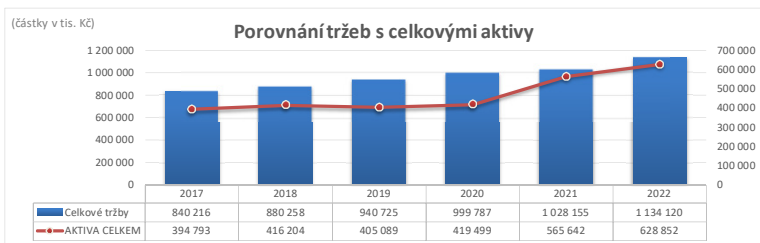
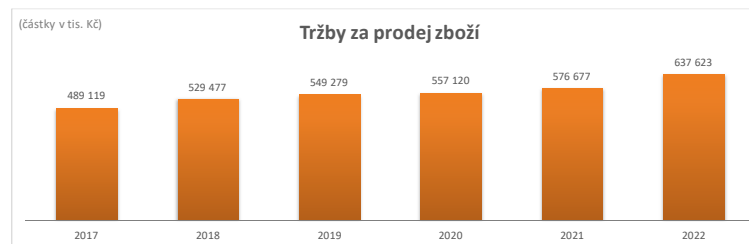
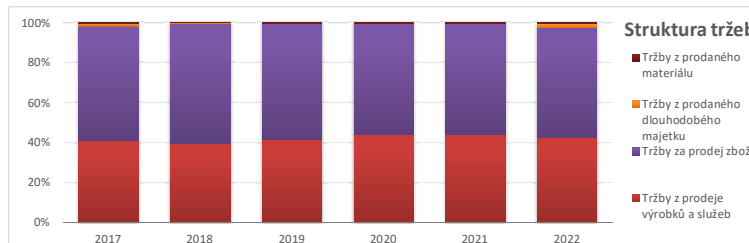
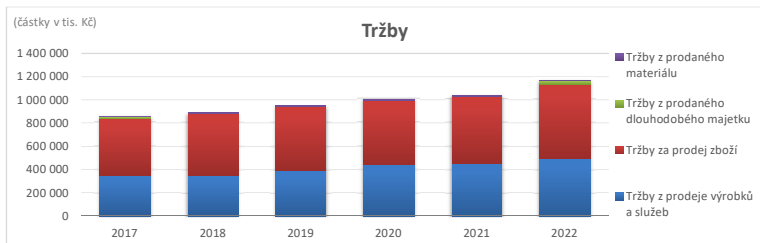


Analýza tržeb

Green Foods a.s.

Vertikální analýza tržeb		2017		2018		2019		2020		2021		2022	
		abs.	index	abs.	index	abs.	index	abs.	index	abs.	index	abs.	index
Celkové tržby		856 598	100%	883 692	100%	945 212	100%	1 004 041	100%	1 033 171	100%	1 165 980	100%
Tržby z prodeje výrobků a služeb		351 097	41%	350 781	40%	391 446	41%	442 667	44%	451 478	44%	496 497	43%
Tržby za prodej zboží		489 119	57%	529 477	60%	549 279	58%	557 120	55%	576 677	56%	637 623	55%
Tržby z prodaného dlouhodobého majetku		11 740	1%	2 244	0%	2 534	0%	502	0%	2 720	0%	27 832	2%
Tržby z prodaného materiálu		4 642	1%	1 190	0%	1 953	0%	3 752	0%	2 296	0%	4 028	0%

