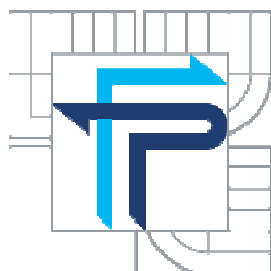


VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV FINANCÍ

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF FINANCES

NÁVRH NA VYBUDOVÁNÍ MYČKY PRO RUČNÍ MYTÍ VOZIDEL

PROJECT OF BUILDING UP WASH-STAND FOR HAND CAR-WASHING

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE
BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE
AUTHOR

ROMAN KOSEK

VEDOUCÍ PRÁCE
SUPERVISOR

doc. Ing. LUDEK MIKULEC, CSc.

BRNO 2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Roman Kosek

Daňové poradenství (6202R006)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává bakalářskou práci s názvem:

Návrh na vybudování myčky pro ruční mytí vozidel

v anglickém jazyce:

Project of Building up Wash-stand for Hand car-Washing

Pokyny pro vypracování:

Úvod
Vymezení problému a cíle práce
Teoretická východiska práce
Analýza problému a současné situace
Vlastní návrhy řešení, přínos návrhů řešení
Závěr
Seznam použité literatury
Přílohy

Seznam odborné literatury:

FOTR, J. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vydání. Praha: Grada, 2005. 365 s. ISBN 80-247-0939-2.

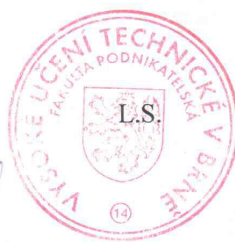
KRAUSEOVÁ, J. Zakladatelský finanční záměr firmy: do kapsy. 1. vydání. Slaný: Melandrium, 2007. 144 s. ISBN 978-80-86175-54-6.

VOJÍK, V. Specifika podnikání malých a středních podniků v tuzemsku a zahraničí. 1. vydání. Praha: Wolters Kluwer, Česká republika, 2010. 275 s. ISBN 978-80-7357-534-2.

VYSEKALOVÁ, J. Image a firemní identita 1. vydání. Praha: Grada, 2009. 190 s. ISBN 978-80-247-2790-5.

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Luděk Mikulec, CSc.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2011/12.



Ing. Pavel Svirák, Dr.
Ředitel ústavu

doc. RNDr. Anna Putnová, Ph.D., MBA
Děkanka

V Brně, dne 28.3.2012

Anotace

Předmětem bakalářské práce *Návrh na vybudování myčky pro ruční mytí vozidel* je rozbor problémových oblastí, které existují v souvislosti se založením a budoucím fungováním podniku, analýza současného prostředí v odvětví a návrh vybudování nového podniku pro ruční mytí vozidel. První část je zaměřena na teoretická východiska pro založení podniku a postup při vypracování podnikatelského plánu. V další části je uvedena analýza současného stavu odvětví v oblasti Brno - jih. Výstupem práce je návrh konkrétní strategie nového podniku poskytujícího služby v oblasti údržby osobních automobilů.

Annotation

The subject of the thesis "Project of Building up Wash-stand for Hand car-Washing" is to create an analysis of problem areas which are connected with establishment and future running of company, to create a present settings analysis in this sector and to project building up a new wash-stand for hand car-washing. The first part of the thesis is focused on theoretical basis for establishment of company and method for creating of business plan. In the following part is mentioned the present settings analysis in this sector in area Brno – south. An outcome of the thesis is making of the business strategy for the new company which provides services connected with washing of cars.

Klíčová slova

Podnikatelský plán, analýza, SWOT analýza

Keywords

Business plan, analysis, SWOT analysis

Bibliografická citace:

KOSEK, R. *Návrh na vybudování myčky pro ruční mytí vozidel*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2012. 55 s. Vedoucí bakalářské práce doc. Ing. Luděk Mikulec, CSc.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušil autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 30. května 2012

vlastnoruční podpis autora

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval [doc. Ing. Lud'ku Mikulci, CSc.](#) za cenné připomínky, odborné rady a věnovaný čas, kterým přispěl k vypracování této bakalářské práce. Děkuji rovněž majiteli firmy zvolené pro návrhovou část práce za poskytnuté informace, ochotný přístup a věnovaný čas. Dále bych rád poděkoval svým rodičům za velkou trpělivost a podporu po celou dobu studia.

Obsah:

Úvod.....	9
1 Definování problému a cíle bakalářské práce	11
2 Teoretická východiska	12
2.1 Teorie podnikání	12
2.2 Podnikatelský plán	14
a) Titulní strana	14
b) Exekutivní souhrn	14
c) Analýza trhu	15
d) Popis podniku	15
e) Výrobní plán.....	15
f) Marketingový plán	16
g) Organizační plán	16
h) Hodnocení rizik	16
i) Finanční plán	17
j) Přílohy (podpůrná dokumentace)	17
2.3 Rozpočet potřeby startovního kapitálu podnikatelského záměru.....	18
2.3.1 Zdroje financování podnikatelské činnosti.....	18
2.4 Analýza.....	20
2.4.1 SWOT analýza	20
2.4.2 SLEPT analýza	20
2.4.3 Porterův model pěti konkurenčních sil.....	20
2.4.4 Model 7S	21
2.4.5 4P marketingového mixu	21
2.5 Otázky související se založením malého a středního podniku	22
2.5.1 Charakteristika malého a středního podniku	22
2.5.2 Právní formy podnikání.....	22
2.5.3 Hlavní kritéria rozhodování o volbě právní formy.....	23
2.5.4 Umístění podniku	25
2.5.5 Cena a cenová politika	26
3 Analýza současného stavu	27
3.1 Analýza ručního mytí aut v oblasti Brno - jih.....	27
3.1.1 Ruční mytí vozidel	27
3.1.2 Strojní kartáčové mytí vozidel	28
3.1.3 Nevýhody mycích linek	29
3.2 Analýza cenové politiky	30
3.2.1 Cenová politika mytí karoserie vozidel.....	30
3.2.2 Cenová politika ručního mytí	32
3.3 Analýza poptávky po ručním mytí vozidel	33
3.4 Analýza nákladů na vybudování	34
3.4.1 Technologie pro čištění odpadních vod	34
3.4.2 Technické vybavení.....	34
3.5 SWOT analýza	37
4 Návrh na vybudování myčky s ručním mytím vozidel	38
4.1 Návrh na umístění myčky	38
4.2 Výběr a zhodnocení technických zařízení.....	40

4.2.1	Vybudování technologie pro čištění a recyklaci odpadních vod.....	40
4.2.2	Pořízení strojů a techniky pro mytí a čištění vozidel	41
4.3	Finanční krytí vybudování	42
4.4	Personální zajištění.....	42
4.4.1	Mzdové náklady	43
4.5	Návrh struktury a počtu zájemců o mytí	43
4.6	Kalkulace nákladů, výnosů, zisků a ztrát	44
4.6.1	Zahájení provozu	44
4.6.2	Náklady spojené se založením společnosti	44
4.6.3	Provozní náklady	45
4.6.4	Odhadované výnosy	46
4.7	Celkové zhodnocení záměru	48
5	Harmonogram realizace	49
6	Závěr.....	50
	Seznam literatury	52
	Seznam tabulek.....	54
	Seznam obrázků	55

Úvod

Brněnská obchodní společnost KART ARENA BRNO, s.r.o. se sídlem na ulici Heršpická 5a je společností zabývající se motoristickým sportem, především automobilovým. K jedné z jejích činností patří provozování kryté motokárové dráhy.

Společnost byla založena roku 1999 za účelem provozování činnosti automobilového závodění a zprovoznění motokárové dráhy v Brně. Tato dráha se v současné době nachází v podzemních garážích kancelářské budovy M-palác na Heršpické ulici v Brně. Vedení této budovy si však přeje uvolnění těchto prostor a proto je společnost nucena připravit si nové prostory pro přesunutí dráhy. Proto se dohodla s vedením nákupního centra Olympia Brno, že si pronajme jejich pozemek v sousedství nákupního centra a zde vystaví multifunkční motokárovou halu. V této hale se má nacházet kromě motokárové dráhy s restaurací i autosalon se sportovními vozy, stanice technické kontroly a ruční mytí vozidel. Současnou činností společnosti KART ARENA BRNO je provozování motokárové dráhy s restauračním zařízením, pořádání rautů a firemních či soukromých akcí. Mezi další činnosti patří stavba, prodej a pronájem závodních automobilů. Společnost by proto ráda rozšířila svoji činnost i o další služby automobilové veřejnosti.

Podnikání jako takové však s sebou přináší i řadu problémů. Ty můžeme rozdělit na vnitřní a vnější. K vnitřním problémům patří např. problémy se zaměstnanci, jejich fluktuace, nedůslednost, nutnost školení, zanedbávání jejich pracovních povinností a administrativa s nimi spojená, jako mzdové účetnictví nebo odvody na zdravotním a sociálním pojištění. Dále jsou to potíže s financováním rozvoje společnosti, kdy i jako stálému a dlouhodobému klientu banky byl zamítnut úvěr pro rozšíření podnikání. V neposlední řadě je nutné zmínit i opotřebení vybavení pro provoz, ať už se jedná o poruchy technického zařízení, či nutné opravy nebo výměny tzv. „spotřebního materiálu“, které jsou spojeny s provozem motokárové dráhy. To jsou např. pneumatiky, nárazníky, čepy řízení, brzdové destičky a kotouče, olej a olejové filtry nebo svíčky.

Mezi vnější obtíže patří samozřejmě práce se zákazníky, především nedodržování provozního řádu dráhy. Problémy s odběrateli a jejich neoprávněné reklamace či pozdní splácení

pohledávek. Dále potom zpomalené dodávky zboží ze strany dodavatelů, kdy v dnešní době nemají dodavatelé téměř žádné zboží skladem a objednávají jej od výrobce teprve po objednávce od cílového zákazníka a zaplacení zálohy.

Z uvedených důvodů se majitel budovaných prostor rozhodl využít stěhování dráhy ke svému rozšíření, ovšem bez nutnosti zvětšování své pracovní vytíženosti. Rád by zajistil komplexní poskytování služeb a proto z hlediska vlastních investic vybuduje v nově připravovaných prostorech myčku aut, jejíž já budu nájemcem.

1 Definování problému a cíle bakalářské práce

Obchodní centrum Olympia Brno v Modřicích je svou velikostí a polohou na jižním okraji města Brna a v těsném sousedství dálničního tahu D2 na Bratislavu jedním z nejvýznamnějších nákupních center nejenom v rámci města, ale i pro spádové oblasti Jižní Moravy. Návštěvníci centra proto z velké většiny přijíždějí osobními vozidly a jejich návštěvnost je značná. V blízkém okolí centra, resp. v jeho areálu se nachází pouze jediná strojní kartáčová myčka vozidel, která není schopna nabídnout zákazníkům čištění interiéru a další doplňkové služby jako např. renovaci laku karoserie.

Cílem této práce je navrhnout vybudování ručního mytí vozidel v budově nově zamýšleného motokárového areálu a rozšířit tak portfolio služeb nabízených v okolí obchodního centra.

2 Teoretická východiska

2.1 Teorie podnikání

Rozhodnutí se začít podnikat je tak důležitým životním krokem, který by měl být důkladně promyšlen a zvážen každým jedincem, který o takovém rozhodnutí uvažuje. Zatímco prvním předpokladem k přijetí příslušného rozhodnutí o podnikání je vlastní ochota, produkovaná kulturou či subkulturou příslušného jedince, jeho rodinou, učiteli nebo kolegy, točí se druhý předpoklad kolem odpovědi na otázku, jaké podmínky založení nové firmy umožňují. K založení nového podniku přispívá několik faktorů – vláda, odborná příprava, marketing, úlohový model a finance.[1]

Pojem **podnikání** podle Vebera zcela zdomácněl v běžném slovníku, nicméně jeho interpretace není tak jednoduchá[10]:

- Ekonomické pojetí – podnikání je zapojení ekonomických zdrojů a jiných aktivit tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota. Je to dynamický proces vytváření přidané hodnoty.
- Psychologické pojetí – podnikání je činnost motivovaná potřebou něco získat, něčeho dosáhnout, vyzkoušet si něco, něco splnit. Podnikání v tomto pohledu je prostředek k dosažení seberealizace, zbavení se závislosti, postavení se na vlastní nohy apod.
- Sociologické pojetí – podnikání je vytvářením blahobytu pro všechny zainteresované, hledáním cesty k dokonalejšímu využití zdrojů, vytvářením pracovních míst a příležitostí.

