

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Analýza konkurenceschopnosti vybraného podniku

Analysis of competitiveness of the chosen company

Karolína Růžičková

Plzeň 2013

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
Fakulta ekonomická
Akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Karolína RŮŽIČKOVÁ**
Osobní číslo: **K10B0198P**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika a management**
Název tématu: **Analýza konkurenceschopnosti vybraného podniku**
Zadávající katedra: **Katedra podnikové ekonomiky a managementu**

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

1. Uveďte pojem konkurenceschopnost a nástroje zvyšování konkurenceschopnosti.
2. Napište postup finanční analýzy v podniku.
3. Charakterizujte konkrétní podnik.
4. Proveďte finanční analýzu v podniku a odhalte jeho silné a slabé stránky.
5. Zhodnoťte konkurenceschopnost konkrétního podniku a navrhněte možnosti jejího zvyšování.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **40 - 60 stran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

- BĚLOHLÁVEK, František, KOŠTAN, Pavol, ŠULEŘ, Oldřich. *Management*. Brno: Computer Press, 2006. ISBN 80-251-0396-X.
- KISLINGEROVÁ, Eva, HNILICA, Jiří. *Finanční analýza - krok za krokem*. Praha: C. H. Beck, 2008. ISBN 978-80-7179-713-5.
- MIKOLÁŠ, Zdeněk. *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku*. Praha: Grada Publishing, 2005. ISBN 80-247-1277-6.
- RŮČKOVÁ, Petra. *Finanční analýza*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3916-8.
- MACEK, Jan, KOPEK, Rudolf, KRÁLOVÁ, Jitka. *Ekonomická analýza podniku*. Plzeň: ZČU, 2006. ISBN 80-7043-446-5.

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Yvona Holečková, Ph.D.

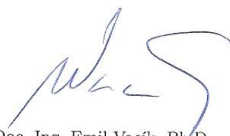
Katedra podnikové ekonomiky a managementu

Datum zadání bakalářské práce: **31. října 2012**

Termín odevzdání bakalářské práce: **3. května 2013**


Doc. Dr. Ing. Miroslav Plevný
děkan




Doc. Ing. Emil Vacík, Ph.D.
vedoucí katedry

V Plzni dne 31. října 2012

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Analýza konkurenceschopnosti vybraného podniku“

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

V Plzni, dne 22. 4. 2013

.....

podpis autora

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucí mé bakalářské práce paní Ing. Yvoně Holečkové, Ph.D. za konzultace, rady, cenné připomínky, ochotu a čas, který mi věnovala.

Poděkování bych také ráda vyjádřila společnosti Textile Washing Company k. s. za poskytnutí veškerých potřebných materiálů pro vyhotovení této bakalářské práce, zejména panu Willimu Dieterovi, prokuristovi společnosti, který mi projevil důvěru, poskytl veškeré interní materiály společnosti a věnoval mi svůj čas.

OBSAH

ÚVOD.....	8
1 KONKURENCESCHOPNOST A NÁSTROJE JEJÍHO ZVYŠOVÁNÍ.....	9
1.1 Pojem konkurence.....	9
1.2 Konkurenční prostředí	10
1.3 Konkurenční výhoda.....	10
1.4 Konkurenceschopnost	11
1.5 Nástroje zvyšování konkurenceschopnosti.....	11
1.5.1 Mapa konkurenčních skupin.....	11
1.5.2 Analýza konkurenčních sil.....	13
1.5.3 Analýza konkurence	15
1.5.4 Odhad relativní konkurenční síly.....	16
1.5.5 SWOT analýza.....	17
1.5.6 Balanced scorecard (BSC).....	19
2 PŘEDMĚT A METODY FINANČNÍ ANALÝZY	21
2.1 Ekonomická analýza	21
2.2 Finanční analýza	22
2.2.1 Zdroje informací pro finanční analýzu	24
2.2.2 Fundamentální analýza	25
2.2.3 Technická analýza.....	26
2.2.3.1 Horizontální analýza (analýza trendů).....	27
2.2.3.2 Vertikální analýza (procentní rozbor).....	28
2.2.3.3 Analýza poměrových ukazatelů.....	29
2.2.3.4 Analýza rozdílových ukazatelů.....	36
2.2.3.5 Analýza soustav ukazatelů.....	36
3 CHARAKTERISTIKA PODNIKU TEXTILE WASHING	
COMPANY K. S.	41
3.1 Gonser Group.....	41
3.2 Základní údaje o podniku Textile Washing Company k. s.	41
3.3 Organizační struktura.....	42

3.4	Hospodářské výsledky minulých let	43
3.5	Cíle podniku Textil Washing Company k. s.	46
4	FINANČNÍ ANALÝZA PODNIKU TEXTILE WASHING COMPANY K. S.	48
4.1	Finanční analýza podniku Textile Washing Company k. s.	48
4.1.1	Analýza poměrových ukazatelů.....	48
4.1.1.1	Ukazatele rentability	48
4.1.1.2	Ukazatele aktivity	52
4.1.1.3	Ukazatele zadluženosti	55
4.1.1.4	Ukazatele likvidity	58
4.1.2	Analýza rozdílových ukazatelů.....	60
4.1.2.1	Čistý pracovní kapitál	61
4.1.3	Analýza soustav ukazatelů.....	61
4.1.3.1	Index Neumaierových IN01.....	62
4.1.3.2	Kralickův Quicktest	62
4.2	SWOT analýza společnosti Textile Washing Company k. s.	64
4.2.1	Silné stránky společnosti	64
4.2.2	Slabé stránky společnosti.....	65
4.2.3	Příležitosti společnosti	65
4.2.4	Ohrožení společnosti.....	66
5	ZHODNOCENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI PODNIKU TEXTILE WASHING COMPANY K. S. A NÁVRHY NA JEJÍ ZVÝŠENÍ	67
5.1	Zhodnocení ekonomické situace a konkurenceschopnosti společnosti	67
5.2	Návrhy na zlepšení konkurenceschopnosti společnosti.....	69
5.2.1	Zvýšení povědomí zákazníků o existenci a nabídkách společnosti	70
5.2.2	Snížení nákladů v oblasti dopravy	70
5.2.3	Zlepšení systému kontroly stavu pohledávek	71
5.2.4	Vypracování střednědobé a dlouhodobé strategie rozvoje společnosti	71
6	ZÁVĚR	73
7	SEZNAM OBRÁZKŮ	75

8	SEZNAM TABULEK A GRAFŮ.....	75
9	SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK.....	77
10	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	79
11	SEZNAM PŘÍLOH.....	81

Úvod

Tématem této bakalářské práce je „Analýza konkurenceschopnosti vybraného podniku“. Cílem práce je zhodnotit konkurenceschopnost vybraného podniku a navrhnout opatření, která mohou zvýšit konkurenceschopnost daného podniku. Pro tuto analýzu je zvolena společnost Textile Washing Company k. s., která se zabývá pronájmem, praním hotelového a restauračního textilu, dále i komplexním servisem pronájmu rohoží.

První část bakalářské práce je zaměřena na základní terminologii z oblasti konkurenceschopnosti, vybraných metod sloužících ke zvyšování konkurenceschopnosti a uvedení postupu finanční analýzy. V současné době hraje finanční analýza v řízení podniku důležitou roli, neboť lze díky ní odhalit silné a slabé stránky podniku. Součástí finanční analýzy jsou stavové, rozdílové a poměrové ukazatele, dále i soustavy ukazatelů. Jelikož finanční analýza obsahuje značné množství ukazatelů, v této práci jsou vybrány pouze některé. Hlavní důraz je kladen na poměrové ukazatele, mezi které jsou řazeny ukazatele rentability, aktivity, zadluženosti a likvidity.

V praktické části této práce je představena společnost Textile Washing Company k. s. Analýza společnosti vychází z teoretických poznatků, z aktuálních informací o záměrech společnosti a z údajů, které obsahuje účetní závěrka za období 2006-2011. V rámci finanční analýzy jsou vypočteny vybrané poměrové a rozdílové ukazatele, Index Neumaierových a Kralickův Quicktest. Po zhodnocení ekonomické situace, konkurenceschopnosti společnosti Textile Washing Company k. s. a analýze silných a slabých stránek společnosti i možných příležitostí a ohrožení jsou v závěru této práce vytvořeny návrhy ke zlepšení konkurenceschopnosti dané společnosti. Tyto návrhy vycházejí z informací z provedené finanční a SWOT analýzy.

1 Konkurenceschopnost a nástroje jejího zvyšování

Konkurenceschopnost podniků hraje v podmínkách tržní ekonomiky velmi důležitou roli. Obecně lze říci, že konkurenceschopnost představuje schopnost prosadit se mezi ostatními. V současné době je nezbytné, aby úspěšné podniky byly vždy o krok dopředu před ostatními, ať už se jedná o nové technologie, nabídku komplexních služeb, marketing apod. Podniky musí neustále inovovat své produkty, služby a výrobní procesy, aby si udržely své místo na trhu. Základem úspěchu je flexibilita a schopnost přizpůsobovat se změnám podmínek trhu. Pokud není podnik konkurenceschopný, dochází k odchodu zákazníků ke konkurenci. Cílem každého podniku by měla být snaha o vývoj takového produktu či služby, který má hodnotu pro zákazníka a zároveň přinese podniku ekonomický prospěch.

V této kapitole bakalářské práce je definováno několik významných pojmů, které úzce souvisejí s konkurenceschopností. Jedná se o následující pojmy:

- konkurence,
- konkurenční prostředí,
- konkurenční výhoda,
- konkurenceschopnost,
- nástroje zvyšování konkurenceschopnosti.

1.1 Pojem konkurence

Dle Čichovského [2, s. 13] je konkurence definována jako „*otevřená množina konkurentů, kteří vytvářejí v daném čase a v daném teritoriu konkurenčního prostředí funkční multiplikační polyfaktorový efekt spojený se vzájemnou interakcí silových vektorových polí jednotlivých konkurentů.*“

Tržní konkurenci definuje Macáková [8, s. 39] jako „*proces, ve kterém se střetávají různé zájmy různých subjektů trhu.*“ Střetávání nabídky a poptávky na trhu se nazývá konkurencí mezi nabídkou a poptávkou, konkurencí napříč trhem. Hlavní proud soudobé obecné ekonomie dovozuje, že skutečná ekonomická konkurence může existovat a volně působit jen v tržním hospodářství. Mikoláš [10, s. 65] uvádí, že v mikroekonomické teorii se rozlišují různé stupně a formy konkurence podle

stanovených předpokladů. Konkurenti si konkurují cenou, jinde pomocí reklamy atd., což je způsobeno tržními okolnostmi, tzv. strukturou konkurence apod.

Dále je uvedeno, že vlastní podstata mikroekonomické teorie firmy je postavena na zkoumání chování firmy v konkurenčním prostředí. Na vymezení konkurence mikroekonomií obvykle navazuje většina modelů konkurence v dalších vědních oborech, zejména v marketingu, v právních vědách, a částečně i v teorii a praxi řízení podniků. [10, s. 66]

1.2 Konkurenční prostředí

Konkurenční prostředí lze definovat jako časový řez prostorem naší planety, kde dochází k interaktivnímu působení dvou živých objektů nebo subjektů (konkurentů), které usilují v daném čase a prostoru o realizaci stejné nebo podobné činnosti, mají stejné nebo podobné cíle a používají stejné nebo podobné metody k dosažení těchto cílů. V marketingovém pojetí je konkurenční prostředí místem, kde se střetává potřeba prostředí jako pocit nedostatku spojený s touhou po uspokojení, dimenzovaná marketingovým výzkumem v poptávku s marketingovou nabídkou. Úspěšnost a efektivnost uspokojení poptávky je závislá u prodávajícího i kupujícího na konkurenčních výhodách nabízených produktů či služeb, které ovlivní kupujícího při volbě produktu či služby a dodavatele v rámci výběrových řízení. [2]

1.3 Konkurenční výhoda

V odborné literatuře [11, s. 15] je konkurenční výhoda popisována jako „*jádro výkonnosti podniku na trzích, kde existuje konkurence.*“ Základem konkurenční výhody je pak hodnota, kterou podnik vytvoří pro své zákazníky. Jedná se o nižší cenu za stejnou hodnotu, nebo poskytnutí zvláštních výhod, které vynahradí zákazníkovi vyšší cenu. Aby podnik mohl získat konkurenční výhodu, je velmi důležitý proces strategického řízení, neboť pomáhá podniku identifikovat, vybudovat a udržet si tuto výhodu s ohledem na působení konkurenčních sil a tlaků. Podstatou této strategie je odlišení podniku od svých konkurentů a získání a udržení náskoku před konkurencí, což znamená vytvoření a udržení konkurenční výhody. Zvolením dobré strategie se podnik staví do jedinečné pozice. [14]

1.4 Konkurenceschopnost

Konkurenceschopnost je dle Čichovského [2, s. 13] definována jako „*pozitivní vlastnost konkurenta a jeho výsledný projev interakce s řadou a spektrem konkurentů v konkurenčním prostředí. Konkurenceschopnost je tak faktorovým a vektorovým výsledkem působení konkurenčních sil konkurentů v konkurenčním prostředí.*“

V odborné literatuře [15, s. 19] je konkurenceschopnost popsána jako „*konkurenční výkonnost, která následuje konkurenční výhodou.*“ Konkurenční výkonnost a konkurenční výhoda však nejsou vlastnictvím daného aktéra. Konkurenční výkonnost je výsledkem konkurenčního procesu a vyrůstá z interakcí mezi konkurujícími si objekty v dané tržní situaci.

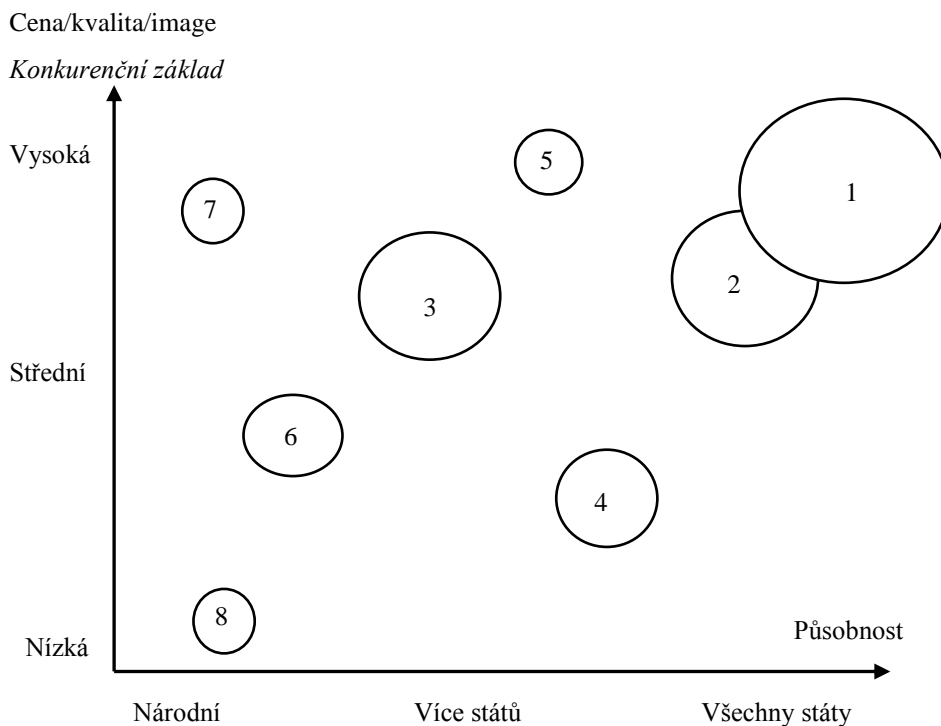
1.5 Nástroje zvyšování konkurenceschopnosti

Jelikož existuje celá řada metod, jak lze měřit a zvyšovat konkurenceschopnost, jsou v této podkapitole bakalářské práce uvedeny pouze některé metody, které mohou sloužit jako nástroje ke zvýšení konkurenceschopnosti podniku.

1.5.1 Mapa konkurenčních skupin

Pomocí analytického nástroje rozdělujícího konkurenční podniky v odvětví do skupin, které obsahují podniky se stejnou nebo podobnou tržní strategií, lze získat detailnější pohled na odvětví (viz obrázek č. 1).

Obrázek č. 1: Mapa konkurenčních skupin



Zdroj: Sedláčková Helena, Buchta Karel, Strategická analýza, s. 38.

Mapa konkurenčních skupin vzniká zanesením pozic do dvojrozměrné osové soustavy, kde strategické proměnné tvoří osy, pomocí nichž jsou od sebe jednotlivé podniky odlišeny. Pomocí této mapy je možné nejen posoudit strukturu odvětví jako celku, ale i postavení jednotlivých podniků. [14]

Na základě mapy konkurenčních skupin lze sledovat detailnější pohled na strukturu odvětví v několika směrech: [14, s. 39-40]

- pomáhá určit, kdo jsou nejbližší konkurenti, co je základem konkurenčního boje v jednotlivých skupinách a jak se odlišují od ostatních skupin,
- pomáhá při identifikaci příležitostí nových strategických skupin či uplatňování nových strategií,
- zkoumá, zda vývoj a trendy v odvětví zlepší či zhorší postavení různých skupin. Dále zda vytvoří či odbourají některé překážky vstupu do dané konkurenční skupiny a budou těmito trendy v odvětví ovlivněny konkurenční tlaky,
- sleduje, jak se podniky v různých konkurenčních skupinách vyrovnávají s rozdílnou vyjednávací pozicí dodavatelů a zákazníků,

- rivalita v odvětví se zvyšuje, pokud roste počet strategických skupin. Kromě soupeření v rámci skupiny dochází k soupeření i mezi jednotlivými skupinami,
- napomáhá pozorovat pravděpodobnost a možnost meziskupinové mobility, důležitá je identifikace bariér vstupu.

Pokud u některých strategických skupin existují silné náznaky snah o přesunutí do jiného konkurenčního prostoru, je vhodné tyto tendence vyznačit do mapy konkurenčních skupin pomocí šipek, čímž se získá kvalifikovanější pohled na strukturu odvětví a její dynamiku. [14]

1.5.2 Analýza konkurenčních sil

Konkurenční pozice a úspěšnost podniku je bezprostředně ovlivňována konkurenčními silami. Mezi ně jsou řazeny např. struktura zákazníků, pověst mezi věřiteli, dodavateli a schopnost podniku získat kvalifikované pracovníky.

Analýza konkurenčních sil se zabývá rozborem konkurenční situace, zdroji konkurenčních tlaků a jejich intenzitou, akcí a reakcí rivalů na současnou a budoucí konkurenční situaci. Tato analýza je výchozím krokem, směřujícím do oblasti charakteristiky konkurence, která působí v daném odvětví. Následujícím krokem je analýza orientovaná na jednotlivé konkurenty. Na základě těchto dvou kroků lze získat obraz o konkurenčním prostředí, který představuje výchozí bod pro zpracování vhodné strategie podniku. [14]

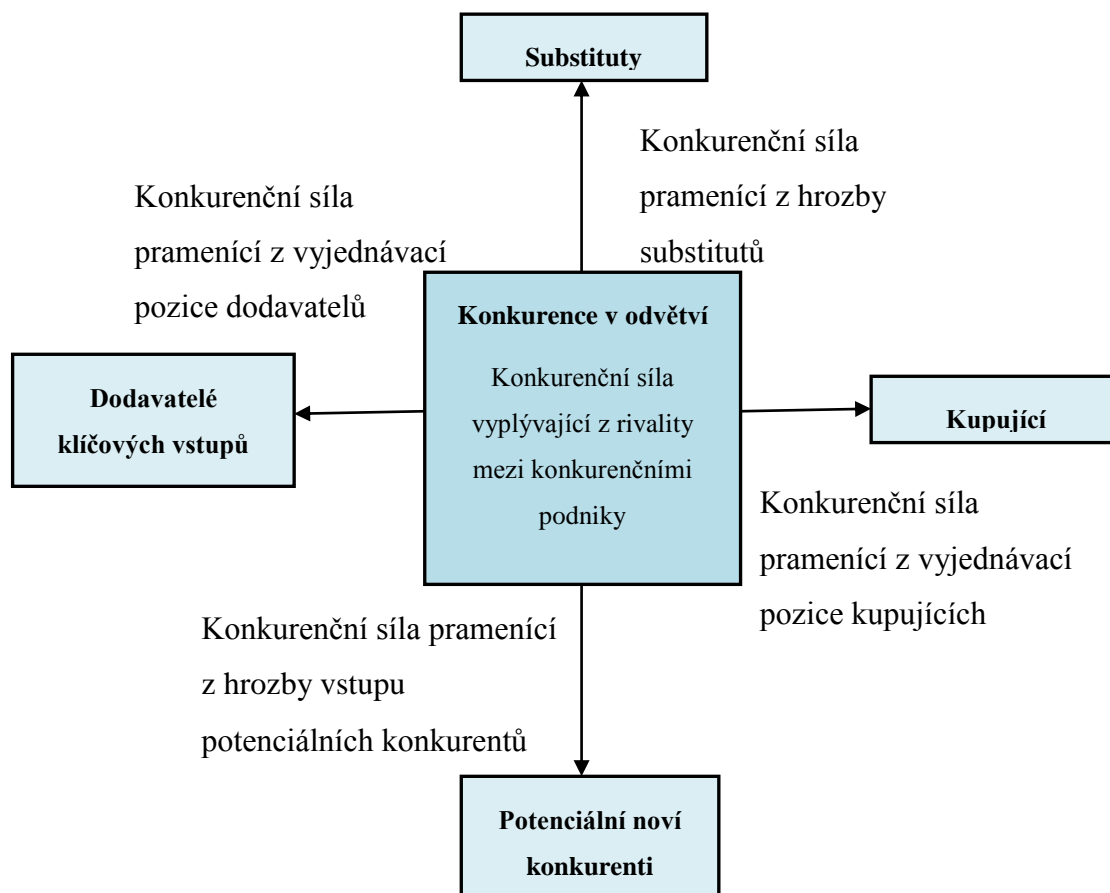
Velmi často používaným analytickým nástrojem pro vytvoření obrazu odvětví je Porterův **Model pěti sil**. Cílem tohoto modelu je snaha o jasné pochopení sil, které v daném prostředí působí a identifikovat, které z nich mají pro podnik z hlediska budoucího vývoje největší význam a které mohou být strategickými rozhodnutími managementu ovlivněny. [14]

Konkurence na trhu v daném odvětví je obecně funkcí pěti konkurenčních sil (viz obrázek č. 2): [14, s. 47-48]

- konkurenční síla vyplývající z rivality mezi konkurenčními podniky ovlivněná jejich strategickými tahy a protitahy směřujícími k získání konkurenční výhody,

- konkurenční síla vyplývající z hrozby substitučních výrobků podniků v jiných odvětvích,
- konkurenční síla vyplývající z hrozby vstupu nových konkurentů do odvětví,
- konkurenční síla vyplývající z vyjednávací pozice dodavatelů klíčových vstupů,
- konkurenční síla vyplývající z vyjednávací pozice kupujících.

Obrázek č. 2: Model pěti sil



Zdroj: Sedláčková Helena, Buchta Karel, Strategická analýza, s. 48.

Intenzita konkurence v odvětví je určena souhrnným působením těchto sil, kdy tyto síly spolurozhodují o úspěšnosti podniku v daném odvětví. V jednotlivých odvětvích se síla působení těchto pěti faktorů liší a mění se současně s vývojem těchto odvětví. Následkem této skutečnosti může docházet k odlišné výnosnosti v odvětvích, která jsou na stejné úrovni. Lze předpokládat, že výnosnost bude nízká, pokud bude všech pět sil silných, bez ohledu na to, jaké výrobky či služby se produkují. Naopak vysoké ceny a nadprůměrná výnosnost jsou výsledkem slabých sil. Pokud podnik zvolí vhodnou strategii, může těchto pět faktorů ovlivnit. Podnik, který dokáže změnit strukturu

odvětví, může podstatně změnit přitažlivost daného odvětví k lepšímu či horšímu.
[14]

1.5.3 Analýza konkurence

Podrobná analýza konkurence je nezbytným východiskem pro určení konkurenční pozice, navazující na analýzu konkurenčních sil. Tato analýza se zaměřuje na identifikaci klíčových konkurentů a na určení jejich konkurenčního profilu, tzn. odhalení strategických cílů, strategie, specifických předpokladů, nákladového postavení, vyhodnocení výhod a nevýhod konkurenčních výrobků.

Pro volbu konkurenční strategie podniku má analýza zásadní **význam**: [14, s. 64-65]

- strategii lze zformulovat, pokud podnik má základní znalost svých nejbližších konkurentů, jejich strategie, jaké jsou důvody větší úspěšnosti některých konkurentů a jaké nejpravděpodobnější reakce konkurentů lze v budoucnu očekávat. Analýzou konkurence rozumíme analýzu všech údajů o konkurentech, které jsou nezbytné při formulaci konkurenční strategie,
- konkurenční strategie nejbližších konkurentů jsou zpravidla velmi provázané. Úspěšná konkurenční strategie je do určité míry funkcí konkurenčních strategií konkurentů podniku.

