


# **Analýza ekonomické prosperity a konkurenceschopnosti vybraného podniku**

Martin Konečný

---

Bakalářská práce  
2012

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta logistiky a krizového řízení

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta logistiky a krizového řízení

Ústav logistiky

akademický rok: 2011/2012

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Martin KONEČNÝ**

Osobní číslo: **L09951**

Studijní program: **B 6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Logistika a management**

Téma práce: **Analýza ekonomické prosperity  
a konkurenceschopnost vybraného podniku**

Zásady pro vypracování:

1. **Objasněte podstatu problematiky ekonomické prosperity a konkurenceschopnosti v podmínkách současné ekonomické situace**
2. **Vysvětlete význam finanční analýzy a konkurenční strategie pro úspěšný chod podniku**
3. **Charakterizujte pozici vybraného podniku v daném prostředí, jeho konkurenceschopnost a ekonomické výsledky**
4. **Navrhněte možná opatření ke zlepšení situace v dané oblasti**



*[Signature]*  
doc. Ing. Jaroslav Rašner, CSc.  
ředitel ústavu

*[Signature]*  
prof. Ing. Jindřich Poláček, Ph.D.  
ředitel fakulty

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

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

Seznam odborné literatury:

[1] Holečková, J. Finanční analýza firmy. Praha. ASPI. 2008. 208 s. ISBN 978-80-7357-392-8.

[2] Růčková, P. Finanční analýza. Praha. Grada. 2010. 144 s. ISBN 978-80-247-3308-1.

[3] Higgins, R.C. Analýza pro finanční management. Praha. Grada. 1997. 400 s. ISBN 80-7169-404-5.

[4] Mikoláš, Z. Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku. Praha. Grada. 2005. 200 s. ISBN 80-247-1277-6.

Další odborná literatura dle doporučení vedoucího bakalářské práce.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Mgr. Pavel Zemánek**  
Ústav ekonomie

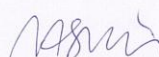
Datum zadání bakalářské práce: **15. prosince 2011**

Termín odevzdání bakalářské práce: **11. května 2012**

V Uherském Hradišti dne 23. února 2012

  
prof. Ing. Josef Polášek, Ph.D.  
*děkan*



  
doc. Ing. Jaroslav Rašner, CSc.  
*ředitel ústavu*

### **Prohlašuji, že**

- beru na vědomí, že odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk bakalářské práce bude uložen v archivu Fakulty logistiky a krizového řízení Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

### **Prohlašuji,**

- že jsem na bakalářské práci pracoval/a samostatně a použitou literaturu jsem citoval/a. V případě publikace výsledků budu uveden/a jako spoluautor/ka;
- že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

V Uherském Hradišti dne .....

podpis studenta/ky

## **ABSTRAKT**

Předmětem bakalářské práce je zpracování problematiky ekonomické prosperity a konkurenceschopnosti vybraného podniku. V teoretické části jsou vymezeny pojmy prosperita, konkurenceschopnost, konkurence, SWOT analýza a finanční analýza. Praktická část je zaměřena na poměrové ukazatele aplikované na podnik Ceha Trading s.r.o. Na základě provedených analýz jsou navržena opatření, které by měly vést ke zlepšení situace podniku.

Klíčová slova: prosperita, konkurence, konkurenceschopnost, SWOT analýza, finanční analýza.

## **ABSTRACT**

The object of this work is to treat the problem of economic prosperity and competitiveness of selected company. In the theoretical part defines the concepts of prosperity, competitiveness, competition, SWOT analysis and financial analysis. The practical part is focused on the ratios applied to business Interreto Trading Ltd. Based on the analyzes are designed to measure, which should lead to an improvement busiku.

Keywords: prosperity, competition, competitiveness, SWOT analysis, financial analysis.

Touto cestou bych chtěl rád poděkovat vedoucímu bakalářské práce prof. Ing. Mgr. Pavlu Zemánkovi za odborné vedení, postřehy a cenné rady při zpracování této bakalářské práce. Dále bych chtěl poděkovat Ing. Ivovi Červinkovi za poskytnuté informace, ochotu a vstřícnost při zpracování této bakalářské práce.

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>10</b>
<b>1 PROSPERITA</b> .....	<b>11</b>
1.1 ČINITELE OVLIVŇUJÍCÍ PROSPERITU .....	11
Kultura	13
Strategie.....	13
<b>2 KONKURENCE</b> .....	<b>14</b>
2.1 KONKURENCESCHOPNOST .....	14
2.2 POSTUPY K MĚŘENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI.....	15
2.3 KONKURENČNÍ STRATEGIE .....	16
2.3.1 Tržní orientace.....	16
2.3.2 Minimální náklady .....	17
2.3.3 Diferenciace podniku .....	17
2.4 PORTEROVA TEORIE KONKURENČNÍCH SIL.....	18
<b>3 SWOT ANALÝZA</b> .....	<b>19</b>
<b>4 FINANČNÍ ANALÝZA</b> .....	<b>22</b>
4.1 ZDROJE FINANČNÍ ANALÝZY .....	23
4.1.1 ROZVAHA .....	23
4.1.2 VÝKAZ ZISKŮ A ZTRÁT.....	24
4.1.3 VÝKAZ CASH FLOW .....	24
4.2 ANALÝZA POMĚROVÝCH UKAZATELŮ .....	24
4.2.1 Ukazatele rentability.....	25
Rentabilita celkových aktiv.....	25
Rentabilita vlastního kapitálu .....	25
Ukazatel rentability tržeb .....	26
Rentabilita dlouhodobě investovaného kapitálu .....	26
4.2.2 Ukazatel likvidity .....	26
Běžná likvidita .....	26
Pohotová likvidita .....	27
Okamžitá likvidita.....	27
4.2.3 Ukazatele aktivity.....	27
Obrat celkových aktiv .....	27
Obrat stálých aktiv .....	28
Obrat zásob .....	28
Doba obratu zásob .....	28
Doba obratu pohledávek .....	28
Doba obratu závazků .....	28
4.2.4 Ukazatele zadluženosti.....	29
Celková zadluženost .....	29
Koeficient zadluženosti.....	29
Úrokové krytí .....	30

	Dlouhodobá zadluženost.....	30
	Běžná zadluženost.....	30
	Dlouhodobé krytí stálých aktiv .....	30
<b>II</b>	<b>PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>32</b>
<b>5</b>	<b>PROFIL SPOLEČNOSTI .....</b>	<b>33</b>
5.1	ZÁKLADNÍ ÚDAJE .....	33
<b>6</b>	<b>PORTEROVA ANALÝZA KONKURENČNÍCH SIL .....</b>	<b>34</b>
<b>7</b>	<b>SWOT ANALÝZA .....</b>	<b>35</b>
7.1	SILNÉ STRÁNKY .....	35
7.2	SLABÉ STRÁNKY .....	35
7.3	PŘÍLEŽITOSTI .....	35
7.4	HROZBY .....	36
<b>8</b>	<b>ANALÝZA POMĚROVÝCH UKAZATELŮ .....</b>	<b>37</b>
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>47</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>48</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK .....</b>	<b>50</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ A GRAFŮ .....</b>	<b>51</b>
	<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>52</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>53</b>



## ÚVOD

Téma, které jsem si vybral pro zpracování své bakalářské práce je zaměřeno na 2 okruhy. První je analýza ekonomické prosperity, na kterou dále navazuje konkurenceschopnost. Oba tyto pojmy jsou pro podnik velice důležité a bez nich by podnik nemohl vůbec fungovat.

Finanční analýza je neodlučitelnou součástí finančního řízení podniku. Slouží pro zhodnocení finanční situace firmy.

Bakalářská práce je rozdělena na dvě části. V teoretické části jsou vymezeny pojmy prosperita, konkurence, konkurenceschopnost. Dále jsem se zaměřil na SWOT analýzu a finanční analýzu, pomocí níž se hodnotí ekonomická prosperita podniku.

V praktické části je představena společnost CEHA Trading s.r.o. včetně jejího vzniku a podnikatelského zaměření. Další kapitoly jsou zaměřeny na zjištění finanční situace a konkurenceschopnosti podniku.

Kromě samotného podniku využívá finanční analýzu také stát a jeho orgány, krátkodobí a dlouhodobí věřitelé, investoři a manažeři. Hlavním úkolem finanční analýzy je souhrnné posouzení nynější finanční a ekonomické situace společnosti a jistý výhled do budoucna za pomoci specifických metod a postupů.

Zaměřil jsem se především na analýzu poměrových ukazatelů. Tato analýza je pro podnik levnou a hlavně rychlou variantou pro zhodnocení jejich finanční situace. Pomocí výsledků této analýzy se management firmy rozhodne, které oblasti jsou rizikové a budou potřebovat další rozbor.

Hlavním cílem mé bakalářské práce je aplikovat vybrané metody na konkrétní podnik a provést její finanční analýzu. Pomocí výsledků pak určit problematické oblasti a navrhnout vhodná opatření pro zlepšení situace podniku.

