

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušila autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně, dne 28. 5. 2009

.....

Podpis

Poděkování

Ráda bych poděkovala na tomto místě vedoucí mé bakalářské práce paní Ing. Heleně Hanušové, CSc. za její cenné rady, poznatky a připomínky a dále celému pracovnímu týmu firmy AMARON s.r.o., především pak jednatelem, panu Massoudovi Naji Sepasgozarovi.

Anotace

Tato bakalářská práce provádí analýzu firmy AMARON s.r.o. v období let 2006 až 2008 a to prostřednictvím vybraných metod finanční analýzy a analýzy SWOT. Obsahuje návrhy možných řešení zjištěných problémů, které mají vést ke zlepšení celkové situace podniku v nadcházejících letech.

Annotation

This thesis assesses the financial situation of the related company AMARON s. r. o. in the years 2006 to 2008 at the basis of selected methods of the financial analysis. It comprises proposals of possible solutions of identified problems which should result in the improvement of financial situation of the company in future years.

Klíčová slova

firma, analýza, SWOT, návrhy

Keywords

company, analysis, SWOT, proposals

Obsah

Obsah	1
1 ÚVOD.....	5
2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE	7
2.1 FINANČNÍ ANALÝZA	7
2.2 SWOT	18
2.3 SLEPT	20
2.4 VÝBĚR METOD.....	23
3 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU.....	25
3.1 STRUČNÁ CHARAKTERISTIKA FIRMY	25
3.2 SITUACE FIRMY ZA FINAČNÍ KRIZE	30
3.3 FUNDAMENTÁLNÍ ANALÝZA	33
3.4 SWOT ANALÝZA.....	41
4 NÁVRHY ŘEŠENÍ.....	44
5 ZÁVĚR.....	47
6 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	48
7 SEZNAM PŘÍLOH	50

1 ÚVOD

Jako téma mé bakalářské práce jsem si zvolila Analýzu vybrané firmy. Za analyzovanou firmu jsem si zvolila společnost AMARON s.r.o., protože v této společnosti pracuji více než dva roky.

Práce byla sepsána se souhlasem vedení společnosti, které od ní také očekává praktický přínos pro hospodaření firmy. Zvolené téma lze považovat za stále aktuální, protože každý podnikatelský subjekt by měl bez ohledu na rozsah a předmět svého podnikání provádět analýzu a to nejen finančních dat, ale současně také analýzu typu SWOT či SLEPT.

Provádění analýzy společnosti AMARON je o to důležitější v období ekonomické krize, která je dnes již rozšířena v globálním světě. Společnosti se krize již dotkla a to, jak na straně dodavatelů, tak zejména straně odběratelů.

Vedle samotné ekonomické krize je společnost dále velmi citlivá na změny kurzu české koruny k zahraničním měnám, zejména pak k euru.

Cílem této bakalářské práce je provést analýzu základních účetních výkazů, SWOT analýzu či SLEPT analýzu. Na základě těchto provedených analýz pak společnosti AMARON s.r.o. navrhnout opatření, která povedou ke zvýšení konkurenceschopnosti společnosti, k její stabilizaci na trhu. Pro splnění tohoto základního cíle je nutno splnit několik dílčích cílů. Prvním z nich je získání teoretických poznatků v oblasti používaných analytických metod, následujícím dílčím cílem je důkladné seznámení se s analyzovaným podnikatelským subjektem.

Třetím dílčím cílem je pak vypracování a vyhodnocení provedených analýz.

K provedení analýz bylo potřeba dostatečné množství informací a dat. Zdroje vstupních dat potřebné pro analýzu mají různou povahu a lze je v zásadě rozdělit do dvou skupin- na externí a interní data.

Interní data lze rozdělit na:

1. účetní data, která se získávají z:
 - účetních výkazů finančního účetnictví
 - vnitropodnikového účetnictví

výročních zpráv

2. ostatní data podniku, která se získávají z:

vnitropodnikových statistik

vnitropodnikových směrnic

z řízeného interview s managementem firmy a majitelem

z osobních poznatků a zkušeností z podniku

Za nejdůležitější interní zdroje dat této bakalářské práce lze považovat povinné účetní výkazy a to Rozvahu a Výkaz zisků a ztráty. Tyto výkazy je potřeba doplnit o neformální data získaná od vedení podniku a získané pracovní zkušenosti.

Za externí data jsou považovány odborné statistiky, vědecké publikace a časopisy a v neposlední řadě také internet. Tyto zdroje budu používat především pro zjištění aktuálních informací o trhu, na kterém společnost působí a současné situaci v globální ekonomice.

2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

2.1 FINANČNÍ ANALÝZA

Finanční analýza je základem pro rozhodování managementu firmy. Finanční analýza obecně má smysl především jako prostředek pro vytvoření nové informace, která má vyšší hodnotu, než původní zkoumané údaje. Vybraný analytický nástroj by měl být v souladu s úkolem, který má být řešen. Aby tedy řešitel porozuměl finančnímu řízení daného podniku, je nezbytné, aby ovládal nejen analytické metody, ale také věděl, kdy, jakým způsobem a na co je správně použít. V neposlední řadě záleží na tom, z jakých údajů bude analytik vycházet. V oblasti finančního rozhodování je báze dat primárně tvořena podnikovými účetními výkazy- Rozvahou a Výkazem zisku a ztráty.

V počáteční fázi analýzy je třeba zhodnotit danou disponibilní datovou bázi. Hodnotitel se tedy snaží získat informace v podobě, která je nejvíce vhodná pro daný analytický cíl a která má největší vypovídací hodnotu pro daný účel. V následující fázi pokračuje hodnotitel poměřováním dostupných údajů mezi sebou. Data porovnává tak, aby rozšířil jejich vypovídací schopnost a identifikoval na jejich základě klíčové vztahy rozhodné pro kvalitu hospodaření firmy.

Výsledky finanční analýzy ilustrují minulý, současný a také předpokládaný budoucí stav finančního hospodaření firmy. (12) Cíle, které finanční analýza sleduje, jsou rozpoznat finanční zdraví firmy či případné nedostatky a slabiny, které by ji mohly ohrozit, a vyzdvihnout pozitivní stránky, na kterých bude moci firma v budoucnu stavět.

Finanční analýzu jako nástroj ohodnocení finanční důvěryhodnosti používají také další ekonomické subjekty, které mají zájem znát stav financí podniku. Účelem finanční analýzy zadané zvenčí mohou být například hodnocení bank či impuls ze strany potenciálního investora. Tyto zainteresované strany budou chtít znát míru důvěryhodnosti- například likvidnost a solventnost, či budou „pátrat“ po ziskovosti a rizikovosti možné investice. Nezávisle na tom, jaký subjekt dal tento podnět, bude základním nástrojem k analýze výpočet a interpretace finančních ukazatelů.

Pokud účetní výkazy odráží skutečnou situaci v podniku, stávají se výchozím zdrojem informací nejen pro manažery, ale také, jak bylo řečeno, pro osoby a subjekty vně podniku- věřitele, banky a

investory. Studium účetních výkazů, úprava dat a výpočet finančních ukazatelů jsou však jen počáteční kroky na cestě za detailní finanční analýzou. V tomto ohledu se nelze obejít bez dodatečných informací a údajů popisujících celkovou ekonomickou situaci v daném oboru a ekonomice celkově.

Hodnotitel by neměl také opomenout fakt, že i účetní výkazy mají své slabé stránky, kterých si při provádění analýzy musí být vědom. Pro kvalitní srovnání a analýzu vývoje finanční situace podniku je vždy třeba mít data alespoň ze dvou různých časových období. Je potřeba ověřit, zda podnik v mezidobí neprošel nějakou významnou reorganizací- např. oddělení nebo spojení účetních jednotek, změně předmětu podnikání apod. (12).

Rozvaha neboli balance ilustruje stav majetku a závazků ve firmě k určitému datu- levá strana uvádí majetek a pohledávky společnosti (aktiva) a pravá strana to, jak jsou aktiva financována (pasiva). Rozvaha je výkaz o stavu majetku, avšak neilustruje tok peněžních prostředků během daného období. Tuto informaci nalezne řešitel ve Výkazu zisku a ztrát.

Výkaz tisků a ztrát představuje přehled o pohybu peněz za určité období. Hovoří o nákladech, které byly vydány a výnosech, které firma získala v daném období. Rozdíl mezi těmito dvěma sumami vytváří potom zisk, respektive ztrátu za běžné finanční období. Analýza těchto dvou finančních výkazů zásadně napomáhá k odhalení důležitých souvislostí finančního řízení zkoumané firmy (9).

K samotné finanční analýze; obecně existují dva odlišné přístupy k hodnocení finančního hospodaření. Prvním z nich je tzv. fundamentální analýza, která je založena na hlubokých znalostech hodnotitele. Tento hodnotitel- zkušený odborník dokáže dávat do vzájemných souvislostí ekonomické a mimoekonomické jevy a subjektivně odhadovat situace a trendy v podniku (12).

Ve druhém způsobu hodnocení, který se nazývá technická analýza, se naopak vychází z matematických a statistických metod, tedy z kvantitativního zpracování dat, a poté následuje kvalitativní posouzení výsledků (9).

Metody technické analýzy se dále dělí na ty, které používají základní aritmetické operace a ty, které jsou založeny na složitějších matematických postupech a modelech. Metody odpovídající první charakteristice jsou metody elementární technické analýzy a dělí se dále na pět podskupin:

- a) analýza absolutních ukazatelů,
- b) analýza rozdílových ukazatelů,
- c) analýza cash-flow,
- d) analýza poměrových ukazatelů,
- e) analýza soustav ukazatelů.

2.1.1 Analýza absolutních ukazatelů

2.1.1.1 Analýza trendů (tzv. horizontální analýza)

Tento druh analýzy porovnává změny ukazatelů v čase (7). Horizontální analýza bere v úvahu jak změny absolutních hodnot, tak také změny v procentním vyjádření u jednotlivých položek výkazů na horizontále. Při analýze postupujeme po řádcích a počítáme nejdříve rozdíl hodnoty roku 1 a hodnoty roku 2 a poté vyjádříme tuto změnu v procentech.

Důležité je při provádění tohoto druhu analýzy vzít v potaz okolní podmínky, ve kterých se firma právě nachází. To může znamenat např. změnu v daňové soustavě, vstup nových konkurenčních firem na trh, změny v poptávce po produkci firmy, změny cen vstupů, mezinárodní vlivy apod.

