

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Analýza faktorů úspěšnosti vybraného podniku

Analysis of success on a particular firm

Martina Bezděková

Plzeň 2017

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
Fakulta ekonomická
Akademický rok: 2016/2017

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Martina BEZDĚKOVÁ**
Osobní číslo: **K14B0201P**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika a management**
Název tématu: **Analýza faktorů úspěšnosti vybraného podniku**
Zadávající katedra: **Katedra financí a účetnictví**

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

1. Charakterizujte vybraný podnik.
2. Definujte vnitřní a vnější faktory působící na podnik.
3. Vymezte silné a slabé stránky podniku.
4. Zhodnoťte úspěšnost vybraného podniku.
5. Na základě konkrétních dat formulujte závěr.

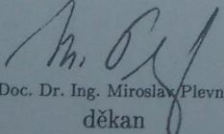
Rozsah grafických prací: neuveden
Rozsah kvalifikační práce: 40 - 60 stran
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

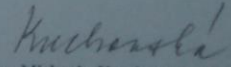
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Marketing management*. 14. vyd. Praha: Grada, 2013. 814 s. ISBN 978-80-247-4150-5
- KOTLER, Philip et al. *Moderní marketing*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2
- RŮČKOVÁ, Petra. *Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi*. 5. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2015. 152 s. ISBN 978-80-247-5534-2
- SYNEK, Miloslav a kol. *Podniková ekonomika*. 6. přepracované a doplněné vydání. Praha: C. H. Beck, 2015. 526 stran. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-274-8

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Kateřina Mičudová, Ph.D.
Katedra ekonomie a kvantitativních metod

Datum zadání bakalářské práce: 21. října 2016
Termín odevzdání bakalářské práce: 24. dubna 2017


Doc. Dr. Ing. Miroslav Plevný
děkan




Ing. Michaela Krechovská, Ph.D.
vedoucí katedry

V Plzni dne 21. října 2016

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Analýza faktorů úspěšnosti vybraného podniku“

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucí bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne

.....

Podpis autora

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala paní Ing. Kateřině Mičudové Ph.D. za vedení práce, odbornou pomoc a cenné rady. Zároveň bych chtěla poděkovat panu Ing. Milanu Baxovi ml. a paní Aleně Kantové, jednatele společnosti Applycon, s. r. o. za ochotu a poskytnuté informace k vypracování této bakalářské práce.

Obsah

Úvod.....	7
1 Cíl a metodika práce	8
1.1 Cíl práce	8
1.2 Metodika práce.....	8
2 Teoretická část práce	9
2.1 Marketingová situační analýza.....	9
2.2 Marketingové prostředí podniku	10
2.3 Makroprostředí.....	11
2.4 Mikroprostředí.....	12
2.4.1 Porterův model pěti sil.....	13
2.5 Finanční analýza.....	15
2.5.1 Uživatelé finanční analýzy.....	15
2.5.2 Metody finanční analýzy	16
2.5.3 Analýza poměrovými ukazateli	17
2.5.3.1 Ukazatele likvidity.....	18
2.5.3.2 Ukazatele rentability.....	18
2.5.3.3 Ukazatele zadluženosti	20
2.6 SWOT analýza	20
2.6.1 Příležitosti a hrozby	21
2.6.2 Silné a slabé stránky	22
3 Praktická část práce	23
3.1 Profil společnosti.....	23
3.1.1 Představení společnosti.....	23
3.1.2 Produkty.....	24

3.1.3	Projekty	24
3.2	Makroprostředí	26
3.2.1	PEST analýza	26
3.2.1.1	Politicko-právní faktory	27
3.2.1.2	Ekonomické faktory	28
3.2.1.3	Sociokulturní	31
3.2.1.4	Technologické	31
3.3	Mikroprostředí	32
3.3.1	Porterův model pěti sil	32
3.4	Finanční analýza	37
3.5	SWOT analýza	42
3.6	Zhodnocení úspěšnosti společnosti	44
	Závěr	46
	Seznam grafů	47
	Seznam obrázků	47
	Seznam tabulek	47
	Seznam použitých zkratk	47
	Seznam použité literatury	49
	Seznam příloh	51
	Přílohy	52
	Abstrakt	66
	Abstract	67

Úvod

Tato bakalářská práce se zabývá analýzou faktorů úspěšnosti vybraného podniku. Pro aplikování teoretických poznatků popsanych v literární rešerši byla pro praktickou část vybrána společnost Applycon, s. r. o.

Společnost Applycon, s. r. o. působí v oblasti výzkumu a vývoje v elektrotechnickém průmyslu. Jednou z jejích činností je vývoj a výroba inteligentních textilií. V 21. století je stále toto zaměření zcela netradiční a existuje mnoho lidí, kteří ani nevědí, že společnost existuje, ani, co si pod pojmem inteligentní textilie představit.

V současnosti se inteligentní textilie začínají využívat jako nosiče pohyblivých multimediálních technologií, jako prostředky bezdrátové komunikace a také jako přenosné počítače. Dále nachází své využití v monitorování stavu člověka ať již v roli vojáka, hasiče nebo pacienta. Další využití se jeví v oblasti výroby inteligentních čidel pachů, plynů, bakterií apod. Do budoucna se očekává také rozvoj použití inteligentních textilií v informačních technologiích. Zajímavé je i použití jako adaptivních materiálů, které v závislosti na podmínkách okolí a stavu člověka mění svoji strukturu, barvu, omak a jiné charakteristiky.

To, o co se společnost Applycon, s. r. o. snaží, může přinést pro Českou republiku i okolní země obrovský pokrok ve světě vývoje a výzkumu. Důkazem je i projekt Smart at Fire, kde české konsorcium, s lídrem Applycon, s. r. o., jako jediné zvítězilo v mezinárodním tendru a ukázalo tak veliký technologický náskok oproti ostatním zemím z celého světa. Výsledkem tohoto projektu je nový zásahový hasičský oblek, který nemá nikde na světě konkurenci. Tento výrobek ulehčí hasičům práci a několikanásobně zvýší jejich bezpečnost.

1 Cíl a metodika práce

1.1 Cíl práce

Cílem této bakalářské práce je analyzování faktorů úspěšnosti vybraného podniku. V teoretické části je dílčím cílem popis marketingové situační analýzy s důrazem na vnější a vnitřní prostředí společnosti a definování základních poměrových ukazatelů finanční analýzy. Praktická část práce má pak za cíl získané poznatky aplikovat na vybranou společnost Applycon, s. r. o.

1.2 Metodika práce

Pro vypracování je použito několik metod a analýz. Celková struktura práce je rozdělena do dvou částí, a to teoretické a praktické části.

Pro zpracování teoretické části jsou použity odborné české a zahraniční publikace zabývající se danou problematikou. Zbylé informace jsou vyhledávány pomocí relevantních internetových zdrojů.

Praktická část se opírá o nasbírané teoretické poznatky z literární rešerše. Tyto poznatky budou aplikovány na vybrané společnosti Applycon, s. r. o.

Potřebná data a informace byla předávána pouze prostřednictvím ústní komunikace a domluvy s manažerem a jednatelkou společnosti. Získaná data byla dále analyzována a z výsledků analýz byly vyvozeny patřičné závěry. Pro celkové a konečné zhodnocení úspěšnosti byla vytvořena analýza SWOT.

Převážná část bakalářské práce je vypracována v roce 2016, proto vychází většina dat především z právních předpisů roku 2016. Z důvodu neposkytnutí účetní závěrky za rok 2016, je v praktické části zpracována finanční analýza pouze do roku 2015.

2 Teoretická část práce

Teoretická rešerše pojednává o základních teoretických poznatcích týkajících se marketingové situační analýzy, která je popsána v první části. V dalších částech jsou již konkrétně popsány složky této analýzy, a to definování makroprostředí, mikroprostředí a SWOT analýzy. Poslední kapitola je věnována finančnímu zdraví podniku a vymezení základních ukazatelů finanční analýzy.

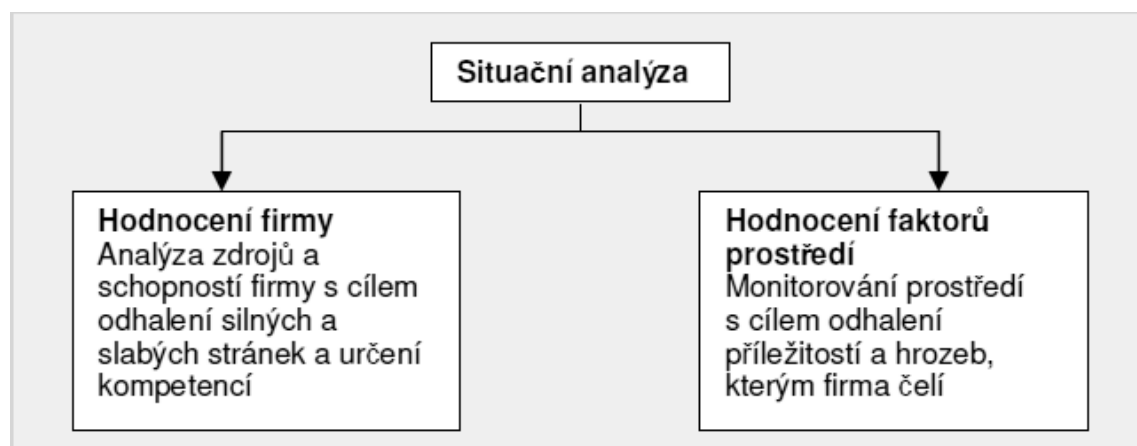
2.1 Marketingová situační analýza

Situační analýza je prvním krokem strategického řízení. Jejím základním principem je identifikace, analýza a ohodnocení všech faktorů, které mohou mít vliv na konečnou volbu cílů a strategií firmy. Pomocí této metody podnik zkoumá jednotlivé složky a vlastnosti vnějšího prostředí, ve kterém podniká nebo na něj mohou nějakým způsobem působit, a vnitřního prostředí firmy. Výsledkem situační analýzy je nalezení výhodných příležitostí, které přicházejí v úvahu s ohledem na schopnost a zdroje daného podniku. (Jakubíková, 2013)

Důkladně zkoumá marketingové situace společnosti na trhu a její postavení v daném prostředí, a to ve třech časových patrech – dosavadní vývoj, současný stav, a nakonec i odhad možného budoucího vývoje. (Kozel a kol., 2006)

Nejjednodušší metodou provedení této analýzy je SWOT analýza. Existuje však ještě podrobnější analýza, kterou je marketingový audit. (Kozel a kol., 2006)

Obr. č 1: Schéma situační analýzy



Zdroj: Jakubíková, 2013, str. 95

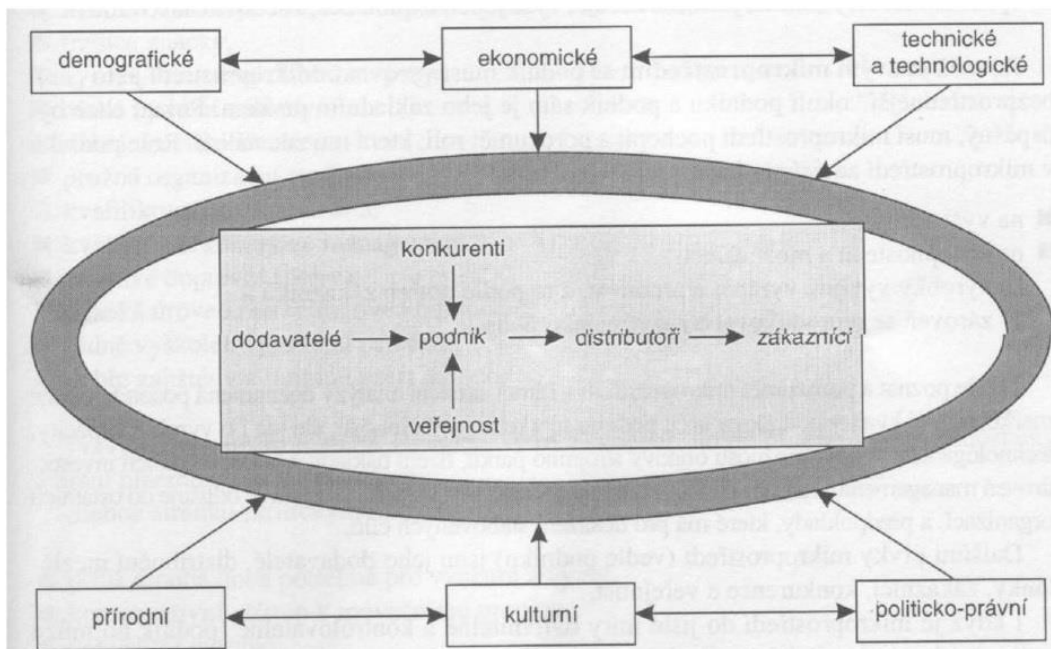
2.2 Marketingové prostředí podniku

„Marketingové prostředí společnosti se skládá z činitelů a sil vně marketingu, které ovlivňují schopnost marketing managementu vyvinout a udržovat úspěšné vztahy s cílovými zákazníky. Marketingové prostředí představuje jak příležitosti, tak i hrozby. Úspěšné společnosti si uvědomují, jak důležité je neustále sledovat změny v prostředí a přizpůsobovat se jim.“ (Kotler et al., 2007, str. 129)

Marketingové prostředí jsou veškeré faktory, jež ovlivňují schopnost společnosti uspokojit potřeby a přání na cílovém trhu. Je nutné jej neustále monitorovat, přizpůsobovat se mu a vyhledávat v něm vhodné příležitosti a včas odhalit potenciální hrozby. (Kotler et al., 2007)

Marketingové prostředí členíme do dvou složek – makroprostředí a mikroprostředí. Mikroprostředí jsou faktory blízké společnosti, které ovlivňují schopnosti firmy uspokojovat potřeby a přání zákazníků. Patří sem zejména zákazníci, konkurence, veřejnost a také společnost. Oproti tomu je makroprostředí zahrnováno faktory širšími společností, které působí na celé mikroprostředí. (Kotler, Armstrong, 2004)

Obr. č 2: Schéma marketingového prostředí



Zdroj: Horáková, 2003, str. 41

Při analyzování prostředí je důležité uvědomit si, že okolí společnosti netvoří pouze území České republiky. V 21. století, vstupem do Evropské unie, se Česká republika stala součástí jednotného trhu EU, který společnost významně ovlivňuje. Na jedné straně tato skutečnost přináší České republice otevřený celý trh EU, na druhé straně je nutné vzít na vědomí, že i náš trh je otevřen pro podniky z celé Evropské unie. To zcela přetváří konkurenční prostředí například v podobě vyšších nároků na kvalitu výrobků. (Synek a kol., 2015)

2.3 Makroprostředí

Jak je již uvedeno výše, makroprostředí je součástí vnějšího prostředí a zahrnuje faktory z širšího prostředí. Tyto složky přímo působí na mikroprostředí a vytváří pro společnost nové příležitosti, ale také hrozby. Jednotlivé faktory jsou navíc zcela mimo podnikovou kontrolu a společnost je nemůže nijak ovlivnit. Je tedy velice důležité, aby manažeři nepřetržitě faktory analyzovali. Podrobně pak identifikovali jejich působení na podnik a včas navrhli možné změny v následném chování společnosti na základě analýzy. (Kotler, Armstrong, 2004)

Při analyzování je však důležité odlišovat výstřelky, trendy a megatrendy. Výstřelky jsou vždy jevy nepředvídatelné a krátkodobého charakteru. Pokud chce firma náhlého módního výkyvu využít, je důležité správné načasování. Dalším jevem je trend, který je již dlouhodobějšího charakteru a dá se tak lépe předvídat do budoucna. Posledním jevem je megatrend. Je vyznačován obrovskou sociální, ekonomickou, politickou a technologickou změnou, která ovlivňuje jednotlivce a zároveň i celou společnost po dobu několika let. (Kotler, Keller, 2012)

Makroprostředí zahrnuje následujících šest faktorů:

- Ekonomické – hospodářské změny země, inflace, nezaměstnanost, úroveň příjmů, daňové a celní podmínky atp.
- Demografické – počet obyvatel, věková struktura, podíl mužů a žen, hustota osídlení atp.
- Přírodní – klimatické podmínky, znečišťování ovzduší, surovinové zdroje atp.
- Technické a technologické – technologický vývoj země, přijímání nových technologií atp.