## I. TEORETICKÁ ČÁST

## 1 PROSPERITA

Slovo prosperita, neboli výkonnost se v našem životě vyskytuje poměrně často. Jedná se o souvislosti týkajících se záležitostí sportovních, profesních či každodenních. Například to může být ekonomická výkonnost státu či podniku, výkonnost basketbalisty, ale také technická výkonnost stroje, nebo zařízení. Každý z těchto uvedených příkladů má společný cíl, a to ten, dosáhnout co nejvyšší výkonnosti. [14]

Pro porovnávání či hodnocení prosperity musí být jasně stanoveny určité normy, nebo předem určená stanoviska, se kterými je daná výkonnost následně porovnávána. Jak už z úvodu vyplývá, existuje mnoho druhů a forem výkonnosti. Tato práce se zaměřuje na výkonnost ekonomickou, konkrétně ekonomickou výkonnost podniku. [14]

Prosperita není stavová veličina, nelze ji měřit a dost dobře určit k pevně stanovenému datu. Tento fakt úzce souvisí se samotnou strategií a cílem podniku, které jsou, jak praví teorie podnikového hospodářství, plánovány dlouhodobě s vyhlídkou do budoucnosti. Díky těmto faktorům je výkonnost často hodnocena. Cíle podniku, či jeho strategie, jsou také jedněmi z faktorů, které mají na prosperitu podniku značný vliv. [13]

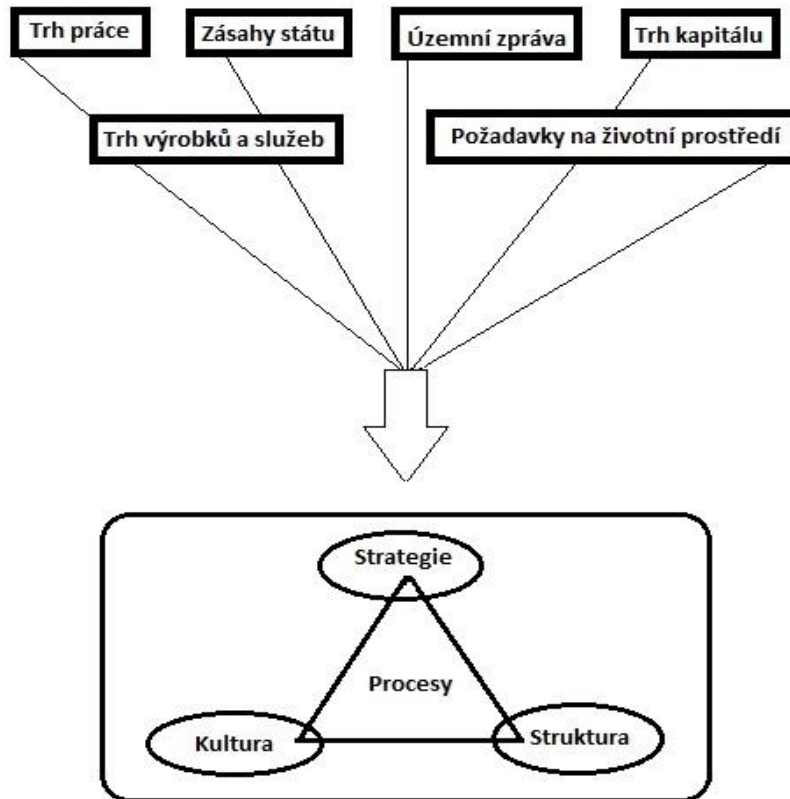
### 1.1 Činitelé ovlivňující prosperitu

Úkolem managementu je snaha o objevení faktorů, které by přispívaly organizaci k prosperitě, k dokonalosti a k úspěšnosti.

Na úspěšnost manažerských aktivit mají vliv faktory vnější i vnitřní. Na vnější faktory by měla organizace trvale dohlížet a kontrolovat je s možností přizpůsobit jejich vliv na vnitřní faktory, nebo vnější faktory nějakým způsobem aktivně ovlivnit.

Mezi vnitřní činitelé, které ovlivňují prosperitu společnosti patří struktura, kultura a strategie.

Vnitřní a vnější faktory znázorňuje následující obrázek.



Obr. 1. Vnitřní a vnější faktory prosperity [13]

## Struktura

Udává způsob složení vnitřního uspořádání nějakého objektu.

Dělí se na dvě oblasti:

- organizační strukturu,
- vzájemnou provázanost zdrojů.

Organizační struktura - je uspořádání jednotlivých stupňů organizace.

Vzájemná provázanost zdrojů - slouží k úspěšnému plnění organizační funkce.

## **Kultura**

Pro podnik je především velmi žádoucí, aby měl hmotnou hodnotu, ale úroveň podnikové kultury je také velmi důležitá. Jde především o personální vztahy v podniku a zároveň také o vztahy mezi podnikem a jeho konečnými zákazníky. Pracovní podmínky by měly být vytvářeny tak, aby i zaměstnanci na nejnižším stupni hierarchie měli s podnikem pocit důležitosti a věrnosti. Na vytvoření takového prostředí a vazeb potřebujeme spoustu času i úsilí, které se v konečném důsledku podniku mohou výrazně vyplatit. [13]

## **Strategie**

Má velmi významný dopad na chod celého podniku. Určuje dlouhodobý plán činností zaměřených na dosažení určitých cílů podniku. Udává základní směr, jímž by měla organizace postupovat. Formování strategie se opírá o poznávání trhu (tržní strategie) a postupů založených na reálných možnostech podniku (zdrojová strategie). Základ strategie se týká těchto bodů:

- stanovení výrobního portfolia,
- majetková a vlastnická struktura,
- působení na zahraničním trhu,
- inovace technologií výrobních postupů. [13]

## 2 KONKURENCE

Konkurence spadá již do dob začátku existence celého lidstva. Pod konkurencí si můžeme představit nějaké rivalství či soupeření, které může existovat jak mezi jednotlivými subjekty, tak velkými podniky nebo i státy.

Podle obchodního zákoníku je pojem konkurence chápán jako souběžná snaha subjektů na trhu určitého druhu zboží nebo služeb, jejichž cílem je dosažení specifických výhod před ostatními v oblasti hospodářských výsledků, jež vzájemně ovlivňuje jejich hospodářskou činnost. [15]

Konkurence představuje vztah dvou a více subjektů (konkurentů).

Konkurenti jsou samostatné subjekty v rámci konkurenčního prostředí, jejichž cílem je získat náskok, či vliv proti ostatním konkurentům. Konkurent musí splňovat alespoň tyto dva předpoklady:

- musí chtít vstoupit do konkurence,
- potenciál konkurenceschopnosti. [2]

### 2.1 Konkurenceschopnost

Pojem konkurenceschopnost stejně jako konkurence nemá jasně danou definici. Dle slovníku cizích slov definujeme konkurenceschopnost, jako schopnost prosadit se v určitém oboru v porovnání s ostatními. [26]

Blažek definuje konkurenceschopnost podniku jako potenciál, vlastnost, která umožňuje prosadit se v soutěži s jinými podniky. Je to chápáno jako rozdíl toho co existuje a stavu, který může, nebo musí v určitém případě nastat. [2]

Když chce podnik dosáhnout konkurenceschopnosti nestačí mu aby pracoval jako ostatní a dosahoval úplně stejných výsledků jako oni. Firma se musí snažit objevit to, jak vyniknout nad ostatními. Uspět může jen tehdy, pokud si vytvoří a hlavně využije svých předností. Určitá přednost podniku je vlastnost podniku, kterou se firma liší od ostatních konkurenčních firem. Díky této přednosti by měla firma dlouhodobě dosahovat nadprůměrných výsledků v dané oblasti a udržovat tak jeho konkurenceschopnost. Jen tehdy lze dosáhnout nadprůměrných výsledků, které jsou pro firmu velmi žádoucí. [3]

## 2.2 Postupy k měření konkurenceschopnosti

V podstatě jsou dva postupy k měření konkurenceschopnosti a prosperity podniku:

### 1. Kvantitativní postup

Tento přístup stojí především na finanční analýze. Teorie podnikového hospodaření se opírá převážně o tzv. tvrdá data, což jsou finanční ukazatele, nebo jiné přesně měřitelné a vyjádřitelné údaje ekonomického charakteru. Tyto výsledky získáme ze systematického mnohočetného měření a jsou v podobě číselných ukazatelů. Výsledky jsou statisticky doložitelné a umožňují tak objektivní vnitro i mezipodnikové srovnání. Jedinou stinnou stránkou těchto metod je, že ukazují spíše důsledek a ne příčiny, což znamená spíše hospodářskou úspěšnost než-li nejdůležitější faktory, které ji ovlivňují. [2]

### 2. Kvalitativní přístup

Převážně se snaží najít hlavní faktory a příčiny, které ovlivňují konkurenceschopnost podniku. Zaobírá se tzv. měkkými daty, což jsou informace, které jsou těžce měřitelné, rozpoznatelné a nejdou uchopit. Podnikový management dává přednost spíše těmto měkkým datům. Vychází z toho, že hlavním faktorem pro úspěšnost hospodářského podniku jsou především lidé se svojí kreativitou a kvalifikací, vzájemné vztahy lidí v podniku a jejich vztahy vůči zákazníkům. [2]

## 2.3 Konkurenční strategie

Každý podnik by si měl určit svou konkurenční strategii, než se pustí do boje s konkurencí. Strategie musí vycházet z dlouhodobé činnosti podniku, jejímž smyslem je účelně a hlavně promyšleně rozdělit zdroje podniku tak, aby se naplnily dva základní cíle, dosažení výhody v konkurenčním boji a spokojenost zákazníků. Jestli se firma nenachází v některém ze dvou extrémních konkurenčních prostředí, což jsou podmínky čisté konkurence, kde musí následovat strategii svých konkurentů, nebo v podmínkách čistého monopolu, kde disponuje naopak neomezeným vlivem, musí počítat s pravděpodobnou reakcí ostatních konkurentů. K nejrozšířenějším konkurenčním strategiím patří: strategie tržní orientace, strategie minimálních nákladů a diferenciacie produktu.

K soupeření s konkurencí slouží nespočet metod např. uvedení produktu na trh, cenová metoda, reklamní kampaně, vylepšený servis zákazníkovi nebo záruky. Když jeden nebo více konkurentů cítí tlak od jiného subjektu v odvětví, nebo vidí příležitost ke zlepšení vlastní pozice, dochází k soupeření. Vyvolané konkurenční kroky jedné firmy mají viditelný efekt na soupeřící podniky a tím mohou vyvolat odvetu nebo snahu o určitou kompenzaci. Některé druhy soupeření např. cenová konkurence, jsou velmi nejisté, protože mohou narušit strukturu odvětví a tím snižují ziskovost celého odvětví. [3]

### 2.3.1 Tržní orientace

Touto strategií se vyznačují firmy, které svým způsobem provedení řeší potřeby určitého segmentu trhu. Trh se nejčastěji dělí na demografické hledisko a frekvenci užívání daného zboží spotřebitelem. Příčina koncentrace či specializace firmy na určitou část trhu bývá především způsobena nevýhodným, či nemožným působením na trh jako na celek. Tato strategie se úplně liší od ostatních, protože spočívá v úzkém výběru konkurence v daném odvětví. Podnik si zvolí pouze skupinu či segment v tomto odvětví a podřídí jim svou celkovou činnost.



