

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

EKONOMICKÁ FAKULTA

Katedra ekonomiky

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Účetnictví a finanční řízení

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Tvorba výnosů podniku a determinující faktory

Vedoucí bakalářské práce:
Ing. Martina Novotná, Ph.D.

Autor:
Václav Hruška

2013

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Fakulta ekonomická
Akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Václav HRUŠKA**
Osobní číslo: **E10076**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Účetnictví a finanční řízení podniku**
Název tématu: **Tvorba výnosů podniku a determinující faktory**
Zadávací katedra: **Katedra ekonomiky**

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

Cíl práce:

Klasifikovat podnikové výnosy a jejich evidenci. Zmapovat faktory ovlivňující tvorbu výnosů včetně posouzení jak kategorii výnosů využít pro hodnocení podnikové výkonnosti. Na podkladě účetních výkazů vybraného podniku analyzovat časový vývoj výnosů, resp. vývoj z něho zkonstruovaných poměrových ukazatelů za 3 - 5 let se zaměřením na identifikaci faktorů pozitivně a negativně ovlivňujících velikost výnosů resp. podnikové výkonnosti.

Osnova:

Teoretická část

1. Tvorba výnosů v podniku a jejich evidence
2. Faktory ovlivňující velikost výnosů
3. Podnikové výnosy jako měřítko výkonnosti

Praktická část

4. Charakteristika podniku z hlediska vývoje výkonů
5. Struktura výnosů vybraného podniku a jejich analýza
6. Zhodnocení faktorů ovlivňujících velikost výnosů a výkonnosti

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **40 - 50 stran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

SYNEK, M.; KISLINGEROVÁ, E.: Podniková ekonomika. 5., přeprac. a dopl. vyd., vyd. Praha: C. H. Beck, 2010

SYNEK, M.: Manažerská ekonomika. 5. aktualit. a rozš. vyd., vyd. Praha: Grada publishing a. s., 2011

WÖHE, G.; DVOŘÁK, J.: Úvod do podnikového hospodářství. 1. vyd., vyd. Praha: C. H. Beck, 1999

KISLINGEROVÁ, E.: Manažerské finance. 1. vyd., vyd. Praha: C. H. Beck, 2004

GRŮNWALD, R.; HOLEČKOVÁ, J.: Finanční analýza a plánování podniku. Vyd. I., vyd. Praha: Ekopress, 2009

NEUMAIEROVÁ, I.; NEUMAIER, I.: Výkonnost a tržní hodnota firmy. 1. vyd., vyd. Praha: Grada Publishing, 2002

SEDLÁČEK, J.: Účetnictví pro manažery. 1. vyd., vyd. Praha: Grada Publishing, 2005

KOVANICOVÁ, D.: Finanční účetnictví v kontextu současného vývoje. 1. vyd., vyd. Praha: Polygon, 1997

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Martina Novotná, Ph.D.

Katedra ekonomiky

Datum zadání bakalářské práce:

12. února 2012

Termín odevzdání bakalářské práce:

30. dubna 2013

12 
doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.

děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (1)
370 05 České Budějovice


doc. Ing. Ivana Faltová Leitmanová, CSc.

vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 12. března 2012

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracoval samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s §47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Klatovech dne 25. 4. 2013

.....
Václav Hruška

Poděkování

Děkuji paní Ing. Martině Novotné, Ph.D. za odborné vedení a konzultace, které mi poskytla.

Děkuji také Ing. Jaroslavě Řezníčkové za vstřícný přístup při poskytování materiálů a informací pro praktickou část práce.

Obsah:

Obsah:	1
1. Úvod	2
2. Tvorba výnosů v podniku a jejich evidence	3
2.1. Charakteristika	3
2.2. Členění	4
2.2.1. Podnikové členění	4
2.2.2. Účetní členění	5
2.3. Náležitosti	6
2.3.1. Mezinárodní standardizace	6
3. Faktory ovlivňující velikost výnosů	8
3.1. Ceny jednotlivých výrobků	9
3.1.1. Obchodní sleva	9
3.1.2. Hotovostní sleva	9
3.2. Skutečný objem prodeje	9
3.3. Druhy trhu	10
3.4. Finanční plánování	10
3.4.1. Finanční plán	11
3.5. Výnosový cyklus	11
3.6. Způsob fakturace	11
3.7. Zajištění	12
3.7.1. Platba předem	12
3.7.2. Dodavatelský úvěr	12
3.7.3. Ručení	13
3.8. Vymáhání	13
4. Podnikové výnosy jako měřítko výkonnosti	14
4.1. Analýza pomocí absolutních ukazatelů	14
4.2. Analýza pomocí poměrových ukazatelů	14
4.2.1. Výsledek hospodaření	15
4.3. Ukazatele rentability	16
4.3.1. Rentabilita aktiv	17
4.3.2. Rentabilita vlastního kapitálu	17
4.3.3. Rentabilita tržeb	18
4.3.4. Rentabilita celkového kapitálu	18
4.4. Ukazatele aktivity	19
4.4.1. Obrat aktiv	19
4.4.2. Doba obratu zásob	19
4.4.3. Doba obratu pohledávek	19
4.4.4. Doba splatnosti krátkodobých závazků	19
4.5. Ukazatele likvidity	20
4.5.1. Běžná likvidita	20
4.5.2. Pohotová likvidita	20

4.5.3. Okamžiková likvidita.....	21
4.6 Ukazatele zadluženosti.....	21
4.6.1. Ukazatel věřitelského rizika.....	21
4.6.2. Poměr vlastního kapitálu k celkovým aktivům.....	21
4.7. Ukazatele tržní efektivity.....	22
4.7.1. Výplatní poměr.....	22
4.7.2. Market-Book ratio.....	22
5. Charakteristika z hlediska vývoje výkonů.....	23
5. 1. Základní charakteristika podniku.....	23
5. 2. Cíle a metodika práce.....	24
6. Struktura výnosů vybrané společnosti a jejich analýza.....	27
6. 1. Struktura výnosů.....	27
6.2. Struktura nákladů.....	30
6.3. Struktura hospodářského výsledku.....	30
7. Zhodnocení faktorů ovlivňujících velikost výnosů a výnosnosti.....	32
7.1. Ukazatele rentability.....	32
7.2. Ukazatele aktivity.....	33
7.3. Ukazatele likvidity.....	34
7.4. Ukazatele zadluženosti.....	35
7. 5. Analýza vývoje výnosů společnosti v porovnání s odvětvím.....	35
8. Shrnutí.....	37
9. Závěr.....	39
10. Summary.....	40
11. Seznam zdrojů.....	41
11. Seznam tabulek a grafů.....	42

1. Úvod

Podnik, který chce být úspěšný a udržet se na trhu, musí dosahovat zisku, čili výnosy musí být vyšší než náklady. Bez výnosů není z dlouhodobého hlediska možné dosahovat zisku. Proto je nutné vytvářet výnosy, prodávat své výrobky, služby či zboží. Vytvořené výnosy se dále zaznamenávají v příslušné evidenci, kde mohou sloužit i jako zdroj informací o výkonnosti podniku.

Tato práce se zabývá problematikou tvorby výnosů a jejich evidence. V první, teoretické části, bude popsán pojem výnosy a jejich členění či mezinárodní úprava. Další část je věnována faktorům, které ovlivňují velikost výnosů například ceny výrobků, objem prodeje, druhy trhu či výnosový cyklus. Bude zmíněna i problematika zajištění, čili platba předem či dodavatelský úvěr.

V praktické části práce bude představena firma, která byla zvolena k analýze. V úvodu lze nalézt jak informace přímo o firmě, tak i její základní ukazatele jako jsou například velikost aktiv či počet zaměstnanců. Na základně účetních výkazů je v další části analyzován časový vývoj výnosů, nákladů a hospodářského výsledku. Z účetních výkazů jsou také vyhotoveny poměrové ukazatele, pomocí kterých bude provedeny analýza faktorů, které pozitivně a negativně ovlivňují velikost výnosů.

V závěru práce bude provedená analýza zhodnocena včetně posouzení, jak kategorii výnosů využít pro hodnocení podnikové výkonnosti.

2. Tvorba výnosů v podniku a jejich evidence

2.1. Charakteristika

Díky rozvoji světových i tuzemských ekonomik, vyvstala potřeba podrobně definovat všechny pojmy, se kterými se lze setkat. Během let mnozí odborníci publikovali své články a definice. Nicméně lze v nich najít odlišnosti. Existuje tedy i více přístupů a pohledů jak je lze chápat.

Wöhe (1995) chápe výnosy jako peněžně oceněný přírůstek hodnoty za období.

Kovanicová (1997) definuje výnosy jako zvýšení ekonomického prospěchu během účetního období, a to jednak ve formě zvýšení aktiv, jednak ve formě určitých případů snížení

nebo prominutí splatného dluhu.

Dle Synka (2010) jsou výnosy (earnings) peněžní vyjádření výsledků plynoucích z provozování podniku (tržby z prodeje) za určité období.

Ryneš (2011) ve své publikaci vysvětluje, že výnosy představují přijaté nebo nárokové přírůstky ekonomických užitků účetní jednotky, zejména přírůstky aktiv, popřípadě přírůstky hodnoty aktiv, účtují se ve výši nárokové či získané protihodnoty.

Zahraniční organizace, například Institut autorizovaných účetních v Anglii a Walesu, popisuje výnosy jako peněžní částky nebo jiné ocenitelné užitky, které účetní jednotka obdržela nebo které očekává přijmout buď ze svých obvyklých aktivit, nebo z jiných zdrojů, kromě příspěvků vlastnímu kapitálu a kromě přijatých půjček.

Odlišný názor mají i Spojené státy americké, kde jsou výnosy přírůstek peněz (inflows) nebo jiné zvýšení aktiv účetní jednotky nebo zánik jejích dluhů (nebo kombinace obou) během období z titulu dodávek nebo výroby zboží, poskytování služeb nebo v důsledku jiných aktivit, jež souvisí s průběhem hlavních podnikových činností a se zajištěním chodu podniku (FASB¹, 1985).

2.2. Členění

V návaznosti na odlišnost přístupů k výnosům, existuje i více možností, jak je členit. V podstatě však lze říci, že výnosy se člení podobě a do stejných skupin jako náklady.

2.2.1. Podnikové členění

Z hlediska podniku lze výnosy rozdělit druhově nebo účelově.

Účelové členění dělí výnosy do skupin dle účelu, se kterým souvisí. Takto přiřazené náklady a výnosy nalezneme ve výkazu zisku a ztráty. Například k tržbám za prodané zboží se přiřadí náklady, které byly vynaloženy na jejich prodej. Obdobně k tržbám za zboží se sledují výkony. Jsou zjišťovány nejen samotné výkony, ale i výše nákladů, které byly na výkony vynaloženy. Tyto náklady se nazývají výkonová spotřeba.

Druhové členění výnosů přiřazuje výnosy do skupiny provozní, finanční a mimořádné, podle toho, s jakou částí podniku souvisejí.

¹ Financial Accounting Standards Board – instituce v USA, která vydává pravidla pro vydávání finančních výkazů (GAAP)

Provozní výnosy získáme z provozně-hospodářské činnosti podniku. Je to činnost, pro kterou byl podnik založen. Opět je najdeme ve výkazu zisku a ztráty, pod římskými čísly I až VII. Patří sem zejména tržby z prodeje zboží a výkony, které se jsou součtem tržeb z prodeje vlastních výrobků a služeb, změny stavu zásob a aktivace. Tyto tržby se snižují o položky krátcí tržby, například slevy z cen a daň z obratu nebo skonto (Kovanicová, 1997).

Tržby jsou dále také tvořeny tržbami z prodeje dlouhodobého majetku. Provozní výnosy také zahrnují zúčtování rezerv, časového rozlišení a opravných položek. Poslední část provozních výnosů, najdeme ve výkazu zisku a ztráty pod názvem ostatní provozní výnosy. Zde nalezneme například výnosy z přebytků materiálu či, výnosy z odepsaných pohledávek a dotace na úhradu nákladů.

Finanční výnosy nalezneme ve výkazu zisku a ztráty pod římskými čísly VIII. až XV. Tyto výnosy pocházejí z finančních operací, z přijatých úroků a podílů, typické jsou výnosy získané z finančních investic, cenných papírů, vkladů a účastí (Wöhe, 1995).

