

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Analýza faktorů úspěšnosti vybraného podniku

Analysis of success on a particular firm

Ivana Rothová

Plzeň 2017

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2016/2017

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Ivana ROTHOVÁ

Osobní číslo: K14B0289P

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Podniková ekonomika a management

Název tématu: Analýza faktorů úspěšnosti vybraného podniku

Zadávací katedra: Katedra financí a účetnictví

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Provedte rešerši dostupné literatury z analyzované oblasti.
2. Popište detailně marketingové analýzy využitelné pro praktickou část práce.
3. Analyzujte finanční situaci zvoleného podniku.
4. Vyhodnoťte stávající situaci a navrhněte možná opatření s pozitivním dopadem na podnikové činnosti v krátkém i dlouhém časovém horizontu.
5. Shrňte řešenou problematiku.

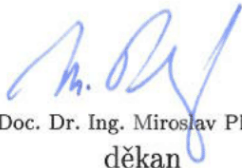
Rozsah grafických prací: **neuveden**
Rozsah kvalifikační práce: **40 - 60 stran**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

- **BLAHA, Zdenek Sid; JINDŘICHOVSKÁ Irena.** *Jak posoudit finanční zdraví firmy.* 3., rozš. vyd. **Praha: Management Press, 2006. ISBN 80-7261-145-3**
- **JAKUBÍKOVÁ, Dagmar.** *Strategický marketing: strategie a trendy.* 2., rozš. vyd. **Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4670-8**
- **KRÁLOVÁ, Irena.** *Finanční analýza: pro střední a vyšší hotelové školy.* **Praha: Fortuna, 2009. ISBN 978-80-7373-060-4**

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Marie Černá, Ph.D.**
Katedra financí a účetnictví

Datum zadání bakalářské práce: **21. října 2016**
Termín odevzdání bakalářské práce: **24. dubna 2017**


Doc. Dr. Ing. Miroslav Plevný
děkan




Ing. Michaela Krechovská, Ph.D.
vedoucí katedry

V Plzni dne 21. října 2016

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma *Analýza faktorů úspěšnosti vybraného podniku* vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucí bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne

.....

podpis autora

Poděkování

Chtěla bych poděkovat paní Ing. Marii Černé Ph.D. za konzultace, a především za věnovaný čas, pomoc a připomínky, které pomohly ke zpracování této bakalářské práce.

Dále děkuji panu Pavlu Vrbovi za poskytnutí informací o společnosti.

A děkuji také svým rodičům a přátelům za morální i finanční podporu při studiu.

Obsah

ÚVOD	8
1 Analýza prostředí podniku	10
1.1 Makroprostředí	10
1.2 Mezoprostředí	11
1.3 Mikroprostředí	11
1.3.1 Marketing	11
1.3.2 Strategie.....	11
1.4 SWOT analýza.....	12
1.5 PEST analýza.....	14
2 Finanční analýza.....	16
2.1 Rozvaha	18
2.2 Výkaz zisku a ztráty	20
2.3 Horizontální analýza.....	21
2.4 Vertikální analýza.....	21
2.5 Poměrové ukazatele	21
2.5.1 Ukazatele likvidity	22
2.5.2 Ukazatele aktivity.....	25
2.5.3 Ukazatele rentability	27
2.5.4 Ukazatele finanční stability a zadluženosti	30
2.5.5 Ukazatele solventnosti.....	33
2.5.6 Ukazatele produktivity	34
3 Představení společnosti	35
3.1 Výpis z obchodního rejstříku.....	37
4 Analýza prostředí podniku	38

4.1	SWOT analýza společnosti	41
4.2	PEST analýza společnosti	45
5	Finanční analýza společnosti	49
5.1	Horizontální analýza	49
5.2	Vertikální analýza	52
5.3	Poměrové ukazatele	55
5.3.1	Ukazatele likvidity	56
5.3.2	Ukazatele aktivity	58
5.3.3	Ukazatele rentability	60
5.3.4	Ukazatele finanční stability a zadluženosti.....	63
5.3.5	Ukazatele solventnosti	65
5.3.6	Ukazatele produktivity.....	66
5.4	Zhodnocení finanční analýzy	67
ZÁVĚR		70
Seznam tabulek		72
Seznam obrázků.....		73
Seznam použitých zdrojů.....		74
Seznam příloh		76

ÚVOD

Pro každý podnik je velice důležité zajistit si svou pozici na trhu, udržet ji a dále zlepšovat. K tomu je zapotřebí mít informace jak o finanční situaci, tak i o faktorech, které na podnik působí zvenčí. Finanční analýza je významná pro společnost samotnou, ale také pro ostatní právnické i fyzické osoby v okolí firmy. Myšleni jsou tím především věřitelé a akcionáři. Pro firmu je velice důležité umět své faktory úspěšnosti správně analyzovat a využít je ke zlepšení celkové situace. Společnost by se měla zaměřovat na své zákazníky a konkurenty, na jejich portfolio a služby, které nabízejí. Správným analyzováním konkurence, podnik dokáže odhadnout své příležitosti, či naopak hrozby, které by mohly v budoucnu nastat a těmto hrozbám se určitým způsobem vyhnout.

Tato kvalifikační práce se člení na několik kapitol, a právě na analyzování prostředí společnosti a s ním spojené hrozby a příležitosti podniku, je zaměřena první kapitola. Obsahuje teoretická východiska, která se týkají vnějšího a vnitřního prostředí podniku, analýzy SWOT a PEST. Jsou zde popsány různé strategie, které podnik může využít. Mezi tyto strategie patří spojení silných stránek podniku s jeho příležitostmi, nebo naopak použití silných stránek k eliminování hrozeb, které na podnik mohou v budoucnu působit. PEST analýza se pak zaměřuje na faktory z makroprostředí. Řeší politickou situaci, ekonomické faktory, sociální nebo technologický vývoj společnosti.

Druhá kapitola je zaměřena na finanční analýzu v podniku a její etapy. Popsány jsou zde hlavní dva výkazy, se kterými se pracuje pro následné výpočty, a to rozvaha a výkaz zisku a ztráty. V první řadě zahrnuje vertikální a horizontální analýzu. Tyto analýzy jsou zde provedeny na základě účetních výkazů, konkrétně z rozvahy a výkazu zisku a ztráty. Dále jsou zde uvedeny potřebné finanční poměrové ukazatele a postup jejich výpočtů. Ukazatele, na které je poukazováno v této práci jsou: likvidita, aktivita, rentabilita, finanční stabilita, zadluženost, solventnost a produktivita společnosti.

Třetí kapitolou je představení vybraného podniku. Práce je zpracována pro společnost Luremato s.r.o., která se specializuje na kamionovou dopravu. Na trhu je společnost jen krátce, od roku 2012. Jde o rodinnou firmu, nabízející své služby v České republice i v zahraničí.

Čtvrtá a pátá kapitola práce se zabývají aplikací teoretických východisek z prvních dvou do vybraného podniku. Je provedena analýza prostředí firmy, následně její SWOT a PEST analýza a pátá kapitola je věnována konkrétním výpočtům z finanční analýzy.

Cílem celé práce je zjistit, jak si vede vybraný podnik na trhu. Nalézt silné stránky a slabé stránky, analyzovat finanční situaci a navrhnout možná opatření. Výpočty a poznatky z předchozích kapitol jsou tedy na závěr shrnuty a jsou navržena případná opatření pro společnost, která by současnou situaci podniku mohla vylepšit.

1 Analýza prostředí podniku

Okolí podniku je tvořeno různými oblastmi, jako je například ekonomika, životní prostředí, legislativa, technologie, veřejný sektor atd. Součástí celého prostředí jsou stakeholderi a konkurence. Mezi samotným podnikem a jeho okolím probíhá výměna informací, vstupů i výstupů. Do prostředí je řazena i kultura země, která ovlivňuje organizační kulturu společnosti. Každá firma se nachází v určitém podnikatelském prostředí, ve kterém vykonává svou činnost. Na toto prostředí by se firma měla zaměřit, analyzovat jej a podrobně se jím zabývat. Výhodou správného analyzování je předvídání změn v prostředí a možnost na tyto změny včas zareagovat. Jedna ze zásad používaná k hodnocení prostředí je zásada MAP, která znamená „monitoruj, analyzuj, předvídej“. Celé prostředí je možné rozdělit na dvě části, a to vnější a vnitřní. Vnější zahrnuje makroprostředí a mezoprostředí a vnitřní zahrnuje mikroprostředí (Dagmar Jakubíková, 2013).

Marketingová situační analýza zkoumá jednotlivé složky a vlastnosti vnějšího prostředí. Pojem prostředí lze chápat jako soubor okolností, ve kterých někdo žije a ovlivňuje ho. Tím může být rodina, jedinec, organizace, místo a podobně. Marketingové prostředí je velmi dynamické. Představuje nespočet různých příležitostí a hrozeb. Tyto příležitosti a hrozby je nutné analyzovat, identifikovat a podat návrh na zlepšení organizace vůči okolí, například návrh na vylepšení pracovních podmínek pro zaměstnance, zefektivnění výkonu dané činnosti, poskytování výhodnějších služeb pro zákazníky, a tak dále.

1.1 Makroprostředí

Podnikové makroprostředí nelze nijak ovlivnit. Lze jej rozdělit do několika skupin, resp. spíše vlivů: politické, ekonomické, demografické, kulturní, technologické, legislativní, sociální, kulturní, geografické, ekologické a přírodní. Jedná se tedy o oblasti, do kterých firma nemůže zasahovat. Patří sem jevy, jako je snižování nebo zvyšování populace, trendy ve společnosti, různé kulturní či náboženské odlišnosti, výše průměrné mzdy, a v neposlední řadě přírodní katastrofy. Při analýze makroprostředí se vychází ze vzdáleného prostředí, globálního, a postupně se přechází k prostředí lokálnímu. Dále je nutné vybrat ty faktory, které jsou pro danou organizaci důležité (Dagmar Jakubíková, 2013).

1.2 Mezoprostředí

Do mezoprostředí podniku je zařazeno samotné prostředí dané firmy, dodavatelé, distribuce, konkurence a vše, co se týká vztahů s veřejností, to znamená zákazníci a spotřebitelé. Toto prostředí podnik může ovlivnit, ale jen částečně (Dagmar Jakubíková, 2013).

1.3 Mikroprostředí

Oblast, ve které má podnik velký vliv. Týká se bezprostředně firmy. Řadí se sem top management, všechny útvary podniku, komunikaci, podniková kultura, finance společnosti, výroba, prodej, marketing, zaměstnanci, výzkum a vývoj (Dagmar Jakubíková, 2013).

1.3.1 Marketing

Marketing je považován za jednu z činností, kterou každý podnik vykonává. Jsou to procesy, kterými se vytváří a sdělují určité informace a hodnoty zákazníkům, řídí se jimi vztahy se zákazníky tak, aby z toho měla společnost i zájmové skupiny určitý prospěch. Marketing je také rozhodující část při tvorbě a realizaci strategie společnosti, která směřuje k naplnění cílů dané organizace (Solomon, Marshall, Stuart, 2006).

Základ je ve vztahu se zákazníkem. Filozofie marketingového konceptu je založena na teorii, která říká, že úspěšné dosažení cílů je založeno na správném určení potřeb zákazníků a plnění těchto potřeb lépe než konkurence. Za marketing nelze považovat prodej, získávání zákazníků, snahu o dosažení zisku, tvorbu cen nebo reklamu. Lze za něj považovat péči o zákazníka a vytváření nabídek odlišných od nabídek konkurentů (Dagmar Jakubíková, 2013).

1.3.2 Strategie

Strategie představuje určitý dlouhodobý plán podniku, který vede k dosažení daného cíle. Strategií v podniku může být několik, avšak měla by existovat jedna hlavní, která určuje celkové chování společnosti, určuje, kam společnost směřuje. Vytvoření strategie je pro firmu jeden z nejvýznamnějších procesů. Cílem strategie je efektivním způsobem rozdělit

zdroje, a tím dosáhnout prosperity podniku i v náročném konkurenčním prostředí. V současné době jsou časté dynamické změny a existuje zde mnoho rizik, která ztěžují celé řízení podniku. Proto je pro firmu dobré mít odolnou strategii, která je zároveň i flexibilní, aby umožňovala rychlé reakce na tato rizika. Společnost, která nemá žádnou strategii, na rizika reaguje neefektivně, mnohdy i opožděně, a to snižuje její prosperitu a celkovou výkonnost. Taková situace může vést až k ohrožení existence společnosti. Vytvářením strategie se zabývá strategický management, který strategii zformuluje, ale o implementaci strategie se dále stará operativní management. Ten má na starosti všechny řídicí aktivity, které mají zabezpečit efektivní a plynulý běh procesů. Do činností operativního managementu patří určení provozních plánů, zabezpečení vhodných provozních faktorů, koordinace průběhu provozního procesu a řešení odchylek a informování o průběhu a výsledcích provozního procesu. Velice důležitý pro implementaci strategie je inovační potenciál. Aby se strategie správně implementovala, je potřeba stanovit si operativní cíle pro jednotlivé aktivity, což umožní efektivní alokaci dostupných zdrojů a stanovení politiky uplatnění strategie. Důležitým prvkem napomáhajícím strategii, je komunikace ve firmě, která umožňuje stanovení účinných motivačních nástrojů a efektivní zapojení lidského kapitálu do výroby za podpory firemní struktury. Strategie by se měla v celém svém průběhu hodnotit. Všechny postupy, které podnik aplikuje, nemohou být neměnné, jelikož v celém prostředí, ve kterém se strategie odehrává, probíhají neustálé změny. Na tyto změny je třeba reagovat. Reagovat se dá více způsoby. Prvním z nich je sledování vnějších a vnitřních faktorů, které danou strategii ovlivňují. Dalším je vyhodnocování dosahovaných výsledků, které se porovnávají s předpokládanými výsledky podle vytvořeného strategického plánu. Posledním jsou navrhované nutné opravy v již přijatém strategickém plánu. Postupy hodnocení strategie jsou rozděleny na dva typy, a to na korekci probíhajících procesů za pomoci předstižných ukazatelů a druhým je vyhodnocení naplnění strategie a strategických cílů jako celku za pomoci zpožděných ukazatelů (J. Fotr, E. Vacík, I. Souček, M. Špaček, S. Hájek, 2012).

1.4 SWOT analýza

SWOT analýza je jednou z nejznámějších a nejpoužívanějších metod, jak analyzovat prostředí firmy. Zkratka SWOT je vytvořena ze slov – Strengths neboli silné stránky, Weaknesses neboli slabé stránky, Opportunities neboli příležitosti a Threats neboli

hrozby. Je vytvořena původně ze dvou analýz: SW a OT. Podnik by se nejprve měl zaměřit na vnější okolí, aby tomu pak přizpůsobil své vnitřní prostředí. To znamená, že výhodnější bývá začít analýzou OT, protože příležitosti i hrozby jsou z vnějšího prostředí firmy, to znamená z makroprostředí a mezoprostředí. Po analýze OT následuje analýza SW. Ta je zaměřena na silné a slabé stránky dané firmy. Analyzuje vnitřní prostředí podniku, tedy mikroprostředí. Nevýhodou této analýzy je její přílišná subjektivita. Přínos tohoto typu analýzy není pro tvoření strategických marketingových dokumentů příliš podstatný (Dagmar Jakubíková, 2013).

Tabulka č. 1: SWOT analýza

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none"> • podmínky podporující realizaci cílů • podniku i spotřebitelům přinášejí užitek či výhodu 	<ul style="list-style-type: none"> • podmínky, které mohou dosažení cíle pokazit • činnosti podniku, které nejsou vykonávány tak, jak by měly • činnosti, které konkurenční podnik vykonává lépe
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
<ul style="list-style-type: none"> • to, čeho se dosáhne po úspěšné realizace cíle • skutečnosti, jimiž podnik může zvýšit poptávku • činnosti, jimiž podnik může dosáhnout lepšího uspokojení zákazníků • pro podnik znamenají úspěch 	<ul style="list-style-type: none"> • opak příležitostí, jsou to události, které mohou poptávku snížit • hrozí nespokojenost zákazníků nebezpečí a následný neúspěch pro firmu

Zdroj: *vlastní zpracování, 2017*

Ze SWOT analýzy lze vyčíst, která ze čtyř strategií je pro podnik nejvhodnější. Každá strategie je spojena ze dvou částí analýzy, a jsou to strategie ST, WT, WO, SO. První ze strategií ST představuje spojení silných stránek a hrozeb. Firma by měla sledovat

nebezpečí, které by měla s pomocí silných stránek eliminovat. Doporučuje se mobilizace zdrojů pro překonání hrozeb. Další analýza - WT, zkoumá spojení slabých stránek a hrozeb. Podnik by se měl zaměřit na své slabé stránky a spojit je s hrozbami, které pro firmu znamenají určité nebezpečí. Tím by měl podnik minimalizovat jak své slabé stránky, tak s nimi spjaté hrozby. Doporučovány jsou kompromisy, ustupování, popřípadě odchod z trhu. WO strategie je spojení slabých stránek a příležitostí. Zde by se podnik měl zaměřit na příležitost, která společnosti pomůže zbavit se nějaké ze slabých stránek. Doporučením jsou investice do produktů, či kooperace a další. Poslední zmiňovaná strategie SO představuje spojení silných stránek s příležitostmi firmy. Organizace spojuje své silné stránky se svými příležitostmi, které firmě přinášejí úspěch. Doporučeno je využívat soulad zdrojů s poptávkami, znamená to komparativní výhodu (Dagmar Jakubíková, 2013).

S analýzou SWOT souvisí kritické slabiny firem. Těmi jsou strategická slepota, manažerský akademismus a kultura bezpečí a komfortu. Strategická slepota znamená neschopnost organizace vidět na trhu příležitost nebo způsoby jejich využití a hrozby nebo způsoby, jak jim předejít. Manažerský akademismus se týká absence pragmatismu. V podniku chybí důslednost v oblasti nastavení obchodních procesů a ve vedení společnosti. Kultura bezpečí a komfortu se týká toho, že podnik neumí přijmout riziko, nemá dostatek odvahy k přijetí rychlého rozhodnutí a dává přednost osvědčeným nepoužitelným postupům (zprávy aktuálně, 2013).

1.5 PEST analýza

PEST analýza slouží ke zhodnocení vnějšího prostředí podniku. Analyzuje se zde makroprostředí a mezoprostředí zkoumané společnosti. Cílem je zjistit, které z faktorů mají vliv, jaké jsou jejich možné účinky a které z nich jsou pro podnik nejdůležitější v blízké budoucnosti. Písmena, z nichž je vytvořena zkratka PEST mají následující význam:

- P- politicko-právní faktory,
- E- ekonomické faktory,
- S- sociokulturní faktory
- a T- technologické faktory.

Někdy se přidávají i ekologické faktory, pak se hovoří o analýze PESTLE.