### 2.3.2 Minimální náklady

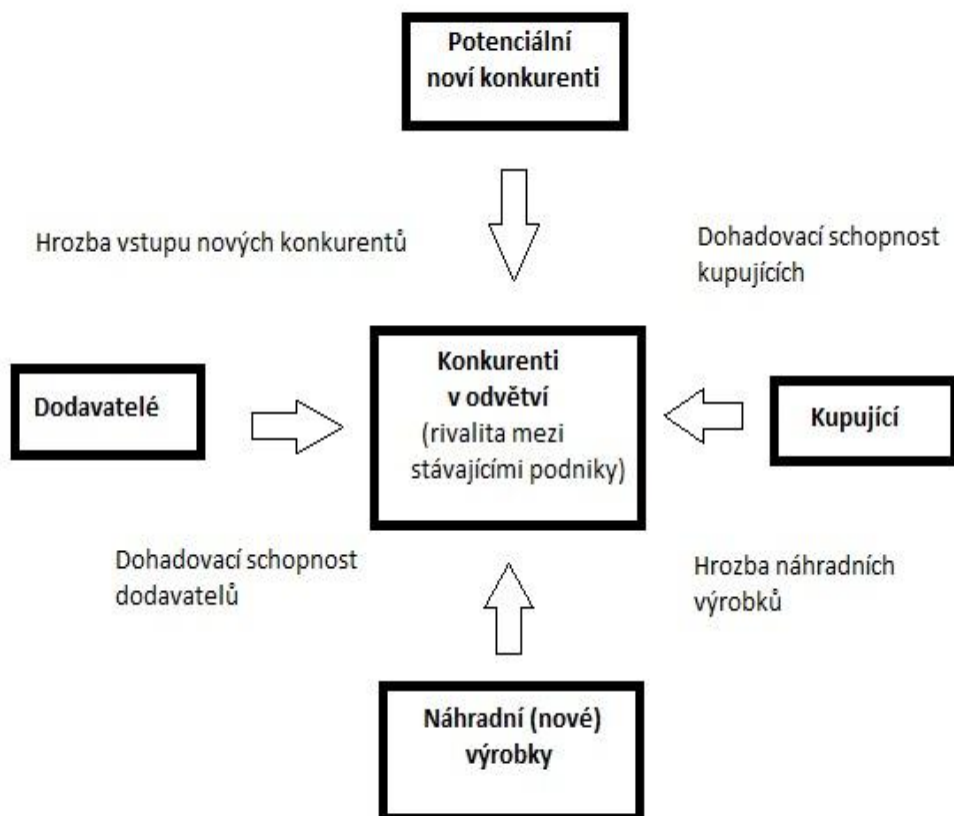
Všechny firmy mají snahu o minimalizaci nákladů, ale pouze některé z nich staví toto kritérium na první místo. Pouze tehdy, jsou-li základním cílem firmy minimální náklady, jedná se o tuto strategii. Smyslem je zabezpečit co možná nejvyšší ziskovost při velkém objemu tržeb a nízkém zisku u prodané jednotky. Tyto prostředky jsou v zápětí investovány zpět do efektivnějšího zařízení a vyspělejších technologií. Díky nízkým nákladům má podnik velký rozsah činnosti a působí i v podobných odvětvích. Výhody z nízkých nákladů mohou být různé a záleží na struktuře daného odvětví. Proto můžeme konstatovat, že diferenciací produktu a strategie minimálních nákladů se navzájem eliminují. [40]

### 2.3.3 Diferenciace podniku

Tato strategie spočívá v diferencování, tedy odlišení služeb nebo produktů, kterými podnik disponuje. Prvním z těchto způsobů je jedinečnost zboží, které má skvělou kvalitu nebo ojedinělé funkční vlastnosti. Dalším způsobem je nabízet k produktu doplňkové služby, kterými konkurence nedisponuje, což může být třeba odvoz zboží zákazníkovi až do domu, prodloužená otevírací doba nebo možnost telefonické, emailové či faxové objednávky dle katalogu. Další možnosti, jak odlišit svůj produkt od ostatních mohou být i psychologické metody například působení reklamy, praktickým i efektivním řešením obalu výrobku nebo i vyšší cenou. Každý podnik si může zvolit jinou diferenciaci např. image značky, design, zákaznický servis, technologie výroby, prodejní síť apod. [50]

## 2.4 Porterova teorie konkurenčních sil

Hlavním úkolem při formulování strategie je uvést podnik do vztahu k jeho prostředí. Pro prostředí je velmi důležité a široké a obsahuje jak sociální, tak i ekonomické vlivy a je významným aspektem pro firmu kde působí. Struktura určitého odvětví má podstatný vliv na určení konkurenčních pravidel hry, úplně stejně jako na stanovení strategie. Vnější vlivy mimo odvětví obvykle působí na všechny firmy v odvětví a závažná je rozdílná schopnost jednotlivých firem vypořádat se s nimi. Stupeň konkurence v daném odvětví závisí na pěti základních konkurenčních silách, jejichž působení udává potenciál k dosažení konečného zisku v odvětví. Tato teorie vysvětluje konkurenční chování prostřednictvím vývojové situace na trhu. [60]



Obr. 2. Schéma Porterova modelu konkurenčních sil

### 3 SWOT ANALÝZA

Analýza SWOT úzce souvisí s Porterovým modelem konkurenčních sil, jehož cílem je také tvorba správné podnikové strategie. Daná strategie by měla vylepšit nebo zachovat stávající konkurenční pozici společnosti vůči rivalům z daného odvětví. Analýza SWOT je souhrn analýz vnitřního a vnějšího prostředí podniku. Skládá se ze čtyř základních složek, které následně vytvoří celkovou matici:

- S - silné stránky podniku (Strengths),
- W - slabé stránky podniku (Weaknesses),
- O - příležitosti okolí (Opportunities),
- T - hrozby okolí (Threats).

Můžeme si všimnout, že tato metoda je nazvána podle počátečních písmen těchto anglických slov. Silné a slabé stránky jsou vnitřní charakteristiky podniku a ty může podnik svou činností ovlivnit. Příležitosti a hrozby jsou naopak vnější faktory, kterých podnik může využít ve svůj prospěch, nebo se jich může vyvarovat. Jednotlivé faktory má každý podnik jiné v závislosti na tom, do jakého odvětví patří a v jakém stádiu životního cyklu se právě nachází. (13)

#### **Silné a slabé stránky podniku**

Tyto kritéria nezahrnují všechny charakteristické rysy podniku, ale jen ty, které mají spojitost ke kritickým faktorům úspěchu.

Silné a slabé stránky jsou hledány a následně analyzovány v těchto oblastech:

- výzkum a vývoj,
- finanční síla podniku,
- úroveň managementu,
- výrobní politika,
- organizace společnosti,
- image podniku či výrobku,
- napojení na infrastrukturu. [6]

### **Příležitosti a hrozby budoucího okolí**

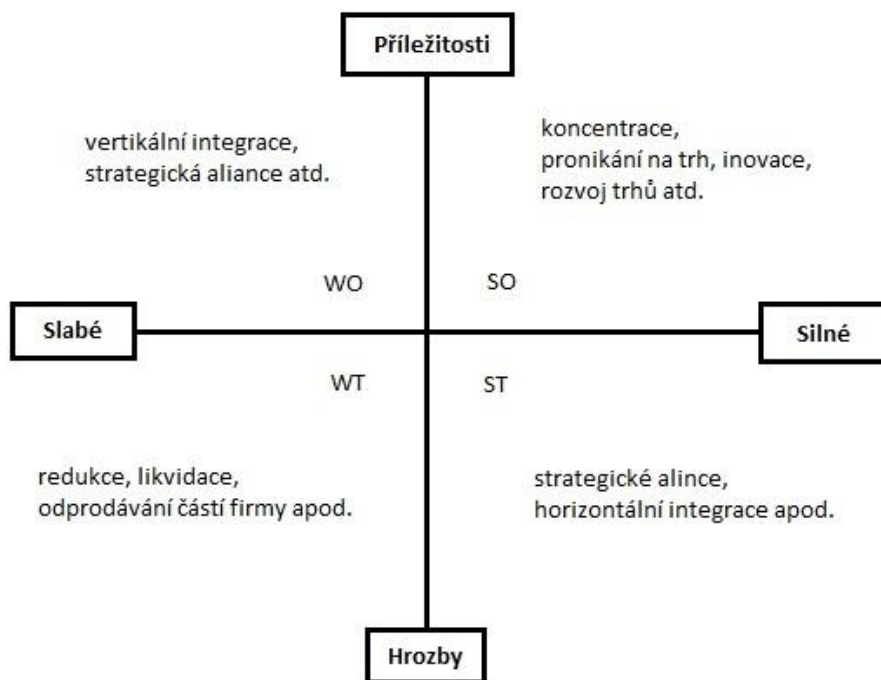
Vedení podniku by mělo rozeznat hlavní příležitosti a hrozby kterým společnost čelí. Důvodem analýzy je donutit manažera předvídat důležité aspekty, které mohou mít určitý dopad na firmu. Příležitosti napomáhají neutralizovat blížící se hrozby.

Proto se spíše zabývá hrozbami, které jsou odvozeny od Porterových pěti konkurenčních sil:

- státní regulace,
- vysoká odlišnost v odvětví,
- vysoký počet konkurujících si firem,
- know-how používané v odvětví,
- hrozba podobných výrobků,
- pomalý růst odvětví,
- hrozba vstupu nového konkurenta.