Podle obchodního zákoníku je **podnikání** definováno jako soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku (totožné s definicí živnosti) a **podnikatelem** podle tohoto zákona je[11]:

- osoba zapsaná do obchodního rejstříku,
- osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,
- osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,

- osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu.

I v případě vymezení pojmu **podnikatel** existuje řada definic:

- osoba realizující podnikatelské aktivity s rizikem rozšíření nebo ztráty vlastního kapitálu,
- osoba schopna rozpoznat příležitosti, mobilizovat a využívat zdroje a prostředky k dosažení stanovených cílů a ochotná podstoupit tomu odpovídající rizika,
- iniciátor a nositel podnikání – investuje své prostředky, čas, úsilí a jméno, přebírá odpovědnost, nese riziko s cílem dosáhnout svého finančního a osobního uspokojení.

V osobě podnikatele pak můžeme najít řadu společných rysů:

- umění nacházet příležitosti, vytyčovat nové cíle,
- zabezpečení finančních prostředků nezbytných k podnikání,
- schopnost organizovat podnikatelské aktivity, rozumět předmětu podnikání,
- podstupování rizika,
- sebedůvěra, vytrvalost, dlouhodobé nasazení, učit se ze zkušeností apod.

Od podnikání a podnikatele je jen malý krůček k pojmu **podnik**. I v tomto směru existuje řada výkladů, které též závisí na hledisku, ze kterého je tento pojem interpretován:

- nejobecněji je interpretován jako subjekt, ve kterém dochází k přeměně zdrojů ve statky,
- obsáhleji je vymezen jako uspořádaný soubor prostředků, zdrojů, práv a jiných majetkových hodnot, které slouží podnikateli k provozování podnikatelských aktivit,
- právně – jako soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem k své povaze mají tomuto účelu sloužit.

Podnikatelské riziko

Výklad tohoto pojmu souvisí s rozhodováním podnikatele, které se týká různých podnikatelských aktivit. Většina rozhodování zaměřených zejména do budoucnosti vychází z určitých předpokladů, které se mohou a nemusí naplnit. Přitom je důležité, zda podnikatel zná budoucí vývoj určitých faktorů či nikoliv. Pokud podnikatel zná s jistotou možné

důsledky svého rozhodování, můžeme hovořit o rozhodování za jistoty. Bohužel pro podnikatelské aktivity jsou mnohem častější případy, kdy podnikatel nezná možné budoucí stavy, ani nezná pravděpodobnost, s jakou nastanou. Jeho rozhodování je zatíženo nejistotou – podnikatelským rizikem. Pro podnikatele je důležité, aby ve své činnosti zohledňoval aspekt rizika. Podnikatelské riziko jednoznačně souvisí se změnami, které jak uvnitř firmy, tak zejména ve vnějším prostředí probíhají. Přitom se přiznává, že většina těchto změn nemá jednoznačný, předvídatelný průběh, ale naopak je chaotická. [10]

2.2 Podnikatelský plán

Po rozhodnutí se podnikat by mělo následovat zpracování kvalitního podnikatelského plánu, který je pravděpodobně tou nejsložitější fází procesu rozhodování o založení podniku. Podnikatelé většinou nikdy podobný plán nepřipravovali a často ani nemají zdroje potřebné k tomu, aby mohli odvést dobrou práci. Je důležité znát základní otázky, na něž má odpovědět. Jde o charakter a velikost tržního segmentu, o tržní plán, výrobní požadavky, finanční plán, organizační plán a finanční nároky.[1]

Podnikatelský plán umožňuje porovnat podnikatelské plány s realitou a pokud se liší, identifikovat, kde se liší, v jaké míře a proč. Obsah podnikatelského plánu je pak pro každý podnik individuální záležitostí, některé atributy by však měl obsahovat každý podnikatelský plán, ať je vypracováván pro jakýkoliv podnik a jakoukoliv skupinu uživatelů. Podle Korába[2] by se struktura podnikatelského plánu měla skládat z těchto základních částí:

a) Titulní strana

Podává stručný výklad obsahu podnikatelského plánu. Obvykle by zde měly být uvedeny údaje jako název a sídlo společnosti, jména podnikatelů a kontakty, popis podniku a povaha podnikání či způsob financování a jeho struktura.

b) Exekutivní souhrn

Tato část se obvykle zpracovává až po sestavení celého podnikatelského plánu a měla by představovat jakýsi abstrakt celého plánu, tedy stručné shrnutí nejdůležitějších aspektů. Je to miniatura celého podnikatelského plánu, která stručně a výstižně popisuje:

- **zakladatele**
- **produkty a služby**
- **trh**
- **silné stránky**
- **strategii**
- **klíčová finanční data**
- **potřebné finanční zdroje**

c) **Analýza trhu**

Jedná se zejména o analýzu konkurenčního prostředí, kde jsou zahrnuti všichni významní konkurenti včetně jejich slabých a silných stránek i možností, jak by mohli negativně ovlivnit tržní úspěch podniku. Dále je zde detailní analýza odvětví z hlediska vývojových trendů a historických výsledků. Rovněž je vhodné zahrnout do této kapitoly přírodní faktory, politickou situaci, legislativní podmínky aj. Je zde taktéž uvedena analýza zákazníků na základě provedení segmentace trhu.

d) **Popis podniku**

V této části podnikatelského plánu je ve stručné, ale výstižné a konkrétní podobě popsáno, na čem náš celý podnikatelský záměr a zakládaný podnik stojí. Je důležité, aby byla potenciálnímu investorovi zprostředkována představa o velikosti podniku a jeho záběru.

Klíčovými prvky v této části podnikatelského plánu jsou:

- **produkty nebo služby**
- **umístění a velikost podniku**
- **organizační schéma**
- **věškeré kancelářské a technické vybavení**
- **průprava podnikatele – znalostní vybavení a předchozí praxe**
- **zákonná forma**

e) **Výrobní plán**

Tato kapitola zachycuje celý výrobní proces. Musí zde být uveden popis potřebných strojů a zařízení, dále také používané materiály a jejich dodavatelé pro výrobu, kterou bude zajišťovat

sám podnikatel. Pokud bude část výroby realizovat formou subdodávek, měli by zde být uvedeni i tito subdodavatelé včetně důvodu jejich výběru a rovněž je nutné uvést informace o již uzavřených smlouvách. Nejedná-li se o výrobní podnik, bude se tato část nazývat obchodní plán a bude obsahovat informace o nákupu zboží a služeb, potřebné skladovací prostory apod. Pokud jde o oblast poskytování služeb, bude se tato část podnikatelského plánu týkat popisu procesu poskytování služeb, vazby na subdodávky a hodnocení vybraných subdodavatelů.

f) Marketingový plán

Tato část naznačuje, jakým způsobem se podnik hodlá prosadit na trhu proti konkurenci, jak budou výrobky nebo služby distribuovány, oceňovány a propagovány. Plán může zohledňovat rozdílný marketing pro období vstupu podniku na trh a následně marketing pro úspěšné fungování podniku na příslušném trhu z dlouhodobého hlediska. Marketingový plán bývá často investory považován za nejdůležitější součást zajištění úspěchu podniku.

g) Organizační plán

V této kapitole je popsána forma vlastnictví nového podniku. V případě obchodní společnosti je nutné detailněji rozvést informace o managementu podniku a údaje o obchodních podílech. Jsou zde uvedeni klíčoví vedoucí pracovníci podniku, jejich vzdělání a praktické zkušenosti.

h) Hodnocení rizik

Zde je potřeba popsat největší rizika, která mohou vyplýnout z reakce konkurence, ze slabých stránek marketingu, výroby či manažerského týmu nebo technologického vývoje. Tato rizika je žádoucí analyzovat a připravit alternativní strategie pro jejich eliminaci.

V zásadě existují čtyři klíčové kroky „řízení“ rizika:

- **Identifikace rizikových faktorů**
- **Kvantifikace rizik**
- **Plánování krizových scénářů**
- **Monitoring a „řízení“**

i) Finanční plán

Finanční plán určuje potřebné objemy investic a ukazuje, nakolik je ekonomicky reálný podnikatelský plán jako celek.

Finanční plán se zabývá třemi nejdůležitějšími oblastmi:

- Předpoklad příjmů a výdajů s výhledem alespoň na tři roky. Zde jsou zahrnuty očekávané tržby a kalkulované náklady.
- Vývoj hotovostních toků (cash-flow) v příštích třech letech.
- Odhad rozvahy, který poskytuje informace o finanční situaci podniku k určitému datu.

j) Přílohy (podpůrná dokumentace)

Zde jsou obvykle uvedeny informativní materiály, které nelze začlenit do samotného textu podnikatelského plánu.

Na takovémto podnikatelském plánu jsou podle Korába zainteresovány tři hlavní skupiny osob [2]:

- **majitelé**
- **manažeri**
- **investoři**

Tyto tři skupiny osob mají některé společné a naopak některé odlišné motivy pro užití podnikatelských plánů. Všichni společně se pak budou snažit o:

- **Hodnocení proveditelnosti a životaschopnosti zakázky nebo projektu.**

Bude pracovat komerčně a finančně životaschopně? Je v zájmu každého zúčastněného před zkouškou konkrétní věci vycílit chyby plánu na papíře a testovat vše na proveditelnost?

- **Vytvoření cílů a rozpočtů.**

Jaký je rozpočet a finanční cíl daný podnikatelským plánem?

- **Kalkulace – kolik peněz bude třeba.**

Jaké množství a typ financí budou požadovány?

2.3 Rozpočet potřeby startovního kapitálu podnikatelského záměru

Zahájení podnikání má mnoho úskalí. Jedním z nich je fakt, že při zahájení podnikatelské činnosti náklady podstatně převyšují výnosy. Vykazování ztráty při zahájení podnikání není nic neobvyklého. Ovšem ztrátu je nutné řídit a financovat. Při sestavování zakladatelského rozpočtu je nutné tento fakt respektovat. Rizika je možné minimalizovat zejména přesným odhadem potřeb finančních prostředků a zajištěním potřebné výše zdrojů financování.

Propočet potřebné výše finančních prostředků, které budou nutné k zahájení podnikatelské činnosti, lze podle Vebera rozdělit do čtyř skupin: [10]

- **Finanční prostředky nutné k založení firmy**

Založení firmy vyžaduje jednak vynaložení nezbytných finančních prostředků, jako je složení základního kapitálu a různé úřední poplatky. Vedle toho vzniká řada vyvolaných nákladů, které sice nejsou nezbytné, ale řada podnikatelů je realizuje – návrh loga společnosti, razítka, webové stránky, informační materiály apod.

- **Finanční prostředky na pořízení tzv. dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku**

Týká se takových záležitostí jako nákup pozemků, technického vybavení, administrativního zabezpečení podnikání apod.

- **Finanční prostředky vložené do nákupu tzv. oběžného majetku**

Složitější je určení výše oběžného majetku – potřebné množství surovin a materiálů, resp. zásob zboží.

- **Finanční prostředky určené na zahájení podnikatelské činnosti, tj. financování provozní činnosti do doby, než bude zabezpečeno financování z tržeb**

Běžný chod firmy se neobejde bez profinancování provozních nákladů – mezd zaměstnanců, nákladů na energie, vodu, telekomunikační služby, dopravu, běžnou údržbu apod. Navíc se u začínající firmy nelze vyhnout některým úvodním nutným provozním nákladům, např. hygienická měření, proškolení pracovníků z bezpečnosti práce a požární ochrany, úhrady pojištění apod.

2.3.1 Zdroje financování podnikatelské činnosti

Při zakládání a dalším rozvoji firmy můžeme používat různé finanční zdroje. Nejčastěji se finanční zdroje člení z hlediska vlastnictví na zdroje vlastní a cizí a z hlediska času na

dlouhodobé a krátkodobé. K vlastním zdrojům financování patří vklady vlastníků, zisk po zdanění, odpisy hmotného i nehmotného dlouhodobého majetku apod. K cizím zdrojům patří u malých a středních podniků zejména úvěry, popř. půjčky od příbuzných a známých. Za dlouhodobé zdroje se považují ty s dobou splatnosti delší než jeden rok a krátkodobé do jednoho roku.

