

ZÁVĚREČNÁ ZPRÁVA

PRODEJ AUTOPOTŘEB A PŘÍSLUŠENSTVÍ, SLUŽBY AUTOSERVISŮ & RYCHLOSERVISŮ

STRATEGICKÁ ANALÝZA TRHU

ČESKÁ REPUBLIKA

Klient/zadavatel	[KLIENT] v zastoupení: Xxxx Yyyy, President & CEO xxxxxx xxxxxx
Dodavatel	EasyLink Business Services Na Berance 2, 160 00 Prague 6, Czech Republic Web: www.easylink-cee.eu
Datum	30.4.2008

Obsah

1. Shrnutí	5
2. Přehled vozového parku	10
2.1. Počet a průměrné stáří vozového parku.....	10
2.1.1. Osobní automobily	10
Stáří vozidel - analýza	11
2.1.2. Lehká nákladní auta	12
2.1.3. Motocykly	13
2.2. Registrace za rok 2007 – prodej nových a dovoz ojetých vozů	13
2.2.1. Osobní automobily (M1)	13
2.2.2. Užitková vozidla N1	14
3. Oprava a údržba vozidel	16
3.1. Velikost trhu	16
3.2. Konkurence	16
3.2.1. Přímá konkurence	16
3.2.2. Nepřímá konkurence	17
3.2.3. Profily firem: detailní informace o vybraných konkurentech	18
4. Srovnání konkurence	20
4.1. Přímá a nepřímá konkurence – základní srovnání	20
4.1.1. Skladba a požadavky zákazníků	20
4.1.2. Podíl sortimentu na obratu a poměr obratu, ziskové marže	21
4.1.3. Otevírací doba	22
4.1.4. Ceny služeb	23
4.1.5. Obsluha - přístup a schopnost poradit	25
4.2. Přímá konkurence: srovnání	26
4.2.1. Velikost a umístění prodejny	28
4.2.2. Expanze a propagace	29
4.2.3. Firemní klientela	30
4.2.4. Slevové, bonusové a věrnostní programy	30
4.3. Nepřímá konkurence – příklady konceptů a služeb firem.....	31
Spei Servis	31
Prodejní „akce“	32
Další služby	33
5. Další trendy na trhu a oblíbené produkty	34
Značkové versus neznačkové zboží	34
GPS navigace	34
Hands free	35
Autosedáčky	37
Posouzení stavu vozidla	37
Skútry a čtyřkolky	37
Tažná zařízení.....	37

6. Analýza cen vybraných produktových skupin.....	38
6.1. Pneumatiky	38
Internet	39
Hypermarkety	40
Hobymarkety.....	41
Autorizovaný servis.....	41
Pneuservis/neznačkový servis	41
Síť pneuservisů	41
Servisy a dodavatelé dílů	42
6.2. Oleje	43
Internet	43
Hypermarkety	43
Hobymarkety.....	44
Autorizovaný servis.....	44
Pneuservis/neznačkový servis	44
Síť pneuservisů	44
Servis a dodavatelé dílů.....	45
Čerpací stanice.....	45
6.3. Autobaterie	46
Internet	47
Hypermarkety	47
Hobymarkety.....	47
Autorizovaný servis.....	47
Pneuservis/neznačkový servis	47
Síť pneuservisů	48
Servis a dodavatelé dílů.....	48
Čerpací stanice.....	48
7. Demografické informace	49
7.1. Geografické členění.....	49
7.2. Nezaměstnanost a příjmy podle krajů	50
7.3. Obyvatelstvo podle velikost obcí	51
8. Přehled nákupních center a nadnárodních řetězců	54
Současná situace	54
Růst prodejní plochy	54
Plánovaná centra	55
Ceny za pronájem.....	55
8.1. Přehled podle formátů.....	56
8.1.1. Obchody pro kutily	56
8.1.2. Hypermarkety, supermarkety, diskonty	57
8.1.3. Hlavní nákupní zóny/centra	58
9. Potenciál trhu: příležitost pro [KLIENT]	60
Názor konkurence a expertů	61
Kdo může provádět opravy vozidel?.....	62
10. Doporučení.....	63