Na základě vnitřních a vnějších stránek a charakteru odvětví lze pro organizaci popřípadě pro její složky zvolit různé typy strategií, které vychází ze čtyř přístupů:

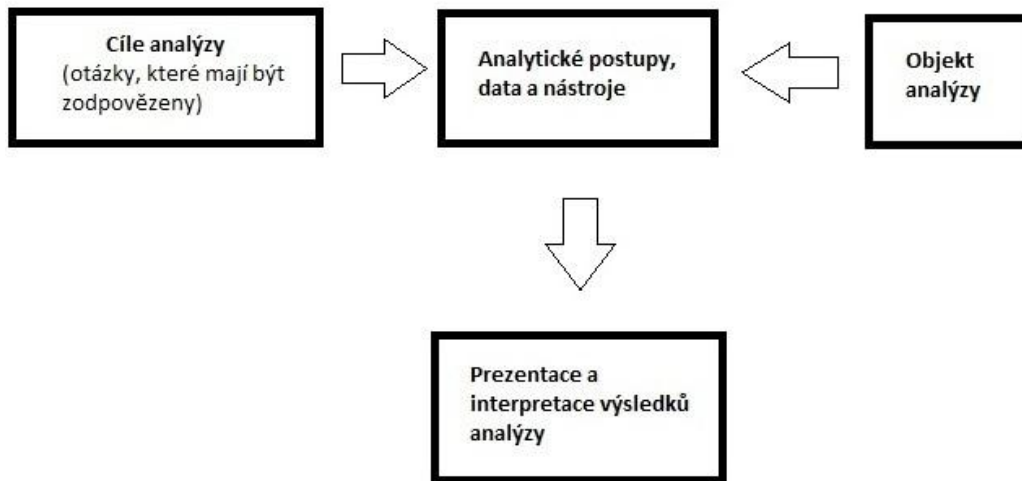
- přístup WO - snaží se minimalizovat slabé stránky za pomoci příležitostí z okolí,
- přístup SO - využívá silných stránek a velkých příležitostí, které vyplývají z okolí,
- přístup WT - řeší nepříznivý stav i za cenu likvidace společnosti,
- přístup ST - využívá silných stránek pro minimalizování hrozeb. [7, 73]



Obr. 3. Využití analýzy swot při koncipování strategií [83]

## 4 FINANČNÍ ANALÝZA

Při výběru nástrojů analýzy a analytických postupů jsou hlavní determinantou cíle analýzy a charakter analyzovaného objektu - viz obrázek.



Obr. 4. Schéma finanční analýzy [3]

V dnešní době je finanční analýza jedním z nejvýznamnějších nástrojů finančního řízení, který hodnotí jak minulý, tak i současný vývoj hospodaření podniku z různých pohledů a tím nám dává podklady pro budoucí rozhodování. Neodlučitelně patří k finančnímu řízení, protože udává zpětné informace o tom, čeho podnik v určitých oblastech dosáhnul, v čem se mu jeho prognózy podařilo naplnit a kde došlo k situaci, kterou podnik neočekával, nebo které chtěl předejít. Velkým omylem by bylo myslet si, že co se už stalo, nejde nijak ovlivnit. A proto je velmi důležité zabývat se propočty z minulých let. Výsledky analýzy pak mohou poskytnout cenné informace nejen pro vlastní potřeby podniku, ale i subjekty, které nejsou přímo jeho součástí. Mohou to být nejen investoři podniku, ale i manažeři, státní i zahraniční instituce, zaměstnanci, auditoři, burzovní makléři, obchodní partneři, konkurenti i odborná veřejnost. [9]

Cílem finanční analýzy je:

- Analýza dosavadního vývoje podniku,
- posouzení vnitřního a vnějšího vlivu prostředí podniku,
- analýza vztahů mezi ukazateli,
- komparace výsledků analýzy v prostoru,
- analýza variant budoucího vývoje a výběr nejvhodnější varianty,
- interpretace výsledků včetně návrhů ve finančním plánování a řízení podniku,
- poskytnutí informací pro rozhodování do budoucnosti.

Hlavním cílem finanční analýzy je zjistit finanční zdraví podniku, stanovit jeho silné stránky, kterých by mohl v budoucnu využít ve svůj prospěch a naopak určit slabé stránky, které by mohly v budoucnu podniku značně uškodit. [12]

## 4.1 ZDROJE FINANČNÍ ANALÝZY

Nejčastěji zdrojem informací finanční analýzu bývají data z účetních výkazů, která ve finančním účetnictví zahrnují rozvahu, výkaz zisku a ztrát, přílohy a výroční zprávy. S účetními výkazy pracuje mnoho uživatelů, proto můžeme výkazy rozdělit do dvou částí, na podnikové a finanční. Firma je povinná zveřejňovat účetní finanční výkazy jednou do roka a tyto informace jsou veřejně dostupné komukoliv. U vnitropodnikových účetních výkazů vycházejí z potřeb každé firmy. Podniky se snaží tyto výkazy sestavovat častěji a podrobněji, aby předešly velkým rozdílům v jejich představách od reality. [8]

### 4.1.1 ROZVAHA

Rozvaha udává základní informace o zjištění majetkového vlastnictví podniku. Tvoří informace pro zjištění finančních zdrojů, ze kterých byl majetek pořízen a jak si firma vede z pohledu finanční situace. Všechny údaje jdou dohledat za běžný rok a rok předešlý ke srovnání. Rozvahu tvoří aktiva a pasiva podniku, která jsou nejčastěji ve dvou sloupcích, kde potom aktiva jsou na straně levé a pasiva na pravé. Aktiva i pasiva se musí

na konci rovnat nule. Do položky aktiva podniku patří jeho majetek a řadí se sem dlouhodobý majetek, pohledávky, oběžný majetek a peněžní prostředky. V rozvaze jsou seřazeny od nejméně likvidních (dlouhodobý majetek, fixní aktiva) po nejvíce likvidní (krátkodobý majetek). Pasiva jsou vlastně finanční zdroje, ze kterých se majetek pořizuje a financuje. Do pasiv patří vlastní kapitál (základní kapitál), cizí kapitál (dluh společnosti) a ostatní pasiva. [8]

#### 4.1.2 VÝKAZ ZISKŮ A ZTRÁT

Hlavní úlohou výkazu zisku a ztrát je poskytování informací o výsledcích firmy a o prosperitě jeho činnosti. Vypovídá o spojitosti mezi výnosy firmy a náklady na jejich pořízení v určitém období. Znázorňuje způsobilost podniku zhodnotit jeho vložený kapitál. [6]

#### 4.1.3 VÝKAZ CASH FLOW

Tento přehled o peněžních tocích porovnává bilanci mezi zdroji příjmů a výdaji za předešlý rok. Díky tomu můžeme zjistit, jak podnik získal svůj kapitál a zároveň k čemu byl tento kapitál využit. [5]

### 4.2 Analýza poměrových ukazatelů

Prvotní údaje pro analýzu poměrových ukazatelů tvoří údaje z účetních výkazů (rozvahy a výkazu zisků a ztrát). Údaje z rozvahy udávají okamžitý stav a naopak údaje z výkazu zisků a ztrát charakterizují výsledky činnosti za určité období. Díky těmto ukazatelům můžeme rychle a nenákladně zjistit základní finanční situaci podniku. Dává se do poměru jedna nebo více položek s jinou zvolenou položkou. Poměrových ukazatelů je celá řada a proto je velice důležité zvolit jen ty ukazatele, které souvisí s daným problémem a je mezi nimi určitá souvislost. [5]

Mezi poměrové ukazatele patří:

- ukazatel rentability,
- ukazatel likvidity,
- ukazatel aktivity,
- ukazatel zadluženosti.



### 4.2.1 Ukazatele rentability

Ukazatele rentability (výnosnosti) vlastního kapitálu měří čistý výsledek podnikového snažení. Patří mezi nejsledovanější ukazatele ziskovosti společnosti a proto je velmi sledován vlastníky i akcionáři daného podniku. Tyto ukazatele pouze informují o schopnosti podniku zhodnotit vložené prostředky i samozřejmě tvořit hodnotu. [7]

Jde především o tyto ukazatele:

- ROA – rentabilita celkových aktiv (Return on Assets),
- ROE – rentabilita vlastního kapitálu (Return on Equity),
- ROS – rentabilita tržeb (Return on Sales),
- ROCE – rentabilita dlouhodobě investovaného kapitálu (Return on Capital Employed).