Pro používání cizího kapitálu při financování podnikatelského záměru hovoří celá řada důvodů. Mezi ty nejdůležitější podle Vebera patří[10]:

- Podnik nemá k dispozici vlastní zdroje kapitálu v potřebném objemu např. při založení nebo rozšiřování podniku, resp. při růstu poptávky a obratu
- Podnikatel nechce omezovat své řídicí pravomoci
- Je nutné překlenout časový rozdíl mezi příjmy a výdaji
- Cizí kapitál většinou zvyšuje rentabilitu podnikání (pokud vydělá víc, než je jeho cena)

Samozřejmě existuje i druhá strana mince a použití cizího kapitálu má svá omezení

- Cizí kapitál snižuje finanční stabilitu podniku
- Každý další dluh je obvykle dražší, neboť banky při svém rozhodování respektují faktor rizika
- Vysoký podíl cizího kapitálu omezuje jednání managementu, tzn. Musí respektovat podmínky bank stanovené v úvěrové smlouvě
- Roste riziko omezení „svéprávnosti“ firmy. Není tajemstvím, že většina poskytovatelů zejména dlouhodobých úvěrů žádá jejich zajištění majetkem firmy.

2.4 Analýza

Mezi nástroje vnější analýzy podniku patří:

2.4.1 SWOT analýza

Nejčastěji používaným nástrojem analýzy je tzv. **SWOT** analýza. Jde o obecný analytický rámec a postup, který identifikuje a posuzuje významnost faktorů z pohledu **silných** (Strengths) a **slabých** (Weaknesses) stránek zkoumaného podnikatelského záměru a budoucího podniku, a dále z pohledu **příležitostí** (Opportunities) a **hrozeb** (Threats), kterým je nebo bude podnik vystaven. Přitom silné a slabé stránky jsou interní faktory, nad kterými máme určitou kontrolu a které samy o sobě můžeme ovlivňovat. Naopak hrozby a příležitosti jsou externími vlivy, které samy o sobě neovlivníme, pouze na ně můžeme v rovině chování podniku reagovat.

2.4.2 SLEPT analýza

Pomocí tohoto nástroje se analyzují externí faktory obecného okolí, ve kterém podnik působí. Jde o následující faktory:

Sociální – trh práce, demografické ukazatele, míra a vnímání korupce, „krajové“ zvyklosti aj.

Legislativní – zákony, práce soudů aj.

Ekonomické – hospodářské ukazatele, přímé i nepřímé daně, tržní trendy aj.

Politické – politické trendy a postoje k podnikání, stabilita poměrů státních institucí aj.

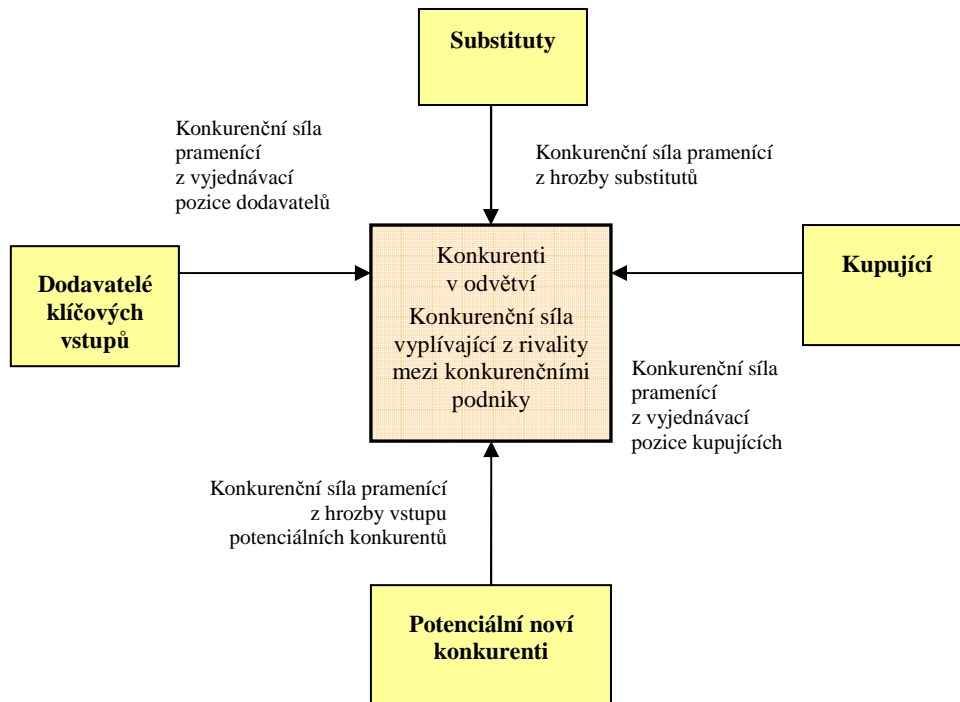
Technologické – technologické trendy např. vývoj a důsledky vývoje internetu

Uvedené faktory obecného okolí je třeba důkladně identifikovat a analyzovat, protože změny těchto faktorů mohou mít dopad na naše podnikání.[2]

2.4.3 Porterův model pěti konkurenčních sil

Tento model je nástrojem zkoumání konkurenčního prostředí. Cílem modelu je umožnit jasně pochopit síly, které v tomto prostředí působí, a identifikovat, které z nich mají pro podnik z

hlediska jeho budoucího vývoje největší význam a které mohou být strategickými rozhodnutími managementu ovlivněny.[9]



Zdroj: [9]

Nástrojů pro analýzu vnitřních faktorů podniku je celá řada. Nicméně s ohledem na jedinečnost řízení, vnitřního systému a uspořádání každé firmy je použitelnost a efektivnost těchto nástrojů poměrně omezená. V této části bych tedy rád zmínil dva modely analýzy a to **7S** a **4P marketingového mixu**.

2.4.4 Model 7S

Tento model nabízí zkoumání firmy prostřednictvím sedmi základních vnitřních oblastí každé společnosti - strategii, systémy, strukturu, spolupracovníky, styl manažerské práce, schopnosti a sdílené hodnoty.

2.4.5 4P marketingového mixu

Marketingový mix je obecně velmi užitečnou pomůckou v úvahách o produktech nebo službách podniku a jejich realizaci na trhu. Zkratka **4P** je odvozena z počátečních písmen původně anglických oblastí – **p**roduct, **p**rice, **p**romotion a **p**lace. Jde o provázaný náhled na **produktové** charakteristiky, **cenové** politiky, na „**promotion**“ jako způsoby a metody upozornění na podnik a jeho produkty vedoucí k reálnému uplatnění těchto produktů na trhu, a samozřejmě na **distribuci** jako metody a způsoby, jak dostat produkt či službu k zákazníkovi.[2]

2.5 Otázky související se založením malého a středního podniku

2.5.1 Charakteristika malého a středního podniku

Bezpochyby klíčový význam má vymezení pojmu malých a středních podniků (MSP). V praxi existuje nespočet názorů na toto členění, a proto zde uvádím nejběžněji používané diferenciační kritérium podle počtu zaměstnanců dle Eurostatu (statistický úřad EU) [10]:

- Mikropodnik – do 10 zaměstnanců,
- malý podnik – do 50 zaměstnanců,
- střední podnik – do 250 zaměstnanců,
- velký podnik – 250 a více zaměstnanců.

2.5.2 Právní formy podnikání

Obchodní zákoník a živnostenský zákon definují následující možné právní formy podnikání:

- **Podnik jednotlivce respektive podnik fyzické osoby**
- **Obchodní společnosti – osobní**
- **Obchodní společnosti – kapitálové**
- **Družstva**

Podnik jednotlivce respektive podnik fyzické osoby

Podnik jednotlivce respektive podnik fyzické osoby je nejstarší a nejjednodušší právní formou podnikání. Mezi jeho hlavní výhody patří jednoduchost založení, podnikatel podniká na základě živnosti nebo koncese. Nevýhodou této formy podnikání je především neomezené ručení veškerým majetkem. Podniky jednotlivce jsou vhodnou právní formou při zahájení

podnikání a sbírání zkušeností. V těchto fázích zejména mladí začínající podnikatelé nedisponují velkým majetkem a nevýhoda ručení celým svým majetkem není pak příliš významná. Pokud je podnik jednotlivce úspěšný dochází následně většinou ke změně právní formy.

Obchodní společnosti - osobní

Jedná se o veřejné obchodní společnosti nebo komanditní společnosti. Tato právní forma podnikání odstraňuje některé nevýhody podniku fyzické osoby, například vhodnější podmínky pro získání kapitálu. Společným rysem těchto forem podnikání je, že mohou být zakládány nejméně dvěma osobami. Vzájemné dobré vztahy společníků, kteří se aktivně podílejí na chodu společnosti, jsou pak podmínkou pro úspěšný chod podniku.

Obchodní společnosti - kapitálové

Jedná se o společnosti s ručením omezeným nebo o akciové společnosti. U kapitálových společností není charakteristickým rysem osobní účast na chodu podniku, ale povinnost podílet se na podnikání společnosti kapitálově. Společníci ručí za závazky společnosti jen do výše svého vkladu.

Družstva

Družstvo může být založeno pro společné podnikání nebo pro zajišťování potřeb svých členů. Je to společenství nejméně pěti členů, maximální počet členů není omezen, je přístupné každému, kdo se podrobí jeho stanovám. Za porušení svých závazků odpovídá družstvo celým svým majetkem.

2.5.3 Hlavní kritéria rozhodování o volbě právní formy

Výběr právní formy patří ke strategickým rozhodnutím s dlouhodobým dopadem proto je třeba při něm zohlednit zejména hlediska podnikohospodářská, daňová, administrativní, výdělečná. Synek uvádí následující hlavní kritéria [7]:

Způsob a rozsah ručení (podnikatelské riziko)

Podle platné legislativy existují dvě varianty ručení, a to omezené (podnikatel ručí za závazky podniku do výše svého majetkového vkladu do podniku) a neomezené (podnikatel ručí za závazky podniku celým svým majetkem).

Oprávnění k řízení, tedy zastupování podniku navenek, vedení podniku, možnost spolurozhodování a podobně

Zmocnění vést podnik a zastupovat ho navenek je ponechána buď na uvážení majitelů (zakotveno ve společenské smlouvě) nebo jej předepisuje právní úprava (například akciová společnost).

Nároky na počáteční kapitál

Minimální rozsah kapitálu potřebného k založení podniku je ze zákona definován jen pro kapitálové společnosti, tedy pro společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti.

Administrativní náročnost založení podniku a rozsah výdajů spojených se založením a provozováním podniku

Administrativní náročnost je spojena s úpravou podmínek, za kterých podnik vzniká. Nejnáročnější je založení akciové společnosti. Naproti tomu u podnikatelů – živnostníků se jedná o jednorázový akt, například vydání živnostenského oprávnění. V obchodních společnostech jsou rozhodující výdaje spojené s povolením živnosti, zpracováním společenské smlouvy a jejím notářských ověřením, zápisem do obchodního rejstříku, případně se zpracováním a zveřejněním auditu.

Účast na zisku či ztrátě

Míra rizika podnikatele je úměrná jeho účasti na zisku případně ztrátě. U osobních obchodních společností (obdobně i u kapitálových společnostech) se zisk dělí rovným dílem, nebo podle dohody formulované ve společenské smlouvě, nebo dělení plyne ze zákona. U akciových společností podíl na zisku u akcionáře závisí na rozhodnutí valné hromady.

Finanční možnosti, zvláště přístup k cizím zdrojům

Závisí na možnosti zvýšení, eventuálně snížení vlastního kapitálu a na přístupu k cizímu kapitálu. Úvěrové možnosti jednotlivých právních forem se značně liší. Odvíjí se od výše kapitálu, kterým společnost disponuje a významnou roli hraje i způsob a míra ručení společníků.

Daňové zatížení

Vysoce důležitým kritériem při volbě právní formy podnikání, a to jak v oblasti přímých daní (daň z příjmů, z nemovitostí, z převodu nemovitostí, silniční) tak i nepřímých daních (daň spotřební, z přidané hodnoty). Důležité kritérium pro daňové zatížení je také způsob vedení účetnictví. Zákon č. 563/1991 Sb. a zákon č. 586/1992 Sb. určují za jakých podmínek je podnikatel povinen vést účetnictví případně daňovou evidenci. Způsob vedení účetnictví má zásadní dopad zejména na základ daně z příjmu. V případě daňové evidence jsou do příjmů započteny pouze skutečně obdržené úhrady faktur. V případě vedení účetnictví jsou do výnosů započteny faktury v momentě jejich vystavení nikoli úhrady. Jak uvádí Valach[5] někteří ekonomové navrhují, aby se daň ze zisku neodváděla na základě vystavených faktur, ale na základě skutečně zaplacených faktur. Zdůvodňují to tím, že při úhradě daně na základě vystavených faktur odvádí podnik daň i z nezaplacených faktur, tedy z nezaplaceného zisku, což nepříznivě ovlivňuje finanční situaci podniku a zkrusluje příjmy státního rozpočtu.