- Politické – legislativa, zákonné normy, ochrana spotřebitele, ovlivňování státní správou atp.
- Kulturní – sociální prostředí, kulturní hodnoty společnosti, názory společnosti atp.

(Horáková, 2003)

Pro analýzu makroprostředí se využívá nejčastěji analýza PEST. Její název je odvozen ze začátečních písmen faktorů, které jsou zkoumány:

- **Politicko-právní** vytváří rámec pro všechny podnikatelské a podnikové činnosti. Jedná se o politickou stabilitu, stabilitu vlády, vliv politických stran, zákony, fiskální politiku atp.
- **Ekonomické** ovlivňují kupní sílu a nákupní zvyky spotřebitele. Jedná se o vývoj HDP, fáze ekonomického cyklu, platební bilance státu, úrokové sazby, měnové kurzy atp.
- **Sociokulturní** jsou spojené s kupním chováním zákazníků. Jde o různé zvyky, kulturní hodnoty, vnímání, ale také o příjmy, majetek, životní úroveň, úroveň vzdělání atp.
- **Technologické** tvoří trendy v technologickém vývoji a výzkumu. Jedná se o rychlost technologických změn, výrobní, dopravní a skladovací technologie atp.

Některé podniky mohou využít rozšířenou analýzu PESTEL, která se navíc zabývá ještě ekologickou situací. Cílem těchto analýz je identifikace těch faktorů, které daný podnik bezprostředně ovlivňují. (Jakubíková, 2013)

2.4 Mikroprostředí

Cílem každé společnosti je vytváření a udržování vztahů se zákazníky tím, že uspokojuje jejich potřeby a přání. K tomu, aby byla společnost schopna tohoto dosáhnout, závisí právě také na silách blízkých společnosti, které ji do značné části ovlivňují. Do těchto částí jsou zahrnováni zákazníci, zaměstnanci, dodavatelé, marketingoví zprostředkovatelé, společnost, konkurenti a veřejnost (finanční a vládní instituce, občané, média, ...). (Kotler et al., 2007)

V rámci situační analýzy je důležité nejenom posoudit marketingové kvality podniku a podobu marketingové činnosti, ale také zde jde i o výrobní kapacity, technologické postupy, možnosti obnovy strojů, řízení nákladů, vhodnost investic, úroveň managementu

a zaměstnanců a jiné předpoklady, díky kterým je schopna dosáhnout stanovených cílů. (Horáková, 2003)

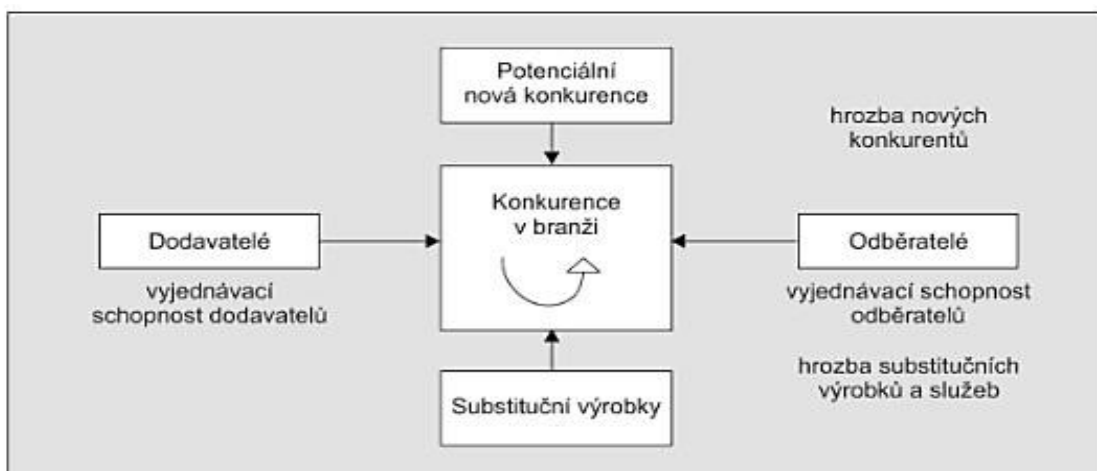
I přes to, že je mikroprostředí částečně kontrolovatelné a ovlivnitelné, diktuje řadu parametrů, které je nezbytné uvažovat a zahrnout do marketingových plánů. (Horáková, 2003)

Poznání mikroprostředí společnosti je velice důležité, proto se i zde doporučuje provádět jeho analýza. Cílem analýzy je identifikování základních hybných sil, které v odvětví působí a ovlivňují činnost podniku. Chování podniku není vymezeno pouze konkurencí, ale také chováním odběratelů, dodavatelů, substitučním zbožím a novými možnými konkurenty. Těchto pět činitelů je obsaženo v Porterově modelu pěti sil. (Jakubíková, 2013)

2.4.1 Porterův model pěti sil

Jak sám M. Porter uvádí, pohlížet na konkurenci jako na přímý souboj mezi soupeři, je velice zúžené. Do konkurenčního jednání je mimo existující konkurence zapojena řada dalších aktérů, s kterými svádí boj o zisky na daném trhu. Jedná se například o zákazníky, kteří chtějí platit méně, ale zároveň získat více. Dále také s dodavateli. Ti naopak požadují dodat méně a utržit za to více. Důležitým aktérem v boji jsou i výrobci, jenž vyrábí substituční výrobky, které mohou nahradit výrobky dané společnosti. A posledním účastníkem konkurenčního jednání jsou také hrozby konkurentů nově vstupujících do odvětví. (Magretta, 2012)

Obr. č 3: Porterův model pěti sil



Zdroj: Jakubíková, 2013, str. 103

Konkurenční síly vytvářejí následující hrozby:

- **Hrozba intenzivní odvětvové konkurence**

Atraktivita daného trhu se snižuje, existuje-li na něm velký počet silných konkurentů, nebo pokud začne docházet k zastavení či poklesu tempa růstu prodeje. Z tohoto důvodu nelze poté plně využívat výrobní kapacitu a fixní náklady začínají dosahovat vysokých hodnot. Jsou-li navíc bariéry vstupu do daného odvětví velké, vede to k cenovým válkám mezi konkurenty.

- **Hrozba nově vstupujících firem**

V tomto případě je důležité rozlišovat, jaké jsou bariéry vstupu do odvětví a výstupu z odvětví. Jsou-li obě bariéry vysoké, je eventuelní zisk také vysoký. Dojde-li však k neúspěchu, je zde stále riziko v podobě náročných bariér výstupu. Dosahují-li bariéry vstupu i výstupu nízkých hodnot, mohou společnosti jednoduše do odvětví vstoupit i vystoupit. Vznikne-li situace taková, že je bariéra vstupu do odvětví nízká a výstupní bariéra vysoká, bývá výsledkem nevyužití kapacit a stagnace příjmů.

- **Hrozba substitučních produktů**

Substituční produkty jsou takové výrobky, které z hlediska funkce mohou plně nahradit naše výrobky. Je tedy důležité neustále sledovat vývojové trendy cen substitučních produktů.

- **Hrozba rostoucího vlivu dodavatelů**

Ovlivňování ze stran dodavatelů dochází v podobě cen a objemu dodávek. Nastane-li situace, že dodavatel vyrábí výrobek, který nemá žádné substituty, dodávka je pro společnost velmi důležitá a změna dodavatele je náročná nebo dokonce nemožná, je vyjednávací síla dodavatele velmi vysoká.

- **Hrozba rostoucího vlivu zákazníků**

Vliv zákazníků se zvyšuje, jsou-li koncentrovaní, organizovaní, vyskytují-li se na trhu substituční výrobky, a pokud pro ně cena odebíraných produktů představuje jen malé procento jejich celkových odběrů a pro nás významnou položku celkových tržeb. Mohou pak tlačit na snižování cen a zvyšování kvality. (Kozel a kol., 2006)

2.5 Finanční analýza

Stejně jako je důležité sledovat vše výše uvedené, je také nezbytné důkladně pozorovat hospodaření podniku. Pro hodnocení finančního zdraví se nejčastěji využívá finanční analýza, která nabízí celou řadu metod, jak jej hodnotit. Finanční analýza představuje systematický rozbor získaných dat, a to zejména z účetních výkazů. Patří tak k nejdůležitějším nástrojům finančního řízení a obsahuje zároveň hodnocení firemní minulosti, současnosti, a především také předpověď budoucích finančních podmínek. (Růčková, 2015)

Finanční analýzu lze rozdělit do dvou oblastí, a to analýzu interní a analýzu externí. Podstatným rozdílem mezi nimi je dostupnost podkladů pro analýzu. (Pavlíková a kol., 1998)

Pro analýzu externí se využívají data, která jsou běžně přístupná veřejnosti. Obvykle to bývá rozvaha a její přílohy, výkaz zisku a ztráty, výkaz cash flow, výroční zpráva společnosti, a jiná data, která společnost publikují. (Pavlíková a kol., 1998)

Oproti tomu k analýze interní se využívají data, která se považují ve většině případů za tajná nebo přístupná pouze pro zaměstnance a vedení společnosti. Interní analýza obsahuje například hodnocení investičních příležitostí, řízení zásob, pohledávek a hotovosti a současně i manažerské účetnictví. Některé publikace uvažují shodu interní analýzy s novým módním pojmem controlling. (Pavlíková a kol., 1998)

V následujících částech této bakalářské práce bude použita pouze analýza externí.

2.5.1 Uživatelé finanční analýzy

Výsledky získané finanční analýzou jsou předmětem zájmu nejenom společnosti samotné, ale také mnoha jiných subjektů přicházejících do kontaktu s danou společností. Mezi uživatele výsledků finanční analýzy lze zařadit:

- **Management společnosti** – získané informace využívají dále pro operativní a strategické řízení procesů
- **Majitel společnosti** – společníci či akcionáři používají analýzu ke zjištění míry zhodnocení vloženého kapitálu, rozhodování o rozdělení zisku, hodnocení efektivnosti managementu apod.

- **Banky** – pro banky slouží výsledky především pro posouzení k poskytnutí úvěru a záruk za úvěry, posouzení schopnosti splácet úvěry a pro měření rizik s úvěrem spojené
- **Obchodní věřitelé** – obchodním věřitelům slouží pro výběr obchodních partnerů, vyjádření obchodní politiky proti nim, pro své záměry a plány
- **Věřitelé** – výsledky analýzy využívají pro hodnocení schopnosti splácet dluh společně s úroky a také pro rozhodování o dalších investicích
- **Investoři** – využívají výsledky pro rozhodování o investicích do dané společnosti apod.
- **Odběratelé** – odběratele zajímají výsledky hlavně z důvodu volby vhodného dodavatele a pro posouzení schopnosti dostát smluvním podmínkám
- **Konkurenční společnosti** – výsledky dané společnosti využívají ke srovnání s vlastními výsledky
- **Zaměstnanci** – zaměstnance zajímá především finanční a celková stabilita společnosti z hlediska perspektivnosti zaměstnání a možného růstu mezd
- **Státní orgány** – stát využívá výsledky firem pro státní statistiku, analytické činnosti na úrovni celého národního hospodářství, formulaci státní politiky apod.
- **Veřejnost a regionální orgány** – výsledky slouží k posuzování stability a výkonu firmy z hlediska možného rozvoje regionu, pracovních míst, podílu na ochraně životního prostředí apod. (Kubíčková, 2015)

2.5.2 Metody finanční analýzy

K ohodnocení finančního zdraví v rámci finanční analýzy existuje mnoho metod. Je však důležité správně zvolit a následně i aplikovat vhodnou metodu k danému podniku. Ne pro každou společnost se hodí shodná soustava ukazatelů. Při výběru musíme dbát na:

- **Účelnost** – daná metoda musí odpovídat zvolenému cíli.
- **Nákladnost** – je nutné, aby náklady byly přiměřené návratnosti vynaložených nákladů na vyhrazený čas a práci.
- **Spolehlivost** – klást důraz na kvalitní využití všech dat. Čím spolehlivější jsou vstupní data, tím spolehlivější by měly být výsledky analýzy. (Růčková, 2015)

Kromě těchto náležitostí je také důležité získané výsledky upravit podle toho, pro koho jsou určeny. Výsledky musí být prezentovány vhodnou formou, a to i pro lidi bez znalostí

finanční analýzy. Usnadněním by proto mohla být vizualizace výsledků pomocí správně zvolených grafů a tabulek s přiloženým slovním komentářem. (Růčková, 2015)

Základem různých metod jsou finanční ukazatele, z nichž nejdůležitější a nejvyužívanější metody jsou ukazatele poměrové. Za určitých okolností může být důležité také posouzení absolutních či rozdílových ukazatelů. (Pavlíková a kol., 1998)

- **Absolutní ukazatel** – tímto ukazatelem jsou veškeré číselné hodnoty, které jsou společnosti přímo k dispozici, například položka rozvahy, výsledovky, cash flow apod.
- **Rozdílový ukazatel** – číselná hodnota získaná pouhým součtem či rozdílem dvou a více absolutních ukazatelů.
- **Poměrový ukazatel** – podíl dvou hodnot z absolutních ukazatelů. U těchto ukazatelů rozlišujeme ještě dvě formy – procentní (porovnávání podílu položky k celku) a porovnávací. (Pavlíková a kol., 1998)

2.5.3 Analýza poměrovými ukazateli

Poměrové ukazatele bývají nejčastěji využívanou metodou pro hodnocení finanční stability a výkonnosti společnosti. Důvodem může být například fakt, že tato analýza vychází pouze ze základních účetních výkazů, které jsou běžně veřejnosti dostupné. (Růčková, 2015)

Vertikální a horizontální analýza absolutních dat sleduje vždy jedinou veličinu v účetních výkazech, a to buď vývoj jediné položky, nebo podíl jedné položky na celku. Oproti tomu analýza poměrovými ukazateli využívá pro hodnocení vzájemný poměr dvou či více položek účetních výkazů mezi sebou. Rozšíří tak vypovídací schopnost dat obsažených v účetních výkazech a zároveň umožní posouzení další stránky finanční situace a nalezení příčiny této situace. (Kubíčková, 2015)

Poměrové ukazatele můžeme rozdělit do několika skupin, které se používají nejčastěji, a to ukazatele likvidity, rentability, zadluženosti, aktivity, tržní hodnoty a ukazatele cash flow. (Kubíčková, 2015)

2.5.3.1 Ukazatele likvidity

„Likvidita jako charakteristika finančního zdraví firmy je v nejširším pojetí chápána jako schopnost firmy uhrazovat závazky, tj. zajistit dostatečný objem majetku ve formě schopné uhradit závazky.“ (Kubičková, 2015, str. 131)

Z hlediska názvu a obsahu ukazatelů se využívají k analýze 3 základní ukazatele, kterými jsou okamžitá, pohotová a běžná likvidita. K výpočtu ukazatelů se používají následující vzorce:

$$\text{Okamžitá likvidita (likvidita 1. stupně)} = \frac{\text{pohotov\é platebn\í prostředky}}{\text{dluhy s okamžitou splatností}}$$

$$\text{Pohotová likvidita (likvidita 2. stupně)} = \frac{(\text{oběžná aktiva} - \text{zásoby})}{\text{krátkodobé dluhy}}$$

$$\text{Běžná likvidita (likvidita 3. stupně)} = \frac{\text{oběžná aktiva}}{\text{krátkodobé dluhy}}$$

(Růčková, 2015, str. 54–55)