Mimořádné výnosy v čísle XVI zachycují operace, mimořádné události, které nastávají ojediněle, nahodile. Patří sem výnosy ze změny používaných metod, jako je změna způsobu oceňování majetku a ostatní mimořádné výnosy, např. oprava výnosů minulých účetních období (jde-li o významné položky), náhrady škod a výnosy související s ukončením hospodářské činnosti. Najdeme zde také přiznané úhrady škody od pojišťovny (Kovanicová, 2006).

2.2.2. Účetní členění

Z hlediska účetního plynou výnosy zejména:

- a) z prodeje zboží a výrobků
- b) z prodeje služeb
- c) z využívání podnikových aktiv jinými osobami
 - úroky
 - licenční poplatky
 - dividendy, podíly na zisku z finančního majetku
 - nájemné

d) zvláštní druhy výnosů

- oceňovací rozdíly
- kurzové rozdíly
- aktivace majetku
- odpisy zaniklých závazků

(Ryneš, 2011)

2.3. Náležitosti

Položka je výnosem, jestliže:

a) je pravděpodobné, že budoucí ekonomický prospěch spojený s položkou bude do podniku přicházet nebo z něho odcházet a současně

b) položce lze přisoudit hodnotu, jež může být spolehlivě změřena (oceněna) (Kovanicová, 1997).

2.3.1. Mezinárodní standardizace

Tyto podmínky se mohou lišit v každé zemi či oblasti, stejně jako se liší i přístupy k výnosům, či jejich členění. Proto jsou v rámci IFRS² dále specifikovány standardem IAS 18.

Ten dělí výnosy do několika skupin:

- 1) prodej výrobků a zboží
- 2) poskytování služeb
- 3) výnosy vyplývající z používání podnikových aktiv jinými stranami – úroky, poplatky, dividendy

IAS 18 se zmiňuje o zboží. Tento pojem zahrnuje jednak výrobky vyrobené samotným podnikem (tedy naše „výrobky“) a také nakoupené výrobky za účelem dalšího prodávání (tedy naše „zboží“). Zatímco česká úprava uznává jako zboží jenom výrobky nakoupené za účelem dalšího prodávání (Kovanicová, 1997).

Výnos by tedy měl být zaúčtován a vykázán ve výkazu zisků a ztrát až tehdy, když splní všechny tyto podmínky:

² International Financial Reporting Standards – mezinárodní standardy pro účetní závěrky

- 1) podnik převedl na kupujícího podstatná rizika a odměny plynoucí z vlastnictví výrobků a zboží. Tento převod je ve velké většině případů vtělen do postoupení majetku odběrateli.
- 2) výši výnosu lze spolehlivě stanovit. Výnos musí být oceněn v tržní hodnotě prodávaných výrobků nebo služeb. Mezinárodně uznávaným oceněným je americký dolar (USD). Jeho hodnota je považována za stabilní, bez ohledu na inflaci.
- 3) je pravděpodobné, že podnik získá ekonomický prospěch, ať už přímo peníze, nebo i další věci, které potom prodá. Je-li zde nejistota ohledně výnosu, vyjádří se jako náklad souvztažně se snížením této pohledávky.
- 4) dle principu spojování výnosů a nákladů, které se vztahují ke stejné operaci, je nutno identifikovat a hlavně změřit i náklady, které vznikly s touto operací. V případě, že nemůžeme změřit tyto náklady, není uznán ani výnos. Každý takový „samotný“ výnos je pak brán jako závazek vůči druhé straně.

Lze se ovšem setkat i s výjimkami. Příkladem může být odložený prodej. V tomto případě je zboží převedeno až potom, co odběratel zaplatí poslední splátku. Další častý příklad je předplatné, nebo celý systém prodeje na splátky. Výnosy se musí posuzovat velmi opatrně a s ohledem na všechny okolnosti obchodu (Kovanicová, 1997).

Další může být pohledávka v zahraničí. Je zde velká snaha Evropské unie, zejména co se týče společné definice nebo například evropského platebního příkazu, přesto však mohou v jednotlivých zemích vyvstávat otázky a problémy s uznáním a časovým zařazením jednotlivých výnosů (Kovanicová, 1997).

Ve některých firmách lze narazit na konflikt mezi manažery a vlastníky. Manažeři, kteří jsou odměňováni dle velikosti prodeje či objemu tržeb, budou vyvíjet tlak na to, aby se výnosy uznávaly rychle a v úplné výši. Naopak vlastníci, nebo i investoři, ať už současní nebo i budoucí, budou spíše uznávat jen ty tržby, u kterých je dopředu znám a zaručen ekonomický prospěch. Jinak zde vzniká tzv. fiktivní zisk, to je zisk, který se nikdy nepřemění v peníze. Jenže i z fiktivního zisku se platí daně, které ovšem musí být uhrazeny reálně. Je tedy nutné, aby účetní pečlivě zvažoval, jaké výnosy, v jaké době a zejména v jaké výši zaúčtuje (Kovanicová, 1997).

3. Faktory ovlivňující velikost výnosů

Největší část výnosů bývá tvořena provozními výnosy, jedná-li se o výrobní, zemědělské i obchodní společnosti. Z těchto provozních výnosů mají největší podíl tržby. Jsou tvořeny tržbami za prodej zboží a výkony tvořené tržbami za prodej vlastních výrobků a služeb změnou stavu zásob a aktivací, dále tržbami z prodeje cenných papírů a také tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu (Kislingerová, 2010).

Samotný pojem tržby znamená úhrn peněžních příjmů získaných prodejem za dané účetní období.

Faktory, které mají vliv na velikost výnosů, respektive tržeb jsou:

- a) ceny jednotlivých výrobků
- b) skutečný objem prodeje
- c) druhy trhu

- d) finanční plánování
- e) výnosový cyklus
- f) způsob fakturace
- g) zajištění
- h) vymáhání

3.1. Ceny jednotlivých výrobků

Cena je zaznamenána ve smlouvě, kterou mezi sebou dodavatel a odběratel sepsali. Výše výnosu je tedy definována jako výše peněz nebo peněžních ekvivalentů, kterou dostane dodavatel za zboží nebo služby. Ovšem ne vždy je sjednaná cena rovna pouhému součinu množství a ceny. Odběratel může využít různých slev.

3.1.1. Obchodní sleva

Obchodní sleva (trade discount) je sleva, kterou dodavatel poskytuje vybrané skupině odběratelů. Typický příklad můžou být velké prodejní řetězce. Tyto slevy jsou poskytovány proto, aby zvýšily podíly výrobků na konkurenčním trhu. Dalším známým důvodem je ovlivňování zákazníka, zejména co se týče nákupů mimo sezónu. Například čokoládové vánoční kalendáře prodávané už v září. Kromě vyšších zisků přináší tato strategie také snížení nákladů na skladování těchto výrobků (Kovanicová, 1997).

3.1.2. Hotovostní sleva

Hotovostní slevy, známé také jako skonta, jsou odměny za placení závazků včas, ještě před termínem splatnosti. Tato sleva je závislá na tom, za jak dlouho po prodeji odběratel zaplatí. Výhody jsou zejména ve zvýšení peněžní zásoby a tím i zlepšení finanční situace dodavatele. Zároveň skonto také minimalizuje riziko nedobytnosti této pohledávky. Na druhé straně příliš velký tlak na včasné platbě může některé odběratele odradit. Tuto otázku řeší každé firma ve svém oddělení řízení pohledávek. Samotná existence a výše těchto slev je ovlivněna časově ale i konkrétní finanční situací daného podniku nebo jeho odvětvím (Kovanicová, 1997).

3.2. Skutečný objem prodeje

Dalším faktorem, který může ovlivnit tržby, je vedle ceny také množství prodaného zboží. Zde se lze setkat s vráceným zbožím, tedy zbožím, za které musí dodavatel vracet peníze či poskytnout jiné zboží bez nároku na zaplacení.

Nárok na vrácení peněz či poskytnutí jiného zboží nastává v pouze v případě, že odběratel našel vadu, za kterou nese odpovědnost výrobce. Jedná se například o nepřesnou výrobu či nefunkční výrobky.

Existují zde dva termíny a to sice hrubá tržba a čistá tržba. Hrubá tržba je tvořena původní prodejní cenou. Čistá tržba je tvořena hrubou cenou sníženou o vyreklamované zboží. Vývoj čisté tržby v závislosti na těchto korekcích umožňuje sledovat vývoj prodeje a určit například zastaralé výrobky nebo služby, změnu módních trendů, nebo změny v požadavcích zákazníků (Synek, 2010).

3.3. Druhy trhu

Výrazným faktorem, který často nejvíce rozhoduje o velikosti tržeb je druh trhu, na kterém podnik působí.

V monopolním trhu podnik nemá konkurenci a může si cenu stanovovat sám. Přesto se podnik nesnaží prodávat co nejvíce, protože se zvyšujícím se množstvím prodaných výrobků tržby klesají. Podnik maximalizuje tržby tím, že porovnává marginální výnosy a marginální náklady. Zde je nebezpečí, že vysoké ceny umožní vstup na trh konkurenci, která je schopná prodávat výrobky za nižší cenu. Monopol zde reaguje tím, že sníží cenu svých výrobků na minimum, kterého konkurence nemůže dosáhnout. Tímto krokem monopol konkurenci eliminuje a může cenu svých výrobků nebo služeb znovu zvýšit (Synek, 2010).

Oligopol se chová stejně jako monopol, jen s tím rozdílem, že není tvořen jedním podnikem, ale tvoří ho více podniků, které si rozdělí místní trh či jednají společně za cílem vytlačit ostatní konkurenci.

Zvláštním případem je monopson, neboli podnik s jedním odběratelem. Příkladem může být například továrna na bojová letadla, kdy jediným odběratelem bude armáda dané země.

V dokonale konkurenčním trhu je cena nezávislá na množství výrobků, které firmy nabízejí. V tomto případě firma maximalizuje své tržby tak, že zvyšuje množství prodaných výrobků nebo služeb (Synek, 2010).

3.4. Finanční plánování

Finanční plánování a plánování obecně je pro podnik nutností. Umožní optimalizovat potřebu a spotřebu peněz, stejně jako zboží či materiálu. Základní složkou finančního plánování bývá finanční plán.

3.4.1. Finanční plán

Tržby jsou ovlivňovány fyzickým rozsahem výroby. Neplatí zde jednoduchý vztah, čím větší výroba, tím větší zisk. Podnik je schopen měnit rozsah výroby pouze z dlouhodobého hlediska, v krátkodobém hledisku je omezen výrobní kapacitou. Proto se pro zjištění budoucí výše tržeb využívá finanční plán. Může stanovit, kolik výrobků a služeb podnik prodá a kolik za ně utrží. Zpravidla se finanční plán sestavuje na delší dobu, protože jen v dlouhodobém vývoji se podaří významněji ovlivňovat zisk. Podkladem pro plánování je průzkum trhu, zejména poptávky u zákazníků. Tento průzkum by také měl odpovědět na otázku, jaká je maximální cena, za kterou je zákazník koupit zboží. Je nutné vzít v úvahy všechny vlivy, které na zákazníka působí např. existence substitutů, velikost příjmů či zvyklosti dané země či trhu. Dle průzkumů je sestaven plán tržeb a plán prodeje. Takto zjištěné výnosy se porovnají s plánovanými náklady a zjistíme zisk. Nesprávný průzkum a následný plán může vést až ke krachu a likvidaci podniku (Kislingerová, 2010).

3.5. Výnosový cyklus

K průběžnému hodnocení a kontrole podniku finanční plánování a bod zvratu nemusí stačit. Každý podnik řeší otázku, jak rychle dokáže získat peníze za svoje zboží či služby. K tomuto účelu se využívá výnosový cyklus. Výnosový cyklus je doba od přijetí objednávky do příjmu platby. Struktura a délka časového cyklu je ovlivněna především pozicí podniku na trhu a odvětvím. Základem výnosového cyklu je obchodní strategie. Tato strategie spočívá v nalezení správného druhu zákazníků (zákaznického segmentu) a zjištění, co si zákazníci přejí, jaké jsou jejich preference. Když se podaří získat zákazníky, přicházejí na řadu obchodní zástupci. Jejich hlavním úkolem je převést přání zákazníků do objednávky nebo do uzavření smlouvy s podnikem. Zde je nutné dbát na kvalitu zákazníků spíše než na jejich množství a upravit tyto požadavky při sepisování smlouvy se zástupci (Kislingerová, 2010).

