

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Vliv okolí podniku na konkrétní podnik

**Influence of surroundings on specific
company**

Martina Janoušková

Plzeň 2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„ Vliv okolí podniku na konkrétní podnik “

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

V Plzni, dne 2.5.2012

.....

Podpis autora

Poděkování

Ráda bych poděkovala panu Ing. Bohuslavu Šimkovi za jeho odborné rady a cenné připomínky, kterými přispěl při vypracování této práce.

Své poděkování bych také ráda věnovala firmě DAFE-PLAST s.r.o., především panu Ing. Miroslavu Culkovi a paní Ing. Janě Malcové za jejich rady a poskytnutí interních údajů.

Obsah

ÚVOD	7
1 CHARAKTERISTIKA PODNIKU	8
1.1 PŘEDMĚT ČINNOSTI PODNIKU	8
1.2 ZÁKLADNÍ UKAZATELE	8
1.3 HISTORIE FIRMY	8
1.4 SOUČASNOST	9
2 OKOLÍ PODNIKU	12
OKOLÍ.....	12
2.1 GEOGRAFICKÉ OKOLÍ.....	13
2.1.1 <i>SWOT analýza problematiky regionálního rozvoje v České republice</i>	13
2.2 SOCIÁLNÍ OKOLÍ	15
2.2.1 <i>Zaměstnanost</i>	15
2.3 POLITICKÉ A PRÁVNÍ OKOLÍ	17
2.3.1 <i>Politický systém v České republice</i>	17
2.3.2 <i>Politické strany ČR</i>	19
2.4 EKONOMICKÉ OKOLÍ.....	19
2.4.1 <i>Inflace</i>	20
2.4.2 <i>Hrubý domácí produkt</i>	20
2.4.3 <i>Směnný kurz</i>	21
2.5 EKOLOGICKÉ OKOLÍ.....	22
3 VLIV OKOLÍ NA ZVOLENÝ PODNIK	25
3.1 GEOGRAFICKÉ OKOLÍ.....	25
3.2 EKONOMICKÉ OKOLÍ.....	25
3.2.1 <i>Ekonomický vývoj společnosti DAFE-PLAST s.r.o. od roku 2006</i>	26
3.2.2 <i>Marketing</i>	29
3.3 POLITICKÉ OKOLÍ.....	30
3.3.1 <i>Program Zelená úsporám</i>	30
3.3.2 <i>Program Panel</i>	31
3.3.3 <i>Daň z přidané hodnoty</i>	31
3.4 KONKURENCE	34
3.5 DODAVATELÉ	37
3.6 ODBĚRATELÉ	39
4 ZHODNOCENÍ VLIVU OKOLÍ	41
4.1 POROVNÁNÍ S KONKURENCÍ	43
4.2 NAVRŽENÁ OPATŘENÍ.....	44
4.2.1 <i>Meziskelní žaluzie ScreenLine</i>	44
4.2.2 <i>Samočistící skla BIOCLEAN</i>	45
4.2.3 <i>Energetický audit</i>	46

5 ZÁVĚR	47
SEZNAM TABULEK A OBRÁZKŮ.....	49
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	50
SEZNAM PŘÍLOH.....	52

ÚVOD

Pro bakalářskou práci jsem si zvolila téma vliv okolí podniku na konkrétní podnik. Jako konkrétní podnik jsem si vybrala společnost DAFE-PLAST s.r.o. Jedná se o firmu zabývající se výrobou a montáží plastových a hliníkových oken, dveří, prosklených stěn, zimních zahrad a dále poradenstvím, odbornými konzultacemi a projektováním souvisejícím s otvorovými výplněmi. Společnost působí na českém trhu již od roku 1992 a za tuto dobu si vytvořila širokou síť významných dodavatelů a odběratelů.

V práci jsem čerpala poznatky z odborné literatury, článků, teoretických materiálů a tyto poznatky jsem poté převedla do praktické části, ve které uvádím jaké konkrétní vlivy a jak působí na zvolený podnik. Pro praktickou část mé práce jsem využila také osobních konzultací s vedoucí ekonomického úseku a obchodním ředitelem firmy DAFE-PLAST s.r.o., kteří mi poskytli mnoho cenných informací.

V první kapitole je charakterizován zvolený podnik. Je představen hlavní předmět podnikání, základní ukazatele, stručně popsána historie firmy, organizační struktura, vývoj počtu zaměstnanců a současný stav podniku.

V druhé kapitole jsou analyzovány jednotlivé složky okolí. Zde je vysvětlen pojem okolí podniku a stručně charakterizováno geografické, sociální, politické a právní, ekonomické a ekologické okolí.

Třetí kapitola je zaměřena na prvky okolí, které nejvíce ovlivňují zvolený podnik. Z podnikatelského okolí jsou charakterizováni nejvýznamnější odběratelé, dodavatelé a konkurenční firmy.

V následující kapitole je zhodnoceno okolí podniku pomocí SWOT analýzy, provedeno porovnání s konkurenční firmou v ohledu na rychlost poskytnutí služeb, ceny služeb a výrobků. Nakonec je navrženo opatření pro úpravy strategie podniku.

Cílem práce je analyzovat jednotlivé prvky okolí, které působí na podnik, provést zhodnocení působení těchto vlivů a následně doporučit opatření pro úpravy strategie zvoleného podniku.

1 CHARAKTERISTIKA PODNIKU

1.1 Předmět činnosti podniku

Firma DAFE-PLAST se zabývá výrobou plastových a hliníkových oken, dveří a zimních zahrad. Zajišťuje také profesionální poradenství, zpracování návrhů a projektů v oblasti stavebních otvorových výplní. Zaručuje montáž výrobků prostřednictvím proškolených pracovníků včetně provedení zednických prací. Dále garantuje záruční i pozáruční zákaznický servis.

1.2 Základní ukazatele

Datum vzniku: 6.5.1992

Základní kapitál společnosti: 100 000,- Kč

IČO: 46345426

Sídlo: Resslerova 1046, 588 13 Polná

Počet zaměstnanců: 135-155

Roční obrat: 300 mil. Kč

Právní forma: společnost s ručením omezeným

1.3 Historie firmy

Společnost DAFE-PLAST Jihlava, s.r.o. působí na českém trhu již od roku 1992. Jedná se o ryze českou firmu, která byla založena dvěma fyzickými osobami, kterými byli pan František Dašek a Jiří Fejta, odtud pochází název firmy. Název je tvořen prvníma dvěma písmeny jmen obou zakladatelů. Tito dva úspěšní podnikatelé započali výrobu v pronajaté hale v Jihlavě, kterou vlastními silami modernizovali. Jednalo se pouze o malovýrobu. Po zisku zákazníků si mohli dovolit modernější výrobu, kterou si založili v Polné nedaleko Jihlavy. Můžeme říci, že se jedná o založení výrobního závodu tzv. na zelené louce. V této době tvořil velký podíl na zisku vývoz do Ruska. Další významnou část zakázek tvořil již v této době trh ve Švýcarsku. Tento obchod tvoří i v současné

době téměř 30 procent veškerých tržeb. V roce 2004 odešel z firmy pan Dašek. Současnými majiteli firmy jsou Jiří Fejta a jeho syn Jiří Fejta ml.. Jde tedy o typickou rodinnou firmu.

1.4 Současnost

V současné době se firma řadí k nejvýznamnějším výrobcům otvorových výplní v České republice. Úspěšnost firmy spočívá především v tom, že dokáže vyhovět neustále se zvyšujícím požadavkům svých zákazníků. To souvisí s výběrem kvalitních dodavatelů jednotlivých součástek, s modernizací výrobních technologií, s neustálým proškolením obchodníků jednotlivých poboček.

Po téměř dvacetiletém působení na trhu neustále rozšiřuje svůj sortiment, zlepšuje kvalitu svých výrobků, upevňuje svou pozici a přizpůsobuje se nejnovějším trendům tak, aby mohla nabídnout výrobky té nejvyšší úrovně. Ve firmě je největší důraz kladen na dodržování kvality jak při výrobě, tak i při montáži. Z tohoto důvodu vyrábí firma plastové otvorové prvky z profilů německé firmy REHAU, která patří k absolutní špičce v tomto oboru. Kontrola kvality tedy doprovází celý technologický proces a tvoří jeho pevnou součást. Samozřejmostí je certifikace ČSN EN ISO 9001:2001. Tento systém kvality zaručuje všem zákazníkům, že všechna plastová i hliníková okna jsou vyráběna dle stanovených pravidel. Účinnost těchto opatření je zajištěna pomocí interních a externích auditů. [6]

ISO

ISO je mezinárodní organizace pro normalizaci. Tato organizace sídlí v Ženevě a byla založena roku 1947. Toto slovo je řeckého původu a v překladu znamená "rovnat se". ČSN EN ISO 9001:2001 je jednou z nejvýznamnějších norem, která byla v České republice schválena Českým normalizačním institutem. ČSN EN ISO 9001 je součástí mezinárodních standardů vydávaný Mezinárodní organizací pro standardizaci. Tato norma označuje systém managementu kvality. K hlavním přínosům zavedení této normy patří celkové posílení stávajícího systému managementu organizace, zvýšení konkurenceschopnosti. Pokud je ve firmě zavedena tato norma tak velice zvyšuje image dané firmy, lépe plní požadavky svých zákazníků a také se zvyšuje spokojenost

zaměstnanců, zvyšují se exportní možnosti, je efektivnější alokace zdrojů, výrazně se sníží množství reklamací a následné náklady plynoucí ze zjištění neshod. [8]

Zaměstnanci

Společnost zaměstnává v současné době okolo 150 zaměstnanců. Tím se řadí mezi střední podniky. V příloze přikládám organizační strukturu společnosti. Následující tabulka analyzuje vývoj počtu zaměstnanců. Je možné si všimnout, že počet pracovníků neustále narůstal. K prvnímu poklesu došlo v první polovině roku 2008, tedy roku počátku ekonomické krize. V dalších letech je možné vidět, že vždy v první polovině roku byl počet zaměstnanců nižší než ve druhé polovině. Tento trend je ovlivněn sezonními výkyvy.

Tab. č. 1: Vývoj počtu zaměstnanců

Datum	Počet zaměstnanců
1.1.2006	99
30.6.2006	110
1.1.2007	114
30.6.2007	131
1.1.2008	128
30.6.2008	139
1.1.2009	138
30.6.2009	144
1.1.2010	137
30.6.2010	151
1.1.2011	135
30.9.2011	152

Zdroj: Vlastní zpracování, 2012

2 OKOLÍ PODNIKU

OKOLÍ

Každý podnik je ovlivněn působením vnějšího okolí. Síla, kterou okolí ovlivňuje konkrétní podnik je velice silná, naopak podnik své okolí ovlivní jen minimálně. Okolí v podstatě představuje vše, co je za pomyslnými hranicemi podniku. [3]

Každý podnikatel, který uvažuje o založení podniku musí zohlednit veškeré prvky vnějšího okolí. Již při výběru místa musí dbát na to, aby bylo výhodné z hlediska geografického. Dále musí být podnik šetrný k životnímu prostředí, v tomto případě se jedná o ekologické prostředí, musí dodržovat určité zákony a právní normy. Musí znát dokonale nabídku a poptávku po výrobcích či službách, které chce vyrábět či poskytovat, proto se budu v práci zabývat také nejvýznamnějšími dodavateli a odběrateli zvoleného podniku.

Nejdůležitějšími prvky okolí, které působí na podnik jsou tyto:

- geografické
- sociální
- politické a právní
- ekonomické
- ekologické

[3]

Z hlediska podnikatelského prostředí se jedná o:

- konkurenci
- dodavatele
- odběratele

2.1 Geografické okolí

Geografické okolí předurčuje logistické náklady firmy. Nevhodně zvolené místo by mohlo tyto náklady výrazně navýšit, což je samozřejmě velice neefektivní. Podnik by měl být umístěn tak, aby plnil své strategické cíle.

Správná lokalizace je velice důležitým a dlouhodobým faktorem, který má významný vliv na budoucí výkonnost firmy. Při zakládání podniku a rozhodování o umístění by se mělo vedení zaměřit především na tyto faktory lokalizace:

- *"rozsah a kvalita zdrojů pracovních sil jakož i náklady spojené s využíváním pracovníků,*
- *přístup k surovinovým zdrojům a popřípadě s nimi spojené dopravní náklady,*
- *nejbližší zdroje energie a možnosti dopravních spojení,*
- *možnosti odbytu,*
- *případné možnosti využití investičních pobídek v souvislosti s podporou státu,*
- *daňové úlevy v dané lokalitě,*
- *ekologie a ochrana životního prostředí."*

[4, str. 22]

2.1.1 SWOT analýza problematiky regionálního rozvoje v České republice

SWOT analýza slouží k analyzování interních a externích vlivů působících na podnik. K interním vlivům patří silné stránky a slabé stránky. Všechny činnosti, které probíhají dobře se označují jako silné stránky. Může se jednat o vysokou poptávku našich výrobků, konkurenceschopnost, dobré jméno podniku atd. Jako slabou stránku označíme vše, co se nedaří, například špatná infrastruktura, nedostatečné technické vybavení, nedostatek znalostí zaměstnanců atd. Mezi externí vlivy patří příležitosti a hrozby. Příležitostí může být například rostoucí poptávka po našich výrobcích, možnost přístupu na nové trhy po vstupu do EU. K hlavním hrozbám téměř všech podniků patří silná konkurence, klesající poptávka.

SWOT analýza problematiky regionálního rozvoje ČR

Silné stránky

K silným stránkám regionálního rozvoje ČR patří především kvalifikovaná a poměrně levná pracovní síla, nižší nezaměstnanost než v ostatních zemích EU. Z geografického hlediska patří k silným stránkám především to, že má Česká republika vysokou hustotu silniční a železniční sítě. K dalším silným stránkám patří také rozvoj výrobních kapacit, který je spojen s realizací přímých zahraničních investic a díky tomu dojde k rozvoji podnikání v jednotlivých regionech. Tento rozvoj umožňuje vytvoření nových vazeb s tuzemskými podnikatelskými subjekty a jejich následné prosazení na zahraničních trzích.