Základní kroky analýzy konkurence: [14, s. 65]

- identifikace současných a potenciálních konkurentů,
- analýza jejich budoucích cílů, představ o sobě samém, o konkurentech a odvětví, nákladové postavení konkurentů, současný a předpokládaný styl uplatňování konkurenční strategie. Na základě těchto údajů podnik vypracuje konkurenční profil nejbližších konkurentů a určí jejich konkurenční výhody,
- podnik provede porovnání konkurenčních profilů hlavních konkurentů s dříve identifikovanými hybnými změnotvornými a konkurenčními silami daného odvětví a vytvoří předpověď pravděpodobného profilu reakce konkurentů.

Další krok v analýze konkurentů spočívá v analýze současné strategie každého z konkurentů, strategie mohou být např. vedoucí postavení dosažené nízkými náklady, strategie diferenciací prostřednictvím kvality, poskytovaných služeb, širší sortimentu, image a technologické úrovně či zaměření na specifický segment trhu. Po provedení

analýzy cílů, záměrů a strategie konkurentů podnik specifikuje jaké zdroje, schopnosti a strategické přednosti má konkurent k dispozici pro podporu svých záměrů a jaká je úspěšnost jeho strategie. Podnik identifikuje silné a slabé stránky týkající se samotných výrobků, oblasti marketingu, distribuce, výzkumu, vývoje, organizace, výroby, řízení efektivnosti a finanční oblasti. [14]

1.5.4 Odhad relativní konkurenční síly

Pomocí odhadu relativní konkurenční síly podniku lze získat posouzení, zda je podnik v klíčových faktorech úspěchu a jiných indikátorech konkurenční síly silnější nebo slabší než jeho nejbližší konkurenti. Dále umožní odhad, zda uplatňováním dané strategie se pozice podniku spíše zlepší či zhorší. Na mapě strategických konkurenčních skupin je patrné, které podniky jsou považovány za blízké konkurenty. Hybné změnotvorné síly a konkurenční síly ukazují jaké zdroje, schopnosti a specifické přednosti musí podnik vlastnit, aby se dokázal úspěšně s těmito silami vyrovnat. Analýza konkurentů zas poskytne základní přehled předností a slabin hlavních konkurentů. [14]

Posouzení relativní konkurenční síly: [14, s. 96-97]

- zpracování přehledu klíčových faktorů úspěchu a ostatních indikátorů konkurenční síly,
- stanovení vah jednotlivých faktorů,
- zhodnocení podniku a jeho nejbližších konkurentů v jednotlivých faktorech.

Vynásobením přidělených bodů a stanovené váhy se získá konečné ohodnocení relativní konkurenční síly podniku v každém zvoleném strategicky důležitém faktoru. Pokud podnik získá nejvyšší hodnocení, má v tomto faktoru potenciální zdroj konkurenční výhody. Součtem všech dílčích hodnocení jednotlivých faktorů podnik získá celkové hodnocení relativní konkurenční síly podniku. Na základě porovnání těchto hodnot se zjistí, které podniky mají nejsilnější konkurenční pozici.

Pro formulaci strategie je velmi důležitá znalost faktorů, ve kterých je podnik konkurenčně silný či slabý. Podnik by se měl prostřednictvím zvolené strategie snažit přeměnit faktory, ve kterých dosahuje vysoké relativní konkurenční síly ve svou konkurenční výhodu. Dosahuje-li podnik vysoké relativní konkurenční síly v určitém

faktoru a naopak konkurenti dosahují v daném faktoru slabou úroveň, je vhodné uvažovat o ofenzivních tazích směřujících k využití slabin soupeřů. [14]

1.5.5 SWOT analýza

Cílem této analýzy je identifikace rozsahu, kterým současná strategie organizace podporuje schopnost úspěšně se vypořádat s hrozbami a příležitostmi ve vnějším prostředí. SWOT je zkratkou anglických slov: *Strengths* (silné stránky), *Weaknesses* (slabé stránky), *Opportunities* (příležitosti ve vnějším prostředí), *Threats* (hrozby z vnějšího prostředí). Pro podnik je důležité rozvíjet silné stránky a naopak potlačovat ty slabé, dále být připraven na potenciální příležitosti a hrozby. [1, s. 201]

Přednosti (silné stránky) ve vnitřním prostředí

Jako přednosti jsou hodnoceny pozitivní vnitřní podmínky, umožňující podniku získat převahu nad svými konkurenty, např. přístup ke kvalitnějším materiálům, dobré finanční vztahy, vyspělá technologie, distribuční kanály, vyspělý tým top manažerů apod.

Nedostatky (slabé stránky) ve vnitřním prostředí

Jako nedostatky jsou hodnoceny negativní vnitřní podmínky, které mohou mít za následek nižší organizační výkonnost. Nedostatkem může být např. absence nezbytných zdrojů, schopností, neúměrné finanční zatížení, morálně zastaralé stroje, manažeri s neodpovídajícími strategickými schopnostmi apod.

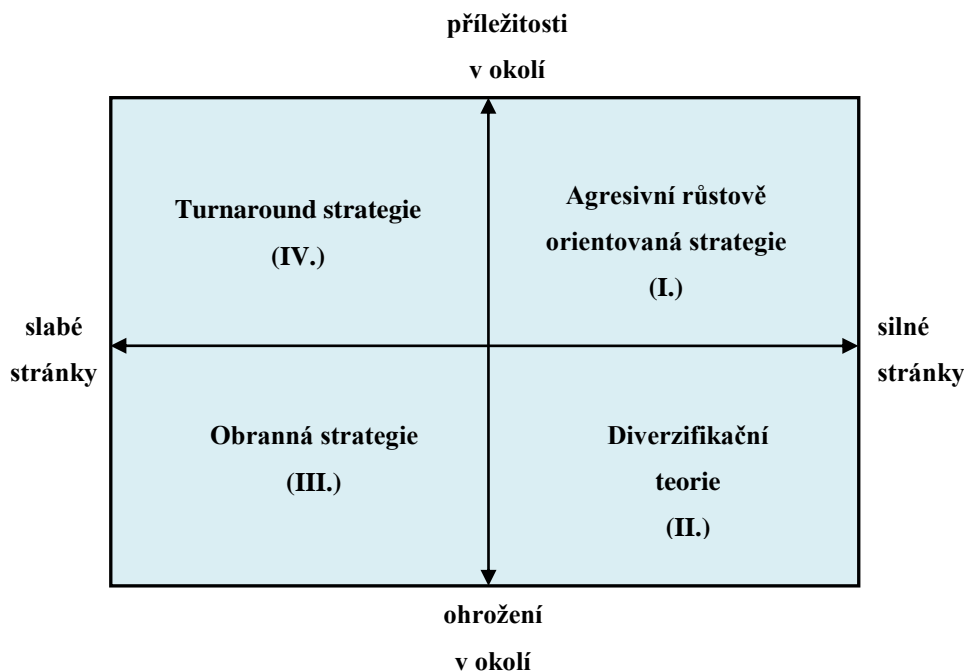
Příležitosti ve vnějším prostředí

Jako příležitost lze označit současné nebo budoucí podmínky v prostředí, které jsou příznivé současným nebo potenciálním výstupům organizace, např. změna v zákonech, rostoucí počet obyvatel, rostoucí počet zákazníků, vznik nových technologií apod.

Hrozby z vnějšího prostředí

Jako hrozby lze označit současné nebo budoucí podmínky v prostředí, které jsou nepříznivé současným nebo budoucím výstupům organizace, např. vstup silného konkurenta na trh, pokles počtu zákazníků, legislativní změny apod. [1, s. 201-202]

Obrázek č. 3: Diagram SWOT analýzy



Zdroj: Sedláčková Helena, Buchta Karel, *Strategická analýza*, s. 92.

I. kvadrant představuje setkání příležitostí s mnoha silnými stránkami podniku, které podporují využití daných příležitostí. Tato strategie je označována jako „max - max“ a je cílem většiny podniků.

II. kvadrant představuje setkání silných stránek podniku s hrozbami vnějšího prostředí. Strategie „max - min“ se snaží využít silné stránky a minimalizovat tak vnější hrozby.

III. kvadrant představuje nejméně příznivou situaci pro podnik, kdy v podniku převažují slabé stránky a v okolí se vyskytuje mnoho hrozeb vnějšího prostředí. Strategie „min – min“ se snaží o minimalizaci slabých stránek a hrozeb vnějšího prostředí.

Ve **IV. kvadrantu** se podnik potýká s velkým množstvím slabých míst, ale má na trhu mnoho příležitostí. Strategie „min – max“ se snaží o eliminaci slabých stránek a maximalizaci příležitostí podniku. [14, s. 92-93]

1.5.6 Balanced scorecard (BSC)

V odborné literatuře [1, s 225] je Balanced scorecard definován jako „*system řízení a měření výkonnosti společnosti, který převádí strategii do jasných cílů a poskytuje manažerům i ostatním pracovníkům komplexní a zejména srozumitelný přehled o strategických záměrech podniku a jejich postupném naplňování.*“

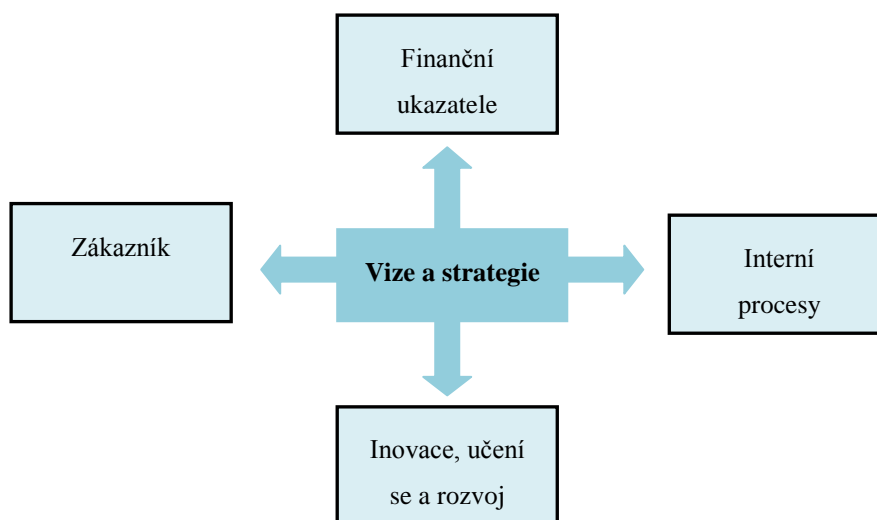
Metoda BSC spočívá v zaměření se na takové ukazatele, které hrají důležitou roli při naplňování strategie a dosahování strategických cílů. Tato metoda přináší vyvážený pohled na strategii, díky níž lze lépe pochopit strategii a zaměřit řízení na strategické cíle.

BSC uvažuje o implementaci strategie jako řetězci příčin a následků procházejících čtyřmi perspektivami – finanční, zákaznickou, procesní a učení se. (viz obrázek č. 4).

Základní úvaha je: [1, s. 225]

- perspektiva učení se a růstu podmiňuje výkonnost v perspektivě interních procesů,
- perspektiva interních procesů určuje výkonnost v zákaznické perspektivě,
- zákaznická perspektiva určuje, jak se společnosti bude dařit ve finanční perspektivě.

Obrázek č. 4: Perspektivy Balanced Scorecard



Zdroj: Bělohlávek František, Košťan Pavol, Šuleř Oldřich, Management, s. 226.

Manažer musí u každé z následujících čtyř perspektiv určit kritické faktory úspěchu. Výsledkem propojení vzájemných vazeb příčin a následků kritických faktorů vznikne strategická mapa (viz příloha A). [1, s. 225-226]

Finanční perspektiva

Významnou roli zde hraje otázka, jakých výsledků má podnik dosáhnout, aby uspokojil akcionáře. Mezi typické finanční cíle se řadí ziskovost, zvýšení ceny akcií, návratnost investovaného kapitálu, tvorba cash flow, nárůst tržeb apod.

Zákaznická perspektiva

Důležitým cílem je uspokojení potřeb zákazníků, které vedou k finančnímu cíli, např. spokojenost zákazníků, loajalita, získání nových zákazníků, podíl na celkových trzích.

Interní perspektiva

Podnik by měl vědět, v jakých procesech musí vynikat, aby uspokojil zákazníky a akcionáře. Jedná se např. o zvýšení produktivity, obrátky zásob, doba vývoje výrobku, doba od objednání k dodání, kapacita IT, administrativní náklady na celkové tržby apod.

Perspektiva učení se

Významnou roli zde hrají inovace, které mají pomoci dosáhnout cílů podniku. Důležitá je schopnost inovovat, zlepšovat existující procesy a uvádět na trh produkty s vyšší užitnou hodnotou.

V odborné literatuře existuje velké množství metod, které mohou sloužit jako nástroje ke zvýšení konkurenceschopnosti podniku. Každý podnik by si měl určit v čem spočívá jeho konkurenční výhoda na daném trhu a tuto výhodu intenzivně rozvíjet a pokoušet se vytvářet si další konkurenční výhody. Podnik, který nedosahuje uspokojivých výsledků v oblasti rentability, solventnosti, velikosti podílu na trhu, udržení si stávajících zákazníků či získávání nových, je s velkou pravděpodobností odsouzen k zániku. Z tohoto důvodu je nezbytné, aby každý podnik měřil svou konkurenceschopnost a aby se snažil ji stále zvyšovat.

2 Předmět a metody finanční analýzy

Jako jednu ze základních metod hodnocení konkurenceschopnosti podniku lze uvést finanční analýzu. Touto analýzou lze odhalit silné a slabé stránky podniku, zjistit jeho výkonnost a následně tyto informace použít jako nástroj sloužící k řízení podniku. Finanční analýza umožňuje analyzovat finanční i ekonomické informace, kterými se podnik prezentuje navenek. O tyto informace se zajímají zejména investoři, nejrůznější instituce, mezi které patří např. i banky.

2.1 Ekonomická analýza

Ekonomická analýza se zabývá jevy a procesy v podniku, které ovlivňují jeho ekonomické výsledky. Tyto výsledky jsou vyjádřeny ziskem, ukazateli rentability a likvidity a jsou výslednicí působení mnoha faktorů – vnitřních i vnějších.

Ekonomická analýza má za úkol hodnotit ekonomickou situaci podniku, nalézt faktory, které jsou příčinnou této situace a eventuálně změřit sílu působení těchto faktorů. Tato analýza může být různě rozsáhlá a pracná, v závislosti na ekonomickém subjektu. V podniku lze hodnotit stav k určitému okamžiku, nebo vývoj za určité období. [9]

Východiskem analýzy je charakteristika ekonomických jevů pomocí následujících kvantitativních ukazatelů: [9, s. 19]

- *absolutní* – vyjadřují velikost určitého jevu,
- *relativní* – vyjadřují vztah daného jevu k jinému jevu, jsou dány poměrem,
- *rozdílové* – vyjadřují rozdíl mezi hodnotami absolutních ukazatelů.

V ekonomické analýze převažuje užívání kvantitativní charakteristiky, ale můžeme se setkat u ukazatelů i s kvalitativní charakteristikou. Ukazatele lze dále členit na *extenzitní*, které vyjadřují rozměr či velikost objektu nebo *intenzitní*, vyjadřující intenzitu jevu. Další formy ukazatelů jsou tzv. *stavové* a *tokové* ukazatele. Stavové ukazatele měří stav k určitému okamžiku na rozdíl od tokových ukazatelů, které měří rozměr veličin mající charakter obratu. Podle homogenosti obsahu lze členit ukazatele na *stejnorodé* a *nestejnorodé*. [9, s. 19]

Ekonomická situace firmy je výsledkem složitého procesu, vzhledem k tomu je vhodné u těchto složitých jevů a procesů používat řadu účelně zvolených ukazatelů

uspořádaných do soustavy. Jedná se o *soustavu s paralelním uspořádáním ukazatelů*, kde jsou ukazatelé řazeni vedle sebe a kde skupina ukazatelů charakterizuje oblast určité hospodářské činnosti. Dále o *soustavu s hierarchickým uspořádáním ukazatelů*, kde je základní ukazatel postupně rozkládán na dílčí ukazatele v různých úrovních rozkladu nebo o *smíšené soustavy*, které jsou kombinací dvou předchozích. [9, s. 20]

2.2 Finanční analýza

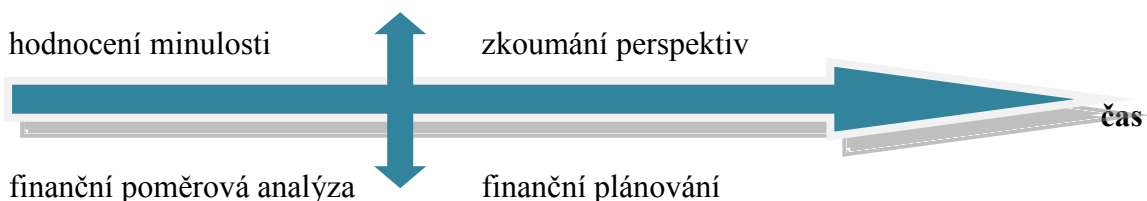
V odborné literatuře [12, s. 9] je finanční analýza popisována jako „*systematický rozbor získaných dat, která jsou obsažena především v účetních výkazech. Finanční analýzy v sobě zahrnují hodnocení firemní minulosti, současnosti a předpovídání budoucích finančních podmínek.*“ Smysl finanční analýzy vidí autor publikace v přípravě podkladů pro kvalitní rozhodování o fungování podniku. Existuje velmi úzká spojitost mezi účetnictvím a rozhodováním o podniku. V zemích s rozvinutou tržní ekonomikou je finanční analýza součástí podnikového řízení. Finanční výsledky se stávají základním kritériem ekonomických rozhodnutí a podnikové finance jsou významné nejen pro strategické řízení firmy, ale i při výběru obchodních partnerů.

K základním cílům finančního řízení podniku patří finanční stabilita, kterou lze hodnotit následujícími kritérii: [12, s. 10]

- schopnost vytvářet zisk, zajišťovat přírůstek majetku a zhodnocovat vložený kapitál,
- zajištění platební schopnosti podniku.

Z časového pohledu má finanční analýza smysl ve dvou rovinách. První rovinou je možnost ohlédnutí se do minulosti a srovnání jak se firma vyvíjela až do současnosti. Druhá rovina slouží jako základ finančního plánování ve všech časových rovinách. Znázorňuje možnost krátkodobého plánování spojeného s běžným chodem podniku, ale i strategického plánování spojeného s dlouhodobým rozvojem podniku (viz obrázek č. 5). [12]

Obrázek č. 5: Časové hledisko hodnocení informací



Zdroj: Ručková Petra, Finanční analýza, s. 9.

Vzhledem k tomu, že finanční analýza ovlivňuje podnik jako celek, můžeme říci, že nepatří pouze do finančního řízení, ale je součástí např. marketingové SWOT analýzy a má vliv na řadu rozhodovacích procesů v řízení podniku. [12]

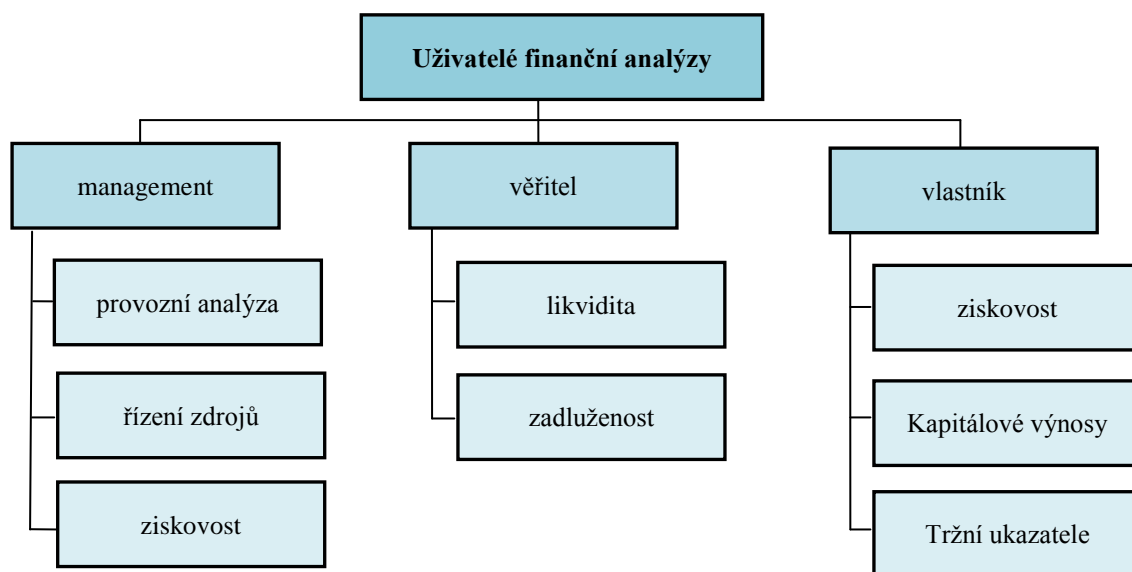
Cílem finanční analýzy je stanovení finančního „zdraví“ pomocí vhodných nástrojů. Pod pojmem finanční „zdraví“ rozumíme uspokojivou finanční situaci podniku. V literatuře se setkáváme s tezí, která definuje finanční zdraví jako „*likviditu plus rentabilitu*.“ V praxi to znamená, že podnik je schopen v tržní ekonomice trvale dosahovat takové míry zhodnocení vloženého kapitálu, kterou požadují investoři. Finanční zdraví záleží především na výnosnosti (rentabilitě), ale také s přihlédnutím k riziku. Nedílnou součástí finančního zdraví je i schopnost podniku hradit své závazky, tedy jeho dlouhodobá likvidita. [3, s. 5-6]

Volbu metody finanční analýzy významně ovlivňuje cílová skupina, pro kterou jsou výsledky analýzy zpracovány (viz obrázek č. 6). V krátkém časovém horizontu je managementem sledována primárně platební schopnost podniku. Struktura zdrojů a finanční nezávislost podniku je sledována provozní analýzou. Další významnou složkou, kterou sleduje management je ziskovost a likvidita. Vlastníci využívají finanční analýzu k ověření, zda jimi investované prostředky jsou zhodnocovány a řádně využívány. Z jejich pohledu je pak významným cílem maximalizace tržní hodnoty vlastního kapitálu, vývoj tržních ukazatelů, ukazatelů ziskovosti a vztah peněžních toků k dlouhodobým závazkům. Banky jako věřitelé sledují dlouhodobou likviditu, ziskovost v dlouhém časovém horizontu, schopnost tvorby finančních prostředků a stabilitu jejich toků. Krátkodobí věřitelé sledují platební schopnost, strukturu oběžných aktiv, krátkodobých závazků a cash flow. [12]

V odborné literatuře jsou uvedeny dva **přístupy k finanční analýze**: [9, s. 24]

- *fundamentální (kvalitativní) analýza* – je založena na ekonomických znalostech a dlouhodobých zkušenostech pracovníků,
- *technická (kvantitativní) analýza* – je založena na používání exaktních postupů, především matematických a statistických postupů. Cílem je co nejvíce objektivizovat postup a výsledek analýzy.

Obrázek č. 6: Uživatelé finanční analýzy a její zaměření



Zdroj: Ručková Petra, Finanční analýza, s. 11.

2.2.1 Zdroje informací pro finanční analýzu

Zdroje informací pro finanční analýzu lze rozdělit na tři hlavní skupiny, a to: [3, s. 7]

- *zdroje finančních informací* – čerpají z účetních výkazů finančního a vnitropodnikového účetnictví, informace finančních analytiků a manažerů podniku, výroční zprávy, roční zprávy emitentů veřejně obchodovatelných cenných papírů, prospekty cenných papírů, burzovní zpravodajství apod.,
- *kvantifikované nefinanční informace* – jedná se o oficiální ekonomickou a podnikovou statistiku, podnikové plány, cenové a nákladové kalkulace, podnikové evidence, rozборы budoucího vývoje techniky a technologie,
- *nekvantifikované informace* – zprávy vedoucích pracovníků, auditorů, komentáře manažerů, odborný tisk, nezávislá hodnocení a prognózy.

Finanční účetnictví prostřednictvím základních finančních výkazů poskytne většinu údajů potřebných pro finanční analýzu. Tento vzájemný vztah je charakterizován tezí, že „účetnictví je jazykem finančního řízení.“ [3, s. 7]

2.2.2 Fundamentální analýza

Dle Sedláčka [13, s. 7] „je fundamentální analýza založena na rozsáhlých znalostech vzájemných souvislostí mezi ekonomickými a neekonomickými jevy, na zkušenostech odborníků a na jejich subjektivních odhadech“. Východiskem fundamentální analýzy je obvykle identifikace prostředí, ve kterém se podnik nachází.

Jde zejména o analýzu vlivu: [13, s. 7]

- vnitřního i vnějšího ekonomického prostředí,
- právě probíhající fáze života podniku,
- charakteru podnikových cílů.

Tato analýza je založená především na verbálním hodnocení. Patří sem např. SWOT analýza, metoda kritických faktorů úspěšnosti, BCG matice apod.

Obsahem analýzy je posouzení a hodnocení vlivu následujících faktorů: [13, s. 8-9]

- *makroekonomického prostředí* v souvislosti s fiskální a monetární politikou vlády (vliv na peněžní nabídku a poptávku, zaměstnanost, devizové kurzy, úrokové míry, inflaci, daňové zatížení podniků a finanční infrastruktura),
- *mikroekonomického prostředí*, které je determinováno odvětvím svého působení a jeho postavením na trhu, ale i vládní hospodářskou politikou,
- *fáze života podniku*, od růstu přes fázi stability až k fázi poklesu,
- vedle hlavního finančního cíle, který představuje zvyšování tržní hodnoty podniku a tím i zvyšování bohatství jeho vlastníků, existují i *vlivy a cíle dalších účastníků procesu hospodářské činnosti* (manažerů, zaměstnanců apod.),
- *plnění společenské odpovědnosti podniku k subjektům*, s nimiž přichází do styku v důsledku své existence a svých aktivit (akcionáři, věřitelé, zaměstnanci, zákazníci, dodavatelé, veřejnost, stát).

