

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE
FAKULTA FINANCÍ A ÚČETNICTVÍ



Obor: Bankovníctví a pojišťovnictví

Podnikatelský plán auto-myčky

(Bakalářská práce)

Autor bakalářské práce: Sergey Dmitriev

Vedoucí bakalářské práce: doc. RNDr. Jarmila Radová, Ph.D.

Rok obhajoby: 2014

Čestné prohlášení:

Prohlašuji, že bakalářskou práci na téma “Podnikatelský plán auto - myčky“ jsem vypracoval samostatně a veškerou použitou literaturu a další prameny jsem řádně označil a uvedl v příloženém seznamu.

V Praze dne _____

Podpis_____

Anotace

Předmětem bakalářské práce «Podnikatelský plán auto myčky» je zjištění požadavků, které klade banka pro poskytnutí úvěru na otevření firmy a následné vypracování podnikatelského plánu podle těchto požadavků. Tento plán je zaměřen na otevření kontejnerové myčky se čtyřmi stanovišti pro ruční mytí aut v Rusku.

V teoretické části bych chtěl uvést základní informace o podnikatelském plánu a jeho struktuře, pro koho je plán určen a za jakým účelem se sestavuje. Hlavní důraz bych v této části kladl na kritéria, která jsou důležitými pro rozhodnutí banky, zda poskytnout úvěr na realizaci podnikatelského plánu.

Praktická část je věnována zpracování konkrétního podnikatelského plánu, který bude navázán na kritéria banky a prokáže, že je projekt realizovatelný a má šanci na úspěch.

Obsah

Obsah

Anotace	3
Obsah	4
Úvod	6
1. Teoretická část	7
1.1 Pojem podnikatelský plán	7
1.2 Standardy podnikatelského plánu	8
1.2.1 Struktura podnikatelského plánu podle UNIDO	8
1.2.2 Struktura podnikatelského plánu podle EBRD	9
1.2.3 Struktura podnikatelského plánu podle BFM Group	9
1.2.4 Struktura podnikatelského plánu podle KPMG	10
2. Charakteristika a doporučení k jednotlivým částem plánu	12
2.1 Název a obsah	12
2.2 Shrnutí	12
2.3 Informace o podniku	12
2.4 Příležitosti trhu	13
2.5 Lidské zdroje	13
2.6 Obchodní model	13
2.7 Marketingový plán	13
2.8 Finanční výkonnost a prognózy	15
2.9 Zdroje a použití finančních prostředků	15
3. Požadavky pro poskytnutí úvěru	16
3.1 Příznivé podmínky pro získání úvěru pro rozvoj podnikání	16
3.2 Složky, na které je nutné dát pozornost při žádosti o úvěr	16
4. Sepsání podnikatelského plánu	17
4.1 Podnikatelský plán «Auto - myčka s ručním mytím» Standart UNIDO	17
4.1.1 Specifikace	17
4.2 Návrh	19
4.3 Marketingový plán	20
4.3.1 Trh aut	20
4.3.2 Trh myček	21
5. Organizační plán	25

5.1 Daň z příjmu fyzických osob	25
5.2 Organizace myčky	25
5.3 Zaměstnanci	29
6. Výrobní program	30
7. Finanční plán	31
Závěr	35
Zdroje	36

Úvod

Jedním z cílů mého života je založení vlastního podniku, který bych rozvíjel podle svých vlastních představ. V současné době je byznys plánování nezbytnou složkou pro založení malé, střední či velké firmy. Ba co víc, je nedílnou součástí taktéž pro modernizaci či restrukturalizaci podniku.

V této bakalářské práci bych chtěl prozkoumat, jak se tvoří podnikatelský plán, z čeho se skládá a jaké různé standardy jsou třeba pro jeho tvorbu. Práci jsem se snažil vypracovat jako příručku pro začínajícího investora. Vzhledem k tomu, že tento podnikatelský plán je určen pro získání peněžních prostředků od banky, chtěl bych taktéž prozkoumat otázku, čemu musím věnovat nejvíce pozornosti při jeho tvorbě.

Moje hypotéza zní, že by banku nejvíce zajímalo, jak podnik dokáže vrátit půjčené peníze a jaké je riziko, že se tento podnik dostane do ztráty a zkrachuje, což navazuje na ukazatele rentability a doby návratnosti v tomto plánu. Cílem mé práce bude vytvořit podnikatelský plán dle požadavků banky a zjistit, zda je moje hypotéza pravdivá.

Práce je rozdělena do dvou částí. První část je věnována teoretickému výkladu. Zde je popsáno, jaké jsou standardy pro tvorbu podnikatelského plánu, jaké jsou návody pro sestavení jednotlivých kapitol a čemu je vhodné věnovat pozornost při podání žádosti o úvěr na základě podnikatelského plánu.

Ve druhé části jsem vybral standard UNIDO pro sestavení obchodního plánu pro otevření auto myčky s ručním mytím vozů. Velká pozornost je věnována finančnímu plánu, odhadům příjmů a rentabilitě projektu, neboť to jsou nezbytné složky pro rozhodnutí banky, zda investovat, tedy půjčit peníze na realizaci plánu.

1. Teoretická část

Správně napsaný podnikatelský plán plní tři důležité úkoly. Za prvé definuje nebo vymezuje manažerům společné cíle. Za druhé, když se myšlenky uvádí na papíře, je možnost do nich zblízka nahlédnout a reflektovat proveditelnost projektu. Za třetí musí pomoci naplánovat kroky nezbytné pro dosažení cílů. Mike Mc Keever, autor knihy " Jak napsat podnikatelský plán", říká, že podnikatelský plán dává šanci uvědomit si možné problémy, aniž by investor přišel o peníze. Vždyť podnikatelský plán by měl přilákat profesionální investory, kteří mají čas pouze rychle nahlédnout na navrhované projekty.

1.1 Pojem podnikatelský plán

Podnikatelský plán je písemný dokument, který popisuje všechny podstatné vnější i vnitřní okolnosti související s podnikatelským záměrem. Je to formální shrnutí podnikatelských cílů, možností jejich realizace a shrnutí jednotlivých kroků vedoucích k dosažení těchto cílů.¹

Podnikatelský plán by měl přesně definovat, v jaké fázi se podnik nachází a jaké peníze potřebuje. Jinak řečeno, podnikatelský plán je dokument, kterým oslovíte finanční sektor v případě, že budete chtít zaujmout investora či si půjčit finance od banky za účelem rozvoje vaší podnikatelské myšlenky. Je zcela jedno, zda se jedná o myšlenku, která je zatím pouze ve vaší hlavě, či o firmu, která funguje již několik let a potřebuje kapitál na další růst.²

Podnikatelský plán je určen především pro³:

- **podnikatele:** plán pomůže v utřídění myšlenek, vytyčení si hlavních cílů podnikání, zjištění finanční výhodnosti projektu. Během sestavování se mohou objevit krizová místa projektu. Prostřednictvím finanční části plánu je možnost kvalifikovaněji zhodnotit realizovatelnost, konkurenceschopnost či finanční výhodnost podniku.
- **potenciální partnery:** investory, společníky. Pomůže jim nahlédnout do záměrů podnikatele, mohou se rozhodnout, zda se s jeho plány ztotožní a přistoupí na partnerství, nebo mohou navrhnout své změny plánu.
- **banku při žádosti o úvěr:** nemá-li podnikatel za sebou výraznou podnikatelskou historii, pak bude banku zajímat jeho osobní historie a také to, co plánuje. Dobře připravený podnikatelský plán ukáže bance, že podnikatel ví, co chce, a umí si to spočítat.

¹ [online]. [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/podnikatelsky-plan-a-strategie-23349.html#!>

² [online]. [cit. 2014-04-25]. CZECHINVEST, Podnikatelský plán: aneb kudy vede cesta k úspěchu.