Mezi politicko-právní faktory lze zařadit politickou stabilitu země, legislativu, která upravuje podnikání, ochranu spotřebitele, daňovou politiku, politické strany, předpisy pro mezinárodní obchod nebo předpisy Evropské unie, činnosti zájmových sdružení, sociální politiku, fiskální politiku, a další. K ekonomickým faktorům patří HDP a jeho vývoj, ekonomický cyklus (deprese, recese, oživení a konjunktura), měnové kurzy, státní výdaje, nezaměstnanost, inflace, případně deflace, průměrná výše důchodu obyvatelstva, dávky státní sociální podpory, koupěschopnost a jiné. Sociokulturní faktory mají dvě roviny působnosti, a to faktory, které jsou spojeny s kupním chováním spotřebitelů (kulturní a sociální) a faktory, které podmiňují chování organizací, kde je možné sledovat vlivy jak kulturní, tak sociální, které působí na jednání organizací. Do kulturní roviny jsou řazeny spotřební zvyky, vnímání sebe sama, vnímání organizací, přírody a společnosti, mateřský jazyk, image, chování jedinců a sblížování jejich spotřebního chování. K sociálním faktorům pak patří uspořádání společnosti, sociálně-ekonomické zázemí spotřebitelů, příjmy, životní úroveň a její vývoj, samotný životní styl jednotlivců, úroveň vzdělání nebo třeba majetek a mobilitu. K technologickým faktorům se řadí výdaje státu na výzkum, nové objevy, výrobní technologie, patenty, satelitní komunikace, internet, rychlost technologických změn, nebo zahrnují například dopravní technologie, skladovací technologie a podobné. Tyto faktory jsou pro organizaci zdrojem technologického pokroku, s jejichž pomocí mohou podniky dosahovat lepších hospodářských výsledků, zvyšovat konkurenceschopnost a humanizovat práci (Dagmar Jakubíková, 2013).

V PEST analýze se vytrácejí dva velmi důležité faktory. Jsou jimi faktory demografické a přírodní. Demografickými se myslí velikost populace, její stárnutí a porodnost, rasy, národnosti, charaktery rodin (sňatky a rozvody). Demografické faktory jsou důležité z toho důvodu, že lidé tvoří trhy. K přírodním faktorům patří přírodní zdroje, počasí a klimatické podmínky. Tyto faktory představují pro organizace vstupy, proto je jejich analýza také důležitá (Dagmar Jakubíková, 2013).

2 Finanční analýza

Jakákoliv analýza má význam jako logický prostředek pro rozhodování v podniku, pro porovnání získaných údajů a pro vytváření nové informace. Analýza je zaměřena na konkrétní problém, který je nutno vyřešit. Některé nástroje analýzy jsou zaměřeny na řízení hotovostních prostředků podniku, na oceňování a zároveň sledování pohledávek a na vytváření dlouhodobého rozhodnutí, které se týká financí. Před rozhodnutím je potřeba získat potřebné údaje pro analýzu, tyto údaje se nejčastěji čerpají z účetních výkazů organizace, a to především z rozvahy a výkazu zisku a ztrát. Finanční analýzou je nazýváno ohodnocení minulosti, přítomnosti a předpokládané budoucnosti hospodaření firmy. Cílem finanční analýzy je nalézt silné stránky, o které je možno se opřít, slabé stránky, které by mohly způsobit problémy, nedostatky firmy a především poznat finanční zdraví podniku. Tato analýza se dá rozdělit na vnitřní a vnější. Co se týče vnitřní finanční analýzy, ta je využívána pro potřeby podniku jako takového. Zjišťuje se s její pomocí likvidita podniku, nebo výsledky hospodaření minulých let. Dělají se rozborů firmy z vnitřně dostupných informací, které se získávají z vnitropodnikového účetnictví, kalkulací, vnitropodnikového účetnictví, rozpočtů a plánů podniku. Především s těmito údaji pracuje management organizace. Takové informace slouží podniku například pro rozhodování, zda si vzít půjčku a jaké zatížení to přinese ohledně finančních nákladů. Vnější finanční analýza se týká především určení a ohodnocení kredibility firmy a jejího investičního potenciálu. Údaje jsou k dispozici ve veřejně dostupných informacích, které slouží pro potřeby externím uživatelům informací, kam řadíme banky, konkurenční podniky a veřejnost. Slouží zejména investorům, kteří se na základě této analýzy rozhodují, zda provedou investici právě do této firmy. Pro zpracování obou uvedených analýz se používají stejné nástroje. Především jsou používány poměrové ukazatele, které v případě správného výpočtu mohou odpovědět na otázky týkající se zdraví firmy (Zdeněk Sid Bláha, Irena Jindřichovská, 2006).

Finanční analýza má více etap. První fází, kterou finanční analýza začíná je fáze přípravná. V této fázi se shromažďují informace, vybírají se data a kontroluje se jejich správnost. Další fází analýzy je analýza primárních ukazatelů. Tuto fázi lze rozdělit na dvě části a to na horizontální analýzu a na vertikální analýzu. Primárními ukazateli jsou data, která se v první části shromažďují. Další etapou je výpočet poměrových

ukazatelů. Poté následuje etapa čtvrtá, měření vývoje poměrových ukazatelů, které byly vypočteny ve třetí fázi. Popřípadě do této čtvrté fáze spadá i srovnávání výsledků poměrových ukazatelů s jinými subjekty. Pátá etapa je interpretací vypočítaných hodnot a celkové hodnocení společnosti. Poslední etapou je podání návrhů na eventuální zlepšení situace (Jan Macek, Rudolf Kopek, Jitka Králová, 2006).

Tabulka č. 2: Uživatelé finanční analýzy

UŽIVATELÉ FINANČNÍ ANALÝZY	
<i>INTERNÍ</i>	<i>EXTERNÍ</i>
Vlastníci	Věřitelé, banky
Management	Stát
Zaměstnanci	Zákazníci
Odboráři	Veřejnost
	Investoři
	Manažeři konkurence
	Zákazníci
	Dodavatelé

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

„Za finanční analýzu považujeme rozbor finanční situace podniku, odvětví, popřípadě celého státu. Nejčastěji je finanční analýza aplikovaná na úrovni podniku.“ (Irena Králová, 2010, s. 7)

Celková finanční situace v podniku je dána finančními prostředky, potřebami a vztahy mezi nimi a je ovlivněna různými faktory, vnitřními a vnějšími. Mezi vnitřní faktory patří takové, které lze ovlivnit. Je možné zařadit sem organizaci práce, hospodárnost, rentabilitu nebo produktivitu. Vnější faktory jsou takové, které firma nijak neovlivní a patří sem úrokové sazby, celá daňová politika, cla, inflace nebo měnový vývoj (Irena Králová, 2010).

Finanční zdraví podniku je dáno dlouhodobou likviditou podniku a rentabilitou. Firma musí být schopna hradit své závazky dlouhodobě a zároveň by měla produkovat zisk nebo navyšovat svůj majetek. Zdravý podnik musí splňovat současně obě tyto podmínky. Pokud je totiž nesplňuje, může se dostat do problémů a do finanční tísně. Existují i podniky, které splňují jednu podmínku, ale druhou ne. Může existovat podnik, který produkuje zisk, avšak má problémy s likviditou, nebo je podnik ztrátový, ale likvidita podniku není ohrožena (Zdeněk Sid Bláha, Irena Jindřichovská, 2006).

Tabulka č. 3: Zdroje finanční analýzy

ZDROJE FINANČNÍ ANALÝZY
<p>Účetní výkazy</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>rozvaha</i> - <i>výkaz zisku a ztráty</i> - <i>cash flow</i> - <i>přehled o změnách vlastního kapitálu</i> - <i>příloha k účetní závěrce</i>
<p>Výroční zprávy</p> <p>Roční zprávy</p> <p>Pololetní zprávy</p>
<p>Prospekty cenných papírů</p>
<p>Ostatní</p>

Zdroj: Irena Králová, 2010

2.1 Rozvaha

Účetní výkaz rozvaha neboli bilance ukazuje finanční situaci podniku k určitému datu. Ukazuje stav majetku a závazků většinou k poslednímu dni finančního roku firmy. Je přehledem aktiv a pasiv v peněžním vyjádření. Sestavuje se v tisících Kč (Irena Králová, 2010).

Na levé straně rozvahy jsou aktiva. Aktiva společnosti představuje vše, co podnik vlastní a co mu dluží ostatní ekonomické subjekty. Zde se uvádí struktura majetku (ve sloupci brutto, v historických cenách), znehodnocení majetku (ve sloupci korekce) - zde je opotřebení majetku, to znamená oprávký k němu a aktuální zůstatková hodnota majetku (ve sloupci netto). V rozvaze nalezneme u aktiv i čtvrtý sloupec, kde se uvádí údaje o majetku netto za minulé období. Do aktiv se řadí položky dlouhodobého majetku – stroje, zařízení, automobily, budovy, které firma vlastní a krátkodobého majetku – hotovost a zásoby a pohledávky, krátkodobé i dlouhodobé (Zdeněk Sid Bláha, Irena Jindřichovská, 2006).

Na pravé straně rozvahy se nachází pasiva. Ta ukazují, jakým způsobem jsou aktiva financována, co firma dluží ostatním ekonomickým subjektům a její vlastní kapitál. Údaje jsou zde zapsány pouze v netto hodnotě, jak za běžné tak i za minulé období. V pasivech se nacházejí položky vlastního kapitálu – základní kapitál, ážio, kapitálové fondy, fondy ze zisku, výsledek hospodaření minulých let a výsledek hospodaření běžného účetního období a cizího kapitálu – rezervy, závazky (dlouhodobé, krátkodobé) a časové rozlišení (Zdeněk Sid Bláha, Irena Jindřichovská, 2006).

Slabé stránky rozvahy:

- Neodráží přesně současnou hodnotu firmy. Pro ohodnocení aktiv se využívá historická hodnota, která i přes úpravu o odpisy neodráží přesně současnou hodnotu aktiv a pasiv.
- Potřeba použít odhad k určení některých hodnot, to se týká především pohledávek očištěných z hlediska návratnosti, zásob, jejichž hodnota je založena na prodejnosti a stálých aktiv, kde reálná hodnota by se měla týkat doby použitelnosti a životnosti.
- V praxi je používáno postupné snižování hodnoty dlouhodobých aktiv, to znamená jejich odepisování. Ale zhodnocování se téměř nikde nebere v úvahu. Týká se to především lesů, půdy a podobně. Jejich skutečná životnost je jen zřídka vázána na jejich odepsanost.

- Ve výkazu nejsou zahrnuty položky s vnitřní hodnotou, protože jsou zde objektivní potíže s oceněním. Patří sem lidské zdroje podniku, zkušenosti a kvalifikace zaměstnanců a podpora společnosti významnými hospodářskými subjekty (Zdeněk Sid Bláha, Irena Jindřichovská, 2006).

2.2 Výkaz zisku a ztráty

Tento výkaz především ukazuje výsledek hospodaření podniku za účetní období. Výkaz zisku a ztráty je přehledem veškerých nákladů a výnosů. Všechny částky obsažené ve výkazu zisku a ztráty se uvádějí v tisících Kč. Opět jsou zde údaje za běžné i minulé období (Irena Králová, 2010).

Náklady ukazují, kolik peněz firma během určitého období vydala na platy zaměstnanců, na nakoupený materiál, režie, daně, a podobně. Výnosy představují, kolik peněz firma během určitého období získala za prodej výrobků a služeb. Rozdílem mezi náklady a výnosy je pak zisk nebo ztráta za běžné účetní období. Na konci výkazu zisku a ztráty se vyskytuje položka, která nám ukazuje, jak byl čistý zisk rozdělen mezi společnost a vlastníky. To znamená, kolik firma nechala jako nerozdělený zisk a kolik rozdělila prostřednictvím dividend (Zdeněk Sid Bláha, Irena Jindřichovská, 2006).

Slabé stránky výkazu zisku a ztráty:

- Výsledek hospodaření za účetní období není roven čisté hotovosti, kterou firma za období vytvořila a nevyčísluje skutečný hotovostní příjem.
- Jde o zachycení toho, jak se sebou souvisí výnosy, kterých bylo za období dosaženo a náklady, které byly na tyto výnosy vynaloženy. Ale tyto náklady nejsou téměř nikdy vynaloženy ve stejném období. Tudíž se položky nákladů a výnosů se neopírají o skutečné toky hotovosti, to znamená příjmy a výdaje, a tak ani výsledný čistý zisk ve výkazu zisku a ztrát neodráží skutečnou hotovost, která byla získána hospodařením firmy v daném období.
- Další slabinou je nezahrnutí inkas plateb z prodeje, který byl uskutečněn na úvěr v minulém období, do položky tržeb.

- Za slabou stránku v nákladech jsou považovány mzdy, platy, režie a ostatní náklady, které nemusejí být vždy skutečně zaplacené ve stejném období, kdy se vykazují ve výkazu zisku a ztráty (Zdeněk Sid Bláha, Irena Jindřichovská, 2006).

2.3 Horizontální analýza

V horizontální analýze se zkoumá a měří vývoj jednotlivých položek z účetních výkazů, rozvahy a výkazu zisku a ztráty. Jde o procentní vyjádření rozdílů změn. Tyto jednotlivé položky jsou srovnávány v čase a zjišťuje se, o kolik se změnila určitá položka. To znamená, že důležitý je rozdíl mezi základním a běžným obdobím. Informuje tedy o pohybech a jeho dynamice propočítávaných položek z výkazů (Eva Kislingerová, 2001).

2.4 Vertikální analýza

Vertikální analýza navazuje na analýzu horizontální. Pomocí vertikální analýzy je zkoumána struktura jedné strany účetních výkazů, struktura aktiv, struktura pasiv, struktura výnosů nebo struktura nákladů. Strukturu lze vyjádřit poměrovými čísly, a tato poměrová čísla převést na procenta (Jan Macek, Rudolf Kopek, Jitka Králová, 2006).

Od horizontální analýzy se vertikální liší tím, že se zabývá vždy jedním obdobím, nesrovnává jednotlivé roky jako je tomu v horizontální analýze. Zabývá se tím, jak se na globálních veličinách podílely jednotlivé veličiny. Například pokud se vyjadřuje struktura aktiv, tak celá struktura aktiv představuje 100 %, a analytik zjišťuje, jak se na těchto stech procentech aktiv podílela jednotlivá aktiva. Za každý rok je vertikální analýza dělána zvlášť, a pak je možné tyto hodnoty pozorovat. Lze z nich vyčíst, k jakým pohybům došlo z hlediska majetkové nebo kapitálové struktury. Informace, které dostaneme, jsou pro společnost důležité, jelikož je z nich dobře vidět, co se ve společnosti děje. Srovnáním těchto hodnot s hodnotami jiných podniků lze posoudit, do jaké míry se struktura podniku blíží ke standartu a jak a v čem se odlišuje podnik od ostatních (Eva Kislingerová, 2001).

2.5 Poměrové ukazatele

Poměrová analýza vyjadřuje vztah hodnoty jedné veličiny ke druhé. Je jedním z nejrozumnějších způsobů, jak srovnat aktuální situaci v dané firmě s jejími dřívějšími daty nebo s údaji jiných společností. Finanční poměr se získá vydělením jakékoli položky

z rozvahy či výkazu zisku a ztráty jakoukoliv jinou položkou. Pro získání správného závěru je nutné zaměřit se na výsledky více poměrů. Podnikový management využívá tyto finanční poměry pro kontrolu hospodaření podniku a ke zlepšování jeho fungování. Poměry využívá více uživatelů, jsou jimi například bankovní pracovníci, myslí se tím analytici, subjekty, poskytující úvěry a kontroloři rizik, ti používají poměry k tomu, aby posoudili, zda je firma solventní, určili kvalitu firmy a její kredibilitu. Dalšími uživateli jsou finanční analytici a finanční ekonomové na burzovních a kapitálových trzích. Ti se zaměřují na posouzení efektivnosti a na potenciál růstu podniku a na jeho důvěryhodnost a spolehlivost kapitálové investice. V neposlední řadě mezi uživatele se řadí analytici na trzích dluhopisů, ti se zaměřují na analýzu z hlediska bezpečnosti investice (Zdeněk Sid Bláha, Irena Jindřichovská, 2006).

Poměrové ukazatele lze rozdělit do několika skupin. Mezi nejpoužívanější ukazatele patří: ukazatele likvidity, ukazatele aktivity, ukazatele rentability, ukazatele finanční stability a ukazatele zadluženosti, ukazatele solventnosti, ukazatele produktivity.

2.5.1 Ukazatele likvidity

Podle těchto ukazatelů se určuje, zda je podnik schopen splácet své krátkodobé závazky, ukazují na schopnost podniku dostát svým finančním povinnostem. Jsou vyjádřeny poměrem oběžných aktiv a pasivy. Zaměřují se na ty části majetku, které jsou nejvíce likvidní ve vztahu s krátkodobými závazky, které mají nejkratší dobu splatnosti. Hodnoty jsou brány z účetních výkazů, konkrétně z rozvahy. V tomto výkazu jsou řazeny položky od těch nejvíce likvidních po nejméně likvidní. Stupeň likvidity majetku ukazuje jeho schopnost přeměny na hotovost. (Zdeněk Sid Bláha, Irena Jindřichovská, 2006).

BĚŽNÁ LIKVIDITA

Tento ukazatel vyjadřuje, kolikrát pokrývají běžná aktiva krátkodobé závazky společnosti. To znamená kolikrát je podnik schopen uspokojit svého věřitele, v případě proměny všech oběžných aktiv na peněžní prostředky v daném okamžiku. Smyslem výpočtu tohoto ukazatele je poukázat na to, aby podnik své krátkodobé závazky hradil z těch aktiv, které jsou k tomu určeny. Ukazatel běžné likvidity by se měl pohybovat mezi

hodnotami 1,5 – 2,5. Čím vyšší je běžná likvidita, tím menší je riziko platební neschopnosti (Adriana Knápková, Drahomíra Pavelková, Karel Šteker, 2013).

Vzorec pro výpočet běžné likvidity:

$$BL = \frac{OA}{KZ + KBÚ} \quad (1)$$

kde: *BL* ... běžná likvidita
KZ ... krátkodobé závazky
OA ... oběžná aktiva
KBÚ ... krátkodobé bankovní úvěry

POHOTOVÁ LIKVIDITA

Pohotová likvidita vyjadřuje poměr mezi oběžnými aktivy vyjma zásob a krátkodobými závazky s krátkodobými bankovními úvěry. Zohledňuje strukturu oběžných aktiv z hlediska likvidity. Pokud je počítána pohotová likvidita, u podniků, které poskytují služby, se hodnota pohotové likvidity blíží hodnotě běžné likvidity. Pokud se jedná o výrobní podnik, mohou se hodnoty běžné a pohotové likvidity výrazně lišit. Měla by se pohybovat mezi hodnotami 1 – 1,5. Čím vyšší je pohotová likvidita, tím příznivější je situace pro věřitele, ale pro podnik to znamená malou výnosnost podnikání, protože velká část oběžných aktiv se váže ve formě pohotových prostředků, nepřinášejících žádný úrok. Pro optimalizaci je dobré zaměřit se na řízení zásob, pohledávek a peněžních prostředků (Adriana Knápková, Drahomíra Pavelková, Karel Šteker, 2013).

Vzorec pro výpočet pohotové likvidity:

$$PL = \frac{OA - ZÁSoby}{KZ - KBÚ} \quad (2)$$

kde: *OA* ... pohotová likvidita
KZ ... krátkodobé závazky
KBÚ ... krátkodobé bankovní úvěry

OKAMŽITÁ LIKVIDITA

Vyjadřuje vztah mezi finančním majetkem a krátkodobými závazky s krátkodobými bankovními úvěry. Do finančního majetku se zahrnuje hotovost v pokladnách, bankovní

účty a krátkodobý finanční majetek, krátkodobé obchodovatelné cenné papíry. Hodnota okamžité likvidity by se měla pohybovat v rozmezí 0,2 – 0,5 (Adriana Knápková, Drahomíra Pavelková, Karel Šteker, 2013).

