

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská Práce

Analýza hospodaření podniku v době hospodářské krize

**An analysis of economic results of a company in the time
of an economic crisis**

Jan Tiekala

CHEB 2014

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma.

„Analýza hospodaření podniku v době hospodářské krize“

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

Ve Františkových Lázních, dne 15. 4. 2014

.....

podpis autora

Poděkování:

Rád bych poděkoval panu Dr. Ing. Jiřímu Hofmanovi za odborný dohled, konzultace a důležité rady při vypracování mé bakalářské práce. Poděkovat bych také chtěl paní Soně Forstové, ředitelce Spa & Kur Hotelu Praha, za poskytnuté informace, rady a důležité podklady pro tuto práci.

Obsah

ÚVOD.....	7
1 EKONOMICKÁ KRIZE A JEJÍ DOPAD NA LÁZEŇSTVÍ.....	8
2 CHARAKTERISTIKA SPOLEČNOSTI.....	12
2.1 POPIS PODNIKU	12
2.1.1 Obchodní Firma.....	12
2.1.2 Kategorie	13
2.1.3 Umístění	13
2.1.4 Vybavení	13
2.1.5 Služby.....	13
2.1.6 Léčba	14
2.1.7 Léčebné procedury	14
2.1.7 Kultura.....	14
2.1.8 Sport	15
2.2 SHRNUTÍ VEDOUCÍCH PRACOVNÍKŮ	15
2.3 SITUACE NA TRHU	15
2.3.1 Požadavky na standard	16
2.3.2 Sezónnost	16
2.3.3 Přidaná hodnota pro přitáhnutí klientů.....	16
2.3.4 Specifické prodejní nabídky	17
2.4 SWOT.....	18
2.5 POZICE HOTELU NA TRHU A ROLE V RÁMCI SKUPINY.....	19
2.6 ANALÝZA KONKURENCE	21
3 FINANANČNÍ ANALÝZA	22
3.1 ANALÝZA ROZVAHY	22
3.2 PROCENTNÍ ANALÝZA ROZVAHY	24
3.3 ANALÝZA VÝKAZU ZISKU A ZTRÁT.....	28
3.4 ANALÝZA CASH FLOW	29
3.5 ANALÝZA POMĚROVÝCH UKAZATELŮ	31
3.5.1 Ukazatele rentability	32
3.5.2 Ukazatele aktivity.....	34
3.5.3 Ukazatele likvidity	37
3.5.4 Ukazatele zadluženosti.....	39

4 SEGMENT TRHU A NÁRODNOSTNÍ MIX	42
5 VYHODNOCENÍ A PŘÍPADNÉ NÁVRHY DO BUDOUCNA.....	45
ZÁVĚR.....	47
SEZNAM OBRÁZKŮ	48
SEZNAM GRAFŮ	49
SEZNAM TABULEK	50
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	51
Abstrakt	52
Abstract.....	53

ÚVOD

Má bakalářská práce na téma „Analýza hospodaření podniku v době krize“ bude popisovat hospodaření Spa & Kur Hotelu Praha *** ve Františkových Lázních v dobách před krizí, v krizi a také postupy a opatření jak se s krizí hotel vyrovnal.

Cílem bakalářské práce bude zjistit, jak a co hospodářská krize způsobila a zhodnotit, zda se hotel dokázal s následky krize vyrovnat

První část práce bude věnována vzniku krize v České republice, ale také celé Evropě, protože lázeňství potažmo celý cestovní ruch je závislý na pohybu občanů celé Evropy.

Druhá část práce charakterizuje společnost Spa & Kur Hotel Praha, její firemní strukturu, také se zaměřím na vývoj společnosti od jejího vzniku až po současnost. Charakterizují silné a slabé stránky podniku. Popis situaci na trhu, analýzu konkurence a prostředí kolem podniku.

Třetí část je věnována finanční analýze, která je rozdělena do třech podkapitol. Nejdříve byla vytvořena analýza absolutních ukazatelů, tedy vertikální a horizontální analýza. Dále bude vytvořena analýza poměrovými ukazateli, kde se budu věnovat především rentabilitě, aktivitě a likviditě.

Čtvrtá a poslední část je věnována vyhodnocení celkové situace, s nabídkou jak jednotlivé možnosti řešit.

Do konkrétních ukazatelů a výpočtů budu dosazovat čísla smyšlená, v některých případech extrémní, ale bohužel vedením hotelového komplexu mi nebylo doporučeno používat skutečná čísla přímo pro Hotel Praha, proto jsou při analýzách aktiv, zisku a ztrát a cash flow použity výkazy celého CPI, protože výroční zpráva CPI jako akciové společnosti je volně přístupná. Při zkoumání poměrových ukazatelů jsem si čísla upravil tak, aby pro mne ukazatele byly přínosem a abych pochopil jejich funkci.

1 EKONOMICKÁ KRIZE A JEJÍ DOPAD NA LÁZEŇSTVÍ

Příčiny současné globální krize jsou stejné jako u Velké hospodářské krize, která proběhla na Amerických burzách ve 30. letech minulého století a to nedostatečná regulace finančních trhů. Banky i úřady o počátku krize věděly, ale nepřikládala ji dostatečný význam. Už od počátku 21. století poskytovaly banky v Americké velké množství hypoték méně solventním spotřebitelům, kteří se při neustálém zvyšování úrokových sazeb dostali do platební neschopnosti. Ceny nemovitostí klesly a finance spojené s těmito hypotékami přinesly ztráty. V létě 2007 začala v USA finanční krize, která na ekonomiku v České republice neměla zásadní vliv. Americké banky se zpočátku snažili zasáhnout a rozptýlit rizika po světě, to se povedlo, ale nedošlo ke snížení, ale naopak se riziko zvýšilo. Když pojem krize zjednodušíme, můžeme rozdělovat krizi finanční a reálnou, nicméně z předešlých krizí víme, že nejdříve se projeví krize na finančním trhu a poté se projeví i v reálné ekonomice. Krize se na přelomu roku 2007 a 2008 šířila dále do ekonomiky reálné a tzv. dominovým efektem i do ostatních států světa. Zprávy o krizi se objevily v Německu či Švédsku, následně celé Evropě a také v České republice, kde krize naplno propukla přibližně v září-listopadu 2008.

Určitým podílem jsou na vině i informační a komunikační technologie, jedná se o všeobecné zrychlení obchodních transakcí ve velkých rychlostech i objemech, což dříve nebylo technicky možné. Tato počítačová revoluce mění život společenský i hospodářský, protože přímo ovlivňuje všechny trhy. Například zvyšuje míru spekulace na hodnoty, kterých dříve bez těchto technologií nikdy nedosahovaly.

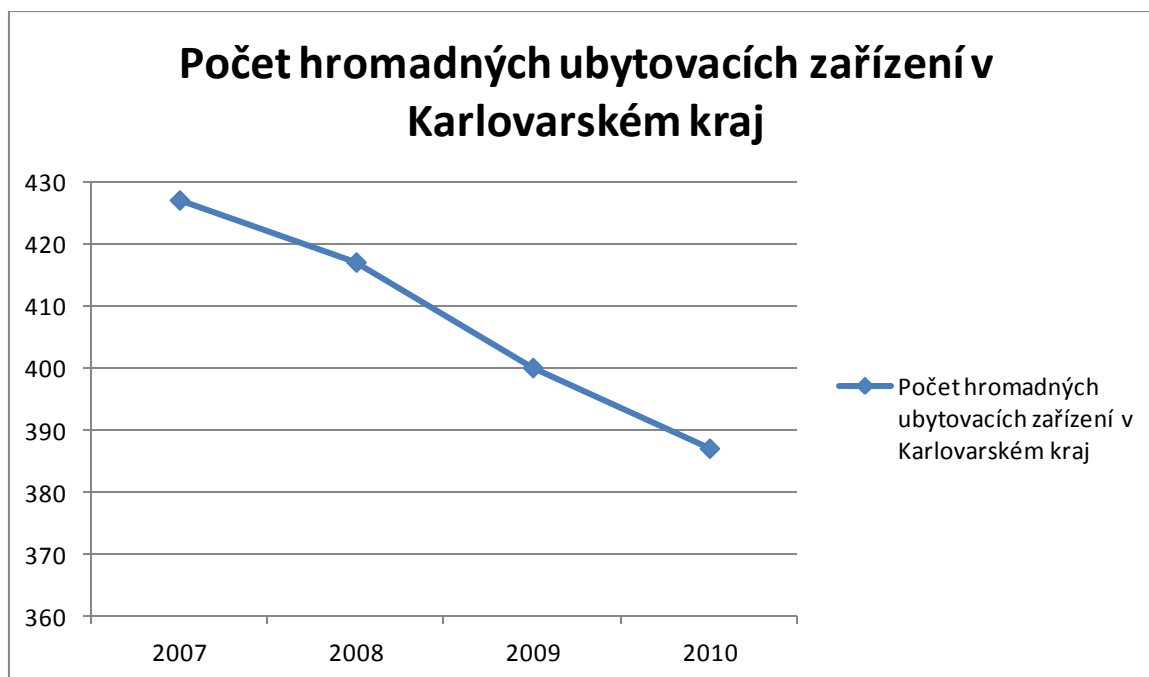
Následky krize pro ekonomiku v ČR jsou především: pokles investic jak zahraničních tak domácích, pokles vládních výdajů, pokles importu i exportu, zpomalení růstu mezd a na druhou stranu zvýšení nákladů na život (nájemné, teplo, elektřina, voda, ale také potraviny či léky) Dále je s krizí spojeno zvýšení nezaměstnanosti. Domácnosti omezily výdaje na luxusnější potřeby, například na dovolenou a začaly více šetřit. Cestovní ruch byl jedna z prvních a nejvíce postižených ekonomik ve světě i v ČR, krize vyvolala regulace a úspory všech institucí, firem i domácností. Tato regulace vede k omezení spotřeby a peněz

vynaložených na cestování a celkový cestovní ruch. Firmy omezují počty služebních cest, školeních i dalších aktivit v cestovním ruchu.

Krize přinesla nicméně i některé pozitiva, provozovatelé ubytovacích rozšířily nabídku služeb, převážně těch méně nákladných. Jedná se například o volný přístup na internet, konzumaci v minibarech na pokoji, bezplatné parkování, zapůjčení županů.

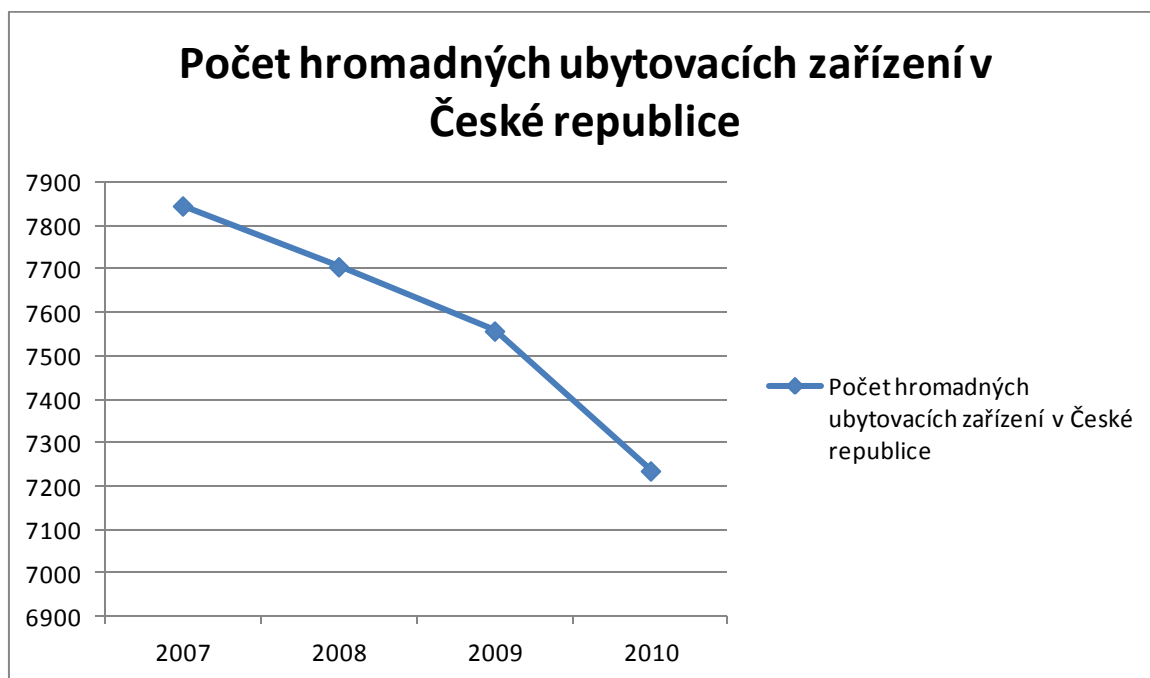
Vývoj a změny, které se udály v cestovním ruchu důsledkem finanční a hospodářské krize jsou patrné na grafech níže. Počet ubytovacích zařízení od roku 2007 má klesající tendenci. Tak je tomu v Karlovarském kraji i v celé České republice