³ [online]. [cit. 2014-04-26]. Dostupné z: http://www.csas.cz/static_internet/cs/Obchodni_informace-Produkty/Ostatni_produkty_a_sluzby/Podnikatele_a_male_firmy/Prilohy/podnikatelsky_plan_krok_za_krokem_web.pdf

1.2 Standardy podnikatelského plánu

Čím dříve se rozhodnete pro zpracování vašeho podnikatelského projektu, tím lépe můžete připravit podnikatelský plán. Zpravidla banky, fondy či business andělé⁴ vyžadují obchodní plán podle určitých norem. Nejběžnějšími jsou techniky vyvinuté těmito organizacemi:

- Organizace OSN pro průmyslový rozvoj (UNIDO)
- Evropská banka pro obnovu a rozvoj (EBRD)
- Bureau of Financial Modeling (BFM Group)
- KPMG Group

1.2.1 Struktura podnikatelského plánu podle UNIDO

Dle tohoto nejběžnějšího standardu by podnikatelský plán měl obsahovat následující položky:

- **Shrnutí**
Sekce obsahuje všeobecné informace o podnikatelském záměru. Cílem je udělat celkový dojem o projektu pro potenciální investory. Přehled by měl obsahovat stručné, ale jasné informace a odpovědi na obavy investorů - jaký je objem investic, úvěrové podmínky, návratnost vlastních zdrojů atd. Zbývající části dokumentu by měly poskytnout podrobnější informace o projektu a prokázat správnost výpočtů v přehledu.
- **Charakteristika**
Popis všeobecných informací o společnosti, popis průmyslu a jeho perspektivy vývoje, finanční výkonnost, lidské zdroje a struktura řízení, vedení a produkce výrobků nebo služeb, partnerství.
- **Nápad**
Nejllepší vizuální prezentace produktu či služby, které mají být vyrobeny danou společností - ať už je to fotografie, kresba nebo přírodní vzorek. Uděláte-li více než jeden typ výrobku, popis by měl být pro každý typ samostatně a měl by obsahovat název produktu, jeho účel, klíčové vlastnosti, konkurenceschopnost výrobku, jeho patentovatelnost, další potřeby pro licencování, prodej daného výrobku, jeho certifikáty kvality, bezpečnost produktu a vztah k životnímu prostředí, dodací podmínky a poprodejní servis se zárukami, nabízené produkty pro údržbu výrobku a nákladnost a okolnosti likvidace.
- **Marketingový plán**
Za prvé musí pro váš produkt existovat trh. V této části musíte dokázat investorům, že tento trh existuje. Potenciální kupci se dělí na koncové uživatele a velkoodběratele. Pokud jsou spotřebiteli podniky, jsou charakterizováni umístěním a odvětvím, ve kterém pracují. Pokud je spotřebitelem populace, tak ta se vyznačuje standardními socio-demografickými charakteristikami - věk, pohlaví, sociálního postavení. Také stojí za to popsat vlastnosti spotřebního zboží - cena, životnost výrobku, vzhled a další. Marketingový plán zpravidla obsahuje požadavky spotřebitele na daný typ výrobku, analýzu a popis konkurentů včetně vyzdvižení silných a slabých stránek podniku, marketingový výzkum, popis trhu a jeho vyhlídek pro rozvoj, skladování produktu a vábení spotřebitele marketingovými nástroji.

Nezbytné požadavky na realizaci záměru

⁴ Business anděl je individuální investor využívající vlastní kapitál na financování perspektivních malých a středních podniků s výrazným růstovým potenciálem (zpravidla firmy ve fázi seed, start-up, nebo expanzní fázi životního cyklu) s cílem zhodnocení vložených prostředků. [online]. [cit. 2014-08-11]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/business-angels>

Výpočet fixních a variabilních výrobních nákladů, výroby, prodeje, nákladové kalkulace produktu a obecné informace o možnostech podniku.

- **Organizační plán**

Vrcholové vedení společnosti je přímo závislé na úspěchu projektu. Tato část popisuje organizaci, manažery a odborníky, základní organizační strukturu podniku a načasování projektu, způsoby, jak motivovat vrcholové vedení.

V této části jsou obsaženy geografická poloha podniku, dopravních cest a dostupnost komunikací, technologie a úroveň dovedností, požadavky na prostory, požadavky personální, požadavky na ekologicky šetrnou výrobu a bezpečnost pracovníků, výstupní kontrolu výroby, náklady na zaměstnance, suroviny, celkové výrobní náklady, dále členěné na fixní a variabilní složku.

- **Finanční plán**

Zde je nutné uvést finanční model založený na odhadu nákladů a výnosů. Popsat velikost spotřeby surovin, uvést výpočty nákladů a výnosů za každou jednotlivou operaci, a popsát ukazatele výkonnosti projektu a pohyby hotovosti. V této části by neměly chybět náklady na přípravné období, ceny v základním období, výpočet důchodu společnosti, platby daní a tři základní výkazy společnosti (standardní počasí, optimista, pesimista), výkaz cash flow.

- **Dodatek**

Všechny údaje, které nejsou zahrnuty v hlavních částech, mohou být popsány v přílohách. To odlehčí hlavní část o dodatečné tabulky, grafy a další věci. Každá z těchto položek je rozdělena do několika dílčích položek.

1.2.2 Struktura podnikatelského plánu podle EBRD

Titulní strana

Úvodní strana podnikatelského plánu představuje jeho nejzákladnější informace. Obsahově neplní významnou funkci, proto je kladen důraz na formální provedení.

Jednotlivými částmi titulní strany jsou: název projektu, logo společnosti, její kontaktní údaje včetně sídla, další údaje o podnikateli, dohoda o důvěryhodnosti, shrnutí, popis firmy a její finanční situace a platební historie, popis projektu a jeho zdrojů financování, koncepce a popis trhu, popis výrobního procesu a jeho vztah k životnímu prostředí, SWOT analýza, finanční plán obsahující toky peněz, informace o ručitelích a využití procesy pro získání finančních prostředků.⁵ Jak je vidět, na rozdíl od standardní UNIDO věnuje EBRD větší pozornost finančním vlastnostem projektu, ale struktura zbytku informačních bloků je poněkud méně formální.

1.2.3 Struktura podnikatelského plánu podle BFM Group

- Memorandum o ochraně soukromí
- Abstrakt
- Shrnutí
- Popis společnosti
- Podnikatelské prostředí, skládající se z PEST analýzy, obchodní koncepce, strategie projektu a SWOT analýzy odvětví

⁵ [online]. [cit. 2014-04-26]. Dostupné z: <http://www.napadroku.cz/radce/jak-sepsat-podnikatelsky-plan/>

- Charakteristika podnikání obsahující analýzu hodnotového řetězce a Boston Consulting Group Matrix
- Analýza trhu skládající se z odhadu velikosti trhu a možných trendů jeho vývoje, vyhodnocení podílu na trhu a objemu prodeje a segmentace trhu
- Konkurence a konkurenční výhody sestávající ze srovnávacích charakteristik konkurenčních produktů a firem, analýzy konkurenční situace na trhu a SWOT analýzy
- Organizace zahraniční ekonomické aktivity společnosti složená z organizační a ekonomické podpory zahraničních ekonomických vztahů a nepřímých forem přístupu na zahraniční trhy
- Marketingový plán obsahující celkovou marketingovou strategii, ceny, taktiku realizace prodeje produktu, politiku poprodejního servisu a záruk a reklamu a podporu prodeje
- Prodej programu zahrnující faktorovou analýzu prodeje
- Výrobní program složený z výrobního cyklu, výrobní kapacity a jejího vývoje, strategie a zajištění výrobního plánu a posílení a rozvoje produktu
- Organizační plán a řízení čítající kalendář, organizační strukturu, vedení společnosti, další investory, bonusový systém a profesionální poradce
- Investiční plán, strategie a financování investičních nákladů
- Finanční plán, který zahrnuje potřeby financování v čele s výší úvěru, splácení úmoru a úroků, tři základní výkazy – rozvahu, výkaz zisku a ztráty a výkaz cash flow, příjmy účastníků projektu. Co se týče finančních ukazatelů, jsou zde uvedeny běžná či pohotovostní likvidita, čistý pracovní kapitál, obrát zásob, pohledávek či PK, celkový dluh na celkových aktivech, i na vlastním kapitálu, úrokové krytí, hrubá a čistá marže, návratnost aktiv či investice, rentabilita VK. Dále je nedílnou součástí použití výnosů, analýza citlivosti, statistická analýza Monte Carlo, prodej a příjmy z něj, daňové platby, celkové náklady na výrobek a sumárně, zásoby hotových výrobků, surovin i komponent, investiční náklady, odpisy aktiv a celková účinnost projektu čítající dobu návratnosti v prosté i diskontované podobě, čistou současnou hodnotu, vnitřní výnosové procento a dobu trvání projektu.
- Finanční zprávy
- Auditorské zprávy
- Závěry odborníků na oceňování nemovitostí
- Firemní brožury
- Technický popis činnosti produktu
- Shrnutí klíčových manažerů
- Důležité dohody a smlouvy
- Informace o výrobním procesu
- Fotografie a kresby
- Market Research Reports
- Výňatky z nejdůležitějších právních předpisů

1.2.4 Struktura podnikatelského plánu podle KPMG

Formát vyvinutý společností KPMG pro své potřeby našel své místo i mimo společnost. Standardní KPMG model vyžaduje zahrnutí následujících částí do obchodního plánu:

- Shrnutí
- Produkt nebo služba
- Analýza trhu a průmyslu
- Popis cílových trhů
- Marketingový plán (popis strategie propagace, prognóza prodeje, použité prostředky)
- Popis struktury a řízení

- Finanční analýza

Struktura podnikatelského plánu BFM Group je vhodná k realizaci velkých projektů jako jsou závody, továrny, obilné sklady, dílny. Daná struktura podrobně popisuje nejen finanční ukazatele podniku, ale obsahuje největší počet analýz (trhu, konkurence, cílů atd.) a dává velkou pozornost každé části podnikatelského plánu. Struktura BFM Group často používaná ve státech s Rusky mluvčími podnikateli jako na příklad: Rusko, Ukrajina, Bělorusko, Kazachstán.

Struktura plánu EBRD je naopak méně formální a podrobně popisuje jenom finanční vlastnosti projektu, což je důležitý pro interní použití plánu. Management podniku bude mít přesnější představení o možných změnách zisku v důsledku změn sortimentu, objemu prodávaných zboží či služeb.