Zveřejňovací povinnost

Je upravena zejména obchodním zákoníkem a vyplývá zejména akciovým společnostem a ostatním společnostem, které splňují legislativní podmínky. Zveřejňovací povinností se rozumí zejména povinnost publikovat rozvahu a výkaz zisku a ztráty a vyhotovení výroční zprávy.

2.5.4 Umístění podniku

Jedním z nejdůležitějších rozhodnutí, jež musí podnikatel učinit předem, je vlastní umístění podniku. V případě podniku poskytujícího služby musí příslušné rozhodnutí zohledňovat problémy spojené s[1]:

- nájemným
- parkováním
- frekvencí chodců
- dopravním zatížením
- dostupností městskou dopravou
- viditelností, označením, prostředím
- okolím (sousedstvím)
- vchody, východy

- profilem tržního prostředí
- vzdáleností od konkurence

Volba, resp. předběžná volba těchto základních prvků projektu umožňuje specifikovat na jedné straně určité požadavky, které by měla zvolená lokalita splňovat, na druhé straně umožňuje stanovit určité dopady a účinky projektu na zvolenou lokalitu. U požadavků projektu na lokalitu má největší význam infrastruktura lokality z hlediska kvantity i kvality. Z hlediska dopadů projektu na zvolenou lokalitu je třeba především stanovit a hodnotit dopady projektu na životní prostředí. Tyto požadavky projektu vytvářejí určité omezující podmínky pro výběr lokality, vylučují určité varianty lokality a tím zužují možnou volbu.[8]

2.5.5 Cena a cenová politika

Při stanovení prodejních cen je třeba zvažovat více faktorů, mezi něž patří především výše nákladů na jednotku produkce, cenová politika rozhodujících konkurentů, cenová elasticita (reakce zákazníků na odlišnou úroveň ceny), slevy poskytované velkoobchodu a maloobchodu, dealerské odměny, obecně přijímaná politika rabatů, platební podmínky a podmínky dodávek a nelze opomenout ani státní politiku cenové regulace, která existuje v určitých oborech. [8]

Sít' dodavatelů a odběratelů

Pro představitele malých a středních podniků je důležité nejen vyrobit produkt nebo poskytnout službu, ale je třeba tento produkt úspěšně prodat. Nejde pouze o marketing a další obchodní metody, ale podnikatelé se musí pustit o něco dál a snažit se např. vytvářet sítě dodavatelů a odběratelů. Snahou těchto sítí by mělo být pokrytí celého segmentu trhu, včetně jejich společného zájmu např. od nákupu surovin až ke konečnému odběrateli, s co možná nejmenším počtem prostředníků. K tomu všemu by v dnešní době měla napomoci kvalitní technika o jejímž významu dnes snad už nikdo nepochybuje. Zvládnutí výpočetní techniky a znalost elektronické komunikace spolu s přístupem na Internet dávají podnikateli možnost řídit své podnikání se znalostí a přehledem, co se v branži děje, a to včetně stavu relevantní konkurence. [4]

3 Analýza současného stavu

3.1 Analýza ručního mytí aut v oblasti Brno - jih

3.1.1 Ruční mytí vozidel

Poskytování služby ručního mytí vozidel v rámci obchodní zóny Brno-Jih prakticky neexistuje. Nejbližší ruční mytí aut v obchodním centru nabízí společnost *M'CarWash* v obchodním centru Futurum Brno na ulici Vídeňská u rychlostní silnice R52 na Mikulov. Toto obchodní centrum je však vzdáleno 7km od obchodního centra Olympia Brno a proto si myslím, že by nemělo až tak významným způsobem zasahovat do konkurenčního boje o zákazníky v okolí Olympie. Provozní doba myčky je celý týden včetně víkendů od 8 do 20hod. a je umístěna v přízemí parkovacího domu vedle obchodního centra Futurum. V těchto prostorech jsou vybudována 2 stání pro mokré mytí a čištění vozidel a 1 stání pro suché čištění.

V samotném areálu obchodního centra Olympia Brno ani sousedního Avion Shopping parku Brno se žádné ruční mytí vozidel nenachází. Další ruční mytí vozidel se nachází až v blízkosti brněnské Zvonařky a to *Motokenny* na ulici Kolískova nebo v Černovicích na ulici Turgeněvova *Ruční mytí aut – Brand*. Tito konkurenti sice poskytují stejné služby jaké chce poskytovat i naše společnost, ale nejsou schopni tyto služby zákazníkům nabídnout ve spojení s návštěvou obchodního centra. Pokud chtějí zákazníci využít jejich služeb musejí se cíleně za touto službou dopravit do místa jejich provozovny.

Všechny společnosti nabízejí široké spektrum služeb od mytí karoserie, přes suché čištění interiéru a luxování až po vysoce specializované služby jako jsou vosková ochrana laku, tepování interiéru, nebo renovace autolaku za pomoci past s abrasivem.

V následující tabulce bych rád uvedl přehled potenciálních konkurentů v oblasti ručního mytí vozidel ve vzdálenosti cca 10km od obchodního centra Olympia Brno.

Tabulka 1: Přehled konkurence pro ruční mytí vozidel

Název	Adresa	Otevírací doba
M'CarWash	Obchodní centrum Futurum, Václavská 100, Brno	Po - Ne 8 - 20
Tarte	Mezírka 16, Brno	Po - Pá 7:30 - 17, So 8:30 - 13:30
FreshCars	Svatopetrská 20, Brno	Po - Pá 8 - 18, So dle dohody
Brand	Turgeněvova 7, Brno	Po - Pá 8 - 18, So 8 - 16
Motokenny	Kolískova 15, Brno	Po - Pá 8 - 19:30, So a Ne dle dohody
Starlak	Špitálka 8, Brno	-
Automyčka Express	Husova 16, Hotel International Brno	Po - Ne 8 - 20
RC Autokosmetika	Mlýnská 38 a areál BVV - 5.Brána, Brno	-

3.1.2 Strojní kartáčové mytí vozidel

Co se týče zautomatizovaných strojních kartáčových mycích linek, tak v areálu obchodního centra Olympia Brno působí mycí linka pod značkou *IMO*. Společnost *IMO* je nadnárodní značkou mycích linek s více jak 900 pobočkami a působící ve více než 14 zemích jak Evropy tak např. v Austrálii. Tato průjezdná mycí linka s obsluhou nabízí několik mycích programů pro mytí karoserie v délce trvání okolo 3 minut. Na venkovním stání před linkou jsou k dispozici samoobslužné vysavače pro suché čištění interiéru. Linka je v provozu po celý týden a její otevírací doba je od pondělí do soboty od 8 do 19.30hod. a v neděli od 10 do 18hod. Obdobnou službu poskytuje i mycí linka na čerpací stanici OMW u obchodního centra Avion shopping park Brno. Je zde taktéž kartáčová mycí linka s obsluhou a s několika mycími programy a venkovním stáním se samoobslužnými vysavači.

V další tabulce bych rád uvedl přehled strojních kartáčových myček v okolí cca 10km od obchodního centra Olympia Brno, které jsou také konkurencí v poskytování služby mytí automobilů.

Tabulka 2: Přehled konkurence strojních kartáčových myček

Typ myčky	Název	Adresa	Otevírací doba	Rozměrové omezení	Poznámka
tunelová	IMO	Olympia Brno U dálnice 777, Modřice	Po - So 8 - 19:30 Ne 10 - 18	Výška 1,7m, Šířka 2m, Max. šířka kola 250mm	s obsluhou
portálová	OMW	čerpací stanice OMW dálnice D2, 1km směr Bratislava	Po - Ne 8 - 20	Výška 2,3m, Šířka 2,3m	s obsluhou
portálová	OMW	čerpací stanice OMW Heršpická ul., Brno směr centrum	Non-stop	Výška 2,7m, Šířka 2,3m	samoobslužná wap před myčkou
portálová	OMW	čerpací stanice OMW Heršpická ul., Brno směr dálnice D1	Non-stop	Výška 2,3m, Šířka 2,3m	samoobslužná wap před myčkou, samoobslužné mycí boxy s vysokotlakým mytím
portálová	Shell	čerpací stanice Shell Heršpická ul., Brno směr dálnice D1	Po - Ne 5 - 22	Výška 2,3m, Šířka 2,3m, Délka 5,3m	
portálová	Benzina	čerpací stanice Benzina Hněvkovského 85, Brno	Non-stop	Výška 2,3m, Šířka 2,24m	
portálová	Benzina	čerpací stanice Benzina Kaštanová ul., Brno	Non-stop	Výška 2,6m, Šířka 2,2m	
portálová	Silmet	čerpací stanice Silmet Václavská 131, Brno směr centrum	Po - Ne 8 - 20	Výška 2,7m, Šířka 2m, Délka 6,7m	samoobslužná wap před myčkou
portálová	JEF	čerpací stanice JEF Heršpická ul., Brno směr centrum	Non-stop	Výška 2,3m, Šířka 2,2m	samoobslužné mycí boxy s vysokotlakým mytím

3.1.3 Nevýhody mycích linek

Nevýhodou strojních kartáčových mycích linek je jejich nešetrnost k laku vozidla a nedostatečná možnost umytí různých zákoutí vozidla včetně vnitřních prostor jako jsou např.

rámy dveří. Další nevýhodou je omezenost prostoru. Do mycí linky *IMO* nesmějí vozidla vyšší než 1700mm, širší než 2000mm nebo jejichž šíře kola přesahuje 250mm. To u řady větších vozidel např. typu SUV, jejichž obliba stále roste, může být problém.

3.2 Analýza cenové politiky

V této části se pokusím především analyzovat cenové rozdíly v mytí karoserie vozidla mezi strojními kartáčovými mycími linkami a ručním mytím vozidel ačkoli výsledné práce jsou dle mého názoru nesrovnatelné. Dále se pokusím analyzovat cenovou politiku ostatních služeb, které poskytují pouze společnosti zabývající se ručním mytím aut v Brně.

3.2.1 Cenová politika mytí karoserie vozidel

V následující tabulce jsem sestavil srovnání cen mycích programů u strojních kartáčových mycích linek. Ceny jsou uvedeny včetně DPH 20%:

Tabulka 3: ceny mycích programů konkurence

Název	Adresa	Program	Cena
IMO	Olympia Brno U dálnice 777, Modřice	vysokotlaké předmytí (obsluhou), kartáčové mytí šamponem, vosk, sušení, aktivní pěna, mytí kol a disků	115 Kč
OMW	čerpací stanice OMW dálnice D2, 1km směr Bratislava	vysokotlaké předmytí (obsluhou), kartáčové mytí šamponem, mytí kol a disků, sušení, aktivní pěna	119 Kč
OMW	čerpací stanice OMW Heršpická ul., Brno směr centrum	vysokotlaké předmytí (samoobslužné), kartáčové mytí šamponem, mytí kol a disků, sušení, aktivní pěna	119 Kč
OMW	čerpací stanice OMW Heršpická ul., Brno směr dálnice D1	vysokotlaké předmytí (samoobslužné), kartáčové mytí šamponem, mytí kol a disků, sušení, aktivní pěna	119 Kč
Shell	čerpací stanice Shell Heršpická ul., Brno směr dálnice D1	kartáčové mytí šamponem, vosk, sušení, aktivní pěna	159 Kč
Benzina	čerpací stanice Benzina Hněvkovského 85, Brno	vysokotlaké předmytí, kartáčové mytí šamponem, mytí kol a disků, sušení, aktivní pěna	139 Kč

Benzina	čerpací stanice Benzina Kaštanová ul., Brno	vysokotlaké předmytí, kartáčové mytí šamponem, mytí kol a disků, sušení, aktivní pěna	139 Kč
Silmet	čerpací stanice Silmet Vídeňská 131, Brno směr centrum	vysokotlaké předmytí, kartáčové mytí šamponem, mytí kol a disků, vosk, sušení, aktivní pěna	129 Kč
JEF	čerpací stanice JEF Heršpická ul., Brno směr centrum	kartáčové mytí šamponem, mytí kol a disků, vosk, sušení	140 Kč

Následně bych rád uvedl tabulku srovnání cen ručního mytí karoserie vozidel. Ceny jsou uvedeny včetně DPH 20%:

Tabulka 4: ceny služeb konkurence

Poskytnuté služby - Mytí a sušení karoserie včetně čištění disků kol a všech vnitřních rámu		
Název	Adresa	Cena
M'CarWash	Obchodní centrum Futurum, Vídeňská 100, Brno	340 Kč
Tarte	Mezírka 16, Brno	318 Kč
FreshCars	Svatopetrská 20, Brno	350 Kč
Brand	Turgeněvova 7, Brno	350 Kč
Motokenny	Kolískova 15, Brno	300 Kč
Starlak	Špitálka 8, Brno	280 Kč
Automyčka Express	Husova 16, Hotel International Brno	495 Kč
RC Autokosmetika	Mlýnská 38 a areál BVV - 5.Brána, Brno	350 Kč

Služba mytí karoserie u ručního mytí je o cca 160-204% dražší než u kartáčových mycích linek. Nespornou výhodou kartáčových myček je tedy jejich rychlost a finanční nenáročnost pro zákazníka. Je ovšem nutno uvést, že ruční mytí vozidel je prováděno důkladněji než kartáčové mytí, při kterém je před vjezdem do linky vozidlo pouze omyto od nejhrubších nečistot vysokotlakým čističem, často samoobslužným, a o vše ostatní se již stará automatizovaná linka. U ručního mytí je automobil umyt včetně vnitřních rámu dveří, ručně

usušen a vyleštěn. Tento postup mytí je daleko šetrnější vůči laku vozidla, ale také časově náročnější. Zatímco doba umytí automobilu u mycích linek se pohybuje okolo 5 minut, v případě ručního mytí je to cca 30 minut.