10.1. Lokality pro otevření poboček.....	63
10.2. Školení personálu	67
10.3. Propagace	68
10.4. Zákazníci [KLIENT]	68
10.5. Nabízené služby	69
11. Profily firem	70
11.1. Přímá konkurence	70
11.2. Nepřímá konkurence	76
12. Přílohy.....	94
Příloha A: Přehled obchodů pro kutily, ČR, 2008	95
Příloha B: Přehled vybraných hypermarketů, ČR, 2008	96
Příloha C: Ceny oleje, ČR, 2008	99
Příloha D: Ceny letních a zimních pneumatik, ČR, 2008.....	102
Příloha E: Ceny autobaterií, ČR, 2008	108

1. Shrnutí a doporučení

zde bylo uvedeno 5 stran shrnujícího textu včetně obchodních doporučení pro klienta – ze vzorového dokumentu vypuštěno

dále následuje několik vybraných stran s výrazně zkráceným textem z původního reportu – z celkového počtu 108 stran se jedná pouze o malý ukázkový výběr.

v reportu jsme ponechali pouze relativně snadno dostupné informace nižší obchodní hodnoty; detailní analytické informace konkrétní obchodní hodnoty pro klienta pochopitelně nebyly zahrnuty; smyslem této ukázky je prezentovat obvyklý způsob zpracování marketingových zpráv společnosti EasyLink Business Services

celý rozsah analýzy je patrný z obsahu (viz výše)

2. Přehled vozového parku

2.1. Počet a průměrné stáří vozového parku

Centrální registr vozidel Ministerstva vnitra ČR registroval k 1. lednu 2008 téměř 6,79 milionů vozidel. Počet registrovaných vozidel se k 1.1. 2008 zvýšil o 4,9% oproti 1.1. 2007, což znamená nejvyšší meziroční nárůst od roku 2003.

Počet a průměrné stáří registrovaných vozidel, 2002-2008 (k 1. 1.)

	Počet	Nárůst k 1.1. předchozího roku
2002	5 580 151	
2003	5 740 823	2,9%
2004	5 829 249	1,5%
2005	5 997 306	2,9%
2006	6 231 601	3,9%
2007	6 472 150	3,9%
2008	6 788 165	4,9%

Zdroj: Centrální registr vozidel, 2008

2.1.1. Osobní automobily

K 1. lednu 2008 bylo v ČR registrováno téměř 4,27 mil. osobních automobilů (kategorie M1) a jejich průměrný věk dosáhl 12,73 roku¹. Tato data nezahrnují vozidla, která jsou zaregistrována kvůli odpočtu DPH jako lehká nákladní vozidla (kategorie N1), ačkoliv se jedná o osobní automobil (např. Škoda Octavia či BMW X5 nebo Porsche Cayenne, které se dnes jinak než ve verzi N1 neprodává).

Počet a průměrné stáří registrovaných osobních automobilů, 2002-08 (k 1.1.)

	Počet	Průměrný rok výroby	Průměrné stáří
2002	3 519 004	1988	
2003	3 648 905	1989	13,72
2004	3 702 153	1991	12,49
2005	3 815 547	1991	12,53
2006	3 958 708	1992	12,82
2007	4 098 114	1993	11,65
2008	4 269 231	1994	12,73

Zdroj: Centrální registr vozidel, 2008

V ČR připadá jeden osobní automobil v průměru na 2,59 obyvatele, v Praze je to 1,97 a v Moravskoslezském kraji 3,17 osob na vůz.

.... ..