Vzorec pro výpočet okamžité likvidity:

$$OL = \frac{FM}{KZ + KBÚ} \quad (3)$$

kde: *OL* ... okamžitá likvidita
FM ... finanční majetek
KZ ... krátkodobé závazky
KBÚ ... krátkodobé bankovní úvěry

PROVOZNÍ POHOTOVÁ LIKVIDITA

Provozní pohotová likvidita je důležitý ukazatel, který je ovlivňován obchodním deficitem (převis doby splatnosti závazků nad dobou splatnosti pohledávek). Ovlivňuje ji doba obratu pohotových oběžných aktiv, a to krátkodobých pohledávek a finančního majetku a doba obratu pohledávek. (businessinfo, 2017).

Vzorec pro výpočet provozní pohotové likvidity:

$$PPL = \frac{KP + KFM}{KZ} \quad (4)$$

kde: *PPL* ... provozní pohotová likvidita
KP ... krátkodobé pohledávky
KFM ... krátkodobý finanční majetek
KZ ... krátkodobé závazky

KRYTÍ ZÁSOB PRACOVNÍM KAPITÁLEM

Krytí zásob pracovním kapitálem je dáno poměrem pracovního kapitálu a zásob. Udává, jak se pracovní kapitál podílí na financování zásob v podniku.

Vzorec pro výpočet krytí zásob pracovním kapitálem:

$$KZPK = \frac{\text{pracovní kapitál}}{\text{zásoby}} \quad (5)$$

kde: *KZPK* ...krytí zásob pracovním kapitálem

2.5.2 Ukazatele aktivity

Pomocí ukazatelů aktivity podnik zjišťuje, jestli jsou jednotlivá aktiva z rozvahy přiměřená k současným či budoucím hospodářským aktivitám. Společnosti musejí získávat zdroje na financování potřebných aktiv, tím je myšlen materiál, produkční prostředky, technologie, a podobně. V případě, že má podnik velké množství aktiv, znamená to velké úrokové zatížení, které snižuje hodnotu zisku. Naopak, v případě malého množství produktivních aktiv, se musí firma vzdát potenciálně výhodných příležitostí. Hodnoty pro výpočet ukazatelů aktivity jsou brány z rozvahy a výkazu zisku a ztráty (Zdeněk Sid Bláha, Irena Jindřichovská, 2006).

DOBA OBRATU ZÁSOB

Ukazuje intenzitu využití zásob. Určuje průměrný počet dní, kdy jsou zásoby vázány ve firmě, dokud nejsou dány do spotřeby nebo projede. Čím vyšší hodnota doby obratu zásob, tím lépe pro podnik. Pro podnik je výhodnější, pokud se obrat zásob zvyšuje a doba obratu zásob snižuje (Adriana Knápková, Drahomíra Pavelková, Karel Šteker, 2013).

Vzorec pro výpočet doby obratu zásob:

$$\text{Doba obratu zásob} = \frac{\text{zásoby}}{\frac{\text{tržby}}{365}} \quad (6)$$

DOBA OBRATU POHLEDÁVEK

Ukazatel je poměrem mezi pohledávkami a průměrnými denními tržbami. Výsledkem tohoto výpočtu je pak hodnota, která udává počet dní, kdy je inkaso peněz za každodenní

tržby drženo v pohledávkách. Je to průměr doby, kterou firma čeká na inkaso za své provedené prodeje. Hodnota se srovnává s dobou splatnosti pohledávek a s odvětvovým průměrem (Adriana Knápková, Drahomíra Pavelková, Karel Šteker, 2013).

Vzorec pro výpočet průměrné doby splatnosti pohledávek:

$$\text{Doba obratu pohledávek} = \frac{\text{Pohledávky}}{\frac{\text{Tržby}}{365}} \quad (7)$$

DOBA OBRATU ZÁVAZKŮ

Z tohoto ukazatele lze vypočítat dobu od vzniku závazku do doby, než je tento závazek uhrazen. Měl by dosáhnout alespoň hodnoty rovné hodnotě doby obratu pohledávek (Adriana Knápková, Drahomíra Pavelková, Karel Šteker, 2013).

Vzorec pro výpočet doby obratu závazků:

$$\text{Doba obratu závazků} = \frac{KZ}{\frac{\text{tržby}}{365}} \quad (8)$$

kde: *KZ* ... krátkodobé závazky

OBRAT CELKOVÝCH AKTIV

Obrat celkových aktiv vychází z poměru tržeb a veškerých aktiv podniku. Ukazuje, jak efektivně podnik aktiva využívá a kolikrát se celková aktiva obrátí za jeden rok. Pro mezipodnikové srovnání, je nutno brát ohled na stáří aktiv a rozdíly, které vznikají zvolenou odpisovou metodou. Hodnota by měla vycházet v rozmezí 1 – 1,5. Čím nižší vyjde hodnota, tím více neúměrnou má podnik majetkovou vybavenost a tento majetek nevyužívá efektivně. (Adriana Knápková, Drahomíra Pavelková, Karel Šteker, 2013).

Vzorec pro výpočet obrátu aktiv:

$$\text{Obrat celkových aktiv} = \frac{\text{tržby}}{\text{celková aktiva}} \quad (9)$$

2.5.3 Ukazatele rentability

Rentabilita neboli ziskovost, výnosnost či návratnost je pro podnik velmi důležitým ukazatelem. Zkoumá se především z dlouhodobého hlediska. Měří v podniku jeho schopnost vytvářet nové zdroje, anebo schopnost dosahovat zisku pomocí kapitálu, který podnik investoval. Je dána jako poměr zisku k vynaloženým prostředkům (investice, náklady). Všechny typy ukazatelů rentability hodnotí, jak společnost hospodaří, nikoli výkonnost podniku z pohledu vlastníka (z pohledu investora vlastního kapitálu). Přináší tedy přehled o efektivitě podnikání. Díky těmto ukazatelům firma ví, zda je pro ni lepší pracovat s vlastním nebo s cizím kapitálem. Ukazuje, jak podnik zhodnotil svůj vlastní kapitál a může společnosti ukázat slabé stránky v hospodaření (Adriana Knápková, Drahomíra Pavelková, Karel Šteker, 2013).

RENTABILITA VLOŽENÉHO KAPITÁLU

Rentabilita vloženého kapitálu neboli produktivita investic udává zisk z investice. Měří efektivnost investice a je využíván pro hodnocení hospodářských středisek. Říká, kolik jednotek z finančních prostředků vydělala jedna utracená jednotka finančních prostředků. Lze tím vypočítat výnosnost investice nebo srovnávat více investic mezi sebou a vybrat z nich tu, která je nejvýnosnější (Adriana Knápková, Drahomíra Pavelková, Karel Šteker, 2013).

Vzorec pro výpočet vloženého kapitálu:

$$ROI = \frac{\text{zisk (EBIT)}}{\text{vložený kapitál}} \quad (10)$$

kde: *ROI* ... rentabilita vloženého kapitálu
EBIT ... zisk před zdaněním

RENTABILITA AKTIV

Rentabilita aktiv udává efektivitu vytváření zisku bez ohledu na zdroje – bez ohledu na vliv zadlužení a daňového zatížení. Za důležité se zde považuje to, jestli podnik využívá efektivně svou majetkovou bázi (Adriana Knápková, Drahomíra Pavelková, Karel Šteker, 2013).

Vzorec pro výpočet rentability aktiv:

$$ROA = \frac{\text{zisk (EAT)}}{\text{celková aktiva}} \quad (11)$$

kde: *ROA* ...rentabilita aktiv
EAT ... zisk po zdanění

RENTABILITA DLOUHODOBÉHO (ÚPLATNÉHO) KAPITÁLU

Za úplatný kapitál se zde považuje veškerý kapitál podniku, který nese náklad. To znamená, že je tím myšlen vlastní kapitál a dlouhodobé i krátkodobé cizí zdroje, ze kterých plyne úrok. Rentabilita dlouhodobého kapitálu udává výnosnost dlouhodobého investovaného kapitálu. Hodnota ukazuje, kolik provozního výsledku hospodaření (před zdaněním) firma dosáhla z jedné koruny, kterou investovali společníci a věřitelé (Adriana Knápková, Drahomíra Pavelková, Karel Šteker, 2013).

Vzorec pro výpočet rentability dlouhodobého kapitálu:

$$ROCE = \frac{\text{zisk (EBIT)}}{\text{dlouhodobý kapitál}} \quad (12)$$

kde: *ROCE* ...rentabilita dlouhodobého kapitálu

RENTABILITA VLASTNÍHO KAPITÁLU

Rentabilita vlastního kapitálu se počítá pro zjištění toho, jak se vložené prostředky zhodnocují akcionářům. V čitateli je udáván čistý zisk, ze kterého jsou placeny dividendy a odměny akcionářům. Výpočtem se získá hodnota, která říká, kolik korun čistého zisku přinese každá vložená koruna vlastního kapitálu. Čím větší hodnota vyjde, tím lépe. Dle

tohoto ukazatele hodnotí vlastníci úspěšnost zhodnocení investovaného kapitálu (Irena Králová, 2010).

Vzorec pro výpočet rentability vlastního kapitálu:

$$ROE = \frac{\text{zisk (EAT)}}{VK} \quad (13)$$

kde: *ROE* ...rentabilita vlastního kapitálu
VK ...vlastní kapitál
EAT ... zisk po zdanění

RENTABILITA TRŽEB

Rentabilita tržeb, jinak nazývána jako ziskové rozpětí, ukazuje, kolik korun ze zisku přinese jedna koruna realizovaných tržeb. Z tohoto poměru je patrné, jak se tržby podílejí na vytváření zisku firmy. Čím vyšší hodnota vyjde, tím lépe pro podnik (Irena Králová, 2010).

Vzorec pro výpočet rentability tržeb:

$$ROS = \frac{\text{zisk (EAT)}}{\text{tržby}} \quad (14)$$

kde: *ROS* ...rentabilita tržeb
EAT ... zisk po zdanění

RENTABILITA NÁKLADŮ

Ukazatel rentability nákladů říká, kolik korun zisku přinese podniku jedna koruna nákladů, které byly vynaloženy. Z tohoto poměru lze vyčíst, jak se náklady podílejí na vytváření zisku podniku. A stejně jako v případě rentability tržeb, i zde je výhodnější co nejvyšší hodnota. Čím vyšší hodnota, tím lépe firma dokáže zhodnotit vstupy (Irena Králová, 2010).

Vzorec pro výpočet rentability nákladů:

$$ROC = 1 - ROS \quad (15)$$

kde: *ROC* ...rentabilita nákladů
ROS ...rentabilita tržeb

2.5.4 Ukazatele finanční stability a zadluženosti

Finanční stabilita je základní cíl každého podniku. Tu lze chápat jako určitou schopnost firmy dosahovat zisku, mít přírůstky majetku a zhodnocovat kapitál, který byl do společnosti vložen. Nebo lze finanční stabilitu pojmut jako zajištění platební schopnosti podniku. Firma by tyto dva pohledy neměla oddělovat, ale měla by se zaměřit na to, aby je oba splňovala (Petra Růčková, 2015).

Ukazatelé finanční stability měří finanční zdraví podniku. Vyjadřují v poměru, jak se cizí kapitál podílí na celkovém kapitálu firmy. To znamená, že z těchto ukazatelů lze vyčíst, do jaké míry je podnik zadlužený a jak je společnost schopná splácet své dluhy (Josef Šiman, Petr Petera, 2010).

Pro financování existují různá pravidla, takzvaná zlatá pravidla financování, která by měla být dodržována. Jsou tři, prvním z nich je „pravidlo vertikální kapitálové struktury“, které říká, že by se cizí kapitál měl rovnat vlastnímu kapitálu. Druhé pravidlo zní „podíl vlastního kapitálu na celkových zdrojích by měl být vyšší než podíl dluhů“. Znamená, že by vlastní kapitál měl být vyšší oproti cizímu, alespoň v poměru 60:40. A posledním pravidlem je „zlaté pravidlo financování“, které říká, že by se stálá aktiva měla rovnat dlouhodobým závazkům a oběžná aktiva by se měla rovnat krátkodobým závazkům (Irena Králová, 2010).

KOEFICIENT SAMOFINANCOVÁNÍ

Ukazatel koeficient samofinancování ukazuje míru zadlužení podniku. Vyjadřuje se poměrem vlastního kapitálu k celkovým aktivům. Je doplňkovým ukazatelem k ukazateli věřitelského rizika, a součet těchto dvou ukazatelů by měl dát přibližně hodnotu 1.

Vyjadřuje, kolik procent z vlastního kapitálu podniku připadá na celkové zdroje. Ukazuje, do jaké míry je společnost finančně nezávislá (Irena Králová, 2010).

Vzorec pro výpočet koeficientu samofinancování:

$$\text{Koeficient samofinancování} = \frac{VK}{\text{celková aktiva}} \quad (16)$$

kde: VK ...vlastní kapitál

UKAZATEL VĚŘITELSKÉHO RIZIKA

Ukazatel věřitelského rizika je základní ukazatel, který vyjadřuje celkovou zadluženost firmy. Skládá se z poměru závazků a celkových aktiv. Vyjadřuje, kolik procent činí zadlužení firmy. Významný je zejména pro věřitele, jako jsou například banky. Jeho součet společně s koeficientem samofinancování musí dát přibližně hodnotu 1 (Petra Růčková, 2015).

Vzorec pro výpočet věřitelského rizika:

$$\text{Věřitelské riziko} = \frac{\text{cizí zdroje}}{\text{celková aktiva}} \quad (17)$$

UKAZATEL ZADLUŽENOSTI VLASTNÍHO KAPITÁLU

Jinak nazýván poměr k dluhu vlastního kapitálu. Ukazatel zadluženosti je vyjádřen poměrem cizího kapitálu ku vlastnímu kapitálu. Kombinuje dva ukazatele, a to ukazatel věřitelského rizika a koeficient samofinancování. Vyšší hodnota znamená vyšší podíl cizích zdrojů (Irena Králová, 2010).

Doporučuje se, aby vlastní zdroje a cizí zdroje byly v poměru 1:1. Pokud by se zohlednilo finanční riziko, pak za bezpečnou míru zadluženosti lze brát podnik, který má 40 % cizího kapitálu v poměru ke kapitálu vlastnímu. Nízká hodnota tohoto ukazatele signalizuje podkapitalizovaný podnik, znamená to, že firma má problémy (Eva Kislingerová, 2001).

Vzorec pro výpočet ukazatele zadluženosti vlastního kapitálu:

$$\text{Ukazatel zadluženosti vlastního kapitálu} = \frac{CK}{VK} \quad (18)$$

kde: CK ... cizí kapitál
 VK ... vlastní kapitál

UKAZATEL ÚROKOVÉHO KRYTÍ

Udává, kolikrát je zisk vyšší než úroky. Jinak řečeno ukazatel znamená, kolik korun zisku připadá na 1 korunu nákladových úroků. Používá se pro to, aby firma zjistila, jestli je její dluhové zatížení ještě únosné. Doporučené hodnoty se pohybují mezi 3 – 8, pokud je hodnota nižší, znamená to, že firma vydělává pouze na úroky (Irena Králová, 2010).

Vzorec pro výpočet ukazatele úrokového krytí:

$$\text{Úrokové krytí} = \frac{\text{zisk (EBIT)}}{\text{nákladové úroky}} \quad (19)$$

kde: $EBIT$... zisk po zdanění a úrocích

FINANČNÍ PÁKA

Ukazatel finanční páka je převrácená hodnota koeficientu samofinancování. Ukazatel vyjadřuje zadluženost podniku. Čím vyšší vyjde hodnota tohoto ukazatele, tím méně se podílí vlastní kapitál na celkovém financování podniku, a tím je vyšší podíl cizích zdrojů. Pokud je hodnota vysoká, signalizuje velkou zadluženost společnosti (Irena Králová, 2010).

Vzorec pro výpočet finanční páky:

$$\text{Finanční páka} = \frac{\text{celková aktiva}}{VK} \quad (20)$$

kde: VK ... vlastní kapitál

2.5.5 Ukazatele solventnosti

Solventnost je dlouhodobá schopnost podniku splácet své dluhy, které jsou splatné nad 1 rok. Krátkodobou schopností je pak likvidita. Ukazatele solventnosti se zaměřují na kapitálovou strukturu firmy (managementmania.cz, 2016).

UKAZATEL DOBY SPLÁCENÍ ČISTÝCH DLUHŮ

Ukazatel doby splácení čistých dluhů je vyjádřen poměrem čistých dluhů a ziskem s odpisy. Čisté dluhy zde představují cizí zdroje bez rezerv a krátkodobého finančního majetku podniku. Čím nižší je hodnota tohoto ukazatele, tím lépe je na tom firma se splácením závazků. Čím nižší je hodnota, tím lépe podnik své závazky splácí.

Vzorec pro výpočet ukazatele doby splácení čistých dluhů:

$$DSD = \frac{\text{čisté dluhy}}{\text{zisk po zdanění} + \text{odpisy}} \quad (21)$$

kde: DSD ... doba splácení čistých dluhů

$$\text{čisté dluhy} = \text{cizí zdroje} - \text{rezervy podniku} - \text{KFM} \quad (22)$$

kde: KFM ... krátkodobý finanční majetek

UKAZATEL KRYTÍ ČISTÝCH DLUHŮ

Ukazatel krytí čistých dluhů je převrácený poměr ukazatele doby splácení čistých dluhů. Čím vyšší je jeho hodnota, tím lépe.

Vzorec pro výpočet ukazatele krytí čistých dluhů:

$$KČD = \frac{\text{zisk po zdanění} + \text{odpisy}}{\text{čisté dluhy}} \quad (23)$$

kde: $KČD$... krytí čistých dluhů

2.5.6 Ukazatele produktivity

OSOBNÍ NÁKLADY K PŘIDANÉ HODNOTĚ

Tento ukazatel se vypočítá z osobních nákladů a přidané hodnoty. Ukazuje, jak velká část z hodnoty firmy je vynaložena na platy zaměstnanců podniku. To znamená, kolik hodnoty, kterou firma získala pomocí práce strojů a přeměnou vstupů na výstupy, připadá na jednu korunu vyplacenou v platech zaměstnanců (v superhrubé mzdě) (Jan Váchal, Marek Vochozka a kolektiv, 2013).

Čím nižší hodnota ukazatele, tím lépe pro firmu.

Vzorec pro výpočet osobních nákladů k přidané hodnotě:

$$\text{Osobní náklady k přidané hodnotě} = \frac{\text{osobní náklady}}{\text{přidaná hodnota}} \quad (24)$$

3 Představení společnosti

Společnost Luremato s.r.o. byla založena v roce 2012. Je českou, rodinnou firmou, která se specializuje na autodopravu. Společnost se nejdříve zabývala jen vnitrostátní dopravou a postupem času se začala zaměřovat také na mnoho dalších evropských zemí. Především se věnuje kamionové dopravě. Služby autodoprava poskytuje po celé České republice, Slovensku, Polsku, Maďarsku a po celé západní Evropě.

Obrázek č. 1: Mapa poskytovaných služeb Luremato s.r.o.