Pokud se obchodním zástupcům podaří navázat kontakt se zákazníky, jsou jim předloženy objednávkové katalogy. Součástí každého katalogu by měl být i ceník. Podnik může poskytnout obchodní slevy, nebo různé bonusy či odměny pro pravidelné odběratele, která již byla popsána výše (Kislingerová, 2010).

3.6. Způsob fakturace

Kvalita a zejména rychlost celého procesu fakturace je významným faktorem, který ovlivňuje výnosy podniku.

Dle přijaté objednávky je vytvořena zásilka. Podnik má možnost vytvořit pro-forma fakturu, kde potvrdí objednávku. Po potvrzení je nutné provést kontrolu kvality či čerstvosti, dále zabalení výrobků a přepravu na místo dodání. Zároveň je vytvořena faktura, popřípadě další dokumenty, které umožňují nakládat se zbožím.

Následně je faktura zaslána odběrateli. Zvláštním případem je konzulární faktura, kterou je nutno nejdříve nechat ověřit konzulátem státu, do kterého podnik dováží.

Po přijetí platby je nutné zaúčtování vůči pohledávce. Jednak se eliminuje situace, kdy podnik požaduje platbu navzdory tomu, že ji odběrateli již provedl. Zároveň se však vytváří platební historie odběratele, která má uplatnění ve finanční analýze a plánování (Kislingerová, 2010).

3.7. Zajištění

Velkou část podnikových odběratelů mohou tvořit společnosti nebo zákazníci, kteří nemusí zveřejňovat svoji situaci ve finančních výkazech. Z tohoto důvodu je tedy nutné zkoumat rizika, která mohou vyvstat spolu s případným uzavřením obchodu. Pokud bude riziko velké, ale přesto je uzavřen obchod, může lehce nastat situace, že se pohledávka nikdy nepřemění v tržbu. Proto je nutné pohledávku zajistit.

3.7.1. Platba předem

Snadným zajištěním může být požadavek platby předem, kdy zákazník nejdříve zaplatí a až poté je mu vydáno zboží. S tímto přístupem se lze setkat u firem, které vyrábějí luxusní zboží, nebo zboží, které se vyrábí na zakázku. Zde hraje velkou roli výše požadované platby předem. Pokud bude platba příliš nízká, zvýší se počet odběratelů, ale nízká platba nemusí pokrýt náklady, které jsou spojeny s výrobou. Vysoká platba zaručí podniku alespoň část tržby, zákazník však odrazuje, neboť se může stát, že za tak velkou platbu předem, nebo zálohu, nebude nikdo ochoten zboží odebírat (Kislingerová, 2010).

3.7.2. Dodavatelský úvěr

Dalším prostředkem kromě zálohy může být dodavatelský úvěr. Ten spočívá v tom, že podnik odběratelům poskytne čas, než splatí své závazky. Obvyklá délka bývá 2 až 3 měsíce, může ale být i delší. Tato doba se také může lišit dle odvětví. Během této doby není účtován odběratelům žádný úrok nebo jakýkoliv poplatek. Je nutné také stanovit maximální výši

tohoto úvěru. V případě, že odběratel část úvěru uhradí, lze mu poskytnout další zboží (Kislingerová, 2010).

3.7.3. Ručení

Jiné zajištění je zajištění hmotným majetkem nebo ručení jiným subjektem. Pokud odběratel neplní své závazky, požadavek se přesune na ručitele. V obchodních vztazích hraje velkou roli směnka. Má tu výhodu, že je velmi jednoduché vymáhat její placení soudní cestou. Lze se setkat se dvěma základními druhy směnek. Směnka vlastní zavazuje výstavce, aby zaplatil. Směnka cizí zavazuje třetí osobu, aby dle příkazu výstavce zaplatila. (Kislingerová, 2010).

Ručení majetkem vzniká na základě zřízení zástavního práva k určité věci. Často bývá zástavou nemovitost nebo stroje či výrobní linka. Je také možné ručit podílem ve společnosti. Při neplnění je pohledávka uspokojena prodejem zástavy. Zde se doporučuje uzavřít smlouvu formou notářského zápisu nebo exekučního zápisu. (Kislingerová, 2010).

3.8. Vymáhání

Podnik nedosahuje výnosů, které si naplánoval ve finančním plánu. Tento stav může být způsoben velkým počtem nesplacených pohledávek za odběrateli. Vznikají zde rizika, která jsou spojena zejména s nedostatkem peněžních prostředků a s rostoucím rizikem nesplacení.

Nejméně nákladným způsobem řešení je telefonický kontakt, který pomůže vyřešit mnoho problémů. Zde je nutná velmi pevná argumentace a „stát si za svým a nenechat si zviklat“ různými často velice kreativními důvody (Kislingerová, 2010).

4. Podnikové výnosy jako měřítko výkonnosti

Nejvýznamnějším nástrojem pro hodnocení výkonnosti je finanční analýza. Ta je prováděna různými metodami. Čerpá-li se z finančních výkazů, lze tyto metody rozlišit do dvou základních skupin.

4.1. Analýza pomocí absolutních ukazatelů

Absolutní metoda spočívá ve využití absolutních údajů z finančních výkazů. Vyjadřují jevy, které nemají vztah k žádnému jinému jevu. Tyto absolutní ukazatele lze dále rozdělit na stavové a tokové. Stavový ukazatel informuje pouze o tom, jaký je jeho stav v určitém čase. Tokový ukazatel vypovídá o změnách, ke kterým došlo během určitého období (Grünwald, 2009).

Metoda relativní

4.2. Analýza pomocí poměrových ukazatelů

Tato analýza používá relativní údaje, které opět čerpá z finančních výkazů. Relativní údaje na rozdíl od absolutních vyjadřují vztah jednoho určitého jevu na druhý, respektive velikost jeho vlivu. Obě metody, relativní i absolutní, se dále využívají pro analýzu poměrových ukazatelů (Grünwald, 2009).

Poměrové ukazatele umožňují získat celkový obraz o podnikových financích. Zdrojem jsou údaje z finančních výkazů. Tyto poměrové ukazatele se dále dělí na okruhy, kde každý okruh analyzuje a hodnotí jinou část podniku.

Lze je rozdělit na ukazatele:

- a) rentability
- b) aktivity
- c) likvidity
- d) zadluženosti
- e) tržní efektivity

Ukazatele tržní efektivity využijí pouze akciové společnosti, které jsou obchodovány na trzích.

R. C. Higgins³ (1984) upozorňuje na fakt, které musí být u poměrových ukazatelů brán v úvahu.

„Poměrový ukazatel je právě jen jedno číslo dělené jiným, a je tudíž nerozumné očekávat, že mechanický výpočet jednoho poměrového ukazatele nebo i několika ukazatelů automaticky poskytne důležitý názor na něco tak kompletního jako je moderní podnik. Je užitečné považovat ukazatele spíše za jakousi stopu k rozluštění záhady vložené do detektivní povídky. Jeden, ale i několik poměrových ukazatelů nás může zavést, avšak jsou-li kombinovány se znalostmi manažerů o vlastní společnosti a o ekonomickém okolí, může tato metoda finanční analýzy vyprávět velmi zajímavé příběhy „ (Kovanicová, 1997).

4.2.1. Výsledek hospodaření

Pro všechny tyto ukazatele se používají různé druhy zisků. Proto je pro každého, kdo chce hodnotit finanční situaci podniku důležité, aby dokázal použít ten správný.

Základem pro zjištění jakéhokoliv zisku je zjištění výnosů a nákladů a jejich rozřídění do provozní, finanční či mimořádné skupiny. Pro každou tuto oblast se vypočte hospodářský výsledek samostatně. Rozdíl provozních výnosů a nákladů je provozní výsledek hospodaření, zisk či ztráta. Obdobně lze získat i finanční výsledek hospodaření. Součtem vznikne výsledek hospodaření za běžnou činnost. Po přičtení mimořádného výsledku hospodaření získáme hospodářský výsledek za účetní období. Základním zdrojem informací jsou finanční výkazy, konkrétně výkaz zisku a ztráty. Jeho přesný tvar je upraven zákony a nařízeními Evropské unie (Synek, 2010).

³ Higgins, R.C.: Analysis for financial management. Richard D. Irwin, Inc., Illinois, 1984

Čistý zisk (Earnings After Taxes, EAT), v českých podmínkách hospodářský výsledek za účetní období, je zisk po zdanění, připravený k rozdělení či zvýšení vlastního kapitálu (Grünwald, 2009).

Zisk před zdaněním (Earnings Efore Taxes, EBT) lze získat po přičtení daně z příjmu. Je využíván při srovnávání zisků mezi podniky (Kislingerová, 2010).

Zisk před zdaněním a úroky (Earnings Before Interests and Taxes, EBIT) je EBT, který se zvýšil o nákladové úroky. Tento druh zisku je často využíván investory pro hodnocení podniků, protože nezohledňuje zdanění ani způsob financování. Na tento zisk působí mnoho různých vlivů například velikost podniku, způsob výroby či používané technologie (Grünwald, 2009).

Zisk před zdaněním, úroky a odpisy (Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortization, EBITDA) je EBIT, který je zvýšený o odpisy. Americké pojetí rozlišuje depreciations, což jsou odpisy hmotného majetku a amortization, neboli odpisy nehmotného majetku. Tento finanční ukazatel není ovlivněn výší či způsobem odpisování (Grünwald, 2009).

Čistý provozní zisk po zdanění (Net Operating Profit After Taxes, NOPAT) je zisk, který podnik vytvořil v hlavní činnosti. Součástí tohoto zisku nejsou například zisk či ztráta z prodeje dlouhodobého majetku či zásob, protože tyto prodeje obvykle nesouvisí s hlavním předmětem podnikání (Kislingerová, 2010).

Základem pro zjištění jednotlivých druhů zisku je hospodářský výsledek za účetní období, čili EAT.

Pro zjištění EBT, zisku před zdaněním, je nutné přičíst k EAT ještě daně z příjmů. Daň z příjmů za běžnou činnost je součtem daně splatné a daně odložené. Daň z příjmů z mimořádné činnosti opět jako součet daně splatné a odložené.

EBIT, čili zisk před zdaněním a úroky, je tvořen EBT a nákladovými úroky.

Nakonec EBITDA je EBIT, ke kterému byly přičteny odpisy (Kislingerová, 2010).

4.3. Ukazatelé rentability

Nejdůležitějšími ukazateli jsou ukazatelé rentability. Srovnávají podnikový zisk se zdroji, které byly použity na jeho dosažení. Jejich výsledkem je informace o pozitivním nebo i

negativním vlivu řízení na výnosnost podniku. Ukazují, jak je podnik schopen dosahovat zisku. Dále se také mohou použít v případech, kdy podnik uvažuje o koupi jiného podniku a pomocí ukazatelů rentability zjistí, zda je to výhodné. Všechny tyto ukazatele říkají, kolik Kč zisku vytvoří 1 Kč daného podnikového zdroje. Mezi nejvíce používané patří rentabilita aktiv, rentabilita vlastního kapitálu, rentabilita tržeb a rentabilita investovaného kapitálu.

