

Projekt založení oční optiky v Olomouci

Bc. Eva Ondraszková

Diplomová práce
2020



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta managementu a ekonomiky

Ústav managementu a marketingu

Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Bc. Eva Ondraszková
Osobní číslo: M18730
Studijní program: N6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Management ve zdravotnictví
Forma studia: Kombinovaná
Téma práce: Projekt založení oční optiky

Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Zpracujte základní teoretické poznatky týkající se založení oční optiky v ČR, charakterizujte právní podmínky, profesi a kompetence očního optika a optometristy.

II. Praktická část

- Analyzujte výchozí situaci a podmínky na trhu služeb očních optik v Olomouci
- Vyhodnotte výsledky analýzy a vyvodte závěry pro projekt.
- Na základě provedených analýz vytvořte projekt založení oční optiky v Olomouci.

Závěr

Rozsah diplomové práce: **cca 70 stran**
Forma zpracování diplomové práce: **Tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

BARROW, Colin. *The business plan workbook*. 9th Edition. USA: Kogan Page Publishers, 2018, 376 s. ISBN 9780749481797
ČERVENÝ, Radim, et al. *Business plán: krok za krokem*. 1. vyd. Praha: Beck, 2014, 240 s. ISBN 978-80-7400-511-4
MCKEEVER, Mike. *How to write a business plan*. 11th Edition. USA: Bang Printing, 2012, 273 s. ISBN 978-1-4133-1749-7.
SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada, 2011, 194 s. ISBN 978-80-247-4103-1
VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. vydání. Praha: Grada, 2012, 336 s. ISBN 978-80-247-4520-6.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D.**
Ústav managementu a marketingu

Datum zadání diplomové práce: **6. ledna 2020**
Termín odevzdání diplomové práce: **21. dubna 2020**

L.S.

doc. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan

Ing. Jiří Bejtkovský, Ph.D.
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 6. ledna 2020

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

Jméno a příjmení:

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Diplomová práce je zpracována za účelem vytvoření projektu založení oční optiky v Olomouci. Cílem této práce bylo zpracování teoretických poznatků v oboru oční optiky a optometrie nutných k založení a následnému úspěšnému vedení oční optiky, společně s vytvořením podnikatelského plánu. Praktická část nejprve analyzuje prostředí prostřednictvím marketingové analýzy PEST, Porter a OT analýza. Výsledkem diplomové práce je kompletně zhotovený podklad pro založení oční optiky v centru Olomouce. Podnikatelský plán je na závěr zhodnocen z hlediska jeho implementace do praxe.

Klíčová slova: oční optika, optometrista, oční optik, podnikatelský plán, analýza

ABSTRACT

This master's thesis was written in order to create a project for an establishment of an optician store in Olomouc. The goal of this work was to collect theoretical knowledge in the field of optics and optometry which is necessary for establishment and later on successful management of an optician store, and to create a business plan. Practical part is composed of the marketing analysis PEST, Porter analysis and OT analysis. The result of this thesis is a groundwork for an establishment of an optician store in Olomouc. The conclusion of this master's thesis is a concrete groundwork serving for an establishment of an optician store in the centre of Olomouc. The business plan is evaluated at the end based on its implementation to the practice.

Keywords: optician store, optometrist, optics, business plan, analysis

Ráda bych poděkovala doc. Ing. Pavle Staňkové, Ph.D. za odborné vedení, mnoho cenných rad a trpělivý přístup při zpracování mé diplomové práce. Rovněž bych chtěla poděkovat paní Soňe Sližové za ochotné poskytnutí informací spojených se založením oční optiky a panu Petru Borbélymu za poradenství při formátování a vizualizaci. Největší poděkování patří mé rodině a přátelům ,kteří mě podporovali a byli mi oporou po celou dobu mého studia.

„Jediný sen je silnější, než tisíce skutečností.“

John Ronald Reuel Tolkien

OBSAH

ÚVOD.....	9
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE.....	10
I TEORETICKÁ ČÁST.....	11
1 OBOR OČNÍ OPTIKY A OPTOMETRIE.....	12
1.1 HISTORICKÝ VÝVOJ OČNÍ OPTIKY	12
1.2 VÝVOJ OČNÍ OPTIKY A OPTOMETRIE V ČESKÉ REPUBLICE.....	12
1.3 CHARAKTERISTIKA A KOMPETENCE OČNÍHO OPTIKA	13
1.4 CHARAKTERISTIKA A KOMPETENCE OPTOMETRISTY	14
2 NABÍZENÉ SLUŽBY OČNÍCH OPTIK V ČR.....	16
3 LEGISPATIVNÍ RÁMEC UPRAVUJÍCÍ PODMÍNKY PODNIKÁNÍ OČNÍCH OPTIK V ČR.....	17
4 PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ OČNÍCH OPTIK V ČR.....	20
4.1 PODNIKÁNÍ FYZICKÉ OSOBY NA ZÁKLADĚ ŽIVNOSTENSKÉHO OPRÁVNĚNÍ.....	20
4.2 PODNIKÁNÍ PRÁVNICKÉ OSOBY	21
5 FINANCOVÁNÍ OPTICKÝCH ZDRAVOTNICKÝCH PROSTŘEDKŮ A SLUŽEB POSKYTOVANÝCH OČNÍMI OPTIKAMI V ČR.....	25
5.1 PŘÍSPĚVKY VEŘEJNÝCH ZDRAVOTNÍCH POJIŠŤOVEN NA OPTICKÉ ZDRAVOTNICKÉ POMŮCKY.....	25
6 PODNIKATELSKÝ PLÁN	27
6.5 POPIS PODNIKATELSKÉ PŘÍLEŽITOSTI	29
6.6 CÍLE PODNIKU	30
6.7 POTENCIÁLNÍ TRHY	30
6.7.1 PEST analýza	31
6.8.1 Porter analýza.....	32
6.9 MARKETINGOVÁ A OBCHODNÍ STRATEGIE.....	36
6.10 REALIZAČNÍ PROJEKTOVÝ PLÁN	38
6.11 FINANČNÍ PLÁN	39
6.12 HLAVNÍ PŘEDPOKLADY ÚSPĚŠNOSTI A RIZIKA PROJEKTU	40
6.12.1 SWOT analýza	40
7 ZÁVĚREČNÉ ZHODNOCENÍ TEORETICKÉ ČÁSTI.....	42
II PRAKTICKÁ ČÁST.....	44
PODNIKATELSKÝ PLÁN OČNÍ OPTIKY EOOPTIK.....	45
7.1 TITULNÍ LIST	45
7.2 OBSAH.....	46
7.4 SHRNUÍ.....	47

7.5	POPIS PODNIKATELSKÉ PŘÍLEŽITOSTI	47
7.6	CÍLE PODNIKÁNÍ.....	48
7.7	POTENCIÁLNÍ TRHY	49
7.8	ANALÝZA KONKURENCE	65
7.9	MARKETINGOVÁ A OBCHODNÍ STRATEGIE.....	74
7.9.1	Vize	75
7.9.2	Mise.....	75
7.9.3	Marketingový Mix.....	75
7.9.4	Požadavky na technické a věcné vybavení oční optiky	85
7.9.5	Hygienické požadavky na provoz oční optiky	87
7.10	FINANČNÍ PLÁN	90
7.10.1	Zdroj financování	90
7.10.2	Vstupní náklady.....	90
7.10.3	Měsíční fixní provozní náklady.....	92
7.10.4	Variabilní náklady	92
7.10.5	Plán tržeb.....	93
7.10.6	Výkaz zisku a ztrát	95
7.10.7	Cash Flow.....	96
7.11	HLAVNÍ PŘEDPOKLADY ÚSPĚŠNOSTI PROJEKTU, RIZIKA PROJEKTU - OT ANALÝZA.....	96
7.12	RIZIKOVÁ ANALÝZA	98
	ZÁVĚR	100
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	102
	ELEKTRONICKÉ ZDROJE	104
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	106
	SEZNAM OBRÁZKŮ	108
	SEZNAM TABULEK.....	109

ÚVOD

Tématem mé diplomové práce je projekt založení oční optiky v Olomouci. Podnikání v oboru oční optiky a optometrie je aktuálně velmi žádaným, rychle se rozvíjícím odvětvím. Právě díky tomu, vznikají nové oční optiky jako houby po dešti. Aktuálnost tohoto tématu souvisí také s nedávnou novelizací zákona č. 48/1997 o veřejném zdravotním pojištění v rámci kterého došlo od 1. 8. 2019, ke zrušení příspěvků zdravotních pojišťoven na velkou část optických korekčních zdravotnických pomůcek u osob starších 15 let. Tímto krokem se značně posílila spoluúčast pacientů na výdajích na zdravotnictví. Zrušení těchto příspěvků má za cíl přesunout velkou část fyziologických pacientů z přeplněných ordinací očních lékařů k optometristům do vyšetřoven očních optik. Tímto krokem dojde k výraznému zkrácení čekací doby pacientů na oftalmologickou zdravotní péči a značnému odlehčení ambulancím očního lékaře. Díky těmto změnám dochází k popularizaci oboru optometrie a rozšíření povědomí o možnosti odborného vyšetření zrakových funkcí a metrického vyšetření refrakce oka s následným stanovením odpovídající korekce vízu přímo na pracovišti oční optiky. Z nejnovějších informací odborníků z řad pojišťoven se od příštího kalendářního roku předpokládá zrušení úhrad oftalmologům za provádění objektivního i subjektivního metrického vyšetření refrakce oka korekcí refrakčních vad. Tato změna měla proběhnout již v tomto roce ale z důvodů časové prodlevy novelizace byla přesunuta na příští rok. Ovšem již nyní lze pozorovat nárůst zájemců o refrakční měření zraku optometristou. Toto propojení vyšetření s následným zhotovením vysoce individualizovaných optických korekčních pomůcek na jednom místě přináší klientovi mnoho výhod, kterých si často ani není vědom.

V oboru oční optiky a optometrie pracuji a proto bych ráda v centru Olomouce založila novou oční optiku EOOPTIK. Díky rychlému vývoji a velké podnikatelské perspektivě v tomto odvětví počet očních optik v České republice, každým rokem narůstá. Na jednu oční optiku připadá něco přes 7 tis. obyvatel. Bezesporně největší kupní síla ale také velké konkurence na trhu očních optik je koncentrována ve velkých městech ČR mezi něž Olomouc bezesporně patří.

Výsledkem této práce bude podklad pro založení oční optiky EOOPTIK v centru Olomouce. Podnikatelský plán bude zhodnocen z hlediska jeho implementace do praxe. Ekonomická úspěšnost podniku bude závislá na mnoha faktorech, které budou v této práci důkladně analyzovány.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Hlavním cílem diplomové práce je zpracování teoretických a praktických poznatků v oboru oční optiky, optometrie, managementu a ekonomie nutných k založení oční optiky na základě zhotoveného podnikatelského plánu.

Dílčími cíli jednotlivých kapitol teoretické části práce je představení historie optiky spolu s vývojem oboru oční optiky a optometrie v ČR se zaměřením na charakteristiku profese očního optika a optometristy a jejich kompetence. Následující cíle spočívají v prezentaci všech výrobků a služeb nabízených očními optikami v České republice, představení legislativního rámce a právních forem podnikání očních optik v ČR, v neposlední řadě zpracování tématu financování optických zdravotnických prostředků poskytovaných v očních optikách. Cílem této části je také teoretické zpracování podnikatelského plánu

Teoretická část diplomové práce je zpracována pomocí literární rešerše s využitím českých odborných knižních publikací, legislativy České republiky a článků zveřejněné na webových stránkách Veřejné zdravotní pojišťovny a Společenstva českých optiků a optometristů.

Praktická část práce má za cíl vytvořit kompletní podnikatelský plán oční optiky EOOPTIK na základě zhotovených projektových analýz ,marketingové a obchodní strategie a finančního plánu. Tato část práce je zpracována pomocí analýz dat Českého statistického úřadu, Evropské rady optometrie a optiky a také na základě výsledků hodnocení provedeného v rámci osobního šetření na pobočkách konkurenčních optik v centru Olomouce.

Při tvorbě této diplomové byly v první etapě rešeršní činnosti použita k vyhledávání odborné literatury databáze: Vědecké knihovny v Olomouci, knihovny Univerzity Palackého v Olomouci, Národní knihovny České republiky a databáze online knih google. Základní jazyky pro vyhledávání byly: český, polský, slovenský a anglický jazyk.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 OBOR OČNÍ OPTIKY A OPTOMETRIE

1.1 Historický vývoj oční optiky

Vynález brýlí je podle odborníků považován za zlomový vynález v historii lidstva. Lidé trpící zrakovými vadami se mohli aktivně zapojit do každodenního života

Prvními předchůdci brýlí byly „čtecí kmeny“, které zvětšovaly text. Za opravdové rodiště brýlí jsou považovány Italské sklárny na ostrově Murano, kde na konci 13 stol. vybrousili první dvě vypouklé čočky, které umístili do dřevěného kroužku s vřetenem a propojili nýtem. První brýlové obruby se vyráběly z kůže, dřeva, želvoviny, rybích kostí a paroží. Brýle se stranicemi, jak je známe dnes, se začaly rozšiřovat v 18. století. V roce 1784 byly Benjaminem Franklinem vytvořeny první dvouohniskové brýle.

Opravdovým průkopníkem novodobé optiky a optometrie je německá firma Zeiss. Tato firma udělala velký krok ve vývoji a výrobě moderních brýlí. V roce 1912 vytvořila první brýlové čočky Punktal s bodovým ohniskovým zobrazením, které umožnily ostré vidění i přes periferní oblasti čočky. Další úspěch společnosti Zeiss následoval v roce 1935 s vynálezem prvních anatomicky přizpůsobitelných brýlových obrub Perivist.

Termín optometrie vznikl z řeckého slova optos, tedy oko/vidění a metrie neboli měření. Optometrie je nelékařské zdravotnické povolání se zaměřením na lidské oko a jeho vlastnosti. (Historie brýlí , 2017)

1.2 Vývoj oční optiky a optometrie v České republice

Oční optika má na našem území dlouhou tradici mající počátky ve kvalitním sklářství. Také obor optometrie se prosadil poměrně brzy prostřednictvím vzniku Společenstva českých optiků a optometristů založeného v květnu 1968. Optometrie byla v České republice vzdělávána nejprve formou doškolovacího způsobu vzdělávání po studiu optiky. Samostatné vysokoškolské vzdělávání v oboru optometrie bylo zahájeno v Olomouci na Univerzitě palackého v roce 1986. Díky aktivnímu zapojení SČOO do organizování tuzemských i mezinárodních vzdělávacích kongresů byly standardy vzdělávání v oboru optometrie povýšeny na světovou úroveň, výsledkem čehož bylo v roce 2005 uznání optometrie za samostatnou zdravotnickou profesi. Oční optika a optometrie jsou dvě samostatné profese, které se mezi sebou velmi silně prolínají. Optometrie spadá pod působnost Ministerstva

zdravotnictví a oční optika pod Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky. (Optika a optometrie v České republice, ©2020)

1.3 Charakteristika a kompetence očního optika

Společenstvo českých optiků a optometristů definuje optika jako osobu, která zhotovuje dioptrické brýle a dodává kontaktní čočky za účelem korekce zrakové nedostatečnosti dle předpisu očního lékaře nebo dle refrakce zraku prováděné optometristou. (Metodiky pro oční optiky a optometristy, © 2018)

Kompetence očního optika

Dle nařízení vlády č. 278/2008 Sb., o obsahových náplních jednotlivých živností, může oční optik na základě živnostenského oprávnění provádět tyto činnosti:

- Zhotovovat, vydávat, a opravovat optické korekční zdravotnické pomůcky
- Měřit a vyhodnocovat parametry potřebné ke zhotovení optických korekčních zdravotnických prostředků
- Zjišťovat polohy zornic s následnou centrací, inklinací, prohnutí brýlového středu a dalších parametrů potřebných ke zhotovení individuálních optických korekčních zdravotnických prostředků.
- Přizpůsobovat zhotovených optických korekčních zdravotnických prostředků parametrům hlavy uživatele tak, aby splňovaly funkční, estetické, bezpečnostní a hygienické požadavky
- Provádět přepočty optometristou nebo lékařem stanovené dioptrické hodnoty astigmatické korekce a přepočet těchto hodnot do jiných optických zápisů a také konečné poloze před okem
- Sdělovat odborné informace o používání optických korekčních zdravotnických prostředků a způsobu a možnostech jejich údržby
- Provádět prodej a opravy brýlových obrub hromadně zhotovených optických korekčních zdravotnických prostředků, slunečních a ochranných brýlí

- Prodávat příslušenství k brýlím a kontaktním čočkám, prostředkům a pomůckám určeným k údržbě, uchování a ochraně optických korekčních zdravotnických prostředků a ochranným pomůckám zraku (např. brýlová pouzdra, pouzdra a roztoky ke kontaktním čočkám, speciální čistící ubrousky a kapaliny určené k čištění brýlových čoček).

(Metodiky pro oční optiky a optometry, © 2018)

1.4 Charakteristika a kompetence optometristy

Zákon č. 96/2004 Sb., o nelékařských zdravotnických povolání, řadí obor optometrie mezi nelékařské zdravotnické profese. Optometrista při poskytování zdravotních služeb povinnost řídit se právy a povinnostmi optometrů stanovenými zákonem o zdravotních službách a na něj navazujícími prováděcími předpisy a vyhláškou č. 55/ 2011 Sb. o činnostech zdravotnických pracovníků. Aby mohl optometrista vykonávat činnosti v oboru optometrie svým jménem, je povinen nejdříve získat oprávnění k poskytování těchto služeb v oboru optometrie.

Světová rada optometrie (WCO) definuje optometrii následovně.

“Optometrie je zdravotnická profese, která je autonomní, vzdělávaná a regulovaná a optometristé jsou odborníci v oblasti primární péče o oči a zrakový systém, kteří provozují souhrnou péči o oči a zrak, včetně refrakce (měření zraku) a psaní předpisů.” (O optice a optometrii, ©2020)

Kompetence optometristy

Vyhláška č. 55/ 2011 Sb., o činnostech zdravotnických pracovníků stanovuje seznam zdravotních služeb, jenž je optometrista oprávněn provádět bez odborného dohledu a indikace lékaře.

- Provádět poradenskou činnost v oblasti refrakčních vad
- Vykonávat poradenskou činnost a edukaci týkající se při výběru a vhodného používání kontaktních čoček
- Pomáhat s výběrem odpovídajícího druhu brýlových čoček a jejich povrchovými úpravami

- Provádět poradenskou činnost při výběru vhodných obrub
- Přijímat, kontrolovat a jinak manipulovat se zdravotnickými prostředky určenými ke korekci zraku v rámci jejich oprav, čištění a výměny poškozených částí.

U osob starších 15 let je optometrista ze zákona oprávněn provádět následující činnosti:

- Vyšetřovat zrakové funkce a provádět metrická vyšetření refrakce oka a následně stanovovat refrakční vady a provádět odbornou korekci vízu.
- Provádět vyšetření předního segmentu oka pro potřeby korekce refrakčních vad a aplikace kontaktních
- Aplikovat kontaktní čočky a edukovat je v oblasti jejich užívání aplikace, čištění a informovat o vhodném doplňkovém sortimentu pro kontaktní čočky
- Provádět následné kontroly u nositelů kontaktních čoček (ideálně jednou ročně)
- Doporučovat zákazníkům vyšetření u oftalmologa v případě zjištění odchylek o fyziologického stavu oka či při podezření na oční onemocnění
- Provádět vyšetření na oftalmologických přístrojích, avšak nesmí stanovovat diagnózu.

Optometrista je dále oprávněn pod dohledem očního lékaře se specializovanou způsobilostí v oboru oftalmologie provádět výše zmíněné činnosti také u osob mladších 15 let.

(Metodiky pro oční optiky a optometristy, © 2018)

2 NABÍZENÉ SLUŽBY OČNÍCH OPTIK V ČR

Oční optiky v ČR nabízí a poskytují veškeré služby v rozsahu oboru oční optiky a optometrie, jež jsou spojené s prodejem brýlí, kontaktních čoček a doplňkového sortimentu. Zařízení oční optiky a optometrie jsou oprávněny prostřednictvím kvalifikovaných optometristů provádět odborné měření zraku a stanovení odpovídající korekce, vyšetření předního segmentu oka, aplikaci kontaktních čoček s edukací nasazování a péče o kontaktní čočky.

Velmi často jsou tyto zdravotnické korekční pomůcky zhotovené na základě lékařského předpisu nebo odborného měření zraku kvalifikovaným optometristou. V nabídce je mnoho modelů a značek brýlových obrub včetně dětských. Při výběru odpovídají brýlové obruby poskytuje oční optik/optometrista odpovídající odbornou poradenskou službu a upozorňuje na technické výhody a úskalí jednotlivých obrub v různé kvalitě a ceně. Prodej brýlových obrub je nejčastěji realizován společně s prodejem brýlových čoček s odpovídající korekcí a vhodnou povrchovou úpravou. V nabídce jsou jak standartní jednoohniskové brýlové čočky, tak bifokálních a multifokálních brýlové čočky, které poskytují nositelům pohodlné vidění do dálky i na blízko. Dále jsou v nabídce degresivní brýlové čočky neboli office, určené pro práci na blízko a střední vzdálenost, a proto jsou vhodné hlavně do kanceláří. V neposlední řadě je zákazníkovi poskytnuto poradenství při výběru povrchových úprav brýlových čoček.