Do okamžité likvidity vstupují pouze ty nejlikvidnější položky z rozvahy. Mezi pohotové platební prostředky řadíme sumu peněz na účtech či v pokladně, volně obchodovatelné cenné papíry a šeky. Součástí krátkodobých dluhů jsou běžné bankovní úvěry a krátkodobé finanční výpomoci. Doporučená výsledná hodnota by se měla pohybovat v rozmezí 0,2-0,5. (Růčková, 2015)

Výsledná hodnota pohotové likvidity by měla být v poměru 1:1, případně až 1,5:1. Je-li číselník stejný jako jmenovatel a výsledkem je tedy poměr 1:1, znamená to, že společnost je schopna vyrovnat se se svými závazky i bez prodeje svých zásob. (Růčková, 2015)

Běžná likvidita vyjadřuje, kolikrát pokrývají oběžná aktiva krátkodobé závazky. Říká nám tedy, jak by byla společnost schopna uspokojit své věřitele, kdyby proměnila všechna oběžná aktiva v daném okamžiku na hotovost. Výsledek běžné likvidity by se měl pohybovat v intervalu 1,5 – 2,5. Čím vyšší je hodnota, tím pravděpodobnější je zachování platební schopnosti společnosti. (Růčková, 2015)

2.5.3.2 Ukazatele rentability

Většina společností považuje za svůj hlavní cíl ziskovost. Vhodným ukazatelem pro analýzu zisku je právě rentabilita, která se označuje jako schopnost dosahovat určitého

výnosu na základě vložených prostředků. Ukazatele rentability by měly mít rostoucí tendenci. U většiny ukazatelů tak nebývá uváděna doporučená výsledná hodnota. (Růčková, 2015)

„Rentabilita je nejčastější formou, v níž je vyjadřována a posuzována úspěšnost podnikatelské činnosti. Patří k nejdůležitějším charakteristikám finančního zdraví a finanční kondice podniku. Zjišťování rentability a analýza faktorů, které v daném období na její výši působily, je jedním z nejdůležitějších oblastí finanční analýzy.“ (Kubíčková, 2015, str. 120)

K analýze finančního zdraví společnosti je nutné rozeznat tři kategorie zisku, které lze vyčíst přímo z výkazu zisku a ztráty. Do první kategorie patří zisk před odečtením úroků a daní, označován zkratkou EBIT (z angličtiny *Earnings before Interest and Taxes*). Tento zisk odpovídá provoznímu výsledku hospodaření. Do druhé kategorie se řadí zisk po zdanění nebo-li čistý zisk, označován jako EAT (z angličtiny *Earnings after Taxes*). Ve výkazu zisku a ztráty je tento zisk pojmenován jako výsledek hospodaření za běžné účetní období. V poslední kategorii se nachází zisk před zdaněním označován jako EBT (z angličtiny *Earnings before Taxes*). V tomto případě jde o případ, kdy je provozní zisk snížení či zvýšený o finanční a mimořádný výsledek hospodaření a nebyly od něj ještě odečteny daně. (Růčková, 2015)

Nejčastěji se ukazatele rentability počítají v následujících variantách:

- rentabilita vlastního kapitálu – ROE = *Return on Equity*

$$ROE = \frac{EAT}{\text{Vlastní kapitál}} \times 100 [\%]$$

- rentabilita celkového kapitálu – ROA = *Return on Assets*

$$ROA = \frac{EBIT}{\text{Celková aktiva}} \times 100 [\%]$$

- rentabilita tržeb – ROS = *Return on Sales*

$$ROS = \frac{EBT, EBIT}{\text{Tržby (Výnosy)}} \times 100 [\%]$$

(Kubíčková, 2015)

2.5.3.3 Ukazatele zadluženosti

Zadluženost je skutečnost, kdy společnost využívá k financování aktiv ve své činnosti cizí zdroje. Jedná se o velmi reálný jev, a to hlavně u velkých společností, kdy není v podstatě možné financovat veškerá aktiva pouze vlastním kapitálem. Zároveň je jasné, že nelze aktiva financovat pouze cizím kapitálem – zákon již vyžaduje určitou výši vlastního kapitálu. Z tohoto důvodu je tedy vhodné provádět analýzu pomocí ukazatelů zadluženosti, kdy výsledkem by mělo být nalezení optimálního vztahu mezi vlastním a cizím kapitálem. (Růčková, 2015)

Nejčastěji užívané ukazatele zadluženosti:

- ukazatel věřitelského rizika (Debt Ratio)

$$Debt\ Ratio = \frac{Cizí\ kapitál}{Celková\ aktiva}$$

- koeficient samofinancování (Equity Ratio)

$$Equity\ Ratio = \frac{Vlastní\ kapitál}{Celková\ aktiva}$$

- ukazatel podílu cizího a vlastního kapitálu (Debt-Equity Ratio)

$$Debt - Equity\ Ratio = \frac{Cizí\ kapitál}{Vlastní\ kapitál}$$

(Kubíčková, 2015)

2.6 SWOT analýza

SWOT analýza neboli analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb je jednou z nejznámějších a nejpoužívanějších analýz marketingového prostředí společností. SWOT analýza se skládá z původně dvou analýz, jimiž jsou analýza SW a analýza OT. (Jakubíková, 2013)

Analýza SW podává informace o silných (z angl. Strengths) a slabých (z angl. Weakness) stránkách firmy. Týká se především vnitřního prostředí firmy – cíle, firemní zdroje, firemní kultura, materiální zdroje, organizační struktura atp. Oproti tomu analýza OT se zabývá příležitostmi (z angl. Opportunities) a hrozbami (z angl. Threats), které mohou na společnost působit z vnějšího prostředí, a to jak z makroprostředí, tak i mikroprostředí. (Jakubíková, 2013)

Obr. č 4: SWOT analýza

<p>Silné stránky (<i>strengths</i>)</p> <p>zde se zaznamenávají skutečnosti, které přinášejí výhody jak zákazníkům, tak firmě</p>	<p>Slabé stránky (<i>weaknesses</i>)</p> <p>zde se zaznamenávají ty věci, které firma nedělá dobře, nebo ty, ve kterých si ostatní firmy vedou lépe</p>
<p>Příležitosti (<i>opportunities</i>)</p> <p>zde se zaznamenávají ty skutečnosti, které mohou zvýšit poptávku nebo mohou lépe uspokojit zákazníky a přinést firmě úspěch</p>	<p>Hrozby (<i>threats</i>)</p> <p>zde se zaznamenávají ty skutečnosti, trendy, události, které mohou snížit poptávku nebo zapříčinit nespokojenost zákazníků</p>

Zdroj: Jakubíková, 2013, str. 129

Každá společnost, která chce dosáhnout konkurenční výhody na trhu, by měla tuto analýzu provádět. Analýza by totiž měla společnosti pomoci omezit své slabé stránky, podporovat silné stránky a zároveň využívat příležitostí okolí a snažit se předvídat a jistit proti případným hrozbám. (Kozel a kol., 2006)

2.6.1 Příležitosti a hrozby

Příležitosti a hrozby vyplývají z vnějšího prostředí a významně ovlivňují vnitřní procesy a organizační strukturu společnosti. Do jaké míry ovlivňují vnitřní prostředí, záleží na typu vnějšího prostředí na faktorech odvětví, do kterých společnost náleží. Hlavním problémem pro identifikaci a ohodnocení vlivu příležitostí a hrozeb je fakt, že je společnost pouze velmi výjimečně může svými aktivitami ovlivnit. Je však alespoň schopna je identifikovat, zhodnotit a maximalizovat jejich využití, odvrácení, omezení, zeslabení nebo přinejmenším zmírnění jejich důsledků. (Horáková, 2003)

Příležitost znamená novou možnost, impuls či stimul pro realizaci zvoleného cíle. Je to určitá příznivá situace, která představuje pro společnost výhodu oproti konkurenci. Nejvíce příležitostí pochází při respektování konkurenčních podmínek ze změn geografických, politických, legislativních a ekonomických faktorů. Příležitostí může být například neexistence domácí nebo zahraniční konkurence, snadný vstup na nové trhy, zrušení ochranných opatření pro určité výrobky, nově využitelné možnosti na mezinárodních trzích apod. (Horáková, 2003)

Ohrožení představuje nepříznivé situace v podnikovém prostředí, které znamenají překážky pro činnost a dobré postavení společnosti. Faktory vnějšího prostředí vystavují společnost nebezpečí neúspěchu, případně i hrozbě úpadku. Společnosti se snaží hrozby co nejdříve identifikovat a ohodnotit je podle závažnosti a pravděpodobnosti výskytu. Ohrožením může být například volný příchod zahraničních konkurentů na domácí trhy, silné postavení konkurentů a zákazníků, neschopnost konkurovat na trzích, nepříznivé legislativní normy apod. (Horáková, 2003)

2.6.2 Silné a slabé stránky

Silné a slabé stránky se týkají vnitřního prostředí společnosti. Jejich vhodnou a řádnou analýzou lze identifikovat ty faktory, které mohou být podstatné pro budoucí úspěchy či neúspěchy. (Horáková, 2003)

Stanovené slabé stránky jeví se jako problémy a znamenající určitá omezení nebo nedostatky, které brání plnému efektivnímu výkonu, se společnost snaží co nejvíce eliminovat. Oproti tomu silné stránky představující pozitivní faktory, které přispívají k úspěchu a značně ovlivňují prosperitu, se snaží společnost maximálně využít. Nejlepší silné stránky jsou takové, které přinášejí dlouhodobý zisk, dají se jen těžko okopírovat a představují tak pro společnost značnou konkurenční výhodu. (Horáková, 2003)

Silné stránky mohou být například kvalitní výrobky, tradice značky, nízké výrobní náklady, dobrá finanční situace společnosti, kvalitní marketing, kvalifikovaná pracovní síla apod. Naopak slabými stránkami mohou být nekvalitní výrobky, vysoká zadluženost, zastaralé strojní zařízení, nízký prodejní obrat, špatná pověst podniku, velká vzdálenost trhu, omezené výrobní kapacity apod. (Horáková, 2003)

Jednotlivé silné a slabé stránky je potřeba posuzovat individuálně, dále je podrobně prozkoumat a stanovit jakou mají pro podnik důležitost a váhu. Ne každá silná stránka znamená automaticky konkurenční výhodu. Jiný podnik může považovat tutéž věc za silnou stránku. Proto je doporučeno zlepšovat i to, co podnik dělá dobře. (Horáková, 2003)

3 Praktická část práce

V rámci praktické části jsou využity poznatky z teoretické části bakalářské práce. Tyto poznatky jsou aplikovány v praxi ve vybraném podniku.

První kapitola se zabývá představením vybrané společnosti Applycon, dále pak popisem jejích činností a hlavních projektů do kterých je zapojena. Další kapitoly jsou zaměřeny na analýzu makroprostředí, mikroprostředí, finančního zdraví společnosti a SWOT analýzy. Konečná kapitola obsahuje všeobecné zhodnocení faktorů úspěšnosti.

3.1 Profil společnosti

Obchodní jméno: APPLYCON, s. r. o.

Datum zápisu: 4. července 2005

Sídlo: Sokolovská 1008, 334 41 Dobřany

IČO: 26394243

Právní forma: Společnost s ručením omezeným

Předmět podnikání: činnost účetních poradců, vedení účetnictví, vedení daňové evidence, výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona

Společníci: Ing. Milan Baxa, dat. nar. 8. května 1965 (obchodní podíl – 64%)

Alena Kantová, dat. nar. 14. listopadu 1966 (obchodní podíl – 36%)

Základní kapitál: 200 000,- Kč

(Justice.cz, 2016)

3.1.1 Představení společnosti

Společnost APPLYCON, s.r.o. vznikla v roce 2005 jako vývojová a výrobní firma. Do roku 2015 se tato společnost nacházela v prostorách objektu Pallova 12 v Plzni. V září 2015 se přestěhovala z důvodu zvyšování výroby do větších a nově zrekonstruovaných prostor v Dobřanech. (Applycon.cz, 2016)

Hlavními obory se postupem času staly: nositelná elektronika, inteligentní textilie, konektorová technika a kabelová konfekce. Hlavní vizí této společnosti je nadále posouvat hranice ve vývoji nositelné textilie, což se odráží i právě v názvu této

společnosti, který vznikl spojením anglické věty „Vyzkoušejte naše spojení“ (v angličtině APPLY our CONnection). (Applycon.cz, 2016)

Jádrem tohoto podniku jsou velice kvalifikovaní zaměstnanci s mnohaletými zkušenostmi v oborech, jakými jsou např. konektorová technika, vstřikování plastů, konstrukce vstřikovacích forem a textilní integrace. Díky těmto zkušenostem se společnost řadí mezi zajímavé a spolehlivé partnery, jak na území České republiky, tak i v zahraničí. (Applycon.cz, 2016)

3.1.2 Produkty

Za základem úspěchu partnerů společnosti se nachází jednoznačně vývoj nositelné elektroniky a inteligentní textilie. V tomto oboru disponují již více než dvanáctiletými zkušenostmi.

Společnost zákazníkům nabízí inteligentní řešení pro textilní průmysl od záměru až po realizaci. Dále také textilním výrobním podnikům umožňuje poradenství v oblasti integrace elektronických prvků a kvalifikaci a certifikaci komponentů.

Mezi základní produktové řady patří: vyhřívané systémy (např. vyhřívané sedáky na lavice do kostelů – např. pro Katedrálu sv. Víta v Praze, vyhřívané boty, ponožky a další oděvy), světelné systémy (signalizační bundy pro cyklisty, výstražné světelné systémy), senzorové systémy a monitoring (ochranné oděvy pro hasiče), komunikační systémy a propojování a konektory pro textilie. (Applycon.cz, 2016)

Jako další obor společnosti se dá považovat design a komplexní engineering, kde využívají své multioborové znalosti a zkušenosti. (Applycon.cz, 2016)

Posledním oborem, kterým se společnost zabývá, je konektorová technika a kabelová konfekce. Zde se zaměřují jak na návrhy nových typů průmyslových konektorů podle požadavků zákazníka, tak i na úpravu již stávajících konektorů a kabelů. (Applycon.cz, 2016)

3.1.3 Projekty

Společnost se zapojuje do mnoha českých i mezinárodních projektů, kde aktivně spolupracuje se Západočeskou univerzitou v Plzni, Technickou univerzitou v Liberci a dalšími výzkumnými organizacemi v ČR i jiných zemích Evropské unie.

SmartTexNetzwerk

Prvním z projektů, do kterého je firma zapojena, se nazývá SmartTex Netzwerk. Jedná se o platformu, kde je Applycon jedním z členů konsorcia zahraničních firem.

SmartTex Netzwerk sdružuje firmy a výzkumné organizace pracující především pro textilní průmysl a jeho moderní aplikace. Připravují se zde například oděvní a textilní pomocné prostředky pro osoby se zdravotním postižením.

SuBaTex

Tento projekt si klade za cíl vytvořit inovativní platformu zaměřenou na získávání a uchovávání energie pro nízkoodběrové aplikace v oblasti chytrých textilií. Inovativní přístup spočívá v propojení zdrojů energie, zejména solárních článků s akumulacími systémy, superkapacitory nebo bateriemi, na flexibilních substrátech s cílem zajistit dostatečný zdroj energie pro systémy chytrých textilií a produkty jednorázového, či krátkodobého využití.

LIOS

Cílem projektu LIOS je vývoj úsporných systémů liniového osvětlení ze stranově vyzařujícího optického vlákna obaleného speciální textilií, napájení a LED zdroje světla.

ADVANTEX

Další je mezinárodní projekt „Pokročilé funkční bloky a technologie pro inteligentní textilie ADVANTEX“, na kterém spolupracují společně s jinými českými a francouzskými společnostmi a výzkumnými organizacemi.

Výsledkem projektu bude chytrý zásahový oblek s integrovaným mikrosystémem schopným monitorovat fyziologické funkce pracovníka, rozpoznat nebezpečné plyny a měřit teplotu vně i uvnitř obleku a chránit tak uživatele proti popálení.