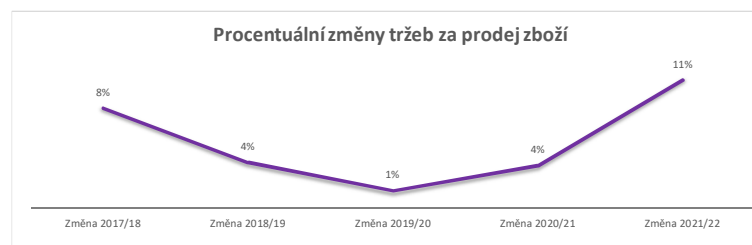
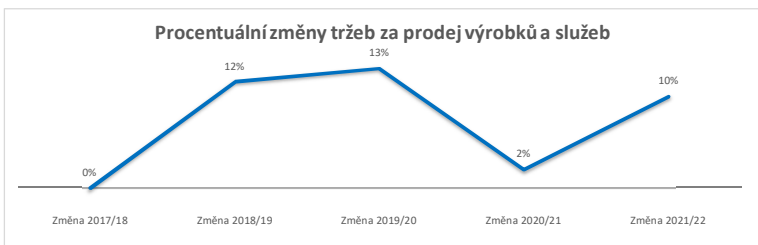
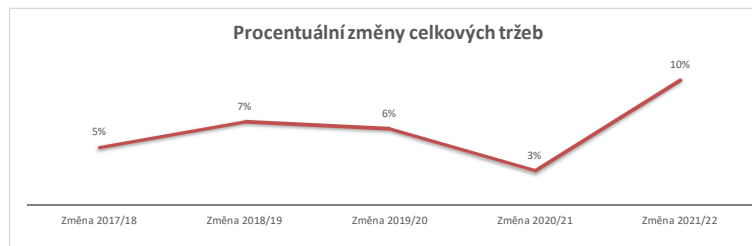
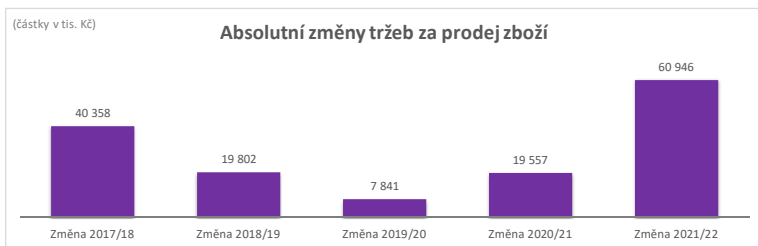
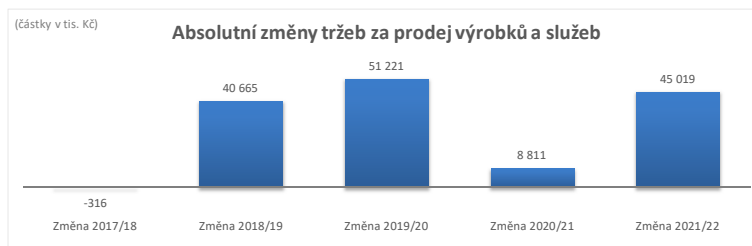
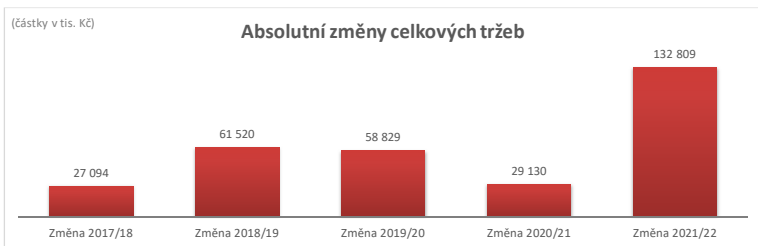


Podíl jednotlivých položek na tržbách	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Výkonová spotřeba	78%	79%	79%	80%	79%	78%
Náklady vynaložené na prodej zboží	37%	38%	38%	38%	38%	39%
Spotřeba materiálu a energie a služby	41%	40%	41%	42%	40%	39%
Osobní náklady	9%	9%	8%	8%	8%	7%
Mzdové náklady	7%	7%	6%	6%	6%	5%
Provozní výsledek hospodaření	2%	3%	3%	3%	4%	4%
Výsledek hospodaření za účetní období	2%	3%	3%	2%	2%	1%
EBIT	3%	4%	3%	3%	4%	2%