3.2.2 Cenová politika ručního mytí

V následujícím přehledu bych rád srovnal ceny některých mycích programů nabízených v provozech ručního mytí aut v Brně. Výčet poskytnutých služeb pro cenové srovnání jsem se snažil přizpůsobit tak, aby bylo srovnání co možná nejobjektivnější. Ceny jsou uvedeny včetně DPH 20%.

Jako první bych uvedl přehled cenové nabídky při kompletním mytí jak exteriéru, tak i interiéru vozidla

Tabulka 5: ceny služeb konkurence

Poskytnuté služby - ruční mytí karoserie včetně rámu dveří, sušení, luxování a suché čištění interiéru, mytí a ošetření litých kol, čištění a ošetření pneu, ošetření plastů interiéru, vyčištění oken		
Název	Adresa	Cena
M'CarWash	Obchodní centrum Futurum, Vídeňská 100, Brno	835 Kč
Tarte	Mezírka 16, Brno	798 Kč
FreshCars	Svatopetrská 20, Brno	950 Kč
Brand	Turgeněvova 7, Brno	750 Kč
Motokenny	Kolískova 15, Brno	900 Kč
Starlak	Špitálka 8, Brno	790 Kč
Automyčka Express	Husova 16, Hotel International Brno	995 Kč
RC Autokosmetika	Mlýnská 38 a areál BVV - 5.Brána, Brno	990 Kč

V druhém přehledu cen je uvedena kompletní služba mytí exteriéru a interiéru vozidla včetně mechanického voskování karoserie a tepování interiéru.

Tabulka 6: ceny služeb konkurence

Poskytnuté služby - ruční mytí karoserie včetně rámu dveří, sušení, luxování a suché čištění interiéru, mytí a ošetření litých kol, čištění a ošetření pneu, ošetření plastů interiéru, vyčištění oken, tepování interiéru, dlouhodobá ochrana laku (vosk)		
Název	Adresa	Cena
M'CarWash	Obchodní centrum Futurum, Vídeňská 100, Brno	2 530 Kč
Tarte	Mezírka 16, Brno	2 262 Kč
FreshCars	Svatopetrská 20, Brno	2 900 Kč
Brand	Turgeněvova 7, Brno	2 300 Kč
Motokenny	Kolískova 15, Brno	2 700 Kč
Starlak	Špitálka 8, Brno	2 990 Kč
Automyčka Express	Husova 16, Hotel International Brno	2 595 Kč
RC Autokosmetika	Mlýnská 38 a areál BVV - 5.Brána, Brno	2 280 Kč

Cenová politika jednotlivých provozů ručního mytí se liší o cca 10 - 20%. Vyšší cena u *Motokenny* je způsobena absencí zvýhodněných programů. Cena je tudíž tvořena součtem položek jednotlivých úkonů. Stejně tak u společnosti *FreshCars* je ceník značně nejednoznačný a proto jde o kombinaci několika služeb.

3.3 Analýza poptávky po ručním mytí vozidel

Ruční mytí vozidel vyhledává pouze určitá část klientely. Jsou to především majitelé luxusnějších automobilů, lidé kteří potřebují komplexnější vyčištění automobilu na které sami nestačí např. tepování interiéru vozidla nebo automobilový nadšenci, kteří mají svůj vůz zároveň jako svůj koníček, nebo jen dbají na kvalitní údržbu svého vozu. Další skupinou, která vyhledává služby ručního mytí jsou lidé, kteří chtějí svůj automobil přichystat pro mimořádnou událost např. svatbu nebo prodej daného automobilu. Jako o doplňkové službě můžeme hovořit o mytí motocyklů, které už z podstaty věci do mycích linek nemohou.

Poptávka po kartáčovém mytí je u mycí linky *IMO* u *Olympie* cca 80 - 100vozů denně, v případě mycích linek u čerpacích stanic je to cca 50 - 60vozů denně. Poptávka po ručním mytí je např. v *M'CarWash* ve *Futuru* cca 10 - 15vozů denně, u ostatních provozů ručního mytí je to cca 8 – 12vozů denně. Samozřejmě při daleko větší časové náročnosti ručního mytí a čištění je kapacita této služby omezená. Dostí stěžejním faktorem je v tomto případě taktéž počasí. Od klimatických podmínek je značně odvozena poptávka po mytí vozidel obecně. Je tedy zřejmé, že za horšího, především deštivého počasí bude poptávka po mytí aut podstatně nižší. Naopak za příznivých podmínek je poptávka nadprůměrná.

3.4 Analýza nákladů na vybudování

3.4.1 Technologie pro čištění odpadních vod

Vzhledem k tomu, že mytí vozidel produkuje značné množství nečistot a škodlivin, je třeba vybudovat systém pro čištění odpadních vod (ČOV). Mezi hlavní součásti tohoto systému patří:

- čistička odpadních vod
- odkalovací jímka
- sedimentační jímka
- zásobní jímka
- tlaková stanice
- sorpční filtr

Technologie ČOV je značně individuální záležitostí a tudíž je obtížnější provést cenové srovnání jednotlivých dodavatelů. Tyto technologie jsou dodávány na míru a výpočet nákladů tudíž probíhá až v návaznosti na konkrétní budované prostory. Obvyklá cena technologie ČOV se však pohybuje okolo **400 000 Kč** bez DPH.

3.4.2 Technické vybavení

K nezbytnému technickému vybavení provozu ručního mytí automobilů patří vysokotlaký čistič s ohřevem vody, mokro – suchý vysavač, čistič koberců a čalounění, parní čistič, leštička a excentrická leštička.

Vysokotlaký čisticí stroj s ohřevem vody je potřeba k mytí exteriérů vozidel. Je zapotřebí, aby měl i nádobu pro mycí prostředek – šampón, který je nezbytným aditivem pro mytí.

Tabulka 7: porovnání vysokotlakých čističek

Vysokotlaký čisticí stroj s ohřevem vody			
Značka	typ	cena	Poznámka
Kärcher	HDS 7/16 C	47 777 Kč	Pracovní tlak až 160bar, ohřev max. 155°C, průtok 660 l / h
Makita	HW 120	32 992 Kč	Pracovní tlak až 110bar, ohřev max. 90°C, průtok 510 l / h
Nilfisk	Poseidon 5 - 41 XT	37 990 Kč	ohřev max. 60°C

Dále je nutný vysavač s možností sání jak suchých tak i mokrých nečistot. Musí mýt dostatečný sací výkon, protože většina interiérů vozidel je z čalouněného materiálu, který je často špatně přístupný a náročný na údržbu.

Tabulka 8: porovnání vysavačů

Průmyslový mokrý - suchý vysavač			
Značka	typ	cena	Poznámka
Kärcher	NT 27/1 ME	3 990 Kč	Příkon 1380W
Makita	VC 2010	4 529 Kč	Příkon 1100W
Narex	VYS 20 - 01	3 052 Kč	Příkon 1300W

K tzv. mokrému čištění - tepování interiéru je zapotřebí čistič koberců a čalounění, který má nádobu jak na čistou vodu s čisticím přípravkem tak nádobu na odsáté nečistoty. Čalounění interiéru vozidla je pak tímto systémem “propráno”.

Tabulka 9: porovnání čističů koberců a čalounění

Profesionální čistič koberců a čalounění			
Značka	typ	cena	Poznámka
Kärcher	PUZZI 100 SUPER	10 690 Kč	Tlak čerpadla 1bar
Nilfisk	TW 300	13 109 Kč	Tlak čerpadla 2bar
Lavor	APOLLO IF	14 160 Kč	Tlak čerpadla 3,5bar, Nádoba na nečistoty 35l

Parní čistič je zapotřebí zejména při čištění kožených sedadel a kožených prvků interiéru, které jsou dnes stále populárnější co se týče výbavy vozidla.

Tabulka 10: porovnání parních čističů

Parní čistič			
Značka	typ	cena	Poznámka
Kärcher	SC 952	1 376 Kč	objem 0,25l, hmotnost 1,2kg
Solac	LV 1450	1 505 Kč	objem 0,3l

K renovaci laku a broušení laku při odstraňování drobných oděrek je zapotřebí leštička s regulací otáček. Pro následné nanášení vrstvy voskové ochrany na karoserii vozidla je zapotřebí excentrická vibrační leštička, která zajišťuje její rozleštění.

Tabulka 11: porovnání leštiček

Leštička/excentrická leštička			
Značka	typ	cena	Poznámka
Makita	9227CB	6 640 Kč	průměr kotouče 180mm, otáčky 600/3.000 min-1
AEG	PE 150	5 349 Kč	průměr kotouče 150mm, otáčky 900/2.500 min-1
Makita	Orbital	2 280 Kč	excentrická, průměr kotouče 150mm
Hymair	AT - 980 - 6	1 900 Kč	excentrická, průměr kotouče 150mm

3.5 SWOT analýza

SWOT analýza podniků pro mytí vozidel v okolí obchodní zóny Brno - Jih je cílena zejména na strategická fakta a jevy.

<p>Silné stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> • nízká míra konkurence v okolí • know-how a zkušenosti podnikatelů • lokalita • technická podpora dodavatelů <p style="text-align: right;">S</p>	<p>Slabé stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> • úzká specializace • nekompetentní pracovníci <p style="text-align: right;">W</p>
<p style="text-align: right;">O</p> <p>Příležitosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • velký potenciál trhu • rozšíření portfolia poskytovaných služeb • smluvní údržba vozových parků okolních podniků 	<p style="text-align: right;">T</p> <p>Hrozby</p> <ul style="list-style-type: none"> • snadnost vstupu do odvětví • ovlivnitelnost zákazníků povětrnostními podmínkami • pokles poptávky

Z celkového výstupu analýzy je znát především nízká míra konkurence v dané lokalitě. Služba ručního mytí se nenachází v okolí Olympie Brno ani v sousedním Avion shopping parku, který se nachází blíže k centru města. Jedinou alternativou jsou tedy strojní kartáčové myčky v okolí. Značné množství návštěvníků centra a současně případný jediný poskytovatel služby ručního mytí a čištění interiérů vozidel má předpoklad pro získání značné kupní síly ze strany zákazníků. Hrozbou pak pro všechny podniky je snadnost vstupu do odvětví, kdy pro provoz není třeba žádného speciálního oprávnění a spuštění nového provozu je limitováno pouze získáním dostatečného kapitálu. Dalším omezujícím faktorem je závislost poptávky na podmínkách počasí a taktéž pokles poptávky v rámci celkové nálady obyvatelstva a s ní spojeného šetření a omezování výdajů.