#### Rentabilita celkových aktiv

Poměřuje zisk (před úhradou úroků a daní) s celkovými aktivy, které byly do podnikání investovány a to bez ohledu na zdroje jejich financování. Použijeme-li v čitateli EBIT (zisk před zdaněním a nákladovými úroky), pomocí ukazatele změříme hrubou produkční sílu aktiv firmy před odpočtem daní a nákladových úroků. Propočtem používáme při porovnání podniků s odlišnými daňovými podmínkami a s rozdílným podílem dluhu ve finančních zdrojích. [11]

$$\text{ROA} = \frac{\text{zisk} + \text{úroky}}{\text{aktiva}}$$

Když dosadíme do čitatele čistý zisk navýšený o zdaněné úroky, propočtem potom měříme vložené prostředky se ziskem a s úroky, které jdou věřitelům za půjčený kapitál. [11]

#### Rentabilita vlastního kapitálu

Ukazatel rentability vlastního kapitálu je důležitým měřítkem pro společníky, akcionáře, a jiné investory k porovnání výnosnosti vloženého kapitálu s jejich investičním rizikem. Tento ukazatel by měl být ve výsledku vyšší, než je úroková míra bezrizikových cenných papírů. Rozdílem těchto dvou ukazatelů rentability vlastního kapitálu a úrokové míry bezrizikových cenných papírů potom zjistíme rizikovou prémii pro vlastníky. [4]

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

### Ukazatel rentability tržeb

Rentabilita tržeb se určuje z poměru mezi ziskem a tržbami. Ve jmenovateli se nachází tržby, které tvoří hodnotu podnikových výkonů za určité období. Do rovnice můžeme dosadit jak čistý zisk po zdanění, tak i zisk před zdaněním. Ten se používá k cenové kalkulaci, když přichází v úvahu zisková přírážka zahrnující zdroje na úhradu daně z příjmu. [12]

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

### Rentabilita dlouhodobě investovaného kapitálu

Rentabilita dlouhodobě investovaného kapitálu posuzuje výnosnost. V čitateli je pouze zahrnut úrok placený z dlouhodobých dluhů.

$$\text{ROCE} = \frac{\text{čistý zisk} + \text{úroky}}{\text{dlouhodobé závazky} + \text{vlastní kapitál}}$$

#### 4.2.2 Ukazatel likvidity

Likvidita také ukazuje schopnost podniku splatit své závazky v blízké budoucnosti. Ukazatele likvidity měří schopnost splatit své závazky. Jde o všechny likvidní prostředky podniku, kterými firma může splácet své závazky v době splatnosti. Rozumí se tím platební schopnost, solvence, likvidnost, finanční pohotovost nebo snadnou a rychlou možnost zpeněžení. Čím vyšší je hodnota ukazatele, o to více likvidními prostředky podnik disponuje. Z tohoto hlediska jsou peníze nejlikvidnější majetek a budovy naopak nejméně likvidním. [3]

#### Běžná likvidita

Běžná, neboli celková likvidita měří krytí krátkodobých závazků oběžnými aktivy. Tento ukazatel měří platební schopnost podniku z krátkodobého hlediska, převážně se počítá měsíčně. Do čitatele se uvádí všechny oběžné aktiva, ve jmenovateli veškeré peněžní závazky splatné do jednoho roku (závazky k zaměstnancům, závazky z obchodních styků, splatné směnky, splatné daně, krátkodobé úvěry atd.). Kvalita tohoto ukazatele je závislá na stavu zásob a složení oběžných aktiv. Díky své jednoduchosti v praxi je tento ukazatel velice rozšířený. Pohybuje se v intervalu 1,5 - 2,5. Ukazatel je měřítkem budoucí solventnosti podniku, čím je jeho hodnota vyšší, tím je menší riziko platební neschopnosti. [12]

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

### **Pohotová likvidita**

Při výpočtu rychlé likvidity musíme odečíst zásoby z oběžných aktiv, protože jsou nejméně likvidní. Zásoby jsou méně likvidní než jiná oběžná aktiva a jejich následný prodej bývá většinou ztrátový, pokud tedy ohrozí budoucí výrobu, mohou vést až k bankrotu celé firmy. Optimální hodnota ukazatele, pro zachování likvidity, se pohybuje v rozmezí od 1 do 1,5.

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

### **Okamžitá likvidita**

Ukazatel zjišťuje, jestli je podnik schopný hradit právě splatné závazky. V čitateli je kapitál na běžných účtech a v hotovosti ještě volně obchodovatelné krátkodobé cenné papíry, splatné dluhy, směnečné dluhy a šeky. Zde je likvidity dosaženo při minimální hodnotě 0,2.

$$\text{okamžitá likvidita} = \frac{\text{peněžní prostředky} + \text{ekvivalenty}}{\text{okamžitě splatné závazky}}$$

### **4.2.3 Ukazatele aktivity**

Ukazatele aktivity měří, jak efektivně podnik hospodaří se svými aktivy. Má-li podnik více aktivity než je třeba, vznikají mu nadbytečné náklady a tím se sníží výše jeho zisku. A naopak jestli jich má nedostatek, může přijít o možné tržby. Ukazatelé aktivity měří dobu obratu nebo počet obratu. Díky tomuto ukazateli můžeme zjistit, kolikrát se za určitou dobu obrátí stanovený druh majetku v tržby. Udávají dobu, po kterou je majetek v určité formě vázán v podniku. [5]

### **Obrat celkových aktiv**

Obrat celkových aktiv udává, kolikrát se aktiva obrátí během jednoho roku. [12]

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

### Obrat stálých aktiv

Tento ukazatel hraje důležitou roli při rozhodování o tom, zda pořídit další produkční dlouhodobý majetek. [12]

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

### Obrat zásob

Obrat zásob měří, kolikrát se během roku prodají všechny položky zásob podniku a znovu uskladní.

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

### Doba obratu zásob

Ukazatel udává, jak dlouho jsou oběžná aktiva vázána ve formě zásob. Čím je obratovost zásob vyšší a kratší doba obratu zásob, tím je lepší situace pro podnik.

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

### Doba obratu pohledávek

Ukazatel obratu pohledávek měří dobu, která v průměru uplyne mezi prodejem na obchodní úvěr a přijetím platby. [11]

$$\text{doba obratu pohledávek} = \frac{\text{pohledávky z obchodního styku}}{\text{denní tržby na fakturu}}$$

### Doba obratu závazků

Obecně lze konstatovat, že měří dobu, kterou firma odkládá při platbě faktur svým dodavatelům. Většinou se firmy snaží o prodloužení této doby, aby nebyla narušena finanční rovnováha. [11]

$$\text{doba obratu závazků} = \frac{\text{závazky z obchodního styku}}{\text{denní tržby na fakturu}}$$

#### 4.2.4 Ukazatele zadluženosti

Vypovídá o tom, jak moc podnik využívá financování cizími zdroji. Vyjadřuje mezi vlastními a cizími zdroji při financování. Nárůst zadluženosti nemusí mít negativní vliv na celkovou rentabilitu kapitálu a tržní hodnotu podniku, ale zvyšuje se tím riziko finanční nestability.

Důvody proč využívat cizího kapitálu jsou :

- Cizí kapitál je zpravidla levnější než vlastní kapitál,
- podnik nedisponuje dostatečně velkým vlastním kapitálem,
- poskytovateli cizího kapitálu nevznikají žádná práva v řízení podniku,
- podnik v průběhu činnosti nedisponuje potřebným kapitálem.

Důvody proti většímu využívání cizích zdrojů:

- Vysoký podíl cizího kapitálu omezuje jednání managementu,
- každý další dluh je dražší a obtížnější ho získat,

cizí kapitál zvyšuje zadluženost podniku a snižuje finanční stabilitu. [12, 13]

#### **Celková zadluženost**

Ukazatel celkové zadluženosti měří procentuální poměr finančních prostředků, jenž věřitelé poskytli podniku. Vypovídá, jakou měrou podnik využívá ke svému financování dluhy. Je-li hodnota ukazatele zadluženosti vysoká, vzniká pro věřitele podniku vyšší riziko ztrát a pro podnik bude obtížné získat dodatečné cizí zdroje. [12]

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

#### **Koeficient zadluženosti**

Koeficient zadluženosti nabývá s mírou dluhů ve finanční struktuře podniku, až do nekonečna. Využívá se i převrácená hodnota tohoto ukazatele, která bývá označována jako míra finanční samostatnosti podniku. [11]

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

### Koeficient samofinancování

Používá se pro hodnocení finanční stability podniku. [12]

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

### Úrokové krytí

Ukazatel udává, kolikrát celkový efekt reprodukce EBIT převyšuje úrokové platby. V praxi musí stačit část zisku z cizího kapitálu na financování nákladů z vypůjčeného kapitálu. Když je ukazatel roven jedné, tak je na zaplacení úroků zapotřebí celá výše zisku a tím pádem nemají akcionáře nic. [11]

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

### Dlouhodobá zadluženost

Tento ukazatel znázorňuje část aktiv, které jsou financovány dlouhodobými dluhy. Pomáhá nalézt optimální situaci mezi dlouhodobými a krátkodobými cizími zdroji. [12]

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

### Běžná zadluženost

Běžná zadluženost měří poměr mezi krátkodobým cizím kapitálem a celkovými aktivy. Krátkodobý cizí kapitál je krátkodobé závazky, běžné bankovní úvěry, pasivní přechodné a dohadné položky. [12]

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

### Dlouhodobé krytí stálých aktiv

Když je hodnota tohoto ukazatele vyšší než jedna, tak se zvýší stabilita podniku, ale klesne efektivnost podnikání. A naopak když je hodnota nižší, tak v případě nutnosti splácení

krátkodobých závazků musí prodat budovu. Krátkodobé aktiva musí být kryty krátkodobými zdroji a dlouhodobé dlouhodobými zdroji. [12]

$$\text{dlouhodobé krytí stálých aktiv} = \frac{\text{vlastní kapitál} + \text{dlouhodobý cizí kapitál}}{\text{stálá aktiva}}$$

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**



## 5 PROFIL SPOLEČNOSTI



Obr.5. Společnost Ceha Trading

### 5.1 Základní údaje

**Obchodní firma:** CEHA TRADING spol. s r. o.

**Datum zápisu:** 20. 10. 2008

**Sídlo:** 79802 Mostkovice č.e. 602

**Právní forma:** Společnost s ručením omezeným

Zapsáno u OR u Krajského soudu Brně, oddíl C, vložka 60215

IČ: 28308115, DIČ: CZ 28308115

**Jednatelé společnosti:** Jiří Hawlik a Ing. Ivo Červinka

**Předmět podnikání:** Obchodní a montážní firma

**Základní kapitál:** 200 000,- Kč

**Počet zaměstnanců:** 5

V roce 2008 byla založena Ing. Červinkou v Prostějově malá firma, která se pomalu vrývá do podvědomí zákazníků. Firma především upřednostňuje přímý prodej a konečného zákazníka. Ceha Trading nabízí celou škálu zahradních domků, domků na náradí, dřevěné garáže, zahradní chaty, prodejní stánky a další.

Zaujímá postavení nejen na tuzemském trhu, ale i na Slovensku. Vývoz tvoří asi 15% z celkového obrátu.

Firma se velmi hojně účastní veletrhů a výstav po celé České Republice.