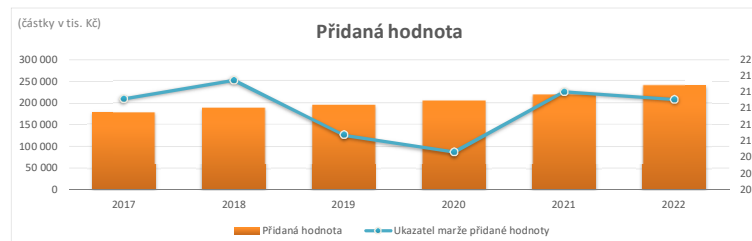
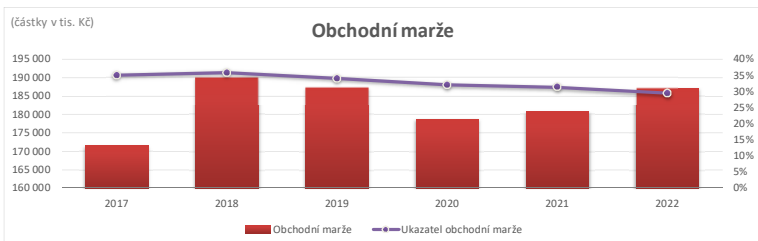
Horizontální analýza tržeb		Změna 2017/18		Změna 2018/19		Změna 2019/20		Změna 2020/21		Změna 2021/22	
		abs.	index	abs.	index	abs.	index	abs.	index	abs.	index
Celkové tržby		27 094	5%	61 520	7%	58 829	6%	29 130	3%	132 809	10%
Tržby z prodeje výrobků a služeb		-316	0%	40 665	12%	51 221	13%	8 811	2%	45 019	10%
Tržby za prodej zboží		40 358	8%	19 802	4%	7 841	1%	19 557	4%	60 946	11%
Tržby z prodaného dlouhodobého majetku		-9 496	-81%	290	13%	-2 032	-80%	2 218	442%	25 112	923%
Tržby z prodaného materiálu		-3 452	-74%	763	64%	1 799	92%	-1 456	-39%	1 732	75%
Obchodní marže		18 395	11%	-2 613	-1%	-8 501	-5%	1 995	1%	6 310	3%

Analýza tržeb

Green Foods a.s.



	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Přidaná hodnota	177 407	187 881	194 467	204 554	218 012	239 422
Ukazatel marže přidané hodnoty	21%	21%	21%	20%	21%	21%
Obchodní marže	171 471	189 866	187 253	178 752	180 747	187 057
Ukazatel obchodní marže	35%	36%	34%	32%	31%	29%
Tržby za prodej zboží	489 119	529 477	549 279	557 120	576 677	637 623
Náklady vynaložené na prodané zboží	317 648	339 611	362 026	378 368	395 930	450 566
Rentabilita tržeb (ROS)	3%	4%	3%	3%	4%	2%



Analýza tržeb

Analýza tržeb firmy se zabývá detailnějším rozбором struktury firemních tržeb. V listu je zobrazen vývoj a struktura tržeb. U tržeb je také provedena horizontální procentní analýza objemu jednotlivých typů tržeb na celkových tržbách. Tržby označují tu část výnosů, kterou podnik získal prodejem výrobků, zboží a služeb v daném účetním období. Jedná se o výnosy získané z provozně-ekonomické činnosti, ze svých hlavních procesů tj. tržby za prodej výrobků nebo služeb, které jsou hlavním finančním zdrojem podniku.

Obecně je růst tržeb hodnocen jako pozitivní a pokles jako negativní faktor ve vývoji firmy. Růst tržeb je zpravidla doprovázen vyšší rentabilitou, silnější likviditou a lepší vyjednávací pozicí s dodavateli. Ano jsou zde rizika, že firma nabere také nerentabilní či neplaticí zákazníky, dopustí se chybných nákupů zásob, zainvestuje do strojů, které při poklesu tržeb nebudou využívány atp., ale to jsou rizika, která souvisejí s řízením společnosti. V zásadě platí, že růst tržeb je pro finanční zdraví firmy pozitivní: dodavatelé chtějí na růstu firmy participovat - zlepšení dodavatelských podmínek, banky chtějí využít příležitost a rostoucím firmám se zpravidla zlepší přístup k financování.

Výraznější pokles tržeb u společností se záporným pracovním kapitálem, nebo znehodnocenými oběžnými aktivy se pak okamžitě přenáší do prodlužování splatností závazků z obchodního styku. Na pokles tržeb, zpravidla v kombinaci se ztrátovým hospodařením a omezenými vyhlídkami, pak mohou negativně reagovat banky snižováním financování, což může dále oslabit finanční stabilitu firmy atd.