Graf 1: Počet HUZ v Karlovarském Kraji v letech 2007-2010



Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování, Cheb, 2013

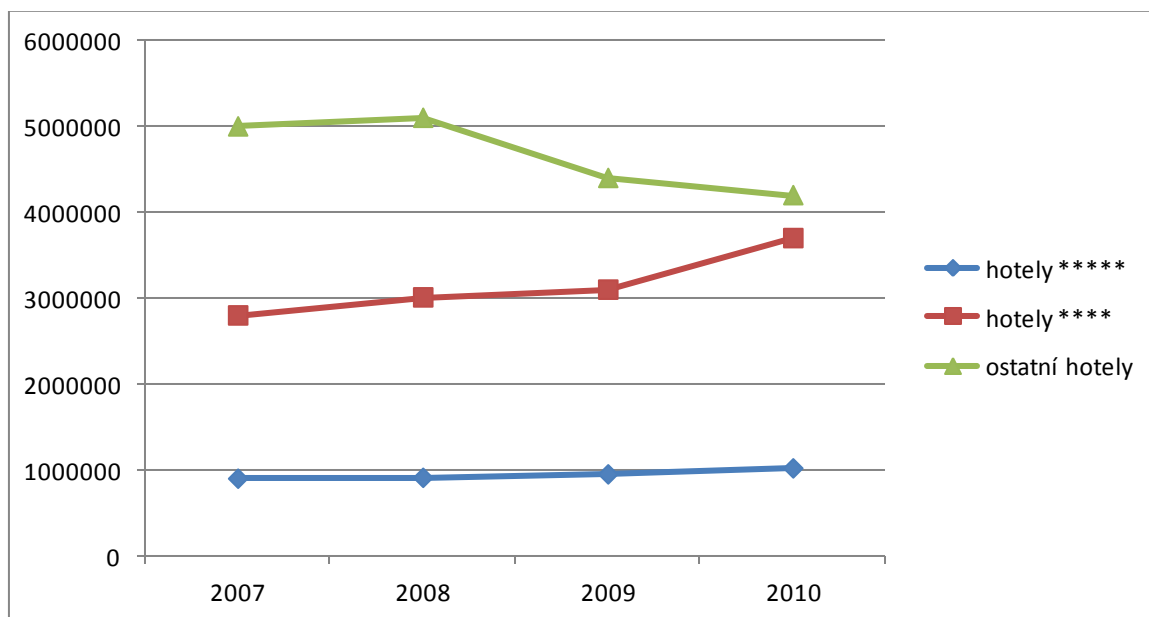
Graf 2: Počet HUZ v České republice v letech 2007-2010



Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování, Cheb, 2013

Změny spojené s hospodářskou krizí nezasáhaly pouze počet ubytovacích zařízení. Také se vyčlenil segment klientů, kteří žádají vyšší kategorii ubytování, a naopak ubylo počtu klientů poptávajících nižší kategorie. Markantní je nárůst návštěvnosti 4 hvězdičkových hotelů.

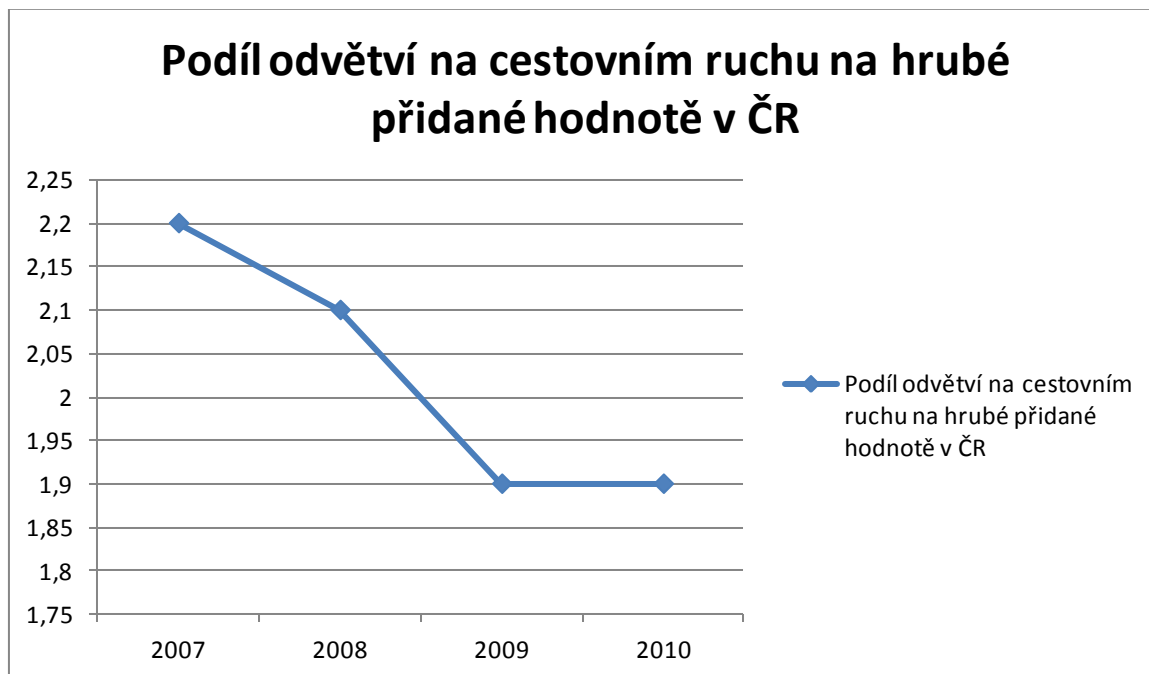
Graf 3: Návštěvnost v hotelech v ČR podle kategorie



Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování, Cheb, 2013

Z makroekonomického hlediska je patný dopad krize na cestovní ruch, jako odvětví národního hospodářství, snížení podílů na HDP v České republice

Graf 4: Podíl odvětví v cestovním ruchu na hrubé přidané hodnotě v ČR

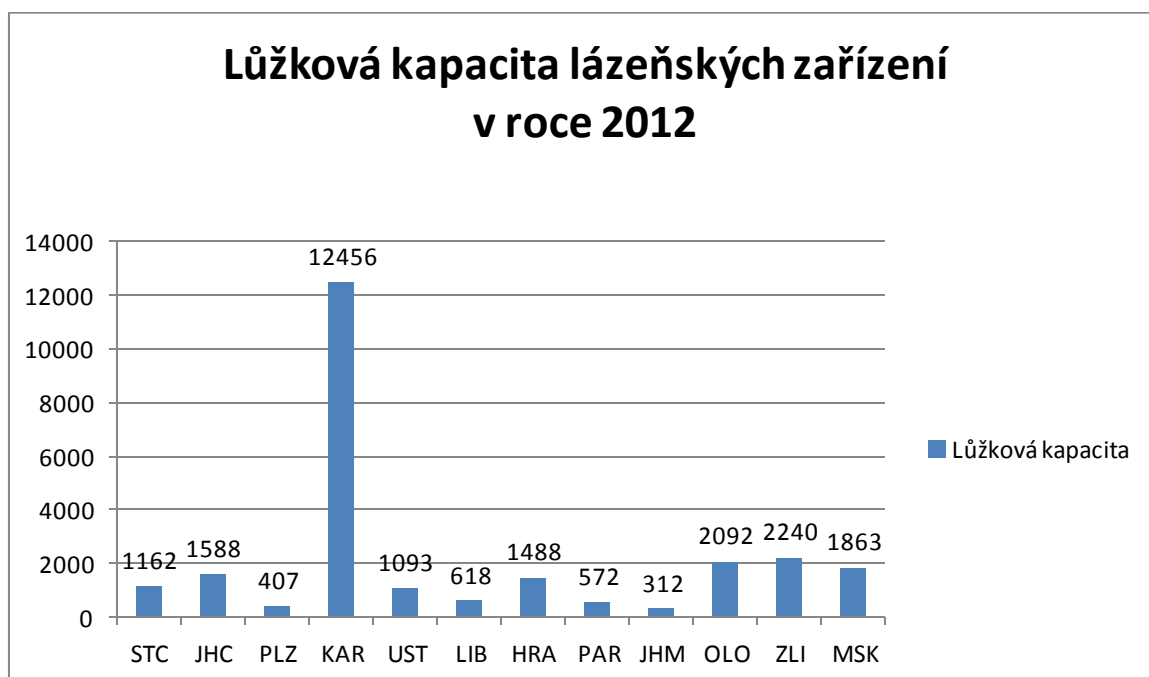


Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování, Cheb, 2013

S krizí přichází i další jevy například krachy cestovních kanceláří a nedostatečná ochrana spotřebitelů prohlubovaly nedůvěru spotřebitelů. Hospodářská krize zhoršila podnikatelské prostředí a způsobila pokles důvěry v podnikatele. Po automobilovém průmyslu je druhý nejvíce krizí zasažený sektor, právě cestovní ruch.

V současnosti zůstávají západočeské lázně nadále v zájmu návštěvníků i investorů. Stále více hrozí, že lázně v Karlovarském Kraji a to především Karlovy Vary budou pro zahraniční hosty moc drahé a tito hosté si najdou alternativu v Polsku či Maďarsku. Nepoměr mezi počty lůžek v jednotlivých krajích ukazuje graf č. 5

Graf 5: Graf lůžkové kapacity lázeňských zařízení v roce 2012 podle krajů



Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování, Cheb, 2013

Podle odhadů Světové organizace cestovního ruchu (WTO) by Česká republika v roce 2020 měla být v první desítce nejnavštěvovanějších zemí na světě, podíl přibližně 3 % na celosvětovém cestovním ruchu. Tato studie byla vytvářena před celosvětovou finanční krizí a

Následnou dluhovou krizí eurozóny. Možné dopady a důsledky se projeví až časem.

2 CHARAKTERISTIKA SPOLEČNOSTI

2.1 POPIS PODNIKU

2.1.1 Obchodní Firma

Spa & Kur Hotel Praha

Ruská 27

Františkovy Lázně

35101

2.1.2 Kategorie

Tříhvězdičkový Lázeňský dům

2.1.3 Umístění

Spa & Kur Hotel Praha je situován v centru Františkových Lázní, naproti hlavnímu parku vedle městského divadla, jen pár kroků od lázeňského dění na kolonádě. Nabízí pohodlné ubytování, dokonalé služby a příjemnou atmosféru spolu s vlastním bazénem, léčivým pramenem a letní terasou.

2.1.4 Vybavení

Lázeňský dům nabízí 79 jedno- a dvoulůžkových pokojů o celkové kapacitě 129 lůžek, některé z pokojů jsou vybaveny balkonem.

Do vybavy všech pokojů patří: barevný televizor se satelitními programy, telefon s přímou provolbou, chladnička, trezor, koupelna se sprchou/vanou a WC

Všechny pokoje jsou nekuřácké.

2.1.5 Služby

Zajištěna 24 hodinová zdravotní péče vlastními lékaři a zdravotním personálem. V současné době je poskytována komplexní, příspěvková, samoplátecká, ambulantní a relaxační lázeňská péče se vstupní lékařskou prohlídkou a rozpisem lékařských procedur. Současně, je nabízeno hotelové ubytování a stravování ve vlastní lázeňské restauraci.

Recepce 24 hod denně

Placené hlídané parkoviště

Společenský salon

Kuřácký salon

Fén a žehlička k zapůjčení v recepci hotelu

Obrázek 1: Logo Lázeňského domu



Zdroj: interní materiál podniku

Zapůjčení županu za poplatek

Připojení na internet, wi-fi

Kosmetický salon, kadeřnictví, manikúra pedikúra

2.1.6 Léčba

Díky zodpovědnému a cílenému využití místních zdrojů léčivých vod, plynů a blízkých rašelinišť se Františkovy Lázně staly světově uznávanými lázněmi pro léčbu onemocnění srdce, krevního oběhu, pohybového aparátu a ženských chorob. Fortuna Lázeňský dům Praha v této tradici pokračuje.

2.1.7 Léčebné procedury

uhličité a perličkové koupele, podvodní masáže, skupinové cvičení v bazénu

slatinné zábaly, parafinové zábaly, fango zábaly, koupele RosenSPA

klasické masáže, reflexní masáže, masážní diagnostické křeslo lymfodrenážní masáže elektroterapie (MAGNET, VAS, DIADYNAMIK, ULTRAZVUK, MEDIO IF)

individuální léčebný tělocvik, skupinový tělocvik

suché CO₂ koupele, kyslíková terapie, inhalace

vitamínové a plynové injekce

pitná kúra (z vlastního vrtu minerálního pramene)

2.1.7 Kultura

koncerty františkolázeňského orchestru

cizojazyčná knihovna s připojením na internet

galerijní výstavy

muzeum, stálá expozice také na hradu Seeberg

divadelní představení a koncerty v Divadle Boženy Němcové

vycházky s odborným výkladem o historii města

výlety do okolí nabízené místními CK

2.1.8 Sport

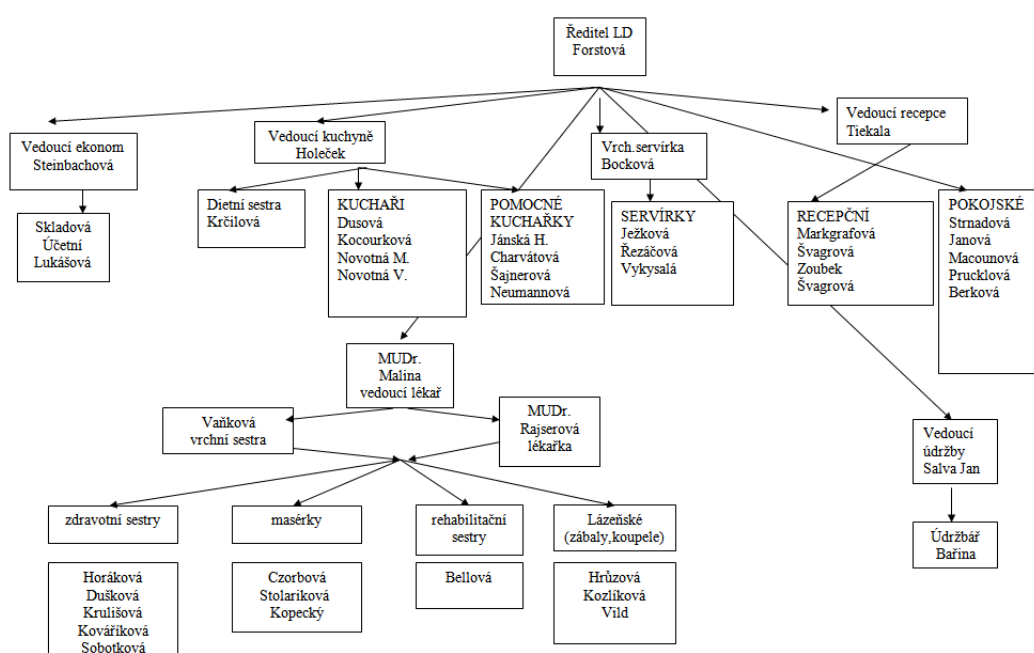
vhodný terén pro turistiku a cykloturistiku

možnost využití služeb vodního světa – Aquaforum

v blízkosti antukové tenisové kurty, minigolf

2.2 SHRnutí VEDOUcÍCH PRACOVNÍKŮ

Obrázek 2: Organizační struktura podniku



Zdroj: interní materiály podniku, Cheb, 2014

2.3 SITUACE NA TRHU

Lázně v České republice se všeobecně v posledních letech potýkají s klesajícím počtem návštěvníků. Počet hostů Františkových Lázní se bude v meziročním srovnání pohybovat podobně jako v loňském roce, ale ve městě stále přibývají domy a penzióny, které nabízejí lázeňské a relaxační služby pod jednou střechou. Před deseti lety byl náš dům jeden z mála, který toto umožňoval. Lůžková kapacita ve městě roste neúměrně přílivu nových hostů.