2.2.3 Technická analýza

V odborné literatuře [13, s. 9-10] zahrnuje technická analýza obvykle následující **etapy**:

- Charakteristika prostředí a zdrojů dat
 - *výběr srovnatelných podniků* - podobnost podniků, tj. oboru podnikání, vstupů do výrobního procesu, výrobních postupů, vstupních produktů, zákazníků a prostředí, ve kterém se podnik nachází,
 - *příprava dat a ukazatelů* – data vstupující do analýzy, kde základním zdrojem jsou vstupy z fundamentální analýzy, účetnictví podniku, údaje z finančního trhu a nefinanční údaje, podle účelu analýzy se sestavují z dat ukazatele, charakterizující ekonomickou činnost podniku,
 - *sběr dat a ověření použitelnosti ukazatelů* – zde je uplatňována zásada v účetnictví o stálosti metod, která umožňuje časovou srovnatelnost ukazatelů.
- Výběr metody a základní zpracování dat
 - *volba vhodné metody analýzy a výběr ukazatelů,*
 - *výpočet ukazatelů,*
 - *hodnocení relativní pozice podniku.*
- Pokročilé zpracování dat
 - *Identifikace modelu dynamiky – analýza vývoje ukazatelů v čase,*
 - *kauzální analýza hodnotící vztahy mezi ukazateli,*
 - *korekce a zjištění odchylek.*
- Návrhy na dosažení cílového stavu
 - *variantní návrhy na opatření,*
 - *odhady rizik variantních řešení,*
 - *výběr doporučené varianty.*

Podle **účelu**, ke kterému analýza slouží, a dat, které využívá, se rozlišuje: [13, s. 10]

- Analýza absolutních dat (stavových i tokových)
 - *analýza trendů (horizontální analýza)* – zabývá se časovými změnami absolutních ukazatelů,
 - *procentní rozbor (vertikální analýza)* – zabývá se vnitřní strukturou absolutních ukazatelů. Jde o souměření jednotlivých položek základních účetních výkazů k celkové sumě aktiv či pasiv.

- Analýza poměrových ukazatelů - charakterizují vzájemný vztah mezi dvěma nebo více absolutními ukazateli pomocí jejich podílu. Existují tyto poměrové ukazatele:
 - *rentability,*
 - *aktivity,*
 - *zadluženosti a finanční struktury,*
 - *likvidity,*
 - *kapitálového trhu,*
 - *provozní činnosti,*
 - *cash flow.*
- Analýza rozdílových ukazatelů (fondů finančních prostředků)
- Analýza soustav ukazatelů
 - *pyramidové rozklady,*
 - *komparativně analytické metody,*
 - *matematicko-statistické metody,*
 - *kombinace metod.*

2.2.3.1 Horizontální analýza (analýza trendů)

Tato analýza pracuje s daty získanými nejčastěji z účetních výkazů (rozvaha podniku, výkaz zisku a ztráty), případně z výročních zpráv. Sledují se změny absolutní hodnoty vykazovaných dat v čase a jejich relativní (procentní) změny. Z názvu této analýzy vyplývá, že změny jednotlivých položek výkazů jsou sledovány horizontálně (po řádcích). [13]

Vývoj změn položek lze určit např. využitím indexů nebo difference. Pokud se označí hodnota bilanční položky i v čase t jako $B_i(t)$, pak **indexem**, který odráží vývoj položky v relaci k minulému časovému období, se rozumí: [5, s. 9-10]

$$I_{t/t-1}^i = \frac{B_i(t)}{B_i(t-1)}$$

Kde: $I_{t/t-1}^i$... hodnota indexu
 $B_i(t)$... hodnota položky i v čase t
 $B_i(t-1)$... hodnota položky i v čase $t-1$

Při tomto výpočtu může nastat problém v případě, že hodnota v předchozím roce $B_i(t - 1)$ má nulovou hodnotu. Další problém v interpretaci výsledků nastává v případě, kdy je některá z hodnot záporná.

Pokud nelze vypočítat index nebo pokud byla položka v minulém období velmi malá a v následujícím období vzrostla, je vhodnější použít **diferenci**. [5, s. 10-11]

$$D_{t/t-1} = B_i(t) - B_i(t - 1)$$

Kde: $D_{t/t-1}$... hodnota indexu
 $B_i(t)$... hodnota položky i v čase t
 $B_i(t - 1)$... hodnota položky i v čase $t-1$

2.2.3.2 Vertikální analýza (procentní rozbor)

Název této analýzy vznikl na základě jejího postupu. Při procentním vyjádření jednotlivých komponent dochází k pohybu v jednotlivých letech od shora dolů. Pomocí této analýzy lze srovnávat nejen v čase, ale i v prostoru (srovnání různých firem navzájem). [13]

Postup vertikální analýzy spočívá v tom, že se na jednotlivé položky finančních výkazů pohlíží v relaci k nějaké veličině. K výpočtu slouží následující vzorec: [5, s. 13]

$$P_i = \frac{B_i}{\sum B_i}$$

Kde: P_i ... hodnota indexu
 B_i ... hodnota položky i v čase t
 $\sum B_i$... hodnota položky i v čase t

V případě rozvahy se nejčastěji zkoumá skladba celkové bilanční sumy a podíl jednotlivých položek na této bilanční sumě, např. dlouhodobý majetek, oběžná aktiva, vlastní kapitál a cizí zdroje.

V případě výkazu zisku a ztráty záleží na rozhodnutí analytika, zda chce sledovat podíl jednotlivých položek např. na celkových výnosech nebo na celkových tržbách. [5]

2.2.3.3 Analýza poměrových ukazatelů

Vzájemný vztah mezi dvěma nebo více absolutními ukazateli pomocí jejich podílu vyjadřují finanční poměrové ukazatele. Zdrojem informací jsou nejčastěji účetní data (např. rozvaha, výkaz zisku a ztráty). Tato metoda je nejrozšířenější, protože umožňuje získat rychle informace o základních finančních charakteristikách podniku.

Důvody, které vedou k používání poměrových ukazatelů, jsou následující: [13, s. 55]

- možnost provádění analýzy časového vývoje finanční situace daného podniku (trendová analýza),
- vhodný nástroj prostorové analýzy (možnost porovnání podobných firem),
- možnost použití ukazatelů jako vstupních dat matematických modelů, které umožní popis závislostí mezi jevy.

Nejčastěji se poměrové ukazatele dělí do následujících skupin:

- ukazatele rentability (výnosnosti),
- ukazatele aktivity,
- ukazatele zadluženosti,
- ukazatele likvidity.

a) Ukazatele rentability (výnosnosti)

V odborné literatuře [12, s. 51] je rentabilita označována jako „*měřítka schopnosti podniku vytvářet nové zdroje, dosahovat zisku použitím investovaného kapitálu.*“ Ukazatel rentability slouží k hodnocení celkové efektivnosti dané činnosti. U tohoto ukazatele v čitateli položka odpovídající výsledku hospodaření (toková veličina) a ve jmenovateli nějaký druh kapitálu (stavová veličina) nebo tržby (toková veličina). Obecný tvar ukazatele rentability je: [5, s. 29]

$$\text{Rentabilita} = \frac{\text{výnos}}{\text{vložený kapitál}}$$

Výsledek pak lze interpretovat jako „*kolik korun výnosů připadá na 1 korunu vloženého kapitálu.*“ U ukazatelů rentability obecně platí, že by časové řady měly mít rostoucí tendenci. [12]

Z hlediska finanční analýzy jsou nejdůležitější tři kategorie zisku, které lze vyčíst z výkazu zisku a ztráty: [12, s. 52]

- EBIT – zisk před odečtením úroků a daní – odpovídá provoznímu výsledku hospodaření,
- EAT – zisk po zdanění, tj. čistý zisk – odpovídá výsledku hospodaření za běžné účetní období,
- EBT – zisk před zdaněním, tj. hrubý zisk.

V praxi jsou nejvíce používány následující ukazatele: [13, s. 56-59]

- ROI – ukazatel rentability vloženého kapitálu,
- ROA – ukazatel rentability celkových vložených aktiv,
- ROE – ukazatel rentability vlastního kapitálu,
- ROCE – ukazatel rentability dlouhodobých zdrojů,
- ROS – ukazatel rentability tržeb.

ROI - rentabilita vloženého kapitálu

Rentabilita vloženého kapitálu patří k nejdůležitějším ukazatelům hodnotících podnikatelskou činnost firem. Vypočte se následujícím způsobem: [13, s. 56]

$$\text{ROI} = \frac{\text{zisk}}{\text{vložený kapitál}}$$

Tento ukazatel vyjadřuje, s jakou účinností působí celkový kapitál vložený do podniku, nezávisle na zdroji financování. Čítec zlomku není zadán jednoznačně, setkat se lze se ziskem před odečtením úroků a daní (EBIT), ziskem po zdanění (EAT) a ziskem před zdaněním (EBT). [13]

ROA - rentabilita aktiv

Tento ukazatel poměří zisk s celkovými aktivy investovanými do podnikání bez ohledu na to, z jakých zdrojů jsou financována.

$$\text{ROA} = \frac{\text{EBIT}}{\text{aktiva}}$$

Pokud se do čitatele dosadí zisk před odečtením úroků a daní (EBIT) pak ukazatel měří hrubou produkční sílu aktiv podniku před odpočtem daní a nákladových úroků.

Tento ukazatel je užitečný při porovnání podniků s rozdílnými daňovými podmínkami a s různým podílem dluhu ve finančních zdrojích. [13, s. 57]

ROE - rentabilita vlastního kapitálu

Pomocí tohoto ukazatele vlastníci zjišťují, zda jejich kapitál přináší dostatečný výnos, zda se využívá s intenzitou odpovídající velikosti jejich investičního rizika. Vypočte se následujícím způsobem: [13, s. 57]

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

Pro investora je důležité, aby ukazatel ROE byl vyšší než úroky, které by obdržel při jiné formě investování, jinak hrozí riziko ztráty zájmu investora, který se bude snažit investovat jinde, výnosnějším způsobem. [13]

ROCE - rentabilita dlouhodobých zdrojů

Čitatel obsahuje celkové výnosy investorů a jmenovatel dlouhodobé finanční prostředky, které má podnik k dispozici. [5]

$$\text{ROCE} = \frac{\text{EBIT}}{\text{dlouhodobé závazky} + \text{vlastní kapitál}}$$

Tento ukazatel komplexně vyjadřuje efektivnost hospodaření společnosti. Vyjadřuje míru zhodnocení všech aktiv společnosti financovaných vlastním i cizím dlouhodobým kapitálem. [12, s. 53-54]

ROS - rentabilita tržeb

Rentabilita tržeb vyjadřuje schopnost podniku dosahovat zisku při dané úrovni tržeb, tedy kolik dokáže podnik vyprodukovat efektu na 1 Kč tržeb. Vypočte se následujícím způsobem: [12, s. 56]

$$\text{ROS} = \frac{\text{zisk}}{\text{tržby}}$$

S tímto ukazatelem je spojován **ukazatel nákladovosti**, který je považován za doplňkový ukazatel k ukazateli rentability tržeb: [12, s. 57]

$$\text{Nákladovost} = 1 - \frac{\text{zisk}}{\text{tržby}}$$

Čím nižší je hodnota tohoto ukazatele, tím lepších výsledků hospodaření podnik dosahuje, neboť 1 Kč tržeb dokázal vytvořit s menšími náklady.

b) Ukazatele aktivity

Ukazatele aktivity měří schopnost společnosti využívat investované finanční prostředky a vázanost jednotlivých složek kapitálu v jednotlivých druzích aktiv a pasiv. [12]

Tento ukazatel je možné vyjádřit dvěma způsoby: [5, s. 31-32]

- obrátkovost (rychlost obrátu) – počet obrátek aktiv za období, během kterého bylo dosaženo daných tržeb použitých v ukazateli (obvykle rok),
- doba obrátu – počet dní (příp. let), po který trvá jedna obrátka.

V rámci této bakalářské práce jsou popsány následující ukazatele aktivity:

- obrat celkových aktiv,
- obrat zásob,
- doba obrátu aktiv,
- doba obrátu zásob,
- doba obrátu pohledávek,
- doba obrátu krátkodobých závazků.

Obrat celkových aktiv

Obrat celkových aktiv udává počet obrátek za daný časový interval. Je-li intenzita využívání aktiv podniku nižší než počet obrátek celkových aktiv zjištěný jako oborový průměr, je nezbytné zvýšit tržby nebo odprodat některá aktiva. [13, s. 61]

$$\text{obrat celkových aktiv} = \frac{\text{roční tržby}}{\text{aktiva}}$$

Obrat zásob

Obrat zásob udává, kolikrát je v průběhu roku každá položka zásob podniku prodána a znovu uskladněna. Obecně lze říci, že čím je tento ukazatel vyšší, tím lépe pro podnik. [13, s. 61-62]

$$\text{obrat zásob} = \frac{\text{roční tržby}}{\text{zásoby}}$$

Doba obratu aktiv

Doba obratu aktiv vyjadřuje počet dní, po které trvá jedna obrátka aktiv. Vypočte se následujícím způsobem: [5, s. 32]

$$\text{doba obratu aktiv} = \frac{\text{aktiva}}{\frac{\text{tržby}}{360}}$$

Doba obratu zásob

Doba obratu zásob udává počet dní, po které jsou zásoby vázány v podnikání až do doby jejich spotřeby nebo do doby jejich prodeje. [5, s. 32]

$$\text{doba obratu zásob} = \frac{\text{průměrná zásoba}}{\frac{\text{tržby}}{360}}$$

Doba obratu pohledávek

Doba obratu pohledávek vypovídá o tom, jak dlouho je majetek podniku vázán ve formě pohledávek, tedy za jak dlouho jsou pohledávky v průměru splaceny. [12] Doporučenou hodnotou je běžná doba splatnosti faktur. V případě, že je doba inkasa pohledávek příliš dlouhá, může dojít v podniku k druhotné platební neschopnosti. Doba obratu pohledávek lze vypočítat následujícím způsobem: [5, s. 32]

$$\text{doba obratu pohledávek} = \frac{\text{pohledávky}}{\frac{\text{tržby}}{360}}$$

Doba obratu krátkodobých závazků

Doba obratu závazků vypovídá o tom, jak rychle jsou spláceny závazky podniku. Doba obratu závazků by měla být delší než doba obratu pohledávek. [12] Tento ukazatel se vypočte následujícím způsobem: [5, s. 32]

$$\text{doba obratu krátkodobých závazků} = \frac{\text{krátkodobé závazky}}{\frac{\text{tržby}}{360}}$$

c) Ukazatele zadluženosti

Ukazatele zadluženosti jsou vyjádřeny vztahem mezi cizími a vlastními zdroji financování podniku, měří rozsah, v jakém podnik používá k financování dluhy. [13] Z hlediska analýzy zadluženosti je důležité zjistit objem majetku podniku pořízený leasingem, neboť se tento majetek neobjevuje v rozvaze, ale pouze jako náklady ve výkazu zisku a ztráty. [5]

V rámci této bakalářské práce jsou uvedeny následující ukazatele zadluženosti:

- celková zadluženost (ukazatel věřitelského rizika),
- úrokové krytí,
- koeficient zadluženosti.

Celková zadluženost

Obecně platí, že čím je vyšší hodnota tohoto ukazatele, tím vyšší je riziko věřitelů. Z toho vyplývá, že věřitelé preferují nízké hodnoty ukazatele celkové zadluženosti. Na druhé straně vlastníci hledají větší finanční páku, která má pomoci ke zvýšení výnosů. [12, s. 58]

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

Jako doplněk k ukazateli celkové zadluženosti slouží **koeficient samofinancování**, který vyjadřuje finanční nezávislost podniku. [12, s. 59]

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

Úrokové krytí

Ukazatel úrokového krytí je klíčovým ukazatelem, který pomáhá investorům rozhodovat o bezpečnosti jejich investice. Tento ukazatel udává, kolikrát je zisk vyšší než úroky. [6] Lze jej spočítat následujícím způsobem: [12, s. 59]

$$\text{úrokové krytí} = \frac{\text{EBIT}}{\text{nákladové úroky}}$$

Koeficient zadluženosti

Tento ukazatel má stejnou vypovídací schopnost jako ukazatel celkové zadluženosti. Pokud podnik využívá leasingové financování, měl by být objem leasingových závazků přičten k objemu cizího kapitálu. [13, s. 64]

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

d) Ukazatele likvidity

Likvidita podniku je schopnost podniku včas dostát svým závazkům. Pod pojmem likvidita určité položky se rozumí schopnost dané položky rychle a bez velké ztráty hodnoty se přeměnit na peněžní hotovost. Existuje závislost mezi pojmy likvidita a solventnost. Podmínkou solventnosti je likvidita. [12]

Nejčastěji používanými ukazateli likvidity jsou: [12, s. 49]

- běžná likvidita,
- pohotová likvidita,
- okamžitá likvidita.

Běžná likvidita

Běžná likvidita udává, kolikrát pokrývají oběžná aktiva krátkodobé závazky podniku nebo kolika jednotkami oběžných aktiv je kryta jedna jednotka krátkodobých závazků. Doporučená hodnota pro běžnou likviditu je v rozmezí 1,5-2,5. [12, s. 50]

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

Pohotová likvidita

V čitateli pohotové likvidity jsou vyloučeny z oběžných aktiv zásoby, zůstávají zde peněžní prostředky, krátkodobé cenné papíry a krátkodobé pohledávky (vyjma těžkovymahatelných a pochybných). Hodnota ukazatele by neměla klesnout pod 1. [13, s. 67]

$$\text{pohotová likvidita} = \frac{\text{oběžná aktiva} - \text{zásoby}}{\text{krátkodobé závazky}}$$

Okamžitá likvidita

Okamžitá likvidita měří schopnost podniku hradit právě splatné závazky. V čitateli jsou dosazeny nejlikvidnější položky z rozvahy (peníze v hotovosti, na běžných účtech, volně obchodovatelné krátkodobé cenné papíry, splatné dluhy, směnečné dluhy, šeky). Doporučená hodnota pro okamžitou likviditu je v rozmezí 0,9-1,1. [12, s. 49-50]

$$\text{okamžitá likvidita} = \frac{\text{pohotov\acute{e} platebn\acute{i} prostředky}}{\text{krátkodobé závazky}}$$

2.2.3.4 Analýza rozdílových ukazatelů

Rozdílové ukazatele označované jako fondy finančních prostředků slouží k analýze a řízení finanční situace podniku. Fond shrnuje určité stavové ukazatele vyjadřující aktiva nebo pasiva resp. je chápán jako rozdíl mezi souhrnem určitých krátkodobých aktiv a krátkodobých pasiv: [13, s. 35-39]

- *čistý pracovní kapitál (ČPK)* – rozdíl mezi celkovými oběžnými aktivy a celkovými krátkodobými dluhy,
- *čisté pohotov\acute{e} prostředky* (peněžní finanční fond) – rozdíl mezi pohotovými peněžními prostředky a okamžitě splatnými závazky,
- *čistý peněžně-pohledávkový finanční fond* – rozdíl mezi oběžnými aktivy (z výpočtu jsou vyloučeny zásoby a nelikvidní pohledávky) a krátkodobými závazky.

2.2.3.5 Analýza soustav ukazatelů

Dle odborné literatury [12, s. 70-71] lze techniky vytváření soustav ukazatelů rozdělit do dvou základních skupin:

1. Soustavy hierarchicky uspořádaných ukazatelů – existuje u nich matematická provázanost:

- pyramidové soustavy.

2. Účelově vybrané skupiny ukazatelů – cílem je kvalitní diagnostika finanční situace podniku a předpověď jeho dalšího vývoje na základě jednočíselné charakteristiky:

- bankrotní modely
 - Altmanovo Z-skóre,
 - Tafflerův model,
 - model IN – Index důvěryhodnosti,
- bonitní modely
 - soustava bilančních analýz podle Rudolfa Douchy,
 - Tamariho model,
 - Kralickův Quicktest,
 - Modifikovaný Quicktest.

V rámci této bakalářské práce jsou popsány pouze některé ukazatele, a to:

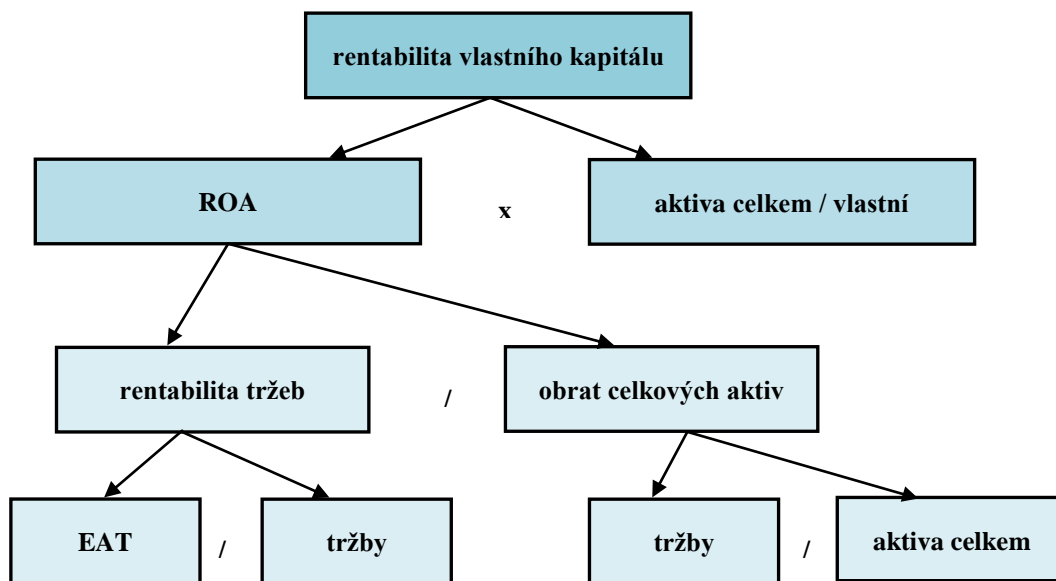
- Du Pont rozklad,
- Index Neumaierových IN01,
- Kralickův Quicktest.

Du Pont rozklad

Pyramidové soustavy slouží k rozkladu vrcholového ukazatele *aditivní* (sčítání, odčítání) nebo *multiplikativní* (násobení, dělení) *metodou*. Tyto soustavy si kladou a cíl popis vzájemné závislosti jednotlivých ukazatelů a analyzování složitých vnitřních vazeb v rámci pyramidy. Dojde-li k zásahu do jednoho ukazatele, projeví se tento zásah v celé vazbě.

Mezi nejtypičtější pyramidové soustavy patří tzv. **Du Pont rozklad**, který je zaměřen na rozklad rentability vlastního kapitálu a na vymezení jednotlivých položek vstupujících do tohoto ukazatele. [12]

Obrázek č. 7: Du Pont rozklad



Zdroj: Růčková Petra, *Finanční analýza*, s. 71.

Z obrázku č. 7 je patrné, že vrcholový ukazatel je možno dále členit. Čistý zisk (EAT) lze rozložit na rozdíl tržeb a celkových nákladů, do kterých patří např. úroky, odpisy, ostatní náklady, daň ze zisku. Celková aktiva lze rozložit ještě na stálá, oběžná a ostatní aktiva. [12]

Index Neumaierových IN01

Index IN01, je jedním z indexů, který byl zpracován manželi Neumaierovými v roce 2002. Slouží k vyhodnocení finančního zdraví českých firem v českém prostředí. Při konstrukci tohoto ukazatele vycházeli autoři z analýz 1 915 podniků z průmyslu, 538 podniků tvořilo hodnotu, 503 podniků bylo v bankrotu nebo těsně před ním a zbývajících 820 podniků tvořilo poslední skupinu. [12, s. 76]

$$IN01 = 0,13 \times A + 0,04 \times B + 3,92 \times C + 0,21 \times D + 0,09 \times E$$

Kde:	A	... aktiva / cizí kapitál
	B	... EBIT / nákladové úroky
	C	... EBIT / celková aktiva
	D	... celkové výnosy / celková aktiva
	E	... oběžná aktiva / krátkodobé závazky a úvěry

Výsledná klasifikace podniku se provede podle následující tabulky.

Tabulka č. 1: Hodnocení indexu Neumaierových IN01

Hodnota indexu	Interpretace
$IN01 > 1,77$	podnik tvoří hodnotu
$0,75 \leq IN01 \leq 1,77$	šedá zóna
$IN01 \leq 0,75$	hrozící bankrot

Zdroj: Sedláček Jaroslav, Finanční analýza podniku, s. 112.

