

**ČESKÉ VYSOKÉ
UČENÍ TECHNICKÉ
V PRAZE**

**MASARYKŮV ÚSTAV
VYŠŠÍCH STUDIÍ**



**DIPLOMOVÁ
PRÁCE**

2019

**VESELÁ
NELA**

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Podnikatelský plán samoobslužné bezkontaktní myčky

The Business Plan for Self-service Contactless Car
Washes

STUDIJNÍ PROGRAM

Řízení rozvojových projektů

STUDIJNÍ OBOR

Projektové řízení inovací v podniku

VEDOUCÍ PRÁCE

Prof. Ing. Jaromír Veber, CSc.

VESELÁ

NELA

2019

I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení: Veselá Jméno: Nela Osobní číslo: 437921
Fakulta/ústav: Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Zadávající katedra/ústav: Oddělení manažerských studií
Studijní program: Řízení rozvojových projektů
Studijní obor: Projektové řízení inovací v podniku

II. ÚDAJE K DIPLOMOVÉ PRÁCI

Název diplomové práce:
Podnikatelský plán samoobslužné bezkontaktní myčky aut

Název diplomové práce anglicky:
The Business Plan for Self-service Contactless Car Washes

Pokyny pro vypracování:

Cílem práce je vytvořit podnikatelský plán na vybudování a provozování samoobslužné bezkontaktní myčky aut v Praze. Přínosem práce je ověření teze, že podnikatelský plán je životaschopný a vhodný pro investora.
Osnova: 1. Úvod. 2. Teoretická část - založení podniku, podnikání a riziko, struktura a obsahová náplň podnikatelského plánu; 3. Praktická část - představení společnosti, mise a vize, popis podnikatelské příležitosti, Porterova analýza konkurenčních sil, SWOT analýza, PESTEL analýza, marketingový mix 7P, určení strategie, finanční plán; 4. Závěr.

Seznam doporučené literatury:

- 1) VAŠTIKOVÁ, M. Marketing služeb efektivně a moderně. Grada Publishing, 2014.
- 2) ČERVENÝ, R., FICBAUER, J., HANZELKOVÁ, A., KEŘKOVSKÝ, M. Business plán krok za krokem, C.H. BECK, 2014.
- 3) FOTR, J. Podnikatelský plán a investiční rozhodování. Praha: Grada Publishing, 2004.
- 4) FOTR, J., VACÍK, E., SOUČEK, I., ŠPAČEK, M., HÁJEK, S. Tvorba strategie a strategického plánování. Grada Publishing, 2012.

Jméno a pracoviště vedoucí(ho) diplomové práce:
Prof. Ing. Jaromír Veber, CSc., ČVUT v Praze, Masarykův ústav vyšších studií

Jméno a pracoviště konzultanta(ky) diplomové práce:

Datum zadání diplomové práce: 13.12.2018 Termín odevzdání diplomové práce: 2.5.2019
Platnost zadání diplomové práce: 30.9.2020

Podpis vedoucí(ho) práce

Podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry

Podpis děkana(ky)

III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

17.4.2019
Datum převzetí zadání

Neslá
Podpis studenta(ky)

VESELÁ, Nela. Podnikatelský plán samoobslužné bezkontaktní myčky aut. Praha: ČVUT 2019. Diplomová práce. České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií.



**MASARYKŮV ÚSTAV
VYŠŠÍCH STUDIÍ
ČVUT V PRAZE**

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou diplomovou práci vypracovala samostatně. Dále prohlašuji, že jsem všechny použité zdroje správně a úplně citovala a uvádím je v příloženém seznamu použité literatury.

Nemám závažný důvod proti zpřístupňování této závěrečné práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Praze dne: 30. 04. 2019

Podpis:

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla poděkovat prof. Ing. Jaromírovi Veberovi, CSc. za odborné vedení, cenné připomínky, vstřícný postoj a konzultace během celého průběhu zpracování diplomové práce. Děkuji také všem ostatním, kteří mi pomáhali a bez kterých by tato práce nevznikla.

Abstrakt

Hlavním cílem této diplomové práce, která nese název „Podnikatelský plán samoobslužné bezkontaktní myčky aut“ je vytvořit reálný podnikatelský plán na vybudování a provozování samoobslužné bezkontaktní myčky ve vybrané lokalitě hlavního města Prahy. Předmětem zpracování je komplexní marketingová analýza makroprostředí (PESTEL analýza) a mikroprostředí (Porterova analýza pěti sil), dále strategická analýza (SWOT analýza) zaměřená na silné a slabé stránky společnosti, příležitosti a hrozby plynoucí z externího prostředí, analýza zákazníků podpořená marketingovým průzkumem. Součástí podnikatelského plánu je i finanční plán, který tvoří tři základní plánové finanční výkazy: rozvaha, výkaz zisku a ztrát a výkaz peněžních toků. Výstupy finančního plánu jsou následně hodnoceny vybranými finančními ukazateli (rentabilita, aktivita, zadluženost, likvidita) a ekonomickým ukazateli (ČSH, VVP).

Klíčová slova

Podnikatelský plán, vnější prostředí, vnitřní prostředí, analýza zákazníků, marketingový mix, SWOT analýza, finanční plán.

Abstrakt

The main goal of this thesis, entitled "The Business Plan for Self-service Contactless Car Wash", is to create a real business plan for building and operating a self-service contactless dishwasher in a selected area of Prague. The subject of this thesis is complex marketing analysis of macro-environment (PESTEL analysis) and micro-environment (Porter's analysis of five forces), strategic analysis (SWOT analysis) focused on strengths and weaknesses of the company, opportunities and threats arising from external environment, customer analysis supported by marketing research. The business plan also includes a financial plan consisting of three basic plan financial statements: balance sheet, profit and loss statement and cash flow statement. The financial plan outputs are subsequently evaluated by selected financial indicators (profitability, activity, indebtedness, liquidity) and economic indicators (NPV, IRR).

Key words

Business plan, external environment, internal environment, customer analysis, marketing mix, SWOT analysis, financial plan.

OBSAH

Úvod	5
1 Charakteristika	8
2 Podnikatelské riziko	12
3 Strategická analýza	13
3.1 Popis podnikatelské příležitosti	13
3.2 Profil společnosti	14
3.3 Mise a vize společnosti.....	15
3.4 Personální zajištění.....	15
3.5 Zhodnocení trhu v Česku.....	16
3.6 Administrativní proces	17
3.7 Dodavatel myčky	18
3.8 PESTEL analýza.....	19
3.8.1 Politické faktory	19
3.8.2 Ekonomické faktory	20
3.8.3 Sociální faktory	25
3.8.4 Technologické faktory.....	27
3.8.5 Ekologické faktory	32
3.8.6 Legislativní faktory	32
3.9 Porterova analýza.....	33
3.9.1 Vliv odběratelů	33
3.9.2 Vliv dodavatelů.....	34
3.9.3 Substituční produkty.....	35
3.9.4 Stávajících konkurence	35
3.9.5 Vstup nové konkurence	37
3.10 SWOT analýza.....	37
3.10.1 Silné stránky	38
3.10.2 Slabé stránky.....	39
3.10.3 Příležitosti.....	39
3.10.4 Hrozby	39
3.11 Zvolení strategie	40

3.12	Analýza zákazníků.....	42
3.13	Marketingový průzkum.....	45
3.13.1	Vyhodnocení dotazníkové průzkumu.....	45
3.14	Marketingový mix 7P.....	50
3.14.1	Produkt.....	51
3.14.2	Cena.....	52
3.14.3	Místo.....	53
3.14.4	Propagace.....	53
3.14.5	Lidé.....	55
3.14.6	Procesy.....	56
3.14.7	Materiální prostředí.....	58
4	FINANČNÍ PLÁN	60
4.1	Rozpočet počátečních výdajů.....	62
4.2	Struktura zdrojů financování.....	64
4.3	Plán tržeb.....	64
4.3.1	Plán tržeb z prodeje samoobslužného mytí.....	64
4.3.2	Plán tržeb z prodeje doplňkového zboží.....	67
4.3.3	Plán tržeb z prodeje mytí s obsluhou personálu.....	67
4.3.4	Plán tržeb z prodeje samoobslužného vysávání.....	68
4.4	Náklady.....	68
4.4.1	Variabilní náklady.....	69
4.4.2	Fixní náklady.....	72
4.5	Plánové účetní výkazy.....	72
4.5.1	Plánový výkaz zisku a ztrát.....	72
4.5.2	Plánová rozvaha.....	75
4.5.3	Plánový výkaz peněžních toků.....	78
4.6	Analýza zdrojů a jejich užití.....	82
4.7	Finanční analýza.....	83
4.7.1	Analýza rentability.....	83
4.7.2	Analýza aktivity.....	85
4.7.3	Analýza zadluženosti.....	86
4.7.4	Analýza likvidity.....	87

4.8	Bod zvratu	88
4.9	Hodnocení investice	96
4.9.1	Doba návratnosti	96
4.9.2	Čistá současná hodnota.....	97
4.9.3	Vnitřní výnosové procento.....	101
5	Zhodnocení projektu	104
6	Závěr	107
	Seznam použité literatury	108
	Seznam tabulek	110
	Seznam grafů	112
	Seznam příloh	112

Úvod

Velké vnitřní zaujetí většiny lidí směřuje kotázce, do čeho se v životě zapojit, jak se prosadit nebo jednoduše, jak si dobře vydělat. Vrcholem vnitřní touhy prosadit své myšlenky, znalosti a schopnosti je založit vlastní firmu. Důvodů, proč lidé volí cestu vlastního podnikání je celá řada. Někdo je nespokojený v zaměstnání a chce vyzkoušet něco jiného, jiný touží postavit se na vlastní nohy a mít větší svobodu, někdo vnímá podnikání jako poslední příležitost, jak se uživit v situaci, kdy nemůže sehnat práci, další chce usilovat o dosahování sociálních cílů ekonomickými prostředky apod. Ne všechny důvody jsou tak silné, aby daly podnikatelům sílu pokračovat i v časech zlých, když se zrovna nebude dařit. Začít podnikat ze špatných důvodů se rozhodně nevyplatí.

Úspěšné zahájení podnikání, zabezpečení prosperity a úspěšného rozvoje firmy v náročných podmínkách tržního hospodářství není jednoduchou záležitostí. Pro existenci a rozvoj každé podnikatelské aktivity je důležité podnikatelské prostředí, které lze chápat jako souhrn všech vlivů, které působí na podnik.

Jedním z nejdůležitějších kroků před zahájením podnikání je mít podnikatelskou ideu, tzn. mít nápad v čem začít podnikat. Nejlepší cestou, jak ověřit, zda je podnikatelský nápad vhodný pro rozjezd podnikání, je sestavit podnikatelský plán. Správně sestavený plán prozradí, zda je podnikatelský záměr životaschopný ještě před samotným počátkem podnikání nebo upozorní na případná úskalí směrem do budoucna. Písemně zpracovaný podnikatelský plán je důležitým podkladovým materiálem nejenom pro samotného podnikatele, ale i pro potencionální partnery. Podnikateli pomůže uspořádat myšlenky, stanovit si hlavní cíle podnikání a spočítat finanční výhodnost. Potencionálním partnerům (investorům, společníkům, bankám), kteří nahlízejí do podnikatelského záměru z jiného úhlu pohledu, pomůže snáze se rozhodnout, zda se s podnikatelským plánem ztotožní a přistoupí na partnerství, případně navrhnou určité změny plánu, či na partnerství vůbec nepřistoupí.

Cíl práce

Předmětem zpracování diplomové práce, která nese název „Podnikatelský plán samoobslužné bezkontaktní myčky aut“ je sestavení podnikatelského plánu na výstavbu a provozování samoobslužné bezkontaktní myčky automobilů s práškovou technologií mytí. Motivem pro zpracování diplomové práce na uvedené téma, je rozšířit si znalosti v oblasti firemní strategie a finančního plánování. Cílem práce je ověřit, že předložený podnikatelský plán je životaschopný a vhodný pro investora. Abych se k takovému cíli vůbec dopracovala, je zapotřebí dokonalá příprava. Prostudovat oborově zaměřené internetové zdroje, odbornou literaturu z oblasti strategického řízení, marketingu služeb, finančního plánování, daní, financí a mnoho dalších nezbytných podkladů. Vypracování reálného finančního plánu se neobejde bez reálných ekonomických dat, které získám tím, že navážím spolupráci s některými dodavateli nebo výrobcí technologie určené pro tento typ poskytování služby.

Oproti obvyklým zvyklostem, není tato práce formálně rozdělena na teoretickou a praktickou část. Počet kapitol s čistě teoretickými pasážemi je v této diplomové práci o mnoho méně, než je asi běžné. Ale na druhou stranu, o to větší důraz je kladen na praktickou část, která svým rozsahem dominuje. Teoretické vědomosti tato diplomová práce rozhodně nestaví na vedlejší kolej. Kvalitní podnikatelský plán lze totiž vytvořit jen s dobrými znalostmi. Proto i v prakticky zaměřených kapitolách je věnována část prostoru teorii. V okamžiku, kdy se to jeví účelné, v úvodu kapitoly nebo v průběhu jejího zpracování, jsou zmíněna teoretická východiska zkoumaného problému. Dochází tak v rámci jedné kapitoly k propojení teorie s praktickou aplikací řešené problematiky. Hlavním důvodem tohoto přístupu, je snaha poskytnout maximum prostoru důležitým aspektům sestavovaného podnikatelského plánu.

První kapitola se věnuje obecné charakteristice podnikatelského plánu. Nalezneme v ní odpovědi na základní otázky proč, kdy a pro koho sestavujeme podnikatelský plán. Kapitulu uzavírá přehledný popis struktury podnikatelského plánu. Neoddělitelnou součástí podnikání je podnikatelské riziko, kterému se věnuje druhá kapitola. Na čistě teoreticky pojaté kapitoly navazuje obsáhlá praktická část, která v podstatě představuje metodický postup sestavení podnikatelského plánu konkrétního podnikatelského záměru. Podnikatelský plán je rozdělen do dvou strukturovaných, obsahově ucelených a do značné míry samostatných částí.

První část nese název „Strategická analýza“ a věnuje se převážně nefinančním aspektům podnikatelského plánu. Je rozčleněna do několika kapitol a podkapitol. V úvodu této části je popisována podnikatelská příležitost, profil společnosti, personální zajištění, administrativní proces apod. Hlavním úkolem této části je systematicky zmapovat pomocí dílčích analýz externí a interní prostředí firmy. Významné faktory jsou sumarizovány v matici SWOT, která je základem pro stanovení strategie firmy.

Druhá část nese název „Finanční plán“ a věnuje se finančním aspektům podnikatelského plánu. Je rovněž rozčleněna do několika kapitol a podkapitol. Hlavním úkolem je sestavit reálný finanční plán, který konkretizuje potřebu finančních zdrojů na nákup strojů, zařízení, zásob apod. a zároveň spočítá, zda předkládaný podnikatelský záměr je schopen pokrýt náklady a dosahovat zisku. Prostřednictvím vybraných finančních a ekonomických ukazatelů se rozhodne o ekonomické výhodnosti.

Ač předkládaný podnikatelský plán je školním dílem, po obsahové stránce může být využit ke komerčním účelům. Je napsán pro potenciální investory, kteří plánují rozšířit své podnikatelské aktivity na území Prahy. Z tohoto důvodu nejsou některé kapitoly rozpracovány do detailu (profil společnosti, klíčové osobnosti firmy). Na druhou stranu, plán asi není určen pro banku, která má jiné požadavky na strukturu a rozsah podnikatelského plánu. Banka může vyžadovat navíc řadu dalších doplňujících dokumentů a informací, týkající se zejména podnikatelské a profesní historie uchazeče o úvěr. Mou snahou je, s vědomím existence mnoha

úskalí, v postupných krocích, s využitím odborné literatury a dosavadních znalostí získaných studiem, co nejlépe zvládnout uvedené téma.

Diplomová práce vychází z aktuální právní úpravy platné k 1. 1. 2019. Právní úprava se vztahuje především na výpočty čistých mezd zaměstnanců, odvodů z mezd, použitou sazbu daně z příjmu, sazbu daně z přidané hodnoty apod. V textu jsou používány bibliografické citace (na stránce pod čarou), které jsou označeny odkazem.

1 CHARAKTERISTIKA¹

Podnikatelský plán, respektive business plan, byznys plán (všechny termíny se běžně používají a vyjadřují tentýž obsah), nám pomůže utřídit si myšlenky o svém nápadu, dát jim jednoznačnost prostřednictvím formulování do slov a realizovatelnost prostřednictvím analýz trhu, produktu a propočtu návratnosti vložených investic do nápadu. Podnikatelský plán je písemný dokument, který popisuje všechny podstatné vnější i vnitřní okolnosti související s podnikatelskou činností.

Podnikatelský plán můžeme vytvářet ještě před zahájením podnikání, stejně tak jej sestavujeme, když se v rámci našeho podnikání rozhodneme pro zásadnější změnu. Cílem je co nejreálněji ověřit realizovatelnost nápadu. Mnohdy však pracujeme s odhady a predikcemi budoucího vývoje, nikdy tak nemáme šanci zjistit, jestli se plán setká se skutečností. Smyslem tvorby podnikatelského plánu je ověřit, co ověřitelné je, a to porovnat s budoucími odhady tak, abychom o svém nápadu neuvažovali jen v rovině snění a doufání, že by to mohlo vyjít.

Proč sestavujeme podnikatelský plán:

- Chceme zjistit, kolik finančních prostředků potřebujeme pro zahájení a rozjezd podnikání.
- Chceme odhadnout velikost budoucích příjmů a porovnat je s očekávanými výdaji.
- Chceme zjistit, jaké jsou naše kapacitní možnosti, zdali bude potřeba větších investic, než v současné době plánujeme.
- Chceme vědět, zda všechno zvládneme vlastními silami nebo bude lepší rozjet podnikání v týmu.
- Chceme vědět, co všechno je potřeba zajistit, než podnikání zahájíme, a co nás čeká, až začneme.
- Chceme ověřit, zda je náš nápad na trhu žádaný.
- Chceme zjistit, jak výnosný náš nápad může být.

Kdy sestavujeme podnikatelský plán:

- při zahájení podnikání,
- při změně strategie,
- při růstu podniku,
- při vstupu dalšího vlastníka,
- v období změny.

¹ SVOBODOVÁ, E., ANDERA, M. Od nápadu k podnikatelskému plánu. 1. vydání. Praha: Grada. 2017. s. 235. ISBN 978-80-271-0407-9.

A vlastně kdykoli, kdy máme potřebu ověřit si, zda nový nápad přinese očekávané výsledky.

Pro koho podnikatelský plán tvoříme:

- pro investora,
- pro banku,
- pro poskytovatele dotací,
- pro sebe, resp. majitele firmy.

Pokud nepotřebujeme vytvořit plán pro investora, banku nebo poskytovatele dotací, protože máme dost vlastních prostředků pro rozjezd podnikání, je vhodné si sestavit plán pro sebe, jako podnikatele. Díky plánu získáme náhled na svůj byznys z různých aspektů (zajištění lidskými zdroji, financemi, kapacitní možnosti, chování trhu a naše role v něm) a samozřejmě si ujasníme posloupnost nezbytných kroků, které povedou k vytyčenému cíli.

Jednotlivé podnikatelské plány z pohledu účelu či podle toho, komu jsou určeny, se v zásadě neliší.

Podnikatelský plán by měl přinést odpovědi na otázky:

- Kde se nyní nacházím?
- Kam se chci dostat?
- Jak toho chci dosáhnout?

Struktura podnikatelského plánu

Můžeme se setkat s různými strukturami podnikatelského plánu. Neexistuje žádná závazná, každá se liší účelem, pro který se podnikatelský plán sestavuje. Podnikatel si může pro svoji potřebu strukturu aktualizovat a upravovat podle vlastních potřeb. Například podnikatelské plány, které jsou součástí žádosti o úvěr, jsou rozšířeny o splátkový kalendář a zajištění úvěru. Podnikatelské plány pro investora nebývají rozsáhlé. Doplnují se a aktualizují podle požadavků potencionálního investora, které vyplynuly z osobního jednání. Setkáváme se tak s tím, že podnikatelské plány mají několik verzí.

Doporučené a někdy i závazné struktury podnikatelského plánu můžeme najít například v návodných metodikách žádostí o úvěr nebo projektových příručkách dotačních žádostí.

Takto vypadá nejčastěji zpracovávaná struktura podnikatelského plánu:

1. Manažerská shrnutí

2. Specifikace podnikatelského plánu

- vymezení podnikatelského projektu (předmět, termíny, rozpočet apod.),
- způsob řízení projektu.

3. Charakteristika produktu a vlastníka:

- popis produktu (výroba, služba),
- konkurenční výhoda,
- legislativní požadavky,
- proč právě já,
- právní forma,
- harmonogram realizace.

4. Analýza trhu a zákazníků

- stručná charakteristika trhu (oboru), poptávkové podmínky, oborová výhodnost, velikost trhu, trendy na trhu,
- definice zákazníka, kvalitativní charakteristika,
- kvantitativní charakteristika cílové skupiny,
- tempo vývoje cílové skupiny.

5. Analýza konkurence:

- kritéria pro určení přímé konkurence,
- seznam konkurence splňující kritéria,
- charakteristika nepřímé (vedlejší konkurence), popřípadě jmenovitá specifikace,
- potencionální konkurence,
- v čem je pro nás konkurence inspirativní a v čem ohrožující,
- závěry pro chování v konkurenčním prostředí.

6. Analýza dodavatelů:

- popis vstupů,
- dodavatelské zabezpečení,
- přehled nákladů na vstupy.

7. Personální zabezpečení:

- popis jednotlivých pracovních pozic (včetně kvalifikačních předpokladů),
- počty pracovníků na pracovní pozice, formy pracovních smluv,
- popřípadě organizační struktura,
- mzdové náklady na pracovní pozice,
- celkové personální náklady.

8. Marketing:

- 4P v této části: cena (cenová politika), propagace, distribuce, (komunikační strategie),
- zdroje získávání informací o zákaznících, průzkum trhu,
- marketingový rozpočet.

9. Finanční plán:

- zakladatelský rozpočet (investiční výdaje, počáteční provozní výdaje, případně příjmy, zdroje krytí),
- roční výkaz cash flow (v členění na měsíce se zohledněním sezónnosti),
- roční výsledovka,
- rozvaha po roce podnikání (s minulým obdobím),
- bod zvratu a posouzení s nastavenou kapacitou.

10. Analýza rizik:

- vytipování oblastí, ve kterých hrozí riziko neúspěchu podnikatelského záměru,
- popřípadě stanovení významnosti jednotlivých rizik,
- preventivní opatření na eliminaci rizik,
- silné stránky podnikatelského projektu.

11. Vyhodnocení projektu:

- doba návratnosti investice,
- efektivnost investice,
- další potenciál růstu.

Každý podnikatelský plán by měl dodržovat obecně doporučované zásady pro sestavování podnikatelského plánu:

Srozumitelnost. Tato zásada se může jevit jako zcela přirozená, avšak je dobré její význam zdůraznit. Nepochopí-li čtenář (nejčastěji investor), o jaký nápad se jedná, bude jeho rozhodování o investici vyžadovat další dodatečné informace nebo se jím nebude zabývat.

Pravdivost. Pracujme s reálnými daty všude tam, kde je to možné je získat (například dostupné ceníky dodavatelů, nabídky realitních kanceláří, leasingových společností, realizované výzkumy spotřebitelského chování).

Reálnost. Nevymýšlejme si, neboť bychom si růžové brýle nasazovali zcela zbytečně, a střet s realitou by byl o to bolestnější. Jinými slovy – nepřehánějme.

Respektování rizika. Naše odhady nemohou být nikdy přesné. Je potřeba vzít v potaz míru rizika, která odhady zkreslí. V tomto případě pracujeme s různými scénáři možného vývoje našeho byznysu.

Uvádění zdrojů. Zmiňovali jsme, že se nevyhneme odhadům. Některé je však možné podložit fakty, která jsme získali. Tyto informace je třeba uvést jako zdroj. Jednak pro investora, který má možnost si je ověřit, jednak pro nás, abychom se k tomuto zdroji mohli později vracet a v případě jeho aktualizace jej také využít.

Přehlednost. Všude, kde je to možné, vytvářejme přehledy v podobě odrážek, tabulek, grafů, obrázků. Vše, co usnadňuje čtivost a pohled shora, pomáhá získat nadhled, ale i vhled do popisované problematiky.

2 PODNIKATELSKÉ RIZIKO²

Neoddělitelnou součástí podnikání je riziko. To je spojeno na straně s nadějí na dosažení zvláště dobrých hospodářských výsledků, na druhé straně je však doprovází nebezpečí podnikatelského neúspěchu, vedoucího ke ztrátám, které mohou mít někdy tak závažný rozsah, že výrazně naruší finanční stabilitu firmy a mohou vést až k jejímu úpadku.

Podnikatelské riziko má tedy vždy dvě stránky, pozitivní a negativní. Pozitivní stránka podnikatelského rizika se spojuje s nadějí na úspěch, s uplatněním na trhu a s dosažením vysokého zisku (je hnacím motorem fungování a rozvoje tržní ekonomiky). Negativní stránka podnikatelského rizika se projevuje nebezpečím dosažení horších hospodářských výsledků, než jsme předpokládali, případným vznikem ztráty či v krajním případě až bankrotem. Obecně bychom mohli podnikatelské riziko chápat jako nebezpečí, že skutečně dosažené hospodářské výsledky podnikatelské činnosti se budou odchylovat od výsledků předpokládaných.

Je zřejmé, že úspěšnost jednotlivých projektů a tím i celkové hospodářské výsledky podnikatelské činnosti (resp. odchylky těchto výsledků od výsledků žádoucích předpokládaných) ovlivňuje větší počet faktorů, jejichž budoucí vývoj může být značně nejistý. Tyto faktory představují tzv. faktory rizika, resp. faktory nejistoty, které vystupují jako určité příčiny či zdroje rizika. Faktory rizika nemůžeme ovlivňovat buď vůbec (např. devizové kurzy, poptávka po zahraničních trzích, daňové sazby aj.), nebo pouze v určité omezené míře (např. dosažení prodejních cen prostřednictvím kvality produkce, cen základních materiálů a surovin uzavřením dlouhodobých kontraktů s dodavateli aj.). Budoucí vývoj těchto faktorů však zůstává vždy do určité míry nejistý, i když lze tuto nejistotu často snižovat lepším poznáním těchto faktorů pomocí dodatečných informací (např. různé marketingové průzkumy trhu, které do určité míry snižují nejistotu poptávky).

Z existence podnikatelského rizika vyplývá, že toto riziko můžeme zanedbat pouze u projektu malého rozsahu vzhledem k celkovému rozsahu podnikatelské činnosti firmy (např. neúspěch projektu s investičními náklady kolem 5 mil. Kč nemůže vážněji ohrozit firmu, jejíž roční investiční výdaje činí 50 až 100 mil. Kč). Rizikové stránce

² FOTR, J. Podnikatelský plán a investiční rozhodování. 2. vydání. Praha: Grada. 1999. s. 216. ISBN 80-7169-812-1.

projektu je však třeba věnovat zvýšenou pozornost u všech projektů připravovaných nově vznikajícími firmami, resp. u projektů velkého rozsahu, jejichž případný neúspěch by mohl výrazněji ohrozit finanční stabilitu firmy (přebytek hotovosti z jiných aktivit nestačí k úhradě výdajů projektů v případě jeho neúspěchu). Ignorování rizika a nejistoty je v těchto případech nepřijatelné a může být příčinou podnikatelského neúspěchu.

Práce s rizikem a nejistotou by měla prolínat celou přípravu projektu od jeho začátku až do závěrečného rozhodnutí o přijetí projektu a jeho realizaci či o jeho zamítnutí z důvodu, že jeho ekonomická výhodnost nás neuspokojuje, resp. jeho riziko je příliš velké.

Cílem řízení rizika projektu je zjistit, které faktory (nákladové položky, prodejní ceny, devizové kurzy, úrokové sazby, ale i lidská selhání atd.) jsou významné a nejvíce ovlivňují riziko daného projektu, popřípadě, které faktory jsou málo důležité a lze je zanedbat; jak velké je riziko projektu a zda je ještě přijatelný; jakými opatřeními je možné snížit riziko na přijatelnou, ekonomicky účelnou míru. Mezi významné rizikové faktory mohou patřit například využití výrobní kapacity a nákupní cena základního materiálu. Stanovení rizika projektu tvoří významnou součást analýzy rizika. Odolnost projektu vůči nepříznivým změnám podnikatelského okolí ovlivňuje větší počet faktorů, z nichž mezi ty nejvýznamnější patří poloha bodu zvratu a míra diverzifikace. Případné nadměrné riziko projektu (častěji zvláště u začínajících firem, které nemohou krýt ztráty z daného projektu příjmy z jiných podnikatelských činností) však nemusí být vždy důvodem k jeho odmítnutí, ale naopak podmětem zvažovat různá opatření na snížení tohoto rizika.

Myšlenky uvedené v této kapitole, týkající se rizika v podnikání, jsou pouze uvedením do problematiky komplexního řízení rizika, kterou doporučuji nepodceňovat.

3 STRATEGICKÁ ANALÝZA

Předmětem zpracování této části podnikatelského plánu je strategická analýza podniku. Pomocí dílčích analýz vyhodnotíme hlavní faktory, které budou mít na činnost podniku zásadní vliv. Vnější prostředím se bude zabývat analýza PESTEL. Odvětvovým prostředím se bude zabývat Porterův model pěti sil. Výstupem strategické analýzy bude matice SWOT, která shrne silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby a poslouží jako nástroj pro formulaci strategie. Součástí podnikatelského plánu bude i návrh marketingového mixu, který společnost použije k dosažení svých cílů.

3.1 Popis podnikatelské příležitosti

Záměrem nově vznikající společnosti je projekt výstavby a provozování bezkontaktní samoobslužné myčky.

Tato bezkontaktnost spočívá především v mytí vozu bez poškození lakovaného povrchu. Základem je přílnavá aktivní pěna, která dosahuje vysokého účinku

rozpuštění nečistot na vozidle prostřednictvím reakce s mikro bublinami. Systém bezkontaktního mytí je založený na spojení vysokého tlaku vody, teploty, působení chemických a mechanických vlastností prášků obsahující mikrogranule. Bezkontaktní mytí, sušení a voskování karosérií vozidel probíhá v mycích boxech, které jsou vybaveny vysokotlakovými agregáty. Mytí auta netrvá dlouho (maximálně 15 minut). Zákazník si sám vybírá programy mytí podle znečištění karoserie. Mytí vozidel může probíhat jako samoobslužné (zákazník si myje auto sám) nebo s obsluhou personálu (mytí provádí obsluhující personál). Placení může probíhat formou platebních (mincovních) automatů, předplacených karet s nakoupeným kreditem, platebních karet. Výhodou pro poskytovatele této služby je, že zákazník platí předem.

Konkurenční výhodu lze spatřovat v novém produktu, který v Evropě získává na popularitě. Ruční a portálové myčky nepředstavují příliš velkou konkurenci, neboť každá má svoji cílovou skupinu. Investiční náklady na postavení samoobslužné myčky jsou výrazně nižší ve srovnání s klasickými kartáčovými myčkami. Systém bezkontaktního mytí je velmi efektivní (úsporný). Spotřeba vody a chemických prostředků je až o 40 % nižší. Z pohledu zákazníka je myčka schopna nabízet levnější mytí až o polovinu obvyklé ceny mytí v kartáčové mycí lince a navíc ve vyšší kvalitě. Bezkontaktní technologie zaručuje mytí bez poškození laku vozidla. Samoobslužná myčka funguje jako moderní mycí automat, který je schopný poskytovat péči o vozidlo 24 hodin denně, 7 dní v týdnu a 12 měsíců v roce. Velkou předností je, že chod myčky nevyžaduje soustavnou přítomnost personálu. Provoz lze řídit jednoduše pomocí online aplikace. Díky technologii na recyklaci vody je myčka šetrná k životnímu prostředí.

Zvyšující se požadavky na ochranu životního prostředí ze strany úřadů, přispějí k větší poptávce po samoobslužném mytí od řidičů, kteří myjí svá auta na ulici, ale také od těch, kteří nejsou spokojeni s cenou a kvalitou mytí v běžných kartáčových myčkách.

Společnost plánuje otevřít provozovnu se šesti samoobslužnými mycími boxy s nepřetržitým provozem na pozemku o velikosti 800 m², který se nachází v ulici Veselská na území městské části Prahy 18 – Letňany. Pozemek je dopravně navázán na komunikaci s vysokou intenzitou dopravy. Provoz bude zahájen se čtyřmi zaměstnanci. Obsluhující personál bude dohlížet na provoz v mycích boxech, zajišťovat průběžné plnění zásobníků, mýt auto v případě požadavku zákazníka na mytí vozidla s obsluhou personálu a zajišťovat prodej doplňkového zboží.

3.2 Profil společnosti

Jako vhodná právní forma podnikání se jeví nejrozšířenější forma obchodní společnosti - společnost s ručením omezeným. Důvodem pro zvolení této právní formy podnikání oproti podnikání jako OSVČ je omezené ručení do výše majetku společnosti nikoliv vlastního. Právnícká osoba vzbuzuje v obchodních vztazích větší důvěru než obchodování s fyzickou osobou. V podnikatelském plánu je počítáno, s tím, že společnost má dva společníky, kteří jsou současně i jednateli. Statutárním orgánem společnosti jsou jednatelé společnosti. Jejich hlavní náplní je zastupovat

společnost v obchodním styku. Jsou povinni zajistit řádné vedení předepsané evidence a účetnictví. Nejvýznamnější zákonnou povinností jednatele je vždy a za každých okolností jednat s péčí řádného hospodáře. Pokud tak neučiní, může ručit společnosti nejen za majetkovou, ale i nemajetkovou újmu. V současné době jsou práva i povinnosti jednatele společnosti s ručením omezeným komplexně upraveny v zákonech č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech (Zákon o obchodních korporacích) a č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (Nový občanský zákoník).

Pro potřeby tohoto podnikatelského záměru zvolíme obchodní název společnosti CAR WASH 24, spol. s r.o. Jedná se o smyšlený (fiktivní) obchodní název firmy, který nám poslouží jako prostředek pro zpracování této podnikatelské kompetence. Společnost vznikla a byla zapsána do obchodního rejstříku v roce 2018. Sídlo společnosti je v Praze, předmětem podnikání je provozování samoobslužných bezkontaktních myček aut a prodej zboží. Základní kapitál zapsaný v obchodním rejstříku je tvořen výlučně peněžitým vkladem společníků v celkové výši 4 600 000 Kč. Podíl každého společníka na základním kapitálu činí 50%.

3.3 Mise a vize společnosti

Nově založená společnost CAR WASH 24, spol. s r.o. se bude specializovat na budování mycích center určených na čištění vozidel s důrazem na samoobslužné mytí s využitím tzv. bezkontaktní technologie mytí, která zaručuje vysokou kvalitu mytí karoserie a ochranu laku.

Společnost plánuje poskytovat řidičům službu bezkontaktního mytí jako alternativu k automatickým mycím linkám a k ručnímu mytí v profesionálních myčkách a v domácích podmínkách. Jelikož lidé stále hledají a budou hledat levné mytí svého vozu, mají samoobslužné myčky s technologií bezkontaktního mytí vysoký potenciál uplatnění se na trhu.

Společnost bude usilovat o to, aby zákazníci pojali mytí vozidel jako příjemně strávenou volnočasovou aktivitu, ke které budou mít potřebu se vracet stále častěji. Úkolem jednatelů a pracovníků obsluhy myčky potom bude vytvořit jim odpovídající prostředí, propracovaný systém zlepšování kvality služeb a poskytovat inovativní služby. Záměrem společnosti je být lídrem trhu v segmentu rychlého a šetrného mytí dopravních prostředků.

3.4 Personální zajištění

Myčka bude provozována s nepřetržitým provozem. Provoz podniku bude zahájen se čtyřmi zaměstnanci a dvěma společníky.

Dva zaměstnanci budou pracovat v hlavním pracovním poměru (HPP) na plný pracovní úvazek, to znamená 40 hodin týdně. Pracovat budou od pondělí do pátku v ranních (od 8:00 do 16:00) a odpoledních (od 16:00 do 24:00) směnách. Další dva zaměstnanci budou pracovat ve vedlejší pracovním poměru (VPP) na částečný pracovní úvazek, to znamená 16 hodin týdně. Pracovat budou o víkendech v ranních (od 8:00 do 16:00) a odpoledních (od 16:00 do 24:00) směnách. V průběhu

zkušebního provozu se počet zaměstnanců i rozdělení pracovních směn může měnit v závislosti na poptávce zákazníků po službě.

Úkolem zaměstnanců bude dohlížet na plynulý provoz v mycích boxech, aby se zabránilo tvorbě front před mycími boxy. Obsluhující pracovníci budou nápomocni zákazníkům v nejrůznějších situacích, například když přijede nový zákazník, který myje vůz samoobslužně poprvé a neví si rady, nebo když přijede invalidní zákazník, který vyžaduje přímou asistenci, nebo dojde k technické poruše mycího zařízení apod. V náplni jejich práce bude také doplňování chemických čisticích prostředků, průběžná kontrola činnosti technického zařízení, prodej doplňkového sortimentu – autokosmetiky a drobného občerstvení.

Jednatelé společnosti budou mít na starosti především organizační záležitosti týkající se provozu myčky, nákupy materiálu a zboží, zajišťování reklamy apod. V případě potřeby posílí obsluhu myčky.

3.5 Zhodnocení trhu v Česku

Česká republika je z pohledu nabízených služeb samoobslužného mytí aut doposud naprosto nerozvinutou zemí, a to především v porovnání s okolními zeměmi jako Německo, Švýcarsko, Rakousko, Polsko a Itálie. V zemích EU je zastoupení samoobslužných myček vozidel více než 45 %. V České republice je tento poměr výrazně nižší 5 % až 10 %³.

V posledních 25 letech se u nás rozšiřovala především síť portálových mycích linek, které byly součástí čerpacích stanic, servisů nebo obchodních center. Aktuálně v Česku podle odhadů dodavatelů funguje zhruba na tři tisíce všech druhů mycích zařízení. Množství myček, zejména těch samoobslužných u nás v posledních letech roste rychlým tempem. Vztah českých řidičů k samoobslužnému mytí je velmi pozitivní. Současný vývoj nasvědčuje tomu, že Češi z části opouštějí pohodlí automatického mytí vozů a přiklánějí se k vlastní ruční práci. Český trh má navíc v tomto segmentu služeb silnou tendenci konvergovat k vývoji v Německu. Z tohoto pohledu Česko disponuje silným rozvojovým potenciálem. Sami dodavatelé mycích technologií potvrzují rostoucí trend poptávek zájemců, kteří zvažují postavit buď malé mycí centrum s 1 až 2 boxy, nebo i velké centrum až 8 boxy, vybavenými samoobslužnými vysavači, které jsou nepostradatelným doplňkem všech typů myček. Na internetu se množí reklamy nabízející komplexní dodání samoobslužných mycích boxů, slibují výhodnou investici, výdělek 24 hodin denně, nízké provozní náklady a návratnost investice do pěti let apod. Dodavatelské firmy dodávají převážně samoobslužné myčky od zahraničních výrobců nebo svých mateřských koncernů. Přední dodavatelé soudí, že vzhledem ke stále zvyšujícímu se počtu vozů se i u nás otevírá větší prostor pro nová mycí centra. Odhaduje se, že průměrně na jedno vozidlo připadá 3,5 umytí za rok v portálové mycí lince. Je to mnohem méně

³DIBO CLEANING SYSTEMS. Společně s Vámi najdeme řešení pro Vaše požadavky [online]. 2019 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <http://www.diboeast.com/index.html>

než v sousedním Německu. Tento stav se však výrazně mění právě díky zákazníkům, kteří nacházejí zalíbení v mytí v boxech bez obsluhy⁴.

Popularita samoobslužných myček u nás roste vysokým tempem, a to jak na straně zákazníků, tak i investorů. Zákazníci oceňují zejména, že se jedná o levnější způsob mytí vozidla než v automatické mycí lince. Mytí je rychlé a kvalitní bez poškození laku. Výsledný efekt mytí si zákazník volí sám v poměru cena/rozsah/kvalita. Investoři oceňují zejména silný rozvojový potenciál. Pořízení samoobslužné mycí technologie je výrazně levnější než stavění klasických myček a provoz nevyžaduje stálou přítomnost obsluhy, což výrazně zvyšuje efektivitu provozu.

3.6 Administrativní proces

Na prvním místě je zapotřebí vyhledat vhodnou parcelu pro umístění myčky. Pozemek určený k výstavbě myčky musí splňovat několik kritérií. Mezi ně patří atraktivní lokalita, dostatečný prostor a připojitelnost na inženýrské sítě. Pokud si investor vybere vhodný pozemek, přijde na řadu podepsání kupní nebo nájemní smlouvy. Nájemní smlouvu je výhodné uzavřít na co možná nejdelší období, doporučuje se minimálně na dobu deseti let. Vyplatí se uzavřít podmíněnou smlouvu, která vstoupí v platnost, až po získání souhlasu příslušného úřadu, že výstavba myčky je v souladu s územním plánem.

V momentě, kdy je zajištěný vhodný pozemek je vhodné si udělat průzkum trhu mezi výrobcí myček. Správná volba dodavatele myčky zajistí bezproblémovou výstavbu i provoz myčky. Kvalitní dodavatel dokáže provést investora administrativním procesem, případně jej zajistí dodavatelským způsobem. Vybraný výrobce myčky poskytne investorovi mnoho podkladů potřebných k žádosti o stavební povolení.

Před podpisem nájemní či kupní smlouvy na pozemek je potřeba navštívit obecní úřad a vyžádat si územně plánovací informaci o podmínkách využívání vybraného území, případně o možnostech změn využití tohoto území. Územně plánovací informace obsahuje předběžný údaj o tom, zda lze určitý záměr uskutečnit na konkrétním pozemku. Pokud ano, informuje současně o podmínkách umístění stavby. Pozemek určený pro automobilové myčky, by měl mít v územním plánu uvedeno využití pro obchodní a stavební účely. K žádosti o územně plánovací informaci je zapotřebí přiložit situační nákresy a vizualizaci myčky. Poskytnutá územně plánovací informace platí 1 rok ode dne jejího vydání, pokud nedojde ke změně podmínek, za kterých byla vydána.

Následně je potřeba se obrátit ke správcům inženýrských sítí a požádat o plány sítí, aby se zjistilo, jaké jsou možnosti napojení na kanalizaci, vodu, elektřinu a plyn. Existují-li možnosti napojení, pak je potřeba požádat o stanoviska dotčených provozovatelů inženýrských sítí a požádat o podmínky pro připojení.

⁴ PETROL AKTUALITY. Boom ručních tlakových myček. [online]. 2019 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <http://www.petrol.cz/aktuality/boom-rucnich-tlakovych-mycek-6146.aspx>

Potvrdí-li se, že na daném místě je možné myčku postavit, je zapotřebí se obrátit na geodetickou kancelář, která provede geodetické zaměření pozemku, případně i geologický průzkum a zpracuje geometrický plán. Všechny dokumenty se potom předají architektovi, který vypracuje kompletní dokumentaci pro provádění stavby a pro stavební řízení.

V další fázi probíhá územní řízení, které rozhoduje o umístování staveb s významným vlivem na okolí a životní prostředí. Územní řízení vede stavební úřad. Pro toto řízení je zapotřebí mít připravenou kompletní stavební dokumentaci. Podle požadavků je třeba získat stanovisko příslušných orgánů - hygiena, životní prostředí, hasiči, policie, stavební odbor apod. V některých případech může být požadována dopravní studie, hluková studie apod. Pokud se ve stanoviscích kterékoliv instituce objeví jakákoliv výtka k projektu, je třeba provést potřebnou opravu, jinak bude stanovisko územního řízení zamítavé.

Dále je třeba absolvovat vodoprávní řízení, které zajišťují vodoprávní úřady. Jeho cílem je vydání povolení k nakládání s vodami při provozování myčky, a to v zájmu zajištění trvale udržitelného užívání povrchových a podzemních vod v souladu s vodním zákonem. V současné době vodoprávní úřady požadují při provozování myčky čističku odpadních vod. Podle připomínek ve vodoprávním řízení se musí projekt upravit.

Na vodoprávní řízení navazuje stavební řízení. Žádost o vydání stavebního povolení se všemi požadovanými přílohami se podává u stavebního úřadu, pod jehož území spadá parcela na stavbu myčky. Pokud podaná žádost splňuje všechny podmínky podle stavebního zákona, vydá stavební úřad stavební povolení.

Po ukončení představebních řízení dochází k podpisu smlouvy s dodavatelem myčky a zahájení stavebních prací. Stavební práce trvají zhruba 2 měsíce. Na konci stavby je proveden zápis o ukončení stavby do stavebního deníku a jsou přiloženy protokoly o revizi elektro instalace, plynového kotle, spalinových cest, odpadní vody, prohlášení České inspekce životního prostředí, doklady prokazující shodu vlastností použitých výrobků s požadavky na stavby a další doklady stanovené v podmínkách stavebního povolení, dále doklady o výsledcích předepsaných zkoušek a zkušebním provozu. Tato kompletní dokumentace se potom přikládá k žádosti o vydání kolaudačního souhlasu.

Po vyřízení všech administrativních formalit a získání kolaudačního souhlasu lze uvést myčku do ostrého provozu.

3.7 Dodavatel myčky

Výběr dodavatelé myčky je velice důležitý, kvalita jednotlivých komponentů má obrovský vliv na bezproblémový chod myčky. Vyplatí se vsadit na moderní technologie, které přinášejí větší zisk. Dodavatelem potřebného technického zařízení a technologie byla vybrána pro tento podnikatelský záměr společnost BKF Myčky s.r.o. Společnost nabízí inovativní technologii na nejvyšší úrovni a komplexní služby,

kteřé zahrnují pravidelný a pohotový servis, dodávku kvalitní chemie, dostupnost náhradních dílů, návrhy marketingových akcí a mají širokou působnost v České republice.

3.8 PESTEL analýza

Analýza PESTEL představuje komplexní pohled na externí prostředí, do kterého firma plánuje vstoupit. Praha byla vybrána jako místo pro výstavbu první samoobslužné myčky. Cílem této analýzy je zmapovat a identifikovat v každé sledované oblasti nejvýznamnější faktory, které budou ovlivňovat podnik. Výstavba první myčky je plánována v Letňanech. Analýza vnějšího prostředí bude zasazena do širšího teritoriálního kontextu, aby vynikla některá specifika Prahy.

Analýza vnějšího prostředí, zahrnuje:

- Politické faktory.
- Ekonomické faktory.
- Sociální faktory.
- Technologické faktory.
- Ekologické faktory.
- Legislativní faktory.

3.8.1 Politické faktory

Politickou situaci v České republice lze v současné době zhodnotit spíše jako nestabilní. Druhá vláda Andreje Babiše, která získala důvěru po dlouhých měsících vyjednávání, stále nenachází u opozice vládné přijetí. Činnost vlády je oslabena, v některých okamžicích doslova paralyzována řešením osobních problémů předsedy vlády na půdě poslanecké sněmovny. Vláda je koncipována jako menšinová s podporou KSČM. Přístup české vlády k ekonomice a k podnikání není vysloveně destruktivní, ale neustálá tvorba nových zákonů a nařízení a jejich časté novelizace komplikují život všem podnikatelům. Je to dáno i tím, že mnoho národních předpisů musí být harmonizováno s legislativou EU. Právní systém je pro občana i podnikatele nepřehledný. Nová legislativní úprava přináší podnikatelům často vyšší náklady. České legislativní prostředí se vyznačuje poměrně vysokou byrokracií a nízkou efektivností vymáhání práva. Výskyt korupčního chování posiluje nedůvěru podnikatelů i široké veřejnosti k politikům. Administrativa spojená se zaměstnáváním a udržením zaměstnanců v podniku představuje pro drobné podnikatele velkou zátěž. Podnikatelé dlouhodobě upozorňují na vysokou míru ochrany zaměstnanců při ukončování pracovního poměru, která omezuje pružnost reakce na vývoj trhu.