Struktury UNIDO a KPMG jsou podobné. Každá struktura popisuje organizace podniku komplexně, což umožňuje lépe představit jak firma dosahuje zisk, jakým rizikům je vystaven podnik, jak získává klienty. V situace, kdy podnikatel potřebuje získat finanční prostředky od banky, je vhodné použít standart UNIDO. Daná struktura umožňuje podrobněji popsat schopnost podniku kumulovat zisk a následně vrátit peníze bance.

2. Charakteristika a doporučení k jednotlivým částem plánu

2.1 Název a obsah

Zde by měl být obsažen název firmy, její adresa, telefonní číslo a kontaktní údaje všech zakladatelů, stejně jako obsah celého dokumentu. Obsah podnikatelského plánu by neměl přesáhnout 30 až 40 stránek spolu se všemi nezbytnými aplikacemi.

2.2 Shrnutí

Shrnutí je vizitkou podnikatelského plánu, odhalující jeho povahu, účel, výhody produktů (zboží a služby) a prokazující jeho ziskovost. Je vhodné poskytnout informace o technologické stránce projektu, stejně jako věnovat pozornost řešení sociálních problémů (tvorba nových pracovních míst, rozvoj prioritních aktivit atd.).

Shrnutí je sepsáno až na konci přípravy podnikatelského plánu, protože až když je obchodní plán plně vyložen a provedeny potřebné výpočty, lze shrnout jeho hlavní obsah.

Doporučený obsah této části je 1-2 strany.

Seznam problémů, které mají být řešeny ve shrnutí:

- Podnikatelský záměr
- Právní forma společnosti
- Místo realizace projektu
- Požadovaná výše investice potřebné k realizaci projektu včetně výše vlastního kapitálu a dluhu včetně finanční podpory poskytované úřady práce⁶
- Informace o účastnících projektu
- Hlavní spotřebitelé produktů (zboží a služeb)
- Vytváření nových pracovních míst
- Základní ukazatele ekonomické efektivity projektu
- Obecný závěr o projektu

2.3 Informace o podniku

Na začátku této části by měl být popsán hlavní cíl projektu. Cíl jako konečný stav, požadovaný výsledek, kterého se snaží organizace dosáhnout. Cíl musí být stanoven podle metody SMART.

SMART je analytická technika pro navrhování cílů v řízení a plánování, která je charakterizována počátečními písmeny anglických názvů atributů cílů:

- **S** - Specific – specifické, konkrétní cíle
- **M** - Measurable – měřitelné cíle
- **A** - Achievable/Acceptable – dosažitelné/přijatelné
- **R** - Realistic/Relevant – realistické/relevantní (vzhledem ke zdrojům)

⁶ [online]. [cit. 2014-07-21]. Dostupné z:

http://fondsmpr.ru/?option=com_content&view=article&id=102&Itemid=60

- **T** - Time Specific/Trackable – časově specifické/sledovatelné

Využití metody SMART v praxi: Metoda SMART se používá pro návrh cílů (zejména specifických cílů). Při jejich návrhu musí být dodržena podmínka *SMART* pro jednotlivé cíle a jejich matice. To znamená, že každý cíl musí být specifický, měřitelný, dosažitelný, realistický a časově specifikovaný.⁷ Když jsou formulovány všechny cíle, je nutné popsat způsoby, jak jich dosáhnout. Tato část by měla odrážet základní informace o vytvořené organizaci, a to typ činností, které plánuje provádět, technické zázemí pro zabezpečení projektu suroviny, zařízení či výroby. Dále by mělo být ohodnoceno místo organizace, tedy kvalita lokality, blízkost k zákazníkům a dodavatelům a zaměstnanecká dostupnost.

2.4 Příležitosti trhu

Zde je vhodné shrnout, kdo bude prodávat navrhovaný produkt nebo službu a proč je daná skupina spotřebitelů atraktivní pro zpracovatele plánu. Je nutné odpovědět na několik klíčových otázek. Jak velký je trh? Jaké jsou možnosti růstu a potenciální hrozby? Jak se jim bránit? Většinu z těchto informací lze nalézt na internetových stránkách průmyslu a médií, v oficiálních statistikách, analytických zprávách a dokonce i u jiných podnikatelů. Vždy se musí uvádět zdroj informací v případě, že je nutné potvrzení či prohlášení, nebo je-li nutné aktualizovat údaje.

2.5 Lidské zdroje

Tým je téměř stejně důležitý jako samotný nápad. Proto se investoři zajímají o to, kdo je v týmu. Je vhodné a doporučené připojit seznam všech zakladatelů, partnerů a manažerů, jaké jsou jejich schopnosti a úspěchy. Je-li několik zakladatelů společnosti, vysvětlíte, proč jste si vybrali tyto partnery.

2.6 Obchodní model

Tato část obsahuje podrobný popis všech zdrojů příjmů (prodej výrobku, služby) a strukturu nákladů společnosti (mzdy, nájemné, provozní náklady). Je vhodné zkontrolovat, že jste zmínil a odůvodnil všechny možné příjmy a výdaje. Také jsou zde zahrnuta jména hlavních dodavatelů a odběratelů. V podstatě je tato sekce výrobním plánem budoucí společnosti.

2.7 Marketingový plán

Popis produktů (zboží a služby)

⁷ [online]. [cit. 2014-05-04]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/smart>

V této sekci, popisující hlavní část podnikatelského plánu, je podrobný popis produktů (výrobků a služeb), které budou nabízeny potenciálním kupcům. Musíte si stanovit výhody svých výrobků, které splňují přání a potřeby zákazníků, jež zároveň nejsou uspokojeny konkurenty. Hlavním cílem této sekce je dokázat, že vaše zboží (služby) má hodnotu pro zákazníky a že bude po něm poptávka (pohodlné místo, široký sortiment, nízké náklady na výrobu ve srovnání s obdobnými produkty konkurence atd.). Na příklad, v případě auto-myčky je vhodně uvést analýzu trhu, kde by bylo popsáno jaká je současná poptávka po službách auto-myčky a jaké jsou perspektivy daného trhu. Ba co víc, je nutné popsat typy programu mytí a vysvětlit jak služba bude poskytnuta uživateli.

Podrobné charakteristiky výrobků (zboží a služeb) určených k prodeji

Zde je třeba uvést podrobný popis výrobků a služeb poskytovaných v souladu s projektem, včetně účelu, k jakému se produkt používá, oblastí použití, shody produktu s uznávanými normami, inovativních prvků, konkurenčních výhod, připravenosti produktu k výkonu či existence prostoru pro další rozvoj produktu. Je zde důležité zdůraznit jedinečnost užitečného účinku, díky kterému budou spotřebitelé kupovat váš produkt nebo využívat služby, dále jaké nové unikátní vlastnosti nabízí podnik (nové technologie, kvalita výrobků, nízké náklady, nebo nějakou zvláštní výhodu). Ku příkladu přidat obrázky konstrukce auto-myčky spolu s plnou charakteristikou zařízení (kolik spotřebovává vody a elektřiny a délka trvání jednoho mytí)

Okruh odběratelů (zákazníků)

Jedinečnost a dokonalost zboží ještě nezaručuje, že se bude prodávat dobře. Alespoň na začátku podnikání. Čas, úsilí a peníze jsou omezené. Co je opravdu nutné udělat je oslovit ty správné zákazníky a zaměřit své úsilí na ně. Jak praxe ukazuje, 80% příjmů společnosti poskytuje pouze 20% zákazníků. Je vhodné se zaměřit na ty subjekty (osoby a organizace), které pociťují extrémní potřebu mít vaše produkty, mají prostředky na jejich získání a je pro ně dosažitelné místo prodeje. Zvolený výstup musí být řádně a konkrétně popsán podle věku, bydliště, úrovně příjmů a životně důležitých zájmů potenciálních zákazníků.

Jako příklad je vhodně uvést závislost počtu vozidel za den, které navštívily myčku na počtu obyvatel ve městě.

Prodej zboží (služeb)

Existují odlišné typy trhů: trhy, na nichž spotřebitelé nevědí o produktu a jeho vlastnostech ve srovnání s podobnými výrobky a na druhé straně jsou trhy, na nichž spotřebitelé vědí o výrobku, ale nenakupují jej u konkurenčních firem.

Je podstatné určit trh, na kterém se výrobky (zboží a služby) budou prodávat, a definovat schéma prodeje zboží (služby) včetně implementace konečného kupujícího nebo přímého marketingu a distributorů implementace nebo nepřímého prodeje. V prvním případě je schéma prodeje zboží **výrobce – kupující**. V rámci tohoto programu můžete prodávat své zboží nebo pracovat v malých sériích pro jednotlivé objednávky. Ve druhém případě vstupuje mezi výrobce a kupujícího další subjekt či subjekty. Potom schéma prodeje může být **výrobce – obchod - kupující** nebo **výrobce – zprostředkovatel - obchod – kupující**. V tomto případě bude zákazník hodnotit nejen zboží, ale také služby, také bude mít zájem o slevy při nákupu většího množství zboží, o dodací termíny a platby. Vašimi zákazníky v tomto případě mohou být i velké obchody, kde jednotlivé položky prodaného zboží přesahují tisíce pozic a soukromí podnikatelé na veletrzích. Čím delší řetězec od

výrobce ke kupujícímu je, tím vyšší je hodnota zboží pro koncového zákazníka, protože každý článek řetězu chce profitovat z prodaných výrobků.

