



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

FAKULTA PODNIKATELSKÁ

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT

ÚSTAV EKONOMIKY

INSTITUTE OF ECONOMICS

FINANCOVÁNÍ PODNIKATELSKÝCH AKTIVIT

FINANCING OF BUSINESS ACTIVITIES

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

Jakub Maleček

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D.

BRNO 2022

Zadání bakalářské práce

Ústav: Ústav ekonomiky
Student: **Jakub Maleček**
Vedoucí práce: **Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D.**
Akademický rok: 2021/22
Studijní program: Ekonomika podniku

Garantka studijního programu Vám v souladu se zákonem č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů a se Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně zadává bakalářskou práci s názvem:

Financování podnikatelských aktivit

Charakteristika problematiky úkolu:

Úvod
Cíle práce, metody a postupy zpracování
Teoretická východiska práce
Analýza současného stavu
Vlastní návrhy řešení
Závěr
Seznam použité literatury
Přílohy

Cíle, kterých má být dosaženo:

Hlavním cílem bakalářské práce je návrh nejvhodnějšího způsobu financování dlouhodobého hmotného majetku.

Základní literární prameny:

SYNEK, Miloslav, 2011. Manažerská ekonomika. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3494-1.

SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ, 2010. Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3339-5.

STROUHAL, Jiří, 2012. Ekonomika podniku. Praha: Institut certifikace účetních. Vzdělávání účetních v ČR (Institut certifikace účetních). ISBN 978-80-86716-83-1.

SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ, 2015. Podniková ekonomika. 6., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-274-8.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ, 2012. Podnikání malé a střední firmy. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2021/22

V Brně dne 28.2.2022

L. S.

prof. Ing. Alena Kocmanová, Ph.D.
garantka

doc. Ing. Vojtěch Bartoš, Ph.D.
děkan

Abstrakt

Tato bakalářská práce je zaměřena na financování podnikatelských aktivit konkrétně na financování dlouhodobého majetku, osobního automobilu pro dodavatelskou firmu. Teoretická část práce je zaměřena na odbornou literární rešerši a vysvětlení základních pojmů. V analytické části jsou provedeny strategické a finanční analýza konkrétní firmy. Návrhová část je zaměřena na představení konkrétního předmětu financování a následnému návrhu nejvhodnějšího způsobu financování.

Abstract

This bachelor thesis is focused on the financing of business activities, specifically on the financing of fixed assets, a car for a supplier company. The theoretical part of the work is focused on professional literature search and explanation of basic concepts. In the analytical part, strategic and financial analysis of a specific company is performed. The practical part is focused on the introduction of a specific subject of financing and the subsequent proposal of its most suitable method of financing.

Klíčová slova

financování, dlouhodobý majetek, zdroje financování, PEST, SWOT, úvěr, leasing

Key words

financing, fixed assets, sources of financing, PEST, SWOT, loan, leasing

Bibliografická citace

MALEČEK, Jakub. Financování podnikatelských aktivit [online]. Brno, 2022 [cit. 2022-05-09]. Dostupné z: <https://www.vutbr.cz/studenti/zav-prace/detail/139895>. Bakalářská práce. Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, Ústav ekonomiky. Vedoucí práce Tomáš Heralecký.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval jsem ji samostatně.
Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušil autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 09. května 2022

.....

podpis autora

Poděkování

Chtěl bych poděkovat vedoucímu práce panu Ing. Tomáši Heraleckému, Ph.D. za jeho vedení a odborné rady. Dále bych chtěl také poděkovat své přítelkyni a rodině za jejich podporu.

Obsah

ÚVOD.....	8
CÍLE PRÁCE, METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ	9
1 Teoretická východiska práce	10
1.1 Podnikání, podnikatel a podnik.....	10
1.1.1 Podnikání	10
1.1.2 Podnikatel	10
1.1.3 Podnik	11
1.2 Právní formy podnikání	11
1.2.1 Podnikání fyzických osob	11
1.2.2 Podnikání právnických osob	12
1.3 Majetková struktura podniku	14
1.3.1 Dlouhodobý majetek.....	14
1.3.2 Oběžný majetek	15
1.4 Financování podniku	16
1.4.1 Interní (vnitřní) zdroje financování.....	17
1.4.2 Externí (vnější) zdroje financování.....	20
1.5 Metody finanční analýzy	26
1.5.1 Analýza poměrových ukazatelů.....	26
1.6 Strategické analýzy	29
1.6.1 Porterův model pěti konkurenčních sil	29
1.6.2 PEST analýza.....	32
1.6.3 SWOT analýza.....	33
2 Analytická část	34
2.1 Základní informace.....	34
2.2 Analýza poměrových ukazatelů.....	36
2.2.1 Ukazatele rentability (výnosnosti)	36
2.2.2 Ukazatelé aktivity	36
2.3 Porterova analýza konkurenčního prostředí	38
2.3.1 Vyjednávací síla zákazníků	38
2.3.2 Vyjednávací síla dodavatelů	39

2.3.3	Hrozba vstupu nových konkurentů	39
2.3.4	Hrozba substitutů	40
2.3.5	Rivalita firem působících na daném trhu	40
2.3.6	Shrnutí Porterovy analýzy	41
2.4	PEST analýza	41
2.4.1	Politické faktory.....	41
2.4.2	Ekonomické faktory.....	42
2.4.3	Sociokulturní faktory	43
2.4.4	Technické faktory	44
2.5	SWOT analýza	44
2.5.1	Silné stránky	45
2.5.2	Slabé stránky.....	46
2.5.3	Příležitosti	47
2.5.4	Hrozby	47
3	Vlastní návrh řešení.....	49
3.1	Základní informace.....	49
3.2	Předmět financování.....	49
3.2.1	Vybraný typ automobilu	49
3.3	Financování vlastními zdroji	50
3.4	Financování pomocí dotací	50
3.5	Financování pomocí úvěru	50
3.5.1	Úvěr od Komerční banky.....	51
3.5.2	Úvěr od České spořitelny.....	51
3.5.3	Úvěr od Raiffeisen bank	52
3.5.4	Úvěr od Moneta Money Bank	53
3.5.5	Úvěr od ČSOB	53
3.5.6	Zhodnocení financování pomocí úvěru	55
3.6	Financování finančním leasingem	55
3.6.1	ČSOB leasing.....	56
3.6.2	Raiffeissen leasing	57
3.6.3	Unicredit leasing	57
3.6.4	Srovnání leasingových nabídek	58

3.7	Návrh nejvhodnějšího způsobu financování	58
	Závěr	60
	Seznam použitých zdrojů	62
	Seznam tabulek	66
	Seznam obrázků	67
	Seznam příloh.....	68

ÚVOD

Podnikání v dnešní době není žádnou raritou. Dnes už zde skoro nejsou žádné bariéry pro realizování svých podnikatelských aktivit, a tak může začít podnikat skoro každý. Pro každý podnik je nesmírně důležité zvolit správný typ financování svých investic, obzvláště těch, které mají dlouhodobý charakter. Takovou investicí může být nákup dlouhodobého hmotného majetku. Firma se proto musí rozhodnout, jakým způsobem bude chtít investici financovat. Rozhodnutí o způsobu financování může podnik ovlivnit na řadu let, ať už pozitivně nebo negativně.

Pokud je firma kapitálově silná, tak většinou financuje své dlouhodobé investice interními zdroji, tedy vlastními prostředky. To přináší výhodu v tom, že firma se nemusí zadlužovat a nemusí čelit riziku spojené s vysokým zadlužením firmy. Pokud naopak firma nemá dostatek vlastních prostředků, pak se může rozhodnout pro financování externími zdroji. Pokud se rozhodneme pro financování externími zdroji musíme nejprve zvážit finanční situaci podniku s ohledem na míru zadluženosti.

Bakalářská práce je zaměřena na problematiku možností financování investice v podobě dlouhodobého hmotného majetku v drobné dodavatelské firmě Pannon food Bohemia s.r.o. Firma se snaží rozšířit pole své působnosti v roce 2022 a najímá nového obchodního zástupce, který bude potřebovat firemní vůz pro vykonávání své práce. Hlavním cílem práce je nalezení vhodného způsobu financování tohoto služebního vozu.

CÍLE PRÁCE, METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ

Hlavním cílem bakalářské práce je návrh nejvhodnějšího způsobu financování dlouhodobého hmotného majetku. Tedy automobilu pro obchodního zástupce dodavatelské firmy.

Vedlejšími cíli práce jsou:

- Odborná literární rešerše.
- Představení společnosti.
- PEST analýza, Porterův model konkurenčních sil, SWOT analýza, finanční analýza.
- Celkové zhodnocení podniku za pomoci strategické a finanční analýzy.

Práce je rozdělena do tří částí: teoretická, analytická a návrhová část.

První část bakalářské je část teoretická, ze které pak vychází analytická a návrhová část. V teoretické části jsou za pomoci odborné literatury nejprve vysvětleny základní pojmy, objasněny formy podnikání v ČR, rozebrána majetková struktura podniku a poté se zaměřuje na zdroje financování podniku, tedy interní a externí zdroje financování. Druhá půle teoretické části je pak věnována metodám finanční analýzy, přehledu strategických analýz a SWOT analýze.

V analytické části je představen podnik, a poté jsou aplikovány metody finanční a strategické analýzy, rozebrané v teoretické části.

Poslední část se věnuje vlastnímu návrhu řešení, a tedy zvolení nejvhodnějšího způsobu financování dlouhodobého hmotného majetku, tedy firemního automobilu.

1 Teoretická východiska práce

Teoretická část práce se zaměřuje na výklad pojmů a poznatků z odborné literatury nezbytných pro zpracování analytické části. Hlavní pozornost je zaměřena na výklad základních pojmů, právní normy podnikání, majetkovou strukturu podniku, interní a externí zdroje podnikání a metody finanční a strategické analýzy.

1.1 Podnikání, podnikatel a podnik

Tato část je zaměřena na vysvětlení základních pojmů.

1.1.1 Podnikání

Podnikání je podle obchodního zákona (§2 odst. 1) definováno jako soustavná činnost provozovaná podnikatelem na vlastní zodpovědnost a vlastní jméno s cílem dosažení co možná nejvyššího zisku. Pravděpodobně základním motivem podnikání je tedy zhodnocení vloženého kapitálu a nepřetržité zvyšování hodnoty daného podniku. Mezi další motivy také bezpochyby patří uspokojování potřeb našich zákazníků (Strouhal, 2012, s. 9).

Podle Vebera a Srpové (2012, s. 14) pojem podnikání můžeme chápat různými způsoby:

- Ekonomické pojetí – podnikání je spojení ekonomických prostředků a dalších aktivit tak, aby byla zvýšena jejich prvotní hodnota. Je to tedy proces, při kterém dochází k vytváření přidané hodnoty.
- Psychologické pojetí – podnikání motivuje člověka něčeho dosáhnout, něco získat, naučit se něco nového nebo získat určitý status. Je to tedy určitý způsob seberealizace a rozvoje.

1.1.2 Podnikatel

Z právního hlediska je podnikatel fyzická nebo právnická osoba, která nabytá podle živnostenského zákona oprávnění, a to v podobě koncesní listiny nebo živnostenského listu (Synek, 2002, s. 9).

Podnikatel je tedy osoba, která vykonává různé podnikatelské aktivity s rizikem zisku nebo ztráty vlastního kapitálu a také taková osoba, která je schopna rozpoznat příležitosti

k dosažení vytyčených cílů. Podnikatel by měl také investovat své prostředky, čas a úsilí tak, aby byl schopen dosáhnout svého finančního, respektive osobního uspokojení (Veber, 2012, s. 15).

1.1.3 Podnik

Podnik můžeme chápat subjekt, ve kterém dochází k transformaci zdrojů ve statky (vstupů ve výstupy). Rozsáhleji bychom podnik mohli vymezit jako uspořádaný soubor prostředků, zdrojů, předmětů a dalších různých majetkových hodnot, pomocí kterých může podnikatel vykonávat své podnikatelské aktivity (Veber, 2012, s. 15).

Podniky můžeme dále třídit podle kritérií jako jsou právní normy, předmět podnikání, vazby na ekonomický cyklus, velikosti, typu výroby a podle převládajících výrobních faktorů (Strouhal, 2012, s. 9-10). Následující část je zaměřena na rozdělení podle právní normy podnikání.

1.2 Právní formy podnikání

V České republice právní úprava forem podnikání objevuje v Listině základních práv a svobod, ve které se nachází právo umožňující každému občanovi v České republice svobodně podnikat a vykonávat jinou hospodářskou činnost. V samotném začátku podnikatelských aktivit je v první řadě nutno zvolit příslušný typ právní formy vhodný pro konkrétní podnikatelský záměr. Později je možné právní formu změnit, to ale sebou přináší komplikace a náklady, kterým je možno se vyhnout, pokud bude zvolena správná právní forma již v počátku. Podle obchodního zákoníku je mohou v České republice podnikat fyzické a právnické osoby (Veber, 2012, s. 68).

1.2.1 Podnikání fyzických osob

Pokud chceme podnikat jako fyzická osoba je potřeba k provozování činnosti získat živnostenské nebo jiné oprávnění. Pro získání musíme být starší osmnácti let, trestně bezúhonní, způsobilý k právním úkonům a pokud to živnost vyjadřuje musíme být odborně způsobilí. V zákonech o daních z příjmu se v souvislosti s fyzickou osobou setkáme s termínem osoba samostatně výdělečně činná neboli OSVČ (Srpková, 2010, s. 67).

Podle stejných autorů se živnosti dělí na (Srpková, 2010, s. 67):

- Ohlašovací živnosti – vznik a provozování ohlašovací živnosti je na základě ohlášení. Tyto živnosti poté dělíme na:
 - Řemeslné živnosti – pro získání je nutné mít výuční list, maturitu v oboru, diplom v oboru nebo šestiletou praxi v oboru.
 - Vázané živnosti – pro získání a provozování tohoto způsobu živnosti je nutné prokázat způsobilost v oboru, podle přílohy živnostenského zákona. Například masérské služby, provádění staveb, autoškola a jiné.
 - Volná živnost – pro získání není potřeba prokázat žádnou odbornou kvalifikaci. Podnikatel si vymezí rozsah živnosti podle toho, kterou živnost chce provozovat ze seznamu 80 činností. Například maloobchod, velkoobchod a různé další služby.
- Koncesované živnosti – vznik a provozování je uskutečněno na základě správního rozhodnutí. Pro získání je nutné splnit odbornou způsobilost a kladné vyjádření příslušného orgánu státní správy. V tomto případě se jedná o pohřební služby, cestovní kanceláře, taxislužby aj.

1.2.2 Podnikání právnických osob

Pokud se rozhodneme podnikat musíme počítat s administrativně náročnějším procesem a v některých případech bude potřeba složit i základní kapitál. Všechny subjekty musí být uvedeny v obchodním rejstříku (Srpková, 2010, s. 68).

Autoři (Veber, 2012, s. 69) rozdělují právnické osoby následovně:

- Osobní společnosti – předpokládá se osobní účast podnikatele na řízení společnosti. Jsou vytvořeny dvěma nebo více osobami, kteří se dělí o zisk a jsou odpovědné za ztráty. Mezi osobní společnost řadíme:
 - veřejná obchodní společnost (veř. obch. spol. nebo v.o.s.);
 - komanditní společnost (kom. spol. nebo k.s.).
- Kapitálové společnosti – společníci nebo zakladatelé mají povinnost pouze vnést základní vklad. Ručení za závazky společnosti je buď omezené nebo neomezené a patří sem:
 - společnosti s ručením omezeným (spol. s.r.o. nebo s.r.o.);

- akciová společnost (akc. spol. nebo a.s.).
- Družstva – společenství neomezeného počtu osob se záměrem podnikání, zajišťování hospodářských, sociálních nebo jiných potřeb svých členů. Jedná se o nejméně častou právní formu podnikání.