3.8.2 Ekonomické faktory

V této části analyzujeme vývoj hlavních makroekonomických ukazatelů, které mohou zásadním způsobem ovlivňovat prosperitu podniku. Vybrané ekonomické ukazatele vyhodnotíme v kontextu Prahy, České republiky i Eurozóny.

Ekonomický vývoj České republiky

Z tabulky ukazatele procentní změny HDP v období 2010 - 2017 vyplývá, že ekonomika Česka v posledních letech rostla výrazně svižnějším tempem, než byl průměrný růst zemí EU i eurozóny. Z vývoje tohoto ukazatele vyplývá, že česká ekonomika zažívá jedno z nejlepších období v historii. Od roku 2014 se nachází ve fázi ekonomického růstu. Ekonomický růst pokračuje i v roce 2018. Z tohoto pohledu lze současné období považovat za vhodnou chvíli pro zahájení podnikání.

Tabulka 1: Procentní změna HDP ve vybraných zemích EU, EU, Eurozóny⁵

Země/rok [%]	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
EU (28 zemí)	2,1	1,8	-0,4	0,3	1,8	2,3	2,0	2,4
Eurozóna (19 zemí)	2,1	1,6	-0,9	-0,2	1,4	2,1	1,9	2,4
Česko	2,3	1,8	-0,8	-0,5	2,7	5,3	2,5	4,3

Zdroj: Evropská unie (vlastní zpracování)

Vývoj dalších vybraných makroekonomických ukazatelů dokládá následující tabulka. Za zmínku stojí například nízká míra nezaměstnanosti, která je jedna z nejnižších v EU. Dále pak nízká míra inflace, která nevytváří vážnější potíže v ekonomice. Pozitivním jevem je i každoroční růst počtu obyvatel v Česku a klesající státní dluh v poměru k HDP.

Tabulka 2: Vybrané makroekonomické ukazatele České republiky – 1 část⁶

U k a z a t e l	Jednotka	2013	2014	2015	2016	2017
Ukazatelé reálné ekonomiky (Poznámka: r/r meziroční změna, na přepočtené počty, celé národní hospodářství)						
HDP	mil. Kč, b. c.	4 098 128	4 313 789	4 595 783	4 767 990	5 045 188
HDP na 1 obyvatele	Kč/obyv., b. c.	389 900	409 870	435 911	451 288	476 432
HDP	%, r/r, reálně	-0,5	2,7	5,3	2,5	4,3
Obecná míra nezaměstnanosti	%, průměr	7,0	6,1	5,0	4,0	2,9
Míra inflace	%, r/r, průměr	1,4	0,4	0,3	0,7	2,5
Střední stav obyvatelstva	tis. osob	10 511	10 525	10 543	10 565	10 590

Zdroj: Český statistický úřad (vlastní zpracování)

⁵EVROPSKÁ UNIE. Statistika a průzkumy. In: EUROPA [online]. 2019. [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: https://europa.eu/european-union/documents-publications/statistics_cs

⁶ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Hlavní makroekonomické ukazatele. In: CZSO [online]. 2018 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/hmu_cr

Tabulka 3: Vybrané makroekonomické ukazatelé České republiky – 2. část

U k a z a t e l	Jednotka	2013	2014	2015	2016	2017
Měnové ukazatelé						
CZK/EUR	průměr	25,974	27,533	27,283	27,033	26,330
CZK/USD	průměr	19,565	20,746	24,600	24,432	23,382
Fiskální ukazatelé						
Saldo státního rozpočtu	mil. Kč	-81 264	-77 782	-62 804	61 774	-6 151
Státní dluh	mil. Kč	1 683 338	1 663 663	1 672 977	1 613 374	1 624 716
Státní dluh/HDP	%	41,1	38,6	36,4	33,8	32,2

Zdroj: Český statistický úřad (vlastní zpracování)

Ekonomický vývoj Prahy

Praha je hlavní a současně největší město Česka a patnácté největší město Evropské unie. Je také vysoce ekonomicky vyspělým a bohatým regionem s vysokou životní úrovní. Tímto převyšuje nejenom ostatní česká města, ale i řadu evropských. Podle statistik Eurostatu hrubý domácí produkt na jednoho obyvatele v regionu Praha dosahoval v roce 2017 hodnoty 187 % HDP ve vztahu k průměru EU. Praha v tomto období obsadila sedmé místo z několika set evropských regionů.

Tabulka 4: Nejbohatší regiony podle HDP na obyvatele v roce 2017⁷

Pořadí	Region a stát	HDP na obyvatele ve vztahu k průměru EU
1.	Inner London – West (Velká Británie)	626%
2.	Luxemburg (Lucembursko)	253%
3.	Southern (Irsko)	220%
4.	Hamburg (Německo)	202%
5.	Région de Bruxelles-Capitale / Brussels Hoofdstedelijk Gewest (Belgie)	196%
6.	Eastern & Midland (Irsko)	189%
7.	Praha	187%
8.	Bratislava	179%
9.	Oberbayern (Německo)	177%
10.	Île de France (Francie)	176%

Zdroj: Eurostat (vlastní zpracování)

Praha se odlišuje od ostatních částí ČR svojí strukturou zaměstnanosti a vyšší ekonomickou výkonností. Je sídlem nadnárodních ekonomických subjektů, jakož i největších domácích firem. V neposlední řadě je zde silná koncentrace organizací veřejného sektoru. V ekonomice Prahy hraje důležitou roli sektor služeb. Jeho podíl na zaměstnanosti překračuje 80 %. Město se podílí téměř čtvrtinou na hrubém

⁷ EUROSTAT. Your key to European statistics. In: EUROPA [online]. 2018. [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/data/statistics-a-z/abc>

domácím produktu ČR. Ekonomická převaha Prahy nad ostatními regiony ČR je zřejmá z níže uvedené tabulky hrubého domácího produktu na jednoho obyvatele, který v Praze dosahuje více než dvojnásobku průměru za ČR.

Tabulka 5: Hrubý domácí produkt podle krajů v roce 2016⁸

ČR, kraje	HDP celkem		HDP na 1 obyvatele		HDP na 1 zaměstnaného	
	(mil. Kč)	(%)	(Kč)	(%)	(Kč)	(%)
Česká republika	4 773 240	100,00 %	451 785	100,00 %	909 440	100,00 %
Hl. m. Praha	1 193 240	25,00 %	937 542	207,52 %	1 318 940	145,03 %
Středočeský	552 470	11,57 %	414 379	91,72 %	947 222	104,15 %
Jihočeský	238 620	5,00 %	373 833	82,75 %	766 431	84,28 %
Plzeňský	243 908	5,11 %	422 251	93,46 %	872 537	95,94 %
Karlovarský	89 461	1,87 %	300 894	66,60 %	651 706	71,66 %
Ústecký	274 254	5,75 %	333 521	73,82 %	762 141	83,80 %
Liberecký	155 081	3,25 %	352 313	77,98 %	774 828	85,20 %
Královéhradecký	221 053	4,63 %	401 056	88,77 %	861 926	94,78 %
Pardubický	186 151	3,90 %	360 372	79,77 %	747 312	82,17 %
Vysočina	190 141	3,98 %	373 421	82,65 %	793 219	87,22 %
Jihomoravský	513 666	10,76 %	436 430	96,60 %	867 320	95,37 %
Olomoucký	219 892	4,61 %	346 789	76,76 %	736 292	80,96 %
Zlínský	228 601	4,79 %	391 336	86,62 %	815 198	89,64 %
Moravskoslezský	466 702	9,78 %	385 247	85,27 %	839 590	92,32 %
Průměr ČR	340 946		416 384		839 619	

Zdroj: Český statistický úřad (vlastní zpracování)

Vývoj průměrné hrubé mzdy v Praze⁹

Průměrná hrubá měsíční mzda v Praze v roce 2017 (podle výběrového šetření mezd) byla 39 782 Kč. V období let 2012–2017, kdy jsou údaje srovnatelné, došlo k jejímu zvýšení o 4 426 Kč (12,5 %). Podle pohlaví dosahovala v Praze v roce 2017 průměrná hrubá měsíční mzda u mužů 44 473 Kč a u žen 34 304 Kč. Rozdíl mezi muži a ženami představoval 10 169 Kč, mzda žen tak byla v roce 2017 v porovnání s hodnotou u mužů o 22,9 % nižší.

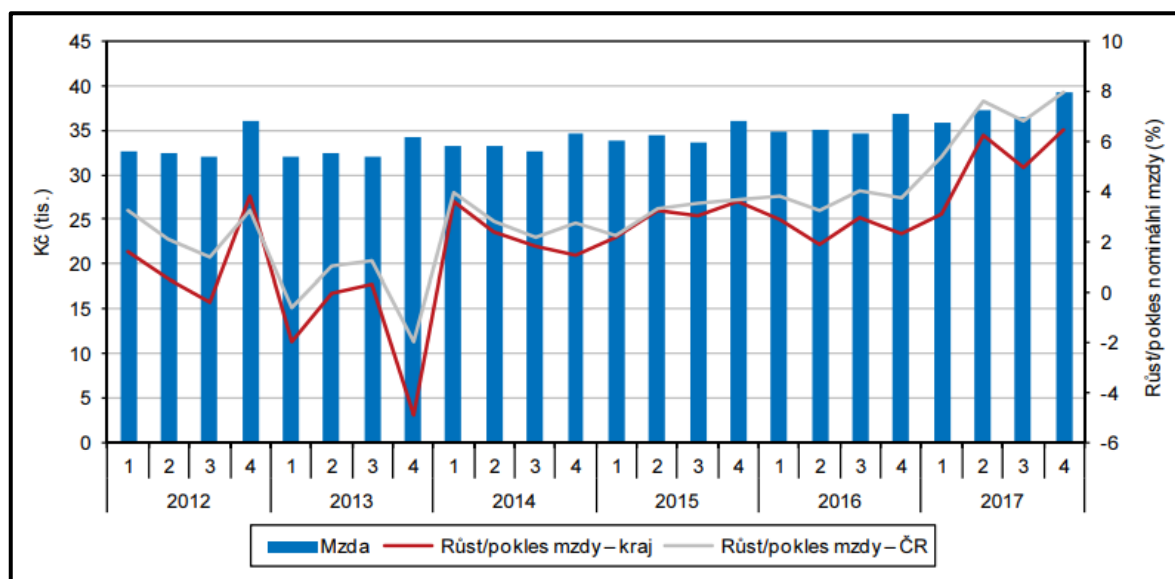
Průměrná hrubá měsíční mzda byla v Praze v roce 2017 o 27,8 % vyšší, než byl celorepublikový průměr (31 109 Kč). Rozdíl mezi celorepublikovým průměrem a Prahou se v letech 2012–2016 snížil, mezi lety 2016–2017 však došlo opět ke zvýšení rozdílu. Ve srovnání s ostatními kraji ČR byla v Praze v roce 2017 průměrná hrubá měsíční mzda nejvyšší. Po ní následoval Středočeský kraj (31 457 Kč) a Plzeňský kraj (30 311 Kč). Také v jednotlivých letech období 2012–2016 byla

⁸ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Srovnání krajů v České republice – 2017. In: CZSO [online]. 2017 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/5-makroekonomicke-ukazatele-Op4vqvhpnh>

⁹ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Základní tendence demografického, sociálního a ekonomického vývoje hl. m. Prahy 2012-2017. In: CZSO [online]. 2018 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/61312132/3301381802.pdf/9370d3de-4276-4222-a36c-15f8413cb068?version=1.1>

nejvyšší průměrná mzda v Praze, po které vždy následoval kraj Středočeský a Plzeňský.

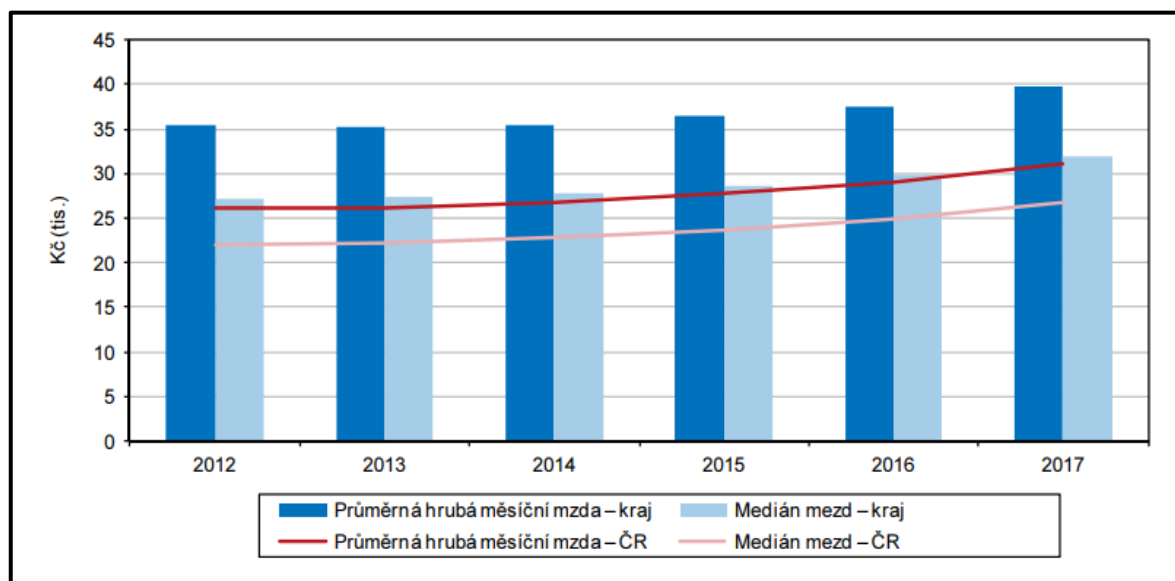
Graf 1: Průměrná hrubá měsíční mzda a její meziroční změny podle čtvrtletí v Praze



Zdroj: Český statistický úřad

Vývoj mediánu průměrné hrubé mzdy v Praze¹⁰

Graf 2: Průměrná hrubá měsíční mzda a medián mezd v Praze a ČR



Zdroj: Český statistický úřad

Doplňkovým ukazatelem mzdové úrovně je medián mezd, který v Praze v roce 2017 dosahoval hodnoty 31 878 Kč. Jeho hodnota se v období let 2012–2017 zvýšila o 4 696 Kč (17,3 %), tedy o trochu více, než o kolik se zvýšil průměr. Podle pohlaví činil medián mezd v Praze v roce 2017 u mužů 34 722 Kč a u žen 29 648 Kč. Rozdíl mezi muži a ženami činil 5 074 Kč, medián mzdy mužů byl tak o 14,6 % vyšší. V Praze

¹⁰ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Základní tendence demografického, sociálního a ekonomického vývoje hl. m. Prahy 2012-2017. In: CZSO [online]. 2018 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/61312132/3301381802.pdf/9370d3de-4276-4222-a36c-15f8413cb068?version=1.1>

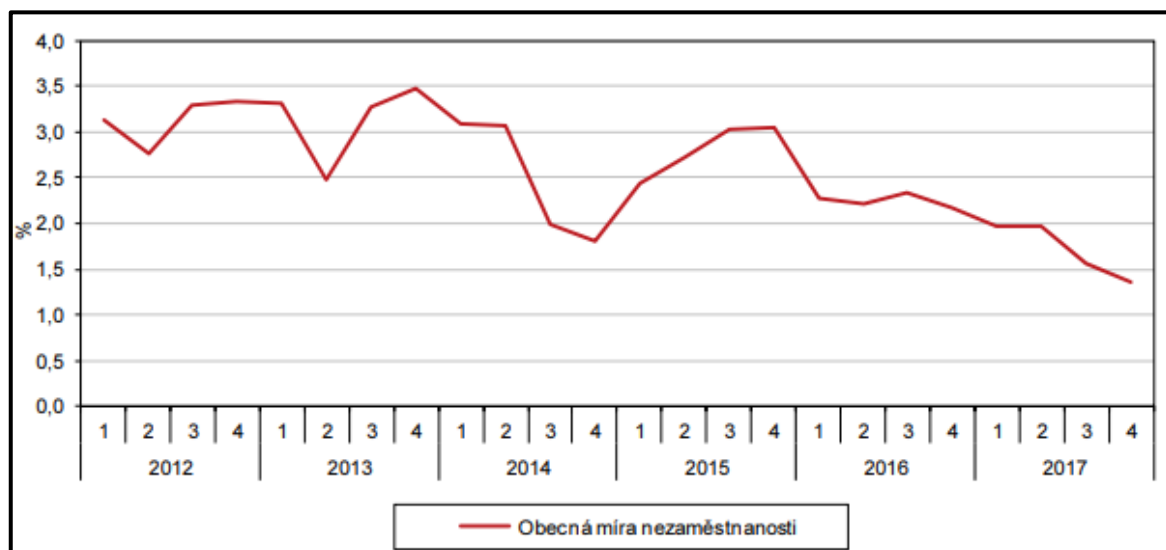
v období let 2012–2017 byl nárůst mediánu vyšší u mužů než u žen absolutně (u mužů o 5 246 Kč, u žen o 4 425 Kč) i relativně (u mužů o 17,8 %, u žen o 17,5 %). Medián v Praze byl v roce 2017 o 18,8 % vyšší než v celé ČR (26 843 Kč). V porovnání s ostatními kraji byl v Praze v roce 2017 medián nejvyšší. Následoval kraj Plzeňský (27 879 Kč) a Středočeský (27 709 Kč). Také v jednotlivých letech období 2013–2016 byl nejvyšší medián mzdy v Praze, po které vždy následovaly kraje Středočeský a Plzeňský.

Vývoj obecné míry nezaměstnanosti v Praze¹¹

Počet nezaměstnaných v Praze v roce 2017 byl 12,0 tis. osob. Jednalo se o nejnižší počet v období let 2012–2017. V letech 2012–2013 se počet nezaměstnaných pohyboval okolo 21 tis. osob. V roce 2014 došlo k poklesu na 16,5 tis. osob. Následně se jejich počet zvýšil v roce 2015 na 18,8 tis. osob. Od roku 2015 počet nezaměstnaných klesal.

Obecná míra nezaměstnanosti (podíl nezaměstnaných na celku pracovní síly) dosahovala v Praze v roce 2017 hodnoty 1,7 % a byla nejnižší ze všech krajů ČR. Od roku 2012 měla klesající tendenci, i když v období let 2013–2015 došlo k jejímu nepatrnému meziročnímu zvýšení.

Graf 3: Obecná míra nezaměstnanosti a změna počtu nezaměstnaných podle čtvrtletí v hl. m. Praze

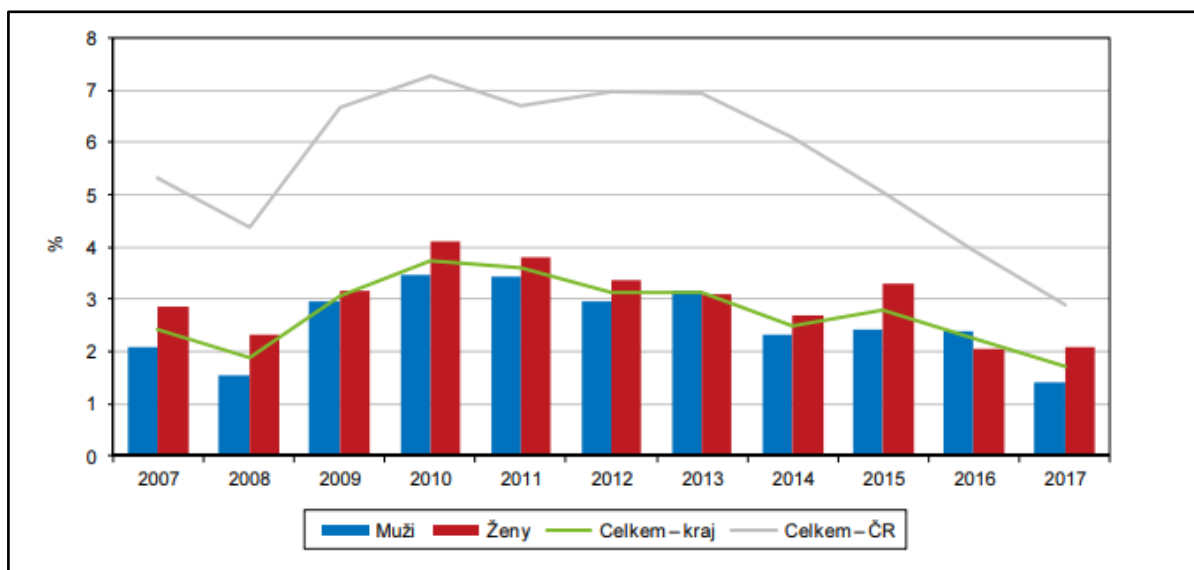


Zdroj: Český statistický úřad

Obecná míra nezaměstnanosti se lišila v závislosti na pohlaví – v roce 2017 v Praze dosahovala u mužů 1,4 % a u žen 2,1 %.

¹¹ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Základní tendence demografického, sociálního a ekonomického vývoje hl. m. Prahy 2012-2017. In: CZSO [online]. 2018 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/61312132/3301381802.pdf/9370d3de-4276-4222-a36c-15f8413cb068?version=1.1>

Graf 4: Roční průměrná obecná míra nezaměstnanosti podle pohlaví v hl. m. Praze



Zdroj: Český statistický úřad

3.8.3 Sociální faktory

Tabulka 6: Vybrané demografické ukazatelé za Prahu¹²

	Jednotka	2013	2014	2015	2016	2017
Obyvatelstvo (stav k 31.12.)						
Dohromady	osoby	1 243 201	1 259 079	1 267 449	1 280 508	1 294 513
v tom: muži	osoby	602 613	610 376	614 669	621 565	629 550
	%	48,5	48,5	48,5	48,5	48,6
ženy	osoby	640 588	648 703	652 780	658 943	664 963
	%	51,5	51,5	51,5	51,4	51,4
Přírůstek/úbytek	osoby	-3 579	15 878	8 370	13 059	14 005
Obyvatelstvo (stav k 31.12.)						
0–14 let	osoby	175 353	182 500	188 832	194 897	201 232
	%	14,1	14,5	14,9	15,2	15,5
15–64 let	osoby	842 806	846 961	844 932	846 980	850 044
	%	67,8	67,3	66,7	66,1	65,7
65 a více let	osoby	225 042	229 618	233 685	238 631	243 237
	%	18,1	18,2	18,4	18,6	18,8
Průměrný věk (stav k 31.12.)						
Dohromady	roky	42,0	42,0	42,0	42,0	41,9
v tom: muži		40,4	40,4	40,4	40,5	40,5
ženy		43,5	43,4	43,4	43,4	43,3

Zdroj: Český statistický úřad (vlastní zpracování)

¹² ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Základní tendence demografického, sociálního a ekonomického vývoje hl. m. Prahy 2012-2017. In: CZSO [online]. 2018 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/61312132/3301381802.pdf/9370d3de-4276-4222-a36c-15f8413cb068?version=1.1>

Podnikatelský plán je zaměřen na poskytování služeb. Z tohoto důvodu patří sociální a demografické faktory k těm nejvýznamnějším. V rámci analýzy sociálních faktorů jsou analyzovány údaje, které souvisí se způsobem života lidí – velikost populace, věková struktura obyvatelstva, životní úroveň, vzdělanost, ekonomická aktivita obyvatelstva apod. V první části analýzy sociálních faktorů jsou představeny demografické údaje vztažené na celou Prahu a v další části jsou prezentovány vybrané demografické údaje vztažené na lokalitu plánované výstavby samoobslužné myčky.

Počet obyvatel

Z tabulky zobrazující vybrané demografické údaje Prahy v období 2012 až 2017 lze vyčíst rostoucí trend počtu obyvatel. Výjimkou je rok 2013, Praha zaznamenala mírný úbytek obyvatel. Výsledný přírůstek obyvatel ve sledovaném období činil v součtu 47 733 obyvatel. Podíl mužské populace se pohybuje v rozmezí 48,5 až 48,6 % v celém analyzovaném období. Tento demografický ukazatel může mít vliv na návštěvnost samoobslužné myčky, neboť lze předpokládat, že muži budou mezi zákazníky dominovat.

Věková struktura obyvatel

Dalším ukazatelem je věková struktura obyvatel, která je rozvržena do tří věkových kategorií. Pro podnik provozující samoobslužnou myčku se je nejdůležitější věková skupina 15 až 64 let, která zahrnuje ve sledovaném období 65,7 % až 68,7 % obyvatel Prahy. Počet těchto obyvatel se pohybuje v rozmezí 842 806 až 856 494 obyvatel. V této skupině obyvatel je nejvíce potencionálních zákazníků. Obyvatele ve věku od 15 do 18 let lze považovat za potencionální budoucí zákazníky. Podmínkou je vlastnění řidičského oprávnění.

Průměrný věk obyvatel

Průměrný věk obyvatel Prahy je další demografický údaj, který může ovlivňovat návštěvnost samoobslužné myčky. Samoobslužné mytí je fyzickou aktivitou. S rostoucím průměrným věkem zákazníků se může jejich počet snižovat. V období 2012 až 2017 se tento ukazatel téměř nemění. Jeho hodnota pohybuje se v rozmezí 41,9 až 42,0 roků.

Demografické údaje Prahy 18

Vzhledem k tomu, že výstavba samoobslužné myčky bude realizovaná na pozemku, který se nachází v katastrálním území Prahy 18, v Letňanech, je vhodné na tomto místě zmínit hlavní demografické údaje o této městské části a vybraných sousedních městských obvodech. Obyvatelé těchto městských částí budou s vysokou mírou pravděpodobností tvořit velkou skupinu zákazníků samoobslužné myčky. Vybrané demografické údaje vyznívají pro plánovanou investici ve všech sledovaných parametrech velmi pozitivně. Jedná se zejména o vysoký počet obyvatel, vysokou hustotu zalidnění, optimální věkové složení obyvatelstva a nízký průměrný věk. Přislíbem je i vysoký počet registrovaných ekonomických subjektů v této lokalitě.

Tabulka 7: Vybrané demografické údaje městských částí Prahy k 31. 12. 2017¹³

	Jednotka	Letňany	Čakovice	Kbely	Vinoř	Řáblice
Správní obvod	-	Praha 18	Praha 18	Praha 19	Praha 19	Praha 8
Městský obvod	-	Praha 9	Praha 9	Praha 9	Praha 9	Praha 8
Rozloha	ha	561	1 018	600	600	738
Obyvatelstvo	osoby	20 071	11 093	7 156	4 373	3 615
v tom: muži		9 802	5 497	3 457	2 142	1 768
ženy		10 269	5 596	3 699	2 231	1 847
Hustota zalidnění	(osob/km ²)	3 580	1 089	1 192	729	490
Celkový přírůstek obyvatel	osoby	780	312	129	122	3
Obyvatelstvo ve věku:						
0–14 let	osoby	3 633	2 418	1 517	971	701
	%	18,1	21,8	21,2	22,2	19,4
15–64 let	osoby	13 628	7 510	4 487	2 904	2 339
	%	67,9	67,7	62,7	66,4	64,7
65 a více let	osoby	2 810	1 498	1 152	499	575
	%	14,0	13,5	16,1	11,4	15,9
Průměrný věk	roky	38,9	37,6	39,2	37,2	39,7
v tom: muži		38,1	36,5	37,8	36,8	38,6
ženy		39,6	38,7	40,5	37,6	40,8
Počet ekonomických subjektů	-	6 305	3 215	2 509	1 277	1 296

Zdroj: Český statistický úřad (vlastní zpracování)

V závěru této části je vhodné zmínit, že potencionálních zákazníků samoobslužné myčky může být mnohem více, neboť myčka se bude nacházet v těsné blízkosti Obchodního centra Letňany, které patří mezi tři největší obchodní centra v Praze.

3.8.4 Technologické faktory

Myčka automobilů je technické zařízení, které slouží k umývání, respektive k odstranění nečistot z povrchu karoserie. Z hlediska technického řešení členíme myčky automobilů na plně automatické a samoobslužné. Nejrozšířenější jsou v současné době automatické mycí linky, u nichž proces mytí probíhá bez přímé účasti zákazníka. Standardní automatické myčky fungují na principu, kdy karoserii auta myjí kartáčové (štetinové) či šetrnější pěnové (houbové) kartáče. Automatické mycí linky jsou vybavené řídicí jednotkou, která je schopna kontrolovat rozdílné fáze programu mytí, koordinovat pohyb kartáčů a ovládat řadu dalších doplňujících zařízení. Na trhu se můžeme setkat se dvěma typy automatických myček: tunelová a portálová. V tunelové mycí lince zajišťuje pohyb auta dopravník, který protahuje vozidlo jednotlivými sekcemi mycího tunelu. Fotobuňky ovládané přes řídicí počítač zapínají jednotlivé sekce: mytí kol, mytí kartáči, mytí podvozku, aktivní pěnu, vosk, sušení. Obsluha může kdykoliv z ovládacího pultu zasáhnout do mycího cyklu. V portálové mycí lince vykonává pohyb kolem stojícího vozidla portál umístěný

¹³ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Městské části hlavního města Prahy 2012-2017. In: CZSO [online]. 2018 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xa/mesta_a_obce

na pojezdových kolejničích. Portál myje automobil pomocí jednoho horizontálního, dvou vertikálních a dvou talířových kartáčů pro mytí kol.

Obrázek 1: Ukázka automatické portálové mycí linky (ilustrační obrázek)



Zdroj: <http://www.iwash.cz/mycky/jednoportalove/stargates4.html>

Obrázek 2: Ukázka automatické tunelové mycí linky (ilustrační obrázek)



Zdroj: <http://www.iwash.cz/tunelove-automycky.html>

Samoobslužné bezkontaktní mytí je v současné době na vzestupu a představuje v současné době odklon od tradičních kartáčových způsobů mytí automobilů. Samotné bezkontaktní mytí nepatří k nejžhavějším novinkám. Evropští výrobci však dokázali na tento trend reagovat a podařilo se jím technologii bezkontaktního mytí posunout mílovými kroky kupředu. Bezdotykové technologie nabízejí dnes srovnatelnou účinnost mytí jako automatické mycí linky s pěnovými kartáči. Technologie bezkontaktního mytí se skládá z několika samostatných bloků, které spolu vzájemně spolupracují. Jednotlivé díly a komponenty jsou vyráběny z materiálu, které zaručují dlouhodobou spolehlivost a kvalitu. Základem automyček jsou výkonná nerezová čerpadla, která jsou určena pro práci s chemickými roztoky a musí zvládnout také střídání teplot. Čerpadla vstřikují přesné dávky chemie a aktivátoru do horké mycí vody. Důležitým prvkem myčky je systém změkčování vody, který slouží k výrobě vody pro kvalitní mytí. Pro leštění a sušení je určen systém

reverzní osmózy, který je schopen odstranit z přefiltrované vody 99,9 % minerálů. Pro ohřev topné a mycí vody jsou využívána úsporná topná zařízení, která zajistí odpovídající teplotu vody potřebnou pro účinné mytí i ohřev podlah v mycích boxech. Pro bezproblémový provoz v zimních měsících je celý systém vybaven zimní cirkulací vody. Systém využívá dvě a více silnostěnných zásobníkových nádob o kapacitě 1 a 2 tisíce litrů vody. Pro rozvod vody a chemie jsou využívány trubky z nerezové oceli (potravinářská ocel). Veškeré důležité technologické prvky jsou umístěny v protihlukově a tepelně izolovaném technologickém kontejneru. Obslužný ovládací stojan mycího stanoviště je vyráběn v nerezovém provedení. Je vybaven velkým přehledným displejem, podsvícenými ovládacími tlačítky, mincovním systémem, možností instalace čtečky věrnostních karet a zařízení pro bezkontaktní platby kartami VISA a MASTERCARD. Otočná ramena, mycí pistole a schránky na mycí pistole jsou vyráběny z nerezové oceli. Pro systém bezkontaktního mytí představují technologické faktory důležitou roli. Nepřetržitý technologický vývoj je třeba sledovat a umět na něj adekvátně reagovat.

V další části analyzujeme trendy v automobilové dopravě, které nám umožní odhadnout vývojové tendence v návštěvnosti myčky. Se vzrůstající automobilovou dopravou lze logicky přepokládat i vyšší návštěvnost myčky. Z údajů uvedených v tabulce vyplývá, že celá Česká republika i Praha se potýká s nárůstem automobilové dopravy. Počet registrovaných automobilů, stupeň motorizace, stupeň automobilizace se každoročně zvyšuje v rámci celé České republiky.

Tabulka 8: Porovnání Praha s Českou republikou – stupeň motorizace a automobilizace¹⁴

Ukazatel	2015			2016			2017		
	Praha	ČR	<u>Praha</u> ČR	Praha	ČR	<u>Praha</u> ČR	Praha	ČR	<u>Praha</u> ČR
Počet motorových vozidel (tis.)	941	6991	13,5%	1 003	7 266	13,8%	1 059	7 551	14,0%
z toho osobní automobily (tis.)	741	5130	14,4%	795	5 346	14,9%	845	5 573	15,2%
Stupeň motorizace									
Motorových vozidel na 1 000 obyvatel	743	662		783	687		818	712	
Počet obyvatel na 1 motorové vozidlo	1,3	1,5		1,3	1,5		1,2	1,4	
Stupeň automobilizace									
Osob. automobilů na 1 000 obyvatel	584	486		621	505		652	525	
Počet obyvatel na 1 osobní automobil	1,7	2,1		1,6	2		1,5	1,9	

Zdroj: Technická zpráva komunikací hlavního města Prahy a.s., Ročenka dopravy 2017

Dalším doplňujícím údajem, který vypovídá o trendech automobilové dopravy v Praze, jsou dopravní výkony (ujeté vozokilometry) automobilové dopravy na celé

¹⁴ Technická zpráva komunikací hl. m. Praha, a.s. Ročenky dopravy, Praha. In: TSK [online]. 2018 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <http://www.tsk-praha.cz/wps/portal/root/nabidka-sluzeb/rocenky>

komunikační síti v Praze. V automobilové dopravě České republiky zaujímá Praha specifické postavení, které se projevuje v nadprůměrně vysokých dopravních výkonech i intenzitách ve srovnání s jinými českými městy nebo dálnicemi.

Z historických dat je patrný každoroční značný nárůst automobilové dopravy na území Prahy až do roku 2010. V období mezi roky 2011 a 2015 došlo víceméně ke stagnaci, kterou od roku 2016 opět vystřídal mírný růst. Je zřejmé, že doprava v Praze na řadě míst dosahuje kapacity křižovatek a komunikací. Ve srovnání s rokem 2016 se automobilová doprava na území Prahy v roce 2017, měřená dopravním výkonem na celé komunikační síti, zvýšila o 5,29 %.

Tabulka 9: Dopravní výkony automobilové dopravy v Praze¹⁵

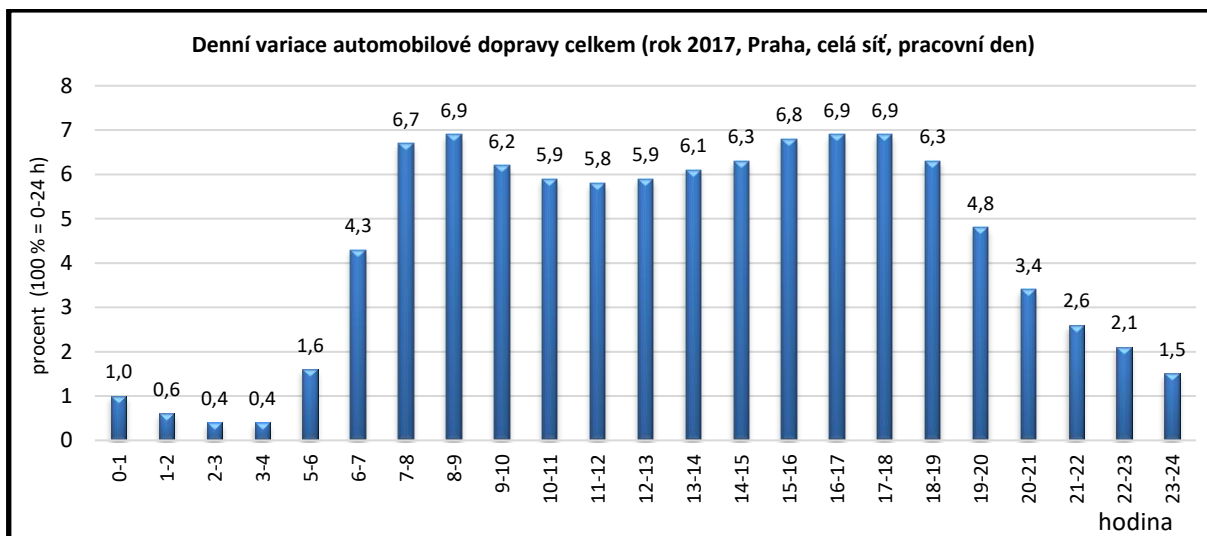
Dopravní výkony automobilové dopravy v Praze (celá komunikační síť, průměr pracovní den, 0-24 h, 100 % = rok 1990)					
Rok	Motorová vozidla celkem		Z toho osobní automobily		Podíl osobních automobilů na celkových výkonech (%)
	mil. vozokm	%	mil. vozokm	%	
1961	2,273	31	1,273	23	56
1971	5,061	69	3,543	65	70
1981	5,562	76	4,338	79	78
1990	7,293	100	5,848	100	80
2000	16,641	228	15,131	259	91
2010	22,205	304	20,435	349	92
2011	21,936	301	20,221	346	92
2012	21,812	299	20,131	344	95
2013	21,875	300	20,167	345	92
2014	24,782	299	20,072	343	92
2015	21,799	299	20,070	343	92
2016	22,253	305	20,472	350	92
2017	23,430	316	21,062	360	91

Zdroj: Technická zpráva komunikací hlavního města Prahy a.s., Ročenka dopravy 2017

K vytvoření si představy o intenzitě návštěvnosti myčky během dne je vhodné využít graf, který zobrazuje denní variace dopravních výkonů v Praze v pracovní dny. Z grafu vyplývá, že v denním období se odehrává převažující část dopravních výkonů celého dne. V období mezi 6-18 hodinou se odehrává 75 % dopravních výkonů. V období mezi 6-22 hodinou se odehrává cca 92 % dopravních výkonů. Po 19. hodině začínají dopravní výkony prudce a víceméně rovnoměrně klesat až do půlnoci. Ranní dopravní špička probíhá mezi 8-9 hodinou. Odpolední dopravní špička probíhá mezi 16-18 hodinou.

¹⁵ Technická zpráva komunikací hl. m. Praha, a.s. Ročenky dopravy, Praha. In: TSK [online]. 2018 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <http://www.tsk-praha.cz/wps/portal/root/nabidka-sluzeb/rocenky>

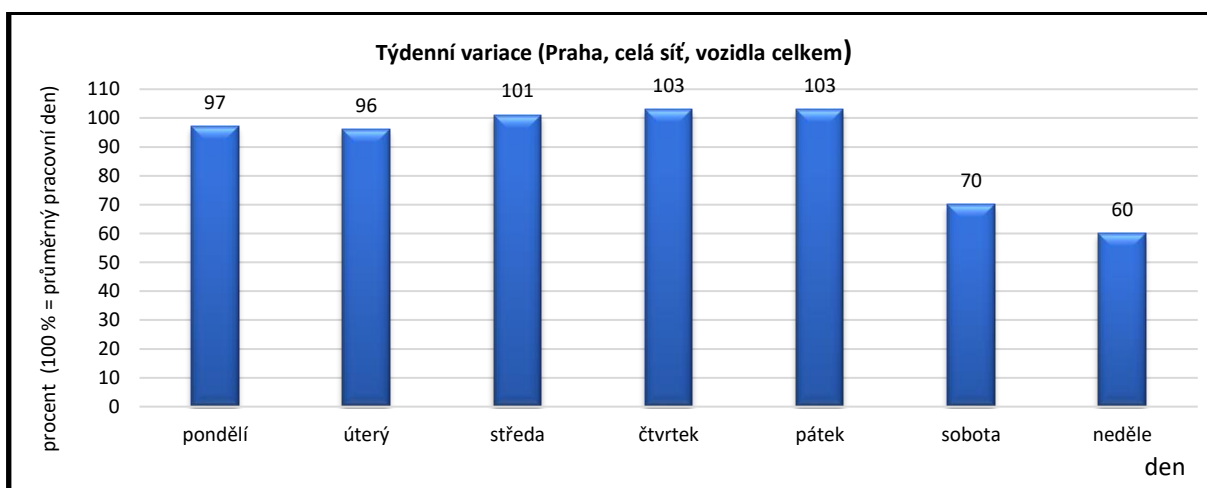
Graf 5: Denní variace automobilové dopravy (rok 2017, Praha, celá síť, pracovní den)¹⁶



Zdroj: Technická zpráva komunikací hlavního města Prahy a.s., Ročenka dopravy 2017

Z týdenní variace dopravních výkonů jsou nejvytíženějšími dny čtvrtek a pátek, zatímco sobota a neděle jsou nejméně vytížené.

Graf 6: Týdenní variace automobilové dopravy (rok 2017, Praha, celá síť)¹⁷



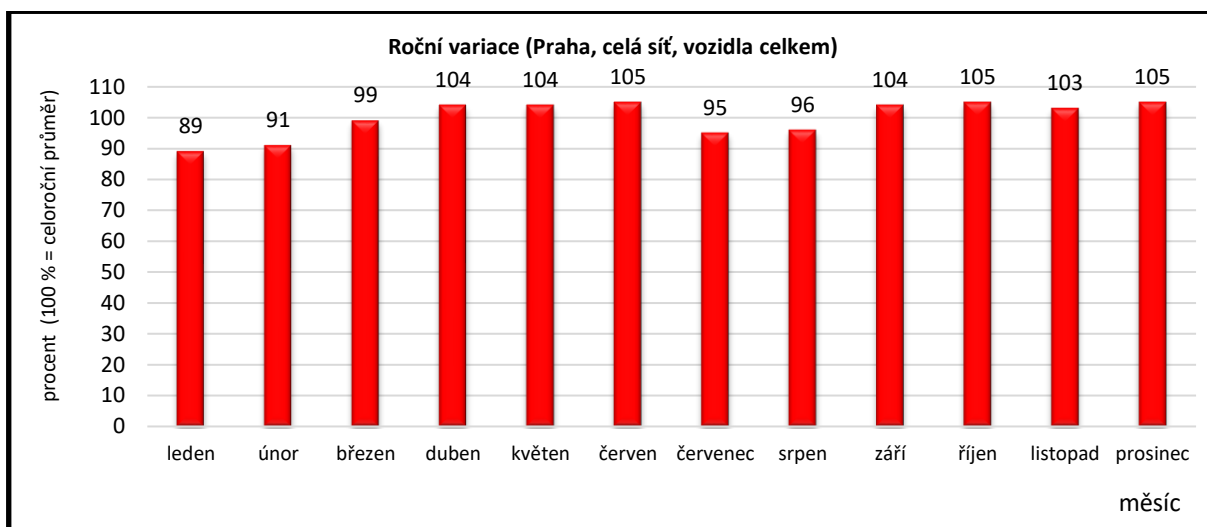
Zdroj: Technická zpráva komunikací hlavního města Prahy a.s., Ročenka dopravy 2017

¹⁶ Technická zpráva komunikací hl. m. Praha, a.s. Ročenky dopravy, Praha. In: TSK [online]. 2018 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <http://www.tsk-praha.cz/wps/portal/root/nabidka-sluzeb/rocenky>

¹⁷ Technická zpráva komunikací hl. m. Praha, a.s. Ročenky dopravy, Praha. In: TSK [online]. 2018 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <http://www.tsk-praha.cz/wps/portal/root/nabidka-sluzeb/rocenky>

V roční variaci dopravních výkonů jsou nejvytíženější měsíce červen, říjen a prosinec, zatímco leden a únor jsou nejméně vytížené.

Graf 7: Roční variace automobilové dopravy (rok 2017, Praha, celá síť)¹⁸



Zdroj: Technická zpráva komunikací hlavního města Prahy a.s., Ročenka dopravy 2017

3.8.5 Ekologické faktory

Ekologie a ohled na životní prostředí je v současné době nezbytnou součástí filozofie každé moderní a ohleduplné společnosti. Různé zákonné regulace zavádějí nová pravidla, která učí firmy, jak nakládat se svými zdroji, odpady a činnostmi, které vykonávají. Vedle norem ještě existuje moderní zákazník, který sleduje současné trendy a zajímá se o produkty a služby, které naplňují ekologické limity a nemají negativní vliv na zdraví a životní prostředí. V oblasti mytí vozidel bude docházet k vývoji nových postupů a řešení, které budou ve znamení ekologicky šetrného postoje vůči přírodě. Současné trendy ochrany životního prostředí v oblasti mytí vozidel se zaměřují zejména na snížení energetické náročnosti, na používání ekologicky odbouratelných čisticích přípravků, na recyklaci odpadních vod a její následné použití a ekologickou likvidaci odpadu. Současní výrobci i dodavatelé technologie bezkontaktního mytí automobilů jsou si plně vědomi těchto trendů a na trh uvádějí nejpokročilejší systémy mytí vozidel, které minimalizují negativní ekologické dopady.

3.8.6 Legislativní faktory

Legislativní faktory jsou dány regulacemi a omezeními státu či Evropské unie, které je nezbytné dodržovat při podnikání v tomto oboru. Jedná se zejména o zákon o živnostenském podnikání, zákon o obchodních korporacích, občanský zákoník, zákon o účetnictví, zákon o dani z příjmů, zákon o dani z přidané hodnoty, zákoník práce, stavební zákon, zákon o vodách, zákon o životním prostředí.

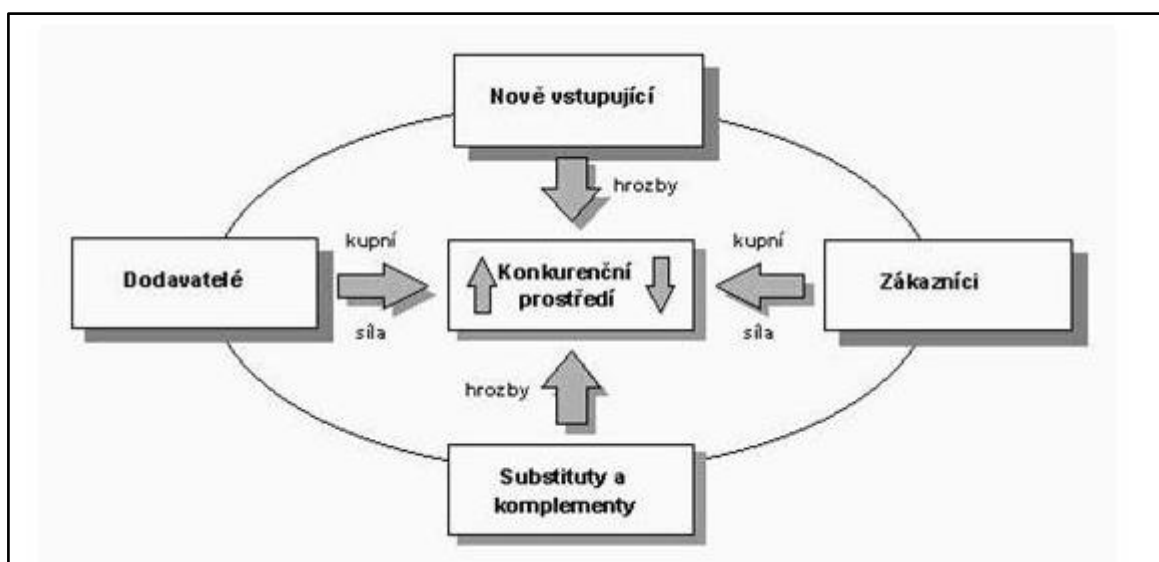
¹⁸ Technická zpráva komunikací hl. m. Praha, a.s. Ročenky dopravy, Praha. In: TSK [online]. 2018 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <http://www.tsk-praha.cz/wps/portal/root/nabidka-sluzeb/rocenky>

3.9 Porterova analýza

Pomocí Porterova modelu pěti konkurenčních sil provedeme externí analýzu zaměřenou na mikroprostředí mytí automobilů, v němž bude společnost působit.