Oční optika nabízí rovněž prodej doplňkového sortimentu jako jsou: lupy, brýlová pouzdra, čistící hadříky a spraye, šňůrky a řetízky k brýlím a v neposlední řadě roztoky a pomůcky ke kontaktním čočkám.

Prodej slunečních brýlí je neodmyslitelnou součástí sortimentu očních optik. V nabídce je velký sortiment elegantních i sportovních slunečních brýlí s odpovídající ochranou UV filtrem případně filtrem polarizačním. Kromě klasických slunečních brýlí zařízení oční optiky poskytuje zákazníkům možnost zhotovení dioptrických slunečních brýlí.

Další nabízenou službou očních optik jsou čištění brýlí ultrazvukem, opravy a mechanický servis brýlí.

3 LEGISPATIVNÍ RÁMEC UPRAVUJÍCÍ PODMÍNKY PODNIKÁNÍ OČNÍCH OPTIK V ČR

3.1 Nejdůležitější právní předpisy upravující provoz očních optik v ČR

Mezi nejdůležitější právní předpisy upravující provoz očních optik v ČR patří: Zákon č. 455/1991 Sb., Živnostenský zákon, Zákon č. 268/2014, o zdravotnických prostředcích, Zákon č. 634/1992, o ochraně spotřebitele, Zákon č. 372/2011, o zdravotních službách, Zákon č. 48/1997, o veřejném zdravotním pojištění, Zákon č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, Zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví a Zákon č. 96/2004 Sb., o nelékařských zdravotnických povoláních. (Metodiky pro oční optiky a optometry, © 2018)

3.1.1 Zákon č. 455/1991 Sb., Živnostenský zákon

Udává podmínky získání živnostenského oprávnění, založení a provozu očních optik v ČR. Dále upravuje požadavky na odbornou způsobilost optometrů a očních optiků, a také provádění kontrol živnostenskými úřady.

Příloha č.2- seznam vázaných živností mezi které spadá oční optika

Příloha č.5 - živností, které pro zajištění podnikání musí splňovat odbornou způsobilost, včetně osob působících v oční optice

Nářízení vlády č. 278/2008 Sb., o obsahových náplních jednotlivých živností včetně soupisu činností, které může provozovat oční optika

(Metodiky pro oční optiky a optometry, © 2018)

3.1.2 Zákon č. 268/2014, o zdravotnických prostředcích

Upravuje problematiku výroby, prodeje, servisu, revize a výdeje individuálně zhotovených zdravotnických prostředků a kontrolní činnosti spravovanou SÚKL.

Vyhláška č. 62/2015 Sb., o provedení některých ustanovení zákona o ZP: udává seznam skupin ZP, které musí být vydány pouze na poukaz (např. kontaktní čočky do 15 let), skladování a náležitosti dokumentace

Nářízení vlády č. 54/2015 Sb., o technických požadavcích na ZP – tyto požadavky upravuje a stanovuje náležitosti návodu k použití a obalu ZP

(Metodiky pro oční optiky a optometristy, © 2018)

3.1.3 Zákon č. 634/1992, o ochraně spotřebitele

Udává povinnosti provozovatelů očních optik vůči spotřebitelům a zásady dobré obchodní praxe. Představuje nejčastější správní delikty, kterých se mohou dopustit provozovatelé očních optik a kontrolní činnosti v oblasti ochrany spotřebitele prováděné Českou obchodní inspekcí a živnostenským úřadem.

(Metodiky pro oční optiky a optometristy, © 2018)

3.1.4 Zákon č. 372/2011, o zdravotních službách

Dotýká se odborné činnosti optometristů coby nelékařského poskytovatele zdravotních služeb majícího oprávnění k poskytování zdravotních služeb v oboru optometrie.

Vyhláška č. 92/2012 Sb., o požadavcích na minimální technické a věcné vybavení zdravotnických zařízení a kontaktních pracovišť domácí péče stanovuje tyto požadavky

Vyhláška č. 98/2012 Sb., o zdravotnické dokumentaci, která upravuje zásady vedení a uchovávání zdravotnické dokumentace s ohledem na rozsah nezbytných informací

Vyhláška č. 92/2012 Sb., o požadavcích na minimální personální zabezpečení zdravotních služeb – udává požadavky na personální zabezpečení zdravotních služeb optometristů.

(Metodiky pro oční optiky a optometristy, © 2018)

3.1.5 Zákon č. 48/1997, o veřejném zdravotním pojištění

Upravuje zásady úhrady zdravotních služeb z veřejného zdravotního pojištění, kontrolní činnosti ZP, regulaci cen a úhradu zdravotnických pomůcek a léčiv. Tento zákon prošel v roce 2019 novelizací, která přinesla zásadní změny v oboru oční optiky, spojené s financováním optických zdravotnických prostředků.

(Metodiky pro oční optiky a optometristy, © 2018)

3.1.6 Zákon č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, provádějící nařízení EU 2016/679 GDPR

„Tento zákon zpracovává příslušné předpisy Evropské unie, zároveň navazuje na přímo použitelný předpis EU a k naplnění práva každého na ochranu soukromí upravuje práva a povinnosti při zpracování osobních údajů.“

3.1.7 Zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví

Stanovuje povinnosti poskytovatele zdravotních služeb v oblasti ochrany a podpory veřejného zdraví s důrazem na předcházení šíření infekčních onemocnění spojených s poskytováním zdravotních služeb a také udává povinnost poskytovatelům zdravotních služeb zpracovat provozní řád

Vyhláška č. 306/2012 Sb., o podmínkách předcházení vzniku a šíření infekčních onemocnění a o hygienických požadavcích na provoz zdravotnických zařízení a ústavů sociální péče – upravuje hygienické požadavky na úklid prostor optometristické vyšetřovny.

(Metodiky pro oční optiky a optometry, © 2018)

3.1.8 Zákon č. 96/2004 Sb., o nelékařských zdravotnických povoláních

Mezi jinými upravuje podmínky získání odborné způsobilosti k výkonu povolání optometry.

Vyhláška č. 55/2011Sb., o činnostech zdravotnických pracovníků a jiných odborných pracovníků – stanovuje seznam činností, jenž je optometrista v ČR oprávněný provádět.

(Metodiky pro oční optiky a optometry, © 2018)

4 PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ OČNÍCH OPTIK V ČR

Oční optiku v ČR může za splnění podmínek stanovených zákonem provozovat fyzická i právnická osoba. Dle živnostenského zákona spadá oční optika mezi živnosti vázané to znamená, že k získání živnostenského oprávnění k provozování oční optiky musí být kromě všeobecných podmínek také zvláštní podmínky pro provoz živnosti.

4.1 Podnikání fyzické osoby na základě živnostenského oprávnění

Fyzická osoba může podnikat jako osoba samostatně výdělečně činná (OSVČ). Jedná se o osobu generující příjmy plynoucí z vlastní samostatné výdělečné činnosti. Podmínky živnostenského podnikání upravuje zákon č. 455/1991 Sb. živnostenského zákona, který se dle požadavků na odbornou způsobilost dělí na živnosti koncesované a živnosti ohlašovací, jež se dále se dělí:

Živnosti volné – po získání této živnosti není podmínkou předložení žádné odborné způsobilosti a dále jsou upravovány v příloze 1 až 3 živnostenského zákona.

Živnosti řemeslné – pro získání je potřebné předložení výučního listu, maturity nebo diplomu v oboru, případně šesti a víceletou praxi v oboru.

Živností vázané – podmínkou získání a provozování je prokázání odborné způsobilosti dle přílohy č. 2 zákona o živnostenském podnikání.

Oční optika spadá dle živnostenského zákona do kategorie živností vázaných. To znamená, že pro získání živnostenského oprávnění musí žadatel kromě všeobecných podmínek pro provoz živnosti splnit také zvláštní podmínky.

Všeobecné podmínky pro získání živnostenského oprávnění

- Dosažení minimálního věku 18 let
- Způsobilost k právním úkonům (plná svéprávnost)
- Trestněprávní bezúhonnost

Zvláštní podmínky provozování oční optiky

Jedná se o splnění zákonných požadavků na odbornou způsobilost, tj. požadavky na odborné vzdělání osob provozujících nebo vykonávající odbornou činnost v oční optice. Tuto způsobilost dle přílohy č. 2 živnostenského zákoníku splňují:

- Vysokoškolské vzdělání v oboru Optometrie (způsobilost k výkonu zdravotnického povolání podle zákona č. 96/2004 Sb.)
- Vyšší odborné vzdělání v oboru diplomovaný oční optik / diplomovaný oční technik
- Středoškolské maturitní vzdělání v oboru oční optik/ oční technik
- Osvědčení o rekvalifikaci, a 4 roky praxe v oboru oční optiky

Metodiky pro oční optiky a optometristy, © 2018)

Překážky provozování živnosti

Dle živnostenského zákona nemůže provozovat živnost osoba, na jejíž majetek byl vyhlášen konkurz. Osoba, které bylo zrušeno živnostenské oprávnění nebo osoba se soudně či správním orgánem uděleným zákazem činnosti v oboru.

(Metodiky pro oční optiky a optometristy, © 2018)

4.2 Podnikání právnické osoby

V případě podnikání formou právnické osoby dochází prostřednictvím jedné nebo více fyzických osob k umělému vytvoření nového právního subjekt za účelem podnikání. Zahájení podnikání právnické osoby se pojí s mnohem větším administrativním a v řadě případů také s větším finančním zatížením v podobě složení základního kapitálu podniku.

Podnikání právnických osob jako obchodních korporací upravuje Zákon. č 90/2012 Sb., o obchodních korporacích. Český právní rámec rozlišuje pět druhů obchodních společností, v závislosti na požadavcích souvisejících se založením, vedením a finančním ručením.

Typy obchodních korporací v ČR:

- Společnosti s ručením omezeným (s.r.o.)
- Akciové společnosti (a.s.)

- Veřejné obchodní společnosti (v.o.s.)
- Komanditní společnosti (k.s.)
- Družstva

Tabulka 1 Společnosti s ručením omezeným (vlastní zpracování)

Založení	minimálně jedna FO nebo PO
Základní kapitál	minimálně 1 Kč
Ručení majetkem za závazky společnosti	společnost ručí veškerým svým majetkem, společníci tedy ručí svým majetkem do výše nesplaceného vkladu
Orgány společnosti	valná hromada, dozorčí rada, statutární orgán
Rozdělení zisku	rozdělení podle obchodního podílů jednotlivých společníků

Tabulka 2 Akciové společnosti (vlastní zpracování)

Založení	minimálně dvě FO nebo jedna PO
Základní kapitál	2 000 000 Kč
Ručení majetkem za závazky společnosti	akcionáři za závazky společnosti neručí
Orgány společnosti	valná hromada, dozorčí rada, statutární orgán
Rozdělení zisku	podle počtu akcií o určité jmenovité hodnotě

Tabulka 3 Veřejné obchodní společnosti (vlastní zpracování)

Založení	minimálně dvě FO nebo PO, případně jedna FO a jedna PO
Základní kapitál	není určen
Ručení majetkem za závazky společnosti	společnost ručí celým svým majetkem včetně neomezeného ručení celým majetkem společníků
Orgány společnosti	Společníci
Rozdělení zisku	všichni společníci rovným dílem

Tabulka 4 Komanditní společnosti (vlastní zpracování)

Založení	minimálně jeden komplementář (FO nebo PO) a minimálně jeden komanditista (FO nebo PO)
Základní kapitál	není určena
Ručení majetkem za závazky společnosti	komanditisté ručí do výše komanditní sumy, komplementáři ručí neomezeně celým svým majetkem
Orgány společnosti	všichni komplementáři
Rozdělení zisku	komplementáři rovným dílem, komanditisté dle výše počátečního vkladu

Tabulka 5 Družstva (vlastní zpracování)

Založení	minimálně pět FO nebo dvě PO
Základní kapitál	50 000 Kč
Ručení majetkem za závazky společnosti	družstvo ručí za své závazky celým svým majetkem, členové družstva za závazky družstva neručí svým majetkem
Orgány společnosti	členská schůze, představenstvo, kontrolní komise
Rozdělení zisku	podle výše vkladu jednotlivých členů

V praxi se jedná o méně častou formu podnikání neuzavřeného společenství osob založeno s podnikatelským záměrem zabezpečení hospodářských, sociálních a dalších potřeb svých členů.

5 FINANCOVÁNÍ OPTICKÝCH ZDRAVOTNICKÝCH PROSTŘEDKŮ A SLUŽEB POSKYTOVANÝCH OČNÍMI OPTIKAMI V ČR

Financování optických pomůcek a služeb poskytovaných očními optikami je velmi aktuálním tématem, které bylo dlouhodobě ve zdravotnictví dlouhodobě řešeno. V roce 2019 vešla v platnost zásadní novelizace upravující problematiku úhrad zdravotnických prostředků určených ke korekci zraku. Zákon č. 48/1997 Sb., o veřejném zdravotním pojištění prošel v roce 2019 zásadní novelizací. S platností od 1. 8. 2019 byly zrušeny příspěvky zdravotních pojišťoven na některé dosud hrazené zdravotnické pomůcky. Osobám starším 15 let nejsou hrazeny příspěvky na úhradu brýlových obrub, brýlových čoček pro korekci oční vady menší než 10 dioptrií. Úhrady z veřejného zdravotního pojištění jsou naopak v rozšířené míře propláceny a u brýlových čoček a obrub pro děti do 15 let. (Jak jsou hrazeny brýle a proč došlo ke změnám? , ©2020)

5.1 Příspěvky veřejných zdravotních pojišťoven na optické zdravotnické pomůcky

Příloha č. 3 zákona číslo 48/1997 Sb. o veřejném zdravotním pojištění upravuje podmínky a limity úhrady zdravotnických prostředků určených ke korekci zraku následovně:

Příspěvky ZP na brýlové obruby

děti do 6 let max. 3x ročně - příspěvek 300,15 Kč /ks

od 6 -15 let max 1x ročně - příspěvek 300,15 Kč /ks

nad 15 - ZP nepřispívá

Tvrzené silikátové brýlové čočky

Příspěvky ZP na plastové brýlové čočky

děti do 6 let sférické max. 3 páry ročně/ torické max. 2 páry ročně - příspěvek

od 6 -15 let max 1 pár za rok - příspěvek

nad 15 let, pouze u vady nad 10 D max 1 pár za 3 roky - příspěvek

Příspěvky ZP na prizmatické brýlové čočky

- děti do 6 let max. 3 páry ročně - příspěvek
- od 6 -15 let max 1 pár ročně - příspěvek
- nad 15 let max 1 pár za 3 roky - příspěvek

Příspěvky ZP na silikátové brýlové čočky

- děti do 6 let sférické max 1 pár za rok - příspěvek
 - torické max. 3 páry ročně - příspěvek
- od 6 -15 let max. 1 pár ročně - příspěvek

Příspěvky ZP na lentikulární brýlové čočky

- děti do 6 let pouze u vady nad 10 D max 3 páry za 3 roky
- od 6 -15 let, pouze u vady nad 10 D max 1 pár za rok- příspěvek
- nad 15 let, pouze u vady nad 10 D max 1 pár za 3 roky - příspěvek

Příspěvky ZP na bifokální brýlové čočky

- pojištěnci do 18 let s afakií, strabismem nebo omezenou schopností výměny brýlí na blízko-
příspěvek

Příspěvky ZP na vysokoindexové brýlové čočky

- hrazeny pouze se souhlasem revizního lékaře u pacientů s myopií s dioptrií nad - 10 D nebo poruchami centrálního zorného pole

Měkké kontaktní čočky

- hrazeny u oční vady nad 10 D, při dioptrickém rozdílu 3D a více dioptrií mezi pravým a levým okem.

(Jak jsou hrazeny brýle a proč došlo ke změnám? , ©2020)

6 PODNIKATELSKÝ PLÁN

Podnikatelský plán neboli business plán, je písemný dokument popisující všechny podstatné vnitřní a vnější okolnosti související s podnikatelským záměrem. Jedná se o formální shrnutí podnikatelských cílů, důvodu jejich reálnosti a dosažitelnosti. Shrnuje jednotlivé kroky vedoucí k dosažení těchto strategických cílů. Nejčastějším důvodem tvorby podnikatelského plánu v praxi je získání bankovní půjčky či investoru nutných k zahájení podnikatelské činnosti. Řada investorů preferuje z důvodů nedostatku času zpracování podnikatelského plánu formou MS PowerPointové prezentace. Struktura business plánu může mít mnoho podob, v konečném důsledku závisí na zhotoviteli podnikatelského a na požadavcích daného podniku. (Srpková, 2011, s.14), (McKeever, 2012, s. 178)

Projektový plán popisuje a objasňuje důvod existence firmy, její strategii, cíle podniku, vize a cestu vedoucí k realizaci vytyčených cílů. (Plátková, 2013, s. 187)

Struktura podnikatelského plánu podle Korába (2007, s. 73)

- Titulní strana
- Exekutivní souhrn
- Analýza odvětví
- Popis podniku
- Výrobní plán
- Marketingový plán
- Organizační plán
- Hodnocení rizik
- Finanční plán
- Přílohy

Struktura podnikatelského plánu dle Svobodové a Andera (2017, s.71)

- Shrnutí
- Charakteristika produktu a vlastníka

- Analýza trhu a zákazníka
- Analýza konkurence
- Analýza dodavatelů
- Personální zabezpečení
- Marketing
- Finanční plán
- Analýza rizik
- Hodnocení projektu
- Přílohy

Struktura podnikatelského plánu podle Srpové

- Titulní list
- Obsah
- Úvod, účel a pozice dokumentu
- Shrnutí
- Popis podnikatelské příležitosti
- Cíle
- Potenciální trhy
- Analýza konkurence
- Marketingová a obchodní strategie
- Realizační projektový plán
- Finanční plán
- Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu, rizika projektu
- Přílohy

6.1 Titulní list

Titulní strana podnikatelského plánu obsahuje obchodní název s logem firmy, jméno autora se všemi jmény společníků, dále datum založení, kontaktní údaje a sídlo podniku.

Často se zde uvádí také prohlášení, že informace v tomto dokumentu obsažené, jsou předmětem obchodního tajemství, jelikož jsou důvěrná a žádná část dokumentu nesmí být žádným způsobem reprodukována, kopírována nebo ukládána v tištěné či elektronické podobě bez písemného souhlasu autora. (Srpková, 2011, s.15)

6.2 Obsah

Hlavním účelem obsahu je učinit podnikatelský plán pro čtenáře přehlednější, čímž bude dosaženo jednodušší a rychlejší vyhledávání konkrétních informací. Obsah má být dlouhý na jednu až jednu a půl strany s maximálním členěním na nadpisy první, druhé a třetí úrovně. (Srpková, 2011, s.15)

6.3 Úvod

Úvod slouží k seznámení čtenáře dokumentu s účelem, rozsahem a úplností podnikatelského plánu, z důvodu eliminace nedorozumění s autorem. Je doporučeno zde napsat pozici dokumentu, aby bylo jasné, zda se jedná o finální verzi dokumentu nebo vstupní pracovní verzi, která bude posléze doplněna. (Srpková, 2011, s.15)

6.4 Shrnutí

Shrnutí lze chápat jako jasný a výstižný zhuštěný popis obsahující ty nejdůležitější informace ze všech částí podnikatelského plánu, v rozsahu vyplývajícího z charakteru podnikatelského záměru. V této části má být vyzdvížena hlavní myšlenka projektu, přínosy a také podnikatelský záměr. Je umístěno za úvodní stranou, ale zpracováno až jako poslední. Jedná se o nejdůležitější část dokumentu. Informace v ní obsažené jsou pro čtenáře velmi často rozhodující, zda má cenu číst celý podnikatelský plán do konce. Proto je důležitá ucelená forma textu vzbuzující zájem a zvědavost čtenáře. (Srpková, 2011, s.16)

6.5 Popis podnikatelské příležitosti

V této části jsou představeny podnikatelské příležitosti firmy, tedy ideální předpoklady pro realizaci podnikatelského záměru, např. nalezení mezery na trhu či nové inovativní technické

možnosti dosažení podnikatelských cílů. Stěžejní je přesvědčení čtenáře o současném ideálním načasování zavedení našich produktů (výrobků a služeb) na trh. Nedílnou součástí této kapitoly je charakteristika a popis výrobků a služeb, představení jejich konkurenčních výhod a užítka plynoucího z nákupu těchto produktů. (Srpová, 2011, s.16)

6.6 Cíle podniku

Přesné vymezení podnikatelských cílů je jednou z nejdůležitějších částí podnikatelského plánu. definuje konkrétní stav či bod kterého má být dosaženo a ke kterému bude podnik v následujících letech směřovat. Strategické cíle firmy jsou odvozené od celkové vize podniku, tedy obecných představ o budoucnosti firmy. Tvorbu strategických cílů podniku je nejčastěji realizována prostřednictvím vrcholového managementu firmy, formou SMART. (Zlamalová, 2009, s. 9-11) (Žůrková, Hana 2007, s. 15)

SMART definuje vlastnosti, jenž musí zvolené cíle splňovat (Růčková, 2019, s. 88)

S – specifické (specific)

M – měřitelné (measurable)

A – akceptovatelné (achievable)

R – reálné (realistic)

T – termínované (timed)

Cíle podniku jsou obvykle stanovené do pěti let s časovým upřesněním dílčích cílů na rok až dva roky. (Zlamalová, 2009, s. 9-11), (Srpová, 2011, s.17-18),

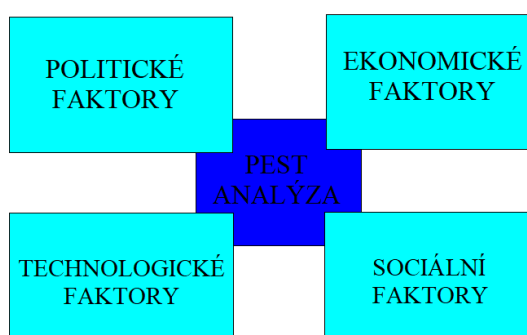
6.7 Potenciální trhy

Analýza odvětví je nejčastěji realizována prostřednictvím PEST analýzy, která hodnotí potenciální trh/y na který plánuje podnik vstoupit.