Slabé stránky

Mezi slabé stránky ČR patří nízká konkurenceschopnost venkovské ekonomiky a dlouhodobě se zvyšující nedostatek pracovních příležitostí na venkově, vysídlování venkova. Další slabou stránkou je nevyhovující vzájemné propojení krajských měst, nízká kvalitativní úroveň dopravní infrastruktury a nadále se zhoršující situace v údržbě dopravní sítě či nedostatečná dopravní obslužnost okrajových částí regionu.

Příležitosti

Využití nových příležitostí železniční dopravy na vybudovaných koridorech a logistických centrech vede ke snížení negativních vlivů na životní prostředí. Vzdělání populace s důrazem především na jazykové dovednosti a dovednosti v oblasti IT.

Hrozby

K hlavním hrozbám České republiky patří další pokles ekonomických aktivit v hospodářsky slabých regionech a prohlubování ekonomického zaostávání venkova, vysídlování venkova, neustálý nárůst tranzitní dopravy přes ČR, vedoucí ke znečištění ovzduší a k zatěžování hlukem ve větších městech.

[9]

2.2 Sociální okolí

Každý podnikatel by se měl při svém podnikání uvědomit, jak svou činností ovlivňuje společnost. Nejefektivnější je, když činnosti přinášejí prospěch nejen podniku, ale také společnosti. To je však v dnešním světě téměř nemožné, poněvadž většina vlastníků kapitálu a manažerů se zaměřují především na svůj prospěch, tedy zisk a opomíjejí sociální zájmy okolí. Není však vždy chyba jen na straně manažerů. Také zájmy zaměstnanců mohou být v rozporu se zájmy sociálního okolí.

" Většina zásadních podnikatelských rozhodnutí se ve větší či menší míře stává jistým kompromisem mezi čistou ekonomickou realitou a sociální odpovědností podniku."

[3, str.14]

Česká republika přijala v roce 1999 Evropskou sociální chartu, čímž se zavázala, že bude dodržovat standardy a normy uplatňované v Evropské unii. Jedná se především o právo na práci, právo na sdružování, o diskriminaci v zaměstnání, právo na to, aby ženy dostávaly stejnou odměnu za stejnou práci jako muži, právo každé osoby volit si práci dle vlastního uvážení a jiné standardy v oblasti bezpečnosti práce a ochrany zdraví.

[10]

2.2.1 Zaměstnanost

Podnik je prospěšný z hlediska sociálního prostředí tím, že vytváří pracovní místa a tím zvyšuje životní úroveň ve svém okolí.

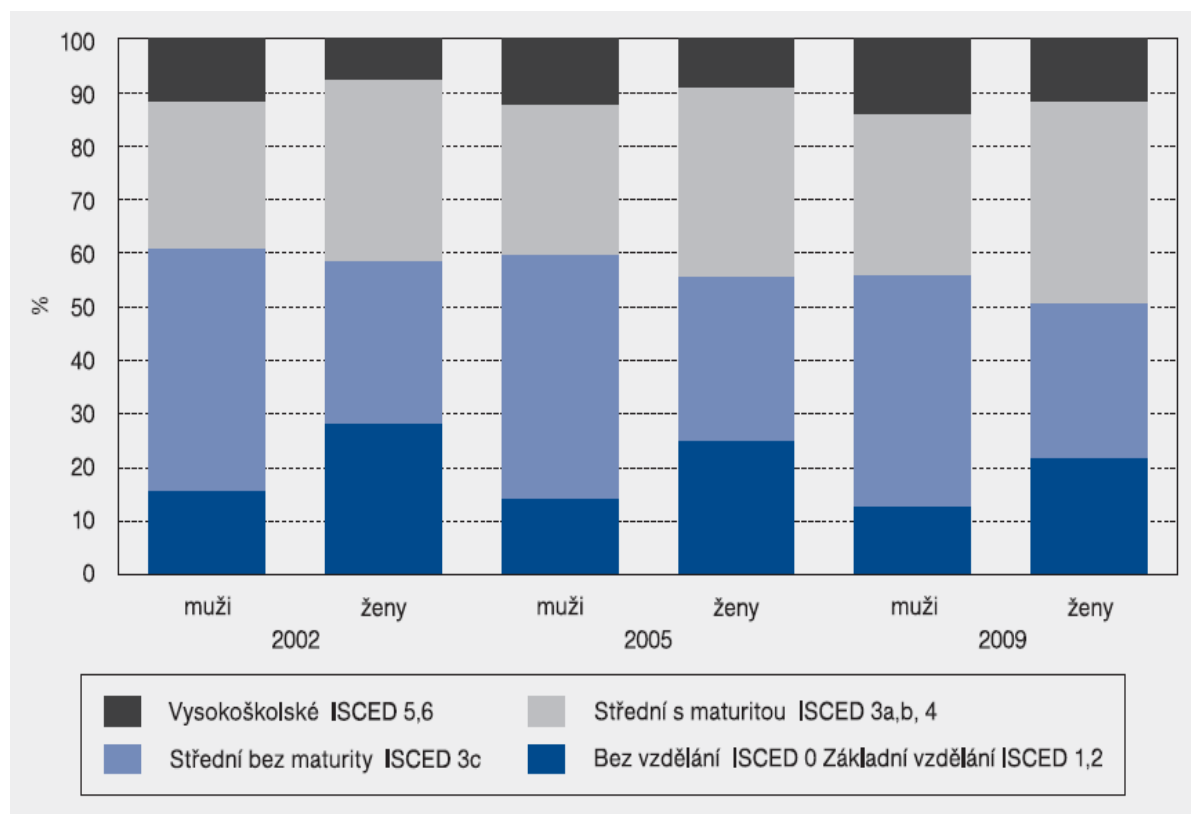
Od roku 1989 dochází k postupnému zvyšování úrovně dosaženého vzdělání, což je dobrým znamením pro udržení konkurenceschopnosti. Dosažené vzdělání je v současné době základním předpokladem pro získání dobře placené a kvalifikované práce.

" V roce 2002 činil podíl osob ve věku 15 a více let s dosaženým vysokoškolským vzděláním pouze 9,5%, v roce 2009 to bylo již 12,7%."

[12, str. 14]

Níže uvedený graf zobrazuje procentní podíl obyvatelstva podle úrovně dosaženého vzdělání.

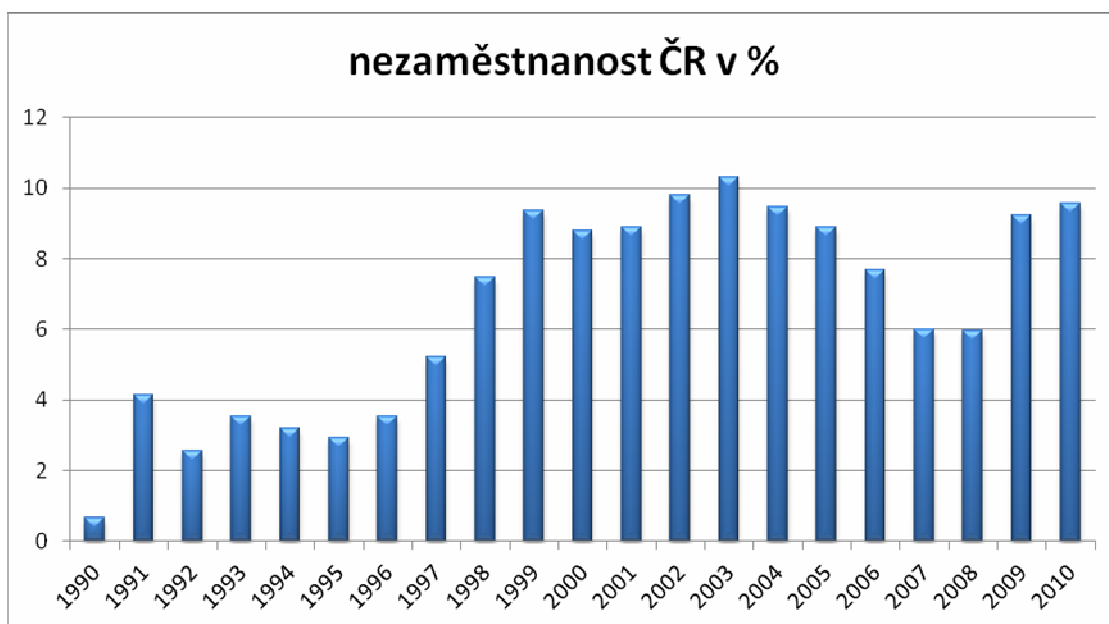
Obr. č. 1 : Obyvatelstvo ve věku 15 let a více dle pohlaví a nejvyššího dosaženého vzdělání v ČR (2002, 2005, 2009) (v %)



Zdroj: [12, str. 15] , 2012

Následující graf analyzuje míru nezaměstnanosti ČR od roku 1990 do roku 2010. Lze si všimnout, že nejvyšší míra nezaměstnanosti byla v roce 2003, kdy dosahovala 10,31%.

Obr. č. 2: Míra nezaměstnanosti ČR (1990-2010) (v %)



Zdroj: Vlastní zpracování dle [11]

2.3 Politické a právní okolí

V případě politického okolí ovlivňují podnik především politické strany, koalice, opozice, které se snaží prosadit své zájmy. Každá politická strana si stanovuje různé cíle a programy, kterými působí na podniky. Při zakládání podniku by si měl každý podnikatel dobře promyslet, v jaké zemi ho založí. V každé zemi platí jiné zákony, je jiné daňové zatížení, složitost daňové soustavy a podobně.

2.3.1 Politický systém v České republice

Od 1.1. 1993 kdy se rozpadla Československá republika, vznikly dva samostatné státy a s tím i dva politické systémy. Česká republika i Slovenská republika si vytvořily vlastní ústavu, ve které si stanovily jaké politické a společenské zájmy budou v daném státě dodržovány.

Politický systém ČR je tvořen mocí výkonnou, kterou vykonává vláda a prezident, mocí zákonodárnou, která je tvořena dvoukomorovým parlamentem a soudní mocí, která je realizována Ústavním soudem a soudy. [5]

Moc výkonná

Moc výkonná je v České republice tvořena prezidentem a vládou. Prezident je hlavou státu a je volen parlamentem na volební období, kterým je v České republice pět let. Funkcí prezidenta je především vystupovat jako reprezentant státu navenek. K jeho pravomocím patří to, že může rozpustit poslaneckou sněmovnu či vracet zákony k opětovnému projednání, může jmenovat vysoké státní činitele, vysokoškolské profesory či úředníky, prezidenta a viceprezidenta České národní banky, může udělit amnestii apod.

Vláda je nejvyšší orgán výkonné moci a je složena z předsedy, místopředsedů a ministrů. Jmenovaná vláda má za povinnost do 30 dnů předstoupit před parlament se svým programovým prohlášením a požádat o vyslovení důvěry.

Dalšími orgány výkonné moci je Policie České republiky, úřední správní orgán Český statistický úřad a je možné sem zařadit také Nejvyšší kontrolní úřad či Českou národní banku.

Moc zákonodárná

Zákonodárná moc náleží v České republice parlamentu, který je dvoukomorový. Je složen z Poslanecké sněmovny a Senátu.

Poslanecká sněmovna je tvořena 200 poslanci, kteří jsou voleni ve všeobecných, přímých a rovných volbách tajným hlasováním. Volby se konají jednou za čtyři roky a může se jich zúčastnit každá osoba starší 18-ti let. Poslancem se může stát občan, který je starší než 21 let. Každý poslanec je po celou dobu své funkce chráněn poslaneckou imunitou, to znamená, že nemůže být trestně stíhán bez souhlasu příslušné komory Parlamentu. Hlavní náplní práce poslanců je projednávání a schvalování zákonů. Pokud je zákon v Poslanecké sněmovně schválen, postupuje k Senátu a poté k prezidentu republiky, pokud s ním Senát souhlasí.

Senát ČR je tvořen 81 senátory a volby se konají každé dva roky, přičemž se zvolí vždy jedna třetina senátorů. Funkční období senátorů je šest let a senátorem se může stát osoba, která překročila věk 40 let. Volit mohou opět občané starší 18 let. Senátoři projednávají zákony, které obdrží z Poslanecké sněmovny. Tyto zákony buďto schválí a pošlou prezidentu republiky, zamítnou nebo vrátí zpět k přepracování. Na vyjádření se k zákonům má Senát třicet dnů, pokud se v této lhůtě nevyjádří, návrh zákona je přijat.

[13]

Moc soudní

Soudní moc se uplatňuje při ochraně práv v občanskoprávním řízení. Soustava soudů je tvořena Ústavním soudem, Nejvyšším správním soudem, Nejvyšším soudem a obecnými soudy. Soudci jsou voleni prezidentem republiky a mohou se jimi stát všichni bezúhonní občané, kteří mají ukončené vysokoškolské právnické vzdělání.

2.3.2 Politické strany ČR

V české republice je v současné době evidováno 83 politických stran a 44 politických hnutí. Každá strana či hnutí se snaží prosazovat jiné programy a cíle. Členem politické strany se může stát osoba starší 18-ti let a může být členem pouze jedné strany.

Základní členění politických stran:

- levicové - kladou důraz především na rovnost
- pravicové - zaměřují se spíše na lidskou svobodu

Existence politických stran umožňuje samostatné fungování státu. Není možné, aby jednotlivec prosazoval své názory samostatně, a proto se lidé s podobnými názory sdružují do politických stran. To jim umožní ovlivnit politická rozhodnutí v daném státě.

K nejvýznamnějším politickým stranám patří v současné době Česká strana sociálně demokratická (ČSSD), Občanská demokratická strana (ODS), TOP 09, Komunistická strana Čech a Moravy (KSČM) a Věci Veřejné (VV).