Porterův model pěti konkurenčních sil umožňuje popsat a pochopit podstatu konkurenčního prostředí uvnitř každého jednotlivého odvětví, a tak vytvořit informační základnu pro rozhodování o tvorbě konkurenční výhody. Cílem analýzy je najít v odvětví takové postavení, v němž se společnost může nejlépe bránit konkurenčním silám nebo je může ovlivnit ve svůj prospěch. Protože společný vliv těchto sil může být až bolestivě zřejmý všem konkurentům, klíčem pro rozvoj je nahlédnout pod jejich povrch a analyzovat zdroje každé z těchto sil. Znalost těchto základních zdrojů konkurenčního tlaku zřetelně ukáže na silné a slabé stránky společnosti, ozřejmí její postavení v odvětví, vyjasní, ve kterých oblastech se mohou změny nejvíce vyplatit, a zdůrazní místa, v nichž trendy odvětví nabízí největší příležitosti nebo odkud může přijít ohrožení¹⁹.

Obrázek 3: Porterův model pěti sil¹⁹



Zdroj: <http://www.jakasi.cz/co-je-porteruv-model-peti-sil/>

3.9.1 Vliv odběratelů

Samoobslužná myčka se šesti mycími boxy má kapacitu 36 aut za hodinu. Při nepřetržitém provozu je schopna za 24 hodin uspokojit požadavky až 864 zákazníků. Provozovna myčky bude dopravně napojena přímo na ulici Veselskou v Praze 18. Jedná se o komunikaci s vysokou intenzitou dopravy, což dokládají statistické údaje o intenzitě dopravy z roku 2016 (20 000 vozidel za 24 hodin průměrného pracovního dne)²⁰ a 2017 (20 400 vozidel za 24 hodin průměrného pracovního dne). Z denní variace dopravních výkonů vyplývá, že 92 % dopravních

¹⁹ KOVÁŘ, F.: Strategický management. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu. 2008. s. 206. ISBN 978-80-86730-33-2.

²⁰ Technická zpráva komunikací hl. m. Praha, a.s. Ročenky dopravy, Praha. In: TSK [online]. 2018 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <http://www.tsk-praha.cz/wps/portal/root/nabidka-sluzeb/rocenky>

výkonů se odehrává v intervalu mezi 6:00 až 22:00 hodinou. Z čehož lze vyvozovat, že v časovém období mezi 22:00 až 6:00 hodinou bude mít myčka problémy s naplněním své maximální kapacity.

Porovnáme-li kapacitu myčky a dopravní výkony v bezprostředním okolí, případně vezmeme v úvahu údaje o vývoji automobilizace v Praze, pozorujeme velký nepoměr mezi potencionální poptávkou a pevně danou nabídkou budoucí kapacity myčky. Fakticky to vypadá, že poptávka bude převyšovat nabídku. Samoobslužná myčka s šesti mycími boxy se bude s velkou pravděpodobností během dopravních špiček (mezi 6:00 až 22:00 hodinou) potýkat s nedostatkem mycích boxů. V přílehlém okolí se nachází několik myček samoobslužného typu (nejbližší ve vzdálenosti 3 kilometry), několik automatických kartáčových mycích linek a také několik provozoven poskytujících profesionální ruční mytí, mezi které se poptávka různou měrou rozprostře. Zákazník má možnost si vybrat myčku podle ceny a technologie mytí vozidla. Jeho rozhodování mohou ovlivnit i jiné faktory, např. dlouhá dojezdová vzdálenost ke konkurenční myčce, čistota mycích boxů, neochota personálu apod. Jedná se tedy o klasický trh služeb, na němž se střetává nabídka firem s poptávkou zákazníků a utváří se tržní cena. Společným rysem všech zákazníků je použití automobilu. Vyjednávací síla odběratelů je rozprostřena mezi velké množství. Jednotliví odběratelé přispívají malou částí k celkovým tržbám, proto jejich vyjednávací síla je nízká.

3.9.2 Vliv dodavatelů

Dodavatelé přinášejí zdroje, bez kterých podnik nemůže fungovat. Špatný výběr dodavatele může ohrozit konkurenceschopnost myčky. Dodavatelé budou ovlivňovat velmi často chod podniku, a to mnoha způsoby: cenou, kvalitou a včasností dodávek čisticích prostředků, dostupností náhradních komponentů, rychlostí servisních zásahů apod. Automyčka je závislá na dodávkách několika hlavních vstupů: chemické přípravky, autokosmetika, voda, elektřina, plyn, náhradní díly. Většinu těchto vstupů je možné získat od různých dodavatelů a případná změna dodavatele nebude pro společnost zásadní komplikací.

Při samotném budování samoobslužné bezkontaktní automyčky je stěžejní správná volba kvalitního a spolehlivého dodavatele. Počet dodavatelů těchto typu myček je na českém trhu poměrně velké množství – řádově desítky. Jde tedy o klasické konkurenční prostředí. Z toho vyplývá, že vyjednávací síla dodavatelů je nízká. K největším na trhu v Česku náleží němečtí dodavatelé, kteří jsou lídři v inovacích, například světový lídr WashTec, Christ nebo Ehrle. Dále pak americký Istobal, Automax či italský Italmec. Boxy na bezdotykové mytí k nám dodávají také polští výrobci, například CW-Tech nebo BKF CarWash. Z českých výrobců se delší dobu prosazuje společnost Šebesta. Drtivá většina z nich nabízí sestavení myčky na klíč, včetně potřebného příslušenství a dodávek chemie pro mytí vozidel. Je tedy možné zvolit jednoho dodavatele, který dodá vše potřebné k otevření myčky.

V okamžiku zahájení provozu společnost sjedná potřebné odběratelské smlouvy, které zajistí včasnost dodávek vstupů. S dodavatelem technologie uzavře servisní smlouvy na záruční a pozáruční opravy s časovou garancí oprav. Za účelem zajištění plynulosti provozu myčky bude podnik udržovat potřebné zásoby skladovatelného materiálu.

3.9.3 Substituční produkty

Typickým znakem substitutu je vzájemná zaměnitelnost statků. Spotřebitel může reagovat na změnu ceny substitutů. Pokud se zvýší cena jednoho statku, zvýší se poptávka po druhém statku. V našem případě bezkontaktní mytí a klasické ruční mytí můžeme považovat za substituty. Je-li zákazník citlivý na cenu, lze očekávat od zákazníků ručního mytí růst poptávky po bezkontaktním mytí. Cena bezkontaktního mytí je řádově o stovky procent nižší. Bezkontaktní technologie může těmto zákazníkům nabídnout srovnatelnou kvalitu mytí s garancí nepoškození laku. Nevýhodou je zapojení zákazníka do mycího procesu. U ručního mytí může v určitých situacích vzniknout poškrábání laku.

Bezkontaktní mytí a kartáčové mytí je možno rovněž považovat za substituty. Je-li zákazník citlivý na cenu, lze očekávat od zákazníků kartáčových myček odklon k bezkontaktnímu mytí. Cena bezkontaktního mytí je oproti kartáčovému mytí řádově o desítky procent nižší, zákazník navíc získá lepší kvalitu mytí. Nevýhodou je opět zapojení zákazníka do mycího procesu.

Ohrožení ze strany substitutů v tomto segmentu služeb je poměrně vysoké. Ohrožení může mít mnoho podob a forem. Rozhodovat bude hlavně cena a kvalita služby. Vše umocňuje fakt, že náklady zákazníka na přestup ke konkurenci jsou nulové. Primárně bude záležet na tom, jak nová technologie mytí naplní očekávání zákazníků a na schopnosti se marketingově prosadit.

3.9.4 Stávajících konkurence

Trh mytí automobilů, v nejbližším okolí plánované výstavby samoobslužné bezkontaktní myčky, lze označit jako konkurenční. Nalezneme zde konkurenci, která nabízí mytí v automatických kartáčových myčkách, profesionální ruční mytí i samoobslužné bezkontaktní mytí. Nejbližším konkurentem je průtahová kartáčová mycí linka IMO. Myčka se nachází v areálu obchodního centra Letňany. Provozuje ji stejnojmenná nadnárodní společnost IMO, která působí ve více než 15 zemích Evropy a spravuje více než 900 provozoven automatických myček v Evropě. Obsluhující personál provádí ruční předmytí karoserie automobilu vapkou, otevírací doba je od pondělí do neděle od 8:00 do 20:00 hodin. K dispozici jsou dva samoobslužné vysavače. Myčka nabízí čtyři mycí programy v cenovém rozpětí od 69 Kč do 139 Kč.

Obdobnou službu včetně ručního předmytí vapkou nabízí i mycí linka, kterou provozuje hypermarket Globus v Čakovicích. Otevírací doba je od pondělí do neděle od 6:30 do 22:00 hodin. Myčka nabízí čtyři mycí programy v rozmezí od 95 Kč do 149 Kč. Zákazníkům nabízí předplacené karty s 20% slevou na mytí aut.

Provozovatelem portálové kartáčové mycí linky je Myčka Mynos. Nachází se vedle autosalonu Renault, na adrese Bešťákova 10 na Praze 8 v Ďáblicích. Na trhu působí již více než 15 let. Provozní doba je od pondělí do neděle od 8:00 do 20:00. Myčka nabízí tři mycí programy v cenovém rozmezí od 99 Kč do 259 Kč. Ke všem programům poskytuje ruční předmytí houbou a vapkou, otření vnitřních prostor dveří a prahů.

Součástí komplexních služeb Myčky Mynos je i ruční mytí osobních automobilů, SUV a mikrobusů. Myčka nabízí čtyři základní mycí programy v cenovém rozpětí od 300 Kč do 1 500 Kč. Výsledná cena mytí může být navýšena, řádově o stovky korun, pokud si zákazník vybere z pestré nabídky nadstandardních služeb.

Ruční mytí exteriéru a čištění interiéru automobilů v garážích Obchodního centra Letňany poskytuje Automyčka Expres, která je v Česku největším provozovatelem sítě autokosmetických center. Své provozovny má umístěné v nákupních centrech po celé České republice. Myčka nabízí šest základních mycích programů v cenovém rozmezí od 595 Kč do 12 995 Kč. Doba mytí se pohybuje v rozmezí od 25 minut do 24 hodin.

Nejbližším přímým konkurentem je samoobslužná bezkontaktní myčka EHRLE s nonstop provozem se šesti mycími boxy, kterou provozuje společnost IP Wash, s.r.o. Myčka je umístěna v těsné blízkosti hobby marketu OBI v Prosecké ulici na Praze 9. V nabídce má pět bezkontaktních mycích programů: 1. předmytí aktivní pěnou, 2. mytí mikropráškem, 3. oplach čistou vodou, 4. ochrana laku horkým voskem, 5. vysoký lesk. Cena mytí je 10 Kč za 50 vteřin. Zákazníkům nabízí předplacené elektronické klíče s 10 % slevou na mytí. Podmínkou je zakoupení minimálního kreditu ve výši 2 000 Kč. K dispozici je měnička peněz a čtyři samoobslužné vysavače. Použití vysavače je zpoplatněno 10 Kč za 5 minut.

Samoobslužné bezdotykové mytí karoserie s nepřetržitým provozem nabízí nově otevřená myčka CW Tech Praha Hloubětín, která se nachází na křižovatce ulic Průmyslová a Poděbradská na Praze 9. Provozovatel uvádí na svých internetových stránkách, že samoobslužné mycí boxy jsou vhodné na mytí osobních automobilů, motorek, přívěsů, menších lodí, karavanů apod. V nabídce má pět bezdotykových mycích programů: 1. předmytí, 2. hlavní bezdotykové mytí, 3. oplachování, 4. voskování horkou vodou s polymerem, 5. finální oplachování s leštícím a sušícím efektem. Nadstandardní službou je mytí kartáčem s horkým šampónem pro velmi znečištěné automobily. K dispozici jsou dva samoobslužné turbo vysavače pro suchý úklid interiéru vozidla. Tato služba je zpoplatněna 10 Kč za 5 minut. Cena mytí je 10 Kč za 50 vteřin.

K největším mycím centrům v blízkém okolí se řadí myčka Wash Inn Praha Poděbradská, která se nachází v blízkosti O2 Arény na Poděbradské ulici na Praze 9 ve Vysočanech. Myčka s nonstop provozem má k dispozici 10 samoobslužných mycích boxů s pěti mycími programy a 6 vysavačů. Cena za mytí je 10 Kč za 50 vteřin, použití vysavače stojí 10 Kč za 5 minut. V nabídce služeb má čtyři programy ručního

mytí karoserie a čištění interiéru s obsluhou v cenovém rozmezí od 350 Kč do 750 Kč. Tuto službu poskytuje denně od 9:00 do 18:00 hodin.

Vybudováním nového mycího centra v Letňanech se zvýší nabídka služby mytí vozidel v této lokalitě. Z výše uvedené analýzy stávajících konkurentů vyplývá, že nejbližším stávajícím přímým konkurentem je samoobslužná myčka EHRLE se šesti mycími boxy v dojezdové vzdálenosti tři kilometry. Ostatní přímí konkurenti se nacházejí v dojezdové vzdálenosti sedm a více kilometrů. Vzhledem k velkému počtu registrovaných aut v Praze a vysoké intenzitě dopravy v Letňanech, resp. v celém regionu Prahy, lze logicky dovodit, že tyto stávající myčky s ohledem na jejich dlouhé dojezdové vzdálenosti nelze považovat za příliš velkou přímou konkurenci. Všichni přímí konkurenti usilují o stejnou cílovou skupinu potencionálních zákazníků, ale každý v jiné v lokalitě.

3.9.5 Vstup nové konkurence

Hrozba vstupu potencionálních konkurentů je poměrně vysoká, vzhledem ke stále vyšší popularitě bezkontaktního mytí vozidel ze strany řidičů. Trh v této oblasti je v současné době velmi dynamický. Důkazem toho je uvedení do provozu více než deseti bezkontaktních myček v Praze během několika posledních měsíců a další myčky tohoto typu jsou ve výstavbě.

V Letňanech, tedy v místě plánované výstavby samoobslužné bezkontaktní myčky, se v současné době přímý konkurent nevyskytuje (nejbližší přímý konkurent je na Proseku). Trh je v této lokalitě velký, proto se vstupem nové konkurence je zapotřebí počítat, zvláště když vstupní náklady do tohoto tržního odvětví nejsou příliš vysoké.

3.10 SWOT analýza

SWOT analýza je jednoduchým nástrojem, koncepčním rámcem pro systematickou analýzu, zaměřeným na charakteristiku klíčových faktorů ovlivňujících strategické postavení podniku. Je přístupem nepřetržité konfrontace vnitřních zdrojů a schopností podniku se změnami v jeho okolí. SWOT analýza využívá předchozích analýz tím, že identifikuje hlavní silné a slabé stránky podniku a porovnává je s hlavními vlivy z okolí podniku, resp. příležitostmi a ohroženími a směřuje k syntéze jako východisku pro formulaci strategie. Uplatnění SWOT analýzy je vedeno základním cílem rozvíjet silné stránky a potlačovat, resp. utlumovat slabé a současně být připraven na potencionální příležitosti a hrozby²¹.

V rámci této analýzy se snažíme zjistit, do jaké míry kolidují silné a slabé stránky společnosti popsané během interních strategických analýz s vývojem externího prostředí, resp. s jeho změnami ve formě příležitostí a ohrožení²².

²¹ SEDLÁČKOVÁ, H., BUCHTA, K. Strategická analýza. 2. vydání. Praha: C.H. Beck. 2006. s.121. ISBN 80-7179-367-1

²² KOVÁŘ, F. Strategický management. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu. 2008. s. 206. ISBN 978-80-86730-33-2

3.10.1 Silné stránky

Silnou stránkou je produkt, který nemá v současné době konkurenci. Tajemství bezkontaktního mytí spočívá v tom, že špína z karoserie se odstraňuje za vysokého účinku mycího přípravku a vysokého tlaku vody. Výhodou pro zákazníka je vyšší kvalita mytí než u automatické kartáčové myčky, snadné umytí těžko přístupných míst karoserie a nulové riziko poškrábání laku. Samoobslužná myčka má velký potenciál získat pravidelnou klientelu z řad majitelů nových vozů, terénních vozů a jiných speciálů.

Cena je velkou předností samoobslužného mytí. Motorista si svůj vůz umyje výrazně levněji než v mycí lince nebo v ruční myčce. Nízká cena bezkontaktního mytí má v sobě potenciál přesvědčit i řidiče, kteří doposud umývali auta v domácích podmínkách. Pořizovací náklady bezkontaktní myčky jsou nižší než pořizovací náklady automatické mycí linky.

Další výhodou je zajištění pravidelných a vysokých finančních obrátů, tj. garance cash-flow. Klienti platí za služby předem, což eliminuje potíže s finanční likviditou.

Lokalita je zásadním faktorem z hlediska komerčního úspěchu. Provozovna mycího centra je dopravně přímo navázána na komunikaci s vysokou frekvencí automobilů. V těsném okolí se nachází dvě obchodní centra s vysokou návštěvností lidí.

Myčka je nabyta moderními technologiemi a je plně automatizována. Její provoz lze upravovat prostřednictvím webových aplikací v libovolném prohlížeči. Výhodou je okamžitá kontrola všech výnosů, nákladů a stavu chemických prostředků. Provoz v mycích boxech lze sledovat online pomocí bezpečnostních kamer. Výhodou dodavatele technologie je, že přichází s neustálými inovacemi, které zvyšují efektivitu provozu. Inovativní technologie zajistí vysokou konkurenceschopnost provozu do budoucna.

Kapacita samoobslužných boxů je velkou předností oproti mycím linkám. Šest mycích boxů je schopno během 10 až 12 minut obsloužit šest zákazníků najednou. Zákazníci tak neztrácejí čas čekáním ve frontě. Výhodou je možnost nepřetržitého provozu 24 hodin denně, 365 dní v roce.

Provozní náklady na umytí jednoho vozidla jsou přibližně o dvě třetiny nižší než v mycí lince. Náklady na opravy a údržbu samoobslužných mycích boxů jsou v dlouhodobém horizontu minimální.

Samoobslužná myčka minimalizuje lidský faktor, protože je konstruována jako plně automatizovaný stroj, který lze provozovat bez stálé přítomnosti pracovní síly. Pokud myčka neposkytuje další služby navíc, pak stačí pouze jeden pracovník, který vykoná dozor a doplňuje chemické prostředky. Dozor myčky může provádět i bezpečnostní agentura.

3.10.2 Slabé stránky

Počáteční investice v řádech několika milionů korun do stavby a nákupu technologie je jednou z nejvýraznějších slabých stránek.

Nedostatek vlastního kapitálu bude společnost kompenzovat cizím kapitálem. Cizí kapitál zvyšuje zadluženost, a tím snižuje finanční stabilitu podniku. Banka bude požadovat za vyšší riziko, vyšší úrok a kvalitnější zajištění úvěru (zástavu technologie, osobního majetku, směnku apod.).

Začínající podnik bez podnikatelské historie a vypěstované dobré pověsti se bude ve fázi pronikání na trh potýkat s úskalími v mnoha ohledech. Skutečnost, že se jedná o podnikatelský plán začínající společnosti, může odradit případné investory i banky při sjednávání podnikatelského úvěru.

Nedostatek zkušenosti a podnikatelské praxe bude vzbuzovat nedůvěru při jednání s obchodními partnery.

3.10.3 Příležitosti

Současný hospodářský růst celé ekonomiky je doprovázen růstem životní úrovně občanů, daří se i podnikatelům. Občané nakupují nová auta, podnikatelé obnovují vozové parky. Roste poptávka po kvalitnějším mytí aut.

Růst intenzity dopravy a počet registrovaných vozidel v celé české ekonomice i Praze přirozeně zvyšuje poptávku po mytí vozidel.

Zájem o bezkontaktní mytí automobilů ze strany zákazníků v současné době roste. Poptávkový růst je zapříčiněn zejména tím, že kartáčové myčky nedokážou umýt vůz dokonale, navíc při častém používání kartáče zanechávají vlasové škrábance na laku.

Na současném trhu samoobslužného mytí nepůsobí v České republice žádný řetězec kvalitních samoobslužných myček, nabízí se příležitost expanze do dalších regionů.

3.10.4 Hrozby

Nízká cena samoobslužného mytí oproti mycím linkám zvýší poptávku ze strany řidičů po této službě. Nová konkurence dříve nebo později tuto skutečnost zaregistruje. Hrozí cenová válka s kapitálově silnější konkurencí.

Legislativa související s ochranou životního prostředí prochází v posledních letech dynamickým vývojem. Zpřísňující se nároky na ekologii jsou hrozbou i pro myčku.

Riziko nesplácení závazků a úvěrů v důsledku ztráty konkurenceschopnosti. Myčka z různých důvodů ztratí zákazníky a tím přijde o tržby.

Špatná pověst společnosti představuje riziko vyplývající ze špatné nebo nedostatečné externí komunikace firmy s okolím (s dodavateli, se stávajícími zákazníky, potencionálními zákazníky).

Růst cen energií (voda, elektřina, zemní plyn), nakupovaných služeb, nákladů na zaměstnance a materiálových vstupů (chemie) může snižovat rentabilitu provozu,

nebude-li doprovázen odpovídajícím zvyšováním ceny služby. Energetická náročnost mycího centra je poměrně vysoká. V dlouhodobém horizontu lze přepokládat růst všech vstupů.

Uzávěrka komunikace nebo omezení silničního provozu v důsledku rekonstrukce vozovky, nebo realizace nových developerských projektů v těsné blízkosti myčky může způsobit odliv zákazníků ke konkurenci.

Cenová válka s kapitálově silnější společností může přijít ze strany managementu nákupních center v rámci rozšiřování portfolia nabízených služeb pro zákazníky.

Hospodářský pokles je faktor, se kterým je třeba počítat při sestavování finančního plánu.

3.11 Zvolení strategie

Výsledky analýzy jsou koncentrovány do závěrečné tabulky nazývané SWOT analýza.

Tabulka 10: Analýza SWOT

Analýza SWOT	
Silné stránky (S = Strengths)	Slabé stránky (W = Weaknesses)
Produkt Cena Cash flow Lokalita Technologie Kapacita Provozní náklady Minimalizace lidského faktoru	Počáteční investice Nedostatek vlastního kapitálu Začínající podnik Nedostatek zkušeností
Příležitosti (O = Opportunities)	Hrozby (T = Threats)
Hospodářský růst Růst intenzity dopravy Zájem o bezkontaktní mytí Expanze do dalších regionů	Nová konkurence Legislativa Riziko nesplacení závazků Špatná pověst Růst cen vstupů Uzávěrka komunikace Cenová válka Hospodářský pokles

Zdroj: vlastní zpracování

Hrozby (rizika) ohrožují dosažení cílů společnosti. Mohou mít potencionálně negativní dopad na její činnost a s určitou pravděpodobností mohou i nastat. V níže uvedené matici rizik jsou tato rizika zařazena jednak podle toho, s jakou pravděpodobností mohou nastat, a jednak podle toho, jaké mohou být jejich účinky na společnost.

Úkolem společnosti je tato rizika pravidelně monitorovat a podívat se na ně realisticky. Je-li to možné, přijmout taková opatření, která buď zcela, nebo z části eliminují negativní dopady uvedených rizik.

Tabulka 11: Matice rizik

		ÚČINKY NA SPOLEČNOST		
PRAVDĚPODOBNOST VZNIKU		Negativní	Ohrožující	Zničující
	Vysoká	Růst cen vstupů	Uzávěrka komunikace	Nesplácení závazků
	Střední	Zpřísnění legislativy	Nová konkurence	Špatná pověst provozovny
	Nízká	Hospodářský pokles		Cenová válka s kapitálově silnější konkurencí

Zdroj: vlastní zpracování

Identifikované slabé a silné stránky, příležitosti a hrozby jsou podnětem pro zvážení možného strategického chování podnikatelského subjektu ve vztahu k budoucímu vývoji. Varianty strategického chování vycházejí ze čtyř možných zjednodušených přístupů:

- Přístup S – O: využívat silných stránek a příležitostí, které nabízí okolí podniku.
- Přístup W – O: snažit se neutralizovat slabé stránky za pomoci příležitostí z okolí.
- Přístup S – T: využívat svých silných stránek pro eliminaci hrozeb.
- Přístup W – T: snažit se vyřešit nepříznivý stav i za cenu likvidace²³.

Z analýzy SWOT vyplývá, že společnost CAR WASH 24, spol. s r.o. má mnoho silných stránek (produkt, cena, lokalita, technologie, kapacita, provozní náklady, lidský faktor) a několik příležitostí (hospodářský růst, růst intenzity dopravy, zájem o bezkontaktní mytí, expanze do dalších regionů). Jako vhodná strategie pro nově vznikající bezkontaktní myčku se jeví přístup (S-O), tzn. využít silných stránek perspektivního podnikatelského záměru a příležitostí, které nabízí okolí podniku.

V rámci strategického chování by se společnost měla zaměřit také na neutralizaci slabých stránek a eliminaci hrozeb. Příkladem mohou být následující doporučení strategického chování:

- Zvyšovat kvalitu poskytovaných služeb pro spokojenost zákazníků. Naslouchat potřebám svých zákazníků.
- Řešit stížnosti zákazníků i zaměstnanců. Neskrývat se před zákazníky (neskrývat kontakty), reagovat na emaily a telefonní hovory. Rychle napravovat chyby a chovat se fér.

²³ VEBER, J. a kol. Management. Základy, prosperita, globalizace. 7. vydání. Praha: Management Press. 2007. s. 700. ISBN 978-80-7261-029-7.

- Nabízet komplexní služby na jednom místě (samoobslužné mytí a vysávání, parfémování interiéru, myčka auto koberců, tlakový kompresor pro huštění pneumatik apod.).
- Zákazníkům méně zručným nebo s handicapem nabídnout mytí auta s obsluhou personálu.
- Zaměřit marketingovou komunikaci na zvýšení povědomí o výhodách bezkontaktních myček a současně na zápory automatických mycích linek s cílem získat nové zákazníky.
- Sledovat práci zaměstnanců ve vztahu k zákazníkům. Vyhodnocovat jejich efektivitu. Stimulovat zaměstnance formou zajímavých zaměstnaneckých benefitů nebo podílů na hospodářských výsledcích.
- Vytvářet, udržovat a využívat databázi zákazníků k marketingovým účelům. Odměňovat věrné zákazníky. Nezapomenout na ochranu osobních údajů GDPR (General Data Protection Regulation).
- Uzavřít dodavatelské smlouvy garantujících fixní ceny vstupů a jejich pravidelné dodávky po určitou dobu.
- Firmám nabídnout možnost placení prostřednictvím bezhotovostního klíče se zpětnou fakturací odebraných služeb.
- Vytvářet finanční rezervy na dobu přerušení nebo omezení provozu myčky z různých důvodů, např. přerušení dodávky vstupů, úplné nebo částečné uzávěrky přílehlé komunikace apod.
- Dosažený disponibilní zisk využít k expanzi samoobslužného mytí do dalších regionů.
- Analyzovat dopady připravovaných legislativních změn apod.

3.12 Analýza zákazníků

Produkt, se kterým vstupuje společnost na trh, představuje řešení jednoho z mnoha problémů, se kterým se setkává úplně každý motorista. Osobních automobilů i dodávek na českých silnicích stále přibývá, a tak stále více řidičů řeší čistotu auta.

Usazena mastná špína na sebe váže celou řadu škodlivých látek, které přispívají ke ztrátě lesku karoserie, vzniku koroze apod. Ptačí trus, kyselá dešť a posypové soli v zimním období mohou zanechat na laku neodstranitelné fleky. Nejnáchylnější ke korozi jsou tradičně svařované spoje karosářských dílů, typicky lemy, prahy dveří, blatníky či podběhy. Pokud je auto udržované v čistotě, tyto látky se nemají kde usazovat. Čisté auto prodlužuje životnost karoserie, potažmo celého auta, což přispívá i ke zvýšení jeho hodnoty při následném prodeji. Zašpiněná karoserie představuje snížení aktivní bezpečnosti při jízdě. Čistá karoserie je totiž v provozu lépe vidět a vyleštěná skla umožňují řidiči kvalitní výhled. Znečištěná přední i zadní světla snižují účinnost světlometů, řidič nemá optimálně osvětlenou trasu a také je hůře viditelný i pro ostatní účastníky silničního provozu, čímž výrazně snižuje

bezpečnost silničního provozu. Umyté auto je dobrou vizitkou pro jeho majitele a také je příjemnější v něm jezdit i se na něj dívat. Na některé společenské akce či obchodní schůzky je čistý exteriér i interiér nutností. U mnohých profesí čisté auto dotváří image, vzhled vozu hraje stejnou roli jako vzhled jeho řidiče.

S automobily je potřeba nejen jezdit, ale také o ně náležitě pečovat. Mezi pravidelnou péčí patří mytí. Zákazníkův problém je jednoduše špinavé auto. Produkt, se kterým plánuje vstoupit společnost CAR WASH 24, spol. s r.o. na trh pomáhá udržet exteriér automobilu v čistotě. Všechny výše zmíněné faktory jsou dostatečnými argumenty k tomu, aby řidiče motivovaly pečovat o své automobily.

Přístupy jednotlivých řidičů se mohou v otázkách mytí zásadně lišit. Na našich silnicích můžeme spatřit automobily, pro které je myčka prakticky neznáme slovo nebo naopak automobily, o které jejich majitelé svědomitě dbají. Z tohoto pohledu lze motoristy rozdělit do tří následujících skupin:

- Skupina I. – motoristé, kteří myjí auta z důvodu bezpečnosti.
- Skupina II. – motoristé, kteří myjí auta z důvodu ochrany a čistoty karoserie.
- Skupina III. – motoristé, kteří myjí auta kvůli image.

Do I. skupiny lze řadit motoristy, jejichž hlavním důvodem mytí auta je bezpečnost. U těchto zákazníků lze předpokládat průměrnou četnost návštěv myčky cca jedenkrát za měsíc. V letním období se může interval mezi návštěvami prodloužit a v zimních měsících naopak snížit. Zákazníci využijí především první tři mycí programy (předmytí pěnou, mytí práškem, oplach), případně závěrečný oplach osmotickou vodou. Očekávaná útrata se bude pohybovat v rozmezí 50 až 80 Kč za jedno umytí, v závislosti na velikosti jejich automobilu, počasí a míře znečištění.

Do II. skupiny lze řadit motoristy, jejichž hlavním důvodem mytí auta je ochrana a čistota karoserie. K péči o auto přistupují zodpovědněji. Údržbu karoserie chápou jako komplexní činnost, která má vést k prodloužení životnosti jejich investice. U těchto zákazníků je možné předpokládat průměrnou četnost návštěv myčky cca třikrát za měsíc. Zákazníci využijí všechny mycí programy (předmytí pěnou, mytí práškem, oplach, voskování a závěrečný oplach). Očekávaná útrata se bude pohybovat v rozmezí 80 až 120 Kč za jedno umytí.

Do III. skupiny lze zařadit skupinu motoristů, jejichž hlavním důvodem mytí auta je image, nebo to vyžaduje jejich profese. O své automobily se starají pravidelně a s maximální pečlivostí. Návštěva kartáčové mycí linky nepřipadá v úvahu. U těchto zákazníků je možné předpokládat nejvyšší průměrnou četnost návštěv myčky cca pětkrát za měsíc. Zákazníci využijí všechny mycí programy. Očekávaná útrata se bude pohybovat v rozmezí 100 až 140 Kč za jedno umytí.

Druhá a třetí skupina zákazníků je pro bezkontaktní myčku nejvýznamnější, protože od nich lze očekávat nejvyšší útraty za používání služby, a navíc je u nich velký potenciál nákupu doplňkové zboží (autokosmetika) a využívání dalších doplňkových služeb.

Řidiči si mohou vybrat z pestré nabídky profesionálních ručních i automatických mycích linek, nebo si umýt auto svépomocí. Z tohoto pohledu můžeme motoristy rozdělit do pěti skupin:

- Skupina A – nejezdí do myčky, o vůz se téměř nestarají.
- Skupina B – nejezdí do myčky, o vůz se starají vlastními silami.
- Skupina C – jezdí do automatické mycí linky.
- Skupina D – jezdí do profesionální ruční myčky.
- Skupina E – jezdí do samoobslužné bezkontaktní myčky.

Do skupiny A lze řadit motoristy, kteří berou vozidlo jen jako prostředek k přesunu z bodu A do bodu B. K mytí vozu přistupují až ve chvíli, kdy už příliš nesvítí světla, nebo se musí podívat do technického průkazu, aby zjistili, jaká je skutečná barva jejich automobilu. Naštěstí tato skupina motoristů je nejméně početná. Několikrát za rok by do myčky měl zavítat každý, a to zdaleka ne pouze z estetických důvodů.

Do skupiny B lze řadit motoristy, kteří si myjí svůj vůz vlastními silami. Jedná se opět o méně početnou skupinu motoristů, kteří nevyužívají služeb profesionálních myček, ale myjí svůj automobil před domkem na dvorku, na zahradě nebo rovnou na ulici. Buď proto, že jsou šetrní nebo jsou takový puntičkáři, že nesvěří auto nikomu jinému. Při tomto způsobu mytí dochází k nevratnému narušení laku, pokud není karoserie nejprve důkladně opláchnuta tlakem vody nebo pokud na houbě či hadříku uvízne nečistota v podobě kamínků, která může způsobit poškrábání laku. Při tomto způsobu mytí nelze používat chemické čisticí prostředky. Striktně to zakazuje zákon č. 254/2001 Sb., o vodách a o změně některých zákonů (vodní zákon), konkrétně ustanovení § 39. Špinavá voda obsahující saponát se nesmí dostat přímo do kanalizace nebo trávy, neboť by mohlo dojít k ohrožení jakosti povrchových nebo podzemních vod. Vzhledem k rizikům možných nepříjemností (hrozba vysoké pokuty) při mytí automobilu v domácím prostředí, nelze takové mytí do budoucna považovat za závažnější konkurenci.

Do skupiny C lze řadit motoristy, kteří dávají přednost mytí automobilu v automatických kartáčových myčkách. Tento způsob mytí se vyznačuje značným stupněm komfortu pro zákazníky. Mimo zvolení si příslušného programu a vjezdu na určené místo proces mytí nevyžaduje jeho aktivní účast. Cena je u automatických myček vyšší než u myček samoobslužných. Nejčastěji zmiňovaným negativem je názor, že kartáče poškozují lak, nedokonale myjí i vysušují vozidlo. Kartáče jsou nastaveny univerzálně a nemohou se přizpůsobit tvarům všech vozidel. Tlak kartáčů je z tohoto důvodu nerovnoměrný a mytí je občas velmi nešetrné (například ulomení antény, hluboké rýhy v karoserii, utrnutí zpětného zrcátka apod.). Při pravidelném užívání kartáčových myček, lak karoserie začne ztrácet lesk a později se objeví i nepravidelné škrábance. I tato technologie však prošla v posledních letech značným vývojem, a tím pádem se i výrazně snížilo nebezpečí poškrábání laku.

Do skupiny D lze řadit motoristy, kteří preferují profesionální čištění exteriéru i interiéru vozidla v ruční myčce. Tento způsob mytí je velmi šetrný ke karoserii vozu, nepoměrně náročnější a pečlivější. Ruce dosáhnou i tam, kam se klasické kartáče nedostanou. Ruční mytí a ošetření vozidla může staré auto proměnit v nablýskaný reprezentativní vůz. Oproti kartáčovému mytí je lepší ve všech ohledech. Až na cenu, která se může vyšplhat až na několik tisíc korun. Za tuto cenu již zákazník získá navíc důkladné vyčištění interiéru, obnovení vzhledu vnitřních i vnějších plastů či rozleštění menších škrábanců na karoserii. Profesionální mytí je využíváno řidiči, kteří si potrpí na bezchybný vzhled, především u luxusnějších vozů. Může se jednat také o řidiče, kteří mohou spadat do ostatních skupin, ale několikrát do roka si nechají umýt a ošetřit lak v ruční myčce kvůli ochraně laku anebo třeba jen jednou před prodejem auta.

Do skupiny E lze řadit motoristy, kteří vyhledávají samoobslužné bezkontaktní mytí vozidel. Tento způsob čištění zevnějšku vozidla je určen pro majitele vozidel, kteří chtějí vyloučit možnost poškození laku v mycích linkách, a přitom vyžadují vysoce kvalitní mytí. Péče o jejich automobil je zpravidla jejich zálibou. Tento způsob mytí je pro ně i cenově dostupný. Nespornou výhodou samoobslužného bezkontaktního mytí v mycích boxech je možnost umytí obtížně přístupných míst na vozidle, např. podběhů a podvozku. Samoobslužné mycí boxy mohou využívat také osobní a užitkové automobily, které nemohou zajet do automatické mycí linky z důvodu tvarové složitosti (např. off-road s ochrannými rámy, pick-up) nebo příliš velkých rozměrů, motocyklisté či majitelé přívěsných vozíků. Drobnou nevýhodou oproti kartáčovým myčkám je o trochu nižší účinnost mytí. Na bezkontaktní myčku se tedy musí jezdit častěji, aby na voze nebyla „zažraná“ špína.

3.13 Marketingový průzkum

Snahou tohoto marketingového průzkumu, provedeného formou anonymního dotazování, je zjistit tendence řidičů při rozhodování o způsobu mytí automobilů v Praze a přispět tak k lepšímu posouzení poptávky po bezkontaktním mytí auta v samoobslužných mycích boxech. Jako místo dotazování byla vybrána budova Business Centrum Vyšehrad, na adrese: Praha 4, Na Pankráci 1685/1. Tato budova je sídlem Magistrátu hlavního města Prahy odboru dopravně správních činností, který zajišťuje například agendu řidičských průkazů pro celou Prahu. Výhodou zvoleného místa je, že se na tomto místě během jednoho dne vystřídá několik stovek řidičů (žen i mužů), různých věkových skupin a z různých městských částí Prahy. Předem vytvořený dotazník s osmi uzavřenými a dvěma otevřenými otázkami byl v průběhu dvou pracovních dní nabídnut cca 180 respondentům k vyplnění. Ukázka vyplněného dotazníku je přiložena jako příloha č. 15.

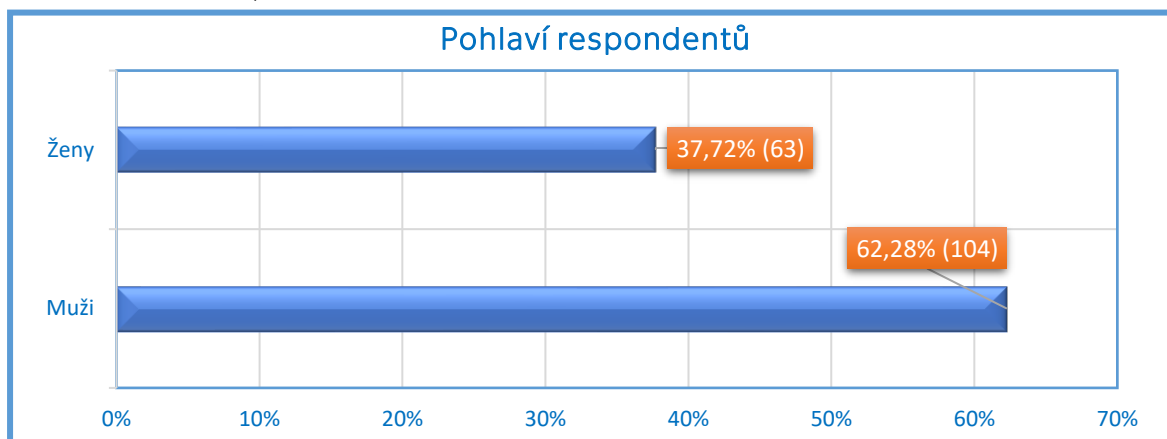
3.13.1 Vyhodnocení dotazníkového průzkumu

K vyhodnocení výsledků dotazníkového průzkumu jsou použity dotazníky od 167 respondentů, kteří odpověděli na všechny otázky. Výsledky jsou zaznamenány do následujících grafů.

1. Otázka: Jste žena nebo muž?

Z celkového počtu 167 oslovených respondentů bylo 37,72% žen řidiček a 62,28% mužů řidičů. Tato skutečnost poukazuje na poměrně vysoké zastoupení žen řidiček. V reklamních kampaních je zapotřebí zaujmout i ženy.

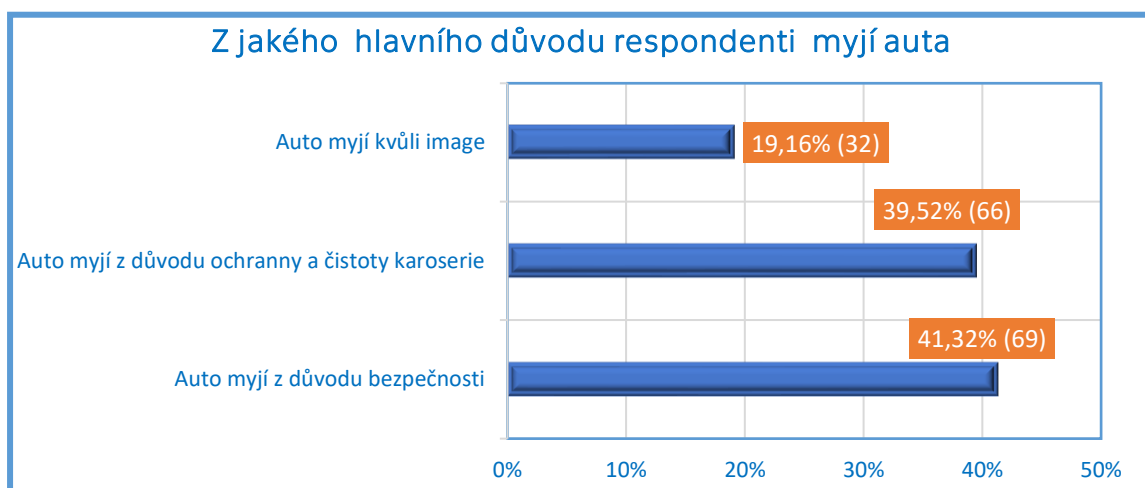
Obrázek 4: Pohlaví respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování

2. Jaký je hlavní důvod mytí Vašeho auta?

Obrázek 5: Z jakého hlavního důvodu respondenti myjí auta



Zdroj: Vlastní zpracování

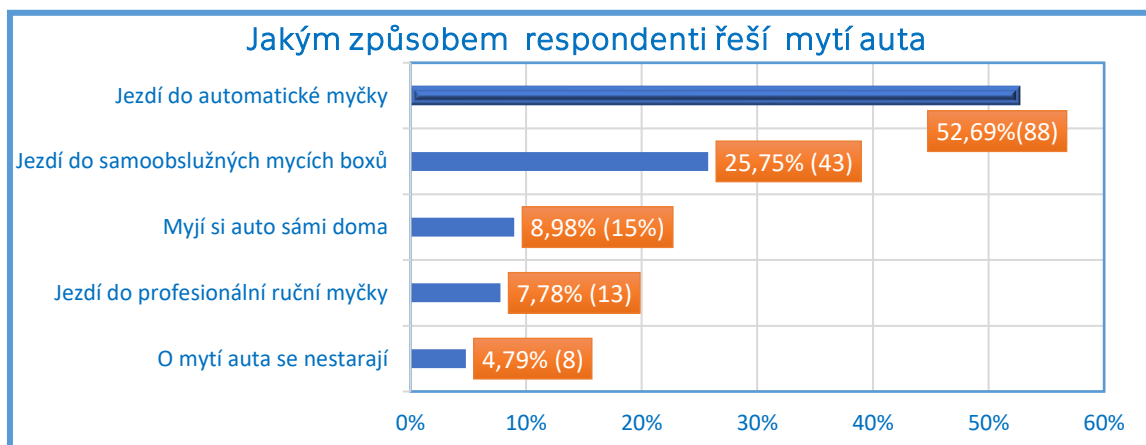
Celkem 41,32% respondentů uvedlo jako hlavní důvod mytí auta bezpečnost. Čistá karoserie je na silnici lépe vidět a umytá okna zlepšují výhled řidiče. Ochranu a čistotu karoserie uvedlo jako hlavní důvod 39,52% respondentů. Pro tyto řidiče je na prvním místě ochrana laku před povětrnostními vlivy a solí. Téměř dvacet procent respondentů uvedlo, že myjí auto kvůli image. U těchto zákazníků lze předpokládat nejvyšší četnost návštěvnosti myčky.

3. Jakým způsobem řešíte mytí Vašeho auta?

Dle očekávání, nejpočetnější skupinou jsou respondenti, kteří využívají služeb automatických myček. Druhou v pořadí je skupina respondentů, která preferuje samoobslužné mycí boxy. Téměř 9% respondentů uvedlo, že si myjí auta sami doma (před domem, na zahrádce apod.) a přibližně 8% jezdí do profesionálních ručních

myček. Nejméně početnou skupinou jsou respondenti, kteří se o mytí auta nestarají. Tento průzkum ukazuje na poměrně vysokou oblíbenost samoobslužného mytí. Pro nově vznikající samoobslužnou bezkontaktní myčku jsou důležité všechny ostatní skupiny, neboť lze předpokládat, že vhodnou marketingovou komunikací zaměřenou na přednosti bezkontaktního mytí a souběžně poukázáním na zápory automatických myček se nechá část řidičů nalákat na bezkontaktní mytí.

Obrázek 6: Jakým způsobem respondenti řeší mytí auta

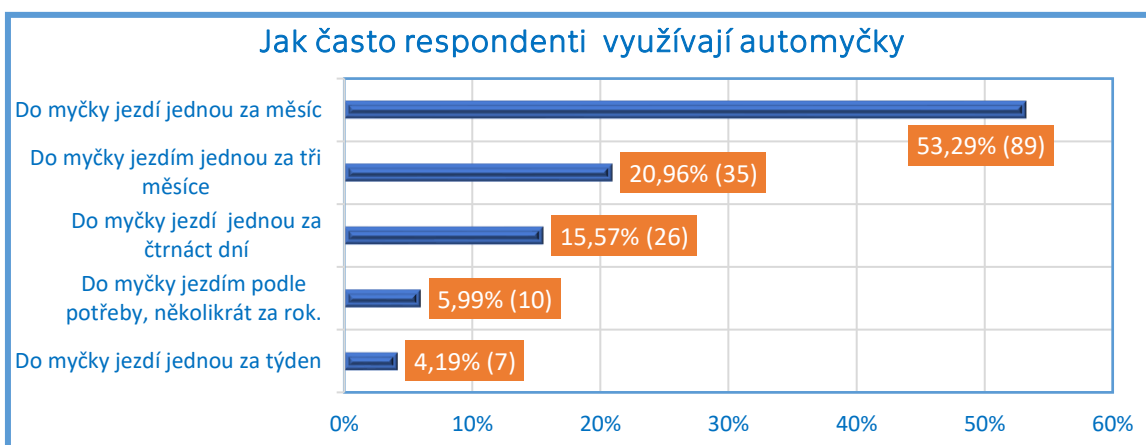


Zdroj: Vlastní zpracování

4. Jak často využíváte automyčku?

Z uvedených odpovědí plyne, že 53,29% respondentů využívají služeb automyčky jednou za měsíc. Jednou za tři měsíce navštíví myčku 20,96% respondentů a jednou za čtrnáct dní jezdí do myčky 15,57% respondentů. Nejméně početnou skupinou jsou respondenti, kteří jezdí do myčky jednou týdně. Samoobslužná bezkontaktní myčka má potenciál zvýšit návštěvnost řidičů, kteří jsou citliví na cenu.