6.7.1 PEST analýza

Jedná se o analýzu makrookolí, která pomáhá hodnotit účinek vnějšího prostředí a změn jednotlivých faktorů ekonomiky na fungování firmy. PEST analýza je důležitým nástrojem strategického řízení. Jejím úkolem je nalezení vzájemných vazeb a následný odhad jejich účinku na naši firmu. (Sedláčková, 2006, s. 10) (Ižová, Katarína 2017, s. 19)

Za klíčové vlivy makroprostředí lze považovat politické (politicko-právní), ekonomické, sociální (sociokulturní) a technologické faktory, které tato analýza používá.



Obrázek 1 PEST analýza (vlastní zpracování)

Politicko-právní faktory – Jedná se o právní rámec tvořený legislativou státu spolu s aktuální a potenciální politickou situací státu, která tvoří společenský systém, ve kterém daná firma uskutečňuje svoji činnost. Řada legislativních změn a politických rozhodnutí může významně ovlivnit jakékoli podnikání. (Ižová, Katarína 2017, s. 19-21)

Ekonomické faktory – Tyto faktory se odvíjí od ekonomické situace země a úspěšnosti jejího hospodaření. Působení místní, národní a světové ekonomiky má vliv na prosperitu dané firmy. (Sedláčková, 2006, s. 17, (Ižová, Katarína 2017, s. 19-21)

Sociálně-kulturní faktory – Jsou dány strukturou společnosti, která je ovlivňována sociálními trendy a lokálními kulturními vlivy. Ty přináší nové hrozby a příležitosti spojené

s podnikáním. Mezi nejzásadnější patří změny spotřebitelského chování. (Kozel, 2006, s. 24) , (Ižová, Katarína 2017, s. 19-21)

Technicko-technologické faktory - Jde o faktory, které jsou dány dopady probíhajících technologických změn a vývojem nových vyspělých technologií. Mají vliv na podnikání a pokrok firmy. Dávají podniku možnost potenciální výhody na trhu. (Sedláčková, 2006, s. 18)

6.8 Analýza konkurence

Pro účely zhodnocení konkurence na trhu je nejčastěji používána Porterova analýza. Tato analýza je pro kvalitně zpracovaný bussines plán zcela zásadní, důležité zachovat určitou přehlednost a nezabíhat do přílišných detailů.

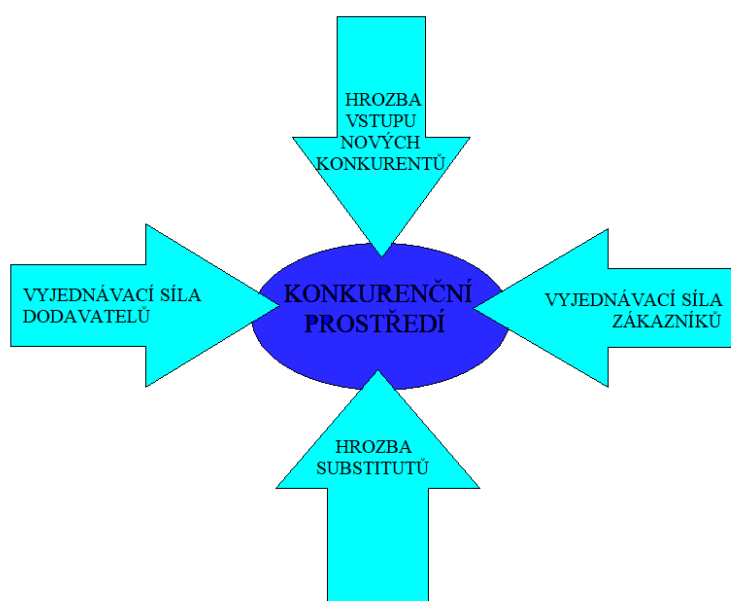
6.8.1 Porter analýza

Porterův pětifaktorový model konkurenčního prostředí neboli Porterova analýza je nejčastěji používanou analýzou mezoprostředí, jejímž autorem je Michael Porter. Slouží ke zmapování odvětví pro účely formulace business strategie. Zkoumá konkurenční pozice firmy pomocí faktorů představujících možné hrozby a příležitosti, které působí na vyjednávací pozici podniku na daném trhu. Mezi analyzované faktory patří těchto pět sil. (Červený, 2014, s. 68) ,(Barrow, 2018, s. 12)

- Stávající konkurence
- Hrozba potenciální konkurence
- Vliv dodavatelů
- Vliv zákazníků
- Hrozba substitučních produktů a služeb

Cílem této analýzy je pochopení vzájemného působení těchto sil. Jejich směr a intenzita v různé míře ovlivňuje budoucí prosperitu firmy. Je proto nutné zaměřit se na klíčové faktory a umět včas a správně reagovat na případné změny, které ovlivňují cenu a

nabízené množství daného výrobku či služby. (Kozel, 2006, s. 30), (Keřkovský, 2006, s. 53-54)



Obrázek 2 Porter analýza (vlastní zpracování)

Stávající konkurence

Rozbor konkurenčního prostředí stávajících firem na daném trhu poskytuje přehled o hlavních konkurentech daného podniku a přináší klíčové informace týkající se míry náročnosti získání zákazníků v budoucnu.

Důležitými faktory ovlivňujícími rivalitu konkurenčního prostředí trhu v daném odvětví a lokalitě jsou:

Velikost a struktura firem (velké řetězce, malé obchody)

Množství firem na daném trhu, v dané lokalitě (malá konkurence v okolí, mnoho konkurentů na trhu)

- Vstupní bariéry

- Podmínky dané poptávkou
- Cena a množství nabízeného zboží a služeb

Hlavním cílem bussines strategie podniku je zajištění co nejlepšího postavení firmy na danem trhu zboží a služeb, tak aby byla schopna co nejlépe čelit působení těchto pěti konkurenčních sil.

Hrozba potenciální konkurence

Jedná se o rozbor rizika potencionálního vstupu nových firem, které doposud nejsou součástí konkurenčního prostředí trhu. Nově vstupující konkurenti do daného odvětví přinášejí nové plány, strategie, inovace a kapacity. (Keřkovský, 2006, s. 53-54)

Hodnotí se pravděpodobnost rizika vstupu nových podniků na daný trh. Ta je dána výší vstupních bariér, mezi které patří:

- Založení živnosti / obchodní společnosti
- Kapitálová náročnost vstupních nákladů
- Přechodové náklady
- Odborná způsobilost k výkonu povolání
- Certifikace / povolení
- Odpovídající podnikatelské prostory a zázemí firmy
- Kvalifikovaný personál
- Legislativní opatření a státní zásahy

(Keřkovský, 2006, s. 53-54)

Vliv dodavatelů

Dodavatelé mohou do velké míry ovlivňovat cenu, kvalitu a rychlost dodání

Vyjednávací síla dodavatelů se odvíjí od míry závislosti dané firmy na konkrétním dodavateli, která souvisí s počtem alternativních dodavatelů na trhu u nás i v zahraničí. Míra konkurence mezi dodavateli v daném odvětví má také vliv na cenu, kvalitu a technologicko-inovativní postupy a rychlost výroby dodávaných produktů a služeb. Síla vlivu dodavatele na danou firmu závisí od:

- Počtu dodavatelů daných statků a služeb v odvětví
- Velikosti firmy a postavení firmy na trhu (míra důležitosti podniku pro dodavatele)
- Počtu dodavatelů substitutů u nás i v zahraničí
- Míry konkurence mezi dodavateli v dané oblasti

(Keřkovský, 2006, s. 53-54)

Vliv zákazníků

Vyjednávací síla odběratelů tlačí na snižování cen produktů a služeb. Může zásadním způsobem ovlivnit, konkurenční podmínky v daném odvětví.

Zákazník má silnou vyjednávací pozici v následujících případech:

- V případě velkého množství konkurentů na daném trhu
- Zákazník je velkým odběratelem produktů
- Pokud existuje pouze několik významných odběratelů
- Zákazník je silným distributorem mající vliv na další zákazníky a obchodníky
- V případě existence velkého množství substitutů

(Keřkovský, 2006, s. 53-54)

Hrozba substitučních produktů a služeb

Hrozba substitutů spočívá v náhradě určitého produktu nebo služby daného podniku jiným alternativním zbožím či službou, která vyřeší potřeby zákazníka. Míra vlivu substitutů spočívá ve výši jejich ceny, popularitě substitučních produktů či služeb a délky po jakou danou potřebu zákazníka naplňuje. V době technologického a inovativního pokroku se v některých případech může stát, že nový substituční produkt ukončí výrobu primárního produktu firmy, čímž kompletně přetvoří dané odvětví trhu. Je proto nezbytné pozorně sledovat ceny a kvalitu substitutů a dynamicky na tyto změny reagovat. (Keřkovský, 2006, s. 53-54)

6.9 Marketingová a obchodní strategie

Marketingová strategie je jasná představa o cestě vedoucí k dosažení marketingových cílů. Je vyjádřena pomocí třech částí. První představuje výběr a popis cílového trhu a jeho segmentace, která byla popsána v kapitole Potenciální trhy. Druhá část stanoví určení tržní pozice produktu spočívající v identifikaci konkurenčních výhod, odlišení se od konkurence a zanesení produktu do povědomí potenciálních zákazníků prostřednictvím efektivní komunikace a propagace. Poslední část se zabývá sestavením Marketingového mixu podniku. (Kotler, 2007, s. 678), (Srpová, 2011, s.17-18)

Marketingový mix

Jedná se o soubor marketingových nástrojů produktové, cenové distribuční a komunikační politiky podniku sloužící k dosažení marketingových cílů prostřednictvím řešení problémů a uspokojování potřeb zákazníků na daném trhu. (Jakubíková, 2012, s. 185-186)

Zahrnuje všechny prvky ovlivňující poptávku po nabízeném produktu. Klasickou podobu marketingového mixu tvoří několik vzájemně propojených prvků tzv. 4P (Kotler, 2007, s. 70)

- Product (produkt) - je jakýkoli výrobek či služba, kterou podnik nabízí na uspokojení potřeb zákazníka na cílovém trhu.
- Price (cena) - je určitá suma peněz, jenž je požadována za prodej daného produktu.
- Place (místo, distribuce) - je činnost firmy, která zajišťuje dostupnost produktu pro zákazníky.

- Promotion (marketingová komunikace) - sděluje přesný popis vlastností produktu tak aby zaujal konkrétního zákazníka.

V rámci těchto prvků jsou vytvořeny dílčí mixy, které jsou od nich odvozené. Jedná se o produktové mixy, cenové mixy, distribuční mixy a komunikační mixy v souvislosti s nimiž uvažujeme o vytvoření následujících dílčích mixů. Všechny složky marketingového mixu musí být vyvážené a musí vycházet ze zdrojů dané firmy. Je také nezbytné, aby dbal na dodržování etických norem a morálních zásad. (Kotler, 2007, s. 70-71)



Obrázek 3 Marketingový mix (vlastní zpracování)

Marketingový mix analyzuje vlivy trhu a usnadňuje komunikaci. Tvoří bázi pro rozložení lidských zdrojů a finančních prostředků určených k podnikání. Musí se odvíjet od strategických marketingových rozhodnutí, v opačném případě nebude zajištěno efektivní fungování marketingové strategie podniku. Analýzy vlivů trhu působící na marketingový mix poprvé použil profesor Neil H. z americké Borden Harvard Business School. (Jakubíková, 2012, s. 146)

4P marketingový mix je tvořen z pohledu daného podniku, jenž je producentem hodnot. Je však nutné brát v potaz také pohled zákazníka, který je obsažen v marketingovém mixu 4C

vytvořeným Robertem Lauterbornem. Propojení obou konceptů marketingového mixu 4P a 4C je ideálním řešením. (Kotler, 2007, s. 70-71), (Jakubíková, 2012, s. 146)

Tabulka 6 Marketingový mix 4P a 4C (vlastní zpracování)

4P	4C
Product (Produkt)	Customer value) Hodnota pro zákazníka
Price (Cena)	Cost to the customer (Náklady pro zákazníka)
Place (Místo, distribuce)	Convenience (Pohodlí)
Promotion (Marketingová komunikace)	Comunication (Komunikace)

6.10 Realizační projektový plán

Jedná se o časový harmonogram všech činností a dodavatelského zajištění firmy, který je velmi důležitou součástí při správném sestavování podnikatelského plánů. Realizační projektový plán má formu úsečkového diagramu, znázorňujícího plánované aktivity jako úsečky. (Srpová, 2020, s. 218),

Prvním krokem při sestavování tohoto, plánu je určení všech důležitých činností a úkolů, které je třeba zařídit při realizaci podnikatelského plánu organizace. Následně jsou plánované aktivity přiřazeny k předem vyznačeným termínům jejich dosažení. Úsečkový diagram znázorní plánované úkoly a dobu jejich trvání prostřednictvím úseček jenž přehledně znázorňuje délku trvání a ukončení jako pevně daný mezník. Z úsečkového diagramu lze jasně vyčíst jaká činnost má začít, jak dlouho má trvat a kdy skončí z čehož lze později vydedukovat termíny a výši investičních výdajů podniku. (Srpová, 2020, s. 218),

6.11 Finanční plán

Finanční plán je integrujícím článkem každé firmy, který transformuje všechny části podnikatelského plánu do finanční číselné podoby. Zjednodušeně řečeno rozděluje finance podniku pro jednotlivé strategické cíle. Poskytuje důležité informace případným investorům, obchodním partnerům, bankám a v neposlední řadě samotnému vedení podniku. Hlavním cílem je zajištění finančních prostředků pro realizaci dlouhodobou finanční udržitelnost bussines plánu tak, aby firma generovala dostatečný podnikatelský zisk k uskutečnění všech cílů podnikatelského plánu. (Srpková, 2011, s. 28), (Šiman, 2010, s. 156)

Finanční plán, vymezuje činnosti finančního managementu, které vyplývají ze strategie řízení podniku. Právě tvorba komplexního a uceleného finančního plánu firmy je hlavním přínosem sestavení podnikatelského plánu. (Srpková, 2011, s. 28) Finanční plán je základem koncepce podniku směřujícímu k rozvoji podnikatelského záměru. (Růčková, 2019, s. 92)

V případě založení nové firmy je zapotřebí sestavení zakladatelského rozpočtu. V první řadě je zcela zásadní, co nejpřesnější odhad objemu finančních prostředků potřebných k zahájení podnikání a rozhodnutí o způsobu jeho financování. Počáteční rozjezd firmy lze financovat samostatně z vlastních zdrojů, bankovním úvěrem nebo půjčkou či vkladem od společníka. Počáteční kapitál je využit k založení firmy, pořízení dlouhodobého majetku, zahájení podnikatelské činnosti a financování provozování nákladů. (Srpková, 2011, s. 28), (Šiman, 2010, s. 156-158)

Výstupy finančního plánu jsou tvořeny:

- počáteční rozvahou
- výkazem zisku a ztrát
- plánem peněžních toků (Cash-flow)

Z časového hlediska dělíme finanční plány:

- Krátkodobé finanční plány – sestavené na období do 1 roku
- Dlouhodobé finanční plány – sestavené na více než 1 rok

V praxi jsou oba plány vzájemně propojené, doplňují se čímž tvoří společný ucelený přehled v podobě jednoho finančního plánu. (Srpková, 2011, s. 28), (Šiman, 2010, s. 156-158)

6.12 Hlavní předpoklady úspěšnosti a rizika projektu

Rizika projektu představují negativní odchylky od cíle mající nepříznivý vliv na budoucí podnikání organizace. Míru rizikovosti projektu lze posoudit pomocí analýzy rizik. Kromě zhodnocení pravděpodobnosti vzniku rizikové situace je také nezbytná příprava preventivních opatření ke snižování rizik majících za cíl předcházet vzniku těchto situací případně minimalizovat jejich škody. Rizika můžeme rozdělit na ovlivnitelná a neovlivnitelná, dále na vnější a vnitřní. Analýzu rizik lze provést metodou analýzy citlivosti nebo pomocí expertního hodnocení, která je do jisté míry odborným odhadem. Předpoklady úspěšnosti, tedy žádoucích jevů podnikatelského projektu lze posoudit pomocí SWOT. (Hnilica, 2014, s. 53), (Srpová, 2011, s. 31-32),

6.12.1 SWOT analýza

Tato analýza, nazývaná také analýzou silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb, patří mezi nejnámější a nejpoužívanější analytické metody, kombinující prvky makro a mikrookolí. Jedná se o jednoduchý postup zaměřený na charakteristiku nejdůležitějších faktorů majících vliv na celkové postavení firmy na trhu. (Doležal, 2016, s. 229-230) (Matejun, 2013, s. 32),

SWOT analýza byla primárně navržena pro plánování a vyhodnocování strategie na podnikové úrovni u podniků řízených managementem. Musí vycházet z objektivních, relevantních a seriózních analýz, statistik a skutečností. Cílem této analýzy je zhodnocení, do jaké míry je stávající strategie podniku schopna reagovat na změny prostředí a jak se s těmito změnami vyrovnávají. SWOT analýza je složena se dvou následujících analýz. Analýzy SW (hodnocení silných a slabých stránek) a analýzy OT (hodnocení příležitostí a hrozeb). Tvorba této analýzy probíhá na základě informací čerpaných z vnitropodnikových analýz a hodnotících systémů podniku. V první fázi je nutné shromáždění klíčových výroků S, W, O, T v celkovém počtu kolem dvaceti. Následně jsou uspořádány do tabulky SWOT v řádcích (silné, slabé stránky) a v sloupcích (příležitosti, hrozby). Pro určení vztahu mezi faktory se používá zápis + (příznivý vliv), - (nepříznivý vliv) nebo 0 (neutrální vliv) dle následujícího obrázku. Následně dochází k vyhledání klíčových kombinací S-O, W-O a potenciálně ohrožující kombinaci W-T. Analýza těchto souvislostí může podnik posílit ve využívání svých příležitostí, a naopak umožní se vyhnout nebo efektivně čelit možným hrozbám. Takto zhotovená SWOT analýza může být velmi užitečným způsobem

sumarizace většího počtu analýz. (Křížek, 2014, s. 98), (Matejun, 2013, s. 32), (Karlíček, 2018, s. 238)

6.13 Přílohy

Tato část podnikatelského plánu nejčastěji obsahuje životopisy hlavních představitelů firmy. Schválení o provozování živnosti nebo výpis z obchodního rejstříku. Dále se v přílohách podnikatelského plánu často nacházejí důležité smlouvy podniku, povolení a potvrzení o splnění legislativních norem, graficky předlohy výrobků, finanční podklady související s podnikatelskou činností firmy. Záleží na konkrétním podniku, jaký rozsah příloh zvolí, v případě velkých firem může obsahovat i čtyřicet a více stran. (Srpová, 2011, s. 33), (Veber, 2012, s. 105)

7 ZÁVĚREČNÉ ZHODNOCENÍ TEORETICKÉ ČÁSTI

Teoretická část této diplomové práce se zabývá velmi aktuálním tématem založení oční optiky v České republice. Podnikání v oboru oční optiky a optometrie je aktuálně velmi žádaným odvětvím proto v posledních letech vznikají nové oční optiky jako houby po dešti. Aktuálnost tohoto tématu souvisí také s novelizací zákona č. 48/1997 o veřejném zdravotním pojištění v rámci kterého došlo od 1. 8. 2019, ke zrušení příspěvků zdravotních pojišťoven na velkou část optických korekčních zdravotnických pomůcek u osob starších 15 let. Tím se posílila spoluúčast pacientů na výdajích na zdravotnictví. Samotné zrušení těchto příspěvků má za cíl přesunout určitou část pacientů z přeplněných ordinací očních lékařů k optometristům do vyšetřoven očních optik, čímž dojde ke zkrácení čekacích doby a odlehčení oftalmologických zdravotnických zařízení. V rámci této změny dochází k popularizaci oboru optometrie a rozšíření povědomí o možnosti odborného vyšetření zrakových funkcí a metrického vyšetření refrakce oka s následným stanovením odpovídající korekce vízu přímo na pracovišti oční optiky. Toto propojení vyšetření s následným zhotovením vysoce individualizovaných optických korekčních pomůcek na jednom místě přináší klientovi mnoho výhod, kterých si často není vědom.