Kralickův Quicktest

Tento test byl navržen v roce 1990 P. Kralickem. Kralickův Quicktest obsahuje čtyři rovnice, na jejichž základě se hodnotí situace v podniku. Výsledky poměrových ukazatelů jsou hodnoceny známkami 1 až 5, kde 1 znamená nejlepší hodnocení. První dvě rovnice slouží k hodnocení finanční stability a druhé dvě k hodnocení výnosové situace podniku. [12]

$$\text{kvóta vlastního kapitálu} = \frac{\text{vlastní kapitál}}{\text{aktiva}}$$

$$\text{doba splácení dluhu z cash flow} = \frac{\text{krátkodobé} + \text{dlouhodobé závazky}}{\text{cash flow}}$$

$$\text{cash flow v tržbách} = \frac{\text{cash flow}}{\text{tržby}}$$

$$\text{rentabilita aktiv} = \frac{\text{HV po zdanění} + \text{úroky} (1 - t)}{\text{aktiva}}$$

cash flow = výsledek hospodaření za účetní období + odpisy + změna stavu rezerv

Kde: HV po zdanění ... hospodářský výsledek po zdanění
t ... daňová sazba [5, s. 74-75]

Výsledná klasifikace podniku se provede podle následující tabulky.

Tabulka č. 2: Hodnocení Kralickova Quicktestu

Ukazatel	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Špatně	Ohrožení
	1	2	3	4	5
Kvóta vlastního kapitálu	> 30 %	> 20 %	> 10 %	> 0 %	negativní
Doba splácení dluhu z CF	< 3 roky	< 5 let	< 12 let	> 12 let	> 30 let
Cash flow v tržbách	> 10 %	> 8 %	> 5 %	> 0 %	negativní
Rentabilita aktiv	> 15 %	> 12 %	> 8 %	> 0 %	negativní

Zdroj: Kislingerová Eva, Hnilica Jiří, Finanční analýza - krok za krokem, s. 75.

Finanční analýza poskytuje mnoho metod sloužících k hodnocení finančního zdraví podniku. Vybrané ukazatele finanční analýzy jsou velmi často nedílnou součástí hodnocení firmy při získávání bankovních úvěrů a jiných finančních zdrojů pro zajištění fungování podniku. Finanční analýza dále slouží jako podklad finančního plánování, promítá se i do rozhodování o financování dalších projektů a finančního plánování, které je součástí efektivního řízení firmy.

3 Charakteristika podniku Textile Washing Company k. s.

3.1 Gonser Group

Společnost Textile Washing Company k. s. je součástí Gonser Group. V roce 1938 Anna Gonser založila v Německu WEISSWÄSCHEREI GONSER. Prádelnu v roce 1955 převzal pan Karl Georg Gonser a o osm let později k prádelně přibyla čistírna. Společnost v následujících letech otevřela pobočky v Tunisku (1992), v České republice (1994), na Slovensku (1998), v Číně (2005), na Ukrajině (2005) a v Hong Kongu (2007). V současné době Gonser Group provozuje 3 pobočky v Německu, 7 poboček v Tunisku, pobočku v České republice, na Slovensku, na Ukrajině a zaměstnává zhruba 3 700 zaměstnanců. [16]

3.2 Základní údaje o podniku Textile Washing Company k. s.

Společnost Jeans Washing Company k. s. vznikla dne 16. 3. 1994 zápisem do obchodního rejstříku vedeného Krajským soudem v Plzni. Od 8. 4. 2008 společnost změnila své obchodní jméno na **Textile Washing Company k. s.**

Právní forma: komanditní společnost

Sídlo společnosti: Žatecká 864
331 41Kralovice

Identifikační číslo: 61170950

Komplementář: GONSER TEXTIL WASHING, spol. s r. o., Kralovice
zastoupená jednatelem panem Karlem Georgem Gonserem

Komanditisté: Karl Georg Gonser, bytem Dusslingen, Schlosshof 9,
Spolková republika Německo, nar. 3. 4. 1935
Jürgen Siegfried Gonser, bytem Dusslingen, Schlosshof 9,
Spolková republika Německo, nar. 15. 5. 1959

Vklady společníků: komplementář: 20 000 Kč

komanditisté: Karl Georg Gonser 2 490 000 Kč

Jürgen Siegfried Gonser 2 490 000 Kč

Základní kapitál: 5 000 000 Kč

Statutárním orgánem je komplementář, tedy GONSER TEXTIL WASHING, spol. s r. o., Kralovice zastoupená jednatelem panem Karlem Georgem Gonserem. Společnost Textile Washing Company k. s. udělila **prokuru** panu Willimu Dieterovi, bytem Dusslingen, Hallstadtstrasse 36, Spolková republika Německo, nar. 27. 2. 1963, pobyt v ČR povolen na adrese Podbořanky 17, 270 33 Jesenice. [18]

Předmětem podnikání společnosti Textile Washing Company k. s., jsou následující činnosti:

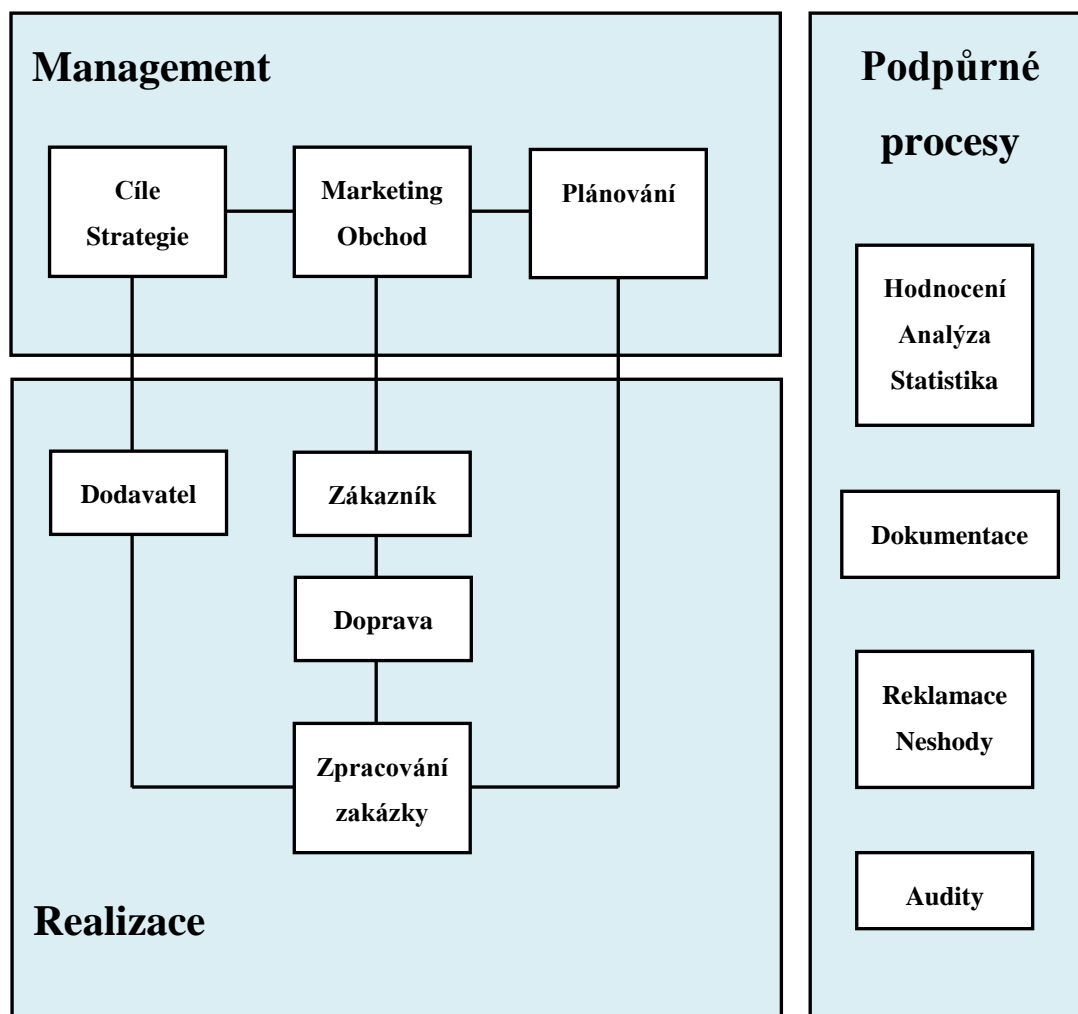
- prádelna textilií (hotelový textil, restaurační textil apod.),
- pronájem hotelového textilu,
- mandlování a žehlení textilií,
- praní a úprava textilií s různými efekty (džíny),
- označení textilií etiketami a kompletní příprava textilií k prodeji,
- každodenní dodavatelský a donáškový servis,
- komplexní servis pronájmu rohoží. [7] [19]

Systém řízení kvality společnosti Textile Washing Company k. s. od roku 2010 byl shledán shodným s požadavky normy pro systém řízení kvality **ČSN EN ISO 9001:2009** v činnosti **praní textilu**. [19]

3.3 Organizační struktura

Vzhledem k tomu, že pracovníci ve společnosti Textile Washing Company k. s. se sdružují na základě podobnosti úkolů, dovedností a aktivit, uplatňuje společnost funkcionální organizační strukturu. Strategické rozhodování je v kompetenci vrcholového vedení. Spolupráce pracovníků probíhá v rámci odborné oblasti. Dovednosti a zkušenosti pracovníků jsou orientovány do hloubky. V čele společnosti Textile Washing Company k. s. stojí jednatel pan Karl Georg Gonser. Společnost udělila prokuru panu Willimu Dieterovi. Prokuristovi jsou podřízeny jednotlivé útvary – vedoucí provozu, mistr/mistrová, ekonomické oddělení, personální a revizní oddělení, obchodní oddělení (viz příloha B). Mapu procesů ve společnosti představuje obrázek č. 8. [20]

Obrázek č. 8: Mapa procesů v podniku Textile Washing Company k. s.



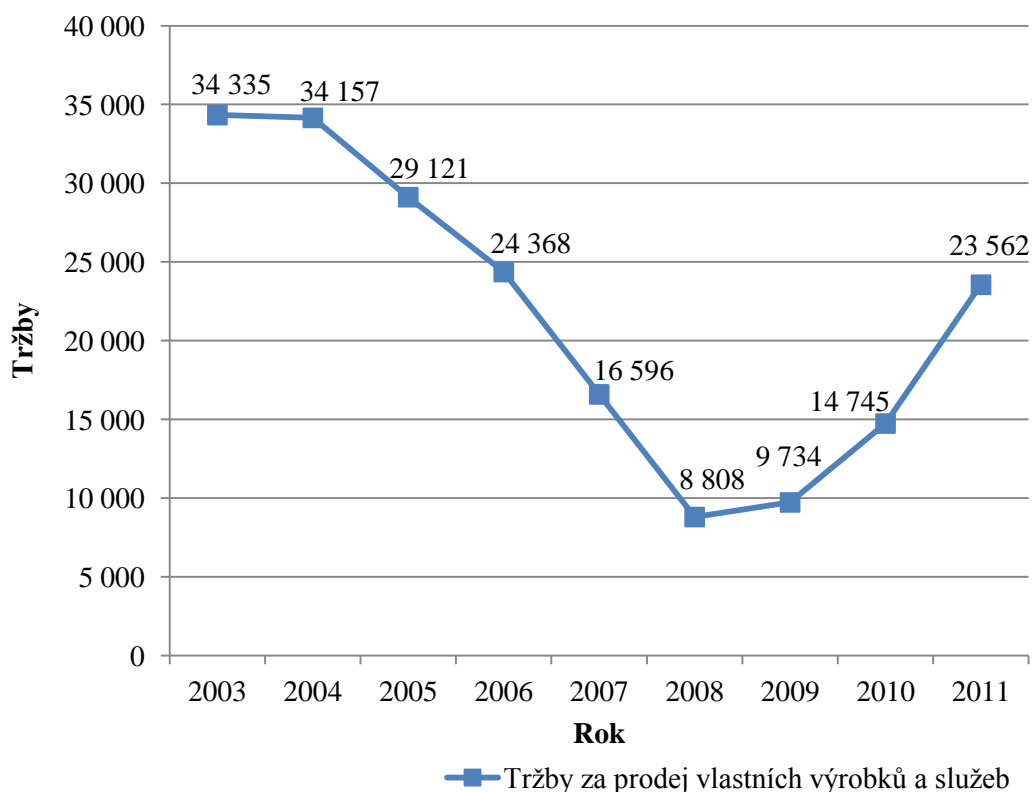
Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

3.4 Hospodářské výsledky minulých let

Graf č. 1 ukazuje, že společnost Textile Washing Company k. s. dosahovala nejvyšších tržeb za prodej vlastních výrobků a služeb v roce 2003. Dalších 5 let docházelo k propadu tržeb z důvodu snížené poptávky. Odliv zákazníků způsobila konkurence z Číny, která nabízela nižší cenu. Během roku 2008 došlo ve společnosti k modernizaci technologií. Společnost se zároveň začala více věnovat hotelovým a restauračním textiliím, tzv. „bílému prádlu“. Dřívější hlavní činnost společnosti, praní džínů a jejich úprava s různými efekty, představuje v současné době pouze 10 %. V příštích letech management podniku očekává nárůst tržeb, jelikož v současné době probíhá výstavba nové haly na „bílé prádlo“.

kteřá trojnásobně zvýší současnou kapacitu podniku. Společnost plánuje, že se zaměří na pronájem a praní hotelového textilu pro velké hotely, od kterého zároveň očekává i snížení nákladů. Toto snížení spočívá v tom, že společnost bude pronajímat hotelům stejné textilie, které lze prát hromadně. [20]

Graf č. 1: Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb v letech 2003-2011

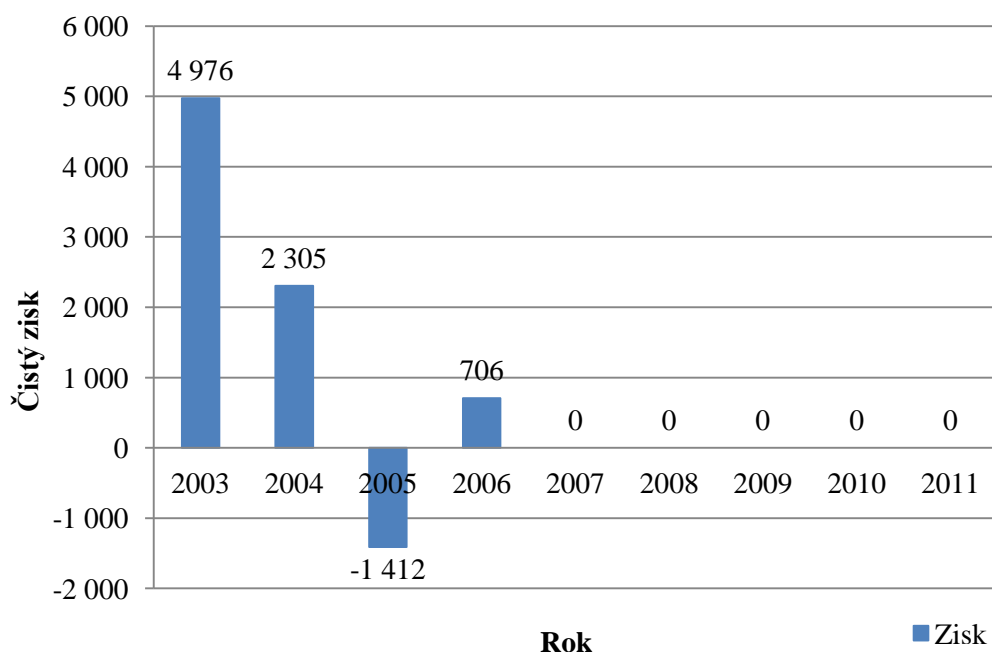


Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Na grafu č. 2 lze vidět, že společnost dosahovala nejvyššího čistého zisku v roce 2003, a to ve výši 4 976 000 Kč. V následujících dvou letech došlo k jeho výraznému poklesu. Největší vliv na tento pokles měl měnový kurz. Společnost Textile Washing Company měla v letech 2003-2006 své odběratele převážně v Německu (85 % veškerých zakázek společnosti). Největší německý odběratel (představující 70 % veškerých zakázek) v roce 2006 ukončil se společností spolupráci, jelikož nepřijal vyšší ceny z důvodu vyrovnání kurzových rozdílů. Od roku 2008 má společnost převážně české zákazníky. Vývoj kurzu EUR/CZK ukazuje graf č. 3 a č. 4. V následujících letech management podniku nepředpokládá dosažení kladného výsledku hospodaření z důvodu

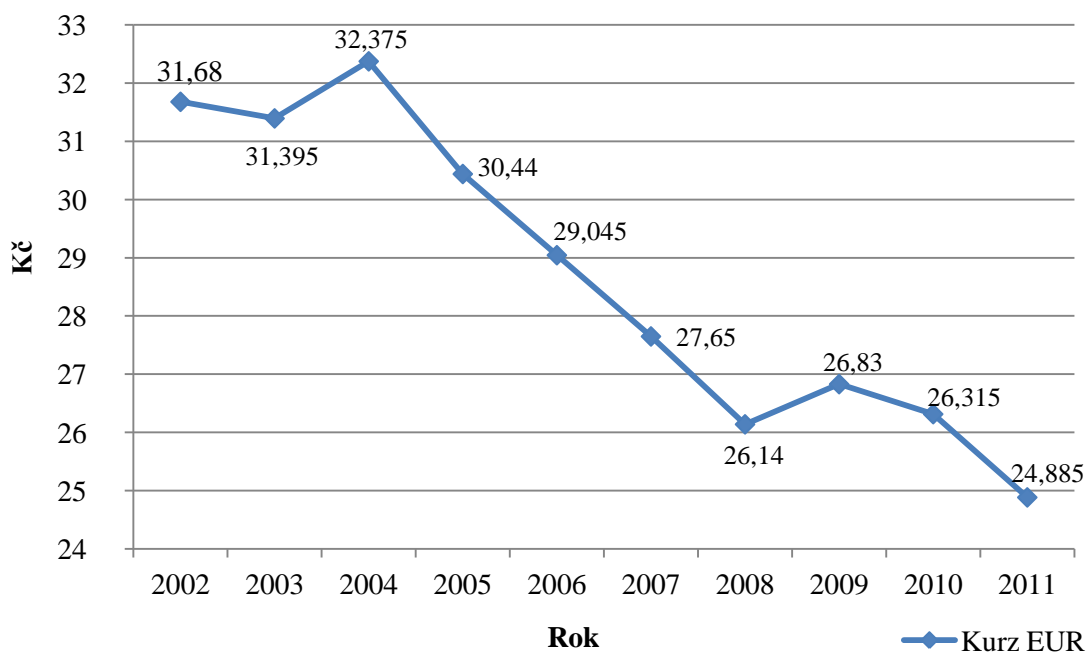
realizované investice na výstavbu nové haly (leasingová splátka činí 700 000 Kč měsíčně). [20]

Graf č. 2: Vývoj čistého zisku v letech 2003-2011



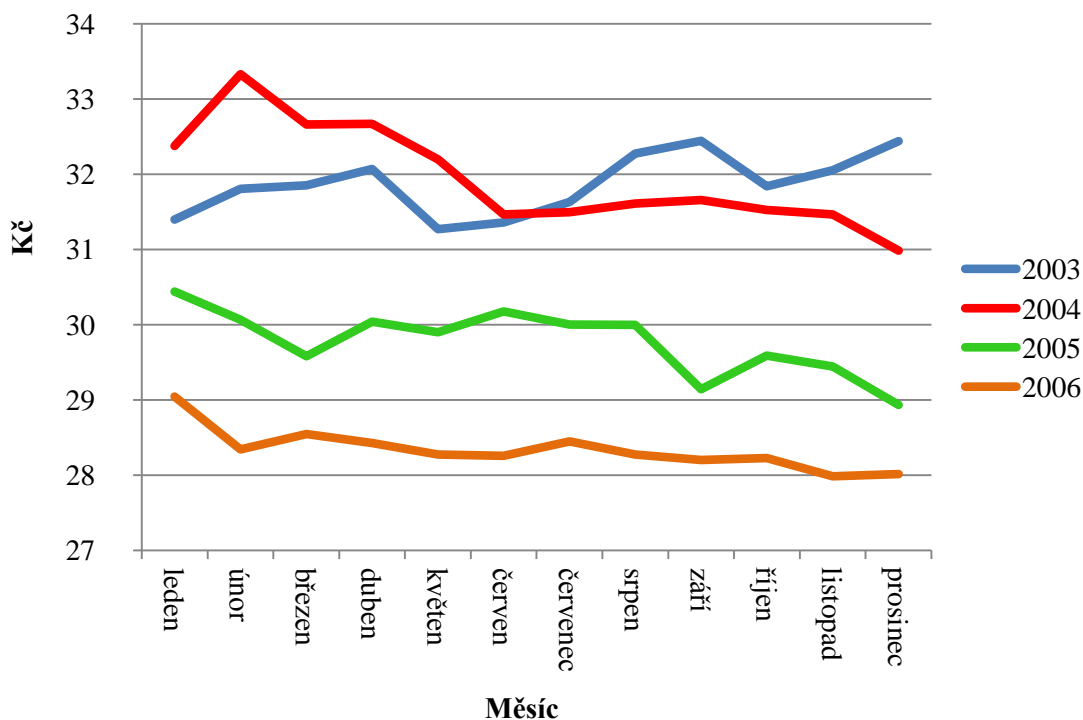
Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Graf č. 3: Vývoj kurzu EUR/CZK na začátku roku v letech 2003-2011



Zdroj: Vlastní zpracování, 2013 [17]

Graf č. 4: Vývoj kurzu EUR/CZK na začátku měsíce v letech 2003-2006



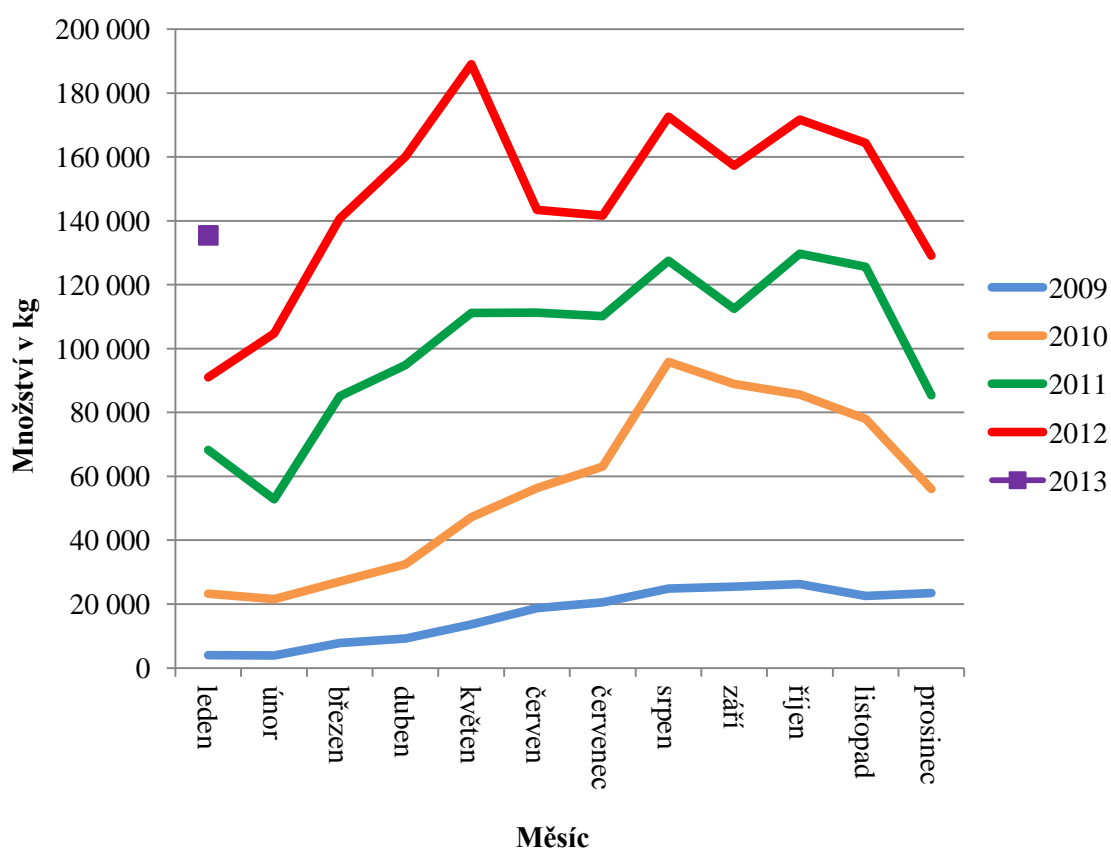
Zdroj: Vlastní zpracování, 2013 [17]

3.5 Cíle podniku Textil Washing Company k. s.

Společnost ke konci roku 2012 začala výstavbu nové haly, jejímž cílem je rozšíření kapacity na „bílé prádlo“, z původních 10 tun textilií denně při dvousměnném provozu na 30 tun textilií denně. Tato investice je v rozsahu 45 mil. Kč. Do nově vzniklé „bílé prádelny“ se umístí nové stroje a společnost bude aplikovat nové technologie. Tato investice zároveň odstraní problém se sezónní špičkou, kdy objem zakázek stoupne o 30 % a společnost má problémy se stávající kapacitou. Graf č. 5 ukazuje sezónní výkyvy a množství vypraného „bílého prádla“ v letech 2009-2013. Od nové technologie se také očekává efektivnější využívání zdrojů. Dle informací od výrobce dojde k úspoře elektrické energie o 5 %. Spotřeba vody klesne ze současných 12 litrů/1 kg prádla na 3,5 litrů/1 kg prádla. Výkon jednoho pracovníka je nyní 21 kg prádla za hodinu, s novou technologií se očekává až 35 kg/hod. Management podniku předpokládá, že nová hala bude provozuschopná v červnu tohoto roku. V současné době vznikla i nová obchodní oddělení v Praze, v Mnichově a v Berlíně. Hlavním cílem společnosti je sepsat dlouhodobé smlouvy s velkými hotely na pronájem textilu a rohoží. Dle managementu podniku si pronajímá textilie

v České republice pouze 5 % hotelů, zatímco v Německu 35 %, v Holandsku a ve Švédsku 70 % hotelů. Od nově vzniklých obchodních oddělení si společnost slibuje, že naváží dlouhodobou spolupráci s novými zákazníky, které přesvědčí o kvalitě svých služeb. Kvalita je ve společnosti neustále prověřována. Každý půl rok se 50krát vypere kus textilie, který je pak podroben zkoumání v laboratoři a společnosti je vystaven tzv. Zkušební protokol (viz příloha C), zároveň společnost splňuje normy ČSN EN ISO 9001:2009 v činnosti praní textilu (viz příloha D). [20]

Graf č. 5: Množství vypraného „bílého prádla“ v kg za měsíc v letech 2009-2013



Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

V této kapitole jsou uvedeny základní údaje o společnosti Textile Washing Company k. s., je zde popsána organizační struktura společnosti a hospodářské výsledky minulých let. Zároveň jsou zde uvedeny cíle společnosti, které by management v následujících letech rád uskutečnil. Na tuto kapitolu navazuje finanční analýza společnosti Textile Washing Company k. s.