2.1.1.2 Procentní analýza komponent (vertikální analýza)

Při tomto druhu analýzy hodnotíme jednotlivé komponenty majetku a kapitálu, tedy strukturu aktiv a pasiv. Položky v účetních výkazech se vyjadřují jako procentní podíly sumy aktiv (pasiv) v případě Rozvahy a tržeb za zboží v případě Výkazu zisků a ztrát.

U Výkazu zisků a ztrát se postupuje v jednotlivých letech odshora dolů, proto název vertikální analýza. Výhodou vertikální analýzy je, že není ovlivněna meziroční inflací a umožňuje tedy srovnání výsledků analýzy z různých let, srovnávání dlouhodobých vývojových trendů a také porovnání mezi různými firmami.

Ze struktury Rozvahy je možno zjistit, jaké je složení hospodářských prostředků potřebných pro výrobní a obchodní aktivity firmy a z jakých zdrojů pocházejí. Ekonomická stabilita firmy je závislá na rovnováze těchto dvou prvků- majetku a kapitálu.

Majetková struktura

Majetek firmy se obvykle analyzuje dle dvou svých součástí lišících se dobou, po kterou jsou provozuschopné dlouhodobý a oběžný majetek.

Dlouhodobý majetek je charakteristický svou dlouhodobostí ve spotřebě, spotřebovává se postupně ve formě odpisů, které se úměrně opotřebení majetku stávají náklady v účetnictví firmy. V této skupině existuje také výjimka v podobě majetku dlouhodobého neodepisovaného- např. pozemky, které se stejně jako cennosti nebo umělecké sbírky neopotřebovávají, ale zhodnocují. U dlouhodobého finančního majetku (cenných papírů) také neodepisujeme a u nehmotného majetku povahy duševního vlastnictví dochází ke zhodnocení až jeho prodejem.

Rozhodování o pořízení tohoto druhu majetku má ve firmě strategický význam především s ohledem na jeho dlouhou dobu používání. V Rozvaze se dlouhodobý majetek uvádí na prvním místě pod aktivy, protože je nejméně likvidní. Bývá označován jako nelikvidní aktivum.

Oběžný majetek naproti tomu ve firmě koluje v různých podobách jako suroviny, materiál, polotovary, výrobky či v peněžní podobě jako hotovost na účtech, ceniny, pohledávky a krátkodobé cenné papíry. Tento druh majetku přitom, jak prochází podnikem, přechází z jedné formy do druhé. Z hlediska likvidity jsou oběžná aktiva na místě druhém za dlouhodobými, avšak jejich schopnost přeměnit se na hotovost je v mnoha případech omezená (pohledávky nemusí být urazeny v plné výši, zásoby je mnohdy těžké přeměnit v hotovost)(9).

Objektem zkoumání a analyzování struktury majetku jsou především zastoupené druhy majetku (dlouhodobý, oběžný) a vztahy mezi nimi. Zkoumáme, jaká část aktiv je přítomna ve vázané a jaká v likvidní podobě. Pokud bychom použili také Výkaz zisků a ztrát, získáme informaci o stupni využívání majetku ve firmě.

Kapitálová struktura

Kapitálová struktura vypovídá o tom, z jakých zdrojů pochází majetek firmy. Je-li vkladatelem majetku sám podnikatel, jedná se o tzv. vlastní kapitál. Pokud kapitál vložil věřitel např. banka, potom kapitál nazýváme cizí.

Celkový kapitál závisí na několika faktorech: velikost firmy, stupeň mechanizace a automatizace výroby, rychlost obrátu kapitálu (přičemž platí, čím rychlejší obrat, tím menší kapitál), organizace prodeje (např. u vlastní prodejní sítě je potřeba větší kapitál). Firma má mít kapitálu přiměřeně, to znamená že, má-li ho více než je žádoucí, je jeho využívání ne hospodárné (firma je překapitalizována).

K této situaci dochází, pokud je dlouhodobým kapitálem vlastním i cizím kryt i oběžný majetek. V opačném případě, má-li firma kapitálu méně, než by mít měla, vznikají poruchy v samotném chodu firmy, a tento stav se nazývá podkapitalizace. K tomu může dojít, pokud firma expanduje a rozšiřuje svoji výrobu a prodej. Aktiva firmy rostou neúměrně oproti krytí jejich zdrojů, firma se zadluhuje a krátkodobým cizím kapitálem financuje i dlouhodobý majetek.

Optimalizace kapitálové struktury je základním cílem analýzy kapitálové struktury firmy. Hodnotitel analyzuje, jakého stupně zadluženosti firma ve svém provozu dosahuje.

2.1.2 Analýza poměrových ukazatelů

Finanční poměrové ukazatele patří mezi hojně rozšířené metody finanční analýzy, neboť umožňují získat rychlý a nenákladný přehled o základních finančních charakteristikách firmy.

Finanční poměrové ukazatele charakterizují vzájemný vztah mezi dvěma nebo více absolutními ukazateli. Tyto vztahy jsou zjišťovány pomocí podílů absolutních ukazatelů a vycházejí nejčastěji z účetních výkazů- Rozvahy, Výkazu zisku a ztráty. Údaje zjištěné z rozvahy jsou stavovými veličinami tzn., že zobrazují veličiny v daném okamžitém stavu. Naopak Výkaz zisku a ztráty uvádí výsledky činnosti za určité období, jsou to intervalové veličiny, nebo také tokové ukazatele.

Finanční poměrové ukazatele lze sestavovat dvojím způsobem, jako podílové (dávají do poměru část celku a celek) nebo jako vztahové (dávají do poměru samostatné veličiny, např. poměr zisku k celkovým aktivům).

Důvody, pro které se stalo využívání finančních poměrových ukazatelů tak populární, je několik:

- umožňují provádět analýzu trendu (analyzují časový vývoj finanční situace dané firmy)
- jsou vhodným nástrojem prostorové (průřezové) analýzy pro porovnávání více firem navzájem (12)
- mohou být použity jako vstupní údaje matematických modelů (závislost mezi jevy, hodnocení rizika, predikce budoucího vývoje)

Podle oblastí finanční analýzy se finanční poměrové ukazatele člení na:

- ukazatele rentability,
- ukazatele aktivity,
- ukazatele zadluženosti,
- ukazatele likvidity,
- ukazatele tržní hodnoty,
- výrobní ukazatele,
- ukazatele na bázi finančních fondů a cash flow.

Ukazatele rentability

Tato skupina ukazatelů poměřuje dosažený zisk s výší vložených zdrojů. Ze skupiny ukazatelů bude dále zmíněno jen několik. Vybrány byly tyto ukazatele: ROI, ROE, ROA a PMOS.

ROI – ukazatel rentability vloženého kapitálu (return on investment)

Tento ukazatel patří mezi k těm nejdůležitějším z hlediska hodnocení podnikatelské činnosti firem (7).

Vypočítá se takto:

$$ROI = (\text{zisk před zdaněním} + \text{nákladové úroky}) / \text{celkový kapitál}$$

Ukazatel vyjadřuje, jak účinně působí celkový kapitál vložený do firmy, nezávisle na zdroji financování.

ROE – ukazatel rentability vlastního kapitálu (return on common equity)

Ukazatel ROE poměřuje zisk s vlastními zdroji financování. Takto vlastníci, společníci a akcionáři zjišťují, zda jejich kapitál přináší dostatečný výnos a zda se využívá s intenzitou odpovídající míře rizika investice. Pro investora je podstatné, aby ukazatel ROE byl vyšší než možné úroky plynoucí z jiné formy investice.

$$ROE = \text{čistý zisk} / \text{vlastní kapitál}$$

ROA – ukazatel rentability celkových vložených aktiv (return on assets)

Ukazatel ROA poměřuje zisk s celkovými aktivy investovanými do podnikání bez ohledu na to, z jakých zdrojů jsou financována. Při hodnocení tohoto ukazatele velmi záleží na tom, jakou veličinu dosadíme do čitatele. Je-li to EBIT, měříme hrubou produkční sílu aktiv firmy před odpočtem daní a nákladových úroků (12).

$$ROA = \text{provozní zisk (EBIT)} / \text{aktiva}$$

PMOS – ukazatel ziskové marže (profit margin on sales)

Ukazatel PMOS popisuje zisk vztažený k tržbám. Ilustruje zisk na korunu obratu. Do jmenovatele dosadíme tržby jako ohodnocení výkonů firmy za určité časové období, do čitatele čistý zisk po zdanění. Je-li tento ukazatel – zisková marže výrazně pod průměrem daného oboru podnikání, značí to, že ceny výrobků jsou relativně nízké nebo náklady příliš vysoké.

$$PMOS = \text{čistý zisk} / \text{tržby}$$

Ukazatele aktivity

Tato skupina ukazatelů měří, zda a do jaké míry firma efektivně hospodaří se svými aktivy. Má-li firma aktiv více, než je vhodné, vznikají tak zbytečné náklady a tím se snižuje zisk. Naopak má-li

aktiv méně, než by mít měla, potom se často musí vzdát potenciálně zajímavých obchodních příležitostí pro nedostatek prostředků a přichází o možné výnosy.

Prvním z ukazatelů je vázanost celkových aktiv. Tento ukazatel podává informaci o tom, jak výkonná je firma ve využívání svých aktiv. Měří se celková produkční efektivnost firmy.

Čím je ukazatel vázanosti celkových aktiv nižší, tím je firma efektivnější a je schopna expandovat, aniž by musela zvyšovat své finanční zdroje.

$$\text{Vázanost celkových aktiv} = \text{aktiva} / \text{roční tržby}$$

Obrat zásob (inventory turnover ratio)

Další ukazatel bývá někdy také nazýván jako ukazatel intenzity využití zásob a udává, kolikrát je v průběhu jednoho roku každá položka zásob firmy prodána a znovu uskladněna. Slabinou tohoto ukazatele je způsob oceňování čitatele a jmenovatele ve zlomku. Zatímco v čitateli- roční tržby jsou odrazem tržní hodnoty, ve jmenovateli- zásoby se uvádějí v pořizovacích cenách. Proto tento ukazatel v mnoha případech nadhodnocuje skutečný obrat zásob. Pro odstranění této slabiny by bylo vhodné použít v čitateli náklady za prodané zboží.

$$\text{Obrat zásob} = \text{tržby} / \text{zásoby}$$

Ukazatele zadluženosti

Tato skupina ukazatelů udává vztah mezi cizími a vlastními zdroji financování firmy. Především informuje o tom, v jaké míře používá společnost ke svému financování dluhy- tedy je zadlužená u věřitelů. Z těchto ukazatelů jsou vybrány pouze některé vzhledem k tomu, že firma je téměř výlučně financována z vlastních zdrojů.