Co se týče dostupnosti a kvality české i cizojazyčné literatury, lze říci, že existuje velké množství odborné literatury týkající podnikatelského plánu a jeho konkrétních částí včetně všech analýz a marketingové strategie. Úplně jiná situace je v případě odborných publikací týkajících se podnikání v oboru oční optiky a optometrie v ČR. Z důvodů rychlého vývoje celého oboru souvisejícího s legislativními změnami v posledních letech, prakticky neexistuje ucelená odborná knižní publikace. V těchto kapitolách týkajících se legislativního rámce podnikání očních optik na území České republiky, historického vývoje oboru oční optiky a optometrie a charakteristiky profesí oční optiky a optometrie spolu s jejich kompetencemi, jsem ve velké míře čerpala z Metodiky zpracované firmou Rememedical pro SČOO (Společenstvo českých optiků a optometristů) a také z jednotlivých zákonů upravujících tuto problematiku.

Pátá kapitola zabývající se tématem financování optických zdravotnických prostředků poskytovaných v očních optikách je vypracována na základě novely zákona číslo 48/1997 Sb., o veřejném zdravotním pojištění a odborného článku vydaného VZP přehledně představujícího nové podmínky příspěvků veřejných zdravotních pojišťoven na tyto pomůcky.

Problematikou tvorby podnikatelského plánu se v rámci ČR zabývají hlavně autoři jako Srpová, Veber, Červený, Koráb, Sobodová. Z cizojazyčných autorů pak Colin Barrow, Mike McKeever, Matejun, Björn Lundén a mnoho dalších.

K vytvoření teoretické části diplomové práce byla použity převážně odborné knižní publikace v menší míře články zveřejněné na webových stránkách VZP a SČOO. Jelikož je projekt založení oční optiky dosazen do Olomouce s předpokladem expanze na český trh oční optiky, bylo nezbytné dominantní zastoupení českých autorů, v největší míře Srpové, podle které je zpracována celková struktura podnikatelského plánu.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

PODNIKATELSKÝ PLÁN OČNÍ OPTIKY EOOPTIK

7.1 Titulní list

Název: Oční optika EOOPTIK



Obrázek 4 Logo (vlastní zpracování)

Sídlo: Riegrova X, Olomouc 77900

Jméno podnikatele: Bc. Eva Ondraszková

Kontakt: Tel. kontakt: +420 602 710 049

Email: eooptik@gmail.com

Typ podnikání: Oční optika

Datum vzniku podnikání: XX.XX.XXXX

Právní forma: živnost vázaná – OSVČ

IČO: XXXXXXXX

DIČ: CZ XXXXXXXX

Typ financování: vlastní zdroje

7.2 Obsah

<u>PODNIKATELSKÝ PLÁN OČNÍ OPTIKY EOOPTIK</u>	45
<u>7.1</u> <u>TITULNÍ LIST</u>	45
<u>7.2</u> <u>OBSAH</u>	46
<u>7.4</u> <u>SHRnutí</u>	47
<u>7.5</u> <u>POPIS PODNIKATELSKÉ PŘÍLEŽITOSTI</u>	47
<u>7.6</u> <u>CÍLE PODNIKÁNÍ</u>	48
<u>7.7</u> <u>POTENCIÁLNÍ TRHY</u>	49
<u>7.8</u> <u>ANALÝZA KONKURENCE</u>	65
<u>7.9</u> <u>MARKETINGOVÁ A OBCHODNÍ STRATEGIE</u>	74
<u>7.9.1</u> <u>Vize</u>	75
<u>7.9.2</u> <u>Mise</u>	75
<u>7.9.3</u> <u>Marketingový Mix</u>	75
<u>7.9.4</u> <u>Požadavky na technické a věcné vybavení oční optiky</u>	85
<u>7.9.5</u> <u>Hygienické požadavky na provoz oční optiky</u>	87
<u>7.10</u> <u>FINANČNÍ PLÁN</u>	90
<u>7.10.1</u> <u>Zdroj financování</u>	90
<u>7.10.2</u> <u>Vstupní náklady</u>	90
<u>7.10.3</u> <u>Měsíční fixní provozní náklady</u>	92
<u>7.10.4</u> <u>Variabilní náklady</u>	92
<u>7.10.5</u> <u>Plán tržeb</u>	93
<u>7.10.6</u> <u>Výkaz zisku a ztrát</u>	95
<u>7.10.7</u> <u>Cash Flow</u>	96
<u>7.11</u> <u>HLAVNÍ PŘEDPOKLADY ÚSPĚŠNOSTI PROJEKTU, RIZIKA PROJEKTU - OT</u> <u>ANALÝZA</u>	96
<u>7.12</u> <u>Riziková analýza</u>	98

7.3 Úvod a účel

Účelem tohoto podnikatelského plánu je potvrzení předpokladu, že podnikatelská činnost oční optiky EOOPTIK je perspektivní s relativně rychlou návratností investovaných finančních prostředků. Realizace tohoto podnikatelského záměru proběhne na základě předložených výsledků projektových analýz a přesvědčivých argumentů na otevření nové oční optiky v centru Olomouce.

7.4 Shrnutí

Oční optika EOOPTIK bude zřízená jako malá soukromá oční optika v Olomouci. Podnik bude vedený vlastníkem Evou Ondraszkovou jako OSVČ majícím oprávnění podnikat v oboru oční optiky a optometrie na základě ukončeného vysokoškolského vzdělání v oboru optometrie. Bude také zastřešovat optometristickou praxi EOOPTIK. V prvních dvou až pěti letech bude optika zaměstnávat jednu/noho očního optika s vizí navýšení počtu zaměstnanců s předpokládaným rozšířením provozovny o optický brus.

Předmětem podnikání oční optiky EOOPTIK je poskytování služeb v oboru oční optiky a optometrie týkající se profesionálního vyšetření a měření zrakových funkcí s následným stanovením odpovídající korekce s možností aplikace a edukace v oblasti kontaktních čoček a brýlových optických pomůcek. Poradenství, výroba, prodej a opravy individuálních zdravotnických pomůcek sloužících ke korekci zraku.

7.5 Popis podnikatelské příležitosti

Vzhledem k úrovni nabídky současných poskytovatelů služeb oční optiky bude oční optika EOOPTIK nabízet široký sortiment zboží a služeb. Na základě analýzy potřeb klientů, lze podnikatelskou příležitost optiky EOOPTIK spatřovat v nabídce originálních, osobitých brýlové obruby přesně podle přestav zákazníka. Klient bude mít možnost objednání brýlových obrub u dodavatele dle jeho přání s možností vyzkoušení přímo v optice. Velkou příležitostí EOOPTIK představuje nabídka kvalitních a vysoce odolných dětských obrub, jejichž nabídka u konkurence je značně nedostatečná a představuje určitou mezeru na trhu oční optiky.

Poskytované služby jsou orientovány na klienty s očními refrakčními vadami, uživatele dioptrických i slunečních brýlí nebo nositele kontaktních čoček pobývajících v Olomouci a okolí.

Nabídka zboží a služeb:

- výroba brýlí
- metrická vyšetření refrakce oka
- stanovení refrakční vady: myopie, hypermetropie, astigmatizmu a presbyopie
- korekce vízu
- ultrazvukové čištění brýlí
- brýlové poradenství při výběru odpovídajících brýlových obrub a brýlových čoček
- prodej slunečních a sportovních brýlí
- prodej doplňkového sortimentu: brýlových pouzder, okluzorů, očních kapek, slunečních brýlových klipů, brýlových čistících prostředků, hadříků na brýle, brýlových řetízků a šňůrek
- prodej lup, dalekohledů
- prodej sortimentu ke kontaktním čočkám: pouzder a roztoků na měkké kontaktní čočky
- vyšetření a výběr odpovídajících kontaktních čoček s jejich následnou aplikací
- pravidelné oční kontroly u nositelů kontaktních čoček
- opravy a servis brýlí: rovnání a anatomické úpravy brýlí, výměna silonu, výměna koncovek, letování, výměna stranice, zatavení stěžejky, výměna flexu, náhradní díly (šroubky a maticky)

7.6 Cíle podnikání

Primárním cílem oční optiky EOOPTIK je rychlý průnik na vysoce konkurenční trh očních optik v centru Olomouce. Na základě individuálního přístupu k zákazníkům a široké nabídky kvalitních produktů chceme následně rozšířit portfolio služeb o online e-shopový prodej v horizontu jednoho roku od založení podniku. Naším dalším cílem je v průběhu prvních 2 let vytvořit pevnou základnu stálých uživatelů kontaktních čoček, kterým budou pravidelně poskytovány kvalitní produkty a služby v oblasti kontaktologie.

Do 5 let od založení podniku je v plánu pořízení automatického brusu a doplnění pobočky o druhého zaměstnance pro zábrus brýlových čoček, čímž dojde k zásadnímu urychlení procesu výroby a snížení nákladů na tyto služby.

7.7 Potenciální trhy

PEST analýza

Pro zhodnocení potencionálního trhu byla vybrána PEST analýzy. Jená se o analýzu hodnotící politicko-právní, ekonomické, sociálně-kulturní a Technicko-technologické prostředí

Politicko-právní prostředí

Oční optika EOOPTIK se sídlem v České republice s přesným umístěním v Olomouci. Lze očekávat stabilní podmínky z hlediska demokracie a bezpečnosti státu. Naopak lze i nadále očekávat poměrně časté změny a novelizace zákonů, které se týkají také podnikání Očních optik v ČR. Typickým příkladem je novelizace zákona 48/1997 o veřejném zdravotním pojištění, jež vedla ke změně úhrad zdravotnických prostředků sloužících ke korekci očních vad.

Další nedávné novelizace zákonů mající vliv na provoz očních optik proběhly se zavedením povinné elektronické evidence tržeb (EET) - zákon o evidenci tržeb č. 112/2016 Sb. A také změny zákona o ochraně osobních údajů č. 101/2000 Sb.

- **Právní úpravy:**

- Zákon č. 455/1991 Sb., Živnostenský zákon
- Zákon č. 268/2014, o zdravotnických prostředcích
- Zákon č. 634/1992, o ochraně spotřebitele
- Zákon č. 372/2011, o zdravotních službách
- Zákon č. 48/1997, o veřejném zdravotním pojištění
- Zákon č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, provádějící nařízení EU 2016/679 GDPR
- Zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví

- Zákon č. 96/2004 Sb., o nelékařských zdravotnických povoláních
- Zákon č. 110/2019Sb., o zpracování osobních údajů
- Zákon č. 18/2004Sb., o uznávání odborné kvalifikace a jiné způsobilosti státních příslušníků členských států Evropské unie a o změně některých zákonů (zákon o uznávání odborné kvalifikace)
- Zákon č. 123/2000Sb., o zdravotnických prostředcích a o změně některých souvisejících zákonů
- Zákon č. 106/1999Sb., o svobodném přístupu k informacím
- Zákon č. 300/2008Sb., o elektronických úkonech a autorizované konverzi dokumentů
- Zákon č. 361/2007Sb., nařízení vlády, kterým se stanoví podmínky ochrany zdraví při práci

V budoucnu lze očekávat další změny týkající se daňové politiky, pracovního práva a v neposlední řadě zákonů týkajících se kvalifikace, odborné způsobilosti a kompetencí Optometristy a Očního optika.

Do této kategorie politicko-právního prostředí spadají také vládní nařízení a vyhlášky, které jsou v případě přírodních a jiných katastrof nečekané a často mají zásadní vliv na podnikání očních optik. Vyhlášení nouzového stavu zapříčinilo zásadní narušení provozu očních optik z důvodů epidemiologických opatření, jež vedly k odlivu zákazníků z důvodů vládou nařízeného omezení pohybu osob mimo místa bydliště. Oční optiky sice patřily na seznam podniků, kterým byla udělena výjimka týkající se zachování provozu těchto zařízení i během nouzového stavu ale z důvodů nedostatku klientely byla většina provozovatelů nucena zavřít. Tato epidemiologicko-ekonomická krize zapříčinila úbytek očních optiky. Část malých podnikatelů byla nucena svou činnost definitivně ukončit.

• **Závěrečné shrnutí**

Politicko-právní prostředí skýtá mnoho příležitostí a hrozeb. Aktuálně největší hrozbu lze spatřovat v příchodu tzv. druhé vlny koronavirové nákazy a míře protiepidemiologických opatření v České republice které značně ovlivní celkovou ekonomickou situaci na trhu. Nová nařízení vlády týkající se dalšího omezení pohybu osob a provozu podniků může vést

celkové ekonomické i politické destabilizaci mající neblahý dopad na podnikatelskou činnost ve všech odvětvích. Co se příležitostí týče, lze díky kontinuálnímu lobistickému úsilí Společenstva českých optiků a optometristů předpokládat legislativní úpravy rozšiřující kompetence optometristů v ČR.

Ekonomické prostředí

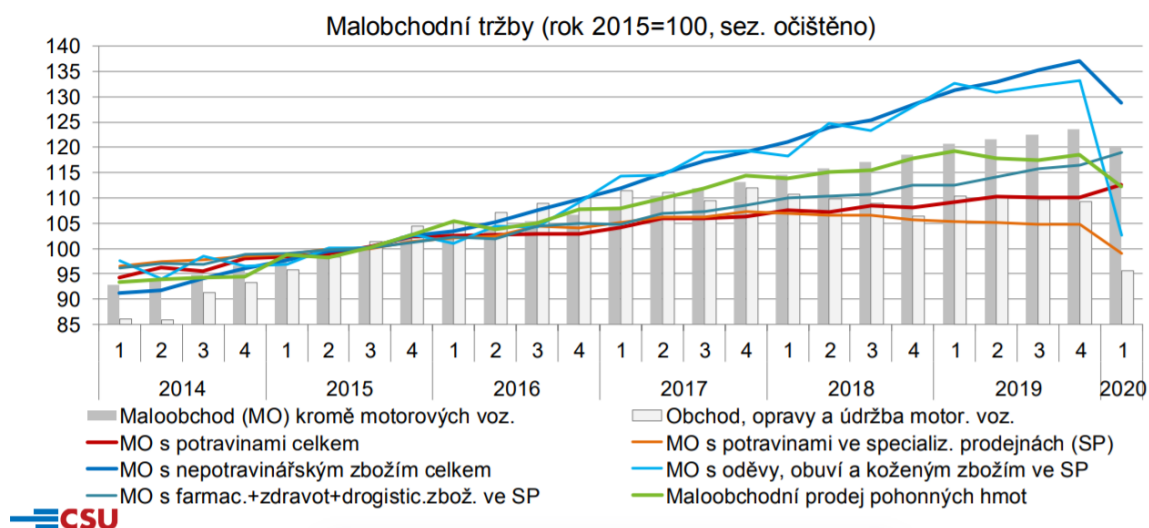
Nejčastějšími ekonomickými faktory, které budou mít vliv na podnikání oční optiky EOOPTIK, je výše daňového zatížení jednotlivého zboží a služeb. Dále nezaměstnanost v Olomouckém kraji, hospodářské výkyvy v prodeji a slevové akce. Ceny nájemních prostor a energií patří mezi další činitele, které budou mít dopad na provoz EOOPTIK. Také míra inflace na podnikání oční optiky, zvláště se to může projevit na cenách známých zahraničních značek obrub i brýlových čoček.

- **Daňové zatížení zboží a služeb oční optiky**

Dle pokynu D-213 o uplatňování daně z přidané hodnoty subjekty, které nejsou založeny nebo zřízeny za účelem podnikání a v odvětví zdravotnictví, školství a kultury, v návaznosti na zákon č. 588/1992 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů vyplývá, že zdanitelné plnění uskutečňovaná zařízeními oční optiky nejsou osvobozena od daně podle § 32 zákona. (Pokyn D - 213 ©2020)

Zboží a služby očních optik např. brýlové obruby, dioptrická skla, kontaktní čočky a jiné, podléhá zdanitelnému plnění v podobě daní.

Dle tiskové zprávy Českého statistického úřadu z 15. května 2020 vyplývá, že „více než šestiletý růst české ekonomiky se v 1. čtvrtletí zastavil. Hrubý domácí produkt meziročně reálně klesl o 2,2 %, ve srovnání s předchozím čtvrtletím se propadl o 3,6 %. K propadu došlo v průmyslu i ve službách.“ Zvlášť postižení byli maloobchodníci, kde tržby v březnu meziročně klesly o 9,3 %, což vedlo k poklesu v celém čtvrtletí o 0,7 %, tedy nejvíce za šest let. (Koronavirus zasadil ekonomice tvrdou ránu, ©2020)



Obrázek 5 Maloobchodní tržby r. 2015 (Koronavirus zasadil ekonomice tvrdou ránu, ©2020)

- **Nezaměstnanost**

Podle ČSÚ byl k datu 31.12.2019 podíl nezaměstnanosti v Olomouckém kraji 2,9 %. Z meziročního srovnání vyplývá, že se podíl nezaměstnaných osob v kraji snížil o 0,4 p. b. V meziokresním srovnání nezaměstnanosti v České republice z rok 2019 obsadil Olomoucký okres 37. místo s 2,6 % nezaměstnaností. V důsledku epidemiologicko-ekonomické krize došlo v první polovině roku 2020 k značnému nárůstu nezaměstnanosti v Olomouckém kraji, která dosáhla 3,68 %. (Nezaměstnanost v Olomouckém kraji k 31. 3. 2020 , ©2020)

Struktura nezaměstnanosti podle krajů České republiky k 31. 12. 2019

Pramen: Úřad práce ČR

	Uchazeči o zaměstnání v evidenci úřadu práce			Pracovní místa v evidenci úřadu práce	Dosažitelní uchazeči na jedno pracovní místo	Podíl nezaměstnaných osob ¹⁾ (v %)		
	celkem	z toho				celkem	ženy	muži
		dosažitelní vě věku 15-64 let	ženy					
Česká republika	215 532	196 285	108 718	340 957	0,58	2,9	2,9	2,8
<i>v tom kraje:</i>								
Hl. město Praha	17 955	16 298	9 402	74 905	0,22	1,9	2,0	1,8
Středočeský	23 592	21 357	12 456	59 039	0,36	2,4	2,6	2,3
Jihočeský	10 537	9 474	5 224	19 385	0,49	2,3	2,3	2,3
Plzeňský	9 811	8 737	5 045	37 876	0,23	2,3	2,4	2,2
Karlovarský	5 799	5 225	2 965	7 074	0,74	2,7	2,9	2,6
Ústecký	22 637	20 604	12 477	15 691	1,31	3,9	4,4	3,4
Liberecký	9 341	8 293	4 884	11 850	0,70	2,9	3,1	2,8
Královéhradecký	9 076	8 233	4 397	14 686	0,56	2,4	2,3	2,4
Pardubický	7 930	7 317	3 891	24 582	0,30	2,2	2,2	2,2
Vysočina	9 642	8 802	4 644	10 615	0,83	2,7	2,7	2,7
Jihomoravský	29 087	26 469	14 592	27 149	0,97	3,5	3,5	3,4
Olomoucký	12 818	11 859	6 359	9 652	1,23	2,9	2,9	2,9
Zlínský	10 000	9 066	4 724	12 140	0,75	2,4	2,3	2,5
Moravskoslezský	37 307	34 551	17 658	16 313	2,12	4,4	4,3	4,6

¹⁾ Podíl nezaměstnaných osob - podíl dosažitelných uchazečů ve věku 15-64 let ze všech obyvatel stejného věku

Obrázek 6 Struktura nezaměstnanosti podle krajů ČR (Nezaměstnanost v Olomouckém kraji k 31. 3. 2020, ©2020)

Struktura nezaměstnanosti podle okresů Olomouckého kraje k 31. 12. 2019

Pramen: Úřad práce ČR

	Uchazeči o zaměstnání v evidenci úřadu práce			Pracovní místa v evidenci úřadu práce	Dosažitelní uchazeči na jedno pracovní místo	Podíl nezaměstnaných osob ¹⁾ (v %)		
	celkem	z toho				celkem	ženy	muži
		dosažitelní vě věku 15-64 let	ženy					
Olomoucký kraj	12 818	11 859	6 359	9 652	1,23	2,9	2,9	2,9
<i>v tom okresy:</i>								
Jeseník	1 318	1 212	604	386	3,14	5,0	4,6	5,3
Olomouc	4 192	3 918	1 962	3 348	1,17	2,6	2,4	2,8
Prostějov	1 499	1 351	860	2 519	0,54	2,0	2,3	1,7
Přerov	3 017	2 786	1 607	1 843	1,51	3,3	3,6	3,1
Šumperk	2 792	2 592	1 326	1 556	1,67	3,4	3,3	3,5

¹⁾ Podíl nezaměstnaných osob - podíl dosažitelných uchazečů ve věku 15-64 let ze všech obyvatel stejného věku

Obrázek 7 Struktura nezaměstnanosti podle okresů Olomouckého kraje (Nezaměstnanost v Olomouckém kraji k 31. 3. 2020, ©2020)

- **Závěrečné shrnutí**

Největší hrozbou ekonomického prostředí je skokový nárůst nezaměstnanosti v důsledku koronavirové krize spolu s dalším poklesem HDP a poklesem maloobchodních tržeb. Naopak lze předpokládat, spíše pozitivní vývoj této epidemiologicko-ekonomické krize a zmírnění negativního ekonomického dopadu vlivem kompenzačních balíčků pro OSVČ, pozastavení elektronické evidence tržeb, rozšíření ošetřovného, nouzový balíček MZV a řada dalších vládních programů opatření a balíčků na podporu ekonomiky. Každá krize sebou nese řadu nových příležitostí, v případě této ekonomické krize došlo k rozšíření online obchodů a nárůstu e-shopových tržeb.