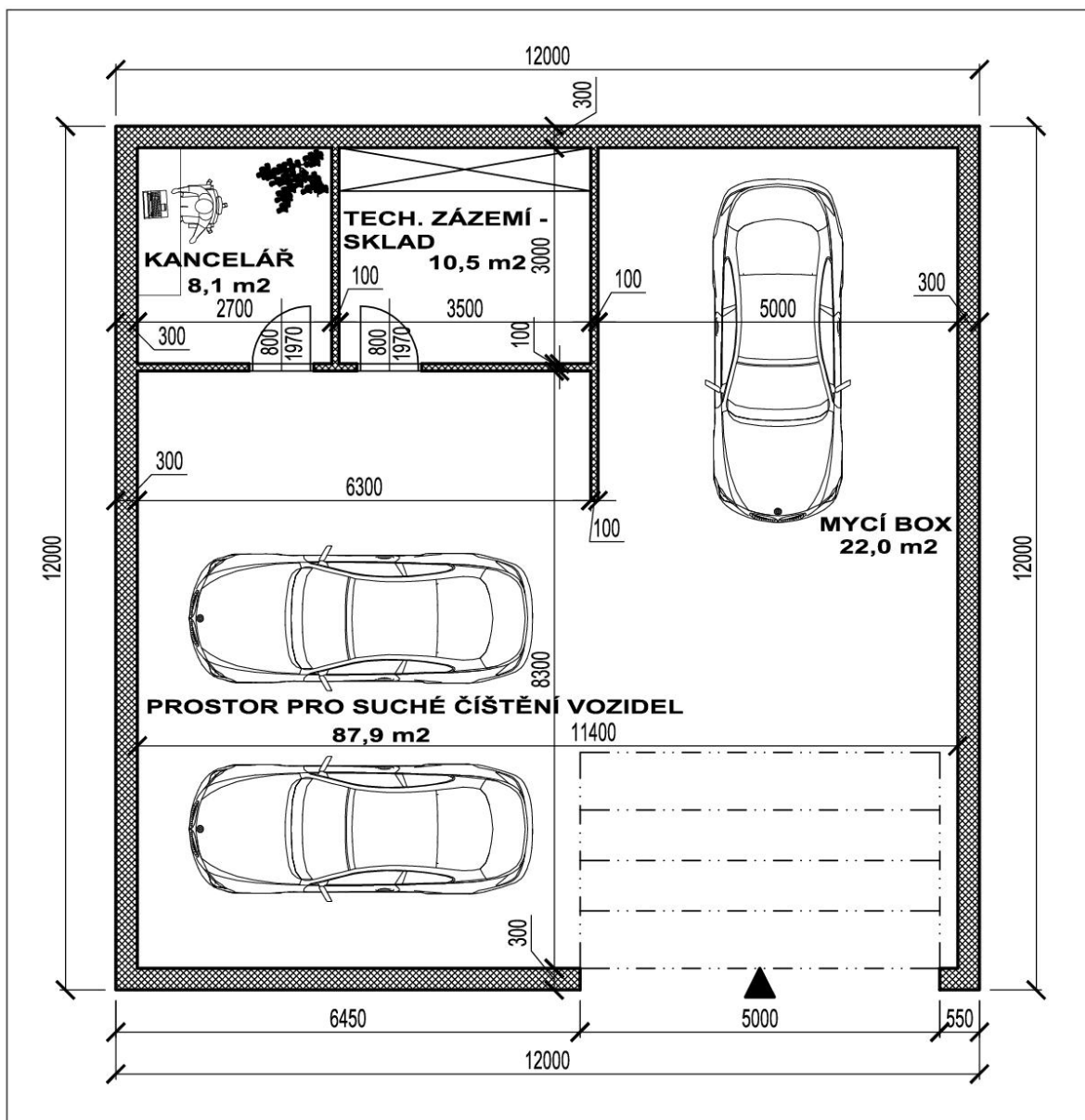
4 Návrh na vybudování myčky s ručním mytím vozidel

4.1 Návrh na umístění myčky

Provozovna ručního mytí se bude nacházet v rohové části nově zamýšlené motokárové haly v blízkosti obchodního centra Olympia Brno. Čtvercový prostor o celkové výměře cca 144m² bude upraven pro potřeby ručního mytí a bude obsahovat 1 mycí box pro mytí a 2 stání pro čištění interiérů vozidel. Mimo tento prostor zde bude vybudována přijímací kancelář a technická místnost pro umístění ČOV a vysokotlakého čističe, která bude zároveň sloužit jako sklad zboží. Vybudování těchto prostor jako jsou příčky, vodoinstalace, elektroinstalace, topení apod. bude provádět stavební firma, která bude mít na starosti vybudování celé haly. Dílčí části jako je např. vybudování mycího boxu bude zajišťovat společnost dodávající technologii ČOV. Technický nákres jednotlivých prostor je uveden na obrázku č.2.

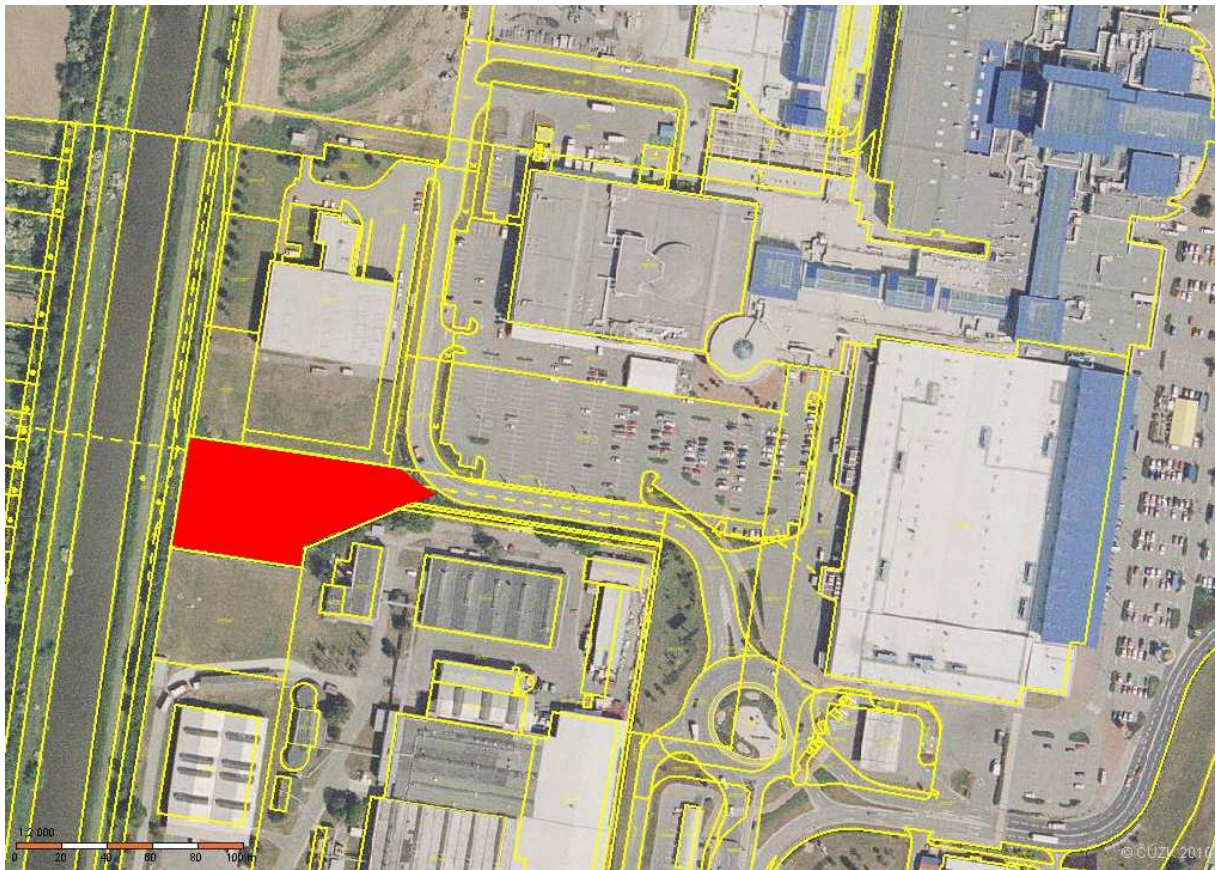


Obrázek 1: Vizualizace motokárového areálu Brno – Olympia (akad.arch.Lubomír Hruška)



Obrázek 2: Půdorys ručního mytí vozidel

Jak jsem již výše uvedl, motokárový areál bude vystavěn v sousedství obchodního centra Olympia Brno. Bude se nacházet na jihozápadním okraji areálu obchodního centra na pozemcích patřících Olympii Brno. Umístění pozemku dle katastrální mapy je znázorněno v obrázku č.3.



Obrázek 3: Pozemek pro výstavbu motokárové haly (Zdroj: ČÚZK)

4.2 Výběr a zhodnocení technických zařízení

4.2.1 Vybudování technologie pro čištění a recyklaci odpadních vod

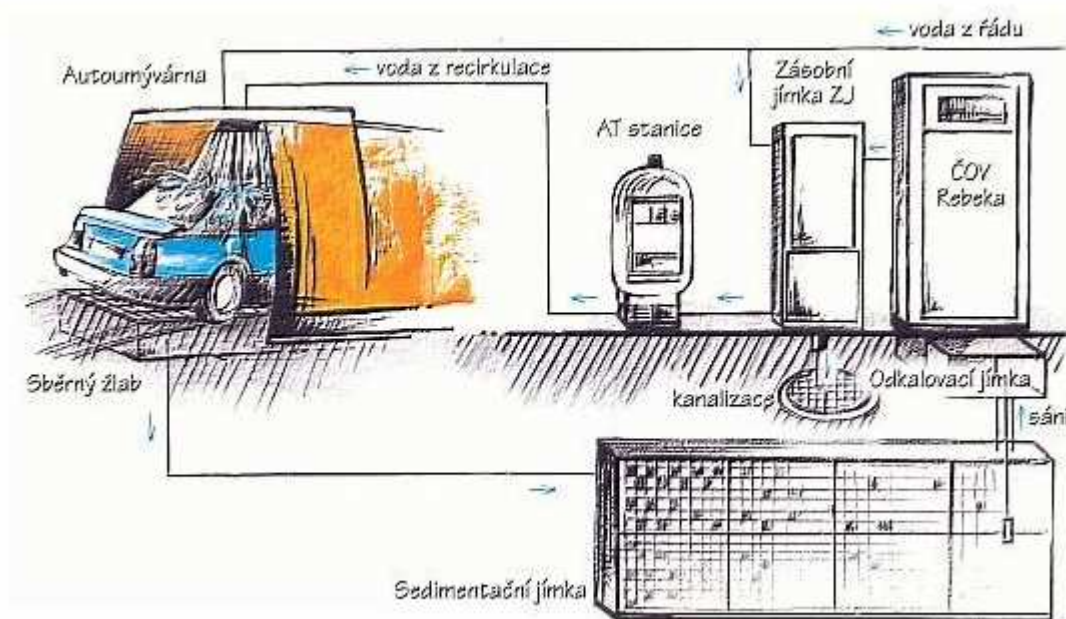
Nejdříve je nutné vybudovat prostor pro tzv. Mokrý mytí a pro zpracování odpadních vod. Pro tyto účely poskytuje společnost *Šebesta s.r.o.* komplexní řešení. Pro potřeby našeho provozu je dostačující systém chemické ČOV (čistička odpadních vod) Rebeka 01 - Recirkulační čistírna zaolejovaných odpadních vod.

Je to čistírna odpadních vod založená na principu chemické koagulace s využitím:

- při čištění a úpravě vod v recirkulačních systémech mycích linek automobilů a strojů
- při čištění zaolejovaných odpadních vod znečištěných ropnými a jinými znečišťujícími látkami
- při čištění jinak chemicky znečištěných vod

Rebeka je hlavní součástí stavebnicového systému technologie čištění odpadních vod zejména z autoumyváren. Cena všech komponentů systému ČOV včetně zabudování a zprovoznění je cca **540 000 Kč** vč. DPH v závislosti na konkrétní objednávce, která je dodávána na klíč do připravovaných prostor.

Tento systém je plně automatizován a nepotřebuje tedy náročnou údržbu. Je potřeba však pravidelně kontrolovat hodnotu Ph na displeji přístroje, zda pracuje, jak má. K občasné údržbě patří doplňování chemikálií, výměna filtrů v odkalovací jímce a odvoz hrubých - mechanických nečistot ze sběrného žlabu.