Celková zadluženost (debt ratio)

Je to vztah mezi cizím kapitálem a celkovými aktivy. Čím více převažuje v tomto podílu vlastní kapitál, tím je tvořen větší bezpečností polštář pro věřitele pro případ likvidace. Proto tedy věřitelé preferují nízký ukazatel zadluženosti.

$$\text{Celková zadluženost} = \text{cizí kapitál} / \text{celková aktiva}$$

Kvóta vlastního kapitálu (equity ratio)

Bývá označován jako doplněk ukazatele celkové zadluženosti. Vyjadřuje finanční nezávislost firmy. Oba ukazatele, jejichž součet je roven jedné, informují o skladbě kapitálu, tedy o finanční struktuře firmy.

$$\text{Kvóta vlastního kapitálu} = \text{vlastní kapitál} / \text{celková aktiva}$$

Dlouhodobé krytí stálých aktiv

Tento ukazatel vyjadřuje podíl dlouhodobého kapitálu na stálých aktivech (do jaké míry jsou aktiva kryta). Pokud dosahuje hodnoty vyšší než jedna, můžeme hovořit o překapitalizaci a to znamená vyšší stabilitu firmy, avšak za cenu snížení celkové efektivnosti podnikání.

$$\text{Dlouhodobé krytí stálých aktiv} = (\text{vlastní kapitál} + \text{dlouhodobý cizí kapitál}) / \text{stálá aktiva}$$

Ukazatele likvidity

Likvidita firmy by se mohla charakterizovat jako schopnost splnit své závazky ve stanoveném termínu. Jsou to všechny potenciálně dostupné likvidní prostředky, které má firma k dispozici pro úhradu svých závazků. Tato schopnost se velmi úzce váže s tzv. solventností, tedy připraveností hradit své dluhy, když nastala jejich splatnost. Existuje tedy vzájemná podmíněnost likvidity a solventnosti. Dá se říci, že jsou to dvě spojené nádoby, přičemž likvidita je logicky podmínkou solventnosti (7).

Ukazatele likvidity poměřují to, čím firma může platit a s tím, co je nutno zaplatit. Nevýhodou těchto ukazatelů likvidity je, že hodnotí schopnost splácet firmy podle zůstatku oběžného majetku, ale likvidita mnohem více závisí na budoucí cash flow.

Běžná likvidita (current ratio)

Ukazatel běžné likvidity nebo také poměrový ukazatel pracovního kapitálu zjišťuje, kolikrát pokrývají oběžná aktiva krátkodobé závazky firmy (9). Vyjadřuje to, kolikrát by byla společnost uspokojit své věřitele, pokud by proměnila svá krátkodobá aktiva v daném okamžiku na hotovost.

$$\text{Běžná likvidita} = \text{oběžná aktiva} / \text{krátkodobé závazky}$$

Pohotová likvidita (quick ratio)

Dalším ukazatelem likvidity je pohotová likvidita. V tomto ukazateli jsou oběžná aktiva očištěna o vliv zásob jako nejméně likvidní položky. Při analýze je zajímavé porovnávat poměr ukazatel běžné a okamžité likvidity. Pokud je hodnota okamžité likvidity výrazně nižší, znamená to, že zásoby jsou v aktivech v nadměrném množství. Dle literatury by pro zachování likvidity firmy neměla hodnota ukazatele klesnout pod 1.

$$\text{Pohotová likvidita} = (\text{oběžná aktiva} - \text{zásoby}) / \text{krátkodobé závazky}$$

Okamžitá likvidita (cash ratio)

Pokud bychom vliv zásob nebrali v potaz, stejně jako krátkodobé pohledávky, které nejsou k dispozici okamžitě, dostaneme ukazatel okamžité likvidity. Tento ukazatel počítá pouze s penězi na účtech a obchodovatelnými cennými papíry. Likvidita je zajištěna při hodnotě ukazatele alespoň 0,2.

$$\text{Hotovostní likvidita} = (\text{peněžní prostředky} + \text{ekvivalenty}) / \text{krátkodobé závazky}$$

Ukazatele tržní hodnoty

Tato skupina ukazatelů se zabývá vztahem ceny akcií k zisku společnosti a účetní hodnotě akcií. Tyto veličiny dávají vedení firmy informace o tom, jak zřejmě hodnotí investoři hospodaření firmy a jaká jsou jejich očekávání do budoucnosti.

Protože zkoumaná firma se na akciových trzích nepohybuje, dále ukazatele tržní hodnoty nerozvádím.

Provozní ukazatele

Říká se jim také výrobní ukazatele a napomáhají ke sledování a analyzování vývoje základní aktivity firmy. Provozní ukazatele se opírají především o náklady firmy, hodnotí hospodárné vynakládání jednotlivých nákladových druhů a tím i dosažení lepšího konečného efektu.

Ukazatele na bázi finančních toků a cash flow

Záměrem těchto ukazatelů je vyjádřit a poměřit vnitřní finanční potenciál firmy, tj. schopnost vytvořit z vlastní hospodářské činnosti finanční přebytky. Ukazatele tedy analyzují a srovnávají postavení finančních toků ve finančním životě firmy a jsou vytvořeny na bázi cash flow. Nejčastěji bývá cash flow stanoven jako rozdíl příjmů a výdajů běžné hospodářské činnosti firmy. Hlavní výhodou výkazu cash flow je, že je oproštěn od vlivů souvisejících s účetními principy a postupy aplikovanými ve firmě (způsob odpisování, metody oceňování, časové rozlišení, tvorba rezerv) a je méně citlivý na vývoj inflace.

Poměrové ukazatele jako analytická metoda v sobě obsahují také některé vlastní problémy a omezení. Hodnotitel proto musí věnovat těmto překážkám větší pozornost a věřit svému zdravému úsudku. Jaké nástrahy tedy poměrové ukazatele skýtají?

V úsudku by bylo nesprávné si myslet, že některé ukazatele jsou vysloveně pozitivní a jiné negativní. Ukazatele je možno vždy vyložit dvojím způsobem dle daných podmínek firmy. Například vysoká hodnota běžné likvidity může znamenat velkou likviditu (pozitivní), anebo příliš velkou hotovost, což značí existenci neproduktivního aktiva (negativní).

Vyváženost pozitivních a negativních ukazatelů a jejich výsledků může zkreslit celkový obraz firmy. K analýze čistého efektu se často používají analytické, ekonometrické a statistické metody finančního modelování. Proto poměrové ukazatele použijí jako doplnění výsledků analýzy absolutních ukazatelů.

Také sezónní faktory mohou zkreslit výsledky poměrové analýzy. Tento problém může být teoreticky minimalizován použitím měsíčních průměrů.

Také firmy mají mnohdy zájem na tom, aby zkreslily výsledky analýz ve svůj prospěch. Tato opatření však bývají krátkodobého charakteru, stejně jako efekt z nich plynoucí. Podstatnou měrou ovlivňují závěry analýzy poměrových ukazatelů rozdílné hospodářské a účetní praktiky firmy. Jak již bylo výše naznačeno, ocenění zásob, odpisů či použití leasingu může zkreslit srovnání.

Mnoho firem především menších a středních- by rádo dosáhlo na průměrné hodnoty daného odvětví či oboru. Tato cesta nebývá vždy tou nejlepší, doporučuje se spíše držet se hodnot lídrů oboru.

Posledním z uvedených rizikových faktorů poměrové analýzy je inflace. Její existence poznamenává vypovídací schopnost jak Rozvahy, tak také oficiálních účetních hodnot. Proto musí být srovnávací poměrová analýza výsledků jedné firmy v různých časových obdobích interpretována s rozmyslem.

Obecně analýza finančních výkazů pomůže pochopit, jak firma funguje a aplikace poměrových ukazatelů může poskytnout určité informace o tržním riziku firmy.

2.2 SWOT

Analýza SWOT je jednou z analýz strategického řízení. Smyslem strategické analýzy obecně je identifikovat a vyhodnotit fakta relevantní z hlediska formulace strategie. Velmi důležitým faktorem zde je nutnost formovat strukturu, obsah a provedení analýzy s ohledem na její smysl a účel. Strategickou analýzu není vhodné uskutečňovat odděleně od syntézy, tj. bez vyjasnění toho, co má být navazujícím výstupem.

Jednou z dílčích analytických metod je výše zmíněná analýza SWOT- analýza vnitřního a vnějšího prostředí. Tuto metodu lze aplikovat při analýze rozmanitých jevů a procesů z hlediska jejich silných a slabých stránek, možností a hrozeb, tedy faktorů jak z vnitřního, tak vnějšího okolí.

V podnikové praxi lze tuto metodu využít především při posuzování a hodnocení současných i do budoucna plánovaných podnikatelských záměrů či aktivit podniku. Metoda SWOT umožňuje spojit a uspořádat výsledky obou uvedených oblastí, sumarizovat je tak, že obsahují čtyři klíčové body. SWOT analýza výrazně označuje klíčové faktory pro daná rozhodování. Základní závěry SWOT analýzy tak představují nejdůležitější silné (**Strengths**) a slabé (**Weaknesses**) stránky firmy ve vztahu k nejzávažnějším příležitostem (**Opportunities**) a hrozbám (**Threats**). Vzhledem k výše uvedené anglické terminologii lze rozlišit: tzv. O - T analýzu- analýzu vnějších faktorů a S - W analýzu- analýzu vnitřních faktorů.

Vzájemná kombinace těchto dvou analýz se uspořádává do matice SWOT. V této matici nalezneme zpřehledněné výsledky analýzy, uspořádané hodnocení výsledků pro potřeby manažerského rozhodování.

Vzájemnou interakcí faktorů silných a slabých stránek na jedné straně vůči příležitostem a nebezpečím na straně druhé lze získat nové kvalitativní informace, které charakterizují a hodnotí úroveň jejich vzájemného střetu.

SWOT analýzu je možno členit do výše zmíněné mřížky například v této podobě:

Tab. č. 2.1: Matice SWOT

SWOT analýza		Interní	
		Silné stránky	Slabé stránky
Externí	Příležitosti	S-O-Strategie: Vývoj nových metod, které jsou vhodné pro rozvoj silných stránek společnosti (projektu).	W-O-Strategie: Odstranění slabín pro vznik nových příležitostí.
	Hrozby	S-T-Strategie: Použití silných stránek pro zamezení hrozeb.	W-T-Strategie: Vývoj strategií, díky nimž je možné omezit hrozby, ohrožující naše slabé stránky.