Sociálně-kulturní prostředí

Oblast sociálních a kulturních faktorů bude mít zcela určitě největší vliv na podnikání oční optiky EOOPTIK. Změny ve spotřebitelském chování zákazníků, nové módní trendy brýlových obrub a mění se popularita nejproslulejších značek či změny životního stylu zákazníků, to vše má, a i nadále bude mít největší vliv na podnikání očních optik. Zásadní vliv na vývoj sociálně-kulturního prostředí mají socioekonomické údaje.

- **Sociálně-kulturní údaje z oboru oční optiky a optometrie**

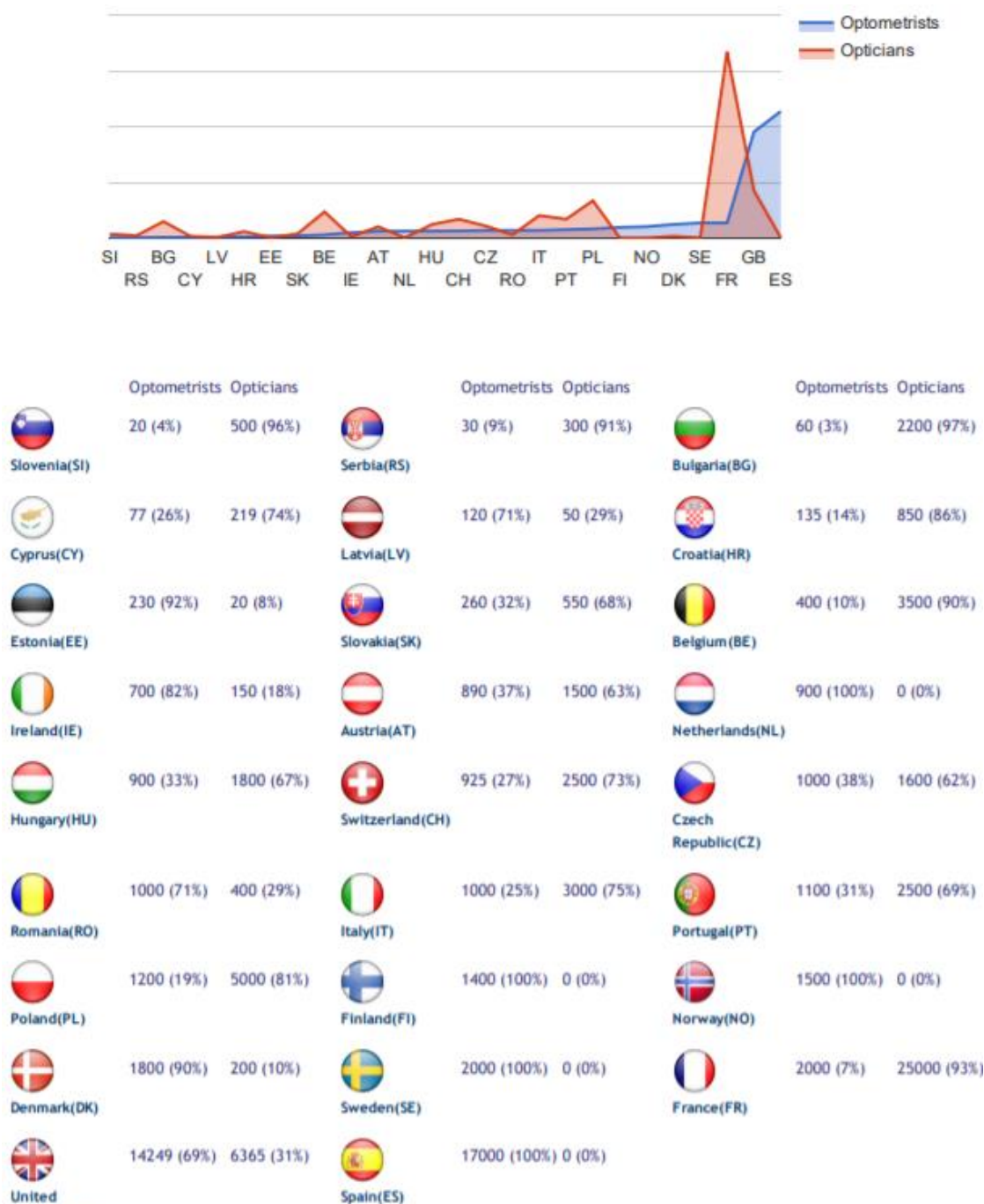
Na základě analýz vytvořených Evropskou radou optometrie a optiky (ECOO) v publikaci ECOO Blue Book 2015 udává 0,94 optometristů a 1,5 optiků na 100 000 obyvatel. Procentuálním srovnáním těchto profesí to činí 38 % optometristů k 62 % očních optiků. Co se týče procentuálního zastoupení nositelů kontaktních čoček v české populaci v roce 2015 dosahovali 3% zastoupení. Z praxe je ovšem patrné, že v posledních letech došlo k výraznému nárůstu uživatelů KČ, hlavně díky neustálému vývoji a výrobě nových tenčích pohodlnějších a prodyšnějších kontaktních čoček.



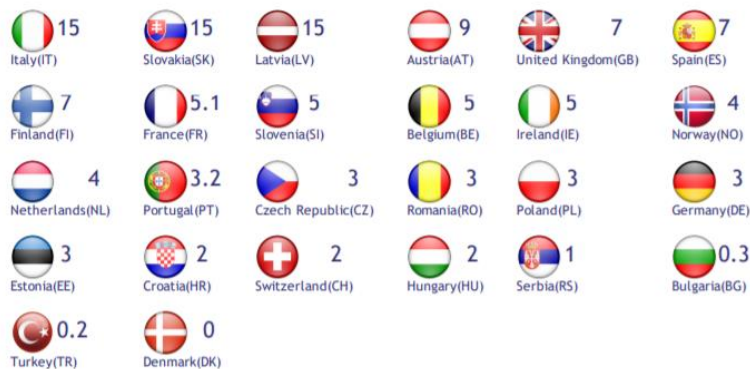
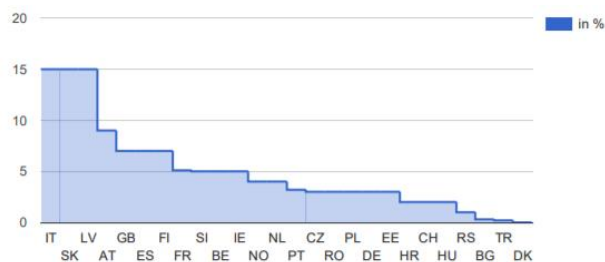
Obrázek 8 Graf procentuální zastoupení optometristů na 10 000 obyvatel (ECO Blue Book 2015 , ©2020)



Obrázek 9 Graf procentuální zastoupení optiků na 10 000 obyvatel (ECO Blue Book 2015 , ©2020)



Obrázek 10 Srovnání procentuálního zastoupení optometristů a optiků (ECO Blue Book 2015, ©2020)



Obrázek 11 Graf představující procentuální zastoupení nositelů kontaktních čoček (ECOO Blue Book 2015 , ©2020)

- **Důležité instituce v oboru oční optiky a optometrie**

Střední a vyšší odborné školy v ČR vzdělávající oční optiky:

- Vyšší odborná škola zdravotnická a Střední zdravotnická škola Praha 1, Alšovo nábřeží 6
- Střední zdravotnická škola a Vyšší odborná škola zdravotnická Brno, Merhautova 15
- Vyšší odborná škola - Diplomovaný oční technik, s.r.o. Pardubice, Masarykovo náměstí 1484
- Vyšší odborná škola zdravotnická, managementu a veřejnosprávních studií, s.r.o. Plzeň, Ledecká 35

Univerzity v ČR vzdělávající optometry:

- Univerzita Palackého, Přírodovědecká fakulta - Olomouc, 17. listopadu 1192/12
- Masarykova univerzita, Lékařská fakulta - Brno, Komenského náměstí 220/2
- ČVUT, Fakulta biomedicínského inženýrství - Kladno, Nám. Sítná 3105

- **Organizace a spolky sdružující optiky a optometristů**

Společenstvo českých optiků a optometristů (SČOO)

SČOO je odborným spolkem sdružujícím oční optiky a optometry. Vznikl v 1990 roce a v současnosti sdružuje přes 1000 optiků a optometristů z České republiky, tedy přes 50% odborníků z oboru. Hlavním cílem této organizace je podpora odborného vzdělávání a ochrana podnikání v oboru oční optiky a optometrie.

Česká kontaktologická společnost

Tato společnost je dobrovolným sdružením očních lékařů, optometristů, odborníků zabývajících se vývojem, výrobou, distribucí a aplikací kontaktních čoček a v neposlední řadě také výrobců a občanů majících vztah k oboru. Cílem této společnosti je rozvoj a popularizace poznatků z oboru kontaktologie. Sdružení dbá o zvyšování odborné úrovně

znalostí svých členů a podporuje vědecko-výzkumnou činnost v této oblasti. (Česká kontaktologická společnost, ©2020)

European Council of Optometry and Optics (ECOO)

Evropská organizace ECOO reprezentuje zájmy optometristů a optiků napříč Evropou. Jejím cílem je edukace veřejné sféry ohledně očního zdraví a tvorba klinických vzdělávacích standardů optometrické a optické praxe v celé Evropě. (European Council of Optometry and Optics, ©2020)

The European Academy of Optometry and Optics (EAOO)

Evropská rada optometrie a optiky je členskou organizací, která slouží pro vývoj v oblasti optiky a optometrie. Zároveň se podílí na tvorbě vědecké základny a poskytuje celoživotní vzdělávání v oblasti optometrie a optiky. (The European Academy of Optometry and Optics, ©2020)**

- **Pravomoci optometristy, dle legislativy jednotlivých evropských zemí**

Na základě základě níže uvedené tabulky zobrazující kompetence optometristů v jednotlivých evropských zemích. Mezi země s největším portfoliem kompetencí optometristů jednoznačně patří Velká Británie a Irsko spolu s Rakouskem, Norskem a Švédskem. Naopak nejmenšími pravomocemi disponují optometristé ve Francii, Slovinsku, Německu a České republice.

	Povoleno
	Praktikováno
	Zakázáno

Tabulka 7 Pravomoci optometristy, dle legislativy jednotlivých evropských zemí (ECOO Blue Book 2015 , ©2020)

	Rakousko	Belgie	Bulharsko	Švýcarsko	Česká republika	Německo	Dánsko	Estonsko	Španělsko	Finsko	Francie	Velká Británie	Chorvatsko	Irsko	Itálie	Nizozemsko	Norsko	Polsko	Portugalsko	Švédsko	Slovensko	Slovensko	
Prodej optických pomůcek	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green
Vyšetření předního segmentu oka	Green	Yellow	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Red	Green	Yellow	Green	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green
Vyšetření zadního segmentu oka	Green	Yellow	White	Green	Green	Green	Green	White	Green	Green	Red	Green	Green	Green	Red	Green	Green	Yellow	Green	Green	Yellow	Red	Green
Subjektivní refrakce	Green	Yellow	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green	Yellow	Green	Green	Green	Green
Objektivní refrakce	Green	Yellow	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Yellow	Green	Green	Green	Green	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green
Vyšetření binokulárního vidění	Green	Yellow	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Yellow	Green	Yellow	Green	Green	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green
Oftalmoskopie	Green	Yellow	White	Green	Green	Yellow	Green	Green	Green	Green	Red	Green	Green	Green	Yellow	Green	Green	Yellow	Green	Green	Yellow	Green	Green
Tonometrie	Green	Yellow	White	Green	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green	Red	Green	Yellow	Green	Yellow	Green	Green	Yellow	Green	Green	Green	Yellow	Green
Perimetrie	Green	Yellow	White	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Red	Green	Yellow	Green	Yellow	Green	Green	Yellow	Green	Green	Green	Yellow	Green
Předpis na brýle	Green	Yellow	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Red	Green	Yellow	Green	Green	Green	Green	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green
Předpis na KČ	Green	Yellow	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Red	Green	Yellow	Green	Green	Green	Green	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green
Vhodnost KČ	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Yellow	Green	Yellow	Green	Green	Green	Green	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green
Použití diagnostických léků	Yellow	Red	Red	Yellow	Red	Red	Red	Red	White	Green	Red	Green	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Green	White	Red
Vyšetření zraku řidičů	Green	Yellow	White	Green	Red	Green	Yellow	Yellow	White	Green	Yellow	Green	White	Green	Yellow	Green	Green	Yellow	Yellow	Green	Red	Red	Red
Vyšetření zraku u slabozrakých pacientů	Green	Yellow	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Yellow	Green	Yellow	Green	Yellow	Green	Green	Yellow	Green	Green	Yellow	Red	Red
Předpis pomůcek pro slabozraké	Green	Yellow	Yellow	Green	Red	Green	Green	Green	Green	Green	Red	Green	Yellow	Green	Red	Green	Green	Yellow	Green	Green	Green	Red	Red
Posílat k lékaři	Green	Green	Yellow	Green	Green	Red	Yellow	Yellow	Green	Yellow	Green	Green	Yellow	Green	Yellow	Green	Green	Yellow	Yellow	Green	Yellow	Red	Red
Detekce očních patologií	Yellow	Yellow	White	Green	Green	Red	Yellow	Green	White	Green	Red	Green	Yellow	Green	Red	Green	Green	Yellow	Yellow	Green	Yellow	Green	Green
Informovat lékaře o pseudoexfoliačním syndromu	Yellow	Yellow	White	Green	Yellow	Red	Red	White	White	Yellow	Red	Green	Yellow	Green	Yellow	Green	Green	Yellow	Yellow	Green	Yellow	Red	Red
Aplikace terapeutických léků	Yellow	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	White	Red	Red	Green	Red	Yellow	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Vyšetření před a po refrakční operaci	Green	Red	White	Green	Red	Red	Yellow	White	Green	Yellow	Yellow	Green	White	Green	Red	Yellow	Green	Yellow	Green	Green	White	Green	Green
Ortooptika	Yellow	Yellow	White	Green	Green	Green	Yellow	Yellow	Green	Green	Red	Green	White	Green	Yellow	Red	Green	Yellow	Green	Green	Yellow	Red	Green
Vyšetření sportovců	Green	Green	White	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Yellow	Green	Green	Green	Green	Yellow	Green	Green	Green	Yellow	Green
Vyšetření a předpis brýlí pro děti	Green	Yellow	White	Green	Red	Green	Green	Green	Green	Green	Red	Green	White	Green	Green	Green	Green	Yellow	Green	Green	Yellow	Green	Green
Úprava a poskytnutí brýlí pro děti	Green	Green	Green	Green	Red	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Yellow	Green	Green	Green	Green	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green

- **Socioekonomické údaje Olomouckého kraje**

Počet obyvatel: 631 836

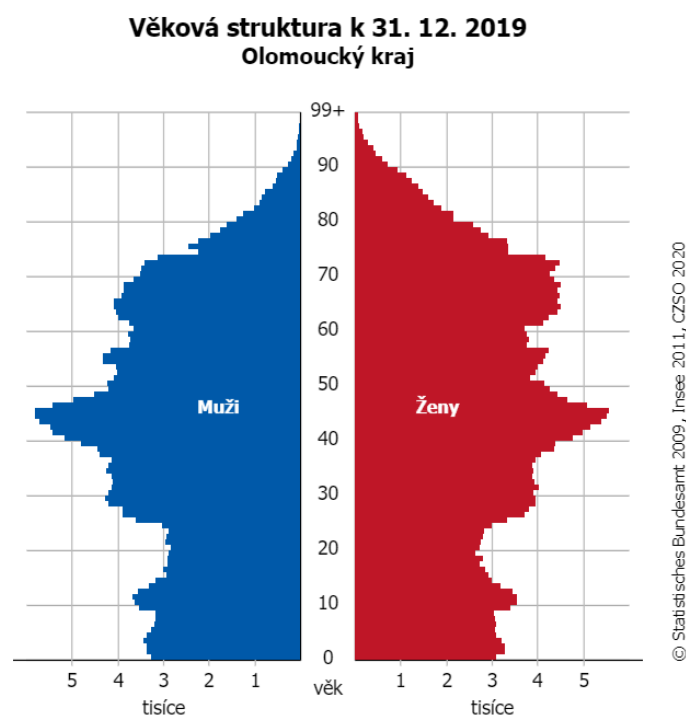
Průměrná hrubá mzda: 30 469 Kč

Nezaměstnanost: 3,68%

Hosté v ubytovacích zařízeních: 187 456

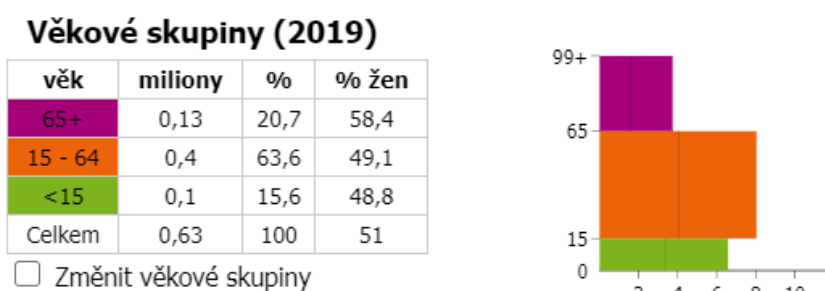
- **Struktura obyvatelstva v Olomouckém kraji**

Z výsledků grafů Českého statistického úřadu lze pozorovat nejpočetnější skupinu obyvatel ve věku ve věku 40- 50let dávající očním optikám příležitost velkého počtu potenciálních zákazníků. Tito zákazníci vstupující do tzv. presbiotického věku, kdy dochází k fyziologickému zhoršení vízu do blízka představují nejpočetnější část klientely nejbližších několika let. Z důvodů rychlé progresse stařecké vetchozrakosti v období 45 až 65 let představují tito lidé potenciálně nejčastější zákazníky očních optik.



Obrázek 12 Věková struktura (Věková struktura k 31. 12. 2019 Olomoucký kraj , ©2020)

Druhou nejpočetnější částí obyvatelstva jsou ženy a muži ve věku 60-75 let. Prakticky tato skupina představuje aktivní uživatele optických korekčních pomůcek. Díky ukončené progresi presbyopie, tito klienti investují podstatně vyšší částky do multifokálních a bifokálních brýlí, které jim vydrží delší dobu. Třetí skupinu reprezentují lidé ve věku 20- 30 let, velká část obyvatel se právě v tomto věku stává stálými zákazníky očních optik. Tato skupina tvoří nejpočetnější část nositelů kontaktních čoček. Demografické vývoj ve znamení stárnutí populace České republiky přináší očním optikám větší množství potenciálních zákazníků.



Obrázek 13 Věkové skupiny (Věková struktura k 31. 12. 2019 Olomoucký kraj , ©2020)

- **Počet obyvatel**

Z nejnovějších dat Českého statistického úřadu z 31.12.2019 vyplývá, že dochází k trvalému nárůstu počtu obyvatel v okrese Olomouc. Nejsilnější přírůstek obyvatel nastal v roce 2015, kdy činil 345 obyvatel. V minulém došlo k nárůstu obyvatel v tomto kraji o 140 osob. (Olomouc -okres Olomouc Demografický vývoj , ©2020)

	2015	2016	2017	2018	2019
Počet obyvatel celkem	100 154	100 378	100 494	100 523	100 663
v tom muži	47 355	47 473	47 615	47 632	47 748
podle pohlaví ženy	52 799	52 905	52 879	52 891	52 915
v tom 0-14	15 406	15 787	16 133	16 432	16 566
ve věku (let) 15-64	65 731	65 036	64 381	63 705	63 212
65 a více	19 017	19 555	19 980	20 386	20 885
Průměrný věk	42,2	42,3	42,4	42,5	42,7
Živě narození	1 220	1 255	1 226	1 262	1 114
Zemřelí	1 020	986	1 092	1 054	1 016
Přistěhovalí	2 405	2 420	2 424	2 416	2 688
Vystěhovalí	2 260	2 465	2 442	2 595	2 646
Přírůstek (úbytek) přirozený	200	269	134	208	98
stěhováním	145	-45	-18	-179	42
celkový	345	224	116	29	140

Obrázek 14 Počet obyvatel (Olomouc -okres Olomouc Demografický vývoj , ©2020)

- **Závěrečné shrnutí**

Příležitosti v sociálně-kulturní oblasti můžeme spatřovat hlavně v trvalém nárůstu počtu obyvatel v Olomouckém kraji. Město Olomouc je nazýváno Studentským městem místní trh je tedy obohacen o velkou část potenciálních klientů právě z řad studentů Univerzity Palackého v Olomouci. Demografický vývoj ve znamení stárnutí populace má na podnikání v oboru oční optiky a optometrie spíše pozitivní vliv v podobě většího množství zákazníků využívajících služeb optometristy a očního optika. Sociálně-kulturní prostředí v současné době nepřináší žádné zásadní hrozby mající vliv na podnikání v oboru oční optiky a optometrie v Olomouci.

