

# Podnikatelský plán: samoobslužná auto myčka jako podnikatelská příležitost pro investora

Autor: Jan Pitra, Projektové řízení inovací. Vedoucí práce: Mgr. Jan Procházka, Ph.D.  
Diplomová práce, České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií, 2021.

## ABSTRACT

The goal of the diploma thesis is to develop a detailed business plan for the operation of a contactless self-service car wash in the locality of České Budějovice which will serve as a business opportunity for a potential investor. The content of the diploma thesis "The Business Plan: Self-service Car Wash as a Business Opportunity for an Investor" is to define theoretical concepts and tools such as business, business plan, strategic and financial analysis, which are examined in the practical part and evaluated from the perspective of business plan feasibility.

## ÚVOD

V aktuální nejisté době přichází mnoha podnikatelům na mysl, jak nejlépe investovat své peníze. Mnoho investic směřuje na nákup pozemků, jelikož se jedná o investice s dobrým zhodnocením a nízkým rizikem. Ovšem taková investice negeneruje žádný pravidelný zisk, ale pouze jednorázový zisk v případě odprodeje za vyšší cenu, než byla cena pořízení. Výstavba a provoz samoobslužné myčky aut nabízí jednak možnost investice do pozemku, ale také poskytuje možné generování pravidelných zisků za prodané služby. Další výhodou tohoto podnikatelského záměru je jeho nízká personální náročnost, a tak investovatel nevnáší velké časové zatížení. V případě, kdy investor nechce zajišťovat provoz chodu samoobslužné myčky, je možné mycí centrum pronajmout jiným podnikatelům.

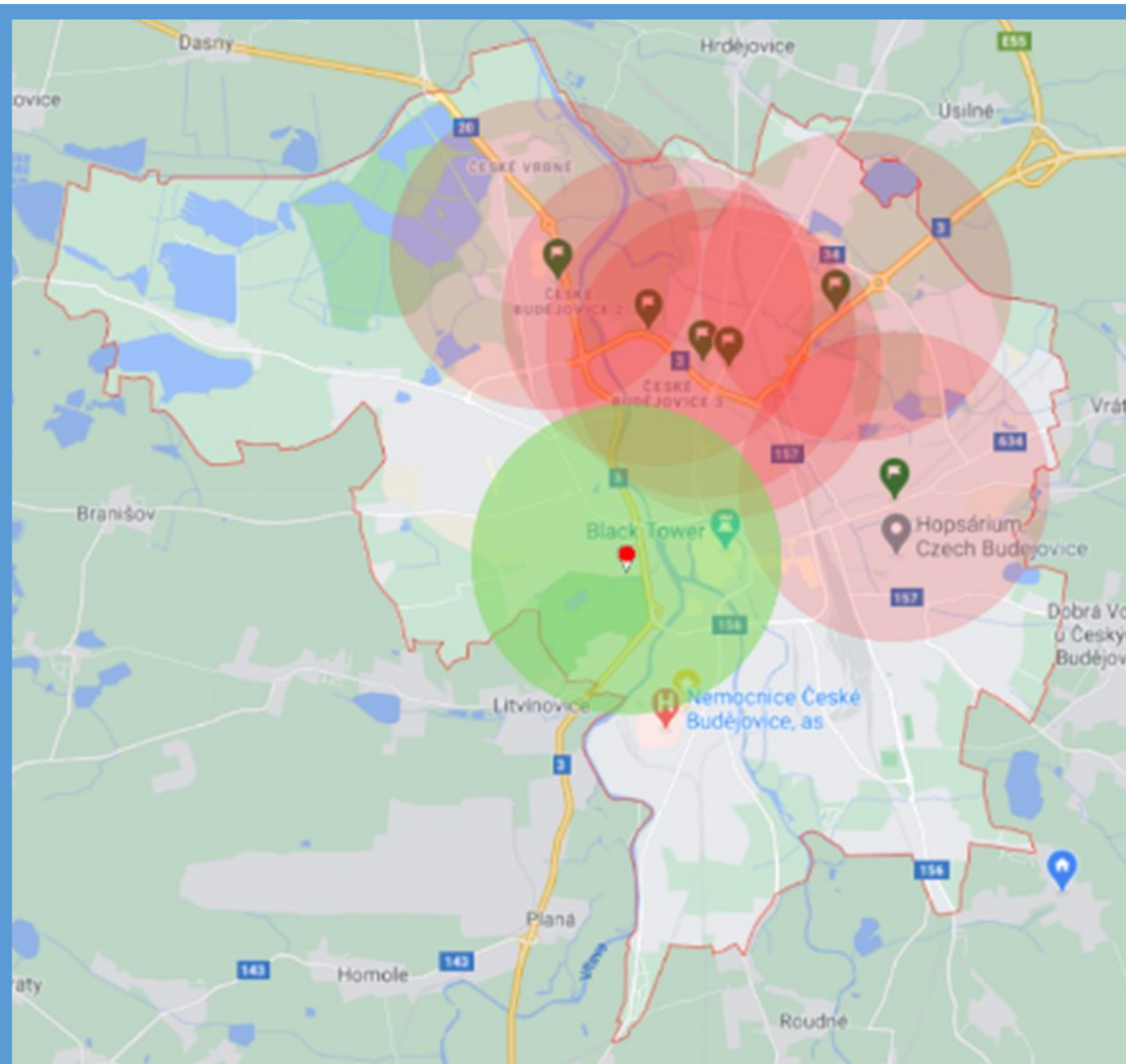
Ovšem než se podnikatel rozhodne realizovat investiční záměr, měl by si ho nejdříve dobře promyslet. Z tohoto důvodu se sestavuje podnikatelský plán, který napomáhá najít všechny důležité aspekty, které rozhodují o budoucím úspěchu či neúspěchu daného projektu. Na základě podnikatelského plánu, se pak podnikatel může racionálně rozhodnout o případné realizaci a minimalizovat tak riziko možného neúspěchu.