Již pátým rokem klesá počet klientů zdravotních pojišťoven a cestovních kanceláří. Velký propad zaznamenáváme i u německé privátní klientely. Ten je způsoben převážně ekonomickou i sociální situací na německém trhu.

Průměrná doba pobytu návštěvníků se každoročně snižuje, naopak roste počet stále oblíbenějších krátkodobých týdenních či víkendových relaxačních pobytů.

2.3.1 Požadavky na standard

Mezi standardní požadavky musíme zahrnout především dokonalý servis všech služeb, profesionální, ale přátelský personál, perfektní lázeňskou péči, kvalitní stravování, čisté a příjemné prostředí. Větší zájem je o prostornější pokoje situované s výhledem do parku a vybavené balkonem. Některé pokoje lázeňského domu jsou díky své malé velikosti a nízké vybavenosti pro náročnější klientelu neprodejné.

2.3.2 Sezónnost

Silně žádané měsíce jsou březen, duben, květen, září, říjen a vánoční resp. Novoroční pobyty. Nejnižší produkce RN je obecně během ledna, července, srpna, listopadu a začátek prosince.

2.3.3 Přidaná hodnota pro přitáhnutí klientů

Košík ovoce, sklenka šampaňského na přivítanou, minerální voda, noviny, internet, drobný prodej suvenýrů. To jsou jen některé z výhod, které zařízení klientům nabízí, aby přilákalo jejich pozornost a získalo více RN.

Naším cílem je získat více privátních hostů, jak manažerů hledajících krátkodobý odpočinek a relaxaci, tak i klientů, kteří rádi využijí naše preventivní i léčebné programy.

Z důvodu vysoké poptávky po krátkodobých pobytech byly vydány dárkové poukazy, které mohou být dobrou inspirací pro darování víkendového či relaxačního pobytu rodinným příslušníkům, přátelům či firemní klientele. Hosté kteří opakují pobyt v našem Lázeňském domě mohou získat věrnostní slevu ve výši 5-10%, která je odečtena z celkové ceny pobytu. Doporučí-li host náš lázeňský dům novému zákazníkovi, obdrží bonus v podobě 10% z nově uzavřeného pobytu.

2.3.4 Specifické prodejní nabídky

Pohodlné a dobře dostupné ubytování

Parkovací místa u hotelu

Bazén

Vlastní pramen

Vlastní léčebné zařízení s lékaři

Nová atraktivní lázeňská restaurace

Přátelský personál

Velká sluneční terasa

Nekuřácké pokoje

Kosmetický salon, kadeřnictví, manikúra, pedikúra

Zdarma připojení na internet a wi-fi

2.4 SWOT

(strengths, weaknesses, opportunities, threats) Analyzes

(SWOT – S=silné stránky, W=slabiny, O=příležitosti, T=hrozby)

S	W
Umístění v centru lázeňského dění	Celkový technický stav hotelu – časté poruchy
Dobře zavedený lázeňský dům	Opotřebovaný dojem – fasáda domu
Dobrá kuchyně	Nefunkční protékající a netěsnící okna
Zkušený personál	Vyžité a opotřebované vybavení pokojů
O	T
Být v nabídce stále o krok dopředu před konkurencí	Kurz Eur a nástup Eur do ČR
Firemní klientela – příspěvky od zaměstnavatelů	Velká konkurence nových nebo zrekonstruovaných domů nabízejících stejné
Doporučení stávajících hostů svým známým a blízkým přátelům v bydlišti	Ekonomická a sociální situace v Německu

2.5 POZICE HOTELU NA TRHU A ROLE V RÁMCI SKUPINY

2005 - většinu klientely zastali privátní hosté z Německa, kteří jsou největším potenciálem našeho lázeňského domu, většina z těchto klientů zde byla již více než pětkrát a doporučují nás ostatním hostům. Nemalou část tvořili také klienti cestovních kanceláří Euro Med a FFair, i když se jim nedařilo naplnovat zcela kontingent oproti předchozím rokům. Dobrá spolupráce byla také s VZP, která se nemalou měrou podílela na tržbách našeho LD, tato klientela nám pomohla obsadit méně oblíbené měsíce. Lázeňský dům nebyl v roce 2006 součástí společnosti CPI Hotels, a.s., stal se jí od 1. 1. 2007.

2007 - lázeňský dům prošel velkou změnou jak z hlediska personálních změn, tak i z hlediska obchodování na trhu a provozu vůbec. Provoz i klientela LD jsou zcela odlišné od běžného provozu ostatních hotelů společnosti CPI Hotels, a.s., což vyžaduje velké pochopení obou stran. Některé ukazatele v evidenci ubytování a stravování za rok 2007 jsou neúplné a tudíž zkreslené, z důvodu přechodu na nový počítačový systém, v příštím roce je nutno se tohoto vyvarovat a napojit se plynule a bezchybně do „řetězu“ celé společnosti.

2009 - v lázeňském domě byly v prostorách bývalé kuchyně a jídelny vybudovány nové místnosti pro maséry, elektroterapii, tělocvična pro skupinový tělocvik a nový kosmetický a kadeřnický salon, který byl dán od měsíce dubna 2008 do pronájmu. Tyto nové prostory podstatně zlepšily úroveň poskytovaných služeb. V prvním patře domu I. byl vytvořen jeden nadstandardní dvoulůžkový pokoj, čímž se navýšila lůžková kapacita domu. Pro balneoprovoz byla zakoupena nová perličková vana, lymfodrenážní přístroj a masážní křeslo s diagnostikou. Každé nové vybavení v balneoprovozu pomáhá zlepšit celkovou nabídku domu a vyrovnat se alespoň částečně s konkurenčními domy ve Františkových Lázních. Kvalita a množství poskytovaných procedur je jednou z největších priorit při rozhodování hostů mezi lázeňskými domy ve Františkových Lázních. Tuto kvalitu je potřeba zachovat popř. zlepšit.

2011 - s ohledem na prodej i jiných než dlouhodobých pobytů a otevření se mladší a náročnější klientele, bude nutné zmodernizovat vybavení pokojů a společných prostor v lázeňském domě. Hosté jsou se současným vybavením nespokojeni a vede to k častým stížnostem ze stran cestovních kanceláří, ty pak s ohledem na tyto skutečnosti nemají zájem uzavřít smlouvy na příští období. Krátkodobé pobyty, zejména mladší klientely, přináší kromě kladných stránek (doplnění nevyužití ubytovací kapacity a navýšení tržeb) také negativní aspekty, které jsou charakterizovány střetem různých zájmů.

Krátkodobé pobyty=zábava a chuť se bavit, dlouhodobí klienti preferují obecně klid, ticho, pomalé tempo. Je potřeba najít cestu kompromisu.

2013 - ve Františkových Lázních působí již půl roku sesterský hotel Spa & Kur Hotel Harvey, jedná se o čtyřhvězdičkový hotel****. Vlivem otevření nového hotelu došlo k úbytku privátní klientely, stejně tak jako některé cestovní kanceláře více využívají tento nový a moderní hotel. Úbytek hostů je značný a proto vedení společnosti rozhodl o inzerci a prodeji pobytů přes slevové portály, pro hotel je velmi obtížné uspokojit plány a představy vedení, protože z pobytů přes slevové portály neplyne takový zisk jaký z privátních klientů, kteří se stále vrací, ale s každým rokem je vidět jejich klesající počet.

2.6 ANALÝZA KONKURENCE

LD PALACE 75 pokojů,

Cena: nízká sezona 50,- €; vysoká sezona 67,- €

(cena na den při pobytu na 21 dní, 3-4 procedur denně, plná p.)

Plus: Po kompletní renovaci, hlídané parkoviště s přístřešky, bazén v domě

Mínus: 25 pokojů je depandance

HOTEL Bajkal 58 pokojů

Cena: nízká sezona 56,- €; vysoká sezona 83,- €

(cena na den při libovolné délce pobytu, 3 procedur denně, plná p.)

Plus: Po kompletní rekonstrukci, špičkový balneo-provoz, parkoviště zdarma, bazén v domě

Mínus: Je na rušném místě

LD Erika 45 pokojů

Cena: nízká sezona 56,- €; vysoká sezona 68,- €

(cena na den při pobytu na 21 dní, 4 procedur denně, plná p.)

Plus: Po kompletní rekonstrukci, mají vlastní pramen, parkoviště, bazén a sauna v domě

Mínus: Je umístěn za centrálním parkem

LD Savoy 90 pokojů

Cena: nízká sezona 70,- € Vysoká sezona 85,- €

(cena na den při délce pobytu 21 dní, 4 procedur denně, plná p.)

Plus: Po kompletní rekonstrukci, nový bazén, sauna, volný vstup do Aquafora

Mínus: Vysoká cena

3 FINANANČNÍ ANALÝZA

„Jakékoli finanční rozhodování musí být podloženo finanční analýzou. Proto jednou z rozhodujících fází finančního managementu je finanční analýza. Na jejích výsledcích je založen řízení financí, řízení a financování oběžných aktiv a investic, cenová a dividendová politika podniku aj. Zdrojem údajů pro finanční analýzu jsou nejen interní finanční výkazy (rozvaha, výkaz zisků a ztrát, výkaz o cash flow), výroční zprávy, různá statistická šetření, údaje manažerského účetnictví aj., ale i externí údaje o jiných podnicích (údaje ze Statistické ročenky ČSÚ): ty slouží především pro srovnání s ostatními, hlavně konkurenčními podniky.“ (Synek, 2010, s. 237)

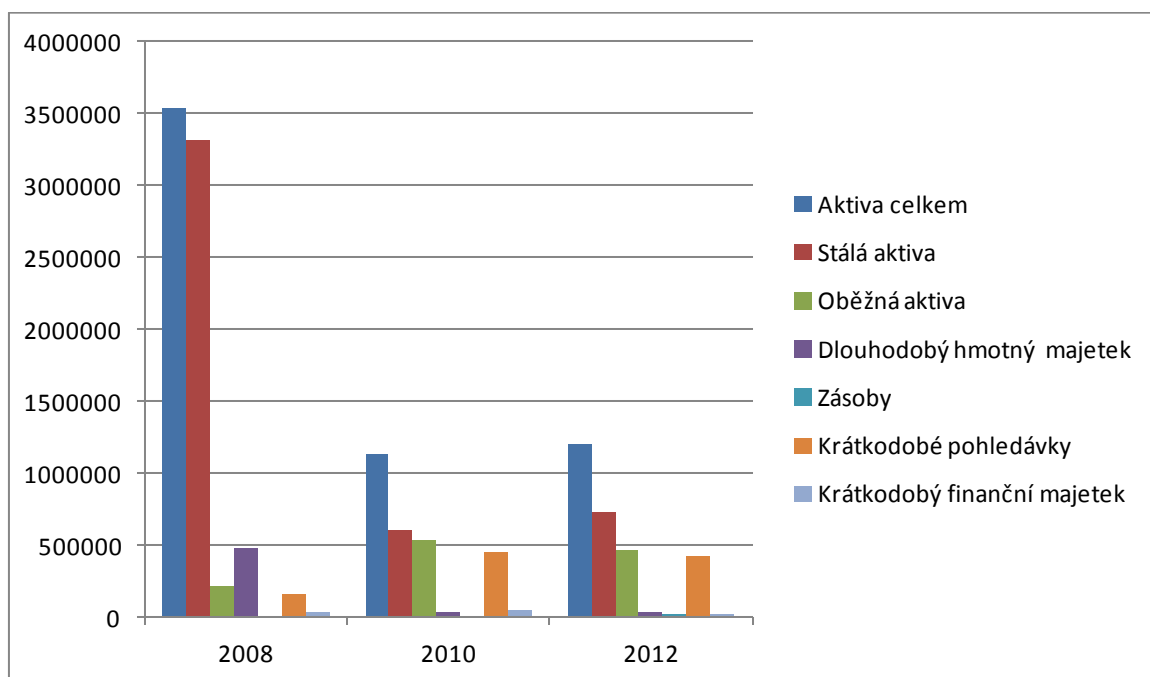
Finanční analýzu podniku Spa & Kur Hotel Praha jsem zpracoval na základě dat z let 2008, 2010 a 2012. Pro jednotlivé roky jsem vytvořil horizontální i vertikální rozvahu, výkaz zisků a ztrát, analýzu poměrových ukazatelů (viz příloha)

Analýza absolutních ukazatelů je vyhotovena na základě účetních výkazů (rozvaha, výkaz zisků a ztrát, cash flow) Pro vyhodnocení ukazatelů jsou použita data z více účetních období, díky čemuž je možné sledovat vývoj jednotlivých ukazatelů. Využíval jsem dvě metody. První z nich je horizontální analýza, která pracuje s absolutními nebo také procentním vyjádřením údajů na řádcích a tyto řádky jsou poměřovány s údaji za předcházející období. Druhou metodou je analýza vertikální, ta v procentech vyjádří podíl mezi danou hodnotou a nějakou významnou veličinou.