4.3.1. Rentabilita aktiv

Tento ukazatel, Return On Assets, hodnotí celkovou produkční sílu podniku, jeho schopnost využít zdroje při tvorbě zisku, bez ohledu na to, jestli se využívají zdroje cizí nebo vlastní. V čitateli zlomku je EBIT, zisk před úroky a daněmi. Tento zlomek se používá v případě, že se mění sazba daně ze zisku. Druhým případem, kdy se používá EBIT, je změna struktury financování. Pro zjištění výše aktiv se používá průměrná hodnota aktiv na začátku a na konci roku.

$$ROA = \frac{EBIT}{AKTIVA} \quad (1)$$

Pokud dosadíme do čitatele EAT, ukazatel zohlední skutečnost, že podnik odměňuje nejen vlastníky (akcionáře), ale i věřitele. Díky této změně je možné srovnávat podniky s různým podílem cizích zdrojů ve finanční struktuře (Kislingerová, 2010).

$$ROA = \frac{EAT}{AKTIVA} \quad (2)$$

4.3.2. Rentabilita vlastního kapitálu

Return On Equity je významný ukazatel pro akcionáře a potenciální investory. Udává, kolik čistého zisku připadá na 1 Kč kapitálu. Investoři porovnávají ROE s rizikem, které představuje investice do podniku. Zde se využívá čistý zisk, protože lépe vyjadřuje přímý výdělek, který podnik vytvoří. Vlastní kapitál představuje základní kapitál, kapitálové fondy, fondy tvořené ze zisku, nerozdělený zisk nebo neuhrazenou ztrátu minulých let a hospodářský výsledek za běžné období.

$$ROE = \frac{EAT}{VLASTNÍ KAPITÁL} \quad (3)$$

4.3.3. Rentabilita tržeb

Ukazatel Return On Sales určuje, kolik Kč čistého zisku podnik vytvoří z jedné Kč tržeb. Tato varianta, kde je v čitateli EBIT, se využívá při hodnocení podniků s různým stupněm využívání cizího kapitálu.

$$ROS = \frac{EBIT}{TRŽBY} \quad (4)$$

Varianta s výnosy namísto tržeb se použije tehdy, když je mezi nimi velký rozdíl, který je způsoben nahodilými událostmi.

$$ROS \equiv \frac{EBIT}{VÝNOSY} \quad (5)$$

Varianta, kdy je EBIT nahrazen čistým ziskem, se nazývá zisková marže. Zisková marže je u každého podniku jiná, ovlivňují ji jednotlivé druhy odvětví a také charakter produktů, které podnik vytváří.

$$ZISKOVÁ \text{ MARŽE} = \frac{EAT}{TRŽBY} \quad (6)$$

Doplňkovým ukazatelem pro ROS je ukazatel nákladovosti, který se často používá při pyramidových rozkladech a schématech. V čitateli mohou být jakékoliv náklady. Například pro zjištění nákladovosti u zboží, dosadíme do čitatele náklady na zboží, při zjišťování výkonů v podniku se v čitateli objeví výkonová spotřeba.

$$NÁKLADOVOST = \frac{NÁKLADY}{TRŽBY} \quad (7)$$

4.3.4. Rentabilita celkového kapitálu

Zjišťuje, kolik Kč zisku vytvoří z 1 Kč investované akcionáři a věřiteli. Tento ukazatel, (Return On Capital Employed), je vhodný pro srovnání podniků, či při rozhodování o investici. Ve jmenovateli je zahrnut vlastní kapitál a dlouhodobý cizí kapitál, například dlouhodobé bankovní úvěry (Kislingerová, 2010).

$$ROCE = \frac{EBIT}{VLASTNÍ \text{ KAPITÁL} + DL.C. \text{ KAPITÁL}} \quad (8)$$

4.4. Ukazatele aktivity

Ukazatele aktivity jsou významná pro řízení aktiv. Informují o využívání majetkových částí podniku, jak velké jsou výrobní kapacity, či jak velká je rychlost obratu. Je také jedním ze signálů blížícího se úpadku v důsledku příliš vysoké nebo nízké rychlosti obratu.

4.4.1. Obrat aktiv

Obrat aktiv udává, kolikrát se celková aktiva obrátí za dobu jednoho roku. Obrat aktiv by měl být vyšší než 1, pokud není brán v úvahu odvětví, ve kterém se podnik nachází. (Kislingerová, 2010).

$$RO = \frac{TRŽBY}{AKTIVA} \quad (9)$$

4.4.2. Doba obratu zásob

Vyjadřuje počet dní, po které jsou zásoby vázány v podniku, tedy od doby pořízení do doby spotřeby či prodeje. Je často označována výrazem Inventory Turnover.

$$IT = \frac{ZÁSoby}{TRŽBY} \times 360 \quad (10)$$

4.4.3. Doba obratu pohledávek

Day's Sales Outstanding informuje uživatele o tom, kolik je třeba dní, než se pohledávky změní v tržby. Při hodnocení tohoto ukazatele je nutné chápat zvyklosti v dané zemi, velikosti firmy či její postavením na trhu.

$$DSO = \frac{POHLEDÁVKY}{TRŽBY} \times 360 \quad (11)$$

4.4.4. Doba splatnosti krátkodobých závazků

Tento ukazatel udává, kolik dní zůstávají krátkodobé závazky nesplacené. Zároveň informuje o tom, jak podnik využívá obchodní úvěr. Často je v literatuře označován jako Creditors Payment Period.

$$CPP = \frac{KRÁTKODOBÉ ZÁVAZKY}{TRŽBY} \times 360 \quad (12)$$

Pomocí doby splatnosti krátkodobých závazků a doby obratu pohledávek lze řídit dobu splatnosti pohledávek i závazků a optimalizovat peněžní toky v podniku (Kislingerová, 2010).

4.5. Ukazatele likvidity

Základní podmínkou pro dobré fungování jakéhokoliv podniku je schopnost platit své závazky. Proto je likvidita podniku důležitý ukazatel nejen pro vlastníky ale i pro obchodní partnery.

Často používaný pojem je solventnost. Je to obecná schopnost podniku získat peněžní prostředky na úhradu závazků.

Samotný pojem likvidita označuje momentální schopnost podniku splatit své závazky.

Posledním pojmem je likvidnost majetku. Likvidnost majetku říká, jak lehce, nebo těžce lze přeměnit majetek na peníze. Obecný pohled poskytuje rozvaha, kde je majetek seřazen od nejméně likvidního, např. stroje, po ten nejlídnější, peníze (Kislingerová, 2010).

4.5.1. Běžná likvidita

Vyjadřuje, kolikrát oběžná aktiva zaplatí krátkodobé závazky. Běžnou likviditu, (Current ratio), sledují spíše věřitelé, kteří mají krátkodobé pohledávky vůči podniku. Čím je běžná likvidita vyšší, tím je podnik více schopen hradit své závazky. Ovšem záleží na mnoha faktorech. V případě, že jsou na skladě staré zásoby, je běžná likvidita lepší, ačkoliv to neodpovídá skutečnému stavu. Dalším případem může být situace, kdy je ekonomika v období recese. V recesi se podnik snaží snížit své závazky na minimum, zároveň ale snižuje svoji oběžná aktiva. Výsledkem by byl údaj, který říká, zda je likvidita v pořádku, navzdory současné situaci podniku. Proto by se běžná likvidita neměla posuzovat jako samostatný ukazatel, ale mělo by se vždy přihlížet ke konkrétní situaci každého podniku (Kislingerová, 2010).

$$CR = \frac{OA}{\text{KRÁTKODOBÉ ZÁVAZKY}} \quad (13)$$

4.5.2. Pohotová likvidita

Pohotová likvidita, označovaná také jako Acit test, vychází z běžné likvidity, kdy jsou ve jmenovateli krátkodobé závazky. Ovšem oběžná aktiva jsou upravena o zásoby, například suroviny či materiál. Důvodem pro tuto úpravu je snaha o vyloučení nejméně likvidní části oběžných aktiv, jako jsou zásoby (Kislingerová, 2010).

$$AT = \frac{OA - ZÁSObY}{KRÁTKODOBÉ ZÁVAZKY} \quad (14)$$

Pokud je hodnota tohoto ukazatele vyšší než jedna, znamená to, že podnik může uhradit všechny své závazky. Ovšem je to také signál pro management, který vypovídá o tom, že v podniku jsou vázána oběžná aktiva, která neprodukují žádný úrok (Kislingerová, 2010).

4.5.3. Okamžiková likvidita

Okamžiková či hotovostní likvidita, je označovaná také jako Cash Position Ratio. Tento ukazatel také vychází z běžné likvidity, ale je mnohem přesnější. V čitateli se totiž objevují pouze peněžní prostředky, které jsou tvořeny penězi v pokladně či na běžném účtu, ale i krátkodobými cennými papíry či šeky (Kislingerová, 2010).

$$CPr = \frac{PEN.PR.}{KRÁTKODOBÉ ZÁVAZKY} \quad (15)$$

4.6 Ukazatele zadluženosti

Každého investora zajímá především rentabilita, která je popsána výše. Další údaj, který je důležitý pro rozhodování, je zadluženost. Ta říká, že podnik vedle svých vnitřních zdrojů krytí využívá i cizí zdroje, zejména úvěry. Běžný podnik není financován pouze z vnitřních nebo pouze z vnějších zdrojů. Je to kombinace obou zdrojů, přičemž záleží na odvětví, ale i na jednotlivém podniku, kterého zdroje bude využívat více.

4.6.1. Ukazatel věřitelského rizika

Čím vyšší číslo věřitelské riziko (Debt Ratio) udává, tím větší je i zadluženost podniku.

$$DR = \frac{CIZÍ ZDROJE}{AKTIVA} \quad (16)$$

4.6.2. Poměr vlastního kapitálu k celkovým aktivům

Tento poměr, známý také jako Equity Ratio, vyjadřuje poměr, jak jsou aktiva v podniku financována penězi akcionářů. Tento ukazatel hodnotí finanční stabilitu podniku a bývá doplňkem ukazatele věřitelského rizika.

$$ER = \frac{VLASTNÍ KAPITÁL}{AKTIVA} \quad (17)$$

Jeho obrácená hodnota tedy podíl aktiv na vlastním jmění se nazývá finanční páka.

$$FP \equiv \frac{AKTIVA}{VLASTNÍ KAPITÁL} \quad (18)$$

4.7. Ukazatele tržní efektivity

Poslední skupina ukazatelů je odlišná od předchozích, protože doposud byly použity pouze ukazatele, které lze nalézt v účetních výkazech. Proto byla analyzována spíše minulost podniku. Ukazatele tržní efektivity, často také nazývané jako analýza postavení podniku na kapitálovém trhu, informují o tom, jak se bude podnik vyvíjet v budoucnu z hlediska investorů.

4.7.1. Výplatní poměr

Každého investora zaměřeného na dividendy zajímá, jaká část zisku, který podnik vytvoří, se vyplácí majitelům, tedy akcionářům. K tomu se často používá ukazatel výplatní poměr (Payout Ratio). V čitateli je dividenda na 1 ks akcie, kterou lze zjistit jako podíl vyplacených akcií a počtu akcií. Ve jmenovateli je zisk po zdanění, tedy čistý zisk.

$$PAYOUT = \frac{DIVIDENDA}{EAT} \quad (19)$$

4.7.2. Market-Book ratio

Ukazatel poměru tržní ceny akcií k účetní hodnotě jmění, neboli Market-Book ratio. Tržní cena podniku je součet tržních cen všech akcií podniku. Pro podnik, kterému se daří dobře, by měla hodnota být vyšší než 1 (Kislingerová, 2010).

$$MARKET - BOOK = \frac{TR.CENA}{ÚČ.CENA} \quad (20)$$

5. Charakteristika z hlediska vývoje výkonů

Vývoj výkonů či tržeb se liší díky mnoha faktorům, které již byly zmíněny v předchozích kapitolách. Proto je tedy nutné nejdříve charakterizovat tyto faktory dříve než bude budou charakterizovány samotné podnikové výnosy.

5. 1. Základní charakteristika podniku

Adresa společnosti:

Velkoobchod s nápoji Klatovy s.r.o.

Průmyslová 910

Klatovy II

339 01

IČO: 279 78 991

Společnost je vedena u Krajského soudu v Plzni pod spisovou značkou C 19825.

Velkoobchod s nápoji Klatovy s. r. o. je česká společnost, která se zabývá prodejem smíšeného zboží, především nápojů. Byla založena 5. června 2007 jako společnost s ručeným omezením se dvěma společníky Mgr. Luděkem Langmajerem a Zbyňkem Vítovcem.

Hlavním předmětem podnikání jsou výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona. Tedy jedná se o živnost volnou, speciálně činnosti č. 47. Zprostředkování obchodu a služeb a 48. Velkoobchod a maloobchod.

Společníky jsou Zdeněk Vítovec, který vložil 60 000 Kč a společnost ELKO, velkoobchod nápojů s.r.o. s vkladem 140 000 Kč. Základní kapitál činí 200 000 Kč, který byl splacen ke dni vzniku společnosti. Obchodní podíl společníků je poměr jejich vkladů k základnímu

kapitálu. Zdeněk Vítovec získal 30% podíl, společnost ELKO 70% podíl. Statutárními orgány jsou Zdeněk Vítovec, jako 1. jednatel a za společnost ELKO Teodor Lejsek jako 2. jednatel. Způsob jednání je upraven tak, že jménem společnosti jednají oba jednatele dohromady.