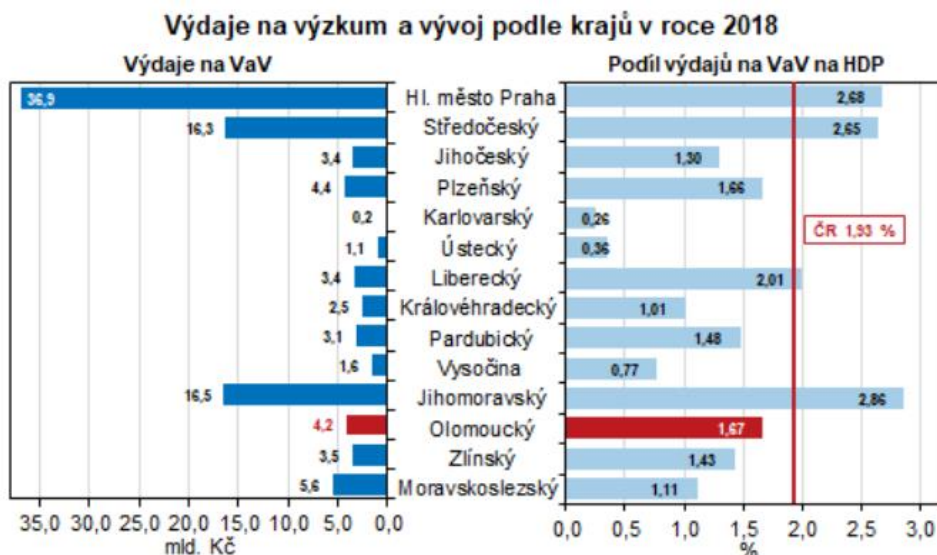
Technicko-technologické prostředí

Technologický vývoj má vliv na všechna odvětví podnikání a ani provoz oční optiky není výjimkou.

Velký technický pokrok v oboru oční optiky se týká vývoje automatických brusů sloužících k zábrusu brýlových čoček, které jsou dnes běžným, léta odzkoušeným standardem při výrobě dioptrických brýlí v Česku. Pořád dochází k technologickému vývoji a vznikají nové modely brýlových automatů doplněné o nové funkce a možnosti broušení nových vysokoindexových materiálů brýlových čoček.

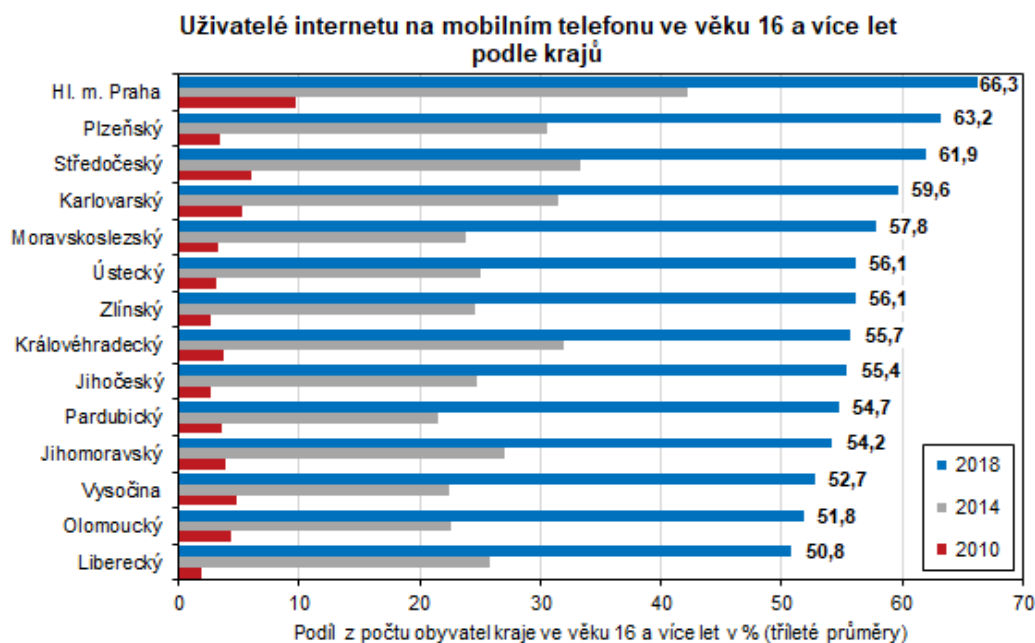
V případě materiálů brýlových čoček dochází k neustálému technologickému výzkumu a vývoji stále lehčích a odolnějších vysokoindexových materiálů, nových kvalitnějších povrchových úprav brýlových čoček a samozabarvovacích čoček transition, na které dnes výrobci a vývojáři cílí a budou mít v budoucnu vliv také na podnikání optiky EOOPTIK.

Co se týče celkového vývoje vědy výzkumu a informačních technologií v Olomouckém kraji, dle údajů ČSU z 31.12.2019 dosáhly celkové výdaje na vývoj a výzkum v Olomouckém kraji v roce 2018, 4,2 mld. Kč a zabývalo se jím 3 341 zaměstnanců. Meziroční zvýšení 23,4 % odpovídalo nejvyššímu zvýšení mezi všemi kraji.



Obrázek 15 Výdaje na výzkum podle krajů v roce 2018 (Výzkum, vývoj a informační technologie v Olomouckém kraj , ©2020)

Z výsledků vývěrového šetření o využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci vyplývá, že v Olomouckém kraji bylo v roce 2018 vybaveno počítačem 72,6 % domácností, podíl domácností s internetovým připojením 74,4%. V obou případech se jedná o druhé nejnižší procentuální zastoupení mezi kraji v České republice.



Obrázek 16 Uživatelé internetu na mobilním telefonu ve věku 16 a více let podle krajů (Výzkum, vývoj a informační technologie v Olomouckém kraj , ©2020)

Z šetření ČSÚ také vyplývá, že v roce 2018 provedlo internetový nákup za poslední rok 49,7% osob starších 16 let v Olomouckém kraji. Jedná se o druhý nejnižší podíl v mezikrajském srovnání.

- **Závěrečné shrnutí**

Z výše uvedených dat týkajících se vývoje technicko-technologického jednoznačně vyplývá, že v oblasti informačních technologií, výzkumu a vědy v Olomouckém kraji dochází k největšímu nárůstu celorepublikovém srovnání. Velkou příležitostí přináší navyšující se počet uživatelů internetu spojený s větší poptávkou v oblasti online nákupů formou eshopových objednávek. Také v důsledku koronavirové krize došlo ke značnému přesunu podnikatelské činnosti do online prostoru a skokovému nárůstu počtů online obchodů.

7.8 Analýza konkurence

Pro analýzu konkurence byla vybrána Porterova analýza 5ti konkurenčních sil, která si klade za cíl analyzovat následující konkurenční síly: stávající konkurence na trhu, potenciální konkurence, dodavatelé, odběratelé, substituty

Stávající konkurence na trhu

V současné době je poměrně velká konkurence jak na trhu očních optik v centru města Olomouc, tak v celorepublikovém měřítku. Konkurenci lze rozdělit na malé lokální oční optiky s jednou pobočkou a střední až velké řetězce s více pobočkami po celé ČR. V centru Olomouce se nachází 12 očních optik představující konkurenci pro námi zřízenou Oční optiku EOOPTIK. Byla provedena analýza těchto 12 očních optik v centru Olomouce na základě osobní návštěvy na prodejnách. Hlavními faktory analýzy jsou prostory oční optiky, výběr brýlových obrub, příslušenství ke kontaktním čočkám a celková prezentace oční optiky.

Hodnocení konkurenčních optik probíhalo na základě důkladného šetření prostřednictvím osobní návštěvy každé prodejny s následným odborným subjektivním hodnocením. Obecně lze říci, že všichni konkurenti nabízejí prakticky totožné služby, s výjimkou eshopové nabídky zboží, totéž nelze říci o přístupu personálu a úrovni poskytovaných služeb.

Tabulka 8 Srovnání konkurence na trhu očních optik v centru Olomouce (vlastní zpracování)

Oční optiky	Prostory oční optiky	Výběr dioptrických obrub	Výběr dioptrických obrub pro děti	Výběr slunečních brýlí	Výběr příslušenství ke kontaktním čočkám	Doba zhotovení dioptrických brýlí	Přístup personálu	Celková úroveň služeb	Marketing a webové stránky	E-shop	Body
FOKUS optik - Horní nám.	4	4	4	5	4	1	5	4	4	4	81
FOKUS optik - Denisova	2	3	3	5	3	1	4	4	4	4	76
Eiffel optic – Moritz	2	1	2	2	1	3	3	2	1	2	36
Eiffel optic - Šantovka	2	1	2	2	1	3	2	2	1	2	34
Grand Optical	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	60
Dr. Klain	4	5	4	3	2	3	5	5	5	5	86
Oční optika Herlango	2	3	2	2	3	5	4	3	2	x	51
Oční optika Beryl	4	4	3	3	4	3	5	4	3	x	70
Gemini oční optika	1	2	1	1	2	3	3	2	5	4	49
Oční optika Tana	1	1	4	2	1	3	3	3	1	x	39
Optika Tomik	3	3	2	4	2	4	1	4	1	x	49
Prooptik	2	4	2	4	5	5	5	4	4	x	80
Váha bodu v jednotlivých parametrech	1	3	1	2	2	1	2	3	3	2	

Bodové hodnocení:

1 bod - nedostačující

2 body - podprůměrné

3 body - průměrné

4 body - nadstandartní

5bodů - vysoce nadstandartní

Největším konkurentem na trhu očních optik v České republice je FOKUS optik a. s., jedná se o největší řetězec očních optik v ČR. V centru Olomouce má tento řetězec celkem dvě pobočky a společně tvoří největšího konkurenta na místním trhu.

- **FOKUS optik Horní náměstí**

Prostory se tato optika řadí mezi nejlepší v Olomouci, zároveň disponuje velkou nabídkou dioptrických brýlových obrub i slunečních brýlí. Nabízí také dětské sluneční brýle což není v centru Olomouce samozřejmostí. Optometrista na této pobočce zajišťuje, jak měření refrakce, tak aplikaci kontaktních čoček. Výjimečný je také příjemné vystupování personálu, který je schopen objektivně posoudit požadavky zákazníka. Velkou výhodou je také možnost eshopových objednávek produktů a online systém rezervace vyšetření

- **FOKUS optik Denisova**

Při porovnání obou poboček FOKUS optik v Olomouci je pobočka na Denisově starší verzí pobočky na Horním náměstí, hlavně co se týče prostor a celkové prezentace pobočky. Příjemným překvapením je bohatá nabídka slunečních brýlí polarizovaných, zrcadlových i gradálových. Velkou výhodou oproti konkurenci je přítomnost oční lékařky a optometristky přímo na pobočce. Tato pobočka stejně jako výše zmíněná provozovna nabízí možnost online systému objednání a možnost dodání eshopových zakázek s vyzvednutím a platbou na pobočce což přináší zákazníkovi velkou výhodu v možnosti vyzkoušení zboží

- **Eiffel optic Moritz**

- **Eifel optic Šantovka**

Jedním z významnějších konkurentů, celorepublikově i v centru Olomouce, je řetězec Eiffel optic a. s. V centru Olomouce má dvě pobočky. Obě jsou téměř shodné, co se týče nabídky i prostor. E-shop Eiffel se řadí k horším, jelikož není specifikován pouze sortiment oční optiky a pobočka pak funguje pouze jako výdejna zboží. Co se týče celkových služeb řadí se tyto pobočky mírně pod průměr, výhodou je snad pouze standardní doba zhotovení deset dní. Na pobočce je přítomen optometrista, který zajistí měření zraku i aplikaci kontaktních čoček. Poskytované služby lze hodnotit jako průměrné. U odborné veřejnosti se tato společnost netěší příliš pozitivnímu hodnocení.

- **Grand Optical**

Společnost Grand Optical se řadí k druhé nejúspěšnější na území ČR. V centru Olomouce má jednu pobočku, a to v obchodním domě Šantovka. Obecně se tato pobočka řadí k průměru optik v centru Olomouce, čehož dosahuje také možností měření zraku a aplikace kontaktních čoček. Výhodou snad může být vlastní značka příslušenství ke kontaktním čočkám a poměrně bohatý výběr dioptrických obrub. Velkou nevýhodou je neprovázanost e-shopu s pobočkami, tato služba je marketingově i koncepčně značně nedotažená. Spokojenost zákazníků s nabízenými službami Grand Optical je vcelku průměrná, úspěch na trhu pramení hlavně z marketingového tažení a reklamní popularity této značky.

- **Dr. Klain**

Řetězec optik Dr. Klain se řadí k menším řetězcům v ČR. V centru Olomouce má jednu pobočku, která se těší velké popularitě na místním trhu. Z výsledků analýzy, je patrné že tato optika je největším konkurentem pro nově vznikající oční optiku EOOPTIK. Nabídkou brýlových obrub, přístupem personálu a celkovou prezentací se Dr. Klain řadí k těm nejlepším v Olomouci. Velkou výhodou této společnosti je přehledný e-shop, řada reklam a doporučení mnoha očních lékařů. Běžný sortiment výrobků a služeb očních optik je u Dr. Klain doplněn o možnost využití eshopu této společnosti. Poskytované optometristické služby jsou zde na opravdu vysoké úrovni.

- **Oční optika Herlango**

Česká společnost Herlango s.r.o. je méně rozšířeným řetězcem optik na Moravě. V centru Olomouce se nachází jedna pobočka. Prezentací a nabídkou se tato optika řadí k lepšímu průměru v centru Olomouce. Nevýhodou této optiky může být lokalizace, kdy se nachází v obklopení více známých a rozšířených optik jako jsou Eiffel optic a FOKUS optik. Samozřejmostí je také možnost vyšetření zraku a aplikace kontaktních čoček. Jedná se o

optiku se zábrusem brýlových čoček přímo na pobočce. Což přináší velikou výhodu oproti ostatním optikám. Doba zhotovení standardních dioptrických brýlí zde činí pouhé dva dny.

- **Oční optika Beryl**

Mezi místní optiky patří také oční optika Beryl. V centru Olomouce má pouze jednu pobočku, celkově v Olomouci jsou pak dvě. V centru Olomouce se řadí k nejlepším. Mezi přednosti této optiky patří jak prostory, tak nabídka módních a značkových obrub a možnost měření zraku a aplikace kontaktních čoček. Největší výhodou je pak nabídka příslušenství ke kontaktním čočkám a neobvykle krátká doba zhotovení, pouhé dva dny.

- **Gemini oční optika**

Gemini oční optika s.r.o. vznikla pod záštitou soukromé oční kliniky. Společnost Gemini disponuje vícero optikami po celé ČR. Nespornou výhodou této společnosti je napojení na sesterskou oční kliniku, poskytuje tedy informace o nabídce oční chirurgie v očních klinikách Gemini. V centru Olomouce se nachází pouze jedna pobočka oční optiky. Velikou nevýhodou této pobočky jsou prostory a nedostatečná nabídka brýlových obrub. Obecně lze říci, že nabídka služeb této optiky je spíše podprůměrná.

- **Oční optika Tana**

Oční optika Tana se řadí k místním optikám. V centru Olomouce se nachází pouze jedna pobočka. Prostory a nabídkou dětských a slunečních brýlí se řadí k horším v centru Olomouce. Na rozdíl od jiných ale nabízí bohatou škálu dioptrických obrub. Výhodou této optiky je určitá provázanost s oční klinikou Tana poskytující služby oční chirurgie v Olomouci. Služby optiky patří mezi průměrné.

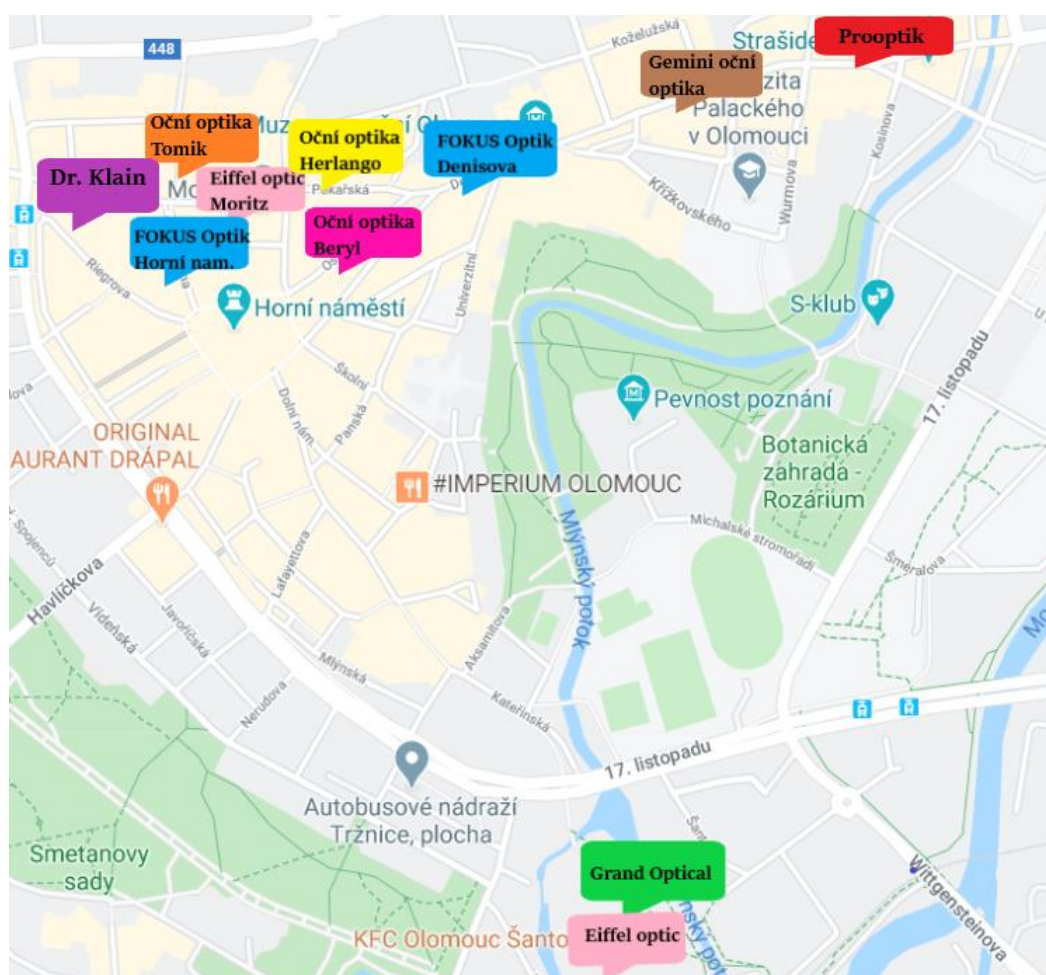
- **Optika Tomik**

Další z lokálních očních optik je Optika Tomik. Nabídkou dioptrických a slunečních brýlí se řadí k lepšímu průměru. Výjimečná je nabídka značkových a luxusnějších obrub. Velikou výhodou je krátká doba zhotovení brýlí v porovnání s jinými optikami v centru Olomouce je tato služba rozhodně nadstandartní. Tato optika stejně jako její konkurenti poskytuje služby spojené s opravami brýlí, měřením zraku s následným stanovením odpovídající korekce a v neposlední řadě kontaktologické služby.

- **Prooptik**

Poslední z místních optik je Prooptik. Tato společnost je na trhu očních optik v Olomouci 19 let. Jedná se o představitele malé soukromé optiky v okrajové části centra. Tato optika je

ze všech výše zmíněných konkurentů, koncepčně i strategicky nejvíce podobná naší optice EOOPTIK. Jeho výhodou jsou webové stránky, které u lokálních optik nejsou samozřejmostí. Další předností této optiky je široká nabídka příslušenství ke kontaktním čočkám a krátká doba zhotovení dioptrických brýlí, hned na druhý den po objednání a velmi vstřícný a milý personál na profesionální úrovni. Prooptik patří do skupiny největších konkurentů na místním trhu nabízející klasický sortiment zboží a služeb poskytované v očních optikách



Obrázek 17 Mapa konkurence v centru Olomouce (vlastní zpracování)

Hrozba potenciální konkurence

Riziko vstupu nových konkurentů na stávající trh oční optiky v Olomouci se odvíjí od výše vstupních bariér. Tyto překážky stanoví zejména odborné vzdělání/ odborná způsobilost

v oboru optometrie či oční optiky, případné stanovení odborného zástupce zastřešující odbornou činnost z důvodů splnění zvláštních podmínek provozování oční optiky vyplývající z živnostenského zákona stanovujícího podmínky ohlašovacích vázaných živností. Další bariérou vstupu lze spatřovat v určité administrativní náročnosti hlavně v případě podnikání formou právnické osoby. Největší vstupní bariérou je nutnost vysoké vstupní investice a odpovídající prostory pro provoz oční optiky s optometristickou praxí. Lze tedy konstatovat, že vstup nových konkurentů do odvětví ve srovnání s jinými obory není příliš náročný.

Vliv dodavatelů

Obor oční optiky na českém trhu působí poměrně velké množství tuzemských i zahraničních dodavatelů brýlových čoček, brýlových obrub, kontaktních čoček a doplňkového sortimentu. Tito dodavatelé jsou si vzájemně velkou konkurencí. Velké řetězce, které odebírají velké množství oblíbeného zboží daného dodavatele, často dostávají na tuto značku exkluzivní privátní odběr a zamezí prodej této produktů u konkurence v dané lokalitě. To stanoví určitou nevýhodu pro menší živnostníky a malé nově vzniklé optiky, které mají oproti velkým odběratelům určitou nevýhodu zapříčiněnou spíše, tlakem konkurenčních optik na dodavatelé. Přesto lze říci, že velká nabídka vzájemně konkurujících dodavatelů majících za cíl získat a udržet si své odběratele a motivovat je k navýšení zakázek zvyšuje vyjednávací sílu odběratelů. Dodavatelé často vychází očním optikám vstříc, nabídkou množstevních slev v případě odběru většího množství výrobků či možností bezplatné výměny nebo vrácení zboží. V případě kontaktních čoček jsou dnes již standardem bezplatné vzorky zkušebních kontaktních čoček.