¹ Zdroj: Centrální registr vozidel MV ČR

Stáří vozidel - analýza

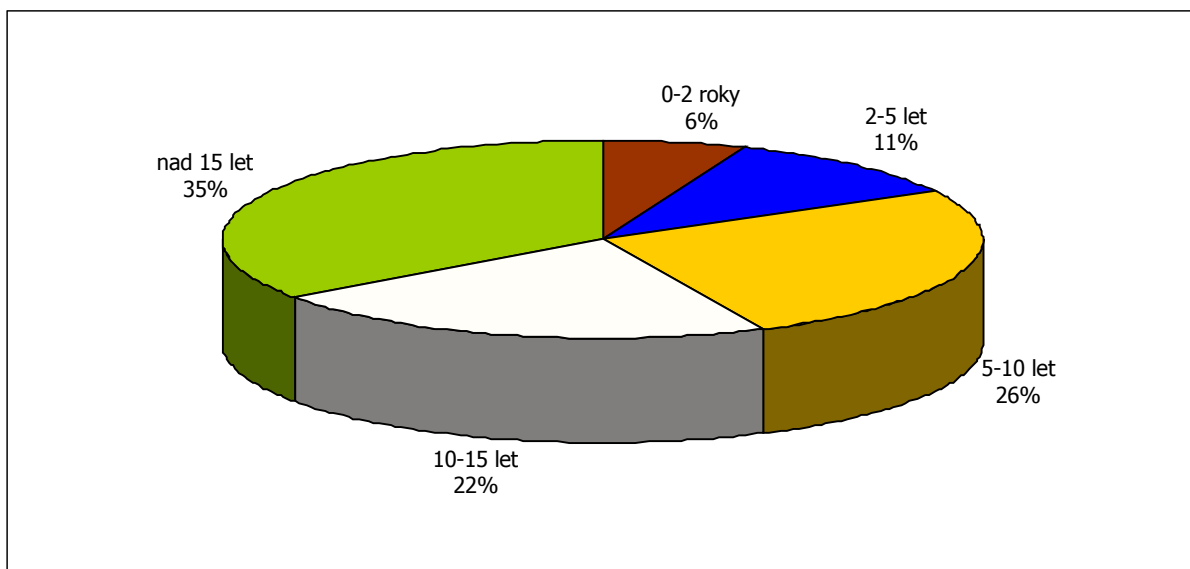
Je potřeba upozornit na rozličné názory týkající se stáří osobních automobilů, které se skutečně pohybují na českých silnicích. Data udávaná Centrálním registrem lze považovat za příliš pesimistická, a toto hodnocení lze podložit studií pro Ředitelství silnic a dálnic ČR.

Z této studie, která byla provedená přímo na silnicích, a tudíž zaznamenávala vozidla, která skutečně jezdí, vyplývá, že „zaregistrované vraky“ představují jen minimální podíl provozu a obměna vozového parku na silnicích a ve městech má setrvalý trend. Více než 40% vozů na silnicích je mladší 5 let a vozidla starší 20 let tvoří necelá 3%. Rozdíl mezi ČR a starými státy EU není ve skutečnosti tak propastný, jak bylo dosud prezentováno. Je potřeba ale zmínit značný rozdíl mezi venkovem a městy, tedy Prahou a vozidly sledovanými na dálnicích a rychlostních silnicích oproti nižším třídám komunikací.

Dle dat Centrálního registru od roku 1999 stáří vozového parku osobních automobilů prakticky stagnuje na úrovni kolem 12 až 13 let.

Podle Sdružení automobilového průmyslu (SAP)² v současné době tvoří osobní vozidla starší 15 let celkem 35% vozového parku. Za optimální stáří vozového parku osobních automobilů považuje SAP rozmezí mezi 8 až 10 lety.

Struktura parku osobních vozidel dle stáří, ČR, 30. června 2007



Zdroj: Sdružení automobilového průmyslu, 2008

² Sdružení automobilového průmyslu publikuje informace o registracích na základě dopočtů dat získaných z Centrálního registru vozidel. Data se liší kvůli rozdílné interpretaci dat.

3. Oprava a údržba vozidel

3.1. Velikost trhu

Roční náklady na opravy a údržbu jednoho vozu jsou v České republice odhadovány zhruba na zhruba EUR 250 (6 450 Kč).

Velikost českého trhu zahrnující náklady na opravu a údržbu osobních automobilů a lehkých nákladních vozidel (do 3,5 tun) odhadujeme na [XX] miliard Kč.

Lukrativnost druhotného automobilového trhu (náhradní díly a opravy, pneumatiky, výměna oleje, žárovky do světel, tuningové doplňky a další položky, které přímo nesouvisí s prodejem nových vozů) stále roste.

Lze očekávat, že velikost trhu zaznamená další nárůst, a to nejen díky rostoucí kupní síle občanů, ale také kvůli faktu, že Češi si opravují auta doma stále méně častěji.

3.2. Konkurence

V České republice se nachází přibližně 6000 nezávislých autoservisů a dalších 1000 servisů, které jsou spojené s konkrétní značkou automobilu. Největší sítí servisů disponuje Auto Štangl, kde ji tvoří zhruba 500 volně sdružených servisů.

Konkurenci pro firmu [KLIENT] na českém trhu lze rozdělit do dvou hlavních kategorií:

- Sítě velkoprostorových maloobchodních prodejen autopotřeb a příslušenství s velkým množstvím vystaveného zboží, které také poskytují rychlý běžný servis a instalaci
- Ostatní firmy, které působí na trhu a prodávají autodoplňky a příslušenství a/nebo poskytují servis

.....