Zdroj: *luremato1*, 2017

Firma zajišťuje všechny druhy nákladů, u kterých je možný převoz plachtovými vozidly, dále převoz sypkého materiálu, odpadů, sloupů, elektromateriálu a kabelových bubnů, včetně zboží, které podléhá režimu ADR. Režim ADR je zkratka z Accord Dangereuses Route a znamená evropskou dohodu o mezinárodní silniční přepravě nebezpečných věcí. Ta upravuje způsob, kterým je možné nebezpečné zboží přepravovat, včetně bezpečnostních pokynů a norem. Společnost pro přepravu využívá ekologická vozidla. Striktně dodržuje mezinárodní předpisy o provozu a bezpečnosti práce, která zabraňují jak obecnému, tak i ekologickému ohrožení. Nad převáženým nákladem má společnost neustálou kontrolu díky vybavení navigací GPS a kontaktu s řidiči.

Ve firmě je veškerá technika a náklad, který je podnikem přepravován, pojištěn proti škodám. Jedná se o pojištění z titulu odpovědnosti dopravce a v souladu s mezinárodní

úmluvou CMR. CMR je zkratka slov Convention Marchandise Routière a znamená mezinárodní úmluvu o přepravní smlouvě mezinárodní silniční dopravy.

Na technickou vybavenost firmy je kladen velký důraz, snaží se mít co nejspolehlivější a ověřenou techniku. Z tohoto důvodu je ve společnosti používán co možná nejspolehlivější a nejověřenější technika. Používají se tahače od společností Scania, MAN a DAF, návěsy Schwarzmüller, Krone, Trailor, Bodex a Panav. Ve svém vozovém parku má podnik návěsy (33 palet (120 x 80 cm), do 24 tun, s plachtou i bez plachty), návěs s hydraulickou rukou (12 m), hardox sklápěče (50 a 60 m³), hliníkové sklápěče a cisterny (pro ADR přepravu pohonných hmot).

Společnost má 12 členů. Jsou jimi jednatel, dva dispečeri dopravy, fakturantka, správce autoparku a 7 řidičů, z toho dva řidiči jsou specializováni na přepravy nebezpečného zboží (ADR) a jeden na návěsy s hydraulickou rukou. Společný záměr všech členů společnosti je směřován na nabízení služeb každému zákazníkovi tak, aby s nimi byl zákazník maximálně spokojený a byly tedy nejefektivnější. Všichni zaměstnanci, se vyznačují vysokou profesionalitou, s níž přistupují k zajišťování provozu. Jsou experty v rychlém dopravování nákladů. Neustále se snaží být co neblíže k zákazníkovi, snaží se pochopit všechny zákaznické požadavky a jeho cíle. Šetří zákazníkům čas i peníze. Přes to, že firma je menší, klade velký důraz na kvalitu všech nabízených služeb. Motto společnosti Luremato s.r.o. je „Rychlost a spolehlivost“.

Zákazníci společnosti jsou především strojírenské, elektrotechnické, automobilové, zemědělské a potravinářské výrobní firmy. Dopravu také zajišťují velkým nadnárodním spedičním firmám jak z České republiky, tak zahraničním, pro které také zajišťují kabotáže v jejich zemi („Kabotážní přepravou se obecně rozumí silniční nákladní nebo osobní přeprava, kterou provádí dopravce usídlený v jednom státě, mezi dvěma místy ležícími v jiném státě“ (mdcr.cz, 2017)). Z České republiky jsou zákaznickými firmami především ČEZ Logistika, kde Luremato s.r.o. zajišťuje převoz elektrotechnického materiálu a sloupů, dále společnost Agros Elektro. Převáží díly pro společnost Panasonic a převáží pohonné hmoty pro Čepro, Silmet, EG Energie, ONO a další.

3.1 Výpis z obchodního rejstříku

Datum zápisu: 29. 2. 2012

Spisová značka: C 26993 vedená u Krajského soudu v Plzni

Obchodní firma: Luremato s.r.o.

Sídlo: Benešova třída 62, 330 23 Nýřany

Identifikační číslo: 291 24 859

Právní forma: Společnost s ručením omezeným

Předmět podnikání: výroba, ochod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona

Statutární orgán:

Jednatel: Petr Horváth, dat. nar. 10. června 1970

Den vzniku funkce: 23. července 2012

Způsob jednání: jednatel zastupuje společnost samostatně

Společníci:

Společník: Aneta Horváthová, dat. nar. 14. dubna 1994

Podíl: Vklad: 200 000,- Kč

Splaceno: 200 000,- Kč

Obchodní podíl: 100%

Druh podílu: základní

Kmenový list: nebyl vydán

Základní kapitál: 200 000,- Kč

Ostatní skutečnosti: počet členů statutárního orgánu: 1

Obchodní korporace se podřídila zákonu jako celku postupem podle § 777 odst. 5 zákona č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech.

(justice.cz, 2017)

4 Analýza prostředí podniku

Stejně jako na všechny ostatní subjekty na trhu působí i na společnost Luremato s.r.o. vlivy z několika různých oblastí. Jsou jimi například ekonomika, životní prostředí nebo legislativa. Tato kapitola je zaměřena na analyzování prostředí vybraného podniku. Správné analyzování prostředí napomáhá podniku předvídat změny a tím se na ně lépe připravit. Okolí podniku se dělí na dvě části. Vnější prostředí, kam se řadí skutečnosti, které firma nemůže ovlivnit nebo jen zřídka ovlivnit. A vnitřní prostředí, které je ovládané pouze podnikem samotným.

Makroprostředí společnosti je zaměřeno na skutečnosti, které podnik nemůže ovlivnit. Patří sem politické vlivy, vlivy legislativy, faktory kulturní, technologické a ekonomické. Pro analyzování tohoto prostředí byla použita PEST analýza, které je věnována pátá kapitola (viz níže).

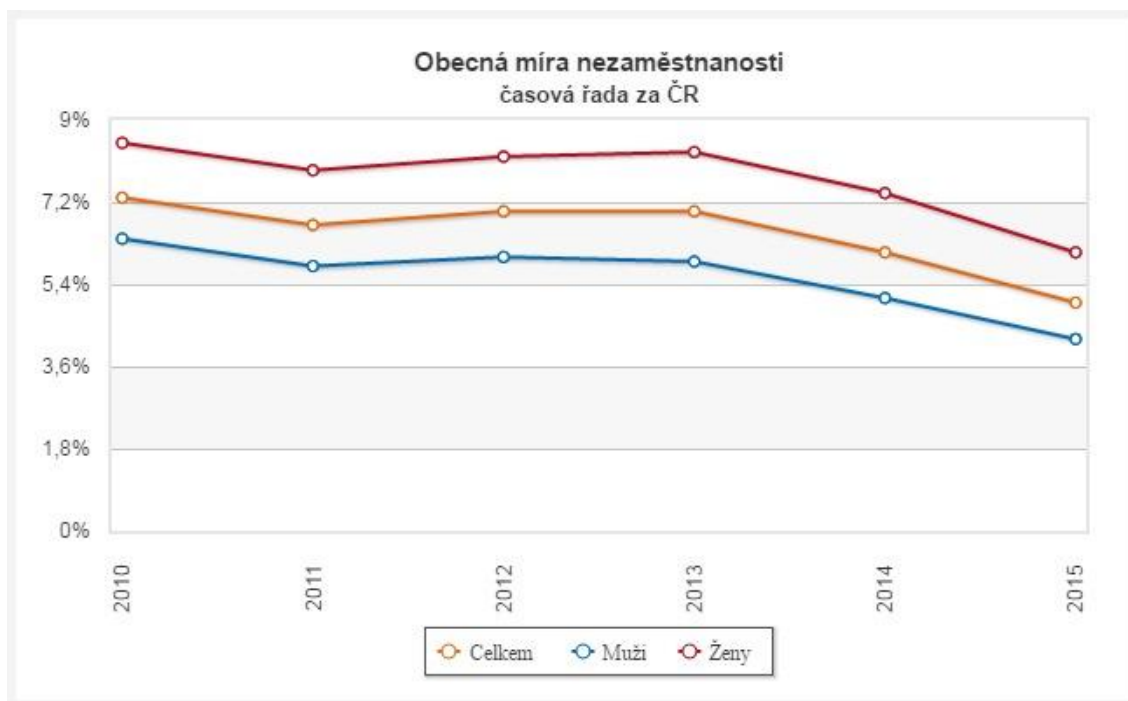
Do mezoprostředí se řadí skutečnosti, na které má firma jistý vliv, ale ovlivňovat ho může jen z části. Spadají sem dodavatelé, odběratelé, konkurenti, veřejnost, zákazníci a spotřebitelé. Mezi dodavatele Luremato s.r.o. se řadí podniky, od kterých společnost kupuje své technické vybavení. Hlavními dodavateli nákladních vozů, které Luremato vlastní jsou společnosti MAN, DAF, Palfinger, Traylor, Schwarzmüller, Scania, Bodex, Renault a v neposlední řadě Panav. Luremato spolupracuje s širokou řadou podniků po celé České republice a dopravu zajišťuje i pro zahraniční nadnárodní společnosti. Odběratele jako takové podnik nemá, zajišťuje autodopravu pro různé firmy a spedice. Mezi dlouhodobé zákazníky podniku patří například firma ČEZ Logistika, pro kterou zajišťují rozvoz elektrotechnického materiálu a sloupů. S firmou ČEZ má Luremato s.r.o. uzavřené dlouhodobé smlouvy. Ve velkém zastoupení zákazníků jsou zde firmy, nabízející pohonné hmoty. Největší objem rozvozu pohonných hmot firma poskytuje pro společnosti Čepro, MP Trade Invest, EG Energie, Silmet a Protego. Odvoz sypkého zboží firma zajišťuje pro spedice Zdemar, Eulag (DE), AŠH Eko a ŽSD. Dalšími ceněnými zákazníky jsou společnosti Agros Elektro a Panasonic, pro něž společnost Luremato zajišťuje přepravu materiálu. Zaměření podnikatelské činnosti zákazníků je rozmanité. Jsou zde firmy zabývající se strojírenstvím, elektrotechnické podniky, výrobní automobilové firmy ale i zemědělské nebo potravinářské společnosti.

Velkou částí tvořící mezoprostředí vybraného podniku tvoří konkurence. Na trhu se vykytuje velké množství firem nabízející přepravní nákladové služby. Nespočet firem dnes tyto služby využívá. Počet firem, které nabízejí nákladní přepravu neustále přibývá. Z tohoto důvodu je velice obtížné se v tomto oboru podnikání prosadit. Mezi největší konkurenty společnosti Luremato patří velcí dopravci, především ze Slovenska, Rumunska a Polska, jelikož tyto společnosti jezdí za dumpingové ceny. To znamená, že poskytují dopravu do zahraničí mnohem levněji, ceny jsou nižší než v zemi výroby.

Posledním prostředím, které ovlivňuje aktivity podniku je mikroprostředí. Je vnitřním prostředím, na které má firma bezprostřední vliv. Jelikož společnost Luremato je společností rodinnou, panují zde dobré vztahy na pracovišti. V podniku je zaměstnáno 12 lidí, z nichž více než polovina jsou řidiči nákladních vozů. Velikostí podniku je dán fakt, že není rozdělen na různé útvary a oddělení. V managementu vystupuje jednatel. Dále jsou zde zaměstnaní dopravní dispečeři, fakturantka, správce autoparku a již zmínění řidiči. Komunikace na pracovišti je velice dobrá, jelikož se všichni ve firmě znají a rozumí si.

Fluktuace zaměstnanců v podniku je nízká. Občas z firmy odejde některý z řidičů, především z důvodu nabídky lépe placené práce, nebo z časových důvodů, řidiči musejí pracovat od pondělí do pátku, někdy musejí jezdit i přes víkendy a v podstatě bydlet v autě, pokud se jedná o řidiče, kteří jezdí převážně do zahraničí. V České republice je v současné době nedostatek řidičů. Dle statistik poslední roky počet řidičů kamionů stále ubývá. Vzhledem ke stále nižší míře nezaměstnanosti v České republice, mají již všichni kvalifikovaní pracovníci stálé zaměstnání. Na pozici řidiče obvykle nastupují lidé z krátkodobého časového hlediska. Motivací jsou například finanční podmínky, které lidem krátkodobě vyhovují.

Obrázek č. 2: Míra nezaměstnanosti ČR



Zdroj: Český statistický úřad, 2016

Zaměstnavatel zaměstnancům v této firmě neposkytuje žádné finanční bonusy, příspěvky na penzijní spoření, osobní ohodnocení, prémie, příspěvky na jídlo či dopravu. Za výhodu, která je zaměstnancům poskytována se dá považovat pružnější pracovní doba. Není zde stanovena fixní pracovní doba, zaměstnanci si svůj čas strávený na pracovišti stanovují sami. Ze zákona je povinné školení řidičů. Pro řidiče cisteren je zde školení ADR. Pro účetní zajištěné školení, které je nutné z důvodu stálých změn legislativy pro vedení účetnictví.

Do mikroprostředí se řadí i samotná strategie a marketing podniku. Strategii velice napomáhá dobrá komunikace ve firmě. Analyzovaný podnik má strategii zaměřenou na posílení konkurenceschopnosti. V budoucnu plánuje rozšíření a omlazení vozového parku. Marketing podniku je slabý. Podnik má své logo pouze na tahačích, což je dáno ze zákona. Webové stránky firma má, ale v současné době je vůbec nevyužívá. Společnost nemá reklamy, žádný propagační materiál či reklamy na billboardech. Firma je pouze zaregistrována v databázi TimoCom. Tato databáze je určena pro všechny firmy, které jsou zapojeny do přepravního řetězce. Funguje již od roku 1997 a je se svou burzou

nákladů a volných vozů TC Truck Cargo lídrem v Evropě. Podstatou a cílem databáze je zprostředkovat různé nabídky a poptávky na dopravní služby prostřednictvím internetového tržiště dopravy. Další služby, které TimoCom nabízí jsou burza skladových prostor, plánovač tras, sledování vozidel na trase. Všechny služby, které databáze poskytuje, jsou vedeny ve 24 evropských jazycích a využívá ji více než 44 států. Velkou výhodou, kterou přináší využití uvedené služby je zamezení drahým jízdám naprázdno a optimalizace vytížení kapacit podniků.

4.1 SWOT analýza společnosti

Pomocí SWOT analýzy společnosti Luremato jsou definovány silné a slabé stránky podniku, jeho příležitosti a hrozby. Silné stránky ukazují, v čem firma vyniká, a co jí pomáhá dosahovat cílů a přináší určitou výhodu, a to pro podnik samotný, nebo pro zaměstnance či zákazníky. Odhalení slabých stránek může podniku pomoci se v jistých ohledech zlepšit a je dobré slabé stránky eliminovat. Jsou to skutečnosti, které mohou dosažení daného cíle pokazit, a také činnosti, ve kterých jsou konkurenti podniku lepší. Třetí oblastí SWOT analýzy jsou příležitosti. Příležitosti jsou zaměřeny především na budoucnost společnosti. Jsou zde vypsány skutečnosti, které by firmě mohly pomoci stát se silnější oproti konkurenci, skutečnosti, které firmě přinesou více zákazníků. Tedy činnosti, které pro podnik budou znamenat úspěch. Posledním, na co se SWOT analýza zaměřuje jsou hrozby. Hrozby jsou pak skutečnosti, které mohou nastat a firmu ohrozit. Jsou zde vypsány skutečnosti, na které by si podnik měl dávat pozor a měl by se snažit se jich vyvarovat, pokud to bude možné. Hrozby je třeba analyzovat pro lepší připravenost na změny, které v budoucnu nastanou. Je třeba tyto skutečnosti sledovat (Dagmar Jakubíková, 2013).

Mezi silné stránky společnosti Luremato s.r.o. patří nízká fluktuace zaměstnanců, a to z důvodu velikosti firmy. Je firmou rodinnou, zaměstnanci se navzájem znají, jsou spokojeni a nemají důvody k odchodu. Další silnou stránkou, která navazuje na předchozí jsou dobré vztahy na pracovišti, a ty jsou důvodem stálosti zaměstnanců. Třetí silnou stránkou podniku je flexibilní pracovní doba. V podniku zaměstnanci nemají pevně stanovenou pracovní dobu, což přispívá k jejich spokojenosti. Velký důraz se ve společnosti klade na kvalitu služeb, které poskytují. Snaží se vyhovět každému

zákazníkovi tak, jak si přeje, jde jim především o spokojenost zákazníků. Kvalita, se kterou firma poskytuje služby, je spojena s dalšími silnými stránkami, a to se spokojeností, a především s udržením zákazníků. Z tohoto důvodu má Luremato mnoho dlouhodobých a stálých zákazníků. Veliké plus pro podnik představuje nabízení služeb po celé Evropě, které je spojeno s většími možnostmi pro zákazníky.

První slabou stránkou je marketing společnosti. Sem patří velmi slabá propagace společnosti jako taková. Firma nemá žádný propagační materiál, ani žádné reklamy. Velmi slabou stránkou je v dnešní době nevyužívání webové prezentace. Nevyužívat webové stránky není, z pohledu dnešního internetového světa, pro podnik příznivé. Luremato má webové stránky od roku 2012, kdy byla společnost založena. Stránky byly pouze vytvořeny. Žádné aktualizace stránek neproběhly, navíc má podnik stránky špatně nastavené, a to tak, že neumožňují vyhledávačům průchod jejich webem, a proto se stránky nezobrazují při vyhledávání. Pokud někdo nemá přesnou internetovou adresu, tak stránky Luremato nenalezne. Pro podnik by bylo dobré změnit nastavení stránek tak, aby vyhledávače mohly indexovat jejich web, a tím umožnit jejich vyhledání. Mohlo by to mít pozitivní vliv na získání dalších potenciálních zákazníků. Velice negativní dopad na firmu, a tudíž její velice slabou stránku představuje finanční zatížení spojené s platbami dodavatelům. Luremato má problémy s placením faktur. Dalším faktorem většího finančního zatížení pro firmu představují leasingy.

V příležitostech podniku je zde zařazeno rozšíření vozového parku. Tato skutečnost by jim mohla zajistit více obchodních nabídek. Příležitost představuje již samotný fakt, že ve světě existuje rostoucí poptávka po přepravě. Stejný trend se předpokládá i v budoucnu. Příležitostí, která by firmě velice pomohla, je zesílení její propagace. Týká se především změny ve webové prezentaci. Tato příležitost by znamenala odstranění jedné ze slabých stránek podniku. Další z příležitostí, která by společnosti mohla pomoci, je rozšíření působnosti firmy. Pokud by společnost založila více poboček, mohlo by to znamenat zvýšení poptávky po jejich službách.

Hrozby, které by na společnost mohly mít negativní vliv jsou legislativní změny. Stejně tak jako na všechny ostatní subjekty na trhu, působí na Luremato státní zásahy. Patří sem změny v zákonech, povinné hlášení, změny poplatků, mýtného a další. Významná hrozba,

zejména v tomto odvětví přepravy, je vysoká konkurence. Na trhu je nespočet firem nabízejících stejné služby. Proto musí být firma ve střehu, a neustále se zdokonalovat. Negativně na firmu působí velký počet pracovních nabídek na pozici řidiče nákladních vozů. Je potřeba vytvořit pro zaměstnance takové podmínky, jak sociální, tak finanční, aby jedinec neměl důvod odcházet ke konkurenci. Hrozbou je pro firmu Luremato s.r.o. jsou také společnosti, které nabízejí dumpingové ceny. Tomuto může konkurovat mimo jiné kvalitou služeb, a tu má Luremato na vysoké úrovni. Negativní dopad může mít na analyzovanou firmu splácení nasmlouvaných leasingů, či vysoké ceny nafty a mýta.