3.1 ANALÝZA ROZVAHY

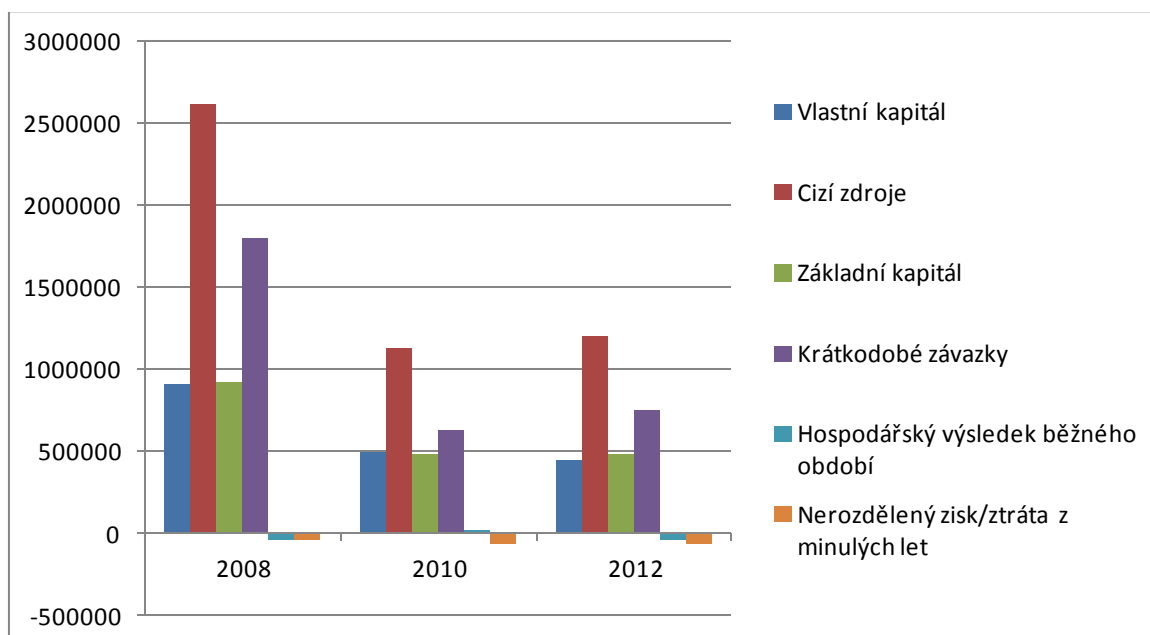
Při analýze rozvahy zjišťujeme změny mezi jednotlivými roky a můžeme jednoduše porovnat navýšení či naopak snížení aktiv, aktiva se zpravidla snižují na základě nedostatečných prostředků pro krytí způsobené právě špatným hospodařením v době krize. V grafu níže je patrné, že se po vypuknutí krize rapidně snížil poměr aktiv téměř ve všech ohledech, hotel, závislý na zahraniční klientele byl zasažen krizí jako jedno z prvních odvětví. Většina aktiv byla snížena, v roce 2008 dosáhla minima, od roku 2009 rostou aktiva a v posledních letech se situace otáčí k lepšímu. Celková aktiva od roku 2008 klesla téměř o 70 %, hlavní pokles nastal u aktiv dlouhodobých.

Graf 6: Vývoj celkových aktiv a jejich vybraných složek (v Kč)



Zdroj: vlastní zpracování, Cheb, 2014

Graf 7: Vývoj celkových pasiv a jejich vybraných složek (v Kč)



Zdroj: vlastní zpracování, Cheb, 2014

Vývoj celkových pasiv koresponduje s vývojem celkových aktiv. K poklesu došlo z důvodu poklesu cizích zdrojů (-60%) Vlastní kapitál se snížil o 50 %, ale od roku 2010 se ustálil na přibližné hodnotě 500.000,- Kč. Základní kapitál se postupně posunul z roku 2008 z hodnoty 918.000,- Kč až na hodnotu v roce 2012 486.000,- Kč. Cizí zdroje klesly v době krize až na hodnotu 249.000,- Kč v roce 2012 dosáhly hodnoty 750.000,- Kč. Podíl krátkodobých pohledávek narostl v průběhu sledovaného období o 40 %. Nejvýznamnější složkou oběžných aktiv jsou pohledávky z obchodních vztahů, ty vzrostly přibližně o 30 %.

3.2 PROCENTNÍ ANALÝZA ROZVAHY

V roce 2008 byl stálý objem aktiv relativně vysoký, během let 2008-2009 klesl a to z 17,82 % na 14,22 %. Naopak v letech 2010 a 2011 se objem aktiv držel na stabilní úrovni. Nejvýznamnější položkou stálých aktiv je Dlouhodobý hmotný majetek, ten kopíruje vývoj stálých aktiv. V DHM jsou zásadní položkou pozemky, budovy a stavby, i zde ve sledovaném období podíl nejdříve klesal a poté se ustálil. Také se výrazně pohybovala hodnota samostatných movitých věcí, nejdříve v roce 2008 byla hodnota nízká 1 %, v roce 2010 začala mírně růst na 1,2 % a v roce 2012 se ustálila na hodnotě kolem 2 %.

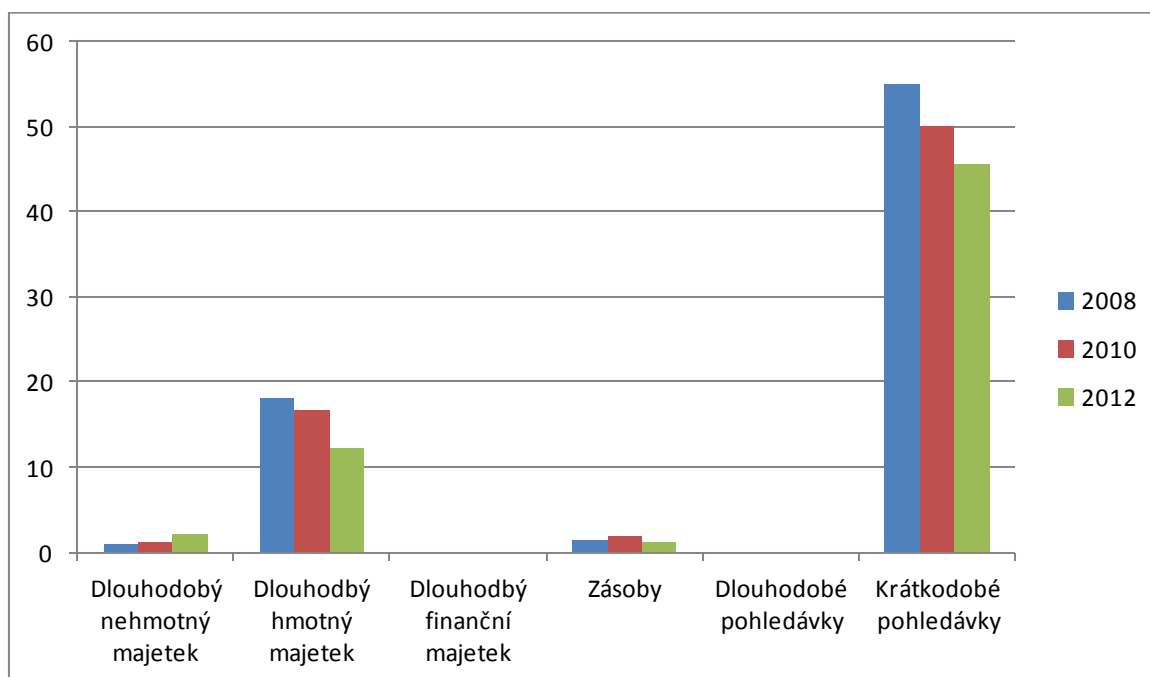
Výrazný pohyb u stálých aktiv se projevil na aktivech oběžných, kde se nejdříve rapidně snížila hodnota důsledkem krize a následně od roku 2009 klesají pomalu přibližně o 2 % ročně. Za významnou část oběžných aktiv považujeme zásoby, krátkodobé pohledávky a krátkodobý finanční majetek. Podíl zásob je téměř stejný a pohybuje se v rozmezí 1 %. Každá změna zásob se samozřejmě projeví i na dílčích podskupinách (materiál, nedokončená výroba a polotovary) Ve sledovaném období došlo ke změně krátkodobých pohledávek, kdy se v roce 2008 ustálily na hladině 55 % a následně klesali v roce 2010 na 50 % až na nynější hodnotu 46 %. Nejvýznamnější složkou pohledávek krátkodobých jsou pohledávky z obchodních vztahů, zde došlo ke stejnému vývoji jako u celkových pohledávek z hodnoty 21 % přes hodnotu 29 % na nynějších 38 %. Ostatní vývoj je patrný z grafů níže.

Tabulka 1: Procentní analýza vybraných položek aktiv

		2008	2010	2012
	Aktiva Celkem	100,00	100,00	100,00
A.	Pohledávky za upsaný vlastní kapitál			
B.	Stálá aktiva	19,23	17,82	14,22
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	1,04	1,18	2,06
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	18,19	16,62	12,14
B. III.	Dlouhodobý finanční majetek	0	0	0
C.	Oběžná aktiva	76,97	79,46	85,25
C. I.	Zásoby	1,42	1,82	1,24
C. II.	Dlouhodobé pohledávky	0	0	0
C. III.	Krátkodobé pohledávky	54,93	50,06	45,64
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	20,64	29,41	38,37
D.	Časové rozlišení	3,81	2,73	0,54

Zdroj: vlastní zpracování, Cheb, 2014

Graf 8: Procentní analýza vybraných položek aktiv



Zdroj: vlastní zpracování, Cheb, 2014

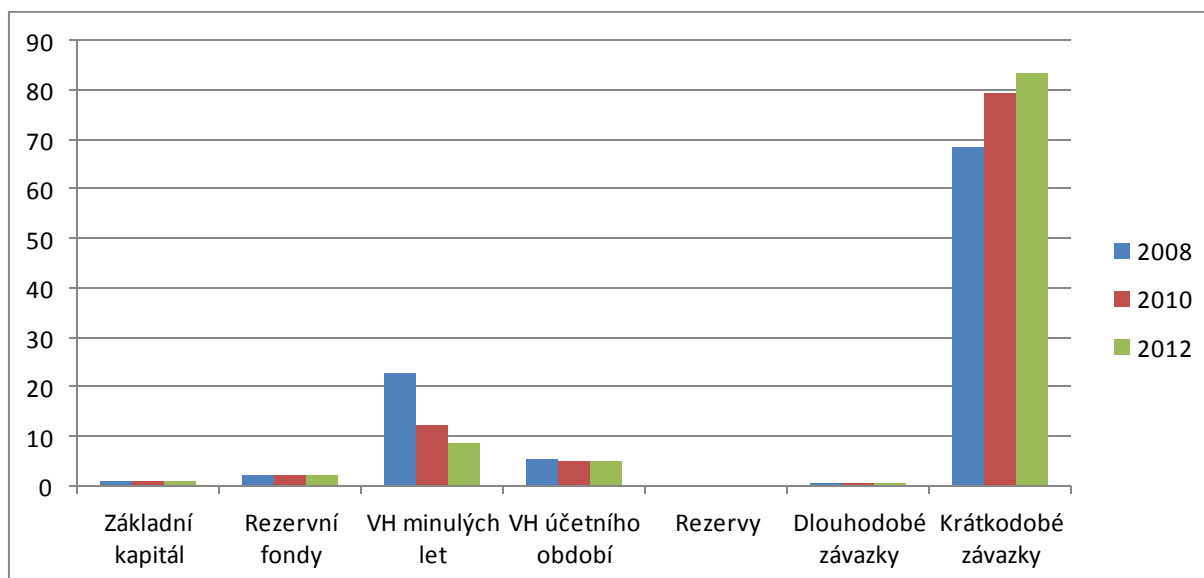
Zásadní část pasiv tvoří vlastní kapitál, vlastní kapitál tvoří v pasivech přibližně čtvrtinu celkové hodnoty pasiv, ve sledovaném období je patrný vývoj z původních 30 % v roce 2008 na 19 % v roce 2010 až klesl na nynějších 16 %. Hodnota základního kapitálu se zpravidla příliš nemění a tak je tomu i v tomto případě. Další významnou složkou vlastního kapitálu je hospodářský výsledek v běžném období, podíl byl v roce 2008 – -4 % v roce 2010 stoupl na hodnotu – 0,78 %. Z procentního vyjádření je také jasné, že Hotel jako takový netvoří žádné rezervy a také, že do rezervního fondu se stále přispívá dvěma procenty každé účetní období.