S tržbami souvisí i počítaná položka obchodní marže. Jedná se o rozdíl mezi tržbami za zboží a náklady na pořízení zboží, včetně dopravy, cla atd. Trend obchodní marže hodnotíme u čistě obchodních společností, nebo společností, kde obchodní činnost je ve významné výši z hlediska podílu na tržbách či rentabilitě. Vždy je nutné zhodnotit a zdůvodnit trend obchodní marže. Důvody změny obchodní marže jsou nejčastěji silné konkurenční prostředí (tlak na pokles marže), vyjednávací pozice u odběratelů, změna v důsledku změny poptávky, změna nákupních cen (změna dodavatele, objemové bonusy aj.), platební podmínky (např. skonta za platbu předem), změna obchodní marže v důsledku vývoje kurzu (importéři a exportéři) atp. Ukazatel obchodní marže se vypočítá z výsledovky jako podíl obchodní marže/tržby za prodej zboží.

Po výpočtu obchodní marže lze vypočítat přidanou hodnotu. Ta se vypočítá jako součet obchodní marže + výkony - výkonová spotřeba. Představuje hodnotu, kterou společnost přidá produktu svou vlastní činností. V účetních výkazech po 1.1.2016 se přidaná hodnota vypočítá jako tržby za prodej zboží + výkony - výkonová spotřeba. Končí položka obchodní marže i proto, že se položka Náklady vynaložené na prodané zboží nyní zahrnuje ve výsledovce do souhrnné položky výkonová spotřeba.

S přidanou hodnotou souvisí i ukazatel marže přidané hodnoty, která se vypočítá jako přidaná hodnota / (tržby za prodej zboží + tržby za prodej výrobků a služeb). Ukazatel marže přidané hodnoty je velmi důležitým ukazatelem vývoje rentability firmy, na který má vliv velké množství faktorů: vývoj obchodní marže, změna nákupních cen materiálu a energií (především u výrobních společností) a pohonných hmot (zejména u dopravců), změna cen výrobků či služeb z důvodu konkurence, odběratelských vztahů atp.

Horizontální analýza tržeb zobrazuje meziroční změny jednotlivých a celkových tržeb. Zobrazuje meziroční nárůst/pokles položek tržeb.

Vertikální analýza tržeb ukazuje podíl/procentuální vyjádření jednotlivých typů tržeb z celkového objemu tržeb v jednotlivých obdobích.

Tržbám se dá také říkat provozní výnosy. Provozní výnosy (operating revenues) jsou výnosy, které firma generuje z hlavní činnosti, kterou podniká. Jsou to příjmy z prodeje výrobků, služeb, nebo jiných činností, které spadají do běžného provozního chodu podniku. Patří sem všechny tržby, které jsou dosaženy prostřednictvím hlavních podnikatelských aktivit.

Co zahrnují provozní výnosy:

- Tržby za prodej zboží a služeb: Příjmy z prodeje hlavních produktů nebo služeb, které firma nabízí svým zákazníkům.
- Tržby za prodej výrobků a výrobních služeb: V případě výrobních firem mohou provozní výnosy zahrnovat tržby za výrobu a prodej vlastních výrobků nebo poskytovaných výrobních služeb.
- Výnosy z pronájmu: Pokud firma vlastní aktiva, která pronajímá (například budovy nebo stroje), výnosy z těchto činností mohou být považovány za provozní, pokud jde o běžnou součást její činnosti.
- Další provozní výnosy: Mohou zahrnovat např. provize nebo poplatky z provozu firmy, které jsou v souladu s hlavní podnikatelskou činností.

Provozní výnosy jsou klíčové pro hodnocení, jak efektivně firma vydělává na své hlavní činnosti. Jsou důležitou součástí finanční analýzy a vykazují se ve výsledovce, aby ukázaly výkonnost podniku v rámci jeho běžných operací. Pokud firma má vysoké provozní výnosy, ukazuje to, že dobře využívá své hlavní zdroje a je schopná generovat příjmy efektivně. Tyto výnosy se odlišují od finančních a mimořádných výnosů, které pocházejí z jiných aktivit, než je hlavní podnikání.