Obrázek 4: Nákres recirkulační čistírny zaolejovaných odpadních vod (Zdroj: www.sebesta.cz)

4.2.2 Pořízení strojů a techniky pro mytí a čištění vozidel

K vybavení provozovny jsem si vybral výrobky společnosti *Kärcher*, protože mají dlouholeté zkušenosti s výrobou průmyslových i domácích čistících technologií, reference na jejich přístroje jsou vesměs pozitivní a nabízejí kompletní sortiment strojů pro mytí a čištění. Nespornou výhodou je taktéž servis, který je jednoduše dostupný a poskytován od jednoho dodavatele pro všechny typy přístrojů. Dále potom výrobky od společnosti *Makita*, která se zabývá především přístroji pro voskování a polituru.

Jako doporučené vybavení provozovny jsem tedy vybral následující vybavení značek **Kärcher** a **Makita**:

- horkovodní vysokotlaký čistič – 47 777 Kč
- průmyslový mokro – suchý vysavač 2x – 7 980 Kč
- profesionální čistič koberců a čalounění – 10 690 Kč
- parní čistič – 1376 Kč
- leštička – 6640 Kč
- excentrická leštička – 2280 Kč

Celkem 76 743 Kč

4.3 Finanční krytí vybudování

Celý provoz myčky včetně technického vybavení bude vybudován na náklady majitelů motokárové haly, která bude financována podnikatelským úvěrem jejich banky. V režii mé společnosti budou zřizovací výdaje, vybavení kanceláře, propagace a drobný materiál. Veškeré technické vybavení provozu myčky bude v majetku majitelů haly a mé společnosti bude spolu s prostory pronajímáno. Počáteční výdaje své společnosti budu financovat buď půjčkou od rodiny, bankovním úvěrem nebo kombinací obojího. Celkové náklady na vybudování prostor včetně technického vybavení přijdou majitele haly na cca **750 000 Kč** vč. DPH.

4.4 Personální zajištění

Vzhledem k tomu, že provoz podniku bude 7dní v týdnu, je zapotřebí zaměstnat dvě směny po dvou pracovnících ručního mytí. Kromě toho budu já jako majitel, taktéž zaměstnancem. Náplní práce zaměstnanců myčky bude kromě samotného mytí vozidel i případná komunikace se zákazníky v době mé nepřítomnosti. Ostatní administrativní záležitosti jako je komunikace s úřady, dodavateli nebo účetnictví budu obstarávat sám. Otevírací dobu jsem stanovil Pondělí – Neděle 10.00 – 20.00 hod. Provoz myčky bude celoroční a během zkušebního provozu se otevírací doba dále upraví dle poptávky zákazníků. Především v letních měsících, kdy je delší doba slunečního svitu a zvýšená poptávka po mytí vozidel.

4.4.1 Mzdové náklady

Jako majitel a zároveň zaměstnanec jsem si stanovil počáteční mzdu 15 000 Kč hrubého, která se navýší o část případného zisku. Jelikož se jedná o nekvalifikovanou pracovní pozici stanovil jsem pro pracovníka myčky na plný úvazek plat ve výši 95 Kč/hod. hrubého, přičemž průměrná odpracovaná doba jednoho pracovníka by měla činit cca 142hodin měsíčně.

Tabulka 12: Měsíční mzdové náklady

Mzdové náklady	majitel	4 zaměstnanci
Hrubá mzda	15 000 Kč	53 960 Kč
Zdravotní pojištění 9%	1 350 Kč	4 856 Kč
Sociální zabezpečení 25%	3 750 Kč	13 490 Kč
Celkem	20 100 Kč	72 306 Kč

4.5 Návrh struktury a počtu zájemců o mytí

Nabídka služeb ručního mytí je cílena především na zákazníky, kteří vyhledávají komplexní službu jak mytí automobilu tak čištění jeho interiéru. Tato služba v návaznosti na motokárovou dráhu a obchodní centrum nabízí možnost vyčištění auta bez nutnosti zajišťování odvozu vozidla popřípadě zákazníka. Ten může svůj čas strávit v některém z těchto zařízení respektive během doby návštěvy Olympie či motokárové dráhy si může nechat vyčistit automobil. Tento fakt je pro značnou část ručních myček dosti limitující a proto se provozovatelé těchto zařízení snaží umístit svoje podniky do prostor obchodních center nebo kancelářských budov. Proto struktura zájemců o mytí je rozšířena na všechny ty, kteří provozují automobil a mají o tuto službu zájem. Dle průzkumu u myček v obchodních centrech a velikosti Olympie Brno s množstvím automobilů do ní přijíždějících odhaduji počáteční počet vozidel na cca 8 – 10 denně.

4.6 Kalkulace nákladů, výnosů, zisků a ztrát

V této části budou vyhodnoceny náklady, výnosy a případné zisky nebo ztráty plynoucí z navrhovaného záměru vybudování ručního mytí vozidel.

4.6.1 Zahájení provozu

Ke dni vzniku společnosti bude sestavena zahajovací rozvaha. Do společnosti vložím jako základní kapitál peněžní vklad ve výši 200 000 Kč. Tento vklad bude vložen na bankovní účet a budou z něj hrazeny zřizovací a počáteční výdaje.

Tabulka 13: Počáteční rozvaha společnosti

Aktiva		Kč	Pasiva		Kč
A	Pohledávky za upsaný vlastní kapitál		A.	Vlastní kapitál	200 000
B	Dlouhodobý majetek		A.I.	Základní kapitál	200 000
B.I.	Dlouhodobý nehmotný. majetek		A.II.	Kapitálové fondy	
B.II.	Dlouhodobý hmotný majetek		A.III.	Rezervní fondy a fondy ze zisku	
B.III.	Dlouhodobý finanční majetek		A.IV.	Hospodářský výsledek minulých let	
C.	Oběžná aktiva	200 000	A.V.	Hospodářský výsledek běžného období	
C.I.	Zásoby		B.	Cizí zdroje	
C.II.	Dlouhodobé pohledávky		B.I.	Rezervy	
C.III.	Krátkodobé pohledávky		B.II.	Dlouhodobé závazky	
C.IV.	Krátkodobý finanční majetek	200 000	B.III.	Krátkodobé závazky	
D.I.	Časové rozlišení		B.IV.	Bankovní úvěry	
			C.I.	Časové rozlišení	
AKTIVA CELKEM		200 000	PASIVA CELKEM		200 000

4.6.2 Náklady spojené se založením společnosti

V souvislosti se založením společnosti dochází k nutným výdajům, které vzniku firmy předcházejí a jsou s ním spojené. Jde například o notářské poplatky, poplatky za zápis do obchodního rejstříku apod. Jelikož zřizovací výdaje nepřesahují 60 000 Kč, budou spolu s ostatními náklady souvisejícími se založením společnosti jednorázově

zaúčtovány do nákladů. Je nutné taktéž vybavit kancelář k vedení administrativy podniku, ovšem v tomto případě nebude nutné náročné vybavení. Kancelářský stůl se židlí, počítač s příslušenstvím, tiskárna, mobilní telefon a drobný kancelářský materiál.

K provozování ručního mytí jsou taktéž zapotřebí chemické čisticí prostředky. Ty bude společnost odebírat od renomovaných společností jako *Riwax*, *Sonax*, *B2000*, *Chimigal* nebo *Cinol*. Jsou to prostředky jako např. mycí šampony, prostředky na mytí litých kol, chemie na odstraňování hmyzu z karoserie, konzervační prostředky, vosky, politory, brusné pasty apod. Je důležité také zmínit náklady na tzv. „spotřební materiál“, kterým jsou houby na mytí, utěrky, jelenice na leštění karoserie, papírové utěrky, kotouče na broušení a voskování karoserie apod.

Tabulka 14: Náklady spojené se založením společnosti

Náklad	Cena
Zřizovací výdaje	11 050 Kč
- sepsání společenské smlouvy	5 000 Kč
- vydání živnostenského oprávnění	1 000 Kč
- výpis z rejstříku trestů	50 Kč
- zápis do obchodního rejstříku	5 000 Kč
Další výdaje spojené se založením společnosti	71 500 Kč
- výroba reklamních cedulí a návěstidel	10 000 Kč
- tisk reklamních letáků	1 000 Kč
- zřízení internetových stránek	10 000 Kč
- nákup PC a softwaru	15 000 Kč
- kancelářský nábytek	8 000 Kč
- regály	2 500 Kč
- chemie a autokosmetika	20 000 Kč
- drobný materiál	5 000 Kč
Celkové náklady	82 550 Kč

4.6.3 Provozní náklady

Do provozních nákladů jsou zahrnuty náklady související s nájmem, mzdami, nákupem spotřebního materiálu, poskytnuté služby, náklady na spotřebovanou vodu, elektřinu a teplo. V položce ostatní provozní náklady jsou zakalkulovány náklady na údržbu, pojištění odpovědnosti za škodu a poplatky za svoz odpadů. Provozní náklady budou průběžně hrazeny z tržeb.

Tabulka 15: Odhadované měsíční provozní náklady

Náklad	Cena
nájem	45 000 Kč
mzdy	92 406 Kč
spotřební materiál	8 000 Kč
energie - voda, elektřina, teplo	5 500 Kč
telefonní služby	500 Kč
ostatní provozní náklady	3 500 Kč
Celkové náklady	154 906 Kč

4.6.4 Odhadované výnosy

Po průzkumu ručních mytí vozidel v Brně jsem odhadl průměrnou denní návštěvnost a průměrnou výši útraty na jedno vozidlo. Většinu výnosové stránky podniku budou tvořit návštěvníci obchodního centra a motokárové dráhy. Další výnosovou složkou budou služby pro vozové parky firem v okolí a příprava vozidel na prodej pro prodejce vozidel.

Tabulka 16: Odhad průměrných tržeb

Tržby	den	měsíc
průměrný počet aut	8	240
průměrná útrata za 1 auto	750 Kč	750 Kč
Průměrné denní tržby	6 000 Kč	180 000 Kč

Jelikož společnost víceméně nevlastní žádný majetek, její hlavní nákladovou položkou bude nájem za technologicky vybavené prostory a pracovní síla. Odhadované tržby vycházejí z poptávky u konkurenčních ručních myček.

Tabulka 17: Výkaz zisku a ztráty ve zjednodušeném rozsahu (v tisících Kč)

Označení	TEXT	Číslo řádku	31.12.2013
I.	Tržby za prodej zboží	1	
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	2	
+	Obchodní marže (ř. 01 - 02)	3	
II.	Výkony	4	2 160
B.	Výkonová spotřeba	5	750
+	Přidaná hodnota (ř. 03 + 04 - 05)	6	1 410
C.	Osobní náklady	7	1 109
D.	Daně a poplatky	8	
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	9	
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu	10	
F.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu	11	
G.	Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období (+/-)	12	
IV.	Ostatní provozní výnosy	13	
H.	Ostatní provozní náklady	14	
V.	Převod provozních výnosů	15	
I.	Převod provozních nákladů	16	
*	Provozní výsledek hospodaření [ř. 06 - 07 - 08 - 09 + 10 - 11 - (+/- 12) + 13 - 14 + (-15) - (-16)]	17	301
VI.	Tržby z prodeje cenných papírů a podílů	18	
J.	Prodané cenné papíry a podíly	19	
VII.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku	20	
VIII.	Výnosy z krátkodobého finančního majetku	21	
K.	Náklady z finančního majetku	22	
IX.	Výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů	23	
L.	Náklady z přecenění cenných papírů a derivátů	24	
M.	Změna stavu rezerv a opravných položek ve finanční oblasti (+/-)	25	
X.	Výnosové úroky	26	
N.	Nákladové úroky	27	10
XI.	Ostatní finanční výnosy	28	
O.	Ostatní finanční náklady	29	3
XII.	Převod finančních výnosů	30	
P.	Převod finančních nákladů	31	
*	Finanční výsledek hospodaření [ř. 18 - 19 + 20 + 21 - 22 + 23 - 24 - (+/- 25) + 26 - 27 + 28 - 29 + (-30) - (-31)]	32	-13
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost	33	55
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost (ř. 17 + 32 - 33)	34	233

XIII.	Mimořádné výnosy	35	
Označení	TEXT	Číslo řádku	31.12.2013
R.	Mimořádné náklady	36	
S.	Daň z příjmů z mimořádné činnosti	37	
*	Mimořádný výsledek hospodaření (ř. 35 - 36 - 37)	38	
T.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	39	
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-) (ř. 34 + 38 - 39)	40	233
****	Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-) (ř. 17 + 32 + 35 - 36)	41	288

4.7 Celkové zhodnocení záměru

Vybudování podniku poskytujícího služby ručního mytí vozidel je spojeno s nemalými náklady na jeho výstavbu a vybavení. Jelikož si majitelé budované motokárové haly přejí, aby veškeré poskytované služby v jejich areálu zůstaly v jejich majetku, toto omezení výrazně snižuje mé náklady pro zahájení podnikání v tomto oboru. Díky tomu není zahájení provozu tak finančně náročné a firma není od svého založení zatížena zvýšenými náklady spojenými především se splácením úvěru, který by jinak do svého začátku potřebovala. Firma se může plně věnovat provozu a případné problémy řešit s dostatečným předstihem.