Zdroj: <http://cs.wikipedia.org/wiki/SWOT>

Matice SWOT usnadňuje a zpřehledňuje proces situační analýzy a vyhodnocování jejích výsledků pro potřeby rozhodování vedení firmy. Tento příklad matice obsahuje čtyři základní strategie k posuzování a realizaci podnikatelského záměru nebo podnikatelských aktivit (2).

Strategie S – O

Pro tento přístup je typické, že podnik používá svých vnitřních silných stránek k využití vnějších příležitostí. Jedná se o ofenzivní podnikatelský přístup.

Strategie S – T

Tento přístup je charakteristický snahou podniku uniknout pomocí svých silných vnitřních stránek vnějším hrozbám. Cílem je hrozby vyloučit či významně omezit jejich negativní dopad.

Strategie W – O

Tato strategie má za úkol eliminovat vnitřní slabé stránky za pomoci vnějších příležitostí. Příkladem mohou být: využití výzkumu trhu, kooperace mezi podniky nebo vytváření strategických aliancí s jinými podniky.

Strategie W – T

Tato strategie se jeví jako nejméně příznivá pro podnik. Znamená například redukci podnikatelského záměru za využití vnější hrozby- konkurenčního silného podniku. Takové spojení může být řešením komplikovaného postavení podniku a možností další kooperace.

Na základě SWOT analýzy může firma přikročit k určení specifických cílů pro dané plánované období. To znamená, že si firma formuluje cíle v rámci svého plánovacího procesu. Podaří-li se vedení firmy cíle vhodně kvantifikovat, mohou na základě takových podkladů sestavovat plány, realizovat je a kontrolovat jejich provádění.

2.3 SLEPT

SLEPT analýza bývá označována jako prostředek pro analýzu změn okolí. Umožňuje vyhodnotit případné dopady změn na projekt, které pocházejí z určitých oblastí podle těchto faktorů:

- **social** – sociální hledisko
- **legal** – právní a legislativní hledisko
- **economic** – ekonomické hledisko
- **policy** – politické hledisko
- **technology** – technické hledisko

SLEPT nebo také PEST analýza představuje komplexní pohled na prostředí státu, regionu, kraje či obce.

V rámci analýzy se nemapuje pouze současná situace, ale pozornost se věnuje zejména otázkám, jak se toto prostředí bude či může do budoucna vyvíjet, jaké změny v okolí můžeme předpokládat. Je založena na zkoumání sociálních, legislativních, ekonomických, ale i ekologických, politických a technologických faktorů.

Analýza SLEPT je identická s analýzou PEST s tím rozdílem, že pořadí a počet faktorů se mění. Název PEST vznikl z prvních písmen čtyř oblastí vnějšího prostředí:

- Politické a legislativní
- Ekonomické
- Sociální a kulturní
- Technologické

SLEPT analýza zkoumá podle jednotlivých faktorů následující skutečnosti:

Sociální faktory:

1. Demografické charakteristiky jako např.:

- velikost populace
- věková struktura
- pracovní preference
- geografické rozložení
- etnické rozložení

2. Makroekonomické charakteristiky trhu práce

- rozdělení příjmů
- míra zaměstnanosti – nezaměstnanosti

3. Sociálně-kulturní aspekty jako např.:

- životní úroveň
- rovnoprávnost pohlaví
- populační politika

4. Dostupnost pracovní síly, pracovní zvyklost jako např.:

- dostupnost potenciálních zaměstnanců s požadovanými schopnostmi a dovednostmi
- existence vzdělávacích institucí schopných poskytnout potřebné vzdělání
- různorodost pracovní síly

Legislativní faktory:

1. existence a funkčnost podstatných zákonných norem jako např.:

- obchodní právo
- daňové zákony
- deregulační opatření
- legislativní omezení
- právní úprava pracovních podmínek
- nehotová legislativa

2. další faktory jako:

- funkčnost soudů
- vymahatelnost práva
- autorská práva

Ekonomické faktory:

1. Základní hodnocení makroekonomické situace:

- míra inflace
- úroková míra
- obchodní deficit nebo přebytek
- rozpočtový deficit nebo přebytek
- výše HDP, HDP na jednoho obyvatele a jeho vývoj
- měnová stabilita
- stav směnného kursu

2. Přístup k finančním zdrojům jako např.:

- náklady na místní půjčky
- bankovní systém
- dostupnost a formy úvěrů

3. Daňové faktory jako např.:

- výše daňových sazeb
- vývoj daňových sazeb
- cla a daňová zatížení

Politické faktory:

1. Hodnocení politické stability jako např.:

- forma a stabilita vlády
- klíčové orgány a úřady
- existence a vliv politických osobností
- politická strana u moci

2. Politicko-ekonomické faktory jako např.:

- postoj vůči privátním a zahraničním investicím
- vztah ke státnímu průmyslu
- postoj vůči privátnímu sektoru

3. Hodnocení externích vztahů jako např.:

- zahraniční konflikty
- regionální nestabilita

4. Politický vliv různých skupin

Technologické faktory:

1. Podpora vlády v oblasti výzkumu
2. Výše výdajů na výzkum
3. Nové vynálezy a objevy
4. Rychlost realizace nových technologií
5. Rychlost morálního zastarání
6. Nové technologické aktivity
7. Obecná technologická úroveň

2.4 VÝBĚR METOD

Analýzu firmy budu provádět pomocí technické analýzy- tedy rozbořem povinných účetních výkazů (Rozvahy a Výkazu zisků a ztráty), které mi firma k tomuto účelu poskytla. V technické analýze se zaměřím na analýzu absolutních ukazatelů (horizontální a vertikální analýza).

Poté se pokusím tyto své závěry podpořit některými vhodnými poměrovými ukazateli. i když jsem si vědoma jejich diskutabilní vypovídací hodnoty.

Protože jsem z konzultací s vedením firmy a vlastních pracovních zkušeností nabyla dojmu, že mám dostatek poznatků k sestavení dalších analýz, zvolila jsem analýzu SWOT.

SWOT nejlépe vystihuje vztahy mezi vnitřními faktory firmy a okolím, které na ni přímo působí. SLEPT analýza je vhodná k vyhodnocení změn oborového okolí a jejich budoucího potenciálu. Vzhledem k současné hospodářské situaci a náhlým změnám, kterými firma prochází, rozhodla jsem se zaměřit na analýzu SWOT a SLEPT analýzu vypracovat v některé z budoucích prací o této firmě.

3 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU

3.1 STRUČNÁ CHARAKTERISTIKA FIRMY

Firma, kterou jsem se rozhodla popsat a analyzovat ve své práci, má obchodní název AMARON s.r.o. Je to společnost zabývající se obchodní činností (velkoobchodem) s použitými průmyslovými zařízeními.

Společnost vznikla v roce 2003, ve výpisu z obchodního rejstříku můžeme vidět, že ačkoliv má tato společnost sídlo v České republice, oba její společníci jsou národnosti rakouské. Tento fakt související s povahou podnikání bude rozveden v textu dále. Právní formou podnikání je v tomto případě společnost s ručením omezeným a právo společnost zastupovat náleží jednomu ze společníků. Přičemž obchodní podíl je rozdělen na polovinu mezi společníky.

Jedná se o nejrozšířenější formu obchodní společnosti v ČR. Výhody s.r.o. jsou omezené ručení společníků a současně relativně vysoký kredit právní formy. Výhodou jsou pak dále jednoduchá převoditelnost obchodního podílu, relativně nízká hodnota minimálního základního jmění a malá administrativní náročnost.

Výpis z Obchodního rejstříku vedeného Krajským soudem v Brně, Oddíl C, vložka 43462:

Obchodní firma: AMARON s.r.o.

Sídlo: Brno, Jánská 449/12, PSČ 602 00

Identifikační číslo: 268 97 334

Právní forma: Společnost s ručením omezeným

Předmět podnikání:

- Velkoobchod

Statutární orgán:

jednatel: Massoud Naji Sepazgozar, dat. narození 28. 05. 1967

Barichgasse 16/1 - 1030 Wien - Austria

Den vzniku funkce: **9. června 2003 v ČR**

Způsob zastupování: Za společnost jedná a podepisuje jednatel.

Společníci:

Massoud Naji Sepasgozar , dat. narození 28. 05. 1967

Barichgasse 16/1 - 1030 Wien – Austria

Vklad: 100 000,- Kč

Splaceno: 100%

Obchodní podíl: jedna polovina

v ČR: 602 00 Brno, Koží 9 č.p.110

Vahid Alaghebandan , dat. nar. 21. 03. 1960

Neuwaldeggerstrasse 50-54/10/9 - 1170 Wien - Austria

Ostatní

Vklad: 100 000,- Kč

Splaceno: 100%

Obchodní podíl: jedna polovina

Základní kapitál: 200 000,- Kč

3.1.1 Předmět podnikání

Předmětem podnikání společnosti je velkoobchod. Tato činnost představuje nákup již použitých, avšak provozuschopných strojírenských zařízení a jejich následný prodej buď do zemí EU, nebo do méně hospodářsky vyvinutých zemí. Dalšími službami, které společnost poskytuje, jsou zprostředkování kompletního servisu spojeného s demontáží, naložením a přepravou zboží.

3.1.2 Historie firmy

Firma AMARON s.r.o. vznikla jako podnikatelský záměr dvou fyzických osob. Jak již vyplynulo z výpisu z Obchodního rejstříku, jedná se o dva podnikatele rakouské státní příslušnosti, kteří společně založili českou společnost s ručením omezeným.

Založení firmy v roce 2003 má přímou souvislost se vstupem České republiky do Evropské unie. Česká republika byla vybrána jako sousední země, která je lokalizována jako spojnice západních a východních trhů a má velký růstový potenciál.

Tři období existence AMARON s.r.o.

1. Období 2003-2006

V prvních třech letech své existence se představitelé firmy zaměřili na budování dodavatelsko – odběratelských vztahů mezi českými dodavateli a íránským trhem. Toto zaměření na íránský trh vychází z původu obou podnikatelů a jejich předchozích obchodních vazeb. Český (či spíše československý) trh je celosvětově proslulý kvalitou výrobků těžkého průmyslu, především značka TOS je konečnými spotřebiteli a tedy i obchodníky vysoce ceněna. Proto svůj business plán postavili na propojení českých výrobků tedy českých dodavatelů starších značkových strojů s mimoevropskými trhy. Prvním odbytištěm se tedy stal Irán. Hlavní myšlenkou bylo pracovat na tom, aby se společnost postupně organicky zvětšovala a mohla do budoucna nabídnout své služby nejen 70-ti milionovému íránskému trhu, ale také nesrovnatelně většímu evropskému. V tomto období byly vytvořeny především vztahy s českými firmami a obchodníky, firma vyvážela zboží do mimoevropských zemí a připravovala se na vstup na trh evropský.