2.4 Ekonomické okolí

Ekonomické okolí má pro podnik veliký význam. Každý podnik je při svém rozhodování ovlivněn celkovou vyspělostí a hospodářskou situací země.

Ekonomické okolí zahrnuje především tyto faktory:

- Dostupnost a ceny výrobních činitelů.

- Daňová zátěž, kterou jsou všechny podniky velmi ovlivněny. Na podnikatele působí nejvíce spotřební daně a daně z přidané hodnoty, neboť ovlivňují také jeho poptávku po výrobcích či službách.
- Hospodářský růst, inflace, která ovlivňuje ceny výrobků, poptávku. Dále se jedná o devalvaci, což znamená oslabení domácí měny vůči zahraniční či devizové kurzy a podobně.
- Odběratelé, dodavatelé jednotlivých podniků a finanční instituce, jedná se především o banky. [3]

2.4.1 Inflace

Inflace znamená růst cenové hladiny. K jejímu měření slouží index spotřebitelských cen. Cenové indexy porovnávají výši cen spotřebitelských košů u takzvaných reprezentantů ve dvou časových obdobích.

Inflace působí na každý podnik, ovlivňuje poptávku, ceny výrobních faktorů, stanovuje jaká bude výše důchodů či sociálních příjmů.

Následující tabulka znázorňuje vývoj míry inflace vyjádřenou přírůstkem průměrného ročního indexu spotřebitelských cen. Takto vyjádřená míra inflace se využívá především při propočtech reálných mezd a důchodů.

Tab. č. 2 : Vývoj míry inflace 2000-2011

rok	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Míra inflace (%)	3,9	4,7	1,8	0,1	2,8	1,9	2,5	2,8	6,3	1,0	1,5	1,9

Zdroj : Vlastní zpracování dle [14]

2.4.2 Hrubý domácí produkt

Hrubý domácí produkt (HDP, GDP- Gross Domestic Product) představuje souhrn veškeré finální produkce, která byla vyprodukována v určité zemi v průběhu jednoho roku. K porovnání výkonnosti států se využívá GDP přepočtený na obyvatele. Z GDP lze vysledovat, že ekonomická úroveň zemí Evropské unie je silně diferencovaná.

Nejvyspělejší zemí EU podle GDP na obyvatele je Lucembursko, které dosahuje 253% průměru EU. Nejhůře je na tom Bulharsko, které dosahuje 40% průměru EU. Hlavním důvodem těchto rozdílů byla poslední dvě kola rozšiřování Evropské unie, která se uskutečnila v letech 2004-2007. [2]

Země EU lze rozdělit dle úrovně GDP na obyvatele z roku 2008 podle následujících skupin:

- *" Lucembursko, které se zcela vymyká unijnímu průměru*
- *Irsko, Nizozemsko (ekonomická úroveň 135 a 140% průměru)*
- *Rakousko, Švédsko, Dánsko, Belgie, Finsko, Velká Británie a Německo (HDP na obyvatele je vyšší o 10-30% vzhledem k unijnímu průměru)*
- *Francie, Itálie, Řecko, Španělsko a Slovinsko (HDP na obyvatele okolo průměru EU)*
- *Česká republika, Malta, Litva, Polsko a Lotyšsko (56-67% unijního průměru)*
- *Bulharsko a Rumunsko (40-60% průměru) "*

[2, str. 61]

2.4.3 Směnný kurz

Směnné kurzy výrazně ovlivňují rozhodování podniků o exportu či importu a mají vliv na konkurenceschopnost podniků na zahraničních trzích. Směnný kurz představuje cenu určité národní jednotky, která je vyjádřena v měně jiné země. Budoucí konkurenceschopnost domácího exportu velice ovlivňují změny směnných kurzů. Může se jednat o zhodnocení či znehodnocení měny. V případě zhodnocení domácí měny, nebo-li apreciaci, dochází k růstu dovozu a naopak se omezuje vývoz. V druhém případě se může jednat o znehodnocení domácí měny, nebo-li depreciaci, což znamená, že se více vyváží ze země a dochází k omezení dovozu. To tedy znamená, čím vyšší kurz zahraniční měny vůči koruně, tím je to pro českou firmu vyvážející své výrobky na zahraniční trhy výhodnější.

K analyzování vývoje směnných kurzů se používá ukazatel reálného efektivního směnného kurzu (REER - Real Effective Exchange Rate). Výpočet vychází z porovnání domácích měn vůči zahraničním měnám vyjádřené v jedné měně.

$$REER = \frac{E \cdot P_z}{P_d}$$

E = nominální směnný kurz

P_z = zahraniční cenová hladina

P_d = domácí cenová hladina

[2, str. 115]

Z vypočtených hodnot lze určit cenovou konkurenceschopnost jednotlivých zemí. Pokud je hodnota REER vyšší než 100, znamená to snižování konkurenceschopnosti dané země a naopak, pokud je tato hodnota nižší než 100, jedná se o zvyšování konkurenceschopnosti oproti základnímu období.

V následující tabulce je možno si všimnout, že konkurenceschopnost České republiky se snižuje, neboť hodnota REER se zvyšuje. Tato skutečnost je způsobena silící korunou a nízkou domácí inflací. V posledních letech také docházelo k růstu zahraničních investic, což způsobilo poptávku po národní měně. Pro výpočet REER se využívá nominální kurz v nepřímé kotaci, to znamená, že když koruna posílí, zvýší se také hodnota REER.

[2]

Tab. č. 3 : Reálný efektivní směnný kurz (1999=100)

Země	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
EU	112,7	106,9	108,0	100,0	89,3	91,4	97,1	109,1	115,7	114,1	114,8
ČR	91,8	95,1	100,5	100,0	101,6	110,0	127,7	129,7	131,4	137,0	143,6

Zdroj: Vlastní zpracování dle [2]

2.5 Ekologické okolí

Dalším významným faktorem, který působí na podnik je ekologie. Každý podnik by se měl snažit uzpůsobit svou výrobu tak, aby co nejméně zatěžovala životní prostředí. Investice na ochranu životního prostředí se sledují v České republice již od roku 1986. První smlouvou v oblasti životního prostředí byla smlouva EUROATOM z roku 1959, která se týkala ochrany pracovníků.

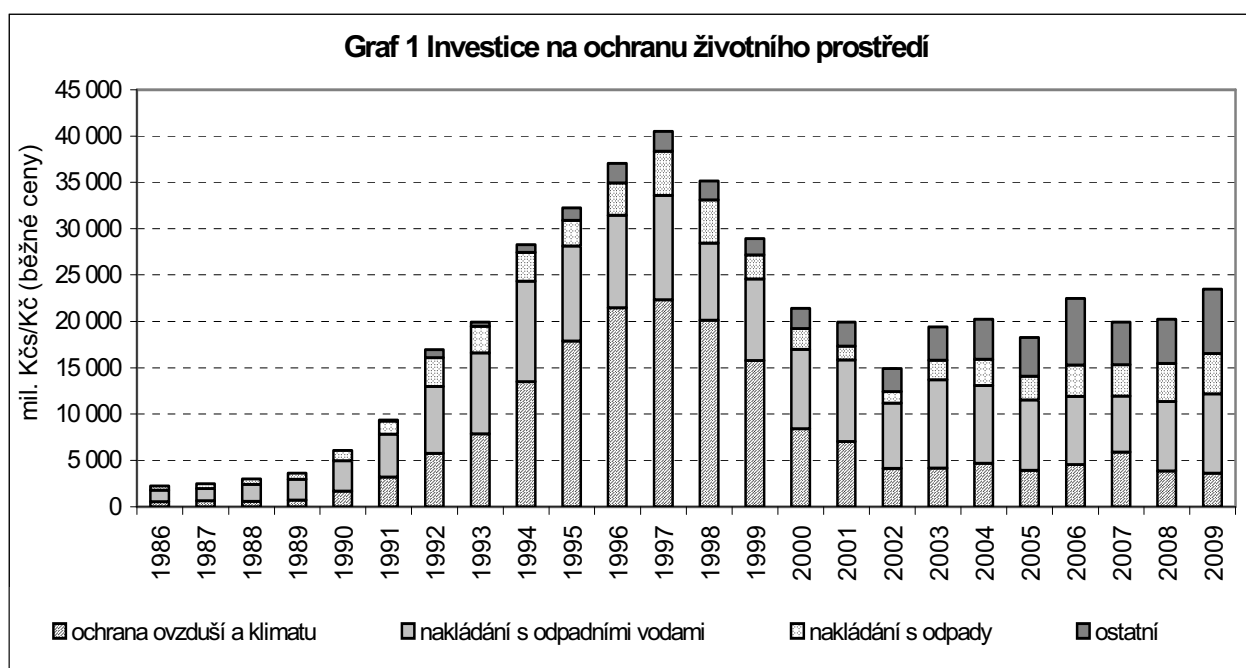
Investice vynakládané na ochranu životního prostředí lze dělit na investiční a neinvestiční.

Investiční výdaje jsou veškeré výdaje související s pořízením dlouhodobého hmotného majetku. Pořízení DHM může probíhat formou bezúplatného nabytí, koupí či vlastní činností. Do investičních výdajů se poté započítává majetek s hodnotou převyšující 40 000 korun.

Nejvíce peněžních prostředků na ochranu životního prostředí bylo vynaloženo v letech 1995-1998 na hlavní cíle a novou legislativu v oblasti životního prostředí. V roce 1998 došlo k poklesu výdajů, neboť tento rok bylo konečným termínem pro realizaci environmentálních doplňků požadovaný zákonem o ochraně ovzduší před znečišťujícími látkami. V dalších letech se výdaje pohybovaly okolo 20 mld. korun. V roce 2009 činily investiční výdaje na ochranu životního prostředí 23,5 mld. korun. Z této částky činily 3,6 mld. korun na ochranu ovzduší a klimatu, 8,6 mld. korun bylo investováno na nakládání s odpadními vodami, 4,3 mld. korun na nakládání s odpady. [17]

Následující graf znázorňuje tři hlavní směry investic na ochranu životního prostředí a jak se vyvíjelo investování do jednotlivých směrů.

Obr. č. 3: Investice na ochranu životního prostředí

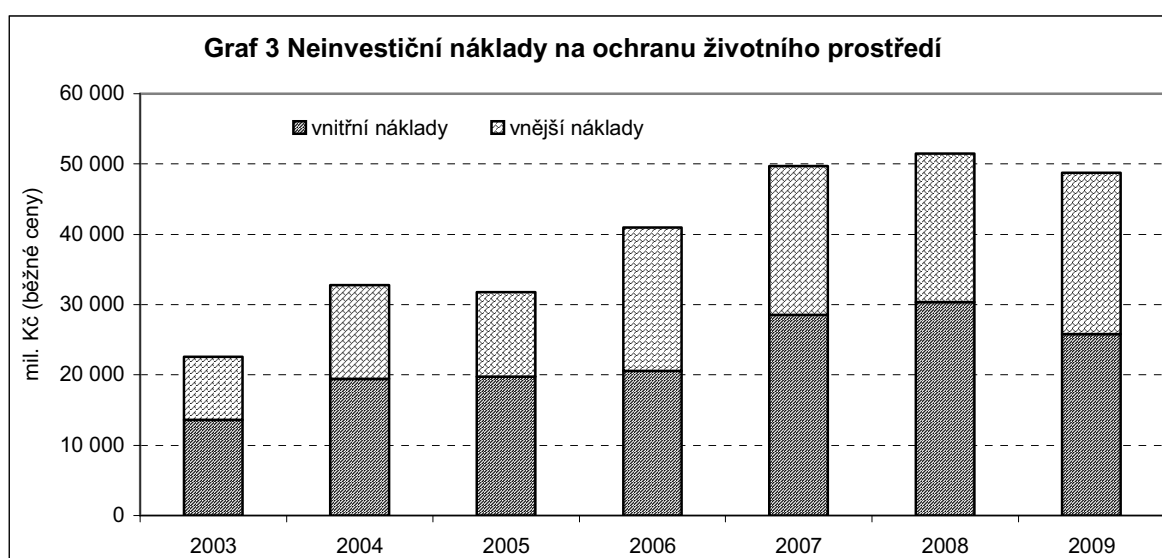


Zdroj: [17]

Neinvestiční výdaje jsou také vynakládány na snižování znečištění, prevenci a eliminaci znečišťujících látek a další degradace životního prostředí, které jsou způsobeny výrobními procesy jednotlivých podniků. Z pohledu podniku lze tyto výdaje členit na vnitřní a vnější. Vnitřní náklady zahrnují ty náklady, které byly vynaloženy uvnitř podniku. Jedná se především o mzdové náklady, poplatky za spotřebu materiálu, energií, opravy a údržby. K vnějším nákladům patří například nákup služeb (například služby na ochranu životního prostředí). Neinvestiční výdaje se začaly zkoumat od roku 2003.

[17]

Obr. č. 4 : Neinvestiční náklady na ochranu životního prostředí



Zdroj: [17]

Prodej služeb na ochranu životního prostředí má významný ekonomický přínos. Největší tržby z prodeje služeb na ochranu životního prostředí tvoří firmy jejichž činnost souvisí s odpadními vodami, odpady či sanacemi. V roce 2009 činily tyto tržby 35,4 mld. Kč.

[17]

3 VLIV OKOLÍ NA ZVOLENÝ PODNIK

3.1 Geografické okolí

Výběr vhodného umístění podniku je jednou z podmínek úspěchu. Sídlo firmy DAFE-PLAST s.r.o. je Polná u Jihlavy. Zde je umístěn hlavní výrobní závod, vedení firmy a také jedna z devatenácti obchodních kanceláří. Polná leží přibližně 15 kilometrů od Jihlavy. Od roku 2001 spadá toto město pod kraj Vysočina. Svou rozlohou se tento kraj řadí na 5. místo v České republice.