Tabulka 1: Vybrané ukazatele pro charakteristiku podniku v letech 2008 – 2012

Ukazatel	2008	2009	2010	2011	2012
Aktiva	9 659	17 188	24 538	29 551	22 700
Dlouhodobý majetek	2 095	1 995	14 820	16 928	16 653
Oběžná aktiva	7 395	15 233	9 718	12 623	6 047
Počet zaměstnanců	6	7	5	6	7

Zdroj: Výkaz zisku a ztráty, účetnictví Velkoobchod s nápoji Klatovy s.r.o. 2008 - 2012

Z tabulky 1 je zřejmé, že od roku 2007, kdy byla společnost založena, vykazuje růst celkových aktiv. Ten je tvořen růstem oběžných aktiv, zboží a peněz v hotovosti. Obě tyto položky jsou příčinou růstu aktiv v letech 2009 a 2011. V roce 2010 došlo oproti předchozím rokům k snížení, přesto však hodnota celkových aktiv rostla. Je to způsobeno nárůstem dlouhodobého majetku, neboť společnost postavila vlastní budovu. V roce 2012 dochází k poklesu díky snížení objemu nakoupeného zboží.

Počet zaměstnanců se ve sledovaném období mění pouze nepatrně, nejsou zde patrné žádné větší změny. Během jednotlivých měsíců kolísá, v tabulce jsou proto uvedeny údaje platné k datu vyhotovení finančních výkazů, tedy k 31.12. příslušného roku.

Tabulka 2: Výsledek hospodaření v letech 2008 – 2012 (v tis. Kč)

Ukazatel	2008	2009	2010	2011	2012
Výsledek hospodaření	-1 065	7	600	-20	-1 211

Zdroj: Výkaz zisku a ztráty Velkoobchod s nápoji Klatovy s.r.o. 2008 - 2012

V roce 2008 byla výsledkem hospodaření ztráta ve výši 1 065 tis. Kč, díky počátečním investicím. V dalších letech se společnost díky růstu výnosů dostala do zisku. Ztráta v roce 2011 je způsobena zvýšením finančních nákladů, které tvořily zejména splátky stavebního úvěru. V roce 2012 dochází ke snižování přidané hodnoty díky vysokým cenám zboží a také díky zvyšování osobních nákladů. Oba tyto faktory vedou ke ztrátě ve výši 1 211 tis. Kč.

5. 2. Cíle a metodika práce

Cílem práce je klasifikovat podnikové výnosy a zmapovat faktory, které je ovlivňují. Na základě analýzy výnosů zkonstruovat poměrové ukazatele a identifikovat ovlivňující faktory. Údaje byly čerpány z finančních výkazů společnosti, z rozvahy a výkazu zisku a ztráty v letech 2008 až 2012.

V úvodu je charakterizována společnost Velkoobchod s nápoji a její základní ukazatele.

V následující části jsou podrobně rozebrány výnosy společnosti a jejich rozdělení na provozní, finanční a mimořádné. Ke každé části je vypracována analýza, zvláštní pozornost je věnována provozním výnosům.

Dále jsou rozpracovány náklady a zisk společnosti a analýza jejich vývoje.

Poslední část je tvořena finanční analýzou společnosti, respektive analýzou poměrových ukazatelů vycházejících z výnosů společnosti.

V práci byly použity ukazatele rentability, aktivity, likvidity a zadluženosti. Vzhledem ke skutečnosti, že společnost není akciovou společností, ukazatelé tržní efektivity byly použity pouze minimálně. Na závěr byla společnost srovnána v rámci celorepublikového průměru za odvětví pomocí statistické analýzy Ministerstva průmyslu a obchodu.

Tabulka 3: Primární ukazatele

Název	Zkratka	Zdroj	Výpočet
Rozvaha	R	R	Rozvaha v plném rozsahu dle Přílohy č. 1 vyhlášky č. 500/2002 Sb.
Výkaz zisku a ztráty	VZZ	VZZ	Výkaz zisku a ztráty v plném rozsahu ve druhovém členění podle Přílohy č. 2 vyhlášky č. 500/2002 Sb.
Čistý zisk	EAT	VZZ	Hospodářský výsledek za účetní období (řádek 60)
Aktiva celkem	AKTIVA	R	Aktiva celkem (řádek 1)
Zisk před zdaněním a úroky	EBIT	VZZ	EAT + daň z příjmů za běžnou činnost (řádek 49) daň z příjmů za mimořádnou činnost (řádek 55) + nákladové úroky (řádek 4)
Vlastní kapitál	VL.KAPITÁL	R	Vlastní kapitál (řádek 68)
Tržby	TRŽBY	VZZ	Tržby za prodej zboží (řádek 1) + Výkony (řádek 4) + Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu (řádek 19) + Ostatní provozní výnosy (řádek 26)
Celkové výnosy	VÝNOSY	VZZ	TRŽBY + Mimořádné výnosy (řádek 53)
Celkové náklady	NÁKLADY	VZZ	Náklady vynaložené na prodané zboží (řádek 2) + Výkonová spotřeba (řádek 8) + Osobní náklady (řádek 12) + Daně a poplatky (řádek 17) + Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku (řádek 18) + Ostatní provozní náklady (řádek 27) + Nákladové úroky (řádek 43) + Ostatní finanční náklady (řádek 45) + Mimořádné náklady (řádek 54)

Dlouhodobé závazky	DL. ZÁVAZKY	R	Dlouhodobé závazky (řádek 91)
Dlouhodobý majetek	DHM	R	Dlouhodobý majetek (řádek 3)
Zboží	ZBOŽÍ	R	Zboží (řádek 37)
Pohledávky z obchodních vztahů	POHLEDÁVKY	R	Pohledávky z obchodních vztahů (řádek 49)
Závazky z obchodních vztahů	KR. ZÁVAZKY	R	Závazky z obchodních vztahů (řádek 92)
Peněžní prostředky	P.PROSTŘEDKY	R	Krátkodobý finanční majetek (řádek 58)
Oběžná aktiva	OA	R	Oběžná aktiva (řádek 31)
Cizí zdroje	CIZÍ ZDROJE	R	Cizí zdroje (řádek 85)

Zdroj: vlastní vypracování

Tabulka 4: Sekundární podílové ukazatele

Název	Zkratka	Výpočet
Rentabilita aktiv	ROA 1	EBIT / AKTIVA
Rentabilita aktiv	ROA 2	EAT / AKTIVA
Rentabilita vlastního kapitálu	ROE	EAT / VL. KAPITÁL
Rentabilita tržeb	ROS	EBIT / VÝNOSY
Zisková marže	Zisková marže	EAT / TRŽBY
Nákladovost	Nákladovost	NÁKLADY / TRŽBY
Obrat aktiv	Obrat aktiv	TRŽBY / AKTIVA
Doba obratu zásob	Doba obratu zásob	(ZBOŽÍ / TRŽBY) x 360
Doba obratu pohledávek	Doba obratu pohledávek	(POHLEDÁVKY / TRŽBY) x 360
Doba splatnosti krátkodobých závazků	Doba splatnosti kr. závazků	(KR. ZÁVAZKY / TRŽBY) x 360
Okamžiková likvidita	Okamžiková likvidita	P. PROSTŘEDKY / KR. ZÁVAZKY
Věřitelské riziko	Věřitelské riziko	CIZÍ ZDROJE / AKTIVA
Finanční páka	Finanční páka	AKTIVA / VL. KAPITÁL

Zdroj: vlastní vypracování

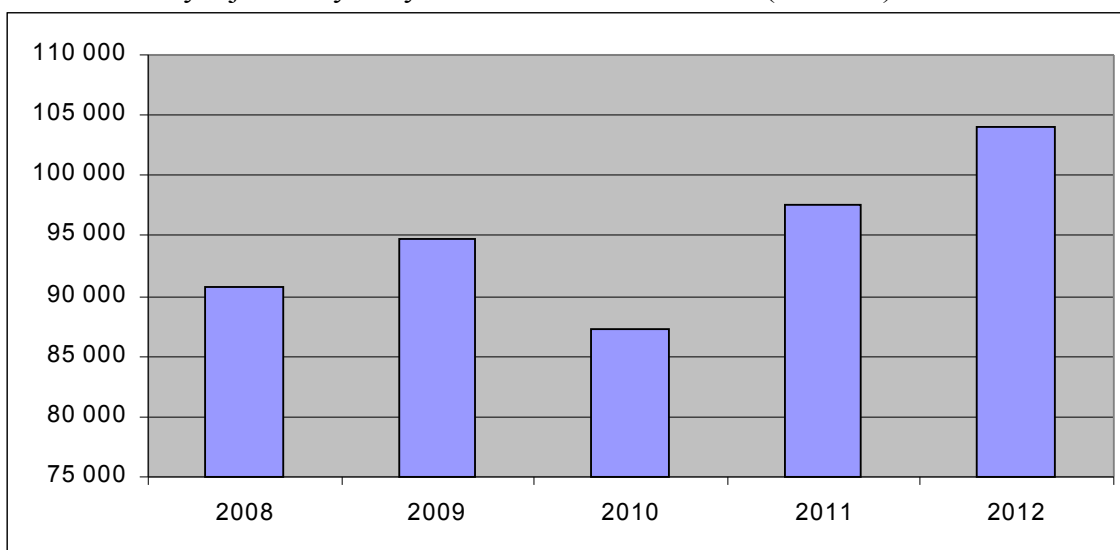
6. Struktura výnosů vybrané společnosti a jejich analýza

Strukturu výnosů velkoobchodu s nápoji Klatovy s.r.o. tvoří zejména tržby z prodeje zboží. Tyto tržby, spolu s dalšími výnosy, které společnost vytvořila, budou v další části dále podrobněji rozepsány a analyzovány.

6. 1. Struktura výnosů

Jak je vidět z grafu 1, společnost nedokázala zajistit, aby nedocházelo ke snížení výnosů, toto snížení se následně objevilo i ve snížení hospodářského výsledku.

Graf 1: Vývoj celkových výnosů v letech 2008 – 2012 (v tis. Kč)



Zdroj: Výkaz zisku a ztráty Velkoobchod s nápoji Klatovy s.r.o. 2008 - 2012

V letech 2008 a 2009, tedy 2 roky po založení společnosti, se výnosy pohybovaly nad úrovní 90 mil. Kč. Nicméně na začátku roku 2010 je patrný pokles výnosů, který vyústil až v meziroční propad o 8 %. Jak už je vysvětleno výše, pokles výnosů je tvořen menšími nákupy zboží.

Dne 14. září 2012 ministerstvo zdravotnictví zcela zakázalo prodej a vývoz nápojů více než 20% alkoholu. Důvodem byly zdravotní potíže a následná úmrtí spojená s konzumací alkoholu, který byl vyráběn nelegálně z nekvalitního alkoholu. Z tohoto důvodu nebylo

možné prodávat ani vyvážet alkoholické nápoje a to až do 27. září. V takto krátkém období se vládní opatření na tržbách společnosti neprojevilo, protože sortiment nápojů, které nabízí, není zaměřen pouze na alkoholické nápoje. Došlo ke zvýšení objemu prodeje v oblasti piva a vína, tedy nápojů, které ministerstvem zakázány nebyly. Celková výše výnosů v roce 2012 tedy prohibicí ohrožena nebyla.

Tabulka 5: Druhy výnosů v letech 2008 – 2012 (meziroční změny v tis. Kč)

Ukazatel	2009 - 2008	2010 - 2009	2011 - 2010	2012 - 2011	Celková změna 2012 - 208
Provozní výnosy	3836	-7368	10297	6362	13127
Finanční výnosy	0	0	0	0	0
Mimořádné výnosy	-1	2	-3	1	-1
Celkové výnosy	3835	-7366	10294	6363	13126

Zdroj: Výkaz zisku a ztráty Velkoobchod s nápoji Klatovy s.r.o. v letech 2008 až 2012

Největší podíl na celkových výnosech mají provozní výnosy. V roce 2010 dochází k poklesu v důsledku snížení objemu nakoupeného a prodaného zboží. Příčinou je stavba budovy, která odčerpala finanční prostředky na nákup zboží. V následujícím roce je velikost provozních výnosů způsobena opětovným nárůstem oběžných aktiv a tedy i vyššími výnosy z prodeje zboží. V roce 2012 se provozní výnosy opět vlivem snížení oběžných aktiv snižují.

Ve finanční oblasti společnost nevykazuje žádné výnosy, protože se nezabývá obchodováním s cennými papíry ani jinými finančními operacemi.

Mimořádné výnosy jsou tvořeny úhradami pojistných plnění od pojišťovny.