Zásahový oblek bude vhodný zejména pro ochranu hasičů. Bude zde vyvinut např. systém pro sledování a detekci jejich pohybu, lokalizaci uvnitř budov, hlášení poplachových stavů při překročení kritických hodnot a bezdrátový přenos dat do centrální jednotky, kterou bude obsluhovat velitel zásahu.

Smart@Fire

Smart@Fire je nejvýznamnější projekt společnosti. Jedná se o evropský projekt, jehož výsledkem je vyvinutí inteligentního osobního ochranného systému pro hasiče, který bude obsahovat ochranné zařízení ve výstroji.

V roce 2014 se konalo první výběrové řízení, kde společnost Applycon společně se svými partnery, byla vybrána jako jedna ze čtyř konsorcií z celé Evropy. Získala tak kontrakt na vývoj první fáze projektu.

Součástí českého konsorcia, která spolupracují na projektu, jsou následující společnosti: lídr konsorcia Applycon, s. r. o., dále pak společnosti Elitronic, s. r. o., Holík International, Vochoc, s. r. o., Dune s. r. l. a Regionální inovační centrum elektrotechniky Západočeské univerzity v Plzni.

Rok 2015 přinesl postup do další fáze mezi 3 konsorcia a na finální konferenci v Bruselu bylo české konsorcium jediné, které splnilo veškerá kritéria a stalo se tak vítězným konsorciem.

Výše uvedené společnosti spolupracující na tomto projektu ukázaly svůj veliký potenciál a dokázaly, že mají obrovský technologický náskok oproti jiným potenciálním dodavatelům. Výrazně tak zvyšují své šance na vítězství ve výběrových řízeních na dodávku 10 tisíc inteligentních hasičských obleků. V současné době jsou již ve čtyřech evropských zemích (Belgie, Německo, Francie a Velká Británie) ochotni zaplatit za tyto technologie až 15 milionů eur. Cena jednotlivých obleků bude dvojnásobná až trojnásobná oproti té stávající, tedy 1 500 euro.

3.2 Makroprostředí

Pro analýzu makroprostředí je využita moderní metoda, analýza PEST. Tato analýza dělí vnější okolí do faktorů politicko-právních, ekonomických, sociokulturních a technologických.

3.2.1 PEST analýza

PEST analýza se zařazuje mezi analýzy zkoumající okolí vnější, tedy makroprostředí. Toto okolí není společnost schopna nijak ovlivňovat.

3.2.1.1 Politicko-právní faktory

Applycon, s. r. o. stejně jako ostatní právnické osoby podnikající na území České republiky podléhá zákonům, vyhláškám, nařízením vlády a jiným právním normám dané země, kterými se musí řídit a plně je respektovat.

Tato společnost se musí navíc řídit dále i platnou legislativou vydanou Evropskou unií a dalšími právními úpravami zemí, s kterými obchoduje. Jejich zahraniční odběratelé pocházejí především ze zemí Německa, Rakouska, Belgie, Holandska a nově se pokoušejí proniknout i na trh Francie, USA a Kanady.

Mezi základní platné předpisy ovlivňující do určité míry společnost patří například:

Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích. Tento zákon nabyl platnosti 1. 1. 2014 a jedná se o zákon, který zčásti nahrazuje obchodní zákoník. Společnost se musí řídit veškerými ustanoveními, která zákon upravuje. Nalezneme zde například obecná ustanovení obchodních korporací, povinnou výši základního kapitálu, práva a povinnosti společníků apod.

Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce. Zákoník vymezuje vztahy na pracovišti, způsoby odměňování zaměstnanců, pracovní poměr, pracovní dobu, dovolenou, náhrady mzdy apod. Zákoník prošel několika změnami v roce 2014.

Zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví

Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů

Společnost vyváží své výrobky zatím jen do zahraničních zemí v rámci Evropské unie. Zde platí volný pohyb zboží, služeb, osob i kapitálu, přesto však existují směrnice, které exportující společnosti musí dodržovat. Jedná se o následující:

Zákon č. 242/2016 Sb., celní zákon

Nařízení vlády č. 244/2016 Sb., k provedení některých ustanovení celního zákona v oblasti statistiky

Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 638/2004 ze dne 31. března 2004 o statistice Společenství obchodu se zbožím mezi členskými státy a o zrušení nařízení Rady (EHS) č. 3330/91

Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 952/2013, kterým se stanoví celní kodex Unie

Applycon má také povinnost vykazování pro Intrastat. Jedná se o systém, který sleduje pohyb zboží mezi členskými státy Evropské unie. Tyto statistické výkazy je nutné vypracovat a předkládat alespoň 1x za měsíc a vždy se týkají všech obchodních toků za měsíc předchozí. Povinnost začít vykazovat vzniká společnosti dosáhnou-li při přijetí či odeslání zboží určitého prahu pro vykazování. Tento práh si společnosti vypočítají na začátku kalendářního roku.

3.2.1.2 Ekonomické faktory

Mezi ekonomické faktory ovlivňující společnost lze zařadit hrubý domácí produkt, vývoj míry inflace, úrokové sazby, nezaměstnanost v dané oblasti, vývoje mezd a daňové zatížení.

HDP

Hrubý domácí produkt je vyjádřením celkové hodnoty statků a služeb vytvořených v daném období na určitém území. HDP se v letech 2014-2016 vyvíjel následovně. Za rok 2014 se HDP ČR zvýšil o 2 %. Meziročně již ale dochází ke zmírnění tempa růstu HDP. V roce 2015 se však ekonomice dařilo nejvíce za posledních 8 let a HDP vzrostl o 4,3 %. Přispěla k tomu hlavně nízká cena ropy a rychlé čerpání peněz z fondů EU. V roce 2016 došlo opět k růstu, a to o 2,3 %.

Růst HDP a celkově zlepšování ekonomiky je pozitivním faktorem pro společnosti podnikající v ČR. Společnostem se zvyšuje objem výroby v souvislosti se zvyšováním poptávky po zboží a službách, což má za důsledek zvyšování tržeb, a nakonec i zisku.

Nezaměstnanost

Nezaměstnanost na území České republiky trápí spousty občanů. Pozitivním faktem je však to, že již dlouhodobě každým rokem klesá. K 31. 1. 2017 nezaměstnanost na území ČR klesla na hodnotu 5,1 %. V Plzeňském kraji se hodnota pohybuje okolo 3,6 %. V okrese Plzeň-jih, kde sídlí společnost Applycon, s. r. o. je podíl nezaměstnaných osob dokonce jen 3,3 %.

Snižující se nezaměstnanost však také může být pro společnost, která se rychle rozšiřuje a přijímá pravidelně několik zaměstnanců měsíčně, negativní. Negativnost je spatřována

hlavně v tom, že se snižuje šance společnosti získat vysoce kvalifikovanou pracovní sílu pro vysoce kvalifikované práce.

Poptávka po kvalifikované pracovní síle v Plzeňském kraji obecně převyšuje nabídku. Z tohoto důvodu se společnost rozhodla pro zahájení konkrétních náborových aktivit ve středním a vysokém školství.

Mzdy

Určitým způsobem ovlivňuje společnost i vývoj mezd v České republice. Společnosti musí tento vývoj sledovat, a hlavně na něj včas reagovat. Ani Applycon s. r. o. není výjimkou a sami pociťují stále zvyšující se nároky na lepší finanční podmínky v podobě vyšší mzdy.

V současné době se společnost potýká s navyšující se dobrovolnou fluktuací. Zaměstnanci často nastoupí a po krátké době zase odcházejí. Nábor nových zaměstnanců tak probíhá v podstatě neustále, a to nejen z důvodu rozšiřování společnosti, ale i právě z důvodu fluktuace.

Dobrá finanční situace podniků v České republice i sílí obtíže při hledání nových pracovníků tlačily na zvyšování nominálních mezd. Ty v roce 2016 vzrostly o 4,2 %, což je nejvíce od roku 2008.

Nejnovější velká změna ve vývoji mezd nastala k 1. 1. 2017, kdy se minimální mzda pro zaměstnance zvýšila o 1 100 Kč, a to na 11 000 Kč. Zároveň průměrná měsíční hrubá mzda v Plzeňském kraji dosáhla v třetím kvartálu 2016 hodnoty 25 505 Kč.

Měnový kurz

Z velké míry ovlivňuje společnost Applycon, s. r. o. vývoj měnového kurzu. Své technologie a výrobky prodávají hlavně do zahraničí. Export tvoří až 80 % obrátu společnosti.

V současné době probíhá intervence ČNB, kdy se jen v lednu 2017 vydalo zhruba 50 miliard korun na oslabení koruny vůči euru. Devizové intervence běží již od konce roku 2013 a pravděpodobné ukončení intervencí, tedy prodej korun a nákup cizích měn, proběhne v první polovině roku 2017.

Na začátku listopadu 2013 se držel kurz ještě na hranici 25,85 Kč/eur. Již v polovině listopadu 2013 bylo viditelné oslabení koruny a kurz se vyhoupl nad hranici 27 Kč/eur.

Od tohoto okamžiku se pod tuto hranici již nedostal a koruna dále oslabovala. V současné době, v březnu 2017, se kurz drží u hodnoty 27,020 Kč/eur.

Pro exportující společnosti, jako je společnost Applycon, s. r. o. byly tyto intervence velmi pozitivním faktem. Společnost exportuje za vyšší kurz a zároveň pevný kurz zajišťuje nulové kurzové ztráty. Toto zlepšení je však pouze krátkodobé. Po uvolnění kurzu dojde s velkou pravděpodobností znovu k posílení koruny, a to dokonce skokově zpět na hladinu 25 Kč za euro. Podle některých analytiků může být posílení ještě prudšího rázu a dojít tak až k 23 Kč za euro. Exportující společnosti by se měli na tento blížící se fakt určitým způsobem zajistit. Jedním z možných zajištění proti velkému kurzovému riziku je forwardový obchod, kdy si společnost předem dohodne kurz, za který v budoucnu eura prodá.

Obr. č 5: Vývoj měnového kurzu



Zdroj: cnb.cz, 2017

Inflace

Míra inflace vyjádřená přírůstkem průměrného ročního indexu spotřebitelských cen vyjadřuje procentní změnu průměrné cenové hladiny za 12 posledních měsíců proti průměru 12 předchozích měsíců. Ta se v lednu 2017 nepatrně zvýšila na 0,8 %.

3.2.1.3 Sociokulturní

Sociálně kulturní faktory pocházející z vnějšího prostředí společnost Applycon ve větší míře neovlivňují.

Jedinou hrozbu pocítuje firma pouze v úrovni vzdělání. Významným zdrojem kvalifikované pracovní síly pro společnost Applycon, s. r. o. jsou absolventi Západočeské univerzity v Plzni, a to především z Fakulty elektrotechnické a Fakulty strojní. Každoročně však nedochází ke zvyšování, ale spíše snižování počtu těchto absolventů. To může být do budoucna prohlubující se problém s náběrem vysoce kvalifikované pracovní síly.

Tab. č. 1: Vývoj absolventů na ZČU ve studiu prezenčním

	2014		2015		2016	
	Bakalářské studium	Magisterské studium	Bakalářské studium	Magisterské studium	Bakalářské studium	Magisterské studium
Fakulta strojní	64	59	85	66	69	53
Fakulta elektrotechnická	134	161	155	162	128	105

Zdroj: Vlastní zpracování dle MSMT.cz

Dalším negativním prvkem v oblasti vzdělání jsou nedostatečné jazykové kompetence těchto absolventů. Společnost Applycon má zájem spíše o absolventy, kteří ovládají jazyk německý. Drtivá většina z nich však ovládá pouze jazyk anglický.

3.2.1.4 Technologické

Jelikož je společnost sama vývojovou firmou, snaží se co nejvíce sledovat vývoj trendů v oboru, které by jim mohli usnadnit práci. Účastní se různých odborných veletrhů, seminářů a konferencí. Spolupracují s významnými vysokými školami, jako jsou Západočeská univerzita v Plzni a Technickou univerzitou v Liberci, a výzkumnými organizacemi, od kterých přebírají výsledky jejich vývoje.

Využívají také národních i mezinárodních dotačních titulů pro podporu aplikovaného vývoje.

3.3 Mikroprostředí

Oproti předchozí kapitole se zde zaměříme na analýzu vnitřního prostředí, a to mikroprostředí. K analýze je využit Porterův model pěti sil, kde je rozebrána spolupráce s partnerskými společnostmi na určitém projektu, dále také analýza zákazníků, dodavatelů a zaměstnanců.

3.3.1 Porterův model pěti sil

Zaměstnanci

Jelikož se společnost specializuje na více oblastí, jsou tak i různé nároky při výběru zaměstnanců. Na pozici elektromechanik/čka nejsou požadavky nijak vysoké. Minimální požadované vzdělání je zde pouze výuční list, manuální zručnost a dále také dobrý zrak. Společnost si sama své pracovníky po nástupu zaškolí pro požadované typy prací.

U ostatních pracovních pozic je vzhledem k exportní orientaci společnosti kladen důraz na znalost cizích jazyků, zejména jazyka německého a anglického, a to alespoň na mírně pokročilé úrovni. Téměř každodenní náplní práce je e-mailová, telefonická a někdy i ústní komunikace se zahraničními zákazníky.

U pozic technického směru se navíc předpokládá znalost příslušných softwarových programů. Je to jeden z nezbytných předpokladů pro práci návrhu produktů, či obecně výzkumu a vývoji.

Tab. č. 2: Vývoj počtu zaměstnanců

2012	18
2013	23
2014	24
2015	37
2016	51

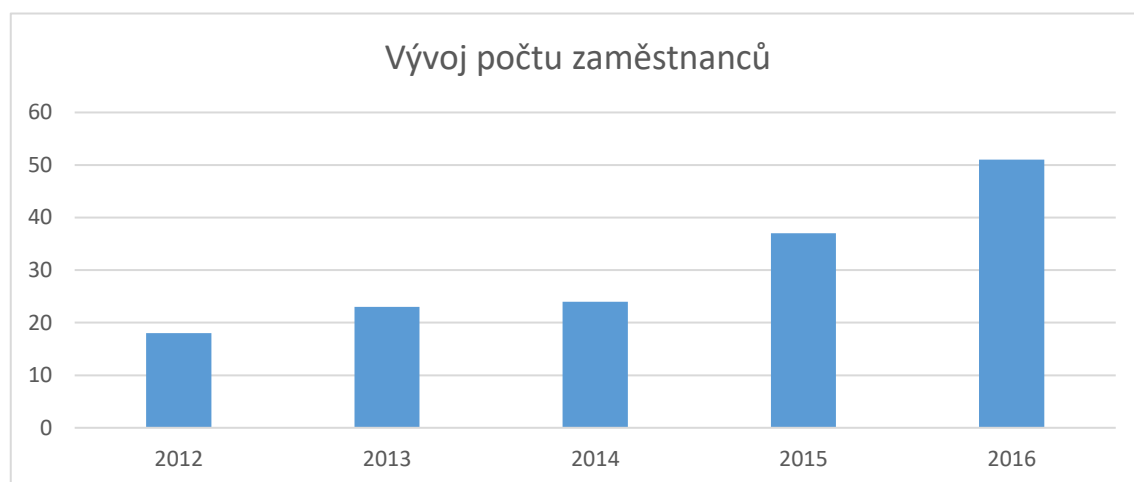
Zdroj: Vlastní zpracování, 2017

Společnost ve svých počátcích zaměstnávala pouze malý počet zaměstnanců. Z tabulky výše je viditelné, že i po 7 letech fungování, zde pracovalo pouze 18 zaměstnanců.

V letech 2012-2014 docházelo pouze k mírnému nárůstu. V této době společnost stále ještě působila v malých prostorách objektu Pallova v Plzni. Z důvodu velkého růstu objemů zakázek byly již tyto prostory nedostatečné a společnost se musela přestěhovat do prostor nových. Nové prostory společnosti zároveň umožnily náběr nových zaměstnanců a v roce 2015 tak došlo k rozšíření řad o 13 nových lidí.