2.8 Finanční výkonnost a prognózy

V situaci, kdy podnik už funguje nějakou dobu, je vhodné připojit výkaz zisků a ztrát, rozvahu a výkaz peněžních toků za roční období. Poté je nutné udělat odhad pro všechny tři parametry po dobu nejméně tří let dopředu. Také se provádí analýza, která ukazuje, jak rychle se počáteční investice navrátí. To platí i pro podniky, které jen budou otevřeny v budoucnu. V tomto případě je vhodné se obrátit na finančního poradce, který zpracuje dané výkazy a provede odhad budoucích příjmů. V dané situaci je vhodné co nejpřesněji odhadnout budoucí výsledky prodeje zboží či služeb.

2.9 Zdroje a použití finančních prostředků

Pokud se snažíte získat peníze od investorů, chtějí vědět, jak tento kapitál budete využívat. Tato část by měla stanovit předpokládané náklady na uvedení podniku na trh: prostor, nákup nového vybavení, firemní logo, design, atp. Většina podnikatelů podceňuje náklady na založení nové firmy.

3. Požadavky pro poskytnutí úvěru

Chcete-li získat bankovní úvěr, měl by být obchodní plán vypracován tak, aby banka viděla perspektivu vývoje projektu a plné splacení úvěru včas. Nejprve by měl být obchodní plán vypracován správně z finančního hlediska - důležité body týkající se bankovní zástavy, ručitele, dluhu, rychlosti obratu a růstu reálných příjmů.

3.1 Příznivé podmínky pro získání úvěru pro rozvoj podnikání

Pravděpodobnost získat podnikatelský úvěr je poměrně vysoká, pokud za poslední rok je vykázován dobrý růst zisku podniku a máte-li nějaký movitý nebo nemovitý majetek, který jste ochotni poskytnout jako zástavu. Je důležité, aby zástava byla likvidní. Další podmínkou je, že neprovádíte "šedé" účetnictví, kde se schovává část výnosů. Máte dobrého ručitele, který může v případě platební neschopnosti splatit zůstatek vašeho úvěru.⁸

3.2 Složky, na které je nutné dát pozornost při žádosti o úvěr

Ve svém prvním roce podnikání je vhodné dělat všechno včas: předkládat výroční zprávy, deklarovat příjmy atd. Tak ukážete bance skutečný objem vašeho podnikání. Dále je podstatné vést evidence nejen příjmů, ale i nákladů. Mnohé banky potřebují znát výši vašich výdajů, aby pochopily, o kolik jsou výdaje nižší než příjmy. V opačném případě bude úvěr odmítnut, protože banka nemá zájem o zapůjčení peněz na pomalu se rozvíjející obchod.

Je vhodné žádat o půjčky na rozvoj podnikání nejméně rok po uvedení na trh. Během této doby se usadíte v podnikání, odevzdáte první výroční zprávu, poznáte nuance podnikání a řízení. A když věci nejdou tak dobře, jak bylo zamýšleno, tak další zadlužení nemá smysl. Je důležité zdůvodnit, proč takovou výši úvěru budete potřebovat, jak využijete peníze. Pokud půjdete do banky jenom s velkým počtem nápadů, bude žádost o úvěr odmítnuta. Účel úvěru je stejně důležitý jako jeho výše. Banky dávají peníze ochotněji pro dlužníky, kteří reálně hodnotí rozvoj jejich podnikání a berou peníze pouze na nezbytné potřeby zejména v případě, že jsou nevyhnutelně z podnikatelského prostředí. Když do vaší kanceláře přijde analytik banky, musíte pravdivě odpovědět na všechny otázky.

⁸ [online]. [cit. 2014-05-04]. Dostupné z:

http://vseocreditah.ru/kredity_biznesu/kak_vzyat_kredit_na_razvitie_malogo_biznesa.html

4. Sepsání podnikatelského plánu

Cílem této části je zpracovat podnikatelský plán pro otevření auto-myčky se samoobslužným servisem. Plánované místo je Petrohrad, Ruská Federace. Plán bych chtěl napsat podle standardu UNIDO. Výhodou tohoto standardu je fakt, že se podle UNIDO píšou plány nejenom v EU, ale i v ruský mluvících státech. Tento standard nemá tolik složek (celkem 8), což usnadňuje vypracování obchodního plánu. Je o hodně lehčí představit plán, který se skládá z marketingového, organizačního a finančního plánu s dodatečnými kapitolami, než plán, který už od začátku musí mít cca 15 kapitol (např. Standard BFM Group).

4.1 Podnikatelský plán «Auto - myčka s ručním mytím» Standart UNIDO

4.1.1 Specifikace

Cílem projektu je otevřít kontejnerovou myčku se čtyřmi stanovišti pro ruční mytí. Kontejner CW Tech - Optima. Typ kontejneru - Standard.

Technická data:

Spotřeba vody: 600 - 660 l / hod (každé stanoviště).
Maximální tlak 150 bar.
Provozní tlak: 90-120 bar (nastavitelný).
Teplota vody: 20 - 60 ° C (nastavitelné).
Kapacita kotle: 50 - 200 kW.
Spotřeba kotle: 6-13 m ³ / h (plyn), 4,5-7 litry / h (dis. paliva).
Elektrické připojení: 3 ACN 400V, 3 fáze / 50 Hz.
Výkon změkčovače: 5-10 m ³ / h.
Reverzní osmóza výkon systému 600-1200l / h
Kapacita demineralizované vody: 800 - 4000 litr.
Kapacita pelety sůl: 75 až 200 litrů.

Požadavky na připojení:

• Voda - 4 stanoviště - 3,4 m ³ / h
• Tlak - 4-6 bar (min 2,5 bar)

- Elektřina - 4 stanoviště - 20,0 kW -50 A



Zdroj: <http://cwtech-ts.ru/index.php/katalog-prodyct/prodycciy-cwtech-compact>

Obrázek 1: Tři varianty konstrukce auto-myčky se čtyřmi stanovišti. Výběr konkrétní varianty se prochází po konzultaci s dodavateli zařízení.

Tabulka 1. Dostatečné rozměry pozemku pro výstavbu budovy.

Druh mycí linky	Prostor samotné budovy	Areál pozemku včetně vjezdů
2 stanoviště	60 m ²	270 m ²
3 stanoviště	90 m ²	360 m ²
4 stanoviště	150 m ²	540 m ²
5 stanovišť	180 m ²	630 m ²
6 stanovišť	210 m ²	720 m ²
8 stanovišť	270 m ²	810 m ²

Součet projektu: 11.643.000 rublů.

Zdroj: <http://www.automycky.com/ehrle-cr/4-PRO-INVESTORY/2-Vystavba-mycky-krok-za-krokem>

Kurz: 1czk=1,9 rub

Tabulka 2. Investiční výkon

Index	Účinnost Projektu jako celku	Účinnost kapitálových zakladatelů
Kumulovaný peněžní tok (rublů)	74 336 987	52 395 854
Čistá současná hodnota (NPV), v rublech.	38 045 638	21 006 125
Internal Rate of Return (IRR)	114%	117%
Jednoduchá doba návratnosti (PP), v letech	2	2
Diskontovaná doba návratnosti (DPP), v letech	2	2
Čistý vynos/tržby	48.1%	50.3%

Zdroj: <http://bkfservice.ru/zakladki/dlya-investora-biznes-avtomojka-avto-biznes-avto-biznes-v-minske/симулятор-рентабельности-мойки>

Kurz: 1czk=1,9 rub

4.2 Návrh



Zdroj: <http://bkfservice.ru/katalog-produktov>

Obrázek 2: Kontejnerová myčka se čtyřmi stanovišti

Jedná se o celkový proces mytí, voskování, vyleštění a sušení karoserie za pomoci ekologických chemických prostředků. Vozidlo při tomto procesu přichází do styku pouze s teplou vodou obsahující prostředky, kterýmiž jsou aktivní prášek obsahující měkké mikrogranule, speciální polymerový vosk a leštadlo s osušovací složkou. Přitom je používána demineralizovaná změkčená voda a k dokonalému leštění a sušení pak napomáhá reverzní osmóza vody.⁹

Celkem jsou modelovány 4 dílčí programy pro mytí:

⁹ [online]. [cit. 2014-05-05]. Dostupné z: <http://www.automycky.com/ehrle-cr/4-PRO-INVESTORY/5-Spolehliva-investice>

- **Program 1 – Hlavní praní**

Během tohoto cyklu se změkčená a na teplotu 60°C předehřátá voda mísí s práškem obsahujícím mikrogranule. Směs vody a prášku je pod vysokým tlakem směřována na povrch vozu. Společné chemické, mechanické, tepelné a hydraulické působení poskytuje skvělý efekt mytí, které je bezpečné pro lakový povrch.