## 6 PORTEROVA ANALÝZA KONKURENČNÍCH SIL

### Konkurenti v odvětví

- Počet subjektů na trhu s prodejem dřevěných domečků je poměrně mnoho, ale největší konkurencí pro Ceha Trading tvoří výrobky ze zahraničí. Především velké obchodní řetězce jako OBI a Baumax nabízejí podobný sortiment zboží za nižší ceny, ale kvalita je o mnohem horší.

### Hrozba nově vstupujících firem

- Proti vstupu nových konkurentů působí také značná loajalita stávajících zákazníků. Hrozba vstupu je především u velkých obchodních řetězců, kterým firma Ceha Trading není schopna konkurovat svou cenou.

### Hrozba vstupu nových výrobků a služeb

- V této oblasti podnikání se stále zdokonalují a vymýšlejí nové produkty. Ta firma, která přijde na trh s něčím novým, má značnou výhodu před ostatními. Nemusí to být ale vždy výhodou, to ukáže až čas a hlavně zákazníci. Služby jsou pořád stejné. Liší se pouze v nabízených bonusech jako např. doprava zdarma, nátěr zdarma, šindel, atd. Každá firma vymýšlí něco nového, čím by zaujala zákazníka a on koupil zboží právě od nich.

### Vyjednávací síla zákazníků

- Zákazníků je mnoho, což jim moc velkou vyjednávací sílu nedává, ale na druhé straně je i velký počet firem, které si chtějí svá zákazníky udržet. Vyjednávací síla zákazníků je mizivá, protože ceny jsou jasně dané a málokdy je tomu jinak.

### Vyjednávací síla dodavatelů

- Firma Ceha Trading je odběratelem několika druhů produktů od různých dodavatelů. Mezi hlavní dodavatele patří Estonsko, Litva, Lotyšsko a Maďarsko. Vyjednávací pozice firmy Ceha Trading je celku dobrá. Mezi výrobky není téměř žádný, který by na trhu poskytoval pouze jediný subjekt. Pro určení nejvýhodnější nabídky podnik provádí srovnání cen dostupných výrobců a dále s nimi vyjednává. Mnoho poskytovatelů nechce přistoupit na případné věrnostní nebo množstevní slevy, ale ve většině případech tomu tak je. Pro firmu je docela jednoduché přejít od jednoho dodavatele k jinému.

## 7 SWOT ANALÝZA

### 7.1 Silné stránky

- Odlišné produkty a služby - firma se snaží získávat stále nový sortimentem zboží a služeb, aby lépe uspěla proti konkurenci.
- Cena - v porovnání s cenou a kvalitou je na tom firma velice dobře. Samozřejmě se najdou i levnější firmy, ale na úrok kvality.
- Umístění podniku - podnik je strategicky umístěn na hlavní ulici v Prostějově, kudy denně projede mnoho aut, která zaujme nově vybudovaná prodejna.
- Spolehlivost - na spolehlivost firma velice dbá a proto nejsou žádné negativní ohlasy, spíše naopak.

### 7.2 Slabé stránky

- Vysoké náklady, nízká produktivita - na tomto kritériu by měla firma usilovně pracovat, aby si v budoucích letech vedla lépe.
- Poměrně nová firma (4 roky) - jelikož je to poměrně mladá firma, chce to ještě čas a hlavně dobré nápady.
- Závislost na dodavatelích - bez svých dodavatelů by firma zkrachovala, protože bez výrobků se nedá prodávat.
- Omezený přístup ke kapitálu - podnik generuje v rámci svých možností.

### 7.3 Příležitosti

- Nové produkty - nové a hlavně zajímavé zboží by s sebou mohlo přinést větší zisk a odlišit se od konkurence.
- Rozšiřování pokrytého území - firma zatím operuje na tuzemském trhu a minulý rok vstoupila i na Slovensko. V dalších letech by firma chtěla vstoupit i na jiné trhy.
- Oslovení nových zákazníků - zákazníci o firmě vědí hlavně díky internetu. Jiná forma reklamy se zatím neosvědčila.

- Nové distribuční cesty - jde o zkrácení trasy při dodávce zboží, nebo lépe využít cestu pro získání informací a zboží.

#### **7.4 Hrozby**

- Příchod konkurence s něčím novým - musíme být přizpůsobivý konkurenci a snažit se také přinést nové věci na trh.
- Tržní bariéry - zatím firma nemá dostatečné prostředky, aby se dostala na zahraniční trhy.
- Konkurence na trhu - konkurence na trhu je poměrně velká, důraz se musí klást na odlišení.
- Špatná platební morálka - může se stát, že zákazník se zpozdí s platbou, na to by si firma měla dávat pozor.

## 8 ANALÝZA POMĚROVÝCH UKAZATELŮ

Tento ukazatel nám udává, zda je firma schopna splácet své závazky.

**Tabulka 1 - Ukazatele likvidity**

	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
<b>Oběžná aktiva</b>	227500	230419	232379
<b>Zásoby</b>	49526	53603	64281
<b>Peněžní prostředky</b>	10235	9827	13872
<b>Krátkodobé závazky</b>	63292	101010	80147
<b>Okamžitá likvidita</b>	<b>0,162</b>	<b>0,097</b>	<b>0,173</b>
<b>Běžná likvidita</b>	<b>3,594</b>	<b>2,281</b>	<b>2,899</b>
<b>Pohotová likvidita</b>	<b>2,812</b>	<b>1,751</b>	<b>2,097</b>

*Zdroj: Vlastní výpočet na základě účetních výkazů*

### **Okamžitá likvidita**

Okamžitá likvidita je nejpřesnější ukazatel pro podnik jestli je schopen hradit své krátkodobé závazky a tato hodnota by měla být vyšší než 0,2. V roce 2009 a 2011 dosáhl podnik nejlepších výsledků, protože měl nejvíce finančních prostředků. Nejvýraznější je rok 2011, kdy došlo oproti minulému roku 2010 k navýšení prostředků a krátkodobé závazky naopak poklesly. Podnik má snahu efektivně využívat svých finančních prostředků a tím splácet své dluhy.

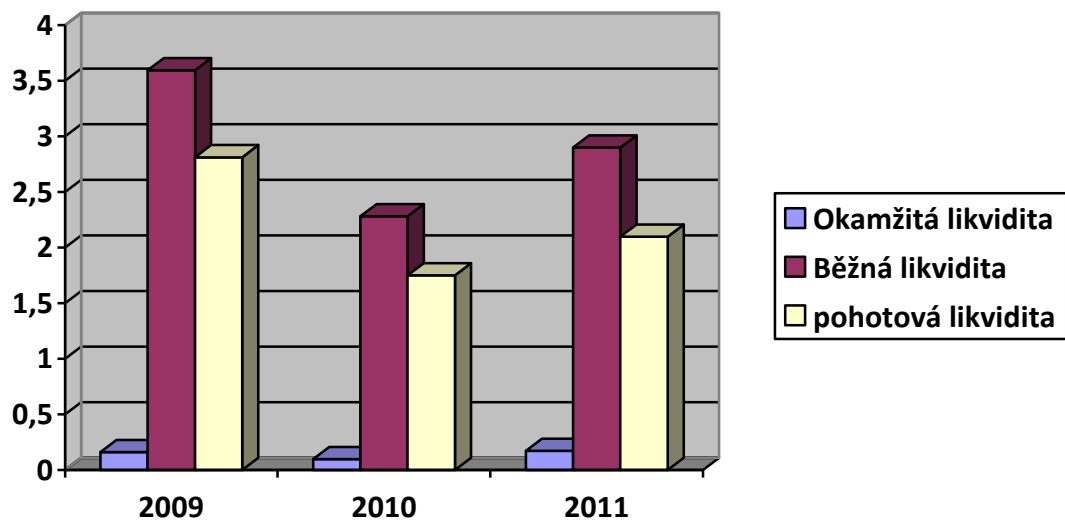
### **Běžná likvidita**

Běžná likvidita nám říká, kolikrát převyšují oběžná aktiva krátkodobé závazky a informuje, jestli bude podnik v budoucnu schopen platit své závazky. Optimální hodnota tohoto ukazatele je v rozmezí 1,5 - 2,5, což nastane, když oběžná aktiva tvoří minimálně 150% závazků. Podnik měl v roce 2009 mnohem vyšší hodnotu, než je doporučené rozmezí, ale v dalších letech došlo ke zlepšení.

### Pohotová likvidita

Tento ukazatel upřesňuje běžnou likviditu a hodnota by měla být v rozmezí 1 - 1,5. Ve všech letech podnik dosáhl vyšších hodnot, to znamená, že je schopen hradit všechny své závazky.

Graf 1 - Vývoj likvidity



Zdroj: Vlastní práce

**Ukazatele rentability**

Ukazatele rentability porovnávají zisk s výší zdrojů, které byly vynaloženy k jeho získání.

**Tabulka 2 - Ukazatele rentability**

	2009	2010	2011
<b>Celková aktiva</b>	461024	558406	600620
<b>Vlastní kapitál</b>	244699	305728	328335
<b>Cizí kapitál</b>	216325	252678	272285
<b>Celkový kapitál</b>	461024	558406	600620
<b>Nákladové úroky</b>	8466	8062	9738
<b>Dlouhodobé závazky</b>	10493	196	235
<b>Tržby</b>	463580	482260	386396
<b>EBIT</b>	15854	29975	5721
<b>EAT</b>	15700	30032	4016
<b>ROA</b>	3,439	5,368	0,953
<b>ROI</b>	5,275	6,812	2,574
<b>ROE</b>	6,415	9,823	1,223
<b>ROCE</b>	9,470	12,452	4,185
<b>ROS</b>	0,034	0,062	0,015
<b>ROC</b>	0,966	0,938	0,985
<b>PMOS</b>	0,034	0,062	0,010

*Zdroj: Vlastní výpočet na základě účetních výkazů*

### **Rentabilita celkových vložených aktiv**

Ukazatel ROA vypovídá o produkční síle veškerých aktiv. Pro výpočet tohoto ukazatele jsem použil EBIT, tj. součet nákladových úroků a zisku před zdaněním. Výdělečná činnost podniku bohužel není stálá. V roce 2010 podnik dosáhl nejlepších výsledků a v roce 2011 vykazuje značný propad.