Tabulka č. 4: SWOT analýza společnosti Luremato s.r.o.

SILNÉ STRÁNKY (S)	SLABÉ STRÁNKY (W)
<ul style="list-style-type: none"> • Nízká fluktuace zaměstnanců • Dobré vztahy na pracovišti • Flexibilní pracovní doba • Kvalita služeb • Dlouhodobí, stálí zákazníci • Spokojení zákazníci • Poskytování služeb po celé Evropě 	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing • Propagace společnosti • Nevyužívání webové prezentace • Velikost firmy • Finanční zatížení – např. leasingy
PŘÍLEŽITOSTI (O)	HROZBY (T)
<ul style="list-style-type: none"> • Rozšíření vozového parku • Rostoucí poptávka po přepravě • Účinnější propagace – využívání webové prezentace • Rozšíření působnosti firmy po celé ČR – rozšíření činností, nové pobočky 	<ul style="list-style-type: none"> • Změny v legislativě • Velká konkurence • Odchod řidičů za lépe placenou práci • Firmy nabízející dumpingové ceny • Splácení leasingů • Vysoká cena nafty • Vysoká cena mýta

Zdroj: *vlastní zpracování, 2017*

Ze SWOT analýzy je možné zjistit různé strategie, které firma může použít. Jsou jimi analýza SO, kde firma spojí své silné stránky a příležitosti, druhou strategií je ST, kde podnik spojí silné stránky s hrozbami, další WT, spojení slabých stránek s příležitostmi a poslední WO, spojení slabých stránek s hrozbami (Dagmar Jakubíková, 2013).

V případě Luremato s.r.o.:

- **Strategie SO**

Silnou stránku poskytování služeb po celé Evropě by firma mohla spojit s příležitostmi rozšíření působnosti po celé České republice. Vystavením více poboček by podnik mohl získat více zákazníků., kteří vyhledávají přepravu do zahraničí.

Pokud by firma začala využívat webové stránky, mohlo by dojít ke zvýšení počtu zákazníků.

- **Strategie ST**

Kvalitou služeb jako silnou stránkou společnosti, by se dala snížit hrozba velké konkurence. Někteří zákazníci sledují především kvalitu. Pokud si firma bude nechávat záležet na kvalitě služeb i nadále, je to pro ní konkurenční výhoda.

Další silná stránka, konkrétně dobré vztahy na pracovišti jsou pro zaměstnance velice důležité, a proto touto silnou stránku lze do jisté míry ovlivnit hrozbu odchodu řidičů ke konkurenci.

- **Strategie WO**

Finanční zatížení by se dalo eliminovat rozšířením působnosti společnosti po celé České republice. Tím by firma měla více zakázek, což by vedlo ke zvýšení tržeb.

V této strategii je možné zaměřit se na vytvoření účinnější propagace, kam spadá také využívání webových stránek.

- **Strategie WT**

Slabou stránku finančního zatížení, lze spojit s hrozbou odchodu řidičů za lépe placenou práci. Podnik by se na tyto dvě skutečnosti měl zaměřit a eliminovat je. Pokud se firma zaměří na snížení finančního zatížení, zaměstnanci budou více spokojeni a jinou práci nebudou mít potřebu vyhledávat.

Konkurence je pro společnost velkou hrozbou. Konkurenčních podniků v tomto oboru podnikání přibývá, a je tedy dobré odstraňovat slabé stránky. V případě analyzované společnosti se to týká zesílení propagace a s tím spojeného využívání webových stránek.

4.2 PEST analýza společnosti

PEST analýza slouží k analyzování makroprostředí podniku. Řadí se sem faktory, které společnost neovlivní. PEST analýza se soustředí na 4 oblasti faktorů neovlivnitelných firmou. Jsou jimi politické a právní, druhými jsou faktory ekonomické, třetí sociální a kulturní a posledními, kterými se analýza zabývá, jsou faktory technologické a technické. Rozšířením této analýzy získáme analýzu PESTLE, která v sobě zahrnuje i ekologické faktory (Dagmar Jakubíková, 2013).

Politická a právní oblast

Pro všechny subjekty je nutné sledovat legislativu a její vývoj v dané zemi. Je dobré věnovat pozornost novým zákonům a novelizacím. Mezi důležité zákony pro subjekty, které podnikají, patří zákon o daních z příjmu právnických osob, zákon o dani z přidané hodnoty, obchodní zákoník nebo zákoník práce a další.

Pro Luremato s.r.o., jakožto firmu poskytující dopravní služby, jsou velice důležité tyto zákony, vyhlášky a nařízení:

- Zákon o daních z příjmu (právnických osob)
- Zákon o silničním provozu
- Zákon o DPH

- Obchodní zákoník
- Zákon o dani silniční
- Zákon o silniční dopravě
- Zákon o provozu na pozemních komunikacích
- Vyhláška Ministerstva dopravy o řidičských průkazech a o registru řidičů
- Vyhláška Ministerstva zdravotnictví o stanovení zdravotní způsobilosti k řízení motorových vozidel
- Vyhláška o technických prohlídkách a měření emisí vozidel
- Vyhláška o užívání zpoplatnění pozemních komunikací
- Vyhláška Ministerstva zahraničních věcí o Evropské dohodě o mezinárodní silniční přepravě nebezpečných věcí

Firmu Luremato negativně zasáhly například tyto změny v legislativě:

- Měsíčně se na finanční úřad musí dávat záznamní povinnost pohonných hmot. Firmě naplnění této povinnosti zabere přibližně 3 až 5 dní v týdnu.
- Pro účetní firmy hlášení DPH.
- Hlášení produkce odpadů pro odbor životního prostředí. I přes to, že firma žádné odpady neprodukuje

Ekonomická oblast

Ekonomická oblast by se dala spojit s legislativou dané země. Jsou zde skutečnosti, které, ať už pozitivně nebo negativně, působí na ekonomickou situaci podniku.

Jednoznačně na ekonomickou oblast společnosti Luremato působí vysoké ceny nasmlouvaných leasingů. Ty ekonomickou situaci v podniku výrazně zhoršují. Dále jsou

to rostoucí ceny nafty či mýta. Konkrétní příklad z firmy: Dříve společnost platila 12 000,- Kč za rok za dálniční známku pro nákladní automobil, a dnes tuto částku projedou s jedním nákladním vozem za necelý měsíc.

Dále finanční situaci oslabuje drahé provozování autodopravy jako takové. Je nutné, aby podnik měl nasmlouvaného placeného poradce pro ADR (Evropská dohoda o mezinárodní přepravě nebezpečných věcí). Další finančním výdajem jsou silniční daň, pravidelné školení řidičů, roční technické prohlídky techniky, roční ověřování tachografů, tlakové zkoušky cisteren a další státem vyžadované placené kontroly a poplatky.

Mimo jiné lze do ekonomické oblasti řadit i opravy vozů, pneumatiky, stažení dat z tachografů, kontroly finančních úřadů, zdravotních pojišťoven, celní správy nebo úřadu práce.

Sociální a kulturní oblast

Sociální prostředí je velice důležité jak pro podnik samotný, tak i pro jednotlivé zaměstnance. Ve vybraném podniku Luremato se snaží o zkvalitnění podmínek prostředí. Mezi skutečnosti, které ve firmě pomáhají zlepšovat sociální oblast, patří:

- školení řidičů,
- sledování vývoje technologií pro zvyšování bezpečnosti dopravy,
- péče o zaměstnance, která zahrnuje zdravotní a sociální prvky.

Technická a technologická oblast

Česká republika je srdcem Evropy, má tedy jednu z nejlepších poloh, což pro dopravní podniky znamená obrovskou výhodu. Znamená to spojení s největšími evropskými centry, a to jen s využitím silniční dopravy.

Ekologická oblast

Všechny subjekty by měly chápat proč chránit životní prostředí. I přes snahu ochraňovat životní prostředí, dopravní společnosti znamenají velkou zátěž, a proto by se měly

eliminovat všechny negativní environmentální dopady. Pokud spojíme oblast ekologickou s oblastí legislativní, existují zákony a vyhlášky, podle kterých by se všechny subjekty měly řídit. Mezi takovéto zákony patří:

- Zákon o životním prostředí
- Zákon o ochraně ovzduší
- Zákon o odpadech
- Vyhláška Ministerstva životního prostředí o přepravě odpadů

Konkrétně firma Luremato s.r.o. přispívá k eliminaci negativních dopadů na životní prostředí používáním tahačů třídy Euro 5 a Euro 6, což je spojeno s nízkou emisí spalin.

5 Finanční analýza společnosti

Pátá kapitola je zaměřena na finanční analýzu podniku Luremato s.r.o. Nejprve byla provedena analýza procentních změn, to znamená horizontální a vertikální analýza. Obě tyto analýzy byly provedeny jak pro rozvahu, tak i výkaz zisku a ztráty. Následně byly vypočítány poměrové ukazatele, uvedené v druhé kapitole této práce. Hodnoty byly převzaty z přílohy A a B.

5.1 Horizontální analýza

Na začátku druhé kapitoly této práce je uvedeno, že finanční analýza začíná analýzou primárních ukazatelů, tedy dat, která jsou shromážděna a uvedena ve výkazech společnosti. Horizontální analýza společnosti Luremato s.r.o. je provedena z dat z rozvahy a z výkazu zisku a ztráty.

V horizontální analýze rozvahy podniku je vidět, jak a o kolik procent se jednotlivé položky měnily v průběhu času. Zaměřením se na celková aktiva společnosti je vidět, že se aktiva podniku stále zvyšují, avšak tempo jejich nárůstů v průběhu let klesá. Oproti roku 2012 stoupla aktiva v roce 2013 o 256 % (ze 189 000 Kč na 672 000 Kč, to je o 483 000 Kč). V roce 2012 a 2013 měl podnik pouze oběžná aktiva, dlouhodobý majetek nevlastnil. Celkový oběžný majetek tvořily v roce 2012 pouze peníze. V roce 2013 se oběžná aktiva zvýšila díky nárůstu krátkodobých pohledávek. Procentní nárůst mezi roky 2013 a 2014 činil 250 %. Tento nárůst aktiv byl způsoben přírůstkem položky samostatné hmotné movité věci a soubory hmotných movitých věcí, která z 0 vyšplhala na hodnotu 534 000 Kč, což je nárůst dlouhodobého hmotného majetku o 100 %, zvýšila se oběžná aktiva o 199 %, především zvýšením pohledávek a celkový krátkodobý finanční majetek poklesl o 19 %. Mezi lety 2014 a 2015 se hodnota aktiv opět zvýšila, tentokrát o 53 %. Nárůst byl způsoben přírůstkem oběžných aktiv, dlouhodobý hmotný majetek zůstal neměnný. Změny v oběžném majetku byly v položkách pohledávek. Krátkodobé pohledávky vzrostly o 128 % a o 100 % vzrostly daňové pohledávky. Krátkodobý finanční majetek vzrostl o 26 % (především v položce peníze, která v roce 2015 vzrostla oproti roku 2014 o 133 %).

Tabulka č. 5: Horizontální analýza aktiv, v %

	2012-2013	2013-2014	2014-2015
Aktiva celkem	255,56	250,45	53,12
Dlouhodobý majetek	0	100	0
Dlouhodobý hmotný majetek	0	100	0
Samostatné hmotné MV a soubory hmotných MV	0	100	0
Oběžná aktiva	93,65	199,45	121,17
Dlouhodobé pohledávky	0	100	-100
Dlouhodobé poskytnuté zálohy	0	100	-100
Krátkodobé pohledávky	100	250,17	127,69
Pohledávky z obchodních vztahů	100	240,96	126,83
Stát- daňové pohledávky	0	0	100
Krátkodobé poskytnuté zálohy	0	1600	58,82
KFM	-62,43	-19,72	26,32
Peníze	-64,02	-60,29	133,33
Účty v bankách	100	900	-70
Časové rozlišení	100	136,93	-10,62
Náklady příštích období	100	22,55	72,80
Příjmy příštích období	0	100	-100

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Na celkových pasivech společnosti je vidět, že v průběhu sledovaných čtyřech let také stoupala. Vlastní kapitál společnosti měl klesající tendenci, až do roku 2015, kde byl zaznamenán nárůst vlastního kapitálu o 1058 %. Základní kapitál se v průběhu neměnil, a byl stále 200 000 Kč. Výsledek hospodaření společnosti byl tři roky nepříznivý, ale v roce 2015 vystoupal ze záporných hodnot na 541 000 Kč, to znamená o 550 %. Krátkodobé závazky se v čase zvyšovaly, v letech 2013-2014 stouply o 56 % a mezi roky 2014-2015 byl nárůst o 40 %. Především se zvyšovaly závazky k zaměstnancům a závazky z obchodních vztahů. V roce 2014 vzrostly bankovní úvěry a výpomoci, které v roce 2015 klesly o nepatrných 0,5 %.

Tabulka č. 6: Horizontální analýza pasiv v %

	2012-2013	2013-2014	2014-2015
Pasiva celkem	255,56	250,45	53,12
VK	-9,52	-70,18	1058,82
ZK	0	0	0
VH minulých let	100	163,64	417,24
Neuhrazená ztráta z minulých let	100	163,64	417,24
VH běžného účetního období	63,64	566,67	-550,83
Cizí zdroje	100	101,05	30,86
krátkodobé závazky	100	55,67	40,02
Závazky z obchodních vztahů	100	483	59,24
Závazky- ovládaná nebo ovládající osoba	100	-100	0
Závazky ke společníkům	100	-100	0
Závazky k zaměstnancům	100	-11,48	57,41
Závazky ze SZ a ZP	100	209,86	-73,64
Stát- daňové závazky a dotace	100	109,68	-12,31
Krátkodobé přijaté zálohy	100	-100	0
Dohadné účty pasivní	100	-97,79	0
Bankovní úvěry a výpomoci	0	100	-0,58
Krátkodobé finanční výpomoci	0	100	-0,58
Časové rozlišení	100	-100	0
Výnosy příštích období	100	-100	0

Zdroj: *vlastní zpracování, 2017*

Horizontální analýza výkazu zisku a ztráty ukazuje, že výkony nebo tržby za prodej služeb se do roku 2014 zvyšovaly, ale na rozdíl mezi lety 2014 a 2015 je vidět, že se snížily, a to o 19 %. Provozní hospodářský výsledek společnosti Luremato, který není ovlivňován finanční činností, klesal, a to především kvůli přírůstku osobních nákladů a odpisů, a v roce 2015 vzrostl o 699 %. Finanční výsledek se v průběhu let stále snižoval a výsledek hospodaření za běžnou činnost byl tři roky v záporných hodnotách a v posledním sledovaném roce činil 541 000 Kč.

Tabulka č. 7: Horizontální analýza výkazu zisku a ztráty v %

	2012-2013	2013-2014	2014-2015
Výkony	100	64,75	-19,17
Tržby za prodej výrobků a služeb	100	64,75	-19,17
Výkonová spotřeba	31845,45	73,36	-33,21
Spotřeba materiálu a energie	100	54,15	-41,59
Služby	19590,91	85,32	-28,87
Přidaná hodnota	-6836,36	23,89	73,97
Osobní náklady	100	38,19	-31,19
Mzdové náklady	100	38,22	-30,88
Náklady na SZ a ZP	100	38,13	-32,13
Daně a poplatky	100	11,63	62,5
Odpisy DN a DH majetku	0	0	-100
Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu	0	0	-100
Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	0	0	-100
Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplex. N příštích období	0	0	-100
Ostatní provozní výnosy	100	-54,33	-48,28
Ostatní provozní náklady	100	120,91	-2,88
Provozní VH	-81,82	4550	-698,92
Ostatní finanční výnosy	100	100	-100
Ostatní finanční náklady	100	66,67	6,67
Finanční VH	100	62,50	23,08
Daň z příjmů za běžnou činnost	100	75	-100
Splatná	100	75	-100
Odložená	0	0	0
VH za běžnou činnost	63,64	566,67	-550,83
VH za účetní období	63,64	566,67	-550,83
VH před zdaněním	-9,09	960	-610,38

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

5.2 Vertikální analýza

Vertikální analýza společnosti ukazuje, kolik procent vytváří každá jednotlivá položka v určité struktuře výkazu (Jan Macek, Rudolf Kopek, Jitka Králová, 2006).

V rozvaze máme dvě skupiny, ze kterých jsou vytvářeny procentní podíly jednotlivých položek. První strukturou jsou aktiva a druhou pasiva. Vertikální analýza rozvahy ukazuje v roce 2012, že aktiva společnosti jsou tvořena ze 100 % pouze krátkodobým finančním

majetkem, a to konkrétně penězi. V roce 2013 je vidět, že nejvyšší podíl zastoupení aktiv má opět oběžný majetek, nejvíce krátkodobé pohledávky z obchodních vztahů (44 %) a časové rozlišení (46 %). Rok 2014 vykazuje nejvyšší podíl dlouhodobého majetku za všechny čtyři sledované roky. Podíl dlouhodobého majetku v tomto roce činil necelých 23 %. Nejvyšší procentní podíl z aktiv měla opět oběžná aktiva (47 %), z těchto to byly položky krátkodobých pohledávek (44 %) a časové rozlišení (31 %). Rok 2015 měl v zastoupení aktiv 15 % dlouhodobého kapitálu a 67 % oběžných aktiv, v nichž nejvyšší podíl činily opět krátkodobé pohledávky, které tvořily 65 % aktiv.

Tabulka č. 8: Vertikální analýza aktiv v %

	2012	2013	2014	2015
Aktiva celkem	100	100	100	100
Dlouhodobý majetek	0	0	22,68	14,81
Dlouhodobý hmotný majetek	0	0	22,68	14,81
Samostatné hmotné MV a soubory hmotných MV	0	0	22,768	14,81
Oběžná aktiva	100	54,46	46,54	67,22
Dlouhodobé pohledávky	0	0	0,25	0
Dlouhodobé poskytnuté zálohy	0	0	0,25	0
Krátkodobé pohledávky	0	43,90	43,86	65,22
Pohledávky z obchodních vztahů	0	43,60	42,42	62,84
Stát- daňové pohledávky	0	0	0	0,89
Krátkodobé poskytnuté zálohy	0	0,30	1,44	1,50
KFM	100	10,57	2,42	2
Peníze	100	10,12	1,15	1,75
Účty v bankách	0	0,45	1,27	0,25
Časové rozlišení	0	45,54	30,79	17,97
Náklady příštích období	0	45,54	15,92	17,97
Příjmy příštích období	0	0	14,86	0

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Provedená vertikální analýza v pasivech rozvahy Luremato s.r.o. ukazuje, že v roce 2012 všechna pasiva společnosti tvořil základní kapitál (105,8 %). Výsledek hospodaření v roce 2012 byl v procentním zastoupení -5,8 %. V roce 2013 nejvyšší procento z pasiv měla společnost v cizích zdrojích, nejvíce v krátkodobých závazcích z obchodních vztahů a krátkodobých přijatých zálohách. Pasiva roku 2014 jsou opět převážně tvořena z krátkodobých závazků (97 %) z toho většinu tvoří závazky z obchodních vztahů a

závazky k ovládané nebo ovládající osobě. V roce 2015 se skutečnost převládajícího procenta pasiv v cizích zdrojích oproti vlastním zdrojům nezměnila a cizí zdroje v tomto roce jsou v zastoupení přes 83 %.