K silným stránka Polné patří to, že z hlediska dopravního spojení je to velice výhodná poloha v rámci celé České republiky. Leží pouze 5 kilometrů od hlavní dálniční páteře. Tato poloha je rozhodující především pro dodavatele, ale také odběratele, protože firma dodává své výrobky po celé republice a také do Švýcarska a na Slovensko. Problémy s dodávkami by mohla přinést plánovaná modernizace dálnice D1, která je plánovaná na tento rok. Tato modernizace bude znamenat objížďky, narušení plánovaného harmonogramu a podobně.

3.2 Ekonomické okolí

Společnost DAFE-PLAST s.r.o. je z ekonomického hlediska velice závislá na situaci ve stavebnictví, neboť poptávka po oknech je úzce spjata s množstvím nově postavených a rekonstruovaných domů.

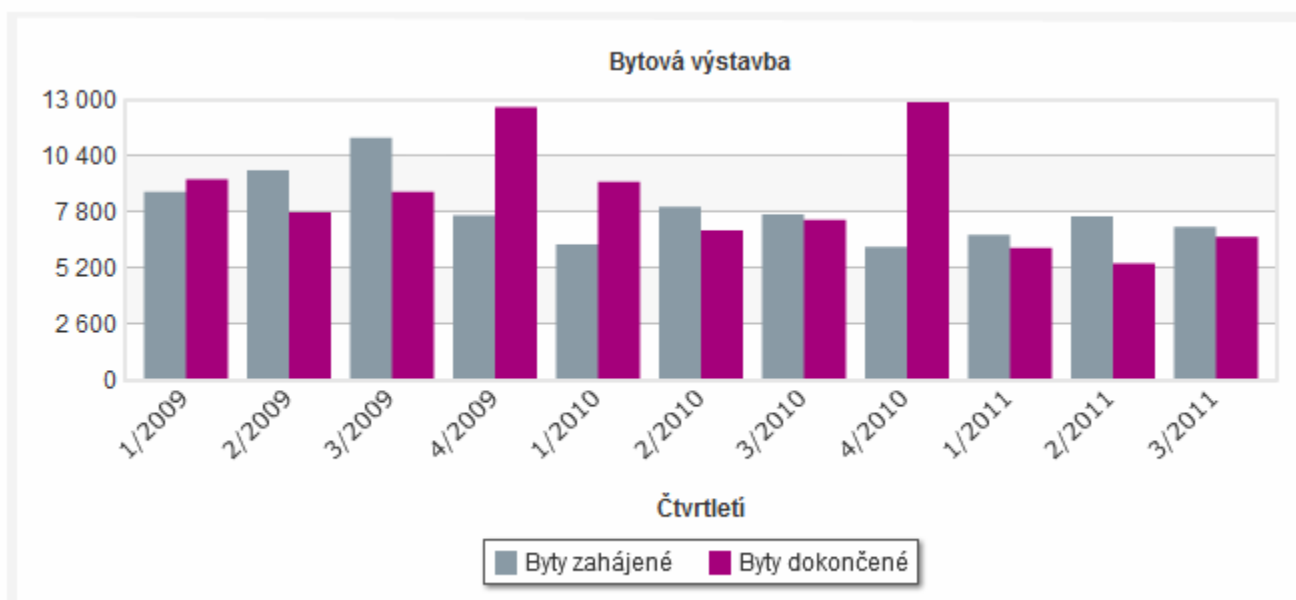
Do roku 2008 výroba rostla, tento rok byl také nejúspěšnější co do počtu vyrobených oken. Finanční krize se projevila také ve stavebnictví, což znamenalo také pokles zakázek ve firmě DAFE-PLAST. Neustále přetrvává nižší poptávka po nových bytech především kvůli nedostatku finančních prostředků. Dalším problémem je nízká ochota bank poskytovat úvěry, problematické je také čerpání z fondů EU.

Finanční krize se nejvíce dotkla velkých firem, u kterých negativní vývoj stále přetrvává. Naopak malé a střední stavební firmy začínají zaznamenávat mírný růst. Výrazný pokles českého stavebnictví byl zmírněn v roce 2010 díky vyššímu objemu stavebních prací, které souvisí s programy "Zelená úsporám", "Panel" a výstavbě fotovoltaických elektráren. V roce 2011 byl nízký podíl stavebních prací ovlivněn

především omezeným financováním veřejných zakázek. Nejhuře vidí svoji situaci představitelé inženýrského stavitelství. Propad zakázek je zde způsoben propadem veřejných zakázek. Tento pokles velice ovlivní rychlost výstavby dopravní infrastruktury v celé České republice, ale také zaměstnanost v mnoha oborech. [15]

Následující graf analyzuje vývoj počtu zahájených a dokončených bytů od roku 2009 do třetího kvartálu roku 2011.

Obr. č. 5 : Bytová výstavba 2009 - 2011



Zdroj: [16]

3.2.1 Ekonomický vývoj společnosti DAFE-PLAST s.r.o. od roku 2006

Rok 2006 byl pro firmu úspěšný jak z hlediska obchodního, tak také z hlediska ekonomického. Společnost rozšířila svou výrobu pořízením strojů, na které získala dotaci ve výši 45,99 %. DAFE-PLAST v tomto roce navýšil svůj obrát o 22 % oproti roku 2005, zisk po zdanění o 126 % a vlastní kapitál o 24 %. Největší podíl na zisku tvořila plastová výroba.

Rok 2007 hodnotí firma jako neúspěšnější. Hlavním důvodem nárůstu zakázek byl nárůst poptávky ve stavebnictví při rekonstrukci panelových domů, výstavbě rodinných

domů, ale také rozvoj výstavby průmyslových objektů pro podnikání. V tomto roce navýšila společnost svůj obrat o 19 %, zisk po zdanění o 40 % a vlastní kapitál o 25 % oproti roku 2006. Rozhodující ukazatel pro hodnocení dotačních kritérií byl překročen o 22 478 tisíc Kč, což bylo překročení o 37 %. Takového zlepšení hospodářského výsledku bylo dosaženo i přes neustálé zvyšování konkurence a tlaku na ceny vstupů. Zvýšený obrat přinesl narůstající nároky na organizaci celého výrobního procesu. Byla přijata obchodní politika, která částečně ovlivnila sezonní výkyvy ve výrobě a držela jak ceny nakupovaných materiálů tak i ceny vlastních výrobků na konkurence schopné úrovni. K rozvoji společnosti došlo také díky zkvalitnění reklamy, rozšiřování manažerské činnosti obchodních kanceláří a rozvoji nových trhů v České republice i v zahraničí. Hlavní náklady tohoto roku tvořil nákup dlouhodobého majetku v hodnotě 50 638 tisíc Kč. V tomto roce byla také zřízena nová obchodní kancelář v Chotěboři a obchodní zastoupení v Jindřichově Hradci a Kutné Hoře.

Rok 2008 byl rokem počátku finanční krize, která se dotkla také firmy DAFE-PLAST. V tomto období se výrazně snížila poptávka ve stavebnictví, při výstavbě a rekonstrukcích panelových domů, omezila se výstavba rodinných domů i podnikatelských objektů. Dalším důvodem snížení zisků byl neustálý tlak na snižování cen výrobků. V tomto roce došlo ke snížení obratu o 16,19 %, tržeb za prodej vlastních výrobků a služeb o 21,19 %, zisku po zdanění o 98,46 % a vlastní kapitál klesl o 8,11 % oproti roku 2007. I přes nepříznivé podmínky podnikatelského prostředí se velká pozornost věnovala účinné reklamě, rozšiřování a zkvalitňování manažerských činností v jednotlivých obchodních kancelářích. Byly otevřeny nové obchodní pobočky a to ve Vlašimě, Táboře a Českých Budějovicích a jedno obchodní zastoupení ve Šlapanicích u Brna. V tomto roce byl pořízen hmotný investiční majetek v hodnotě 17 092 tisíc Kč a dále dlouhodobý hmotný majetek za 18 163 tisíc Kč a pozemky za 62 tisíc Kč. Na konci roku firma odprodala dlouhodobý finanční majetek v Teniscentru Jihlava za 370 tisíc Kč.

Rok 2009 znamenal pro společnost vyrovnat se s probíhající recesí ve stavebnictví i v celém hospodářství. Podařilo se jí stabilizovat ekonomické výsledky na úrovni roku 2008. V roce 2009 došlo k výrazné změně ve struktuře zákazníků. Většinu zakázek tvořily rodinné domy a bytové výstavby. Tlak na snižování cen se projevil jejich poklesem o přibližně 4 - 5 % oproti předchozímu roku. Ceny základních vstupů, to znamená skla, plastu a hliníkových materiálů zůstaly přibližně na stejné úrovni.

Obrat se v tomto roce mírně snížil o 3,29 %. Dále však došlo k navýšení tržeb za prodej vlastních výrobků a služeb o 0,62 %, zisk po zdanění se zvýšil o 278,41 % a vlastní kapitál o 0,98 %. Během roku se firma zaregistrovala jako výrobce a dodavatel v seznamu odborných dodavatelů v dotačním programu " Zelená úsporám". Společnost zajišťovala svým zákazníkům zpracování požadovaných projektů. Dále rozšířila své činnosti založením střediska solárních systémů, jejich návrhu a realizace. V roce 2009 došlo k pořízení dlouhodobého nehmotného majetku za 168 tisíc Kč a dlouhodobý hmotný majetek v hodnotě 2 673 tisíc Kč.

V roce 2010 společnost dokázala zlepšit své ekonomické výsledky roku 2009 i přes neustále probíhající recesy ve stavebnictví a celém národním hospodářství. Tlak na snižování cen způsobil jejich pokles přibližně o 8% oproti předchozímu roku. V tomto roce došlo ke snížení obratu o 7,17 %, z toho u vlastních výkonů činil pokles 6,18% a u tržeb vlastních výrobků a služeb dosahovalo snížení 8,98 %. Na druhou stranu se společnosti podařilo navýšit svůj zisk po zdanění o 386,01 % a vlastní kapitál o 5,24 % oproti předchozímu roku. Velice snížila čerpání cizích zdrojů a to o 22,48 % a v oblasti bankovních úvěrů se hodnota snížila o 57,18 %. I v tomto roce se společnost věnovala programu " Zelená úsporám" a pokračovala v navrhování a realizaci solárních systémů. Největším nákladem v tomto roce bylo pořízení dlouhodobého hmotného majetku, jednalo se o kompresor, dodávkové a osobní automobily v hodnotě 1 105 tisíc Kč.

[18]

Následující tabulka analyzuje vývoj nákladů a výnosů od roku 2006 do roku 2010.

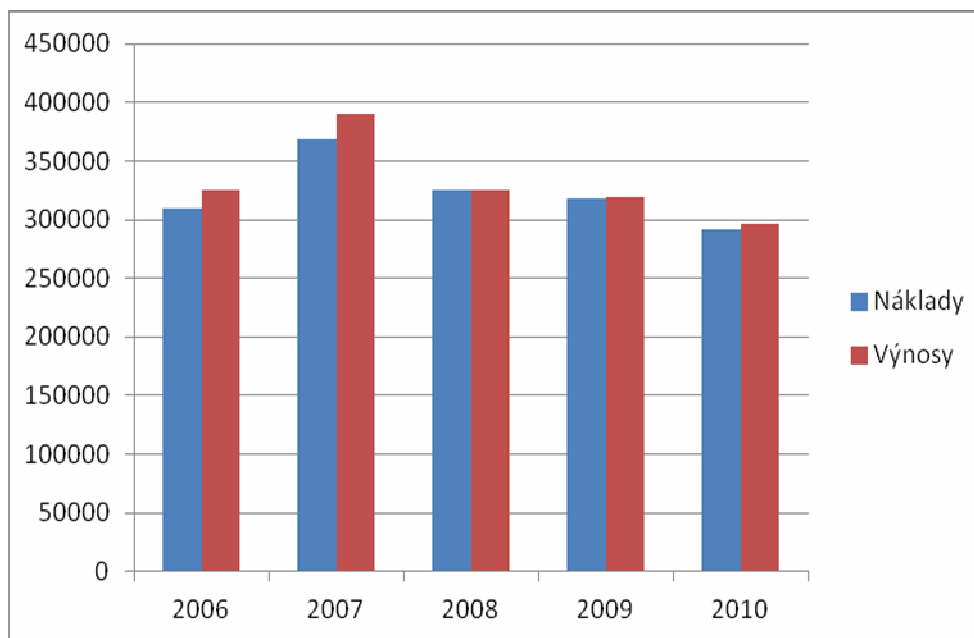
Tab. č. 4 : Vývoj nákladů a výnosů

Vývoj nákladů a výnosů v tis. Kč			
období	náklady	výnosy	výsledek hospodaření
2006	309 762	325 379	15 617
2007	368 283	389 651	21 368
2008	325 091	325 420	329
2009	318 033	318 950	917
2010	291 626	296 072	4 446
průměr	322 559	331 094,4	8 535,4

Zdroj: Vlastní zpracování, 2012

Graficky lze vývoj nákladů a výnosů znázornit následujícím grafem.

Obr. č. 6 : Vývoj nákladů a výnosů



Zdroj: Vlastní zpracování, 2012

3.2.2 Marketing

Marketing lze chápat jako soubor činností, jejichž cílem je zjistit potřeby zákazníků a snažit se je uspokojit. Dalším významným cílem ziskových organizací je tvorba zisku. Hlavní podstatou marketingu je najít rovnováhu mezi zájmy zákazníků a podnikatelských subjektů. [1]

Firma DAFE-PLAST musí věnovat marketingu velkou pozornost neboť konkurence na trhu s okny je skutečně veliká. Firma musí neustále sledovat změny v požadavcích zákazníků, nové způsoby distribuce, výrobky či technologie svých konkurentů. Musí tedy pružně reagovat na situaci na trhu. Bez těchto poznatků by byl marketing zbytečný. Firma DAFE-PLAST se snaží neustále zkvalitňovat reklamu na své výrobky. Nejvíce peněz na reklamu vynaložila firma v roce 2008. Zaměřila se na vylepšování svých internetových stránek (www.dafe.cz) neboť si uvědomila, že se jedná o nejsledovanější zdroj reklamy. V roce 2012 rozšířila reklamní billboardy, např. v Plzni bylo umístěno pět billboardů. Na podporu povědomí firmy začala v roce 2012 využívat také reklamní spoty na radiu Impuls a radiu Vysočina.