Veřejná obchodní společnost

Veřejná obchodní společnost neboli v.o.s. je typickou osobní společností. Je to sdružení dvou nebo více podnikatelů, kteří společně se dělí jak o rizika podnikání, tak i o jeho zisk. Ve jméno společnosti musí být, jak u všech typů právnických osob, označení „Veřejná obchodní společnost“ nebo ve zkratce „v.o.s.“. Za vzniklé závazky ručí společnost svým celým majetkem a pokud smluvně není dáno jinak, tak se vedení společnosti účastní všichni společníci (Synek, 2002).

Komanditní společnost

Komanditní společnost je druh osobní společnosti, kde alespoň jeden společník ručí omezeně (podobně jako u společnosti s ručením omezením) a jeden společník ručí neomezeně. Komandista ručí omezeně a komplementář ručí za společnost neomezeně. Komanditní společnost je založena prostřednictvím společenské smlouvy, která musí mít písemnou formu (Černá, 2015, s. 278,280).

Společnost s ručením omezením

Společnost s ručením omezením je druh kapitálové společnosti s osobními prvky, přičemž ty kapitálové převažují nad osobními. Společníci ručí společně a nerozdílně do výše, v jaké nesplnili své vkladové povinnosti. Podíl společníka se pak vypočítá jako poměr vkladu proti základnímu kapitálu společnosti. V České republice se jedná o nejčastější typ obchodní korporace. Společnost s ručením omezením můžeme založit už od 1 Kč a vklad může být peněžitý nebo nepeněžitý (ten pak musí být ohodnocen znalcem). Společnost musí mít v názvu s.r.o. nebo spol. s r.o. a vzniká zápisem do obchodního rejstříku (Černá, 2015, s. 287-303).

Akciová společnost

Akciová společnost je typickým příkladem kapitálové společnosti. Podle zákona je akciová společnost definovaná jako společnost, jejíž základní kapitál je rozdělen na určitý počet akcií. Za akciovou společnost jedná statutární orgán. V monistickém systému je to

statutární ředitel a v dualistickém systému za společnost jedná představenstvo (Černá, 2015, s. 365). Základní kapitál akciové společnosti musí činit minimálně 2 000 000 Kč nebo 80 000 EUR a vzniká zapsáním do obchodního rejstříku (Martinovičová, 2019, s. 22).

Družstva

Družstvo je kapitálovou obchodní korporací. Podle právní definice můžeme družstvo chápat jako společenství, které je založeno za účelem vzájemné pomoci svých členů, třetích osob a případně za účelem podnikání. Ve své podstatě se družstvo liší od ostatních obchodních korporací tím, že nemá uzavřený počet svých členů a z tohoto důvodu je i základní kapitál kolísavý. Přijetím každého nového člena do družstva se zvyšuje o hodnotu danou základním členským vkladem. Spousta družstev je zakládána s nepodnikatelským záměrem a podnikatelskou činnost má pouze jako doplňkovou činnost. Takovým příkladem je například bytové družstvo nebo sociální družstvo. Družstvo lze založit jak na dobu určitou, tak i na dobu neurčitou a musí mít nejméně tři členy (fyzické i právnické osoby).

1.3 Majetková struktura podniku

Majetek podniku chápeme jako soubor všech prostředků (peněz, pohledávek, věcí a jiných materiálových hodnot), díky kterým může podnikatel provozovat svoji činnost. Rozdělit majetek bychom mohli rozdělit následujícím způsobem na dlouhodobý (investiční) a oběžný majetek. V rozvaze najdeme majetkovou strukturu, označenou jako aktiva, na levé straně. Dlouhodobý majetek v rozvaze najdeme pod názvem fixní (stálá) aktiva a oběžný majetek jako oběžná aktiva (Synek, 2011, s. 48).

1.3.1 Dlouhodobý majetek

První skupinou majetkové struktury je dlouhodobý majetek. Jak už napovídá název, dlouhodobý majetek je to takový typ vlastnictví, který nepožijeme za účelem dalšího prodeje. Tedy složí podniku v dlouhodobém smyslu, obvykle je to déle než jeden rok. Do konečné hodnoty výrobků a služeb jsou náklady na jeho pořízení zachyceny pomocí odpisů. Odpisy vyjadřují míru opotřebení majetku, jsou zdrojem peněžních toků a jsou nákladem (Veber, 2012, s. 142).

Dlouhodobý majetek dělíme podle Synka a kolektivu (2011, s. 48) do třech základních skupin na hmotný, nehmotný a finanční majetek.

Dlouhodobý hmotný majetek

Dlouhodobý majetek je takový majetek, který podnik pořídí za účelem dlouhodobého držení a postupem času ztrácí svoji hodnotu a opotřebovává se (například stroje, budovy, stavby, dopravní prostředky aj.). Dále se pak člení na movitý a nemovitý majetek. Dlouhodobý hmotný majetek se nespotebovává najednou, ale jak už bylo řečeno, tak dlouhodobý hmotný majetek se postupně znehodnocuje a svoji hodnotu přenáší do konečných výrobků nebo služeb pomocí odpisů. Tím tedy přenášejí hodnotu méně likvidních aktiv (stroje, budovy, dopravní prostředky aj.) na aktiva s vyšší likviditou (Synek, 2011, s. 48-49).

Dlouhodobý nehmotný majetek

Tento typ dlouhodobého majetku představuje za úhradu nabytá oprávnění. Do této kategorie řadíme licence, patenty, goodwill, software, autorská práva, obchodní značku firmy aj. (Synek, 2011, s. 50).

Dlouhodobý finanční majetek

Finanční majetek tvoří majetkovou strukturu podniku, kterou podnik nakoupil jako dlouhodobou investici. Mezi tento typ majetku řadíme, podíly v jiných podnicích, akcie, náklady na výzkum a vývoj nových technologií a jiné (Synek, 2011, s. 50).

1.3.2 Oběžný majetek

Druhou složkou majetkové struktury podniku je oběžný majetek. Oběžný majetek je charakteristický tím, že je krátkodobý a předpokládá se, že bude v podniku využíván méně než jeden rok (Martinovičová, 2019, s. 35).

Podle stejného autora (Martinovičová, 2019, s. 35-36) můžeme oběžný majetek dělit na:

- Oběžný majetek ve věcné podobě – materiál, nedokončená výroba, polotovary, hotové výrobky, zvířata, zboží za účelem prodeje v nezměněném stavu.
- Oběžný majetek v peněžní podobě – peněžní prostředky v pokladně, pohledávky a peníze na bankovních účtech.

- Krátkodobý finanční majetek – cenné papíry určené k obchodování (musí být drženy maximálně 1 rok), dluhové cenné papíry se splatností do jednoho roku, ostatní krátkodobé cenné papíry, podíly a opční listy.

1.4 Financování podniku

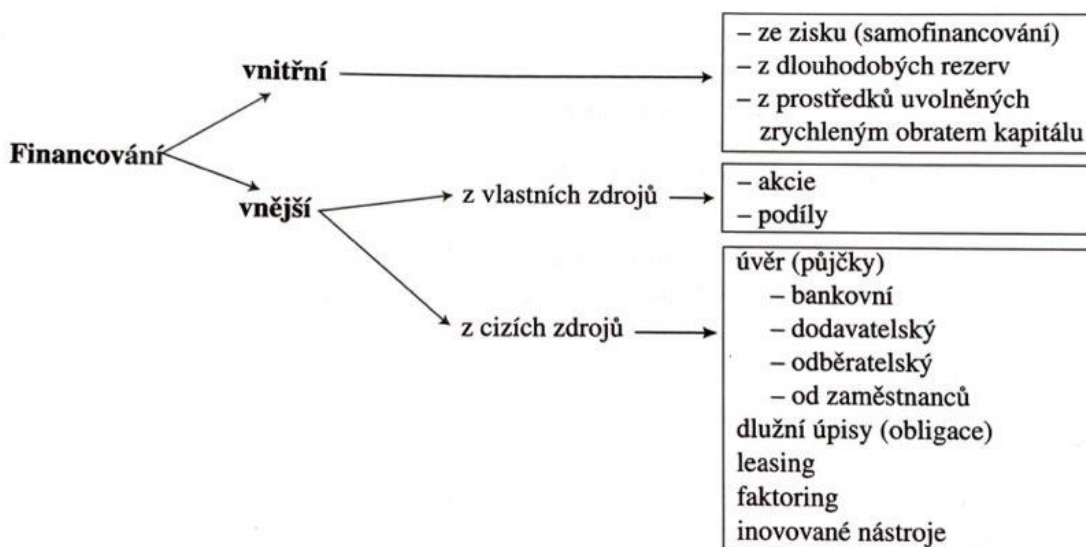
Pro vznik podniku je zásadní předpoklad existence realizovatelného a do budoucna úspěšného podnikatelského záměru. Samotná realizace pak už souvisí se zvolením finančních zdrojů, respektive získání dalších zainteresovaných osob (investorů), které podnikatelský plán nadchne natolik, že ho finančně podpoří. Možní investoři posuzují rizikovost investice a podle výše rizikovosti poté požadují, za poskytnutou podporu, určitý výnos, popřípadě jinou záruku vrácení investovaného kapitálu (Režňáková, 2012, s. 24).

Pokud se podnikatel nebo zástupce podniku rozhodne pro pořízení dlouhodobého hmotného majetku, může zvolit dva hlavní zdroje financování, a to financování vlastním kapitálem a financování cizím kapitálem (dluhem). Použití vlastních zdrojů, zejména zisku a odpisů, snižuje závislost na věřitelích a snižuje riziko velké míry zadluženosti (Synek, 2015, s. 276).

Stejný autor (Synek, 2015, s. 277) poté vymezuje tři způsoby financování podniku:

- Financování vlastním kapitálem (vnitřní) – emise akcií, věcné vklady.
- Financování cizím kapitálem (vnější) – bankovní úvěr, obchodní úvěr, půjčka, obligace, zálohy dodavatelů.
- Samofinancování – financování ziskem, odpisy, další vnitřní zdroje.

Přehledně můžeme vidět způsoby financování na následujícím obrázku:



Obrázek 1: Přehled druhů financování

(Zdroj: Synek, 2015, s. 277)

1.4.1 Interní (vnitřní) zdroje financování

Jak už bylo nastíněno vnitřní zdroje podniku jsou získávány na základě podnikové hospodářské činnosti a jedná se o hlavní způsob financování podniku. Mezi hlavní zdroje vnitřního financování řadíme nerozdělený zisk, odpisy, rezervní fondy a zadržený zisk (Čížinská, 2010, s. 83).

Nerozdělený zisk

Zisk tvoří nezbytnou součást kapitálové struktury podniku. Zisk bychom mohli definovat velmi triviálně jako rozdíl mezi náklady a výnosy a je nejdůležitějším zdrojem financování podniku. Kromě zdroje financování je zisk důležitým ukazatelem úspěšnosti a efektivnosti hospodaření. Od velikosti zisku se také odvíjí tržní hodnota celého podniku (Konečný, 2005, s. 55).

Zisk plní následující funkce (Konečný, 2005, s. 58):

- Kriteriaální funkce – je důležitým kritériem pro rozhodování o ekonomice podniku. Například o objemu výroby, o zavedení nového výrobku, o investicích aj.

- Rozvojová funkce – představuje finanční zdroje pro další rozvoj podniku a je tedy hlavním zdrojem akumulace.
- Rozdělovací funkce – představuje rozdělování důchodů mezi vlastníky, investory a stát ve formě dividend, úroků a daní.
- Motivační funkce – je jedním ze základních motivů při zakládání podniku a může představovat základní motiv pro zainteresování pracovníků a investorů.

Na výši nerozděleného zisku mají největší vliv následující faktory:

- Zisk z běžného roku – vyjadřuje hospodárnost celkové činnosti podniku, lze podle něj posoudit efektivnost firmy a jak už bylo nastíněno plní důležité funkce v celkové struktuře podniku.
- Daň ze zisku – nerozdělený zisk působí nepřímo. V delším časovém horizontu je podstatnější, pokud dojde ke změně sazby daně ze zisku, konkrétně ke zvýšení, a to může vést až ke snížení celkového zisku.
- Dividendy vyplácené akcionářům – podobně jako sazba daně ze zisku ovlivňují dividendy vyplácené akcionářům nerozdělený zisk nepřímo.
- Tvorba rezervních fondů ze zisku (Valach, 2010, s. 356-357).

V rozvaze můžeme najít nerozdělený zisk jako součást vlastního kapitálu. Nerozdělený zisk je považován za nejméně rizikový způsob financování podniku a podnikatelských aktivit. Výhody financování pomocí nerozděleného zisku spočívají v nenavyšování zainteresovaných stran, akcionářů, věřitelů a investorů. Z toho plyne že se v podniku snižuje riziko nadměrného zadlužení a neschopnosti splácet závazky. Nevýhodou pak může být malá stabilita zadržného zisku s ohledem na mobilitu celkového podnikového zisku a snahu o stabilitu dividend (Konečný, 2005, s. 58).

Odpisy dlouhodobého majetku

Vedle nerozděleného zisku jsou odpisy důležitým zdrojem interního financování podniku. Definovat odpisy bychom mohli jako určitou část prodejní ceny dlouhodobého majetku, která se v průběhu jeho životnosti systematicky započítává do nákladů podniku vynaložených v určitém období (Valach, 2010, s. 344).

Pro podnik odpisy nepředstavují přírůstek finančního majetku a zdrojů, ale jsou díky možnosti zaúčtování do nákladů významnou složkou financování podniku. Představují tedy významný zdroj interního financování podniku (Konečný, 2005, s. 60).

Výhodou financování pomocí odpisů oproti financování nerozděleným ziskem představuje stabilita zdrojů (Hrdý, 2009, s. 44).

Hrdý a Horová ve své publikaci (2009, s. 44,45) uvádí následující rozlišení odpisů:

- Účetní odpisy – vyjadřují reálnou hodnotu opotřebení dlouhodobého majetku. Podnik si sám může zvolit odpisový plán a postup účtování účetních odpisů. Zachycení odpisů hraje v účetnictví velkou roli, protože nesprávné uvádění odpisů může negativně ovlivnit finanční řízení a rozhodování podniku.
- Daňové odpisy – vyjadřují potřeby pro určení základu daně z příjmu. Pro daňové odpisy jsou uvedeny konkrétní odpisové skupiny, do kterých se dlouhodobý majetek zařadí. Tyto kategorie jsou ukotveny v zákoně o daních z příjmů a jsou přesně dané podmínky, podle kterých musí být majetek zařazen a postupně odepisován. Podle zákona se doba odepisování pohybuje mezi 3-50 lety.

Následující tabulka zobrazuje délku odepisování dlouhodobého majetku podle skupin:

Tabulka 1: Délka odepisování dlouhodobého majetku podle skupin
(Zdroj: Vlastní zpracování dle zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů)

Odpisová skupina	Doba odpisování
1	3 roky
2	5 let
3	10 let
4	20 let
5	30 let
6	50 let

Rezervní fondy, rezervy

Mezi další interní zdroje patří rezervní fondy, které podnik vytváří ze zisku po zdanění (EAT). V České republice jsou fondy ze zisku vytvářeny buď povinně ze zákona nebo na

základě rozhodnutí podniku. V případě povinných rezervních fondů ze zákona, pak zákon přesně stanovuje způsob jejich tvorby i minimální výši vkladu (Šiman, 2010, s. 60).