3.2.1. Přímá konkurence

Konkurenti první skupiny disponují sítí prodejen autopříslušenství a doplňků s velkým množstvím vystaveného zboží a nabízejí rychlý servis (obvykle na počkání).

K rozdílům oproti běžným servisům patří způsob stanovení ceny v cenících. Tyto firmy často udávají pevné ceny za montáž/instalaci/služby namísto uvedení „ceny za hodinu práce“, tedy metody, kterou tradičně využívají značkové i nezačkové servisy.

V tuto chvíli nelze jednoznačně říci, na jakou skupinu nepřímých konkurentů bude mít vstup těchto sítí na trh největší vliv, a to kvůli velmi malému počtu jejich poboček.

3.2.2. Nepřímá konkurence

Tato kategorie zahrnuje široké spektrum prodejních kanálů, kde je možné nakoupit autodoplňky a příslušenství. Ne všechna prodejní místa nabízí montáž zakoupeného zboží. V těchto prodejnách často nelze nakupovat stejným způsobem jako v Halfords či A.T.U (většinou je vystavena jen část zboží a zbytek se nachází ve skladu za přepážkou, kam zákazník nemá volný přístup). Kategorie obsahuje jednotlivé firmy či sítě prodejen/servisů.

Následující přehled uvádí typy konkurence a vybrané příklady společností v dané kategorii:

- **Autorizované servisy** – autorizovaní prodejci a poskytovatelé servisu pro vozy určitých značek - např. NH Car (autorizovaný prodejce a servis Škoda, VW, KIA)
- **Nezávislé servisy a pneuservisy** – jednotlivé či relativně malé sítě – např. Auto Horák, Pneuservis Bílý
- **Sítě servisů/pneuservisů a dodavatelů autodílů, doplňků a příslušenství**
 - Barum – prodejní a servisní síť, součást Barum Continental, největšího českého výrobce pneumatik; struktura její sítě je následující:
 -
 -
 -
 - Pneobox – síť pneuservisů napojená na výrobce pneu Matador
 - Chára Sport – síť pneuservisů
 -
 -
 -
 -
 -
 -
 -
 -
- **Prodejny** (specializované na určité díly či příslušenství), často nabízející i montáž – obvykle 1 až 2 prodejny, převážně působí v jednom městě či regionu – např. D&M Autodoplňky, Telcar – prodej a montáž elektronických zařízení
- **Hypermarkety** – Tesco, Hypernova, Globus, Interspar, Kaufland – nenabízí montáž
- **Hobby markety** – Obi, Bauhaus, Hornbach, Baumarkt – nenabízí montáž
- **Prodej po Internetu** –
 - www.nejlevnejsipneu.cz
 - www.azpneu.cz
 - AJP Service
 - Autobaterie Mulač
- **Čerpací stanice** – např. Shell, ESSO, OMV, Benzina

3.2.3. Profily firem: detailní informace o vybraných konkurentech

Pro vybrané níže uvedené důležité hráče na trhu konzultanti společnosti EasyLink vypracovali detailní profily firem. Hlavním kritériem pro výběr byla existence sítě prodejen a servisů (ať už vlastních či partnerských), kterou daní hráči provozují. Firmy byly identifikovány na základě rozhovorů s experty a průzkumu sekundárních zdrojů.

Tyto profily, s detailními informacemi o konceptech jednotlivých hráčů a jejich nabídce produktů a služeb, jsou uvedeny v sekci 11. Profily firem, která začíná na straně 70.

Přehled vybraných hlavních konkurentů, ČR, 2008 (řazeny podle obratu)

Společnost	Obrat r. 2006 (CZK mil.)	www	Profil (č. stránky)
Barum Continental	44 000	www.barum.cz	83
Bosch car service	1 670	www.bosch-service.cz	84
Auto Kelly	1 315	www.autokelly.cz	79
Pneubox	924	www.pneubox.cz	89
Auto Štangl	877	www.autostangl.cz	81
	*542		85
	*480		87
	*406		78
	197		90
	*176		75
	*106		76
	*86		91
	64		70
	-		72

*Data za 2005
Zdroj: EasyLink, 2008

4. Srovnání konkurence

4.1. Přímá a nepřímá konkurence – základní srovnání

4.1.1. Skladba a požadavky zákazníků

4.1.2. Podíl sortimentu na obratu a poměr obratu, ziskové marže

4.1.3. Otevírací doba

4.1.4. Ceny služeb

.....