2. Období 2006-2008

V roce 2006 po třech letech působení firmy na českém trhu, avšak téměř bez kontaktu s českými odběrateli, se firma rozhodla pro revizi stávajícího stavu. Firmě přestala vyhovovat závislost na íránském trhu a rozhodla se podstatně změnit svoji nabídku a image. Tento výpadek na straně odběratele dostatečně nahradily nové trhy s velkým potenciálem- částečně Evropa, především však Indie a Čína.

Pro firmu to sice znamenalo velké investice do marketingu, reprezentace a především do zboží. Objem nakoupeného zboží se v tomto období zněkolikanásobil právě z důvodu možného odbytiště na těchto trzích. V těchto třech letech se uskutečnilo velké množství obchodů, firma si vydobyla postavení na českém trhu, začala být vnímána také českými a evropskými konkurenty a prodělala významný růst.

V roce 2008 byl z důvodu marketingové orientace firmy zrušen fyzický sklad a zboží se začalo nabízet přímo u dodavatelů a zdokonalenými marketingovými prostředky.

3. Období 2009 a budoucnost

Tento nastartovaný růst byl na kratší dobu přerušen celosvětovou hospodářskou krizí. Především poptávka ze strany čínského odběratele téměř zmizela a indiští odběratelé se ozývají jen sporadicky. Dalším negativním faktorem se stal nestabilní měnový kurz české koruny vůči euru. Tato skutečnost donutila firmu se více orientovat na český trh jako takový, tedy také prodávat za české koruny. V rámci tzv. protikrizových opatření se firma rozhodla rozšířit svoji nabídku, orientovat se i na nové zboží a naleznout nová odbytíště. O tomto tématu více v kapitole Situace firmy za finanční krize.

3.1.3 Zaměstnanci, organizační struktura

Co se týká struktury organizace a hierarchie zaměstnanců, jsou obě ve velmi zjednodušené podobě. Jak již bylo řečeno, společnost řídí dva společníci, kteří mají rovnocenné podíly. Jak je uvedeno dále, každý má na starost jiné úkoly v rámci řízení firmy. Ve firmě jsou dále tři asistenti/ky a vedoucí kanceláře, který za její chod odpovídá. Všichni současní zaměstnanci jsou studenti a pracují na Dohodu o provedení práce. Mezi hlavní úkoly zaměstnanců patří: příprava podkladů a zpracování poptávek, překlady technických podkladů, průběžné vedení obchodních případů (kontrola, fakturace, potřebné doklady), komunikace s přepravci o poptávaných službách a partnery o technickém provedení servisů (demontáž, naložení apod.). Dále pak vedení interní databáze a aktivní vyhledávání obchodních příležitostí na základě různých informačních zdrojů.

Mezi běžné povinnosti patří mimo jiné také účast na jednáních firmy mimo kancelář u dodavatelů, podpora při jednání se zahraničními i českými odběrateli. Případně asistenti vyřizují víza v případě zahraniční návštěvy obchodního partnera.

Velmi důležitý je také reporting pro kolegy přebírající administrativu např. následující den a v neposlední řadě personalistická činnost, pokud firma potřebuje nové pracovní síly.

Co se týká rozhodovacích pravomocí, podílí se na nich jednak vedoucí kanceláře, který činnosti jednak provádí a také je koordinuje, hlavní váha rozhodnutí pak spočívá na jednateli společnosti.

O zásadních věcech jako je nákup zboží, prodejní cena, finanční toky ve firmě a budoucí rozvoj firmy rozhodují oba vedoucí pracovníci (společníci) dohromady a jejich názor má stejnou váhu.

Dále existují témata, na která se každý jeden zaměřují a rozhodují o nich více méně samostatně, tj. také po poradě s druhým společníkem. Například jednatel společnosti (současně jeden ze společníků) rozhoduje o výběru nových pracovníků, komunikuje s největšími zákazníky, uzavírá obchodní případy atd. Naproti tomu druhý společník má na starost informační systém firmy, především b2b portály, ostatní poskytované služby (nakládka zařízení či stroje, celní dokumentace, demontáž), jednání s partnery atd.

3.1.4 Trh

Podíl na trhu společnosti AMARON s.r.o. je těžké určit, jelikož se jedná o velmi malou firmu a sběr dat pro porovnání s konkurenty by byl náročným úkolem. V zásadě je možno uvést, že firma je v regionu jižní Morava jedna z nejznámějších, tedy nejvyhledávanějších potenciálními dodavateli, ale také odběrateli z řad českých podniků. V rámci českého trhu jako celku není tak kapitálově silná, jako jiné firmy, ale konkuruje větším obchodníkům, výbornou platební morálkou a vyššími nabídkami.

3.1.5 Dodavatelé

Na počátku byl podnikatelský záměr vytvořit spojení mezi českými a slovenskými firmami vlastníci použité funkční kovoobráběcí stroje a západní trhy. V současné době jsou dodavateli české, slovenské, maďarské a rumunské společnosti, které nejčastěji prošli transformací po pádu komunismu ze státních podniků na soukromé privatizované společnosti, kdy tyto společnosti disponují značným množstvím staršího hmotného majetku, který není firmami plně či vůbec využit.

Společnost AMARON s.r.o. profituje z marketingového zaměření své činnosti to znamená, že sama aktivně vyhledává své dodavatele a zprostředkovává prodej zboží.

Strategií vyhledávání potencionálních dodavatelů je vytvoření souhrnné databáze na regionálním základu, díky níž se oslovují potencionální obchodní partneři. Společnost tak prezentuje nejen své zboží, ale také související služby a nabízí zákazníkovi komplexní portfolio služeb.

3.1.6 Odběratelé

Na druhé straně stojí odběratelé, kdy společnost se zaměřuje na Blízký východ, Indii, Pákistán, Čínu a další země převážně z jihozápadní Asie. Dle stávající databáze odběratelů pochází zhruba 2/3 odběratelů ze zemí mimo EU a 1/3 ze zemí EU.

Základem pro vytvoření databáze odběratelů je úzký kontakt v prostředí b2b portálů. Výhody této komunikace jsou především v existenci prostředí, ve kterém se setkávají účastníci globálního trhu bez omezení, prezentují zde své zboží a nabízejí možnou spolupráci. Tento způsob navazování obchodních kontaktů je jednak nízko nákladový, ale především maximálně efektivní. Charakteristický je pro něj velký potenciál v navazování úzkých dodavatelsko-odběratelských vztahů, tomu přispívají i moderní způsoby komunikace (Skype, icq, apod.).

3.1.7 Strategické cíle

Mezi hlavní cíle společnosti AMARON s.r.o. je udržet si svou současnou pozici na trhu. S tímto cílem je pak spojený další strategický cíl. A sice stabilizovat dodavatelsko-odběratelské trhy.

Dalšími vedlejšími cíly pak jsou:

- pokusit se najít nové odbytíště (odběratele),
- rozšířit spektrum podnikatelských aktivit,
- a nalezení strategického partnera v zemi největšího odbytíště.

3.2 SITUACE FIRMY ZA FINAČNÍ KRIZE

3.2.1 Všeobecně

Finanční krize je snad nejčastěji skloňované slovo posledních několika měsíců. Měsíce září a říjen minulého roku byly pro finanční trhy jedny z nejdramatičtějších období v historii.

USA

První příznaky krize můžeme hledat na trhu tzv. sub-prime hypoték. Jedná o hypotéky, které získali i žadatelé, kteří by jinak na hypotéku nedosáhli. Tyto hypotéky, které v sobě nesly vysoké riziko, byly dále prodávány a transformovány do tzv. nových produktů (strukturované produkty),

kteře měly zředit riziko. Hlavní podmínkou pro markantní rozšíření hypoték bylo výrazné snížení úrokových sazeb.

Nicméně z důvodu stabilizace ekonomiky především díky předcházení potenciálním inflačním tlakům začala úroková sazba růst, což mimo jiné zapříčinilo neschopnost některých klientů splácet své závazky. Nesplácení závazků (hypoték či úvěrů) ve velkém měřítku činí z původně rizikově nízko zatížených strukturovaných cenných papírů, jejichž podkladem jsou právě zmíněné hypotéky, vysoko-rizikové či téměř bezcenné.

Finanční krize

Bankovní systém je na základě těchto vlivů ohrožován ze dvou stran. Z pohledu nedostatečné záruky za hypotéky dochází k předčasnému zabavení nemovitosti bankou a následnému hromadnému prodeji takovýchto nemovitostí – tlačí cenu záruky (nemovitosti) dolů. Z pohledu strukturovaných cenných papírů, kterých banky rovněž vlastní mnoho, se cena těchto aktiv rovněž snižuje, protože podkladem jsou potenciálně bezcenné hypotéky, respektive nesplácené či zrušené.

Oba faktory způsobují bankám výrazné ztráty a vedou k vysoké nedůvěře bank navzájem a k výraznému omezení až zastavení úvěrování reálné ekonomiky – bankovní systém prakticky přestává vykonávat svoji funkci. Vlády a centrální banky se snaží situaci řešit snižováním úrokových sazeb a pumpováním peněz do ekonomiky.

Hlavní události v USA

Globální finanční trhy rozkolísaly zásadní změny v americkém finančním sektoru. Došlo k zestátnění hypotečních agentur Fannie Mae a Freddie Mac, skončily dvě ze čtyř největších investičních bank, americká vláda s centrální bankou zachránila AIG, a vláda současně připravila gigantický záchranný fond. Překotné změny ve finančním sektoru doplnily prudké výprodeje na komoditních trzích. Nejistota ještě vzrostla a finanční trhy prošly velmi nepříznivým vývojem, který snese srovnání jen s propady v 80. letech či během Velké krize na konci 20. let.

Globální propady komodit

Nervozita se ve větší míře opět přehnala přes komoditní trhy. Obavy z ekonomického zpomalení se chvílemi přelily v paniku. Nejsledovanějším se stal propad ropy, která od začátku září minulého roku klesla o více jak 100 dolarů za barel a krátce se dostala i pod 35 dolarů (prosinec 2008).

Malé a střední podniky v EU

Malé a střední podniky tvoří podstatnou část evropských firem, zaměstnávají 80 miliónů občanů EU, tvoří každé druhé nově vzniklé pracovní místo, tvoří téměř 60 % HDP Evropské unie.