Tabulka 2: Procentní analýza vybraných položek pasiv

		2008	2010	2012
	Pasiva Celkem	100,00	100,00	100,00
A.	Vlastní kapitál	30,74	19,97	16,12
A. I.	Základní kapitál	0,81	0,87	0,85
A. III.	Rezervní fondy	2,00	2,00	2,00
A. IV.	Hospodářský výsledek minulých let	22,56	12,31	8,47
A. V.	HV běžného účetního období	5,39	4,75	4,80
B	Cizí zdroje	68,84	79,55	83,67
B. I.	Rezervy	0	0	0
B. II.	Dlouhodobé závazky	0,25	0,31	0,41
B. III.	Krátkodobé závazky	68,58	79,25	83,25
C	Časové rozlišení	0,43	0,47	0,22

Zdroj: Vlastní zpracování, Cheb, 2014

Graf 9: Procentní analýza vybraných položek pasiv



Zdroj: vlastní zpracování, Cheb, 2014

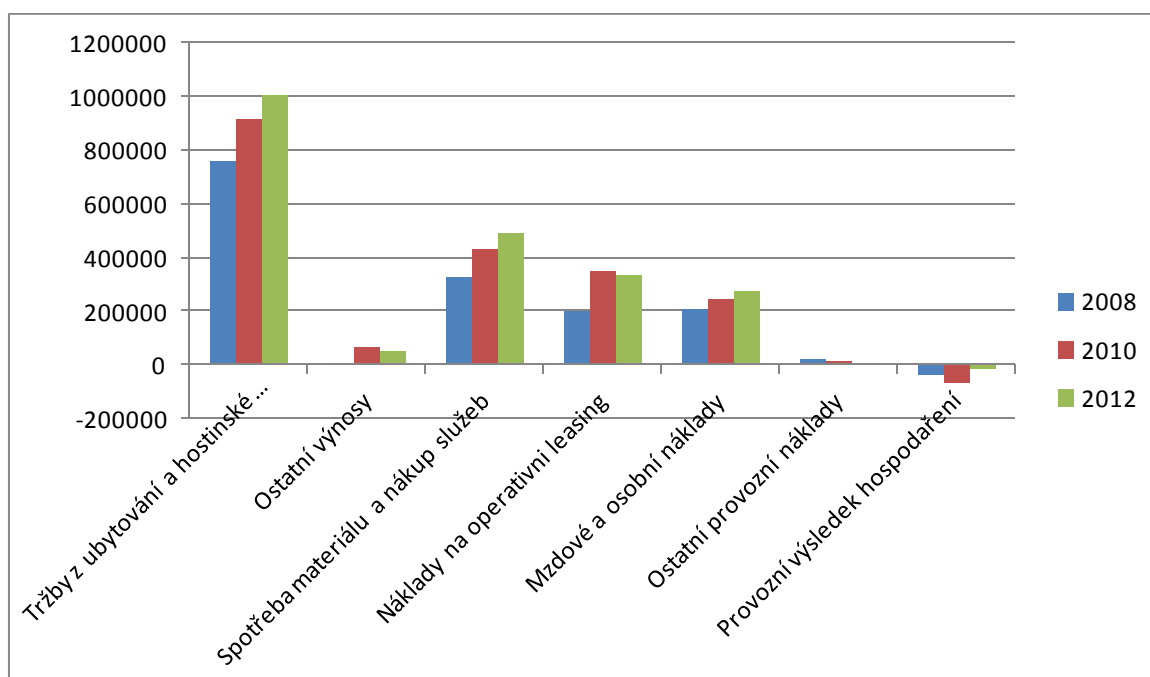
3.3 ANALÝZA VÝKAZU ZISKU A ZTRÁT

Tato analýza nám ukazuje dobu přímo následující po krizi a je z ní patrné jak se společnost po krizi opět vzpamatovává a jak se pomalu daří ukrajovat ze ztráty. Největší část tržeb tvoří Tržby z ubytování, tyto tržby neustále rostou a tvoří zásadní procento výnosů, v procentech se tržby v ubytování pořád pohybují na hranici 95%, nicméně objem tržeb rostl každým rokem přibližně o 200.000.

Pokud vezmeme v úvahu nákladovou část výkazu, tady jsou tři základní pilíře a to spotřeba materiálu, která roste přímo úměrně s tržbami z ubytování, což je naprosto logické. Spotřeba materiálu a nákup služeb zahrnují naprosto všechny náklady, které se museli zakoupit a proto s rostoucí tržbou, větší obsazeností a odbydeností dochází k růstu těchto nákladů. V procentech se pohybují náklady na materiál v rozmezí 30% z roku 2008 až 32% v roce 2012. Druhou složkou nákladů jsou mzdové a osobní náklady, jedná se o výplatu mezd zaměstnanců. Po krizi se počet zaměstnanců opět navýšil, a proto rostou také náklady na zaměstnance, z hodnoty 20% v roce 2008 na hodnotu 23% v roce 2010 a následně na hodnotu 25% v roce 2012, poslední zásadní složkou nákladů jsou náklady na operativní leasing, ty se důsledkem krize skokově zvýšili z hodnoty 20% v roce 2008 na hodnotu 30% v roce 2010, tyto náklady se podnik snaží snižovat, a proto v roce 2012 dosahují hodnoty 28%, takže jako jediná složka nákladů ve sledovaném období klesly.

Hospodářský výsledek dosahuje ztráty již v dlouhodobém měřítku, v roce 2008 dosahovala ztráta -0,54%, v roce 2010 také důsledkem vyrovnávání se s krizí klesl na hodnotu -1,28%, aby mohl v posledním měřeném období roku 2012 stoupnout a téměř dosáhnout kladných hodnot. Výsledek hospodaření v roce 2012 dosáhl hodnoty -0,14%. K významným změnám došlo převážně v roce 2010, od tohoto roku se snaží hotel ztrátu umazávat na aktuální hodnotu – 14.763,- Kč

Graf 10: Vývoj vybraných položek výkazu zisků a ztrát



Zdroj: Vlastní zpracování, Cheb, 2014

3.4 ANALÝZA CASH FLOW

Budeme se zabývat celkovým zvýšením nebo naopak snížením peněžních prostředků.

Tabulka 3: Analýza cash flow (v tis. Kč)

	2008	2010	2012
Stav PP na začátku účetního období	35 037	20 465	17 137
CF z provozní činnosti	-34 893	-272 358	40 733
CF z investiční činnosti	544 178	261 422	-17 393
CF z finanční činnosti	505 721	7 788	-21 185
CF Celkem	3 565	-3 147	2 154
Stav PP na konci období	38 602	17 318	19 291

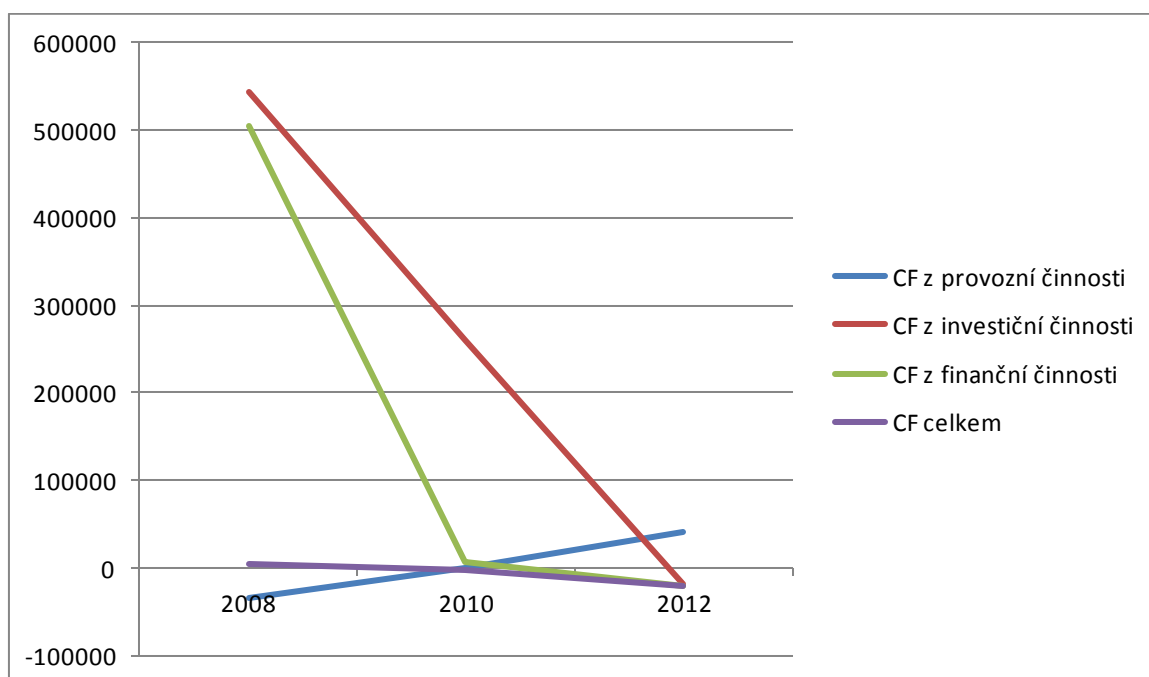
Zdroj: vlastní zpracování, Cheb, 2014

Prostředky volné peněžní jsou v rozvaze evidovány jako „krátkodobý finanční majetek“ mezi tyto prostředky řadíme peníze v hotovosti a také peníze na bankovních účtech a v neposlední řadě krátkodobé cenné papíry i podíly. V Tabulce je vidět, že CF z provozní činnosti dosahovalo v letech 2008 a 2010 záporných hodnot, tento zápor je z hlavní příčiny tvořen krizí, která uvedla v platební neschopnost některé odběratele a jelikož dodavatelům bylo zapláceno řádně a včas, od odběratelů finance však nedorazily. CF z provozní činnosti se po rapidním propadu v roce 2010 opět povedlo stabilizovat a v roce 2012 dosáhl tento údaj kladných hodnot konkrétně + 40.733,- Kč

Společnost se snažila s krizí vypořádat především investicemi a proto je vidět rapidní zvýšení peněžních prostředků vynaložených na investice, v roce 2008 čerpal podnik z prodeje stálých aktiv, aby v důsledku oživení v následujících letech investoval a tím snížil výsledek cash flow až na zápornou hodnotu -17.393,- Kč v roce 2012, Investicemi a zejména nákupem nových aktiv se podnik snaží využít otevřenosti trhu po krizi. Cash flow z finanční činnosti přímo koresponduje s CF z investiční společnosti, a jelikož podnik využil „odložených daňových závazků“ snížilo se v posledních letech CF finanční činnosti až na hodnotu -21.185,- Kč

Celkové CF v průběhu sledovaného období bylo nejdříve kladné, nicméně v roce 2010 dosahuje záporných hodnot, aby mohlo v roce 2012 opět dosáhnout hodnot kladných. V podstatě to znamená, že hotel více peněz investuje, než obdrží, takto záporné CF by mohlo ve větších až extrémních hodnotách způsobit až platební neschopnost podniku. Záporné cash flow je způsobeno především pořizování nových aktiv. Pro lepší pochopení vývoje CF jsem z jednotlivých složek vytvořil následující graf.

Graf 11: Vývoj Cash flow



Zdroj: vlastní zpracování, Cheb, 2014

3.5 ANALÝZA POMĚROVÝCH UKAZATELŮ

Poměrové ukazatele souvisejí s ukazateli absolutními, protože při finanční analýze dochází ke vzniku vazeb mezi ukazateli, kdy je nutné dávat absolutní hodnoty do následných poměrů. Mezi nejčastější poměrové ukazatele patří ukazatele rentability, aktivity, zadluženosti a také ukazatel likvidity. Někdy můžeme používat i další ukazatele například ukazatel kapitálové trhu.

Tyto ukazatele měří a ukazují situaci podniku, v případě kdy mají paralelní uspořádání. O paralelním uspořádání hovoříme tehdy, kdy jsou ukazatele brány rovnocenně. Kromě soustav paralelních můžeme z poměrových ukazatelů vytvářet také soustavy pyramidové. Ty nám pomáhají pochopit změny chování, které mohou nastat u vrcholového ukazatele nebo u jednotlivých činitelů, při jejich působení na vrchol.

3.5.1 Ukazatele rentability

Rentabilita se dá také popsat slovem ziskovost nebo výnosnost. Pro podnik patří ukazatele rentability k nejdůležitějším, protože měří úspěšnost podniku při dosahování cílů tím, že se srovná zisk a ostatní veličina.

Základním měřítkem rentability je ukazatel ROA (angl. return on assets) nebo také rentabilita aktiv nebo se dá také popsat jako rentabilita celkové kapitálu. Je považován za nejdůležitější z ukazatelů, protože je měřítkem celkové efektivnosti. Tento ukazatel poměřuje dosažený zisk s celkovými investovanými aktivy, zisk bývá v tomto případě uváděn jako EBIT, což je pro objasněný zisk před úroky a zdaněním. To nám umožní srovnávat podniky s různými daňovými podmínkami.

$$\text{ROA} = \frac{\text{EBIT (Zisk před zdaněním a úroky)}}{\text{celková aktiva}}$$

Ukazatel ROE (angl. return on equity), rentabilita vlastního kapitálu ukazuje výnosnost kapitálu, který do podniku vložili sami vlastníci. Tento ukazatel může investorům popsat a pomoci posoudit, zda je výnosnost vzhledem k riziku dostatečná.

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

Ziskové rozpětí nebo také zisková marže, to je jeden z dalších ukazatelů, ukazuje rentabilitu tržeb ROS (angl. return on sales). Tento ukazatel popisuje podniku schopnost dosáhnout zisk při dané úrovni tržeb. Obecně platí, že čím vyšší jsou hodnoty toho ukazatele tím lépe pro podnik. Tento ukazatel řekne kolik korun zisku vyprodukuje podnik na 1,- Kč tržeb.