- **Vybraní dodavatelé brýlových obrub pro oční optiku EOOPTIK**

Luxottica Group SpA - v celosvětovém měřítku se jedná o největší společnost vyrábějící brýlové obruby. Tato italská společnost se sídlem v Miláně je lídr na trhu v oblasti designu, výroby a distribuce módních, luxusních a sportovních brýlí. Její portfolio zahrnuje značky jako: Ray-Ban, Oakley, Vogue Eyewear, Persol, Oliver Peoples, Arnette, Costa del Mar a Alain Mikli, stejně jako licencované značky včetně Giorgio Armani, Burberry, Bulgari, Chanel, Coach, Dolce & Gabbana, Ferrari, Michael Kors, Prada, Ralph Lauren, Tiffany & Co., Valentino a Versace.

Safilo Group - jedná o jednoho z celosvětových leaderů ve výrobě luxusních brýlových obrub. Tato společnost se sídlem Italské Padově je vlastníkem značky Safilo, Polaroid, Carrera, Oxydo, Smith Optics a držitelem licence pro výrobu brýlí světoznámých značek jako: Boss, Boss Orange, Hugo, Dior, Fendi, Gucci, Jimmy Choo, Marc by Marc Jacobs, Max Mara, Max&Co., Pierre Cardin, Saint Laurent a Tommy Hilfiger.

Eschenbach Optik - dceřiná společnost jednoho z největších výrobců optických pomůcek na světě Eschenbach Optik GmbH se sídlem v Norimberku a zároveň jediného výrobce na světě s nabídkou brýlových obrub a slunečních brýlí z originálního materiálu titanflex.

Ing. Jiří Chyba - SILLUSTANI - Velkoobchod zboží pro oční optiky, nabízející brýlové obruby italské značky Incredible a francouzské značky Oxibis group, mezi něž patří značky Dilem, Oxibis, Exalto a Joo-ly.

- **Vybraní dodavatelé brýlových čoček pro oční optiku EOOPTIK**

Carl Zeiss spol. s r.o. - Mezinárodně působící technologická společnost s vedoucím postavením v oblasti optického a optoelektronického průmyslu. Společnost Carl Zeiss sídlí v Oberkochenu na jihozápadě Německa a od svých počátků se věnuje intenzivnímu technologickému vývoji v oboru oční optiky.

ESSILOR - OPTIKA, spol. s r.o. - Společnost Essilor se věnuje intenzivnímu výzkumu, iniciátorem technologického pokroku v oboru oční optiky. Jedná se o předního výrobce brýlových čoček působícího na trhu již 160 let.

Omega Oprix s.r.o. - Český výrobce oční optiky působící na trhu již 25 let.

- **Vybraní dodavatelé kontaktních čoček pro oční optiku EOOPTIK**

CooperVision - Tato společnost je jedním z největších výrobců kontaktních čoček na světě.

Alcon - Celosvětový lídr v péči o zrak, působící na trhu více než 70leté. Společnost Alcon má silné základy ve špičkových inovacích a převratných technologiích

Johnson & Johnson - Dodavatel kontaktních čoček značky ACUVUE společnosti ACUVUE The Vision Care Institute®, dnes známé pod názvem Johnson & Johnson Institute je globálním výrobcem kontaktních čoček.

Bausch & Lomb - Divize společnosti Valeant Pharmaceuticals International. Tato americká společnost je jednou z nejznámějších a nejuznávanějších farmaceutických společností na světě a nabízí nejširší a nejkvalitnější řady přípravků pro péči o zdraví očí včetně kontaktních čoček a roztoků, léčivých přípravků, nitroočních čoček a dalších produktů pro oční chirurgii.

- **Vybraní dodavatelé doplňkového sortimentu pro oční optiku EOOPTIK**

Dioptra Turnov s.r.o. - Český výrobce optických pomůcek specializující se na prodej lup, dalekohledů, mikroskopů a svítidel

COLOR-OPTIK CZ s.r.o - Přední distributor produktů pro oční optiky, fungující na českém i slovenském trhu.

Petr Kazda- Breitfeld & Schliekert – Rodinná firma působící na českém trhu od roku 2000, vzniká jako dceřina společnost globálně působící společnosti Breitfeld & Schliekert GmbH. Firma nabízí veškeré profesionální vybavení renomovaných výrobců od přístrojového vybavení, příslušenství, náradí přes náhradní díly a široký sortiment doplňkového zboží očních optik.

Vliv zákazníků

Průměrná doba životnosti dioptrických brýlí se pohybuje nejčastěji v závislosti od věku uživatele a míry progresu očních vad od 2 do 5 let. Vyjednávací síla zákazníka je do určité míry dána množstvím optik v okolí, které si vzájemně konkurují. Velká část zákazníků obchází více očních optik v okolí za účelem získání co nejvýhodnější ceny výrobku či služby splňující jejich individuální potřeby. Mnoho zákazníků přistupuje ke koupi dioptrických či slunečních brýlí na popud konkrétních pro ně výhodných slevových akcí, využívaných hlavně většími řetězci očních optik. Vyjednávací síla zákazníků se vlivem zvyšující se konkurence na s oční optikou zvyšuje. Typickým příkladem je bezplatné poskytování služby měření zraku v očních optikách, které se za podmínek následné koupě individuálně zhotovených dioptrických brýlí stává jakýmsi standardem.

Hrozba substitučních produktů a služeb

Mezi substituty v oboru oční optiky lze považovat nabídku laserových operací a výměny nitroočních čoček sloužících ke korekci vízu. V obou případech se jedná o miniinvazivní zákroky spojené s vyšší jednorázovou investicí, která se liší v závislosti od zvolené metody,

cen daného centra a případných slev. Obecně se tyto zákroky pohybují od 20 000 do 50 000 tisíc za obě oči. Odrazujícím faktorem je určitá míra bolestivosti těchto invazivních zákroků, již dříve zmíněna vyšší jednorázová investice a také nestálost pooperačního výsledku s pravděpodobností vzniku odchylek či následné pooperační progresi očních vad.

Dalším substitučním zbožím poměrně oblíbeným u lidí jsou takzvané hotovky. Jedná se o velmi levné masově vyráběné neindividualizované brýle se stejnými plusovými dioptrickými hodnotami na obou očích prodávané v drogeriích, supermarketech a lékárnách. Tyto brýle nelze považovat za plnohodnotnou vysoce individualizovanou korekční optické pomůcky přesně vyměřené dle individuálních parametrů budoucího uživatele.

Tabulka 9 Hrozba substitučních produktů a služeb (vlastní zpracování)

Intenzita působení ovlivňující budoucí prosperitu Oční optiky EOOPTIK			
Analyzované faktory	Nízká	Střední	Vysoká
Stávající konkurence na trhu			X
Hrozba potenciální konkurence		X	
Vliv dodavatelů	X		
Vliv zákazníků		X	
Hrozba substitučních produktů a služeb	X		

7.9 Marketingová a obchodní strategie

Marketingový plán je neodmyslitelnou součástí podnikatelského plánu. Jako první je představena vize a mise EOOPTIK, následuje marketingový mix oční optiky skládající se

ze čtyř částí: produkt, cena, umístění oční optiky a marketingová komunikace zaměřena na propagaci podniku.

7.9.1 Vize

Naší vizí je stát se vyhledávanou a uznávanou oční optikou v Olomouci a nejbližším okolí, známou díky originalitě výrobků a individuálnímu přístupu ke klientům. Oční optika EOOPTIK bude usilovat o trvalý rozvoj firmy, založený na znalosti potřeb zákazníků a dobrých partnerských vztazích s dodavateli.

7.9.2 Mise

Hlavní misí našeho podniku je zajištění profesionálních, komplexních služeb a servisu v oboru oční optiky a optometrie.

7.9.3 Marketingový Mix

Návrh marketingového mixu EOOPTIK vychází z přístupu 4P – Produkt (Product), Cena (Price), Umístění (Place), Marketingová komunikace (Promotion) (Björn, 2014, s. 12)

Produkt

V případě podnikání oční optiky EOOPTIK se produktem rozumí výrobky (individuálně zhotovené optické korekční pomůcky) i služby poskytované optometristou a očním optikem.

Tabulka 10 Ceník dioptrických obrub (vlastní zpracování)

Produktové řady dioptrických obrub	Cena
Základní A	500 Kč
Základní B	1 000 Kč
Základní C	1 500 Kč
Prémiové A	2 000 Kč
Prémiové B	2 500 Kč
Prémiové C	3 000 Kč
Značkové A	3 500 Kč
Značkové B	4 000 Kč

Značkové C	4 500 Kč
Luxusní A	5 000 Kč
Luxusní B	5 500 Kč
Luxusní C	6 000 Kč
Na přání- individuální výběr z katalogů	Cena obruby + 500 Kč

Tabulka 11 Ceník dětských dioptrických obrub (vlastní zpracování)

Produktové řady dětských dioptrických obrub	Cena
Základní A	500 Kč
Základní B	1 000 Kč
Základní C	1 500 Kč
Prémiové A	2 000 Kč
Prémiové B	2 500 Kč
Prémiové C	3 000 Kč
Značkové A	3 500 Kč
Značkové B	4 000 Kč
Na přání- individuální výběr z katalogů	Cena obruby + 500 Kč

Tabulka 12 Ceník slunečních brýlí (vlastní zpracování)

Produktové řady slunečních brýlí	Cena
Základní A	500 Kč
Základní B	1 000 Kč
Základní C	1 500 Kč
Prémiové A	2 000 Kč
Prémiové B	2 500 Kč

Prémiové C	3 000 Kč
Značkové A	3 500 Kč
Značkové B	4 000 Kč
Značkové C	4 500 Kč
Luxusní A	5 000 Kč
Luxusní B	5 500 Kč
Luxusní C	6 000 Kč
Na přání- individuální výběr z katalogů	Cena obruby + 500 Kč

Tabulka 13 Ceník sortimentu ke kontaktním čočkám (vlastní zpracování)

Sortiment ke kontaktním čočkám	Cena
Roztok Biotrie 360 ml	340 Kč
Roztok Biotrue 120 ml	160 Kč
Roztok Biotrue Flight Pack 2x60 ml	210 Kč
Roztok ReNu Multiplus 360 ml	350 Kč
Roztok ReNu Multiplus 120 ml	180 Kč
Roztok Opti-Free PureMoist 300 ml	320 Kč
Roztok Opti-Free PureMoist 90 ml	175 Kč
Roztok Opti-Free Express 355 ml	335 Kč
Roztok Opti-Free PureMoist 90 ml	190 Kč
Roztok Hy-Care 360 ml	365 Kč
Roztok All in One Light 360 ml	345 Kč
Pouzdro na kontaktní čočky	30 Kč
Pouzdro na kontaktní čočky - sova	110 Kč
Pouzdro na kontaktní čočky 3D	100 Kč

Oční kapky Refresh 15 ml	220 Kč
Systane Ultra zvlhčující oční kapky 10 ml	275 Kč
Oční kapky Comfort Drops 20 ml	200 Kč

Tabulka 14 Ceník doplňkového sortimentu (vlastní zpracování)

Doplňkový sortiment	Cena
Zeiss sada proti zamlžení brýlí	350 Kč
NO FOG sprej proti zamlžení 60 ml	225 Kč
No FOG protizamlžovací gel 10 g	210 Kč
Čistící roztok na brýle 100 ml	110 Kč
Čistící roztok na brýle 30 ml	50 Kč
ZEISS vlhčené čisticí ubrousky 30 ks	150 Kč
Šňůrky a řetízky na brýle:	
Řetízek na brýle	50 Kč
Šňůrky na brýle - kůže	35 Kč
Šňůrky na brýle – silon	15 Kč
Sluneční polarizační klipy na brýle	120 Kč
Dětské zarážky na stranice	80 Kč
Šroubováček na dotažení brýlí	85 Kč
Okluzory Pro-optha junior Mini (100ks)	395 Kč
Okluzory Pro-optha junior Maxi (100ks)	395 Kč
Okluzory Opticlude Mini (100ks)	410 Kč
Okluzory Opticlude Maxi (100ks)	410 Kč
Lupy	- dle aktuální nabídky lup na prodejně

Tabulka 15 Ceník optometristických služeb (vlastní zpracování)

Optometristické služby	Cena
metrická vyšetření refrakce oka, stanovení refrakční vady + korekce vizu DÁLKA	300 Kč (v případě zhotovení kompletní brýlové zakázky ZDARMA)
metrická vyšetření refrakce oka, stanovení refrakční vady + korekce vizu DÁLKA + BLÍZKO	400 Kč (v případě zhotovení kompletní brýlové zakázky ZDARMA)
metrická vyšetření refrakce oka, stanovení refrakční vady + korekce vizu DÁLKA + BLÍZKO + PC individualizace	500 Kč (v případě zhotovení kompletní brýlové zakázky ZDARMA)
1. aplikace kontaktních čoček - nový klient - edukovat je v oblasti užívání KČ - výběr odpovídající KČ - zaučení aplikace KČ - vyšetření předního segmentu oka - zkušební KČ + edukační brožurka	700 Kč
1. aplikace kontaktních čoček - nový klient - výběr odpovídající KČ - vyšetření předního segmentu oka - zkušební KČ + edukační brožurka	400 Kč
Kontrola u nositelů kontaktních čoček - vyšetření předního segmentu oka - kontrola vizu v KČ - případná úprava hodnot nebo změna KČ	150 Kč

Tabulka 16 Ceník oprav a úprav brýlí (vlastní zpracování)

Opravy a úpravy brýlí	Cena
Ultrazvukové čištění	30 Kč
Oprava jednoduchá	50 Kč
Oprava složitá	100 Kč
Letování	200 Kč
Výměna šroubku / matičky / vložky / kotvičky	20 Kč
Výměna silonu	100 Kč
Výměna sedýlka	50 Kč
Výměna flexu	600 Kč
Výměna stranice - bez flexu	200 Kč
Výměna stranice - s flexem	300 Kč

Cena

Konkrétní částku zhotovených dioptrických brýlí nelze stanovit, z důvodů širokého cenového rozpětí brýlových obrub i brýlových čoček s přihlédnutím na vysoce individuální požadavky každého zákazníka. Klient má na výběr z velké škály povrchových úprav, barevných provedení a v neposlední řadě typu brýlových čoček volených dle oční vady pacienta a účelu použití splňující potřeby zákazníků.

Ceny výrobků a služeb jsou tvořeny na základě analýzy cen konkurenčních optik v centru Olomouce.

Prodejní cena brýlí v optice bude tvořena podle standartního vzorce:

$$\text{nákupní cena} \times 2,5 + \text{DPH} = \text{prodejní cena}$$

Umístění oční optiky

Oční optika EOOPTIK se bude nacházet na ulici Riegrova samotném centru Olomouce. Obchodní prostory oční optiky o ploše 48 m² se nachází v přízemí a disponují výlohou orientovanou do vysoce frekventované ulice vedoucí na Horní náměstí Olomouce.



Obrázek 18 Mapa umístění oční optiky EOOPTIK (vlastní zpracování)

V okolí optiky se nachází několik tramvajových zastávek. S Hlavního nádraží se k nám dostanete přímou tramvajovou linkou a 3,4,6,7 jedoucí na zastávku Náměstí hrdinů odkud je to k nám asi 2 minuty chůze nebo linkou 2 s výstupem na zastávce U sv. Mořice s následnou 5 minutovou chůzí vedoucí přes Horní náměstí a Riegrovu ulici ke dveřím naší optiky.

Nejbližší možnost parkování se nachází poblíž hotelu Trinity, další možnosti parkování v centru se nachází v části Tržnice plocha a v obchodním domě Šantovka.

Z okrajových částí Olomouce a přilehlých obcí doporučujeme použít přímou autobusovou dopravu MHD Olomouc konečnou stanicí jedné z mnoha autobusových zastávek na Náměstí hrdinů odkud je to do naší optiky jen 2 minuty chůze.

Tabulka 17 Otevírací doba (vlastní zpracování)

Otevírací doba oční optiky EOOPTIK	
Pondělí	9:00 – 17:30
Úterý	9:00 – 17:30
Středa	9:00 – 17:30
Čtvrtek	9:00 – 17:30
Pátek	9:00 – 17:30

Obrázek 19 Vizualizace oční optiky EOOPTIK ((DACHI Pronájem obchodního prostoru 48 m² Olomouc Riegrova kraj, ©2020)

Marketingová komunikace

Marketingovou komunikaci bude optika realizovat prostřednictvím svých webových stránek s eshopem, dále bude aktivně prezentovat a komunikovat s potenciálními zákazníky na sociálních sítích. Nejlepší reklamou je osobní doporučení věrného zákazníka pro tyto zákazníky jsou připraveny slevové bonusy na další nákup. V rámci komunikace se

zákazníkem budou vytvořeny vizitky optické optiky EOOPTIK a informační letáky informující o otevření nové oční optiky v Olomouci.

- **Tvorba profilu na sociálních sítích Facebook a Instagram**

Dalším velmi důležitým komunikačním prvkem dnešní doby jsou sociální sítě. Založení profilu na Facebooku a Instagramu rychle rozšíří povědomí mezi uživateli. Presentovány zde budou novinky spojené s provozem a slevové akce optické optiky EOOPTIK. Na obou profilech budou zveřejněny kontaktní údaje a nabídka služeb s fotodokumentací výrobků a spokojených zákazníků. Oba profily budou pravidelně aktualizovány majitelkou optiky. Klienti se zde mohou rychle informovat a obracet se na optiku se svými dotazy na které jim bude obratem odpovídáno.

- **Tvorba vizitek**

Vizitky budou vytvořeny majitelkou s předpokladem osobního předání klientům na pobočce optické optiky EOOPTIK a také v ordinacích očních lékařů v Olomouci.



Obrázek 20 Vizitka (vlastní zpracování)

Tabulka 18 Tvorba vizitek (vlastní zpracování)

Vizitky	1000 ks
Časová náročnost	1 h
Naklady na tisk	500 Kč

- **Tvorba informačních letáků**

Informační letáky budou navrženy majitelkou oční optiky. Letáky v počtu 300 ks budou rozdány na strategických místech v centru Olomouce cca týden před otevřením oční optiky. Zbývajících 200 ks bude po domluvě umístěno v čekárnách ordinací očních lékařů v Olomouci.



Obrázek 21 Leták (vlastní tvorba)

Tabulka 19 Tvorba letáků (vlastní zpracování)

Letáky	500 ks
Časová náročnost	2 h
Naklady na tisk	1 000 Kč

- **Struktúra webových stránek**

Webové stránky www.eooptikeshop.cz budou vytvořeny a spuštěny před samotným otevřením oční optiky, tak aby byli potencionální klienti dopředu informováni o přesném datu slavnostním otevření EOOPTIK. Úvodní stránka webu bude disponovat následujícími záložkami:

O nás - představení oční optiky EOOPTIK ,naše vize a cíle , jak se k nám dostanete – popis + mapa, provozní doba

Akce - aktuálně probíhající akce a novinky

Produkty a služby - přehledný seznam s ceníkem produktů a služeb které nabízíme

Měření zraku - Informace o možnosti měření zraku, tel. kontakt pro možnost telefonického objednání, online objednávkový systém s možností s výběrem dne a hodiny vyšetření

Kontaktní čočky - Informace možnosti kontaktologického vyšetření a první aplikaci kontaktních čoček u našeho optometristy , tel. kontakt pro možnost telefonického objednání, online objednávkový systém s možností s výběrem dne a hodiny, sdělení o námi nabízených kontaktních čočkách značky CooperVicion, Bausch & Lomb, Alcon a Acuvue dostupných v naší optice

Skla - seznam dodavatelů brýlových čoček se

Kontakt - tel. číslo, webové stránky, provozní doba

E-shop - bude spuštěn během prvního roku podnikání

Tabulka 20 Tvorba webových stránek s eshopem (vlastní zpracování)

Webové stránky s eshopem	Cena
Návrh a tvorba	5 000 Kč
Měsíční provoz	1 000 Kč

7.9.4 Požadavky na technické a věcné vybavení oční optiky

Jedním ze základních požadavků k získání oprávnění poskytování optometristické praxe v zařízení oční optiky je splnění zákonných požadavků na technické a věcné vybavení prostor určených k poskytování zdravotnických služeb v oboru optometrie. Tyto požadavky

stanovuje vyhláška č. 92/2012 Sb., o požadavcích na minimální technické a věcné vybavení zdravotnických zařízení v příloze č.1 a 2)

Požadavky na zdravotnické zařízení pro optometristickou praxi:

- Umístění v nebytových prostorech
- Prostory musí být zkolaudovány jako zdravotnické zařízení
- Musí tvořit provozně uzavřený, funkčně provázaný celek s připojením k veřejné telefonní síti (pevné nebo mobilní)
- Musí být zajištěna dodávka pitné vody, její ohřev a také systém vytápění a větrání (přírozeného nebo formou umělé ventilace)
- Minimální podlahová plocha vyšetřovny optometristy: 13m²
- Minimální podlahová plocha čekárny pro zákazníky vybavená nábytkem pro sezení: 7 m²
- Umístění WC s umyvadlem: může být společné pro pacienty i personál

Věcné a přístrojové vybavení

- Nábytek pro práci optometristy a očního optky (pracovní stoly, stoly na přístroje a nástroje, skříně, police, stojany na brýle, kartotéka, další nábytek optické dílny)
- Židle /křesla pro pacienty a zaměstnance
- Stoly na přístroje, nástroje a opravy
- Skříně
- Vyšetřovací svítidlo
- Vyšetřovací křeslo
- Brýlová skříň
- Zkušební obruba
- Optotypy
- Štěrbinová lampa
- Autorefraktometr nebo skiaskop
- Vybavení k určení barvocitu

- Fokometr
- Přístroj k měření zakřivení oční rohovky
- Ultrazvuková čistička

7.9.5 Hygienické požadavky na provoz oční optiky

Dle zákona o ochraně veřejného zdraví a dále též vyhlášky č. 306/ 2016 Sb., je každý poskytovatel zdravotních služeb povinen činit hygienická, protiepidemická opatření a stanovit účinné postupy vedoucí k předcházení vzniku a šíření infekcí. Zdravotnickým zařízením se oční optika stává v momentě zřízení optometristické praxe v rámci které, dochází k poskytování zdravotních služeb nelékařskými zdravotnickými pracovníky (optometry). Poskytovatel zdravotních služeb je dále povinen v provozním řádu zakotvit konkrétní hygienické postupy týkající se zásad osobní hygieny zdravotnických pracovníků poskytujících zdravotní služby, zásady úklidu prostor určených k poskytování zdravotních služeb s ohledem na charakter poskytované zdravotní péče.