Malé a střední podniky patří k nejdynamičtěji se rozvíjejícím společnostem s velkým inovačním potenciálem. Mají zásadní význam pro růst konkurenceschopnosti Evropské unie a integrace jako celku. Před nástupem hospodářské krize přispívaly 0,6 % k dynamice růstu HDP v Evropské unii. Udržení existence těchto firem má tak naprosto zásadní význam pro překonání dopadů krize. Jejich další rozvoj a posílení je tou nejlepší prevencí před budoucími otřesy.

Krize na malé a střední firmy dopadá daleko tvrději než na ty velké, protože jsou daleko silněji ohroženy druhotnou platební neschopností a zdražením a snížením dostupnosti úvěrů

Konečně význam malých a středních podniků pro evropskou ekonomiku podtrhuje fakt, že jde často o rodinné firmy, jejichž vlastníci do nich vložili vlastní kapitál, vlastní myšlenky a vlastní know – how.

3.2.2 AMARON s.r.o. a krize

Finanční či spíše globální hospodářská krize měla a má vliv na existenci a hospodaření firmy. Jelikož byla firma závislá na dvou velkých trzích – čínském a indickém, tak dopad krize pocítila velmi intenzivně.

Koncem roku minulého a na počátku letošního roku obdržela firma velmi výrazné negativní signály od největších stálých odběratelů. Především čínští odběratelé přestali reagovat na nabídku velmi rychle a poptávka z jejich strany prakticky zmizela. Indiští partneři výrazně omezili objem uzavřených obchodů a také se začali výrazně zajímat o náklady na transport a možnost poptávané stroje odkoupit na splátky.

Důvody jsou z čínské strany zřejmé – je to jejich velká závislost na exportu, pořizování většiny velkých strojů na úvěr a ze strany firmy jistá nedůvěra k platebním schopnostem čínských partnerů.

Tato okolnost a také zvyšující se kurzová nejistota donutily firmu jednak k jasné orientaci na české odběratele (rozšíření sortimentu, výhodné ceny) a k aktivnímu vyhledávání nových odbytišť. Jistotu představují země Evropské unie a Turecko jako země přístupující.

V této situaci došlo k tomu, že nepříznivý stav ekonomiky se obrátil v aktuálně příznivý. Firma dokázala operativně zapojit kapacity a pokusila se zaplnit uvolněná místa po obchodnících, které se dostaly do platebních nesnází.

Úspěšně začala získávat nové odběratele v České republice, Rakousku, Německu, Polsku a v neposlední řadě také Turecku. Dokonce přijala nového zaměstnance, aby pokryla potřeby firmy.

Začala budovat v těchto zemích osvědčeným způsobem dodavatelsko – odběratelské vztahy. A v současné době se zdá, že firma díky své nezádluženosti a flexibilitě hospodářskou krizi překoná. Důležité je však, se již v tomto obtížném období připravit na fázi po globální krizi. Firmu čeká restrukturalizace a uvažuje též o změně hlavního předmětu podnikání.

3.3 FUNDAMENTÁLNÍ ANALÝZA

3.3.1 Analýza Rozvahy

Horizontální analýza

Velikost společnosti měřeno úhrnem Rozvahy lze řadit mezi malé podnikatelské subjekty. V Aktivech došlo k poklesu dlouhodobého majetku.

U položky oběžných aktiv došlo k významnému nárůstu a to o 82 %. Došlo k nárůstu peněz v bankách, resp. krátkodobého finančního majetku, oproti tomu logicky došlo k poklesu zásob.

Na straně pasiv došlo k nejvýznamnější změně u výsledku hospodaření minulých let, kdy se společnost dostala ze ztráty 394 tisíc do zisku 1 mil. Kč, tento nárůst byl způsoben díky úspěšným obchodním případům. Došlo pouze k mírnému nárůstu cizích zdrojů, kdy tento nárůst byl jen 5%.

Vertikální analýza

Aktiva jsou složena v roce 2007 ze 75 % krátkodobým finančním majetkem (resp. 74 % účty v bankách). V roce 2007 přibližně 10 % je představují zásoby.

U společnosti došlo mezi roky 2006 a 2007 k velmi důležité změně ve složení aktiv, kdy v roce 2006 naopak nejzásadnější část představovaly zásoby 85 % a pouze 2,5 % krátkodobý finanční majetek.

Tyto naprosto překotné změny ve složení aktiv znázorňují dosavadní nestabilitu společnosti. Společnost by měla složení aktiv určitým způsobem stabilizovat a nalézt optimální strukturu aktiv odpovídající jejím strategickým cílům.

Ještě překotnější změny nastaly v pasivech. Zde tvoří nejpodstatnější část cizí zdroje, které představují více než 100 %, díky záporné hodnotě vlastního kapitálu. Pozitivní změnou je změna výsledku hospodaření ze záporných čísel na kladná. Tento trend by měl pokračovat, aby mohla být uhrazena ztráta minulých let.

Z cizích zdrojů jsou nejvýznamnější položkou závazky vůči společníkům, kdy se jedná o zvláštní způsob financování na jedné straně společníky, ale současně de facto vlastní zdroj financování, neboť se ve skutečnosti jedná o vlastní

Tab. 3.2 – Horizontální analýza Rozvahy 2006- 2007

Označ.	Položka rozvahy	31. 12. 2007	31. 12. 2006	Změna	
				tis. Kč	%
B.	Dlouhodobý majetek	46	79	-33	-41,77
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	40	75	-35	-46,67
B. I. 1.	Zřizovací výdaje	40	75	-35	-46,67
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	6	4	2	50

B. II. 3	Samostatně movité věci a soubory movitých věcí	6	4	2	50
C.	Oběžná aktiva	2798	1537	1261	82,043
C. I.	Zásoby	307	1375	-1068	-77,67
C. I. 5.	Zboží	307	1375	-1068	-77,67
C. III.	Krátkodobé pohledávky	305	123	182	147,97
C. III. 1.	Pohledávky z obchodních vztahů	141	6	135	2250
C. III. 6.	Stát-daňové pohledávky	73	32	41	128,13
C. III. 7.	Krátkodobě poskytnuté zálohy	91	85	6	7,0588
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	2186	39	2147	5505,1
C. IV. 1	Peníze	30	3	27	900
C. IV. 2	Účty v bankách	2156	36	2120	5888,9
D. I.	Časové rozlišení	37	5	32	640
D. I. 1.	Náklady příštích období	37	5	32	640
	AKTIVA CELKEM	2881	1621	1260	77,73
A.	Vlastní kapitál	-532	-1603	1071	66,812
A. I.	Základní kapitál	200	200	0	0
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	-1804	-1409	-395	-28,03
A. IV. 1.	Neuhrazená ztráta minulých let (-)	-1804	-1409	-395	28,034
A. V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období (+/-)	1072	-394	1466	372,08
B.	Cizí zdroje	3376	3192	184	5,7644
B. III.	Krátkodobé závazky	3376	3192	184	5,7644
B. III. 1.	Závazky z obchodních vztahů	28	7	21	300
	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům				
B. III. 4.	sdužení	3339	3179	160	5,033
B. III. 7.	Stát- daňové závazky a dotace	3		3	
B. III. 10.	Dohadné účty pasivní	6	6	0	0
C. I.	Časové rozlišení	37	32	5	15,625
C. I. 1.	Výdaje příštích období	37	32	5	15,625
	PASIVA CELKEM	2881	1621	1260	77,73

Tab. 3.3 – Vertikální analýza Rozvahy 2006- 2007

Označ.	Položka rozvahy	31. 12. 2007	%	31. 12. 2006	%
B.	Dlouhodobý majetek	46	1,597	79	4,874
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	40	1,388	75	4,627
B. I. 1.	Zřizovací výdaje	40	1,388	75	4,627
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	6	0,208	4	0,247

B. II. 3	Samostatně movité věci a soubory movitých věcí	6	0,208	4	0,247
C.	Oběžná aktiva	2798	97,12	1537	94,82
C. I.	Zásoby	307	10,66	1375	84,82
C. I. 5.	Zboží	307	10,66	1375	84,82
C. III.	Krátkodobé pohledávky	305	10,59	123	7,588
C. III. 1.	Pohledávky z obchodních vztahů	141	4,894	6	0,37
C. III. 6.	Stát-daňové pohledávky	73	2,534	32	1,974
C. III. 7.	Krátkodobě poskytnuté zálohy	91	3,159	85	5,244
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	2186	75,88	39	2,406
C. IV. 1	Peníze	30	1,041	3	0,185
C. IV. 2	Účty v bankách	2156	74,84	36	2,221
D. I.	Časové rozlišení	37	1,284	5	0,308
D. I. 1.	Náklady příštích období	37	1,284	5	0,308
	AKTIVA CELKEM	2881	100	1621	100
A.	Vlastní kapitál	-532	-18,5	-1603	-98,9
A. I.	Základní kapitál	200	6,942	200	12,34
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	-1804	-62,6	-1409	-86,9
A. IV. 1.	Neuhrazená ztráta minulých let (-)	-1804	-62,6	-1409	-86,9
A. V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období (+/-)	1072	37,21	-394	-24,3
B.	Cizí zdroje	3376	117,2	3192	196,9
B. III.	Krátkodobé závazky	3376	117,2	3192	196,9
B. III. 1.	Závazky z obchodních vztahů	28	0,972	7	0,432
	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům				
B. III. 4.	sdržení	3339	115,9	3179	196,1
B. III. 7.	Stát- daňové závazky a dotace	3	0,104		
B. III. 10.	Dohadné účty pasivní	6	0,208	6	0,37
C. I.	Časové rozlišení	37	1,284	32	1,974
C. I. 1.	Výdaje příštích období	37	1,284	32	1,974
	PASIVA CELKEM	2881	100	1621	100

3.3.2 Analýza výkazu zisku a ztrát

V horizontální analýze výkazu zisků a ztrát došlo k naprosto zásadní změně u tržeb, kdy došlo k nárůstu o 1785,7 %. Toto číslo vyplývá z prodeje zásob viz výše. Současně s tímto došlo k naprosto zásadnímu růstu obchodní marže o 2 175 tisíc. Tento růst je pak současně způsoben růstem přidané hodnoty o 446,74%. Po sečtení všeho výše uvedeného pak logicky došlo k již zmiňovanému dosaženému kladnému výsledku hospodaření oproti předcházejícímu období.

Z vertikální analýzy výkazu zisků a ztráty vyplývá, že společnost měla v roce 2006 marži 23 % a v roce 2007 32 %. Naopak došlo k poklesu nákladů ze 77 % na 67 %, což je pozitivní ukazatel.