5 Harmonogram realizace

S ohledem na rozpracovanost projektu stavby motokárového areálu a v závislosti na schválení bankovního úvěru pro tento projekt, by měla stavba započít v srpnu tohoto roku. Předpokládaná doba výstavby haly je 5 měsíců. Během dokončovacích prací bude prostor ručního mytí vybaven systémem pro čištění odpadních vod a vysokotlakým čističem s rozvodem vody. Krátce před předáním areálu od dodavatelů majitelům a kolaudací založím svoji společnost s ručením omezeným. Vznik společnosti by měl proběhnout v lednu 2013. Spuštění provozu podniku je odhadován na únor 2013.

Tabulka 18: Harmonogram realizace projektu

	8/2012	9/2012	10/2012	11/2012	12/2012	1/2013	2/2013
stavba haly	[Red bar from 8/2012 to 12/2012]						
montáž ČOV a mycího boxu	[Red bar in 12/2012]						
vybavení myčky	[Red bar in 12/2012]						
založení společnosti	[Red bar in 1/2013]						
kolaudace	[Red bar in 1/2013]						
uvedení do provozu	[Green bar in 2/2013]						

6 Závěr

Bakalářská práce se zabývá návrhem na vybudování ruční myčky vozidel v zamýšlené hale pro motokárovou dráhu v areálu a na pozemku obchodního centra Olympia Brno. Důvodem pro sepsání této práce je podnikatelská příležitost, která mi byla ze strany budoucích majitelů motokárové dráhy nabídnuta. Po ukončení studia na vysoké škole bych se rád věnoval práci spojené s automobilismem a zároveň začal podnikat. Z tohoto důvodu jsem se rozhodl tento návrh vytvořit i když samotné vybudování prostor pro myčku včetně technologií bude v režii a následně i majetku společnosti **KART ARENA BRNO, s.r.o.** vlastníci budoucí motokárovou halu.

Tato myčka vozidel bude poskytovat službu jak ručního mytí karoserie vozidel, tak i renovaci laku karoserie nebo čištění interiérů. V těsné blízkosti Olympie Brno se nachází pouze strojní kartáčová myčka vozidel **IMO** a nejbližším přímým konkurentem poskytujícím službu ručního mytí je myčka **M'CarWash** v obchodním centru Futurum na Vídeňské ulici v Brně. Zbývající konkurence je situována blíže k centru města a tudíž předpokládám, že by neměla výrazným způsobem zasahovat do konkurenčního boje o klientelu mířící do obchodního centra Olympia. V blízkosti ať už zmiňovaného obchodního centra Olympia Brno, nebo sousedního Avion Shopping Parku Brno se tedy nachází jediná alternativa pro řidiče hledající službu mytí auta a to v podobě strojního kartáčového mytí s vysokotlakým předmytím obsluhou, bez možnosti vyčištění interiéru. Vedle těchto myček se nachází pouze samoobslužné venkovní vysavače.

Dle srovnání cen konkurence v oblasti ručních myček v jižní polovině města Brna a poptávky po jejich službách jsem zjistil průměrnou denní tržbu cca 6 000 – 9 000 Kč. Celkové měsíční tržby se tedy pohybují okolo 180 000 Kč v závislosti na poptávce, která je po této službě značně ovlivněna povětrnostními podmínkami. Mezi nákladovými položkami tvoří největší podíl mzdové náklady na zaměstnance, nájemné za prostory, splátka případného úvěru a provozní náklady zahrnující především energie a chemikálie a potřeby pro čištění. Celkové náklady se pohybují okolo 120 000 Kč měsíčně bez mimořádných výdajů jako jsou např. poruchy strojního zařízení.

Mým návrhem je proto vybudování ručního mytí vozidel v blízkosti obchodního centra Olympia Brno, kde je každodenně velký počet návštěvníků, kteří se většinou dopraví osobním vozidlem a kde v současné době neexistuje konkurence poskytující obdobnou službu. Návštěvníci obchodního centra si tak během své návštěvy mohou nechat umýt a vyčistit svůj vůz, aniž by to nějak výrazně narušilo jejich časový harmonogram.

Náklady na vybudování těchto prostor jsou cca 750 000 Kč včetně strojních zařízení a systému pro čištění odpadních vod. Tyto náklady budou zahrnuty v celkových nákladech při výstavbě nové motokárové haly. Moje společnost, která bude prostory tohoto nového ručního mytí používat si je bude od majitelů haly pronajímat a to včetně technologického a strojního vybavení. Při průměrných denních tržbách stanovených dle konkurence, nájemného, mého platu a čtyř zaměstnanců na plný úvazek by roční zisk po zdanění měl v prvním roce fungování tvořit cca 230 000 Kč. V dalších letech provozu předpokládám nárůst poptávky o cca 15%.

Závěrem bych rád uvedl, že majitelé motokárové dráhy, která se nyní nachází v podzemních garážích kancelářské budovy M – Palác v Brně na Heršpické ulici, jsou nuceni správou budovy k opuštění prostor, které mají nyní pronajmuty. Proto je snaha o realizaci jejich projektu čím dál aktuálnější. Díky rozpracovanosti projektu, který se již několik let připravuje, by stavební práce měli začít během letních měsíců roku 2012. Dokončení a spuštění je pak plánováno na začátek roku 2013.

Seznam literatury

Monografické publikace:

1. HISRICH, D.; PETERS, P. *Založení nového podniku*. 1. vyd. Praha : Victoria Publishing, 1996. 501 s. ISBN 80-85865-07-6.
2. KORÁB, V.; PETERKA, J.; REŽŇÁKOVÁ M. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno : Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
3. KEŘKOVSKÝ, M.; VYKYPĚL, O. *Strategické řízení : teorie pro praxi*. 1. vyd. Praha : C.H. Beck, 2003. 172 s. ISBN 80-7179-578-X.
4. VOJÍK, V. *Specifika podnikání malých a středních podniků v tuzemsku a zahraničí*. 1.vyd. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2010. 276 s. ISBN 978-80-7357-534-2.
5. VALACH, J. a kolektiv: *Finanční řízení podniku*. 2. vyd. Praha : Ekopress, 2003. 324 s. ISBN 80-86119-21-1.
6. KOŠTÁN, P.; ŠULEŘ, O. *Firemní strategie : plánování a realizace*. 1. vyd. Praha : Computer Press, 2002. 124 s. ISBN 80-7226-657-8.
7. SYNEK, M. a kolektiv: *Manažerská ekonomika*. 1. vyd. Praha : Grada, 1996. 455 s. ISBN 80-7169-211-5.
8. FOTR, J. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1. vydání. Praha : Grada, 2005. 365 s. ISBN 80-247-0939-2.
9. SEDLÁČKOVÁ, H.; BUCHTA, K. *Strategická analýza*. 2. přeprac. a dopl. vyd. Praha : C.H. Beck, 2006. 121 s. ISBN 80-7179-367-1.
10. VEBER, J., SRPOVÁ, J. *Podnikání malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha : Grada, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1069-2.

Internetové zdroje:

11. Internet. *Zákony ČR onLine* [online]. 2004-2011 [cit. 2012-24-04]. Dostupné na WWW: <<http://www.zakonycr.cz/seznamy/513-1991-sb-obchodni-zakonik.html>>.
12. Internet. *Zákony ČR onLine* [online]. 2004-2011 [cit. 2012-24-04]. Dostupné na WWW: < <http://www.zakonycr.cz/seznamy/455-1991-Sb-zakon-o-zivnostenskem-podnikani-zivnostensky-zakon.html> >.

13. Internet. *Zákony ČR onLine* [online]. 2004-2011 [cit. 2012-24-04]. Dostupné na WWW: < <http://www.zakonycr.cz/seznamy/563-1991-Sb-zakon-o-ucetnictvi.html>>.
14. Internet. *Zákony ČR onLine* [online]. 2004-2011 [cit. 2012-24-04]. Dostupné na WWW: < <http://www.zakonycr.cz/seznamy/586-1992-Sb-zakon-ceske-narodni-rady-o-danich-z-prijmu.html>>.
15. Internet. *IMO – ARC clean car centres* [online]. 2010 [cit. 2012-14-05]. Dostupné na WWW: < <http://www.imocarwash.com/>>.
16. Internet. *M'Car Wash* [online]. 2008 [cit. 2012-14-05]. Dostupné na WWW: < <http://www.mcarwash.eu/>>.
17. Internet. *Ruční mytí aut – Brand, Brno* [online]. 2010 [cit. 2012-14-05]. Dostupné na WWW: < <http://www.rucnimytiaut.eu/>>.
18. Internet. *Tarte s.r.o. – ruční mytí aut, Brno* [online]. [cit. 2012-14-05]. Dostupné na WWW: < <http://tarte.cz/>>.
19. Internet. *Ruční mytí Brno* [online]. 2011 [cit. 2012-14-05]. Dostupné na WWW: < <http://www.motokenny.cz/rucni-myti/>>.
20. Internet. *FreshCars - Ruční mytí automobilů Brno* [online]. [cit. 2012-14-05]. Dostupné na WWW: < <http://www.freshcars.cz/>>.
21. Internet. *STARLAK - ruční mytí aut Brno* [online]. [cit. 2012-14-05]. Dostupné na WWW: < <http://www.starlak.cz/>>.
22. Internet. *Ruční mytí aut nejen v Praze – autokosmetické centrum/ Automyčka Express* [online]. [cit. 2012-14-05]. Dostupné na WWW: < <http://www.automycka.cz/>>.
23. Internet. *Ruční mytí osobních aut, užitkových aut a nákladních aut Brno, Ruční Mytí Brno* [online]. 2010 [cit. 2012-14-05]. Dostupné na WWW: < <http://www.rucnimytibrno.cz/>>.
24. Internet. *Šebesta – Chemické ČOV Rebeka 01,02,03* [online]. [cit. 2012-14-05]. Dostupné na WWW: < http://sebesta.cz/Chemicke_COV_Rebeka_01_02_03-44/cz>.
25. Internet. *KÄRCHER Shop S+S* [online]. 2010 [cit. 2012-14-05]. Dostupné na WWW: < <http://www.karchershop-sas.cz/default.asp>>.

Seznam tabulek

Tabulka 1: Přehled konkurence pro ruční mytí vozidel	28
Tabulka 2: Přehled konkurence strojních kartáčových myček.....	29
Tabulka 3: ceny mycích programů konkurence	30
Tabulka 4: ceny služeb konkurence	31
Tabulka 5: ceny služeb konkurence	32
Tabulka 6: ceny služeb konkurence	33
Tabulka 7: porovnání vysokotlakých čističek	35
Tabulka 8: porovnání vysavačů.....	35
Tabulka 9: porovnání čističů koberců a čalounění.....	36
Tabulka 10: porovnání parních čističů	36
Tabulka 11: porovnání leštiček	36
Tabulka 12: Měsíční mzdové náklady	43
Tabulka 13: Počáteční rozvaha společnosti	44
Tabulka 14: Náklady spojené se založením společnosti	45
Tabulka 15: Odhadované měsíční provozní náklady	46
Tabulka 16: Odhad průměrných tržeb.....	46
Tabulka 17: Výkaz zisku a ztráty ve zjednodušeném rozsahu (v tisících Kč).....	47
Tabulka 18: Harmonogram realizace projektu.....	49

Seznam obrázků

Obrázek 1: Vizualizace motokárového areálu Brno – Olympia (akad.arch.Lubomír Hruška)	38
Obrázek 2: Půdorys ručního mytí vozidel.....	39
Obrázek 3: Pozemek pro výstavbu motokárové haly (<i>Zdroj: ČÚZK</i>)	40
Obrázek 4: Nákres recirkulační čistírny zaolejovaných odpadních vod (<i>Zdroj: www.sebesta.cz</i>)	41