### **Rentabilita vloženého kapitálu**

Ukazatel ROI má obdobnou schopnost jako ukazatel ROA, ale zohledňuje místo celkových aktiv podniku všechny vložený kapitál, to jsou zdroje podniku. Opět v roce 2010 podnik dosahuje nejlepších výsledků. Hodnoty jsou sice stále kladné, ale chceme, aby tento ukazatel byl co nejvyšší.

### **Rentabilita vlastního kapitálu**

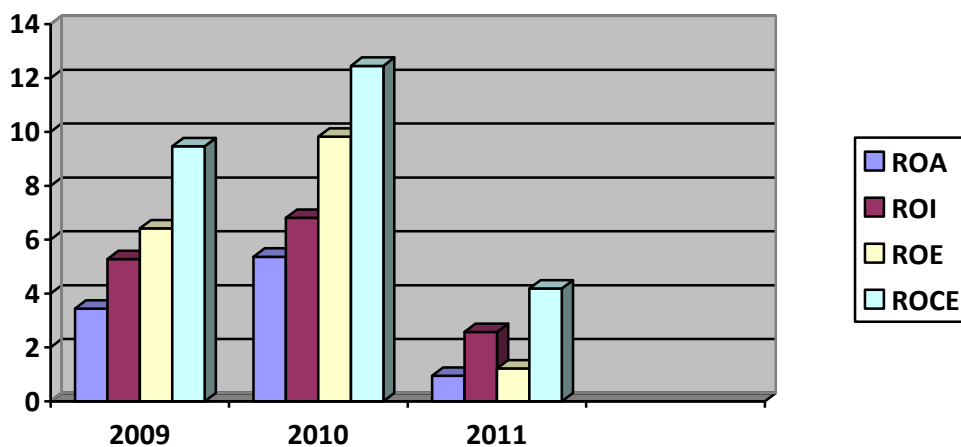
Velmi podobný je i výsledek ukazatele ROE. Opět rok 2010 je pro podnik nejvýhodnější. Další roky zaznamenávají pokles díky většímu vlastnímu kapitálu, nárůstu zúročení cizího kapitálu a také zhoršením podnikového výsledku.

### **Rentabilita dlouhodobých zdrojů**

Ukazatel ROCE poměří celkové výnosy všech investorů s vlastním kapitálem a dlouhodobými závazky firmy. Nejlepší hodnoty má zase rok 2010, díky nejvyššímu hospodářskému výsledku za celé analyzované období.



Graf 2 - Vývoj rentability



Zdroj: Vlastní práce

### Ukazatele zadluženosti

Ukazatele zadluženosti hodnotí v jaké míře podnik využívá pro financování cizí kapitál. Využívání cizího kapitálu je rizikovější a zvyšují se tím finanční náklady.

Tabulka 3 - Ukazatele zadluženosti

	2009	2010	2011
<b>Celková aktiva</b>	461024	558406	600620
<b>Stálá aktiva</b>	231105	327545	366948
<b>Vlastní kapitál</b>	244699	305728	328335
<b>Cizí kapitál</b>	216325	252678	272285
<b>Dlouhodobé závazky</b>	10493	196	235
<b>EBIT</b>	15854	29975	5721
<b>Bankovní úvěry</b>	141998	151238	191359
<b>Nákladové úroky</b>	8468	8063	9738
<b>Dlouhodobé splátky</b>	10491	196	234
<b>Celková zadluženost</b>	<b>46,806</b>	<b>45,209</b>	<b>45,242</b>

<b>Koeficient samofinancování</b>	53,079	54,753	54,670
<b>Úrokové krytí</b>	1,873	3,720	0,59
<b>Krytí fixních poplatků</b>	1,391	3,656	0,596
<b>Dlouhodobá zadluženost</b>	2,277	0,036	0,038

*Zdroj: Vlastní výpočet na základě účetních výkazů*

### **Celková zadluženost**

Tento ukazatel vypovídá o tom, kolik procent aktiv podniku je kryto cizími zdroji. Vlastní kapitál firmy ve všech letech mírně převyšuje cizí zdroje. Nejlépe je na tom rok 2009, protože je podíl cizího kapitálu nejnižší a další roky stoupá, což není pro firmu žádoucí. Celková zadluženost přispívá v podniku k rentabilitě vlastního kapitálu a díky finanční péči zvyšuje tržní hodnotu podniku.

Vezmeme-li v úvahu daňový štít, kde úroky z cizího kapitálu snižují zisk, ze kterého firma platí daň, a tím snižuje daňové zatížení, tak financování cizími zdroji nemusí být pro firmu vždy negativní.

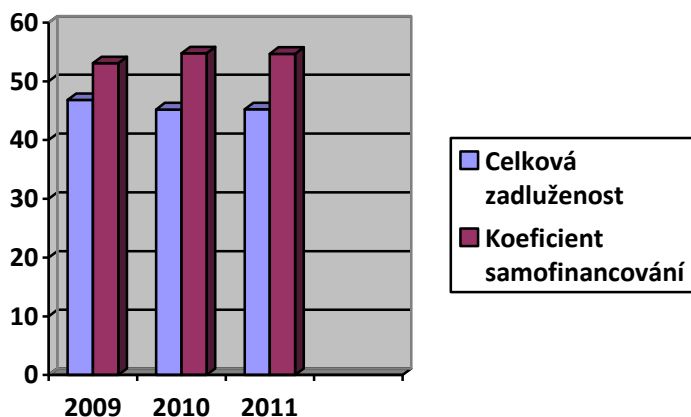
### **Koeficient samofinancování**

U tohoto koeficientu by se měly hodnoty pohybovat na hranici 50%, aby aktiva firmy byla ve větší míře financována vlastníky společnosti.

### **Úrokové krytí**

Výsledek úrokové krytí nám ukazuje, kolikrát může klesnout zisk, když podnik nebude schopen platit náklady na cizí kapitál. Je-li výsledek tohoto ukazatele 1, tak podnik potřebuje ke svému krytí nákladových úroků celý zisk. Doporučuje se, aby nákladové úroky byly kryty ziskem minimálně třikrát. Podnik dokáže krýt své závazky z nákladů na cizí kapitál, ale pouze v roce 2010 náklady zisk převýšily více než třikrát. Podnik by měl usilovat o zvýšení tohoto ukazatele. V posledním roce tento ukazatel vlivem nízkého hospodářského výsledku výrazně poklesl.

Graf 3 - Vývoj zadluženosti



Zdroj: Vlastní práce

### Ukazatele aktivity

Ukazatele aktivity hodnotí jak podnik hospodaří s aktivy a jeho složkami. Má-li podnik nedostatek aktiv, může dojít až na odmítání zakázek a jejich přebytek navyšuje náklady.

Tabulka 4 - Ukazatele aktivity

	2009	2010	2011
<b>Celková aktiva</b>	461024	558406	600620
<b>Stálá aktiva</b>	231105	327545	366948
<b>Tržby</b>	463580	482260	386396
<b>Denní tržby na fakturu</b>	1287	1339	1073
<b>Zásoby</b>	49526	53603	64281
<b>Průměrný stav zásob</b>	49526	53603	64281
<b>Denní spotřeba</b>	784	831	650
<b>Obchodní pohledávky</b>	133080	64449	44755

<b>Vázanost celkových aktiv</b>	0,990	1,158	1,554
<b>Obrat celkových aktiv</b>	1,005	0,864	0,643
<b>Obrat stálých aktiv</b>	2,006	1,470	1,053
<b>Obrat zásob</b>	9,359	8,997	6,011
<b>Doba obratu zásob (dny)</b>	38,467	40,013	59,886
<b>Doba obratu pohledávek</b>	103,343	48,105	41,699

*Zdroj: Vlastní výpočet na základě účetních výkazů*

### **Vázanost celkových aktiv**

Nepříznivější hodnota tohoto ukazatele je menší než 1, tj. že podnik dokáže ze svých aktiv tvořit další hodnoty. Vázanost celkových aktiv porovnává celková aktiva firmy s dosaženými tržbami. Důležité je zjistit, jak efektivně podnik využívá svá aktiva. Podnik dosáhl optimální hodnoty jen v roce 2009 zřejmě kvůli nejnižším aktivům.

### **Obrat celkových aktiv**

Aby byl obrat celkových aktiv úspěšný, musí být hodnota 1,5. Podnik je této hodnotě nejbližší v roce 2009, protože obrátil celková aktiva v peněžní prostředky. Další roky jsou na tom o poznání hůř, kvůli neustálému nárůstu aktiv podniku.

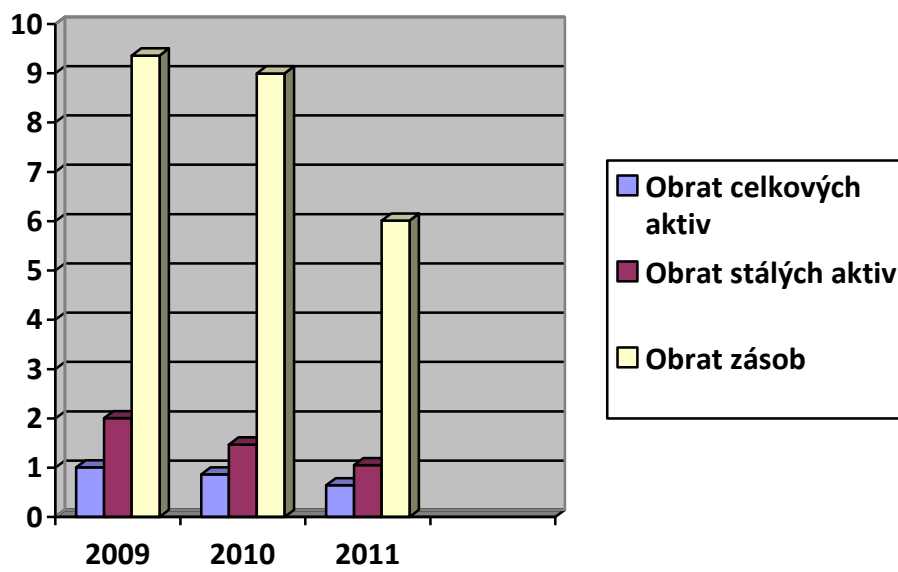
### **Obrat stálých aktiv**

Obdobné je to i u obratu stálých aktiv, kde je také v roce 2009 nejlepší výsledek. hodnoty pak ale klesají, což může být známkou neefektivního využívání majetkové vybavenosti.