K podobné situaci dochází i v roce 2016. Společnosti se objevují noví zákazníci, se kterými má firma nasmlouvanou dlouhodobou spolupráci a stávající odběratelé své objednávky ještě navyšují. Přijímání zaměstnanců neprobíhá jen do výroby, ale se zvyšováním nároků na administraci a režii a zvyšováním poptávky po vývoji a designu produktů, je nucena nabírat nové více kvalifikované pracovní síly do oblasti administrativy, konstruktérů a vývojářů.

Graf č. 1: Vývoj počtu zaměstnanců



Zdroj: Vlastní zpracování, 2017

Po prvním čtvrtletí 2017 již společnost vidí, že rostoucí trend přijímání pracovníků z uplynulých dvou let pokračuje. Společnost se v roce 2017 stále více přibližuje pomyslnému stropu kapacity svých prostor. V horizontu 1-2 let se tak dá předpokládat, že se otevře téma rozšiřování společnosti do dalších nových prostor.

Dodavatelé

Společnost má v současné době dva typy dodavatelů. První jsou ti, kteří pouze dodávají materiál, komponenty, nástroje, nové stroje a určité služby. Mezi druhé řadí ty, které lze považovat zároveň i za odběratele – sami dodávají materiál na výrobu jimi požadovaného výrobku, a poté výrobek od společnosti odebírají.

Společnost má s většinou ze svých dodavatelů dlouhodobé vztahy. Správný výběr a volba dodavatelů jsou jedním z klíčových kroků ve strategickém rozhodování.

Tím, že se společnost zaměřuje na vývoj nových produktů a systémů, jsou často její požadavky na dodávky materiálu či komponent velice konkrétní a zpočátku maloobjemové. I z tohoto důvodu se firmě vyplatí budovat s dodavateli dlouhodobější partnerství. Za dobu své působnosti má vytvořenou pomyslnou hustou dodavatelskou síť, o kterou se může do značné míry opřít při realizaci svých požadavků.

U výběru nových, neznámých, a ne tak častých dodavatelů musí být společnost opatrná. Společnost také často naráží na MOQ („minimum order quantity“), které je pak nutné respektovat. Navíc o tomto požadavku musí komunikovat i se zákazníky. Z tohoto důvodu dochází velmi často ke zpomalení výrobního procesu, a to od objednávky, přes výrobu až po dodání. V případech, že společnost s novým dodavatelem nenalezne společnou cestu a nedohodnou se, dochází k hledání náhradní možnosti a vyhledání dodavatele jiného. Z důvodu specifčnosti oblasti podnikání však není tato varianta vždy možná – na trhu se mnohdy vyskytuje pouze jediný dodavatel s danou komponentou. V tomto případě pak dochází k velkému prodloužení procesu z důvodu promyšlení, jakou jinou cestu či postup zvolit.

Zákazníci

Applycon, s. r. o. se svojí velikostí řadí mezi menší společnosti. Její zákazníci jsou v naprosté většině společnosti větší, jak do počtu zaměstnanců, tak do obrátu a zisku. Postupem času by se proto mohla nabízet skutečnost rostoucího vlivu zákazníků na firmu. Tento vliv je společností spatřován hlavně v tlaku na opakované snižování cen, zkracování dodacích lhůt, nemožnost dodat výrobek později, než jsou požadavky zákazníka, kvalitativní a jiné požadavky. Společnost mimo jiné i z tohoto důvodu neustále navazuje nová partnerství a spolupráce s novými zákazníky, aby do co největší míry diverzifikovala svoji činnost a aktivity a minimalizovala tak rizika zmíněná výše.

Jednou z hlavních myšlenek jak v současnosti, tak i do budoucna je vyvíjet a vytvářet nové produkty, které jsou dosud na trhu neznámé a mají tak vysokou přidanou hodnotu. Toto je podle slov manažera společnosti nejlepší cesta, jak být konkurenceschopnou společností s pevným postavením na trhu.

Konkurence

Z důvodu vývoje a výroby vlastních výrobků dosud neprezentovaných na trhu, společnost nepocítuje žádnou přímou konkurenci.

Applycon v současné době nevyrobí žádné produkty, které by měly substituty u jiné konkurenční firmy. Snaží se neustále dělat věci jinak, a tak vyrábějí produkty které se vždy něčím odlišují.

Dále také diverzifikuje svoji činnost do více průmyslových sektorů – profesní oděvy, sportovní oděvy, automatizace, robotika, hračkářský průmysl atd. Nedochází tak k závislosti pouze na jednom odvětví, kde může nastat útlum, nebude se v daném odvětví dařit či vstoupí do dané oblasti velký hráč, který pro Applycon bude představovat velkou konkurenci.

Spolupráce

V této podkapitole jsem se rozhodla nastínit spolupráci společnosti Applycon s ostatními společnostmi na projektech.

Applycon ve svých procesech uplatňuje 2 typy projektového řízení.

Prvním typem projektů, které se ve společnosti řeší, jsou základní vývojové projekty vždy ve spolupráci s jinými subjekty, jak českými, tak zahraničními. Výsledkem těchto prací jsou většinou konkrétní technologická řešení nebo návrhy nových výrobků či sestav takových výrobků, které je možné komercializovat. Při účasti na takových projektech společnost preferuje právě možnosti využití poznatků ostatních společností, a tím i využít možnost uvést dané technologie nebo výrobky na trh. Samozřejmostí je, že v těchto případech musí dojít k uzavření určité dohody nebo licenční smlouvy se všemi vlastníky konkrétního know-how obsaženého ve výrobcích či jiných postupech.

Druhým typem jsou klasické komerční projekty, kdy společnost osloví konkrétní zákazník a požaduje návrh řešení nového typu výrobku nebo výrobního postupu pro jeho konkrétní prodejní artikl. V takovém případě je ve firmě uplatněn následující postup:

- Zadáání prostřednictvím zadávací dokumentace
- Studie proveditelnosti
- Design, návrh řešení

- Prototypování:
 - „mock-up“ – mechanický model výrobku
 - plně funkční prototyp
- Předsériová výroba
- Sériová výroba

Při řízení typického projektu může dojít k vynechání některých kroků, například studie proveditelnosti. Na druhou stranu někdy dochází k opakování některých kroků v průběhu řešení projektu, a to například vícenásobné prototypování. Celý proces trvá od několika týdnů až po několik měsíců. Vždy záleží na celkové složitosti a komplexnosti navrhovaných řešení. Dále také záleží na vzájemné spolupráci jiných subjektů zapojených do projektů. Důležitá je zde pravidelná vzájemná komunikace a rozebírání nových skutečností.

Applycon preferuje při řešení nových vývojových projektů možnost uplatnění se při zadání výroby a při vlastní výrobě pro konkrétního zákazníka. To znamená, že celý vývojový proces již částečně respektuje zkušenosti a technologické možnosti vlastního výrobního závodu.

Příkladem úspěšného řešení mezinárodního komerčního projektu byla spolupráce s rakouskou firmou Fischer Sports, jedním z předních světových výrobců lyží, lyžařské obuvi a oblečení. Celý vývojový projekt začal na jaře 2016 a byl dokončen v říjnu téhož roku. Předmětem projektu byl návrh na řešení elektronické jednotky obsahující speciální topné elementy schopné tvarovat „na míru“ obuv pro sjezdové lyžaře.

Do projektu bylo zapojeno celkem 5 subjektů, z toho 4 firmy z Německa a společnost Applycon. V tomto případě převzal Applycon zodpovědnost za subdodávky 2 německých partnerů a stala se tak hlavním dodavatelem části zařízení.

Předmětem zadání pro společnost Applycon bylo navrhnout a vyvinout různé typy topných elementů schopné tvarovat lyžařskou obuv pomocí zahřátí základního tvaru obuvi na teplotu cca 90 °C, a tím umožnit zákazníkovi nechat si „natvarovat“ tuto botu podle tvaru svých nohou. V tomto případě nebylo nutné řešit studii proveditelnosti a přešlo se rovnou k vlastnímu designu a návrhu kompletních řešení topných elementů.

V průběhu měsíců září, říjen došlo na vlastní prototypování navrhovaných řešení. Celkem proběhla 3 kola vlastního prototypování, vždy při určitých úpravách technologií nebo používaných materiálů.

Výsledkem bylo schválení a zahájení předsériové výroby na konci listopadu 2016. Celý výrobek byl pak vyroben před koncem roku 2016 a v průběhu ledna 2017 na něm probíhaly závěrečné testy u potenciálních zákazníků a dále se připravovala jeho prezentace veřejnosti.

Výrobek byl oficiálně představen na největším evropském veletrhu sportovního vybavení a oděvů pro sportovce – ISPO2017 – začátkem února v Mnichově v Německu. Firma Fischer Sports za tento výrobek obdržela první cenu ve vyhlášené soutěži inovace roku. Žádná z konkurenčních značek s podobným řešením nepřišla.

Firmě Applycon díky úspěchu tohoto navrženého řešení byl nabídnut ze strany Fischer sports cca pětiletý kontrakt na výrobu vyvinutého zařízení, což v roce 2017 představuje přibližně 15 % nárůst obrátu firmy. Firma Applycon zároveň získala možnost, jakožto schválený dodavatel, ucházet se o další vývojové projekty u firmy Fischer Sports.

3.4 Finanční analýza

V této praktické části je posuzováno finanční zdraví společnosti Applycon, s. r. o. na základě rozvahy a výkazu zisku a ztráty v letech 2012, 2013, 2014 a 2015. Společnost vykazuje účetní výkazy pouze ve zjednodušeném rozsahu. Použity jsou pouze základní poměrové ukazatele. Účetní výkazy jsou uvedeny v příloze.

Analýza likvidity

Tab. č. 3: Analýza likvidity

	2012	2013	2014	2015
Běžná likvidita	1,0317	1,1391	1,7726	1,6221
Okamžitá likvidita	0,1529	0,1427	0,3082	0,3089
Pohotová likvidita	0,7946	0,6466	1,3304	1,3297

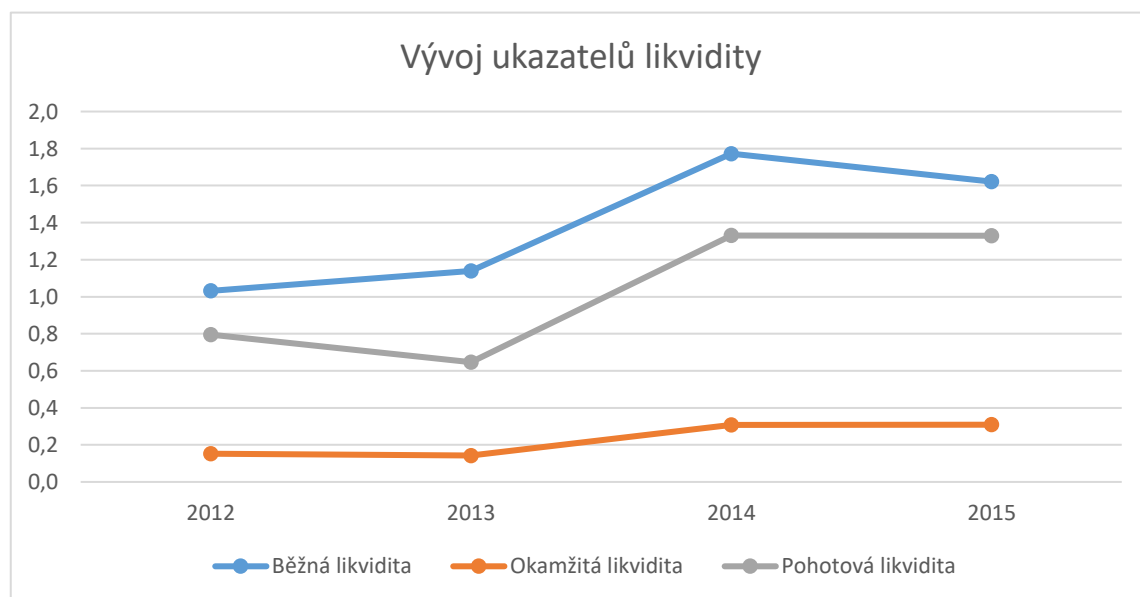
Zdroj: Vlastní zpracování dle Rozvahy a VZZ Applycon, s. r. o., 2013-2015

Ukazatel běžné likvidity má ve sledovaném období rostoucí trend, mimo rok poslední, kde je viditelný mírný pokles. Optimální hodnota běžné likvidity by se měla pohybovat v rozmezí hodnot 1,5 -2,5. Z tabulky je viditelné, že společnost dosahuje daných hodnot až od roku 2014. V roce 2012 se hodnota běžné likvidity nachází na hranici 1,0317. V následujícím roce je hodnota o jednu desetinu vyšší. Oběžná aktiva v těchto dvou letech byla jen nepatrně vyšší než krátkodobé závazky. Společnost by byla sice schopna uspokojit své věřitele, musela by však prodat v podstatě veškerá svá oběžná aktiva.

Ukazatel okamžité likvidity dosahuje hodnot 0,15-0,31. I zde je vidět trend rostoucí. Optimální hodnota tohoto ukazatele je v rozmezí 0,2-0,5. Applycon, s. r. o. se dostává nad spodní hranici v roce 2014, kdy se společnosti výrazně zvýšil finanční majetek zhruba o 0,5 mil. Kč a zároveň hodnota krátkodobých závazků zůstala skoro stejná.

U pohotovosti likvidity je opět viditelná rostoucí tendence a výrazné zlepšení od roku 2014. Hodnoty se pohybují od 0,8-1,33. Zde by se společnost měla držet poměru 1:1. Tento poměr překračuje opět v roce 2014, kdy došlo ke zvýšení oběžných aktiv o 2 miliony Kč. Společnost by byla tedy schopna od roku 2014 splatit veškeré své krátkodobé závazky bez nutnosti prodat své zásoby.

Graf č. 2: Vývoj ukazatelů likvidity



Zdroj: Vlastní zpracování dle Rozvahy a VZZ Applycon, s. r. o., 2013-2015

Z grafu je velice dobře viditelné velké zlepšení mezi roky 2013 a 2014 ve všech analyzovaných ukazatelích.

