944	+35 549	+28 721
+	Přidaná hodnota	+8 152	+12 356	+13 247	+9 875	+8 976
C.	Osobní náklady	+7 226	+8 815	+10 752	+8 609	+8 225
C.1.	Mzdové náklady	+5 712	+6 800	+8 400	+6 688	+6 515
C.2.	Odměny členům orgánů obchodní korporace					
C.3.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	+1 514	+2 015	+2 352	+1 921	+1 710
C.4.	Sociální náklady					
D.	Daně a poplatky	+35	+46	+46	+48	+36
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	+458	+586	+657	0	+423
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu				+198	+173
III.1.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku				+198	+173
III.2.	Tržby z prodeje materiálu					
F.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu		+10			
F.1.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku		+10		+41	
F.2.	Prodáný materiál				+41	
G.	Změna stavu rezerv a opravných položek		+261	-69		

	v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období					
IV.	Ostatní provozní výnosy	+9				
H.	Ostatní provozní náklady	+247	+280	+340	+27	+118
V,	Převod provozních výnosů					
I.	Převod provozních nákladů					
*	Provozní výsledek hospodaření	+195	+2 358	+1 521	+1 348	+347
VI.	Tržby z prodeje cenných papírů a podílů					
J.	Prodané cenné papíry a podíly					
VII.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku					
VII.1.	Výnosy z podílů v ovládaných osobách a v účetních jednotkách pod podstatným vlivem					
VII.2.	Výnosy z ostatních dlouhodobých cenných papírů a podílů					
VII.3.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku					
VIII.	Výnosy z krátkodobého finančního majetku					
K.	Náklady z finančního majetku					
IX.	Výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů					
L.	Náklady z přecenění cenných papírů a derivátů					
M.	Změna stavu rezerv a opravných položek ve finanční oblasti					
X.	Výnosové úroky		+18	+6		
N.	Nákladové úroky		+18	+16		
XI.	Ostatní finanční výnosy	+88	+172	+133	+45	+5
O.	Ostatní finanční náklady	+199	+255	+225	+270	+229
XII.	Převod finančních výnosů					
P.	Převod finančních nákladů					
*	Finanční výsledek hospodaření	-111	-83	-102	-225	-224
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost	+76	+520	+362	+218	+56
Q.I.	- splatná	+76	+520	+362	+218	+56
Q.2.	- odložená					

**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost	+8	+1 755	+1 057	+905	+67
XIII.	Mimořádné výnosy					
R.	Mimořádné náklady					
S.	Daň z příjmů z mimořádné činnosti					
S.1.	- splatná					
S.2.	- odložená					
*	Mimořádný výsledek hospodaření					
T.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)					
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-)	+8	+1 755	+1 057	+905	+67
***	Výsledek hospodaření před zdaněním	+84	+2 275	+1 419	+1 123	+123

Příloha 3: Grafické zpracování metody CMP (Zpracování vlastní)