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

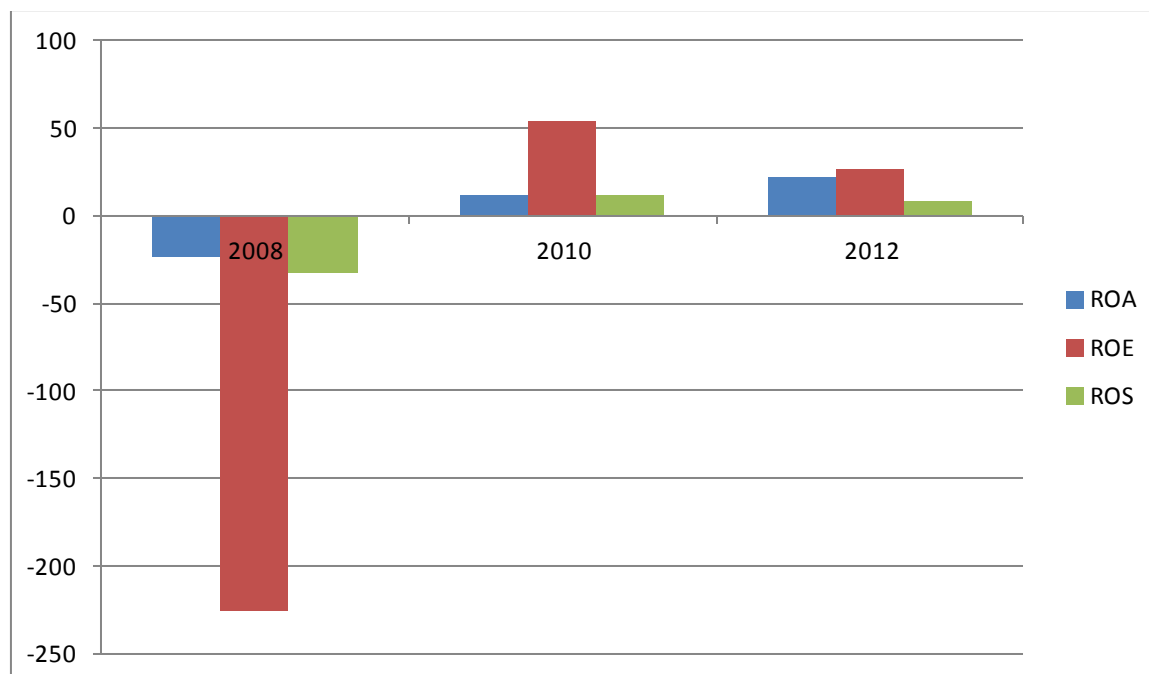
Tabulka 4: Rentabilita společnosti

	2008	2010	2012
ROA (%)	-23,65	11,87	21,83
ROE (%)	-225,96	53,98	27,04
ROS (%)	-32,51	12,14	8,76

Zdroj: Vlastní zpracování dle výkazů společnosti, 2014

Při výpočtu ukazatele ROA používáme zisk před zdaněním a před odečtením úroků. Tabulka ukazuje, že v roce 2008 byla rentabilita aktiv ve velmi záporných hodnotách, v roce 2010 se podnik dostal do hodnot kladných, které se postupně zlepšovaly. V roce 2012 stoupla hodnota ROA na 21,83%. Pro podnik to znamená zvýšení a lepší využití aktiv.

Graf 12: Rentabilita společnosti



Zdroj: Vlastní zpracování, Cheb, 2014

Ukazatel ROE odhaluje potenciálním investorům informace, zda výnosnost odpovídá riziku. V roce 2008, především vlnou krize dosahuje extrémních záporných hodnot.

Společnost v této době dosahovala ztráty a situace na trhu byla nestálá a nepředvídatelná. Společnost se po několika krizových opatřeních začala dostávat do kladných hodnot a v roce 2010 už dosáhla 53,98 %, což znamená, že na jednu korunu kapitálu připadá zisk 0,5 Kč.

Ukazatel ROS je na tom podobně jako ukazatel ROE, je také ovlivněn ztrátou a nestálou situací na trhu. Tento ukazatel je přímo ovlivněn dosaženým ziskem a důsledkem ztráty v roce 2008 je tento ukazatel záporný, podnik v následujících letech svůj hospodářský výsledek zlepšil a tím posunul ukazatel ROE do kladných hodnot.

3.5.2 Ukazatele aktivity

Ukazatelé aktivity se využívají pro řízení podnikových aktiv, a jak podnik hospodaří s aktivy. Ukazatelé také upozorňují na přebytek aktiv, který způsobí zbytečně vysoké náklady a nízký zisk nebo naopak nedostatek aktiv, čím se zisk opět sníží. Ukazatel aktivity nám řekne, kolikrát se obrátí konkrétní aktiva v tržbách nebo výnosech. Nejčastější ukazatelé aktivity jsou obrat celkových aktiv, obrat zásob, obrat pohledávek a doba obratu pohledávek.

Obrat aktiv (angl. Total assets turnover) udává, kolikrát se celková aktiva obrátí v tržby za rok. Jedná se o komplexní ukazatel měřící efektivnost celkových aktiv podniku. V ideálním případě dosahuje tento ukazatel úrovně kolem 1.

$$\text{obrat aktiv} = \frac{\text{tržby}}{\text{celková aktiva}}$$

Obrat zásob vyjadřuje kolikrát se zásoby přemění v ostatní formy majetku až po opětovný nákup zásob, tento ukazatel se také nazývá rychlost obratu zásob.

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

Obrat pohledávek měří počet obrátek pohledávek během daného období. Podnik se má snažit mít tento ukazatel co nejvyšší, aby mohl rychleji zinkasovat své pohledávky. Vyjadřuje rychlost přeměnní pohledávek v peněžní jednotky.

$$\text{obrat pohledávek} = \frac{\text{tržby}}{\text{pohledávky}}$$

Posledním měřeným ukazatelem je doba obratu pohledávek, tento ukazatel znázorňuje dobu, jak dlouho zůstává majetek podniku ve formě pohledávek a také časový údaj splacení těchto pohledávek.

$$\text{doba obratu pohledávek} = \frac{\text{pohledávky}}{\frac{\text{tržby}}{365}}$$

Tabulka 5: Aktiva společnosti

	2008	2010	2012
Obrat aktiv	0,77	1,27	1,48
Obrat zásob	6,41	8,25	12,51
Obrat pohledávek	2,12	2,89	3,43
Doba obratu pohledávek	148,22	113,87	78,62

Zdroj: Vlastní zpracování dle výkazů společnosti, Cheb, 2014

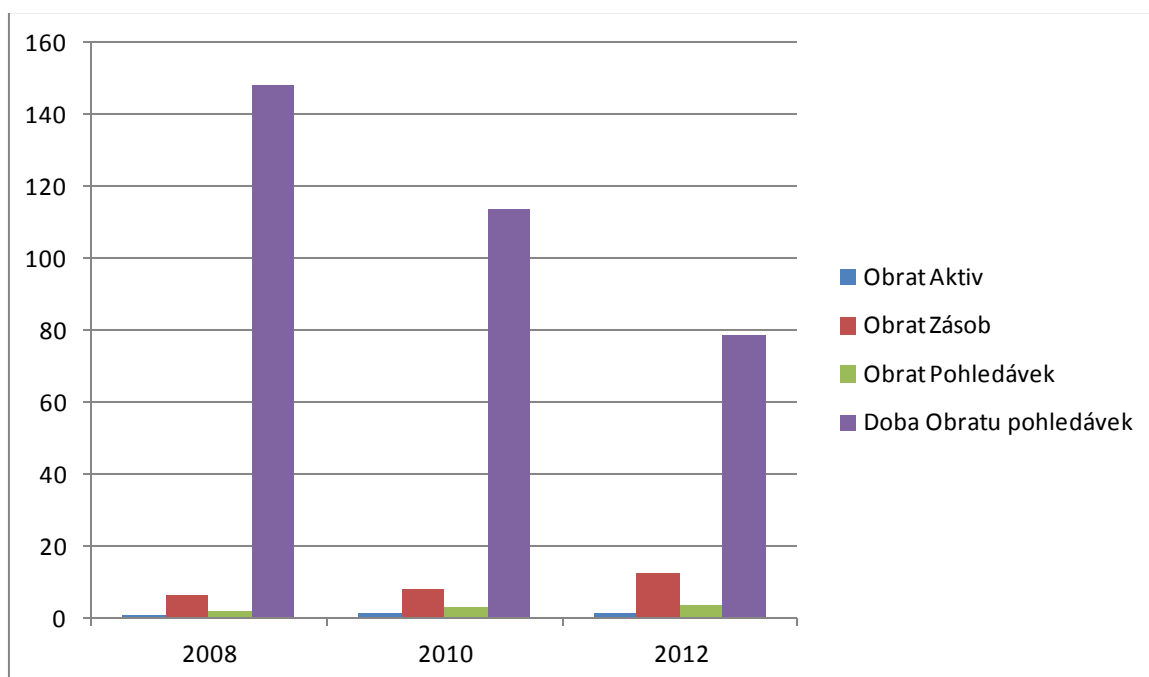
Ukazatel doby obratu aktiv se v ideální blíží k jedné, podnik po celou dobu dosahuje přibližně těch hodnot, kterých se dá v praxi dosáhnout, Nejvyšší hodnota byla zjištěna v roce 2012 a dosáhla 1,48, což prakticky znamená, že celková aktiva jsou pokryta 1,48 krát tržbami podniku. Podnik by měl u toho ukazatele dosahovat růstové tendence.

U ukazatele obratu zásob platí, že čím vyšších hodnot dosahuje firma, tím lépe přispívá ke zvyšování zisku. Z grafu je patrné, že obrat zásob měl rostoucí tendenci a nejlepších výsledků dosahuje v roce 2012.

Rychlost pohledávek má také rostoucí tendenci, rychlost není nijak závratná, což není tak podstatné, jako to, že tento ukazatel nemá žádné velké výkyvy. Stejně jako u předešlého ukazatele platí, že čím větší hodnota je dosažena, tím rychleji podnik zinkasuje své pohledávky. V roce 2012 zinkasuje podnik své pohledávky 3,43.

Doba obratu pohledávek se podle grafu pohybuje mezi hodnotami 148 a 78. Tento ukazatel se na rozdíl od předešlých dvou snaží podnik snižovat, z tohoto ukazatele se dá zjistit, zda podnik dodržuje obchodní a úvěrovou politiku. Vysoké hodnoty ukazují, že odběratelé neplatí své závazky řádně a včas a tím je bohužel ohrožena i schopnost splácení podniku, protože podnik čeká na platby od svých zákazníků. Také v tomto ukazateli je vidět pozitivní vývoj, kdy se podařilo během 4 let snížit dobu obratu pohledávek téměř dva krát z hodnoty 148 dnů na dnů 78.

Graf 13: Aktiva společnosti



Zdroj: Vlastní zpracování, Cheb

3.5.3 Ukazatele likvidity

Ukazatelé likvidity jsou důležité z hlediska úspěšné existence podniku. Ukazují trvalou platební schopnost firmy. Likvidita společnosti se určuje jako poměr mezi krátkodobými oběžnými aktivy a krátkodobý dluhy. Nejčastější ukazatele likvidity jsou běžná likvidita, pohotová a okamžitá likvidita.

Prvním ukazatelem je běžná likvidita, Tato likvidita určuje kolikrát pokryjí oběžná aktiva krátkodobé závazky. Ukazatel má význam především pro věřitele podniku, kterým naznačí do jaké míry je jejich investice chráněna majetkem podniku. Čím vyšší hodnotu podnik dosahuje tím je pravděpodobnější, že bude zachována platební schopnost.

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

Pohotová likvidita jako další z ukazatelů nám pomůže odstranit nejméně likvidní položku, kterou představují zásoby. U pohotové likvidity nejde ani tak o naměřenou hodnotu, ale o vývoj v čase. Pokud se hodnota ukazatele snižuje, znamená to, že firma je schopna splácet své závazky, aniž by musela prodávat zásoby. Naopak pokud vychází vyšší je příznivější spíše pro věřitele.

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

Okamžitá likvidita je také někdy uváděna jako peněžní likvidita měří účty v bankách, peníze a další krátkodobý majetek firmy s krátkodobými závazky. Optimální hodnota se obvykle pohybuje $\geq 0,2$.

$$\text{okamžitá likvidita} = \frac{\text{krátkodobý finanční majetek}}{\text{krátkodobé závazky}}$$

Tabulka 6: Likvidita společnosti

	2008	2010	2012
Běžná likvidita	0,57	0,66	0,88
Pohotová likvidita	0,36	0,53	0,96
Okamžitá likvidita	0,09	0,08	0,13

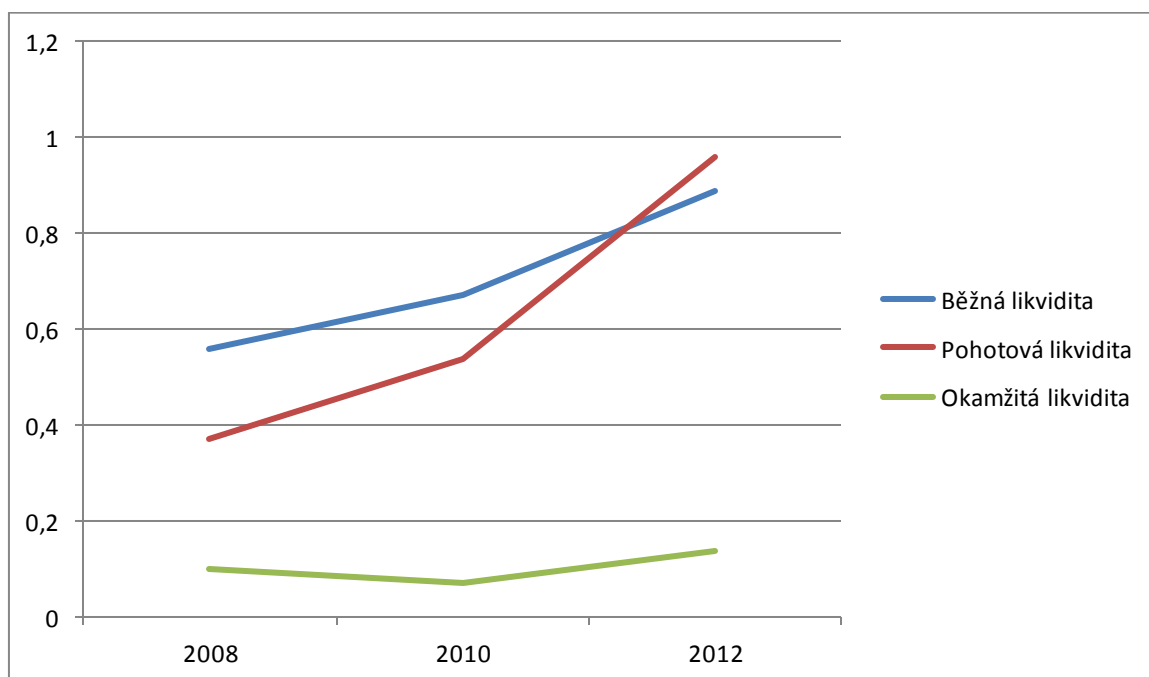
Zdroj: Vlastní zpracování dle výkazů společnosti, Cheb, 2014

Běžná likvidita by se měla pohybovat mezi hodnotami 1,5-2,5. Z tabulky lze vyčíst, že doporučené optimální hodnoty nedosahuje podnik v žádném období. Doporučené hodnoty, se ale liší strukturou oběžných aktiv dle odvětví. Nejhorších hodnot dosahuje podnik v dobách krize 0,57 je vidět růst v posledních letech, podle prognóz by firma měla časem dosahovat optimálních hodnot.