Tabulka č. 9: Vertikální analýza pasiv v %

	2012	2013	2014	2015
Pasiva celkem	100	100	100	100
Vlastní kapitál	100	25,45	2,17	16,39
Základní kapitál	105,82	29,76	8,49	5,55
Výsledek hospodaření (VH) minulých let	0	-1,64	-1,23	-4,16
Neuhrazená ztráta z minulých let	0	-1,64	-1,23	-4,16
VH běžného účetního období	-5,82	-2,68	-5,09	15
Cizí zdroje	0	170,54	97,83	83,61
krátkodobé závazky	0	170,54	75,85	69,27
Závazky z obchodních vztahů	0	36,76	61,15	63,59
Závazky- ovládaná nebo ovládající osoba	0	11,90	0	0
Závazky ke společníkům	0	11,90	0	0
Závazky k zaměstnancům	0	9,08	2,29	2,36
Závazky ze SZ a ZP	0	10,57	9,34	1,61
Stát- daňové závazky a dotace	0	4,61	2,76	1,58
Krátkodobé přijaté zálohy	0	52,08	0	0
Dohadné účty pasivní	0	33,63	0,21	0,14
Bankovní úvěry a výpomoci	0	0	22,08	14,34
Krátkodobé finanční výpomoci	0	0	22,08	14,34
Časové rozlišení	0	-95,98	0	0
Výnosy příštích období	0	-95,98	0	0

Zdroj: *vlastní zpracování, 2017*

Vertikální analýza výkazu zisku a ztráty byla vytvořena z poměru jednotlivých položek k výkonům podniku. Tržby za prodej výrobků a služeb jsou stejné jako výkony podniku, a tudíž a každém roce představují 100 %. V roce 2012 společnost žádné tržby nevykazovala, proto procentní podíl na výkonech nelze určit v žádné položce výkazu. Zbylé roky ukazují, že nejvyšší procentní zastoupení na výkonech podniku měla výkonová spotřeba, která od 2013 do 2015 byla 82 %, 86 % a 71 %. Okolo třiceti procent se ve všech třech letech pohybovala spotřeba materiálu a energie. Přes 50 % v každém roce měla položka služby. Přidaná hodnota ve výkazu v průběhu let zvýšila svůj podíl na výkonech, a to ze 17 % na 28 %. Jediný rok 2014 vykazuje určitý podíl odpisů dlouhodobého nehmotného a dlouhodobého hmotného majetku, tržeb z prodeje

dlouhodobého majetku a materiálu a změny stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období. V roce 2015 se kladným procentem na výkonech podílel výsledek hospodaření za běžnou činnost a provozní výsledek hospodaření, a to 9 %.

Tabulka č. 10: Vertikální analýza výkazu zisku a ztráty v %

	2012	2013	2014	2015
Výkony	0	100	100	100
Tržby za prodej výrobků a služeb	0	100	100	100
Výkonová spotřeba	0	82,59	86,90	71,81
Spotřeba materiálu a energie	0	31,68	29,64	21,43
Služby	0	50,90	57,26	50,39
Přidaná hodnota	0	17,41	13,20	28,19
Osobní náklady	0	14,83	12,44	10,59
Mzdové náklady	0	11,07	9,29	7,94
Náklady na SZ a ZP	0	3,76	3,15	2,65
Daně a poplatky	0	3,03	2,05	4,13
Odpisy DN a DH majetku	0	0	0,94	0
Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu	0	0	4,04	0
Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	0	0	4,04	0
Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplex. N příštích období	0	0	0,39	0
Ostatní provozní výnosy	0	2,98	0,83	0,53
Ostatní provozní náklady	0	2,59	3,47	4,17
Provozní VH	0	-0,05	-1,33	9,83
Ostatní finanční výnosy	0	0,02	0,03	0
Ostatní finanční náklady	0	0,19	0,19	0,28
Finanční VH	0	-0,19	-0,19	-0,28
Daň z příjmů za běžnou činnost	0	0,19	0,20	0
Splatná	0	0,19	0,20	0
Odložená	0	0	0	0
VH za běžnou činnost	0	-0,42	-1,71	9,55
VH za účetní období	0	-0,42	-1,71	9,55
VH před zdaněním	0	-0,24	-1,51	9,55

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

5.3 Poměrové ukazatele

Po vertikální a horizontální analýze jsou vypočteny poměrové ukazatele společnosti. Jsou jimi ukazatele likvidity, aktivity, rentability, finanční stability a zadluženosti, solventnosti

a produktivity podniku. Vypočtené hodnoty ukazují, jaké je finanční zdraví firmy, jestli dokáže dostát svým závazkům, do jaké míry je společnost zadlužena, způsob a efektivitu využívání majetku a další. Následně spojením všech těchto hodnot je vidět, jak si firma stojí celkově na trhu.

5.3.1 Ukazatele likvidity

Likvidita ukazuje, zda je podnik schopen splácet své krátkodobé závazky. Poměrují se zde aktiva a pasiva. Pro výpočty ukazatelů likvidity se využívají nejvíce likvidní položky rozvahy (Zdeněk Sid Bláha, Irena Jindřichovská, 2006).

Prvním počítaným ukazatelem je **běžná likvidita**. Vyjadřuje, jak je společnost schopna platit své závazky. Udává schopnost přeměnit oběžná aktiva na peněžní prostředky a tím dostát svým závazkům. Jak bylo v kapitole 2 zmíněno, hodnota by měla být optimálně 1,5 až 2,5. Nižší hodnoty vypovídají o horší platební schopnosti společnosti (A. Knápková, D. Pavelková, K. Šteker, 2013). Následující tabulka ukazuje, jaké hodnoty vykazuje společnost Luremato. Dle vzorce (1) byla do čitatele vzorce dosazena oběžná aktiva a do jmenovatele krátkodobé závazky společnosti. Z hodnot, které vyšly je zřejmé, že společnost nemá příliš vysokou schopnost své závazky splácet. Krátkodobé závazky podniku jsou v každém roce vyšší než oběžná aktiva. Tudíž i kdyby společnost přeměnila všechna svá oběžná aktiva na peněžní prostředky, tak by všechny své krátkodobé závazky nebyla schopna splatit. Firmě spíše hrozí riziko platební neschopnosti.

Dalším ukazatelem likvidity podniku je **pohotová likvidita**, která by se v tomto případě měla přibližovat k hodnotám běžné likvidity, jelikož jde o podnik, který je zaměřen na prodej služeb. Optimální hodnoty tohoto ukazatele se pochybují v rozmezí 1 až 1,5. Čím vyšší hodnota ukazatele vyjde, tím je to příznivější pro věřitele podniku. Nicméně pro firmu vyšší hodnoty znamenají menší výnosnost podnikání. Ukazatel říká, kolika korunami z oběžných aktiv je pokryta 1 Kč krátkodobých závazků (A. Knápková, D. Pavelková, K. Šteker, 2013). Výpočet byl proveden podle vzorce (2). V čitateli je hodnota oběžných aktiv za daný rok, která je vydělena rozdílem krátkodobých závazků a bankovních úvěrů a výpomocí. Z hodnot firmy Luremato je vidět, že hodnota pohotové likvidity je nižší než optimální hodnoty, ale v roce 2015 je hodnota pohotové likvidity v optimálním rozmezí. Došlo k lepšímu krytí krátkodobých závazků firmy. Znamená to

tedy, že postupem času se firma stává příznivější pro věřitele. Aby firma byla v doporučeném rozmezí, bylo by dobré, aby se zaměřila na řízení pohledávek a peněžních prostředků.

Třetím ukazatelem likvidity je **okamžitá likvidita**. Ta je zaměřena na krátkodobý finanční majetek společnosti. Doporučené rozmezí tohoto ukazatele je od 0,2 do 0,5. Jedná se o nejpřísnější ukazatel a udává, jak je podnik schopen splatit své krátkodobé závazky ihned (A. Knápková, D. Pavelková, K. Šteker, 2013). Dle vzorce (3) byla hodnota krátkodobého finančního majetku vydělena hodnotou krátkodobých závazků. Podle výpočtů pro analyzovanou společnost Luremato je vidět, že hodnota v roce 2013 je vyšší než doporučená hodnota a v letech 2014 a 2015 se hodnoty pohybují v optimálním rozmezí. Znamená to tedy, že podnik by byl schopen ihned dostát svým závazkům prostřednictvím peněz na pokladně a z bankovních účtů.

Posledním ukazatelem týkajícím se likvidity byl počítán ukazatel **provozní pohotovává likvida**. Udává pravděpodobnost finanční tísně, která je vyvolána obtížemi, jak krýt provozní výdaje z provozních příjmů (businessinfo.cz, 2017). Podle vzorce (4) jsou dosazeny hodnoty krátkodobých pohledávek a sečteny s krátkodobým finančním majetkem, a tento součet je následně vydělen hodnotou krátkodobých závazků. Hodnoty provozní pohotové likvidity pro sledovanou firmu se postupem let zvyšují a pohybují se od 0,3 do 0,9. Z toho tedy vyplývá, že společnosti se pravděpodobnost finanční tísně snižuje, nicméně nedosahuje ani minimální hodnoty, jaké by měl ukazatel dosahovat, a to 1 – 1,2.

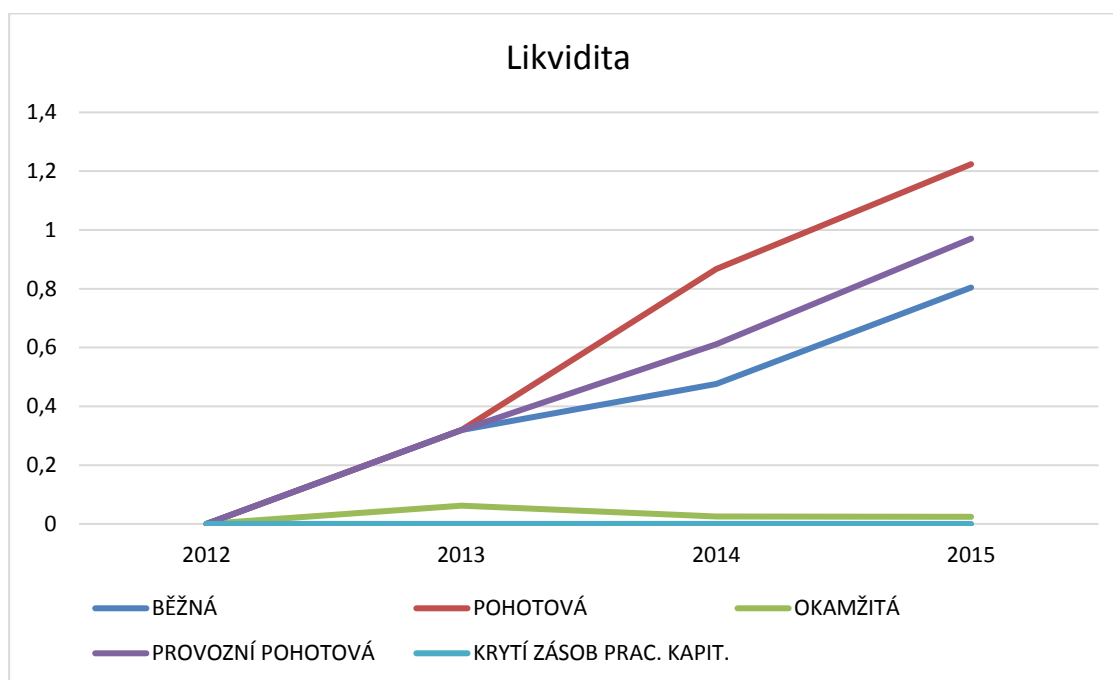
V kapitole 2 je uveden ještě jeden ukazatel likvidity, a to **krytí zásob pracovním kapitálem**. Jelikož Luremato s.r.o. je podnikem který poskytuje pouze služby, nemá žádné zásoby, proto tento ukazatel pro firmu není počítán.

Tabulka č. 11: Likvidita společnosti Luremato s.r.o.

Likvidita	2012	2013	2014	2015
<i>Běžná</i>	0	0,32	0,48	0,80
<i>Pohotová</i>	0	0,32	0,87	1,22
<i>Okamžitá</i>	0	0,06	0,02	0,02
<i>Provozní pohotová</i>	0	0,33	0,61	0,97

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Obrázek č. 3: Likvidita



Zdroj: vlastní zpracování, 2017

5.3.2 Ukazatele aktivity

Výpočtem těchto ukazatelů se zjistí, jak přiměřená aktiva má firma k současným či budoucím aktivitám. Patří sem doba obratu zásob, doba obratu pohledávek, doba obratu závazků a obrat celkových aktiv společnosti (Z. Sid Bláha, I. Jindřichovská, 2006).

Hodnoty doby obrátů Luremato s.r.o. jsou uvedeny v tabulce. **Doba obrátu pohledávek** se zjistí ze vzorce (7), kde součet krátkodobých a dlouhodobých pohledávek vydělíme podílem tržeb za prodej výrobků a služeb a počtem dní v roce (365). V této firmě je hodnota obrátu rostoucí. V roce 2013 pohybovala kolem 25 dní, v roce 2014 okolo 54 a v roce 2015 dosahovala hodnota přes 151 dní. Hodnoty jsou vyjádřením počtu dní, kdy má firma platbu za služby vázanou v pohledávkách. Z tabulky je zřejmé, že hodnota se stále zvyšuje, to znamená, že odběratelé firmy Luremato s.r.o. své závazky vůči firmě platí za delší dobu. Hodnoty by měly odpovídat průměrné době splatnosti faktur, která je uváděna běžně kolem 30 dní.

Doba obrátu závazků firmy udává dobu od vzniku závazku až do jeho splacení (A. Knápková, D. Pavelková, K. Šteker, 2013). Doba je počítána podle vzorce (8). Krátkodobé závazky podniku jsou vyděleny podílem tržeb za prodej služeb a počtem dní v roce. Podle výpočtů si firma nevede příliš dobře. Hodnoty by se měly snižovat, ale ve společnosti Luremato s.r.o. hodnoty v roce 2015 dokonce vzrostly na 160. Růst hodnoty je způsobem bankovními úvěry, které si firma vzala v roce 2014 a také podepsanými leasingovými smlouvami.

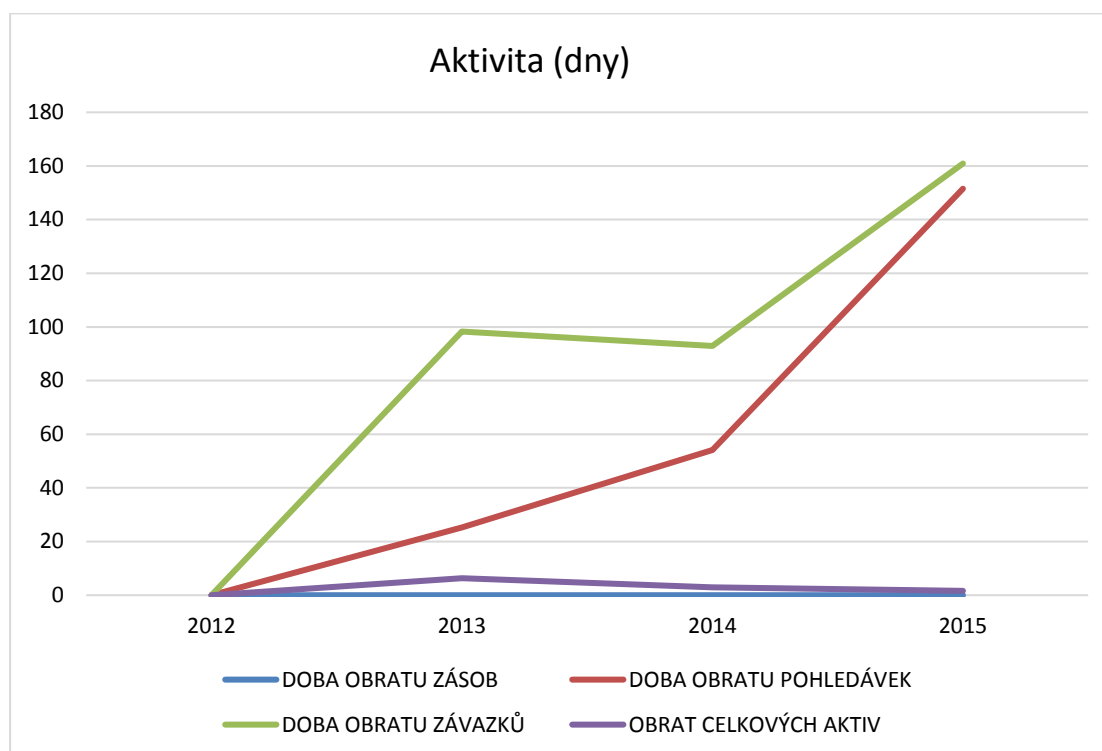
Posledním ukazatelem, **obrat celkových aktiv**, se v podniku v průběhu let snižuje. Hodnoty jsou vypočítány pomocí vzorce (9). Tržby za prodej výrobků a služeb jsou vydělen hodnotou celkových aktiv společnosti. Vyjadřuje průměrný počet dní, po které jsou aktiva vázána v podnikání až do jejich spotřeby. Tento ukazatel se srovnává s odvětvovým průměrem, a pokud jsou jeho hodnoty vyšší, než je tento průměr, firma si vede lépe, než je obvyklé.

Tabulka č. 12: Aktivita společnosti Luremato s.r.o. (dny)

Aktivita	2012	2013	2014	2015
<i>Doba obrátu pohledávek</i>	0	25,31	54,09	151,51
<i>Doba obrátu závazků</i>	0	98,31	92,89	160,92
<i>Obrat celkových aktiv</i>	0	6,33	2,98	1,57

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Obrázek č. 4: Aktivita



Zdroj: vlastní zpracování, 2017

5.3.3 Ukazatele rentability

Rentabilita podniku ukazuje, jak je podnik schopný vytvářet nové zdroje a jak je schopný dosáhnout zisku. Může pomoci odhalit slabé stránky v hospodaření (A. Knápková, D. Pavelková, K. Šteker, 2013).

Rentabilita vloženého kapitálu je prvním z počítaných ukazatelů ve firmě (A. Knápková, D. Pavelková, K. Šteker, 2013). Ukazuje, jaký zisk měl podnik z investice, z vloženého kapitálu. Vypočítá se jako podíl výsledku hospodaření před zdaněním a základního kapitálu, viz vzorec (10). Hodnoty pro Luremato nevycházejí příznivě. Od roku 2012 do roku 2014 byla rentabilita vloženého kapitálu záporná. Vložený kapitál do podnikání nepřinesl žádný zisk, pouze ztrátu. Výsledek hospodaření v těchto letech byl záporný, vzrostl až v roce 2015, kde se rentabilita vloženého kapitálu vyšplhala na hodnotu 2,7.

Dalším ukazatelem je **rentabilita aktiv**. Výpočty jsou provedeny na základě vzorce (11), kde výsledek hospodaření za běžné účetní období je vydělen celkovými aktivy. Ta stejně jako rentabilita vloženého kapitálu první tři roky byla záporná, kladných hodnot začala nabývat až v roce 2015. U tohoto ukazatele je důležité, zda podnik využívá majetek efektivně. Z hodnot, které vyšly pro danou firmu je patrné, že by se společnost měla zaměřit na lepší využívání svého majetku.