Obrázek 7: Jak často respondenti využívají automyčky



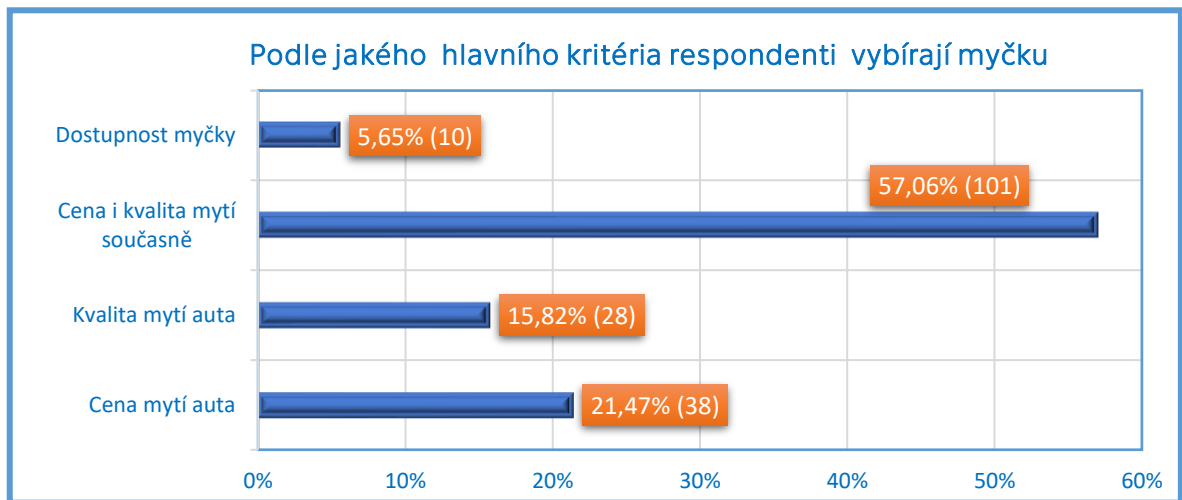
Zdroj: Vlastní zpracování

5. Podle jakého hlavního kritéria vybíráte automyčku?

Nejvíce respondentů (57,06%) uvedlo, že při výběru automyčky hodnotí současně cenu i kvalitu mytí auta. Cena mytí auta je hlavním kritériem pro 21,47% respondentů a pro 15,82% respondentů je hlavním kritériem kvalita mytí auta. Z pohledu

samoobslužné myčky jsou tato zjištění dobrá, neboť samoobslužná myčka je schopna umýt auto kvalitněji a levněji než automatická automyčka.

Obrázek 8: Podle jakého hlavního kritéria respondenti vybírají myčku

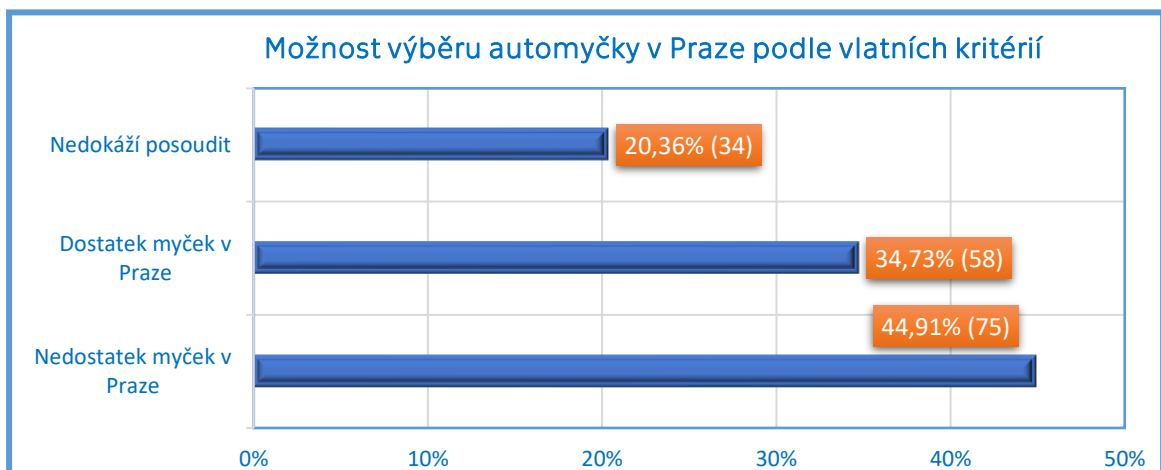


Zdroj: Vlastní zpracování

6. Myslíte si, že je v Praze dostatek automyček a máte tak možnost vybrat automyčku podle Vašich preferencí (cena, kvalita mytí, ochrana laku, dostupnost, rychlost mytí, šetrnost k laku karoserie nebo k životnímu prostředí apod.)?

Z odpovědí plyne, že 44,91% korespondentů nemá možnost výběru automyčky podle vlastních kritérií, zatímco 34,73% respondentů se domnívá, že je tomu naopak a 20,36% respondentů nedokáže posoudit. Tento pohled na věc naznačuje, že poměrné velké množství respondentů stále hledá tu správnou automyčku. Na druhou stranu to neznamena, že pro všechny hledající je samoobslužná bezkontaktní myčka tou správnou volbou.

Obrázek 9: Mají respondenti možnost vybrat automyčku v Praze podle vlastních kritérií



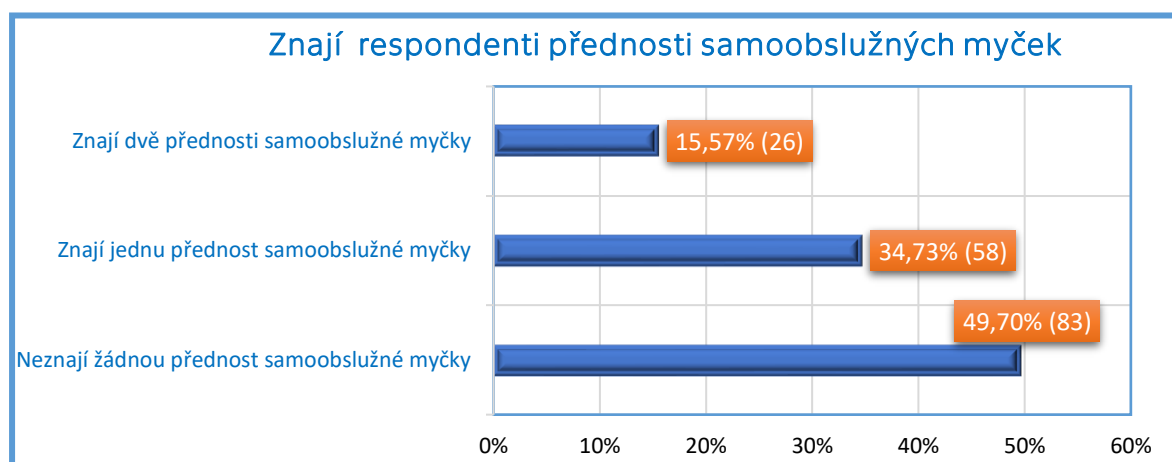
Zdroj: Vlastní zpracování

7. Jaké hlavní přednosti samoobslužných myček znáte?

Z grafu je patrné, že 49,70% respondentů nezná žádnou přednost samoobslužných myček. Pouhých 15,57% respondentů uvedlo správně dvě hlavní přednosti a 34,73% respondentů napsalo jednu přednost. Z uvedeného grafu vyplývá, že marketingovou

komunikaci je potřeba zaměřit na zvýšení informovanosti majitelů automobilů na výhody samoobslužného bezkontaktního mytí automobilů.

Obrázek 10: Znají respondenti přednosti samoobslužných myček

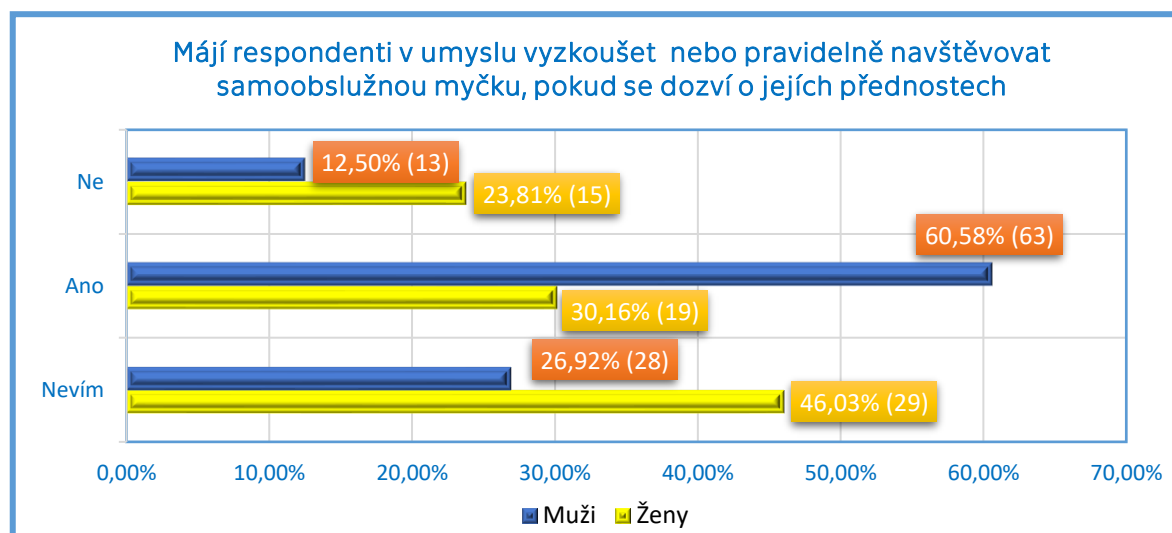


Zdroj: Vlastní zpracování

8. Máte v úmyslu vyzkoušet nebo pravidelně navštěvovat samoobslužnou myčku, pokud se dozvíte o jejích přednostech?

Odpovědi na tuto otázku rozdělíme podle pohlaví respondentů. Z grafu je patrné, že u žen převažuje odpověď „nevím“. Je to dáno s velkou pravděpodobností tím, že samoobslužné mytí je fyzická aktivita a ženy si nejsou zcela jisté, zda tuto aktivitu zvládnou.

Obrázek 11: Májí respondenti v úmyslu vyzkoušet nebo pravidelně navštěvovat samoobslužnou myčku



Zdroj: Vlastní zpracování

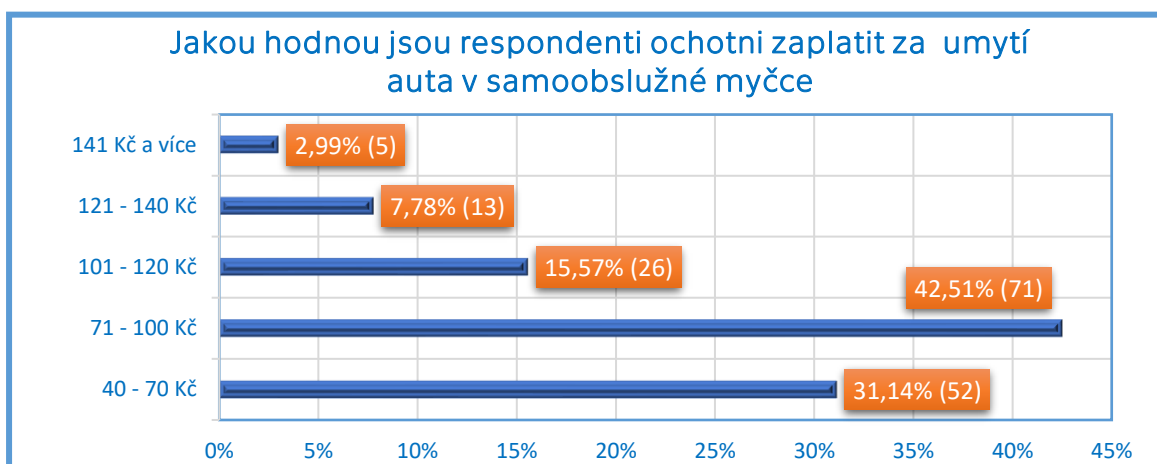
V rámci marketingové komunikace, je třeba vhodnou formou ukázat ženám, že se jedná o fyzicky nenáročnou aktivitu. U dotázaných mužů je pozitivní zjištění, že 60,58% z nich je ochotno minimálně vyzkoušet samoobslužnou bezkontaktní myčku, pokud se seznámí s jejími výhodami. Mužů odmítajících vyzkoušet samoobslužnou myčku je pouze 12,50%. Kladně můžeme hodnotit i 30,16% žen, které jsou ochotné vyzkoušet myčku. Toto grafické zobrazení napovídá, že marketingová

komunikace zaměřená na výhody samoobslužného mytí může mít strategický význam pro začínající myčku.

9. Jakou peněžní hodnotu jste ochotni zaplatit za umytí auta v samoobslužné myčce, pokud zohledníte Vaši práci a přednosti bezkontaktního mytí?

Nejvíce respondentů uvedlo, že jsou ochotni zaplatit za umytí auta 71-100 Kč. Druhou nejpočetnější skupinou jsou respondenti, kteří upřednostnili cenové rozpětí 40-70 Kč. Za pozitivní je možné považovat, že 26,34% (15,57%+7,78%+2,99%) respondentů je podle průzkumu ochotno zaplatit více než 100 Kč. Vážený aritmetický průměr peněžní hodnoty, jež jsou respondenti ochotni zaplatit, činí 86 Kč.

Obrázek 12: Jakou hodnotu jsou respondenti ochotni zaplatit za umytí auta v samoobslužné myčce



Zdroj: Vlastní zpracování

10. Máte-li na téma automyček v Praze nějaké podněty nebo připomínky, prosím uveďte je:

Na tuto otevřenou otázku odpovědělo pouze část respondentů. V odpovědích uvedli několik nedostatků automyček. U automatických myček si stěžovali na špatně umytá elektronová kola, poškrábanou karoserii, neodstraněný hmyz z karoserie a čelního skla, ulomené zrcátko nebo anténu. U samoobslužných myček si stěžovali na slabý tlak vody, málo aktivní pěny, nemožnost placení kartou, složitost ovládání mycích boxů. U profesionálních ručních myček si stěžovali na vysoké ceny a ve dvou případech dokonce na poškozený lak karoserie.

3.14 Marketingový mix 7P

Marketingový mix je soubor taktických marketingových nástrojů, které firma používá k úpravě nabídky podle cílových trhů. Marketingový mix zahrnuje vše, co firma může udělat, aby ovlivnila poptávku po svém produktu²⁴.

V této části budeme charakterizovat prvky marketingové mixu, které budou v potřebné míře aplikovány při uvádění bezkontaktní myčky na trh. V současné době

²⁴ KOTLER, P., WONG, V., SAUNDERS, J., ARMSTRONG, G.: Moderní marketing. 4. vydání. Praha: GRADA, 2007. s. 1048. ISBN 978-80-247-1545-2.

patří k nejrozšířenějším konceptům marketingového mixu služeb tzv. 7P mix. Ten zahrnuje: produkt, cenu, místo, propagaci, lidi, procesy, materiální prostředí.

3.14.1 Produkt

Společnost uvede na trh bezkontaktní myčku, kterou bude tvořit šest samoobslužných mycích boxů špičkové evropské úrovně. Ruční samoobslužná myčka nabídne řidičům výrazně levnější mytí než běžné kartáčové myčky a ve vyšší kvalitě. Myčka bude otevřena 24 hodin denně a 7 dní v týdnu. V zimních měsících bude provoz umožněn až do - 20 °C. Zákazníkům budou v kombinaci s dostatečným prostorem na parkování (odstavné parkoviště) k dispozici čtyři výkonné samoobslužné vysavače s kompresorem na huštění pneumatik a dva stojany na vyklepání koberečků. V nabídce bude i bezdotykové mytí s obsluhou pro běžné a zdravotně postižené zákazníky a prodej kvalitní autokosmetiky.

Obrázek 13: Samoobslužný mycí box (ilustrační obrázek)



Zdroj: <http://bkfcarwash.cz/nase-dokoncene-projekty/>

Do budoucna plánuje společnost rozšiřovat portfolio poskytovaných služeb s cílem být o krok napřed před konkurencí. Zvaží pořízení samoobslužného automatu na praní koberečků, zařízení na černý lesk pneumatik, automatu na parfémování interiéru vozidla, samoobslužného parního čističe a vysavače v jednom na čištění sedaček a čalounění vozidla apod. V oblasti platebních služeb, zákazník jistě uvítá rozšíření možností placení, například placení kreditní kartou, mobilní aplikací, předplacenými zákaznickými kartami, zavedení placení s odloženou splatností pro firmy apod. V rámci zvyšování kvality poskytovaných služeb společnost rovněž zvaží vybudování zastřešení odstavného parkoviště, pod nímž budou poskytovány výše zmíněné rozšiřující služby.

Pro zákazníky z řad jednostopých vozidel plánuje společnost vybudovat mycí box pro mytí motocyklů a jízdních kol s programy speciálně vyvinutými k tomuto typu mytí. Doplnkovou službou pro tuto skupinu zákazníků bude pořízení zařízení pro desinfekci helmy.

Obrázek 14: Samoobslužné vysavače a pračka koberců (ilustrační obrázek)



Zdroj: <http://www.petro.cz/petrol-awards/petrolawards-15/bezkontaktni-rucni-vysokotlaka-mycka-se-spodnim-mytim-6371.aspx>

3.14.2 Cena

Při rozhodování o ceně poskytovaných služeb přihledne společnost k cenám nejbližší konkurence. V žádném případě neplánuje vyvolat cenovou válku.

V nabídce budou následující mycí programy:

Program č. 0 – Turbo nástřik aktivní pěny	10 Kč za 50 vteřin
Program č. 1 – Tlakové mytí práškem	10 Kč za 50 vteřin
Program č. 2 – Oplach čistou vodou	10 Kč za 50 vteřin
Program č. 3 – Údržba polymerem (voskem)	10 Kč za 50 vteřin
Program č. 4 – Závěrečný oplach (leštění)	10 Kč za 50 vteřin

Základní cena všech mycích programu bude tedy činit 10 Kč za 50 vteřin. Zákazník může absolvovat velmi levné mytí automobilu již za 30 Kč (nástřik aktivní pěny, tlakové mytí práškem, oplach čistou vodou). Za kvalitní umytí, údržbu polymerem a leštění může zákazník zaplatit 100 Kč i více. Cenový rozsah je velmi široký a výslednou cenu si určí sám zákazník. Záleží také na typu vozidla a jeho znečištění. Hodnota, kterou zákazník dostane, bude přímo úměrná vydaným penězům. Při zvolení programu s obsluhou bude mytí provedeno obsluhujícím personálem s příplatkem 30 Kč. Zdravotně postižení zákazníci budou mít tuto službu bez příplatku. Použití samoobslužného vysavače bude zpoplatněno 10 Kč za 5 minut.

Společnost odhaduje, že průměrná útrata zákazníka za umytí jednoho automobilu bude činit cca 100 Kč.

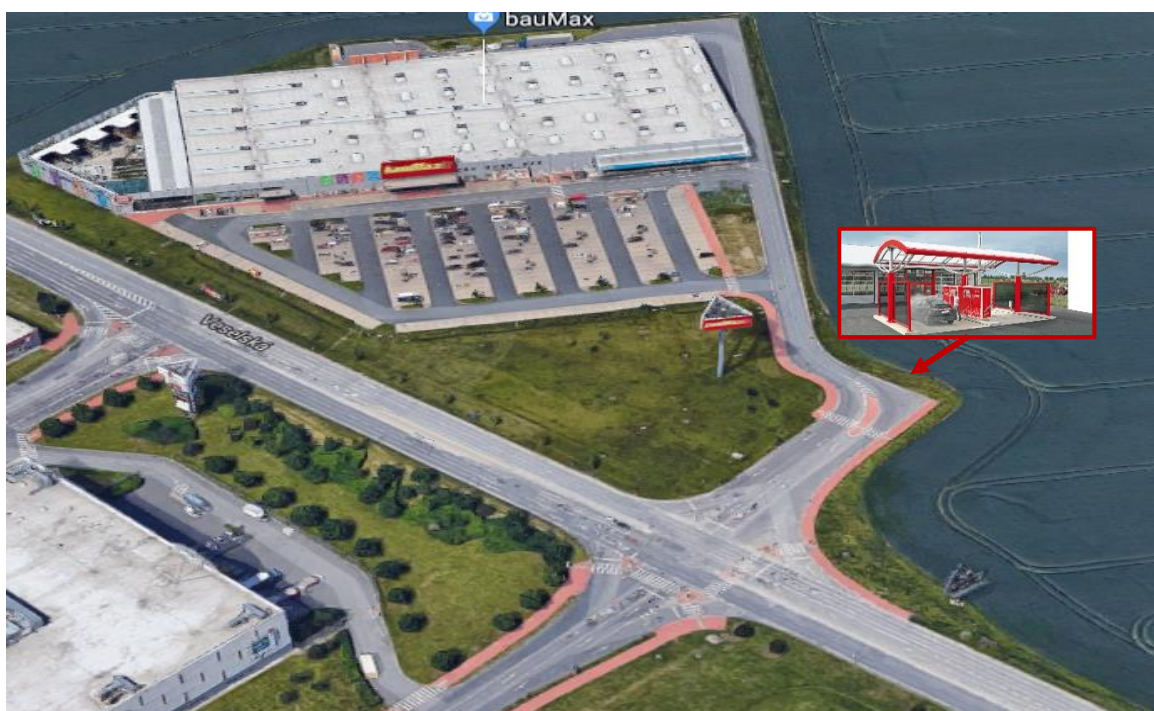
V čase od 22:00 do 6:00 hodin bude zákazníkům nabídnut časový bonus ve výši 30 %. Cena jakéhokoliv programu bude v tomto čase činit 10 Kč za 65 vteřin.

Zákazníci budou moci využít k placení bezhotovostní klíč s předplaceným kreditem. Kredit bezhotovostního klíče jim obsluhující personál nabije dle potřeby. Minimální částka kreditu bude činit 1 000 Kč.

3.14.3 Místo

Volba správné lokality pro provoz bezkontaktní myčky je z hlediska návratnosti investice zásadním faktorem, a to především s ohledem na místní konkurenci a potenciál trhu. Provoz bezkontaktní myčky bude probíhat na pronajatém pozemku o celkové ploše 800 m². Pozemek se nachází podél ulice Veselská na území městské části Prahy 18, v Letňanech. Myčka bude vystavěna v těsném sousedství parkoviště, které náleží přednímu hobby marketu Baumax v Letňanech. V blízkosti se nachází také Obchodní centrum Letňany, jež patří mezi největší obchodní centra v Praze. Velkou předností této lokality je vysoká intenzita dopravy (viz kapitola „technologické faktory“). Jedná se o dvouproudou komunikaci spojující Letňany s dálnicí D8. Výhodou je dobrá viditelnost z hlavní komunikace.

Obrázek 15: Umístění samoobslužné myčky (ilustrační obrázek)



Zdroj: www.google.com/maps/

3.14.4 Propagace

Propagace patří mezi nejviditelnější částí marketingového mixu. Při uvádění nové služby na trh ve vybrané lokalitě může být tento nástroj marketingového mixu klíčový. Pro začínající podnik je správná propagace nesmírně důležitá. Její hlavní

náplní je sdělovat potencionálním zákazníkům vhodnou formou potřebné informace o poskytované službě. Slouží k přilákání zákazníků.

Už při samotném zahájení výstavby myčky, bude společnost komunikovat s potencionálními zákazníky. Stavba trvá cca 2 měsíce. Během ní bude usilovat o to, aby obyvatelé nebyli obtěžováni nadměrným hlukem, prachem a znečištěním okolí. Jde o to, aby okolní obyvatelé vnímali novou stavbu pozitivně. Reklamní kampaň bude zahájena současně se zahájením výstavby myčky. Pozemek, na němž bude stát myčka je dobře viditelný z obou stran hlavní příjezdové komunikace. Ochranné oplocení kolem stavby využije společnost jako reklamní plochu pro sdělení, že se zde buduje nová myčka s revoluční technologií, s nízkou cenou, přívětivou ke ekologii apod. Již během výstavby bude, za účelem oslovení co největšího počtu potencionálních zákazníků, zahájena komunikace také na sociálních sítích, bude vytvořena webová prezentace a na vybraných místech v Letňanech budou umístěny venkovní informační bannery. Na internetových stránkách budou zveřejňovány informace o společnosti, logo, kontaktní formulář, aktuální ceníky, tipy a rady, jak správně umýt auto, slevové akce, nabídky věrnostních programů, fotky z prostředí myčky, sdělení o výhodách samoobslužného bezkontaktního mytí apod. Samotná existence webových stránek však nezaručuje úspěšnou propagaci. Ke zvýšení návštěvnosti webu společnost využije ověřené nástroje zvyšování jejich návštěvnosti např. registrace ve vyhledávačích, firemní blog, klíčová slova, sdílení obsahu na sociálních sítích, bannerovou reklamu apod.

Podpora prodeje služeb a zboží bude probíhat také formou databázového marketingu. Od něho si společnost slibuje zvýšení efektivity komunikace se zákazníky, což se projeví v lepší odezvě zákazníků a v konečném důsledku ve větších tržbách. Společnost plánuje naplňovat databázi zákazníků prostřednictvím předváděcích akcí s registrací. Zákazníci se budou moci registrovat i na webu. Odměnou za registraci a vyplnění jednoduchého dotazníku bude užitečný dárek nebo umytí vozu zdarma. Naplněnou databázi využije společnost k rozhodování o poskytnutí určité nabídky, k identifikaci potencionálních zákazníků, k prohloubení loajality zákazníků, k zabránění nebo nápravě chyb ve vztazích se zákazníky apod.

Hlavním úkolem předváděcích akcí bude přilákat a navázat osobní kontakt se zákazníky, kteří upřednostňují alternativní způsoby mytí a přimět je ke změně dosavadních návyků. Důraz bude kladen na výhody bezkontaktního mytí oproti ostatním způsobům mytí. Samoobslužné bezkontaktní mytí má totiž potenciál získat zákazníky všech skupin. Pro mnohé z nich se z ručního mytí auta může stát rituál, při kterém očistí nejenom svoje auto, ale ještě při tom sami zrelaxují. Na předváděcích akcích bude obsluhující personál ukazovat, jak správně používat bezkontaktní tlakovou pistoli a volit jednotlivé mycí programy. Smysl předváděcích akcí vidí společnost i v tom, že zákazníkům představí i technologické zázemí bezkontaktního mytí, které je na vysoké úrovni, energeticky velice úsporné a šetrné k přírodě.

V rámci předváděcích akcí budou zákazníci zasvěceni do problematiky renovace a údržby laku. Budou jim představeny kvalitní výrobky od předních světových

výrobců pro kompletní údržbu automobilů a na vlastní oči uvidí, že na rozdíl od levných běžně dostupných konkurenčních produktů skutečně fungují. V otevřené prodejní buňce si budou moci ihned zakoupit tuto kvalitní autokosmetiku a sami si vyzkoušet její jedinečné vlastnosti.

Elektronická komunikace na sociálních sítích a další marketingové akce na mytí aut nebudou příliš fungovat na korporátní klientelu. Větší firmy mají zpravidla strukturovaný a hromadně řízený nákup služeb, například přímo u vybraného dodavatele pohonných hmot, od něhož čerpají slevy třeba právě na mytí automobilů. Získání této zákaznické skupiny bude předmětem osobního vyjednávání individuálních podmínek služeb mycího centra. Těmto zákazníkům bude společnost nabízet zpětnou fakturaci odebraných služeb.

3.14.5 Lidé

Významným faktorem úspěchu začínající společnosti jsou zákazníci. Od samého počátku je třeba pracovat na vytváření dobrého jména podniku v místě poskytování služby. Šance na získání velkého počtu zákazníků jsou vysoké, neboť mycí centrum v Letňanech se bude nacházet v zóně s vysokou koncentrací automobilů.

Charakteristickým znakem poskytované služby je aktivní zapojení zákazníka do produktivní činnosti. Myčka je koncipována jako samoobslužná, mycí boxy jsou za tímto účelem vybaveny potřebným technickým vybavením a zákazníci se aktivně podílejí na celém procesu mytí tím, že si automobil myjí sami. Tím je zásadně ovlivňována kvalita poskytované služby v tom smyslu, že méně manuálně zručný zákazník nemusí být spokojený s výsledkem mytí. Nedojde tak k naplnění jeho očekávání. Jeden takový nespokojený klient může v tomto podnikání napáchat pěknou paseku a zmařit dlouhodobé úsilí a práci zaměstnanců. Stačí, aby o svém zklamání informoval své přátele, známé a kolegy v práci, případně se podělil s negativní zkušeností na sociální síti. Tuto skutečnost společnost nepodceňuje a je jedním z důvodů, proč zaměstnanci budou svou přítomností dohlížet na provoz myčky. Jejich přítomnost umožní sledovat chování zákazníků během samoobslužného mytí a v situaci, kdy zákazník vyjádří svou nespokojenost postojem, gestem nebo verbálním vyjadřováním, bude se snažit přítomný pracovník citlivě zakročít. Pochopení a empatie jsou prvním krokem k řešení vzniklé situace.

Během provozu však mohou nastat další situace, kdy dojde k přímému kontaktu zákazníka a obsluhujícího personálu. Může se jednat o situace, kdy na myčku přijede nemocný nebo invalidní zákazník, zákazník s malým dítětem v autě, zákazník bude zmatený a bude potřebovat přímou asistenci zkušeného personálu. Od zaměstnanců bude společnost v takovýchto situacích vyžadovat vstřícný proaktivní přístup, empatii, zdvořilost a úsměv.

Společnost si je vědoma toho, že všichni zaměstnanci, kteří vstupují do procesu poskytování služby, ovlivňují svým chováním vnímání kupujícího. Vhodný přístup ke klientovi je důležitým faktorem podnikání. V tomto ohledu se bude společnost držet rčení: Dobrý zákazník není ten, který nakoupí, ale ten, který se vrátí.

3.14.6 Procesy

Spojení mezi zákazníkem a poskytovatelem služby, během procesu poskytování služby, je důvodem k detailnějšímu zaměření se na to, jakým způsobem bude služba poskytována.

Používání samoobslužné myčky lze považovat za velice jednoduché. Řidičům po příjezdu do prostoru mycího centra pomůže k lepší orientaci svislé dopravní značení. Zákazník si zajede s automobilem do zastřešeného mycího boxu. Mytí automobilů v samoobslužném boxu probíhá, tak že zákazník vloží do platebního automatu odpovídající částku v mincích nebo předplacený bezhotovostní klíč, tlačítkem spustí požadovaný mycí program, který poté běží po určitou dobu. Zbývající mycí kredit se zobrazuje na displeji obslužného panelu. Každý mycí box je vybaven pěnovací pistolí k nanášení aktivní pěny a tlakovou pistolí pro následné umytí, voskování a leštění karoserie vozidla. Obě pistole jsou umístěny na otočných ramenech. Mytí v boxu funguje na principu bezkontaktního mytí tlakem vody. Počet mycích impulzů si určuje zákazník sám. Doba mytí karoserie závisí na typu vozidla, míře znečištění a také na šikovnosti zákazníka. V mycím centru bude vždy přítomen pracovník obsluhy, který bude připraven pomoci.

Proces bezkontaktního mytí se skládá z pěti programů:

Program č. 0 – Turbo nástřik aktivní pěny

Jako první program v procesu mytí vozidla je nanesení aktivní přilnavé pěny, která dosahuje vysokého účinku rozpouštění nečistot na vozidle prostřednictvím reakce mikro bublin. Účinek aktivní pěny je velmi silný. Dochází ke změkčení a uvolnění hrubých nečistot na karoserii i na hliníkových kolech. Doporučená vzdálenost nástavce s tryskou je 30 cm od povrchu karoserie.

Program č. 1 – Tlakové mytí práškem

Tento program slouží ke zbavení nečistot. Díky mikrogranulovému prášku jsou z povrchu odstraněny všechny nečistoty. Speciální formule aktivních částic, která připomíná reakci tisíce mikro houbiček, působí zcela neinvazivně na karoserii vozidla. Při tomto programu se používá maximální tlak čerpadla a maximální průtok vody ohřáté na 50–55 °C. Aktivní pěna se omývá odspoda nahoru. Tlakové mytí probíhá ze vzdálenosti 30 cm od povrchu karoserie, pod úhlem 45°. Po umytí pěny je okamžitě vidět, jak je plocha čistá.

Program č. 2 – Oplach čistou vodou

Program zbaví celou karoserii chemie a zbytků nečistot. Automobil se důkladně oplachuje změkčenou čistou vodou (bez chemie) od střechy směrem dolů. Doporučuje se opláchnout i podběhy a spodní části blatníků. Při tomto programu se používá maximální tlak čerpadla a maximální průtok vody. Oplach probíhá ze vzdálenosti 50 cm od povrchu karoserie.

Program č. 3 – Údržba polymerem (voskem)

Program slouží k navoskování karoserie pro vyšší lesk a ochranu laku. Změkčená voda se mísí s horkým polymerovým voskem a vytváří ochrannou vrstvu na povrchu auta, čímž usnadňuje stékání vody a zlepšuje i funkci stěračů. Horký vosk se nanáší směrem od shora dolů ze vzdálenosti 30 cm od povrchu. Při tomto programu se používá poloviční tlak čerpadla a poloviční průtok vody ohřáté na 50-55 °C.

Program č. 4 – Závěrečný oplach (leštění)

Tento program slouží k dosažení konečného efektu lesku karoserie bez fleků a zaschlých kapek díky použité čisté demineralizované vodě (voda zbavená všech minerálů, čistá H₂O) s leštícím přípravkem a nanotitanovým sušícím prostředkem. Automobil se oplachuje vodou od střechy směrem dolů ze vzdálenosti 50 cm od povrchu karoserie. Auto zůstane mokré, ale tato osmotizovaná voda brzy uschne a povrch bude dokonale lesklý. Karoserii není zapotřebí dále sušit. Při tomto programu je používán poloviční tlak čerpadla a poloviční průtok studenou vodou.

Obrázek 16: Návod na bezdotykové mytí (ilustrační obrázek)



Zdroj: <http://bkfcarwash.cz/nase-dokoncene-projekty/>

Po umytí karoserie vozidla zákazník vyjede z mycího boxu a opouští mycí centrum nebo zaparkuje vozidlo na přilehlém odstavném parkovišti, kde může pokračovat v dalším ošetřování karoserie nebo úklidu interiéru: sušení karoserie utěrkou z mikrovlákna, leštění a renovace laku, leštění oken, ošetření venkovních plastů a pneumatik, provonění interiéru, čištění a impregnace kožených sedaček v autě apod. Potřebnou autokosmetiku si může zakoupit v prodejní buňce. S výběrem autokosmetiky pomůže vyškolený obsluhující personál. Pro úklid interiéru a kontrolu správného tlaku vzduchu v pneumatikách může zákazník využít čtyři samoobslužné stojanové vysavače s kompresorem na huštění pneumatik a dva stojany na vyklepání

koberečků. Použití kompresoru a klepače koberečků je zdarma. Vysavač přijímá desetikorunové mince.

3.14.7 Materiální prostředí

Posledním prvkem marketingového mixu je materiální prostředí. Zahrnuje prostor, v němž bude služba poskytována a kde se obsluhující personál (jako poskytovatel služby) bude dostávat se zákazníkem do vzájemné interakce. Do materiálního prostředí patří také hmotné a nehmotné věci, které umožňují poskytování služby.

Samotný vzhled a vybavení mycího centra působí jak na zaměstnance, tak i na zákazníky. Pro samotné zaměstnance je mnohem příjemnější pracovat v prostředí, které do jisté míry pozitivně ovlivňuje jejich pracovní nasazení. Vnímání prostoru u zákazníka hraje významnou roli ve vnímání kvality poskytované služby, stejně tak jako další faktory, mezi něž patří oblečení zaměstnanců, vzhled webových stránek, propagačních materiálů apod. Na základě prvního dojmu si zákazník často vytváří celkové mínění o společnosti. Specifikem poskytované služby je, že je poskytována pod širým nebem, čímž se rozšiřuje působení materiálové prostředí i na lidi, kteří nejsou přímými účastníky procesu mytí. Vezmeme-li v úvahu, že mycí centrum se nachází v městské aglomeraci s vysokou hustotou zalidnění a intenzitou dopravy, dojdeme logicky k závěru, že význam tohoto marketingového nástroje může být pro podnikání velmi důležitý. Vysoce kvalitní design konstrukce a moderní vzhled přispěje zcela určitě k atraktivitě samoobslužné myčky a vzbudí obyčejnou lidskou zvědavost kolemjedoucích automobilistů, která vyústí v jejich první návštěvu mycího centra. V řeči reálných čísel je tento marketingový nástroj schopen každý pracovní den vzbudit zvědavost více než 20 000 řidičů projíždějících kolem vybudovaného mycího centra.

Vnímání materiálového prostředí zákazníka ovlivňuje celá řada dalších faktorů, například:

Prostor – stání v boxech jsou dostatečně prostorná. Snadno se do nich zajíždí a lze do nich vjet i se střešním boxem nebo s jízdními koly na střeše. Celková plocha mycího centra včetně komunikace pro příjezd a výjezd vozidel, odstavného parkoviště určeného pro poskytování doplňkových služeb (samoobslužné vysavače s kompresorem, klepače koberečků apod.) činí 800 m².

Napojitelnost na městské komunikace – mycí centrum je dopravně velmi dobře napojené na dopravní infrastrukturu.

Světlo – kvalitní osvětlení při nočním provozu umožňuje poskytovat službu nonstop.

Čistota a vůně – čisté mycí boxy vzbuzují u zákazníka vyšší důvěru. Pravidelný úklid provádí obsluhující zaměstnanci. Proces mytí auta je doprovázen příjemnou vůní použité autokosmetiky.

Snadná obsluha – provoz mycích boxů je zcela automatický, intuitivní a bez potřeby obsluhy. Samotné mytí nevyžaduje velkou sílu, bez větších problémů zvládnou mytí i řidičky ženy.

Nonstop provoz – technologické zařízení je konstruováno tak, aby umožňovalo provoz 24 hodin denně a 12 měsíců v roce. V zimním období je zajištěno podlahové vytápění všech boxů a cirkulace vody v systému, takže nedochází k jejímu zamrznutí. Myčka umožňuje bezproblémové mytí vozidel do – 20 °C.

Platba mincemi a bezhotovostním klíčem – platbu lze realizovat prostřednictvím bezhotovostního klíče, nebo mincemi vhažovaných do stojanu s ovládacím panelem, na němž si zákazník podle svých potřeb vybírá jednotlivé programy mytí.

Doplňky k mycím boxům – vedle mycích boxů budou umístěny čtyři samoobslužné vysavače s kompresorem na huštění pneumatik, klepače koberečků a nádoby na odpadky.

Doplňkový prodej – zákazníci si mohou zakoupit autokosmetiku pro předčištění i finálního ošetření vozidla. Svůj pobyt si mohou zpříjemnit zakoupením drobného občerstvení (káva, čaj, minerální vody, ochucené vody, energetické nápoje, sušenky, bagety apod.) při čekání na uvolnění mycího boxu nebo při následném úklidu na odstavném parkovišti.

Z rozboru marketingových nástrojů vyplývá, že každý jednotlivý nástroj marketingového mixu má svoji nezastupitelnou roli. Nástroje marketingového mixu dávají společnosti velký potenciál k naplnění poslání. Jejich účinek se násobí vzájemnou podporou.

Obrázek 17: Měnička peněz (ilustrační obrázek)



Zdroj: <http://bkfcarwash.cz/nase-dokoncene-projekty/>

Obrázek 18: Platební terminál (ilustrační obrázek)



Zdroj: <http://bkfcarwash.cz/nase-dokoncene-projekty/>

4 FINANČNÍ PLÁN

Ve finančním plánu se zaměříme na finančně ekonomickou stránku podnikatelského plánu. Při zpracovávání navážeme na informace a poznatky, které jsem popsala v předchozí části.

Z hlediska časového horizontu můžeme tento finanční plán charakterizovat jako dlouhodobý, neboť jej budeme sestavovat na časové období deseti let. Tato doba koresponduje s očekávanou životností technologické části myčky. Pro označení jednotlivých období ve finančním plánu použijeme kalendářní roky 2019 až 2028. Výchozím časovým bodem bude datum 1. 1. 2019. Tento okamžik představuje okamžik zahájení ostrého provozu samoobslužné myčky.

K vytvoření finančního plánu použijeme tabulkový editor Microsoft Excel. Tabulky vstupních proměnných naplníme odůvodněnými vstupními proměnnými a propojíme s dalšími tabulkami (buněkami), čímž vytvoříme ucelenou strukturovanou soustavu tabulek, v níž se změna jedné vstupní veličiny propočte podle nastavené závislosti do ostatních tabulek (buněk). Tímto způsobem vytvoříme finanční model, který nám zobrazí hodnotitelný proces složený ze vstupů, přeměny vstupů a výstupů. Požadovanými výstupy jsou plánová rozvaha, plánový výkaz zisku a ztrát a plánový výkaz peněžních toků. Data z těchto výkazů použijeme v další fázi k analýze bodu zvratu, k finanční analýze a k analýze ekonomické efektivity investice. Výhodou finančního modelu ve spojitosti s počítačovým zpracováním je, že nám pomůže vytvořit plánové varianty podnikatelského plánu a souběžně provádět hodnocení z hlediska plánovaných cílů. V případě, že výstupy finančního modelu nenaplní představy o ekonomické výhodnosti investice, vhodnou změnou vstupních parametrů docílíme optimalizace finančního plánu.

Abychom finanční plán správně sestavili je zapotřebí naplnit finanční model reálnými číselnými daty. Správně sestavený finanční plán pomůže neztratit kontrolu nad financemi společnosti. Přesnost a úplnost podkladů je základním předpokladem kvality navrhovaného finančního plánu. Mezi klíčové vstupní parametry finančního plánu řadíme zejména náklady na pořízení samoobslužné bezkontaktní automyčky, normy spotřeby chemických čisticích prostředků a medií (voda, elektřina, plyn) na jednotlivé mycí programy, jednotkové ceny těchto vstupů a informace týkající se budoucí poptávky po samoobslužném mytí automobilů ve zvolené lokalitě. Náklady na pořízení kompletní technologie, zjistíme na základě cenové nabídky dodavatele společnosti BKF Myčky s.r.o. Informace o provozních nákladech, tj. spotřebě chemických čisticích prostředků a medií na jednotlivé mycí programy, nákladech na servisní prohlídky apod. převezmeme z investorské kalkulačky, kterou zpřístupňuje výrobce technologie registrovaným uživatelům za účelem propočtu rentability provozu samoobslužné myčky. Informace o ostatních nákladových vstupech (pojištění majetku, pořízení sanitární a kancelářské buňky včetně jejich vybavení, pořízení automobilu, náklady na spotřebované pohonné hmoty apod.) zjistíme kvalifikovaným odhadem s využitím veřejně dostupných zdrojů.

K získání informací týkající se budoucí poptávky po samoobslužném mytí automobilů jsem využila nabídky společnosti konzultovat důležité aspekty finančního plánu s obchodním zástupcem společnosti BKF Myčky s.r.o. Stanovení poptávky po samoobslužném mytí v lokalitě výstavby myčky je nepochybně důležitým aspektem tohoto podnikatelského záměru. Při jednáních jsme zvažovali všechny důležité faktory, které mohou ovlivňovat návštěvnost myčky. Diskutovali jsme o faktorech, které jsou předmětem analýzy PESTEL, Porterovi analýzy pěti sil, analýzy SWOT a další. Dodavatel technologie má bohaté podnikatelské zkušenosti v tomto oboru. Trh samoobslužného mytí automobilů v České republice komplexně sleduje a shromažďuje důležité informace o aktivitách konkurence, marketingových kampaních, zákaznicích, trendech apod. Má k dispozici řadu empirických informací získaných dlouhodobým marketingovým monitorováním trhu. Patří k nim i údaje o poptávce v regionech, v níž myčky úspěšně fungují. Po zvážení všech diskutovaných faktorů vyplynulo, že v dané lokalitě lze očekávat průměrné denní využití kapacity myčky v rozmezí 25% až 35%.

Finanční plán se běžně sestavuje jako soustava finančních plánů, které se od sebe liší prognózami vývoje ekonomické situace podniku. Zpravidla se sestavuje finanční plán ve třech variantách budoucího vývoje – reálná, pesimistická a optimistická. V duchu tohoto zaběhlého a v praxi ověřeného postupu finančního plánování ztotožníme ekonomický vývoj tohoto podnikatelského plánu s vývojem důležitého ekonomického ukazatele, za který považuji průměrné denní využití kapacity myčky. Za pesimistickou variantu ekonomického vývoje budeme považovat ekonomický vývoj odpovídající průměrnému dennímu využití kapacity myčky 25% a nižší. Za optimistickou variantu ekonomického vývoje budeme považovat ekonomický vývoj odpovídající průměrnému dennímu využití kapacity myčky 35% a vyšší.

Za reálnou variantu ekonomického vývoje budeme považovat ekonomický vývoj odpovídající průměrnému dennímu využití kapacity myčky v rozmezí 25% až 35%.

Tabulka 12: Varianty ekonomického vývoje podnikatelské plánu

Varianty ekonomického vývoje podnikatelského plánu (v závislosti na průměrném denním využití kapacity myčky)		
Pesimistická	Reálná	Optimistická
25% a méně	25% až 35%	35% a více

Zdroj: Vlastní zpracování

Vytvořený finanční model je schopen zpracovat bez větších problémů všechny varianty ekonomického vývoje. Pouhou změnou vstupního parametru modelu „průměrné využití kapacity myčky“ se finanční plán vytvořený v tabulkovém editoru přepočte podle nastavených závislostí a ihned vidíme výsledný ekonomický vývoj.

S ohledem na množství zpracovávaných dat ve finančním modelu a dodržení přiměřeného rozsahu diplomové práce, zredukujeme finanční plán na zpracování ekonomického vývoje, který bude odpovídat 25% využití kapacity myčky. To znamená, že plánové výkazy, finanční analýzu i hodnocení ekonomické efektivity podnikatelského plánu zpracujeme pro výše uvedenou variantu budoucího vývoje. Zjistíme-li během zpracování, že je účelné rozpracovat dílčí části finančního plánu do více scénářů ekonomického vývoje, například při analýze bodu zvratu, využijeme schopnosti finančního modelu kvýpočtu ekonomických veličin pro více variant využití kapacity myčky.

Finanční plán rozčleníme do logicky strukturovaných částí, tak aby byl zřejmý postup jeho zpracování. Výpočty ve finančním plánu nejsou ovlivňovány meziroční změnou inflace.

4.1 Rozpočet počátečních výdajů

Rozpočet počátečních výdajů je prvním výkazem finančního plánu. V příloze č. 1 je uveden tento výkaz v podrobnějším členění. V níže uvedené tabulce jsou položky rozpočtu rozčleněny podle druhu.

Největší položkou v rozpočtu je pořízení samoobslužné myčky se šesti mycími boxy s dvěma vysavači a klepači koberců v celkové pořizovací ceně 6 620 280 Kč. Kancelářský a prodejní kontejner v ceně 345 000 Kč bude sloužit pro prodej doplňkového sortimentu a vyřizování běžných provozních záležitostí. Kancelář a prodejna bude vybavena počítačem s nezbytným účetním a kancelářským softwarem, tiskárnou, faxem a kopírkou v hodnotě 53 239 Kč. Sanitární kontejner v ceně 286 000 Kč vybavený toaletou, sprchou, umyvadlem a šatnou bude sloužit pro potřeby pracovníků myčky. Zaměstnancům a společníkům budou zakoupeny čtyři mobilní telefony v pořizovací ceně 33 880 Kč. Před zahájením provozu bude zapotřebí nakoupit počáteční zásobu materiálu a zboží v hodnotě 97 974 Kč. V rozpočtu je také vyhrazeno 145 200 Kč na propagaci myčky. Tyto prostředky budou čerpány po zahájení provozu myčky za účelem zvýšení povědomí o myčce a zvýšení

přílivu nových zákazníků. Na právní a poradenské služby je vyčleněno v rozpočtu 84 700 Kč. Užitkový automobil v pořizovací ceně 411 400 Kč bude určen především pro zásobování. Rezerva ve výši 122 327 Kč je určena pro pokrytí zvýšených výdajů.