Tab. 3.4 Horizontální analýza Výkazu zisku a ztráty v druhovém členění 2006-2007

Označ.	Položka výkazu Z/Z	31. 12. 2007	31. 12. 2006	Změna	
				tis. Kč	%
I.	Tržby za prodej zboží	6977	370	6607	1785,7
A.	Náklady na prodané zboží	4718	286	4432	1549,7
	Obchodní marže	2259	84	2175	2589,3
II.	Výkony	106	108	-2	-1,852
II. 1.	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	106	108	-2	-1,852
B.	Výkonová spotřeba	1141	545	596	109,36
B. 1.	Spotřeba materiálu a energie	73	44	29	65,909
B. 2.	Služby	1068	501	567	113,17
	Přidaná hodnota	1224	-353	1577	446,74
C.	Osobní náklady součet	29	17	12	70,588
C. 1.	Mzdové náklady	29	17	12	70,588
D.	Daně a poplatky	2	2	0	0
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	71		71	
IV.	Ostatní provozní výnosy	28		28	
*	Provozní výsledek hospodaření	1150	-372	1522	409,14
X.	Výnosové úroky	1		1	
XI.	Ostatní finanční výnosy	65	1	64	
O.	Ostatní finanční náklady	138	23	115	500
*	Finanční výsledek hospodaření	-72	-22	-50	-227,3
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost	1078	-394	1472	373,6
R.	Mimořádné náklady	6		6	
*	Mimořádný výsledek hospodaření	-6		-6	
***	Výsledek hospodaření za účetní období	1072	-394	1466	372,08
****	Výsledek hospodaření před zdaněním	1072	-394	1466	372,08

Tab. 3.5 Vertikální analýza Výkazu zisku a ztráty v druhovém členění 2006-2007

	Položka výkazu	31. 12. 2007		31. 12. 2006	
			%		%

I.	Tržby za prodej zboží	6977	100	370	100
A.	Náklady na prodané zboží	4718	67,62	286	77,3
	Obchodní marže	2259	32,38	84	22,7
II.	Výkony	106	1,519	108	29,2
II. 1.	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	106	1,519	108	29,2
B.	Výkonová spotřeba	1141	16,35	545	147
B. 1.	Spotřeba materiálu a energie	73	1,046	44	11,9
B. 2.	Služby	1068	15,31	501	135
	Přidaná hodnota	1224	17,54	-353	-95,4
C.	Osobní náklady součet	29	0,416	17	4,59
C. 1.	Mzdové náklady	29	0,416	17	4,59
D.	Daně a poplatky	2	0,029	2	0,54
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	71	1,018		
IV.	Ostatní provozní výnosy	28	0,401		
*	Provozní výsledek hospodaření	1150	16,48	-372	-101
X.	Výnosové úroky	1	0,014		
XI.	Ostatní finanční výnosy	65	0,932	1	0,27
O.	Ostatní finanční náklady	138	1,978	23	6,22
*	Finanční výsledek hospodaření	-72	-1,03	-22	-5,95
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost	1078	15,45	-394	-106
R.	Mimořádné náklady	6	0,086		
*	Mimořádný výsledek hospodaření	-6	-0,09		
***	Výsledek hospodaření za účetní období	1072	15,36	-394	-106
****	Výsledek hospodaření před zdaněním	1072	15,36	-394	-106

3.3.3 Poměrové ukazatele

Analýza poměrových ukazatelů je vzhledem k výše zmíněnému značnému kolísání položek aktiv, pasiv a položek výkazu zisků a ztrát značně zavádějící.

Rentabilita

$$1. \quad ROI_{2006} = \frac{-394 + 23}{1621} = -0,23 \approx -23\%$$

$$ROI_{2007} = \frac{1072 + 138}{2881} = 0,42 \approx 42\%$$

Na tomto ukazateli je možno vidět, jak skokově se měnila účinnost celkového kapitálu vloženého do firmy.

$$2. \quad ROE^{2006} = \frac{-311,26}{-1603} = 0,19 \approx 19\%$$

$$ROE^{2007} = \frac{846,88}{-532} = -1,59 \approx -159\%$$

V roce 2007 rapidně klesla míra ziskovosti vlastního kapitálu, dle tohoto ukazatele by potenciální investor realizoval své investice bez většího rizika.

$$3. \quad ROA^{2006} = \frac{-394}{1621} = -0,24 \approx 24\%$$

$$ROA^{2007} = \frac{1072}{2881} = 0,37 \approx 37\%$$

V roce 2007 došlo k růstu zisku oproti celkovým investovaným aktivům. Do čitatele byl dosazen EBIT, takže ukazatel ilustruje produkční sílu aktiv.

Aktivita

$$\text{Vázanost celkových aktiv}^{2006} = \frac{1621}{370} = 4,38$$

$$\text{Vázanost celkových aktiv}^{2007} = \frac{2881}{6977} = 0,41$$

Dle tohoto ukazatele se zvýšila v roce 2007 intenzita využívání aktiv ve firmě. Tedy vzrostla celková produkční efektivnost firmy.

Likvidita

$$1. \quad \text{Běžná likvidita}^{2006} = \frac{1537}{3192} = 0,48$$

$$\text{Běžná likvidita}^{2007} = \frac{2798}{3376} = 0,83$$

Ukazatel je měřítkem budoucí solventnosti firmy, postačující by byla hodnota vyšší než 1,5, té však firma nedosahuje.

$$2. \quad \text{Pohotová likvidita}^{2006} = \frac{1536 - 1375}{3192} = 0,050$$

$$\text{Pohotová likvidita}^{2007} = \frac{2798 - 307}{3376} = 0,74$$

Jak již bylo řečeno v teoretické části, tato hodnota by v případě zachování likvidity firmy neměla klesnout pod 1. Tuto podmínku firma ani v roce 2007 nesplňuje.

$$3. \quad \text{Okamžitá likvidita}^{2006} = \frac{3 + 36}{3192} = 0,012$$

$$\text{Okamžitá likvidita}^{2007} = \frac{30 + 2156}{3376} = 0,65$$

Tento ukazatel měří schopnost firmy hradit právě splatné závazky. Likvidita je zajištěna v případě, že hodnota ukazatele činí alespoň 0,2. V roce 2007 došlo k výraznému zlepšení.

Zadluženost

$$\text{Koeficient zadluženosti}^{2006} = \text{cizí kapitál} / \text{vlastní kapitál} = \frac{3192}{-1603} = -1,99$$

$$\text{Koeficient zadluženosti}^{2007} = \text{cizí kapitál} / \text{vlastní kapitál} = \frac{3376}{-532} = -6,35$$

V roce 2007 je tento koeficient vyšší, neboť došlo k navýšení závazků vůči společníkům.

3.3.4 Závěry fundamentální analýzy

Z provedené analýzy vyplývá, že společnost je velmi nestabilní. U takto malého subjektu a dále vzhledem k jeho krátké době fungování je finanční analýza značně zavádějící.

Potvrdila se domněnka, že rok 2006 byl přípravou na expanzi v roce 2007. To znamená, že na konci roku 2006 bylo nakoupeno velké množství strojů, tento nákup byl financován půjčkami od společníků a tím se podstatně rozšířila nabídka firmy. V průběhu roku 2007 bylo úspěšně realizováno velké množství obchodních případů, které přinesly nárůst tržeb, finančních prostředků a dosažení zisku.

3.4 SWOT ANALÝZA

1. Silné stránky

1. existence Evropské unie, především vstup České republiky do EU- byl impulsem pro založení podnikání (2003/2004), s tím související Schengenský prostor (uvolnění exportních bariér), při vývozu do mimoevropských zemí- záštita EU (např. na Dálný východ),
2. stav strojírenství v České republice- mnoho bývalých větších státních podniků přešlo do soukromé sféry a neobstálo na trhu z různých důvodů a bylo v likvidaci, či je v lepším případě čekala a probíhala modernizace,
3. vzhledem k předmětu podnikání- obchod s použitými kovoobráběcími stroji- Česká republika se těší velmi dobré pověsti jako jejich tradiční producent, obchodník s českými stroji je vnímán často zahraničními partnery jako prodejce kvalitního zboží na úrovni německým značkám,
4. existence niky na trhu,
5. výhodná geografická poloha ve střední Evropě na společných hranicích s vyspělými zeměmi EU a zároveň nedaleko od bývalých komunistických ekonomik, tím pádem nedaleko od zdrojů zboží (Rumunsko, Slovensko, bývalé státy SSSR),
6. sídlo firmy ve městě s několika ekonomicky zaměřenými univerzitami,
7. výhody malého podniku (flexibilita, nezávislost v rozhodování, operativnost jednání, přehlednost organizační struktury),

8. nízké provozní náklady (pronájem kanceláře, automobil, bankovní služby, telefonní linky), flexibilita ve mzdových nákladech (nízká administrativní náročnost),
9. atraktivnost pro zahraniční zákazníky (schopnost sebe prezentace, ochota učit se novým dovednostem, jazyková vybavenost), schopnost navazovat a pěstovat dodavatelsko-odběratelské vztahy – osobní vazby,
10. jedinečné know - how (marketingová prezentace bez nákladů na skladové prostory),
11. výborná platební morálka.

