

Finanční analýza společnosti JAWA Moto spol. s r. o.

Student: Alena Holubová
Vedoucí práce: Ing. Dagmar Čámská, Ph.D.
Akademický rok: 2018/2019



ČESKÉ VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V PRAZE, MASARYKŮV ÚSTAV VYŠŠÍCH STUDÍÍ

ABSTRAKT

Cílem této bakalářské práce je vypracování podrobné analýzy finančního fungování společnosti JAWA Moto spol. s r.o. K této analýze použiji vybrané nástroje finanční analýzy, které budu definovat ve své teoretické části a budu čerpat z různých odborných publikací, které byly na toto téma v minulosti vydány. Druhou částí této práce bude praktické využití nástrojů v konkrétní firmě, které mi pomůže k identifikaci jejího finančního zdraví. Nedílnou součástí této pasáže budou finanční výkazy firmy, které poslouží jako podklady pro výpočty. Sledované období bude od roku 2013 do roku 2017. Závěrem práce bude kompletní zhodnocení firmy a následné doporučení v případě nalezení nějakých problémů.

ABSTRACT

The aim of this work is to create a detailed financial analysis of the JAWA Moto Company. In order to do that, I will use selected tools of financial analysis, which I will firstly define in the theoretical part using various professional publications. The second part of my work I will dedicate to the practical usage of these tools in a selected company, which will help me identify the financial health of this organization. An integral part of this work will be financial statements, which will serve as a base for calculations. The reporting period will be from 2013 to 2017. At the end of my work I will conclude complete evaluation of the selected company, and subsequently, in case of any problems, I will provide recommendations on how to improve.

METODIKA



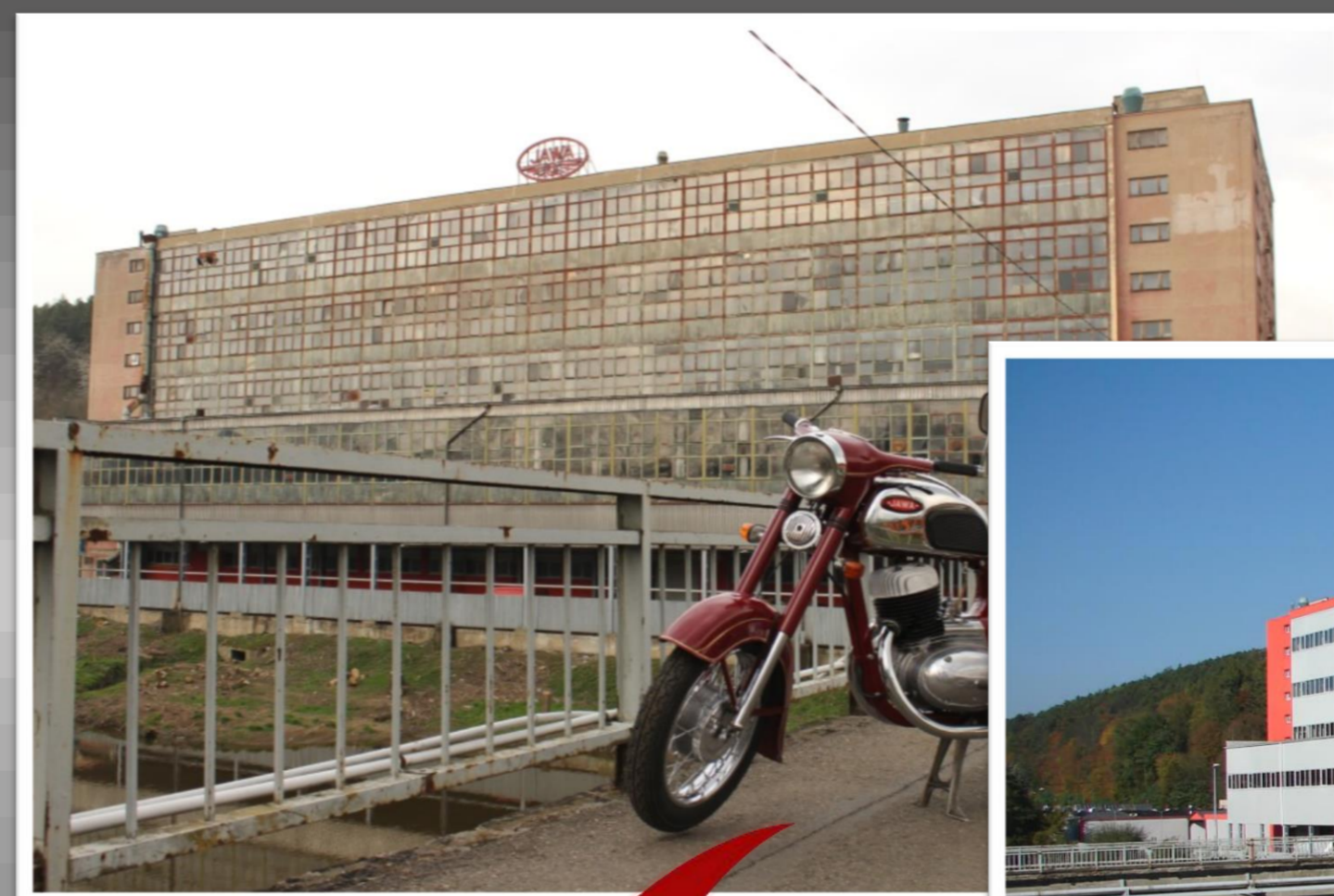
JAWA Moto spol. s r.o.