### **Obrat zásob**

Ukazatel obratu zásob nám říká, kolikrát ročně se každá položka zásob firmy prodá a znovu uskladní. Hodnoty ve sledovaných letech byly dostatečně vysoké, což je pro podnik příznivé, protože zbytečně neváže kapitál v zásobách.

Graf 4 - Vývoj aktivity



## Zhodnocení

Výnosy v podniku mají neustále snižující se tendenci, a proto jim roste záporná hodnota zhruba o 8%. Napomáhá tomu i pokles nákladů, čehož si můžeme lépe všimnout z celkového pohledu.

Vývoj ukazatelů likvidity je velmi příznivý. Během sledovaných tří let podnik dosáhl požadovaných hodnot ve všech ukazatelích. Podnik bez problému dokáže hradit své závazky. Dokáže efektivně využívat svých finančních prostředků a hradit své splatné dluhy.

Nejlepších výsledků u ukazatelů rentability dosahuje firma v roce 2009, díky nejvyšším ziskům. Další roky došlo u těchto ukazatelů k poklesu hodnot a proto by se podnik měl snažit zvýšit efektivitu, která by vedla k lepším výsledkům podniku.

Zadluženost podniku ve sledovaném období se drží pod hranicí 50%. Cizí zdroje představují pro podnik náklady a pokud by je dokázal snížit, mohlo by tím dojít ke zlepšení hospodářského výsledku. Aby byl podnik co možná nejschopnější a samostatnější, musí omezit snížit cizí zdroje na minimum.

Pro podnik je nejlepší, když se poměr výnosů a majetku podniku pohybuje v hodnotách menších než 1. Těchto hodnot podnik dosáhl jen v roce 2009, dále pak hodnoty stoupají. Podniku by nejvíce prospělo zvýšit své výnosy. Vyplývá to jak z provozních ukazatelů, tak i ukazatelů aktivity. Podnik by neměl mít tolik nadměrných zásob, naopak by je měl zužitkovat. To vyplývá z doby obratu zásob, která má klesající tendenci.

Hospodářský výsledek se pohybuje v záporných hodnotách. Když porovnáme množství dlouhodobého hmotného majetku s výnosy, zjistíme, že podnik příliš dlouho drží dlouhodobý hmotný majetek. Podnik musí odprodat aspoň část dlouhodobého hmotného majetku, nebo zvýšit své výnosy.

## ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo zhodnotit finanční situaci vybraného podniku, který jsem si zvolil.

Důraz jsem kladl především na analýzu poměrových ukazatelů, které poukazují na problémové oblasti firmy, kterým by měla firma přikládat větší důraz a následně je analyzovat. Myslím si, že poměrová analýza je nejdůležitějším bodem ve finanční analýze.

Výsledky zkoumaných ukazatelů podniku Ceha Trading s.r.o. hodnotím negativně. Přijatelných výsledků ukazatelů rentability dosáhl podnik pouze v roce 2009, díky největšímu hospodářskému výsledku a další roky hodnoty stále klesají. Podnik absolutně nedosahuje výnosů a proto nemůže pokrýt veškeré náklady držených aktiv.

Po provedení finanční analýzy bych podniku doporučil, aby se především soustředil na dosahovaný zisk, například snížením nákladů nebo zvýšením objemu prodeje. Podniku by nejvíce prospělo snížit cizí zdroje, stav zaměstnanců a také prodat dlouhodobý majetek, což by mělo za následek snížení osobních nákladů a zvýšení zisku společnosti. Podnik by se měl snažit držet zásoby jen v takové výši, která by mu umožnila plynulý pohyb výrobním procesem.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [1] BARTES, František. *Konkurenční strategie firmy*. Praha: Management Press, 1977. ISBN 80-85943-41-7.
- [2] ČICHOVSKÝ, Ludvík. *Marketing. I, Konkurenceschopnosti*. Praha: Radix, 2002. ISBN 80-86031-35-7.
- [3] GRÜNWARD, R. Termer, T. HOLEČKOVÁ, J. *Finanční analýza a plánování*. Praha. Nad zlato. ISBN 80-900383-8-7.
- [4] HIGGINS, Robert. C. *Analýza pro finanční management*. Praha: Grada publishing. 1997. ISBN 80-7169-404-5.
- [5] HOLEČKOVÁ, Jaroslava. *Finanční analýza firmy*. Praha: ASPI. 2008. ISBN 978-80-7357-392-8.
- [6] KISLINGEROVÁ, Eva. HNILICA, Jiří. *Finanční analýza krok za krokem*. Praha: C.H.Beck. 2005. ISBN 80-7179-321-3.
- [7] KRALICEK, Petr. *Základy finančního hospodaření*. Praha: Linde. 1993. ISBN 80-8564-711-7.
- [8] LANDA, Martin. *Finanční plánování a likvidita*. Brno: Computer Press. 2007. ISBN 978-80-251-1492-6.
- [9] PAVELKOVÁ, Drahomíra, KNÁPKOVÁ, Adriana. *Výkonnost podniku z pohledu finančního manažera*. Praha: Linde. 2005. ISBN 80-86131-63-7.
- [10] PORTER, Michael. *Konkurenční výhoda: (jak vytvořit a udržet nadprůměrný výkon)*. Přeložil Vladimír IRGL. Praha: Victoria Publishing, 1993. ISBN 80-85605-12-0.
- [11] RŮČKOVÁ, Petra. *Finanční analýza*. 3. Rozšířené vydání. Praha: Grada publishing. 2010. ISBN 978-80-247-3308-1.
- [12] SEDLÁČEK, J, HAMPLOVÁ, E. ÚŘADNÍČEK, V. *Finanční analýza*. Brno MU: Brno – Kravý hora. 1998. ISBN 80-210-1775-9.



[13] VEBER, Vladimír. *Management: (základy, moderní manažerské přístupy, výkonnost a prosperita)*. 2. aktualiz. vyd. Praha: Management Press, 2009. ISBN 978-80-247-2924-4.

[14] WAGNER, Jaroslav. *Měření výkonnosti: (jak měřit, vyhodnocovat a využívat informace o podnikové výkonnosti)*. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-2924-4.

#### INTERNETOVÉ ZDROJE

[95] *Obchodní zákoník*. [online]. [cit. 20.8.2012]. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/>

[106] *Slovník cizích slov*. [online]. [cit. 20.8.2012]. Dostupné z: <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/>

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

Apod.	A podobně.
Atd.	A tak dále.
EBIT	Zisk před odečtením úroků a daní
EAT	Zisk po zdanění
EPS	Čistý zisk na akcii
Např.	Například.
Obr.	Obrázek.
PMOS	Ukazatel ziskové marže
ROA	Rentabilita celkových vložených aktiv
ROCE	Rentabilita dlouhodobých zdrojů
ROC	Rentabilita nákladů
ROE	Rentabilita vlastního kapitálu
ROI	Rentabilita vloženého kapitálu
ROS	Rentabilita tržeb
SWOT	Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats.
Tab.	Tabulka.

**SEZNAM OBRÁZKŮ A GRAFŮ**

<i>Obrázek č. 1: Vnitřní a vnější faktory prosperity.....</i>	<i>11</i>
<i>Obrázek č. 2: Schéma Porterova modelu konkurenčních sil.....</i>	<i>17</i>
<i>Obrázek č. 3: Využití analýzy swot při koncipování strategií.....</i>	<i>20</i>
<i>Obrázek č. 4: Schéma finanční analýzy.....</i>	<i>21</i>
<i>Obrázek č. 5: Logo společnosti Ceha Trading.....</i>	<i>33</i>
<i>Graf 1 - Vývoj likvidity.....</i>	<i>38</i>
<i>Graf 2 - Vývoj rentability.....</i>	<i>41</i>
<i>Graf 3 - Vývoj zadluženosti.....</i>	<i>43</i>
<i>Graf 4 - Vývoj aktivity.....</i>	<i>45</i>

**SEZNAM TABULEK**

<i>Tabulka 1 - Ukazatele likvidity.....</i>	<i>37</i>
<i>Tabulka 2 - Ukazatele rentability.....</i>	<i>39</i>
<i>Tabulka 3 - Ukazatele zadluženosti.....</i>	<i>41</i>
<i>Tabulka 4 - Ukazatele aktivity.....</i>	<i>43</i>

## SEZNAM PŘÍLOH

- PI Tabulka SWOT analýzy
- PII Fotografie dřevěných domků

**PŘÍLOHA PI: TABULKA SWOT ANALÝZY**

Silné stránky (S)	Slabé stránky (W)
Odlišné produkty a služby	Vysoké náklady, nízká produktivita
Cena	Poměrně nová firma (4 roky)
Umístění podniku	Závislost na dodavatelích
Spolehlivost	Omezený přístup ke kapitálu
Příležitosti (O)	Hrozby (T)
Nové produkty	Příchod konkurence s něčím novým
Rozšiřování pokrytého území	Tržní bariéry
Oslovení nových zákazníků	Konkurence na trhu
Nové distribuční cesty	Špatná platební morálka zaměstnanců

**PŘÍLOHA PII: FOTOGRAFIE DŘEVĚNÝCH DOMKŮ**