Analýza rentability

Tab. č. 4: Analýza rentability

	2012	2013	2014	2015
Rentabilita vlastního kapitálu (ROE)	132,376 %	18,417 %	51,635 %	49,032 %
Rentabilita celkového kapitálu (ROA)	36,051 %	7,650 %	29,415 %	29,115 %
Rentabilita tržeb (ROS)	11,349 %	2,538 %	9,063 %	11,207 %

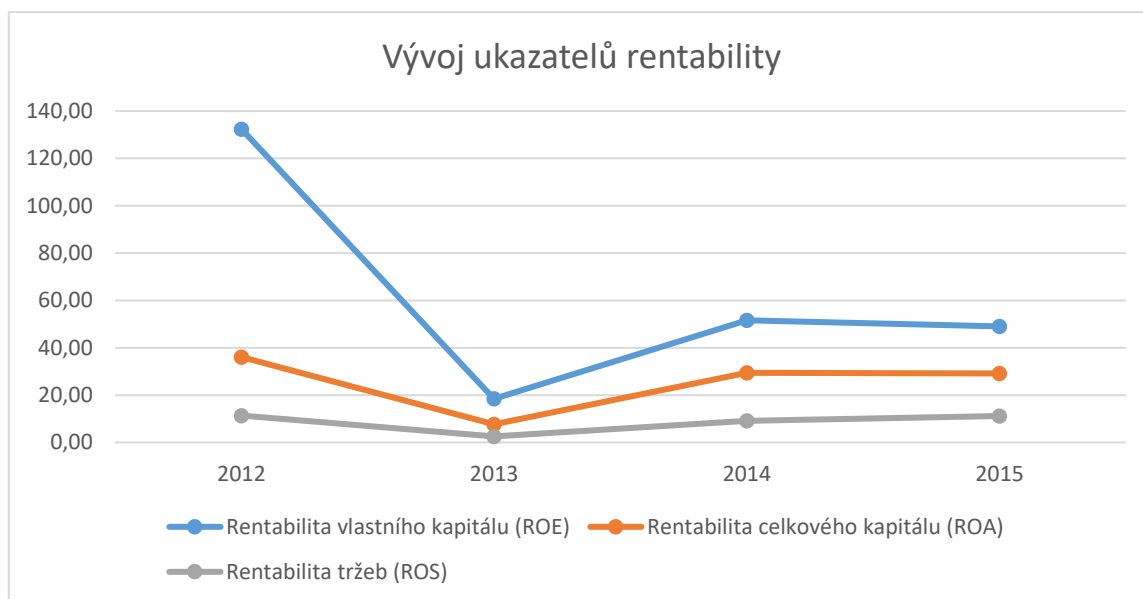
Zdroj: Vlastní zpracování dle Rozvahy a VZZ Applycon, s. r. o., 2013-2015

Rentabilita vlastního kapitálu vyjadřuje, kolik čistého zisku připadá na jednu korunu investovaného kapitálu. Hodnoty tohoto ukazatele ve sledovaných letech velice kolísají. V roce 2012 se hodnota vyšplhala přes 100 %, kdežto v roce 2013 vidíme veliký pokles, a to na pouhých 18,42 %. V roce 2012 získala tedy společnost z jedné koruny investovaného kapitálu 1,32 zisku. O rok déle už pouze 0,18. V obou zmíněných letech byl vlastní kapitál vyrovnaný. Velký rozdíl pozorujeme tedy v čistém zisku, který se snížil mezi lety 2012 a 2013 o 1,5 mil. Kč. V letech 2014 a 2015 se již výsledné hodnoty pohybují kolem 50 %.

Rentabilita celkového kapitálu zobrazuje, zda společnost využívá efektivně veškeré své majtkové prostředky vložené do podnikání. Pro výpočet byl v čitateli použit zisk před úroky a zdaněním, tedy EBIT. I zde je viditelná nejvyšší hodnota v roce 2012 a nejnižší v roce 2013. V dalších sledovaných letech se ROA pohybuje okolo 30 %. Důvodem skoku mezi roky 2012 a 2013 je opět značný rozdíl ve výsledku hospodaření.

Rentabilita tržeb nám říká, kolik korun čistého zisku připadne na jednu korunu tržeb. Tržby se v letech 2012–2015 vyvíjely následovně – 16248 tis. Kč, 13709 tis. Kč, 19330 tis. Kč, 26261 tis. Kč. Opět pozorujeme útlum v roce 2013. V ostatních letech mají tržby rostoucí tendenci. Nejlepší rentabilita tržeb byla v letech 2012 a 2015, kdy se výsledné hodnoty liší pouze minimálně. Nejhorší rok byl znovu rok 2013, kde je ROS pouze 2,538 %.

Graf č. 3: Vývoj ukazatelů rentability



Zdroj: Vlastní zpracování dle Rozvahy a VZZ Applycon, s. r. o., 2013-2015

Z grafu je dobře viditelný pokles mezi lety 2012 a 2013, a to u všech analyzovaných ukazatelů. Důvodem je velký rozdíl ve vykazovaném zisku. V roce 2012 se společnost zúčastnila jednoho velkého vývojového projektu pro zahraničního zákazníka, kde získala několikanásobně vyšší objem zakázek a tím došlo i k neobvykle vysokému zisku. Tento projekt byl v roce 2012 ukončen a žádné další příjmy z něho neplynuly.

V roce 2013 tedy nedochází ke zhoršení situace ve společnosti, pouze se zisk vrací do obvyklých hodnot. Navíc v roce 2013 došlo k investici do podnikového informačního systému.

Analýza zadluženosti

Tab. č. 5: Analýza zadluženosti

	2012	2013	2014	2015
Debt ratio	0,7148	0,6782	0,5431	0,5140
Equity ratio	0,2723	0,2972	0,4569	0,4859
Debt-Equity ratio	2,6246	2,2818	1,1889	1,0580

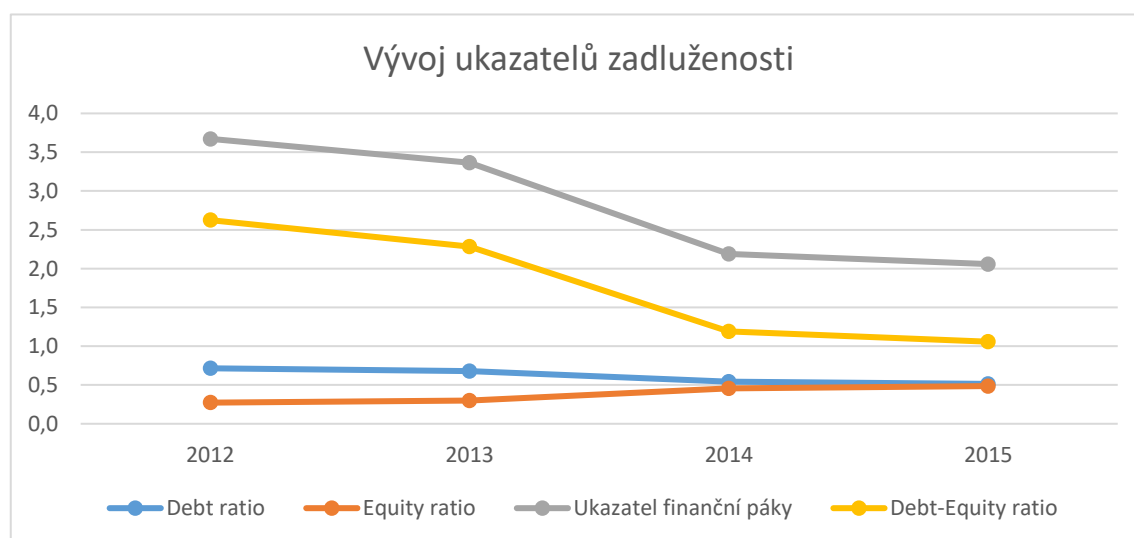
Zdroj: Vlastní zpracování dle Rozvahy a VZZ Applycon, s. r. o., 2013-2015

Prvním analyzovaným ukazatelem je ukazatel věřitelského rizika neboli debt ratio. V čitateli jsou zahrnuty závazky jak krátkodobé, tak i dlouhodobé. Do jmenovatele jsou pak dosazena celková aktiva. Čím vyšší jsou hodnoty, tím vyšší je zadluženost celkového majetku podniku, a tím se zároveň zvyšuje riziko pro věřitele, že jejich dluh nebude splacen. Ve sledovaných letech vidíme klesající tendenci výsledných hodnot. Během 4 analyzovaných let se celková zadluženost společnosti snížila o 20 %. Obecně se doporučuje udržovat tento ukazatel pod úrovní 50 %, což se společnosti nejspíše podaří za rok 2016.

Koeficient samofinancování neboli equity ratio, je doplňkovým ukazatelem k ukazateli věřitelského rizika. Součet výsledných hodnot je roven 1. Vyjadřuje, do jaké míry je majetek společnosti financován penězi vlastníků. Zde je samozřejmě pozitivní, jsou-li hodnoty rostoucí.

Posledním analyzovaným ukazatelem je debt-equity ratio, který vyjadřuje podíl cizího a vlastního kapitálu. V roce 2012 byl cizí kapitál více než dvojnásobný oproti kapitálu vlastnímu. V roce 2013 přijala společnost bankovní úvěr v hodnotě 218 tis. Kč. V roce 2014 pak přijala další úvěr a částka se tak vyšplhala na 500 tis. Kč. Mezi roky 2013 a 2014 se však zároveň zvýšil vlastní kapitál společnosti o téměř 1,5 mil. Kč. K podobnému zvýšení vlastního kapitálu došlo i mezi lety 2014 a 2015. Z tohoto důvodu můžeme ve sledovaných letech pozorovat postupné snižování převahy kapitálu cizího. V roce 2015 již společnost nevykazuje žádné bankovní úvěry a výpomoci.

Graf č. 4: Vývoj ukazatelů zadluženosti



Zdroj: Vlastní zpracování dle Rozvahy a VZZ Applycon, s. r. o., 2013-2015

3.5 SWOT analýza

Tab. č. 6: SWOT analýza

Silné stránky (S)	Slabé stránky (W)
<ul style="list-style-type: none"> - dlouholeté zkušenosti v oboru - vysoká produktivita práce - silná a dlouhodobá partnerství s firmami - vývoj a výroba vlastních výrobků - výrobky s malou mírou přímé konkurence - úspěšná účast ve vývojových projektech - diverzifikace v činnostech - multioborové znalosti - práce pro různá průmyslová odvětví - vysoká přidaná hodnota u produktů 	<ul style="list-style-type: none"> - vysoké náklady - nižší publicita firmy - velká závislost na malém počtu zákazníků - závislost na dodavatelích
Příležitosti (O)	Hrozby (T)
<ul style="list-style-type: none"> - pronikání na nové trhy - spolupráce na vývoji s úspěšnými partnerskými společnostmi - implementace nových technologií - dotační programy na technologie a vzdělání 	<ul style="list-style-type: none"> - společnosti v okolí - mzdové požadavky - fluktuace zaměstnanců - náhlá změna ekonomické situace - změna legislativy - počet absolventů vysokých škol - nezaměstnanost

Zdroj: Vlastní zpracování

Silné stránky

Mezi hlavní silnou stránku určitě patří dlouholeté zkušenosti zaměstnanců. Společnost působí na trhu sice pouze 12 let, její součástí jsou však klíčoví pracovníci, kteří mají zkušenosti s oborem působnosti až 25 let.

Silnou stránkou je také vysoká produktivita práce, vývoj a výroba vlastních výrobků, které mají velmi nízkou či dokonce nulovou přímou konkurenci.

Společnosti přináší výhody také diverzifikace v různých oblastech podnikání – kabelové svazky, inteligentní textilie, vývoj a design.

Vzhledem k vývoji nových produktů, které dosud nemají žádné substituty, mají nové technologie a výrobky vysokou přidanou hodnotu. I to je silná stránka společnosti, která zajišťuje maximální konkurenceschopnost na trhu.

Firmu také posilují úspěšné účasti na vývojových projektech, na kterých spolupracují s jinými společnostmi, s nimiž udržují silná a dlouhodobá partnerství.

Slabé stránky

Slabé stránky podniku jsou spatřovány například ve vysokých nákladech, a to jak nájemních, tak i vysokých nákladech na vývoj nových výrobků a technologií.

Společnost sice dosahuje velkých zisků, ty však pochází od malého počtu zákazníků. Na nich je firma v současnosti velice závislá a při ztrátě klíčového zákazníka, byť jen jednoho z nich, by se mohla dostat do velkých problémů.

Další článek, na kterém je Applycon závislý, jsou dodavatelé. Firma má za dobu své působnosti celou řadu dodavatelů, kteří zajišťují dodávky důležitých komponent, materiálů a nástrojů. Za dobu spolupráce má firma s řadou těchto dodavatelů nadstandardní vztahy včetně cen. Ztráta dodavatele může firmě způsobit značné komplikace při obstarávání materiálu či komponent pro výrobu jinde. Tato skutečnost může vést také k nárůstu pořizovacích nákladů za tyto materiály nebo služby. Ztráta dodavatelů může v krajním případě vést i ke ztrátě odběratelů.

Jako poslední slabou stránku společnost vidí v nižší publicitě. Tento faktor z důvodu velikosti a pozice na trhu, není tak nebezpečný. I přesto je v plánu ho postupem času odbourávat. Před rokem vznikly zcela nové webové stránky a dochází také ke zviditelňování pomocí medií díky projektům, v kterých působí.

Příležitosti

Největší příležitostí je proniknutí na nové trhy. Společnost hodlá této příležitosti určitě využít. V roce 2017 již působí na území Belgie, Holandska, Německa a Rakouska. Jak už bylo popsáno výše, dochází o snahu proniknout i na trh Francie. Do budoucna jsou v plánu i jiné země Evropské unie, ale také severoamerický trh, převážně Kanada.

Další příležitostí jsou také různé dotační programy na technologie a vzdělávání. Z toho plyne i příležitost implementovat stále nové technologie, které v budoucí době usnadní práci.

Za zmínku stojí také možnost využít spolupráce s již velice úspěšnými a velkými společnostmi.

Hrozby

Největší a aktuální hrozbou je náhlá změna ekonomické situace. Tato situace již nastala v letech 2008-2009, kdy byla globální ekonomická krize v odvětví, pro které společnost pracovala. Z analýzy makroprostředí je již jisté, že k náhlé změně ekonomické situace dojde. Zatím není jisté, kdy přesně dojde k ukončení intervencí, společnost by však v prvním kvartálu roku 2017 měla mít jasno, jak se se situací vypořádat s co nejnižšími ztrátami.

Hrozbu také spatřuje Applycon ve společnostech v blízkém okolí, které jsou podstatně větší, jak velikostí, tak počtem zaměstnanců. To může představovat hrozbu nedostatku kvalitních potenciální nových pracovníků, které firma bude chtít získat. S tím souvisí i snižující se nezaměstnanost v okrese, fluktuace zaměstnanců a nenarůstající počet absolventů vysokých škol v Plzeňském kraji. Společnost Applycon by se měla zaměřit na motivování zaměstnanců pomocí zvyšování mezd, příspěvků na dojíždění, stravování a jiných benefitů, které by stávající zaměstnanci ve firmě pomáhali udržet a nové zaměstnance přilákat.

Nepříznivým vlivem pro každou podnikající osobu, jak fyzickou, tak právnickou, je také samozřejmě jakákoliv změna či zásah do legislativy České republiky.

3.6 Zhodnocení úspěšnosti společnosti

Úspěšnou společností je ta, která dokáže přijít s novými nápady na trh, udržet si silnou konkurenční pozici a prosperovat v dané oblasti, co nejlépe to lze.

Mezi největší úspěch společnosti Applycon se dá určitě zařadit jedinečnost oblasti podnikání. Společnost přišla na český trh se zcela novým odvětvím, které za dobu její působnosti stále ještě nemá přímou ani potenciální konkurenci.

Každoročně je kupředu posouvá také účast v nových projektech, na kterých spolupracují s jinými velkými společnostmi. Jedná se většinou o firmy z oděvního průmyslu, kteří pomohou technologii Applyconu implementovat do oblečení. Jejich posledním největším úspěchem je jednoznačně vývoj nové technologie, která bude součástí zásahového obleku pro hasiče. Tento chytrý oblek je v současné době tím nejlepším, co bylo doposud ve světě vyvinuto a vyrobeno v oboru nositelných technologií pro hasiče. Applycon navíc v tomto projektu byl lídrem konsorcia, které jako jediné splnilo veškerá kritéria pro

vítězství ve výběrovém řízení. V březnu 2017 tento oblek získal ocenění Zlatý Amper na veletrhu Amper v Brně.

Z firemního prostředí napomohli společnosti také zaměstnanci, kteří mají mnohaleté zkušenosti v oblasti elektrotechniky. Pro úspěch společnosti jsou klíčovým článkem.

Applycon, s. r. o. se snaží stále vycházet z myšlenky dělat věci jinak. Neustále tak probíhá vývoj a výroba produktů nových, které se neustále něčím odlišují. Dále se také chtějí vyvarovat práci pro jeden průmysl. I přesto, že mají nabídky od velkých automobilových společností, které by jim mohli vynést velké zisky, nechtějí se do spolupráce pouštět v současnosti ani do budoucna. Mohlo by totiž docházet k tlaku na snižování cen ze stran automobilek a zároveň by mohlo dojít k závislosti na daném odvětví a v případě útlumu by to společnosti přineslo jen problémy. V současnosti tak diverzifikují svoji výrobu do více průmyslových oblastí, k čemuž jim napomáhají velké multioborové znalosti.