Síť prodejen a servisů Barum Continental poskytuje ceník svých autoservisních služeb platný pro své pobočky a při zakoupení dílů v prodejně Barum získá zákazník slevu 10% na práci.

Ceník Spei servis s.r.o. je platný pouze pro jeho 2 pobočky v Praze, zatímco partnerské servisy mají každý svůj vlastní ceník.

V případě firem A.T.U a Halfords je velkou výhodou pro zákazníka udávání fixních cen místo ceny práce za hodinu, což je standardní praxe ve značkových i neznačkových servisech.

Ceny níže analyzovaných služeb vybraných konkurentů jsou celkově nejnižší u A.T.U.

....

Podrobný rozbor cen pneu, autobaterií a oleje a s tím spojených služeb se nachází v sekci 6. Analýza cen vybraných produktových skupin, která začíná na straně 38.

Každá z firem uvádí ve svých cenících hodinovou sazbu jiným způsobem a pro inspiraci zde uvádíme jednotlivé příklady.

Cena za hodinu práce je 400 Kč (vč. DPH) v síti prodejen a servisů Barum Continental bez ohledu na typ auta či obsah motoru. Spei servis a Halfords rozlišují sazbu dle objemu motoru, zatímco A.T.U udává sazbu dle značky auta, což je samozřejmě mnohem přehlednější pro osoby, které nemají představu o objemu motoru svého auta.

Podle expertů jsou ceny za práci u A.T.U pod českým průměrem. A.T.U slibuje svým zákazníkům úsporu ceny o více než 20 procent oproti autorizovaným servisům.

Ceny vybraných služeb (cena v Kč vč. DPH), 2008

	Sít' Barum Continental	A.T.U	Spei Servis	Halfords	Temposervis
Klimatizace dezinfekce	200	148	428,40	339	450
Klimatizace kontrola, čištění a doplnění médií	900	1599	1500	1299	400 plus médium
Test brzd					
Výměna brzdových destiček	100 za 15 minut	220 za 1 nápravu	416,50 za hodinu	Od 278	600
Výměna žárovky					
Testování tlumičů pérování					
Výměna tlumičů pérování					
Práce na výfukovém potrubí					
Montáž zabezpečovacího zařízení					
Příprava vozu na STK					

4.1.5. Obsluha - přístup a schopnost poradit

Protože zjišťování cen jednotlivých servisních úkonů byla provedeno formou telefonických rozhovorů s prodejci, měli konzultanti možnost srovnání kvality podaných informací a ochoty a přístupu obsluhy, což poukázalo na nedostatky ve školení obsluhy personálu všech tří přímých konkurentů, co se týká schopnosti podat přesné informace o výrobcích a cenách. Ačkoliv obsluha byla vždy přátelská a ochotná poradit a podat informace, ve většině případů nebyla dostatečně informovaná!

.....
.....

4.2. Přímá konkurence: srovnání**4.3. Nepřímá konkurence – příklady konceptů a služeb firem**

5. Další trendy na trhu a oblíbené produkty

Pro zjištění trendů na trhu autodoplňků a příslušenství byly provedeny rozhovory s manažery různých prodejních kanálů po celé ČR. Zde uvádíme svá zjištění doplněná o konkrétní příklady nabídek vybraných firem.

Značkové versus neznačkové zboží

....
....
....
....

GPS navigace

Zájem o GPS navigaci zaznamenal v posledních letech velký rozmach a v nabídce [KLIENT] by tento sortiment neměl v žádném případě chybět. Ještě před několika lety znamenalo používání GPS navigace luxus pro určitou skupinu movitějších zákazníků, zatímco dnes si ji může dovolit naprostá většina motoristů. Na trhu existuje ohromný výběr - od pevných (ceny od 20 000 Kč) po přenosné (od 10 000 Kč, i níže) a to jak samostatné navigační jednotky, tak také GPS moduly pro PDA a software či navigace v mobilu.

.....

Z přímých konkurentů dosud Temposervis GPS navigaci nenabízí, ačkoliv prodejny již tento sortiment měly obdržet a být schopny prodávat a montovat. Manažeři jednotlivých poboček nebyli schopni říci, kdy přesně začnou navigace nabízet. Skutečnost komentovali tím, že se zpozdila dodávka z centrály. Instalace budou prováděny ve spolupráci se specializovanou firmou; ne všechny pobočky budou mít technika, který ji dokáže namontovat.