Rentabilita dlouhodobého kapitálu říká, jaká je výnosnost dlouhodobého kapitálu, který byl investován. Udává, kolik provozního výsledku hospodaření podnik dosáhl z jedné investované koruny (A. Knápková, D. Pavelková, K. Šteker, 2013). Dle vzorce (12) hodnotu získáme ze vztahu podílu výsledku hospodaření před zdaněním a součtu vlastního kapitálu s dlouhodobými bankovními úvěry. Opět vychází záporné hodnoty po první tři roky, až v roce 2015 je vidět zlepšení.

Dalším počítaným ukazatelem je **rentabilita vlastního kapitálu**. Tyto hodnoty jsou počítány především pro akcionáře. Vyjadřuje totiž, jak se zhodnocují vložené prostředky (Irena Králová, 2010). Vypočítá se ze vztahu podle vzorce (13), podílem výsledku hospodaření za účetní období a vlastním kapitálem. Hodnota by měla být co nejvyšší, a jak je vidět z výpočtů vybrané firmy, hodnoty jsou záporné a v roce 2015 velice nízké. Znamená to tedy, že se vložené prostředky nezhodnocují. Lepších hodnot rentability vlastního kapitálu by firma měla dosáhnout zvýšením míry zisku, či urychlením obratu kapitálu.

Rentabilita tržeb říká, kolik korun ze zisku, přinese jedna koruna tržeb (Irena Králová, 2010). Vzorec pro výpočet (14) je podíl výsledku hospodaření za účetní období a tržeb za prodej výrobků a služeb. Z výpočtů jsou opět vidět velice nízké hodnoty, záporné, a téměř nulové. Pro společnost nižší hodnoty tohoto ukazatele mohou znamenat, že náklady jsou příliš vysoké.

Posledním rentabilním ukazatelem je **rentabilita nákladů**. Ten dává, jak se náklady podílejí na vytváření zisku. Čím vyšší hodnota vyjde, tím lepší situace pro firmu. Znamená to, že firma dokáže lépe zhodnotit vstupy (Irena Králová, 2010). K hodnotám se dojde rozdělením 1 a rentabilitou tržeb, viz vzorec (15). Vypočtené hodnoty se pohybují kolem jedné po všechny čtyři zkoumané roky. V roce 2015 je zaznamenán menší pokles,

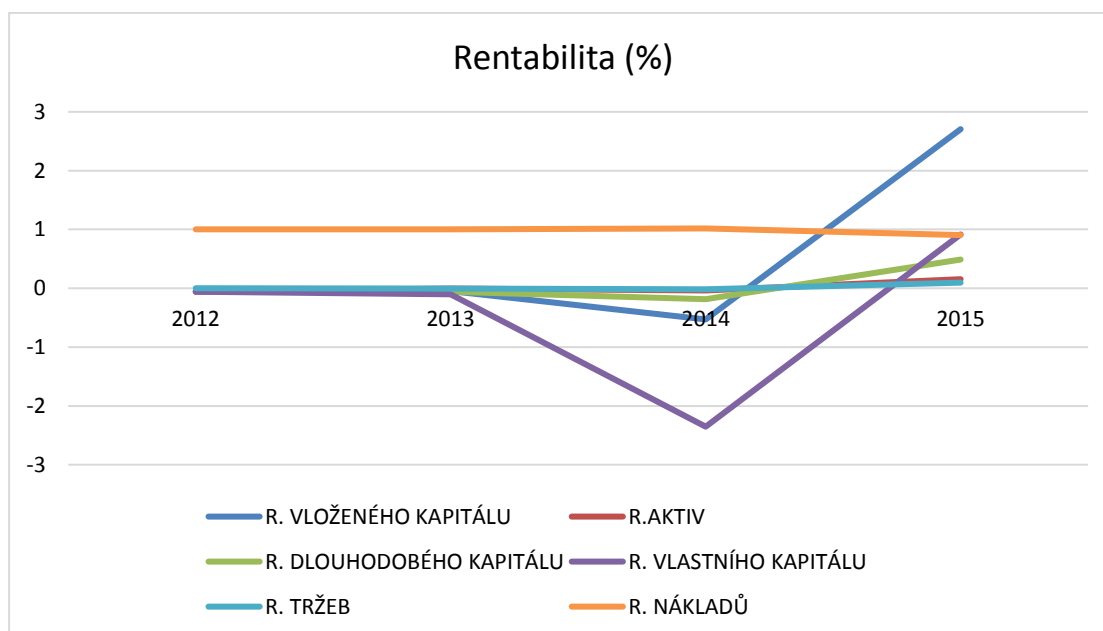
což pro firmu signalizuje, aby se zaměřila na lepší zhodnocování vstupů. Vzhledem k sestavení výpočtu ukazatele rentability nákladů je patrné, že pokud například v roce 2015 dosahovala rentabilita tržeb hodnoty 0,1, rentabilita nákladů byla 0,9. Podnik tedy dokázal s 0,9 Kč nákladů vyprodukovat na 1 Kč tržeb.

Tabulka č. 13: Rentabilita společnosti Luremato s.r.o. v %

Rentabilita	2012	2013	2014	2015
<i>Rentabilita vloženého kapitálu</i>	-5,50	-5	-53	270,50
<i>Rentabilita aktiv</i>	-5,82	-0,30	-3,95	15,45
<i>Rentabilita dlouhodobého kapitálu</i>	-5,82	-5,85	-18,56	91,54
<i>Rentabilita vlastního kapitálu</i>	-5,82	-10,53	-235,29	91,54
<i>Rentabilita tržeb</i>	0	-0,42	-1,71	9,55
<i>Rentabilita nákladů</i>	100	100,42	101,71	90,45

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Obrázek č. 5: Rentabilita



Zdroj: vlastní zpracování, 2017

5.3.4 Ukazatele finanční stability a zadluženosti

Finanční stabilita je cílem každého subjektu na trhu. Stejně tak firma Luremato chce dosahovat zisku a zhodnocovat kapitál. Hodnoty ukazatelů zobrazují zdraví podniku, lze z nich vyčíst, jak je podnik zadlužený a jestli společnost platí své závazky tak, jak by měla.

Prvním z této skupiny ukazatelů je **koeficient samofinancování**, který ukazuje, do jaké míry je podnik zadlužen (Irena Králová, 2010). Hodnoty se získají podle vzorce (16), ze vztahu podílu vlastního kapitálu a celkových aktiv. Z hodnot, které vyšly pro zkoumanou společnost je vidět, že prvním rokem existence podniku, byl koeficient roven jedné. Veškerá aktiva byla ve formě peněz, a tvořila tak celý vlastní kapitál. Další tři následující roky se pohyboval kolem hodnoty 0,2. Hodnoty příznivé a přijatelné pro podnik se pohybují kolem 0,4-0,5. Nižší hodnota této společnosti vypovídá spíše o nepříznivé situaci podniku. Znamená, že firma nevykazuje dostatečně velký zisk.

Dalším ukazatelem je **věřitelské riziko**. Udává celkovou zadluženost firmy. Je základním měřítkem pro věřitele, zejména banky (Petra Růčková, 2015). Vypočítá se z podílu cizích zdrojů k celkovým aktivům, viz vzorec (17). Při pohledu na hodnoty pro analyzovanou společnost Luremato, je patrné, a také z předchozího ukazatele vyplývá, že společnost zaznamenává negativní vývoj. Hodnoty nad 60 % ukazují vyšší riziko, jak pro současné, tak budoucí věřitele. Postupem let se hodnota snižuje, nicméně hranice 60 % zatím nedosáhla. Pro firmu bude velmi náročné sehnat věřitele, pokud bude potřebovat další prostředky financování.

Zadluženost vlastního kapitálu je kombinací dvou předchozích ukazatelů. Čím vyšší má tento ukazatel hodnotu, tím vyšší podíl prostředků má podnik v cizích zdrojích (Irena Králová, 2010). Pro výpočet se použije vzorec (18), tedy podíl cizích zdrojů a vlastního kapitálu. Pro Luremato s.r.o. hodnoty vycházejí velmi vysoké. Znamená to tedy, že firma má až příliš vysoké zastoupení cizích zdrojů. V roce 2014 dosahuje ukazatel nejvyšších hodnot. Je to způsobeno vysokým poklesem vlastního kapitálu, který se snížil o 70 % oproti předcházejícímu roku. Druhou příčinou je zvýšení cizích zdrojů, v tomto roce si firma sjednala bankovní úvěr, a také došlo k nárůstu závazků z obchodních vztahů.

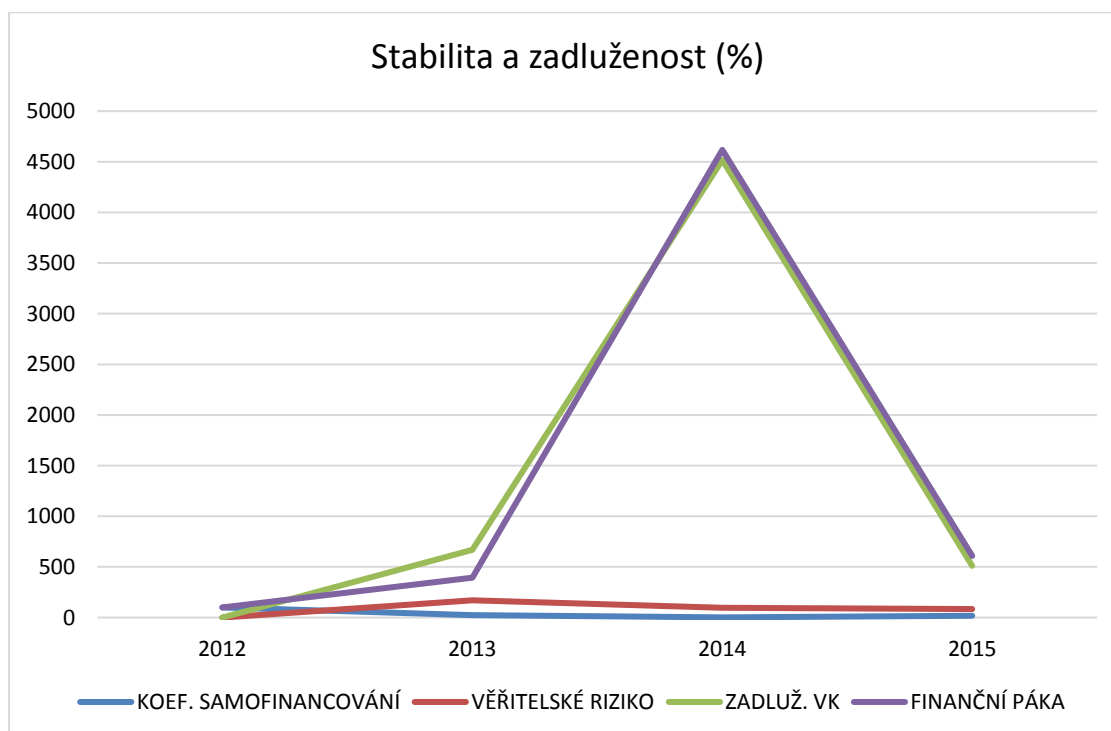
Finanční páka, je ukazatelem převrácené hodnoty koeficientu samofinancování, viz vzorec (20) a odráží zadluženost podniku. Hodnoty pro podnik vyšly vysoké, a tedy je zřejmé, že na financování podniku se převážně podílejí cizí zdroje. V roce 2012 veškerá aktiva byla zároveň vlastním kapitálem, a podnik neměl žádné cizí zdroje, proto vyšla hodnota 1. Po roce 2012 se hodnota začala zvyšovat z důvodu klesajícího výsledku hospodaření běžného účetního období. A došlo také k nárůstu podílu cizích zdrojů.

Tabulka č. 14: Stabilita a zadluženost společnosti Luremato s.r.o. v %

Stabilita a zadluženost	2012	2013	2014	2015
<i>Koeficient samofinancování</i>	100	25,45	2,17	16,39
<i>Věřitelské riziko</i>	0	170,54	97,83	83,61
<i>Zadluženost vlastního kapitálu</i>	0	670,18	4517,65	510,15
<i>Finanční páka</i>	100	392,98	4617,65	610,15

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Obrázek č. 6: Stabilita a zadluženost



Zdroj: vlastní zpracování, 2017

5.3.5 Ukazatele solventnosti

Krátkodobou solventností je likvidita. Tyto ukazatele ukazují schopnost podniku splácet závazky, které jsou splatné nad jeden rok. Zaměřují se tedy na dlouhodobější horizont.

Prvním ukazatelem, ukazatel **doby splatnosti čistých dluhů**, je, dle vzorce (21), poměr čistých dluhů a zisku s odpisy. Čisté dluhy jsou zde brány jako cizí zdroje a od nich odečtené rezervy a krátkodobý finanční majetek (vzorec (22)). Pro ukazatel platí, čím nižší hodnota, tím lépe pro podnik. V tabulce jsou hodnoty, které vyšly pro Luremato s.r.o., a je z nich zřejmé, že firma má problémy se splácením svých závazků. Příčinnou je nízký zisk, který firma generuje, či velké procento zastoupení cizích zdrojů.

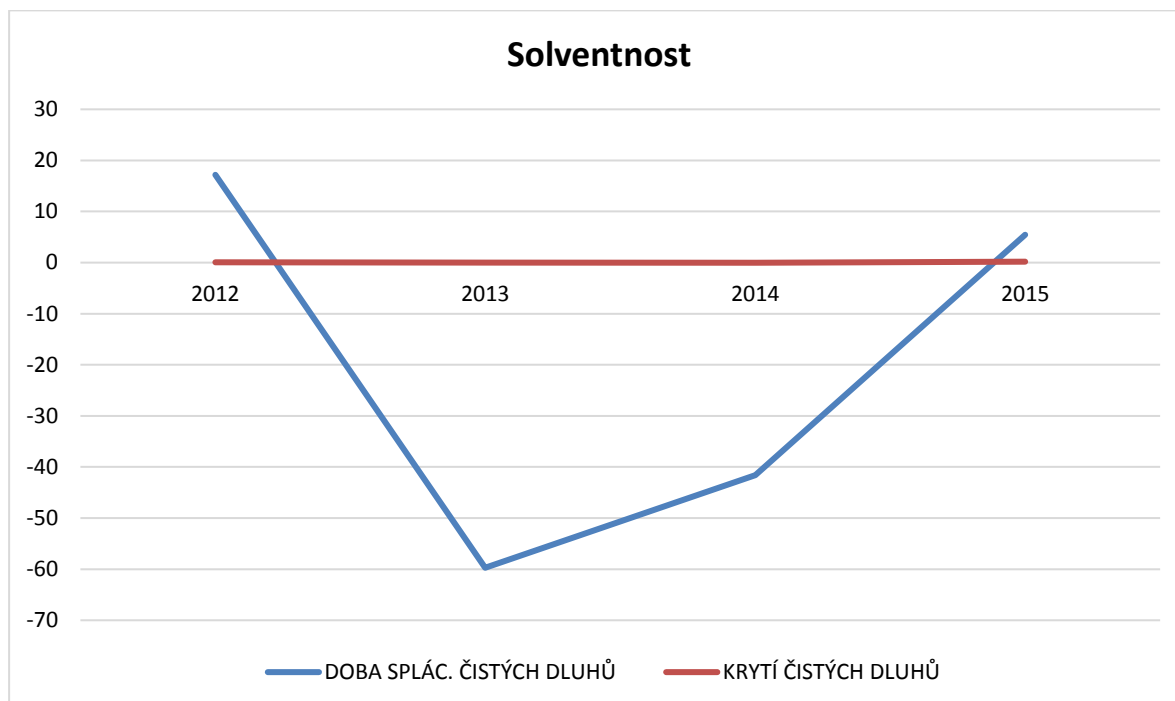
Převrácenou hodnotou ukazatele doby splácení čistých dluhů je ukazatel **krytí čistých dluhů** (vzorec (23)). Zde platí, že vyšší hodnoty, znamenají lepší situaci pro firmu. Vyšší hodnoty znamenají lepší krytí dluhů firmy. Nízké hodnoty jsou zapříčiněny nízkým ziskem společnosti.

Tabulka č. 15: Solventnost společnosti Luremato s.r.o.

Solventnost	2012	2013	2014	2015
<i>Doba splácení čistých dluhů</i>	17,18	-59,72	-41,61	5,44
<i>Krytí čistých dluhů</i>	0,06	-0,02	-0,02	0,18
<i>Čisté dluhy</i>	-189	1075	2247	2943

Zdroj: *vlastní zpracování, 2017*

Obrázek č. 7: Solventnost



Zdroj: vlastní zpracování, 2017

5.3.6 Ukazatele produktivity

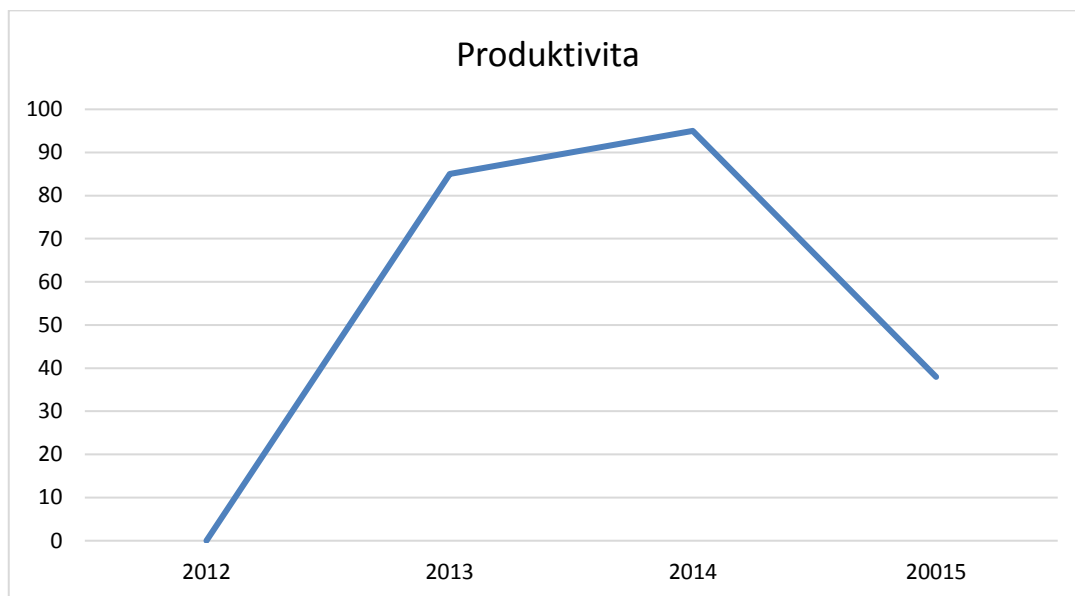
Počítaný ukazatel **osobní náklady k přidané hodnotě** vyjadřuje, jaká část hodnoty, která je vykazována podnikem, připadá na náklady spojené s platy zaměstnanců, pojištěním a podobně. Čím nižší je tento ukazatel, tím menší část, generovaná firmou, připadá na platy zaměstnanců podniku, a tím je podnik efektivnější (J. Váchal, M. Vochozka a kolektiv, 2013). K výpočtu se používá vzorec (24), podíl osobních nákladů a přidané hodnoty. Z výpočtu je vidět, že hodnoty jsou vysoké v letech 2013 a 2014, firma v těchto letech nebyla příliš efektivní, ale v roce 2015 klesly.