Pohotová likvidita opět nevykazuje hodnot, které by se měly pohybovat v rozmezí 1-1,5. Nejlepších výsledků dosahují podnik opět v posledních letech, kdy se mu podařilo snížit nárůst krátkodobých závazků. Pokud je hodnota pohotové likvidity vyšší než 1, je z pohledu věřitelů přitažlivější.

Nízké hodnoty znamenají pro podnik nebezpečí ztráty platební schopnosti. Ideální hodnoty 0,2 bohužel podnik nedosahuje, ale po vypořádání se s krizí dosahuje v roce 2012 hodnoty 0,13. Nízké hodnoty znamenají, že krátkodobý finanční majetek kolísal a krátkodobé závazky se zvyšovaly.

Graf 14: Likvidita společnosti



Zdroj: Vlastní zpracování, Cheb, 2014

3.5.4 Ukazatele zadluženosti

Zadluženost znamená, že podnik používá k financování aktiv a činností cizí zdroje. Tyto ukazatele slouží firmám k tomu, že pomocí nich hodnotí stabilitu podniku po finanční stránce. Podmínkou finanční stability je rovnováha finanční a majetkové struktury podniku.

Celková zadluženost se nazývá také ukazatel věřitelského rizika a platí, že čím vyšší je hodnota, tím vyšší je zadluženost podniku a riziko věřitelů. Ukazatel se většinou posuzuje s celkovou výnosností, kterou podnik dosahuje z celkového vloženého kapitálu.

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

Zadluženost vlastního kapitálu je kombinací koeficientu samofinancování a celkové zadluženosti. Hodnoty by měla být vyšší než 0. Ukazatel roste s podílem závazků ve finanční struktuře. Je vždy doplněn ukazatelem úrokového krytí.

$$\text{zadluženost vlastního kapitálu} = \frac{\text{cizí zdroje}}{\text{vlastní kapitál}}$$

Koeficient samofinancování je doplňkem pro ukazatel věřitelského rizika a jejich součet by měl být roven 1. Pokud bychom převrátili hodnotu tohoto ukazatele, dostali bychom tzv. finanční páku.

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

Posledním ukazatelem zadluženosti je úrokové krytí, které určuje, kolikrát je zisk vyšší než zaplacené úroky. Pro akcionáře i pro věřitele je tento ukazatel velmi důležitý, akcionáře informuje o tom, zda je schopen splácet své úroky a věřitele, zda jsou zajištěny jejich nároky, pokud dojde k likvidaci podniku.

$$\text{ukazatel úrokového krytí} = \frac{\text{zisk před úroky a zdaněním}}{\text{nákladové úroky}}$$

Tabulka 7: Zadluženost společnosti

	2008	2010	2012
Celková zadluženost	0,63	0,84	0,70
Zadluženost vlastního kapitálu	1,76	5,97	2,42
Koeficient samofinancování	0,37	0,13	0,28
Ukazatel úrokového krytí	-2,36	-5,51	5,32

Zdroj: Vlastní zpracování dle výkazů společnosti, Cheb, 2014

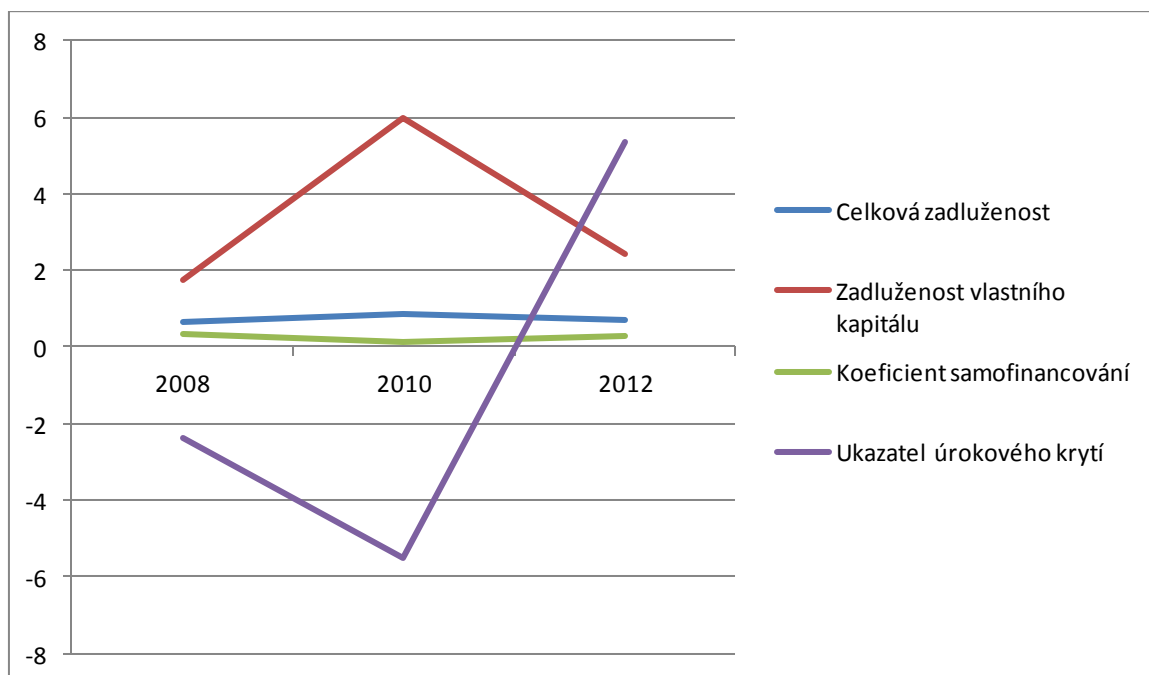
Doporučována bývá celková zadluženost pod úrovní 0,5. Společnost této hodnoty nedosahuje, ale po vychýlení v roce 2010 se opět snižuje. Čím více se hodnota snižuje, tím je pozitivnější

pro majitele, naopak čím víc se zvyšuje, tím je zajímavější pro věřitele. Podnik by se měl řídit tím, že cizí kapitál použije jen v případě, kdy bude výnosnost celkového kapitálu vyšší než náklady spojené s jeho použitím. Vlastní kapitál by měl být vždy vyšší než cizí.

Koeficient samofinancování jak už bylo řečeno, dává součet s ukazatelem věřitelského rizika hodnotu 1. Výsledné hodnoty vyjadřují proporce, v níž jsou aktiva společnosti financována penězi akcionářů, z toho vyplývá, že nejvíce jsou aktiva financována v roce 2008.

U ukazatele úrokového krytí je doporučena hodnota vyšší než 3, Z grafů i tabulky vyplývá, že této hodnoty podnik dosahuje až v roce 2012, v dřívějších letech vzhledem k zápornému hospodářskému výsledku dosahuje tento ukazatel záporných hodnot. V případech, kdy ukazatel nedosahuje doporučených hodnot, připadá celý zisk na úhradu nákladových úroků.

Graf 15: Zadluženost společnosti

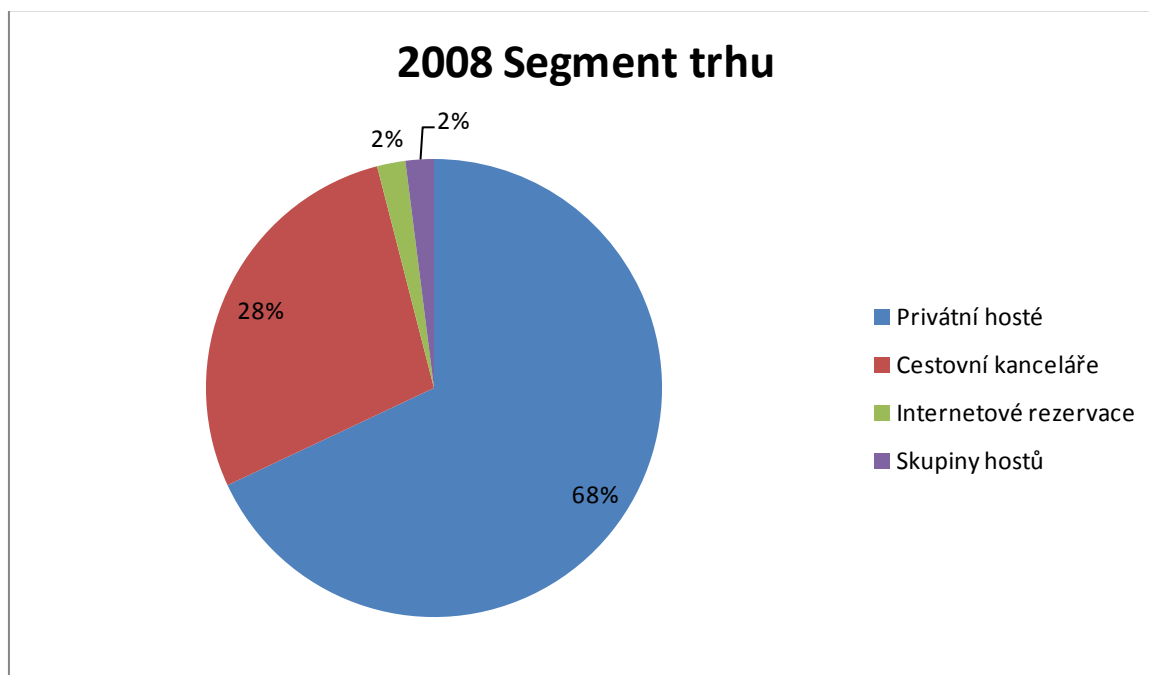


Zdroj: Vlastní zpracování, Cheb, 2014

4 SEGMENT TRHU A NÁRODNOSTNÍ MIX

Na následujících grafech bude patrný vývoj klientů od roku 2008 do roku 2012. Je vidět, že se složení rezervací mění a vyvíjí, stejně tak se mění i požadavky klientů a tím pádem se musí měnit i prostředí hotelu. V roce 2008 tvořilo téměř 70 % hostů privátní klientela, stále a naučená klientela, která vše v hotelu znala a proto s touto klientelou jak po organizační tak i po rezervační stránce nebyly žádné problémy, internetové rezervace i skupiny hostů jsou pouze na 2 %, což není nijak podstatná část rezervací. Cestovní kanceláře prodávají přibližně 28 %. Je to slušné číslo, nicméně cestovní kanceláře si účtují provizi, která z privátních klientů zůstává hotelu.

Graf 16: Segment v roce 2008

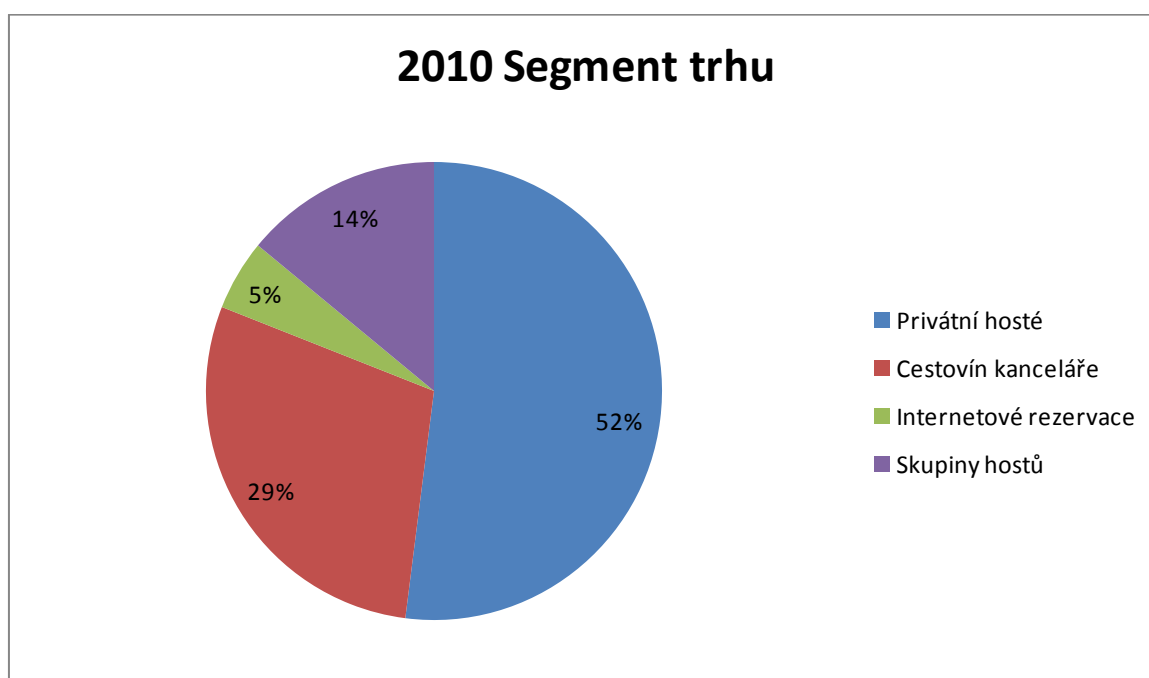


Zdroj: Vlastní zpracování, Cheb, 2014

V roce 2010 se segment mírně změnil a vyvinul, klesl počet privátních hostů, jak z důvodu cenové, tak ze změny preferencí, hosté si na přelomu desetiletí začali hledat nová místa pro léčebné pobyty převážně v dalších městech lázeňského trojúhelníku, ale také v Polsku či na Slovensku. Stále tvořil segment privátních hostů primární skupinu hostů, ale rostla také spolupráce s cestovními kancelářemi, protože hotel už nebyl schopný naplnit kapacitu