Vedle rezervních fondů existují také rezervy, které se odlišují od rezervních fondů hlavně způsobem tvorby a menším způsobem možného uplatnění. Některé rezervy lze zahrnout do nákladů, takový typ rezerv nazýváme zákonné rezervy, jejichž výši a užití upravuje zákon. (Valach, 2010, s. 360).

Mezi obvyklé účely pro tvorbu rezerv v podnicích patří (Valach, 2010, s. 360):

- rezervy na technický rozvoj;
- rezervy na opravy dlouhodobého hmotného majetku;
- rezervy na nedobytné pohledávky;
- rezervy na dividendy;
- rezervy na kurzové ztráty;
- rezervy na daň ze zisku.

1.4.2 Externí (vnější) zdroje financování

Druhým způsobem financování podniku jsou externí zdroje financování, při kterém podnik používá finance, které vstupují do financování z vnějšku. Mezi externí zdroje řadíme financování z vlastních a cizích zdrojů. Mezi vlastní zdroje patří akcie a vklady a podíly zakladatelů, vlastníků a spoluvlastníků. Naopak mezi cizí zdroje řadíme například obligace, různé druhy dluhů, leasing, faktoring a jiné (Synek, 2015, s. 275).

Akcie

Akciový kapitál je typický pro akciové společnosti a vzniká upisováním různých druhů akcií. Akcie může podnik upsat při zakládání a rozšiřování akciové společnosti nebo při finanční restrukturalizaci (Valach, 2010, s. 371).

Při investování do akcií vzniká majiteli podíl na základním kapitálu podniku. Majitel se může nepřímo podílet na řízení společnosti hlasováním a má právo na určitou část zisku společnosti ve formě dividendy a za hospodaření společnosti odpovídá do výše vkladu investovaného do akcií. Rozlišujeme dva základní typy akcií, a to akcie kmenové a prioritní (Konečný, 2005, s. 62).

V případě kmenových akcií je vyplácena dividenda až po zaplacení daně a uspokojení potřeb držitelů prioritních akcií. S vlastnictvím kmenové akcie společnosti je spojeno,

kromě vyplácení dividend také hlasovací právo, podíl z výnosu likvidace a předkupní práv na nové akcie. Charakteristika kmenových akcií obvykle způsobuje, že vlastníci mají větší nároky na zhodnocení jejich investic a požadují tak vyšší výnosovou míru (Režňáková, 2012, s. 62).

Pokud se rozhodne věřitel investovat do prioritních akcií má právo na pravidelný příjem na úkor hlasovacího práva, ale zároveň má prioritu při vyplácení dividend a podílu z likvidačního výnosu (Režňáková, 2012, s. 62). V praxi se vydávají prioritní akcie, pokud se podnik rozhodne zvýšit základní kapitál a zájem o kmenové akcie klesá. To znamená, že podnik rozšíří svůj základní kapitál a držitelé kmenových akcií neztratí svůj vliv na rozhodování podniku. Podíl, který mohou mít prioritní akcie na základním kapitálu společnosti poté stanovuje zákon (Konečný, 2005, s. 62).

Krátkodobé bankovní úvěry

Krátkodobé bankovní úvěry slouží podniku k financování krátkodobého nesouladu mezi hodnotou potřeby financování zdrojů a peněžních prostředků firmy. V kapitálově silných společnostech fungují krátkodobé úvěry pouze jako financování oběžného majetku. Mezi krátkodobé bankovní úvěry řadíme například kontokorentní úvěr, revolvingový úvěr, eskontní úvěr a lombardní úvěr (Konečný, 2005, s. 68).

Kontokorentní úvěr

Kontokorentní úvěr je poskytován na krátkodobé překlenutí mezi výdaji a příjmy podniku. Úvěr je ve většině případech čerpán z běžného účtu klienta banky na základě předem sjednaného limitu a je čerpán v momentě, kdy zůstatek účtu klesne pod nulu. Klient může mít sjednaný kontokorentní úvěr jen pouze jako rezervu v případě výpadku příjmů. Dluh bývá splacen vyrovnáním kreditního schodku na účtu. Z povahy je kontokorentní úvěr považován za velmi flexibilní a od toho se odvíjí i úroky, které bývají vyšší než u jiných typů úvěrů, a to jej řadí mezi dražší typy úvěru. Kontokorentní úvěr je tedy nejlepší čerpat pouze nárazově a krátkodobě (Režňáková, 2012, s. 86).

Revolvingový úvěr

Revolvingový úvěr je poskytován bankou pro určitý účel. Obvykle se jedná o financování oběžného majetku. Jde o krátkodobý úvěr, který se opakuje ve předem sjednaných intervalech. Banka tedy po vyčerpání výše na základě smlouvy úvěr doplňuje a zároveň

banka kontroluje stav předmětu, na který byl úvěr sjednán a podle toho pak reguluje jeho výši čerpání úvěru (Konečný, 2005, s. 68).

Eskontní úvěr

Hlavní princip eskontního úvěru spočívá v odkupu neboli eskontu obchodní směnky před vypršením její splatnosti. Eskontní úvěr může věřitel využít, pokud potřebuje peníze ze směnky dříve, než bylo sjednané. Banka si sráží úrok závislý na době splatnosti směnky a její hodnotu. Banka tak na sebe převezme všechna rizika spojená se směnkou i právo na úhradu konečné sumy od dlužníka (Režňáková, 2012, s. 86).

Faktoring a forfaiting

Princip faktoringu a forfaitingu spočívá v odkoupení pohledávky před vypršením její splatnosti. Tyto služby většinou provádí banka nebo jiná specializovaná společnost. Při faktoringu se většinou jedná o odkup krátkodobých pohledávek, respektive běžného spotřebního zboží (například obuv nebo potraviny). Když věřitel (dodavatel zboží) uzavírá smlouvu s faktorem předem ujednanou smlouvu. Po uzavření smlouvy s faktoringovou společností předá dodavatel zboží zákazníkovi, tedy dlužníkovi a odešle vystavené faktury faktoringové společnosti, která věřiteli za faktury zaplatí předem sjednanou částku. Částka bývá obvykle snížena o předem sjednanou hodnotu. Faktoringová společnost se poté stará o inkasování faktur a vymáhání vzniklých pohledávek. Při forfaitingu se většinou jedná o odkoupení střednědobých a dlouhodobých pohledávek (například pohledávky spojené s prodejem strojů nebo zařízení dodávaných na dlouhodobý dodavatelský úvěr). Kvůli vyššímu riziku, oproti faktoringu, požaduje forfaiter, aby za pohledávku ručil ještě další subjekt. Obchod poté probíhá ve své podstatě podobně jako u faktoringu (Martinovičová, 2014, s. 155-156).

Dotace

Mezi externí zdroje financování bychom mohli zařadit také dotace. Stát pomocí těchto dotací z veřejných rozpočtů prosazuje své zájmy. Dotace stát poskytuje především pro malé a střední podniky. Stát podporuje tyto podniky, aby byli na trhu více konkurenceschopné a snaží se o ustálení stávajících pracovních míst a vytváření nových pracovních míst. Mezi přímou finanční podporu řadíme investiční dotace, cenové příplatky a exportní prémie. Mezi nepřímou finanční podporu například řadíme různé daňové úlevy, bezúročné půjčky nebo půjčky se sníženou úrokovou sazbou.

Ostatní nebankovní krátkodobé úvěry (závazky)

Mezi ostatní nebankovní krátkodobé úvěry řadí Konečný ve své publikaci (2005, s. 69) například:

- Závazky vůči zaměstnancům z mezd.
- Závazky vůči různým subjektům nebo rozpočtům v důsledku posunu plateb spojených s daňovou povinností.
- Závazky velkých společností z emise krátkodobých cenných papírů.

Dlouhodobé bankovní úvěry

Dlouhodobé bankovní úvěry většinou banky vydávají na předem přesně daný účel, většinou podniky žádají o dlouhodobý bankovní úvěr na financování dlouhodobého majetku. Banka pak jasně vymezuje exaktní podmínky pro jeho využívání (Šiman, 2010, s. 66).

Obecně úvěr můžeme považovat za dlouhodobý, pokud má splatnost delší než jeden rok. Nejvíce se ale setkáváme s úvěry se splatností v rozmezí 3-7 let. Splácení úvěru probíhá pravidelnými splátkami. Dlouhodobý úvěr je používán na větší investiční projekty a tomu odpovídají také čerpané částky, které bývají značně vyšší než u běžných bankovních úvěrů. Podle domluvy a potřeb klienta bývá úročení fixní nebo pohyblivé. Úroková sazba má podobný charakter jako u běžných typů úvěrů. V budoucnu může nastat situace, že bude mít firma dostatek kapitálu na splacení zbytku úvěru, a proto se doporučuje si ve smlouvě vyhradit a využít možnosti předčasného splacení. Problém při sjednávání dlouhodobého úvěru může nastat s případným zajištěním, a to většinou nemovitostí nebo jiným aktivem, u kterého se očekává stabilní hodnota. Tyto skutečnosti se poté odrazí v poplatku za uzavření smlouvy, jelikož banka musí strávit více času s ověřováním rizikivosti klienta a s přípravou finální smlouvy (Kislingerová, 2010, s. 585).

Dlouhodobý bankovní úvěr firmy nejčastěji získávají ve formě termínované půjčky nebo hypotekárního úvěru (Valach, 2010, s. 396).

Termínované půjčky jsou nejčastěji poskytovány na investici ve formě rozšíření dlouhodobého majetku v podniku, a proto se často v praxi nazývají jako investiční úvěry. Josef Valach a kolektiv ve své publikaci (2010, s. 396-398) následující charakteristiky specifické pro termínované půjčky:

- Postupné umořování termínované půjčky během doby její splatnosti – plán umoření je v nejvíce případech založen na čtvrtletních, pololetních nebo ročních splátkách úroku a úveru. Splátky se většinou platí ve stejné výši po celou dobu splácení a mění se pouze podíl úroku a úmoru, kdy klesá podíl úroku a zvyšuje se podíl úmoru. Mají tedy charakteristiku anuitních splátek.
- Převládající pevná úroková sazba.
- Podílová účast termínované půjčky na investičních výdajích – pro snížení rizika u menších a středně velkých firem, které nemají dostatek finančních prostředků, většinou banky poskytují úvěr jen na určitý podíl investice. Naopak u velkých firem, které jsou vysoce úvěruschopné a u kterých má banka prakticky nulové riziko nesplacení úveru, poskytne banka úvěr, který pokryje investici v její plné výši.
- Záruční podmínky a ochranná ujednání – pro svůj charakter mají termínované půjčky vyšší stupeň rizikovosti a jsou spojeny s většími podmínkami než krátkodobé úvěry. Mezi takové podmínky a ujednání bychom mohli zařadit například pravidelné předkládání výkazů věřiteli nebo závazek neprovádět rozhodnutí o majetku bez souhlasu banky.
- Podmínky pro případ neplnění závazků – banka při neplnění smluvních ujednání může požadovat za určitých podmínek okamžité splacení půjčky v plné výši. Obvykle ale banka se nejdříve snaží s klientem situaci vyřešit a dohodnout se na určitých postupech a požadování okamžitého splacení v plné výši používá jako poslední alternativu.

Hypoteční úvěry

Hypoteční úvěry jsou typické pro financování nemovitostí. Banky, aby byly schopny financovat hypoteční úvěr vydávají takzvané zástavní hypoteční listy. Hypoteční listy poté kupují zejména institucionální investoři a jsou považované za velmi likvidní cenné papíry (Hrdý, 2016, s. 113).

Podmínky a postup pro získání hypotečního úveru popisuje opět Valach a kolektiv ve své publikaci (2010, s. 398):

- Nabídnutí nemovitého majetku podniku k zástavě.
- Tento majetek se poté zatíží hypotékou, to znamená, že se zapíše do veřejné evidence nemovitostí.

- Banka následně emituje hypoteční zástavní listy do výše sumy zastaveného majetku a následné předání podniku.
- Na kapitálovém trhu banka prodá zástavní listy a podnik získá hypoteční úvěr.

Leasing

V neposlední řadě mezi externí zdroje financování řadíme leasing. Leasing můžeme charakterizovat jako právní vztah mezi dodavatelem, nájemcem a pronajímatelem. Pronajímatel koupí od dodavatele dlouhodobý hmotný majetek, který poté za určitou úplatu na určitou dobu poskytuje nájemci tento dlouhodobý hmotný majetek využívat. Tento typ leasingu se označuje jako nepřímý leasing. V případě že dodavatel a pronajímatel je tatáž osoba hovoříme poté o leasingu přímém. Při porovnávání leasingu se obvykle uvádí i koeficient navýšení, který udává celkové zvýšení nákladů při financování leasingem oproti přímé koupi. (Čížinská, 2010, s. 90).

V praxi pak používáme dva základní typy leasingu, které Valouch (2012, s. 9) ve své publikaci uvádí, a to finanční a operativní leasing.

- Finanční leasing – pojmem finanční leasing můžeme chápat jako pronájem, u kterého po skončení předem sjednané doby pronájmu stává pomocí odkupu nájemce vlastníkem. Nájemce je většinou smluvně povinen daný přístroj na vlastní náklady udržovat, provádět servisní služby a opravovat. Oproti operativnímu leasingu je doba nájmu u finančního leasingu v podstatě delší. Z pravidla doba pronájmu odpovídá době ekonomické životnosti daného přístroje (Valouch, 2012, s. 9).

Předmět leasingu zůstává po celou dobu ve vlastnictví leasingové společnosti až do vypršení smlouvy. Dobu leasingové smlouvy stanovuje zákon o daních z příjmů a je odvozena podle odpisové skupiny, ve které se nachází daný předmět leasingu. Po vypršení smlouvy se může nájemce rozhodnout o odkupu předmětu splacením zůstatkové hodnoty, která se pohybuje obvykle ve výši 1000 Kč a DPH (Blažek, 2019, s. 83).

- Operativní leasing – mezi operativní leasing řadíme jakékoliv jiné druhy leasingu, které nepatří do kategorie finančního leasingu. Nejčastěji jsou to, ovšem takové druhy leasingu, kdy po ukončení leasingové smlouvy se předmět leasingu vrací opět pronajímateli. Druhým rozdílem oproti finančnímu leasingu je, že ve většině

případů, pokud není smluvně dohodnuto jinak, veškeré náklady spojené s provozem předmětu smlouvy hradí pronajímatel (Valouch, 2012, s. 9).

Při operativním leasingu leasingová společnost platí veškeré zákonem dané poplatky. Obvykle má oproti finančnímu leasingu operační leasing krátkodobý charakter. Ve své podstatě je leasing tedy dlouhodobý pronájem, který se ve většině případů pohybuje od 24 do 60 měsíců, tedy je kratší než doba odepisování daného předmětu (Blažek, 2019, s. 83).

1.5 Metody finanční analýzy

Finanční analýzu podniky využívají pro zhodnocení a rozbor finanční situace. Představuje totiž systematický rozbor dat, většinou z rozvahy nebo výkazu zisků a ztráty. Firma tím může získat nezbytné informace o hospodaření a podklady nezbytné pro rozhodování o budoucích investicích. Finanční analýza podniku tak pomáhá zhodnotit dosavadní vývoj firmy a pomoci při krátkodobém plánování i plánování dlouhodobých investic (Růčková, 2021, s. 9,10).

Kromě samotného podniku, kterým je myšlen vlastník podniku a management podniku, mohou finanční analýzu využít banky a obchodní věřitelé. Banky mohou používat výsledky analýzy pro rozhodování o poskytnutí úvěru a dalších rizik spojených s úvěrem. Kromě banky mohou využívat data z analýzy také věřitelé, odběratelé, konkurenční firmy a jiné subjekty (Kubíčková, 2015, s. 11-12).