- **Program 2 - Vypláchnutí**

Čistá voda pod tlakem 90 barů omyje zbytky chemického roztoku z povrchu po programu č. 1. Existuje možnost přepnutí z chladné do teplé vody s teplotou 60 ° C. Pokud chce klient umýt své auto co nejrychleji, může po tomto programu proces ukončit.

- **Program 3 – Nanesení vosku**

V tomto programu se změkčená a předehřátá voda mísí s polymerovým voskem. Rozehřátý polymer se pravidelně rozprostře po povrchu a vytvoří stálý povlak, který chrání kapotu před následným znečištěním, má na vodu odpuzující účinky a dodává jí lesk.

- **Program 4 – Sušení**

Jde o opláchnutí a usušení. V tomto programu se voda demineralizuje v procesu opačné osmózy. Do demineralizované vody zbavené minerálů se pomocí přesného systému dávkování dodává sušič. Voda stéká z kapoty vlivem sušiče. Není nutné vytírat ručně povrch vozu. Vysušený povrch zůstane beze skvrn a šmouh. Opláchnutí demineralizovanou vodou se sušičem napomáhá vzniku lesku. Kapota vozu je čistá, lesklá a chráněná před agresivními vlivy okolního prostředí.

Zákazník poskytuje platbu mincemi, žetony, poukázkami či kreditními kartami na zvolený program a spustí mytí auta.

4.3 Marketingový plán

4.3.1 Trh aut

Podle analytického centra "Alfa pojištění" je v Rusku průměrná úroveň zabezpečení 257 aut na 1000 lidí. Každý rok toto číslo roste v průměru o 3,2%. Analytické centrum "Alfa pojištění" zveřejnilo výsledky svého pravidelného výzkumu na zabezpečení ruských občanů osobními auty. Podle výsledků bylo sestaveno hodnocení regionů v zemi podle počtu automobilů na každých 1000 obyvatel. Především se ukázalo, že momentálně je ruská průměrná úroveň přes všechny regiony pro všechny automobily 257 ks na 1000 lidí. Pro srovnání, v loňském roce byl srovnatelný údaj 249 vozů. Ve srovnání s předchozím rokem tak činí nárůst o 3,2%. Analytici připisují tento trend tomu, že reálné příjmy Rusů vzrostly během roku v průměru o 5%. Ukazuje se, že aktuálně je čtvrtina obyvatel země vlastníky osobních automobilů. Autoři se dostali k závěru, že nejvyšší koncentrace automobilů na 1000 obyvatel připadá na východní federální okres. Tam bylo zjištěno 326 aut na 1000 obyvatel. Na druhém místě je severozápadní federální okruh s 280 osobními automobily na tisíc obyvatel. Průměr pro střední federální okruh automobilového indikátoru zabezpečení se nachází na 278 vozech. Pak následuje uralický federální okruh (261 automobilů na 1000

obyvatel), a jižní federální okruh (258 jednotek zařízení pro cestující), sibiřský federální okruh (246 vozů), Volha federální okruh (237) a na severním Kavkaze federální okruh se 177 automobily na tisíc obyvatel.¹⁰

Statistici ukazují, že v letošním roce oblasti s minimálním automobilovým zabezpečením zmenšily rozdíl za vůdci ratingu. Takže na Volze (federální okruh) došlo k nárůstu o 6,8%. Sibiřský federální okruh dosáhl růstu 6,5%. Nyní je jeho vzdálenost od lídra 80 vozů oproti 97 kusům v loňském roce. Není to tak markantní, ale přesto se může pozitivní dynamikou pochlubit «Severo – západní federální okruh» (1,4%), Jižní federální okruh (3,2%) a Ural federální okruh (0,8%).

V Rusku je zajímavý trend - přibližně 90% ze všech ručních přístrojů je vybaveno zařízením s vysokým tlakem. Zbytek trhu patří automatické myčce. Toto procento se nemění po dobu několika let. Ruští spotřebitelé nedůvěřují automatické myčce, protože se obávají poškození vozidla.¹¹

4.3.2 Trh myček

Podle portálu "RBC" existuje v současné době v Rusku asi 11 000 myček s celkovým počtem míst dosahujícím 27 500 (průměr 2,5 stanovišť na myčku). Podle výzkumu spotřebitelských preferencí používají v Rusku servis myček dvě třetiny majitelů aut, což činí 22 300 000 majitelů aut. To znamená, že na jednu myčku přichází více než 2000 aut ročně (22 300 000 klientů na 11 000 myček).

Roční obrat ruského trhu myček je odhadován analytiky agentury «Inventica» na 54,65 miliardy rublů neboli 28,763 miliardy CZK. Aktuální nasycení trhu je vypočteno agenturou na 41%. Hospodářská krize měla negativní dopad na trh mycích služeb. Nicméně od roku 2010 se začal na tomto trhu, stejně jako na dalších souvisejících trzích, projevovat postupný návrat na úroveň před krizí. V následujících letech bude růst poptávky po mycích službách i nadále ovlivněn dvěma faktory: obecným zvýšením blahobytu a kvantitativním nárůstem počtu aut v zemi.¹²

- **Analýza služby**

Časopis "čištění" uvádí následující údaje:

¹⁰ [online]. [cit. 2014-07-22]. Dostupné z: <http://www.km.ru/avto/2013/08/20/interesnye-fakty-i-sobytiya-avtozhizni/718847-legkovushka-kak-zerkalo-blagopoluchiya>

¹¹ [online]. [cit. 2014-07-22]. Dostupné z: <http://park72.ru/?p=15088>

¹² [online]. [cit. 2014-07-22]. Dostupné z: http://marketing.rbc.ru/news_research/17/03/2011/562949979877948.shtml

Tabulka 3. Srovnání různých typů Myčky očima vlastníků automobilů

Ukazatel	Tradiční (ruční) mytí	Automatická mycí linka	Samoobslužně
Kvalita služeb	Závisí na schopnosti podložek, subjektivní hodnocení klienta	Standardní je dobrá, ale neřeší "nestandardní" úkoly (mytí nepřístupných ploch)	Klient nezávisle hodnotí sám sebe
Čas strávený při čištění (včetně čekání ve frontě, například u pěti strojů)	Dlouho (1 až několik hodin)	Rychle (10 až 30 minut)	Rychle (10 až 30 minut)

Předpokládaná délka trvání jednoho mytí je 10 min.

Zdroj: http://imoy.ru/investor_2

Tabulka. 4 zobrazuje údaje na základě zkušeností stávajících případů za předpokladu, že mytí je na benzínové čerpací stanici, v mycím centru, na velkokapacitním parkovišti či v obchodním centru a myčka je organizována v souladu s doporučeními dodavatele zařízení.

Tabulka 4. Pracovní zátěž.

Počet obyvatel města	Max. počet vozidel za den	Počet automobilů za den v průměru za rok
50 -300 tisíc.	450 -550	250 -300
400 -700 tisíc.	500 -600	300 -350
800000 lidí a více	550 -650	350 -400

Daná tabule nám ukazuje závislost počtu klientů myčky na počtu obyvatel města. Na základě těchto údajů da se odhadnout průměrný počet automobilu za den.

Tabulka 5. Průměrný měsíční výnos (v Rub.) 1czk=1,9 rub

Počet obyvatel města	Příjmy tis.
50 -300 tisíc.	600 -900
400 -700 tisíc.	800 -1300

800000 lidí a více	1000 -1500
--------------------	------------

Zdroj: http://imoy.ru/investor_2

• Analýza konkurence

Podle prodejce zařízení pro automatické «CW-Tech» byl v ruských městech zaznamenán následující počet samoobslužných myček:

Tabulka 6 Analýza konkurence

Město	Populace	Počet myček
Petrohrad	4.953.219 lidí	82
Kaliningrad	431500 lidí	7
Archangelsk	348399 lidí	6
Cherepovets	312904 lidí	6
Murmansk	309362 lidí	5
Vologda	301642 lidí	5
Petrozavodsk	271601 lidí	5
Syktvykar	248200 lidí	4
Veliky Novgorod	218724 lidí	4
Pskov	203974 lidí	4
Moskva	11612943 lidí	193
Voroněž	991269 lidí	16
Yaroslavl	591374 lidí	10
Ryazan	525062 lidí	9
Lipetsk	502015 lidí	9
Tula	501100 lidí	9
Kursk	413528 lidí	8
Tver	406918 lidí	8
Brjansk	412753 lidí	8
Ivanovo	409277 lidí	8
Tambov	309410 lidí	6
Belgorod	368838 lidí	7
Vladimir	345373 lidí	7
Stary Oskol	221163 lidí	5
Orel	316838 lidí	6
Smolensk	314469 lidí	6
Kostroma	269711 lidí	5
Kaluga	327589 lidí	6
Nižnij Novgorod	1.303.621 lidí	22
Nažka křídlatá	1.164.900 lidí	19
Kazan	1.161.308 lidí	19
Ufa	1.081.346 lidí	18
Trvalá	1.000.679 lidí	17
Saratov	836900 lidí	14
Togliatti	721752 lidí	12
Iževsk	627917 lidí	10
Ulyanovsk	624600 lidí	10
Orenburg	570329 lidí	9