Tabulka 13: Rozpočet počátečních výdajů rozčleněný podle druhu

Rozpočet počátečních výdajů rozčleněný podle druhu			
[v Kč]	Cena bez DPH	Sazba DPH	Cena s DPH
Samoobslužná myčka 6 boxů*	6 231 300	0%	6 231 300
Vysavač DUO z nerezové oceli s kompresorem*	171 500	0%	171 500
Vysavač DUO z nerezové oceli s kompresorem*	171 500	0%	171 500
Kancelářský a prodejní kontejner*	345 000	0%	345 000
Sanitární kontejner*	286 000	0%	286 000
Užitkový automobil Ford Connect	340 000	21%	411 400
Dlouhodobý hmotný majetek	7 545 300		7 616 700
Klepač koberců 2 stanoviště	19 000	21%	22 990
Klepač koberců 2 stanoviště	19 000	21%	22 990
Počítač	15 999	21%	19 359
Telefon (4 ks)	28 000	21%	33 880
Tiskárna, fax, kopírka,	11 000	21%	13 310
Dlouhodobý drobný hmotný majetek	92 999		112 529
Účetní software	12 000	21%	14 520
Kancelářské programy Office apod.	5 000	21%	6 050
Dlouhodobý drobný nehmotný majetek	17 000		20 570
Počáteční zásoba materiálu	21 470	21%	25 979
Počáteční zásoba zboží	59 500	21%	71 995
Počáteční zásoby	80 970		97 974
Právní a poradenské služby	70 000	21%	84 700
Propagace a reklama	120 000	21%	145 200
Rezerva za zvýšené výdaje	101 091	21%	122 327
Počáteční výdaje celkem	7 905 383		8 200 000

Zdroj: Vlastní zpracování

Ceny položek v rozpočtu označených hvězdičkou (*) neobsahují sazbu DPH. Důvodem je skutečnost, že podle zákona o DPH se na stavební a montážní práce vztahuje režim přenesení daňové povinnosti. Tento režim se uplatní mezi plátcí s místem plnění v tuzemsku. Dodavatel stavebních a montážních prací vystaví daňový doklad s uvedením veškerých náležitostí dle § 28 odst. 2 písm. a) až k) zákona o DPH, s uvedením sazby daně, ale bez uvedení výše daně. Odběratel je povinen ke dni uskutečnění zdanitelného plnění přiznat daň, a pokud splní podmínky pro možnost uplatnění nároku na odpočet daně, uplatní současně v plné výši i odpočet daně. Výsledná daňová povinnost je nulová.

4.2 Struktura zdrojů financování

Společnost plánuje, že pořízení a uvedení samoobslužné myčky do plného provozu si vyžádá finanční zdroje ve výši 8 200 000 Kč. Strukturu zdrojů financování prezentuje následující tabulka.

Tabulka 14: Zahajovací rozvaha

Zahajovací rozvaha k 1. 1. 2019					
Aktiva			Pasiva		
Stálá aktiva	7 545 300	92%	Vlastní kapitál	4 600 000	56%
Oběžná aktiva	654 700	8%	Cizí zdroje	3 600 000	44%
Celkem aktiva	8 200 000	100%	Celkem pasiva	8 200 000	100%

Zdroj: Vlastní zpracování

Vlastní kapitál společnosti tvoří vklady společníků, z nichž každý vloží do společnosti z vlastních zdrojů 2 300 000 Kč. Zbývající část finančních prostředků ve výši 3 600 000 Kč plánuje společnost získat formou dlouhodobého bankovního úvěru. Pravidelné měsíční anuitní splátky úvěru jsou kalkulovány s úrokovou mírou ve výši 7% p. a. Konstantní anuitní splátky jsou složeny z úmoru úvěru a úroků. Podíl úroků na splátce postupně klesá, zatímco úmor úvěru v čase roste. S ohledem na úsporu místa uvádím přehled splácení dlouhodobého úvěru po jednotlivých letech.

Tabulka 15: Průběh splácení dlouhodobého bankovního úvěru

Průběh splácení dlouhodobého bankovního úvěru [v Kč]					
Rok	Stav k 1.1.	Anuita	Úmor	Úrok	Stav k 31.12.
2019	3 600 000	501 589	257 754	243 835	3 342 246
2020	3 342 246	501 589	276 387	225 202	3 065 859
2021	3 065 859	501 589	296 367	205 221	2 769 492
2022	2 769 492	501 589	317 792	183 797	2 451 700
2023	2 451 700	501 589	340 765	160 824	2 110 935
2024	2 110 935	501 589	365 399	136 190	1 745 537
2025	1 745 537	501 589	391 813	109 775	1 353 724
2026	1 353 724	501 589	420 138	81 451	933 586
2027	933 586	501 589	450 509	51 079	483 077
2028	483 077	501 589	483 077	18 512	0

Zdroj: Vlastní zpracování

4.3 Plán tržeb

Společnost plánuje realizovat tržby z těchto následujících činností: tržby z prodeje samoobslužného mytí, tržby z prodeje doplňkového zboží, tržby z prodeje mytí s obsluhou personálu, tržby z prodeje samoobslužného vysávání.

4.3.1 Plán tržeb z prodeje samoobslužného mytí

Abychom mohli sestavit plán tržeb z prodeje samoobslužného mytí je zapotřebí stanovit (odhadnout, vypočítat) několik základních veličin: průměrnou dobu mytí

jednoho auta, průměrnou tržbu za umytí jednoho auta, časový fond myčky, kapacitu myčky a využití kapacity myčky.

Odhadujeme, že na umytí jednoho auta, resp. na jeden mycí cyklus spotřebuje zákazník průměrně 10 mycích impulsů. Jeden mycí impuls trvá 50 vteřin a jeho cena včetně DPH činí 10 Kč. V průměru zákazník zaplatí za jeden mycí cyklus 100 Kč, což představuje průměrnou tržbu ve výši 82,70 Kč bez DPH za jeden mycí cyklus.

Časový fond provozu myčky je plánovaný počet dní a hodin provozu za rok. Při jeho výpočtu vyjdeme z toho, že samoobslužná myčka je schopna pracovat v nepřetržitém provozu, tedy 24 hodiny denně, 7 dní v týdnu, 365 dní v roce. Díky vyhřívané podlaze jednotlivých boxů a použití teplé vody při mycím procesu, lze mycí centrum provozovat i při mrazech (až do -20 °C). Běžnou údržbu a opravy drobného charakteru lze provádět za provozu. Opravy většího charakteru, které vyžadují několikahodinové odstavení provozu myčky lze provádět v nočních hodinách nebo při nepříznivém počasí, kdy návštěvnost myčky je velmi nízká. Při plánování tržeb budeme časový fond provozu myčky ztotožňovat s kalendářním časovým fondem, který čítá 365 dní x 24 hodin = 8 760 hodin.

Tabulka 16: Tržba z jednoho mycího cyklu

Tržba z jednoho mycího cyklu (umytí 1 auta)		
[v Kč, bez DPH]	Počet impulsů	Tržba
Program č. 0 - Turbo nástřik aktivní pěny	2	16,54
Program č. 1 - Tlakové mytí práškem	2	16,54
Program č. 2 - Oplach čistou vodou	2	16,54
Program č. 3 - Údržba polymerem (voskem)	2	16,54
Program č. 4 - Závěrečný oplach (leštění)	2	16,54
Celkem tržba	10	82,70

Zdroj: Vlastní zpracování

Kapacita myčky představuje maximální objem výkonů, který je myčka schopna zvládnout za určitou dobu.

Tabulka 17: Kapacita mycích boxů

Výpočet kapacity mycích boxů	
Počet impulsů na 1 mycí cyklus	10 impulsů
Doba trvání 1 mycího impulsu	50 vteřin
Doba trvání 1 mycího cyklu s časovou prodlevou na volbu mycího programu	600 vteřin
Počet mycích cyklů za 1 hodinu/1 mycí box	6 cyklů
Počet mycích cyklů za 24 hodin/1 mycí box	144 cyklů
Denní kapacita myčky (144 cyklů x 6 mycích boxů)	864 cyklů
Roční kapacita myčky (864 cyklů x 365 dní)	315 360 cyklů
Měsíční kapacita myčky (315 360 cyklů : 12 měsíců)	26 280 cyklů
Kapacita myčky za dobu plánované investice (315 360 cyklů x 10 roků)	3 153 600 cyklů

Zdroj: Vlastní zpracování

Při výpočtu denní kapacity myčky předpokládáme, že jeden mycí cyklus (umytí jednoho auta) trvá v průměru 10 minut. Postupem uvedeným v předchozí tabulce vidíme, že denní kapacita šesti mycích boxů dosahuje 864 mycích cyklů. Kapacita myčky za dobu plánované investice 10 let potom činí 3 153 600 mycích cyklů.

Průměrné využití kapacity myčky vypočítáme jako podíl plánovaného objemu prodaných mycích cyklů za den a denní kapacity myčky.

$$\text{Využití kapacity myčky} = \frac{\text{plánovaný objem prodaných mycích cyklů za den}}{\text{denní kapacita myčky}}$$

Ze vztahu jednoduše odvodíme další vztah, podle něhož určíme průměrný počet prodaných mycích cyklů při různých úrovních využití denní kapacity.

$$\text{Průměrný počet mycích cyklů} = \text{denní kapacita myčky} \cdot \text{využití kapacity myčky}$$

Například uvažujeme-li využití denní kapacity myčky ve výši 20%, potom lze očekávat průměrný denní počet prodaných mycích cyklů 173. Těchto 173 prodaných mycích cyklů vygeneruje denní tržbu ve výši (173 mycích cyklů x 82,70 Kč) 14 307 Kč bez DPH.

$$\text{Průměrný počet mycích cyklů} = 864 \text{ mycích cyklů} \cdot 20\% = 173 \text{ mycích cyklů za den}$$

$$\text{Průměrná denní tržba} = 173 \text{ mycích cyklů} \cdot 82,70 \text{ Kč/mycí cyklus} = 14 307 \text{ Kč bez DPH}$$

Průměrný počet prodaných mycích cyklů při různých úrovních využití denní kapacity dokládá následující tabulka.

Tabulka 18: Průměrný počet prodaných mycích cyklů za den při různých úrovních využití denní kapacity

Průměrný počet prodaných mycích cyklů za den při různých úrovních využití denní kapacity [mycí cyklus]											
Využití kapacity	0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
1 mycí box	0	14	29	43	58	72	86	101	115	130	144
6 mycích boxů	0	86	173	259	346	432	518	605	691	778	864

Zdroj: Vlastní zpracování

Roční kapacitu myčky zjistíme vynásobením denní kapacity a počtem kalendářních dní v roce, tj. (864 mycích cyklů za den x 365 dní) 315 360 mycích cyklů. V rámci plánování ročních tržeb předpokládáme průměrný denní objem prodaných mycích cyklů 216, což představuje průměrné denní využití kapacity myčky 25 %.

$$\text{Využití kapacity myčky} = \frac{\text{plánovaný objem prodaných mycích cyklů za den}}{\text{denní kapacita myčky}} = \frac{216}{864} = 25\%$$

Tabulka 19: Plánovaný počet prodaných mycích cyklů

Plánovaný počet prodaných mycích cyklů [mycí cyklus]	
Využití mycích boxů za 24 hodin provozu (den)	25%
Počet mycích cyklů za den /1 mycí box	36
Počet mycích cyklů za den /6 mycích boxů	216
Počet mycích cyklů za měsíc /6 mycích boxů	6 570
Počet mycích cyklů za rok /6 mycích boxů	78 840

Zdroj: Vlastní zpracování

Při průměrném denním využití myčky 25 %, zakoupí zákazníci celkem 78 840 mycích cyklů za rok. Při tomto využití kapacity myčky očekáváme roční tržbu z prodeje samoobslužného mytí ve výši (78 840 mycích cyklů x 82,70 Kč) 6 520 068 Kč.

Tabulka 20: Plán tržeb z prodeje samoobslužného mytí

Plán tržeb z prodeje samoobslužného mytí [v Kč, bez DPH]	
Tržba za den/1 mycí box	2 977
Tržba za den /6 mycích boxů	17 863
Tržba za měsíc/6 mycích boxů	543 339
Tržba za rok/6 mycích boxů	6 520 068

Zdroj: Vlastní zpracování

4.3.2 Plán tržeb z prodeje doplňkového zboží

V rámci prodeje doplňkového zboží plánujeme roční tržbu ve výši 1 825 000 Kč s průměrnou realizovanou marží 15 %.

Tabulka 21: Propočet tržeb z prodeje doplňkového zboží

Propočet tržeb z prodeje doplňkového zboží [v Kč, bez DPH]	
Roční tržba	1 825 000
Měsíční tržba	152 083
Denní tržba	5 000
Marže	15%

Zdroj: Vlastní zpracování

Tato obchodní aktivita společnosti přinese roční zisk ve výši 273 750 Kč.

Tabulka 22: Plán tržeb a nákladů z prodeje doplňkového zboží za rok

Plán tržeb a nákladů z prodeje doplňkového zboží za rok [v Kč, bez DPH]	
Tržby z prodeje zboží	1 825 000
Náklady vynaložené na prodané zboží	1 551 250
Zisk z prodeje zboží	273 750

Zdroj: Vlastní zpracování

4.3.3 Plán tržeb z prodeje mytí s obsluhou personálu

Tabulka 23: Plán tržeb z prodeje mytí s obsluhou personálu za příplatek

Plán tržeb z prodeje mytí s obsluhou personálu za příplatek [v Kč, bez DPH]	
Příplatek za mytí auta s obsluhou personálu	24,80
Počet mycích cyklů s obsluhou personálu za 24 hodin	30
Počet mycích cyklů s obsluhou personálu za rok	10 950
Tržba celkem	271 560

Zdroj: Vlastní zpracování

V rámci rozšiřující služby mytí s obsluhou personálu za příplatek odhadujeme průměrnou denní poptávku 30 zákazníků, což představuje prodej 10 950 mycích cyklů s obsluhou personálu za rok a tržbu ve výši 271 560 Kč.

4.3.4 Plán tržeb z prodeje samoobslužného vysávání

V rámci prodeje služeb samoobslužného vysávání odhadujeme průměrnou denní poptávku 70 zákazníků, což představuje 25 550 použití vysavače za rok a roční tržbu ve výši 211 299 Kč.

Tabulka 24: Propočet doby používání samoobslužných vysavačů

Propočet doby používání samoobslužných vysavačů	
Cena za použití vysavače	8,27 Kč/5 min.
Doba intervalu vysávání	5 min.
Počet vysavačů	2 ks
Počet použití obou vysavačů za den	70 použití
Počet použití obou vysavačů za rok	25 550 použití/rok
Doba provozu obou vysavačů za den	5,8 hod./den
Doba provozu obou vysavačů za rok	2 129,2 hod./rok

Zdroj: Vlastní zpracování

Odečteme-li od plánované roční tržby odpisy vysavačů a spotřebu elektrické energie vyjde nám, že tato služba má potenciál přinést roční zisk ve výši 164 330 Kč.

Tabulka 25: Plán tržeb a nákladů z prodeje samoobslužného vysávání

Plán tržeb a nákladů z prodeje samoobslužného vysávání [v Kč, bez DPH]	
Tržba (25 550 použití za rok × 8,27 Kč za jedno použití vysavače)	211 299
Odpisy samoobslužných vysavačů	34 300
Spotřeba elektrické energie	12 669
Zisk	164 330

Zdroj: Vlastní zpracování

4.4 Náklady

Náklady na provoz myčky je vhodné rozčlenit na variabilní a fixní. Mezi variabilní náklady řadíme spotřebu vody, elektrické energie, plynu, chemického čisticího prostředku (aktivní pěna), prášku, polymeru a leštidla. Jedná se o náklady, jejichž spotřeba je přímo závislá na objemu aktivovaných (prodaných) mycích programů. Jejich spotřeba roste/klesá přímo úměrně s rostoucím/klesajícím objemem výkonů.

Fixní náklady na provoz myčky jsou náklady nezávislé na objemu prodaných (aktivovaných) mycích cyklů. Lze je chápat jako náklady, které musí společnost vynaložit i v případě nulového objemu prodaných mycích cyklů. Příkladem jsou náklady na nájem pozemku, odpisy dlouhodobého majetku, odvoz a likvidace odpadu, spotřeba pohonných hmot, pojištění, osobní náklady, opravy a udržování apod. Do skupiny fixních nákladů řadíme i spotřebu vody a elektrické energie, kterou nespoteblovává zákazník při samotném mytí automobilu. Účelem spotřeby vody

v tomto případě je údržba čistoty všech prostorů myčky (mycí boxy, sociální zařízení, prodejní prostory) a čištění odpadového systému. Účelem spotřeby elektrické energie je zajištění odpovídajícího osvětlení mycích boxů, stanovišť samoobslužných vysavačů, sociálního zázemí a prodejních prostor v nočních hodinách. Tyto náklady lze pokládat za náklady období, protože, jsou vynakládány v každém období v přibližně stejné výši. Některé z těchto nákladů mohou v čase klesat (úroky z bankovního úvěru), jiné mohou v čase růst (náklady na opravu majetku). Fixní náklady musí být uhrazeny z hrubého rozpětí.

Čím více mycích cyklů společnost prodá, tím vyšší budou celkové náklady (součet fixních a variabilních nákladů) a tím nižší budou průměrné náklady. Základem pro toto tvrzení je skutečnost, že fixní náklady se rozprostřou do většího množství prodaných mycích cyklů. Se vzrůstajícím (klesajícím) využitím kapacity myčky průměrné náklady vztažené na jeden mycí cyklus budou klesat (růst). Průměrné náklady vypočteme jako podíl celkových nákladů a počtu prodaných mycích cyklů:

$$\text{Průměrné náklady} = \frac{\text{celkové náklady}}{\text{prodané mycí cykly}}$$

4.4.1 Variabilní náklady

Variabilní náklady jsou napřímo spjaty s vytvořenými výkony, tj. mycími programy. Na podkladě údajů o spotřebě materiálu a energií, poskytnutých výrobcem a dodavatelem technologie, vytvoříme kalkulace variabilních nákladů na jeden mycí program (impulz) pro každý mycí program. Současně u každého programu provedeme výpočet tzv. hrubého rozpětí, ukazatele, který je dán rozdílem tržby (ceny) a variabilních nákladů na jeden mycí program.

$$\text{hrubé rozpětí} = \text{tržba} - \text{variabilní náklady}$$

Tento ukazatel budeme v dalším textu chápat také jako příspěvek na úhradu fixních nákladů a tvorbu zisku.

Tabulka 26: Kalkulace variabilních nákladů na 1 impulz programu č. 0

Program č. 0 - Turbo nástřik aktivní pěny		
[v Kč, bez DPH]	Spotřeba	Cena
Spotřeba vody	7,5 litrů	0,56
Spotřeba elektrické energie	0,04 kW	0,18
Spotřeba chemického čisticího prostředku	15 ml	0,73
Variabilní náklady		1,47
Tržba		8,27
Hrubé rozpětí		6,80

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 27: Kalkulace variabilních nákladů na 1 impulz programu č. 1

Program č. 1 - Tlakové mytí práškem		
[v Kč, bez DPH]	Spotřeba	Cena
Spotřeba vody	10,42 litrů	0,78
Spotřeba elektrické energie	0,04 kW	0,18
Spotřeba plynu	0,06 m ³	0,79
Spotřeba prášku	10,42 g	0,87
Variabilní náklady		2,62
Tržba		8,27
Hrubé rozpětí		5,65

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 28: Kalkulace variabilních nákladů na 1 impulz programu č. 2

Program č. 2 - Oplach čistou vodou		
[v Kč, bez DPH]	Spotřeba	Cena
Spotřeba vody	10,42 litrů	0,78
Spotřeba elektrické energie	0,04 kW	0,18
Variabilní náklady		0,96
Tržba		8,27
Hrubé rozpětí		7,31

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 29: Kalkulace variabilních nákladů na 1 impulz programu č. 3

Program č. 3 - Údržba polymerem (voskem)		
[v Kč, bez DPH]	Spotřeba	Cena
Spotřeba vody	10,42 litrů	0,78
Spotřeba elektrické energie	0,04 kW	0,18
Spotřeba plynu	0,06 m ³	0,79
Spotřeba polymeru	16,67 ml	0,53
Variabilní náklady		2,28
Tržba		8,27
Hrubé rozpětí		5,99

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 30: Kalkulace variabilních nákladů na 1 impulz programu č. 4

Program č. 4 – Závěrečný oplach (leštění)		
[v Kč, bez DPH]	Spotřeba	Cena
Spotřeba demineralizované vody	10,42 litrů	1,39
Spotřeba elektrické energie	0,04 kW	0,18
Spotřeba leštidla	1,04 ml	0,03
Variabilní náklady		1,60
Tržba		8,27
Hrubé rozpětí		6,67

Zdroj: Vlastní zpracování

Hrubé rozpětí, resp. příspěvek na úhradu fixních nákladů a tvorbu zisku dosahuje u každého programu jiné hodnoty. Pohybuje se v intervalu od 11,30 Kč do 14,62 Kč, jak vyplývá z následující tabulky. Nejvyšší příspěvek generuje program č. 2 – Oplach čistou vodou (88,39 %), zatímco nejnižší příspěvek generuje program č. 1 – Tlakové mytí práškem (68,32 %). Celkový příspěvek na úhradu fixních nákladů a tvorbu zisku z jednoho mycího cyklu činí 64,84 Kč. V relativním vyjádření dosahuje výsledné hrubé rozpětí hodnoty 78,40 %. Tento údaj lze vysvětlit tak, že každá koruna tržby plynoucí z prodejů mycích cyklů vytváří příspěvek na úhradu fixních nákladů a tvorbu zisku ve výši 78,40 haléřů.

Tabulka 31: Hrubé rozpětí na jeden mycí cyklus

Hrubé rozpětí na jeden mycí cyklus					
[v Kč, bez DPH]	Počet impulzů	Tržba mycí cyklus	Variabilní náklady	Hrubé rozpětí	Hrubé rozpětí
Program č. 0 Turbo nástřik aktivní pěny	2	16,54	2,94	13,60	82,22 %
Program č. 1 Tlakové mytí práškem	2	16,54	5,24	11,30	68,32 %
Program č. 2 Mytí čistou vodou	2	16,54	1,92	14,62	88,39 %
Program č. 3 Údržba polymerem (voskem)	2	16,54	4,56	11,98	72,43 %
Program č. 4 Závěrečný oplach (leštění)	2	16,54	3,20	13,34	78,40 %
Celkem	10	82,70	17,86	64,84	78,40 %

Zdroj: Vlastní zpracování

Na podkladě předchozích kalkulací vytvoříme kalkulaci variabilních nákladů na jeden mycí cyklus.

Tabulka 32: Kalkulace variabilních nákladů na 1 mycí cyklus

Kalkulace variabilních nákladů na 1 mycí cyklus		
[v Kč, bez DPH]	Spotřeba	Náklady
Spotřeba vody	38,76 litrů	5,80
Spotřeba elektrické energie	0,16 kW	1,80
Spotřeba plynu	0,12 m ³	3,16
Spotřeba chemického čisticího prostředku	15,00 ml	1,46
Spotřeba prášku	10,42 g	1,74
Spotřeba polymeru	16,67 ml	1,06
Spotřeba demineralizované vody	10,42 litrů	2,78
Spotřeba leštidla	1,04 ml	0,06
Variabilní náklady 1 mycí cyklus		17,86

Zdroj: Vlastní zpracování

Jestliže jsme v kapitole věnované plánu tržeb z prodeje samoobslužného mytí dospěli k plánovanému objemu výkonů 78 840 mycích cyklů za rok, můžeme nyní přistoupit k sestavení celkovému ročnímu rozpočtu variabilních nákladů.

Roční rozpočet jednotlivých variabilních nákladů zjistíme vynásobením jednotlivých nákladových položek (uvedených v předchozí tabulce) a plánovaného objemu prodaných mycích cyklů za rok. Roční spotřeba variabilních nákladů činí 1 408 082 Kč a hrubé rozpětí dosahuje hodnoty 5 111 986 Kč.

Tabulka 33: Rozpočet variabilních nákladů plánovaný objem prodaných mycích cyklů za rok

Rozpočet variabilních nákladů na plánovaný objem výkonů [v Kč, bez DPH]	
Spotřeba vody	457 272
Spotřeba elektrické energie	141 912
Spotřeba plynu	249 134
Spotřeba chemického čisticího prostředku	115 106
Spotřeba prášku	137 182
Spotřeba polymeru	83 570
Spotřeba demineralizované vody	219 175
Spotřeba leštidla	4 730
Variabilní náklady	1 408 082
Plánovaná tržba	6 520 068
Hrubé rozpětí (příspěvek na úhradu fixních nákladů a tvorbu zisku)	5 111 986

Zdroj: Vlastní zpracování

4.4.2 Fixní náklady

Rozpočet fixních nákladů vynaložených na chod myčky je uveden v příloze č. 2. Strukturu nákladů tvoří předpokládané náklady generované bezprostředně v důsledku provozu myčky. Zahrnuje celkem 23 nákladových druhů a účel jejich vynaložení je zřejmý z jejich názvu.

4.5 Plánové účetní výkazy

V následující části finančního plánu vytvoříme plánové účetní výkazy: plánový výkaz zisku a ztrát, plánovou rozvahu, plánový výkaz peněžních toků.

4.5.1 Plánový výkaz zisku a ztrát

Plánový výkaz zisku a ztrát je uveden v příloze č. 4. Prostřednictvím plánového výkazu zisku a ztrát porovnáme výnosy, vyjádřené v tržbách, s celkovými náklady vynaloženými na jejich dosažení a zjistíme celkový hospodářský výsledek. Tento výkaz nám poskytne důležitou informaci o schopnosti podniku vytvářet dostatečný objem zisku.

Plánované výnosy tvoří tržby z prodeje samoobslužného mytí, mytí s obsluhou personálu, samoobslužného vysávání a doplňkového zboží.

Prodej samoobslužného mytí automobilů v mycích boxech je nejdůležitějším zdrojem výnosů. Při jejím výpočtu jsme vycházeli z průměrného denního využití kapacity myčky ve výši 25% v celém plánovaném období.

Tabulka 34: Plánované výnosy

Plánované výnosy	
[v Kč, bez DPH]	Tržba
Tržby z prodeje samoobslužného mytí	6 520 068
Tržby z prodeje mytí s obsluhou personálu	271 560
Tržby z prodeje samoobslužného vysávání	211 299
Tržby z prodeje doplňkového zboží	1 825 000
Tržby celkem	8 827 927

Zdroj: Vlastní zpracování

Náklady v plánovém výkazu zisku a ztrát v jednotlivých letech stanovíme jako součet jednotlivých nákladových skupin, mezi které řadíme výkonovou spotřebu, osobní náklady, daně a poplatky v provozní činnosti, odpisy, ostatní provozní náklady a finanční náklady. Významnou nákladovou skupinou v plánovém výkazu zisku a ztrát je výkonová spotřeba (A.), která zahrnuje náklady vynaložené na prodané zboží, spotřebu materiálu a energií, nakoupené služby a náklady na opravy a udržování. Dodavatel uvádí roční náklady na údržbu (myšleno především pravidelné servisní prohlídky) ve výši 36 000 Kč, což představuje 360 000 Kč za 10 let. Ve výkazu je počítáno s dalšími náklady na opravy (výměny porouchaných dílů) ve výši 490 000 Kč za 10 let. Celkové náklady na opravy a udržování činí v součtu 850 000 Kč. Detailní položkový seznam nákladů zahrnutých ve výkonové spotřebě je uveden v příloze č. 3.

Další významnou nákladovou skupinou jsou osobní náklady (B.), které zahrnují náklady na hrubé mzdy zaměstnanců a společníků a povinné odvody na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění.

Společnost zaměstná čtyři zaměstnance. Z toho dva zaměstnanci budou pracovat v hlavním pracovním poměru (HPP) na plný pracovní úvazek, 40 hodin týdně. Pracovat budou od pondělí do pátku v ranních (od 8:00 do 16:00) a odpoledních (od 16:00 do 24:00) směnách. Ve finančním plánu je kalkulováno s hrubou měsíční mzdou každého z nich ve výši 30 000 Kč. Další dva zaměstnanci budou pracovat ve vedlejším pracovním poměru (VPP) na částečný pracovní úvazek, 16 hodin týdně. Pracovat budou o víkendech v ranních (od 8:00 do 16:00) a odpoledních (od 16:00 do 24:00) směnách. Ve finančním plánu je kalkulováno s hrubou měsíční mzdou každého z nich ve výši 12 000 Kč. Celkové roční mzdové náklady na zaměstnance činí 1 350 720 Kč. Vztah obou společníků ke společnosti je dán společenskou smlouvou. Odměna obou společníků z obchodně právního vztahu je podle ZDP příjmem ze závislé činnosti a podléhá stejnému režimu zdanění a odvodům pojistného na sociální zabezpečení a zdravotního pojištění jako jakákoliv mzda zaměstnance. Měsíční odměna každého z nich činí 15 000 Kč. Celkové roční náklady na odměny společníků dosahují 482 400 Kč.

Tabulka 35: Výpočet mzdy zaměstnanců a roční přehled

[v Kč]	Zaměstnanci HPP (40 hodin týdně)	Zaměstnanci VPP (16 hodin týdně)	Přehled za rok (HPP + VPP)
Hrubá mzda	30 000	12 000	1 008 000
Pojistné na zdravotní pojištění			
Celkem ZP	4 050	1 620	136 080
Zaměstnanec	1 350	540	45 360
Zaměstnavatel	2 700	1 080	90 720
Pojistné na sociální zabezpečení			
Celkem SZ	9 450	3 780	158 760
Zaměstnanec	1 950	780	32 760
Zaměstnavatel	7 500	3 000	126 000
Daň z příjmů			
Základ daně	40 200	16 080	-
Základ daně (zaokrouhlený)	40 200	16 000	-
Záloha na daň	6 030	2 400	-
Slevy na dani na poplatníka	2 070	0	-
Záloha na daň po slevě	3 960	2 400	152 640
Čistá mzda k výplatě	22 740	8 280	744 480
Mzdové náklady	40 200	16 080	1 350 720

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 36: Výpočet odměny společníků a roční přehled

[v Kč]	Společník (měsíc)	Přehled za rok (2 společníci)
Hrubá mzda	15 000	360 000
Pojistné na zdravotní pojištění		
Celkem ZP	2 025	48 600
Zaměstnanec	675	16 200
Zaměstnavatel	1 350	32 400
Pojistné na sociální zabezpečení		
Celkem SZ	4 725	113 400
Zaměstnanec	975	23 400
Zaměstnavatel	3 750	90 000
Daň z příjmů		
Základ daně:	20 100	-
Základ daně (zaokrouhlený)	20 100	-
Záloha na daň	3 015	-
Slevy na dani na poplatníka	2 070	-
Záloha na daň po slevě	945	22 680
Čistá mzda k výplatě	12 405	297 720
Mzdové náklady	20 100	482 400

Zdroj: Vlastní zpracování

Třetí v pořadí nejvýznamnější nákladovou skupinou jsou odpisy (D.). Prostřednictvím odpisů přenášíme pořizovací cenu dlouhodobého majetku do provozních nákladů. K vyjádření míry opotřebení majetku pro potřeby finančního plánu použijeme tzv.

kalkulační odpisy, které oproti daňovým odpisům reálně zachycují opotřebením majetku. Kalkulační odpisy jsou počítány ve vazbě na plánovaný objem výkonů. Se změnou plánovaného objemu výkonů v jednotlivých obdobích se přepočítají i odpisy. Vzhledem k tomu, že plánovaný objem výkonů je v jednotlivých letech stejný, jsou stejné i odpisy. V rozvaze se odepisování projevuje postupným snižováním zůstatkové hodnoty majetku.

Daně a poplatky v provozní činnosti (C.) jsou nejmenší nákladovou skupinou, která zahrnuje především náklady související s pořízením dálničního kupónu a platby silniční daně za užitkový automobil.

Ostatní provozní náklady (E.) zahrnují náklady spojené s pojištěním majetku, pojištěním odpovědnosti za škodu při provozu a pojištění užitkového automobilu (havarijní i povinné).

Do skupiny finančních nákladů (CH.) řadíme úroky z dlouhodobého bankovního úvěru, které jsou nejvýznamnější nákladovou položkou této skupiny. Další položkou, méně významnou, jsou bankovní poplatky.

Výnosy a náklady, které zaneseme do plánového výkazu zisku a ztrát nám umožní zjistit výsledek hospodaření před zdaněním v jednotlivých obdobích. Tuto veličinu vypočteme jako rozdíl výnosů a nákladů v každém roce života plánované investice.

Důležitým krokem je stanovit daň z příjmu právnických osob. Výše daně z příjmu závisí na jedné straně na velikosti základu daně a na druhé straně na velikosti sazby daně z příjmu. Při výpočtu daně z příjmu právnických osob předpokládáme, že všechny náklady jsou daňově uznatelné a že kalkulované odpisy jsou rovny odpisům daňovým. Použitá sazba daně z příjmu právnických osob odpovídá aktuálně platné sazbě daně z příjmu ve výši 19 %.

Z plánového výkazu zisku a ztrát je zřejmý kladný výsledek hospodaření ve všech obdobích. Vlivem klesajících nákladových úroků, pozorujeme rostoucí trend výsledku hospodaření. Záporný výsledek hospodaření k 1. 1. 2019, ke dni zahájení provozu, dokládá vzniklé náklady, které je nutné vynaložit před zahájením provozu myčky. Jedná se o náklady spojené s nákupem potřebného drobného vybavení, právních a poradenských služeb. Tyto náklady se účtují podle účetních předpisů přímo do nákladů.

4.5.2 Plánová rozvaha

Plánová rozvaha je uvedena v příloze č. 5. Prostřednictvím plánové rozvahy zachytíme stav a strukturu majetku na straně aktiv a stav a strukturu kapitálu na straně pasiv k poslednímu dni období. Tento výkaz nám poskytuje přehled o finanční situaci podniku a slouží k hodnocení finanční stability.

Aktiva v plánové rozvaze

První skupinou majetku ve struktuře aktiv jsou stálá aktiva (**A.**), která jsou zastoupena dlouhodobým hmotným majetkem (**A.I.**). Pořizovací cena tohoto

majetku činí 7 545 300 Kč. Tento majetek je ve finančním plánu odepisován 10 let. V plánové rozvaze se odepisování projevuje postupným snižováním zůstatkové hodnoty majetku.

Druhou skupinou majetku ve struktuře aktiv jsou oběžná aktiva (**B.**), která jsou tvořena zásobami materiálu a zboží, pohledávkami a krátkodobým finančním majetkem.

Určitou (optimální) zásobu (**B.I.**) materiálu a zboží musí společnost na skladě udržovat, aby mohla poskytovat nepřetržité a plynulé služby a prodávat zboží.

Hodnota zásob materiálu (**B.I.1**) v rozvaze na konci každého období odpovídá průměrnému stavu skladovatelných zásob během roku. Proces stanovení průměrné výše skladovatelných zásob spočívá v provedení několika na sebe navazujících výpočtů. Nejprve vymezíme dodávkový cyklus (**c**), počet dní mezi dvěma dodávkami, 14 dní a pro případ zpoždění dodávky stanovíme dobu pojistné zásoby (**p**) 7 dní. Dále vypočítáme časovou normu zásoby (**ČNZ**), která vyjadřuje délku období, po které je zásoba v podniku.

$$\check{C}NZ = \frac{1}{2}c + p = \frac{1}{2} \cdot 14 + 7 = 14 \text{ dní}$$

Z celkové roční spotřeby (**S**) určíme průměrnou denní spotřebu materiálu (**s**). Při výpočtu uvažujeme, že rok má 365 dní.

$$s = \frac{S}{365} = \frac{559\,764 \text{ Kč}}{365} = 1\,533,60 \text{ Kč}$$

Velikost dodávky (**d**) vypočítáme jako součin průměrné denní spotřeby (**s**) a dodávkového cyklu (**c**)

$$d = s \cdot c = 1\,533,60 \text{ Kč} \cdot 14 \text{ dní} = 21\,470,40 \text{ Kč}$$

Minimální zásoba (**Z_{min.}**) odpovídá množství materiálu na skladě v okamžiku před dodávkou a je rovna pojistné zásobě. Vypočítáme ji jako součin průměrné denní spotřeby (**s**) a doby pojistné zásoby (**p**).

$$Z_{\min.} = s \cdot p = 1\,533,6 \text{ Kč} \cdot 7 \text{ dní} = 10\,735,20 \text{ Kč}$$

Maximální zásoba (**Z_{max.}**) odpovídá množství materiálu na skladě v okamžiku po dodávce. Vypočítáme ji jako součet velikosti dodávky (**d**) a minimální zásoby (**Z_{min.}**).

$$Z_{\max.} = d + Z_{\min.} = s \cdot c + s \cdot p = 21\,470,40 + 10\,735,20 = 32\,205,60 \text{ Kč}$$

Průměrnou zásobu **Z_{prům.}** vypočteme jako průměr zásoby maximální **Z_{max.}** a zásoby minimální **Z_{min.}**.

$$Z_{\text{prům.}} = \frac{Z_{\max.} + Z_{\min.}}{2} = \frac{32\,205,60 + 10\,735,20}{2} = 21\,470,40 \text{ Kč}$$

Stav zásob materiálu v rozvaze na konci každého období je roven průměrné zásobě materiálu ve výši 21 470 Kč.

Stav zásob zboží (**B. I. 2**) v rozvaze na konci každého období je odpovídá průměrné zásobě zboží na skladě během roku. Proces stanovení průměrné výše zásob zboží probíhá prakticky stejně jako u zásob materiálu. Z rozvahy vyplývá, že průměrná zásoba zboží dosahuje hodnoty $Z_{prům.} = 59\,500$ Kč.

Průměrnou výši krátkodobých pohledávek (**B. II**) z obchodních vztahů v rozvaze evidované na straně aktiv stanovíme jako součin průměrné denní tržby s odloženou splatností a počtu dní v posledním fakturačním období v roce.

Krátkodobý finanční majetek tvoří peníze v hotovosti a na bankovních účtech a jeho výši na konci období stanovíme na podkladě skutečných toků peněžních prostředků zaznamenaných v plánovém výkazu peněžních toků.

Pasiva v plánové rozvaze

První skupinou zdrojů financování ve struktuře pasiv je vlastní kapitál (**A.**), který je tvořen základním kapitálem a hospodářským výsledkem běžného období.

Základní kapitál (**A. I**) představuje hodnotu vkladů vlastníků společnosti do společnosti. Celková výše vkladů dvou společníků dosahuje hodnoty 4 600 000 Kč.

Hospodářský výsledek běžného období (**A. V**) představuje výsledek hospodaření po zdanění (čistý zisk), který mohou vlastníci použít jako zdroj financování nebo k výplatě podílu na zisku.

Druhou skupinou zdrojů financování ve struktuře pasiv jsou cizí zdroje (**B.**), které jsou zastoupeny krátkodobými závazky a bankovními úvěry.

Krátkodobé závazky (**B. I**) zahrnují závazky z obchodních vztahů, závazky k zaměstnancům a ke společníkům, závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění a daňové závazky ke státu.

Průměrnou výši krátkodobých závazků z obchodních vztahů (**B. I. 1**) stanovíme jako součin průměrného denního nákupu s odloženou splatností a průměrné doby splatnosti faktur.

Závazky k zaměstnancům a ke společníkům (**B. I. 2**) představují mzdové nároky zaměstnanců a společníků vzniklé na konci běžného období, ale vyplacené až v období následujícím. Mzdy za prosinec budou vyplaceny v lednu následujícího roku.

Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění (**B. I. 3**) představují nároky pojištěnec z titulu povinných odvodů z mezd vzniklých na konci běžného období, ale uhrazené až v období následujícím. Povinné odvody z mezd za prosinec budou uhrazeny v lednu následujícího roku.

Daňové závazky ke státu (**B. I. 4**) vyjadřují závazky vůči finančnímu úřadu z titulu splatné daně z příjmu právnických osob, daně z příjmu ze závislé činnosti a daně z přidané hodnoty.

Daň z příjmu právnických osob představuje závazek vůči finančnímu úřadu z titulu splatné daně z příjmu za běžné období, ale odvedené až v následujícím období. Daň z příjmu vypočtena za běžné období se odvádí do konce března následujícího roku.

Daň z příjmu ze závislé činnosti představuje závazek vůči finančnímu úřadu z titulu daně z příjmu, jejíž odvod zajišťuje společnost jako plátce daně za své zaměstnance a společníky. Daň z příjmu z mezd za prosinec se platí v lednu následujícího roku.

Daň z přidané hodnoty představuje závazek vůči finančnímu úřadu z titulu daňové povinnosti splatné daně z přidané hodnoty za běžné období, ale odvedené až v následujícím období. Splatná daň z přidané hodnoty za prosinec běžného období se odvádí v lednu následujícího roku.

Bankovní úvěru a výpomoci (**B. II**) zahrnují bankovní úvěry dlouhodobé.

Bankovní úvěry dlouhodobé (**B. II. I**) představují závazek vůči bance z titulu poskytnutého bankovního úvěru, jehož výše se pravidelným splácením každoročně snižuje.

4.5.3 Plánový výkaz peněžních toků

Plánový výkaz peněžních toků (cash flow) vytvoříme metodou přímou a nepřímou. Oba výkazy jsou rozčleněny do tří základních činností: provozní, investiční a finanční.

Plánový výkaz peněžních toků sestavený metodou přímou

Plánový výkaz peněžních toků sestavený přímou metodou je uveden v příloze č. 6. Při jeho sestavování vycházíme z prognózy plánovaných hospodářských operací podniku v jednotlivých obdobích a vyhodnocujeme jejich vliv na peněžní toky. Hospodářské operace, které mají charakter přítoku nebo odtoku peněz transformujeme do příslušného řádku a sloupce buď jako příjem nebo výdej peněžních prostředků. Řádek ve výkazu vysvětluje příčinu přírůstku nebo úbytku peněžních prostředků a sloupec ukazuje období realizace příslušného peněžního toku. Mezi hospodářské operace, u nichž posuzujeme dopady na pohyb peněžních prostředků, patří především vklady společníků, poskytnutí bankovního úvěru a jeho splácení, pořízení dlouhodobého majetku a jeho odepisování, tržby z prodeje služeb a zboží, nákupy materiálů, energií a služeb, mzdy zaměstnanců a povinné odvody z mezd, rozdělení zisku a výplaty podílů na zisku společníkům, platby příslušných daní apod. Zdrojem informací pro zjišťování peněžních pohybů je rozpočet počátečních výdajů, plán tržeb prodeje služeb a zboží, rozpočty nákladů, splátkový kalendář bankovního úvěru, plánový výkaz zisku a ztrát, plánová rozvaha, plánová evidence DPH a mnoho dalších pomocných Excelových tabulek a propočtů. Výchozím bodem výkazu peněžních toků v daném období je stav peněžních prostředků na počátku období. Cash flow za každé období představuje rozdíl mezi příjmy a výdaji peněžních prostředků. Výsledkem je stav peněžních prostředků na konci daného období. Konečný stav peněžních prostředků v jednom období je současně počátečním stavem peněžních prostředků v období následujícím.

Tabulka 37: Schéma sestavení plánového výkazu peněžních toků metodou přímou

Počáteční stav peněžních prostředků
(+) příjmy období
(-) výdaje období
(=) konečný stav peněžních prostředků

Zdroj: Vlastní zpracování

Příjmy

Mezi příjmy řadíme vklady společníků, příjem bankovního úvěru, příjmy z prodeje služeb a zboží.

Peněžní vklady společníků jsou ve výkazu zaznamenány na řádku „Vklady společníků“ jako příjmy běžného období.

Dlouhodobý bankovní úvěr je ve výkazu zaznamenán na řádku „Příjem bankovního úvěru“ jako příjem běžného období.

Příjmy z tržeb za prodané služby realizuje společnost jednak platbami v hotovosti (80%) před poskytnutím služby a jednak bezhotovostně na základě vystavených odběratelských faktur s odloženou splatností (20%) po poskytnutí služby. Pro vykazování těchto příjmů jsou ve výkazu použity dva řádky. Do řádku „Příjem z prodeje služeb“ zaznamenáme platby v hotovosti a bezhotovostní úhrady faktur v běžném období. Do řádku „Příjem z prodeje služeb za předchozí rok“ zaznamenáme bezhotovostní úhrady faktur časově souvisejících s předchozím obdobím, ale hrazených v období následujícím.

Příjmy z tržeb za prodané zboží realizuje společnost jednak platbami v hotovosti (80%) před poskytnutím služby a jednak bezhotovostně na základě vystavených odběratelských faktur s odloženou splatností (20%). Pro vykazování těchto příjmů jsou ve výkazu použity dva řádky. Do řádku „Příjem z prodeje zboží“ zaznamenáme platby v hotovosti a bezhotovostní úhrady faktur v běžném období. Do řádku „Příjem z prodeje zboží za předchozí období“ zaznamenáme bezhotovostní úhrady faktur časově souvisejících s předchozím obdobím, ale hrazených v období následujícím.

Výdaje

Mezi výdaje řadíme platby za dlouhodobý hmotný majetek, výplaty čistých mezd zaměstnancům a společníkům, odvody sociálního zabezpečení a zdravotní pojištění, platby daně z příjmu ze závislé činnosti, platby za materiál a energie, platby za zboží, platby za různá pojištění, platby splátek bankovního úvěru a bankovních poplatků, platby daní, výplaty podílů na zisku společníkům apod.

Platby za dlouhodobý hmotný majetek jsou výdajem běžného období a jsou vykázány na řádku „Platba za dlouhodobý hmotný majetek“.

Pro vykazování výplaty čistých mezd zaměstnancům a společníkům jsou ve výkazu určeny dva řádky. Do řádku „Platba mezd zaměstnancům a společníkům“ zaznamenáme výplaty mezd za období leden až listopad jako výdaje běžného období. Do řádku „Platba mezd zaměstnancům a společníkům za předchozí rok“

zaznamenáme platby mezd za prosinec předchozího období jako výdaj období následujícího.

Pro vykazování plateb na sociální zabezpečení zaměstnanců a společníků jsou ve výkazu určeny dva řádky. Do řádku „Platba sociálního zabezpečení“ zaznamenáme platby pojistného na sociální zabezpečení za období leden až listopad jako výdaje běžného období. Do řádku „Platba sociálního zabezpečení za předchozí rok“ zaznamenáme platbu pojistného za prosinec předchozího období jako výdaj období následujícího.

Pro vykazování plateb na zdravotní pojištění zaměstnanců a společníků jsou ve výkazu určeny dva řádky. Do řádku „Platba zdravotního pojištění“ zaznamenáme platby pojistného na zdravotní pojištění za období leden až listopad jako výdaje běžného období. Do řádku „Platba zdravotního pojištění za předchozí rok“ zaznamenáme platbu pojistného za prosinec předchozího období jako výdaj období následujícího.

Pro vykazování plateb daně z příjmu ze závislé činnosti jsou ve výkazu určeny dva řádky. Do řádku „Platba daně z příjmu ze závislé činnosti“ zaznamenáme platby daně z příjmu ze závislé činnosti za období leden až listopad jako výdaj běžného období. Do řádku „Platba daně ze závislé činnosti za předchozí rok“ zaznamenáme platbu pojistného za prosinec jako výdaj období následujícího.

Nákupy materiálu realizuje společnost jednak platbami v hotovosti (60%) a jednak bezhotovostně na základě přijatých dodavatelských faktur s odloženou splatností (40%). Pro vykazování těchto výdajů jsou ve výkazu určeny dva řádky. Do řádku „Platba za materiál“ zaznamenáme platby v hotovosti a bezhotovostní úhrady faktur v běžném období. Do řádku „Platba za materiál za předchozí rok“ zaznamenáme platby faktur časově souvisejících s předchozím obdobím, ale hrazených až v období následujícím.