1.5.1 Analýza poměrových ukazatelů

Analýzu poměrových ukazatelů řadíme k nejpoužívanějším metodám finanční analýzy a je označována jádrem finanční analýzy. Výhodou oproti například horizontální a vertikální analýze, kde byl využíván pouze jeden účetní výkaz, je vzájemné propojení účetních výkazů (nejčastěji výkazu zisku a ztráty a rozvahy) a to umožňuje sledovat tak více veličin naráz (Kubíčková, 2015, s. 117).

Stejní autoři (2015, s. 117) poté uvádí několik výhod analýzy poměrových ukazatelů:

- Podněcuje hlubší analýzu podniku.

- Není časově náročná.
- Udává základní informaci pro hledání příčiny i oblasti problémů.
- Identifikuje silné a slabé stránky podniku.
- Navazuje na základní ukazatele podnikového plánu.
- Díky těmto ukazatelům lze stanovit cíle pro budoucí vývoj podniku a lze analyzovat konsekvence opatření, které byli přijaty v minulosti.
- Umožňuje snadné porovnávání firem.

Jako jednu z nevýhod analýzy poměrovými ukazateli můžeme považovat, že každý z ukazatelů může vést rozdílnému posouzení finanční situace firmy. To pak neumožní jasný a jednoznačný výrok (Kubíčková, 2015, s. 118).

V praxi se poměrové ukazatele dělí podle oblasti, kterou analyzují na (Sedláček, 2007, s. 56):

- Ukazatele rentability;
- Ukazatele aktivity;
- Ukazatele likvidity;
- Ukazatele tržní hodnoty;
- Ukazatele zadluženosti;
- Ukazatele na bázi cash flow a finančních fondů;
- Výrobní (provozní) ukazatele.

Následující část kapitoly se věnuje vybraným poměrovým ukazatelům.

Ukazatele aktivity

Ukazatele aktivity ukazují efektivitu hospodaření firmy se svými aktivy. Ve většině případů se uvádějí jako poměr vázanosti kapitálu s vybranou hodnotou aktiv a pasiv (například: obratovost aktiv nebo dobou obratu aktiv) (Sedláček, 2007, s. 60).

Mezi ukazatele aktiv řadíme následující vybrané ukazatele (Sedláček, 2007, s. 61-62):

- Vázanost celkových aktiv – určuje celkovou produkční efektivnost podniku. Optimální je nízká hodnota ukazatele, protože nízká hodnota udává fakt, že podnik expanduje, aniž by musel zvyšovat svoje finanční zdroje.

$$\text{Vázanost celkových aktiv} = \frac{\text{aktiva}}{\text{tržby}}$$

Ukazatelé likvidity

Jednou z charakteristik finančního zdraví podniku je schopnost firmy uhrazovat svoje závazky. Solventnost je pak chápána jako schopnost firmy okamžitě hradit svoje závazky ve stanovené míře, formě, místě a termínu splatnosti. Likvidita a solventnost jsou podmíněny likvidností aktiv firmy a úzce spolu souvisejí. Analýza likvidity podniku tedy zkoumá schopnost podniku platit svoje závazky (Kubíčková, 2015, s. 131).

Z toho pak vyplývá následující obecný vzorec (Kubíčková, 2015, s. 132):

$$\text{Poměrový ukazatel likvidity} = \frac{\text{čím je možno platit}}{\text{co je nutno platit}}$$

V praxi se pak rozlišují tři ukazatelé likvidity. Každý ukazatel pak představuje jednotlivý stupeň likvidity. Mezi tyto ukazatele řadíme (Kubíčková, 2015, s. 132-135):

- Běžná likvidita (likvidita třetího stupně) – ukazuje schopnost podniku splácet závazky, které jsou splatné do jednoho roku. Výsledek můžeme jednoduše interpretovat způsobem čím větší hodnota tím lépe. Ovšem to přináší sebou různá omezení například nezohlednění struktury oběžných aktiv z hlediska jejich likvidity, rizikovosti budoucích peněžních toků, z hlediska doby splatnosti ukazatel nerozděluje strukturu krátkodobých pasiv. Proto nemůžeme výsledek jednoduše paušalizovat. Doporučená hodnota pro běžnou likviditu se uvádí mezi 1,5-2,5. Hodnoty, které přesáhnou 4 signalizují neefektivnost při řízení pracovního kapitálu. Pro výpočet se používá následující vzorec:

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

- Pohotová likvidita (likvidita druhého stupně) – vypočítá se jako poměr pohledávkového fondu a krátkodobých závazků. Z pohledávkového fondu se pak vyřazují nelikvidní pohledávky a zahrnou se položky časového rozlišení a pohledávky upsané na vlastní kapitál. Doporučená hodnota ukazatele se pohybuje na intervalu 0,5-1,5, s tím že hodnota 1 se označuje mezní hodnotou a dosahovaná hodnota by ji neměla překračovat.

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

- Okamžitá likvidita (likvidita prvního stupně) – poměruje nejlikvidnější složky oběžných aktiv s krátkodobými a je brána za nejpřísnější ukazatel likvidity. Doporučené hodnoty pro likviditu prvního stupně se pohybují na intervalu 0,2-0,5 eventuelně 0,2-0,7.

$$\text{Okamžitá likvidita} = \frac{\text{peněžní prostředky}}{\text{krátkodobé závazky}}$$

Celková zadluženost

Výpočet celkové zadluženosti získáme jako podíl cizích zdrojů a celkových aktiv. Z pohledu věřitele je výhodné udržovat nízký koeficient naopak firmy na druhé straně hledají větší finanční páku, tedy posílení výdělkové schopnosti vlastního kapitálu kapitálem cizím. Doporučuje se hodnota kolem 50 %. (Sedláček, 2007, s. 64).

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

1.6 Strategické analýzy

Strategické analýzy firmám slouží k zachycení podstatných faktorů, které firmu ovlivňují firmu v její činnosti. Výsledkem je pak podklad pro budoucí zvolení přístupu budoucího chování firmy například v investiční činnosti. Pro strategickou analýzu je klíčové poskytnout co možná nejpřesnější informace, jelikož na základě zkreslených informací by byla přijata jiná opatření, než by byla potřeba (Jakubíková, 2013, s. 95).

1.6.1 Porterův model pěti konkurenčních sil

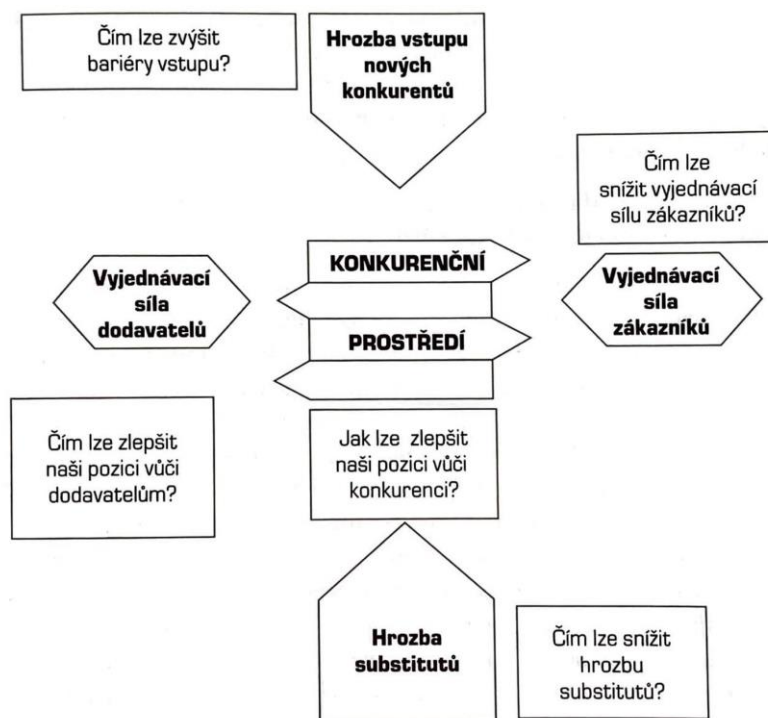
Porterův model neboli Porterova analýza konkurenčního prostředí je velmi využívaným nástrojem pro analýzu okolí podniku. Základní myšlenkou tohoto modelu je, že na firmu působící v určitém odvětví působí pět základních faktorů, které firmu ovlivňují (Hanzelková, 2017, s. 62).

Stejný autor pak uvádí následující činitele (2017, s. 63):

- Vyjednávací síla zákazníků;
- Vyjednávací síla dodavatelů;
- Hrozba vstupu nových konkurentů;

- Hrozba substitutů;
- Rivalita firem na daném trhu.

Následující obrázek znázorňuje model konkurenčního prostředí:



Obrázek 2: Model konkurenčního prostředí
(Zdroj: Hanzelková, 2017, s.63)

Vyjednávací síla zákazníků (bargaining power of buyers)

Zákazník na trhu může mít na trhu velkou vyjednávací sílu, pokud jsou jistým způsobem organizovaní a na trhu se nachází dostatek substitutů. Pokud zákazník není spokojen tak může v případě trhu s vysokým počtem substitutů snadno přejít ke konkurenci, náklady na přestup ke konkurenci jsou tedy malé nebo mizivé. Pokud je zákazník značný odběratel produktů nebo služeb firmy a počet odběrů je pro firmu významnou položkou celkových tržeb, pak se vyjednávací síla zákazníka ještě zvyšuje (Kozel, 2006, s. 31).

Vyjednávací síla dodavatelů

Velkou vyjednávací sílu může mít dodavatel, pokud se jedná o velkého dodavatele nebo dodavatele s velkou tradicí na trhu a na trhu bude malý počet dodavatelů. V tom případě se pak přibližujeme monopolistické konkurenci a dodavatel pak může lépe manipulovat

s cenou, než jak je tomu možno na dokonale konkurenčním trhu. Pokud dodavatel nabízí zboží, které je vysoce diferencované od zbytku konkurence, například technickým zpracováním nebo vlastnostmi a zákazník vnímá rozdíly oproti konkurenci pak je velice obtížné pro zákazníka přejít ke konkurenci. Zboží nemusí být tolik odlišné, pokud na trhu není dostatečný počet substitutů, pokud není zákazník dostatečně informován nebo pokud zákazník není donucen k minimalizaci svých nákladů (Hanzelková, 2017, s. 64-65).

Hrozba vstupu nových konkurentů

Vstup nových konkurentů na trh je dán především typem odvětví, ve které firma podniká. V určitých oblastech je hrozba vstupu nových konkurentů na trh malá a v některých případech i nulová. Zejména pokud jsou zde vysoké fixní náklady pro vstup do odvětví nebo pokud má dané odvětví monopolistickou strukturu (například dodavatelé elektřiny, železniční nebo hromadná doprava). Další komplikací vstupu na trh může být obtížnost napojit se na dodavatelské kanály, technické výhody konkurence v oblasti know-how nebo pokud se jedná o odvětví s vysokým stupněm regulace (Hanzelková, 2017, s. 65).

Hrozba substitutů

Substituty neboli nahraditelné produkty jsou pro firmu hrozbou v případě, že nahrazují produkty a tím pak snižují cenu a ve svém důsledku i celkový zisk firmy. Firma proto musí sledovat vývojové trendy a snažit se co možná nejvíce se odlišit od konkurence ve smyslu kvality poskytovaného produktu i její finální ceny (Kozel, 2006, s. 31).

Rivalita firem na dané trhu

Rivalita firem na daném trhu závisí opět jako to bylo u přešlých faktorů především na typu daného trhu a jeho struktury. Pokud se jedná o málo rostoucí trh firmy si budou chtít udržet svoje zákazníky, a to vyvolá přirozenou míru konkurence v odvětví. To stejné můžeme říct o novém odvětví, které se jeví jako velice lukrativní do budoucna nebo obecně o odvětví kde je velký počet konkurentů (Hanzelková, 2017, s. 66).

Výstupem Porterovy analýzy by tedy měla být identifikace potenciálních hrozeb, které firma musí eliminovat, aby byla na trhu konkurenceschopná. Kromě hrozeb může Porterova analýza také odhalit příležitosti, kterých by firma měla využít. Kromě využití při strategické analýze se Porterův model dá uplatnit i v případě hodnocení nebo kritiky navržené strategie (Hanzelková, 2017, s. 66-67).

1.6.2 PEST analýza

Analýzu PEST používáme pro zhodnocení makroprostředí podniku. Do makroprostředí z pravidla řadíme vlivy demografické, sociální, přírodní, legislativní, politické, ekologické a jiné. Jsou to tedy vlivy, které firma nedokáže svou vlastní činností nijak ovlivnit nebo iniciovat, ale může ji ovlivnit pomocí zastoupení, svazů asociací a podobě (Jakubíková, 2013, s. 99-100).

Analýza PEST se skládá z akronymu prvních písmen slov, které vyjadřují kategorie pro obecné okolí firmy (Hanzelková, 2017, s. 50-51):

- **Political** (politické faktory) – stát ovlivňuje ekonomiku a její fungování zákony a vymáháním jejich následného dodržování. V určitých oblastech reguluje stát i fungování samotného trhu. Stát může být zaměstnavatelem i spotřebitelem. Z toho plyne že pro podniky v soukromé sféře mohou politické faktory představovat řadu příležitostí, ale i hrozeb. Mezi příležitosti bychom mohli zařadit například: podporu podnikům na základě snižování daní, kapitálovou účast na různých projektech pro rozvoj, dotace, omezení dovozu produktů z ostatních států EU v zemědělství. Mezi hrozby bychom mohli zařadit: výši minimální mzdy stanovená státem, regulace cen, dovozní politika, daně, certifikační požadavky na výrobky, clo (Hanzelková, 2017, s. 55-56).
- **Economic** (ekonomické faktory) – patří sem především fáze ekonomického cyklu, vývoj HDP, míra inflace, životní minimum, sociální dávky, kupní síla a jiné. Především jde tedy o faktory ovlivňující kupní sílu a chování spotřebitele, popřípadě jeho návyky (Jakubíková, 2013, s. 100).
- **Social** (demografické a společenské faktory) – V oblasti sociálních faktorů řadíme mezi nejvýznamnější: nezaměstnanost, společensko-politický systém, životní úroveň a styl, kvalifikační strukturu populace, věkovou strukturu obyvatelstva, zdravotní stav obyvatelstva. Dále sledujeme také postupně se vyvíjející sociální trendy a normy (například počet dětí v rodině, délka mateřské dovolené u žen, růst průměrné délky života atd.) (Hanzelková, 2017, s. 53-54).
- **Technological** (technologické faktory) – do této kategorie spadají především různé technické inovace a různé vynálezy.

1.6.3 SWOT analýza

SWOT analýza slouží k základnímu zhodnocení stavu, ve kterém se podnik nachází. Vede ke konkrétnímu a systematickému zkoumání silných stran a slabín podniku. Název se, jako v případě PEST analýzy, opět skládá z akronymu anglických slov (Jakubíková, 2013, s. 46).

- S – Strengths (silné stránky);
- W – Weaknesses (slabiny);
- O – Opportunities (příležitosti);
- T – Threats (hrozby).

SWOT analýza tedy analyzuje silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. Celková analýza se skládá z dvou dílčích analýz. Z analýzy SW a OT analýzy. Při tvorbě analýz se doporučuje začít analýzou příležitostí a hrozeb tedy OT analýzou, kde analyzujeme jak mikroprostředí (zákazníci, dodavatelé, konkurence) tak i makroprostředí (ekonomické, politické, technologické a politicko-právní faktory (Jakubíková, 2013, s. 129).