Penza	520002 lidí	8
Naberezhnye Chelny	513823 lidí	8
Kirov	502597 lidí	8
Cheboksary	470900 lidí	7
Saransk	326 100 lidí	5
Sterlitamak	274400 lidí	5
Dzerzhinsk	254937 lidí	4
Yoshkar-Ola	263506 lidí	4
Orsk	238006 lidí	4
Rostov-na-Donu	1.089.900 lidí	18
Volgograd	1.017.000 lidí	17
Krasnodar	713400 lidí	12
Astrachaň	506100 lidí	9
Sochi	341900 lidí	6
Volzhsk	305600 lidí	5
Taganrog	257600 lidí	5
Mines	245800 lidí	5
Novorossiysk	228200 lidí	4

Zdroj: <http://cwtech-ts.ru/index.php/invest/o-biznese-avto-mojka-samoobslužhivaniya>

Dle poskytovateli zařízení pro myčky, rekomandovaný počet obyvatel ve městě přicházející na jednu myčku se čtyřmi stanovišti je 50 000 lidí. Tabule uvádí reálnou situace na trhu myček v Rusku, kde je vidět, že ne každá myčka splňuje rekomandovanou proporce a většinou počet myček je menší než se doporučuje. To znamená, že konkurence není příliš vysoká, což signalizuje o příznivých podmínkách pro vstup do odvětví myček. V situace s Petrohradem, doporučený počet myček je 99 (na 4,95 mil. Obyvatel), což je o 17 víc, než ve skutečnosti.

5. Organizační plán

5.1 Daň z příjmů právnických osob

Je nutné uvést, že fungování jakéhokoli podniku začíná se založení právnické osoby. Příjmy každé myčky jsou podrobené dani, proto je vhodné od začátku ujistit jak se bude platit dan.

Daň se vypočte na základě plochy, na které bude prováděna podnikatelská činnost. Vzorec pro výpočet je následující: (základní ziskovost) * (fyzický ukazatel) * K2 * (3 měsíce) * (15% daňová sazba) = UTII za čtvrtletí.

Fyzický ukazatel pro podnikání s auty je počet zaměstnanců včetně samotného podnikatele.

K1 – koeficient deflátoru, který stanoví ministerstvo hospodářského rozvoje Ruské federace na jeden kalendářní rok.

K2 - korekční faktor základního výnosu, který bere v úvahu souhrn funkcí podnikání a který je stanoven výlučně na obce s ohledem na specifickou regionu, v němž se provádí tato podnikatelská činnost. Základní výnos je podle současného daňového řádu 12 000 rublů. Faktor K1 v roce 2013 činí 1569.

K2 je nutné specifikovat v jednotlivých regionech a jejich obcích.¹³

5.2 Organizace myčky

- **Oblast hledání**

Místo konstrukce bezkontaktní myčky musí splňovat dvě základní kritéria, a to atraktivní lokalitu a dostatečný prostor pro stavbu objektu. Atraktivní lokalita se vyznačuje pozemkem určeným pro výstavbu bezkontaktní myčky, který by měl splňovat umístění v oblastech s vysokou koncentrací vozů, jako jsou centra města, chat, vesnic, okresů, měst s více než 50 000 obyvateli, dále umístění v hlavních ulicích a na tranzitních cestách, na křižovatkách a kruhových objezdech, pozemkem v blízkosti atraktivních objektů, jako jsou čerpací stanice (pouze ve městě), nákupní centra, hypermarkety, diagnostické stanice a dobrou viditelností objektu, snadný přístupem, či možností odbočovat z pravé i levé části vozovky.

- **Dostatečná plocha pozemku pro výstavbu objektu**

Dostatečnou plochou je míněn takový stav, aby bylo možné umístit přístroj s možností jednoduchých vstupních a výstupních pozic a zajistit dostatečný počet míst pro čekající vozidla, což zvyšuje komfort pro zákazníky. Tabulka níže zobrazuje minimální rozlohu pro výstavbu bezkontaktní myčky v závislosti na počtu mycích míst a vysavačů.

Tabulka 7 Minimální plocha

Druh mycí linky	Prostor samotné budovy	Areál pozemku včetně vjezdů
2 stanoviště	60 m ²	270 m ²

¹³ [online]. [cit. 2014-07-24]. Dostupné z: www.assessor.ru/forum/index.php?t=1126

3 stanoviště	90 m ²	360 m ²
4 stanoviště	150 m ²	540 m ²
5 stanovišť	180 m ²	630 m ²
6 stanovišť	210 m ²	720 m ²
8 stanovišť	270 m ²	810 m ²

Zdroj: <http://www.automycky.com/ehrle-cr/4-PRO-INVESTORY/2-Vystavba-mycky-krok-za-krokem>

Je žádoucí vytvořit alespoň jeden samoobslužný vysavač na místě. Lze předpokládat, že jedno stanoviště pro čištění vozidla je 20 m², tj. pro každé takové místo je vyhrazeno 20 m² a navíc přístupové cesty k nim.

- **Nákup nebo pronájem pozemků pro myčku**

Výstavbu bezkontaktní myčky lze provést na pronajatém či koupeném pozemku. Doporučuje se uzavřít nájemní smlouvu na tak dlouho, jak jen je to možné. Potom je možné dlouhodoběji využívat rostoucí popularitu objektu. Smlouvy tohoto typu jsou na dobu od 5 do 20 let. Na získání pozemku by se měla vztahovat místní úprava výkonného orgánu v místě požadovaného pozemku s žádostí o poskytnutí pozemků pro výstavbu zařízení. Všechny potřebné informace a seznam dokumentů pro nabývání pozemků k pronájmu se nachází v místním výkonném orgánu v místě lokality.

- **Předběžné schválení**

V dalším kroku zašle místní výkonný orgán své dokumenty do organizace hospodařící s půdou pro předběžnou dohodu o pozemku pro výstavbu. Tato organizace připravuje katastrální dokumentaci, na jejímž základě dává speciální výbor rozhodnutí o umístění pozemku.

- **Projektování myčky**

Další etapou je návrh projektu myčky. V této fázi průzkumné a vývojové činnosti by se měla provádět projekční organizace, která zaměstnává odborníky v této oblasti. Chcete-li spustit tento druh organizace, musíte předložit architektonické plánování úkolu, specifikaci, řešení místního výkonného výboru k návrhu a plán lokality. S organizací projektu podepíšete dohodu o provedení projekčních a průzkumných prací, stanovení nákladů těchto prací, harmonogram jejich provádění a další aspekty. Při nákupu mycího zařízení Self CW Tech je zákazníkům předveden pracovní harmonogram výstavby myčky: AR (architektonické rozhodnutí), QOL (železobetonové konstrukce), KM (kovové konstrukce), VC (voda a kanalizace), ES (Elektrické systémy), PIC (projekt organizace výstavby), TR (Technology Solutions).

- **Prověření a koordinace**

Po schválení plánu dané bezkontaktní myčky je nutné složit zkoušku. Organizace provádějící design a průzkumné práce testují ve veřejném zkušebním orgánu veškeré nezbytné podklady pro získání závěru. Po složení zkoušek a získání pozitivního výsledku je vystaveno povolení pro stavební práce. V této fázi je nutné hledat stavitele pro stavbu myčky auta.

- **Stavba myčky**

Jak dodavatelé zařízení, tak i šéf společnosti nese zodpovědnost dohlížet na proces výstavby, stejně tak na dohled nad instalací. Specifické podmínky interakce mezi stranami - dodavateli zařízení, investora a developera - jsou obvykle předepsané ve smlouvě. Doporučujeme, abyste si vybrali zkušeného stavitele.

- **Kolaudace**

Po dokončení stavby bude myčka předložena k přijetí. Osvědčení o přijetí vydané myčky spadá pod zvláštní státní komisi. Po absolvování přijetí můžeme spustit jednotku.

- **Zabezpečení a pojištění**

Bude nutné instalovat bezpečnostní kamery, jakožto prevenci vandalismu. Je třeba podepsat smlouvu se soukromou bezpečnostní firmou. Dále je nutné se ujistit, že není objekt zatížen nadbytečnými výdaji.