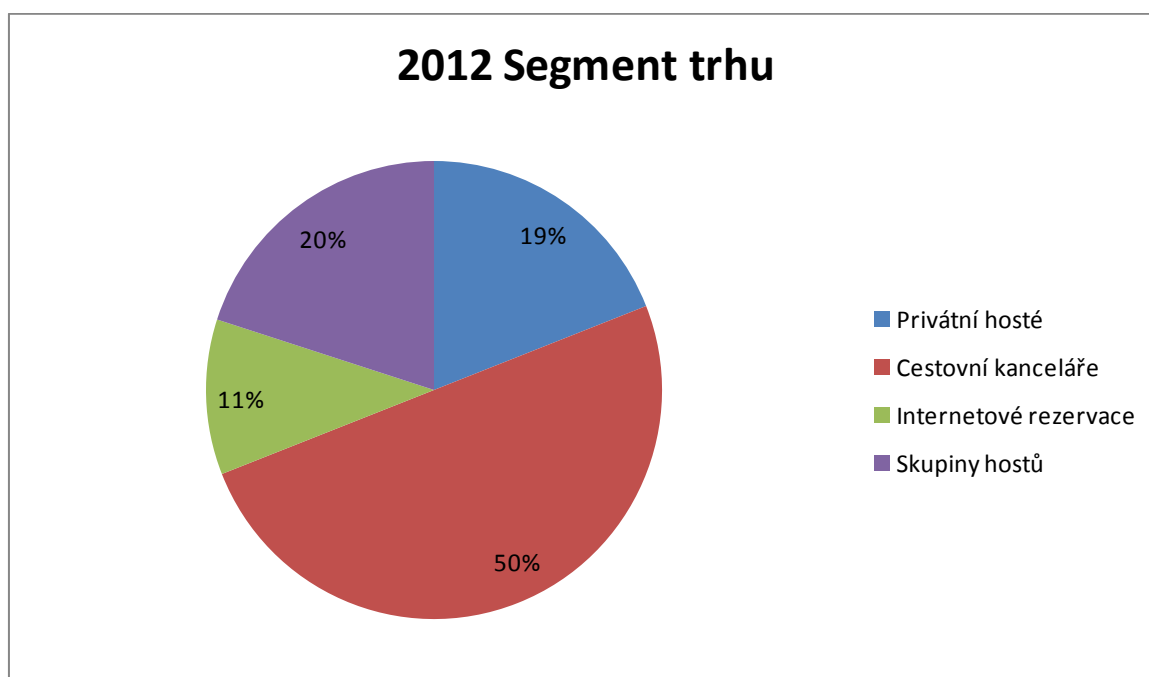
výhradně ze svých hostů. Objevili se také více skupinové rezervace, které jsou pro hotel z hlediska organizačních výhodnější než jednotlivé příjezdy soukromých klientů. Při skupinové rezervaci přijede najednou 50 osob autobusem a těmto hostům se vše vysvětluje pouze jednou, nenastává zdlouhavý a složitý proces ubytování u každého z padesáti hostů zvlášť, jsou bráni jako skupina a tak jsou i ubytováni ve stejné části budovy, usazováni u stejných stolů, stejně tak jako léčení ve stejných časech.

Graf 17: Segment v roce 2010



Zdroj: Vlastní zpracování, Cheb, 2014

Graf 18: Segment v roce 2012



Zdroj: Vlastní zpracování, Cheb, 2014

Vývoj segmentu v roce 2012 potvrdil trend z roku 2010, stále ubývá privátních klientů a ti tvoří již pouze 20 % část obrátu, spolupráce s cestovními kancelářemi neustále narůstá, právě z důsledku úbytku privátních klientů. Skupinové rezervace se osvědčily a skupiny hostů, převážně seniorské a zdravotně postihnuté klientely se neustále vrací a ještě rozšiřují poptávku termínů, což hotelu velmi usnadňuje splnění daného plánu. Roste také oblíbenost internetových rezervací, protože internet se stále více rozšiřuje a používá.

Předpoklad pro další roky je pevně daný vývojem trhu, ještě stále více porostou internetové portály, slevové portály a všeobecná internetová poptávka, spolu s pobyty od cestovních kanceláří budou tvořit základ výnosů pro hotel. Skupiny rezervací se ustálí na měsících nejvíce turisticky oblíbených, ale i tak nebudou tvořit více než 20 % podíl na zisku. Složení privátních klientů neustále klesá a zřejmě tento trend bude pokračovat i v příštích letech, alespoň vedení společnosti tento vývoj předpokládá.

5 VYHODNOCENÍ A PŘÍPADNÉ NÁVRHY DO BUDOUCNA

Spa & Kur Hotel Praha je lázeňský dům, jeho hlavním předmětem podnikání je poskytování hotelového, relaxačního a léčebného ubytování. K jeho dalším prostředkům podnikání patří provoz restauračního zařízení a v neposlední řadě balneo provoz, pro prodej léčebných a relaxačních procedur. Hotel se snaží vystupovat aktuálně na trhu, zapojuje se do všech akcí spojených s mimořádnými svátky, akčních balíčků, letáků rozesílaných uživatelům a samozřejmě také hlídá aktuální trendy uživatelů, v poslední řadě například rezervace přes slevové portály. Hotel se snaží plnit ředitelstvím stanovené plány, dodržovat segmentační plán a kladným přístupem k inovacím se udržet stále v kladných číslech a vysoké obsazenosti.

K těmto novinkám a novým přístupům došlo z jisté části i kvůli ztrátám způsobených hospodářskou krizí, nicméně vývoj společnosti se neustále zrychluje a lázeňské domy už neslouží pouze k léčení předepsaných diagnóz, ale musí se sami snažit o nový modernější přístup ve formě relaxačního ubytování i případného hotelového ubytování.

Hotel je součástí velké globální společnosti, jejíž standardy musí dodržovat a jejíž požadavky musí dodržovat, v roce 2013 dosáhla ztráta oproti plánu téměř pěti milionů korun a ztráta na ubytování činila tři miliony korun, v důsledku těchto ztrát, které už nemohli být ovlivněny hospodářskou krizí, byl na přelomu září odvolán vedoucí recepce, rezervační a prodejní kanceláře a byl jsem na jeho pozici dosazen já. Po určité stabilizaci a obnovení důvěry mezi cestovními kancelářemi, se nám prozatím v roce 2014 daří plnit plány, což značí pozitivní výhled do budoucna, s přispěním ustálené politické situace v zemi a vyřešení legislativních záležitostí kolem léčebných pobytů by se měl hotel i pro příští roky pohybovat v zelených číslech.

Celkový výhled do budoucna vypadá příznivě, nicméně stačí jedna problémová cestovní kancelář, jeden špatný výstup politika v televizi či novinách a důvěra zákazníka klesne. Hotel bude muset do budoucna řešit také generační obměnu, jelikož se někteří zaměstnanci chystají do důchodu a jsou hosté, kteří jezdí do lázní za konkrétním obličejem, za konkrétním člověkem, zvláště na recepci je tento trend velmi patrný. Hosté, kteří návštěvu opakují, jsou pro hotel základním zdrojem reklamy, protože neexistuje lepší reklama než doporučení někoho blízkého a tito hosté při vlídném chování někoho z personálu jméno nezapomínají a odkazují se na něj i v letech budoucích. Zásadní je také obsazení Vedoucího lékaře, který

bude končit v příštím roce ze zdravotních důvodů, hosté byly zvyklí na určitý standard, který jim musí být i nadále poskytován.

ZÁVĚR

Lázeňský dům Praha se od svého založení musel vypořádat s celou řadou problémů, mezi které patří nepochybně i hospodářská krize. Základem každého podniku musí být kvalitní řízení na všech úrovních provozu a také kvalitní a profesionální zaměstnanci, kteří i v době snižování mezd nebo nestálých pracovních poměrů musí pracovat na 100 %. Podnik si musí umět vzít z negativních zkušeností to pozitivní, ale i naopak z pozitivních věcí si umět vybrat i to co nebylo úplně dokonalé.

Bakalářskou práci jsem se pokusil popsat vývoj hotelu v poslední době a hlavně vypořádání se s dopady hospodářské krize.

Z provedených analýz je patrné, že hotel a celý cestovní ruch měl problémy s úbytkem klientů, ale úbytek klientů může být spojen také se změnou priorit a také stárnutím stále privátním klientely.

Díky podpoře vedení se hotel nemusí obávat drastických opatření nebo propouštění a měl by si i v příštích letech zajistit stabilní a dlouhodobou prosperitu.

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Logo Lázeňského domů.....	13
Obrázek 2: Organizační struktura podniku.....	15

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Počet HUZ v Karlovarském Kraji v letech 2007-2010.....	9
Graf 2: Počet HUZ v České republice v letech 2007-2010	10
Graf 3: Návštěvnost v hotelech v ČR podle kategorie	10
Graf 4: Podíl odvětví v cestovním ruchu na hrubé přidané hodnotě v ČR.....	11
Graf 5: Graf lůžkové kapacity lázeňských zařízení v roce 2012 podle krajů.....	12
Graf 6: Vývoj celkových aktiv a jejich vybraných složek (v Kč)	23
Graf 7: Vývoj celkových pasiv a jejich vybraných složek (v Kč).....	23
Graf 8: Procentní analýza vybraných položek aktiv.....	26
Graf 9: Procentní analýza vybraných položek pasiv	27
Graf 10: Vývoj vybraných položek výkazu zisků a ztrát	29
Graf 11: Vývoj Cash flow	31
Graf 12: Rentabilita společnosti	33
Graf 13: Aktiva společnosti.....	36
Graf 14: Likvidita společnosti.....	39
Graf 15: Zadluženost společnosti	41
Graf 16: Segment v roce 2008	42
Graf 17: Segment v roce 2010	43
Graf 18: Segment v roce 2012	44

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Procentní analýza vybraných položek aktiv	25
Tabulka 2: Procentní analýza vybraných položek pasiv	27
Tabulka 3: Analýza cash flow (v tis. Kč)	29
Tabulka 4: Rentabilita společnosti	33
Tabulka 5: Aktiva společnosti	35
Tabulka 6: Likvidita společnosti	38
Tabulka 7: Zadluženost společnosti	40

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Tištěné zdroje

BLÁHA, Zdeněk Sid a Irena JINDŘICHOVSKÁ. *Jak posoudit finanční zdraví firmy*. 3. rozšířené vydání. Praha: Management Press, 2006. ISBN 80-7261-145-3.

HRDÝ, Milan a Michaela HOROVÁ. *Finance podniku*. 1. vydání. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. ISBN 978-80-7357-492-5.

KISLINGEROVÁ, Eva. *Podnik v časech krize: Jak se dostat do potíží a jak se dostat z potíží*. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3136-0.

VALACH, Josef a kol. *Finanční řízení podniku*. 2. vydání. Praha: Ekopress, 1999.

ISBN 80-86119-21-1.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vydání. Praha : Grada Publishing, a.s., 2009. 288 s. ISBN 987-80-247-3247-3

FORET, Miloslav a FORETOVÁ, Věra. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2001. 180 s. ISBN 80-247-0207-X.

VOCHOZKA, Marek. *Metody komplexního hodnocení podniku*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2011. ISBN 978-80-247-3647-1.

Elektronické zdroje:

Hospodářská krize a česká ekonomika – Česká národní banka. [online] Aktualizace 3.4.2014 [cit. 2014-04-03]. Dostupné na <http://obchodnirejstrik.cz/cpi-hotels-a-s-47116757/>

Analýza cestovního ruchu ČR, důsledky hospodářské krize a možná východiska pro následná období – září 2009. 2009. Dostupné na <http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=4fbd9fc3-39ea-4288-8466-69ce869295ce>

Hlavní faktory regionálního rozvoje ČR – Kulturní potenciál, Cestovní ruch a veřejná správa. 2007. Dostupné na <http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/rozvojregionu/faktory-regionalniho-rozvoje-cr-kultura/1001179/46067/>

Abstrakt

TIEKALA, Jan. Analýza hospodaření podniku v době hospodářské krize.

Bakalářská práce. Cheb: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni

Klíčová slova: hospodářská krize, analýza podniku

Cílem této práce je provést finanční analýzu podniku v době krize, posoudit finanční stabilitu, vymyslet možné varianty do budoucna. Tato práce se zaměřuje na konkrétní podnik v době hospodářské krize.

První část rozebírá finanční krizi, vznik této krize a dopad na celosvětový trh, stejně tak jako na konkrétní podnik. Ve druhé části je představen Spa & Kur Hotel Praha, popsána historie podniku i aktuální situace na trhu. V poslední části je konkrétní analýza podniku, finanční analýza, analýza rozvahy, výkazu zisků a ztrát a také ukazatelů likvidity, zadluženosti a rentability. Závěrem jsem se snažil zhodnotit, jak se s krizí hotel vyrovnal i možná řešení do budoucna.

Abstract

TIEKALA, Jan. Analysis of the company's performance during the economic crisis. Bachelor thesis. Cheb: Faculty of Economics, University of West Bohemia in Pilsen

Keywords: economic crisis, company analysis

The aim of this work is to carry out a financial analysis of the company during the crisis, assess financial stability, think of possible options for the future. This work focuses on a specific company during the economic crisis.

The first part discusses the financial crisis, the emergence of the crisis and its impact on the global market, as well as the particular company. The second part presents the Spa & Kur Hotel Praha, describes the company's history and current situation of the market. The last part is a specific company analysis, financial analysis, balance sheet, income statement and indicators of liquidity, leverage and profitability. Finally, I tried to analyse how the hotel dealt with the crisis and possible solutions for the future.