Tržby z prodeje výrobků a služeb

Položka "Tržby z prodeje výrobků a služeb" představuje hlavní provozní výnosy firmy, které pocházejí z její hlavní činnosti – tedy z výroby a prodeje výrobků nebo poskytování služeb. Tato položka zahrnuje veškeré příjmy, které firma získala z prodeje svých výrobků či služeb za určité období, a tvoří významnou část provozních výnosů firmy.

Tato položka obsahuje:

- Tržby z prodeje výrobků: Výnosy z prodeje fyzických produktů, které firma sama vyrábí a prodává zákazníkům. Může jít o tržby z prodeje konečných výrobků nebo polotovarů, které firma nabízí.
- Tržby z poskytování služeb: Příjmy z činností, kde firma poskytuje nehmotné produkty, jako jsou například poradenství, servis, údržba nebo jiné služby.
- Doplňkové činnosti: V případě, že firma poskytuje služby související s prodejem výrobků, jako je například montáž, doprava nebo balení, mohou být tržby z těchto činností zahrnuty do této položky.

Položka "Tržby z prodeje výrobků a služeb" je klíčová pro posouzení, jak úspěšná je firma ve své hlavní činnosti, a přímo ovlivňuje její ziskovost. Zobrazuje skutečné výnosy firmy z jejího běžného provozu, a její růst je zpravidla jedním z hlavních cílů firmy. Výnosy z této položky tvoří základní příjmy firmy, které jsou následně porovnány s náklady, aby se vypočítal hrubý zisk. Čím vyšší jsou tržby, tím větší je potenciál podniku pro dosahování zisku.

Proč je tato položka důležitá?

- Základní ukazatel výkonnosti: Je to jeden z nejdůležitějších ukazatelů, který vyjadřuje, jak úspěšně podnik prodává své produkty nebo služby.
- Základ pro výpočet zisku: Tržby jsou základem pro výpočet hrubého zisku a následně čistého zisku.
- Srovnání s konkurencí: Porovnání tržeb s konkurencí umožňuje zjistit, jak si podnik stojí na trhu.
- Analýza trendů: Sledování vývoje tržeb v čase umožňuje identifikovat různé trendy a sezónní výkyvy.

Tržby za prodej zboží

Položka "Tržby za prodej zboží" představuje příjmy, které firma získala z prodeje zboží, jež sama nevyrábí, ale nakupuje od jiných dodavatelů a dále prodává zákazníkům. Tyto tržby jsou typické pro obchodní firmy, jejichž hlavní činností je nákup a následný prodej zboží, například maloobchodní nebo velkoobchodní činnost.

Tato položka obsahuje:

- Příjmy z prodeje nakoupeného zboží: Zahrnuje veškeré příjmy z prodeje zboží, které firma sama nevyrobila, ale nakoupila za účelem jeho dalšího prodeje.
- Doplňkové služby k prodeji zboží: V některých případech může být do této položky zahrnuta i přidaná hodnota, která souvisí s prodejem zboží, jako je balení nebo doprava poskytovaná zákazníkům.
- Tržby za zboží, které bylo součástí poskytnutých služeb: Pokud společnost při poskytování služeb prodává i nějaké zboží (např. spotřební materiál), jsou tyto tržby také zahrnuty.

Položka "Tržby za prodej zboží" je důležitá pro firmy, jejichž hlavní činností je obchodování, nikoliv výroba. Tyto tržby ukazují, jak úspěšná je firma v prodeji produktů, které nakupuje od jiných subjektů. Společně s náklady na prodané zboží (které zahrnují pořizovací cenu zboží) umožňuje tato položka výpočet hrubé marže obchodní činnosti firmy, což je klíčový ukazatel její obchodní efektivity.

Proč je tato položka důležitá?

- Měření obchodní činnosti: Tato položka je klíčovým ukazatelem toho, jak úspěšně společnost prodává své zboží.
- Výpočet zisku: Tržby za prodej zboží jsou základem pro výpočet hrubého zisku z prodeje zboží, který se získá odečtením nákladů na prodané zboží od tržeb.
- Srovnání s konkurencí: Porovnáním tržeb za prodej zboží s konkurencí lze zjistit, jak si společnost stojí na trhu.
- Analýza trendů: Sledování vývoje tržeb za prodej zboží v čase umožňuje identifikovat různé trendy a sezónní výkyvy.