3. Slabé stránky

1. souvisí s kladem firmy- strojírenský průmysl má dlouhou tradici na českém trhu, proto také je trh obchodníků s použitými stroji poměrně hodně zaplněn,
2. převažuje nezájem o staré technologie ze strany českých firem z důvodu modernizace (ve sledovaném období 2006, 2007), tato skutečnost se však částečně změnila vlivem hospodářské krize,
3. jak je firma vnímána českými konkurenty (česko-rakouská společnost),
4. firma nemá stálé zaměstnance (zaměstnává výlučně studenty),
5. neexistence obchodních zástupců- omezená mobilita,
6. konkurence má lepší přístup k informacím o českém trhu,
7. nedostatečné vzdělání spolupracovníků- absence znalce z oboru, tato nevýhoda však může být také výhodou (firma se soustředí výlučně na marketing a úzce spolupracuje s dodavatelem),
8. zanedbaná informační síť (včetně vlastní prezentace), potřeba revize databázového a informačního systému,
9. nedostatečně a neefektivně rozdělené pravomoci a odpovědnost mezi pracovníky,
10. závislost na jednom až dvou velkých trzích, což se projevilo téměř okamžitě po vypuknutí krize,
11. závislost na práci jednotlivce- jednatele, osobnostní předpoklady jednatele (kladná stránka) získaly firmě většinu odběratelů, to však firmu do jisté míry omezuje,

3. Příležitosti

1. možnost využít multikulturnosti firmy k získání nových hospodářských vazeb (arabské státy),

2. možnost rozšíření sortimentu zboží a služeb,
3. pronikání na nové perspektivní trhy,
4. možnost rozpoznání niky na trhu po hospodářské krizi,
5. příležitost k vytvoření sítě regionálních zástupců v globálním měřítku,
6. inovace v podnikatelské činnosti- dovoz zboží z mimoevropských trhů do EU,
7. rozšíření činnosti o profesionální poradenskou činnost, tj. vyhledávání a obsazování vhodných volných míst na trhu svými lidskými zdroji (nové sféry nabízených služeb),
8. využití možností financování ze zdrojů EU (při rozšíření pole činnosti),
9. možný příliv financování ze strany mimoevropské poptávky (nové společné projekty)
10. snížené ekologické požadavky hospodářsky rozvíjejících se zemí

4. Hrozby

1. velká konkurence napříč globálním trhem,
2. vliv kurzu EUR/CZK (pohyby),
3. zavádění ekologických daní,
4. prohloubení současné celosvětové krize,
5. nemožnost proniknutí na nové trhy z důvodu nedostatku kapitálu,
6. z důvodu celních a necelních bariér (protekcionismus),
7. změny politických poměrů na zamýšlených mimoevropských trzích (zvýšení rizika),
8. prudké zvýšení cen zdrojů,
9. nízká a velmi proměnlivá výkupní cena šrotu,
10. ztráta dodavatelů z důvodu likvidace (české, rumunské, maďarské subjekty),
11. spojování konkurentů ve větší společnosti, nárůst konkurence obecně,
12. přizpůsobení cenových relací v české ekonomice a EU (ztráta konkurenčních výhod, nízká výkupní cena).

SWOT analýza		Interní	
		Silné stránky	Slabé stránky
Externí	Příležitosti	<i>S-O-Strategie:</i> Ofenzivní přístup-analýza situace probíhající krize-hledání nových odbytišť v i mimo EU	<i>W-O-Strategie:</i> Využití zadlužení konkurenčních obchodních subjektů ve vlastní prospěch, využití situace výrobních závodů
	Hrozby	<i>S-T-Strategie:</i> Svoji flexibilitou se snažit omezit vliv výkyvů české měny vůči euru-zaměření se na český trh	<i>W-T-Strategie:</i> Možné poskytnutí vybudované sítě dodavatelů mimoevropským prodejců nových zařízení, orientace na obchodní zastoupení a poradenství

4 NÁVRHY ŘEŠENÍ

Z provedených analýz vyplynuly určité problémy firmy. Tyto problémy a možné cesty zlepšení jsem rozdělila do několika oblastí – vedení firmy, marketingová strategie, financování z fondů EU a ekonomické souvislosti hospodaření firmy.

Vedení firmy

- slabou stránkou je skutečnost, že jeden z majitelů, který je také zároveň jediným jednatelem firmy, zastává funkci obchodního zástupce firmy. Sloučení těchto funkcí ho neúměrně zatěžuje a v jeho nepřítomnosti firma funguje neefektivně, neboť chybí rozhodovací orgán.
- proto doporučuji jednak rozdělení zodpovědnosti za chod firmy i na druhého společníka a výkonného zástupce firmy (nynějšího vedoucího kanceláře) a také definovat odpovědnost a oblasti řízení u jednotlivých asistentů – např. péče o český trh, příprava podkladů pro odběratele atd.

- vzhledem k možným rizikům, která vyplynula ze SWOT analýzy, navrhuji jednak vytvoření pracovních pozic pro dva až tři obchodní zástupce působící regionálně (např. západní Evropa, východní Evropa, arabské země a Turecko, Dálný východ) Dále vytvoření s tím souvisejícího zázemí pro tyto zástupce, tato otázka je přímo závislá na hospodářské situaci firmy a vývoji v dalších čtvrtletích
- dalším mým návrhem je „profesionalizace“ stávajících zaměstnanců a také prezentace firmy; v dnešní době a vzhledem k zaměření firmy nelze mít nefunkční webové stránky apod., tato oblast se spíše týká další kapitoly
- posledním návrhem je vytvoření takových systémů ve firmě, které by umožňovaly jasnou evidenci, kontrolu a zpětnou vazbu konkrétních úkolů a povinností zaměstnanců (jednotný systém evidence, jasné vymezení kompetencí apod.), na druhé straně je nutno poznamenat, že také tzv. multifunkčnost zaměstnanců je jedním ze stávajících kladů fungování firmy

Marketingová strategie

- z pohledu nových příležitostí na globálních trzích se nabízí možnost spolupracovat s některou mimoevropskou výrobní firmou a stát se jedním obchodním zástupcem a využít tak potenciálu firmy
- dalším mým návrhem v oblasti marketingu je vylepšení vlastní prezentace firmy

Financování z fondů EU

- domnívám se, že by bylo možno využít prostředky ze statutárních fondů EU na podporu rozvoje firmy, především z důvodu, že firma poskytuje praxi studentů a tyto studenty pak dále zaměstnává a do budoucna připravuje poskytnout absolventům trvalý pracovní poměr
- firma by například mohla využít Fondu na podporu a rozvoje drobného a středního podnikání

Ekonomické souvislosti chodu firmy

- z analýz vyplynulo, že firma doposud financovala svůj rozvoj výhradně z vlastních zdrojů (půjčky od společníků) proto navrhuji využít některou z moderních forem financování faktoringu a forfaitingu

- dalším z návrhů při současné situaci na trhu je tzv. komisní prodej, který snižuje nutnost použití vlastního kapitálu na výkup strojů

5 ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo provedení analýzy vybrané firmy a na základě zjištěných poznatků navrhnout doporučení, která by vedla ke zlepšení současného stavu.

Pro splnění cílů této bakalářské práce bylo nutné se podrobně seznámit s podnikatelským subjektem. V této společnosti pracuji více než dva roky a tudíž tato analýza byla provedena poměrně rozsáhle. Vedle osobních zkušeností z firmy jsem navíc podrobně zjišťovala názory majitelů společnosti.

Další fází práce bylo seznámení se s odbornou literaturou konkrétně pak řadou principů provádění analýz firmy a podrobněji byly prostudovány vybrané analytické metody. Jednalo se o metodu rozboru povinných účetních výkazů, technickou analýzu, SWOT analýzu. Následně byly vybrány takové metody, pro jejichž aplikaci byly k dispozici relevantní zdroje dat a informací.

Teoretické poznatky a znalost firmy se staly východiskem pro zpracování analýz. Nejprve byla zpracována technická analýza – horizontální a vertikální. Jedná se o rozbor povinných účetních výkazů Rozvahy a Výkazu zisků a ztrát, na základě nichž byla zjištěna řada skutečností, které jsou shrnuty v kapitole Závěry finanční analýzy. Informací získaných při praxi ve firmě a rozhovorech s majiteli jsem využila při zpracování SWOT analýzy.

Obě analýzy, někdy shodně, odkryli některé problémy firmy, které jsem shrnula do oblasti Návrhy řešení. Řada problémů, která firma má, s sebou vzájemně souvisí a na základě provedených analýz má dostatek nových impulsů pro jejich řešení.

V návrhové části byla doporučena taková řešení, které jsou dle mého uskutečnitelná a mohla by vyřešit současné problémy.

6 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Použitá Literatura

- 1) BAŘINOVÁ, D. - VOZŇÁKOVÁ, I.: Vyhodnocení a využití účetních výkazů pro manažery, společníky a akcionáře. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 100 s. ISBN 80-247-1115-X
- 2) KEŘKOVSKÝ, M a VYKYPĚL, O. Strategické řízení. 4. vyd. Brno: Zdeněk Novotný, 2001. 157. s. ISBN 80-214-1901-6
- 3) GRUNWALD, R: Analýza finanční důvěryhodnosti podniku. 1.vyd. Praha: Ekopress, 2001. 76 s. ISBN 80-861119-47-5
- 4) KISLINGEROVÁ, E. - HNILICA, J.: Finanční analýza krok za krokem 1.vyd. Praha: C.H.Beck, 2005. 137 s. ISBN 80-7179-321-3
- 5) KOVANICOVÁ, D: Abeceda účetních znalostí pro každého. 1.vyd. Praha: Polygon, 2004. 444 s ISBN 80-7273-098-3
- 6) KOVANICOVÁ, D.: Poklady skryté v účetnictví. 5. aktualizované vydání. Praha: Polygon, 1998. 242 s. ISBN 80-85967-73-1
- 7) MAŘÍKOVÁ, P. a MAŘÍK, M. Moderní metody hodnocení výkonnosti a oceňování podniku. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2001. 70 s. ISBN 80-86119-36-X.
- 8) PETŘÍK, T.: Ekonomické a finanční řízení firmy – manažerské účetnictví v praxi. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 373 s. ISBN 80-247-1046-3
- 9) SEDLÁČEK, J.: Účetní data v rukou manažera- finanční analýza v řízení firmy. 2.vyd. Praha: Computer Press, 2001. 220 s. ISBN 80-7226-562-8
- 10) SYNEK, M. a kol.: Manažerská ekonomika. 3.vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 472 s. ISBN 80-247-0515-X
- 11) ŠULEŘ, O.: Manažerské techniky. 1.vyd. Olomouc: Rubico, 2003. 225 s. ISBN 80-85839-89-X
- 12) BLAHA, SID Z. - JINDŘICHOVSKÁ, I.: Jak posoudit finanční zdraví firmy. 3.vyd. Praha: Management Press, 2006. 194 s. ISBN 80-7261-145-3
- 13) SOLAŘ, J a BARTOŠ, V. Rozbor výkonnosti firmy. 2. vyd. Brno: Zdeněk Novotný, 2003. 173 s. ISBN 80-214-2515-6.
- 14) PAVLÍKOVÁ, A. Finanční řízení v praxi. 1. vyd. Praha: Newton Group, 1998.

- 15) KOTLER, P. Marketing Management. 9. přepracované vydání Praha: Grada Publishing, 1998, 710s. ISBN 80-7169-600-5

Ostatní zdroje

- 16) Interní materiály společnosti AMARON spol. s r.o.
17) Materiály do předmětu Finanční analýza a plánování, autor: Ing. V. Bartoš, PhD.
18) <http://www.strateg.cz/a01.html> (16.5.2009 20:56)
19) <http://cs.wikipedia.org/wiki/SWOT> (16.5.2009 22:21)
20) <http://firmy.finance.cz/provoz-firmy/slept/>

7 SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Rozvaha společnosti v letech 2006 - 2007

Příloha č. 2: Výkaz zisků a ztrát společnosti v letech 2006 – 2007

Příloha č. 3: Společenská smlouva