Dále poskytuje svým zákazníkům katalogy s nabízenými produkty. K pravidelné prezentaci firmy patří každoroční účast na veletrhu FOR ARCH, kde v on-line anketách získala v roce 2010 "Cenu veřejnosti".

Firma se také snaží zviditelnit své jméno při sponzorování sportovních či kulturních akcí. Společnost sponzoruje závodníka prestižního Mistrovství České republiky a Středoevropského poháru silničních motocyklů. V roce 2009 byla firma jedním ze sponzorů světového závodu ve vodním slalomu World Race 2009 v Praze v Tróji. Dále také podporuje turnaj v minivolejbale mladších zákyň - MiniCup Dobdonín. Firma je také pravidelným reklamním partnerem přehlídek pletené módy od návrhářky Dany Dobřichovské.

Vývoj nákladů na reklamu firmy je uveden v následující tabulce.

Tab. č. 5 : Výdaje na reklamu (v tis. Kč.)

ROK	2006	2007	2008	2009	2010
VÝDAJ v tis. Kč	9 442	8 542	12 614	9 931	8 397

Zdroj: Vlastní zpracování, 2012

3.3 Politické okolí

3.3.1 Program Zelená úsporám

Program Zelená úsporám byla státní dotace ministerstva Životního prostředí. Finanční prostředky získala Česká republika tím, že prodala tzv. emisní kredity Kjótskému protokolu ve snaze snižovat emise skleníkových plynů. Dotace je věnována na ekologické topení a zateplování domů. Tento program probíhal od roku 2008 a v říjnu 2010 byl přerušen. Stále se diskutuje zda program bude opět probíhat.

Firma DAFE-PLAST s.r.o. s jejími výrobky byla zapsána do programu 29.4.2009. Firma je v seznamu zapsána jako odborný dodavatel a svým zákazníkům poskytuje tyto produkty:

- Úspora energie na vytápění v rodinných domech (tzn. nová plastová a hliníková okna či dveře)
- Obnovitelné zdroje pro vytápění a přípravu teplé vody v obytných domech (např. solární kolektory)

Dotaci mohl získat každý, kdo si o ni zažádal a splnil požadované podmínky. Základním předpokladem je investice alespoň do jednoho opatření, které patří do jedné ze tří podporovaných oblastí a minimálně 20% úspora energie na vytápění. Jedná se o oblasti, které poskytuje firma DAFE-PLAST a navíc ještě "Podpora novostaveb v pasivním energetickém standardu". [24]

3.3.2 Program Panel

Program panel zajišťoval dotaci na zateplování panelových domů, tak aby se energetické parametry co nejvíce přiblížily nízkoenergetickému standardu. Tento program probíhal od května 2004 do první poloviny roku 2011. Dotace poskytoval Státní fond rozvoje a bydlení a Českomoravská záruční a rozvojová banka. Dotace byly poskytovány na rekonstrukce, opravy, modernizace a zateplování panelových domů. Díky tomuto programu docházelo k maximální úspoře na vytápění, ale také úspoře ostatních energií. [23]

3.3.3 Daň z přidané hodnoty

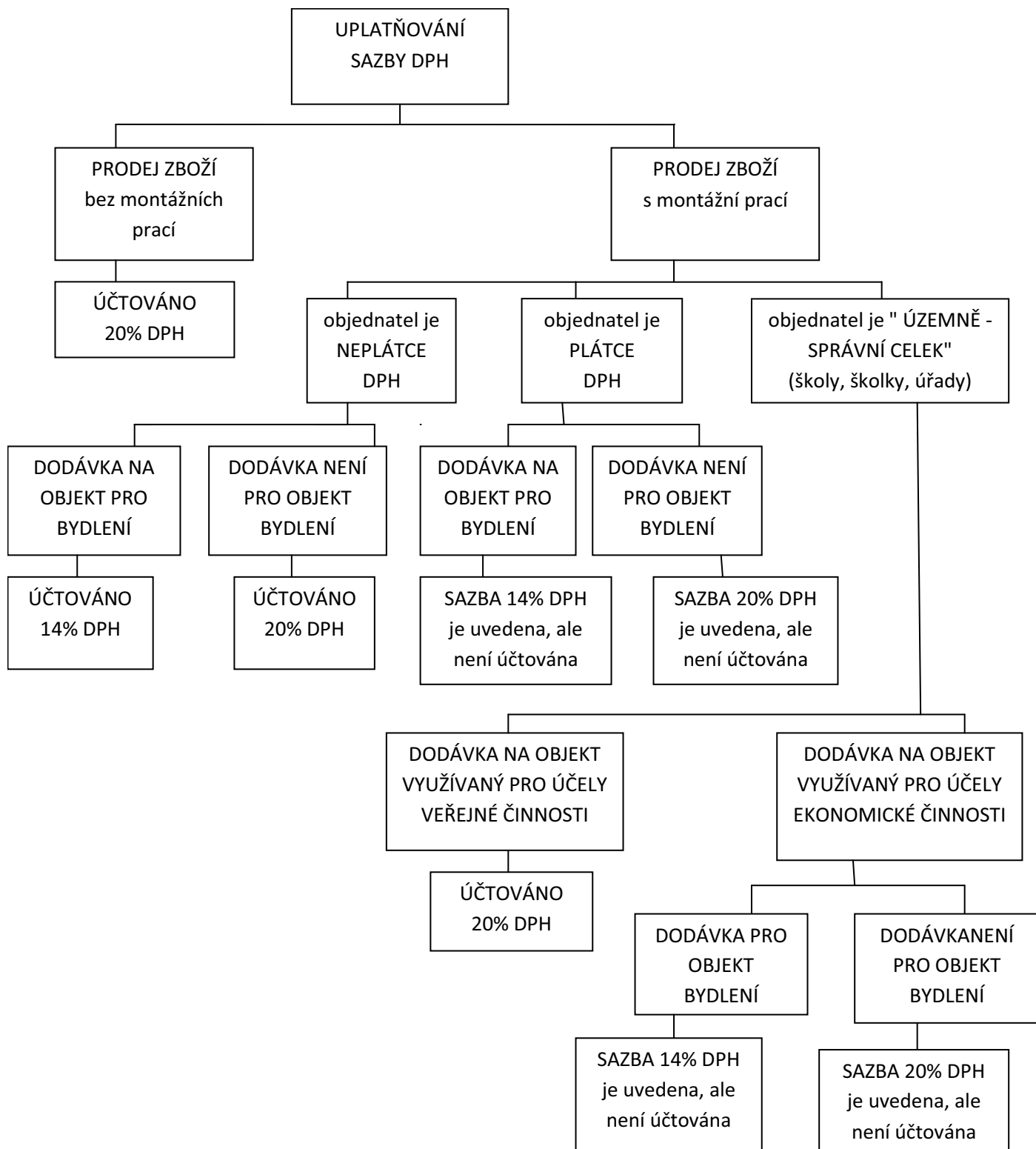
Od začátku roku 2012 došlo ke změně u snížené sazby daně z přidané hodnoty. Snížená sazba se zvýšila z 10% na 14%. V roce 2013 by mělo dojít k další změně a to takové, že by se obě sazby měly sjednotit a hodnota DPH by tedy činila 17,5%. Existuje však i jiná možnost a to ta, že se snížená sazba zvýší na 15% a základní na 21%. Změna sazeb DPH z roku 2012 přinesla komplikace zákazníkům, kteří uzavřeli smlouvy ke konci roku 2011, zaplatili zálohu, ale montáž proběhla až začátkem roku 2012. Doplatek poté byl účtován již se 14% DPH. Tato skutečnost také způsobila razantní zvýšení poptávky ke konci roku 2011 u zákazníků, kteří mohou uplatňovat sníženou sazbu. Jedná se o zákazníky, kteří mění okna a dveře na objektech sloužících k bydlení. Tito zákazníci byli ochotni zaplatit do konce roku 2011 celou částku předem, s tím že montáž proběhne až následující rok. Firma DAFE-PLAST za tuto projevenou důvěru poskytovala navíc 2% slevu z ceny výrobků.

Obchodníci, kteří jsou zodpovědní za stanovení konečných cen musí být řádně proškoleni o změnách v sazbě DPH. V současné době se ve firmě využívá následující základní rozdělení:

- 1) na odběratele **plátce DPH a neplátce DPH**
- 2) dodávku zboží **s montáží** a dodávku zboží **bez montáže**
 - a. dodávka zboží **s montáží plátcům DPH** - od 1.1.2012 platí přenesená daňová povinnost, tzn. že DPH v konečné fázi platí konečný spotřebitel, kterému ji vyfakturuje poslední v řadě dodavatelů v režimu přenesené daňové povinnosti, který uskuteční dodávku neplátcí. Do režimu přenesené daňové povinnosti spadají všichni plátcí DPH, kteří provádějí některou z činností odpovídající příslušné klasifikaci produkce, tzn. od stavebních a inženýrských prací až po instalatérské, malířské, truhlářské apod. Tento režim se týká plátců DPH, kteří provádějí práce odpovídající klasifikaci jiným plátcům DPH.
 - b. dodávka zboží **s montáží neplátcům DPH** - dodávka se nadále fakturuje s DPH dle kategorie dodávky v platné sazbě (kategorie sociálního bydlení se sníženou sazbou, ostatní sazby se základní sazbou)
 - c. dodávka **bez montáže** - dodávka zboží je totožná jako v roce 2011, tzn. se základní sazbou 20% DPH

Následující graf podrobně vysvětluje uplatňování sazby DPH.

Obr. č. 7 : Uplatňování sazby DPH



Zdroj: Vlastní zpracování, 2012

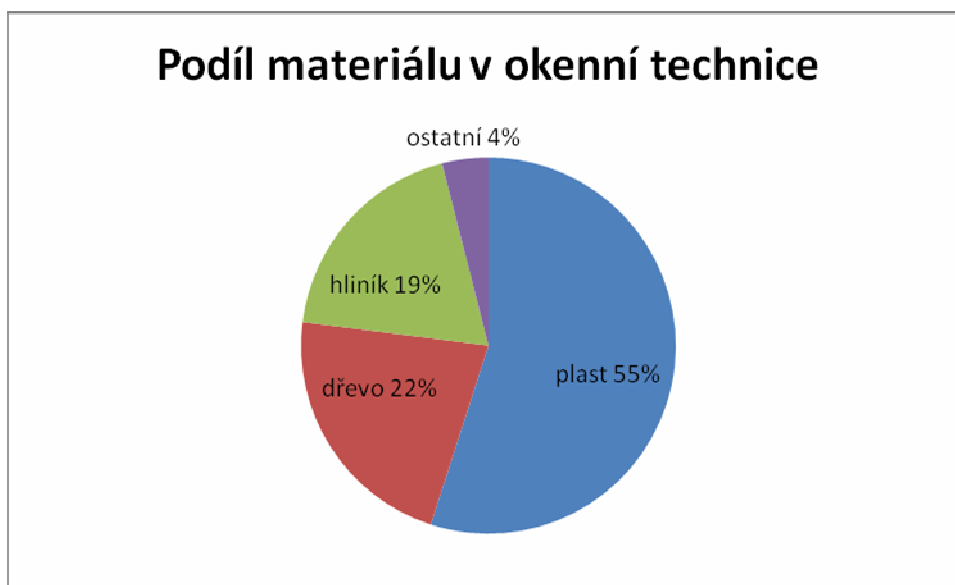
3.4 Konkurence

Na českém trhu existuje veliké množství firem poskytující výrobu a montáž plastových oken. Počet těchto firem se pohybuje okolo 255, z toho 28 výrobců pokrývá téměř 50% celkového trhu. Mezi tyto výrobce se řadí také firma DAFE- PLAST s.r.o.. Na trhu však existuje i velké množství výrobců poskytujících dřevěná okna či hliníková. Každá firma se musí neustále snažit modernizovat své výrobky, sledovat ostatní firmy, vědět jakou poskytují cenu, co nabízejí za nové produkty. Navíc se musí počítat i se zahraniční konkurencí.

Konkurenční prostředí je velmi významné neboť vytváří tlak na snižování nákladů, firmy se snaží o inovace a zdokonalování svých výrobků, což vede ke zvyšování obrátu. Každá firma musí být připravena reagovat na situaci na trhu vhodnou marketingovou strategií, díky níž by mohla získat konkurenční výhody. Vypracovat takovou strategii je pro podnik velice obtížný, ale nezbytný úkol. [1]

Následující grafy analyzují jaké materiály v okenní technice jsou nejrozšířenější na evropském trhu či na českém trhu. Největší podíl tvoří výroba oken z plastu. Druhým nejrozšířenějším materiálem je dřevo a na evropském trhu je také rozšířená výroba z hliníku.

