

Firemní finance pro PH

Přednáška 1

Organizace studia a zkoušek

Organizace seminářů:

Účast

Testy: 4., 8., 12. seminář

Seminární práce

Zkoušky:

Podmínky přistoupení ke zkoušce

- a) účast
- b) Testy (minimálně dva ze tří úspěšné)
- c) Odprezentovaná a odevzdaná seminární práce

Předtermíny: dva týdny před ukončením semestru (předp. dva termíny)

Řádné termíny: rovnoměrně v průběhu semestru (po konzultacích)

Literatura:

Knižní prameny

KISLINGEROVÁ, E. a kol.: *Manažerské finance*. I, vyd., Praha, C.H.Beck, 2004.—xxxi, 714 s. – (Beckova edice ekonomie) ISBN 80-7179-802-9

VALACH, J. a kol.: *Finanční řízení podniku*. EKOPRESS, 2. vydání, Praha 1999, 2001, 2003. ISBN 80 – 86119 – 21 - 1

VLACHYNSKÝ, K. a kol.: *Podnikové financie*. SÚVAHA, 1. vydání, Bratislava 1999. ISBN 80-88727-29-4

SYNEK, M. a kol.: *Manažerská ekonomika*. 2. přepracované a rozšířené vydání, Grada Publishing, Praha 2000
ISBN 80 – 247 – 9069 – 6

Téma 1, Finanční řízení a rozhodování podniku

S ohledem na specifika

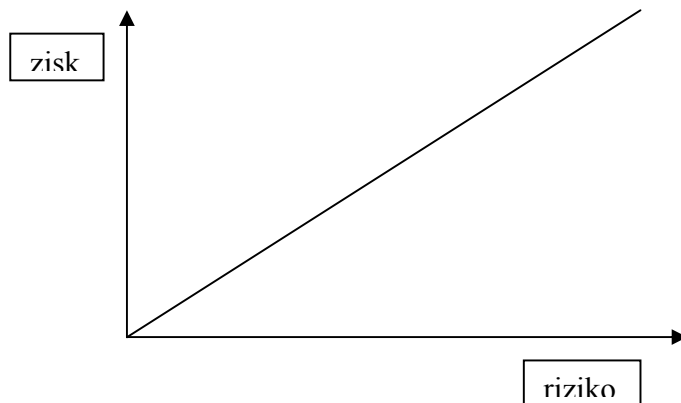
- výrobní firmy
- obchodní firmy

Základní funkce finančního řízení

- získávání zdrojů (peníze a kapitál)
- alokace zdrojů = investování
- dividendová politika (práce s HV)
- evidence a administrativa (obslužný systém, dodávající informace)
 - o byrokratické řízení firmy

Při respektování účelových funkcí

- maximalizace tržní hodnoty firmy (transformace zisku do tržní hodnoty firmy)
- optimalizace podnikatelského rizika
 - o krizový management
 - o graf 1



- respektování časového faktoru (hodnota peněz, kontinuita podnikání)
 - o riskantnější pro stranu závislé na výsledku činnosti tzn. pro dlužníky, protože si půjčujete, pouze pokud musíte

v interakci mezi

- podnikatelskými subjekty
- zaměstnanci
 - o důraz na motivaci týmu
- státem

Obecná pravidla finanční rozhodování a kritéria efektivního řízení firmy

Obecná pravidla finančního rozhodování

- vyšší výnos se preferuje před nižším
- menší riziko se preferuje před vyšším
- za vyšší riziko se požaduje vyšší výkon (výnos)
- preferují se dříve obdržené peníze před stejnou částkou obdrženou později
- motivace investování do daného aktiva je očekávání vyššího výnosu, než by přineslo investování do jiného aktiva
- motivací investování je obecně zvětšení majetku (růst hodnoty firmy, expanze,...)
 - o kritériem je CF respektive zisk
 - o CF je jistota, zisk je potenciál

Dva klíčové faktory řízení a financování

- faktor času (časové rozlišení)
 - o nesoulad příčin a následků
 - o investice, fakturace,..
- faktor rizika
 - o nejistota ve vstupech a výstupech

kritéria efektivnosti řízení firmy

- v ekonomice změn zisk neexistuje
 - o změny, inovace probíhají ohromným tempem
 - o **vše jde do investic**
- existuje požadavek minimálního finančního výnosu (z minulých operací) = CENA KAPITÁLU
 - o ve výpočetní seminárce je toto probíráno
- maximalizace hodnoty firmy
 - o může to být překonaná teze
 - o ve firmě se začnou dít nekontrolované přerozdělovací procesy
 - silní podporují slabé
 - globální firmy ze strachu před slabostí = poklesem obratu, začínají dotovat neziskové divize (části)
- požadavek optimálně vyváženého plnění zájmů mnoha stran
 - o pokud u konkurenta docílíte rozeštvání lidí, tak je s firmou konec
 - o vyvažujeme zájmy podnikatelských subjektů, zaměstnanců a státu
- plnění „integrované strategie rozvoje firmy“
 - o není známa obecná metodika tvorby této strategie a faktor nejistoty je mimořádně vysoký
- přežití firmy ve dvou úrovních
 - o u malých rodinných firem je to generační výměna vedení
 - o krátkodobá – tlak na CF
 - o dlouhodobá – tlak na integrační trendy – zvláště v obchodě