Hands free

Novela silničního zákona z 1. července 2006 stanovuje, že řidič nesmí při jízdě vozidlem držet v ruce nebo jiným způsobem telefonní přístroj nebo jiné hovorové nebo záznamové zařízení; telefonovat za jízdy lze tedy jen s použitím hands free sady. Novela upřesnila zákaz telefonování, který až do roku 2006 teoreticky mohl být obcházen tím, že řidič vzal mobil mezi rameno a hlavu a nedržel ho v ruce. Za porušení hrozí pokuta od 1500 do 2500 korun a tři trestné body na řidičovo konto.

I tak na českých silnicích ale není vůbec neobvyklé se setkat s řidiči telefonujícími za jízdy bez hands free sady. Toto jednání lze vysvětlit spíše mentalitou a postojem řidičů k zákonu a bezpečnosti, ne tím, že by nabídka byla nedostačující či hands free sady příliš drahé.

Na českém trhu je dostupná široká škála hands free sad – ty nejjednodušší, tzv. „bondovky“, se dají pořídit už za několik desítek korun; napevno zabudované hands-free s navigací a spoustou dalších funkcí přijdou zhruba na 15 000 Kč. Zde uvádíme přehled cen:

....

6. Analýza cen vybraných produktových skupin

Dle specifikace projektu byly analyzovány ceny tří produktových skupin: pneumatiky, oleje a autobaterie podle místa prodeje. Pro nákup a výměnu pneumatik, oleje a autobaterií volí zákazníci z následujících možností:

- Hypermarket
- Hobbymarket
- Autorizovaný servis
- Nezávislý/neznačkový servis
- Pneuservisy (sítě či jednotlivé)
- Nákup na Internetu
- Síť prodejen autopříslušenství spojených se servisem – A.T.U, Halfords, Temposervis
- Čerpací stanice (průzkum proveden pouze pro oleje a baterie)

.....

6.1. Autobaterie

Podle našich zjištění různé prodejní kanály většinou vedou dvě značky autobaterií, velmi často je jednou z těchto značek Varta. Ceny baterií byly zjišťovány pro vozy VW Passat (baterie 12 V/61Ah/330A) a Škoda Felicia (12V/44Ah/360A). V případě, že daný prodejce neměl požadovaný rozměr, je srovnávána alternativa, kterou prodejce doporučil. Také u tohoto sortimentu nelze srovnávat stejné značky napříč prodejních kanálů, neboť různé kanály vedou různé značky.

Srovnání cen autobaterií, Kč včetně DPH, 2008

	Cena za baterii 12V/44Ah/360A nebo alternativu	Cena za baterii 12V/61Ah/330A nebo alternativu	Cena za výměnu
Hornbach	1199 Stellar 44 Ah/390A	2499 62 Ah/510A a 60 Ah/600A Akuma Comfort	Nelze
Kaufland			
Obi			
Halfords	1499 Halfords	2500 - Halfords 3500 - Bosch	100
A.T.U			
Temposervis			
Barum			
Auto Horák			
Pneu Bílý			
Autobaterie Mulač			
Auto ŠTANGL			

Zdroj: Průzkum obchodů, EasyLink, 2008

7. Demografické informace

Tato kapitola podává demografické informace o České republice, na základě kterých bylo připraveno doporučení, kam by firma [KLIENT] měla své pobočky umístit. Doporučení je uvedeno v části 10. Doporučení, která začíná na straně 63.

7.1. Geografické členění

Česká republika je rozdělena do 14 krajů, které jsou dále děleny podle okresů. V ČR je evidováno celkem 76 okresů a 205 obcí s rozšířenou působností, 6 243 obcí, 5 vojenských újezdů a 11 468 částí obcí.

Rozdělení země podle krajů a okresů, Česká republika, 2008



Hlavní město Praha je rozlohou nejmenším, ale zato druhým nejlidnatějším regionem České republiky. Praha dosahuje nejvyšších hrubých peněžních příjmů na osobu a HDP na obyvatele v paritě kupní síly představuje více než dvojnásobek hodnoty za celou ČR.