4 Finanční analýza podniku Textile Washing Company k. s.

V praktické části této práce je zhodnocena schopnost konkurenceschopnosti společnosti Textile Washing Company k. s. pomocí finanční a SWOT analýzy.

4.1 Finanční analýza podniku Textile Washing Company k. s.

V rámci finanční analýzy společnosti Textile Washing Company k. s. jsou analyzovány poměrové ukazatele a jeden rozdílový ukazatel. Dále je realizována analýza soustav ukazatelů, konkrétně model IN01 (Index Neumaierových) a Kralickův Quicktest.

Finanční analýza je provedena na základě účetních výkazů společnosti Textile Washing Company k. s., které jsou uvedené v příloze E, F a G.

4.1.1 Analýza poměrových ukazatelů

U společnosti Textile Washing Company k. s. jsou hodnoceny následující ukazatele, a to ukazatele rentability, aktivity, zadluženosti a likvidity.

4.1.1.1 Ukazatele rentability

Pomocí ukazatelů rentability je možné hodnotit celkovou efektivnost dané činnosti. Obecně lze říci, že by tento ukazatel měl mít v časové řadě rostoucí tendenci. Pokud se ale ekonomika nachází v krizi, nelze automaticky hodnotit pokles efektivnosti podniku jako jednoznačně negativní událost, není-li pokles větší než je obecně pokles ekonomiky. [12] V rámci této práce jsou popsány následující ukazatele:

- ROI – rentabilita vloženého kapitálu,
- ROA – rentabilita aktiv,
- ROE – rentabilita vlastního kapitálu,
- ROCE – rentabilita dlouhodobých zdrojů,
- ROS – rentabilita tržeb,
- ukazatel nákladovosti.

Rentabilita vloženého kapitálu (ROI)

Vývoj rentability vloženého kapitálu (ROI) v letech 2006-2011 společnosti Textile Washing Company k. s. ukazuje tabulka č. 3. Při výpočtu tohoto ukazatele je v čitateli výsledek hospodaření za běžnou činnost a ve jmenovateli vložený kapitál,

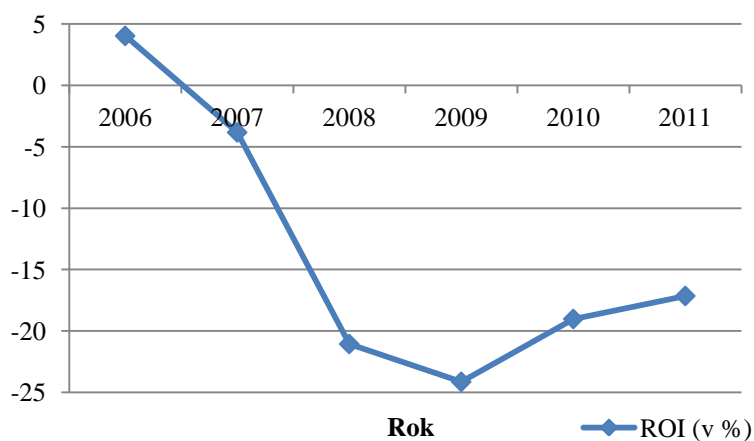
který představuje vlastní a cizí zdroje, a to jak krátkodobé, tak i dlouhodobé. [12] Z níže uvedené tabulky plyne, že celková efektivnost společnosti Textile Washing Company k. s. má klesající tendenci, ukazatel ROI od roku 2007 dosahuje záporných hodnot.

Tabulka č. 3: Rentabilita vloženého kapitálu v letech 2006-2011

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011
ROI (v %)	4,04	- 3,83	- 21,07	- 24,15	- 19,03	- 17,15

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Graf č. 6: Rentabilita vloženého kapitálu v letech 2006-2011



Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Rentabilita aktiv (ROA)

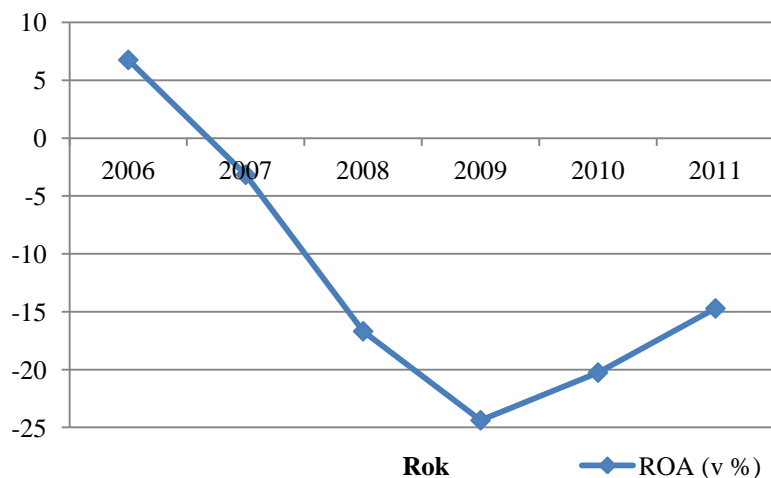
Ukazatel rentability aktiv poměruje zisk s celkovými aktivy investovanými do podnikání bez ohledu na to, z jakých zdrojů jsou financována. [13] Z tabulky č. 4 vyplývá, že výrazný propad zaznamenala společnost v roce 2008, kdy se zvýšila hodnota aktiv z důvodu modernizace technologií a nárůstu pohledávek za společníky.

Tabulka č. 4: Rentabilita aktiv v letech 2006-2011

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011
ROA (v %)	6,76	-3,16	-16,68	-24,38	-20,25	-14,71

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Graf č. 7: Rentabilita aktiv v letech 2006-2011



Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Rentabilita vlastního kapitálu (ROE)

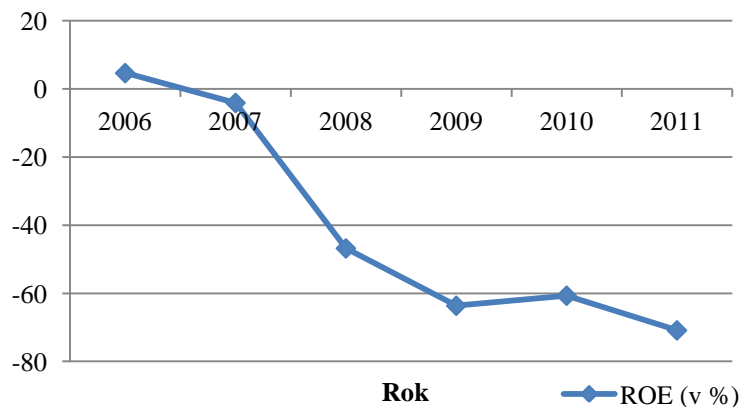
Vývoj rentability vlastního kapitálu v letech 2006-2011 je zobrazen v tabulce č. 5. Tento ukazatel se vypočte jako podíl výsledku hospodaření za běžnou činnost a vlastního kapitálu. [12] Z tabulky č. 5 vyplývá, že výnosnost investic investorů společnosti Textile Washing Company k. s. v čase rapidně klesá. V roce 2011 došlo k poklesu rentability vlastního kapitálu oproti roku 2006 o 66,2 %.

Tabulka č. 5: Rentabilita vlastního kapitálu v letech 2006-2011

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011
ROE (v %)	4,65	- 4,10	- 46,79	- 63,62	- 60,67	- 70,85

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Graf č. 8: Rentabilita vlastního kapitálu v letech 2006-2011



Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Rentabilita dlouhodobých zdrojů (ROCE)

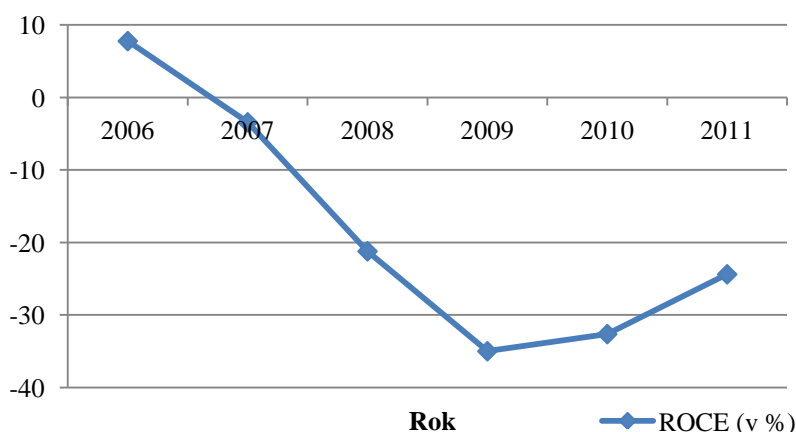
Ukazatel rentability dlouhodobých zdrojů se vypočte jako podíl zisku před odečtením úroků a daní (EBIT) a dlouhodobého kapitálu, kde dlouhodobý kapitál představuje součet vlastního kapitálu, rezerv, dlouhodobých závazků a dlouhodobých bankovních úvěrů. [5] Jak je vidět v tabulce č. 6 v roce 2008 došlo k výraznému poklesu rentability dlouhodobých zdrojů. Společnosti se zvýšily dlouhodobé závazky ke společníkům a zároveň provozní výsledek hospodaření byl záporný.

Tabulka č. 6: Rentabilita dlouhodobých zdrojů v letech 2006-2011

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011
ROCE (v %)	7,79	- 3,41	- 21,21	- 34,99	- 32,62	- 24,38

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Graf č. 9: Rentabilita dlouhodobých zdrojů v letech 2006-2011



Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Rentabilita tržeb (ROS) a ukazatel nákladovosti

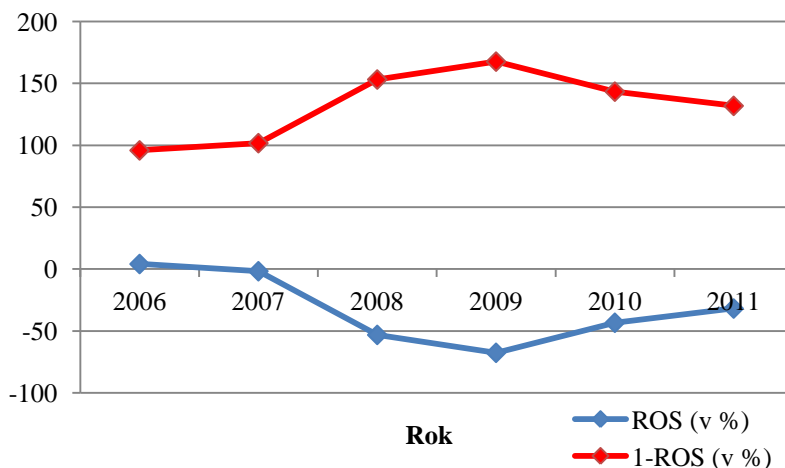
Rentabilita tržeb a ukazatel nákladovosti společnosti Textile Washing Company k. s. v letech 2006-2011 jsou znázorněny v tabulce č. 7. Rentabilita tržeb se vypočte jako podíl výsledku hospodaření za běžnou činnost a tržeb. [12] Rentabilita tržeb od roku 2007 vykazuje záporné hodnoty, což znamená, že společnost není schopna dosahovat zisku při dané úrovni tržeb. Nárůst ukazatele nákladovosti je pro společnost Textile Washing Company k. s. také negativním jevem, což znamená růst nákladů na 1 Kč tržeb.

Tabulka č. 7: Rentabilita tržeb a ukazatel nákladovosti v letech 2006-2011

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011
ROS (v %)	4,11	- 1,73	- 53,16	- 67,62	- 43,34	- 31,86
1-ROS (v %)	95,89	101,73	153,16	167,62	143,34	131,86

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Graf č. 10: Rentabilita tržeb a ukazatel nákladovosti v letech 2006-2011



Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

4.1.1.2 Ukazatele aktivity

Ukazatele aktivity vyjadřují schopnost, jak podnik využívá investované finanční prostředky a vázanost jednotlivých složek kapitálu v jednotlivých druzích aktiv a pasiv. [12] V případě společnosti Textile Washing Company k. s. jsou hodnoceny následující ukazatele, a to:

- obrat celkových aktiv,
- doba obratu aktiv,
- doba obratu pohledávek,
- doba obratu krátkodobých závazků.

Obrat celkových aktiv a doba obratu aktiv

Obrat celkových aktiv a doba obratu aktiv společnosti Textile Washing Company k. s. v letech 2006-2011 jsou uvedeny v tabulce č. 8. Obrat celkových aktiv se vypočte jako podíl tržeb a aktiv, doba obratu jako podíl 360 a obratu celkových aktiv. Podniky by měly udržovat hodnotu tohoto ukazatele vyšší než 1,5. [4] Společnosti Textile Washing Company k. s. se podařilo toto obecné pravidlo dodržet pouze v roce 2007, kdy hodnota

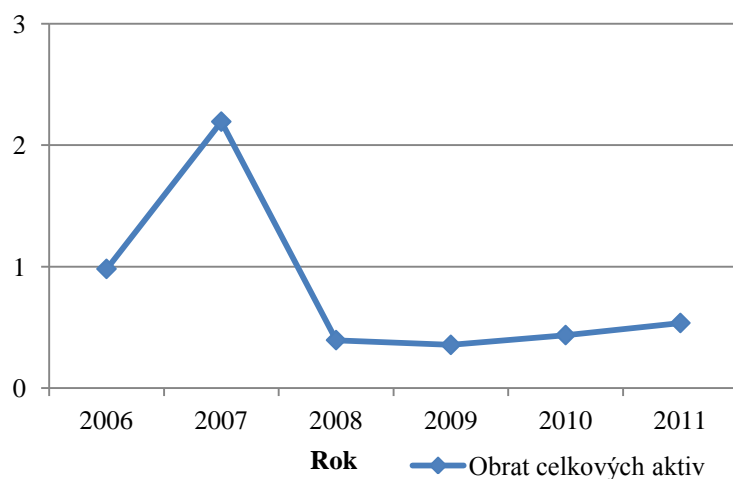
obratu celkových aktiv činila 2,19. V roce 2008 se tento ukazatel snížil téměř o 18 % oproti roku 2007. Negativním jevem ve společnosti je i prodlužování doby obratu aktiv, která byla nejdelší v roce 2009, kdy činila 1 013,88 dní.

Tabulka č. 8: Obrat celkových aktiv a doba obratu aktiv v letech 2006-2011

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Obrat celkových aktiv	0,98	2,19	0,39	0,36	0,44	0,54
Doba obratu aktiv	367,11	164,15	913,32	1013,88	826,12	672,56

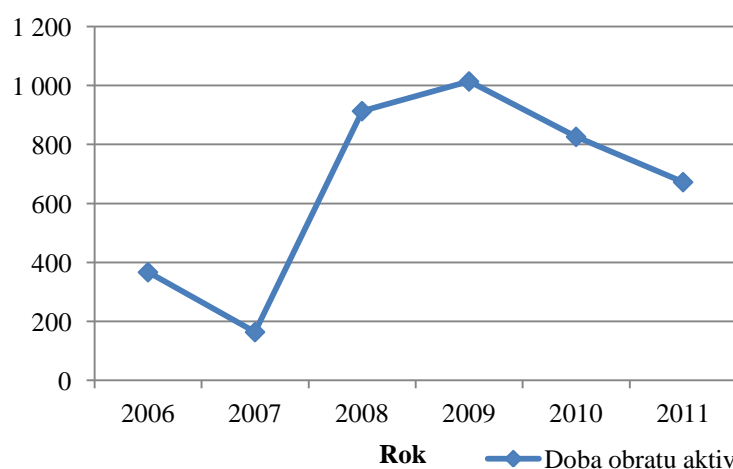
Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Graf č. 11: Obrat celkových aktiv v letech 2006-2011



Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Graf č. 12: Doba obratu aktiv v letech 2006-2011



Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Doba obratu pohledávek

Doba obratu pohledávek se vypočte jako podíl pohledávek (krátkodobých i dlouhodobých) a tržeb dělených 360. Podniky by se měly snažit udržovat tento ukazatel na co nejnižších hodnotách, doporučenou hodnotou je běžná doba splatnosti faktur. Pokud je doba obratu pohledávek příliš vysoká, může dojít v podniku k druhotné platební neschopnosti. [12] Z tabulky č. 9 vyplývá, že oproti roku 2007 došlo ve společnosti v roce 2008 k sedminásobnému zvýšení doby obratu pohledávek. Důvodem bylo navýšení pohledávky za společníky, které se v dalších letech neustále zvyšovaly. V roce 2007 činily tyto pohledávky 396 000 Kč a v roce 2011 již 26 233 000 Kč.

Tabulka č. 9: Doba obratu pohledávek v letech 2006-2011

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Doba obratu pohledávek	69,98	45,22	324,01	540,65	529,94	474,45

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Doba obratu krátkodobých závazků

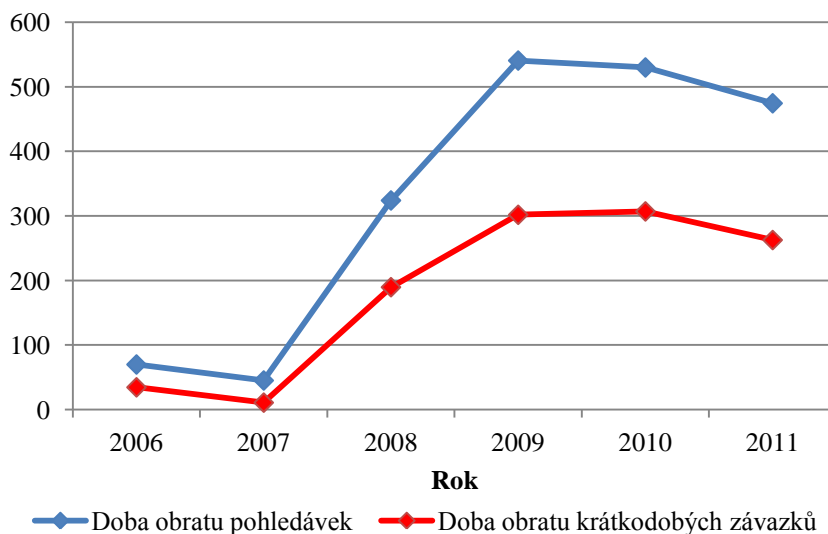
Doba obratu krátkodobých závazků společnosti Textile Washing Company k. s. v letech 2006-2011 je uvedena v tabulce č. 10. Tento ukazatel se vypočte jako podíl krátkodobých závazků a tržeb dělených 360. Doba obratu krátkodobých závazků by měla být v rovnováze s ukazatelem doby obratu pohledávek, ideálně delší. [12] V případě společnosti Textile Washing Company k. s. nelze říci, že jsou tyto dva ukazatele v rovnováze, neboť doba obratu pohledávek společnosti je výrazně delší než doba obratu krátkodobých závazků. Společnost dosáhla u doby obratu krátkodobých závazků maxima v roce 2010, kdy čerpala dodavatelský úvěr po dobu 307 dní, tedy o 6 dní více než v předcházejícím roce.

Tabulka č. 10: Doba obratu krátkodobých závazků v letech 2006-2011

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Doba obratu krátkodob. závazků	34,64	10,93	189,72	301,77	307,03	262,71

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Graf č. 13: Doba obratu pohledávek a krátkodobých závazků v letech 2006-2011



Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

4.1.1.3 Ukazatele zadluženosti

Pokud podnik využívá k financování aktiv ve své činnosti cizí zdroje, hovoří se o zadluženosti. V reálné ekonomice v případě velkých podniků si ovšem nelze představit, že by podnik financoval veškerá svá aktiva z vlastního nebo pouze jen z cizího kapitálu. [12] V rámci této práce jsou analyzovány následující ukazatele zadluženosti:

- celková zadluženost,
- koeficient samofinancování,
- úrokové krytí,
- koeficient zadluženosti.

Celková zadluženost

Celková zadluženost se vypočte jako podíl cizího kapitálu a celkových aktiv. Obecně lze říci, že čím je vyšší hodnota tohoto ukazatele, tím vyšší je riziko věřitelů. Na druhé straně je ale z důvodu působení finanční páky výhodnější financovat investice cizím než vlastním kapitálem. [4] Jak vyplývá z tabulky č. 11, tento ukazatel nabýval nejnižších hodnot ve společnosti v roce 2007, kdy se podíl cizího kapitálu pohyboval na

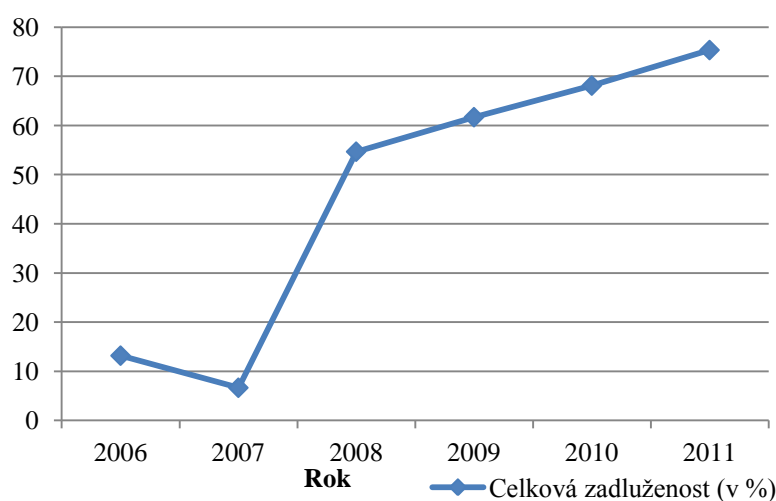
hranici 6,7 %. Od roku 2008 celková zadluženost stále rostla z důvodu zvýšení podílu závazků ke společníkům a závazků z obchodních vztahů.

Tabulka č. 11: Celková zadluženost v letech 2006-2011

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Celková zadluženost (v %)	13,19	6,66	54,67	61,69	68,12	75,34

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Graf č. 14: Celková zadluženost v letech 2006-2011



Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Koeficient samofinancování

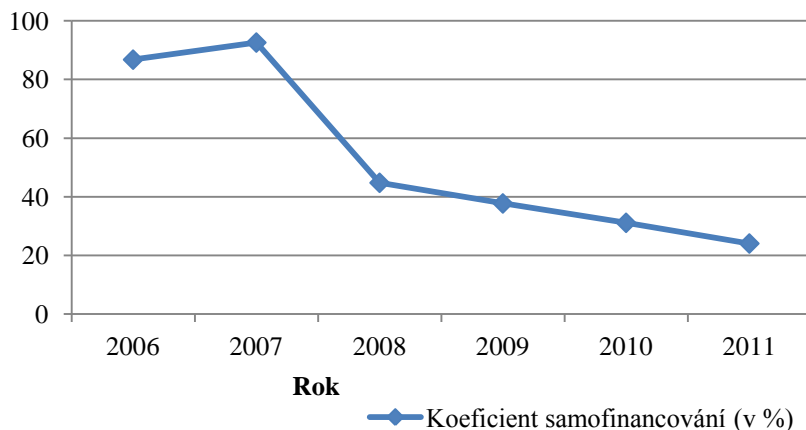
Koeficient samofinancování slouží jako doplněk k ukazateli celkové zadluženosti. Tento koeficient udává do jaké míry je podnik schopen krýt své potřeby z vlastních zdrojů. Vyjadřuje finanční stabilitu a samostatnost podniku. [12] Vypočte se jako podíl vlastního kapitálu a aktiv. Z tabulky č. 12 plyne, že schopnost společnosti Textile Washing Company k. s. krýt své potřeby z vlastních zdrojů neustále klesá. K největšímu propadu došlo v roce 2008, kdy koeficient samofinancování klesl o 48,3 % oproti roku 2007.