Podnikatelský plán pak slouží jako dokument, který vyhodnocuje životaschopnost projektu. Může podnikateli napovědět, že není dobré plán realizovat a ušetřit si tak případně velké peněžní ztráty. V opačném případě pak podnikatelský plán nastíní důležité informace o projektu a udává strategii realizace. Poslouží také jako dobrý podklad pro jednání s bankovními institucemi, při žádosti o úvěr, popřípadě při oslovování investorů. Bez jasného podnikatelského plánu, je pak šance na úspěšnou realizaci minimální.

## POPIS PODNIKATELSKÉ PLÁNU

Jedná se o podnikatelskou příležitost, která spočívá ve výstavbě a následném provozu samoobslužné auto myčky. Lze jí brát také jako příležitost pro investora, který se rozhodne projekt zafinancovat a dále pronajmout za měsíční nájemné.

Tato podnikatelská příležitost láká velký počet investorů, protože nabízí uložení části investovaných peněz do pozemků, což v současné době znamená nízké riziko a poměrně velkou rentabilitu vložených financí. Druhá složka investovaných finančních prostředků jde na vybudování mycích boxů, které nejsou svojí konstrukcí a technikou tak složité, jako klasické kartáčové mycí boxy, které nejčastěji stojí u čerpacích stanic. Zmiňovaná jednoduchost se promítá do nižší ceny na výstavbu, což napomáhá rychlé době návratnosti investice. Tyto dva hlavní faktory se zcela prokazatelně projevují na trhu, kde lze za poslední roky pozorovat vysoký nárůst nově otevřených samoobslužných auto myček. Tento nárůst není ovšem dostačující, neboť nepokrývá ještě rychleji se zvyšující poptávku po této službě.



## HLAVNÍ KONKURENČNÍ VÝHODA

Výběr správné lokality je kritickým faktorem úspěchu tohoto podnikatelského plánu. Z tohoto důvodu je navrhovaná pozice samoobslužné myčky aut orientována na strategickou adresu Na Sádkách, České Budějovice, 370 11 (GPS: 48.9748606N, 14.4645028E). Parcela je označena pod číslem 1613/1 a má výměru 797 m<sup>2</sup>. V těsné blízkosti se nachází hypermarket Kaufland, který je svojí zastavěnou plochou 8 161 m<sup>2</sup> druhým největším hypermarketem v Českých Budějovicích. Umístění poblíž hypermarketu je záměrné a to především z důvodu, že když jede na nákup více osob, je možné se rozdělit, kdy jedni nakupují a druhí jedou omýt auto, a tak zákazník hypermarketu se nachází i s zákazníkem samoobslužné myčky aut. Navrhovaná parcela leží u nejnávštěvnější silnice v českých Budějovicích, po které denně projede až 40 000 aut. Nedaleko od plánované výstavby se nachází sportovní hala s parkovištěm, která pořádá pravidelné sportovní akce pro velký počet lidí, což je další zdroj potenciálních zákazníků. Největší výhodou je pak samostatná lokalita, která není v přímém kontaktu s konkurencí do okruhu 2 kilometrů.