V průměru tvoří domácnost v Praze 2,21 členů, což představuje nejnižší počet v zemi. Praha je tvořena deseti územními celky (Praha 1 až 10, obdoba okresů) a dvaceti správními celky (Praha 1 až 22, obdoba obcí s rozšířenou působností).

Praha je logicky prvním místem, kde by [KLIENT] měl otevřít své pobočky.

Druhým nejbohatším regionem je Plzeňsko, kde HDP na obyvatele v paritě kupní síly představuje 93,6% hodnoty ČR a tento region zaznamenal druhé nejvyšší hrubé peněžní příjmy na osobu.

Nejlidnatější je Moravskoslezský region s 1,25 miliony obyvatel, následován Prahou s 1,18 milionem, Středočeským krajem s 1,17 mil. a Jihomoravským s 1,13 mil. obyvatel.

Nejnižší hrubé peněžní příjmy na osobu má kraj Zlínský, dále Vysočina a Pardubický kraj.

Geografickou rozlohou největší je Středočeský kraj, který je následován Jihočeským, Plzeňským a Jihomoravským krajem.

Největší počet členů v domácnosti se nachází v kraji Vysočina s 2,75 osobami na domácnost, Jihomoravském kraji s 2,67, Pardubickém 2,66 a Zlínském kraji s 2,65, zatímco nejnižší počet zaznamenává Praha s 2,21 a dále Jihočeský a Plzeňský kraj s 2,46 osobami a také Liberecký kraj s 2,47 členy na domácnost.

Srovnání regionů, ČR, 2007

Region	Rozloha km ²	Počet obyvatel	HDP na obyvatele v paritě kupní síly		Počet domácností	Průměrný počet členů na domácnost	Hrubé peněžní příjmy na osobu
			*PPS	ČR = 100			
Hl. m. Praha	496	1 184 000	36 676	208,7	526 348	2,21	174 316
Středočeský	11 015	1 167 000	16 114	92,5	439 532	2,58	136 989
Jihočeský	10 057	629 000	15 593	89,5	245 850	2,46	123 088
Plzeňský	7 561	553 000	16 308	93,6	221 585	2,46	138 787
Karlovarský	3 315	305 000	13 141	75,4	119 516	2,52	110 132
Ústecký	5 335	823 000	14 126	81,1	326 919	2,49	114 251
Liberecký	3 163	430 000	14 126	81,1	171 543	2,47	130 828
Královéhradecký	4 758	549 000	15 273	87,6	217 895	2,49	115 644
Pardubický	4 519	507 000	14 335	82,3	188 103	2,66	108 552
Vysočina	6 796	511 000	14 741	84,6	186 584	2,75	108 164
Jihomoravský	7 196	1 131 000	15 841	90,9	416 683	2,67	113 434
Olomoucký	5 267	639 000	13 181	75,6	249 968	2,51	116 599
Zlínský	3 964	590 000	14 053	80,6	219 928	2,65	107 531
Moravskoslezský	5 427	1 250 000	14 863	85,3	482 241	2,58	115 049

*PPS je umělá jednotka, v níž se navzájem vyrovnávají rozdíly kupní síly národních měn zemí EU.
Zdroj: ČSÚ, 2008

7.2. Nezaměstnanost a příjmy podle krajů

...
...

8. Přehled nákupních center a nadnárodních řetězců

Cílem této části je podat informace o nákupních centrech a nadnárodních řetězcích, kteří působí na českém trhu. Doporučení je uvedeno v části 10. Doporučení (začíná na str. 63).

Současná situace

V současné době se v České republice nachází zhruba 230 nákupních center, z čehož přibližně 80 lze zařadit do kategorie velkých nákupních komplexů. Do budoucna se očekává další přírůstek všech typů obchodních center.

Koncem roku 2006 dosáhla prodejní plocha na 1 000 obyvatel 136 m², což stále zůstává pod průměrem západoevropských zemí, kde toto číslo dosahuje 185 m².

.... ..

Růst prodejní plochy

...

Plánovaná centra

Jedním z nových projektů je Galerie Fenix na Praze 9 – Vysočany, která byla otevřena v polovině března a je jedním ze dvou velkých projektů tohoto roku. Plocha centra s 80 obchody a jedním hypermarketem dosáhne 12 000 m².

Druhým projektem budou Arkády Pankrác na Praze 4 s plochou 40 000 m².

....

Ceny za pronájem

.... ..