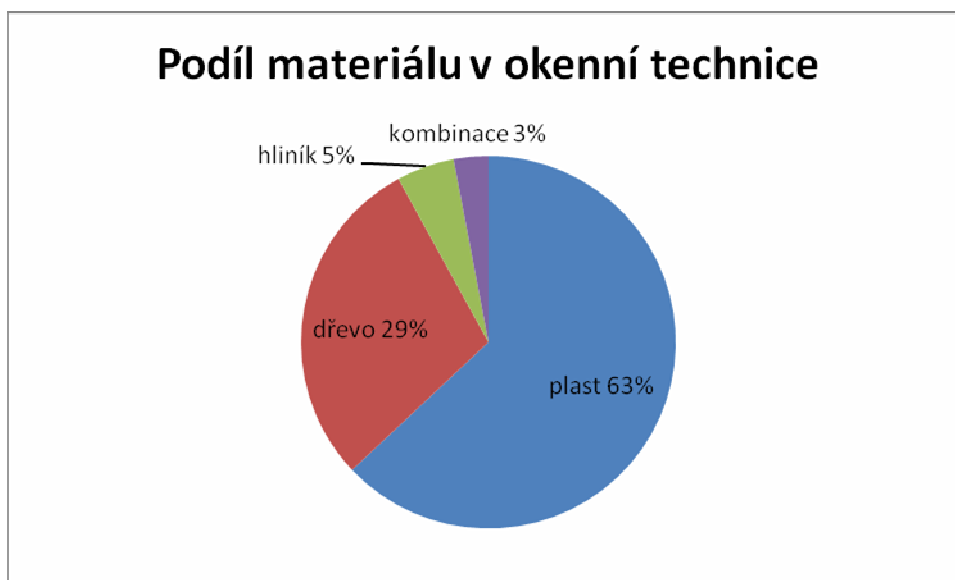
Obr. č. 8 : Podíl materiálů v okenní technice na evropském trhu



Zdroj: Vlastní zpracování, 2012

Oproti materiálům používaných v okenní technice na evropském trhu lze vysledovat v České republice jiný trend. V ČR je více rozšířena výroba z plastu a dřeva oproti hliníku, který je využíván jen minimálně.

Obr. č. 9 : Podíl materiálů na českém trhu



Zdroj: Vlastní zpracování, 2012

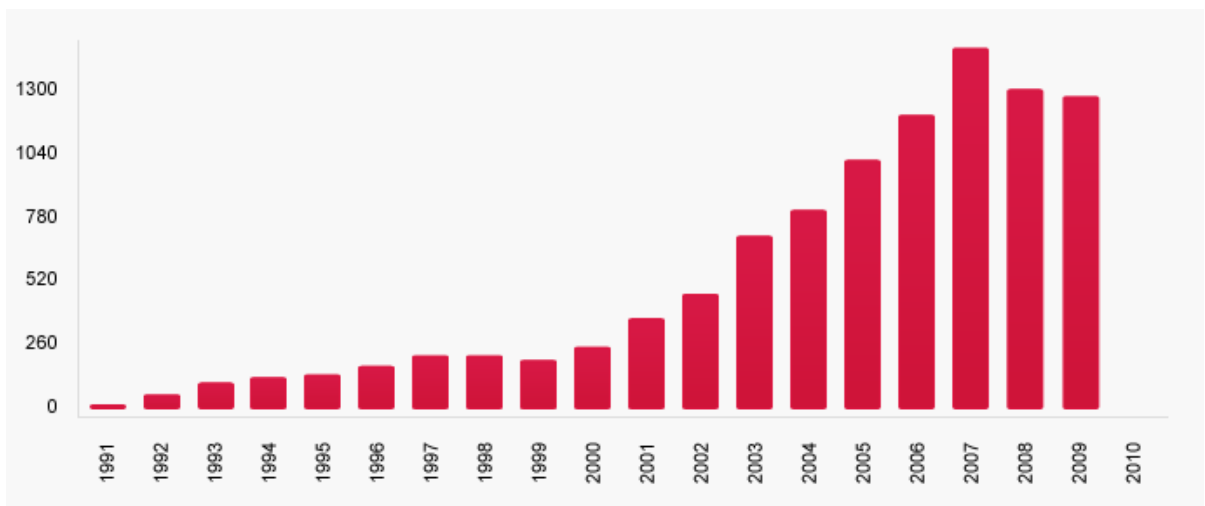
K největším konkurenčním firmám společnosti DAFE-PLAST patří:

- Okna Vekra
- Otherm
- Oknoplastik, s.r.o.
- Stavona, spol. s.r.o.
- OKNOTHERM, spol. s.r.o.
- PRAMOS, a.s.
- VORLÍČEK-PLAST, s.r.o.
- SULKO s.r.o.
- ŠEVČÍK OKNA

- STAV. SERVIS LAKAM, s.r.o.
- DEC-PLAST, spol. s.r.o.
- OKNOSERVIS s.r.o.
- LD OKNA a.s.

K největším konkurentům společnosti DAFE-PLAST s.r.o. patří firma Okna Vekra. Tato firma je v České republice největším výrobcem oken a dveří. Její podíl na českém trhu činí 15%. Vekra působí na české trhu již přes 18 let. Dne 31.12.2009 se Vekra stala vlajkovou značkou společnosti Window Holding a.s.. Tato společnost vznikla právní fúzí tří největších výrobců otvorových vyplní v ČR, jedná se o firmy Vekra, Otherm a TWW. Společnost Vekra nabízí nejen plastová a hliníková okna a dveře, jako je tomu u firmy DAFE-PLAST, ale poskytuje také dřevěná okna a dveře. Jako základní materiál používá firma stabilní třívrstvý nebo čtyřvrstvý lepený hranol ze smrku, borovice, meranti nebo dubu. [19]

Obr. č. 10: Obrat společnosti Vekra v milionech Kč



Zdroj: [19]

Společnost Otherm působí na českém trhu od roku 1993. Výrobní hala společnosti se nacházela v Husinci. Dne 31.12.2009 došlo v důsledku fúze k zániku společnosti Otherm a.s. a společně se značkami Vekra a TWW tvoří největší okenářskou firmu v České republice a to Window Holding a.s.. Firma poskytuje plastová okna a dveře,

hliníková okna a dveře a zajišťuje plný servis. To znamená zaměření, doprava a montáž, která je prováděna vyškolenými pracovníky. [20]

Další konkurenční firmou je firma Oknoplastik s.r.o.. Tento výrobce existuje na českém trhu od roku 2002, také on se zabývá výrobou plastových oken, dřevěných a hliníkových oken a dveří. Oknoplastik s.r.o. je stejně jako DAFE-PLAST s.r.o. zapsána na seznamu odborných dodavatelů pro dotační program ministerstva životního prostředí "Zelená úsporám". Z toho vyplývá, že pokud jste si koupili okna či dveře od těchto společností mohli jste získat dotaci z tohoto programu. [21]

VLIV POLSKÉHO TRHU

Polský trh s okny má velký vliv na české výrobce. V případě polských oken se jedná o nízkonákladovou produkci, ale nepřilíš kvalitní výrobky. Nejsilnější polskou investiční firmou je firma Penta, která ovládá okenářský holding Hasau Group. Penta se snažila přikoupit do svého holdingu také největší okenářské společnosti z České republiky. Vzhledem k stávající situaci však tuto akvizici prozatím odložila. Největší propad tržeb zaznamenal český trh v roce 2010. V tomto roce se tržby snížily o 4 miliardy Kč.

V prvním čtvrtletí roku byl propad částečně způsoben nepříznivým počasím, které mělo negativní vliv na stavební práce. Hlavním důvodem však byl příliv nízkonákladových oken z Polska. Tyto okna jsou svojí kvalitou silně podprůměrné. Nižší cena oken je také dána nižšími mzdovými náklady než v České republice. Tato skutečnost je ovlivněna tím, že polská vláda dotuje vytváření pracovních míst. Levná okna z Polska nejvíce ohrožují drobné výrobce, kteří nemají příliš vysoké šance na udržení se na trhu. [22]

3.5 Dodavatelé

Výběr kvalitních dodavatelů je v současné konkurenci nezbytnou součástí. Kvalitní dodavatelé musí být schopni včas dodávat své výrobky, v požadované kvalitě a zároveň v dostupné ceně. Firma má několik stálých dodavatelů, například s firmou REHAU či ROTO spolupracuje již od svého vzniku. Nutnou součástí úspěšnosti firmy je neustále jednat o ceně či distribuci i s dlouhodobými dodavateli.

Může se totiž stát, že nějaký drobný dodavatel nabídne výhodnější cenu či pružnější dodávky. V takovémto případě se nabídky vyhodnocují a může se stát, že si firma zvolí nového dodavatele příslušného materiálu. V současné době probíhá ve firmě například jednání s novým dodavatelem roletového systému. Taková to jednání probíhají velice často, neboť firma DAFE-PLAST se řadí mezi význačné výrobce oken a dveří a dodavatelé si jsou vědomi, že mají zaručený pravidelný odbyt svých výrobků. Firma tedy neustále provádí hodnocení svých dodavatelů. O kvalitě a dodržování časového harmonogramu se vede statistika. Záznamy se provádí prostřednictvím reklamačního technika, který na každou závadu vystavuje reklamační zápis.

Mezi dodavatele firmy DAFE-PLAST patří zejména tyto firmy:

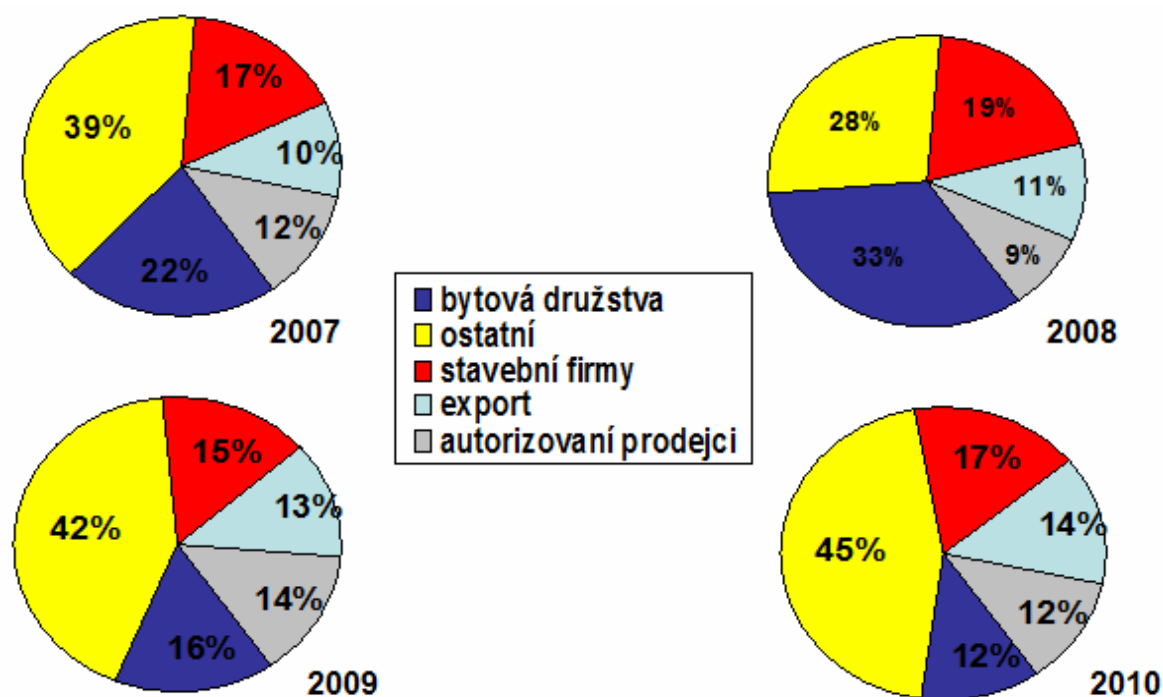
- REHAU, s.r.o. (plastové profily)
- IZOS s.r.o. (izolační skla)
- Antonín Rovenský ROTO Nové Město (kování, příslušenství pro výrobu oken)
- SCHÜCO International KG (hliníkové profily)
- Kovostroj Bohemia, s.r.o. (ocelové výztuhy)
- COMON, s.r.o. (izolační skla)
- ISOTRA a.s. (žaluzie, sítky proti hmyzu)
- RENOLIT Czech, s.r.o. (barevné folie)
- PARAMONT CZ s.r.o. (parapety)
- MARHOUL PAVEL (montážní práce)
- Würth, spol. s.r.o. (montážní materiál- pěny, parotěsné a paropropustné pásy)
- STAV ZEMAN s.r.o. (montážní práce)
- Izolační skla a.s. (izolační skla s mezi skelní folií- Heat Mirror)
- PERITO s.r.o. (dveřní výplně)
- ROLTECH spol. s.r.o. (rolety, venkovní žaluzie)

Největším dodavatelem plastových systémů firmy DAFE-PLAST je německá firma REHAU. Hlavním dodavatelem hliníkových systémů je firma SCHÜCO. Tyto profilové systémy vytvářejí optimální předpoklady pro vysokou úroveň kvality, funkční spolehlivosti, maximální variability tvarů a rozměrů oken i dveří.

3.6 Odběratelé

K hlavním odběratelům patří bytová družstva a firmy zabývající se stavebními pracemi. Může se jednat o firmy poskytující stavby domů či bytů, zateplování fasád, údržbu a obnovu budov a podobně. Odběrateli však jsou i fyzické osoby, které využívají služby firmy pro svoji potřebu. Následující grafy analyzují strukturu zákazníků společnosti od roku 2007 do roku 2010. Lze vysledovat značný pokles zakázek v oblasti bytových družstev, které především v roce 2008 tvořily významný podíl na zisku společnosti. V současné době tvoří hlavní podíl zakázek stavby rodinných domů a bytové výstavby.