Tržby z prodaného dlouhodobého majetku

Tato položka představuje příjmy, které firma získala prodejem svého dlouhodobého majetku. Tento dlouhodobý majetek zahrnuje hmotný i nehmotný majetek, který firma používá v rámci svého podnikání po delší dobu (obvykle více než jeden rok). Může jít o budovy, stroje, zařízení, vozidla nebo také nehmotné aktiva, jako jsou licence či software.

Tato položka obsahuje:

- Prodej hmotného dlouhodobého majetku: Patří sem příjmy z prodeje fyzického majetku, jako jsou budovy, pozemky, výrobní stroje, zařízení, dopravní prostředky apod., které firma už nepotřebuje nebo nahradila jiným majetkem.
- Prodej nehmotného dlouhodobého majetku: Pokud firma prodá nehmotný majetek, jako je software, patenty, ochranné známky nebo licence, tyto příjmy se také vykazují v této položce.
- Prodej investičního majetku: V případě, že firma drží dlouhodobé investice, jako jsou akcie nebo podíly v jiných firmách, a prodá je, výnosy z tohoto prodeje mohou být zahrnuty zde (pokud nejsou zahrnuty do finanční části výsledovky).

Tato položka zobrazuje příjmy, které firma získala jednorázově prodejem svých aktiv, což může být součástí její strategie modernizace, optimalizace majetku nebo snahy získat kapitál. Tržby z prodaného dlouhodobého majetku nejsou součástí běžného provozu, proto jsou považovány za mimořádný zdroj příjmů a mají jednorázový charakter.

Proč je tato položka důležitá?

- Mimořádný příjem: Tržby z prodeje dlouhodobého majetku jsou obvykle mimořádné příjmy, které se nevyskytují pravidelně.
- Změna investiční strategie: Prodej dlouhodobého majetku může signalizovat změnu investiční strategie společnosti.
- Vliv na zisk: Tyto tržby mohou významně ovlivnit celkový výsledek hospodaření společnosti.

Tržby z prodaného materiálu

Položka "Tržby z prodaného materiálu" představuje příjmy, které firma získala z prodeje materiálu, který dříve nakoupila nebo který byl určen pro vlastní výrobu, ale již pro něj nemá další využití. Na rozdíl od zboží nebo výrobků nejde o produkty, které firma běžně vyrábí nebo prodává jako hlavní součást své činnosti. Může jít o suroviny, pomocný materiál, nebo dokonce o odpadní materiál.

Tato položka obsahuje:

- Prodej přebytečného materiálu: Pokud firma nakoupí více materiálu, než je potřeba pro výrobu, a tento přebytek prodá, tržby z prodeje budou vykázány v této položce.
- Prodej surovin: Materiály, které byly nakoupeny za účelem výroby, ale nakonec nebyly použity a firma se je rozhodla prodat, spadají do této kategorie.
- Prodej odpadu či vedlejších produktů: Výnosy z prodeje materiálu, který je vedlejším produktem výroby nebo odpadním materiálem, který lze dále prodat (např. kovový šrot, plastový odpad).

Tržby z prodaného materiálu nejsou obvyklým zdrojem příjmů z hlavní činnosti firmy, ale mohou přispět k celkovým výnosům firmy tím, že zhodnotí nadbytečný nebo nepoužitý materiál. Firmy často prodávají přebytečný nebo nevyužitý materiál, aby snížily své skladové zásoby nebo získaly zpět část svých investic do materiálu.

Proč je tato položka důležitá?

- Doplnkový příjem: Tržby z prodaného materiálu představují dodatečný příjem, který může přispět ke zlepšení výsledku hospodaření.
- Optimalizace zásob: Prodej nepotřebného materiálu pomáhá optimalizovat zásoby a uvolnit finanční prostředky.
- Zhodnocení majetku: V některých případech může být prodej materiálu za vyšší cenu, než za kterou byl zakoupen, zhodnocením majetku.