Nákupy zboží realizuje společnost jednak platbami v hotovosti (60%) a jednak bezhotovostně na základě přijatých dodavatelských faktur s odloženou splatností (40%). Pro vykazování těchto výdajů jsou ve výkazu určeny dva řádky. Do řádku „Platba za zboží“ zaznamenáme platby v hotovosti a bezhotovostní úhrady faktur v běžném období. Do řádku „Platba za zboží za předchozí rok“ zaznamenáme platby faktur časově souvisejících s předchozím obdobím, ale hrazených až v období následujícím.

Nákupy služeb realizuje společnost jednak platbami v hotovosti (20%) a jednak bezhotovostně na základě přijatých dodavatelských faktur s odloženou splatností (80%). Pro vykazování těchto výdajů jsou ve výkazu určeny dva řádky. Do řádku „Platba za služby“ zaznamenáme platby v hotovosti a bezhotovostní úhrady faktur v běžném období. Do řádku „Platba za služby za předchozí rok“ zaznamenáme platby faktur časově souvisejících s předchozím obdobím, ale hrazených až v období následujícím.

Nákupy energií realizuje společnost bezhotovostně formou pravidelných měsíčních plateb na základě splátkového kalendáře. Vyúčtování skutečné spotřeby je prováděno na konci roku. Pro vykazování těchto výdajů jsou ve výkazu určeny dva řádky. Do řádku "Platba za energie" zaznamenáme bezhotovostní úhrady záloh v běžném období. Do řádku „Platba za energie za předchozí rok“ zaznamenáme doplatek ceny za skutečně spotřebovanou energii v předchozím období, hrazenou až v období následujícím. Předpokládáme doplatek ve výši 2 % z celkové spotřeby energií.

Platby za pojištění majetku realizuje společnost bezhotovostně jednorázovou platbou v běžném období. Pro vykazování těchto výdajů ve výkazu je určen řádek „Platba pojištění majetku“.

Platby pojištění odpovědnosti za škodu při provozu realizuje společnost bezhotovostně jednorázovou platbou v běžném období. Pro vykazování těchto výdajů ve výkazu je určen řádek „Platba pojištění odpovědnosti za škodu při provozu“.

Platby pojištění automobilů havarijní a povinné realizuje společnost bezhotovostně jednorázovou platbou na začátku běžného roku. Pro vykazování těchto výdajů ve výkazu je určen řádek „Platba pojištění automobilů havarijní a povinné“.

Platby anuitních splátek bankovního úvěru realizuje společnost bezhotovostně formou pravidelných měsíčních splátek na základě splátkového kalendáře. Pro vykazování těchto výdajů ve výkazu je určen řádek „Platba anuity bance“.

Platby bankovních poplatků realizuje společnost bezhotovostně na konci běžného měsíce.

Platby silniční daně realizuje společnost bezhotovostně na celý rok dopředu. Pro vykazování těchto výdajů ve výkazu je určen řádek „Platba silniční daně“.

Platby za nákupy dálničních kupónů realizuje společnost v hotovosti na počátku roku. Pro vykazování těchto výdajů ve výkazu je určen řádek „Platba dálničního kupónu“.

Platby daně z přidané hodnoty finančnímu úřadu z titulu vzniku daňové povinnosti realizuje společnost bezhotovostně do 25. dne po skončení zdaňovacího období. Pro vykazování těchto výdajů jsou ve výkazu použity dva řádky. Do řádku "Platba daně z přidané hodnoty" zaznamenáme bezhotovostní platby daně z přidané hodnoty za měsíc leden až listopad běžného období. Do řádku „Platba daně z přidané hodnoty za předchozí rok“ zaznamenáme platbu daně z přidané hodnoty za měsíc prosinec předchozího období, ale hrazenou až v následujícím období.

Platby daně z příjmu právnických osob finančnímu úřadu realizuje společnost bezhotovostně do 31. března následujícího období. Pro vykazování těchto výdajů je ve výkazu určen řádek „Platby daně z příjmu právnických osob za předchozí rok“.

Platby podílů na zisku společníkům realizuje společnost bezhotovostně do tří měsíců od dne, kdy bylo přijato rozhodnutí valné hromady o jeho rozdělení. Pro vykazování těchto výdajů je ve výkazu určen řádek „Platba podílů na zisku společníkům“.

Platby srážkové daně z podílů na zisku realizuje společnost do konce kalendářního měsíce následujícího po kalendářním měsíci, ve kterém byla společnost povinna srážku provést. Pro vykazování této platby je ve výkazu určen řádek „Platba srážkové daně z podílu na zisku“.

Plánový výkaz peněžních toků sestavený metodou nepřímou

Plánový výkaz peněžních toků sestavený nepřímou metodou je uveden v příloze č. 7. Při jeho sestavování vyjdeme ze zisku po zdanění běžného období, který upravíme o změny aktiv a pasiv. To znamená, že přičteme a odečteme položky, které mají rozdílný vliv na výsledek hospodaření a peněžní tok. Při zohledňování těchto změn použijeme následující vazby:

- přírůstek/úbytek aktiv představuje (-) / (+) peněžní tok,
- přírůstek/úbytek pasiv představuje (+) / (-) peněžní tok.

Nepřímou metodu můžeme použít pouze u peněžních toků z provozní činnosti.

Tabulka 38: Plánový výkaz peněžních toků sestavený nepřímou metodou

Počáteční stav peněžních prostředků k 1.1.
(+) zisk po zdanění
(+) odpisy
(+) úbytek (-) přírůstek zásob
(+) úbytek (-) přírůstek krátkodobých pohledávek
(-) úbytek (+) přírůstek krátkodobých závazků
I. Cash flow z provozní činnosti (nepřímá metoda)
(-) úbytek (+) přírůstek dlouhodobého majetku
II. Cash flow z finanční činnosti (přímá metoda)
(+) čerpání dlouhodobého bankovního úvěru
(+) vklady společníků
(-) vyplacení podílů na zisku společníkům
(-) splátky dlouhodobého bankovního úvěru
III. Cash flow z finanční činnosti (přímá metoda)
Cash flow = CF provozní + CF investiční + CF finanční
Konečný stav peněžních prostředků k 31.12.

Zdroj: Vlastní zpracování

Ačkoliv je plánový výkaz peněžních toků sestaven dvěma různými způsoby, výsledné součty peněžních toků v jednotlivých obdobích jsou v obou výkazech shodné.

4.6 Analýza zdrojů a jejich užití

Přehled finančních zdrojů a jejich užití je uveden v příloze č. 8. V rámci této analýzy se zaměříme na bilanci zdrojů a užití finančních prostředků. Z bilance zdrojů vyplývá, že zdrojem počátečního financování jsou externí zdroje tvořené vklady společníků ve výši 4 600 000 Kč a dlouhodobý bankovní úvěr ve výši 3 600 000 Kč. Z bilance užití vyplývá, že tyto počáteční zdroje jsou použity na pořízení dlouhodobého hmotného majetku a počáteční zásoby materiálu a zboží.

Čistý zisk, který společnost dosahuje v každém roce a odpisy dlouhodobého hmotného majetku, které se vracejí podniku každý rok v tržbách, tvoří společně interní zdroje financování. Tyto interní zdroje jsou užity na zvýšení čistého pracovního kapitálu, na vyplácení podílů na zisku a na splácení dlouhodobého dluhu.

Zvýšení čistého pracovní kapitálu můžeme považovat za pozitivní efekt, neboť posiluje likviditu společnosti. Na druhou stranu příliš vysoká likvidita může signalizovat, že společnost neumí dostatečně efektivně využívat zdroje. Napovídá tomu struktura čistého pracovního kapitálu, kterou můžeme vidět v příloze č. 9. Z tabulky zobrazující strukturu čistého pracovního kapitálu na konci každého období, plyne, že za růstem čistého pracovního kapitálu v každém období stojí zvýšení finančních prostředků, zatímco ostatní položky se nemění (zásoby a krátkodobé pohledávky) nebo jenom mírně (krátkodobé závazky). Finanční prostředky v nadměrné výši s nulovým zhodnocením vázané na účtu snižují rentabilitu, neboť nejsou ukládány do výnosnějších forem aktiv.

4.7 Finanční analýza

Důležitým podkladem pro rozhodování o tom, zda realizovat či nerealizovat tuto investici je propočítání určitých ukazatelů, které nám pomohou udělat si představu o finanční situaci a efektivitě podnikání společnosti. Aby mohl tento podnik dlouhodobě existovat, musí být rentabilní pro vlastníky (přinášet užitek), optimálně využívat aktiva, být dostatečně likvidní a být přiměřeně zadlužený. K tomuto účelu využijeme vhodné poměrové ukazatele, které nám pomohou analyzovat důležité hospodářské operace podniku. K těmto ukazatelům řadíme zejména ukazatele rentability, aktivity, zadluženosti a likvidity.

4.7.1 Analýza rentability

Tabulka 39: Ukazatelé rentability 2019 - 2023

[v Kč]	Vzorec	2019	2020	2021	2022	2023
EBIT	EBIT	1 995 105	2 190 104	2 180 104	2 169 816	2 159 816
Náklady (bez úroků)	N	6 832 822	6 637 823	6 647 823	6 658 111	6 668 111
Čistý zisk	ČZ	1 408 860	1 582 022	1 590 102	1 598 958	1 609 652
Tržby	T	8 827 927	8 827 927	8 827 927	8 827 927	8 827 927
Vlastní kapitál	VK	6 008 860	6 182 022	6 190 102	6 198 958	6 209 652
Dlouhodobý kapitál	DK	3 342 246	3 065 859	2 769 492	2 451 700	2 110 935
AKTIVA	AKT	10 088 217	10 025 864	9 739 580	9 433 029	9 105 341
ROCE	$\text{EBIT}/(\text{VK}+\text{DK})$	21,34%	23,68%	24,33%	25,08%	25,96%
ROE	$\text{ČZ}/\text{VK}$	23,45%	25,59%	25,69%	25,79%	25,92%
ROA	$\text{ČZ}/\text{AKT}$	13,97%	15,78%	16,33%	16,95%	17,68%
ROS	$\text{ČZ}/\text{T}$	15,96%	17,92%	18,01%	18,11%	18,23%
ROC	$1 - \text{ROS}$	84,04%	82,08%	81,99%	81,89%	81,77%

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 40: Ukazatelé rentability 2024 - 2028

[v Kč]	Vzorec	2024	2025	2026	2027	2028
EBIT	EBIT	2 149 816	2 139 276	2 129 276	2 119 276	2 108 376
Náklady (bez úroků)	N	6 678 111	6 688 651	6 698 651	6 708 651	6 719 551
Čistý zisk	ČZ	1 621 436	1 634 270	1 649 174	1 665 556	1 683 234
Tržby	T	8 827 927	8 827 927	8 827 927	8 827 927	8 827 927
Vlastní kapitál	VK	6 221 436	6 234 270	6 249 174	6 265 556	6 283 234
Dlouhodobý kapitál	DK	1 745 537	1 353 724	933 586	483 077	0
AKTIVA	AKT	8 754 679	8 378 844	7 977 134	7 547 100	7 085 794
ROCE	EBIT/(VK+DK)	26,98%	28,19%	29,64%	31,40%	33,56%
ROE	ČZ/T	26,06%	26,21%	26,39%	26,58%	26,79%
ROA	ČZ/AKT	18,52%	19,50%	20,67%	22,07%	23,76%
ROS	ČZ/VK	18,37%	18,51%	18,68%	18,87%	19,07%
ROC	1-ROS	81,63%	81,49%	81,32%	81,13%	80,93%

Zdroj: Vlastní zpracování

Rentabilita vlastního kapitálu (ROE), rentabilita aktiv (ROA), rentabilita tržeb (ROS) dosahují dvojciferných hodnot a s přibývajícím časem se zvyšují, což lze hodnotit pozitivně. Pozitivní je i klesající rentabilita nákladů (ROC), která je doplňkovým ukazatelem k rentabilitě tržeb a vyjadřuje relativní úroveň nákladů. Rostoucí rentabilitu investovaného kapitálu (ROCE) z 21,34 % (v roce 2019) až na 33,56% (v roce 2028) lze hodnotit rovněž příznivě.

Nákladovost tržeb je jedním z ukazatelů ziskovosti a rentability. Mírný růst v čase tohoto ukazatele je zapříčiněn rostoucími náklady na servisní prohlídky a opravy samoobslužné myčky. Náklady na opravy a udržování myčky jsou částí nákladů tvořících výkonovou spotřebu, proto i nákladovost výkonové spotřeby, resp. podíl výkonové spotřeby na celkových tržbách v čase roste. Tento ukazatel nám říká, jaký podíl tržeb nám odejme výkonová spotřeba. Mzdová náročnost tržeb dosahuje hodnoty 20,77 % a je konstantní v celém plánovaném období. Důvodem je skutečnost, že plánované tržby a mzdové náklady se nemění.

Tabulka 41: Ukazatelé nákladovosti 2019 - 2023

[v Kč]	Vzorec	2019	2020	2021	2022	2023
Tržby	T	8 827 927	8 827 927	8 827 927	8 827 927	8 827 927
Náklady (bez úroků)	N	6 832 822	6 637 823	6 647 823	6 658 111	6 668 111
Mzdové náklady	M	1 833 120	1 833 120	1 833 120	1 833 120	1 833 120
Výkonová spotřeba	VS	4 199 300	4 004 301	4 014 301	4 024 301	4 034 301
Nákladovost tržeb	N/T	77,40%	75,19%	75,30%	75,42%	75,53%
Nákladovost výkonové spotřeby	VS/T	47,57%	45,36%	45,47%	45,59%	45,70%
Mzdová náročnost tržeb	M/T	20,77%	20,77%	20,77%	20,77%	20,77%

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 42: Ukazatelé nákladovosti 2024 - 2028

[v Kč]	Vzorec	2024	2025	2026	2027	2028
Tržby	T	8 827 927	8 827 927	8 827 927	8 827 927	8 827 927
Náklady (bez úroků)	N	6 678 111	6 688 651	6 698 651	6 708 651	6 719 551
Mzdové náklady	M	1 833 120	1 833 120	1 833 120	1 833 120	1 833 120
Výkonová spotřeba	VS	4 044 301	4 054 301	4 064 301	4 074 301	4 084 301
Nákladovost tržeb	N/T	75,65%	75,77%	75,88%	75,99%	76,12%
Nákladovost výkonové spotřeby	VS/T	45,81%	45,93%	46,04%	46,15%	46,27%
Mzdová náročnost tržeb	M/T	20,77%	20,77%	20,77%	20,77%	20,77%

Zdroj: Vlastní zpracování

4.7.2 Analýza aktivity

Tabulka 43: Ukazatelé aktivity 2019 - 2023

[v Kč]	Vzorec	2019	2020	2021	2022	2023
Aktiva	AKT	10 088 217	10 025 864	9 739 580	9 433 029	9 105 341
Zásoby	ZÁS	80 970	80 970	80 970	80 970	80 970
Krátkodobé pohledávky	KP	181 444	181 444	181 444	181 444	181 444
Krátkodobé závazky	KZ	737 111	777 983	779 987	782 370	784 753
Tržby	T	8 827 927	8 827 927	8 827 927	8 827 927	8 827 927
Obrat aktiv	T/AKT	0,88	0,88	0,91	0,94	0,97
Obrat zásob	T/ZÁS	109,03	109,03	109,03	109,03	109,03
Doba obratu aktiv	AKT/(T/365)	417,11	414,53	402,69	390,02	376,47
Doba obratu zásob	ZÁS/(T/365)	3,35	3,35	3,35	3,35	3,35
Doba inkasa pohledávek	KP/(T/365)	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50
Doba úhrady závazků	KZ/(T/365)	30,48	32,17	32,25	32,35	32,45
Obratový cyklus peněz	OCP	-19,63	-21,32	-21,40	-21,50	-21,60

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 44: Ukazatelé aktivity 2024 - 2028

[v Kč]	Vzorec	2024	2025	2026	2027	2028
Aktiva	AKT	8 754 679	8 378 844	7 977 134	7 547 100	7 085 794
Zásoby	ZÁS	80 970	80 970	80 970	80 970	80 970
Krátkodobé pohledávky	KP	181 444	181 444	181 444	181 444	181 444
Krátkodobé závazky	KZ	787 707	790 850	794 374	798 467	802 561
Tržby	T	8 827 927	8 827 927	8 827 927	8 827 927	8 827 927
Obrat aktiv	T/AKT	1,01	1,05	1,11	1,17	1,25
Obrat zásob	T/ZÁS	109,03	109,03	109,03	109,03	109,03
Doba obratu aktiv	AKT/(T/365)	361,97	346,43	329,82	312,04	292,97
Doba obratu zásob	ZÁS/(T/365)	3,35	3,35	3,35	3,35	3,35
Doba inkasa pohledávek	KP/(T/365)	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50
Doba úhrady závazků	KZ/(T/365)	32,57	32,70	32,84	33,01	33,18
Obratový cyklus peněz	OCP	-21,72	-21,85	-21,99	-22,16	-22,33

Zdroj: Vlastní zpracování

Efektivnost využívání celkových aktiv vyjádříme ukazatelem obratu aktiv. Tento ukazatel se pohybuje v plánovaném období v intervalu od 0,88 do 1,25, což lze hodnotit pozitivně. Ukazatel vyjadřuje, že jedna koruna aktiv v roce 2019 přinese 0,88 Kč tržeb. V dalších letech tento ukazatel mírně roste a v posledním plánovaném období nám jedna koruna aktiv vygeneruje tržbu 1,25 Kč. Rostoucí trend tohoto ukazatele je zapříčiněn klesající hodnotou dlouhodobého hmotného majetku v aktivech. Další ukazatel obrat zásob lze rovněž hodnotit pozitivně. Tento ukazatel nám sděluje, že naše zásoby se obmění za rok 109 krát, resp. 109 krát jsme schopni přeměnit naše zásoby na tržbu. Jeho hodnota je v čase konstantní, neboť veličiny vstupující do výpočtu tohoto ukazatele jsou ve finančním plánu stejné. Ukazatel doby obratu aktiv nám udává průměrný počet dní, za který dojde k obratu aktiv v tržbách. Nižší hodnota je pro podnik výhodnější. Hodnota doby obratu se snižuje ze 417,11 dní (v roce 2019) na 292,97 dní (v roce 2028). Příčinou klesajícího trendu je snižování hodnoty aktiv. Doba obratu zásob dosahuje průměrné hodnoty 3,35 dní a svědčí o dobrém hospodaření se zásobami. Dobu inkasa (splatnosti) pohledávek a dobu úhrady závazků můžeme hodnotit jednoznačně pozitivně. Hodnota druhého ukazatele je vyšší než hodnota prvního ukazatele, což je pro podnik výhodné. Sečteme-li totiž dobu obratu zásob, dobu inkasa pohledávek a odečteme-li dobu úhrady krátkodobých závazků, vypočteme tzv. obratový cyklus peněz. Na první pohled je zřejmé, že krátkodobé závazky tvoří významný zdroj financování oběžného majetku. Tento údaj je však mírně zkreslen tím, že krátkodobé závazky na konci období tvoří z větší části daňové závazky ke státu (daň z příjmu právnických osob, srážková daň, daň z přidané hodnoty).

4.7.3 Analýza zadluženosti

Ukazatelé zadluženosti nám přinášejí informace týkající se úvěrového zatížení firmy. Obecně určitě platí, že určitá míra zadlužení je žádoucí, nesmí však společnost zatěžovat příliš vysokými finančními náklady (úroky). Při pohledu do tabulky ukazatelů zadluženosti se na první pohled zdá jako problematická vysoká hodnota zadlužení vlastního kapitálu (Debt Equity Ratio), která na konci prvního období roku 2019 dosahuje hodnoty 67,89%. V čase hodnota tohoto ukazatele klesá až na hodnotu 12,77% (v roce 2028). Pozitivně lze hodnotit rostoucí trend účasti vlastního kapitálu na financování aktiv (Equity Ratio) a souběžně klesající účast cizího kapitálu na financování aktiv (Debt Ratio). Oba ukazatelé úrokového krytí vypovídají o tom, že společnost je schopna z dosaženého výsledku hospodaření (EBIT) a případně i odpisů za dané období násobně pokrýt úroky z poskytnutých úvěrů. Pozitivní je, že oba ukazatelé v čase vzrůstají.

Tabulka 45: Ukazatelé zadluženosti 2019 - 2023

[v Kč]	Vzorec	2019	2020	2021	2022	2023
Aktiva	AKT	10 088 217	10 025 864	9 739 580	9 433 029	9 105 341
Vlastní kapitál	VK	6 008 860	6 182 022	6 190 102	6 198 958	6 209 652
Cizí zdroje	CZ	4 079 357	3 843 842	3 549 478	3 234 070	2 895 689
EBIT	EBIT	1 995 105	2 190 104	2 180 104	2 169 816	2 159 816
Úroky	Ú	255 835	237 202	217 221	195 797	172 824
Odpisy	OD	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530
Equity Ratio	VK/AKT	59,56%	61,66%	63,56%	65,72%	68,20%
Debt Ratio	CZ/AKT	40,44%	38,34%	36,44%	34,28%	31,80%
Debt Equity Ratio	CZ/VK	67,89%	62,18%	57,34%	52,17%	46,63%
Úrokové krytí I.	EBIT/Ú	7,80	9,23	10,04	11,08	12,50
Úrokové krytí II.	(EBIT + OD)/Ú	10,75	12,41	13,51	14,94	16,86

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 46: Ukazatelé zadluženosti 2024 - 2028

[v Kč]	Vzorec	2024	2025	2026	2027	2028
Aktiva	AKT	8 754 679	8 378 844	7 977 134	7 547 100	7 085 794
Vlastní kapitál	VK	6 221 436	6 234 270	6 249 174	6 265 556	6 283 234
Cizí zdroje	CZ	2 533 244	2 144 574	1 727 960	1 281 544	802 561
EBIT	EBIT	2 149 816	2 139 276	2 129 276	2 119 276	2 108 376
Úroky	Ú	148 190	121 775	93 451	63 079	30 512
Odpisy	OD	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530
Equity Ratio	VK/AKT	71,06%	74,40%	78,34%	83,02%	88,67%
Debt Ratio	CZ/AKT	28,94%	25,60%	21,66%	16,98%	11,33%
Debt Equity Ratio	CZ/VK	40,72%	34,40%	27,65%	20,45%	12,77%
Úrokové krytí I.	EBIT/Ú	14,51	17,57	22,78	33,60	69,10
Úrokové krytí II.	(EBIT + OD)/Ú	19,60	23,76	30,86	45,56	93,83

Zdroj: Vlastní zpracování

4.7.4 Analýza likvidity

Likvidita představuje schopnost podniku hradit průběžně své závazky. Smyslem této analýzy je poměřit zůstatky oběžných aktiv jako potencionální zdroj peněžních prostředků, které lze využít k úhradě závazků s objemem krátkodobých závazků. Pro rozbor platební schopnosti použijeme tři základní ukazatele, jejichž doporučené hodnoty jsou uvedeny v závorkách. Jejich skutečné hodnoty se mohou lišit podle typu podniku, odvětví, finanční strategie podniku apod.

Porovnáme-li naše vypočtené ukazatele s doporučenými hodnotami ukazatelů je na první pohled zřejmé, že podnik by neměl mít problémy s úhradou krátkodobých závazků. Příčinu vysokých hodnot všech ukazatelů likvidity lze spatřovat především ve vysokém podílu krátkodobého finančního majetku ve struktuře oběžných aktiv. Vysoké zůstatky peněžních prostředků na bankovních účtech a v pokladně jsou zapříčiněny hlavně tím, že ve finančním plánu počítáme s 80% podílem tržeb v hotovosti. Rostoucí trend těchto zůstatků je potom způsoben zejména tím,

že na bankovním účtu se kumulují odpisy, které se vracejí firmě v tržbách. Odpisy mohou být zdrojem financování dalšího rozvoje, ale ve finančním plánu není s touto možností počítáno.

Tabulka 47: Ukazatelé likvidity 2019 - 2023

[v Kč]	Vzorec	2019	2020	2021	2022	2023
Oběžná aktiva	OA	3 297 447	3 989 624	4 457 870	4 905 849	5 332 691
Krátkodobý finanční majetek	KFM	3 035 033	3 727 209	4 195 456	4 643 434	5 070 276
Krátkodobé závazky	KZ	737 111	777 983	779 987	782 370	784 753
Krátkodobé pohledávky	KP	181 444	181 444	181 444	181 444	181 444
Běžná likvidita (1,5-2,5) ²⁵	OA/KZ	4,47	5,13	5,72	6,27	6,80
Pohotová likvidita (1,0-1,5) ²⁶	(KP + KFM)/KZ	4,36	5,02	5,61	6,17	6,69
Peněžní likvidita (0,2-0,5) ²⁷	KFM/KZ	4,12	4,79	5,38	5,94	6,46

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 48: Ukazatelé likvidity 2024 - 2028

[v Kč]	Vzorec	2024	2025	2026	2027	2028
Oběžná aktiva	OA	5 736 559	6 115 254	6 468 074	6 792 570	7 085 794
Krátkodobý finanční majetek	KFM	5 474 145	5 852 840	6 205 660	6 530 156	6 823 380
Krátkodobé závazky	KZ	787 707	790 850	794 374	798 467	802 561
Krátkodobé pohledávky	KP	181 444	181 444	181 444	181 444	181 444
Běžná likvidita (1,5-2,5)	OA/KZ	7,28	7,73	8,14	8,51	8,83
Pohotová likvidita (1,0-1,5)	(KP + KFM)/KZ	7,18	7,63	8,04	8,41	8,73
Peněžní likvidita (0,2-0,5)	KFM/KZ	6,95	7,40	7,81	8,18	8,50

Zdroj: Vlastní zpracování

4.8 Bod zvratu

Bod zvratu představuje takový objem prodaných mycích cyklů, při kterém se tržby rovnají součtu celkových nákladů. V bodě zvratu podnik není ztrátový, ale ještě nedosahuje zisku. Pro výpočet bodu zvratu platí tento obecný vztah:

$$Q_{BZ} = \frac{FN}{c_j - v_j}$$

Q_{BZ} – objem prodaných mycích cyklů v bodě zvratu

c_j – cena jednoho mycího cyklu

v_j – variabilní náklady na jeden mycí cyklus

Při výpočtu bodu zvratu pro prodej samoobslužného mytí dosadíme do rovnice fixní náklady ve výši 38 411 181 Kč, prodejní cenu jednoho mycího cyklu 82,70 Kč bez DPH

²⁵ DLUHOŠOVÁ, D.: Finanční řízení a rozhodování podniku. 2. vydání. Praha: Ekopress, 2008. s. 192. ISBN 978-80-86929-44-6.

²⁶ DLUHOŠOVÁ, D.: Finanční řízení a rozhodování podniku. 2. vydání. Praha: Ekopress, 2008. s. 192. ISBN 978-80-86929-44-6.

²⁷ DLUHOŠOVÁ, D.: Finanční řízení a rozhodování podniku. 2. vydání. Praha: Ekopress, 2008. s. 192. ISBN 978-80-86929-44-6.

a variabilní náklady na jeden mycí cyklus 17,86 Kč. Výše fixních nákladů odpovídá plánovaným celkovým fixním nákladům za dobu životnosti investice 10 let.

$$Q_{BZ(10 \text{ let})} = \frac{FN_{(10 \text{ let})}}{c_j - v_j} = \frac{38\,411\,181}{82,70 - 17,86} = \frac{38\,411\,181}{64,84} \cong 592\,399 \text{ mycích cyklů}$$

$Q_{BZ(10 \text{ let})}$ – objem prodaných mycích cyklů v bodě zvratu za dobu 10 let

$FN_{(10 \text{ let})}$ – fixní náklady za dobu 10 let

Vypočtený objem výkonů představuje množství mycích cyklů, které musí myčka prodat za dobu plánované životnosti investice (10 let), aby dosáhla bodu zvratu a měla tak vyrovnané hospodaření. Lepší představu o bodu zvratu si vytvoříme, pokud vypočteme průměrný roční, měsíční a denní objem mycích cyklů, který musí myčka prodat, aby dospěla k bodu zvratu.

$$Q_{BZ(\text{rok})} = \frac{Q_{BZ(10 \text{ let})}}{10} = \frac{592\,399}{10} \cong 59\,240 \text{ mycích cyklů za rok}$$

$$Q_{BZ(\text{měsíc})} = \frac{Q_{BZ(10 \text{ let})}}{10 \cdot 12} = \frac{592\,399}{10 \cdot 12} = \frac{59\,240}{12} \cong 4\,937 \text{ mycích cyklů za měsíc}$$

$$Q_{BZ(\text{den})} = \frac{Q_{BZ(10 \text{ let})}}{10 \cdot 365} = \frac{592\,399}{10 \cdot 365} = \frac{59\,240}{365} \cong 162 \text{ mycích cyklů za den}$$

$Q_{BZ(\text{rok,měsíc,den})}$ – průměrný objem prodaných mycích cyklů za rok, měsíc, den

Z vypočtených hodnot plyne, že myčka dospěje k bodu zvratu, pokud v průměru prodá 59 240 cyklů/rok, 4 937 cyklů/měsíc nebo 162 cyklů za den.

S analýzou bodu zvratu souvisí ukazatel kritického využití kapacity myčky, který v procentech vyjadřuje míru využití kapacity myčky v bodě zvratu. Ukazatel vypočteme jako podíl objemu výkonů v bodě zvratu a kapacity myčky.

$$K_{\text{krit}} = \frac{Q_{BZ(10 \text{ let})}}{K_{(10 \text{ let})}} = \frac{592\,399}{3\,153\,600} = 0,1878 = 18,78 \%$$

K_{krit} – ukazatel kritického využití kapacity

$K_{(10 \text{ let})}$ – kapacita myčky za dobu plánované existence investice 10 let

Cílem podniku je produkovat zisk, proto je nezbytně nutné, aby využití kapacity myčky v průměru převyšovalo ukazatel kritického využití kapacity myčky. V opačném případě bude provoz myčky ztrátový. Bod zvratu, jemuž odpovídá ukazatel kritického využití kapacity myčky, budeme dále označovat také jako bod kritického využití kapacity myčky. Grafické znázornění bodu zvratu je uvedeno v příloze č. 10.

Další ukazatel, který nás zajímá v souvislosti s analýzou bodu zvratu, je doba dosažení bodu zvratu v závislosti na využití kapacity myčky. Pro simulaci změny doby dosažení bodu zvratu v závislosti na míře využití kapacity myčky vybereme hodnoty 20%, 25%, 30%, 35% a 40%. Pro každou z těchto hodnot vypočteme dobu dosažení bodu zvratu. Předtím si ještě vypočítáme počet mycích cyklů, který odpovídá sledovaným hodnotám využití kapacity myčky. Pro názornost vypočteme počet mycích cyklů za časovou jednotku pro 20% využití kapacity myčky.

$$Q_{10 \text{ let}(20\%)} = K_{(10 \text{ let})} \cdot K_{20\%} = 3\,153\,600 \cdot 20\% = 630\,720 \text{ mycích cyklů za 10 let}$$

$$Q_{\text{rok}(20\%)} = \frac{Q_{10 \text{ let}(20\%)}}{10} = \frac{630\,720}{10} = 63\,072 \text{ mycích cyklů za rok}$$

$$Q_{\text{měsíc}(20\%)} = \frac{Q_{\text{rok}(20\%)}}{12} = \frac{63\,072}{12} = 5\,256 \text{ mycích cyklů za měsíc}$$

$$Q_{\text{den}(20\%)} = \frac{Q_{\text{rok}(20\%)}}{365} = \frac{63\,072}{365} = 173 \text{ mycích cyklů za den}$$

Další hodnoty počtu mycích cyklů za časovou jednotku v závislosti na využití kapacity myčky jsou uvedeny v tabulce.

Tabulka 49: Počet mycích cyklů za časovou jednotku v závislosti na využití kapacity myčky

Počet mycích cyklů za časovou jednotku v závislosti na využití kapacity myčky					
Využití kapacity myčky	20%	25%	30%	35%	40%
Počet mycích cyklů za den	173	216	259	302	346
Počet mycích cyklů za měsíc	5 256	6 570	7 884	9 198	10 512
Počet mycích cyklů za rok	63 072	78 840	94 608	110 376	126 144
Počet mycích cyklů za 10 let	630 720	788 400	946 080	1 103 760	1 261 440

Zdroj: Vlastní zpracování

Při výpočtu doby dosažení bodu zvratu dosadíme do čitatele objem mycích cyklů korespondující s dosažením bodu zvratu za dobu životnosti investice a do jmenovatele roční objem mycích cyklů korespondující s příslušnou hodnotou využití kapacity myčky.

$$t_{\text{BZ}(20\%)} = \frac{Q_{\text{BZ}(10 \text{ let})}}{Q_{\text{rok}(20\%)}} = \frac{592\,399}{63\,072} = 9,39 \text{ roků}$$

$$t_{\text{BZ}(25\%)} = \frac{Q_{\text{BZ}(10 \text{ let})}}{Q_{\text{rok}(25\%)}} = \frac{592\,399}{78\,072} = 7,51 \text{ roků}$$

$$t_{\text{BZ}(30\%)} = \frac{Q_{\text{BZ}(10 \text{ let})}}{Q_{\text{rok}(30\%)}} = \frac{592\,399}{94\,608} = 6,26 \text{ roků,}$$

$$t_{\text{BZ}(35\%)} = \frac{Q_{\text{BZ}(10 \text{ let})}}{Q_{\text{rok}(35\%)}} = \frac{592\,399}{110\,376} = 5,37 \text{ roků}$$

$$t_{\text{BZ}(40\%)} = \frac{Q_{\text{BZ}(10 \text{ let})}}{Q_{\text{rok}(40\%)}} = \frac{592\,399}{126\,144} = 4,70 \text{ roků,}$$

$t_{\text{BZ}(20\%,25\%,\dots)}$ – doba dosažení bodu zvratu při využití kapacity myčky 20%, 25%,...

$Q_{\text{rok}(20\%,25\%,\dots)}$ – objem mycích cyklů za rok při využití kapacity myčky 20%, 25%,...

Z vypočtených hodnot vyplývá, že s rostoucím využíváním kapacity myčky se snižuje doba dosažení bodu zvratu. Vypočtené hodnoty přehledně sumarizuje následující tabulka.

Tabulka 50: Doba dosažení bodu zvratu v závislosti na využití kapacity myčky

Doba dosažení bodu zvratu v závislosti na využití kapacity myčky [mycí cyklus]					
Využití kapacity myčky	20%	25%	30%	35%	40%
Počet mycích cyklů v bodě zvratu	592 399	592 399	592 399	592 399	592 399
Počet mycích cyklů za 1 rok	63 072	78 840	94 080	110 376	126 144
Doba dosažení bodu zvratu [rok]	9,39	7,51	6,26	5,37	4,70

Zdroj: Vlastní zpracování

Dosadíme-li do čitatele roční objem mycích cyklů korespondující s dosažením bodu zvratu a do jmenovatele měsíční objem mycích cyklů korespondující s příslušnou hodnotou využití kapacity myčky, vypočteme dobu dosažení bodu zvratu v rámci jednoho roku.

$$t_{BZ(20\%)} = \frac{Q_{BZ(1\text{ rok})}}{Q_{\text{měsíc}(20\%)}} = \frac{59\,240}{5\,256} = 11,27 \text{ měsíců}$$

$$t_{BZ(25\%)} = \frac{Q_{BZ(1\text{ rok})}}{Q_{\text{měsíc}(25\%)}} = \frac{59\,240}{6\,570} = 9,02 \text{ měsíců}$$

$$t_{BZ(30\%)} = \frac{Q_{BZ(1\text{ rok})}}{Q_{\text{měsíc}(30\%)}} = \frac{59\,240}{7\,884} = 7,51 \text{ měsíců}$$

$$t_{BZ(35\%)} = \frac{Q_{BZ(1\text{ rok})}}{Q_{\text{měsíc}(35\%)}} = \frac{59\,240}{9\,198} = 6,44 \text{ měsíců}$$

$$t_{BZ(40\%)} = \frac{Q_{BZ(1\text{ rok})}}{Q_{\text{měsíc}(40\%)}} = \frac{59\,240}{10\,512} = 5,64 \text{ měsíců}$$

Z vypočtených hodnot vyplývá, že s rostoucím využíváním kapacity myčky se snižuje doba dosažení bodu zvratu i v rámci jednoho roku. Vypočtené hodnoty přehledně shrnuje následující tabulka.

Tabulka 51: Doba dosažení bodu zvratu v rámci jednoho roku v závislosti na využití kapacity myčky

Doba dosažení bodu zvratu v rámci jednoho roku v závislosti na využití kapacity myčky [mycí cyklus]					
Využití kapacity myčky	20%	25%	30%	35%	40%
Počet mycích cyklů v bodě zvratu	59 240	59 240	59 240	59 240	59 240
Počet mycích cyklů za 1 měsíc	5 256	6 570	7 884	9 198	10 512
Doba dosažení bodu zvratu [měsíc]	11,27	9,02	7,51	6,44	5,64

Zdroj: Vlastní zpracování

Na analýzu bodu zvratu navážeme analýzou nákladů a zisku. Rozebereme, jak se projeví změna využití kapacity myčky na celkovém (ročním) zisku z prodeje samoobslužného mytí. Náklady v tabulce jsou členěny na variabilní a fixní. Takovéto třídění nákladů označujeme členění nákladů podle závislosti na objemu výkonů. Zisk vypočteme jako rozdíl výnosů a nákladů. Z tabulky plyne, že s rostoucím využíváním kapacity myčky rostou tržby i zisk. Variabilní náklady jsou náklady vyjádřené na jednotku výkonů (mycí cyklus) a jejich celková výše odpovídá danému objemu výkonů (počtu mycích cyklů). Zvyšuje-li se objem výkonů, zvyšuje se odpovídajícím

způsobem jejich celková výše. Fixní náklady se chovají jinak. Jejich celková výše se s objemem výkonů (v určitém rozpětí) nemění.

Tabulka 52: Zisk z prodeje samoobslužného mytí v závislosti na využití myčky

Zisk z prodeje samoobslužného mytí v závislosti na využití kapacity myčky (1 rok) [Kč, bez DPH]					
Využití kapacity myčky	20%	25%	30%	35%	40%
Tržby	5 216 054	6 520 068	7 824 082	9 128 095	10 432 109
Fixní náklady	3 841 118	3 841 118	3 841 118	3 841 118	3 841 118
Variabilní náklady	1 126 466	1 408 082	1 689 699	1 971 315	2 252 932
Zisk	248 470	1 270 867	2 293 265	3 315 662	4 338 059

Zdroj: Vlastní zpracování

Další tabulka prezentuje vývoj nákladů a zisku vztaženého na jeden mycí cyklus (jednotku výkonu) v závislosti na využití kapacity myčky. Tržba a variabilní náklady na jeden mycí cyklus jsou konstantní. Fixní náklady vztažené na jeden mycí cyklus s rostoucím využíváním kapacity klesají, neboť se rozpouštějí ve větším počtu mycích cyklů. V důsledku tohoto efektu roste zisk na jeden mycí cyklus i rentabilita tržeb.

Tabulka 53: Zisk z prodeje jednoho mycího cyklu

Zisk z prodeje jednoho mycího cyklu [Kč, bez DPH]					
Využití kapacity myčky	20%	25%	30%	35%	40%
Tržba na jeden mycí cyklus	82,70	82,70	82,70	82,70	82,70
Fixní náklad na jeden mycí cyklus	60,90	48,72	40,60	34,80	30,45
Variabilní náklady na jeden mycí cyklus	17,86	17,86	17,86	17,86	17,86
Zisk na jeden mycí cyklus	3,94	16,12	24,24	30,04	34,39
Rentabilita tržeb	4,76%	19,49%	29,31%	36,32%	41,58%

Zdroj: Vlastní zpracování

Skutečnost, že při změně využití kapacity se náklady nemění ve stejném rozsahu, vyjadřujeme pojmem provozní páka, která vyjadřuje změnu provozního zisku v souvislosti se změnou objemu tržby, resp. změnou využití kapacity myčky při různých proporcích mezi fixními a variabilními náklady. Podíváme-li se na strukturu nákladů podniku ve smyslu podílu variabilních a fixních nákladů na celkových nákladech, můžeme tento podnik charakterizovat jako podnik s vysokým podílem fixních nákladů, což je i příčinou vysokého bodu zvratu.

Tabulka 54: Struktura nákladů myčky

Struktura nákladů myčky					
Využití kapacity myčky	20%	25%	30%	35%	40%
Podíl fixních nákladů	77,32%	73,18%	69,45%	66,08%	63,03%
Podíl variabilních nákladů	22,68%	26,82%	30,55%	33,92%	36,97%
Celkové náklady	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Zdroj: Vlastní zpracování

Změny v tržbách nastávají, pokud se mění využití kapacity myčky. K vyjádření citlivosti změny zisku na změnu tržby podniku, resp. na změnu využití kapacity myčky

použijeme ukazatel stupeň provozní páky, který udává, o kolik procent se změní zisk v případě změny objemu výkonů o 1 %. Stupeň provozní páky vyjádříme rovnicí:

$$\text{stupeň provozní páky} = \frac{Q \cdot (c_j - v_j)}{Q \cdot (c_j - v_j) - FN}$$

Q – počet prodaných mycích cyklů, pro který se výpočet provádí

c_j – cena jednoho mycího cyklu

v_j – variabilní náklady na jeden mycí cyklus

Pro názornost provedeme výpočet stupně provozní páky pro 20% využití kapacity myčky:

$$\text{stupeň provozní páky (20\%)} = \frac{Q_{rok(20\%)} \cdot (c_j - v_j)}{Q_{rok(20\%)} \cdot (c_j - v_j) - FN_{rok}}$$

$$\text{stupeň provozní páky (20\%)} = \frac{63\,703 \cdot (82,70 - 17,86)}{63\,703 \cdot (82,70 - 17,86) - 3\,841\,118} = 16,46$$

Z výpočtu lze učinit závěr, že každé zvýšení objemu prodeje o 1% nad úroveň využití kapacity myčky 20% přinese podniku zvýšení zisku o 16,46 %. Hodnota ukazatele napovídá, že se jedná spíše o silnou provozní páku. Dotvrzuje to vysoký podíl fixních nákladů. Z dalších hodnot uvedených v tabulce vyplývá, že hodnoty stupně provozní páky nejsou konstantní veličina, ale mění se v závislosti na výši objemu prodaných mycích cyklů, resp. využití kapacity myčky.

Tabulka 55: Stupeň provozní páky

Stupeň provozní páky [Kč, bez DPH]					
Využití kapacity myčky	20%	25%	30%	35%	40%
Počet mycích cyklů	63 072	78 840	94 608	110 376	126 144
Tržby	5 216 054	6 520 068	7 824 082	9 128 095	10 432 109
Zisk	248 470	1 270 867	2 293 265	3 315 662	4 338 059
Stupeň provozní páky	16,46%	4,02%	2,67%	2,16%	1,89%

Zdroj: Vlastní zpracování

Čím více počet prodaných mycích cyklů přesahuje úroveň bodu zvratu (59 240 mycích cyklů) a čím vyšší jsou tržby a zisk, tím nižší je stupeň provozní páky. Vývoj stupně provozní páky v závislosti na úrovni využití kapacity myčky v intervalu od 20% do 40% v tabulkovém a grafickém zobrazení dokumentuje příloha č. 11 a příloha č. 12.

Stupeň provozní páky má však i vliv na riziko podnikání. Platí totiž, že čím je vyšší provozní páka podniku, tím je (za nezměněných ostatních podmínek) vyšší i jeho podnikatelské riziko. Vysoké hodnoty ukazatele jsou výhodné při růstu tržeb, ale nebezpečné při jejich poklesu. Z tohoto důvodu zvážíme, jak můžeme zmenšit podnikatelské riziko. Ze vzorce pro výpočet stupně provozní páky vyplývá, že jedinou vhodnou variantou, jak snížit stupeň provozní páky je redukce fixních nákladů.

Součástí fixních nákladů jsou i osobní náklady na zaměstnance. Hlavním úkolem zaměstnanců je zajišťovat poskytování služby mytí automobilů s obsluhou personálu a prodej doplňkového sortimentu. Tržby z obou těchto činností, nejsou zahrnuty v tržbách pro výpočet bodu zvratu. Tím pádem můžeme vyloučit z fixních nákladů osobní náklady na zaměstnance a snížit tak podnikatelské riziko z hlavní výdělečné činnosti podniku – mytí automobilů bez obsluhy personálu. Myčka je koncipovaná jako samoobslužná, tudíž nepotřebuje žádné zaměstnance. Běžný dohled na provoz myčky a průběžné doplňování čisticí chemie mohou v krajním případě zajišťovat společníci. Jejich odměny za práci pro společnost nejsou z fixních nákladů vyloučeny. Základním předpokladem zapojení zaměstnanců do podnikatelské činnosti je jejich efektivnost, tzn., musejí přinést firmě dostatečné zisky.

Pokud z fixních nákladů vyloučíme osobní náklady na zaměstnance v celkové výši 13 507 200 Kč, sníží se celkové fixní náklady z původních 38 411 181 Kč na 24 903 981 Kč. To se projeví pozitivní změnou bodu zvratu, který se sníží z původních 592 399 mycích cyklů na 384 084 mycích cyklů.

$$Q_{BZ(10 \text{ let})} = \frac{FN_{(10 \text{ let})}}{c_j - v_j} = \frac{24\,903\,981}{82,70 - 17,86} = \frac{24\,903\,981}{64,84} = 384\,084 \text{ mycích cyklů}$$

K vypočtenému bodu zvratu myčka dospěje, pokud v průměru prodá 38 408 mycích cyklů za rok (původně 59 240 mycích cyklů za rok), 3 201 mycích cyklů za měsíc (původně 4 937 mycích cyklů za měsíc) nebo 105 mycích cyklů za den (původně 162 mycích cyklů za den).

Na změnu bodu zvratu se váže změna ukazatele kritického využití kapacity myčky, která má rovněž pozitivní charakter. Hodnota tohoto ukazatele se sníží z původních 18,78 % na 12,17%.

$$K_{\text{krit}} = \frac{Q_{BZ(10 \text{ let})}}{K_{(10 \text{ let})}} = \frac{384\,084}{3\,153\,600} = 0,1217 = 12,17 \%$$

Snížení fixních nákladů je doprovázeno vyšším celkovým ročním ziskem, vyšším ziskem na jeden mycí cyklus a v neposlední řadě i vyšší rentabilitou tržeb.

Tabulka 56: Zisk z prodeje samoobslužného mytí v závislosti na využití myčky (redukované fixní náklady)

Zisk z prodeje samoobslužného mytí v závislosti na využití kapacity myčky (1 rok) [Kč, bez DPH]					
Využití kapacity myčky	20%	25%	30%	35%	40%
Tržby	5 216 054	6 520 068	7 824 082	9 128 095	10 432 109
Fixní náklady (redukované)	2 490 398	2 490 398	2 490 398	2 490 398	2 490 398
Variabilní náklady	1 126 466	1 408 082	1 689 699	1 971 315	2 252 932
Zisk	1 599 190	2 621 587	3 643 985	4 666 382	5 688 779

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 57: Zisk z prodeje samoobslužného mytí na jednotku výkonů (redukované fixní nákladů)

Zisk z prodeje jednoho mycího cyklu pro redukci fixních nákladů [Kč, bez DPH]					
Využití kapacity myčky	20%	25%	30%	35%	40%
Tržba na jeden mycí cyklus	82,70	82,70	82,70	82,70	82,70
Fixní náklad na jeden mycí cyklus	39,49	31,59	26,32	22,56	19,74
Variabilní náklady na jeden mycí cyklus	17,86	17,86	17,86	17,86	17,86
Zisk na jeden mycí cyklus	25,35	33,25	38,52	42,28	45,10
Rentabilita tržeb	30,66%	40,21%	46,57%	51,12%	54,53%

Zdroj: Vlastní zpracování

Následující tabulka struktury nákladů myčky je dalším potvrzením příznivého účinku redukce fixních nákladů.