Z hlediska finančního zdraví na tom také není společnost špatně. Analýza byla provedena v letech 2012-2015. Ve sledovaném období je vidět každoroční zlepšování finanční situace. Výjimkou se může zdát rok 2013, kdy oproti roku 2012 došlo k velkému snížení zisku. V roce 2012 měla společnost nadměrný objem zakázek, a tím i mimořádný zisk. Tento pokles je tedy pouze návrat k běžné hodnotě vykazovaného zisku. Společnosti se navíc během posledních 4 let podařilo snížit zadluženost celkového majetku o 20 %. Od roku 2016 také nevlastní žádný bankovní úvěr.

Závěr

Závěrem je dobré podotknout, že oblast, které se společnost věnuje je přínosná celé společnosti, a to nejen na území České republiky. Vývoj inteligentní textilie může v mnohém usnadnit život obyčejných lidí, ale hlavně také záchranným složkám jednotlivých států. Výrobky společnosti pouze nezlepšují komfort, ale také několikanásobně zvyšují bezpečnost například hasičů, zdravotníků a policistů. Dá se tedy předpokládat, že v budoucnu budou tyto nové produkty v mnohých případech zachraňovat lidské životy.

Cílem této práce byla analýza faktorů úspěšnosti vybraného podniku. V rámci literární rešerše bylo hlavním cílem popsat marketingové prostředí společnosti, a to makroprostředí a mikroprostředí. Dále definovat základní poměrové ukazatele finanční analýzy a analýzu SWOT. Na základě získaných poznatků z teoretické části, byla vypracována část praktická, kde byly jednotlivé poznatky aplikovány na společnosti Applycon, s. r. o.

V praktické části bylo analyzováno makroprostředí pomocí PEST analýzy a mikroprostředí podle Porterova modelu pěti sil. V další části bylo provedena analýza finančního zdraví společnosti díky základním poměrovým ukazatelům, a nakonec byla vytvořena analýza SWOT.

V poslední kapitole je provedeno kompletní zhodnocení úspěšnosti vybrané společnosti.

Přínosem této práce bylo hlavně analyzování silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb. U možných hrozeb a slabých stránek byla zároveň navržena možná řešení.

Seznam grafů

Graf č. 1: Vývoj počtu zaměstnanců

Graf č. 2: Vývoj ukazatelů likvidity

Graf č. 3: Vývoj ukazatelů rentability

Graf č. 4: Vývoj ukazatelů zadluženosti

Seznam obrázků

Obr. č 1: Schéma situační analýzy

Obr. č 2: Schéma marketingového prostředí

Obr. č 3: Porterův model pěti sil

Obr. č 4: SWOT analýza

Obr. č 5: Vývoj měnového kurzu

Seznam tabulek

Tab. č. 1: Vývoj absolventů na ZČU ve studiu prezenčním

Tab. č. 2: Vývoj počtu zaměstnanců

Tab. č. 3: Analýza likvidity

Tab. č. 4: Analýza rentability

Tab. č. 5: Analýza zadluženosti

Tab. č. 6: SWOT analýza

Seznam použitých zkratk

ČR	Česká republika
EAT	Earnings after Taxes = Čistý zisk
EBIT	Earnings before Interest and Taxes = Zisk před zdaněním a úroky
EBT	Earnings before Taxes = Zisk před zdaněním
ES	Evropské společenství

EU	Evropská unie
HDP	hrubý domácí produkt
IČO	Identifikační číslo osoby
Kč	Koruna česká
mil.	milion
MOQ	minimální objednáací množství
ROA	Rentabilita aktiv
ROE	Rentabilita vlastního kapitálu
ROS	Rentabilita tržeb
s. r. o.	společnost s ručením omezeným
Sb.	sbírka
tis.	tisíc

Seznam použité literatury

- Devizový trh. *CNB* [online]. Praha: Česká národní banka, 2017 [cit. 2017-02-20]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/financni_trhy/devizovy_trh/kurzy_devizoveho_trhu/grafy_form.jsp
- HORÁKOVÁ, Helena. *Strategický marketing*. 2., rozš. a aktualiz. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 200 s. Manažer. ISBN 80-247-0447-1
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing: strategie a trendy*. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. 362 s. Expert. ISBN 978-80-247-4670-8
- KOTLER, Philip a ARMSTRONG, Gary. *Marketing*. Praha: Grada, 2004. 855 s. ISBN 978-80-247-0513-2
- KOTLER, Philip a KELLER, Kevin Lane. *Marketing management*. 14th Edition. Harlow: Pearson Education, 2012. 679 s. ISBN 978-0-273-75336-0
- KOTLER, Philip et al. *Moderní marketing*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2
- KOZEL, Roman a kol. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006. 277 s. Expert. ISBN 80-247-0966-X
- KUBÍČKOVÁ, Dana a JINDŘICHOVSKÁ, Irena. *Finanční analýza a hodnocení výkonnosti firmy*. Vydání první. V Praze: C.H. Beck, 2015. xxiii, 342 stran. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-538-1
- MAGRETTA, Joan. *Michael Porter jasně a srozumitelně: o konkurenci a strategii*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2012. 231 s. Knihovna světového managementu; sv. 33. ISBN 978-80-7261-251-2
- PAVLÍKOVÁ, Alena et al. *Finanční řízení v praxi*. 1. vyd. Praha: Alena Pavlíková, 1998. 467 s
- Produkty. *Applycon* [online]. Dobřany, 2016 [cit. 2016-10-30]. Dostupné z: <http://www.applycon.cz/index.php/produkty/>

RŮČKOVÁ, Petra. *Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi*. 5. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2015. 152 stran. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-5534-2

SOLOMON, Michael R., MARSHALL, Greg W. a STUART, Elnora W. *Marketing očima světových marketing manažerů*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2006. 572 s. Business books. ISBN 80-251-1273-X

SYNEK, Miloslav a kol. *Podniková ekonomika*. 6. přepracované a doplněné vydání. V Praze: C.H. Beck, 2015. xxviii, 526 stran. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-274-8

Seznam příloh

Příloha A: Rozvaha ve zjednodušeném rozsahu ke dni 31. 12. 2012

Příloha B: Výkaz zisku a ztráty ve zjednodušeném rozsahu ke dni 31. 12. 2012

Příloha C: Rozvaha ve zjednodušeném rozsahu ke dni 31. 12. 2013

Příloha D: Výkaz zisku a ztráty ve zjednodušeném rozsahu ke dni 31. 12. 2013

Příloha E: Rozvaha ve zjednodušeném rozsahu ke dni 31. 12. 2014

Příloha F: Výkaz zisku a ztráty ve zjednodušeném rozsahu ke dni 31. 12. 2014

Příloha G: Rozvaha ve zjednodušeném rozsahu ke dni 31. 12. 2015

Příloha H: Výkaz zisku a ztráty ve zjednodušeném rozsahu ke dni 31. 12. 2015

Přílohy

Příloha A: Rozvaha ve zjednodušeném rozsahu ke dni 31. 12. 2012

Rozvaha podle Přílohy č. 1
vyhlášky č. 500/2002 Sb.

Účetní jednotka doručí
účetní závěrku současně
s doručením daňového přiznání
za daň z příjmů

1 x příslušnému finančnímu
úřadu

ROZVAHA
ve zjednodušeném rozsahu
ke dni 31.12.2012
(v celých tisících Kč)

Rok	Měsíc	IČ
2012	12	26394243

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky

APPLYCON s.r.o.

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky
a místo podnikání liší-li se od bydliště

Pallova 12 Finanční úřad pro Plzeňský kraj
Plzeň 1
301 00
- 4 - 06 - 2013

Označení a	AKTIVA b	čís. řád. c	Běžné účetní období			Minulé úč. období
			Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	Netto 4
	AKTIVA CELKEM	1	6 414	-1 299	5 115	3 579
A.	Pohledávky za upsaný základní kapitál	2				
B.	Dlouhodobý majetek	3	2 349	-1 181	1 168	1 045
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	4	778	-399	379	149
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	5	1 571	-782	789	896
B. III.	Dlouhodobý finanční majetek	6				
C.	Oběžná aktiva	7	3 890	-118	3 772	2 420
C. I.	Zásoby	8	867		867	522
C. II.	Dlouhodobé pohledávky	9				
C. III.	Krátkodobé pohledávky	10	2 464	-118	2 346	1 854
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	11	559		559	44
D. I.	Časové rozlišení	12	175		175	114

Označení a	PASIVA b	čís. řád. c	Stav v běžném účetním období 5	Stav v minulém účetním období 6
	PASIVA CELKEM	13	5 115	3 579
A.	Vlastní kapitál	14	1 393	405
A. I.	Základní kapitál	15	200	200
A. II.	Kapitálové fondy	16	1 130	1 986
A. III.	Rezervní fondy, nedělitelný fond a ostatní fondy ze zisku	17	20	20
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	18	-1 801	-1 785
A. V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období /+ -/	19	1 844	-16
B.	Cizí zdroje	20	3 656	3 174
B. I.	Rezervy	21		
B. II.	Dlouhodobé závazky	22		
B. III.	Krátkodobé závazky	23	3 656	3 174
B. IV.	Bankovní úvěry a výpomoci	24		
C. I.	Časové rozlišení	25	66	



Sestaveno dne: 29.05.2013		Podpisový záznam statutárního orgánu účetní jednotky nebo podpisový vzor fyzické osoby, která je účetní jednotkou
Právní forma účetní jednotky	Předmět podnikání Výroba elektr. součástí, zařízení, přístrojů	Pozn.:

Příloha B: Výkaz zisku a ztráty ve zjednodušeném rozsahu ke dni 31. 12. 2012

Výkaz zisku a ztráty ve druhovém členění podle Přílohy č. 2 vyhlášky č. 500/2002 Sb.

Účetní jednotka doručí účetní závěrku současně s doručením daňového přiznání za daň z příjmů

1 x příslušnému finančnímu úřadu

**VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY
ve zjednodušeném rozsahu**

ke dni **31.12.2012**
(v celých tisících Kč)

Rok	Měsíc	IČ
2012	12	26394243

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky

APPLYCON s.r.o.

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky a místo podnikání liší-li se od bydliště

Pallova 12



Označení a	TEXT b	číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
I.	Tržby za prodej zboží	1	292	329
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	2	213	192
+	Obchodní marže	3	79	137
II.	Výkony	4	15 956	9 543
B.	Výkonová spotřeba	5	6 913	5 028
+	Přidaná hodnota	6	9 122	4 652
C.	Osobní náklady	7	5 453	3 408
D.	Daně a poplatky	8	7	15
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	9	430	214
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu	10	12	31
F.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu	11		
G.	Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období	12	-25	16
IV.	Ostatní provozní výnosy	13	95	81
H.	Ostatní provozní náklady	14	1 352	1 069
V.	Převod provozních výnosů	15		
I.	Převod provozních nákladů	16		
*	Provozní výsledek hospodaření	17	2 012	42

Označení a	TEXT b	číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
VI.	Tržby z prodeje cenných papírů a podílů	18		
J.	Prodané cenné papíry a podíly	19		
VII.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku	20		
VIII.	Výnosy z krátkodobého finančního majetku	21		
K.	Náklady z finančního majetku	22		
IX.	Výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů	23		
L.	Náklady z přecenění cenných papírů a derivátů	24		
M.	Změna stavu rezerv a opravných položek ve finanční oblasti	25		
X.	Výnosové úroky	26		
N.	Nákladové úroky	27		1
XI.	Ostatní finanční výnosy	28	258	113
O.	Ostatní finanční náklady	29	426	170
XII.	Převod finančních výnosů	30		
P.	Převod finančních nákladů	31		
*	Finanční výsledek hospodaření	32	-168	-58
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost	33		
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost	34	1 844	-16
XIII.	Mimořádné výnosy	35		
R.	Mimořádné náklady	36		
S.	Daň z příjmů z mimořádné činnosti	37		
*	Mimořádný výsledek hospodaření	38		
T.	Převod podílů na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	39		
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-)	40	1 844	-16
****	Výsledek hospodaření před zdaněním	41	1 844	-16



Sestaveno dne: 29.05.2013		Podpisový záznam statutárního orgánu účetní jednotky nebo podpisový vzor fyzické osoby, která je účetní jednotkou
Právní forma účetní jednotky	Předmět podnikání Výroba elektr.součástek, zařízení,přístrojů	Pozn.:

Příloha C: Rozvaha ve zjednodušeném rozsahu ke dni 31. 12. 2013

Rozvaha podle Přílohy č. 1
vyhlásky č. 500/2002 Sb.

Účetní jednotka doručí
účetní závěrku současně
s doručením daňového přiznání
za daň z příjmů

1 x příslušnému finančnímu
úřadu

ROZVAHA ve zjednodušeném rozsahu

ke dni **31.12.2013**
(v celých tisících Kč)

Rok	Měsíc	IČ
2013		26394243

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky

APPLYCON s.r.o.

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky
a místo podnikání liší-li se od bydliště

Pallova 12
Plzeň 1
301 00

Označení a	AKTIVA b	Čís. řád. c	Běžné účetní období			Minulé úč. období
			Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	Netto 4
	AKTIVA CELKEM	1	6 337	-1 788	4 549	5 115
A.	Pohledávky za upsaný základní kapitál	2				
B.	Dlouhodobý majetek	3	3 680	-1 788	1 892	1 168
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	4	779	-526	253	379
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	5	2 901	-1 262	1 639	789
B. III.	Dlouhodobý finanční majetek	6				
C.	Oběžná aktiva	7	2 579		2 579	3 772
C. I.	Zásoby	8	1 115		1 115	867
C. II.	Dlouhodobé pohledávky	9				
C. III.	Krátkodobé pohledávky	10	1 141		1 141	2 346
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	11	323		323	559
D. I.	Časově rozlišení	12	78		78	175

Označení	PASIVA	Čís. řád.	Stav v běžném účetním období	Stav v minulém účetním období
a	b	c	5	6
	PASIVA CELKEM	13	4 549	5 115
A.	Vlastní kapitál	14	1 352	1 393
A. I.	Základní kapitál	15	200	200
A. II.	Kapitálové fondy	16	841	1 130
A. III.	Rezervní fondy, nedělitelný fond a ostatní fondy ze zisku	17	20	20
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	18	42	-1 801
A. V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období /+ -/	19	249	1 844
B.	Cizí zdroje	20	3 085	3 656
B. I.	Rezervy	21		
B. II.	Dlouhodobé závazky	22	603	
B. III.	Krátkodobé závazky	23	2 264	3 656
B. IV.	Bankovní úvěry a výpomoci	24	218	
C. I.	Časové rozlišení	25	112	66



Sestaveno dne: 06.06.2014		Podpisový záznam statutárního orgánu účetní jednotky nebo podpisový vzor fyzické osoby, která je účetní jednotkou
Právní forma účetní jednotky S. r. o.	Předmět podnikání Výroba elektr. součástek, zařízení, přístrojů	Pozn.:

Příloha D: Výkaz zisku a ztráty ve zjednodušeném rozsahu ke dni 31. 12. 2013

Výkaz zisku a ztráty ve druhovém členění podle Přílohy č. 2 vyhlášky č. 500/2002 Sb.

Účetní jednotka doručí účetní závěrku současně s doručením daňového přiznání za daň z příjmů

1 x příslušnému finančnímu úřadu

**VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY
ve zjednodušeném rozsahu**

ke dni 31.12.2013
(v celých tisících Kč)

Rok	Měsíc	IČ
2013		26394243

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky

APPLYCON s.r.o.