Obr. č. 11: Struktura zákazníků společnosti DAFE-PLAST (2007-2010)



Zdroj: Vlastní zpracování, 2012

Nejvýznamnější odběratelé společnosti DAFE-PLAST s.r.o.:

- Triplast Serl - Jedná se o švýcarskou firmu, jejíž činností je stavba, údržba a obnova staveb. Pro své stavby využívá výrobky firmy DAFE-PLAST. Jedná se především o okna typu REHAU Brillant-Design, v případě hliníkových oken využívají výrobky od firmy SCHÜCO.
- Atrium s.r.o. - Tato firma se zabývá montováním nízkoenergetických dřevostaveb. Je odběratelem především špičkových oken z profilů REHAU. Pro tuto firmu je výhradním dodavatelem plastových oken firma DAFE-PLAST již 5 let.
- Orista s.r.o. - Firma se specializuje na zateplování fasád, ale zabývá se také veškerou stavební činností.
- Bahal ČR a.s. - Tato firma je dodavatelem pasivních a nízkoenergetických domů. Úspory energie dosahují také díky používání oken od firmy DAFE-PLAST.
- Swietelsky stavební s.r.o.
- Oknox s.r.o.. Tato společnost prodává a montuje plastová a hliníková okna, dveře, zimní zahrady firmy DAFE-PLAST.
- BEDOX a.s. - Relativně mladá firma, na trhu působí od roku 2008. Zaměřuje se na montáž světlíků a atypických střešních výplní, otvorů či výstavbu zimních zahrad.
- CPI BYTY a.s. - Společnost zabývající se pronájmem bytových a nebytových prostor.

4 ZHODNOCENÍ VLIVU OKOLÍ

Při strategickém plánování musí management firmy dokonale znát okolní prostředí, ale také situaci uvnitř podniku. Ke zhodnocení vlivů působících na podnik lze použít několik metod. K nejznámějším metodám zkoumající jak okolí působí na daný podnik patří již zmíněná SWOT analýza dále PEST analýza nebo "4C"analýza.

Pomocí SWOT analýzy lze charakterizovat vnitřní a vnější vlivy působící na podnik. K vnitřním vlivům patří silné stránky (Strong) a slabé stránky (Weaknesses). Mezi vnější vlivy patří příležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats). V prvním kroku SWOT analýzy se sestaví tabulka, do které se uvedou silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. Ve druhém kroku management zformuluje tyto čtyři skutečnosti do podnikových aktivit. Vždy se snaží nejprve eliminovat ohrožení, poté se snaží minimalizovat své slabé stránky a zdokonaluje ty silné a nakonec realizuje příležitosti.

Pro zhodnocení vlivu okolí na podnik byla sestavena SWOT analýza. Z analýzy je patrné, že převažují silné stránky nad slabými, což svědčí o tom, že firma si nevede špatně. Objevují se však i nějaké slabiny, které by se firma měla snažit minimalizovat nebo ještě lépe zcela odstranit. Měla by provádět pravidelné proškolení montážníků a obchodních referentů, kteří zaměřují okna, aby nedocházelo k reklamacím, což vede k navyšování nákladů a špatnému jménu firmy. Reklamace mohou vznikat z důvodů např. špatného namontování či seřízení oken či dveří nebo chybného zaměření výplní.

Ve firmě se objevují také hrozby, které by se měla snažit eliminovat. Především by se měla neustále snažit o zvyšování své propagace neboť konkurence je v tomto odvětví skutečně vysoká a kvalitní reklama je nedílnou součástí úspěšné strategie. Velkou hrozbou je také korupce, tzn. že veřejné zakázky bývají často přiděleny předem a výběrová řízení se provádějí jen z formálních důvodů. Tato hrozba je nezávislá na firmě neboť je ovlivněna situací na politické scéně.

K hlavním příležitostem firmy patří to, že od příštího roku budou zpřísněny normy, které doplní povinné označování nejen novostaveb, ale také starších domů a bytů energetickými štítky. Tyto štítky představují průkazy, které označují energetickou náročnost budovy. Klasifikace budov mají kategorie A (nejúspornější) až G. Dle nových norem budou moci mít budovy energetickou náročnost maximálně do kategorie C.

Společnost tak bude mít povinnost nakupovat kvalitní okna, aby tyto normy splňovala. Lze tedy předpokládat, že dojde ke zvýšení poptávky po nízkoenergetických oknech, které společnost DAFE-PLAST s.r.o. vyrábí.

Obr. č. 12 : SWOT analýza podniku

SWOT ANALÝZA

<p style="text-align: center;"><u>SILNÉ STRÁNKY</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • kvalitní, vysoce proškolení zaměstnanci • vysoká produktivita práce • dobrá spolupráce mezi jednotlivými odděleními • vysoce kvalitní výrobky pro nízkoenergetické a pasivní stavby • individuální přístup k zákazníkům • nadstandartní servis 	<p style="text-align: center;"><u>SLABÉ STRÁNKY</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • závislost na konkrétních dodavatelích jednotlivých součástí • kvalita výrobku je také ovlivněna kvalitou montáže
<p style="text-align: center;"><u>PŘÍLEŽITOSTI</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • větší poptávka díky programu "Zelená úsporám" • dle zákona bude nutný energetický štítek budovy (snaha lidí mít kvalitní okna) 	<p style="text-align: center;"><u>HROZBY</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • chybí propagace v televizi či např. na stále více populární internetové stránce Facebook • silná konkurence • zvýšená sazba DPH • korupce, tzn. veřejné zakázky bývají často přiděleny předem a výběrové řízení je pouze formální

Zdroj: Vlastní zpracování, 2012

4.1 Porovnání s konkurencí

K porovnání v poskytování služeb byla náhodně vybrána jedna konkurenční firma. Této firmě byla zaslána poptávka, ve které se požadovalo zpracování cenové nabídky. Stejnou poptávku také zpracoval obchodní referent firmy DAFE-PLAST sídlící v obchodní kanceláři v Plzni. K porovnání cenové nabídky a ostatních služeb byla vybrána firma Otherm s.r.o..

Specifikace poptávky vypadala takto:

- 6ks dvoukřídlých oken, rozměr 1350x1500
- 1ks balkonové dveře, dvoukřídlé, rozměr 1500x2300
- 1ks fix, rozměr 1500x2300
- 1ks celoprosklené vchodové dveře v oboustranné uvedeném dekoru, rozměr 1000x2200, zde stačí $U=1,1$
- barva oken : winchester/bílá, U celého okna = 1,1
- okna jednostranný dekor, dveře oboustranný dekor
- jedná se o novostavbu, místo stavby Blovice
- prosím o zaslání certifikátu

Po zaslání takto specifikované poptávky firmě Otherm se muselo čekat celý týden než přišla odpověď. Na svých stránkách však uvádí, že cenovou nabídku posílají do 24 hodin. V poznámce uvádí, že montáž je naceněna bez parotěsné folie, i přesto, že norma ČSN 730540-2 říká, že tato folie se musí při montáži použít. Druhým nedostatkem bylo, že na okno nezaslali certifikát, který byl také požadován.

Zároveň byla také zaslána poptávka do obchodní kanceláře firmy DAFE-PLAST. Cenová nabídka byla zpracována a zaslána do druhého dne. Ve své nabídce uvedli veškeré služby, které nabízí, příslušenství a technickou specifikaci. Dále bylo uvedeno jakých akcí lze v současné době využít (například v současné době nabízí ke každému oknu vnitřní parapet za 1,- Kč). Samozřejmě v nabídce byla kalkulace jednotlivých výrobků, která byla požadována a také cena montážních prací. Na závěr byly uvedeny vysvětlivky pro snadnější orientaci ve zpracované nabídce, které byly velice užitečné.

Zaslán byl také certifikát na dané výrobky. Nabídka obsahovala cenu montáže včetně parotěsné uzávěry. Současně byla zaslána ještě jedna nabídka, kde firma doporučila okna se šesti komorovým profilem zasklený trojsklem, která jsou vhodnější v případě, že se jedná o novostavbu. Tato okna mají mnohem nižší součinitel prostupu tepla. Současně bylo vysvětleno jaký je vliv solárních zisků a součinitele prostupu tepla oken na spotřebu na vytápění.

Ze získaných cenových nabídek se dospělo k závěru, že firma DAFE-PLAST je u všech porovnávaných výrobků levnější, pouze za montážní práce si účtuje vyšší ceny. Firma Otherm však neuvedla kolik by stála montáž parotěsné uzávěry. Konečná cena i přesto vyšla u firmy DAFE-PLAST téměř o 7000,- Kč nižší. Co je však nejdůležitější, že firma poradila, že tato okna nejsou do novostavby již vhodná a přesvědčila o výhodnosti použít kvalitní okna s trojsklem. Nabídka s těmito okny byla přibližně o 15% vyšší. Tato vyšší pořizovací cena se rychle vrátí, díky úsporám za energie.

4.2 Navržená opatření

Vzhledem k tomu, že konkurence na trhu s okny je skutečně velická, musí se firma neustále snažit o nějaké inovace či úpravy své strategie. Nestačí pouze zvyšovat svou propagaci, poskytovat různé slevy apod. Firma by se také měla snažit zavést něco, co jiná konkurenční firma neposkytuje nebo to nabízí jen malé množství firem.

4.2.1 Meziskelní žaluzie ScreenLine

V dnešní době, kdy se každý snaží co nejvíce ušetřit za energie, nestačí vybrat pouze sklo, které má dobrý U faktor, což je součinitel prostupu tepla, ale důležité je také, zvolit si co nejvhodnější faktor g, který nám udává schopnost skla propouštět tepelné záření a to s ohledem na orientaci oken dle světových stran. Firma DAFE-PLAST je schopna vyrábět okna té nejvyšší kvality, tzv. okna Progress. Firem, které by vyráběly okno podobné kvality na trhu mnoho není, ale přesto bych jim doporučila, aby svou výrobní strategii také orientovali na okna s meziskelními žaluziemi.

Firma by nebyla jediným poskytovatelem těchto produktů, ale určitě v této oblasti není konkurence tak vysoká jako v poskytování běžných oken. Meziskelní žaluzie jsou novinkou v oblasti stínící techniky.

Firma by mohla spolupracovat se společností ScreenLine CZ a.s., která nabízí tyto produkty. Tyto žaluzie lze umístit mezi dvojskla i trojskla. Ovládání je magnetické, tzn. že nemají žádné mechanické spoje. Na rozdíl od běžných žaluzií zabraňují v létě průniku tepla do místnosti a tím tak šetří náklady na provoz a pořízení klimatizace. Další výhodou těchto žaluzií je, že se nikdy nezapráší a neznečistí, nehrozí mechanické poškození lamel, mají maximální světelnou propustnost a životnost těchto žaluzií je stejná jako životnost oken.

Porovnání běžných žaluzií s meziskelními ScreenLine:

- běžné žaluzie:
 - stíní pouze světlu, nikoliv tepla
 - v létě projde tepelné záření sklem a ohřívá vzduch v interiéru
 - v zimě vzniká mezi sklem a žaluzií chladná vrstva, což způsobuje v těchto místech kondenzaci vodních par
 - nutná údržba
- meziskelní žaluzie ScreenLine:
 - v létě umožňují eliminovat prostup tepla, díky mírnému naklonění, protože nepustí solární energii skrz sklo
 - v zimě zas naopak vhodným nakloněním lamel je umožněn průchod tepla do interiéru
 - lze vytahovat pro maximalizaci solárních zisků
 - žádná údržba

[25]

Výběrem kvalitních oken a skel, tzn. $U=0,6$, $g=0,62$, které firma DAFE-PLAST je schopná vyrobit, a navíc použitím meziskelních žaluzií by mohlo představovat finanční úsporu na platbách za topení v domě s obytnou plochou cca 120m^2 až 1700,-Kč/rok.

4.2.2 Samočisticí skla BIOCLEAR

Další opatření, které bych doporučila se týká typu zasklení. Jednalo by se o zasklení venkovním samočisticím sklem BIOCLEAR. K hlavním výhodám tohoto skla patří

snížení nákladů spojených s mytím neboť mytí nemusí být tak časté. Tato skutečnost má pozitivní vliv také z hlediska ekologie neboť méně časté používání saponátů přispívá k ochraně životního prostředí. Tyto skla umožňují lepší průhled sklem v deštivém počasí. Tento typ skel má také výhody z hlediska ekonomického neboť vyšší propustnost skla pro sluneční záření přinese úsporu tepla a dále větší prostupnost viditelného světla v době špatných světelných podmínek přinese úsporu elektrické energie.

4.2.3 Energetický audit

Z důvodů neustálého narůstání nákladů za energie a neúměrného zatěžování životního prostředí plyny CO₂, se lidé snaží o zajištění minimální energetické náročnosti a maximální tepelnou izolaci. Proto od příštího roku začne platit nové opatření, které spočívá v zavedení přísnějších norem, které doplní povinné označování novostaveb energetickými štítky. Tyto normy budou platit také pro starší budovy. Kontrolu budov je oprávněn provádět energetický auditor, který získal osvědčení od Ministerstva průmyslu a obchodu. Energetický audit slouží pro odborné zhodnocení současného stavu využívání energie v objektech a následně navržení opatření k realizaci energetických úspor. Klasifikace budov má kategorie A (nejúspornější) až G. Do energetické náročnosti se započítává vytápění, chlazení či větrání, ohřev teplé vody a také osvětlení.

Firmě DAFE-PLAST bych tedy doporučila, klást ještě větší důraz na používání skel s co nejvyšším solárním faktorem g. Navrhla bych jim, aby do svých oken začali používat speciální zasklení SG PAS s hodnotou součinitele prostupu tepla $U=0,6$ a zvýšeným solárním faktorem $g=0,62$ neboť právě tento faktor ovlivní kolik energie ze slunečního záření prostoupí do našich domovů. Čím vyšší je hodnota g tím vyšší jsou solární zisky a tím nižší je spotřeba na vytápění. Oknům orientovaným na jih s tímto sklem bych doporučila, použít vhodné venkovní zastínění, z důvodů nadměrných solárních zisků v letních měsících.

5 ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo analyzovat jednotlivé prvky okolí, zhodnotit jejich působení na zvolený podnik a doporučit opatření pro úpravy strategie. Jako konkrétní podnik jsem si pro svou práci vybrala společnost zabývající se výrobou a montáží plastových a hliníkových oken a dveří, DAFE-PLAST s.r.o..