Struktura provozních výnosů je zachycena ve výkazu zisku a ztráty. Tato struktura zahrnuje všechny části, které tvoří provozní výnosy, ale z tabulky 6 je zřejmé, že společnost ve sledovaném období nevytvořila rezervy či opravné položky. Proto budou dále rozpracovány jen tržby za prodej zboží, výkony, tržby z prodeje dlouhodobého majetku a ostatní provozní výnosy.

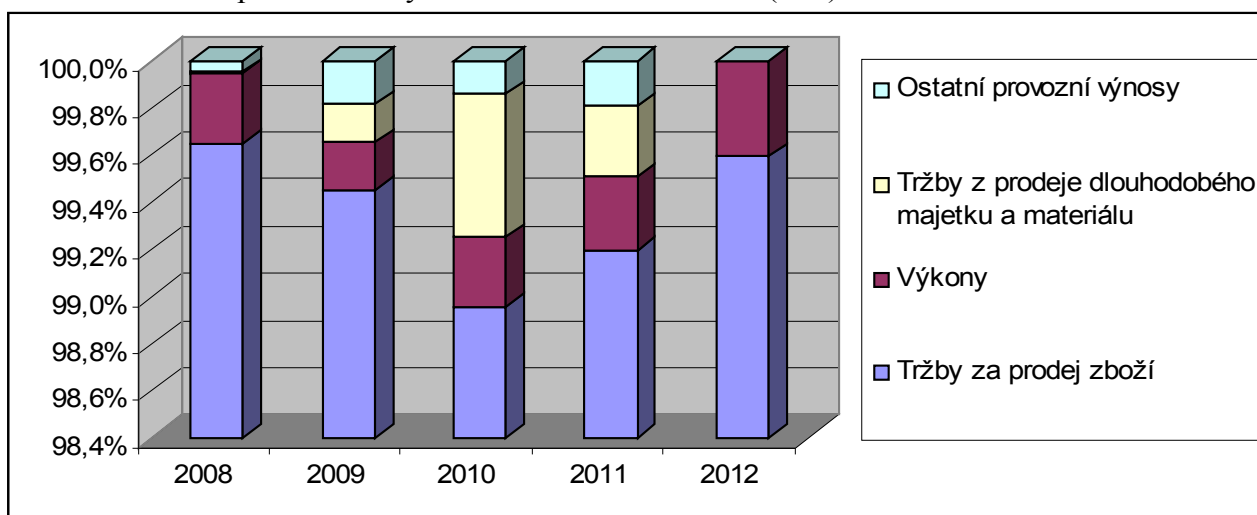
Tabulka 6: Struktura provozních výnosů v letech 2008 – 2012 (meziroční změny v tis. Kč)

Ukazatel	2009 - 2008	2010 - 2009	2011 - 2010	2012 - 2011	Celková změna 2012 - 2012
Tržby za prodej zboží	3635	-7759	10422	6725	13023
Výkony	-81	66	46	117	148
Tržby z prodeje dl.majetku a materiálu	151	377	-235	-295	-2

Rezervy a čas. rozlišení	0	0	0	0	0
Opravné položky	0	0	0	0	0
Ostatní provozní výnosy	131	-52	64	-185	-42

Zdroj: Výkaz zisku a ztráty Velkoobchod s nápoji Klatovy s.r.o. v letech 2008 až 2012.

Graf 2: Složení provozních výnosů v letech 2008 – 2012 (v %)



Zdroj: Výkaz zisku a ztráty Velkoobchod s nápoji Klatovy s.r.o. v letech 2008 – 2012

Z grafu 2 je patrné, že největší podíl na provozních výnosech mají tržby za prodej zboží.

Tento podíl je ve sledovaném období okolo 98 %.

Narůstající podíl na provozních výnosech mají také výkony.

Tabulka 7: Vývoj tempa růstu výkonů 2008 – 2012 (v %)

Ukazatel	2009 - 2008	2010 - 2009	2011 - 2010	2012 - 2011	Celkem vývoj 2012 - 2008
Výkony	-81	66	46	117	148

Zdroj: Výkaz zisku a ztráty Velkoobchod s nápoji Klatovy s.r.o. 2008 - 2012

Ve sledovaném období byly výkony tvořeny pouze tržbami za prodej vlastních výrobků. Těmito výrobky jsou letáky, které společnost tiskne. Od svých dodavatelů obdrží požadavky na vlastnosti letáků, jako jsou například velikost, styl či obsah. Hotové letáky poté dodává spolu se zbožím svým odběratelům.

Provozní výnosy ovlivnily také tržby z prodeje dlouhodobého majetku, především prodej podnikových vozidel.

6.2. Struktura nákladů

K získání struktury nákladů bylo použito stejné členění jako u výnosů. Velikost jednotlivých druhů nákladů je stejná jako výnosů.

Tabulka 8: Druhy nákladů v letech 2008 – 2012 (v tis. Kč)

Ukazatel	2008	2009	2010	2011	2012
Provozní náklady	91 799	94 503	86 382	96 626	104 262
Finanční náklady	86	148	310	980	897
Mimořádné náklady	3	0	0	0	0
Celkové náklady	91 888	94 651	86 692	97 606	105 159

Zdroj: Výkaz zisku a ztráty Velkoobchod s nápoji 2008 – 2012

Největší podíl na celkových nákladech mají provozní náklady, které jsou tvořeny náklady na prodané zboží. Dalšími náklady jsou výkonová spotřeba či osobní náklady. Pokles v roce 2010 odpovídá poklesu tržeb z prodeje zboží, které bylo způsobeno snížením objemu nakoupeného zboží.

Finanční náklady představují nákladové úroky a bankovní poplatky. Z tabulky 8 je patrný nárůst v roce 2010, kdy společnost postavila vlastní budovu. Tento nárůst je tvořen vyššími splátkami za úvěr využitý pro stavbu.

Mimořádné náklady vznikají jako opravné položky, které opravují výši náhrady škod od pojišťovny.

6.3. Struktura hospodářského výsledku

Tabulka 9: Struktura hospodářského výsledku v období 2008 – 2012 (v tis. Kč)

Ukazatel	2008	2009	2010	2011	2012
Provozní HV	-977	155	908	961	-313
Finanční HV	-86	-148	-310	-980	-897
Mimořádný HV	-2	0	2	-1	-1
Celkový HV	-1 065	7	600	-20	-1 211

Zdroj: Výkaz zisku a ztráty Velkoobchod s nápoji s. r. o. 2008 – 2012

Provozní hospodářský výsledek společnosti se po prvním roce, kdy je záporný, zvyšoval až do roku 2011, kdy dosáhl 961 tis. Kč. Tento trend je způsoben rostoucí obchodní marží, která

představuje rozdíl mezi výnosy a náklady z prodeje zboží. V roce 2012 díky zvýšení cen klesá obchodní marže a znamená propad do ztráty.

Finanční hospodářský výsledek je díky skutečnosti, že společnost netvoří žádné finanční výnosy, stejný jako finanční náklady, jejichž vývoj byl popsán v tabulce 8.

Mimořádný hospodářský výsledek jsou náhrady škod od pojišťovny snížené o opravné položky.

Vývoj výnosů a nákladů, tedy i celkový vývoj zisku určují tržby z prodeje zboží a náklady na prodané zboží. Proto jsou v tabulkách 10 a 11 pro přehlednost a ilustraci zobrazeny dohromady pomocí absolutních i relativních změn.

Tabulka 10: Vývoj tržeb za zboží a nákladů na zboží (absolutní změna v tis. Kč)

Ukazatel	2009 - 2008	2010 - 2009	2011 -2010	2012 - 2011	Celková změna 2012 - 2008
Tržby za prodej zboží	3 635	-7 759	10 422	6 725	13 023
Náklady na prodané zboží	3 178	-7 421	9 550	8 010	13 317

Zdroj: Výkaz zisku a ztráty Velkoobchod s nápoji Klatovy s.r.o. (2008-2012)

Tabulka 11: Vývoj tržeb za zboží a nákladů na zboží (relativní změna v %)

Ukazatel	2009 / 2008	2010 / 2009	2011 / 2010	2012 / 2011	Celková změna 2012 / 2008
Tržby za prodej zboží	4,02	-8,24	12,07	6,95	14,39
Náklady na prodané zboží	3,74	-8,43	11,85	8,88	15,69

Zdroj: Výkaz zisku a ztráty Velkoobchod s nápoji Klatovy s.r.o. (2008 – 2012)

Již na první pohled je zřejmé, že náklady na prodané zboží sledují tržby za prodej zboží. Rozdíl mezi tržbami za prodej zboží a náklady na prodané zboží tvoří obchodní marži, ze které společnost kryje další náklady.

7. Zhodnocení faktorů ovlivňujících velikost výnosů a výnosnosti

Zhodnocení faktorů, které ovlivňují velikost výnosů bude provedeno pomocí finančních ukazatelů, které byly zmíněny v metodice práce.

7.1. Ukazatele rentability

V prvním roce existence společnosti, kdy se hospodářský výsledek nachází ve ztrátě, jsou všechny ukazatele záporné. V dalších letech jsou už hodnoty kladné. Záporné hodnoty v roce 2012 jsou opět tvořeny záporným hospodářským výsledkem. Celková tendence ukazatelů rentability díky použití EBIT či EAT sleduje vývoj celkového zisku společnosti.

Tabulka 12: Ukazatele rentability 2008 – 2012 (v %)

Ukazatel	2008	2009	2010	2011	2012
ROA 1	-10,33	0,72	3,55	3,16	-1,56
ROA 2	-11,03	0,04	2,45	-0,07	-5,33
ROE	-49,67	0,33	21,8	-0,73	-24 220,00
ROS	-1,1	0,13	1	0,96	-0,34
Zisková marže	-1,17	0,01	0,69	-0,02	-1,16
Nákladovost	101,17	99,99	99,31	100,02	101,16

Zdroj: Výkaz zisku a ztráty, Rozvaha Velkoobchod s nápoji Klatovy s.r.o. 2008 – 2012

Ukazatel ROA zaznamenal nárůst v roce 2010, který je nárůstem aktiv. Tento nárůst je popsán v úvodu charakteristiky zvolené společnosti.

Rentabilita ROE je v roce 2012 vyšší, než v předchozích letech. Tento růst je způsoben snížením vlastního kapitálu. Vývoj vlastního kapitálu je dále zachycen v tabulce 13.

V roce 2008 ukazatel nákladovosti překročil 100% hranici, jako indikátor ztráty společnosti. Ani v následujících letech se nákladovost nezměnila, stejně jako náklady na prodané zboží má téměř absolutní vliv na rentabilitu společnosti.

Tabulka 13: Vývoj vlastního kapitálu 2008 – 2012 (v tis. Kč)

Ukazatel	2008	2009	2010	2011	2012
Základní kapitál	200	200	200	200	200
Kapitálové fondy	3032	3032	3032	3032	1516
Výsledek hospodaření minulých let	0	-1088	-1082	-479	-500
Výsledek hospodaření běžného období	-1088	6	602	-24	-1211
Vlastní kapitál	2144	2150	2752	2729	5

Zdroj: Rozvaha Velkoobchod s nápoji Klatovy s.r.o. 2008 - 2012

Vlastní kapitál byl ve sledovaném období tvořen základním kapitálem, kapitálovými fondy a výsledkem hospodaření minulých let a běžného období. Základní kapitál byl dle zákona v minimální výši 200 tis. Kč. Na celkový výši vlastního kapitálu se tedy podepsal zejména výsledek hospodaření, jehož vývoj sleduje tabulka 2. V roce 2012 také došlo ke snížení kapitálových fondů, neboť ze společnosti vystoupil společník a byl vypořádán jeho podíl.

7.2. Ukazatele aktivity

Společnost se zaměřuje na nákup a prodej zboží, proto jsou pro ni ukazatele aktivity nepostradatelnými nástroji pro řízení a krátkodobé i dlouhodobé plánování. Všechny ukazatele aktivity díky svému výpočtu sledují vývoj výnosů.