Tabulka č. 12: Koeficient samofinancování v letech 2006-2011

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Koeficient samofinancování (v %)	86,79	92,62	44,78	37,74	31,13	24,07

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Graf č. 15: Koefficient samofinancování v letech 2006-2011



Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Úrokové krytí

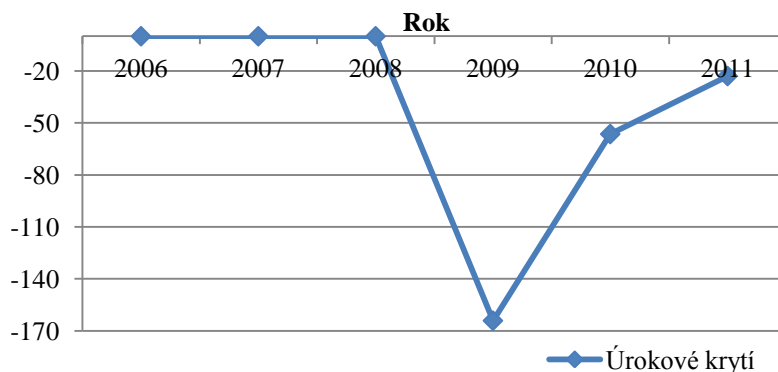
Ukazatel úrokové krytí napomáhá investorům rozhodovat o bezpečnosti jejich investice. Minimální doporučená hodnota tohoto ukazatele je 1. [4] Vypočte se jako podíl zisku před odečtením úroků a daní a nákladových úroků. Na základě tabulky č. 13 lze o společnosti Textile Washing Company k. s. říci, že je pro investory vnímána jako nedůvěryhodná, neboť ukazatel úrokového krytí dosahuje záporných hodnot.

Tabulka č. 13: Úrokové krytí v letech 2006-2011

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Úrokové krytí	0	0	0	- 164,12	- 56,44	- 22,96

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Graf č. 16: Úrokové krytí v letech 2006-2011



Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Koeficient zadluženosti

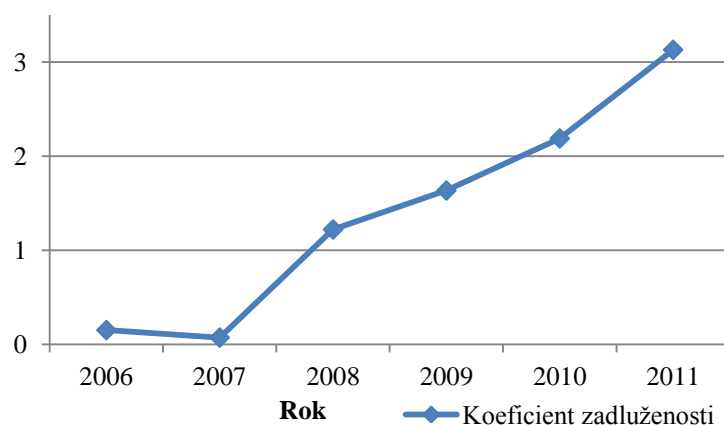
Koeficient zadluženosti informuje, jak je vyvážené financování podniku. Lze jej vypočítat jako podíl cizího a vlastního kapitálu. Doporučená hodnota tohoto koeficientu je 1. [5] Na základě výpočtu koeficientu zadluženosti v tabulce č. 14 lze říci, že společnost Textile Washing Company k. s. je v současné době značně zadlužená, a to z důvodu růstu závazků ke společníkům a růstu závazků z obchodních vztahů.

Tabulka č. 14: Koeficient zadluženosti v letech 2006-2011

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Koef. zadluženosti	0,15	0,07	1,22	1,63	2,19	3,13

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Graf č. 17: Koeficient zadluženosti v letech 2006-2011



Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

4.1.1.4 Ukazatele likvidity

Likvidita představuje schopnost podniku dostát včas svým závazkům. Nedostatek likvidity vede k tomu, že podnik ztrácí schopnost využívat ziskové příležitosti, které se při podnikání mohou objevit, nebo ztrácí schopnost hradit své běžné závazky. [12] V rámci společnosti Textile Washing Company k. s. jsou popsány následující ukazatele likvidity, a to:

- běžná likvidita,
- pohotová likvidita,
- okamžitá likvidita.

Běžná likvidita

Běžná likvidita podniku udává, kolikrát pokrývají oběžná aktiva krátkodobé závazky podniku. Je doporučeno, aby se hodnota tohoto ukazatele pohybovala v rozmezí od 1,5-2,5. [12] Čím je tento ukazatel vyšší, tím je nižší riziko platební neschopnosti. Běžná likvidita se vypočte jak podíl oběžných aktiv a krátkodobých závazků společnosti. Z tabulky č. 15 plyne, že společnosti Textile Washing Company k. s. v letech 2006-2011 neklesla hodnota běžné likvidity pod 1, což by znamenalo, že společnost není likvidní. Běžná likvidita se v období 2006 a 2007 výrazně vzdalovala od doporučených hodnot. Naopak v letech 2008-2011 se nacházela v doporučeném rozmezí.

Tabulka č. 15: Běžná likvidita v letech 2006-2011

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Běžná likvidita	9,12	12,04	2,17	1,99	1,86	1,91

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Pohotová likvidita

Pohotová likvidita představuje podíl oběžných aktiv očištěných o zásoby (které jsou nejméně likvidní) a krátkodobých závazků společnosti. Hodnota tohoto ukazatele se doporučuje v rozmezí 1-1,5, vždy však vyšší než 1. [4] Na základě tabulky č. 16 je vidět, že společnost Textile Washing Company k. s. za dané časové období nemá pohotovou likviditu v doporučených mezích. Pohotovou likviditu má společnost zbytečně vysokou, což naznačuje konzervativní strategii řízení a neefektivní využívání aktiv.

Tabulka č. 16: Pohotová likvidita v letech 2006-2011

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Pohotová likvidita	8,47	10,66	2,00	1,90	1,81	1,89

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Okamžitá likvidita

Okamžitá likvidita představuje schopnost podniku hradit právě splatné závazky. Tento ukazatel se vypočte jako podíl peněžních prostředků společnosti a krátkodobých závazků. Doporučená hodnota ukazatele okamžité likvidity se uvádí v rozmezí 0,9-1,1.

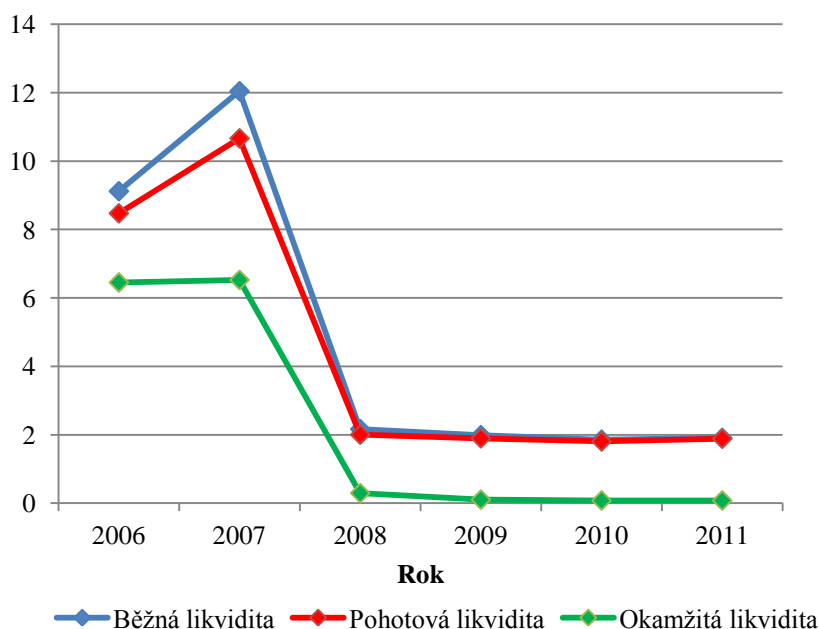
[12] Jak plyne z tabulky č. 17, okamžitá likvidita společnost Textile Washing Company nevyhovuje výše zmíněnému rozmezí v daném časovém období. V letech 2006 a 2007 byla okamžitá likvidita vysoko nad doporučenou hranicí, naopak v následujících letech hluboce klesla. Společnost Textile Washing Company k. s. se nyní nachází v situaci, kdy není schopna hradit své okamžitě splatné závazky.

Tabulka č. 17: Okamžitá likvidita v letech 2006-2011

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Okamžitá likvidita	6,45	6,53	0,30	0,11	0,08	0,08

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Graf č. 18: Běžná, pohotová a okamžitá likvidita v letech 2006-2011



Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

4.1.2 Analýza rozdílových ukazatelů

Rozdílové ukazatele neboli fondy finančních prostředků slouží k analýze a řízení finanční situace podniku. [13] U společnosti Textile Washing Company k. s. je vypočten následující ukazatel:

- čistý pracovní kapitál.

4.1.2.1 Čistý pracovní kapitál

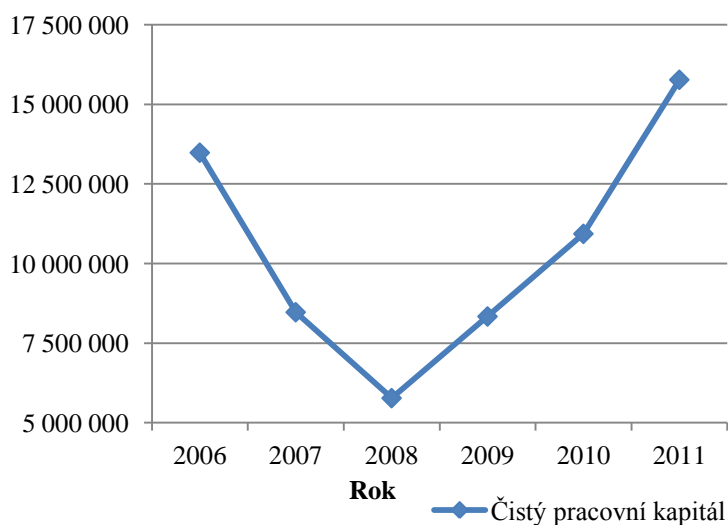
Čistý pracovní kapitál je významný indikátor platební schopnosti podniku, jeho hodnota musí být kladná. [4] Vypočte se jako rozdíl mezi oběžnými aktivy a krátkodobými závazky. V tabulce č. 18 je vidět, že v roce 2007 a 2008 došlo k poklesu čistého pracovního kapitálu společnosti Textile Washing Company k. s. z důvodu poklesu finančních prostředků, které společnost použila na modernizaci technologií. Od roku 2009 má tento ukazatel rostoucí tendenci, což je pro společnost příznivý jev.

Tabulka č. 18: Čistý pracovní kapitál v letech 2006-2011

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Čistý pracovní kapitál (v Kč)	13 481 000	8 471 000	5 774 000	8 338 000	10 933 000	15 770 000

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Graf č. 19: Čistý pracovní kapitál v letech 2006-2011



Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

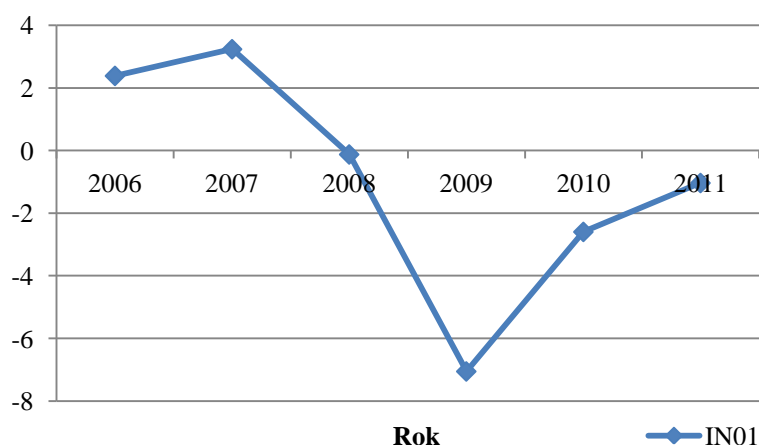
4.1.3 Analýza soustav ukazatelů

V rámci této bakalářské práce je vybrán z analýzy soustav ukazatelů Index Neumaierových IN01, který slouží k vyhodnocení finančního zdraví českých firem v českém prostředí a Kralickův Quicktest, který obsahuje čtyři rovnice, na jejichž základě se vyhodnotí situace v podniku.

4.1.3.1 Index Neumaierových IN01

Tento index je obdobou Altmanova Z-skóre, ale je přizpůsoben podmínkám české ekonomiky. Index je složen z pěti poměrových ukazatelů, ke kterým jsou přiřazeny určité váhy. [12] Výpočet Indexu Neumaierových společnosti Textile Washing Company k. s. v letech 2006-2011 je uveden v příloze H. Na základě klasifikační tabulky, která je uvedena ve druhé kapitole této bakalářské práce, lze o společnosti Textile Washing Company k. s. říci, že v letech 2006 a 2007 patřila mezi podniky tvořící hodnotu a že společnost byla konkurenceschopná. Od roku 2008 je Index Neumaierových záporný, což dle výše zmíněné klasifikační tabulky znamená hrozící bankrot. Společnost od roku 2007 nedosahuje kladného výsledku hospodaření. Ve sledovaných letech byl pro společnost nejhorší rok 2009, kdy tento index dosáhl hodnoty -7,05.

Graf č. 20: Index Neumaierových IN01 v letech 2006-2011



Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

4.1.3.2 Kralickův Quicktest

Tento test obsahuje celkem čtyři ukazatele, a to kvótu vlastního kapitálu, která vypovídá o finanční síle firmy, dále dobu splácení dluhu z cash flow. Doba splácení dluhu z cash flow ukazuje, za jak dlouho by podnik byl schopen splatit krátkodobé i dlouhodobé dluhy v případě, že by generoval stejné cash flow jako v právě analyzovaném období. Dalším z ukazatelů je rentabilita tržeb měřená cash flow a rentabilita aktiv, která zrcadlí celkovou výdělečnou schopnost podniku. [11]

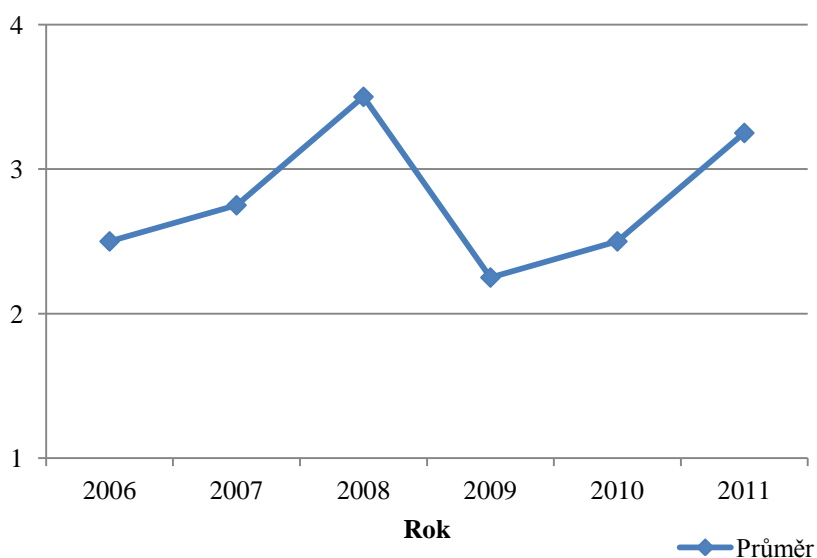
Výpočet Kralickova Quicktestu společnosti Textile Washing Company k. s. je uveden v příloze I. Tabulka č. 19 obsahuje vyhodnocení jednotlivých ukazatelů a uvedení celkového průměru z těchto ukazatelů na základě hodnotící tabulky z druhé kapitoly této práce. Nejhůře si společnost vedla v roce 2008 a 2011, kdy aritmetický průměr jednotlivých známek ukazatelů přesahuje hodnotu 3. Naopak nejlépe dopadl rok 2009 s průměrem 2,25. V roce 2007 klesla hodnota cash flow v tržbách do záporných hodnot, v roce 2008 byla společnost v ohrožení, jelikož doba splácení dluhu z cash flow činila téměř 41 let. Problematickým ukazatelem za celé sledované období je ukazatel rentability aktiv, který v letech 2007 a 2008 dosahoval hodnoty 0.

Tabulka č. 19: Hodnocení podniku dle Kralickova Quicktestu v letech 2006-2011

Hodnocení firmy	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Kvóta vlastního kapitálu	1	1	1	1	1	2
Doba splácení dluhu z CF	1	1	5	3	4	4
CF v tržbách	4	5	4	1	1	3
ROA	4	4	4	4	4	4
Průměr	2,5	2,75	3,5	2,25	2,5	3,25

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Graf č. 21: Kralickův Quicktest v letech 2006-2011



Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

4.2 SWOT analýza společnosti Textile Washing Company k. s.

SWOT analýza vychází z charakteristiky podniku Textile Washing Company k. s. ve třetí kapitole této bakalářské práce a z výše provedené finanční analýzy. V rámci této podkapitoly jsou nejprve popsány silné a slabé stránky společnosti Textile Washing Company k. s. a dále její možné příležitosti a ohrožení.

4.2.1 Silné stránky společnosti

Silné stránky společnosti Textile Washing Company k. s. jsou následující:

- společnost je součástí Gonser Group působícího na mezinárodním trhu, který má dlouholetou tradici, je stabilní, neustále vyvíjí nové technologie a zařízení, která následně aplikuje do svých poboček,
- dlouhodobá zkušenost v oblasti praní a úpravy textilií s různými efekty,
- poskytování komplexních služeb v oblasti hotelového a restauračního textilu včetně jejich svozu a rozvozu a komplexního servisu pronájmu rohoží,
- vysoká kvalita praní, která je neustále prověřována,
- certifikace systému řízení kvality ČSN EN ISO 9001:2009 v činnosti praní textilu,
- jediná firma zabývající se pronájmem a praním hotelových a restauračních textilií v okrese Plzeň-sever,
- výstavbou nové haly a zavedením nové technologie dojde k výrazné úspoře nákladů na energie, vodu a mzdy,
- snaha o přiblížení zákazníkům i v jiném než Plzeňském kraji - společnost má obchodní oddělení v Praze, v Mnichově a Berlíně,
- snaha společnosti o přizpůsobení cenové politiky jednotlivým zákazníkům a podmínkám na trhu (cena za 1 kg vypraného prádla se mění každý měsíc a je závislá na objemu zakázek jednotlivých odběratelů),
- velmi nízká fluktuace zaměstnanců, z čehož vyplývá prohlubování zkušeností a znalostí pracovníků společnosti,
- pravidelné vzdělávání zaměstnanců, informace o nových technologiích a postupech,
- krátká cesta přenosu informací mezi řídicími pracovníky a podřízenými,
- prokurista má odborné znalosti v oblasti praní a úpravy textilií s různými efekty,
- prokurista je schopen vytvářet v podniku přátelské vztahy.

4.2.2 Slabé stránky společnosti

Slabé stránky společnosti Textile Washing Company k. s. jsou následující:

- nižší finanční ohodnocení zaměstnanců, z čehož může plynout u mladých pracovníků nižší motivace k práci,
- společnost má v současné době nedostatečnou kapacitu, která se pravidelně projevuje v sezónních špičkách (nová hala, která tento problém odstraní je již ve výstavbě),
- společnost si pronajímá budovy, ve kterých sídlí,
- velká míra závislosti na jednom dodavateli, který dodává chemii potřebnou pro „bílou prádelnu“ a prací prostředky,
- kurzové riziko – dodavatelé a odběratelé ze zahraničí,
- část webových stránek společnosti není funkční,
- na základě provedené finanční analýzy se společnost v současné době nenachází v příznivé situaci:
 - rentabilita vloženého kapitálu, rentabilita aktiv, rentabilita dlouhodobých zdrojů a rentabilita tržeb za sledované období dosáhly záporných hodnot. Rentabilita vlastního kapitálu dosáhla ve sledovaném období záporných hodnot a neustále klesá,
 - doba obratu aktiv se stále prodlužuje, zároveň je doba obratu pohledávek delší než doba obratu závazků,
 - celková zadluženost společnosti roste (výrazně od roku 2008), koeficient samofinancování neustále klesá, úrokové krytí dosahuje záporných hodnot, koeficient zadluženosti ve sledovaném období roste,
 - běžná likvidita je v rozmezí doporučených hodnot od roku 2008, pohotová likvidita je z hlediska doporučených hodnot zbytečně vysoká, naopak okamžitá likvidita je příliš nízká.

4.2.3 Příležitosti společnosti

Mezi příležitosti společnosti Textile Washing Company k. s. lze zařadit následující:

- díky vstupu do Evropské unie se zjednodušila legislativa při obchodu s ostatními členskými zeměmi,

- jelikož se současná ekonomika v České republice nachází v recesi, je pravděpodobné, že mnoho zaměstnanců bude ochotno pracovat za nižší mzdové ohodnocení ze strachu ztráty zaměstnání,
- rozmach pronájmu hotelových a restauračních textilií v České republice tak, jak je tomu v zahraničí,

4.2.4 Ohrožení společnosti

Mezi ohrožení společnosti Textile Washing Company k. s. lze zařadit následující:

- probíhající ekonomická recese může zapříčinit pokles množství hotelových i restauračních zařízení. Společnosti může hrozit ztráta současných zákazníků nebo může nastat situace, že nezíská nové,
- nezájem hotelů a restauračních zařízení o dlouhodobé pronájmy textilií a rohoží,
- vstup nových konkurentů na trh,
- tlak konkurence či odběratelů na nižší ceny za praní a pronájem textilií a za pronájem rohoží,
- vývoj kurzu CZK/EUR,
- s růstem doby obratu pohledávek roste riziko nedobytných pohledávek.

V této kapitole bakalářské práce je zpracována finanční analýza společnosti Textile Washing Company k. s., která obsahuje analýzu poměrových ukazatelů a jednoho rozdílového ukazatele, dále je vypočten Index Neumaierových a Kralickův Quicktest. Z finanční analýzy vychází SWOT analýza silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení společnosti Textile Washing Company k. s. V další kapitole této práce je shrnuta celková ekonomická situace společnosti a jsou navržena opatření pro zvýšení konkurenceschopnosti společnosti.

5 Zhodnocení konkurenceschopnosti podniku Textile Washing Company k. s. a návrhy na její zvýšení

V této kapitole bakalářské práce je zhodnocena ekonomická situace a konkurenceschopnost společnosti Textile Washing Company k. s. Hodnocení vychází z provedené finanční a SWOT analýzy ze čtvrté kapitoly této práce. Dále jsou zde navržena opatření, která mohou vést ke zvýšení konkurenceschopnosti společnosti Textile Washing Company k. s.

5.1 Zhodnocení ekonomické situace a konkurenceschopnosti společnosti

Z provedené finanční analýzy vyplývá, že společnost Textile Washing Company k. s. od roku 2007 zaznamenala v oblasti rentability pokles, kdy hodnoty ukazatelů rentability nabyly záporných hodnot. Rentabilita vloženého kapitálu klesala až do roku 2009. Od roku 2010 má tento ukazatel tendenci růst, nicméně hodnoty jsou stále záporné, což je pro společnost nepříznivý jev. Stejná situace je i v případě rentability aktiv a rentability tržeb, kdy společnost zaznamenala nárůst tohoto ukazatele opět od roku 2010. Záporné hodnoty ukazatele ROS poukazují na to, že společnost není schopna dosahovat zisku při dané úrovni tržeb. Rentabilita vlastního kapitálu ve sledovaném období stále klesá. V roce 2011 klesla hodnota tohoto ukazatele o 66,2 % oproti roku 2006. Společnost by měla usilovat o získání nových zakázek, pomocí nichž dosáhne vyšších tržeb.

Obrat celkových aktiv společnosti byl příznivý pouze v roce 2007. Společnost má od roku 2008 počet obrátek nižší než 1,5 což znamená příliš vysoký stav majetku, který by se měl odprodat, nebo by měla společnost zvýšit své tržby. Dalším negativním jevem pro společnost Textile Washing Company k. s. je situace, kdy doba obratu pohledávek není v rovnováze s dobou obratu krátkodobých závazků, ale je výrazně delší. Tento rozdíl poukazuje na narušenou finanční stabilitu společnosti, která může souviset i s finančními problémy odběratelů společnosti. Největší rozdíl těchto dvou ukazatelů nastal v roce 2009, kdy činil téměř 239 dní. Společnost by se měla do budoucna snažit, aby doba obratu závazků byla delší než doba obratu pohledávek a zároveň aby doba obratu pohledávek odpovídala době splatnosti faktur.

Celková zadluženost a koeficient zadluženosti společnosti Textile Washing Company k. s. výrazně vzrostly v roce 2008 z důvodu zavádění nových technologií a modernizace. Od té doby se hodnoty těchto ukazatelů každý rok stále navyšují. V roce 2011 celková zadluženost společnosti dosáhla téměř 76 %. Ukazatel úrokové krytí od roku 2009 vykazuje záporné hodnoty, což znamená, že je společnost investory vnímána jako nedůvěryhodná.

Běžná likvidita společnosti Textile Washing Company k. s. v letech 2008-2011 se pohybovala v doporučeném rozmezí. V letech 2006 a 2007 byla zbytečně vysoká. To samé lze říci o pohotovosti likviditě v celém sledovaném období, kdy v prvních dvou letech se výrazně vzdalovala od doporučených hodnot, ale v následujících letech se již téměř přiblížila žádoucím hodnotám. Opakem je ukazatel okamžité likvidity, který od roku 2008 rapidně klesal. Společnost by se měla soustředit na zlepšení ukazatele okamžité likvidity, neboť se nachází v situaci, kdy není schopna hradit své okamžité splatné závazky.