SWOT analýzu můžeme provádět jako komplexní analýzu, která vychází z předešlých analýz. SWOT analýza poskytuje, ačkoliv bere v úvahu pouze čtyři faktory, důležité informace o schopnostech firmy na trhu, využívání zdrojů a konkurenceschopností firmy. Nevýhodou může být velká subjektivita (Blažková, 2007, s. 155,159).

V praxi se můžeme setkat s následujícími faktory ve SWOT analýze (Blažková, 2007, s. 156):

- Silné stránky – cenová výhoda, know-how, exkluzivní přístup ke zdrojům, tradice, dobré povědomí mezi zákazníky.
- Slabé stránky – nedostatek marketingových zkušeností, špatné umístění firmy, vysoké náklady, špatná reputace mezi zákazníky.
- Příležitosti – nenaplněné potřeby zákazníků, vstup na nové trhy, inovace, nové technologie.
- Hrozby – vstup konkurentů na trh, nová opatření ve smyslu regulace, zvýšení daní, zavedení obchodních bariér.

Výsledkem SWOT analýzy je pak sepsání a charakterizování jednotlivých faktorů do výsledné tabulky.

2 Analytická část

V analytické část bude zaměřena na konkrétní firmu, tedy Pannon Food Bohemia s.r.o. Úvodní část bude věnována základnímu představení firmy. Poté bude provedena analýza současné situace firmy pomocí finančních a strategických analýz, které byly uvedeny v předchozí kapitole.

2.1 Základní informace

Název firmy: Pannon Food Bohemia s.r.o.

Datum vzniku a zápisu: 28.5.2004

Sídlo: Jakubské náměstí 109/1, Brno – střed, 602 00

Právní forma: Společnost s ručením omezeným

Statutární orgán:

- Jednatel: Ludovít Kubica
- Způsob jednání: za společnost jedná a podepisuje jednatel

Předmět podnikání:

- Velkoobchod;
- Zprostředkování velkoobchodu;
- Reklamní činnost a marketing;
- Balící činnost.

IČO: 26930595

Základní kapitál: 200 000,- Kč

Firma Pannon Food Bohemia s.r.o. se zabývá od roku 2004 dodáváním trvanlivých potravin a nápojů do obchodních řetězců a nezávislým odběratelům pro celou Českou republiku. Jedná se o malou firmu. V současné době firma spolupracuje s externí firmou KL Logistic services, která zajišťuje veškerou dopravu všech produktů a externí účetní firmou. Produkty firma dováží jak tuzemské výrobky, tak i výroby ze zahraničí, konkrétně tedy ze Slovenska. Mezi hlavní složky dovozního sortimentu patří trvanlivé potraviny, nealkoholické nápoje, sirupy, pivo a víno.

Firma spolupracuje také se slovenskou značkou NaturFarm, pro kterou dováží trvanlivé potraviny a nápoje na český trh jako jediný dodavatel.

Hlavním předmětem podnikání firmy je tedy dovoz trvanlivých, konzervovaných potravin a nápojů do velkých obchodních řetězců a drobným odběratelům.

Mezi nejvíce dovážené položky patří:

- Konzervovaná zelenina, sterilovaná zelenina;
- Kompotované ovoce;
- Konzervy s masem a rybami;
- Těstoviny;
- Pochutiny sladké, slané;
- Dochucovadla, koření, omáčky;
- Mouka, olej;
- Hotová jídla v konzervě;
- Vína šumivá, ovocná, révové, di angelo;
- Pivo;
- Nealkoholické nápoje, sirupy, džusy.

K nejvýznamnějším odběratelům patří:

- Tesco Stores ČR a. s.;
- BILLA, spol. s.r.o.;
- Albert Česká republika, s.r.o.;
- Globus ČR, v.o.s.;
- Kaufland Česká republika v.o.s.;
- MAKRO, spol. s r.o.;
- TAMDA FOODS s.r.o.;

- JASO s.r.o.;
- J I P spol. s r.o.;
- NORMA spol. s r. o.;
- VIVANTIS a.s.

2.2 Analýza poměrových ukazatelů

Analýza poměrových ukazatelů je považována za jádro finanční analýzy. Výhodou analýzy poměrových ukazatelů, jak bylo již nastíněno v teoretické části práce, je fakt, že porovnává více účetních výkazů mezi sebou. Tedy rozvahu a výkaz zisku a ztráty.

2.2.1 Ukazatele rentability (výnosnosti)

Tyto ukazatele hodnotí schopnost prostředky, které byly vloženy do podniku formou zisku.

2.2.2 Ukazatele aktivity

Ukazují efektivitu hospodaření firmy se svými aktivy.

Vázanost celkových aktiv

Vázanost celkových aktiv určuje celkovou produkční efektivitu podniku.

Tabulka 2: Vázanost celkových aktiv
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Rok	2020	2019	2018	2017
Hodnota	0,227	0,160	0,216	0,201

V průběhu sledované doby se hodnota ukazatele pohybuje okolo 0,2. To znamená že podnik expanduje, aniž by musel při tom zvyšovat své finanční zdroje.

Ukazatelé likvidity

Ukazatelé likvidity zkoumá schopnost podniku splácet své závazky. Běžná likvidita ukazuje schopnost podniku splácet své závazky, které mají splatnost do jednoho roku. Pohotovává likvidita neboli likvidita druhého stupně se vypočítá jako poměr pohledávkového fondu a krátkodobých závazků, kdy pohledávkovým fondem jsou myšlena oběžná aktiva očištěná o zásoby podniku. Jelikož podnik neeviduje za sledovanou dobu žádné zásoby je likvidita druhého stupně ve výpočtu vynechána. Okamžitá likvidita poté poměruje nejlikvidnější složky oběžných aktiv tedy peněžní zdroje.

Tabulka 3: Ukazatelé likvidity
(Zdroj vlastní zpracování)

Rok	2020	2019	2018	2017
Běžná likvidita	1,430	1,563	1,279	1,179
Okamžitá likvidita	0,363	0,680	0,302	0,254

Optimální hodnota běžné likvidity se nachází na intervalu 1,5 – 2,5. Hodnoty přesahující 4 mohou signalizovat neefektivní řízení pracovního kapitálu. Hodnoty pro zvolené čtyři roky se pohybují okolo optimálního intervalu z čehož můžeme usoudit, že firma nemá problém splácet závazky splatné do jednoho roku.

Optimální hodnoty pro okamžitou likviditu se pohybují na intervalu od 0,2 do 0,5. V případě okamžité likvidity můžeme konstatovat, že se také pohybuje okolo doporučeného intervalu a firma tedy nemá problém splácet okamžitě splatné závazky.

Celková zadluženost

Celková zadluženost je vypočtena jako podíl cizích zdrojů a celkových aktiv. Optimální hodnota je kolem 50 %.

Tabulka 4: Celková zadluženost
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Rok	2020	2019	2018	2017
Hodnota	59 %	63 %	77 %	84 %

Podnik během let 2017–2020 výrazně snížil hodnotu celkové zadluženosti a celková zadluženost se postupně přibližuje k optimální hodnotě 50 %. Firma by neměla mít problém při financování pomocí externích zdrojů.

2.3 Porterova analýza konkurenčního prostředí

Porterova analýza konkurenčního prostředí neboli analýza pěti sil se zaměřuje na analýzu okolí podniku, které ovlivňuje jeho konkurenceschopnost. Analýza pracuje s pěti silami, které na podnik působí a mohou ovlivnit konečný zisk podniku.

2.3.1 Vyjednávací síla zákazníků

Zákazníky Pannon Food Bohemia můžeme rozdělit do dvou skupin, a to na velké odběratele (obchodní řetězce) a na drobné odběratele (živnostníci, malé obchody).

Obchodní řetězce jsou největšími odběrateli, a tudíž i největšími zákazníky firmy. Ve své nabídce mají spoustu substitutů, které mohou produkty firmy nahradit a spousta dodavatelů se snaží dodávat právě do těchto řetězců. Při dodávání produktů do obchodních řetězců jsou důležité následující faktory, a to kvalita daných výrobků, cena a množství výrobků, které je firma může zajistit. Dalším důležitým faktorem je doručení objednávky v přesně stanovený čas, který je smluvně dohodnut. V případě nedodání na čas, nekompletní nebo poškozené objednávky mohou obchodní řetězce firmu pokutovat nebo vrátit celou zásilku zboží. Z toho plyne, že obchodní řetězce mají velkou vyjednávací sílu.

Druhou skupinou zákazníků jsou takzvaní drobní odběratele. Mezi ně řadíme živnostníky a menší obchody. Tyto subjekty mají menší sortiment nabízených produktů a tím pádem i méně substitutů, které mohou nahradit produkty firmy. Při dodávání zboží není smluvně určeno kdy přesně má být zboží dodáno a nejsou zde žádné sankce za pozdní dodání.

Přechod ke konkurenci je i pro menší obchody také snadný, jelikož na trhu je spousta dodavatelů.

2.3.2 Vyjednávací síla dodavatelů

Největším dodavatelem je slovenská značka NaturFarm, kterou dodává firma KL Logistic services. Značku NaturFarm dováží na český trh exkluzivně Pannon Food Bohemia a je tedy největším a zároveň nejdůležitějším dodavatelem. Mezi dodávané zboží patří například ochucené sirupy, konzervovaná zelenina a ovoce, konzervy s masem a rybami. Firma spolupracuje se značkou NaturFarm již od svého vzniku a obě firmy vlastní stejný majitel. Není zde proto pravděpodobné, že by v budoucnu byla tato spolupráce přerušena.

Dalším dodavatelem patří maďarská společnost UNIVER Product Zrt., která dodává firmě ochucené pasty a omáčky. Produkty UNIVER dodává na český trh pouze Pannon Food Bohemia a jako tomu je u značky NaturFarm i zde obě firmy spolu dlouhodobě spolupracují.

Mezi další dodavatele zboží patří například dánská Značka FAXE nebo slovenská značka Horal, které dodávají alkoholické nápoje.

Všichni dodavatelé mají sílu ve smyslu ceny, za kterou prodávají své zboží. Další síla dodavatelů je v kvalitě dodávaných výrobků a rychlosti, kterou jsou schopni produkty dodat.

2.3.3 Hrozba vstupu nových konkurentů

V případě vstupu do nové dodavatelské firmy na trh s trvanlivými potravinami a nápoji je nutné mít dostatečný kapitál, zajištěné dodavatele zboží, vyřešenou logistiku a zajištěné odběratele zboží. Tyto faktory jsou velkou bariérou pro vstup na trh s potravinami. Většina obchodních řetězců, které bývají pro tyto firmy nejdůležitějšími zákazníky, má stálé dodavatele a mnozí z nich si snaží vytvářet vlastní značky, což ještě více ztěžuje novým dodavatelům získat spolupráci.

Pro nové firmy na trhu může být velice náročné najít správný distribuční kanál pro své produkty. Tento problém se může vyskytovat jak na straně nabídky, tak na straně poptávky. Odběratelé jsou smluvně zavázáni s dodavateli a hodně odběratelů má

dlouholetou tradici s dodavateli, proto je pro nově založenou firmu velice obtížné získat nové odběratele.

Jelikož pro vstup na trh existují vysoké bariéry není vstup nových konkurentů pro firmu aktuální hrozbou.

2.3.4 Hrozba substitutů

Substitučních výrobků je na trhu spousta. Zákazník si může vybrat z veliké škály trvanlivých potravin a nápojů. Náklady k přestupu na substituty může být nákladné, jelikož se musí logisticky zabezpečit a smluvně dohodnout. Cena a kvalita výrobků zde hraje nejvyšší roli. Trendem dnešní doby je zdravá strava a potraviny bez konzervantů a dalších přidaných látek. Tento fakt může být značným, pokud odběratel bude přemýšlet o nahrazení substituty. Pannon Food Bohemia se snaží odebírat produkty, které mají potřebné složení a image, aby byli pro odběratele co možná nejzajímavější a co nejvíce se odlišili od konkurence.

Mezi největší konkurenty s podobným sortimentem nabízeného zboží na českém trhu patří společnost Gaston s.r.o. a mezinárodní společnost UNILEVER.

Pro Pannon Food Bohemia je tedy důležité, aby se její produkty co nejvíce odlišovali od konkurence hlavně v ceně a kvalitě a snažit se rozšířit sortiment nabízeného zboží.

2.3.5 Rivalita firem působících na daném trhu

Na trhu s trvanlivými potravinami a pitím je nabízena spousta produktů, a tudíž je zde velká konkurence mezi dodavateli. Mezi ty největší konkurenty pro Pannon Food Bohemia jsou již zmínění dodavatelé Gaston s.r.o. a UNILEVER. Tito dodavatelé dodávají především do velkých obchodních řetězců, které jsou nejdůležitějšími zákazníky pro Pannon Food Bohemia.

V poslední době dochází k přesycení trhu, jelikož se supermarketky a hypermarketky stále snaží zvětšovat sortiment a nabídku zboží. Z toho plyne i velká rivalita na trhu.

Jelikož Pannon Food Bohemia nabízí velkou část svých produktů jako jediný dodavatel pro českou republiku tak firmu a velké obchodní řetězce nejsou jediným odběratelem zboží, rivalita způsobená přesycením trhu s potravinami firmu až tolik nezasáhla.

2.3.6 Shrnutí Porterovy analýzy

Odběratelé mají značnou sílu v pozici vyjednávání. Velké obchodní řetězce mají možnost při nesplnění podmínek pokutovat firmu což je jedna z největších sil. Přechod ke konkurenci není pro odběratele nijak obtížný, proto mají sílu i ve smyslu ceny výrobků.

Dodavatelé jsou pro Pannon Food Bohemia klíčovým faktorem úspěchu firmy, a proto je vyjednávací síla dodavatelů velká. Jelikož je klíčové si pro firmu udržet stávající dodavatele, aby nadále mohli být jediným dodavatelem pro český trh je nutné se ve většině případů dodavateli podřídít a přizpůsobit se při změně cen výrobků.

Vstup nových konkurentů na trh je minimalizován bariérami, které podnik musí při vstupu na trh překonávat. Z tohoto důvodu není pro Pannon Food Bohemia vstup nového konkurenta na trh rizikem.

Přesycenost trhu s potravinami je může být do budoucna problém, pokud se nepodaří firmě udržet stávající dodavatele a nepodaří se firmě odlišovat od konkurence v kvalitě a ceně nabízeného zboží. Pokud firma udrží stávající dodavatele zboží a rozšíří nabízené portfolio neměli by být pro firmu substituty hrozbou.

Rivalita na trhu je sice vysoká, ale díky tomu, že je Pannon Food Bohemia ve většině případů jediným dodavatelem nabízeného sortimentu na trhu se rivalita způsobená přesycením trhu tolik neprojeví v konečném zisku firmy.

2.4 PEST analýza

Analýza PEST se zabývá makroprostředím podniku, tedy faktory, které podnik nemůže svojí činností ovlivnit, ale působí na něj. Mezi tyto faktory patří politické, ekonomické, sociální a technické faktory, které navzájem na sebe působí. Proto bývá v praxi těžké tyto faktory přesně odlišit.

2.4.1 Politické faktory

Politika nepřímo ovlivňuje každého z nás a zákony a vyhlášky vydané politickými stranami mohou zásadně ovlivnit podnikání. Jelikož firma působí na českém trhu a dováží výrobky i ze zahraničí je pro fungování firmy politické dění klíčovou záležitostí.

Významnou politickou událostí bylo zvolení nové vlády. Do čela vlády byl zvolen Petr Fiala, který ve funkci vystřídal dosavadního českého premiéra Andreje Babiše.