Tabulka 14: Ukazatele aktivity 2008 – 2012

Ukazatel	2008	2009	2010	2011	2012
Obrat aktiv (počet obrátek)	9,40	5,51	3,56	3,30	4,58
Doba obratu zásob (dny)	14,50	39,58	23,92	24,10	12,02
Doba obratu pohledávek (dny)	1,04	2,38	1,99	7,68	2,14

Doba splatnosti krátkodobých závazků (dny)	18,01	39,70	31,75	43,35	29,14
--	-------	-------	-------	-------	-------

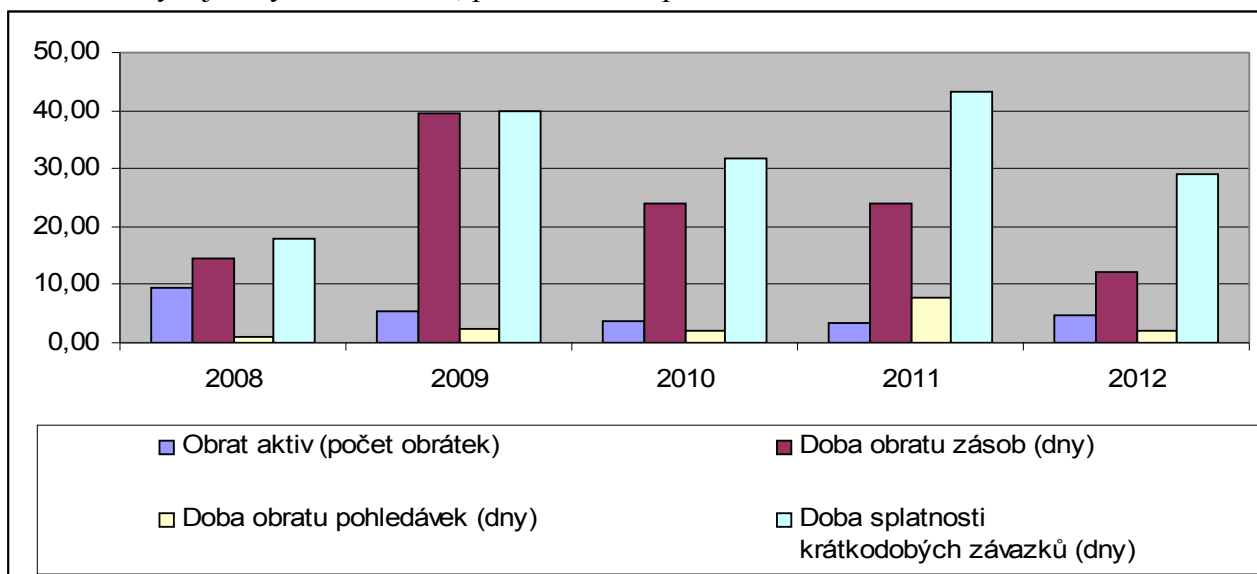
Zdroj: Výkaz zisku a ztráty, Rozvaha Velkoobchod s nápoji Klatovy s.r.o. 2008 – 2012

Vysoká hodnota obratu aktiv v roce 2008 je způsoben vysokými tržbami spolu s nízkým stavem aktiv. V dalších letech ukazatel klesá právě díky poklesu výnosů.

Dobu obratu zásob se daří od roku 2010 snižovat díky klesajícím hodnotám zásob.

Doba obratu pohledávek je ve sledovaném období konstantní, hodnota v roce 2011 je tvořena růstem pohledávek.

Graf 3: Vývoj doby obratu zásob, pohledávek a splatnosti závazků 2008 – 2012



Zdroj: Rozvaha Velkoobchod s nápoji Klatovy s.r.o. 2008 - 2012

Z grafu 3 vyplývá díky vývoji doby splatnosti krátkodobých závazků, že společnost od roku 2009 využívá dodavatelský úvěr, který jí dodavatelé poskytují.

7.3. Ukazatele likvidity

Pro ukazatele likvidity byla vybrána pouze okamžiková likvidita, díky faktu, že firma operuje hlavně s hotovostními penězi.

Tabulka 15: Ukazatel likvidity 2008 - 2012

Ukazatel	2008	2009	2010	2011	2012
Okamžiková likvidita	0,76	0,31	0,38	0,32	0,20

Zdroj. Rozvaha Velkoobchod s nápoji Klatovy s.r.o. 2008 – 2012

Okamžiková likvidita se pohybuje okolo doporučené hodnoty 0,2 (Kislingerová, 2010).

Přesto lze společnosti doporučit podrobnější analýzu, která by odhalila skutečnou zásobu peněz, kterou je třeba držet a množství peněz, které je možné investovat.

7.4. Ukazatele zadluženosti

Společnost pro financování svých potřeb využívá cizí i vlastní kapitál. Pro přesné zjištění poměru mezi nimi, byly využity ukazatele věřitelské riziko a finanční páka.

Tabulka 16: Ukazatele zadluženosti 2008 - 2012

Ukazatel	2008	2009	2010	2011	2012
Věřitelské riziko	0,778	0,879	0,888	0,908	1,000
Finanční páka	4,505	8,267	8,916	10,829	4 540,000

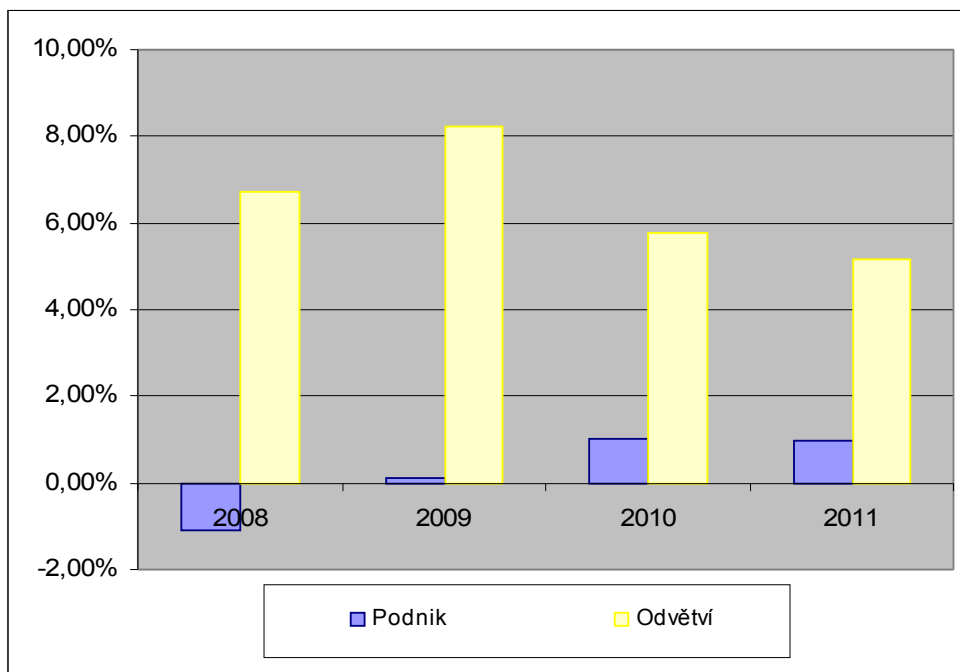
Zdroj. Rozvaha Velkoobchod s nápoji Klatovy s.r.o. 2008 – 2012

Hodnoty ukazatele věřitelského rizika se pohybují velmi blízko hodnotě 1, což znamená, že společnost pro svůj rozvoj využívá cizí zdroje. Hodnota 1 v roce 2012 je zapříčiněna utrženou ztrátou hospodářského výsledku, kdy byl podnik nucen pro další vývoj použít pouze cizí zdroje.

7. 5. Analýza vývoje výnosů společnosti v porovnání s odvětvím

Při hodnocení podnikových výnosů nestačí pouze vypočíst ukazatele finanční analýzy. Jak upozorňuje R.C. Higgins, je nutné vzít v úvahu i údaje z ekonomického okolí. Pro srovnání byla použita data ze zdrojů ministerstva průmyslu a obchodu. Do webové aplikace byla zadána data o společnosti Velkoobchod s nápoji Klatovy s.r.o. z let 2008 až 2011. Data společnosti z roku 2012 nebylo možné použít díky chybějícím datům z ministerstva. Dle klasifikace CZ-NACE byla zvolena kategorie 46 Velkoobchod kromě motorových vozidel. Riziková přírážka byla vypočtena automaticky. V nabídce ukazatelů byly pro hodnocení podnikových výnosů vybrány Marže (ROS) a Obrat aktiv (Obrat aktiv).

Graf 4: Vývoj ROS v odvětví 2008 - 2012



Zdroj: data z webové aplikace Ministerstva průmyslu a obchodu

Rozdíly mezi hodnotami zjištěnými za celé odvětví a hodnotami za podnik lze vysvětlit tím, že společnost sice dosahuje vysokých výnosů, ovšem z tabulky 2 je zřejmé, že společnosti nedosahuje stejně vysokých zisků.

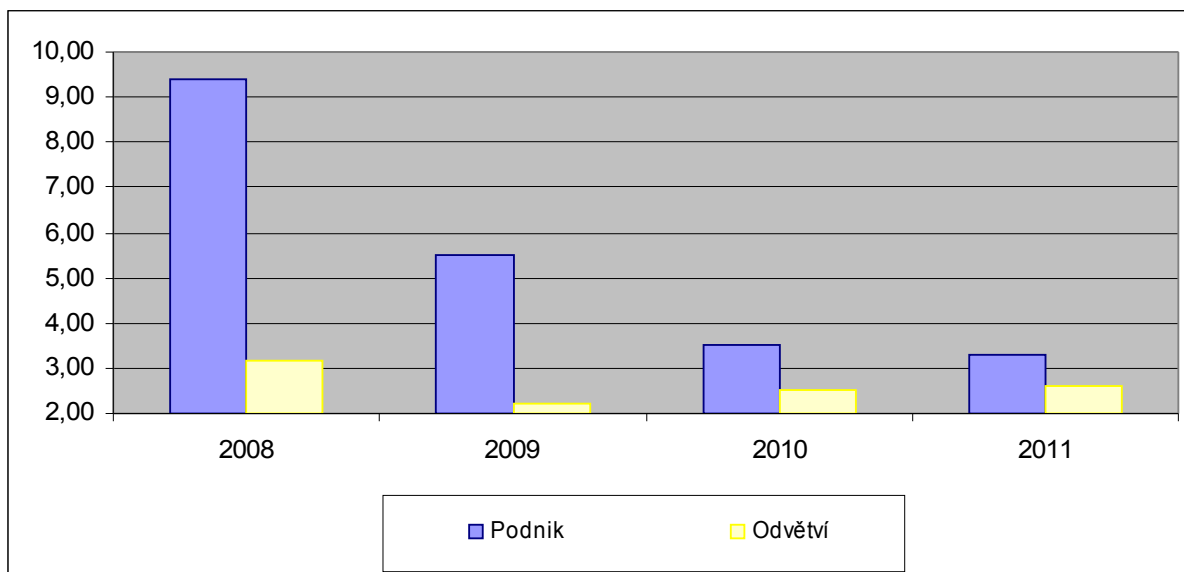
Tabulka 17: Ukazatel ROS v odvětví 2008 – 2011 (v %)

Ukazatel	2008	2009	2010	2011
Podnik	-1,10	0,13	1,01	0,96
Odvětví	6,71	8,23	5,75	5,16

Zdroj: webová aplikace Ministerstva průmyslu a obchodu

Ve srovnání s odvětvím společnost výrazně zaostává. Záporný ukazatel v roce 2008 je způsoben realizovanou ztrátou.

Graf 5: Vývoj Obratu aktiv v odvětví 2008 - 2012



Zdroj: data z webové aplikace Ministerstva průmyslu a obchodu

Je zde zřejmý pokles v roce 2009, který je způsoben nárůstem hodnoty aktiv, konkrétně zboží. Další pokles souvisí s poklesem výnosů a nárůstem hodnoty aktiv v důsledku nákupu nové budovy. V dalších letech se hodnota ukazatele zastavuje na hodnotě průměru za odvětví z důvodu konstantního vývoje tržeb a klesající hodnotě aktiv.

Tabulka 18: Ukazatel Obrat aktiv v odvětví 2008 - 2012

Ukazatel	2008	2009	2010	2011
Podnik	9,40	5,49	3,53	3,29
Odvětví	3,18	2,20	2,52	2,61

Zdroj: webová aplikace Ministerstva průmyslu a obchodu

Vysoké hodnoty v letech 2008 a 2009 jsou způsobeny skutečností, že společnost dokázala vytvořit vyšší tržby než je průměr v odvětví.