Ceny pronájmu v nejatraktivnějších lokalitách – centra měst - za m² za rok, ČR, září 2007

Lokalita	Cena (EUR za m ² za rok)
Praha – Václavské náměstí/Na Příkopě	2 100
Brno – nám. Svobody/Česká	900

8.1. Přehled podle formátů

Následující kapitoly pouze informují o umístění obchodů podle jednotlivých formátů:

- Obchody pro kutily
- Hypermarkety, supermarkety, diskonty
- Hlavní nákupní centra

Doporučení pro umístění poboček [KLIENT] se nachází v sekci 10. Doporučení, která začíná na straně 63.

9. Potenciál trhu: příležitosti pro [KLIENT]

10. Doporučení

10.1. Lokality pro otevření poboček

10.2. Školení personálu

10.3. Propagace

10.4. Zákazníci

10.5. Nabízené služby

11. Profily firem

SPOLEČNOST	AUTO FRANCE SPECIALISTA, AUTO CLIM SPECIALISTA AUTOBENEX, spol. s r.o.
Adresa - ulice a č.p.	Na Staré 37
Adresa – město	Praha 5
Adresa – PSČ	159 00
Telefon	+420 225 983 225
Fax	+420 225 983 237
E-mail	info@autobenex.cz
Webová stránka	www.autofrance.cz www.autoclim.cz
PROFIL	AUTOBENEX: obchodní firma, přímý importér a distributor prodávající značkové autodíly AUTO FRANCE SPECIALISTA <ul style="list-style-type: none"> • Síť 30 autoservisů AFS pokrývá téměř celou Českou republiku a je určena pro majitele vozů Peugeot, Citroen a Renault • Firma plánuje rozšíření sítě na 50 až 60 autoservisů, s cílem pokrýt území celé ČR a umožnit tak každému majiteli francouzského vozu mít "svůj" servis v dosahu. AUTO CLIM SPECIALISTA <ul style="list-style-type: none"> • servis klimatizací
základní charakteristika	Auto France Specialista vznikl před 3 lety jako podpora neautorizovaných autoopraven, které mají dlouholeté zkušenosti s opravami převážně francouzských vozidel. Síť využívá originálních nebo kvalitativně rovnocenných náhradních dílů dodaných firmou AUTOBENEX, která je zřizovatelem servisního konceptu. Administrativní zázemí a centrální sklad se nachází v Praze 5 na Zličíně a odtud jsou nočními rozvozy, zajišťovanými externími dopravci, zásobovány pobočky firmy rozmístěné po celé České republice – Brno, Ostrava, Olomouc, Zlín, Plzeň, České Budějovice, Pardubice, Ústí nad Labem, Kolín, Benešov, Mladá Boleslav, Karlovy Vary a tři pobočky v Praze.
nabídka výrobků a služeb	Nabídka: <ul style="list-style-type: none"> • Alternátory a startéry • Brzdové komponenty • Díly motoru • Filtry a čerpadla paliva • Chladicí a topné systémy • Ložiska • Manžety poloos a řízení • Oleje, maziva, baterie • Plechy a plasty • Řemeny

	<ul style="list-style-type: none"> • Řízení, díly řízení • Silentbloky • Stěrače • Světla a lampy • Svíčky • Těsnění • Tlumiče • Výfuky • Zámky • Zapalování • Zrcátka
rok založení	1994
vlastnictví	J Elmer s.r.o. – 90,91%

Hlavní finanční ukazatele

	2005	2004	2003
Aktiva	139 203 000	118 822 000	83 095 000
Vlastní kapitál	27 592 000	27 793 000	18 078 000
Cizí zdroje	111 206 000	90 892 000	63 917 000
Tržby (výkony)	395 331 000	379 313 000	257 866 000
Obrat (výnosy)	406 445 000	391 828 000	265 308 000
Náklady	406 488 000	382 118 000	262 795 000
Hospodářský výsledek za účetní období	-43 000	9 710 000	2 513 000

.....

.....

.....

celkem poskytnuty podrobné profily cca 20 firem

12. Přílohy

Obsah:

Příloha A: Přehled obchodů pro kutily v jednotlivých městech	95
Příloha B: Přehled vybraných hypermarketů v jednotlivých městech	96
Příloha C: Cena oleje podle prodejních kanálů	99
Příloha D: Ceny letních a zimních pneumatik	102
Příloha E: Cena autobaterií podle prodejních kanálů	108