Hlavní konkurenční výhodou zamýšleného podnikatelského plánu, je jeho strategická poloha. Na obrázku je vyobrazena mapa Českých Budějovic a blízkého okolí. Dále jsou v ní zaneseny symboly zelených vlniček, které představují existující konkurenční samoobslužné myčky aut. Každá konkurenční myčka má vykreslený perimetr 3 kilometrů, který označuje pánev nejbližší spádovou zákaznickou oblast. Místa, kde jsou perimetry překryty označujeme jako silné konkurenční lokality, kde má zákazník více možností volby stejně od něj vzdálených myček aut. V tomto případě grafické vyobrazení spádové oblasti odhalilo, že existuje velká část města, kde zatím neoperuje žádná firma nabízející samoobslužné mytí aut. Zelený perimetr, vyznačený na obrázku, reprezentuje spádovou oblast projektu, který je navrhnut na výše zmiňované adrese projektu. Lze tedy konstatovat, že plánované místo k výstavbě vyhovuje všem hlavním kritériím, které platí pro tento konkrétní podnikatelský záměr (hustý tranzit, shromažďování lidí a vzdálený konkurent).

## PRODUKT

Produkt je služba, která umožňuje zákazníkům kompletní mycí nabídku jejich vozidel, a to přístupnou 24 hodin denně, 365 dní v roce. Mohou využít samoobslužných bezkontaktních mycích boxů, pro omýtí nečistot z povrchu karosérie, ale i doplňkových služeb zajišťující čistu interiéru. Bezkontaktní mytí představuje takový mycí proces, kde nedochází k přímému dotyku mycího kartáče s karosérií vozidla. Veškerý kontakt s povrchem zajišťuje aplikovaná chemie v podobě chytré pěny nebo vysokotlaký proud vody, aplikovaný z doporučené vzdálenosti. Služba bude cílit na své zákazníky poskytnutím dobré ceny, kvality a moderní technologie. Poskytnutím moderní technologie, se služba snaží zprostředkovat zábavnou a snadnou práci, kterou si zákazník oblíbí, a nebude jí brát jako nepřijemnou povinnost.

## ZÁVĚR

Z analýzy spádové oblasti vyšlo najevo, že podnikatelský záměr se nenachází v přímém konkurenčním území s jiným poskytovatelem stejné služby. Lokalita pro výstavbu samoobslužné auto myčky se totiž nachází 3,9 km daleko od nejbližšího přímého konkurenta. Toto zjištění poskytuje podnikatelskému plánu velkou přidanou hodnotu v podobě oslovení široké potenciální klientely, která bude mít novou možnost využívat samoobslužné mytí v lokalitě, kde není žádný jiný poskytovatel této služby. Z analýzy stávající konkurence se zjistilo, že většina poskytovatelů má ceník nastavený na 10 Kč/50 vteřinový impuls. Proto se přistoupilo ke strategii zachovat cenu a nastavit časový interval pro jeden impuls na 51 vteřin. Tato malá časová změna neznamená pro podnik moc větší náklady, ale zato bude mít přínos v podobě přílivu klientů. Důvodem je, že cílový zákazník je velice citlivý na změnu ceny, a tak spíše využije služeb, kde má za stejné vynaložené zdroje větší užitek. Při analýze konkurence bylo dále zjištěno, že kapacitní nabídka samoobslužných myček v exponované dny nedosahovala poptávky a tvořily se kolony. Toto zjištění bylo podkladem pro tvrzení, že trh v tomto odvětví není nasycen a je stále možný vstup na trh. Ze SWOT analýzy došlo ke zjištění, že silnou stránkou je produkt samotný, který se u zákazníků těší stoupající oblibě. Možnou příležitostí může být navázání spolupráce B2B, kdy by docházelo k prodeji věrnostním programům firmám za zvýhodněnou cenu.