Petr Fiala je velkým kritikem nárůstu státního dluhu a zvyšování inflace, který považuje za příčinu špatného hospodaření předchozí vládou (Sudová, 2021).

Další významné politické rozhodnutí je úplné zrušení EET od 1.1.2023. Celkové provozní náklady na EET byli v letech 2017-2020 kdy jej pozastavila první vlna koronaviru zhruba 2,17 miliardy Kč. Zrušení této evidence bude znamenat úsporu pro státní rozpočet (Weiss, 2022). Zrušení EET přivítají zejména drobní podnikatelé, kterých se tato změna nejvíc dotkne.

Dalším politickým faktorem byla pandemie koronaviru, která zasáhla celou zemi, kdy v důsledku koronavirových opatření byly uzavírány obchody a služby. Tato krize se dotkla skoro každého odvětví včetně trhu s potravinami. Lidé museli v důsledku krize více šetřit, a to se odrazilo na nákup potravin, kdy lidé méně kupovali exkluzivní výrobky a spíše nakupovali pouze základní suroviny. To se odrazilo na celkových tržbách a množství poptávaného zboží, které nabízí Pannon Food Bohemia.

Mezi další faktor, který nepřímo ovlivňuje českou ekonomiku je válka na Ukrajině. Nejvíce ekonomice může uškodit zdražování plynu, ropy a elektřiny. Centrální banka také varuje že v důsledku konfliktu na Ukrajině se bude kvůli vyšším cenám ropy zvyšovat inflace. Tím pádem se zpomalí navrácení ekonomiky do stavu před koronavirovou krizí (Hájková, c1997–2022). To povede ke zdražování ve většině sektorech včetně trhu s potravinami.

Dalším politickým faktorem, který by mohl mít vliv na situaci Pannon Food Bohemia zvýšení spotřební daně z lihu, piva a vína. Jelikož tyto položky tvoří značný obsah v nabídkovém portfoliu a jsou z většiny dováženy ze zahraničí, mohlo by se to odrazit na konečném zisku firmy.

2.4.2 Ekonomické faktory

Mezi ekonomické faktory můžeme řadit základní makroekonomické ukazatele jako například HDP. Podle Českého statistického úřadu vzrostl za rok 2021 HDP o 3,0 %. Ve 4. čtvrtletí vzrostl HDP o 0,9 % což je v porovnání s rokem 2020 o 3,6 % více. Na meziročním růstu HDP se nejvíce podílela různá odvětví obchodu, dopravy, ubytování a

pohostinství, peněžnictví a pojišťovnictví. Naopak negativní vliv na vývoj HDP měl zpracovatelský průmysl. Výdaje na konečnou spotřebu domácností se snížili za poslední čtvrtletí roku 2021 o 1,8 %, kdy nejvíce klesaly výdaje na nákup předmětů s krátkodobou a střednědobou trvanlivostí a služeb. Meziročně pak vzrostly o 4,3 % (Tvorba a užití HDP - 4. čtvrtletí 2021).

Mezi další faktor můžeme přiřadit kurzy koruny a eura. Jelikož Pannon Food Bohemia obchoduje jak v Česku, tak i na Slovensku a pravidelně nakupuje eura, tak je pro firmu faktor velice důležitý.

Koruna vůči euru od prosince loňského roku výrazně posilovala. V prosinci dosahovala hodnota kurzu 25,20 CZK/EUR. Na začátku února klesl kurz na 24,10 CZK/EUR, což je nejsilnější hodnota od roku 2011. Toto zvýšení můžeme přičíst faktu, že Česká národní banka zvedá úrokové sazby a tím pádem zvyšuje atraktivitu pro potenciální investory. Pro další zvyšování sazeb bude důležitá míra inflace (Novák, 2022).

Průměrná inflace by podle ministerstva financí měla letos dosáhnout 12,3 %, kdy během druhého pololetí by měla dosáhnout na úroveň 13 %. Inflace přispěje k silnému růstu spotřebitelských cen, na což má vliv i ceny ropy, elektřiny, a zemního plynu. Protiinflační efekt by mělo mít zvýšení měnově politických sazeb, což oslabí poptávkové tlaky a přispěje k posílení kurzu vůči euru. Podle předpokladů ministerstva financí by se měla v roce 2023 inflace pohybovat okolo 4,4 % (Weiss, 2022).

2.4.3 Sociokulturní faktory

Míra nezaměstnanosti v březnu roku 2022 mírně klesla ze 3,5 % na 3,4 %. Důvodem může být začátek jara a začátku sezónních prací. Zájem stále roste o kvalifikované řemeslníky a výrobní dělníky, kterých je pořád nedostatek. Oproti březnu roku 2021 nezaměstnanost klesla ze 4,2 % na 3,4 %. Nezaměstnanost by mohla stále klesat v průběhu roku 2022. Hlavní příčinou je konflikt na Ukrajině, před kterým hodně lidí prchá právě do České republiky. Tyto lidé nejčastěji nastupují do služeb, logistiky nebo ve výrobě. Od konce února nastoupilo už 12 600 osob původem z Ukrajiny do zaměstnání a dalších 8400 podalo žádost o zaměstnání (ÚP ČR, 2022).

Dalším sociokulturním faktorem jsou příjmy domácností a celková životní úroveň. V roce 2020 se zvedl díky koronavirovým opatřením podíl příjmu domácností, které

tvořili sociální dávky a poklesly pracovní příjmy. Po rozvolňování koronavirových opatření tento podíl opět postupně klesal a podíl osob, které se nacházeli na úrovni příjmové chudoby klesl z 9,5 na 8,6 % (pro jednotlivce hranice činí 14 055 Kč pro rodinu se dvěma menšími dětmi 29 515 Kč na měsíc). V první polovině roku 2021 s měsíčním příjmem vycházelo 68 % domácností velmi snadno a 12 % vycházelo s velkými potížemi. Také ubylo i osob žijících v domácnostech, které si nemohou dovolit předem stanovený počet položek z měsíční výplaty (Český statistický úřad, 2022).

2.4.4 Technické faktory

Technické faktory představují výzkum a vývoj v dané odvětví. V případě odvětví dodavatelského se dodavatelé snaží modernizovat spediční sklady a svoji flotilu. Modernizují se také počítačové systémy. Sofistikovanější systémy zajišťují rychlejší a hladší průběh dodávek mezi dodavateli a odběrateli. Moderní systémy zajišťují i hladkou komunikaci mezi odběratelem a dodavatelem.

Žádné převratné objevy nebo vynálezy z mého pohledu v tomto odvětví neočekávám. Je zde pouze prostor na zdokonalování a zlepšování současných technologií.

V praxi nově využívá Pannon Food Bohemia například program na evidenci plateb a faktur. Má tak větší povědomí o proběhlých platbách a může snadněji evidovat pozdě splacené faktury.

Hrozbu pro firmu může představovat fakt, že stále v dnešní době nemá internetové stránky. Absence internetových stránek může způsobit horší propagaci firmy a hledání nových odběratelů. Firma také nemá žádný katalog nabízeného sortimentu.

2.5 SWOT analýza

Jako poslední ze strategických analýz je SWOT analýza. SWOT analýza je provedena jako výsledek dvou předešlých analýz. Vede ke konkrétnímu odhalení silných a slabých stránek podniku a také k pojmenování hrozeb a příležitostí. Tato analýza vychází z analýz výše uvedených v této kapitole.

Tabulka 5: SWOT analýza
(Zdroj: Vlastní zpracování)

<p>Silné stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> • Loajální odběratelé • Kapitálově silní odběratelé • Tradice na trhu • Široký sortiment v porovnání s konkurencí • Exkluzivita sortimentu 	<p>Slabé stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chybí internetové stránky • Neexistuje katalog zboží <ul style="list-style-type: none"> ○ Fyzický ○ Elektronický • Pouze jeden obchodní zástupce pro celou ČR • Externí logistická firma
<p>Příležitosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Přijetí nového obchodního zástupce • Posílení marketingu firmy <ul style="list-style-type: none"> ○ Vytvoření webových stránek • Vytvoření firemního katalogu • Spolupráce s drobnými odběrateli 	<p>Hrozby</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zvyšování ceny potravin • Vládní restrikce spojené s pandemií <ul style="list-style-type: none"> ○ V ČR ○ Na Slovensku • Zvýšení spotřební daně • Ukončení spolupráce s velkým odběratelem

2.5.1 Silné stránky

Mezi silné stránky Pannon Food Bohemia bych zařadil fakt, že je na trhu už od roku 2004. Poměrně dlouhým působením na českém trhu si firma vytvořila celkem pevnou pozici. Z nabízeného sortimentu zboží je většina zboží ze zahraničí, nejvíce ze Slovenska a Maďarska. Tím se značně odlišuje od možných konkurentů, jelikož tyto produkty nabízí na českém trhu jako jediný dodavatel. To zvyšuje atraktivitu pro odběratele a zvyšuje možnost navázat nové obchodní kontakty.

Další silnou stránkou je spolupráce s velkými obchodními řetězci. Tato spolupráce umožňuje firmě poměrně stabilní příjmy, jelikož velké řetězce obvykle odebírají velké množství položek, které je po většinu roku neměnné. Což firmě zajišťuje jistý a stabilní

příjem. V roce 2022 dováží Pannon Food Bohemia do šesti obchodních řetězců po celé České republice. S některými řetězci jako je například Tesco, Billa a Albert firma spolupracuje již několik let a za poslední rok se zvyšuje poptávané množství zboží, právě od těchto řetězců. Tento fakt ukazuje že jsou s nabízenými produkty spokojeny a neplánují v dohledné době ukončovat spolupráci.

Společnosti, od kterých zboží firma nabízí na českém trhu, spolupracují z Pannon Food Bohemia již několik let a jelikož nejvíce dodávanou značku na český trh NaturFarm Vlastní stejný majitel jako vlastní Pannon Food Bohemia, tak se firma nemusí obávat přerušení spolupráce.

Pokud bychom porovnávali sortiment nabízeného zboží v porovnání s konkurencí, je na tom Pannon Food Bohemia lépe než jiní dodavatelé podobného sortimentu. To můžeme přičíst faktu že produkty, které firma nabízí jsou atraktivní pro konečné zákazníky svou kvalitou a výhodnou cenou.

2.5.2 Slabé stránky

Slabé stránky firmy vychází z nedostatečné prezentace firmy na webu, neexistence firemního katalogu a celkově slabé propagace firmy. V dnešní době má skoro každá firma svoje webové stránky. Webové stránky má pouze pobočka, která sídlí na Slovensku. Pro tento účel by mohl být vytvořený také volně dostupný katalog, který by právě mohl být na webových stránkách. To by zajistilo firmě lepší prezentaci a celkově pomohlo při získávání nových zákazníků. Z hlediska marketingu se firma nijak neprezentuje, to je taky jedna ze slabin firmy.

Další slabou stránkou je skutečnost že firma má pouze jednoho obchodního zástupce na celou českou republiku. S rostoucí poptávkou po zdravých a cenově dostupných produktech, která v poslední době stoupá, je pro firmu slabinou pouze jeden obchodní zástupce.

Chybí zde také jednotný katalog nabízeného množství. Při hledání nových zákazníků je pro firmu složitější najít nového odběratele, především drobné odběratele a živnostníky, bez přehledného katalogu nabízeného zboží. Ať už se jedná o vytištěný katalog zboží nebo katalog zboží uvedený na webových stránkách firmy.

Pannon Food Bohemia je také plně závislá na externí logistické firmě, která zajišťuje veškerou dopravu zboží po celé české republice. Jako slabinu to vnímám z hlediska výpadku dodávek nebo technické poruchy ze strany externí firmy. Jelikož nerozváží pouze zboží pro Pannon Food Bohemia, může nastat situace, kdy v důsledku technického problému bude zdržena doprava zboží. To může být problém u obchodních řetězců a může to vést k pokutě, kterou má danou většina řetězců při nedodržení termínu dodání.

2.5.3 Příležitosti

Většina příležitostí pro firmu plyne z eliminace již zmíněných slabých stran.

První velkou příležitostí je přijetí nového obchodního zástupce, o kterého firma bude nově zaměstnávat a více se tomu budě věnovat poslední kapitola. Obchodní zástupce pokryje více míst po celé české republice a může tak zajistit nové odběratele především tedy drobné obchody a živnostníky. V dnešní době se stále více otevírají různé malé obchody s netradičním sortimentem a toho může firma využít, jelikož má v nabídce hodně produktů, které se liší od tradičních výrobků na trhu.

Další příležitostí je založení vlastních webových stránek a větší propagace firmy ve smyslu marketingu. S webovými stránkami by si firma mohla do budoucna zaplatit reklamu na internetu a zviditelnit se tak potencionálním odběratelům.

Drobní odběratelé mohou tvořit značnou část tržeb, a proto by se měla firma do budoucna snažit navázat obchodní vztahy právě s těmito odběrateli.

Vytvoření firemního katalogu také napomůže k lepší a snadnější prezentaci firmy při sjednávání nových odběratelů.

2.5.4 Hrozby

Aktuální situace spojená s rozvolňováním kovidových opatření spojená s válkou na Ukrajině přispěla k výraznému zdražení potravin za poslední rok. Zvyšování cen potravin povede k tomu, že zákazníci budou méně nakupovat a utrácet, a to může vést ke snížení objednávek zejména pro obchodní řetězce, které pro firmu znamenají největší příjmy.

S tím souvisejí také vládní restrikce spojené s nemocí covid-19. Celá situace bude záležet na aktuálním vyvíjení, které provázejí vládní restrikce.

Dalším faktorem je zvýšení spotřební daně. Jelikož je firma závislá na dovozu vína, piva a lihovin především ze Slovenska a jiných států Evropské unie, může se zvýšení právě této daně nepříznivě projevit na výsledném zisku firmy

Největší hrozbou pro firmu představuje ztráta jednoho z šesti klíčových odběratelů, tedy obchodní řetězec. K tomu může dojít v důsledku snižování poptávky po produktech, které Panno Food Bohemia nabízí.

3 Vlastní návrh řešení

Tato poslední kapitola je věnována vlastnímu návrhu řešení. Tedy návrhu nejvhodnějšího financování dlouhodobého majetku, tedy služebního automobilu pro dodavatelskou firmu. Na základě zhodnocení bude vybrán způsob, který bude pro firmu nejvýhodnější. V této kapitole budou vybrané a zpracované typy financování podniku, které byly uvedeny v teoretické části této práce.

3.1 Základní informace

Firma chce pořídit služební automobil pro nového zástupce firmy, kterého se v nejbližší době chystá přijmout.

Firma Pannon Food Bohemia s.r.o. se chystá přijmout nového obchodního zástupce. K dnešnímu dni má firma jednoho externího obchodního zástupce, který není zaměstnancem firmy. Pro firmu Pannon Food Bohemia bude efektivnější pro získání nových odběratelů zboží mít dva obchodní zástupce. Externí obchodní zástupce, který momentálně sídlí v Ústí nad Labem by měl na starost západ republiky a nový obchodní zástupce by měl mít naopak na starost východ republiky. Tím firma docílí efektivnějšího vytížení sil, než tomu bylo doposud.

Obchodní zástupci budou mít na starost udržovat vztahy s dočasnými obchodními partnery, především tedy s největšími odběrateli zboží, a zároveň také získat nové odběratele. Firma plánuje rozšířit svůj sortiment především do menších obchodů a získat minimálně další obchodní řetězec, do kterého zatím svůj sortiment nedodává.