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky a místo podnikání liší-li se od bydliště

Pallova 12
Plzeň 1
301 00

Označení a	TEXT b	číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
I.	Tržby za prodej zboží	1	427	292
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	2	245	213
+	Obchodní marže	3	182	79
II.	Výkony	4	13 282	15 956
B.	Výkonová spotřeba	5	5 611	6 913
+	Přidaná hodnota	6	7 853	9 122
C.	Osobní náklady	7	6 732	5 453
D.	Daně a poplatky	8	11	7
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	9	606	430
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu	10	13	12
F.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu	11		
G.	Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období	12	-118	-25
IV.	Ostatní provozní výnosy	13	85	95
H.	Ostatní provozní náklady	14	486	1 352
V.	Převod provozních výnosů	15		
I.	Převod provozních nákladů	16		
*	Provozní výsledek hospodaření	17	234	2 012

Označení a	TEXT b	číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
VI.	Tržby z prodeje cenných papírů a podílů	18		
J.	Prodané cenné papíry a podíly	19		
VII.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku	20		
VIII.	Výnosy z krátkodobého finančního majetku	21		
K.	Náklady z finančního majetku	22		
IX.	Výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů	23		
L.	Náklady z přecenění cenných papírů a derivátů	24		
M.	Změna stavu rezerv a opravných položek ve finanční oblasti	25		
X.	Výnosové úroky	26		
N.	Nákladové úroky	27	99	
XI.	Ostatní finanční výnosy	28	232	258
O.	Ostatní finanční náklady	29	118	426
XII.	Převod finančních výnosů	30		
P.	Převod finančních nákladů	31		
*	Finanční výsledek hospodaření	32	15	-168
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost	33		
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost	34	249	1 844
XIII.	Mimořádné výnosy	35		
R.	Mimořádné náklady	36		
S.	Daň z příjmů z mimořádné činnosti	37		
*	Mimořádný výsledek hospodaření	38		
T.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	39		
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-)	40	249	1 844
****	Výsledek hospodaření před zdaněním	41	249	1 844



Sestaveno dne: 06.06.2014		Podpisový záznam statutárního orgánu účetní jednotky nebo podpisový vzor fyzické osoby, která je účetní jednotkou <i>Klaas</i>	
Právní forma účetní jednotky <i>S. F. O.</i>	Předmět podnikání Výroba elektr.součástek, zařízení,přístrojů	Pozn.:	

Příloha E: Rozvaha ve zjednodušeném rozsahu ke dni 31. 12. 2014

Rozvaha podle Přílohy č. 1
vyhlášky č. 500/2002 Sb.

Účetní jednotka doručí
účetní závěrku současně
s doručením daňového přiznání
za daň z příjmů

1 x příslušnému finančnímu
úřadu

ROZVAHA ve zjednodušeném rozsahu

ke dni **31.12.2014**
(v celých tisících Kč)

Rok	Měsíc	IČ
2014		26394243

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky

APPLYCON s.r.o.

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky
a místo podnikání liší-li se od bydliště

Pallova 12
Plzeň 1
301 00

Označení a	AKTIVA b	čís. řad. c	Běžné účetní období			Minulé úč. období
			Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	Netto 4
	AKTIVA CELKEM	1	8 221	-2 265	5 956	4 549
A.	Pohledávky za upsaný základní kapitál	2				
B.	Dlouhodobý majetek	3	3 853	-2 264	1 589	1 892
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	4	735	-609	126	253
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	5	3 118	-1 655	1 463	1 639
B. III.	Dlouhodobý finanční majetek	6				
C.	Oběžná aktiva	7	4 234	-1	4 233	2 579
C. I.	Zásoby	8	1 056		1 056	1 115
C. II.	Dlouhodobé pohledávky	9				
C. III.	Krátkodobé pohledávky	10	2 442	-1	2 441	1 141
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	11	736		736	323
D. I.	Časové rozlišení	12	134		134	78

Označení a	PASIVA b	čís. řád. c	Stav v běžném účetním období 5	Stav v minulém účetním období 6
	PASIVA CELKEM	13	5 956	4 549
A.	Vlastní kapitál	14	2 721	1 352
A. I.	Základní kapitál	15	200	200
A. II.	Kapitálové fondy	16	804	841
A. III.	Fondy ze zisku	17	20	20
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	18	292	42
A. V. 1.	Výsledek hospodaření běžného účetního období +/-	19	1 405	249
A. V. 2.	Rozhodnuto o zálohách na výplatu podílu na zisku +/-	26		
B.	Cizí zdroje	20	3 235	3 085
B. I.	Rezervy	21		
B. II.	Dlouhodobé závazky	22	347	603
B. III.	Krátkodobé závazky	23	2 388	2 264
B. IV.	Bankovní úvěry a vypomoci	24	500	218
C. I.	Časové rozlišení	25		112



Sestaveno dne: 19.06.2015		Podpisový záznam statutárního orgánu účetní jednotky nebo podpisový vzor fyzické osoby, která je účetní jednotkou <i>H. Černý</i>	
Právní forma účetní jednotky <i>S.N.O.</i>	Předmět podnikání Výroba elektr. součástí, zařízení, přístrojů	Pozn.:	

Příloha F: Výkaz zisku a ztráty ve zjednodušeném rozsahu ke dni 31. 12. 2014

Výkaz zisku a ztráty ve druhovém členění podle Přílohy č. 2 vyhlášky č. 500/2002 Sb.

Účetní jednotka doručí účetní závěrku současně s doručením daňového přiznání za daň z příjmů

1 x příslušnému finančnímu úřadu

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY ve zjednodušeném rozsahu

ke dni **31.12.2014**
(v celých tisících Kč)

Rok	Měsíc	IČ
2014		26394243

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky

APPLYCON s.r.o.

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky
a místo podnikání liší-li se od bydliště

Pallova 12
Plzeň 1
301 00

Označení a	TEXT b	číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
I.	Tržby za prodej zboží	1	394	427
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	2	257	245
+	Obchodní marže	3	137	182
II.	Výkony	4	18 936	13 282
B.	Výkonová spotřeba	5	8 634	5 611
+	Přidaná hodnota	6	10 439	7 853
C.	Osobní náklady	7	8 505	6 732
D.	Daně a poplatky	8	14	11
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	9	519	606
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu	10	17	13
F.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu	11		
G.	Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období	12	1	-118
IV.	Ostatní provozní výnosy	13	956	85
H.	Ostatní provozní náklady	14	518	486
V.	Převod provozních výnosů	15		
I.	Převod provozních nákladů	16		
*	Provozní výsledek hospodaření	17	1 855	234

Označení a	TEXT b	číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
VI.	Tržby z prodeje cenných papírů a podílů	18		
J.	Prodané cenné papíry a podíly	19		
VII.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku	20		
VIII.	Výnosy z krátkodobého finančního majetku	21		
K.	Náklady z finančního majetku	22		
IX.	Výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů	23		
L.	Náklady z přecenění cenných papírů a derivátů	24		
M.	Změna stavu rezerv a opravných položek ve finanční oblasti	25		
X.	Výnosové úroky	26		
N.	Nákladové úroky	27	81	99
XI.	Ostatní finanční výnosy	28	62	232
O.	Ostatní finanční náklady	29	165	118
XII.	Převod finančních výnosů	30		
P.	Převod finančních nákladů	31		
*	Finanční výsledek hospodaření	32	-184	15
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost	33	266	
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost	34	1 405	249
XIII.	Mimořádné výnosy	35		
R.	Mimořádné náklady	36		
S.	Daň z příjmů z mimořádné činnosti	37		
*	Mimořádný výsledek hospodaření	38		
T.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	39		
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-)	40	1 405	249
****	Výsledek hospodaření před zdaněním	41	1 671	249



Sestaveno dne: 19.06.2015		Podpisový záznam statutárního orgánu účetní jednotky nebo podpisový vzor fyzické osoby, která je účetní jednotkou <i>M. Černý</i>	
Právní forma účetní jednotky <i>S. t. o.</i>	Předmět podnikání Výroba elektr. součástek, zařízení, přístrojů	Pozn.:	

Příloha G: Rozvaha ve zjednodušeném rozsahu ke dni 31. 12. 2015

<div style="text-align: center; margin-top: 100px;">otisk podacího razítka</div>	<p>ROZVAHA</p> <p>ve zjednodušeném rozsahu</p> <p>k 3 1 . 1 2 . 2 0 1 5</p> <p>v tisících Kč</p> <table border="1" style="margin: 0 auto; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px 5px;">IČ</td> <td style="padding: 2px 5px;">2</td> <td style="padding: 2px 5px;">6</td> <td style="padding: 2px 5px;">3</td> <td style="padding: 2px 5px;">9</td> <td style="padding: 2px 5px;">4</td> <td style="padding: 2px 5px;">2</td> <td style="padding: 2px 5px;">4</td> <td style="padding: 2px 5px;">3</td> </tr> </table>	IČ	2	6	3	9	4	2	4	3	<p>Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky APPLYCON</p> <p>s.r.o.</p> <p>Sídlo nebo bydliště účetní jednotky a místo podnikání, liší-li se od bydliště Pallova 44/12</p> <p>Plzeň</p> <p>301 00</p>
IČ	2	6	3	9	4	2	4	3			

Označ.	AKTIVA	číslo řádku	Běžné účetní období			Minulé období
			Brutto	Korekce	Netto	Netto
	AKTIVA CELKEM	A.+B.+C.+D.I.	12 990	-2 882	10 108	5 956
B.	Dlouhodobý majetek	B.1+...+B.III	5 847	-2 862	2 985	1 589
B.I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	B.I.1+B.I.2+B.I.3+B.I.4	735	-735	0	126
B.II.	Dlouhodobý hmotný majetek	B.II.1+...+B.II.x	5 112	-2 127	2 985	1 463
C.	Oběžná aktiva	C.I.+C.II.+C.III.+C.IV.	6 578	-20	6 558	4 233
C.I.	Zásoby	C.I.1+...+C.I.x	1 182	0	1 182	1 056
C.III.	Krátkodobé pohledávky	C.III.1+...+C.III.x	4 147	-20	4 127	2 441
C.IV.	Krátkodobý finanční majetek	C.IV.1+...+C.IV.x	1 249	0	1 249	736
D.I.	Časové rozlišení	D.I.1+...+D.I.x	565	0	565	134

	PASIVA CELKEM	A.+B.+C.	001	10 108	5 956
A.	Vlastní kapitál	A.I.+A.II.+A.III.+A.IV.+A.V.1+A.V.2	002	4 911	2 721
A.I.	Základní kapitál	A.I.1+...+A.I.x	003	200	200
A.II.	Kapitálové fondy	A.II.1+...+A.II.x	007	587	804
A.III.	Fondy ze zisku	A.III.1+...+A.III.x	014	20	20
A.IV.	Výsledek hospodaření minulých let	A.IV.1+...+A.IV.x	017	1 696	292
A.V.1	Výsledek hospodaření běžného účetního období (+/-)	Aktiva - A.1.-A.II.-A.III.-A.IV.-B.-C.-A.V.2	021	2 408	1 405
B.	Cizí zdroje	B.I.+B.II.+B.III.+B.IV.	022	5 196	3 235
B.II.	Dlouhodobé závazky	B.II.1+...+B.II.x	028	1 153	347
B.III.	Krátkodobé závazky	B.III.1+...+B.III.x	039	4 043	2 388
B.IV.	Bankovní úvěry a výpomoci	B.IV.1+...+B.IV.x	051	0	500
C.I.	Časové rozlišení	C.I.1+...+C.I.x	055	1	0

Sestaveno dne: 24.6.2016	Podpisový záznam fyzické osoby, která je účetní jednotkou nebo statutárním orgánem účetní jednotky, poznámka
Právní forma účetní jednotky: společnost s ručením omezeným	Kantová Alena
Předmět podnikání: Výroba elektrických vodičů a kabelů j. n. Výroba optických a elektrických kabelů, elektrických vodičů a elektroinstalačních zařízení	
Pozn.:	

Příloha H: Výkaz zisku a ztráty ve zjednodušeném rozsahu ke dni 31. 12. 2015

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY

ve zjednodušeném rozsahu

k 3 1 . 1 2 . 2 0 1 5

Od: 1.1.2015 Do: 31.12.2015

v tisících Kč

IČ 2 6 3 9 4 2 4 3

otisk podacího razítka

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky

APPLYCON

s.r.o.

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky
a místo podnikání, liší-li se od bydliště

Pallova 44/12

Plzeň

301 00

Označ.	VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY	Číslo řádku	Skutečnost v účetním období	
			sledovaném	minulém
I.	Tržby za prodej zboží účty 604	001	396	394
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží účty 504	002	299	257
+	Obchodní marže I.-A.	003	97	137
II.	Výkony II.1+II.2.+II.3.+II.x	004	25 865	18 936
B.	Výkonová spotřeba B.1.+...+B.x	008	12 709	8 634
+	Přidaná hodnota I.-A.+II.-B.	011	13 253	10 439
C.	Osobní náklady součet C.1.+...+C.x	012	12 488	8 505
D.	Daně a poplatky účty 531, 532, 538	017	17	14
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku účty 551, 557	018	815	519
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu III.1.+...+III.x	019	165	17
G.	Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období účty (+/-)552, (+/-)554, (+/-)555, (+/-)556, (+/-)559	025	19	1
IV.	Ostatní provozní výnosy účty 644, 646, 648	026	3 561	956
H.	Ostatní provozní náklady účty 543, 544, 545, 546, 548, 549	027	553	518
*	* Provozní výsledek hospodaření Přidaná hodnota+III.+IV.+V.-C-D-E-F-G-H-I	030	3 087	1 855
N.	Nákladové úroky účty 562	043	70	81
XI.	Ostatní finanční výnosy účty 863, 867AÚ, 868	044	47	62
O.	Ostatní finanční náklady účty 563, 567AÚ, 568, 569	045	227	165
*	Finanční výsledek hospodaření VI.+VII.+VIII.+IX.+X.+XI.-K.-L.-M.-N.-O.-P	048	-250	-184
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost Q.1.+...+Q.x	049	429	266
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost * + * - Q.	052	2 408	1 405
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-) ** + * - T	060	2 408	1 405
****	Výsledek hospodaření před zdaněním * + * + XIII. - R.	061	2 837	1 671

Sestaveno dne: 24.6.2016	Podpisový záznam fyzické osoby, která je účetní jednotkou nebo statutárního orgánu účetní jednotky, poznámka
Právní forma společnosti s ručením omezeným účetní jednotky:	Kantová Alena
Předmět podnikání: Výroba elektrických vodičů a kabelů j. n. Výroba optických a elektrických kabelů, elektrických vodičů a elektroinstalačních zařízení	
Pozn.:	

Abstrakt

BEZDĚKOVÁ, Martina. *Analýza faktorů úspěšnosti vybraného podniku*. Bakalářská práce. Plzeň: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, 51 s. 2017

Klíčová slova: makroprostředí, mikroprostředí, SWOT analýza, finanční analýza, inteligentní textilie

Předložená bakalářská práce je zaměřena na analýzu faktorů úspěšnosti vybraného podniku.

Teoretická část je rozdělena do 6 hlavní částí – marketingová situační analýza, marketingové prostředí společnosti, makroprostředí, mikroprostředí, finanční analýza a analýza SWOT.

V praktické části je stručně charakterizována společnost Applycon, s. r. o. U této společnosti je pak provedena analýza makroprostředí, mikroprostředí, základních poměrových ukazatelů finanční analýzy a SWOT.

Závěr práce se zabývá zhodnocením úspěšnosti podniku.

Abstract

BEZDĚKOVÁ, Martina. *Analysis of success on a particular firm*. Bachelor's thesis. Plzeň: Faculty of Economics, University of West Bohemia in Plzeň, 51 pages. 2017.

Keywords: macro environment, micro environment, SWOT analysis, financial analysis, intelligent textiles

Bachelor thesis is focused on analysis of success on a particular firm.

Theoretical part is divided into six main parts – Situation Analysis, Marketing Environment, Macro Environment, Micro Environment, Financial Analysis and SWOT Analysis.

In the practical part the company Applycon, s. r. o. is introduced. There is also Macroenvironmental and Microenvironmental Analysis, Financial Ratio Analysis and SWOT Analysis made based on materials from the company.

There is an evaluation of the company's success at the end of this thesis.