Tabulka 58: Struktura nákladů myčky po redukci fixních nákladů

Struktura nákladů myčky po redukci fixních nákladů					
Využití kapacity myčky	20%	25%	30%	35%	40%
Podíl fixních nákladů	68,86%	63,88%	59,58%	55,82%	52,50%
Podíl variabilních nákladů	31,14%	36,12%	40,42%	44,18%	47,50%
Celkové náklady	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Zdroj: Vlastní zpracování

Po redukci fixních nákladů a analýze dopadů na bod zvratu se vrátíme zpět k provozní páce. Opět provedeme výpočet stupně provozní páky pro 20% využití kapacity myčky. Tentokrát do jmenovatele dosadíme redukované roční fixní náklady ve výši 2 490 398 Kč (původně 3 841 118 Kč).

$$\text{stupeň provozní páky (20\%)} = \frac{Q_{\text{rok(20\%)}} \cdot (c_j - v_j)}{Q_{\text{rok(20\%)}} \cdot (c_j - v_j) - FN_{\text{red. (rok)}}$$

$$\text{stupeň provozní páky (20\%)} = \frac{63\,703 \cdot (82,70 - 17,86)}{63\,703 \cdot (82,70 - 17,86) - 2\,490\,398} = 2,56\%$$

$FN_{\text{rek. (rok)}}$ – fixní náklady roční redukované

Z výpočtu lze učinit závěr, že každé zvýšení objemu prodeje o 1% nad úroveň využití kapacity myčky 20% přinese podniku zvýšení provozního zisku o 2,56%. Vypočtená nižší hodnota ukazatele 2,56% oproti předešlé hodnotě 16,46% je potvrzením správné úvahy, že redukce fixních nákladů je vhodnou variantou, jak snížit stupeň provozní páky a tím pádem i riziko podnikání. Další hodnoty uvedené v tabulce opětovně potvrzují, že hodnoty stupně provozní páky nejsou konstantní veličina, ale mění se v závislosti na výši objemu prodaných mycích cyklů. Takovouto provozní páku můžeme charakterizovat spíše jako slabou provozní páku.

Tabulka 59: Stupeň provozní páky po redukcí fixních nákladů

Stupeň provozní páky po redukcí fixních nákladů [Kč, bez DPH]					
Využití kapacity myčky	20%	25%	30%	35%	40%
Počet mycích cyklů	63 072	78 840	94 608	110 376	126 144
Tržby	5 216 054	6 520 068	7 824 082	9 128 095	10 432 109
Zisk	1 599 190	2 621 587	3 643 985	4 666 382	5 688 779
Stupeň provozní páky	2,56%	1,95%	1,68%	1,53%	1,44%

Zdroj: Vlastní zpracování

4.9 Hodnocení investice

Technik pro hodnocení investic je celá řada. Pro vyhodnocení této investice použijeme jednu statickou metodu (dobu návratnosti), která nezohledňuje faktor rizika a dvě dynamické metody, které zohledňují faktor času a riziko (NPV, IRR).

4.9.1 Doba návratnosti

Doba návratnosti investičního projektu je tradičním a často používaným kritériem hodnocení projektu, zejména v bankovních kruzích. Obecně řečeno je to doba, za kterou se projekt splatí z peněžních příjmů, které projekt zajistí, zjednodušeně ze svých zisků po zdanění a odpisů. Za efekt z projektu je zde považován nejen zisk po zdanění, ale i odpisy. Čím kratší doba návratnosti, tím je projekt hodnocen příznivěji. Protože doba vyjadřuje pouze dobu, která je nutná pro pokrytí kapitálového výdaje peněžními příjmy z investice, není měřítkem efektivnosti projektu, ale měřítkem očekávané likvidity projektu²⁸.

K výpočtu doby návratnosti kapitálového výdaje ve výši 8 200 000 Kč vytvoříme následující tabulky.

Tabulka 60: Doba návratnosti (1. část)

Doba návratnosti						
[v Kč]	k 1. 1. 2019	2019	2020	2021	2022	2023
Zisk po zdanění (čistý zisk)	0	1 408 860	1 582 022	1 590 102	1 598 958	1 609 652
Odpisy	0	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530
Celkový peněžní příjem	0	2 163 390	2 336 552	2 344 632	2 353 488	2 364 182
Investiční výdaj	-8 200 000	0	0	0	0	0
Kumulativní peněžní příjem	-8 200 000	-6 036 610	-3 700 058	-1 355 426	998 063	3 362 244

Zdroj: Vlastní zpracování

²⁸ VALACH, J. Investiční rozhodování. 2. vydání. Praha: Ekopress, 2006. s. 465. ISBN 80-86929-01-9.

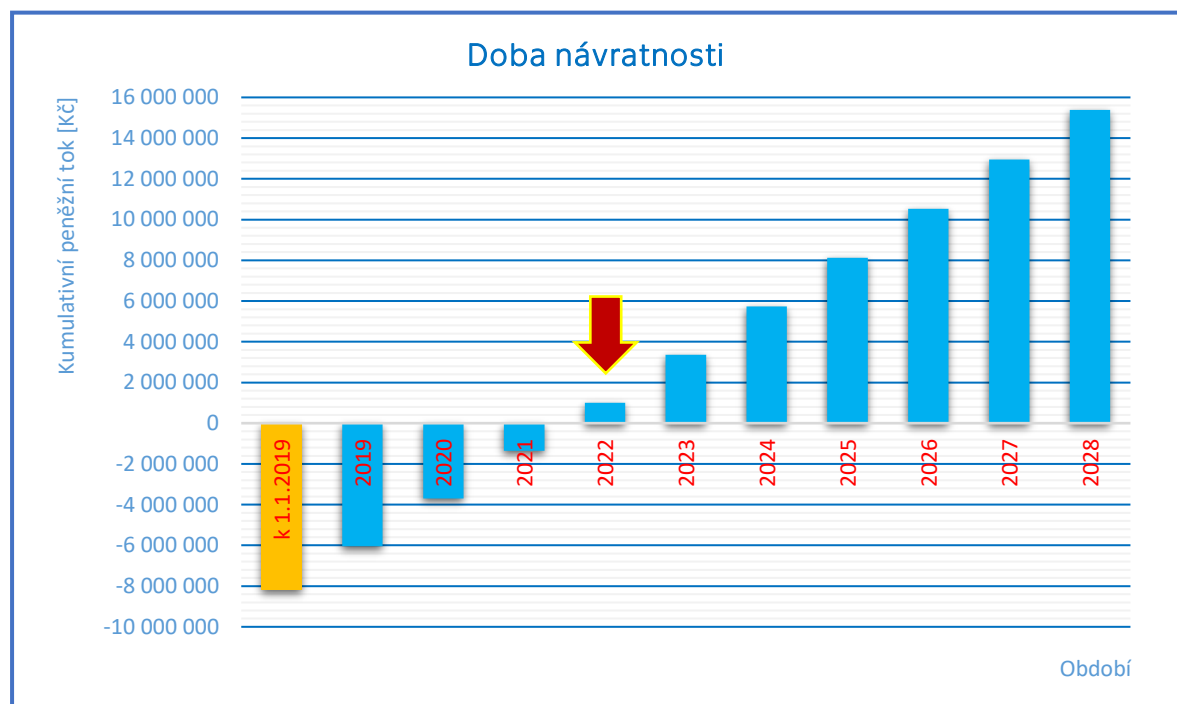
Tabulka 61: Doba návratnosti (2. část)

Doba návratnosti					
[v Kč]	2024	2025	2026	2027	2028
Zisk po zdanění (čistý zisk)	1 621 436	1 634 270	1 649 174	1 665 556	1 683 234
Odpisy	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530
Celkový peněžní příjem	2 375 966	2 388 800	2 403 704	2 420 086	2 437 764
Investiční výdaj	0	0	0	0	0
Kumulativní peněžní příjem	5 738 210	8 127 010	10 530 714	12 950 801	15 388 564

Zdroj: Vlastní zpracování

Z výpočtové tabulky a z grafického vyobrazení vyplývá, že dobou návratnosti investovaných finančních prostředků je čtvrtý rok existence investice (opět při úvaze 25% využití kapacity myčky). To znamená, že v průběhu roku 2022 se kumulativní peněžní příjmy, které zahrnují zisk po zdanění a odpisy vyrovnají s kapitálovým výdajem na počátku realizace investice.

Graf 8: Doba návratnosti investice



Zdroj: Vlastní zpracování

4.9.2 Čistá současná hodnota

V této kapitole posoudíme plánovanou investici pomocí čisté současné hodnoty *NPV* (Net Present Value), která patří v současnosti k tradičním metodám hodnocení investice.

Čistá současná hodnota představuje rozdíl mezi současnou hodnotou očekávaných peněžních příjmů z investice a výdajů na investici. Výsledná hodnota udává, kolik peněz realizace investice přinese. Vyjde-li *NPV* kladná je plánovaná investice výhodná. Oproti tomu, pokud vyjde *NPV* záporná je investice nevýhodná.

Při jejím výpočtu nejdříve stanovíme peněžní toky na základě volných peněžních toků pro vlastníky a věřitele *FCFF* (Free Cash Flow to the firm) pro každé plánované období trvání investice a tyto peněžní toky přepočteme (diskontujeme) přijatou podnikovou diskontní sazbou, která prezentuje náklady kapitálu. Nákladem vlastního kapitálu je vlastníky (společníky) požadovaný výnos a nákladem cizího kapitálu je věřiteli požadovaný úrok z bankovního úvěru.

Naše plánovaná investice je financována zčásti vlastním a zčásti cizím kapitálem. Z tohoto důvodu podnikovou diskontní sazbu stanovíme na úrovni vážených průměrných nákladů kapitálu **WACC** (Weighted Average Cost of Capital) podle vztahu:

$$WACC = r_e \cdot \frac{E}{C} + r_d \cdot \frac{D}{C} (1 - T)$$

E – vlastní kapitál

D – cizí úročený kapitál

C – celkový kapitál

r_e – náklady vlastního kapitálu

r_d – náklady cizího kapitálu

T – sazba daně z příjmu

Pro stanovení *NPV* je naprosto klíčové stanovení diskontní sazby. Čím vyšší je diskontní sazba, tím nižší bude *NPV* a tím méně je pravděpodobné, že bude investice přijata k realizaci. V našem případě smíšeného financování budeme předpokládat, že vlastníci vyžadují minimálně 15% zhodnocení prostředků vložených do podniku a sjednaná úroková míra bankovního úvěru je 7%, resp. 5,67% po započtení daňového štítu. Do výpočtu *WACC* vstupují kromě *r_e* a *r_d* další proměnné - *E/C*, *D/C*, které ovlivňují výslednou diskontní sazbu *WACC*. Z pomocné tabulky pro výpočet *WACC* vyplývá, že s tím, jak roste podíl vlastního kapitálu *E/C* a souběžně klesá podíl cizího kapitálu *D/C* v kapitálové struktuře podniku (v důsledku splácení bankovního úvěru) roste diskontní sazba nákladů *WACC*.

Tabulka 62: Vážené průměrné náklady kapitálu 2019 - 2023

Vážené průměrné náklady kapitálu (WACC)					
Období	2019	2020	2021	2022	2023
Vlastní kapitál na počátku roku (E)	4 600 000	4 600 000	4 600 000	4 600 000	4 600 000
Cizí kapitál na počátku roku (D)	3 600 000	3 342 246	3 065 859	2 769 492	2 451 700
Celkový kapitál (C)	8 200 000	7 942 246	7 665 859	7 369 492	7 051 700
Podíl vlastní kapitál/celkový kapitál (E/C)	0,56	0,58	0,60	0,62	0,65
Podíl cizí kapitál/celkový kapitál (D/C)	0,44	0,42	0,40	0,38	0,35
Sazba daně z příjmu (T)	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%
Náklady vlastního kapitálu (r _e)	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%
Náklady cizího kapitálu (r _d)	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%
WACC_t	10,90%	11,07%	11,27%	11,49%	11,76%

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 63: Vážené průměrné náklady kapitálu 2024 - 2028

Vážené průměrné náklady na kapitál (WACC)					
Období	2024	2025	2026	2027	2028
Vlastní kapitál na počátku roku (E)	4 600 000	4 600 000	4 600 000	4 600 000	4 600 000
Cizí kapitál na počátku roku (D)	2 110 935	1 745 537	1 353 724	933 586	483 077
Celkový kapitál (C)	6 710 935	6 345 537	5 953 724	5 533 586	5 083 077
Podíl vlastní kapitál/celkový kapitál (E/C)	0,69	0,72	0,77	0,83	0,90
Podíl cizí kapitál/celkový kapitál (D/C)	0,31	0,28	0,23	0,17	0,10
Sazba daně z příjmu (T)	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%
Náklady vlastního kapitálu (r_e)	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%
Náklady cizího kapitálu (r_d)	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%
WACC_t	12,07%	12,43%	12,88%	13,43%	14,11%

Zdroj: Vlastní zpracování

Volné peněžní toky pro vlastníky a věřitele $FCFF_t$ představují veškeré provozní peněžní toky, které podnik generuje z provozních aktiv. Vypočteme je podle následujícího schématu²⁹:

$$FCFF_t = EBIT_T(1 - T) + ODP_t - \Delta WC_t - INV_t$$

$EBIT_t$ – provozní zisk před úroky a zdaněním

ODP_t – odpisy

ΔWC_t – změna čistého pracovního kapitálu

INV_t – investice

t – období

Postup výpočtu $FCFF_t$ názorně vysvětluje další tabulka. Diskontováním $FCFF_t$ diskontní sazbou $WACC_t$ zjistíme současnou hodnotu $FCFF_t$. Čistou současnou hodnotu investice NPV potom vypočteme dosazením do vzorce:

$$\begin{aligned}
 NPV &= \sum_{t=1}^n \frac{FCFF_t}{(1 + WACC_t)^t} - FCFF_0 \\
 &= \frac{284\,930}{0,902} + \frac{1\,877\,209}{0,811} + \frac{2\,054\,171}{0,726} + \frac{2\,066\,486}{0,647} + \frac{2\,079\,522}{0,574} + \frac{2\,094\,965}{0,505} \\
 &\quad + \frac{2\,111\,792}{0,440} + \frac{2\,129\,947}{0,379} + \frac{2\,150\,741}{0,322} + \frac{2\,173\,184}{0,267} - 8\,200\,000 \\
 &= 9\,867\,925 - 8\,200\,000 = \mathbf{1\,667\,925\,Kč}
 \end{aligned}$$

NPV – čistá současná hodnota investice

$FCFF_t$ – volné peněžní toky

$FCFF_0$ – volné peněžní toky na počátku investice

n – počet období

²⁹ KISLINGEROVÁ, E.: Oceňování podniku. 2. vydání. Praha: C. H. Beck, 2001. s. 367. ISBN 80-7179-529-1.

Tabulka 64: Současná hodnota volného cash-flow 2019 - 2023

Současná hodnota volného cash - flow						
[v Kč]	k 1. 1. 2019	2019	2020	2021	2022	2023
Tržby		8 827 927	8 827 927	8 827 927	8 827 927	8 827 927
Náklady (bez úroků)		6 832 822	6 637 823	6 647 823	6 658 111	6 668 111
EBIT	-179 999	1 995 105	2 190 104	2 180 104	2 169 816	2 159 816
Daně (19%)	0	379 070	416 120	414 220	412 265	410 365
EBIT po zdanění	-179 999	1 616 035	1 773 984	1 765 884	1 757 551	1 749 451
Odpisy	0	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530
Cash flow	-179 999	2 370 565	2 528 514	2 520 414	2 512 081	2 503 981
- změna pracovního kapitálu	-474 701	-2 085 635	-651 305	-466 243	-445 595	-424 458
- investice do stálých aktiv	-7 545 300	0	0	0	0	0
FCFF _t (volné cash-flow)	-8 200 000	284 930	1 877 209	2 054 171	2 066 486	2 079 522
Kumulované FCFF _t	-8 200 000	-7 915 070	-6 037 861	-3 983 690	-1 917 205	162 318
Index (t)	0	1	2	3	4	5
WACC	10,90%	10,90%	11,07%	11,27%	11,49%	11,76%
Diskontní faktor (1/(1 + WACC) ^t)	1,000	0,902	0,811	0,726	0,647	0,574
Diskontované FCFF _t	-8 200 000	256 916	1 521 562	1 491 141	1 337 305	1 192 904
Kumulované diskontované FCFF _t	-8 200 000	-7 943 084	-6 421 522	-4 930 381	-3 593 076	-2 400 171

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 65: Současná hodnota volného cash-flow 2024 - 2028

Současná hodnota volného cash - flow					
[v Kč]	2024	2025	2026	2027	2028
Tržby	8 827 927	8 827 927	8 827 927	8 827 927	8 827 927
Náklady (bez úroků)	6 678 111	6 688 651	6 698 651	6 708 651	6 719 551
EBIT	2 149 816	2 139 276	2 129 276	2 119 276	2 108 376
Daně (19%)	408 465	406 462	404 562	402 662	400 591
EBIT po zdanění	1 741 351	1 732 813	1 724 713	1 716 613	1 707 784
Odpisy	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530
Cash flow	2 495 881	2 487 343	2 479 243	2 471 143	2 462 314
- změna pracovního kapitálu	-400 915	-375 551	-349 297	-320 402	-289 131
- investice do stálých aktiv	0	0	0	0	0
FCFF _t (volné cash-flow)	2 094 965	2 111 792	2 129 947	2 150 741	2 173 184
Kumulované FCFF _t	2 257 283	4 369 075	6 499 021	8 649 762	10 822 945
Index (t)	6	7	8	9	10
WACC	12,07%	12,43%	12,88%	13,43%	14,11%
Diskontní faktor (1/(1 + WACC) ^t)	0,505	0,440	0,379	0,322	0,267
Diskontované FCFF _t	1 057 673	929 782	808 120	692 114	580 408
Kumulované diskontované FCFF _t	-1 342 498	-412 716	395 404	1 087 518	1 667 925

Zdroj: Vlastní zpracování

Postupem popsaným v této kapitole jsme dospěli k výsledku, že vypočtená čistá současná hodnota $NPV = 1\,667\,925\text{ Kč}$ splňuje podmínku $NPV \geq 0$. Investice je výhodná.

4.9.3 Vnitřní výnosové procento

Metoda vnitřního výnosového procenta je vhodným nástrojem pro doplnění předchozí metody hodnocení efektivnosti investice metodou čisté současné hodnoty. Vnitřní výnosové procento IRR (Internal Rate of Return) představuje relativní výnos, který investice generuje během své existence. Číselně prezentuje diskontní sazbu, při níž je čistá současná hodnota rovná nule ($NPV = 0$). Matematicky můžeme metodu IRR popsat tímto způsobem:

$$\sum_{t=1}^n \frac{FCFF_t}{(1 + IRR)^t} = FCFF_0$$

Při výpočtu IRR postupujeme metodou postupné aproximace (početně nebo graficky). Při početní aproximaci hledáme dvě diskontní sazby. Při jedné z nich je NPV kladná a při druhé z nich je NPV záporná (co nejmenší rozdíl od nuly). Poté pomocí lineární interpolace zjistíme přibližnou hodnotu IRR podle vzorce³⁰:

$$IRR = k_N + \frac{NPV_N}{NPV_N - NPV_V} \cdot (k_V + k_N)$$

NPV_N – čistá současná hodnota při nižší diskontní míře

NPV_V – čistá současná hodnota při vyšší diskontní míře

k_N – nižší zvolená diskontní míra

k_V – vyšší zvolená diskontní míra

Investici považujeme za výhodnou, pokud má IRR vyšší, než je podnikem požadovaná minimální výnosnost investice.

Zjištění IRR vyžaduje provedení množství početních úkonů (v Excelu), jejichž obsahový smysl vyplývá z tabulek uvedených v příloze č. 13. Při výpočtu postupujeme iterativní metodou tak, že do části tabulky určené pro výpočet čisté současné hodnoty pro vyšší diskontní míru NPV_V dosazujeme různé hodnoty vlastního kapitálu r_e tak dlouho, až NPV bude záporná, ale blízko nule. Za vhodně zvolenou úroveň nákladů vlastního kapitálu můžeme považovat $r_e = 21\%$, neboť po jejím dosazení do výpočtové tabulky nám vyjde záporná čistá současná hodnota $NPV_V = -3\,711\text{ Kč}$. Tato čistá současná hodnota koresponduje s průměrnou výši vážených průměrných nákladů $\overline{WACC}_V = 0,1630 = 16,30\%$, kterou dosadíme do vztahu pro výpočet IRR jako vyšší zvolenou diskontní míru k_V .

Do druhé části tabulky určené pro výpočet čisté současné hodnoty pro nižší diskontní míru NPV_N dosazujeme různé hodnoty vlastního kapitálu r_e tak dlouho, až NPV bude

³⁰ KISLINGEROVÁ, E. a kol. Manažerské finance. 2. vydání. Praha: C. H. Beck, 2007. s. 745. ISBN 978-80-7179-903-1.

kladná, ale blízko nule. Za vhodně zvolenou úroveň nákladů vlastního kapitálu můžeme považovat $r_e = 20\%$, neboť po jejím dosazení do výpočtové tabulky nám vyjde kladná čistá současná hodnota $NPV_N = 241\,930$ Kč. Tato čistá současná hodnota koresponduje s průměrnou výší vážených průměrných nákladů $\overline{WACC}_N = 0,1561 = 15,61\%$, kterou dosadíme do vztahu pro výpočet IRR jako nižší zvolenou diskontní míru k_N .

Podíváme-li do výpočtové tabulky pro výpočet NPV_V a NPV_N uvědomíme si, že pro každé období nám v tabulce vychází jiná diskontní sazba $WACC$. Je to zapříčiněno tím, že do výpočtu $WACC$ vstupují váhy jednotlivých položek kapitálu ($E/C, D/C$), které se mění v každém období ve vazbě na splácení bankovního úvěru. Podíl vlastního kapitálu ve struktuře kapitálu roste ($\uparrow E/C$), zatímco podíl cizího kapitálu klesá ($\downarrow D/C$). Tato skutečnost nám zásadním způsobem komplikuje výpočet IRR . Běžně přístupná odborná literatura vysvětluje teorii IRR s jednou diskontní sazbou, zatímco nám vstupuje do výpočtu IRR pro každé období jiná diskontní sazba. Tuto drobnou komplikaci obojdeme tím, že do vzorce pro výpočet IRR dosadíme za k_V a k_N aritmetické průměry vážených průměrných nákladů kapitálu \overline{WACC}_V a \overline{WACC}_N . Hledané vnitřní výnosové procento budeme potom také považovat za průměrné IRR a to i přesto, že do vztahu pro výpočet $\overline{IRR}_{\overline{WACC}}$ dosadíme NPV_V a NPV_N počítané s použitím ročních diskontních sazeb $WACC$ (nikoliv s průměrnou diskontní sazbou $WACC$).

Průměrné \overline{IRR} hodnocené investice pro průměrné \overline{WACC} vypočteme pomocí interpolace:

$$\overline{IRR}_{\overline{WACC}} = \overline{WACC}_V + \frac{NPV_N}{NPV_N - NPV_V} \cdot (\overline{WACC}_V - \overline{WACC}_N)$$

$$\overline{IRR}_{\overline{WACC}} = 0,156 + \frac{241\,930}{241\,930 - (-3\,711)} \cdot (0,1630 - 0,1561) = 0,1629 = 16,29\%$$

Výsledná hodnota $\overline{IRR}_{\overline{WACC}} = 16,29\%$ představuje takovou průměrnou hladinu \overline{WACC} , při které se současná hodnota volných peněžních $FCFF_t$ rovná současné hodnotě volných peněžních toků na počátku investice $FCFF_0$. Výsledné procento znamená, že investovaný kapitál (vlastní i cizí) se během životnosti investice nejen vrátí, ale vynese průměrně dalších 16,29%.

Investice je podle tohoto kritéria přijatelná, protože $\overline{IRR}_{\overline{WACC}}$ je vyšší než průměrná podniková diskontní sazba $WACC$, jež jsme použili pro výpočet NPV v předchozí kapitole (v dalším textu použijeme symbol \overline{WACC}_{NPV}).

$$\overline{IRR}_{\overline{WACC}} > \overline{WACC}_{NPV} \Rightarrow 16,29\% > 12,14\%$$

\overline{WACC}_{NPV} vyjadřuje průměrnou cenu, kterou společnost platí za minimální požadovanou výnosnost použitého vlastního a cizího kapitálu.

Dosadíme-li do vzorečku pro výpočet vnitřního výnosového procenta odpovídající hodnoty nákladů vlastního kapitálu r_{eV} a r_{eN} , kde r_{eV} představuje náklady vlastního kapitálu pro vyšší zvolenou diskontní míru k_V a r_{eN} představuje náklady vlastního

kapitálu pro nižší zvolenou diskontní míru k_N , vypočteme vnitřní výnosové procento nákladů vlastního kapitálu IRR_{r_e} . Opět pomocí interpolace:

$$IRR_{r_e} = r_{eN} + \frac{NPV_N}{NPV_N - NPV_V} \cdot (r_{eV} - r_{eN})$$

$$IRR_{r_e} = 0,20 + \frac{241\,930}{241\,930 - (-3\,711)} \cdot (0,21 - 0,20) = 0,209849 = 20,98\%$$

Vypočtené IRR_{r_e} představuje úroveň r_e , která je obsažena v \overline{IRR}_{WACC} . Investice je podle tohoto kritéria z pohledu vlastníků (investorů) přijatelná, protože vnitřní výnosové procento IRR_{r_e} je vyšší než minimální požadovaná výnosnost vlastního kapitálu r_e .

$$IRR_{r_e} > r_e \Rightarrow 20,98\% > 15,00\%$$

Vnitřní výnosové procento IRR_{r_e} neoznačíme s pruhem, protože r_{eV} a r_{eN} použité pro výpočet tohoto ukazatele nejsou průměrnými hodnotami.

Vnitřní výnosové procento nákladů cizího kapitálu IRR_{r_d} obsažené v \overline{IRR}_{WACC} nemusíme počítat, neboť jeho hodnotu známe, $IRR_{r_d} = r_d = 5,67\%$. Jedná se o fixní úrokovou sazbu bankovního úvěru, sniženou o účinek daňového efektu, ke které se společnost zaváže při sjednání úvěru. Při výpočtu NPV_V a NPV_N jsme považovali r_d za konstantní veličinu. Pouze pro úplnost výpočet IRR_{r_d} by mohl vypadat takto:

$$IRR_{r_d} = r_d + \frac{NPV_N}{NPV_N - NPV_V} \cdot (r_d - r_d)$$

$$IRR_{r_d} = 0,0567 + \frac{241\,930}{241\,930 - (-3\,711)} \cdot (0,0567 - 0,0567) = 0,0567 = 5,67\%$$

Investici podle tohoto kritéria můžeme z pohledu věřitele (banky) považovat za přijatelnou, pokud IRR_{r_d} je stejné jako požadovaná výnosnost cizího kapitálu r_d .

$$IRR_{r_d} = r_d \Rightarrow 5,67\% = 5,67\%$$

Na závěr této části dosadíme diskontní sazby IRR_{r_e} a IRR_{r_d} do výpočtové tabulky uvedené v příloze č. 14 a ověříme si, jak přesný je náš výpočet. Očekáváme hodnotu $NPV_{IRR} = 0$. Nejprve dosazením IRR_{r_e} a IRR_{r_d} do příslušných řádků výpočtové tabulky určíme pro každé období odpovídající diskontní sazby IRR_{WACC} , kterými potom diskontujeme volné peněžní toky $FCFF_t$.

Výpočet NPV pro diskontní sazbu IRR_{WACC} provedeme podle následujícího vztahu:

$$\begin{aligned} NPV_{IRR} &= \sum_{t=1}^n \frac{FCFF_t}{(1 + IRR_{WACC})^t} - FCFF_0 = \\ &= \frac{284\,930}{0,875} + \frac{1\,877\,209}{0,762} + \frac{2\,054\,171}{0,660} + \frac{2\,066\,486}{0,567} + \frac{2\,079\,522}{0,483} + \frac{2\,094\,965}{0,407} \\ &\quad + \frac{2\,111\,792}{0,338} + \frac{2\,129\,947}{0,275} + \frac{2\,150\,741}{0,219} + \frac{2\,173\,184}{0,168} - 8\,200\,000 \\ &= 8\,199\,914 - 8\,200\,000 = -86\,Kč \end{aligned}$$

Vypočtená hodnota $NPV_{IRR} = -86 \text{ Kč}$ symbolizuje (malou) nepřesnost ve výpočtu, která je vzhledem k použité metodě očekávatelná. Výpočet lze dále zpřesňovat, případně lze použít nedefinované funkce v aplikaci MS Excel. Stále je potřeba mít na paměti, že při výpočtu NPV a IRR pracujeme s diskontními sazbami odlišnými pro každé období. Řešení použité v této kapitole je jedno z možných řešení.

5 ZHODNOCENÍ PROJEKTU

Cílem projektu bylo zpracovat životaschopný podnikatelský plán na výstavbu a provozování samoobslužné bezkontaktní myčky automobilů.

Podnikatelskou příležitost lze vnímat v poptávkovém růstu po samoobslužném bezkontaktním mytí řidičů, kteří si chtějí umýt svůj vůz levně, bez poškrábání kartáči, v příjemném prostředí, bez čekání a podle svých vlastních představ. Konkurenční výhodu lze spatřovati v efektivitě myčky a v možnosti minimalizace lidského faktoru. Investiční a provozní náklady samoobslužné myčky jsou výrazně nižší ve srovnání s automatickými mycími linkami. Pokud by podnikatelský záměr neplánoval poskytovat zákazníkům služby navíc (mytí s obsluhou personálu, prodej doplňkového zboží), lze provozovat myčku bez najímání pracovní síly.

Nově založená společnost CAR WASH 24, spol. s r.o. plánuje otevřít svou první provozovnu se šesti mycími boxy na území městské části Praha 18, v Letňanech. Samoobslužná myčka je schopna pracovat v nepřetržitém provozu (v zimě do -20 °C) a její maximální denní kapacita dosahuje 864 mycích cyklů. Pozemek o velikosti 800 m^2 , na němž je naplánovaná výstavba myčky, je dopravně navázán na komunikaci s vysokou intenzitou dopravy a nachází se v těsném sousedství jednoho z největších obchodních center v Praze. Předností zvolené lokality je dostatečný zákaznický potenciál, který plyne z analýzy demografického vývoje a z analýzy trendů v automobilové dopravě. Z analýzy ekonomických faktorů, hodnocených v širším teritoriálním kontextu vyplývá, že Praha je vysoce ekonomicky vyspělým a bohatým regionem s vysokou životní úrovní, která převyšuje nejenom ostatní česká města, ale i řadu evropských. Z marketingového průzkumu provedeného formou anonymního dotazování vyplynulo, že řidiči jsou tomuto způsobu mytí naklonění.

Výrobce zvolené technologie je polská společnost BKF CarWash, která patří k předním Evropským výrobcům bezdotykové technologie mytí aut. Dodavatelem zařízení je společnost BKF Myčky s.r.o., která je autorizovaným dealerem pro ČR.

Finanční plán je sestaven na podkladě dílčích plánů, rozpočtů a požadavků vyplývajících z finanční a ekonomické proveditelnosti a udržitelnosti podnikatelského záměru na dobu deseti let, která koresponduje s očekávanou dobou životnosti technologické části myčky. Uvedení samoobslužné myčky do plného provozu si vyžádá finanční zdroje ve výši $8\,200\,000 \text{ Kč}$. Náklady na užívání pozemku jsou do finančního plánu zapracovány ve formě nájemného. Při zahájení provozu je počítáno se čtyřmi zaměstnanci. Zvolená počáteční struktura financování je dána

poměrem vlastního (56%) a cizího (44%) kapitálu. Vlastní kapitál tvoří vklady společníků ve výši 4 600 000 Kč. Cizí kapitál plánuje společnost zajistit formou dlouhodobého bankovního úvěru ve výši 3 600 000 Kč s předpokládanou úrokovou sazbou 7%. Společnost plánuje realizovat tržby z prodeje samoobslužného mytí, z prodeje mytí s obsluhou personálu a z prodeje kvalitní autokosmetiky pro ochranu a ošetření exteriéru a interiéru vozidel. Plánované roční tržby ze všech aktivit dosahují v průměru 8 827 927 Kč. Roční náklady potřebné k dosažení této tržby činí v průměru 6 847 419 Kč a výsledek hospodaření před zdaněním dosahuje průměrné hodnoty 1 980 507 Kč. Rentabilita celkových tržeb ($\check{C}Z/T$) se pohybuje v rozsahu 15,96% až 19,07%. Tržby z hlavní výdělečné činnosti, tj. z prodeje samoobslužného mytí se odvíjí od vývoje poptávky, resp. od využití kapacity myčky. Poptávka po samoobslužném mytí je stanovena na podkladě informací poskytnutých dodavatelem myčky, který disponuje údaji o poptávce samoobslužného mytí v regionech se srovnatelnými parametry, co do ekonomické výkonnosti, demografického složení, vývoje automobilismu, přístupu řidičů k mytí aut, konkurenčních tlaků a dalších faktorů ovlivňujících poptávku. Vyhodnocením potřebných parametrů bylo odhadnuto využití kapacity myčky v rozmezí 25% až 35%. Tržby z prodeje samoobslužného mytí dosahují při uvažovaném 25% využití kapacity myčky v průměru 6 520 068 Kč, čímž se podílejí na celkových tržbách 73,48%. Roční náklady potřebné k dosažení této tržby potom činí v průměru 5 249 201 Kč a výsledek hospodaření dosahuje v průměru 1 270 867 Kč. Náklady investičního a provozního charakteru samoobslužné myčky jsou stanoveny na podkladě cenové nabídky a informací poskytnutých dodavatelem. Doba dosažení bodu zvratu myčky činí 7,51 roků. Ukazatel kritického využití kapacity myčky, který vyjadřuje míru využití kapacity v bodě zvratu, činí 18,78%. Při 35% využití kapacity myčky činí doba dosažení bodu zvratu 5,37 roků.

Vývoj finanční situace podnikatelského záměru, při uvažovaném 25% využití kapacity myčky, dokumentují zpracované plánové výkazy: rozvaha, výsledovka, výkaz peněžních toků. Finanční analýza (analýza rentability, aktivity, zadluženosti a likvidity) zpracovaná na podkladě těchto výkazů napovídá, že společnost může dlouhodobě existovat, tzn. být rentabilní pro vlastníky, efektivně využívat majetek a být přiměřeně zadlužená. Z výkazu peněžních toků plyne, že společnost je schopna v každém plánovaném období hradit své splatné závazky, vyplácet společníkům podíly na zisku a vytvářet kladné peněžní zůstatky. Rentabilita vlastního kapitálu ($\check{C}Z/VK$) se pohybuje v rozmezí 21,34% až 33,56%. Vložené finanční prostředky se z peněžních toků zahrnujících zisk po zdanění a odpisy vrátí ve čtvrtém roce provozu. Zhodnocení ekonomické efektivnosti investičního záměru je provedeno pomocí kritéria čisté současné hodnoty (NPV) a vnitřního výnosového procenta (IRR). Investice je podle kritéria NPV výhodná, neboť je splněna podmínka $NPV \geq 0$. Metoda IRR je spojena s metodou NPV, neboť IRR je diskontní sazba, při které je NPV rovna nule. Podle tohoto kritéria lze investici také přijmout, neboť IRR je větší než minimální požadovaná míra návratnosti, v našem případě $WACC$.

Z výše uvedeného vyplývá, že se jedná o poměrně bezpečnou investici a že společnost CAR WASH 24, spol. s r.o. může se svým podnikatelským záměrem

zaujmout stabilní pozici na trhu samoobslužného mytí. Při uvádění produktu na trh, ji bude nápomocen tento reálný a detailně zpracovaný podnikatelský plán, který obsahuje potřebné analýzy, hodnocení, propočty, strategická doporučení i možnosti řešení nepříznivých finančních situací. Pokud se naplní finanční předpoklady, doporučuji použít vygenerovaný zisk k další expanzi. Pro další rozvoj podniku budou velkou výhodou získané zkušenosti.

Dokončený podnikatelský plán může být použit k získání investora, kterého zaujme tento konkrétní projekt, nebo jako inspirace pro zájemce o podnikání v segmentu samoobslužného mytí.

6 ZÁVĚR

Cílem diplomové práce bylo zpracovat životaschopný podnikatelský plán na výstavbu a provozování samoobslužné bezkontaktní myčky automobilů. Konkurenční výhodu lze spatřovat v novém produktu, který v Evropě získává na popularitě, přitom v České republice jde o službu, která je na počátku svého rozvoje.

Projekt je zpracován jako podklad pro rozhodování nově založené společnosti CAR WASH 24, spol. s r.o., zda se do daného podnikání pustit, popř. i jako podklad pro úvěr, získání potenciálního investora apod. Zároveň jej lze vnímat i jako obecnější doporučení a zhodnocení i pro další podnikatele na poli samoobslužného mytí automobilů.

Diplomová práce neobsahuje jen klíčové komponenty pro zpracování podnikatelského projektu, ale i řadu dalších doporučení, která potenciální podnikatel musí mít na zřeteli, chce-li zahájit reálné podnikání v segmentu bezobslužného mytí vozidel, tzn. vyhledání vhodné parcely, zabezpečit si (koupí, nájmem) vhodný pozemek, zajistit nezbytné přípojky vody, elektrické energie, plynu, řešit odpady, zejména pak odpadní vodu, vytipovat vhodného dodavatele myčky, dodavatele stavebních úprav apod.

V obsahu práce je pozornost věnována analytickým přístupům, které mají poskytnout řadu cenných informací pro nebo proti podnikatelskému záměru, jako je aplikace metody PESTEL-analýzy, Porterova analýza pěti sil, SWOT analýza. Nechybí též analýza zákazníků, v jejímž rámci byl proveden i průzkum mezi řidiči, jak se staví k této nové službě.

Pro bližší specifikaci projektu byla použita struktura, kterou nabízí marketingový mix v pojetí 7P, tzn. je popsán z pohledu produktu, ceny, místa, propagace, lidí, procesů a materiálového prostředí.

Značná část diplomové práce je věnována finančnímu plánu, resp. různým ekonomickým aspektům zaměřeným na efektivitu samoobslužné myčky: plán tržeb, náklady, plánové výkazy (výkaz zisku a ztrát, rozvaha, výkaz peněžních toků), analýza zdrojů a jejich využití a v neposlední řadě i finanční analýza.

V závěru práce je provedeno zhodnocení projektu, ze kterého vyplývá, že daný projekt je životaschopný a může být bezpochyby zajímavý nejen pro v úvodu práce prezentovanou obchodní společnost, ale i další potenciální podnikatele.

Seznam použité literatury

Odborná literatura

- [1] BLAŽKOVÁ, M. *Marketingová řízení a plánování pro malé a střední firmy*. 1. vydání. Praha: Grada, 2007. s. 280. ISBN: 978-80-247-6274-6.
- [2] ČERVENÝ, R., FICBAUER, J., HANZELKOVÁ, A., KEŘKOVSKÝ, M. *Business plán krok za krokem*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2014. s. 230. ISBN 978-80-7400-511-4.
- [3] FOTR, J. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. 2. vydání. Praha: Grada. 1999. s. 216. ISBN 80-7169-812-1.
- [4] FOTR, J., VACÍK, E., SOUČEK, I., ŠPAČEK, M., HÁJEK, S. *Tvorba strategie a strategické plánování*. 1. vydání. Praha: Grada. 2012. S. 384. ISBN 978-80-247-3985-4.
- [5] KISLINGEROVÁ, E., a kol. *Manažerské finance*. 2. přepracované a rozšířené vydání. Praha: C. H. Beck, 2007. s. 745. ISBN 978-80-7179-903-0.
- [6] KOVÁŘ, F. *Strategický management*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu. 2008. s. 206. ISBN 978-80-86730-33-2.
- [7] KOTLER, P., WONG, V., SAUNDERS, J., ARMSTRONG, G. *Moderní marketing*. 4. vydání. Praha: GRADA, 2007. s. 1048. ISBN 978-80-247-1545-2.
- [8] KRAUSEOVÁ, J. *Finanční projekt firmy do kapsy*. 1. vydání. Praha: Bilance, 2013. s. 153. ISBN 978-80-86371-57-3.
- [9] MULAČOVÁ, V., MULAČ, P. a kol. *Obchodní podnikání ve 21. století*. 1. vydání. Praha: Grada, 2013. s. 520. ISBN: 978-80-247-4780-4.
- [10] PŘIKRYLOVÁ, J., JAHODOVÁ, H. *Moderní marketingová komunikace*. 1. vydání. Praha: Grada, 2010. s. 303. ISBN 978-80-247-3622-8.
- [11] VAŠTIKOVÁ, M. *Marketing služeb efektivně a moderně*. 2. vydání. Praha: Grada, 2014. s. 264. ISBN 978-80-247-5037-8.
- [12] SVOBODOVÁ, E., ANDERA, M. *Od nápadu k podnikatelskému plánu*. 1. vydání. Praha: Grada. 2017. s. 235. ISBN 978-80-271-0407-9.
- [13] SYNEK, Miloslav. *Podniková ekonomika*. 3. přepracované a doplněné vydání. Praha: C.H. Beck, 2002. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 80-717-9736-7.
- [14] VEBER, J. a kol. *Management: Základy, prosperita, globalizace*. 1. vydání. Praha: Management Press. 2007 dotisk. s. 700. ISBN 978-80-7261-029-7.

Legislativa

- [15] Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů.
- [16] Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce, ve znění pozdějších předpisů.
- [17] Zákon č. 589/1992 Sb., o pojistném na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti, ve znění pozdějších předpisů.
- [18] Zákon č. 592/1992 Sb., o pojistném na všeobecné zdravotní pojištění, ve znění pozdějších předpisů.
- [19] Zákon č. 254/2001 Sb., zákon o vodách a o změně některých zákonů (vodní zákon), ve znění pozdějších předpisů.
- [20] Zákon č. 90/2012 Sb., zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích), ve znění pozdějších předpisů.
- [21] Zákon č. 183/2006 Sb., zákon o územním plánování a stavebním řádu (stavební zákon), ve znění pozdějších předpisů.
- [22] Zákon č. 100/2001 Sb., zákon o posuzování vlivů na životní prostředí a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o posuzování vlivů na životní prostředí), ve znění pozdějších předpisů.