Specifika obchodního podniku

- Obchod je specifická podmnožina činností, která vyžaduje
 - o zvláštní kvalifikaci personálu
 - o specifickou strukturu věcných prostředků
- specifika v oblasti financování
 - o majtková struktura
 - velký podíl oběžného majetku v aktivech (dále roste)=ZÁSoby
 - pestrost nabídky je konkurenční výhoda
 - nižší kapitálová intenzita
 - efekt 80/20
 - zvyšující se kapitálová intenzita (substituce práce kapitálem)
 - parkoviště, moderní sklady, klimatizované prostory
 - sezónnost obratu a oběžného majetku
 - o kapitálová struktura a nástroje financování
 - velký podíl obchodních úvěrů (ne bankovní)
 - dodavatelský
 - o velké obchodní domy platí faktury za 120 dní, je to bariéra vstupu, která selektuje silné od slabých
 - silní jsou stále silnější (obchodní gravitace)
 - poplatek za zalistování dodavatele do katalogu
 - dodavatelé platí marketingové náklady
 - odběratelský
 - široké uplatnění frančizy
 - zkracuje se fáze uvedení na trh , rychlé rozšíření na trhu
 - nízký podíl vlastního kapitálu na financování => možné problémy v období ekonomického poklesu
 - dá se pracovat s cizími zdroji (dodavatelský a odběratelský úvěr)
 - velké firmy, i když mají rezervy, tlačí své dodavatele, aby jim poskytovali dodavatelské úvěry
 - hlavní zdroj financí je krátkodobý kapitál
 - závazky vůči dodavatelům
 - krátkodobé finanční úvěry
 - odpisy = významný zdroj financování
 - rentabilita ve velkoobchodě je nízká a jsou odpisy zdroj financování
 - hodnota pohledávek se často přibližuje hodnotě zásob
 - volné prostředky jsou relativně malé, což je ve zboží, je v pohledávkách
 - využívání podpor spojených s rozvojem malých a středních firem
 - dlouhodobě přežívají a tak mají sofistikované finanční řízení
 - relativně časté využívání směnek
 - supluje hotovost, protože platím a nepotřebuji peníze

- pokud nic jiného není (je to často, je to pravidlo), je to signál, že není hotovost
 - značný význam faktoringu
 - banka je nátlakový subjekt (urgence dodávek)
 - přes banky je dnes docela levný
- nákladová struktura a rentabilita
 - rozhodující nákladová položka = NÁKLADY NA POŘÍZENÍ ZBOŽÍ
 - náklady provozu prodejen a skladů (provozní náklady)
 - dlouho kvalitní zboží, dobrý personál, parkoviště
 - vysoké personální náklady
 - vysoká marže obchodní firmy vs. Neschopnost generovat zisk
 - když to trh akceptuje, proč ne
 - udržení kvality zboží (mrazírny)
- metody analýzy a plánování
 - mezinárodní integrace (odvětví se stává průmyslem)
 - obchodní firmy byly prvními globálními firmami
 - obchod je středostavovská aktivita
 - v historické literatuře (Neruda, Herben)
 - strategie diferenciacce je úspěšná (dodavatele Siemensu, který dodává RadioMobilu)
 - malé firmy mají šanci přežít
- co je důležité pro obchodní firmu
 - místo
 - sortiment
 - kapitál
 - všichni, co jsou do podnikání zapojeni, musí z něj profitovat
 - cena

Cíle podniku (jako východisko finanční politiky)

- firemní cíle existují pouze jako cíle zájmových skupin
 - vlastníci (akcionáři) vs management
 - motivace managementu podílem na zisku se mu zdá špatná, protože vlastník by měl motivovat management jinak
 - zákazník vs. spotřebitel
 - dodavatelé vs. odběratelé
 - velké objemy dodávek
 - stabilní odběry
 - dodavatel může ustoupit do stínu když dodávají těmto řetězcům, protože je prodávají řetězce
 - zaměstnanci
 - mohou profilovat firmu pozitivně a negativně
 - zaměstnanec je partner
 - veřejnost
 - stát

- posilování role vlastníků jako trend
 - cílová koncepce se odvozuje od individuálních cílů vlastníka
 - je problém, když má vlastník řídit a neumí to
 - nejlepší je a.s.
 - cíle
 - jistota
 - obětuji jistotu riziku
 - samostatnost
 - udržení podniku a růst podniku
 - společenské uznání
 - iracionální reakce
 - lidé po ní touží
 - likvidita
 - extrémní tlak na likviditu
 - spokojenost zákazníka
 - obchodník chce opakované nákupy
 - zajištění pracovníků
 - vytváření pracovních míst, sociální požitky
 - obrat
 - jedna z nejčastějších v obchodě
 - obchod není inovátor, obchod musí opakovaně prodat
 - velké množství cílů přináší nesoulad v jejich plnění, což je vina vlastníků
- hlavní cíl by měl být růst hodnoty firmy
 - zisk je obsažen v požadavku na růst hodnoty firmy
 - operacionalizace cíle
 - musí být dva předpoklady, aby byla operacionalizace realizována
 - průběžné ocenění firmy
 - management musí mít zájem na hodnotě firmy
 - podíl na firmě
 - adekvátní je 30% firmy
 - nebát se prodat podíl na firmě a pak i celou firmu
- hierarchie cílů obchodního podniku
 - provoz
 - sklad
 - dobře skladovat výrobky
 - nákup
 - nakupovat kvalitní výrobky
 - marketing
 - cena, sortiment, inage firmy, reklama, poslání firmy

Finanční politika – cíle a nástroje (vč. Dat)

- FP = soubor cílů a nástrojů a opatření, jejichž cílem je
 - o Dosažení podnikatelských (finančních) cílů
 - o Zajistit potřebné finanční prostředky
- výchozí bod FP jsou cíle podniku
- vlastní cíl FP
 - o zajištění likvidity při
 - o minimalizaci ceny peněz

Zdroje a nástroje financování firmy

- vývoj hospodářských výsledků a neschopnosti generovat zisk
- zdroje a jejich oběh (v podstatě oběžných prostředků)
- systém finančních instrumentů
- zlatá pravidla financování firmy