Ukazatel čistého pracovního kapitálu v letech 2007 a 2008 klesal, ale za celé sledované období vykazoval kladné hodnoty, což představuje pro podnik příznivý jev.

Na základě vypočteného Indexu Neumaierových lze říci, že společnost Textile Washing Company k. s. patřila v letech 2006 a 2007 mezi podniky tvořící hodnotu. Tento index od roku 2008 vykazuje záporné hodnoty, což znamená, že dle klasifikační tabulky hrozí společnosti bankrot. Dle Kralickova Quicktestu si společnost vedla nejhůře v letech 2008 a 2011. Na základě klasifikační tabulky dosahoval ukazatel ROA za celé sledované období špatných výsledků.

Finanční analýza společnosti Textile Washing Company k. s. ukázala, že se společnost nenachází v příznivé situaci. Nejhorších výsledků dosáhla společnost v letech 2007 a 2008. Od roku 2005 došlo k uvolnění bariér vstupu čínských textilií do České republiky, což mělo za následek, že některé textilky, se kterými společnost Textile Washing Company k. s. spolupracovala, ukončily svou činnost. Společnost na tuto situaci reagovala v roce 2008 restrukturalizací a modernizací technologií. Z dřívější specializace praní oděvů, džínů a jejich úpravy s různými efekty se společnost zaměřila na praní hotelových a restauračních textilií. Tímto krokem společnost přišla o stávající zákazníky a musela začít hledat nové, což nebylo snadné. Jako nově vzniklá společnost

si Textil Washing Company k. s. potřebovala vybudovat jméno v nové oblasti podnikání, ale to není krátkodobou záležitostí. Dalším problémem byla závislost na jednom velkém německém odběrateli, který kvůli navyšování cen v důsledku kurzových rozdílů se společností v roce 2006 ukončil spolupráci. Z provedené finanční analýzy je vidět, že od roku 2009 se situace ve společnosti lepší. Společnost by nadále měla pokračovat ve své stávající činnosti a využívat svých silných stránek, jako jsou zkušenosti a prověřovaná kvalita. Textile Washing Company k. s. se snaží konkurovat prádelnám, které mají v České republice mnohaletou tradici. Jedná se především o společnosti Triton spol. s r. o. z Rakovníka, LC UNION, spol. s r. o. z Rokycan a PRANÍ A ČIŠTĚNÍ, a. s. z Mariánských Lázní. Výstavbou nové haly by společnost Textile Washing Company k. s. předčila své konkurenty z hlediska kapacity i používání moderních technologií. Portfolio zákazníků společnosti Textile Washing Company k. s. lze rozdělit na dvě skupiny, a to na drobnější zákazníky, kteří představují zhruba 80 % veškerých zakázek společnosti. Praní prádla pro tyto zákazníky je z časového hlediska náročnější, ale přináší společnosti vyšší tržby oproti praní pro větší zákazníky, kteří představují zbylých 20 %. Důvodem je silná konkurence, o které tito velcí zákazníci vědí a tlačí ceny za kilogram vypraného prádla směrem dolů. Aby společnost nepřišla o významného klienta, na tyto tlaky často přistoupí. Textile Washing Company k. s. je v současné době zaměřena na menší zákazníky z daných lokalit (Praha, Karlovarský a Plzeňský kraj), přes které se chce dostat do budoucna k těm větším a změnit tak poměr svých dosavadních zakázek.

5.2 Návrhy na zlepšení konkurenceschopnosti společnosti

V této podkapitole je uvedeno několik návrhů, které mohou pomoci společnosti Textile Washing Company k. s. zvýšit její konkurenceschopnost. Jedná se o tyto návrhy:

- zvýšení povědomí zákazníků o existenci a nabídkách společnosti,
- snížení nákladů v oblasti dopravy,
- zlepšení systému kontroly stavu pohledávek,
- vypracování střednědobé a dlouhodobé strategie rozvoje společnosti.

5.2.1 Zvýšení povědomí zákazníků o existenci a nabídkách společnosti

Pro společnost Textile Washing Company k. s. je velmi důležité získání dalších zákazníků, aby využila nové kapacity, které bude mít pravděpodobně již v červnu tohoto roku k dispozici. Zároveň by se nemělo zapomenout ani na stávající zákazníky, se kterými by se dalo jednat o rozšíření poskytovaných služeb, např. o pronájmy rohoží. Společnost by měla zvyšovat povědomí zákazníků o své existenci, svých službách a akčních nabídkách. Příležitostí pro Textile Washing Company k. s. by byla účast na veletrzích či prezentace na setkání členů Asociace hotelů a restaurací České republiky. Členové této asociace jsou majitelé a provozovatelé ubytovacích a gastronomických zařízení z celé České republiky. Dále by bylo vhodné, aby společnost informovala stávající i nové zákazníky o výstavbě nové haly a moderních technologiích, které bude zavádět např. formou letáčků, e-mailů, reklamy na automobilech společnosti, reklamy v tisku, pozvánkami na slavnostní otevření haly či osobním kontaktem obchodních zástupců. Další bod zlepšení bych viděla v lepší propracovanosti webových stránek společnosti. Na první pohled je zřejmé, že tyto stránky nejsou pravidelně aktualizovány, chybí zde údaje o společnosti, její historie a mohly by na zákazníka působit nevěrohodným dojmem.

5.2.2 Snížení nákladů v oblasti dopravy

Společnost vlastní 3 nákladní automobily a 3 dodávky, kterými sváží a rozváží prádlo svých zákazníků. Z důvodu nedostatku vlastních automobilů má společnost smlouvu i s externím dopravcem. Bylo by vhodné, kdyby Textile Washing Company k. s. využívala na pravidelný servis a opravy svých automobilů pouze jednu společnost, u které by mohla získat množstevní popř. věrnostní slevy. V současné době také některé čerpací stanice poskytují svým zákazníkům slevy na pohonné hmoty při každém tankování, pokud zákazník platí kartou od určité bankovní instituce. Tyto slevy nabízí např. společnost Shell Czech Republic, a. s. prostřednictvím karty Shell MasterCard od Citibank nebo společnost ČEPRO, a. s. se svým programem Karty EuroOil.

Vzhledem k tomu, že v současné době probíhá výstavba nové haly, která navýší stávající kapacitu, společnost se bude potýkat s nedostatkem vlastních vozů a bude se muset obracet na externí dopravce. Využívání služeb externích dopravců je pro společnost z hlediska nákladů méně výhodné než jízdy s vlastními vozy.

Dále u externích dopravců hrozí riziko poškození dobrého jména společnosti na rozdíl od vlastních řidičů, kteří projdou důkladným školením, znají zákazníky i služby, které nabízejí. Zároveň vlastní doprava působí na zákazníka lepším dojmem, má pocit, že mu jsou poskytovány komplexní služby. Pokud vznikne nějaký problém, lze jej ihned řešit přes zaměstnance společnosti. Proto bych doporučila, aby Textile Washing Company k. s. do budoucna nakoupila další automobily, které jí zajistí dostatečné kapacity, aby společnost nemusela využívat služeb externích dopravců.

5.2.3 Zlepšení systému kontroly stavu pohledávek

Jak již bylo zmíněno v této kapitole, společnost Textile Washing Company k. s. se potýká s problémem dlouhé doby obratu pohledávek. V současné době je obtížné ve společnosti dohledat, zda zákazník zaplatil včas a ve správné výši svůj závazek. Údaje o platbách jdou přes fakturantky a prokuristu až k účetní, která poté musí spárovat ručně každou platbu s fakturou v účetním programu. Účetní program, který společnost využívá, neumožňuje efektivně vyhodnocovat stav pohledávek a mít o nich neustálý přehled. Následné kontroly jsou prováděny ručně, což je velmi časově náročné. Na základě tohoto zjištění bych doporučila, aby společnost zakoupila software, který umožní včas reagovat na nezaplacené pohledávky. Tím by se zabránilo situacím, kdy odběratelé mohou bezúročně úvěrovat, a mohlo by se předejít vzniku nedobytných pohledávek. Dále bych doporučila, aby kontrola stavu pohledávek probíhala minimálně jednou v měsíci, ideálně 20. den, kdy je po splatnosti faktur a lze rychle reagovat na vzniklou situaci.

5.2.4 Vypracování střednědobé a dlouhodobé strategie rozvoje společnosti

Lze očekávat, že v letošním roce bude česká ekonomika nadále stagnovat a bude utlumena i aktivita některých podnikatelských subjektů. Proto navrhuji, aby společnost Textile Washing Company k. s. zpracovala střednědobou a dlouhodobou strategii rozvoje společnosti, ve které budou analyzovány možné scénáře jejího vývoje. Tyto scénáře umožní včas reagovat na situace, které mohou v budoucnu nastat.

Tato kapitola bakalářské práce obsahuje zhodnocení ekonomické situace a konkurenceschopnosti společnosti Textile Washing Company k. s. Na zhodnocení ekonomické situace a konkurenceschopnosti společnosti navazují čtyři návrhy, které mohou pomoci společnosti zvýšit její konkurenceschopnost. Společnost by se měla především soustředit na naplnění nových kapacit, které bude mít v červnu tohoto roku k dispozici a na upevnění své pozice na trhu. Dále by měla aktivně komunikovat nejen s novými, ale i stávajícími zákazníky. Tuto komunikaci lze podpořit např. osobním kontaktem, informativními letáčky, e-maily, reklamy v tisku nebo na automobilech, pomocí webových stránek společnosti apod. Další z výše uvedených návrhů se týká oblasti snižování nákladů na dopravu, kdy by společnost mohla využít slev v servisu, který by prováděl opravy všech vozů. Snížení nákladů lze docílit např. i čerpáním pohonných hmot u jedné společnosti. Do budoucna by bylo vhodné, aby společnost omezila služeb externích dopravců a nakoupila další automobily. Současný systém kontroly stavu pohledávek ve společnosti Textile Washing Company k. s. nefunguje, je důležité, aby tento problém byl co nejdříve vyřešen, např. nákupem vhodného softwaru. Dále doporučuji, aby společnost zpracovala střednědobou a dlouhodobou strategii rozvoje společnosti, v níž by analyzovala možné scénáře jejího vývoje v následujících letech.

6 Závěr

Cílem této bakalářské práce je zhodnocení konkurenceschopnosti společnosti Textile Washing Company k. s. a navrnutí opatření, která mohou vést ke zvýšení její konkurenceschopnosti.

Teoretická část této práce je zaměřena na několik významných pojmů z oblasti konkurenceschopnosti a vybraných metod, kterými lze zvýšit konkurenceschopnost podniku. Druhá kapitola této práce obsahuje postup finanční analýzy, přičemž byl kladen důraz na poměrové ukazatele, mezi které jsou řazeny ukazatele rentability, aktivity, zadluženosti a likvidity.

V rámci praktické části je představena společnost Textile Washing Company k. s., její předmět podnikání, hospodářské výsledky minulých let a cíle společnosti. Analýza společnosti vychází z teoretických poznatků, z aktuálních informací o záměrech společnosti a z údajů účetních závěrek za období 2006-2011. Nejprve byla provedena finanční analýza společnosti pomocí poměrových ukazatelů rentability, aktivity, zadluženosti a likvidity. Součástí finanční analýzy je i výpočet rozdílového ukazatele čistého pracovního kapitálu a zhodnocení společnosti pomocí Indexu Neumaierových a Kralickova Quicktestu. Na finanční analýzu společnosti Textile Washing Company k. s. navazuje SWOT analýza silných a slabých stránek společnosti a zároveň i možných příležitostí a ohrožení.

Pátá kapitola této práce obsahuje zhodnocení ekonomické situace a konkurenceschopnosti společnosti Textile Washing Company k. s. Zhodnocení vychází z provedené finanční a SWOT analýzy. Součástí této kapitoly jsou i návrhy na opatření, která mohou pomoci zvýšit konkurenceschopnost společnosti. Jedná se o návrhy z oblasti marketingu a prezentace firmy vůči svému okolí, dále z oblasti optimalizace nákladů na dopravu, z oblasti evidence a kontroly stavu pohledávek společnosti a přípravy scénářů, jak se může vyvíjet ekonomika a tržní prostředí. Společnost by i nadále měla pokračovat ve své stávající činnosti a snažit se předejít své současné konkurenty. Textile Washing Company k. s. by měla využívat svých silných stránek, jako jsou zkušenosti a prověřovaná kvalita k získávání nových a udržení stávajících zákazníků.

Cíl této práce, jímž bylo zhodnocení konkurenceschopnosti společnosti Textile Washing Company k. s. a navržení opatření, která mohou zvýšit konkurenceschopnost společnosti, byl splněn. Společnost se v současné době nenachází v příznivé situaci, ztráty z minulých let nese v souladu s § 100 odst. 3 obchodního zákoníku komplementář. O společnosti Textile Washing Company k. s. lze říci, že z hlediska kvality a nabízených služeb je schopna konkurovat, ale nelze tuto společnost považovat za finančně zdravou.

7 Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Mapa konkurenčních skupin	12
Obrázek č. 2: Model pěti sil	14
Obrázek č. 3: Diagram SWOT analýzy	18
Obrázek č. 4: Perspektivy Balanced Scorecard	19
Obrázek č. 5: Časové hledisko hodnocení informací	23
Obrázek č. 6: Uživatelé finanční analýzy a její zaměření	24
Obrázek č. 7: Du Pont rozklad	38
Obrázek č. 8: Mapa procesů v podniku Textile Washing Company k. s.	43

8 Seznam tabulek a grafů

Tabulka č. 1: Hodnocení indexu Neumaierových IN01	39
Tabulka č. 2: Hodnocení Kralickova Quicktestu	40
Tabulka č. 3: Rentabilita vloženého kapitálu v letech 2006-2011	49
Tabulka č. 4: Rentabilita aktiv v letech 2006-2011	49
Tabulka č. 5: Rentabilita vlastního kapitálu v letech 2006-2011	50
Tabulka č. 6: Rentabilita dlouhodobých zdrojů v letech 2006-2011	51
Tabulka č. 7: Rentabilita tržeb a ukazatel nákladovosti v letech 2006-2011	52
Tabulka č. 8: Obrat celkových aktiv a doba obratu aktiv v letech 2006-2011	53
Tabulka č. 9: Doba obratu pohledávek v letech 2006-2011	54
Tabulka č. 10: Doba obratu krátkodobých závazků v letech 2006-2011	54
Tabulka č. 11: Celková zadluženost v letech 2006-2011	56
Tabulka č. 12: Koeficient samofinancování v letech 2006-2011	56
Tabulka č. 13: Úrokové krytí v letech 2006-2011	57
Tabulka č. 14: Koeficient zadluženosti v letech 2006-2011	58
Tabulka č. 15: Běžná likvidita v letech 2006-2011	59

Tabulka č. 16: Pohotová likvidita v letech 2006-2011	59
Tabulka č. 17: Okamžitá likvidita v letech 2006-2011	60
Tabulka č. 18: Čistý pracovní kapitál v letech 2006-2011	61
Tabulka č. 19: Hodnocení podniku dle Kralickova Quicktestu v letech 2006-2011	63
Graf č. 1: Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb v letech 2003-2011	44
Graf č. 2: Vývoj čistého zisku v letech 2003-2011	45
Graf č. 3: Vývoj kurzu EUR/CZK na začátku roku v letech 2003-2011	45
Graf č. 4: Vývoj kurzu EUR/CZK na začátku měsíce v letech 2003-2006	46
Graf č. 5: Množství vypraného „bílého prádla“ v kg za měsíc v letech 2009-2013	47
Graf č. 6: Rentabilita vloženého kapitálu v letech 2006-2011	49
Graf č. 7: Rentabilita aktiv v letech 2006-2011	50
Graf č. 8: Rentabilita vlastního kapitálu v letech 2006-2011	50
Graf č. 9: Rentabilita dlouhodobých zdrojů v letech 2006-2011	51
Graf č. 10: Rentabilita tržeb a ukazatel nákladovosti v letech 2006-2011	52
Graf č. 11: Obrat celkových aktiv v letech 2006-2011	53
Graf č. 12: Doba obratu aktiv v letech 2006-2011	53
Graf č. 13: Doba obratu pohledávek a krátkodobých závazků v letech 2006-2011	55
Graf č. 14: Celková zadluženost v letech 2006-2011	56
Graf č. 15: Koeficient samofinancování v letech 2006-2011	57
Graf č. 16: Úrokové krytí v letech 2006-2011	57
Graf č. 17: Koeficient zadluženosti v letech 2006-2011	58
Graf č. 18: Běžná, pohotová a okamžitá likvidita v letech 2006-2011	60
Graf č. 19: Čistý pracovní kapitál v letech 2006-2011	61
Graf č. 20: Index Neumaierových IN01 v letech 2006-2011	62
Graf č. 21: Kralickův Quicktest v letech 2006-2011	63

9 Seznam použitých zkratek

apod.	A podobně
atd.	A tak dále
BSC	Balanced scorecard
CF	Cash flow
CZK	Česká měna
č.	Číslo
dl.	Dlouhodobý
EAT	Zisk po zdanění
EBIT	Zisk před odečtením úroků a daní
EBT	Zisk před zdaněním
EUR	Euro
hmot.	Hmotný
hod.	Hodina
IN01	Index Neumaierových
Kč	Koruna česká
kg	Kilogram
koef.	Koeficient
krátkodob.	Krátkodobé
k. s.	Komanditní společnost
mil.	Milion
mov.	Movitý
nehm.	Nehmotný
např.	Například
nar.	Narozen

oprav.	Opravných
práv.	Právních
prod.	Prodaného
příp.	Případně
resp.	Respektive
ROA	Rentabilita aktiv
ROCE	Rentabilita dlouhodobých zdrojů
ROE	Rentabilita vlastního kapitálu
ROI	Rentabilita vloženého kapitálu
ROS	Rentabilita tržeb
samostat.	Samostatný
spol. s r. o.	Společnost s ručením omezeným
tj.	To je
tzv.	Tak zvané
vl.	Vlastní
zabezp.	Zabezpečení
zdravot.	Zdravotní

10 Seznam použité literatury

- [1] BĚLOHLÁVEK, František, KOŠŤAN, Pavol, ŠULEŘ, Oldřich. *Management*. Brno: Computer Press, 2006. ISBN 80-251-0396-X.
- [2] ČICHOVSKÝ, Ludvík. *Marketing konkurenceschopnosti*. Praha: Radix, 2002. ISBN 80-86031-35-7.
- [3] GRÜNWARD, Rolf, HOLEČKOVÁ, Jaroslava. *Finanční analýza a plánování podniku*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2004. ISBN 80-245-0684-X.
- [4] HRDÝ, Milan, HOROVÁ, Michaela. *Finance podniku*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. ISBN 978-80-7357-492-5.
- [5] KISLINGEROVÁ, Eva, HNILICA, Jiří. *Finanční analýza - krok za krokem*. Praha: C. H. Beck, 2008. ISBN 978-80-7179-713-5.
- [6] KISLINGEROVÁ, Eva. *Oceňování podniku*. Praha: C. H. Beck, 2001. ISBN 80-7179-529-1.
- [7] Kolektiv autorů. *Historie a současnost podnikání na Rakovnicku, Kralovicku a Manětínsku*. Žehušice: Městské knihy s. r. o., 2005. ISBN 80-86699-33-1.
- [8] MACÁKOVÁ, Libuše a kolektiv. *Mikroekonomie: Základní kurs*. Slaný: Melandrium, 2005. ISBN 80-86175-41-3.
- [9] MACEK, Jan, KOPEK, Rudolf, KRÁLOVÁ, Jitka. *Ekonomická analýza podniku*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2006. ISBN 80-7043-446-5.
- [10] MIKOLÁŠ, Zdeněk. *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku*. Praha: Grada Publishing, 2005. ISBN 80-247-1277-6.
- [11] PORTER, Michael E. *Konkurenční výhoda: Jak vytvořit a udržet si nadprůměrný výkon*. Praha: Victoria Publishing, 1993. ISBN 80-85605-12-0.
- [12] RŮČKOVÁ, Petra. *Finanční analýza*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3916-8.
- [13] SEDLÁČEK, Jaroslav. *Finanční analýza podniku*. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3386-6.

- [14] SEDLÁČKOVÁ, Helena, BUCHTA, Karel. *Strategická analýza*. Praha: C. H. Beck, 2006. ISBN 80-7179-367-1.
- [15] SLANÝ, Antonín a kolektiv. *Konkurenceschopnost české ekonomiky (vývojové trendy)*. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-210-4157-9.
- [16] Gonser group. [online]. [cit. 2013-01-31]. Dostupné z: <http://www.gonser-group.com/index.html>.
- [17] Kurzy.CZ. [online]. [cit. 2013-02-22]. Dostupné z: <http://www.kurzy.cz/kurzy-men/kurzy.asp?A=H&KM=EUR&D1=2.1.2002&D2=21.2.2013&I=5&O=>
- [18] Obchodní rejstřík a Sběrka listin. [online]. [cit. 2013-01-31]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik>.
- [19] Textile Washing Company k.s. [online]. [cit. 2013-01-31]. Dostupné z: <http://www.textile-washing.com/cz>.
- [20] Téma: Hospodářské výsledky a cíle společnosti Textile Washing Company k. s. Rozhovor s panem Willim Dieterem, prokuristou, Kralovice, 19. 2. 2013.

11 Seznam příloh

Příloha A: Příklad strategické mapy

Příloha B: Organizační struktura podniku Textile Washing Company k. s.

Příloha C: Zkušební protokol č. 11.1.0-2550

Příloha D: Certifikát ČSN EN ISO 9001:2009 v činnosti praní textilu

Příloha E: Rozvaha - strana aktiv společnosti Textile Washing Company k. s. v letech 2006-2011

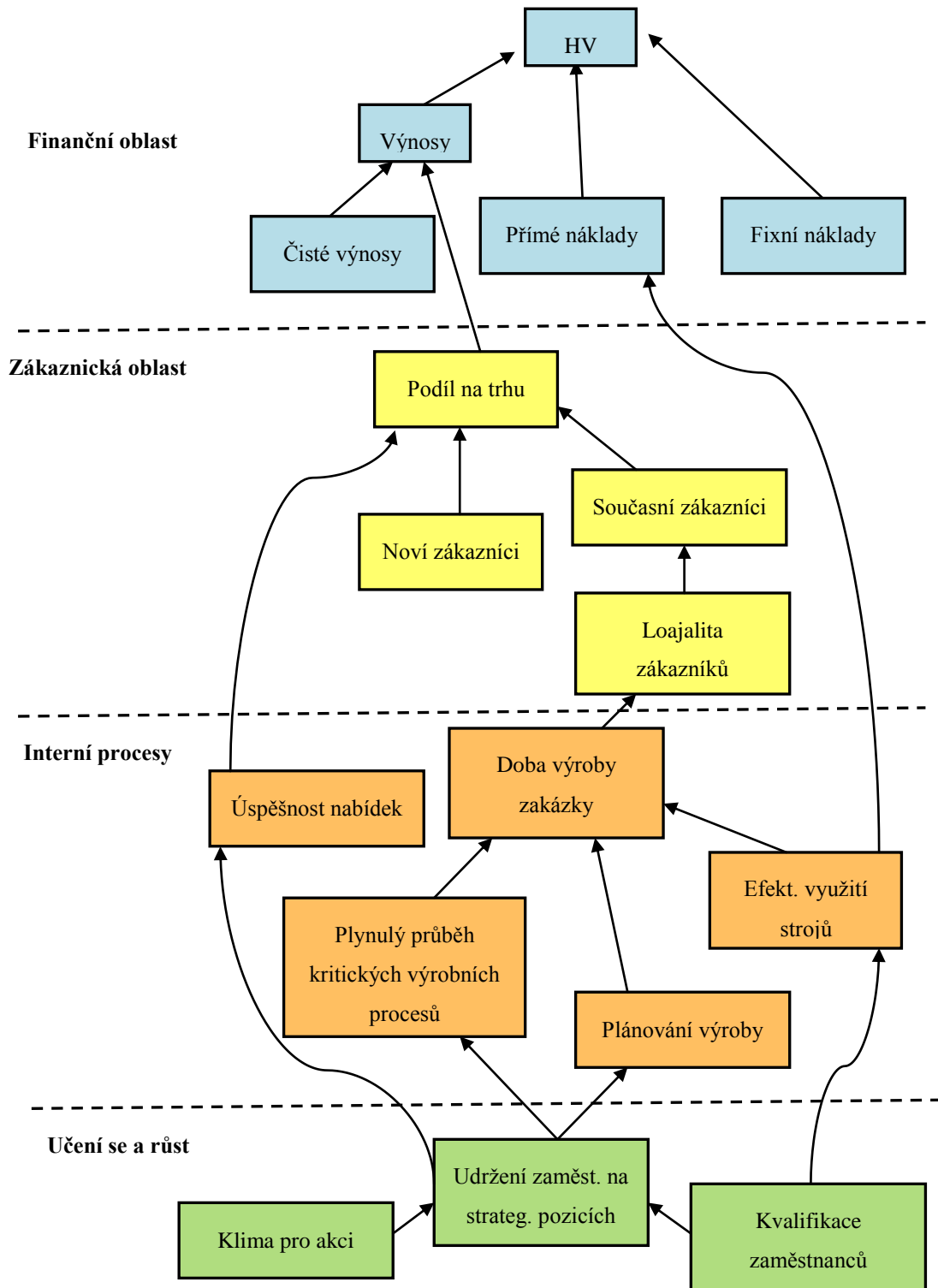
Příloha F: Rozvaha - strana pasiv společnosti Textile Washing Company k. s. v letech 2006-2011