8. Shrnutí

Analýza poměrových ukazatelů společnosti poukázala na skutečnost, že firma se krátce po svém založení dostala do záporných čísel. Nejvíce je to zřejmé z ukazatelů rentability, které jsou založeny na výsledku hospodaření. V prvním roce společnost uskutečnila mnoho investic, převážně do zboží. Spolu s dalšími náklady způsobily ztrátu 1 055 tis.Kč. V dalších letech se již rentabilita, stejně jako výsledek hospodaření dostávají do kladných hodnot. Opět záporné hodnoty v posledním sledovaném roce jsou způsobeny záporným hospodářským výsledkem.

Ukazatele aktivity jsou velmi vysoké. Potvrzují fakt, že společnost je zaměřena čistě na nákup a prodej zboží. Pokles rychlosti obratu v roce 2010 je způsoben nižším stavem zásob. Společnost zaměřila své investice do výstavby budovy.

Ukazatele likvidity vypovídají o tom, že společnost je schopna platit své závazky. Je zde ovšem otázka, zda je efektivní, aby byla výše peněz v hotovosti vysoká. Doporučením pro vlastníky bude jistě podrobnější finanční analýza zaměřená na likviditu. Ta odpoví na otázku jaká část prostředků může být investována a jaká část musí zůstat v podniku.

Z ukazatelů zadluženosti vyplývá, že společnost využívá cizí kapitál. Ukazatel věřitelského rizika ve sledovaném období roste, v roce 2012 se dostává na úroveň 1. Příčinou je záporný hospodářský výsledek, kdy je společnost nucena hledat jiné než vlastní zdroje.

Porovnáním s celostátním průměrem bylo zjištěno, že společnost dosahuje vysokých výnosů, ovšem výsledný výsledek hospodaření je nižší než průměr. V oblasti ukazatele obratu aktiv dosahuje zvolená společnost jednoznačně lepších výsledků, opět díky vysokým výnosům.

V teoretické části práce byly zmíněny faktory, které mají vliv na velikost výnosů. Ve vybrané společnosti byly tyto faktory zmapovány a analyzovány.

Ceny jednotlivých výrobků společnost ovlivňují, protože v součinu se skutečným objemem prodeje tvoří tržby společnosti. Obchodní slevy ani hotovostní slevy však společnost neposkytuje, orientuje se pouze na prodej za hotové při předávání zboží.

Skutečný objem prodeje lze rozdělit na hrubou a čistou tržbu, kdy čistá tržba je hrubá tržba snížená o reklamace. Ve zvoleném podniku byly reklamace zaznamenány pouze vzhledem k poškozeným obalům zboží. Tyto reklamace byly uznány a poskytnuto jiné zboží. Následně bylo poškozené zboží reklamováno u dodavatele, respektive přepravce. Díky kontrole při příjmu zboží na sklad jsou reklamace pouze výjimečné a velikost výnosů neovlivňují. Porovnáním hrubé a čisté tržby bylo zjištěno, že zákazníci projevují svůj zájem na celý sortiment zboží společnosti, neexistuje tedy zboží, které by bylo zastaralé či mimo módní trendy.

Finanční plán je ve zvolené společnosti tvořen plánem nákupu zboží. Je nutné nákupy plánovat v delším časovém období, zejména z důvodů vysokých nákladů, které tyto nákupy představují. Dalším důvodem je ohrožení díky nedostatku peněžních prostředků a možné platební neschopnosti. Finanční plánování je rozhodně významným faktorem a má tedy na výnosnost podniku velký vliv.

Průzkumem trhu bylo zjištěno, že se společnost pohybuje v dokonale konkurenčním trhu, své tržby tedy maximalizuje zvyšováním množství prodaného zboží. Díky existenci konkurenčního trhu je společnost nejvíce ohrožena velkými obchodními řetězci. Toto ohrožení spočívá zejména v nižší ceně, které řetězce poskytují. Navzdory této skutečnosti je poptávka zákazníků stálá, velký podíl na prodaném zboží mají alkoholické nápoje, zejména pivo, což odpovídá zvyklostem v České republice.

Výnosový cyklus je spolu se způsobem fakturace významným faktorem ovlivňujícím výnosnost společnosti. Výnosový cyklus je krátký, protože společnost prodává velkou část zboží hotově. Díky tomu dokáže rychle získat peníze za své zboží. Tento typ obchodní strategie byl zvolen z důvodu nižší administrativní náročnosti.

Způsob fakturace také souvisí s výnosovým cyklem. Zákazník si vybere zboží a společnost vystaví fakturu. Objednávka se tedy rychle přemění ve fakturu a opět díky obchodní strategii je i faktura rychle přeměněna na výnos. Zvolený typ obchodní strategie také nepožaduje zajištění platbou předem či ručením. Zajištění a vymáhání tedy nejsou významné faktory, které ovlivňují výnosnost ve zvolené společnosti.

9. Závěr

Celkově lze výsledek analýzy shrnout tím, že společnost je ovlivňována cenou a objemem prodaného zboží, které tvoří provozní výnosy, konkrétně tržby za zboží. Tyto tržby, spolu s finančním plánováním a zvoleným typem obchodní strategie, jsou významným faktorem, který rozhoduje o hospodářském výsledku společnosti. Společnosti lze dle analýzy doporučit, aby se více zaměřila na zvýšení efektivnosti prodeje, nákupu či skladování. Snížení těchto nákladů, spolu se snížením osobních nákladů může za předpokladu konstantních výnosů vyústit v zisk společnosti.

Společnost je dále ovlivňována, pozitivně i negativně, náladou ve veřejnosti. Příkladem může být již zmíněná metanolová kauza. Vyšetřování vyústilo v okamžitý zákaz prodeje určitých značek. Zároveň také snížilo poptávku po alkoholických nápojích s vyšším obsahem alkoholu. Toto snížení vyvolalo pokles výnosů u všech prodejců. Větší společnosti s širokým sortimentem toto snížení tolik neohrozilo jako společnosti specializované přímo na prodej nápojů, jako je tomu v případě vybrané společnosti. Lze předpokládat, že by se zákaz prodeje tohoto alkoholu, či dokonce i prohibice v dlouhodobém měřítku jistě na tržbách společnosti podepsal.

Pro hodnocení podnikové výkonnosti jsou tedy výnosy vhodnou kategorií. Po svém druhovém rozdělení umožňují jednoznačně určit oblast podniku, která dosahuje zisku. Ovšem v případě zvoleného podniku, který generuje tržby výlučně z provozní oblasti, je výhodnější zvolit účelové členění a zaměřit se na tržby za prodej zboží a souvztažně na náklady vynaložené na jejich prodej. Jejich porovnáním lze dosáhnout obrazu o výkonnosti. Tento obraz však musí být doplněn o další analýzy. Pouze vytvořením uceleného obrazu o společnosti lze dosáhnout spolehlivého základu pro hodnocení.

„Je nerozumné očekávat že mechanický výpočet několika poměrových ukazatelů automaticky poskytne důležitý názor na něco tak kompletního jako je moderní podnik. Avšak jsou-li poměrové ukazatele kombinovány se znalostmi manažerů o vlastní společnosti a o ekonomickém okolí, může výsledná analýza vyprávět velmi zajímavé příběhy „ (Kovanicová, 1997).

10. Summary

The aim of this bachelor's thesis was to classified corporate revenues. To analyze data from chosen company with the ratios. Then with this analysis to identify the factors that affects these revenues.

In first part is described the concept of revenues, including international adjustments. Further are described here the factors that affects revenues, such as product prices, types of markets or financial planning.

The second part deals with the ratios that are used for the analysis. There is a list of these ratios described here including methods of calculation, this list is also further refined in the part called Objectives and methodology of the work.

The practical part is characterized by the introducing with the selected company including key indicators such as asset size or number of employees. Revenues are divided into operational, financial and extraordinary and then analyzed. The greatest attention is paid to operating revenues, specifically sales of goods, because they have the largest share of these revenues. Similarly costs are tracked in the company, again with an emphasis on costs of goods sold.

Using indicators of profitability, activity, liquidity and leverage was in the chosen period analyzed the development of company. The national comparison for sectors found that the development of the company to coincide with the average for the sector.

The results and conclusions of the work are described in the Conclusion, where they are also included the recommendations for further development of the company.

Key words: revenues, costs, sales, profit, loss, goods

11. Seznam zdrojů

- 1) KOVANICOVÁ, Dana. *Finanční účetnictví v kontextu současného vývoje*. 1. vyd. Praha: Polygon, 1997, 411 s. ISBN 80-859-6751-0.
- 2) KISLINGEROVÁ, Eva. *Manažerské finance*. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010, xxxviii, 811 s. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-194-9.
- 3) SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011, 471 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3494-1.

- 4) SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 5., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010, xxv, 445 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-336-3.
- 5) SEDLÁČEK, Jaroslav. SEDLÁČEK, Jaroslav. *Účetnictví pro manažery*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 226 s. ISBN 80-247-1195-8.
- 6) NEUMAIEROVÁ, Inka. *Výkonnost a tržní hodnota firmy*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2002, 215 s. ISBN 80-247-0125-1.
- 7) VALACH, Josef. *Finanční řízení podniku*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Ekopress, 1999, 324 s. ISBN 80-861-1921-1.
- 8) RYNEŠ, Petr. *Podvojně účetnictví a účetní závěrka: průvodce podvojným účetnictvím k ...* Olomouc: ANAG, 199--, sv. Účetnictví (ANAG). ISBN 978-80-7263-633-4.
- 9) WÖHE, Günter. *Úvod do podnikového hospodářství*. Vyd. 1. Praha: C. H. Beck, 1995, xx, 748 s. ISBN 80-717-9014-1.
- 10) GRÜNWARD, Rolf. *Finanční analýza a plánování podniku*. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 2007, 318 s. ISBN 978-80-86929-26-2.
- 11) Aktuálně.cz: Domáci, Ekonomika. *Prohibice v České republice* [online]. 14.9.2012 [cit. 2013-04-12]. Dostupné z: <http://wiki.aktualne.centrum.cz/prohibice-v-ceske-republice/>
- 12) *Businesscenter.cz* [online]. 2013 [cit. 2013-07-24]. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/omezeniplateb/>
- 13) *Ministerstvo průmyslu a obchodu: Analytické materiály a statistiky* [online]. 2005 [cit. 2013-08-24]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/cz/ministr-a-ministerstvo/analyticke-materialy/>

11. Seznam tabulek a grafů

Tabulka 1: Vybrané ukazatele pro charakteristiku podniku v letech 2008 – 2012.....	24
Tabulka 2: Výsledek hospodaření v letech 2008 – 2012 (v tis. Kč).....	25
Tabulka 3: Primární ukazatele.....	26
Tabulka 4: Sekundární podílové ukazatele.....	27
Tabulka 5: Druhy výnosů v letech 2008 – 2012 (meziroční změny v tis. Kč).....	29
Tabulka 6: Struktura provozních výnosů v letech 2008 – 2012 (meziroční změny v tis. Kč)..	29
Tabulka 7: Vývoj tempa růstu výkonů 2008 – 2012 (v %).....	30

Tabulka 8: Druhy nákladů v letech 2008 – 2012 (v tis. Kč).....	31
Tabulka 9: Struktura hospodářského výsledku v období 2008 – 2012 (v tis. Kč).....	31
Tabulka 10: Vývoj tržeb za zboží a nákladů na zboží (absolutní změna v tis. Kč).....	32
Tabulka 11: Vývoj tržeb za zboží a nákladů na zboží (relativní změna v %).....	32
Tabulka 12: Ukazatele rentability 2008 – 2012 (v %).....	33
Tabulka 13: Vývoj vlastního kapitálu 2008 – 2012 (v tis. Kč).....	34
Tabulka 14: Ukazatele aktivity 2008 – 2012.....	34
Tabulka 15: Ukazatel likvidity 2008 – 2012.....	35
Tabulka 16: Ukazatele zadluženosti 2008 – 2012.....	35
Tabulka 17: Ukazatel ROS 2 v odvětví 2008 – 2011 (v %).....	37
Tabulka 18: Ukazatel Obrat aktiv v odvětví 2008 – 2012.....	37

Graf 1: Vývoj celkových výnosů v letech 2008 – 2012 (v tis. Kč).....	28
Graf 2: Složení provozních výnosů v letech 2008 – 2012 (v %).....	30
Graf 3: Vývoj doby obratu zásob, pohledávek a splatnosti závazků 2008 – 2012.....	35
Graf 4: Vývoj ROS 2 v odvětví 2008 – 2012.....	36
Graf 5: Vývoj Obratu aktiv v odvětví 2008 – 2012.....	37