3.2 Předmět financování

Předmětem financování bude nový firemní vůz. Automobil bude využíván pro účely obchodního zástupce k získání nových odběratelů a celkovému zvýšení zisku. Tyto informace vyházejí ze SWOT analýzy.

3.2.1 Vybraný typ automobilu

- Škoda Scala Ambition;
- Pořizovací cena s DPH – 450 000 Kč;
- Stav vozu – nový;

- Spotřeba – 5,3 l/100 km;
- Motor – 1,0 TSI 70 kW s pěti stupňovou mechanikou.

3.3 Financování vlastními zdroji

Financování pomocí vlastních zdrojů patří k nejméně rizikovému způsobu financování podnikatelských aktivit z pohledu nenavyšování závazů a zainteresovaných stran. Mezi způsoby financování řadíme vlastními zdroji řadíme financování pomocí nerozděleného zisku, odpisu a rezerv. V tomto konkrétním případě by Pannon Food Bohemia financovali firemní vůz pomocí nerozděleného zisku z minulých let. Za rok 2020 vykázala nerozdělených zisk 3 586 000 Kč. Tato částka by pokryla náklady na nový vůz i mzdové náklady nového obchodního zástupce firmy. Je nutno podotknout, že vzhledem k hrozbám spojeným se sníženou poptávkou po nabízeném zboží a s hrozbou ztráty jednoho z velkých odběratelů, by firma měla mít jistou rezervu pro pokrytí chodu firmy.

3.4 Financování pomocí dotací

Pannon Food Bohemia nemá nárok na žádné dotace od státu. Financovat pomocí dotací nelze.

3.5 Financování pomocí úvěru

Firma si stanovila následující podmínky pro bankovní úvěr:

- Výše úvěru – 450 000 Kč;
- Doba splatnosti – 36 měsíců (3 roky);
- Perioda splácení – měsíční;
- Bez akontace;
- Bez jakéhokoliv pojištění.

Následující část se věnuje jednotlivým nabídkám, které oslovené banky pro firmu nabídly. Mezi oslovené bankovní instituce patří:

- Komerční Banka;
- Česká spořitelna;
- Reiffeisen bank;
- Moneta money bank;

- ČSOB.

3.5.1 Úvěr od Komerční banky

Komerční banka nabídla firmě úvěr s úrokovou mírou 7,9 p.a. Banka si zde účtuje jednorázový poplatek 2000 Kč + 0,6 % z celkové částky. Celkově by teda firma zaplatila 522 416 Kč což by znamenalo přeplatek v celkové výši 72416 Kč.

Tabulka 6: Úvěr od Komerční banky
(Zdroj: Vlastní zpracování dle nabídky Komerční banky)

Komerční banka	
Výše úvěru	450 000 Kč
Doba splácení	36 měsíců
Úroková míra	7,9 % p.a.
Jednorázový poplatek za realizaci úvěru	4700 Kč
Měsíční poplatek	300 Kč
Měsíční splátka	14 081 Kč
Měsíční splátka s poplatky	14 381 Kč
Celková zaplacená částka	506 903 Kč
Celková zaplacená částka s poplatky	522 416 Kč

3.5.2 Úvěr od České spořitelny

Česká spořitelna nabízí úvěr na 36 měsíců s úrokovou mírou 7,3 % p.a. Poplatek za realizaci úvěru zde činí 2700 Kč a měsíční poplatek 300 Kč. Česká spořitelna nabízí také možnost předčasné splátky s úrokem 0,5 % z mimořádné splátky, pokud je méně než jeden rok do skončení úvěru. V opačném případě je úrok 1 % z mimořádné splátky.

Za úvěr ve výši 450 000 Kč firma celkem zaplatí se započtením všech poplatků 515 952 Kč. Přeplatek u tohoto úvěru činí 65 952 Kč.

Tabulka 7: Úvěr od České spořitelny
(Zdroj: Vlastní zpracování dle nabídky České spořitelny)

Česká spořitelna	
Výše úvěru	450 000 Kč
Doba splácení	36 měsíců
Úroková míra	7,3 % p.a.
Jednorázový poplatek za realizaci úvěru	5000
Měsíční poplatek	300 Kč
Měsíční splátka	13 957 Kč
Měsíční splátka s poplatky	14 257 Kč
Celková zaplacená částka	502 435 Kč
Celková zaplacená částka s poplatky	518 252 Kč

3.5.3 Úvěr od Raiffeisen bank

Raiffeisen bank nabízí Pannon Food Bohemia úvěr s úrokovou mírou 7,1 % p.a. Jednorázový poplatek za vyřízení zde činí 5000 Kč a měsíční poplatek za vedení úvěru 250 Kč. Celkem firma zaplatí 514 976 Kč. Přeplatek je roven 64 976 Kč.

Tabulka 8: Úvěr od Raiffeisen Bank
(Zdroj: Vlastní zpracování dle nabídky Raiffeisen Bank)

Raiffeisen bank	
Výše úvěru	450 000 Kč
Doba splácení	36 měsíců
Úroková míra	7,10 % p.a.
Jednorázový poplatek za realizaci úvěru	5000 Kč
Měsíční poplatek	250 Kč
Měsíční splátka	13 916 Kč

Měsíční splátka s poplatky	14 166 Kč
Celková zaplacená částka	500 950 Kč
Celková zaplacená částka s poplatky	514 976 Kč

3.5.4 Úvěr od Moneta Money Bank

Moneta Money bank nabídla firmě úrokovou míru ve výši 7,4 % p.a. Banka si dále účtuje 5000 Kč za realizaci úvěru. V případě zvolení této možnosti úvěru firma dohromady s úroky přeplatí 72 0008 Kč.

Tabulka 9: Úvěr od Moneta Money Bank
(Zdroj: Vlastní zpracování dle nabídky Moneta Money Bank)

Moneta Money Bank	
Výše úvěru	450 000 Kč
Doba splácení	36 měsíců
Úroková míra	7,4 % p.a.
Jednorázový poplatek za realizaci úvěru	8000 Kč
Měsíční poplatek	300 Kč
Měsíční splátka	13 978 Kč
Měsíční splátka s poplatky	14 278 Kč
Celková zaplacená částka	503 178 Kč
Celková zaplacená částka s poplatky	522 008 Kč

3.5.5 Úvěr od ČSOB

Banka ČSOB nabízí úvěr s úrokovou mírou 8,5 % p.a. Doba splácení a výše úvěru se shodují se všemi předchozími nabídkami jiných bank. Jednorázový poplatek za realizaci úvěru činí 7000 Kč a banka si dále vymezuje poplatek 500 Kč za vedení účtu. Při zvolení úvěru nabízeného ČSOB by firma přeplatila 79 416 Kč.

Tabulka 10: Úvěr od ČSOB
(Zdroj: Vlastní zpracování dle nabídky ČSOB)

ČSOB	
Výše úvěru	450 000 Kč
Doba splácení	36 měsíců
Úroková míra	8,5 % p.a.
Jednorázový poplatek za realizaci úvěru	7000 Kč
Měsíční poplatek	500 Kč
Měsíční splátka	14 206 Kč
Měsíční splátka s poplatky	14 706 Kč
Celková zaplacená částka	511 395 Kč
Celková zaplacená částka s poplatky	529 416 Kč

3.5.6 Zhodnocení financování pomocí úvěru

Tabulka 11: Srovnání úvěrů
(Zdroj: Vlastní zpracování)

	Komerční banka	Česká spořitelna	Raiffeisen bank	Moneta Money Bank	ČSOB
Výše úvěru	450 000 Kč	450 000 Kč	450 000 Kč	450 000 Kč	450 000 Kč
Doba splácení	36 měsíců	36 měsíců	36 měsíců	36 měsíců	36 měsíců
Úroková míra	7,9 % p.a.	7,3 % p.a.	7,1 % p.a.	7,4 % p.a.	8,5 % p.a.
Jednorázový poplatek za realizaci úvěru	4700	2700 Kč	0 Kč	8000 Kč	7000 Kč
Měsíční poplatek	300 Kč	300 Kč	250 Kč	300 Kč	500 Kč
Měsíční splátka	14 081 Kč	13 957 Kč	13 916 Kč	13 978 Kč	14 206 Kč
Měsíční splátka s poplatky	14 381 Kč	14 257 Kč	14 166 Kč	14 278 Kč	14 706 Kč
Celkově zaplacená částka	506 903 Kč	502 435 Kč	500 950 Kč	503 178 Kč	511 395 Kč
Celková zaplacená částka s poplatky	522 416 Kč	518 252 Kč	514 976 Kč	522 008 Kč	529 416 Kč

Nejvýhodnější úvěr nabízí banka Raiffeisen bank s úrokovou mírou 7,1 % p.a. V porovnání z úvěrů zde firma bude mít nejnižší přeplatek v hodnotě 64 976 Kč oproti konkurenčním nabídkám ostatních bank. Naopak nejhůře vychází pro firmu úvěr Nabízený od ČSOB, která nabízí úvěr úrokovou mírou ve výši 8,5 % p.a. a firma při zvolení tohoto úvěru by přeplatila 79 416.

3.6 Financování finančním leasingem

Další možností po financování zvoleného vozu je finanční leasing. Oproti operativnímu leasingu, kdy při většině skončení leasingu se automobil vrací do majetku leasingové

společnosti, si firma zvolila formu finančního leasingu, kde při skončení leasingu se automobil stává majetkem firmy.

Podle zákona o daních z příjmů § 21d odst. 4 zákona č. 586/1992 Sb. je minimální doba trvání finančního leasingu pro automobil 54 měsíců, jinak by se považoval za nájem.

Z oslovených leasingových společností firmě Pannon Food Bohemia vyhověli následující leasingové společnosti:

- ČSOB leasing;
- Raiffeisen leasing;
- Unicredit leasing.

3.6.1 ČSOB leasing

Tabulka 12: ČSOB leasing
(Zdroj: Vlastní zpracování dle nabídky ČSOB leasing)

ČSOB leasing	
Požizovací cena	450 000 Kč
Akontace	90 000 Kč
Doba splácení	54 měsíců
Měsíční splátka	7959 Kč
Sjednaná odkupní cena automobilu	1000 Kč
Celková zaplacená částka	429 786 Kč
Celková zaplacená částka s odkupní cenou automobilu	430 786 Kč
Koeficient navýšení	1,2

3.6.2 Raiffeisen leasing

Tabulka 13: Raiffeisen leasing
(Zdroj: Vlastní zpracování dle nabídky Raiffeisen leasing)

Raiffeisen leasing	
Pořizovací cena	450 000 Kč
Akontace	90 000 Kč
Doba splácení	54 měsíců
Měsíční splátka	8045 Kč
Sjednaná odkupní cena automobilu	1000 Kč
Celková zaplacená částka	434 430 Kč
Celková zaplacená částka s odkupní cenou automobilu	435 430 Kč
Koeficient navýšení	1,21

3.6.3 Unicredit leasing

Tabulka 14: Unicredit leasing
(Zdroj: Vlastní zpracování dle Unicredit leasing)

Unicredit leasing	
Pořizovací cena	450 000 Kč
Akontace	90 000 Kč
Doba splácení	54 měsíců
Měsíční splátka	8093 Kč
Sjednaná odkupní cena automobilu	2000 Kč
Celková zaplacená částka	437 022 Kč
Celková zaplacená částka s odkupní cenou automobilu	439 022 Kč

Koeficient navýšení	1,21
---------------------	------

3.6.4 Srovnání leasingových nabídek

Tabulka 15: Srovnání leasingových nabídek
(Zdroj: Vlastní zpracování)

	ČSOB leasing	Raiffeisen leasing	Unicredit leasing
Požizovací cena	450 000 Kč	450 000 Kč	450 000 Kč
Akontace	90 000 Kč	90 000 Kč	90 000 Kč
Doba splácení	54 měsíců	54 měsíců	54 měsíců
Měsíční splátka	7959 Kč	8045 Kč	8093 Kč
Sjednaná odkupní cena automobilu	1000 Kč	1000 Kč	2000 Kč
Celková zaplacená částka	429 786 Kč	434 430 Kč	437 022 Kč
Celková zaplacená částka s odkupní cenou automobilu	430 786 Kč	435 430 Kč	439 022 Kč
Koeficient navýšení	1,2	1,21	1,21

Leasingové nabídky, které firma dostala od leasingových společností se od sebe moc nelišili. U všech nabídek byl shodný koeficient navýšení a splátky výše splátek se od sebe v zásadě moc nelišili. Nejvýhodnější leasingová nabídka pro Pannon Food Bohemia je nabídka od společnosti ČSOB leasing. Pokud by firma financovala pomocí ČSOB leasingu dohromady by se započtenou akontací přeplatila 520 786 Kč.

3.7 Návrh nejvhodnějšího způsobu financování

Pokud by se firma Pannon Food Bohemia rozhodla pro financování pomocí vlastních zdrojů bylo by to pro firmu z pohledu nákladů nejvýhodnější. Ovšem s přihlédnutím

k hrozbám ztráty klíčového odběratele a nákladů na nového obchodního zástupce firmy tuto možnost nedoporučuji. Další možnostmi financování jsou tedy financování pomocí úvěru nebo leasingu. Pro potřeby financování firemního vozu vyjde na základě celkového srovnání pro firmu levněji financování pomocí úvěru od Raiffeisen bank. V příloze je přiložen splátkový kalendář.

Autor práce doporučuje financovat dlouhodobý hmotný majetek v podobě firemního vozu pro dodavatelskou firmu úvěrem od Raiffeisen bank.

Závěr

Práce je zaměřena na financování podnikatelských aktivit, konkrétně na navržení nejvhodnější možnosti financování firemního automobilu pro dodavatelskou firmu Pannon Food Bohemia. Dílčími cíli práce jsou odborná rešerše, představení společnosti a zhodnocení firmy pomocí finanční a situační analýzy.

První část práce je věnována odborné literární rešerši. V úvodní části jsou vysvětleny základní pojmy, právní normy podnikání a majetková struktura podniku. Většina první části je věnována metodám financování podniku. Jsou zde uvedeny jak interní, tak externí zdroje financování podniku. Zbytek kapitoly se zabývá metodami finanční a strategické analýzy.

Druhá část práce se zabývá analyzováním současného stavu firmy Pannon Food Bohemia. Nejprve je zde firma uvedena, je charakterizovaná oblast podnikání a je sepsáno portfolio nabízených produktů. Poté je firma analyzována pomocí poměrových ukazatelů, Porterovy analýzy konkurenčního prostředí a PEST analýzy. Z těchto analýz je následně vytvořena analýza SWOT. Díky analytické části práce byli zjištěni celkový stav firmy, silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby, ze kterých poté vychází poslední část práce.

Návrhová část je věnována konkrétnímu návrhu řešení hlavního cíle tedy financování firemního automobilu. Do této části se promítají metody financování z části teoretické a výsledky analýz části analytické. V úvodu kapitoly je konkretizován předmět financování, tedy nový automobil Škoda Scala Ambition v hodnotě 450 000 Kč. Poté jsou zde sepsané jednotlivé možnosti financování automobilu, a tedy financování pomocí bankovního úvěru a financování pomocí finančního leasingu. Z nabídek bank byla pro firmu nejvýhodnější nabídka Raiffeisen bank, která nabídla firmě úrok s dobou splatnosti 36 měsíců a s úrokovou sazbou 7,1 % p.a. Celkově pak firma zaplatí 514 976 Kč a celkový přeplatek bude tvořit 64 976 Kč. Z nabídek leasingových společností byla nejvýhodnější nabídka ČSOB leasingu, která nabídla firmě finanční leasing na dobu 54 měsíců, s měsíční splátkou 7959 Kč a akontací ve výši 90 000 Kč. Firma by dohromady zaplatila s akontací 520 786 Kč, a to by znamenalo přeplatek ve výši 70 786 Kč.