Příloha G: Výkaz zisku a ztrát společnosti Textile Washing Company k. s. v letech 2006-2011

Příloha H: Index Neumaierových IN01 v letech 2006-2011

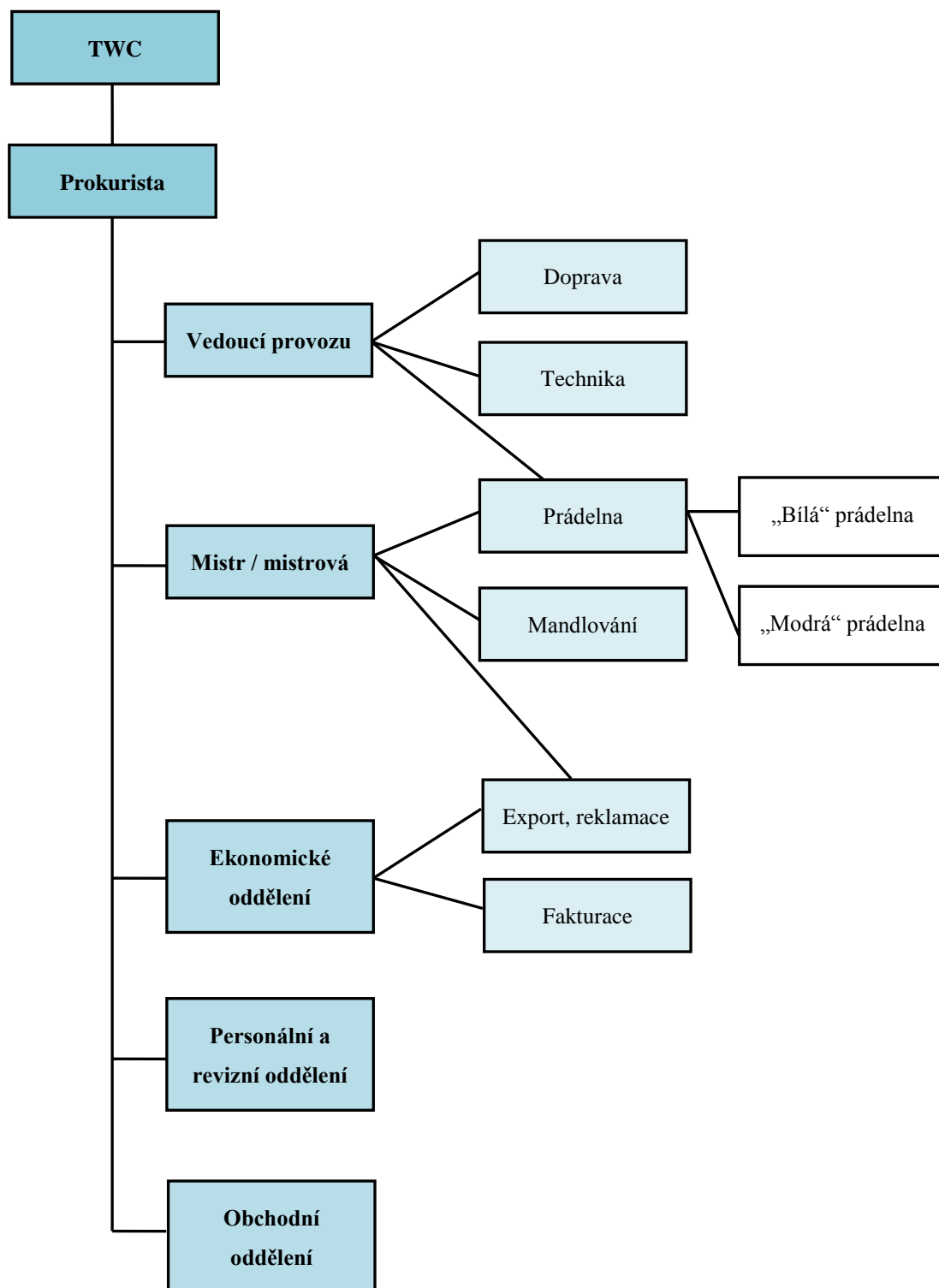
Příloha I: Kralickův Quicktest společnosti Textile Washing Company k. s. v letech 2006-2011

Příloha A: Příklad strategické mapy



Zdroj: Bělohávek František, Košťan Pavol, Šuleř Oldřich, Management, s. 227.

Příloha B: Organizační struktura podniku Textile Washing Company k. s.



Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Příloha C: Zkušební protokol č. 11.1.0-2550

HOHENSTEIN

Hohenstein Laboratories - Schloss Hohenstein - 74357 Bönnigheim

CHRISTEYNS, s.r.o.
Skrivanci 359/34
CZ-742 35 ODRY

**Hohenstein Laboratories
GmbH & Co. KG**

Schloss Hohenstein
74357 Bönnigheim - Germany

Function and Care
Telefon +49 7143 271 712
Fax +49 7143 271 94712
e.goesch@hohenstein.de

Versand-Datum des Kontrollgewebes	Eingangs-Datum des Kontrollgewebes	Zuständig für Rückfragen	Datum
09.11.2010	24.08.2011	Erna Gösch	05.09.2011

Prüfbericht Nr. 11.1.0-2550

Auftraggeber: siehe Anschrift

Untersuchungsgut: 1 Abschnitt Baumwoll-Standardgewebe nach DIN 53 919 Teil 1

Wäscheart: Keine Angabe

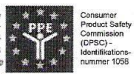
Waschgangkontrolle: 138975-6

Waschschleudermaschine: Romo

Behandlung: Laut Angaben des Einsenders wurde das Untersuchungsgut 50 mal von Firma Sempro - Sšl, spol. S.r.o., Londýnská 346/36, 460 01 Liberec gewaschen.

Untersuchungsziel: Prüfung von Waschverfahren mittels eines Testgewebes nach DIN 53 919 Teil 2, Punkt 8

Der Bericht umfasst 3 Seiten.



Es gelten unsere Allgemeinen
Geschäftsbedingungen:
www.hohenstein.de/pdf/agb.pdf

Telefon +49 7143 271 0
Fax +49 7143 271 94 199
info@hohenstein.de
www.hohenstein.de

USIdNr.
DE 815128169

Hohenstein Laboratories GmbH & Co. KG - Registergericht Amtsgericht
Stuttgart: HRA 724658 - Persönlich haftender Gesellschafter: Schloss Hohenstein Beteiligung GmbH
HRB 723320 - Sitz der Gesellschaft ist Bönnigheim - Geschäftsführer: Prof. Dr. Stefan Mecheels

DURCHFÜHRUNG

Folgende Parameter wurden an dem eingesandten Bauwoll-Standardgewebe zur Prüfung des Waschverfahrens ermittelt:

Festigkeitsminderung

Aus den Werten für die Höchstzugkraft (nass) des Kontrollstreifens im vorgewaschenen Zustand (3 Wäschen nach DIN 53 919 Teil 1) und nach 50 Waschgängen wird die relative Festigkeitsminderung berechnet.

Chemische Faserschädigung

Die chemische Faserschädigung, ausgewiesen als Schädigungsfaktor (s).

Gewebeinkrustation

Die anorganischen Rückstände, bestimmt als Glühasche, Angabe in % des trockenen Gewichts.

Weißqualität

Die durch den Waschprozess eventuell eingetretenen Änderungen werden durch folgende Werte definiert:

Weißgrad (WG-Wert):

Der Weißgrad stellt ein Maß für den vom menschlichen Auge empfundenen Weißindruck der Wäsche dar.

Farbtonabweichungszahl (FAZ):

Die Farbtonabweichungszahl beschreibt die Farbtonabweichung vom Neutralweiß des Weißstandards.

Grundweißwert (Y-Wert):

Der Grundweißwert stellt den Weißgrad nach Ausfilterung des UV-Anteils der Lichtquelle und Löschung des Aufhelleffektes auf der Sauberwäsche dar.

ERGEBNISSE

Prüfkriterien	Ergebnisse	
Festigkeitsminderung (Reißkraftverlust)	20,2 %	
Schädigungsfaktor (chemische Faserschädigung)	0,7	
Glühasche (anorganische Gewebeinkrustation)	0,1 %	
Weißgrad (WG-Wert)	213	
Weißqualität	Farbtonabweichungszahl (FAZ)	N -0,23
	Grundweißwert (Y-Wert)	93

Schloss Hohenstein, den 05.09.2011

Der Direktor der Abteilung
Function and Care:



Dr. Andreas Schmidt



Die Sachbearbeiterin Wäscherei:



Erna Gösch

Das Ergebnis bezieht sich nur auf die eingereichten Prüfgegenstände. Der Bericht darf nicht auszugsweise, sondern nur in seinem vollen Umfang weitergegeben werden. Eine Benutzung des Berichts zu Werbezwecken oder die Veröffentlichung freier Interpretationen der Ergebnisse ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Hohenstein Institute zulässig. Rechtsverbindlich ist der im Original unterschriebene Bericht. Die vom Kunden übergebenen Unterlagen bzw. Materialien, insbesondere Prüfgegenstände, werden, soweit die Beschaffenheit dies zulässt, 3 Monate bei uns aufbewahrt. Für den gesetzlich geregelten Bereich der Persönlichen Schutzausrüstung gilt eine Aufbewahrungsfrist von 10 Jahren (siehe auch AGB, Punkt VI.2).

Auszug aus den RAL-Güte- und Prüfbestimmungen

**Anforderungen an die Sachgemäße Wäschepflege
Gütesicherung RAL - GZ 992**

Ausgabe Februar 2004

RAL-GZ 992/1 "Haushalts- und Objektwäsche"		
Prüfkriterien *	RAL-Anforderungen f. Baumwollgewebe nach	
	25 Waschzyklen	50 Waschzyklen
Festigkeitsminderung (Reißkraftverlust)	max. 15 %	max. 30 %
Schädigungsfaktor (chemische Faserschädigung)	max. 0,5	max. 1,0
Glühasche (anorganische Gewebeinkrustation)	max. 0,7 %	max. 1,0 %
Weißqualität	Weißgrad (WG-Wert)	min. 170
	Farbtonabweichungszahl (FAZ)	R 1,5 - G 2,49
	Grundweißwert (Y-Wert)	min. 85

RAL-GZ 992/3 "Wäsche aus Lebensmittelbetrieben"		
Prüfkriterien *	RAL-Anforderungen für Baumwollgewebe nach 25 Waschzyklen	
Festigkeitsminderung (Reißkraftverlust)	max. 30 % (Orientierungswert)	
Schädigungsfaktor (chemische Faserschädigung)	max. 1,0 (Orientierungswert)	
Glühasche (anorganische Gewebeinkrustation)	max. 1,0 %	
Weißqualität	Weißgrad (WG-Wert)	min. 170
	Farbtonabweichungszahl (FAZ)	R 1,5 - G 2,49
	Grundweißwert (Y-Wert)	min. 85

Prüfkriterien *		Anforderungen für PES/Co-Gewebe nach 25 oder 50 Waschzyklen
Weißqualität	Weißgrad (WG-Wert)	min. 170
	Farbtonabweichungszahl (FAZ)	R 1,5 - G 2,49
	Grundweißwert (Y-Wert)	min. 75

Zdroj: Interní zdroje společnosti, 2013

Příloha D: ČSN EN ISO 9001:2009 v činnosti praní textilu

Certifikát č. 418/2010

TCert

CERTIFIKÁT

Tímto potvrzujeme, že
SYSTÉM ŘÍZENÍ KVALITY

společnosti **Textile Washing Company k.s.**

Žatecká 864
Kralovice, Česká republika

Byl shledán shodným s požadavky normy pro systém řízení kvality
ČSN EN ISO 9001:2009

Certifikát je platný pro následující rozsah činnosti a služeb:

└ **Praní textilu.**

Datum platnosti od: 7.8.2010

Platnost certifikátu do: 7.8.2013

Petr Požár

Mgr. Petr Požár
jednatel společnosti



Místo a datum vystavení:
Praha, 24.8.2010

Seznam poboček patřících do systému řízení je uveden v samostatné příloze tohoto certifikátu.
Nesplnění certifikačních podmínek uvedených na www.tcert.cz může vést k neplatnosti certifikátu.

P8021/001

REV0309

Zdroj: Interní zdroje společnosti, 2013

**Příloha E: Rozvaha - strana aktiv společnosti Textile Washing Company k. s.
v letech 2006-2011**

Ozn.	AKTIVA	2006	2007	2008	2009	2010	2011
	AKTIVA CELKEM	17 595	11 521	23 830	28 276	34 277	44 333
B.	Dlouhodobý majetek	2 344	2 202	12 439	10 603	9 594	9 466
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	56	27	131	84	36	0
B. I. 3.	Software	56	27	131	84	36	0
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	2 288	2 175	12 308	10 519	9 558	9 466
B. II. 2.	Stavby	46	43	41	40	39	37
B. II. 3.	Samostat. mov. věci a soubory mov. věcí	1 906	1 883	1 706	10 296	8 923	9 409
B. II. 7.	Nedokončený dl. hmotný majetek	336	249	10 561	183	596	20
C.	Oběžná aktiva	15 141	9 238	10 724	16 754	23 672	33 087
C. I.	Zásoby	1 075	1 058	801	778	663	414
C. I. 1.	Materiál	331	487	305	327	243	251
C. I. 2.	Nedokončená výroba a polotovary	100	0	0	0	0	0
C. I. 5.	Zboží	644	571	496	451	420	110
C. I. 6.	Poskytnuté zálohy na zásoby	0	0	0	0	0	53

C. II.	Dlouhodobé pohledávky	1 046	0	0	0	0	0
C. III.	Krátkodobé pohledávky	2 308	3 174	8 454	15 078	21 988	31 274
C. III. 1.	Pohledávky z obchodních vztahů	1 231	886	1 229	1 594	1 829	3 120
C. III. 4.	Pohledávky za společníky	0	396	5 395	12 189	18 668	26 233
C. III. 6.	Stát – daňové pohledávky	91	253	102	3	0	1
C. III. 7.	Krátkodobé poskytnuté zálohy	22	98	109	103	215	285
C. III. 9.	Jiné pohledávky	964	1 541	1 619	1 189	1 276	1 635
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	10 712	5 006	1 469	898	1 021	1 399
C. IV. 1.	Peníze	176	71	127	68	44	42
C. IV. 2.	Účty v bankách	10 536	4 935	1 342	830	977	1 357
D. I.	Časové rozlišení	110	81	667	919	1 011	1 780
D. I. 1.	Náklady příštích období	110	79	667	919	1 011	1 780
D. I. 3.	Příjmy příštích období	0	2	0	0	0	0

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

**Příloha F: Rozvaha - strana pasiv společnosti Textile Washing Company k. s.
v letech 2006-2011**

Ozn.	PASIVA	2006	2007	2008	2009	2010	2011
	PASIVA CELKEM	17 595	11 521	23 830	28 276	34 277	44 333
A.	Vlastní kapitál	15 270	10 671	10 671	10 671	10 671	10 671
A. I.	Základní kapitál	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
A. I. 1.	Základní kapitál	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
A. III.	Rezervní fondy, nedělitelný fond a ostatní fondy ze zisku	67	67	67	67	67	67
A. III. 1.	Zákonný rezervní fond	67	67	67	67	67	67
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	9 497	5 604	5 604	5 604	5 604	5 604
A. IV. 1.	Nerozdělený zisk minulých let	9 497	5 604	5 604	5 604	5 604	5 604
A. V. 1.	Výsledek hospodaření běžného účetního období	706	0	0	0	0	0
B.	Cizí zdroje	2 320	767	13 029	17 444	23 348	33 402

B. I.	Rezervy	660	0	0	0	0	0
B. I. 1.	Rezervy podle zvláštních práv. předpisů	660	0	0	0	0	0
B. II.	Dlouhodobé závazky	0	0	8 079	9 028	10 609	16 085
B. II. 4.	Závazky ke společníkům	0	0	8 079	9 028	10 609	16 085
B. III.	Krátkodobé závazky	1 660	767	4 950	8 416	12 739	17 317
B. III. 1.	Závazky z obchodních vztahů	384	198	4 298	6 298	8 028	10 425
B. III. 4.	Závazky ke společníkům	46	0	0	0	0	0
B. III. 5.	Závazky k zaměstnancům	590	355	401	340	542	654
B. III. 6.	Závazky ze sociálního zabezp. a zdravot. pojištění	244	122	201	177	272	339
B. III. 7.	Stát- daňové závazky a dotace	392	89	47	81	94	91
B. III. 8.	Krátkodobé přijaté zálohy	0	2	0	7	7	0
B. III. 10.	Dohadné účty pasivní	4	1	3	1	2	2

B. III. 12	Závazky ve skupině	0	0	0	1 512	3 794	5 806
C. I.	Časové rozlišení	5	83	130	161	258	260
C. I. 1.	Výdaje příštích období	5	83	130	161	258	260

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

**Příloha G: Výkaz zisku a ztrát společnosti Textile Washing Company k. s.
v letech 2006-2011**

Ozn.	TEXT	2006	2007	2008	2009	2010	2011
I.	Tržby za prodej zboží	899	658	585	306	192	168
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	436	303	359	183	127	330
+	Obchodní marže	436	355	226	123	65	- 162
II.	Výkony	24 468	16 496	8 808	9 734	14 745	23 562
II. 1.	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	24 468	16 596	8 808	9 734	14 745	23 562
II. 2.	Změna stavu zásob vl. činnosti	100	-100	0	0	0	0
B.	Výkonová spotřeba	11 365	8 685	6 977	8 072	11 244	16 140
B. 1.	Spotřeba materiálu a energie	4 486	2 894	3 015	4 407	6 995	9 740
B. 2.	Služby	6 879	5 791	3 962	3 665	4 249	6 400
+	Přidaná hodnota	13 566	8 166	2 057	1 785	3 566	7 260
C.	Osobní náklady součet	12 352	8 882	6 877	6 697	8 507	12 440
C. 1.	Mzdové náklady	8 843	6 353	4 868	4 860	6 175	8 895
C. 3.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravot. pojištění	3 047	2 167	1 688	1 530	1 979	3 003
C. 4.	Sociální náklady	462	362	321	307	353	542

D.	Daně a poplatky	87	89	50	19	23	37
E.	Odpisy dl. nehmot. a hmot. majetku	247	233	193	1 787	1 582	1 646
III.	Tržby z prodeje dl. majetku a materiálu	317	321	1 416	76	72	123
III. 1.	Tržby z prodeje dl. majetku	315	321	1 306	76	72	123
III. 2.	Tržby z prodeje materiálu	2	0	110	0	0	0
F.	Zůstatková cena prod. dl. majetku a materiálu	64	87	140	67	48	39
F. 1.	Zůstatková cena prodaného dl. majetku	64	87	25	67	48	39
F. 2.	Prodaný materiál	0	0	115	0	0	0
G.	Změna stavu rezerv a oprav. položek	-374	-654	131	64	277	-34
IV.	Ostatní provozní výnosy	72	29	59	37	114	508
H.	Ostatní provozní náklady	389	243	117	157	257	285
*	Provozní výsledek hospodaření	1 190	-364	-3 976	-6 893	-6 942	-6 522
X.	Výnosové úroky	467	142	101	31	87	46
N.	Nákladové úroky	0	0	0	42	123	284
XI.	Ostatní finanční výnosy	89	201	191	311	680	117
O.	Ostatní finanční náklady	679	417	1 309	196	176	917

*	Finanční výsledek hospodaření	-123	-74	-1 017	104	468	-1 038
Q.	Daň z příjmu za běžnou činnost	357	0	0	0	0	0
Q. 1.	- splatná	357	0	0	0	0	0
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost	710	-438	-4 993	-6 789	-6 474	-7 560
T.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům	4	-438	-4 993	-6 789	-6 474	-7560
***	Výsledek hospodaření za účetní období	706	0	0	0	0	0
****	Výsledek hospodaření před zdaněním	1 067	-438	-4 993	-6 789	-6 474	-7 560

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Příloha H: Index Neumaierových IN01 v letech 2006-2011

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Aktiva (v Kč)	17 595 000	11 521 000	23 830 000	28 276 000	34 277 000	44 333 000
Cizí kapitál (v Kč)	2 320 000	767 000	13 029 000	17 444 000	23 348 000	33 402 000
A	7,58	15,02	1,83	1,62	1,47	1,33
EBIT	1 190 000	- 364 000	- 3 976 000	- 6 893 000	- 6 942 000	- 6 522 000
Nákladové úroky	0	0	0	42 000	123 000	284 000
B	x	x	x	- 164,12	- 56,44	- 22,96
EBIT	1 190 000	- 364 000	- 3 976 000	- 6 893 000	- 6 942 000	- 6 522 000
Aktiva v (Kč)	17 595 000	11 521 000	23 830 000	28 276 000	34 277 000	44 333 000
C	0,07	- 0,03	- 0,17	- 0,24	-0,20	- 0,15
Výnosy (v Kč)	26 312 000	17 847 000	11 160 000	10 495 000	15 890 000	24 524 000
Aktiva (v Kč)	17 595 000	11 521 000	23 830 000	28 276 000	34 277 000	44 333 000
D	1,50	1,55	0,47	0,37	0,46	0,55
Oběžná aktiva (v Kč)	15 141 000	9 238 000	10 724 000	16 754 000	23 672 000	33 087 000
Krátkodobé závazky (v Kč)	1 660 000	767 000	4 950 000	8 416 000	12 739 000	17 317 000
E	9,12	12,04	2,17	1,99	1,86	1,91
IN01	2,39	3,24	- 0,12	- 7,05	- 2,60	- 1,03

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

**Příloha I: Kralickův Quicktest společnosti Textile Washing Company k. s.
v letech 2006-2011**

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Vlastní kapitál (v Kč)	15 270 000	10 671 000	10 671 000	10 671 000	10 671 000	10 671 000
Aktiva (v Kč)	17 595 000	11 521 000	23 830 000	28 276 000	34 277 000	44 333 000
Kvóta vlastního kapitálu (v %)	86,79	92,62	44,78	37,74	31,13	24,07
Krátkodobé závazky (v Kč)	1 660 000	767 000	4 950 000	8 416 000	12 739 000	17 317 000
Dlouhodobé závazky (v Kč)	0	0	8 079 000	9 028 000	10 609 000	16 085 000
Cash flow	579 000	-421 000	324 000	1 851 000	1 859 000	1 612 000
Doba splacení dluhu z CF (v letech)	2,87	-1,82	40,21	9,42	12,56	20,72
Cash flow	579 000	-421 000	324 000	1 851 000	1 859 000	1 612 000
Tržby	25 267 000	17 254 000	9 393 000	10 040 000	14 937 000	23 730 000
CF v tržbách (v %)	2,29	-2,44	3,45	18,44	12,45	6,79
VH za účetní období	706 000	0	0	0	0	0
Nákladové úroky	0	0	0	42 000	123 000	284 000
1 - t	0,76	0,76	0,79	0,80	0,81	0,81
Aktiva (v Kč)	17 595 000	11 521 000	23 830 000	28 276 000	34 277 000	44 333 000
Rentabilita aktiv (v %)	4,01	0,00	0,00	0,12	0,29	0,52

Zdroj: Vlastní zpracování podle interních zdrojů společnosti, 2013

Abstrakt

RŮŽIČKOVÁ, K. *Analýza konkurenceschopnosti vybraného podniku*. Bakalářská práce. Plzeň: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, 81 s., 2013

Klíčová slova: konkurenceschopnost, SWOT analýza, finanční analýza, Textile Washing Company k. s.

Cílem bakalářské práce je zhodnocení konkurenceschopnosti společnosti Textile Washing Company k. s. a navržení opatření, která mohou vést ke zvýšení konkurenceschopnosti této společnosti. V teoretické části jsou definovány základní pojmy z oblasti konkurenceschopnosti a jsou uvedené vybrané metody, jak lze konkurenceschopnost měřit. Ve druhé kapitole této práce je popsán postup finanční analýzy v podniku. V praktické části je představen podnik Textile Washing Company k. s., na který je aplikována finanční analýza a SWOT analýza. V závěru této práce je zhodnocena konkurenceschopnost podniku Textile Washing Company k. s. a jsou uvedeny návrhy pro zlepšení konkurenceschopnosti společnosti, které vycházejí ze zpracované finanční a SWOT analýzy.

Abstract

RŮŽIČKOVÁ, K. Bachelor work. *Analysis of competitiveness of the chosen company*. Pilsen: Faculty of Economics, University of West Bohemia in Pilsen, 81 p., 2013

Key words: competitiveness, SWOT analysis, financial analysis,
Textile Washing Company LP

The objective of the bachelor thesis is an evaluation of Textile Washing Company LP competitiveness and a recommendation of measures which can lead to its strengthening. In the theoretical part, fundamental concepts from the field of competitiveness have been defined and some methods, how competitiveness can be measured, have been stated. In the second chapter of the thesis a procedure of a financial analysis in a company has been described. In the practical part Textile Washing Company LP has been introduced and the financial and SWOT analyses have been used on it. In the conclusion of the thesis, the competitiveness of Textile Washing Company LP has been evaluated and some suggestions, which are based on the financial and SWOT analyses, have been indicated.