V první části práce byla představena společnost. Byly uvedeny základní informace o historii firmy, základní ukazatele, organizační struktura a vývoj počtu zaměstnanců. Tyto informace byly čerpány především z internetových stránek firmy a z osobních konzultací s obchodním ředitelem a vedoucí ekonomického úseku firmy. Dále byly charakterizovány jednotlivé složky okolí, které působí na podniky. Tyto síly, kterými okolí působí na podniky, jsou významnější ve srovnání se silou, kterou mohou ovlivňovat podniky své okolí.

V další části práce již byly analyzovány prvky, které nejvíce ovlivňují zvolený podnik. Z hlediska geografického se dospělo k závěru, že firma má ideální umístění neboť leží poblíž dálniční páteře D1 a je v blízkosti svých dodavatelů i odběratelů (leží přibližně uprostřed republiky). Z hlediska ekonomického byla firma poznamenána finanční krizí v roce 2008, kdy značně poklesly zakázky. Počet zakázek velice úzce souvisí s vývojem ve stavebnictví neboť prodej oken a dveří je podmíněn výstavbou a rekonstrukcí domů a bytů. Stavebnictví od roku 2008 stále stagnuje, což komplikuje i situaci společností vyrábějící a prodávající okna. Z pohledu politického byla firma ovlivněna zvýšením sazby DPH, což přineslo razantní navýšování zakázek koncem roku 2011, kdy žadatelé, kteří mají nárok na sníženou sazbu, mohli uplatnit ještě sazbu 10% DPH. Firma byla zapsána v programech Zelená úsporám a Panel. Díky zapojení do těchto programů se firmě zvýšily zakázky a propad v době finanční krize nebyl tak veliký.

V České republice existuje téměř 255 firem na výrobu okenních výplní, z čehož vyplývá, že konkurence je skutečně vysoká. Firma by se proto měla snažit neustále zvyšovat svou propagaci, například na stránkách Facebook, modernizovat své technologie, mít přehled o stávající situaci na trhu či snažit se nabídnout nějakou novinku. Co se týče dodavatelů, firma by měla velice dbát na jejich výběr, neustále provádět statistiky výhod či nevýhod konkrétních či potenciálních dodavatelů. Třetím subjektem ovlivňující podnik jsou odběratelé, jejichž struktura se poměrně změnila.

V dřívější době měli značné zastoupení bytová družstva, jejichž podíl na zisku podniku se snižuje. V současné době mají největší zastoupení rekonstrukce rodinných domů a bytová výstavba.

Na závěr byly zhodnoceny vlivy působící na podnik, což bylo provedeno pomocí SWOT analýzy. Dalším cílem bylo doporučit opatření pro úpravy strategie. Tento úkol byl také splněn neboť bylo firmě navrženo nabízet nový typ žaluzií a zasklení.

SEZNAM TABULEK A OBRÁZKŮ

SEZNAM TABULEK:

Tab. č. 1 : Vývoj počtu zaměstnanců.....	11
Tab. č. 2 : Vývoj míry inflace 200-2010.....	20
Tab. č. 3 : Reálný efektivní směnný kurz (1999=100).....	22
Tab. č. 4 : Vývoj nákladů a výnosů.....	28
Tab. č. 5 : Výdaje na reklamu.....	30

SEZNAM OBRÁZKŮ:

Obr. č. 1 : Obyvatelstvo ve věku 15 let a více dle pohlaví a nejvyššího dosaženého vzdělání v ČR.....	16
Obr. č. 2 : Míra nezaměstnanosti v ČR 1990-2010.....	17
Obr. č. 3 : Investice na ochranu životního prostředí.....	23
Obr. č. 4: Neinvestiční náklady na ochranu životního prostředí.....	24
Obr. č. 5 : Bytová výstavba 2009-2011.....	26
Obr. č. 6 : Vývoj nákladů a výnosů.....	29
Obr. č. 7 : Uplatňování sazby DPH.....	33
Obr. č. 8 : Podíl materiálů v okenní technice na evropském trhu.....	34
Obr. č. 9 : Podíl materiálů na českém trhu.....	35
Obr. č. 10 : Obrat společnosti Vekra v milionech Kč.....	36
Obr. č. 11: Struktura zákazníku společnosti DAFE-PLAST (2007-2010).....	39
Obr. č. 12 : SWOT analýza podnik.....	42

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Knižní zdroje:

- [1] BOUČKOVÁ, J. a kol. Marketing. Praha: C.H. Beck, 2003, ISBN 80-7179-577-1
- [2] PLCHOVÁ, B. , ABRHÁM, J. , HELÍSEK, M. , Česká republika a EU, Praha: GRIGL, 2010, ISBN 978-80-86912-39-4
- [3] SYNEK, M. *Podniková ekonomika*. Praha: C.H. Beck, 2006, ISBN 80-7179892-4
- [4] SYNEK, M. *Manažerská ekonomika*. 3., přepracované a aktualizované vydání, Praha: Grada Publishing a.s., 2003, ISBN 80-247-0515-X
- [5] VODIČKA, K., CABADA, L. Politický systém České republiky. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-337-6

Internetové zdroje:

- [6] DAFE-PLAST s.r.o. [online] Jihlava, 2011, [cit. 1.11.2011] Dostupné z www: <<http://www.dafe.cz/download/2/73/Clanek-rijen-2007---DAFE-PLAST-15-LET.pdf>>
- [7] DAFE-PLAST s.r.o.[online] Jihlava, 2011, [cit. 10.11.2011] Dostupné z www: <<http://www.dafe.cz/certifikaty-firmy-dafeplast.html>>
- [8] MBK Consulting s.r.o. [online], [cit. 21.10.2011] Dostupné z www: <<http://www.mbk.cz/iso-9001>>
- [9] Oficiální portál pro podnikání a export. [online], [cit. 16.1.2012] Dostupné z www: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/rozvoj-regionu/swot-analyza-a-souhrnne-zhodnoceni/1001179/46071/>>
- [10] Dopady přijetí Evropské sociální charty Rady Evropy ČR [online], [cit. 17.1.2012] Dostupné z www:<<http://www.penize.cz/16595-dopady-prijeti-evropske-socialni-charty-rady-evropy-v-cr>>
- [11] Český statistický úřad. [online], [cit. 19.4.2012] Dostupné z www: <http://www.czso.cz/cz/cr_1989_ts/0507.pdf>
- [12] Český statistický úřad. [online], [cit. 17.1.2012] Dostupné z www: <[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/trh_prace_v_cr/\\$File/trh_prace.pdf](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/trh_prace_v_cr/$File/trh_prace.pdf)>

- [13] Politické systémy ČR a SR. [online], [cit. 18.1.2012] Dostupné z www:
<<http://czech.txt.cz/clanky/34317/politicke-systemy-cr/>>
- [14] Český statistický úřad. [online], [cit. 20.1.2012] Dostupné z www:
<http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/mira_inflace>
- [15] tzbinfo. [online], [cit. 21.1.2012] Dostupné z www:
<<http://stavba.tzb-info.cz/7242-vybrana-data-z-kvartalni-analyzy-ceskeho-stavebnictvi-01-2011>>
- [16] Český statistický úřad. [online], [cit. 22.1.2012] Dostupné z www:
<<http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/stavebnictvi>>
- [17] Český statistický úřad. [online], [cit. 23.2.2012] Dostupné z www:
<http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/vydaje_na_ochranu_zivotniho_prostredi>
- [18] Justice. [online], [cit. 23.3.2012] Dostupné z www:
<<https://or.justice.cz/ias/ui/vypissl?subjektId=isor%3a214741&klic=tVENwgZFFN8iewwcEBhIAA%3d%3d>>
- [19] Vekra. [online], [cit. 11.11.2011] Dostupné z www:
<<http://www.vekra.cz/o-spolecnosti/uvod.html>>
- [20] Otherm. [online], [cit. 11.11.2011] Dostupné z www:
<<http://www.otherm.cz/6-okna-otherm-o-nas.html>>
- [21] Oknoplastik. [online], [cit. 11.11.2011] Dostupné z www:
<<http://www.oknoplastik.cz/>>
- [22] tzbinfo. [online], [cit. 12.11.2011] Dostupné z www:
<<http://www.tzb-info.cz/106236-cesky-trh-s-okny-letos-poklesne-o-ctyri-mld-na-10-mld-kc>>
- [23] tzbinfo. [online], [cit. 20.3.2012] Dostupné z www:
<<http://www.tzb-info.cz/5567-program-panel-bude-rozsiren-podpora-statu-pokracuje>>
- [24] DAFE-PLAST s.r.o. [online] Jihlava, 2012, [cit. 15.3.2012] Dostupné z www:
<<http://www.dafe.cz/zelena-usporam-dafe-plast-produkty.html>>
- [25] ScreenLine. [online], [cit. 19.4.2012] Dostupné z www:
<<http://www.screenline.cz/energetika-skla/>>

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A: Certifikát pro výrobu a montáž plastových a hliníkových oken, dveří, zimních zahrad

Příloha B: Organizační schéma společnosti

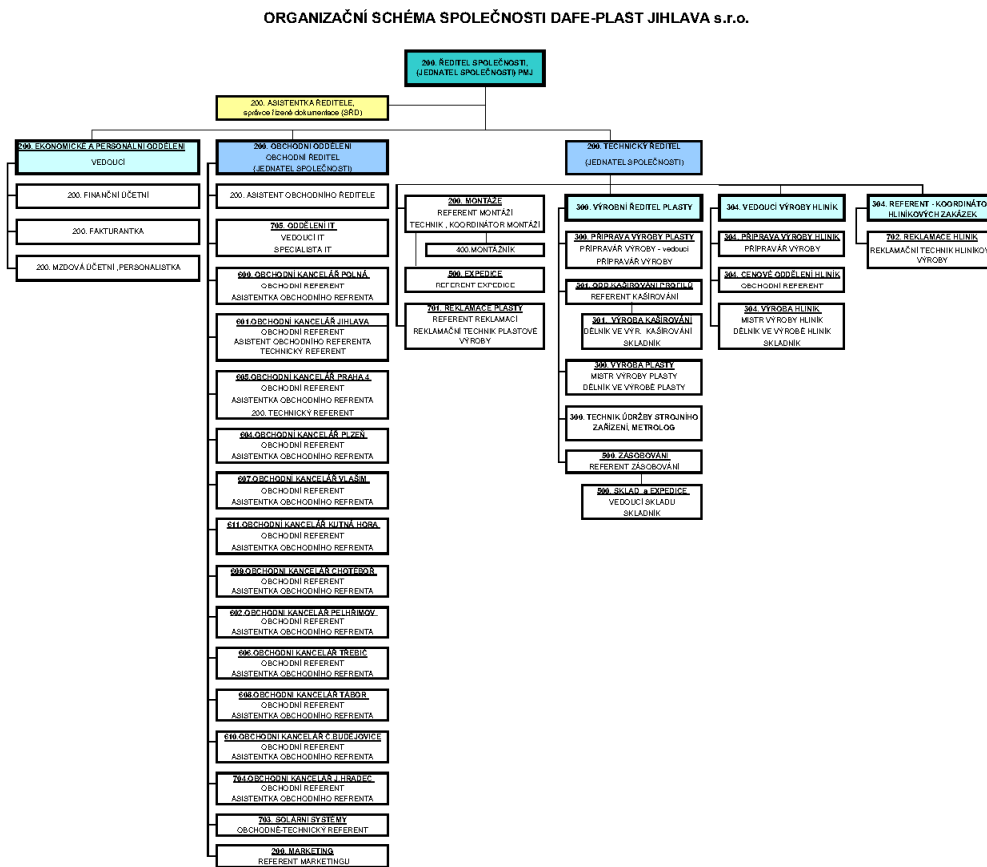
Příloha C : Osvědčení o registraci Státního fondu životního prostředí ČR

Příloha A: Certifikát pro výrobu a montáž plastových a hliníkových oken, dveří, zimních zahrad



Zdroj: [7]

Příloha B: Organizační schéma společnosti



4.10.2010

Zdroj: Interní zpracování společnosti

Příloha C: Osvědčení o registraci Státního fondu životního prostředí ČR



Zdroj:[20]

Abstrakt

JANOŠKOVÁ, M. *Vliv okolí podniku na konkrétní podnik*. Bakalářská práce. Plzeň: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, 52 s., 2012

Klíčová slova: okolí podniku, prvky okolí, podnik, podnikatelské prostředí

Tématem této bakalářské práce je Vliv okolí podniku na konkrétní podnik. Hlavním cílem práce bylo zhodnotit vlivy okolí na konkrétní podnik a doporučit opatření pro úpravy strategie. V první části práce je charakterizován zvolený podnik. Další část se zaměřuje na jednotlivé vlivy, které působí na podnik. Je vysvětlen pojem okolí a analyzovány jednotlivé prvky okolí. Další kapitola práce se věnuje analyzování prvků okolí, které nejvíce ovlivňují vybraný podnik, DAFE-PLAST s.r.o.. Jedná se o okolí geografické, politické, ekonomické. Z podnikatelského prostředí se práce zaměřuje na nejvýznamnější konkurenční firmy, dodavatele a odběratele. V poslední části je zhodnocena situace podniku pomocí SWOT analýzy a doporučeno opatření pro úpravy strategie podniku.

Abstract

JANOUSKOVÁ, M. *Influence of surroundings on specific company*. Bachelor work. Pilsen: Faculty of Economics, University of West Bohemia in Pilsen, 52 p., 2012

Key words: neighborhood business, elements of environment, company, business environment

The subject of this bachelor thesis is Influence of surroundings on specific company. The main objectives of this work are to evaluate the effects of surroundings on a specific company and to recommend disposals for its strategy treatment. The selected company is characterized in the first part of this work. The next part is focused on individual influences which affect the company. The concept of surroundings is explained as well as analyzed in the thesis. The next chapter is devoted to the analysis of the selected DAFE-PLAST company most affecting elements. The selected elements are following: geographic region, politic environment and economic environment. In the field of the business environment, the work focuses on the competition, suppliers and customers. In the last section, the situation of the company is evaluated using SWOT analysis and the disposals for treatment strategies are recommended.