Z uvedených možností financování byl vybrán, jako nejvhodnější způsob financování úvěr od Raiffeisen bank na dobu 36 měsíců, s úrokovou sazbou 7,1 % p.a. a měsíční splátkou ve výši 14 166 Kč včetně poplatků.

Seznam použitých zdrojů

- BLAŽEK, Lukáš a Pavla VRABCOVÁ, 2019. *Finanční gramotnost*. [Praha]: Vysoká škola ekonomie a managementu. ISBN 978-80-87839-99-7.
- BLAŽKOVÁ, Martina, 2007. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-1535-3.
- ČERNÁ, Stanislava, Ivana ŠTENGLOVÁ a Irena PELIKÁNOVÁ, 2015. *Právo obchodních korporací*. Praha: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7478-735-5.
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2022. *Příjmy domácností i v prvním pandemickém roce rostly* [online]. In: . Praha [cit. 2022-04-29]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/prijmy-domacnosti-i-v-prvnim-pandemickem-roce-rostly>
- ČIŽINSKÁ, Romana a Pavel MARINIČ, 2010. *Finanční řízení podniku: moderní metody a trendy*. Praha: Grada. Prosperita firmy. ISBN 978-80-247-3158-2.
- HÁJKOVÁ, Gabriela, c1997–2022. Jak válka na Ukrajině ovlivní českou ekonomiku? Inflace nás bude trápit déle a víc. In: *Měšec.cz* [online]. Praha [cit. 2022-04-29]. Dostupné z: <https://www.mesec.cz/clanky/jak-valka-na-ukrajine-ovlivni-ceskou-ekonomiku-inflance-nas-bude-trapit-dele-a-vic/>
- HANZELKOVÁ, Alena, Miloslav KERŤKOVSKÝ a Oldřich VYKYPĚL, 2017. *Strategické řízení: teorie pro praxi*. 3. přepracované vydání. V Praze: C.H. Beck. C.H. Beck pro praxi. ISBN 978-80-7400-637-1.
- HRDÝ, Milan a Michaela KRECHOVSKÁ, 2009. *Finance podniku*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika. ISBN 978-80-7357-492-5.
- HRDÝ, Milan a Michaela KRECHOVSKÁ, 2016. *Podnikové finance v teorii a praxi*. 2. vydání. Praha: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7552-449-2.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2013. *Strategický marketing: strategie a trendy*. 2., rozš. vyd. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4670-8.
- KISLINGEROVÁ, Eva, 2010. *Manažerské finance*. 3. vyd. V Praze: C.H. Beck. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-194-9.

KONEČNÝ, Miloš, 2005. *Finance podniku*. Vyd. 7., dopl. Brno: Zdeněk Novotný. Studijní text pro studium BA Hons. ISBN 80-735-5053-9.

KOZEL, Roman, 2006. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 80-247-0966-X.

KUBÍČKOVÁ, Dana a Irena JINDŘICHOVSKÁ, 2015. *Finanční analýza a hodnocení výkonnosti firmy*. V Praze: C.H. Beck. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-538-1.

MARTINOVIČOVÁ, Dana, Miloš KONEČNÝ a Jan VAVŘINA, 2014. *Úvod do podnikové ekonomiky*. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-5316-4.

MARTINOVIČOVÁ, Dana, Miloš KONEČNÝ a Jan VAVŘINA, 2019. *Úvod do podnikové ekonomiky*. 2., aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-2034-5.

NOVÁK, Miroslav, 2022. ČNB, inflace a kurz koruny (15.2.2022). In: *Kurzycz* [online]. Praha [cit. 2022-04-29]. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/zpravy/634714-cnb-inflace-a-kurz-koruny-15-2-2022/>

REŽŇÁKOVÁ, Mária, 2012. *Efektivní financování rozvoje podnikání*. Praha: Grada. Finance (Grada). ISBN 978-80-247-1835-4.

RŮČKOVÁ, Petra, 2021. *Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi*. 7. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing. Finance (Grada). ISBN 978-80-271-3124-2.

SEDLÁČEK, Jaroslav, 2007. *Finanční analýza podniku*. Brno: Computer Press. Praxe manažera (Computer Press). ISBN 978-80-251-1830-6.

SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ, 2010. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3339-5.

STROUHAL, Jiří, 2012. *Ekonomika podniku*. Praha: Institut certifikace účetních. Vzdělávání účetních v ČR (Institut certifikace účetních). ISBN 978-80-86716-83-1.

- SUDOVÁ, Klára, 2021. Nová vláda: seznam ministrů v kabinetu Petra Fialy aneb kdo bude vládnout v Česku. In: *E15.CZ* [online]. Praha [cit. 2022-04-29]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/domaci/nova-vlada-seznam-ministru-v-kabinetu-petra-fialy-aneb-kdo-bude-vladnout-v-cesku-1385633>
- SYNEK, Miloslav, 2002. *Podniková ekonomika*. 3. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 80-717-9736-7.
- SYNEK, Miloslav, 2011. *Manažerská ekonomika*. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3494-1.
- SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ, 2015. *Podniková ekonomika*. 6., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-274-8.
- ŠIMAN, Josef a Petr PETERA, 2010. *Financování podnikatelských subjektů: teorie pro praxi*. V Praze: C.H. Beck. C.H. Beck pro praxi. ISBN 978-80-7400-117-8.
- Tvorba a užití HDP - 4. čtvrtletí 2021. In: *Český statistický úřad* [online]. Praha [cit. 2022-04-29]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/cri/tvorba-a-uziti-hdp-4-ctvrtleti-2021#_ftn4
- ÚP ČR, 2022. Nezaměstnanost v únoru mírně klesla. In: *Úřad práce ČR* [online]. Praha [cit. 2022-04-29]. Dostupné z: <https://www.uradprace.cz/web/cz/-/nezamestnanost-v-unoru-mirne-klesla>
- VALACH, Josef, 2010. *Investiční rozhodování a dlouhodobé financování*. 3., přeprac. a rozš. vyd. Praha: Ekopress. ISBN 978-80-86929-71-2.
- VALOUCH, Petr, 2012. *Leasing v praxi*. 5. aktualiz. vyd. Praha: Grada. Účetnictví a daně (Grada). ISBN 978-80-247-4081-2.
- VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ, 2012. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6.
- WEISS, Tomáš, 2022. Vláda schválila úplné zrušení EET od příštího roku. In: *Ministerstvo financí České republiky* [online]. Praha [cit. 2022-04-29]. Dostupné z: <https://www.mfcr.cz/cs/aktualne/tiskove-zpravy/2022/vlada-schvalila-uplne-zruseni-eet-od-pri-46800>

WEISS, Tomáš, 2022. Ekonomika letos zvolní na 1,2 %, inflace dosáhne 12,3 %. In: *Ministerstvo financí České republiky* [online]. Praha [cit. 2022-04-29]. Dostupné z: <https://www.mfcr.cz/cs/aktualne/tiskove-zpravy/2022/ekonomika-letos-zvolni-na-12-inflace-do-47119/>

Seznam tabulek

Tabulka 1: Délka odepisování dlouhodobého majetku podle skupin	19
Tabulka 2: Vázanost celkových aktiv	36
Tabulka 3: Ukazatelé likvidity.....	37
Tabulka 4: Celková zadluženost.....	38
Tabulka 5: SWOT analýza.....	45
Tabulka 6: Úvěr od Komerční banky	51
Tabulka 7: Úvěr od České spořitelny.....	52
Tabulka 8: Úvěr od Raiffeisen Bank.....	52
Tabulka 9: Úvěr od Moneta Money Bank	53
Tabulka 10: Úvěr od ČSOB	54
Tabulka 11: Srovnání úvěrů	55
Tabulka 12: ČSOB leasing	56
Tabulka 13: Raifeissen leasing.....	57
Tabulka 14: Unicredit leasing.....	57
Tabulka 15: Srovnání leasingových nabídek.....	58

Seznam obrázků

Obrázek 1: Přehled druhů financování	17
Obrázek 2: Model konkurenčního prostředí.....	30

Seznam příloh

Příloha 1: Splátkový kalendář Raiffeisen bank	I
Příloha 2: Rozvaha Pannon Food Bohemia.....	II
Příloha 3: Výkaz zisku a ztrát Pannon Food Bohemia.....	IV

Příloha 1: Splátkový kalendář Raiffeisen bank

Měsíc	Splátka (Kč)	Úrok (Kč)	Úmor (Kč)	Konečná hodnota
1	13 915,28	2 662,50	11 252,78	438 747,22
2	13 915,28	2 595,92	11 319,36	427 427,87
3	13 915,28	2 528,95	11 386,33	416 041,54
4	13 915,28	2 461,58	11 453,70	404 587,84
5	13 915,28	2 393,81	11 521,47	393 066,37
6	13 915,28	2 325,64	11 589,63	381 476,74
7	13 915,28	2 257,07	11 658,21	369 818,53
8	13 915,28	2 188,09	11 727,18	358 091,35
9	13 915,28	2 118,71	11 796,57	346 294,78
10	13 915,28	2 048,91	11 866,37	334 428,41
11	13 915,28	1 978,70	11 936,58	322 491,83
12	13 915,28	1 908,08	12 007,20	310 484,63
13	13 915,28	1 837,03	12 078,24	298 406,39
14	13 915,28	1 765,57	12 149,71	286 256,68
15	13 915,28	1 693,69	12 221,59	274 035,09
16	13 915,28	1 621,37	12 293,90	261 741,19
17	13 915,28	1 548,64	12 366,64	249 374,54
18	13 915,28	1 475,47	12 439,81	236 934,73
19	13 915,28	1 401,86	12 513,41	224 421,32
20	13 915,28	1 327,83	12 587,45	211 833,87
21	13 915,28	1 253,35	12 661,93	199 171,94
22	13 915,28	1 178,43	12 736,84	186 435,10
23	13 915,28	1 103,07	12 812,20	173 622,89
24	13 915,28	1 027,27	12 888,01	160 734,88
25	13 915,28	951,01 Kč	12 964,26	147 770,62
26	13 915,28	874,31 Kč	13 040,97	134 729,65
27	13 915,28	797,15 Kč	13 118,13	121 611,53
28	13 915,28	719,53 Kč	13 195,74	108 415,78
29	13 915,28	641,46 Kč	13 273,82	95 141,97
30	13 915,28	562,92 Kč	13 352,35	81 789,61
31	13 915,28	483,92 Kč	13 431,36	68 358,26
32	13 915,28	404,45 Kč	13 510,82	54 847,43
33	13 915,28	324,51 Kč	13 590,76	41 256,67
34	13 915,28	244,10 Kč	13 671,18	27 585,49
35	13 915,28	163,21 Kč	13 752,06	13 833,43
36	13 915,28	81,85 Kč	13 833,43	0,00 Kč

Příloha 2: Rozvaha Pannon Food Bohemia

		2020	2019	2018	2017
	AKTIVA CELKEM	16259	11015	11186	7993
B.	Stálá aktiva	29	0	0	0
B.II.	Dlouhodobý hmotný majetek	29	0	0	0
B.II.2.	Hmotné movité věci a jejich soubory	29	0	0	0
C.	Oběžná aktiva	16229	10920	11124	7952
C.II.	Pohledávky	12116	6168	8497	6238
C.II.2.	Krátkodobé pohledávky	12116	6168	8497	6238
C.II.2.1.	Pohledávky z obchodních vztahů	12069	6090	8455	6089
C.II.2.4.	Pohledávky – ostatní	47	78	42	149
C.II.2.4.3.	Stát – daňové pohledávky	20	0	0	58
C.II.2.4.4.	Krátkodobé poskytnuté zálohy	2	1	30	24
C.II.2.4.6.	Jiné pohledávky	25	77	12	67
C.IV.	Peněžní prostředky	4113	4752	2627	1714
C.IV.1.	Peněžní prostředky v pokladně	5	0	8	3
C.IV.2.	Peněžní prostředky na účtech	4108	4752	2619	1711
D.	Časové rozlišení aktiv	1	95	62	41
D.1.	Náklady příštích období	1	95	62	3
D.3.	Příjmy příštích období	0	0	0	38
	PASIVA CELKEM	16259	11015	11186	7993
A.	Vlastní kapitál	4434	3806	2015	997
A.I.	Základní kapitál	200	200	200	200
A.I.1.	Základní kapitál	200	200	200	200
A.III.	Fondy ze zisku	20	20	20	20
A.III.1.	Ostatní rezervní fond	20	20	20	20
A.IV.	Výsledek hospodaření minulých let (+/-)	3586	1795	777	4
A.IV.1.	Nerozdělený zisk nebo neuhrazená ztráta minulých let (+/-)	3586	1795	777	4
A.V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období (+/-)	628	1791	1018	773
B.+C.	Cizí zdroje	11346	6987	8695	6742
C.	Závazky	11346	6987	8695	6742
C.II.	Krátkodobé závazky	11346	6987	8695	6742
C.II.4	Závazky z obchodních vztahů	9496	5876	7432	5850
C.II.8.	Závazky ostatní	1850	1111	1263	892
C.II.8.3.	Závazky k zaměstnancům	54	54	77	62
C.II.8.4.	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění	27	27	69	34
C.II.8.5.	Stát – daňové závazky a dotace	1694	978	1046	764
C.II.8.6.	Dohadné účty pasivní	0	52	30	35

C.II.8.7.	Jiné závazky	75	0	41	0
D.	Časové rozlišení pasiv	479	222	476	254
D.1.	Výdaje příštích období	479	222	476	254

Příloha 3: Výkaz zisku a ztrát Pannon Food Bohemia

	VÝKAZ ZISKU A ZTRÁT (v tis. Kč)	2020	2019	2018	2017
I.	Tržby z prodeje výrobků a služeb	312	365	325	20
II.	Tržby za prodej zboží	70636	68018	51292	39395
A.	Výkonová spotřeba	68063	64024	47872	36836
A.1.	Náklady vynaložené na prodané zboží	65092	61462	45793	33623
A.2.	Spotřeba materiálu a energie	9	24	36	22
A.3.	Služby	2962	2538	2043	3191
D.	Osobní náklady	1294	1256	1658	987
D.1.	Mzdové náklady	997	968	1265	769
D.2.	Náklady na sociální zabezpečení, zdravotní pojištění a ostatní náklady	297	288	393	218
D.2.1.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	297	288	393	218
E	Úprava hodnot v provozní oblasti	51	0	0	0
E.1.	Úpravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	10	0	0	0
E.1.1.	Úpravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku – trvalé	10	0	0	0
E.3.	Úpravy hodnot pohledávek	41	0	0	0
III.	Ostatní provozní výnosy	172	262	105	128
III.3.	Jiné provozní výnosy	172	262	105	128
F.	Ostatní provozní náklady	820	1168	911	792
F.3.	Daně a poplatky	653	906	810	664
F.5.	Jiné provozní náklady	167	262	101	128
*	Provozní výsledek hospodaření (+/-)	892	2197	1281	928
VII.	Ostatní finanční výnosy	608	210	180	239
K.	Ostatní finanční náklady	726	187	207	203
*	Finanční výsledek hospodaření (+/-)	-118	23	-27	36
**	Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-)	774	2220	1254	964
L.	Daň z příjmů	146	429	236	191
L.1.	Daň z příjmů splatná	146	429	236	191
**	Výsledek hospodaření po zdanění (+/-)	628	1791	1018	773
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-)	628	1791	1018	773
*	Čistý obrat za účetní období = I. + II. + III. + IV. + V. + VI. + VII.	71728	68855	51902	39782