Tabulka 8 Organizační plán

Sekce	Dny	Datum zahájení	Datum spotřeby
1. Dokumenty			
Registrace IP	5	01. 12. 2014	12. 06. 2014
Tvorba Tisk SP	2	12. 06. 2014	12. 08. 2014
Otevření bankovního účtu	1	12. 08. 2014	09. 12. 2014
2. Registrace pozemku			
Registrace v administraci Petrohradu	14	01. 12. 2014	15. 12. 2014
3. Zarovnání a stavebnictví			
V PŘÍPADĚ NEINVESTIČNÍ VÝSTAVBY			
Harmonizace koncepčního návrhu v administraci (dodavatel projektu)			
Model projektu "Vyhodnocení vlivů na životní prostředí" (dodavatel projektu)			
Získání povolení k instalaci prefabrikovaných budov na místě auto myčky	30	15. 12. 2014	14. 01. 2015
Typický projekt by měl být dohodnut s Federální službou, Ministerstvem životního prostředí (musíte jim ukázat tyto smlouvy pro nakládání s odpady a myčkou odpadních vod)	30	14. 01. 2015	13.02 2015
Nákup zařízení	90	14. 01. 2015	14. 04. 2015
Koordinace s dopravní policií - vstupu a výstupu, pěší zóny a další	30	13. 02. 2015	15. 03. 2015
Příprava technických specifikací pro napájení, vyhovujících «Peterburg energo», podepsat smlouvu o připojení k elektrizační soustavě	30	13. 02. 2015	15. 03. 2015

Příprava technických specifikací pro dohody o dodávkách vody s «Gorvodokanal», podepsat smlouvu o připojení k sítím	30	13. 02. 2015	15. 03. 2015
Konstrukce budovy	30	15. 03. 2015	14. 04. 2015
Montáž zařízení	10	14. 04. 2015	04. 24. 2015
Uvedení do práce	15	04. 24. 2015	05. 09. 2015
Uvedení do provozu	30	05. 09. 2015	08. 6. 2015
V PŘÍPADĚ INVESTIČNÍ VÝSTAVBY			
Návrh projektu stavební Myčky (brožura obsahující technický popis stavby, částí plánů budov a podlah, 3-D vizualizace s umístěním)			
Příprava územního plánu	30	01. 11. 2014	01. 12. 2014
Provedení inženýrských průzkumů	30	01. 11. 2014	01. 12. 2014
Vypracování projektové dokumentace	30	15. 12. 2014	14. 01. 2015
Průchod státní zkouškou projektové dokumentace a inženýrské studie, státní ekologická expertiza	30	14. 01. 2015	13. 02. 2015
Typický projekt by měl být dohodnut s Federální službou, Ministerstvem životního prostředí (musíte jim ukázat tyto smlouvy pro nakládání s odpady a myčkou odpadních vod) se všemi zainteresovanými subjekty a organizacemi: vodní kanál, elektrická energie, dopravní policie, atd.	30	14. 01. 2015	13. 02. 2015
Příprava technických specifikací pro napájení, vyhovujících «Peterburg energo» podepsat smlouvu o připojení k elektrizační soustavě	30	14. 01. 2015	13. 02. 2015
Příprava technických specifikací pro dohody o dodávkách vody s «Gorvodokanal», podepsat smlouvu o připojení k sítím	30	14. 01. 2015	13. 02. 2015
Vydání povolení k řezání, kopání, výsadbě stromů a keřů, odstranění drnu na území Petrohrad městské části	60	01. 12. 2014	30. 01. 2015
Získání povolení pro zemní práce	30	30. 01. 2015	03. 01. 2015
Výroba stavebního povolení	10	03. 01. 2015	11. 03. 2015
Konstrukce budovy	15	11. 03. 2015	03. 26. 2015

Zdroj: mailová komunikace s oficiálním dodavatelem zařízení CW Tech v Rusku

5.3 Zaměstnanci

Pro fungování auto-myčky jsou nezbytní následující pracovníci:

Tabulka č. 9 Počet zaměstnanců

Pozice	Číslo	Odpovědnost
Operátor	2	Pomáhá klientovi pochopit, jak správně používat myčku.
Správce	1	- Dohlíží na práci zaměstnanců. - Obsluhuje myčku aut v čistotě. - Doplňování zásob spotřebního materiálu.

Průměrný plat operátora – 16 000 rublů¹⁴

Průměrný plat správce – 24 000 rublů¹⁵

Kurz: 1czk=1,9 rub

¹⁴ [online]. [cit. 2014-08-11]. Dostupné z:

<http://rabota.yandex.ru/salary.xml?rid=2&text=%D0%BC%D0%BE%D0%B9%D1%89%D0%B8%D0%BA>

¹⁵ [online]. [cit. 2014-08-11]. Dostupné z:

<http://rabota.yandex.ru/salary.xml?rid=2&text=%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80%20%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B9%20%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%B8>

6. Výrobní program

Tabulka 10 Náklady na projekt

Kurz: 1 CZK = 1,9 RUB

Položka	Cena (v rublech) 1czk=1,9 rub
Registrace právnické osoby přes advokátní kancelář	20000 rublů
Vytvoření projektu myčky	450,000 rublů
Pronájem pozemků	60000 rublů
Náklady na vybavení (4 ks)	3 755 000 rublů
Vysavače	280 000 rublů
Dohled nad instalací (5% z nákladů na vybavení)	180 000 rublů
Čištění	1 0 00 000 rublů
Stavební práce	4 500 000 rublů
Pozinkovaný kovový	900 000 rublů
Bannery	6 0000 rublů
Light boxy (cap)	40 0000 rublů
Způsobilí zaměstnanci	30000 rublů
Celkem	11.643.000 rublů

Zdroj: mailová komunikace s oficiálním dodavatelem zařízení CW Tech v Rusku

V tabulce níže jsou uvedeny další náklady, které jsou přímo závislé na majiteli myčky. Vlastník rozhodne, zda by měla mít auto myčka tyto položky a kolik je potřeba vynaložit finančních prostředků.

Tabulka 11 Náklady na zajištění projektu proti rizika vandalismu

Kurz: 1 CZK = 1,9 RUB

Položka	Cena
Kamery	60 000 rublů
Smlouva s bezpečnostní firmou	7 000 rublů
Pojištění zařízení	24 000 rublů
Celkem	91 000 rublů

Zdroj: mailová komunikace s oficiálním dodavatelem zařízení CW Tech v Rusku

7. Finanční plán

Níže je uveden finanční model založený na odhadu nákladů a výnosů s jednou myčkou. Finanční model dokumentuje, jak se mění zisk v závislosti na spotřebě reagentu a prodejní ceně služeb.

Tabulka 12 Celková spotřeba zásob na 1 mytí automobilů

Kurz: 1 CZK = 1,9 RUB

Typ zásoby	Odhad ceny	Jednotka
Prášek CW Tech	172.00	kg
Wax (01:03) CW Tech	985,56	litr
Sušička (1:100) CW Tech	838,50	litr
Solné tablety	494,15	kg (20)
Voda	40.00	m ³
Dizzy paliva	29.00	litr
Elektrická energie	4.50	kW / h

Zdroj: mailová komunikace s oficiálním dodavatelem zařízení CW Tech v Rusku

Tabulka 13 spotřeba zásob na 1 impuls

Kurz: 1 CZK = 1,9 RUB

Typ zásoby	Výše nákladu	Jednotka
Trvání 1 impulsu	60	Sekunda
Spotřeba prášku	13	g / min
Spotřeba vosku	20	ml / min
Spotřeba reagentu pro osušení	0.2	ml / min
Spotřeba vody	10.60	l / min
Provozní schopnost hořáku (SZP)	0.9	Rank.
Celková spotřeba energie	4.5	kW
Kalorická hodnota dieselového paliva	8750	kcal / m ³
Teplota vody na vstupu	10	° C
Teplota vody na výstupu	60	° C

Zdroj: mailová komunikace s oficiálním dodavatelem zařízení CW Tech v Rusku

Tabulka 14: Spotřeba impulsu na každou operaci (pro spotřebitele) se zjistí vynásobením nákladů na jeden impuls krát počet impulsů potřebných pro provoz.

Kurz: 1 CZK = 1,9 RUB

Číslo programu	Popis programu	Počet vteřin	Počet impulsů
Program 1	Mytí	85	5
Program 2	Vyplachování	26	1.5
Program 3	Voskování	9	0.5
Program 4	Polymerizace	26	1.5
Celkem		146	8.5

Zdroj: mailová komunikace s oficiálním dodavatelem zařízení CW Tech v Rusku

Tabulka 15 Hodnota spotřeby zásob na každou operaci.**Kurz: 1 CZK = 1,9 RUB**

	Hodnota spotřeby	Jednotky spotřeby	Cena (v rublech)
Výpočet pro Program 1 - Mytí			
Spotřeba vody	5.3	Litrů	2.12 rublů
Spotřeba elektrické energie	0.38	kW	1.69 rublů
Spotřeba dieselového paliva	0.20	Litrů	5.80 rublů
Solné tablety			0.03 rublů
Prací prášek	65	g	11.18 rublů.
Celkem			18,7 rublů.
Výpočet pro Program 2 - Vyplachování			
Spotřeba vody	15.9	litru	0.64 rublů .
Spotřeba elektrické energie	0.11	kW	0.51 rublů .
Celkem			1.15 rublů.
Výpočet pro Program 3 - Voskování			
Spotřeba vody	5.3	litru	0.21 rublů.
Spotřeba elektrické energie	0.04	kW	0.17 rublů.
Spotřeba dieselového paliva	0.03	litru	0.98 rublů.
Solné tablety			0.01 rublů.
Vosk	3.33	ml	3.29 rublů.
Celkem			4.66 rublů.
Výpočet pro Program 4 - Polymerizace			
Demineralizovaná průtok vody	20.67	litru	0.83 rublů.
Spotřeba elektrické energie	0.11	kW	0.51 rublů.
Solné tablety			0.02 rublů.
Odvhlčovač			0.10 rublů.
Celkem			1.46 rublů.