Tabulka č. 16: Produktivita společnosti Luremato s.r.o. v %

Produktivita	2012	2013	2014	2015
<i>Osobní náklady k přidané hodnotě</i>	0	85	94	38

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Obrázek č. 8: Produktivita



Zdroj: vlastní zpracování, 2017

5.4 Zhodnocení finanční analýzy

Výsledky z finanční analýzy byly využity k posouzení hospodaření společnosti. Finanční analýza byla sestavena z dostupných údajů o hospodaření za uplynulé roky. Analýza byla provedena za období čtyř let, od roku 2012 do roku 2015. Obsahem podkapitoly 5.4 je stručné shrnutí skutečností, plynoucích z vypočtených hodnot.

Horizontální a vertikální analýza:

Firma nedosahuje ve všech letech kladného výsledku hospodaření, což pro firmu znamená nepříznivou situaci. Kladných hodnot výsledků hospodaření nabývá až v roce 2015. Po celé čtyři roky má podnik neuhrazenou ztrátu z minulých let, a tato hodnota se stále prohlubuje. Právě neuhrazená ztráta snižuje vlastní kapitál společnosti. V roce 2014 došlo ke změně financování podniku a vlastní zdroje převýšily cizí zdroje. Společnost si zajistila bankovní úvěr a leasing na nákladní vozy. První dva roky aktiva společnosti tvořila pouze oběžná aktiva, dlouhodobý hmotný majetek společnost nevlastnila. Příhodné by bylo snížit oběžná aktiva ve prospěch k dlouhodobým. Tato skutečnost nastala v roce 2014, kdy firma již dlouhodobý hmotný majetek vykazovala. Společnost

financuje podnikové aktivity užíváním krátkodobých cizích zdrojů, jelikož jsou levněji dostupné.

Poměrové ukazatele

Nízké hodnoty běžné likvidity podniku, které jsou tvořeny převážně krátkodobými pohledávkami z obchodních vztahů, ukazují zhoršenou platební schopnost podniku. Výsledky pohotovové likvidity jsou podobné běžné likviditě. Finanční prostředky firma váže ve formě aktiv, která nepřinášejí příliš vysoký úrok. Z hodnot okamžité likvidity, která nezapočítává vliv pohledávek z obchodních vztahů je vidět, že firma je schopna závazky splatit ihned ze své peněžní zásoby a z bankovních účtů.

Ukazatele aktivity naznačují, že podnik má jisté problémy se splatností faktur od zákazníků. Zákazníci společnosti platí za služby až po době splatnosti. Za poslední rok je vykazováno, že firma na splacení čeká okolo 151 dní. Oproti předchozím rokům se hodnota výrazně zhoršila. Tím je ovlivněna i likvidita podniku. Hodnoty doby obratu závazků, kde společnost vystupuje jako dlužník, jsou také negativní. Již v roce 2013 byla hodnota celkem vysoká, a v roce 2015 se vyšplhala až na 160 dní. Pro podnik by bylo samozřejmě dobré, zaměřit se na snižování této hodnoty. To odkazuje i na solventnost podniku, kde nízký zisk a vysoký podíl cizích zdrojů ukazují na problémy se schopností splácet své závazky v dlouhodobějším časovém horizontu.

Nízká, a v prvních letech záporná, rentabilita vloženého kapitálu je způsobena především nízkou hodnotou výsledku hospodaření za běžné účetní období. Nízké hodnoty rentability aktiv ukazují na neefektivní využívání majetku. Ke zvýšení rentability by podniku pomohlo využívat dosud nevyužitý majetek či majetek, který je v současné době využíván jen zřídka. Výnosnost vlastního kapitálu vychází opět záporně. Znamená to tedy, že firma nezhodnocuje vložené prostředky. Příčinou je záporný výsledek hospodaření za účetní období. Nízké hodnoty rentability tržeb jsou důsledkem zvýšených nákladů vynaložených firmou.

Oblast zadluženosti a finanční stability pro podnik opět nevykazuje žádné pozitivní hodnoty. Postupem let začaly ve finanční struktuře společnosti převládat cizí zdroje. Firma nevykazuje dostatečný zisk a hodnoty finanční stability se pohybují velmi nízko,

což poukazuje ukazuje to na nepříznivě vysokou míru zadluženosti společnosti. Při hledání věřitelů bude mít firma velké problémy, jelikož věřitelské riziko je zde příliš vysoké. Jak bylo zmíněno, v roce 2014 se firma zadlužila sjednáním leasingů na nová vozidla, to se projevuje v koeficientu samofinancování či finanční páce.

Do budoucna firmě hrozí i existenční problémy. Podnik není stabilizovaný a vykazuje špatné ekonomické zdraví, které by mohlo způsobit i zánik společnost. Návrhy jsou tedy vedeny ve smyslu zvýšení zisku společnosti.

ZÁVĚR

Cíle této bakalářské práce byl definován v úvodu, jistit, jak si vede vybraný podnik na trhu, nalézt silné stránky a slabé stránky, jeho příležitosti a hrozby. Dalším dílčím cílem bylo analyzovat finanční situaci za dostupná období a navrhnout možná opatření.

V první kapitole byla popsána teoretická východiska pro analýzu okolí podniku, která byla dále aplikována do praxe v kapitole 4. Pro analýzu mikroprostředí byla využita SWOT analýza, díky které bylo definováno v čem firma vyniká oproti konkurenci, oblasti, ve kterých by se společnost měla zlepšit a skutečnosti, které firmu mohou ohrozit či naopak. Jednou z nejsilnějších stránek společnosti je prostředí na pracovišti. Existují zde velice dobré vztahy, a díky tomu je v podniku nízká fluktuace zaměstnanců. Naopak jednou z nejslabších stránek Luremato je neúčinná propagace s nevyužíváním webové prezentace, a především finanční zatížení podniku, způsobené splátkami leasingů. Mezi největší příležitosti, které by v budoucnu společnosti mohly situaci vylepšit patří právě zkvalitnění propagace s využitím webových stránek či rozšíření vozového parku. Hrozba, která by mohla mít velmi negativní dopad je především vysoká konkurence v odvětví. Z tohoto důvodu lze firmě doporučit jednu ze čtyř definovaných strategií, konkrétně strategii WT. Zaměřit se na odstranění slabých stránek a tím eliminovat hrozby. Společnost Luremato by se tedy měla zaměřit na posílení své propagace, využívat web a tím se více dostat do povědomí potencionálních zákazníků, čímž by se dala snížit hrozba konkurence.

Další částí práce bylo zaměření se na analýzu makroprostředí podniku, pro které byla použita PEST analýza. Byly zde vypsány skutečnosti, které firmu ovlivňují. Největší vliv na podnik mají legislativní změny či ekonomické faktory.

Druhá kapitola byla zaměřena na finanční analýzu, tedy na druhý z definovaných cílů, ke kterému byly provedeny výpočty v páté kapitole. Z vypočtených ukazatelů likvidity jsou patrné problémy podniku splácet své závazky, a existuje hrozba rizika finanční tísně. Z ukazatelů aktivity společnosti vyplývá, že zákazníci nemají dobrou platební morálku, a společnosti splácejí faktury až po době splatnosti. Sama společnost Luremato má nedostatky ve splácení svých závazků. Od roku 2014 se hodnota doby obratu závazků zvyšuje, z důvodu sjednaných bankovních úvěrů. Rentabilita a solventnost podniku je

negativní. Nezhodnocuje vložený kapitál a odrazuje věřitele. Finanční stabilita a zadluženost podniku poukazuje na nepříznivou finanční situaci podniku. Společnost nevykazuje dostatečně velký zisk a pracuje s vysokým podílem cizích zdrojů. Z celkové analýzy zkoumané společnosti tedy vyplývá, že je firma významně zadlužena, nezhodnocuje svůj kapitál a hrozí finanční krize, která by mohla způsobit zánik společnosti.

Pro zlepšení stávající finanční situace by se firma měla zaměřit na snížení podílu cizích zdrojů, nesjednávat si další úvěry u banky. Ke zvýšení vlastních zdrojů by firmě pomohlo rozšířit své služby, či zhodnotit majetek, který firma příliš nevyužívá.

Z provedeného hodnocení tedy vyplývají opatření, která by mohla být jednou z variant zlepšení situace a celkového postavení sledované společnosti na trhu. Stávající situace se jeví spíše jako negativní. Mělo by dojít především ke zvýšení zisku společnosti, dále odstranění slabé stránky propagace, čímž by se dala podpořit informovanost potenciálních i stávajících zákazníků o kvalitě společností nabízených služeb. To souvisí s možností zlepšení konkurenční pozice společnosti na. Další opatření, které by firmě výrazně pomohlo je snížení podílu cizích zdrojů a prodej nevyužívaného majetku.

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: SWOT analýza	13
Tabulka č. 2: Uživatelé finanční analýzy	17
Tabulka č. 3: Zdroje finanční analýzy.....	18
Tabulka č. 4: SWOT analýza společnosti Luremato s.r.o.	43
Tabulka č. 5: Horizontální analýza aktiv, v %	50
Tabulka č. 6: Horizontální analýza pasiv v %.....	51
Tabulka č. 7: Horizontální analýza výkazu zisku a ztráty v %	52
Tabulka č. 8: Vertikální analýza aktiv v %	53
Tabulka č. 9: Vertikální analýza pasiv v %.....	54
Tabulka č. 10: Vertikální analýza výkazu zisku a ztráty v %	55
Tabulka č. 11: Likvidita společnosti Luremato s.r.o.	58
Tabulka č. 12: Aktivita společnosti Luremato s.r.o. (dny).....	59
Tabulka č. 13: Rentabilita společnosti Luremato s.r.o. v %.....	62
Tabulka č. 14: Stabilita a zadluženost společnosti Luremato s.r.o. v %	64
Tabulka č. 15: Solventnost společnosti Luremato s.r.o.....	65
Tabulka č. 16: Produktivita společnosti Luremato s.r.o. v %	66

Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Mapa poskytovaných služeb Luremato s.r.o.	35
Obrázek č. 2: Míra nezaměstnanosti ČR	40
Obrázek č. 3: Likvidita	58
Obrázek č. 4: Aktivita	60
Obrázek č. 5: Rentabilita	62
Obrázek č. 6: Stabilita a zadluženost	64
Obrázek č. 7: Solventnost	66
Obrázek č. 8: Produktivita	67

Seznam použitých zdrojů

Businessinfo. *Měření podnikové výkonnosti a oceňování podniku*. [online], [cit. 15.3.2017], 1997-2017, Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/mereni-podnik-vykonnost-ocenovani-podnik-2826.html#!&chapter=1>

Český statistický úřad. *Obecná míra nezaměstnanosti v ČR a krajích*. [online], [cit. 1.4.2017], 2016, Dostupné z:

https://www.czso.cz/csu/czso/obecna_mira_nezamestnanosti_v_cr_a_krajich

FOTR, J., VACÍK, E., SOUČEK, I., ŠPAČEK, M., HÁJEK, S. *Tvorba strategie a strategické plánování*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2012, 381 s. ISBN: 978-80-247-3985-4

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing, strategie a trendy*. 2. vydání, Praha: Grada Publishing, a.s., 2013, 362 s., ISBN 978-80-247-4670-8

Justice.cz, Ministerstvo spravedlnosti České republiky.[online], [cit. 15.3.2017], 2012-2017, Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-firma?subjektId=703713>

KISLINGEROVÁ, Eva. *Oceňování podniku*. 2. přepracované a doplněné vydání, Praha: C. H. Beck, 2001, 367 s., ISBN 80-7179-529-1

KNÁPKOVÁ, Adriana, PAVELKOVÁ, Drahomíra, ŠTEKER, Karel. *Finanční analýza. Komplexní průvodce s příklady*. 2. vydání, Praha: Grada Publishing, 2013, 240 s., ISBN 978-80-247-4456-8

KRÁLOVÁ, Irena. *Finanční analýza*, Fortuna Print, 2010, 128 s., ISBN 978-80-7373-06-4

Luremato1. [online], [cit. 15.3.2017], Dostupné z: <http://luremato1.webnode.cz/>

MACEK, Jan, KOPEK, Rudolf, KRÁLOVÁ Jitka. *Ekonomická analýza podniku*, Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2006, 162 s., ISBN 80-7043-446-5

Managementmania.cz. *Solventnost*. [online], [cit. 15.3.2017], 2011-2016, Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/solventnost>

Mdcr.cz. Ministerstvo dopravy České republiky. [online], [cit. 15.3.2017], 2017, Dostupné z: [https://www.mdcr.cz/Dokumenty/Silnicni-doprava/Mezinarodni-autobusova-doprava-\(MAD\)/Kabotaz-v-osobni-doprave](https://www.mdcr.cz/Dokumenty/Silnicni-doprava/Mezinarodni-autobusova-doprava-(MAD)/Kabotaz-v-osobni-doprave)

RŮČKOVÁ, Petra. *Finanční analýza, metody, ukazatele, využití v praxi*. 5. vydání, Praha: Grada Publishing a.s., 2015, 160 s., ISBN 978-80-247-9931-5

SID BLAHA, Zdeněk, JINDŘICHOVSKÁ, Irena. *Jak posoudit finanční zdraví firmy*. 3. vydání, Management Press, 2006, 194 s., ISBN 8072611453

SOLOMON, Michael R., MARSHALL, Greg W., STUART, Elnora W., *Marketing očima světových marketing manažerů*. Computer Press, 2006, 572 s., ISBN 802511273X

ŠIMAN, Josef, PETERA, Petr. *Financování podnikatelských subjektů*. Teorie pro praxi. 1. vydání, Praha: C. H. Beck, 2010, 198 s., ISBN 978-80-7400-117-8

VÁCHAL, Jan, VOCHOZKA, Marek a kolektiv. *Podnikové řízení*. Praha: Grada Publishing a.s., 2013, 685 s., ISBN 978-80-247-4642-5

Zprávy aktuálně. *Ekonomické vyhlídky do roku 2013*. [online], [cit. 15.3.2017], 2017, Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/ekonomicke-vyhličky-do-roku-2013/r~i:article:768648/>

Seznam příloh

Příloha A: Rozvaha společnosti

Příloha B: Výkaz zisku a ztrát

Příloha A

ROZVAHA (v tis. Kč)	2012	2013	2014	2015
Aktiva celkem	189	672	2355	3606
Dlouhodobý majetek			534	534
Dlouhodobý hmotný majetek			534	534
Samostatné hmotné MV a soubory hmotných MV			534	534
Oběžná aktiva	189	366	1096	2424
Dlouhodobé pohledávky			6	
Dlouhodobé poskytnuté zálohy			6	
Krátkodobé pohledávky		295	1033	2352
Pohledávky z obchodních vztahů		293	999	2266
Stát- daňové pohledávky				32
Krátkodobé poskytnuté zálohy		2	34	54
KFM	189	71	57	72
Peníze	189	68	27	63
Účty v bankách		3	30	9
Časové rozlišení		306	725	648
Náklady příštích období		306	375	648
Příjmy příštích období			350	
Pasiva celkem	189	672	2355	3606
VK	189	171	51	591
ZK	200	200	200	200
VH minulých let		-11	-29	-150
Neuhrazená ztráta z minulých let		-11	-29	-150
VH běžného účetního období	-11	-18	-120	541
Cizí zdroje		1146	2304	3015
krátkodobé závazky		1146	1784	2498
Závazky z obchodních vztahů		247	1440	2293
Závazky- ovládaná nebo ovládající osoba		80		
Závazky ke společníkům		80		
Závazky k zaměstnancům		61	54	85
Závazky ze SZ a ZP		71	220	58
Stát- daňové závazky a dotace		31	65	57
Krátkodobé přijaté zálohy		350		
Dohadné účty pasivní		226	5	5
Bankovní úvěry a výpomoci			520	517
Krátkodobé finanční výpomoci			520	517
Časové rozlišení		-645		
Výnosy příštích období		-645		

(justice.cz, 2012 – 2015)

Příloha B

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY (v tis. Kč)	2012	2013	2014	2015
Výkony		4255	7010	5666
Tržby za prodej výrobků a služeb		4255	7010	5666
Výkonová spotřeba	11	3514	6092	4069
Spotřeba materiálu a energie		1348	2078	1214
Služby	11	2166	4014	2855
Přidaná hodnota	-11	741	918	1597
Osobní náklady		631	872	600
Mzdové náklady		471	651	450
Náklady na SZ a ZP		160	221	150
Daně a poplatky		129	144	234
Odpisy DN a DH majetku			66	
Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu			283	
Tržby z prodeje dlouhodobého majetku			283	
Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplex. N příštích období			27	
Ostatní provozní výnosy		127	58	30
Ostatní provozní náklady		110	243	236
Provozní VH	-11	-2	-93	557
Ostatní finanční výnosy		1	2	
Ostatní finanční náklady		9	15	16
Finanční VH		-8	-13	-16
Daň z příjmů za běžnou činnost		8	14	
Splatná		8	14	
Odložená				
VH za běžnou činnost	-11	-18	-120	541
VH za účetní období	-11	-18	-120	541
VH před zdaněním	-11	-10	-106	541

(justice.cz, 2012 – 2015)

Abstrakt

ROTHOVÁ, Ivana. *Analýza faktorů úspěšnosti vybraného podniku*. Bakalářská práce. Plzeň: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, 73 s., 2017

Klíčová slova: SWOT analýza, PEST analýza, finanční analýza, poměrové ukazatele

Bakalářská práce je zaměřena na analýzu prostředí podniku a finanční analýzu společnosti Luremato s.r.o. za čtyři roky jejího působení.

Práce obsahuje pět hlavních částí. První kapitola je zaměřena na teoretické poznatky z oblasti prostředí podniku a jeho analyzování. Druhá kapitola se týká teoretických poznatků z oblasti finanční analýzy a výpočtů s ní spojených. Třetí kapitola zahrnuje představení společnosti. Ve čtvrté kapitole je provedena analýza prostředí podniku, obsahuje SWOT a PEST analýzu. Poslední, kapitola se zabývá finanční analýzou firmy. Byla provedena vertikální a horizontální analýza a následně byly provedeny výpočty poměrových ukazatelů společnosti. Následně jsou výstupy finanční analýzy zhodnoceny, jsou učiněny návrhy na možná opatření, která by firmě mohla v budoucnu pomoci zlepšit současnou situaci.

Abstract

ROTHOVÁ, Ivana. *Analysis of success on a particular firm*. Bachelor Thesis. Pilsen: Faculty of Economics, University of West Bohemia in Pilsen, 73 P., 2017

Key words: SWOT analysis, PEST analysis, financial analysis, financial ratios

The bachelor thesis is focused on the analysis of company environment and financial analysis of the Luremato s.r.o. during four years of its existence.

The thesis contains five main parts. The first chapter is focused on theoretical knowledge of analysis of the company. The second chapter is concerned with theoretical knowledge of financial analysis and calculations connected with it. The third chapter included the performance of particular firm. In the fourth part is the analysis of company environment that contains SWOT and PEST analysis. The last chapter deals with the financial analysis of the company. Vertical and horizontal analysis were prepared and then calculations of financial ratios of the company were made. Subsequently the outputs of financial analysis were evaluated and proposals on possible measures that could help improve the current situation in future were made.