Internetové zdroje

- [23] DIBO CLEANING SYSTEMS. Společně s Vámi najdeme řešení pro Vaše požadavky [online]. 2019 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <http://www.diboeast.com/index.html>
- [24] PETROL AKTUALITY. Boom ručních tlakových myček. [online]. 2019 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <http://www.petrol.cz/aktuality/boom-rucnich-tlakovych-mycek-6146.aspx>
- [25] EVROPSKÁ UNIE. Statistiky a průzkumy. In: EUROPA [online]. 2019. [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: https://europa.eu/european-union/documents-publications/statistics_cs
- [26] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Srovnání krajů v České republice – 2017. In: CZSO [online]. 2017 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/5-makroekonomicke-ukazatele-Op4vqvphnh>
- [27] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Základní tendence demografického, sociálního a ekonomického vývoje hl. m. Prahy 2012-2017. In: CZSO [online]. 2018 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/61312132/3301381802.pdf/9370d3de-4276-4222-a36c-5f8413cb068?version=1.1>
- [28] EUROSTAT. Your key to European statistics. In: EUROPA [online]. 2018. [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/data/statistics-a-z/abc>

[29] Technická zpráva komunikací hl. m. Praha, a.s. Ročenky dopravy, Praha. In: TSK [online]. 2018. [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <http://www.tsk-praha.cz/wps/portal/root/nabidka-sluzeb/rocenky>

Seznam tabulek

Tabulka 1: Procentní změna HDP ve vybraných zemích EU, EU, Eurozóny	20
Tabulka 2: Vybrané makroekonomické ukazatelé České republiky – 1 část.....	20
Tabulka 3: Vybrané makroekonomické ukazatelé České republiky – 2. část.....	21
Tabulka 4: Nejbohatší regiony podle HDP na obyvatele v roce 2017	21
Tabulka 5: Hrubý domácí produkt podle krajů v roce 2016	22
Tabulka 6: Vybrané demografické ukazatelé za Prahu	25
Tabulka 7: Vybrané demografické údaje městských částí Prahy k 31. 12. 2017	27
Tabulka 8: Porovnání Praha s Českou republikou – stupeň motorizace a automobilizace.....	29
Tabulka 9: Dopravní výkony automobilové dopravy v Praze.....	30
Tabulka 10: Analýza SWOT	40
Tabulka 11: Matice rizik	41
Tabulka 12: Varianty ekonomického vývoje podnikatelské plánu	62
Tabulka 13: Rozpočet počátečních výdajů rozčleněný podle druhu	63
Tabulka 14: Zahajovací rozvaha	64
Tabulka 15: Průběh splácení dlouhodobého bankovního úvěru	64
Tabulka 16: Tržba z jednoho mycího cyklu	65
Tabulka 17: Kapacita mycích boxů	65
Tabulka 18: Průměrný počet prodaných mycích cyklů za den při různých úrovních využití denní kapacity	66
Tabulka 19: Plánovaný počet prodaných mycích cyklů	66
Tabulka 20: Plán tržeb z prodeje samoobslužného mytí.....	67
Tabulka 21: Propočet tržeb z prodeje doplňkového zboží.....	67
Tabulka 22: Plán tržeb a nákladů z prodeje doplňkového zboží za rok	67
Tabulka 23: Plán tržeb z prodeje mytí s obsluhou personálu za příplatek	67
Tabulka 24: Propočet doby používání samoobslužných vysavačů.....	68
Tabulka 25: Plán tržeb a nákladů z prodeje samoobslužného vysávání	68
Tabulka 26: Kalkulace variabilních nákladů na 1 impulz programu č. 0.....	69
Tabulka 27: Kalkulace variabilních nákladů na 1 impulz programu č. 1.....	70

Tabulka 28: Kalkulace variabilních nákladů na 1 impulz programu č. 2.....	70
Tabulka 29: Kalkulace variabilních nákladů na 1 impulz programu č. 3.....	70
Tabulka 30: Kalkulace variabilních nákladů na 1 impulz programu č. 4.....	70
Tabulka 31: Hrubé rozpětí na jeden mycí cyklus.....	71
Tabulka 32: Kalkulace variabilních nákladů na 1 mycí cyklus	71
Tabulka 33: Rozpočet variabilních nákladů plánovaný objem prodaných mycích cyklů za rok	72
Tabulka 34: Plánované výnosy.....	73
Tabulka 35: Výpočet mzdy zaměstnanců a roční přehled	74
Tabulka 36: Výpočet odměny společníků a roční přehled.....	74
Tabulka 37: Schéma sestavení plánového výkazu peněžních toků metodou přímou.	79
Tabulka 38: Plánový výkaz peněžních toků sestavený nepřímou metodou.....	82
Tabulka 39: Ukazatelé rentability 2019 - 2023	83
Tabulka 40: Ukazatelé rentability 2024 - 2028	84
Tabulka 41: Ukazatelé nákladovosti 2019 - 2023.....	84
Tabulka 42: Ukazatelé nákladovosti 2024 - 2028.....	85
Tabulka 43: Ukazatelé aktivity 2019 - 2023	85
Tabulka 44: Ukazatelé aktivity 2024 - 2028	85
Tabulka 45: Ukazatelé zadluženosti 2019 - 2023.....	87
Tabulka 46: Ukazatelé zadluženosti 2024 - 2028.....	87
Tabulka 47: Ukazatelé likvidity 2019 - 2023	88
Tabulka 48: Ukazatelé likvidity 2024 - 2028	88
Tabulka 49: Počet mycích cyklů za časovou jednotku v závislosti na využití kapacity myčky	90
Tabulka 50: Doba dosažení bodu zvratu v závislosti na využití kapacity myčky	91
Tabulka 51: Doba dosažení bodu zvratu v rámci jednoho roku v závislosti na využití kapacity myčky	91
Tabulka 52: Zisk z prodeje samoobslužného mytí v závislosti na využití myčky.....	92
Tabulka 53: Zisk z prodeje jednoho mycího cyklu.....	92
Tabulka 54: Struktura nákladů myčky.....	92
Tabulka 55: Stupeň provozní páky.....	93
Tabulka 56: Zisk z prodeje samoobslužného mytí v závislosti na využití myčky (reduované fixní náklady).....	94

Tabulka 57: Zisk z prodeje samoobslužného mytí na jednotku výkonů (redukované fixní nákladů).....	95
Tabulka 58: Struktura nákladů myčky (redukované fixní náklady).....	95
Tabulka 59: Stupeň provozní páky po redukcii fixních nákladů po redukcii fixních nákladů	96
Tabulka 60: Doba návratnosti (1. část).....	96
Tabulka 61: Doba návratnosti (2. část).....	97
Tabulka 62: Vážené průměrné náklady kapitálu 2019 - 2023	98
Tabulka 63: Vážené průměrné náklady kapitálu 2024 - 2028	99
Tabulka 64: Současná hodnota volného cash-flow 2019 - 2023.....	100
Tabulka 65: Současná hodnota volného cash-flow 2024 - 2028.....	100

Seznam grafů

Graf 1: Průměrná hrubá měsíční mzda a její meziroční změny podle čtvrtletí v Praze	23
Graf 2: Průměrná hrubá měsíční mzda a medián mezd v Praze a ČR	23
Graf 3: Obecná míra nezaměstnanosti a změna počtu nezaměstnaných podle čtvrtletí v hl. m. Praze.....	24
Graf 4: Roční průměrná obecná míra nezaměstnanosti podle pohlaví v hl. m. Praze..	25
Graf 5: Denní variace automobilové dopravy (rok 2017, Praha, celá síť, pracovní den)	31
Graf 6: Týdenní variace automobilové dopravy (rok 2017, Praha, celá síť)	31
Graf 7: Roční variace automobilové dopravy (rok 2017, Praha, celá síť).....	32
Graf 8: Doba návratnosti investice	97

Seznam příloh

Příloha 1: Zahajovací rozpočet samoobslužné bezkontaktní automyčky – 1 část.....	114
Příloha 2: Rozpočet fixních nákladů	116
Příloha 3: Výkonová spotřeba	117
Příloha 4: Plánový výkaz zisku a ztráty	118
Příloha 5: Plánová rozvaha	119
Příloha 6: Plánový výkaz peněžních toků 2019 – 2028	120
Příloha 7: Plánový výkaz cash flow sestavený nepřímou metodou	122
Příloha 8: Finanční zdroje a jejich užití.....	123
Příloha 9: Pracovní kapitál	123

Příloha 10: Bod zvratu	124
Příloha 11: Stupeň provozní páky v závislosti na změně využití kapacity myčky	125
Příloha 12: Grafické vyjádření stupně provozní páky v závislosti na změně využití kapacity myčky	126
Příloha 13: Výpočtové tabulky pro výpočet vnitřního výnosového procenta	127
Příloha 14: Výpočet čisté současné hodnoty pro IRR	129
Příloha 15: Dotazník zaměřený na preference způsobů mytí aut v Praze	130

Příloha 1: Zahajovací rozpočet samoobslužné bezkontaktní automyčky – 1 část

Položka	Cena bez DPH	Sazba DPH	Cena s DPH
Technika CW 6 – kontejner v nerezovém rámu, 5 mycích programů, duplexní změkčovač, osmotický systém	2 865 000 Kč	0%	2 865 000 Kč
Doprava a montáž CW 6	163 000 Kč	0%	163 000 Kč
Systém BKF Cash Flow - centrální sací systém odvádějící mince do trezoru v kontejneru (sací kanály instalované v zemi)	75 600 Kč	0%	75 600 Kč
Měníčka peněz (čtečka bankovek, display, 2 zásobníky)	53 800 Kč	0%	53 800 Kč
Kondenzační kotel ACV	76 000 Kč	0%	76 000 Kč
System Smart Heating Systém automatického ovládání ohřevu betonových podlah v zimním období	35 000 Kč	0%	35 000 Kč
Konstrukce 6 mycích stanovišť s kontejnerem uprostřed CW6K	790 200 Kč	0%	790 200 Kč
Oblouková hliníková atika pro 6 mycích stanovišť s kontejnerem uprostřed (kontejner pod střechou)	238 000 Kč	0%	238 000 Kč
Podsvícený nápis „NONSTOP“	13 500 Kč	0%	13 500 Kč
Podsvícený nápis „BEZKONTAKTNÍ MYTÍ“	33 000 Kč	0%	33 000 Kč
Oboustranný PVC banner s nápisy	81 600 Kč	0%	81 600 Kč
Doprava a montáž konstrukce a atiky	320 000 Kč	0%	320 000 Kč
Podlahové prefabrikáty pro 6 mycích boxů	379 000 Kč	0%	379 000 Kč
Montáž a doprava podlahových prefabrikátů	62 200 Kč	0%	62 200 Kč
Technologická jímka pro čištění odpadní vody	212 500 Kč	0%	212 500 Kč
Vybudování ležaté kanalizace, elektrického a plynového připojení	149 600 Kč	0%	149 600 Kč
Vybudování základových konstrukcí pro osazení technologie myčky	78 100 Kč	0%	78 100 Kč
Zpevněné plochy	431 900 Kč	0%	431 900 Kč
Kamerový zabezpečovací systém	112 400 Kč	0%	112 400 Kč
Projektová dokumentace	55 000 Kč	0%	55 000 Kč
Zaškolení obsluhy	5 900 Kč	0%	5 900 Kč

Příloha 1: Zahajovací rozpočet samoobslužné bezkontaktní automyčky – 2. část

Položka	Cena bez DPH	Sazba DPH	Cena s DPH
Vysavač DUO z nerezové oceli s kompresorem	171 500 Kč	0%	171 500 Kč
Vysavač DUO z nerezové oceli s kompresorem	171 500 Kč	0%	171 500 Kč
Klepač koberců 2 stanoviště	19 000 Kč	21%	22 990 Kč
Klepač koberců 2 stanoviště	19 000 Kč	21%	22 990 Kč
Kancelářský a prodejní kontejner	345 000 Kč	0%	345 000 Kč
Sanitární kontejner	286 000 Kč	0%	286 000 Kč
Počítač	15 999 Kč	21%	19 359 Kč
Telefon (4 ks)	28 000 Kč	21%	33 880 Kč
Tiskárna, fax, kopírka,	11 000 Kč	21%	13 310 Kč
Účetní software	12 000 Kč	21%	14 520 Kč
Kancelářské programy Office apod.	5 000 Kč	21%	6 050 Kč
Užitkový automobil Ford Connect	340 000 Kč	21%	411 400 Kč
Počáteční zásoba materiálů	21 470 Kč	21%	25 979 Kč
Počáteční zásoba zboží	59 500 Kč	21%	71 995 Kč
Právní, poradenské služby	70 000 Kč	21%	84 700 Kč
Propagace a reklama	120 000 Kč	21%	145 200 Kč
Celkem	7 926 269 Kč		8 077 673 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha 2: Rozpočet fixních nákladů

Období	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Nájemné za pozemek 800 m	660 000	660 000	660 000	660 000	660 000	660 000	660 000	660 000	660 000	660 000
Propagace a reklama	120 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000
Vodné a stočné	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000
Elektrická energie	42 000	42 000	42 000	42 000	42 000	42 000	42 000	42 000	42 000	42 000
Právní a poradenské služby	70 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Telefon a internet	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000
Bezpečnostní dohled	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000
Pojištění majetku	17 000	17 000	17 000	17 000	17 000	17 000	17 000	17 000	17 000	17 000
Pojištění odpovědnosti za škodu při provozu	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000
Pojištění automobilu havarijní a povinné	13 500	13 500	13 500	13 500	13 500	13 500	13 500	13 500	13 500	13 500
Odvoz a likvidace odpadu	19 300	19 300	19 300	19 300	19 300	19 300	19 300	19 300	19 300	19 300
Pohonné hmoty	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000
Osobní ochranné prostředky	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000
Opravy a udržování majetku	40 000	50 000	60 000	70 000	80 000	90 000	100 000	110 000	120 000	130 000
Drobný dlouhodobý hmotný majetek	92 999	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000
Ostatní spotřební materiál	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000
Drobný software	17 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Odpisy	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530
Osobní náklady	1 833 120	1 833 120	1 833 120	1 833 120	1 833 120	1 833 120	1 833 120	1 833 120	1 833 120	1 833 120
Úroky	243 835	225 202	205 221	183 797	160 824	136 190	109 775	81 451	51 079	18 512
Bankovní poplatky	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000
Silniční daň	1 872	1 872	1 872	2 160	2 160	2 160	2 700	2 700	2 700	3 600
Dálniční kupón	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500
Fixní náklady	4 116 656	3 903 024	3 893 043	3 881 907	3 868 934	3 854 300	3 838 425	3 820 101	3 799 729	3 778 062

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha 3: Výkonová spotřeba

Období	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Náklady vynaložené na prodané zboží	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250
Náklady vynaložené na prodané zboží	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250
Pohonné hmoty	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000
Chemické čisticí prostředky	115 106	115 106	115 106	115 106	115 106	115 106	115 106	115 106	115 106	115 106
Prášek	137 182	137 182	137 182	137 182	137 182	137 182	137 182	137 182	137 182	137 182
Polymer	83 570	83 570	83 570	83 570	83 570	83 570	83 570	83 570	83 570	83 570
Demineralizovaná voda	219 175	219 175	219 175	219 175	219 175	219 175	219 175	219 175	219 175	219 175
Leštadlo	4 730	4 730	4 730	4 730	4 730	4 730	4 730	4 730	4 730	4 730
Osobní ochranné prostředky	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000
Drobný dlouhodobý hmotný majetek	92 999	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000
Ostatní spotřební materiál	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000
Spotřeba materiálu	742 763	669 764	669 764	669 764	669 764	669 764	669 764	669 764	669 764	669 764
Voda	493 272	493 272	493 272	493 272	493 272	493 272	493 272	493 272	493 272	493 272
Elektrická energie	196 581	196 581	196 581	196 581	196 581	196 581	196 581	196 581	196 581	196 581
Plyn	249 134	249 134	249 134	249 134	249 134	249 134	249 134	249 134	249 134	249 134
Spotřeba energie	938 987	938 987	938 987	938 987	938 987	938 987	938 987	938 987	938 987	938 987
Nájemné za pozemek	660 000	660 000	660 000	660 000	660 000	660 000	660 000	660 000	660 000	660 000
Propagace a reklama	120 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000
Právní a poradenské služby	70 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Bezpečnostní dohled	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000
Telefon a internet	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000
Odvoz a likvidace odpadu	19 300	19 300	19 300	19 300	19 300	19 300	19 300	19 300	19 300	19 300
Opravy a udržování majetku	40 000	50 000	60 000	70 000	80 000	90 000	100 000	110 000	120 000	130 000
Drobný software	17 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Služby	966 300	844 300	854 300	864 300	874 300	884 300	894 300	904 300	914 300	924 300
Výkonová spotřeba	4 199 300	4 004 301	4 014 301	4 024 301	4 034 301	4 044 301	4 054 301	4 064 301	4 074 301	4 084 301

Příloha 4: Plánový výkaz zisku a ztráty

PLÁNOVÝ VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY		k 1. 1.2019	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
I.	Tržby z prodeje služeb	0	7 002 927	7 002 927	7 002 927	7 002 927	7 002 927	7 002 927	7 002 927	7 002 927	7 002 927	7 002 927
II.	Tržby za prodej zboží	0	1 825 000	1 825 000	1 825 000	1 825 000	1 825 000	1 825 000	1 825 000	1 825 000	1 825 000	1 825 000
A.	Výkonová spotřeba	179 999	4 199 300	4 004 301	4 014 301	4 024 301	4 034 301	4 044 301	4 054 301	4 064 301	4 074 301	4 084 301
1.	Náklady vynaložené na prodané zboží	0	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250	1 551 250
2.	Spotřeba materiálu a energie	92 999	1 681 750	1 608 751	1 608 751	1 608 751	1 608 751	1 608 751	1 608 751	1 608 751	1 608 751	1 608 751
3.	Služby	87 000	966 300	844 300	854 300	864 300	874 300	884 300	894 300	904 300	914 300	924 300
B.	Osobní náklady	0	1 833 120	1 833 120	1 833 120	1 833 120	1 833 120	1 833 120	1 833 120	1 833 120	1 833 120	1 833 120
1.	Mzdové náklady	0	1 368 000	1 368 000	1 368 000	1 368 000	1 368 000	1 368 000	1 368 000	1 368 000	1 368 000	1 368 000
2.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	0	465 120	465 120	465 120	465 120	465 120	465 120	465 120	465 120	465 120	465 120
C.	Daně a poplatky v provozní činnosti	0	3 372	3 372	3 372	3 660	3 660	3 660	4 200	4 200	4 200	5 100
D.	Úpravy hodnot dlouhodobého majetku - trvalé	0	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530
E.	Ostatní provozní náklady	0	42 500	42 500	42 500	42 500	42 500	42 500	42 500	42 500	42 500	42 500
*	PROVOZNÍ VÝSLEDEK HOSPODAŘENÍ	-179 999	1 995 105	2 190 104	2 180 104	2 169 816	2 159 816	2 149 816	2 139 276	2 129 276	2 119 276	2 108 376
F.	Výnosové úroky	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G.	Nákladové úroky	0	243 835	225 202	205 221	183 797	160 824	136 190	109 775	81 451	51 079	18 512
H.	Ostatní finanční výnosy	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CH.	Ostatní finanční náklady	0	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000
**	FINANČNÍ VÝSLEDEK HOSPODAŘENÍ	0	-255 835	-237 202	-217 221	-195 797	-172 824	-148 190	-121 775	-93 451	-63 079	-30 512
*	Výsledek hospodaření před zdaněním	-179 999	1 739 270	1 952 902	1 962 882	1 974 018	1 986 992	2 001 626	2 017 500	2 035 824	2 056 196	2 077 864
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost - splatná	0	330 410	370 880	372 780	375 060	377 340	380 190	383 230	386 650	390 640	394 630
**	Výsledek hospodaření po zdanění	-179 999	1 408 860	1 582 022	1 590 102	1 598 958	1 609 652	1 621 436	1 634 270	1 649 174	1 665 556	1 683 234

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha 5: Plánová rozvaha

PLÁNOVÁ ROZVAHA		k 1. 1. 2019	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
	AKTIVA CELKEM	8 020 001	10 088 217	10 025 864	9 739 580	9 433 029	9 105 341	8 754 679	8 378 844	7 977 134	7 547 100	7 085 794
B.	Stálá aktiva	7 545 300	6 790 770	6 036 240	5 281 710	4 527 180	3 772 650	3 018 120	2 263 590	1 509 060	754 530	0
B. I	Dlouhodobý hmotný majetek	7 545 300	6 790 770	6 036 240	5 281 710	4 527 180	3 772 650	3 018 120	2 263 590	1 509 060	754 530	0
C.	Oběžná aktiva	474 701	3 297 447	3 989 624	4 457 870	4 905 849	5 332 691	5 736 559	6 115 254	6 468 074	6 792 570	7 085 794
C. I	Zásoby	80 970	80 970	80 970	80 970	80 970	80 970	80 970	80 970	80 970	80 970	80 970
1.	Materiál	21 470	21 470	21 470	21 470	21 470	21 470	21 470	21 470	21 470	21 470	21 470
2.	Zboží	59 500	59 500	59 500	59 500	59 500	59 500	59 500	59 500	59 500	59 500	59 500
C. II	Krátkodobé pohledávky	0	181 444	181 444	181 444	181 444	181 444	181 444	181 444	181 444	181 444	181 444
C. III	Stát - daňové pohledávky	126 204	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C. IV	Finanční majetek (peněžní prostředky)	267 527	3 035 033	3 727 209	4 195 456	4 643 434	5 070 276	5 474 145	5 852 840	6 205 660	6 530 156	6 823 380
	PASIVA CELKEM	8 020 001	10 088 217	10 025 864	9 739 580	9 433 029	9 105 341	8 754 679	8 378 844	7 977 134	7 547 100	7 085 794
A.	Vlastní kapitál	4 420 001	6 008 860	6 182 022	6 190 102	6 198 958	6 209 652	6 221 436	6 234 270	6 249 174	6 265 556	6 283 234
A. I	Základní kapitál	4 600 000	4 600 000	4 600 000	4 600 000	4 600 000	4 600 000	4 600 000	4 600 000	4 600 000	4 600 000	4 600 000
A. II	Hospodářský výsledek běžného období	-179 999	1 408 860	1 582 022	1 590 102	1 598 958	1 609 652	1 621 436	1 634 270	1 649 174	1 665 556	1 683 234
B.	Cizí zdroje	3 600 000	4 079 357	3 843 842	3 549 478	3 234 070	2 895 689	2 533 244	2 144 574	1 727 960	1 281 544	802 561
B. I	Krátkodobé závazky	0	737 111	777 983	779 987	782 370	784 753	787 707	790 850	794 374	798 467	802 561
1.	Závazky z obchodních vztahů	0	169 790	169 930	170 208	170 487	170 765	171 043	171 322	171 600	171 879	172 157
2.	Závazky k zaměstnancům a ke společníkovi	0	86 850	86 850	86 850	86 850	86 850	86 850	86 850	86 850	86 850	86 850
3.	Závazky ze sociálního a zdravotního pojištění	0	51 300	51 300	51 300	51 300	51 300	51 300	51 300	51 300	51 300	51 300
4.	Stát - daňové závazky	0	429 171	469 903	471 628	473 733	475 838	478 513	481 378	484 623	488 438	492 253
B. II	Bankovní úvěry a výpomoci	3 600 000	3 342 246	3 065 859	2 769 492	2 451 700	2 110 935	1 745 537	1 353 724	933 586	483 077	0
1.	Bankovní úvěry dlouhodobé	3 600 000	3 342 246	3 065 859	2 769 492	2 451 700	2 110 935	1 745 537	1 353 724	933 586	483 077	0

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha 6: Plánový výkaz peněžních toků 2019 – 2028

Plánový výkaz peněžních toků sestavený metodou přímou											
Období	k 1. 1. 2019	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Počáteční stav finančních prostředků k 1.1.	0	267 527	3 035 033	3 727 209	4 195 456	4 643 434	5 070 276	5 474 145	5 852 840	6 205 660	6 530 156
Příjem z prodeje zboží	0	2 170 740	2 170 740	2 170 740	2 170 740	2 170 740	2 170 740	2 170 740	2 170 740	2 170 740	2 170 740
Příjem z prodeje zboží za předchozí rok	0	0	37 510	37 510	37 510	37 510	37 510	37 510	37 510	37 510	37 510
Příjem z prodeje služeb	0	8 329 607	8 329 607	8 329 607	8 329 607	8 329 607	8 329 607	8 329 607	8 329 607	8 329 607	8 329 607
Příjem z prodeje služeb za předchozí rok	0	0	143 934	143 934	143 934	143 934	143 934	143 934	143 934	143 934	143 934
Platba mezd zaměstnancům a společníkům	0	-955 350	-955 350	-955 350	-955 350	-955 350	-955 350	-955 350	-955 350	-955 350	-955 350
Platba mezd zaměstnancům a společníkům za předchozí rok	0	0	-86 850	-86 850	-86 850	-86 850	-86 850	-86 850	-86 850	-86 850	-86 850
Platba sociálního zabezpečení	0	-395 010	-395 010	-395 010	-395 010	-395 010	-395 010	-395 010	-395 010	-395 010	-395 010
Platba sociálního zabezpečení za předchozí rok	0	0	-35 910	-35 910	-35 910	-35 910	-35 910	-35 910	-35 910	-35 910	-35 910
Platba zdravotního pojištění	0	-169 290	-169 290	-169 290	-169 290	-169 290	-169 290	-169 290	-169 290	-169 290	-169 290
Platba zdravotního pojištění za předchozí rok	0	0	-15 390	-15 390	-15 390	-15 390	-15 390	-15 390	-15 390	-15 390	-15 390
Platba daně z příjmu ze závislé činnosti	0	-160 710	-160 710	-160 710	-160 710	-160 710	-160 710	-160 710	-160 710	-160 710	-160 710
Platba daně z příjmu ze závislé činnosti za předchozí rok	0	0	-14 610	-14 610	-14 610	-14 610	-14 610	-14 610	-14 610	-14 610	-14 610
Platba za materiál	-138 508	-750 027	-773 113	-773 113	-773 113	-773 113	-773 113	-773 113	-773 113	-773 113	-773 113
Platba za materiál za předchozí rok	0	0	-36 187	-37 301	-37 301	-37 301	-37 301	-37 301	-37 301	-37 301	-37 301
Platba za energie	0	-1 113 451	-1 113 451	-1 113 451	-1 113 451	-1 113 451	-1 113 451	-1 113 451	-1 113 451	-1 113 451	-1 113 451
Platba za energie za předchozí rok	0	0	-22 723	-22 723	-22 723	-22 723	-22 723	-22 723	-22 723	-22 723	-22 723
Platba za služby	-105 270	-1 039 468	-998 092	-1 009 914	-1 021 735	-1 033 557	-1 045 378	-1 057 200	-1 069 021	-1 080 843	-1 092 664
Platba za služby za předchozí rok	0	0	-24 485	-23 511	-23 789	-24 068	-24 346	-24 625	-24 903	-25 182	-25 460

Platba za zboží	-71 995	-1 790 619	-1 790 619	-1 790 619	-1 790 619	-1 790 619	-1 790 619	-1 790 619	-1 790 619	-1 790 619	-1 790 619
Platba za zboží za předchozí rok	0	0	-86 394	-86 394	-86 394	-86 394	-86 394	-86 394	-86 394	-86 394	-86 394
Platba pojištění majetku	0	-17 000	-17 000	-17 000	-17 000	-17 000	-17 000	-17 000	-17 000	-17 000	-17 000
Platba pojištění odpovědnosti za škodu při provozu	0	-12 000	-12 000	-12 000	-12 000	-12 000	-12 000	-12 000	-12 000	-12 000	-12 000
Platba pojištění automobilu havarijní a povinné	0	-13 500	-13 500	-13 500	-13 500	-13 500	-13 500	-13 500	-13 500	-13 500	-13 500
Platba bankovních poplatků	0	-12 000	-12 000	-12 000	-12 000	-12 000	-12 000	-12 000	-12 000	-12 000	-12 000
Platba silniční daně	0	-1 872	-1 872	-1 872	-2 160	-2 160	-2 160	-2 700	-2 700	-2 700	-3 600
Platba dálničního kupónu	0	-1 500	-1 500	-1 500	-1 500	-1 500	-1 500	-1 500	-1 500	-1 500	-1 500
Platba daně z přidané hodnoty	0	-799 457	-928 548	-926 623	-924 698	-922 773	-920 848	-918 923	-916 998	-915 073	-913 148
Platba daně z přidané hodnoty za předchozí rok	0	0	-84 151	-84 413	-84 238	-84 063	-83 888	-83 713	-83 538	-83 363	-83 188
Platba daně z příjmu právnických osob za předchozí rok	0	0	-330 410	-370 880	-372 780	-375 060	-377 340	-380 190	-383 230	-386 650	-390 640
Platba srážkové daně z podílů na zisku	0	0	-211 329	-237 303	-238 515	-239 844	-241 448	-243 215	-245 141	-247 376	-249 833
I. Cash flow z provozní činnosti	-315 773	3 269 094	2 391 296	2 314 554	2 301 154	2 287 545	2 273 661	2 258 504	2 243 538	2 227 883	2 210 536
Platba za dlouhodobý hmotný majetek	-7 616 700	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. Cash flow z investiční činnosti	-7 616 700	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Příjem bankovního úvěru	3 600 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vklady společníků	4 600 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Platba podílů na zisku společníkům	0	0	-1 197 531	-1 344 719	-1 351 587	-1 359 115	-1 368 204	-1 378 220	-1 389 130	-1 401 798	-1 415 723
Platba anuity bance	0	-501 589	-501 589	-501 589	-501 589	-501 589	-501 589	-501 589	-501 589	-501 589	-501 589
III. Cash flow z finanční činnosti	8 200 000	-501 589	-1 699 120	-1 846 307	-1 853 175	-1 860 703	-1 869 793	-1 879 809	-1 890 718	-1 903 387	-1 917 311
Cash flow = CF provozní + CF investiční + CF finanční	267 527	2 767 506	692 177	468 246	447 978	426 842	403 869	378 695	352 820	324 496	293 224
Konečný stav finančních prostředků k 31.12.	267 527	3 035 033	3 727 209	4 195 456	4 643 434	5 070 276	5 474 145	5 852 840	6 205 660	6 530 156	6 823 380

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha 7: Plánový výkaz cash flow sestavený nepřímou metodou

Plánový výkaz cash-flow sestavený nepřímou metodou										
Období	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Počáteční stav peněžních prostředků k 1.1.	0	3 035 033	3 727 209	4 195 456	4 643 434	5 070 276	5 474 145	5 852 840	6 205 660	6 530 156
(+) Zisk po zdanění	1 408 860	1 582 022	1 590 102	1 598 958	1 609 652	1 621 436	1 634 270	1 649 174	1 665 556	1 683 234
(+) Odpisy	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530
(+/-) Změna stavu krátkodobých pohledávek	-181 444	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(+/-) Změna stavu zásob materiálu	-21 470	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(+/-) Změna stavu zásob zboží	-59 500	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(+/-) Změna stavu krátkodobých závazků	737 111	40 872	2 003	2 383	2 383	2 953	3 143	3 523	4 093	4 093
I. Cash flow z provozní činnosti (nepřímá metoda)	2 638 087	2 377 424	2 346 636	2 355 872	2 366 565	2 378 919	2 391 944	2 407 228	2 424 180	2 441 857
(-) Přírůstek dlouhodobého majetku	-7 545 300	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. Cash flow z investiční činnosti (přímá metoda)	-7 545 300	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(+) Čerpání dlouhodobého bankovního úvěru	3 600 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(+) Vklady společníků	4 600 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(-) Vyplacení podílů na zisku společníkům	0	-1 408 860	-1 582 022	-1 590 102	-1 598 958	-1 609 652	-1 621 436	-1 634 270	-1 649 174	-1 665 556
(-) Splátky dlouhodobého bankovního úvěru	-257 754	-276 387	-296 367	-317 792	-340 765	-365 399	-391 813	-420 138	-450 509	-483 077
III. Cash flow z finanční činnosti (přímá metoda)	7 942 246	-1 685 247	-1 878 389	-1 907 894	-1 939 723	-1 975 050	-2 013 249	-2 054 408	-2 099 684	-2 148 633
Cash flow = CF provozní + CF investiční + CF finanční	3 035 033	692 177	468 246	447 978	426 842	403 869	378 695	352 820	324 496	293 224
Konečný stav peněžních prostředků k 31.12.	3 035 033	3 727 209	4 195 456	4 643 434	5 070 276	5 474 145	5 852 840	6 205 660	6 530 156	6 823 380

Příloha 8: Finanční zdroje a jejich užití

Finanční zdroje										
Období	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Čistý zisk	1 408 860	1 582 022	1 590 102	1 598 958	1 609 652	1 621 436	1 634 270	1 649 174	1 665 556	1 683 234
Odpisy	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530	754 530
Cash-flow	2 163 390	2 336 552	2 344 632	2 353 488	2 364 182	2 375 966	2 388 800	2 403 704	2 420 086	2 437 764
Dlouhodobý bankovní úvěr	3 600 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vklady společníků	4 600 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Celkem finanční zdroje	10 363 390	2 336 552	2 344 632	2 353 488	2 364 182	2 375 966	2 388 800	2 403 704	2 420 086	2 437 764
Užití finančních zdrojů										
Změna ČPK, (-) přírůstek, (+) úbytek	-2 560 336	-651 305	-466 243	-445 595	-424 458	-400 915	-375 551	-349 297	-320 402	-289 131
Investice do DM, (-) přírůstek, (+) úbytek	-7 545 300	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Celkem investiční výdaje (ČPK + DM)	-10 105 636	-651 305	-466 243	-445 595	-424 458	-400 915	-375 551	-349 297	-320 402	-289 131
Vyplacené podíly na zisku	0	-1 408 860	-1 582 022	-1 590 102	-1 598 958	-1 609 652	-1 621 436	-1 634 270	-1 649 174	-1 665 556
Splátky (úmor) úvěru	-257 754	-276 387	-296 367	-317 792	-340 765	-365 399	-391 813	-420 138	-450 509	-483 077
Celkem užití finančních zdrojů	-10 363 390	-2 336 552	-2 344 632	-2 353 488	-2 364 182	-2 375 966	-2 388 800	-2 403 704	-2 420 086	-2 437 764
Finanční zdroje - užití	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

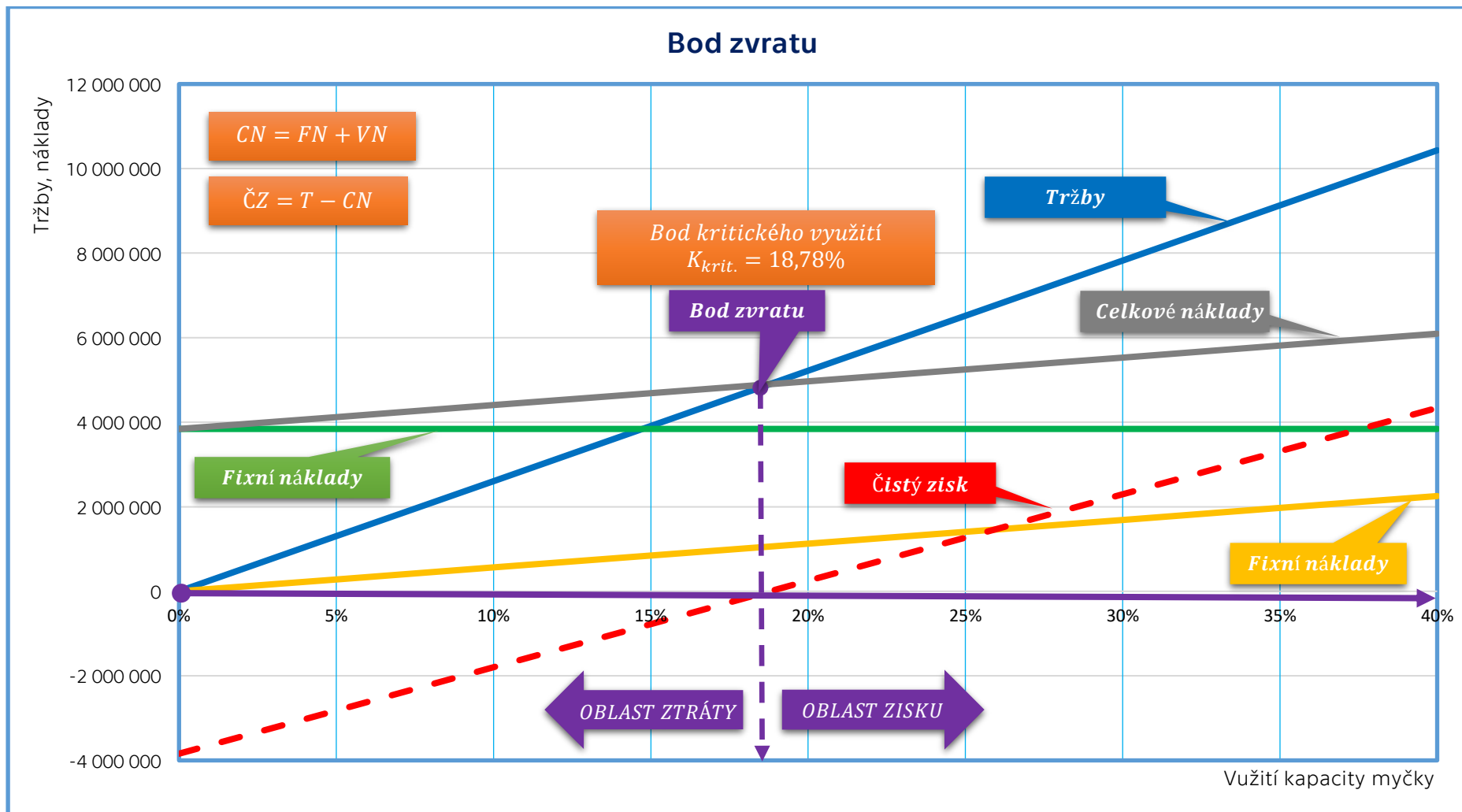
Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha 9: Pracovní kapitál

Pracovní kapitál										
Období	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Zásoby materiálu	21 470	21 470	21 470	21 470	21 470	21 470	21 470	21 470	21 470	21 470
Zásoby zboží	59 500	59 500	59 500	59 500	59 500	59 500	59 500	59 500	59 500	59 500
Krátkodobé pohledávky	181 444	181 444	181 444	181 444	181 444	181 444	181 444	181 444	181 444	181 444
Krátkodobý finanční majetek (peníze)	3 035 033	3 727 209	4 195 456	4 643 434	5 070 276	5 474 145	5 852 840	6 205 660	6 530 156	6 823 380
Krátkodobé závazky	-737 111	-777 983	-779 987	-782 370	-784 753	-787 707	-790 850	-794 374	-798 467	-802 561
Čistý pracovní kapitál	2 560 336	3 211 641	3 677 884	4 123 479	4 547 937	4 948 852	5 324 404	5 673 700	5 994 103	6 283 234

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha 10: Bod zvratu



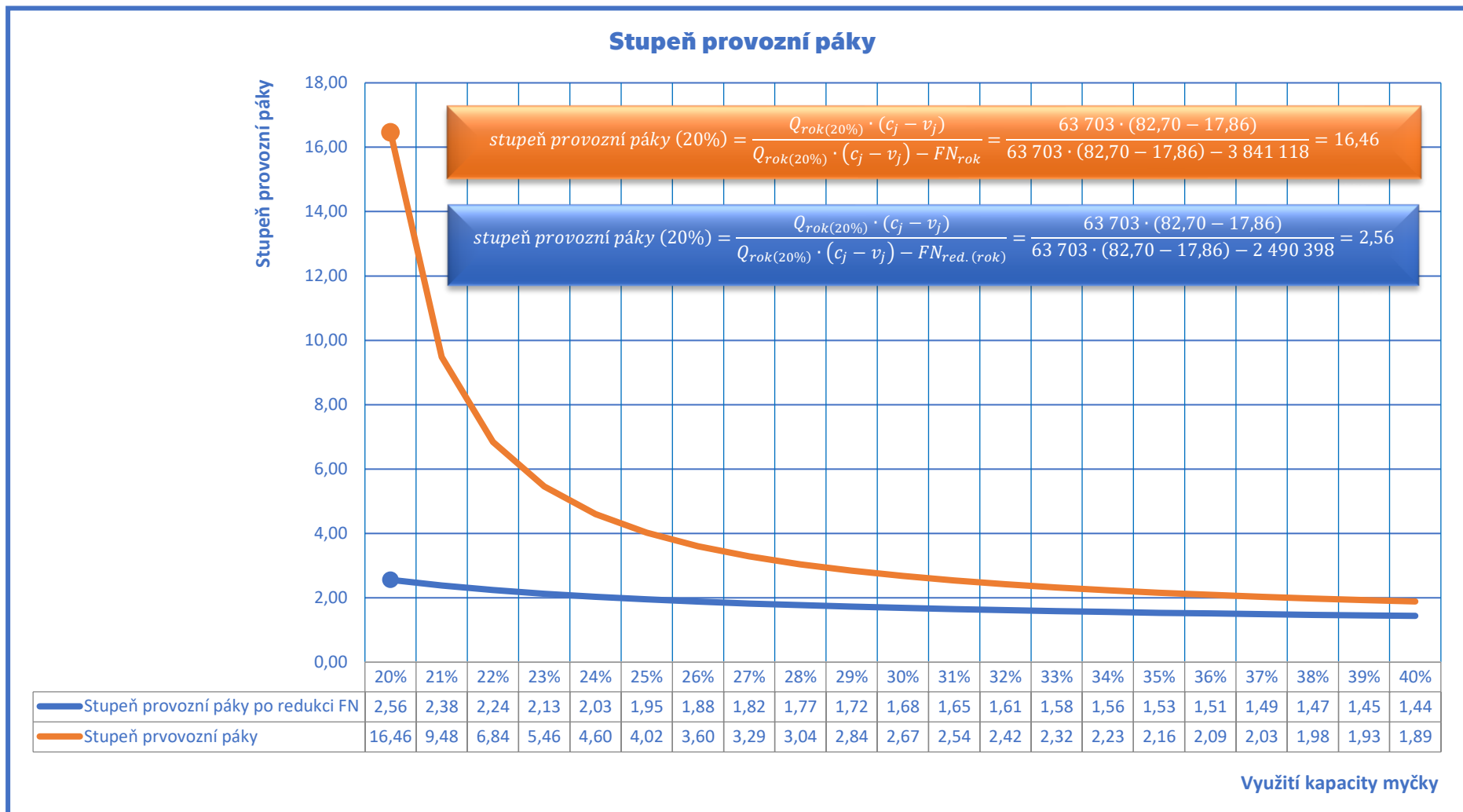
Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha 11: Stupeň provozní páky v závislosti na změně využití kapacity myčky

Využití kapacity myčky	Počet mycích cyklů za rok	Tržby roční [Kč]	Zisk roční [Kč]	Zisk roční po redukcí FN [Kč]	Stupeň provozní páky	Stupeň provozní páky po redukcí FN
20%	63 072	5 216 054	248 470	1 599 190	16,46	2,56
21%	66 226	5 476 857	452 950	1 803 670	9,48	2,38
22%	69 379	5 737 660	657 429	2 008 149	6,84	2,24
23%	72 533	5 998 463	861 909	2 212 629	5,46	2,13
24%	75 686	6 259 265	1 066 388	2 417 108	4,60	2,03
25%	78 840	6 520 068	1 270 867	2 621 587	4,02	1,95
26%	81 994	6 780 871	1 475 347	2 826 067	3,60	1,88
27%	85 147	7 041 673	1 679 826	3 030 546	3,29	1,82
28%	88 301	7 302 476	1 884 306	3 235 026	3,04	1,77
29%	91 454	7 563 279	2 088 785	3 439 505	2,84	1,72
30%	94 608	7 824 082	2 293 265	3 643 985	2,67	1,68
31%	97 762	8 084 884	2 497 744	3 848 464	2,54	1,65
32%	100 915	8 345 687	2 702 223	4 052 943	2,42	1,61
33%	104 069	8 606 490	2 906 703	4 257 423	2,32	1,58
34%	107 222	8 867 292	3 111 182	4 461 902	2,23	1,56
35%	110 376	9 128 095	3 315 662	4 666 382	2,16	1,53
36%	113 530	9 388 898	3 520 141	4 870 861	2,09	1,51
37%	116 683	9 649 701	3 724 621	5 075 341	2,03	1,49
38%	119 837	9 910 503	3 929 100	5 279 820	1,98	1,47
39%	122 990	10 171 306	4 133 579	5 484 299	1,93	1,45
40%	126 144	10 432 109	4 338 059	5 688 779	1,89	1,44

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha 12: Grafické vyjádření stupně provozní páky v závislosti na změně využití kapacity myčky



Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha 13: Výpočtové tabulky pro výpočet vnitřního výnosového procenta

A. Vstupní veličiny výpočtové tabulky											
Období	k 1. 1. 2019	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Vlastní kapitál na počátku roku (E)	-	4 600 000	4 600 000	4 600 000	4 600 000	4 600 000	4 600 000	4 600 000	4 600 000	4 600 000	4 600 000
Cizí kapitál na počátku roku - bankovní úvěr (D)	-	3 600 000	3 342 246	3 065 859	2 769 492	2 451 700	2 110 935	1 745 537	1 353 724	933 586	483 077
Celkový kapitál (C)	-	8 200 000	7 942 246	7 665 859	7 369 492	7 051 700	6 710 935	6 345 537	5 953 724	5 533 586	5 083 077
Podíl vlastní kapitál/celkový kapitál (E/C)	-	0,56	0,58	0,60	0,62	0,65	0,69	0,72	0,77	0,83	0,90
Podíl cizí kapitál/celkový kapitál (D/C)	-	0,44	0,42	0,40	0,38	0,35	0,31	0,28	0,23	0,17	0,10
Sazba daně z příjmu (T)	-	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%
FCFF_t (výpočet viz tabulka č. 64 až 65)	-8 200 000	284 930	1 877 209	2 054 171	2 066 486	2 079 522	2 094 965	2 111 792	2 129 947	2 150 741	2 173 184
B. 1. Výpočet vyšší diskontní míry - WACC _v a WACC _v											
Období	k 1. 1. 2019	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Náklady vlastního kapitálu (r _{eV})	-	21,00%	21,00%	21,00%	21,00%	21,00%	21,00%	21,00%	21,00%	21,00%	21,00%
Náklady cizího kapitálu (r _d)	-	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%
WACC _v	-	14,27%	14,55%	14,87%	15,24%	15,67%	16,18%	16,78%	17,51%	18,41%	19,54%
WACC_v (průměrná hodnota)	-	16,30%									
B. 2. Výpočet čisté současné hodnoty pro vyšší diskontní míru NPV _v											
Období	k 1. 1. 2019	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Index (t)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
WACC _v	14,27%	14,27%	14,55%	14,87%	15,24%	15,67%	16,18%	16,78%	17,51%	18,41%	19,54%
Diskontní faktor 1/(1 + WACC _v) ^t	1	0,875	0,762	0,660	0,567	0,483	0,407	0,338	0,275	0,218	0,168
Diskontované FCFF _t	-8 200 000	249 348	1 430 643	1 355 278	1 171 752	1 004 286	851 991	712 842	585 654	469 865	364 629
Kumulované diskontované FCFF _t	-8 200 000	-7 950 652	-6 520 009	-5 164 731	-3 992 979	-2 988 693	-2 136 702	-1 423 859	-838 205	-368 340	-3 711
NPV_v											-3 711

C. 1 Výpočet nižší diskontní míry - $WACC_N$ a \bar{WACC}_N											
Období	k 1. 1. 2019	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Náklady vlastního kapitálu (r_{eN})	-	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%
Náklady cizího kapitálu (r_d)	-	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%
$WACC_N$	-	13,71%	13,97%	14,27%	14,61%	15,02%	15,49%	16,06%	16,74%	17,58%	18,64%
\bar{WACC}_N (průměrná hodnota)	-	15,61%									
C. 2 Výpočet čisté současné hodnoty pro nižší diskontní míru NPV_N											
Období	k 1. 1. 2019	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Index (t)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
$WACC_N$	13,71%	13,71%	13,97%	14,27%	14,61%	15,02%	15,49%	16,06%	16,74%	17,58%	18,64%
Diskontní faktor $1/(1 + WACC_N)^t$	1	0,879	0,770	0,670	0,579	0,497	0,421	0,353	0,290	0,233	0,181
Diskontované $FCFF_t$	-8 200 000	250 579	1 445 220	1 376 741	1 197 487	1 033 090	882 784	744 600	617 390	500 621	393 417
Kumulované diskontované $FCFF_t$	-8 200 000	-7 949 421	-6 504 201	-5 127 460	-3 929 973	-2 896 883	-2 014 099	-1 269 498	-652 108	-151 487	241 930
NPV_N											241 930

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha 14: Výpočet čisté současné hodnoty pro IRR

A. 1. Výpočet vnitřního výnosové procento IRR_{WACC}											
Období	k 1. 1. 2019	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Vnitřní výnosové procento vlastního kapitálu IRR_{r_e}	-	20,98%	20,98%	20,98%	20,98%	20,98%	20,98%	20,98%	20,98%	20,98%	20,98%
Vnitřní výnosové procentu cizího kapitálu IRR_{r_d}	-	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%	5,67%
IRR_{WACC}	-	14,26%	14,54%	14,86%	15,23%	15,66%	16,17%	16,77%	17,50%	18,40%	19,53%
\overline{IRR}_{WACC} (průměrná hodnota)	-	16,29%									
A. 2. Výpočet čisté současné hodnoty pro IRR_{WACC}											
Index (t)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
IRR_{WACC}	14,26%	14,26%	14,54%	14,86%	15,23%	15,66%	16,17%	16,77%	17,50%	18,40%	19,53%
Diskontní faktor $1/(1 + IRR_{WACC})^t$	1	0,875	0,762	0,660	0,567	0,483	0,407	0,338	0,275	0,219	0,168
Diskontované $FCFF_t$	-8 200 000	249 367	1 430 861	1 355 599	1 172 136	1 004 713	852 447	713 311	586 120	470 313	365 047
Kumulované diskontované $FCFF_t$	-8 200 000	-7 950 633	-6 519 772	-5 164 173	-3 992 037	-2 987 323	-2 134 876	-1 421 566	-835 446	-365 132	-86
NPV_{IRR}											-86

Zdroj: Vlastní zpracování

DOTAZNÍK ZAMĚŘENÝ NA PREFERENCE ZPŮSOBŮ MYTÍ AUT V PRAZE.
(Vaši odpověď prosím zaškrtněte křížkem.)

1. Jste muž nebo žena?
 - Muž
 - Žena
2. Jaký je hlavní důvod mytí Vašeho auta?
 - Auto myji z důvodu ochrany karoserie.
 - Auto myji z důvodu bezpečnosti.
 - Auto myji kvůli image.
3. Jakým způsobem řešíte mytí Vašeho auta?
 - Jezdím do automatické myčky.
 - Jezdím do samoobslužného mycího boxu.
 - Jezdím do profesionální ruční myčky.
 - O mytí auta se nestarám.
4. Jak často využíváte automyčku?
 - Do myčky jezdím jednou za měsíc.
 - Do myčky jezdím jednou za tři měsíce.
 - Do myčky jezdím jednou za týden.
 - Do myčky jezdím jednou za čtrnáct dní.
 - Do myčky jezdím podle potřeby, zpravidla několikrát za rok.
5. Podle jakého hlavního kritéria vybíráte automyčku.
 - Hlavním kritériem je cena mytí auta.
 - Hlavním kritériem je kvalita mytí auta.
 - Při výběru zvažují cenu i kvalitu mytí současně.
 - Hlavním kritériem je dostupnost automyčky.
6. Myslíte si, že je v Praze dostatek automyček a máte tak možnost vybrat automyčku podle Vašich preferencí (cena, kvalita, ochrana laku, dostupnost, rychlost mytí, šetrnost k laku karoserie nebo k životnímu prostředí apod.)?
 - Ne. Automyček je v Praze nedostatek. Nemám možnost si vybrat automyčku dle svých preferencí.
 - Ano. Automyček je v Praze dostatek. Mám možnost si vybrat automyčku dle svých preferencí.
 - Nevím. Nedokážu posoudit.
7. Jaké hlavní přednosti samoobslužných myček znáte?
 - Uvedte přednosti..... DOBŘE MYJE, NÍZKÁ CENA
8. Máte v úmyslu vyzkoušet nebo pravidelně navštěvovat samoobslužnou myčku, pokud se dozvíte o jejích přednostech?
 - Ano.
 - Ne.
 - Nevím.
9. Jakou peněžní hodnotu jste ochotni zaplatit za umytí auta v samoobslužné myčce, pokud zohledníte Vaši práci a přednosti bezkontaktního mytí.
 - 0 – 70 Kč.
 - 71 – 100 Kč.
 - 101 – 120 Kč.
 - 121 – 140 Kč.
 - 141 Kč a více.
10. Máte-li na téma automyček v Praze nějaké podněty nebo připomínky, prosím uveďte je:

OBČA S MÁLO AKTIVNÍ PĚNY.
DLOUHÉ FRONTY.

Vyplnění dotazníku je anonymní. Vyplněním a odevzdáním dotazníku souhlasíte s uvedením vašeho názoru v diplomové práci studenta MÚVS, ČVUT v Praze. Děkuji za vyplnění dotazníku.