Investiční rozpočet v plánovaném rozsahu vyžaduje 12 742 660 Kč. Finanční plán a jeho účetní výkazy, byly kalkulovány pro 3 různé scénáře možného vývoje. Výkaz zisku a ztráty pro pesimistický scénář počítá s ročním ziskem po zdanění ve výši 992 448 Kč, což je pro málo pravděpodobný scénář přijatelný výsledek. Nejpravděpodobnější varianta je kalkulována na základě obdržených informací o nákladech a tržbách, které byly poskytnuty vedením společnosti provozující samoobslužnou auto myčku se stejnou technologií. Tato varianta má v plánovaném výkazu zisku a ztráty zisk v hodnotě 2 022 234 Kč. Poslední uvažovanou variantou byla varianta optimistická. Při nadprůměrném zájmu by taková varianta investorovi přinesla 3 052 019 Kč. Z hlediska cash flow by podle plánu všech variant neměl být problém s likviditou společnosti. Je to dáno do jisté míry povahou podnikání, kde dochází k okamžité platbě za poskytnuté služby a není zde žádná možná doba splatnosti. Bod zvratu je vypočítán na 2 541 obslužených zákazníků za měsíc. Na základě obdržených dat, které odpovídají průměrné měsíční návštěvnosti 5 500 zákazníků, je hrozba nedosažení bodu zvratu minimální. Investiční náklady by se dle vypočítané doby návratnosti měly vrátit během 5. roku podnikání (bereme-li v úvahu nejpravděpodobnější scénář). Jako poslední nástroj na podporu rozhodování v investiční činnosti byla vypočítána čistá současná hodnota investice, která odpovídá 3 650 026 Kč. Tato hodnota je pro podnikatele nejsilnějším argumentem, proč právě takovou investici realizovat.

## FINANČNÍ PLÁN

Cílem je vytvořit ucelený ekonomický pohled na plánovanou investiční příležitost. Finanční plán obsahuje odhad investičních nákladů, způsob financování, plán tržeb, plán nákladů a sestavení základních účetních výkazů. Na základě těchto údajů je sestavena finanční analýza, které má pro projekt zásadní vypovídající hodnotu. Finanční analýza pomáhá investorovi zhodnotit kritické parametry projektu, jako je například analýza rentability nebo doba návratnosti investice. Na základě těchto informací se investoři často rozhodují, zda daný projekt zrealizují či nikoliv.

Výkaz zisku a ztráty pro ke dni 31.12.2022			
	Pesimistická	Nejpravděpodobnější	Optimistická
I. Tržby z prodeje vlastních služeb	4 320 000	5 940 000	7 560 000
A. Výkonová spotřeba	1 471 160	1 819 820	2 168 480
B. Změna stavu zásob vlastní činnosti	0	0	0
C. Osobní náklady	480 000	480 000	480 000
D. Úpravy hodnot v provozní oblasti (odpisy)	927 576	927 576	927 576
E. Ostatní provozní náklady	0	0	0
* Provozní výsledek Hospodaření	1 441 264	2 712 604	3 983 944
F. Výnosové úroky	0	0	0
G. Nákladové úroky	216 019	216 019	216 019
* Finanční výsledek hospodaření	-216 019	-216 019	-216 019
** Výsledek hospodaření před zdaněním	1 225 245	2 496 585	3 767 925
H. Daň z příjmu	232 797	474 351	715 906
*** Výsledek hospodaření po zdanění	992 448	2 022 234	3 052 019

Nejpravděpodobnější scénář		
Období	2022	2023
Počáteční stav peněžních prostředků	300 000	4 175 473
Zisk po zdanění	2 022 234	2 022 234
Odpisy	927 576	927 576
Změna stavu zásob	-70 000	0
I. Cash flow z provozní činnosti	2 879 810	2 949 810
Nákup dlouhodobého majetku	11 268 260	0
II. Cash flow z investiční činnosti	-11 268 260	0
Přijaté bankovní úvěry	5 742 660	0
Vklad zakladatele	7 000 000	0
Vyplacení podílu na zisku	0	-2 000 000
Splátka úmoru	-478 737	-497 795
III. Cash flow z finanční činnosti	12 263 923	-2 497 795
Cash flow	3 875 473	452 015
Konečný stav peněžních prostředků	4 175 473	4 627 488

Plánovaná rozvaha k 31.12.2022 (nejpravděpodobnější)			
aktiva		pasiva	
Stálá aktiva	11 515 084	Vlastní kapitál	9 022 234
Pozemky	1 992 500	Základní kapitál	7 000 000
Stavby	9 522 584	Hospodářský výsledek běžného období	2 022 234
Oběžná aktiva	4 245 473	Cizí zdroje	6 738 323
Zásoby	70 000	Bankovní úvěry dlouhodobé	5 263 923
Peněžní prostředky	4 175 473	Ostatní krátkodobé závazky	1 474 400
Aktiva celkem	15 760 557	Pasiva celkem	15 760 557