Zdroj: mailová komunikace s oficiálním dodavatelem zařízení CW Tech v Rusku**Tabulka 16: V případě, že zákazník objedná všechny čtyři operace, výdaje budou následující.****Kurz: 1 CZK = 1,9 RUB**

Náklady při prvním mytí auta		28.06 rublů
Osvětlení, podlahové vytápění, čištění jedním přípravkem	2% faktor	0,56 rublů
Výdaje na mytí 1 vozu		28,62 rublů.

Zdroj: mailová komunikace s oficiálním dodavatelem zařízení CW Tech v Rusku**Tabulka 17: Zisk z každého mytí auta****Kurz: 1 CZK = 1,9 RUB**

Výnosy	144,50 rublů
Náklady	28.63 rublů
Zisk	115,87 rublů
Podíl výdajů na zisku	19.81%

Zdroj: mailová komunikace s oficiálním dodavatelem zařízení CW Tech v Rusku

Podle portálu pro manažery rizik "Riskovik» je průměrný příjem samoobslužné myčky s 6 stanovišti ve městě Saint Petersburg – 2 700 000 rublů, náklady na úklid myčky činí 145 rublů pro 4 auta za hodinu v každém místě 24 hodin denně při průměrné rychlosti mytí jednoho stroje 10 minut. Vezmeme-li nejhorší scénář, snížení počtu automobilů na každé pracovní místo dvakrát a odhadneme-li zisk auto-myčky pro 4 stanoviště, bude měsíčně hrubý výnos dosahovat 900 000 Kč. V tomto případě je návratnost projektu 20 měsíců.

Zdroj: <http://www.riskovik.com/>

Tabulka 18 Ukazatele výkonnosti projektu (v rublech).

Kurz: 1 CZK = 1,9 RUB

Index	Účinnost projektu obecně	Účinnost kapitálových zakladatelů
Kumulované peněžní v rublech.	74336987	52395854
Čistá současná hodnota (NPV), v rublech.	38045638	21006125
Vnitřní výnosové procento (IRR)	114%	117%
Jednoduchá doba návratnosti (PP), v letech	2	2
Diskontovaná doba návratnosti (DPP), v letech	2	2

Index	Standardní počasí	Optimista	Pesimista
Příjmy (celkem), v rublech.	53340260	57127418	49659782
EBITDA (celkem), v rublech.	36566252	40142067	33118280
Čistý zisk (celkem), v rublech.	25652319	28727320	22665131
EBITDA v procentech	68.6%	70.3%	66.7%
Marže čistého zisku	48.1%	50.3%	45.6%
Čistá současná hodnota (celkem) v rublech.	38045638	43465577	32802249
Vnitřní míra výnosnosti (celkem)	113,6%	131,3%	98.3%
Jednoduchá doba návratnosti (celkem) na měsíc.	20.0	18.0	23.0
Diskontovaná doba návratnosti (celkem) na měsíc.	23.0	20.0	27.0

Zdroj: mailová komunikace s oficiálním dodavatelem zařízení CW Tech v Rusku

Dané finanční ukazatele jsou především určeny pro banku, která bude posuzovat, zda poskytnout peníze na realizaci projektu či nikoliv. Jednoduchá doba návratnosti (PP) ukazuje v letech za jak dlouho se investované 11.643.000 rublů navrátí. Nezbytnou částí finančního plánu jsou ukazatele ziskovosti (čistý zisk se předpokládá ve výši 25652319

rublů podle standardního počasí) a rentability (EBITDA¹⁶). Dané výpočty poskytnuté finančními poradci oficiálního dodavatele zařízení CW Tech v Rusku.

Tabulka č. 19 Přehled o peněžních tocích (v rublech).

Kurz: 1 CZK = 1,9 RUB

Index	2015	2016	2017	2018	2019	
Provozní činnost						
Inkasa	62941506	10643596	13371533	15113412	16516131	7296834
Platby	(31251413)	(3098224)	(6908451)	(7753971)	(8441310)	(5049458)
Cash flow	31690093	7545372	6463082	7359441	8074821	2247376
Investiční činnost						
Prodej dlouhodobého majetku	-					
Nákup dlouhodobého majetku	(11643000)	(11643000)				
Cash flow	(11643000)	(11643000)	-	-	-	-
Finanční činnost						
Celkový kapitál	11762323	11762323	-	-	-	-
Splacení úvěru	(6165999)	(6165999)	-	-	-	-
Cash flow	5596325	5596325	-	-	-	-
Čisté peněžní toky						
Čistá změna	25643418	1498697	6463082	7359441	8074821	2247376
Stav ke konci období	25643418	1498697	7961779	15321220	23396042	25643418

Zdroj: mailová komunikace s oficiálním dodavatelem zařízení CW Tech v Rusku

Je vhodné uvést přehled o peněžních tocích, aby banka byla jista v dostatku hotovosti daného podniku.

¹⁶ EBITDA je finanční ukazatel rentability oblíbený pro svoji rozšířenost na mezinárodní úrovni (EBITDA není zatížen daněmi). EBITDA se používá k posouzení rentability, nejlépe ve své provozní formě. Vlastník může prostřednictvím stanoveného úkolu ročního EBITDA řídit společnost. [online]. [cit. 2014-08-11]. Dostupné z: <http://ebitda.cz/>

Závěr

Efektivní obchodní plán musí dávat jasnou odpověď na otázky, jaká je hodnota tohoto projektu, proč jsou lidé ochotni zaplatit za tento výrobek nebo službu, kolik peněz je potřeba pro začátek, jaké jsou příležitosti pro růst, jaká jsou rizika a jak podnikatel plánuje vynakládat s těmito riziky, kdo jsou konkurenti, partneři, kdo jsou členové týmu. Musí obsahovat podrobný popis a všechny zdroje příjmů a výdajů. Důležitá otázka zní, jaký bude zisk. A ještě důležitější je, kdy firma začne generovat příjmy. Proto potřebuje obchodní plán část obsahující nejnovější finanční údaje (v případě, že společnost je aktivní) nebo jejich odhad.

Cílem této práce bylo poskytnout začínajícímu investorovi nezbytnou informaci pro sestavování podnikatelského plánu, uvést postup od prvního do posledního kroku a upozornit na důležité aspekty vypracování obchodního plánu. Ba co víc, ve druhé části práce jsem chtěl sestavit reálný podnikatelský plán pro otevření auto-myčky. Znalosti z první části bakalářské práce mi umožnily sestavit plný obraz myčky, kterou bych chtěl otevřít. Zároveň, daný podnikatelský plán mi pomohl se zamyslet o možných rizicích, jako jsou vandalismus a nízké teploty v Rusku. Proto jsem zvolil kontejnerový typ myčky, který má funkce automatického přerušení provozu myčky při teplotách nižších -15 C.

Zdroje

Použitá literatura:

Srpová, Jitka: Podnikatelský plán. Praha : Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1263-1

Fotr, Jiří: Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. Praha : Grada, 2005. ISBN 80-247-0939-2

Fotr, Jiří: Jak připravit optimální podnikatelský projekt. Praha : Eurovia, [1993]. ISBN 80-901186-0-7

Fotr, Jiří: Strategické finanční plánování. Praha : Grada, 1999. ISBN 80-7169-694-3

Struck, Uwe: Přesvědčivý podnikatelský plán : předpoklad získání potřebného kapitálu. Praha : Management Press, 1992. ISBN 80-85603-12-8

Mike Mc Keever : How to Write a Business Plan

Časopis «Investica»

Internetové zdroje:

http://www.banki.ru/wikibank/biznes-plan_dlya_polucheniya_kredita_v_banke/

<http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/podnikatelsky-plan-a-strategie-23349.html#!>

https://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/rozvojova_spoluprace/mnohostranna_zrs_cr/osn/organizace_osn_pro_prumyslovy_rozvoj.html

<http://www.automycky.com/>

<http://www.napadroku.cz/radce/jak-sepsat-podnikatelsky-plan/>

http://www.astrar.ru/channel_5.php?NSCH=9

<http://www.probp.ru/publish/standard1.php>

<http://www.forbes.ru/svoi-biznes/startapy/31690-kak-napisat-biznes-plan/slide/2>

http://vseocreditah.ru/kredity_biznesu/biznes-plan_dlya_polucheniya_kredita.html

http://vseocreditah.ru/kredity_biznesu/kak_vzyat_kredit_na_razvitie_malogo_biznesa.html

<http://www.bankist.ru/article/290412/139/>

<http://rabota.yandex.ru/salary.xml?rid=2&text=%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80%20%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B9%20%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%B8>

<http://rabota.yandex.ru/salary.xml?rid=2&text=%D0%BC%D0%BE%D0%B9%D1%89%D0%B8%D0%BA>

http://imoy.ru/investor_2

Mailová komunikace s oficiálním dodavatelem zařízení CW Tech v Rusku
<http://rbcdaily.ru/autonews/562949982765112>

<http://www.riskovik.com/>