Společnost JAWA Moto spol. s r.o. sídlí ve Středočeském kraji, konkrétně v Týnci nad Sázavou. Firma působí jako dceřiná společnost firmy JAWAUNION s.r.o., která působí pod JIHOSTROJ a.s. JAWA Moto spol. s r.o. je nástupnickou firmu, která v souladu s uzavřenou licenční smlouvou používá ochranu známku JAWA.

Jednu z nejvýznamnějších značek zabývající se výrobou motocyklů založil Ing. František Janeček v roce 1929 v Praze a jeho motocykly nesou od té doby značku JAWA. Před druhou světovou válkou dostal pan Ing. František Janeček vývoj těchto dopravních prostředků na nejvyšší světovou úroveň.

ZÁVĚR

Roku 2013 se firma rozhodla pro velkou investici do rozpadajících se prostor a technologií. Zjistila jsem, že se firma velmi aktivně angažuje v oblasti výzkumu a vývoje. V této oblasti čerpala firma dotaci. V oblasti bilančních pravidel bylo zjištěno, že firma uplatňuje konzervativní financování. Pracovní kapitál dosahuje kladných hodnot, což je pro firmu dobré, nicméně potřeba pracovního kapitálu je vyšší než NWC => firma by se měla zaměřit na snížení OCP, čehož v posledních dvou letech dosahuje díky razantnímu snížení průměrné doby inkasa a na druhé straně zvýšení doby splatnosti. Ukazatele rentability poukázaly na skutečné problémy. Ukazatele ROA a ROE dosahují velmi malých hodnot. V posledních dvou letech se kvůli ztrátě dostávají do záporných hodnot. Ve srovnání s odvětvím je na tom firma opravdu špatně. Likvidita potvrdila fakt viditelný už z horizontální a vertikální analýzy a to ten, že firma nedisponuje finančními prostředky. Okamžitá likvidita je tedy hluboce pod doporučenými hodnotami. Bankrotní modely a ukazatel ekonomické přidané hodnoty již jen potvrdily mé přesvědčení o tom, že firma je na tom velmi špatně a je ohrožena bankrotem.



DOPORUČENÍ

Firmě s takovými výsledky bych asi ihned doporučila ukončení činnosti, popř. orientaci na jinou výrobu. V případě firmy JAWA Moto spol. s r.o. bych nedělala ukvapené závěry. Firma má dvě velké výhody. První z nich je dobré jméno a značka. Druhou výhodou vidím v tom, že v České republice firma opravdu nemá konkurenci.

- ✓ Z finančního hlediska doporučuji, aby se firma zaměřila na dosažení potřeby NWC.
- ✓ Nebála bych se agresivnějšího financování, které firma aktivně aplikuje v posledních dvou letech.
- ✓ Zacílit výrobu i na český trh a dát o sobě vědět, to znamená zaktivovat marketing.
- ✓ Neváhat s výrobou tří nových typů z indického koncernu Mahindra Group, čímž by firma „rozpohybovala“ OCP, zvýšila prodej především na českém trhu a mohla generovat zisk.
- ✓ Hledání nového trhu.