Zásady stanovené provozním řádem:

- Optometristé jsou při poskytování zdravotních služeb povinni používat vhodné osobní ochranné prostředky.
- Zdravotní pracovníci dodržují zásady osobní hygieny a k vyšetření přistupují až po důkladném umytí rukou, přičemž k utírání rukou musí použít jednorázové papírové ubrousky uložené v krytých zásobnících.
- Zdravotnické prostředky určené k opakovanému použití se čistí a dezinfikují dle návodům k tomu určeným.
- Úklid optometristického vyšetřovny denně na mokro (v případě potřeby častěji) v prostorách vyšetřovny musí být umístěna odpovídající lehce omyvatelné podlahová krytina (kobercové podlahové krytiny nejsou vhodné).
- Malování prostor vyšetřovny nejméně jednou za 2 roky.
- Poskytovatel zdravotních služeb je povinen k úklidu vyčlenit odpovídající nástroje a přípravky s virucidním účinkem.

Co	Jak	Čím	Kdy
Autorefrak- tometr	Bradová opěrka je ošetřena odtrhnutím starého papírového podbradníku. Čelní opěrka je ošetřena desinfekčním prostředkem.	Papírové ubrousky, desinfekční prostředek (Desprej)	Po každém použití.
Štěrbinová lampa	Bradová opěrka je ošetřena odtrhnutím starého papírového podbradníku. Čelní opěrka je ošetřena desinfekčním prostředkem.	Papírové ubrousky, desinfekční prostředek (Desprej)	Po každém použití.
Zkušební brýlová ob- ruba	Nosník a koncovky jsou ošetřeny desinfekčním prostředkem.	Papírové ubrousky, desinfekční prostředek (Desprej)	Po každém použití.
Plocha stolu určená pro aplikaci kontaktních čoček	Desinfekční prostředek je nastříkán na plochu stolu, nechá se působit dle návodu a poté je setřen papírovým ubrouskem do sucha.	Papírové ubrousky, desinfekční prostředek (Desprej)	Po každém použití.
Ostatní plo- chy stolů a přístrojů	Teplou vodou se saponátem a desinfekčním prostředkem je povrch omyt.	Savo, saponát (Jar), teplá voda	Jednou týdně v pátek.
Keramické obklady	Teplou vodou se saponátem a desinfekčním prostředkem je povrch omyt.	Savo, saponát (Jar), teplá voda	Jednou týdně v pátek.
Kontaktní místa (kliky, držadla)	Teplou vodou se saponátem a desinfekčním prostředkem je povrch umyt.	Savo, saponát (Jar), teplá voda	Jednou týdně v pátek.

Podlaha místnosti	Podlaha se zamete a vytře.	Savo, teplá voda	Denně, zpravidla po zavírací době, dle potřeby i vícekrát denně.
Odpad (běžný)	Sběr do určených košů.	Koš se sáčky – PE folie	Každý den po skončení pracovní doby.
Ruce - klient	Teplou vodou a mýdlem, osušení do papírových ubrousků z krytého podavače. Použité ubrousky jsou vyhozeny do odpadkového koše.	Tekuté mýdlo, papírové ubrousky	Před nácvikem nasazování kontaktních čoček.
Ruce - optometrista	Teplou vodou a mýdlem z dávkovače, osušením do papírových ubrousků, nanesení desinfekce, nechá se 30s působit, poté se vetře do sucha.	Septoderm – gel, běžné tekuté mýdlo, papírové ubrousky	Vždy před každým vyšetřením.

Obrázek 22 Hygienický plán provozovny oční optiky a vyšetřovny (vlastní obrázek)

7.10 Finanční plán

Finanční plán zachycuje hospodaření nově vznikající oční optiky EOOPTIK. V první řadě bude představen způsobu financování zahájení podnikání. Dále bude vytvořen co nejpřesnější rozbor vstupních nákladů potřebných k zahájení podnikání. Následně

7.10.1 Zdroj financování

Vstupní náklady podniku budou financován z vlastních zdrojů majitelky

7.10.2 Vstupní náklady

Tabulka 21 Vstupní náklady z ohlášení živnosti (vlastní zpracování)

Vstupní náklady z ohlášení živnosti	Náklady
Ohlášení živnosti při vstupu do živnostenského podnikání	1 000 Kč
Poplatek za přijetí podání	50 Kč
Celkem	1 050 Kč

Tabulka 22 Vstupní náklady na zřízení oční optiky EOOPTIK (vlastní zpracování)

Vstupní náklady na zřízení oční optiky EOOPTIK	Odhadované náklady
Nábytek	40 000 Kč
Dekorace	5 000 Kč
Elektrický stůl	23 772 Kč
Autorefraktokeratometr	10 164 Kč
Digitální fokometr	30 000 Kč
Štěrbinová lampa	153 720 Kč

Ultrazvuková čistička	1 775 Kč
Nahřívač obru	8820 Kč
LCD optotyp	74 000 Kč
Sada zkušebních skel	17 332 Kč
Zkušební obruba	15 620 Kč
Dílenské nářadí na úpravu brýlí (šroubováky, kleště, pinzety,...)	10 000 Kč
Sady náhradních dílů (šroubky, maticky, sedýlka)	800 Kč
Dva PC	50 000 Kč
Pracovní mobilní telefon	5 000 Kč
Zabezpečovací systém	2 600 Kč
Úklidový set (vysavač, mop, čistící prostředky)	5 000 Kč
Tvorba webových stránek s eshopem	5 000 Kč
Letáky	1 000 Kč
Vizitky	500 Kč
Celkem	460 103 Kč

Celkové vstupní náklady = 1 050 Kč + 460 103 Kč = 461 153 Kč

7.10.3 Měsíční fixní provozní náklady

Tabulka 23 Měsíční fixní provozní náklady (vlastní zpracování)

Položka	Náklady
Nájem	23 000 Kč
Energie - elektřina, voda, plyn	3 000 Kč
Superhrubá mzda zaměstnance	33 450 Kč
Hrubá mzda	25 000 Kč
Sociální pojištění zaměstnance	6 200 Kč
Zdravotní pojištění zaměstnance	2 250 Kč
Provoz firemního automobilu	3 000 Kč
Internet + telefony	1 800 Kč
Provoz webových stránek s eshopem	1 000 Kč
Marketing	1 000 Kč
Účetnictví	1 800 Kč
Kancelářské, sanitární, úklidové potřeby	1 000 Kč
Pojištění podnikatelských rizik	667 Kč
Celkem	69 717 Kč

7.10.4 Variabilní náklady

Jedná se o náklady závislé na objemu produkce, tedy náklady na výrobní materiál a pořizovací cena hotového zboží oční optiky. Tato část nákladů tvoří přibližně 40% tržby po odečtení DPH.

7.10.5 Plán tržeb

Při výpočtu celkových měsíčních tržeb jsem vycházela z odhadovaného počtu klientů a výše jejich výdajů v oční optice na základě cen poskytovaných služeb oční optiky EOOPTIK

Tabulka 24 Tržba Listopad 2020 (vlastní zpracování)

Listopad 2020				
Výrobky a služby	Celková tržba	DPH	Celková tržba- DPH	Variabilní náklady
Brýlová skla	180 500 Kč	15%	153 425 Kč	61 370 Kč
Brýlové obruby	58 500 Kč	15 %	49 725 Kč	19 890 Kč
Prodej KČ	28 500 Kč	15%	24 225 Kč	9 690 Kč
Sluneční brýle	0 Kč	21%	0 Kč	0 Kč
Optometristická vyšetření	300 Kč	21%	279 Kč	111,6 Kč
Aplikace KČ	1600 Kč	21%	1264 Kč	505,6 Kč
Dílenské opravy a náhradní díly	850 Kč	21 %	671,5 Kč	268,6 Kč
Doplňkový sortiment ke KČ	10 030 Kč	21%	7 923,7 Kč	3 169,48 Kč
Doplňkový sortiment	2 500 Kč	21%	1 975 Kč	790 Kč
	282 780 Kč		239 488,2 Kč	95 795,28 Kč

Tabulka 25 Tržba Prosinec 2020 (vlastní zpracování)

Prosinec 2020				
Výrobky a služby	Celková tržba	DPH	Celková tržba- DPH	Variabilní náklady
Brýlová skla	360 800 Kč	15%	306 680 Kč	122 672 Kč
Brýlové obruby	99 000 Kč	15 %	84 150 Kč	33 656 Kč
Prodej KČ	42 900 Kč	15%	36 465 Kč	14 586 Kč
Sluneční brýle	1 000 Kč	21%	790 Kč	316 Kč
Optometristická vyšetření	1 200 Kč	21%	948 Kč	379,2 Kč
Aplikace KČ	3 000 Kč	21%	2 370 Kč	948 Kč
Dílenské opravy a náhradní díly	380 Kč	21 %	300,2 Kč	120,08 Kč
Doplňkový sortiment ke KČ	17 160 Kč	21%	13 556,4 Kč	5422,56 Kč
Doplňkový sortiment	5 350 Kč	21%	4 226,5 Kč	1690,6 Kč
	530 790 Kč		449 486,1 Kč	179 790,44

Tabulka 26 Tržba Leden 2021 (vlastní zpracování)

Leden 2021				
Výrobky a služby	Celková tržba	DPH	Celková tržba- DPH	Variabilní náklady
Brýlová skla	275 600 Kč	15%	234 260 Kč	93 704 Kč
Brýlové obruby	89 500 Kč	15 %	76 075 Kč	30 430 Kč
Prodej KČ	38 420 Kč	15%	32 657 Kč	13 062,8 Kč
Sluneční brýle	1 500 Kč	21%	1 185 Kč	474 Kč
Optometristická vyšetření	1 300 Kč	21%	1 027 Kč	410,8 Kč
Aplikace KČ	2 450 Kč	21%	1 935 Kč	774 Kč
Dílenské opravy a náhradní díly	2 120 Kč	21 %	1 674 Kč	669,6 Kč
Doplňkový sortiment ke KČ	16 830 Kč	21%	13 295,7 Kč	5 318,28 Kč
Doplňkový sortiment	6 350 Kč	21%	5 016,5 Kč	2006,6 Kč
	434 070 Kč		367 125,2 Kč	146 850,08 Kč

7.10.6 Výkaz zisku a ztrát

Zisk = Výnosy - Náklady

Zisk = (Celková tržba – DPH) – Variabilní náklady – Fixní náklady

Celkové náklady = Fixní náklady + Variabilní náklady

Tabulka 27 Výkaz zisku a ztrát za 1/4 roku (vlastní zpracování)

Měsíc/Rok	Výnosy (Celková tržba – DPH)	Náklady	Zisk/Ztráta
Listopad 2020	239 488,2 Kč	165 512,28 Kč	73 975,92 Kč
Prosinec 2020	449 486,1 Kč	249 507,44 Kč	199 97,66 Kč
Leden 2021	367 125,2 Kč	216 567,08 Kč	150 558,12 Kč

7.10.7 Cash Flow

Tabulka 28 Cash Flow za 1/4 roku (vlastní zpracování)

Měsíc/Rok	Příjmy	Výdaje	Rozdíl
Listopad 2020	282 780 Kč	165 512,28 Kč	117 267,72 Kč
Prosinec 2020	530 790 Kč	249 507,44 Kč	281 282,56 Kč
Leden 2021	434 070 Kč	216 567,08 Kč	217 502,92 Kč

7.11 Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu, rizika projektu - OT analýza

Obsahem OT analýzy vypracované pro účely vstupního zhodnocení je analýza příležitostí a hrozeb oční optiky EOOPTIK

Tabulka 29 OT analýza (vlastní zpracování)

PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
<ul style="list-style-type: none"> • Nové moderní technologie a digitalizace • Moderní webové stránky a eshopu • Slavnostní otevření nově vzniklé oční optiky • Vytvoření věrnostního programu pro stálé zákazníky • Stárnutí populace 	<ul style="list-style-type: none"> • Rostoucí počet očních optik • Refrakční chirurgie • Prodej „hotovek“ • Legislativní změny a nařízení vlády • Ekonomická krize • Epidemie, pandemie • Odchod zákazníků ke konkurenci

Příležitosti

První příležitostí nově vzniklé optiky EOOPTIK je slavnostní otevření, kdy má optika jedinečnou šanci udělat první pozitivní dojem a dostat se do podvědomí potenciálních zákazníků. Dalšími příležitostmi k nalákání nových zákazníků je vytvoření moderních webových stránek s eshopem, propagující podnik a poskytující potenciálním zákazníkům všechny potřebné informace o oční optice doplněné o možnost online rezervace termínu prostřednictvím online objednávkového systému. Vytvoření věrnostního programu pro stálé zákazníky je další příležitostí, jak si tyto klienty udržet. Nové moderní technologie a digitalizace představují velkou příležitost ke zrychlení a zefektivnění poskytovaných služeb.

Velikou příležitostí k přesunu pacientů/klientů z ordinací očního lékaře do optometristických praxi přinesla novela zákona č. 48/1997 o veřejném zdravotním pojištění, která zrušila příspěvky na úhradu brýlových obrub a brýlových čoček pro korekci očních vad menší než 10 dioptrií u osob starších 15 let předepisovaných oftalmology. V neposlední řadě lze za příležitost podnikání v oboru oční optiky považovat také, demografický vývoj stárnutí populace, který přináší perspektivu velkého počtu potenciálních zákazníků.

Hrozby

Mezi aktuálně největší hrozby podnikání malých živnostníků mezi, které oční optika EOOPTIK spadá je dopad epidemiologické krize COVID-19 a její ekonomické dopady. Reálnou hrozbu optiky EOOPTIK lze do budoucna spatřovat v možnosti neprodloužení nájemní smlouvy pronajímaných prostor oční optiky. Tuto hrozbu plánuje majitel v budoucnu vyřešit koupí vlastních prostor v blízkém okolí. Aktuální finanční situace a nabídka na trhu nedovoluje tento krok provést v samotných začátcích podnikání. Další hrozbou je rostoucí konkurence na místním i celorepublikovém trhu s oční optikou a s tím spojená hrozba odchodu zákazníků ke konkurenci. V posledních letech vzniká velký počet internetových očních optik poskytujících své produkty formou e-shopu. Vzrůstající riziko představuje také prodej tzv. hotovek. Tyto velmi levné neindividualizované dioptrické brýle prodávané v drogeriích a supermarketech jsou oblíbeným substitutem části populace trpících refrakčními vadami oka. Hotovky v žádném případě nesplňují vysoké kvalitativní požadavky individuální optické zdravotnické pomůcky uspokojují ovšem zákazníky upřednostňující cenu před kvalitou vízu a únavou očí. Menší riziko představuje využití substitučních služeb refrakční chirurgie. Tato možnost korekce zraku je možností řešení

očních vad pro vybranou skupinu potenciálních zákazníků a ve většině případů se nejedná o trvalé řešení. Refrakční chirurgie v ČR prozatím nezískala takovou popularitu a není rozšířená do té míry, že by v nejbližších letech stanovila větší hrozbu podnikání očních optik. Poslední hrozbou, se kterou je třeba do jisté míry počítat ale nelze jí nijak ovlivnit, jsou legislativní změny a nařízení vlády mající nepříznivý vliv na podnikání v oboru oční optiky a optometrie.

7.12 Riziková analýza

Rizika podnikání oční optiky EOOPTIK mohou v budoucnu ovlivnit především faktory jako: nedostatek zákazníků, vyhlášení nouzového stavu spojená protiepidemiologickými opatřeními, přírodní katastrofy, či navýšení nájmu.

- **Nedostatek zákazníků**

Snížení tohoto rizika bude docíleno pomocí marketingové komunikace prostřednictvím webových stránek EOOPTIK, informačních letáčků, slavnostního otevření oční optiky a v neposlední řadě prostřednictvím nově zhotovených vizitek. Během prvního roku provozu optiky bude spuštěn eshop EOOPTIK díky čemuž bude podnikání oční optiky rozšířeno o eshopový prodej. Nejlepší reklamou na které si bude tato optika zakládat budou pozitivní reakce a doporučení spokojených zákazníků.

- **Protiepidemiologická opatření**

Aktuální pravděpodobnost výskytu protiepidemiologických opatření v rámci koronavirové krize je poměrně vysoká. V budoucnu lze předpokládat, že se tato pravděpodobnost sníží na nízkou. Bohužel míru rizika ani četnost výskytu těchto opatření nelze podnikatelem prakticky nijak ovlivnit.

- **Přírodní katastrofy**

Riziko přírodních katastrof je pro člověka neovlivnitelné. Míru ekonomického dopadu těchto katastrof může podnikatel ovlivnit dobře zvolenou pojistnou smlouvou.

- **Krádeže**

Toto riziko může podnikatel do značné míry ovlivnit instalací zabezpečovacího systému .

Proti drobným krádežím se bude oční optika chránit uzamykatelnými vitrínami a stojany na brýle a také pravidelným odvodem peněz z kasy. Dalším preventivním opatřením je opět dobře zvolená pojistná smlouvy EOOPTIK

- **Navýšení nájmu**

Vzhledem k celkovému růstu cen nájmu je míra tohoto rizika poměrně vysoká. Navyšování nájmu ze strany pronajímatele lze ovlivnit dobře sepsanou nájemní smlouvou na dobu určitou. Do budoucna bude chtít podnik toto riziko zcela odstranit koupí vlastních prostor pro provoz oční optiky.

Tabulka 30 Zhodnocení analýzy (vlastní zpracování)

Rizikové faktory	Míra rizika	Pravděpodobnost výskytu rizika
Nedostatek zákazníků	Vysoká	Nízká
Protiepidemiologická opatření	Střední	Vysoká
Přírodní katastrofy	Střední	Nízká
Krádeže	Nízká	Střední
Navýšení nájmu	Nízká	Nízká

ZÁVĚR

Teoretická část diplomové práce je zaměřená na seskupení všech teoretických poznatků z odborné literatury potřebné k založení a následnému úspěšnému vedení oční optiky v České republice na základě podnikatelského plánu.

První část práce popisuje obor oční optiky a optometrie od historie optiky přes vývoj oboru oční optiky a optometrie v ČR až po charakteristiku a kompetence těchto dvou profesí pracujících v oční optice

Druhá kapitola představuje nabízené služby očních optik v ČR a výrobky, jež jsou s poskytováním těchto služeb spojené

Následující část práce pojednává o legislativním rámci podnikání očních optik na území České republiky představující jednotlivé zákony, vyhlášky a normy týkající se tohoto odvětví. Na tuto část navazuje kapitola týkající se právních forem podnikání očních optik, ve které jsou popsány rozdílné podmínky založení podnikání fyzických a právnických osob.

Pátá kapitola se zabývá aktuálním tématem financováním optických zdravotnických prostředků a služeb poskytovaných v očních optikách u kterých došlo ke změnám úhrad vyplývajících z novelizace zákona číslo 48/1997 Sb. o veřejném zdravotním pojištění.

Poslední část této práce je podnikatelský plán, kde je představena jeho definice a struktura s podrobným popisem jednotlivých částí. V rámci bussines plánu jsou uvedeny jednotlivé analýzy prostředí, marketingová strategie podniku, finanční analýza a zhodnocení rizik projektu.

Teoretická část diplomové práce byla zpracována na základě tuzemské i zahraniční odborné literatury zabývající se touto problematikou a také z publikací českého společenstva očních optiků a optometristů.

V rámci praktické části byl vytvořen podnikatelský plán nově vznikající oční optiky EOOPTIK. Všechny části podnikatelského plánu byly rozpracovány do jednotlivých kapitol. Pomocí PEST analýzy byla provedena rozsáhlá analýza trhu s využitím nejnovějších dat Českého statistického úřadu V této analýze byly také využity statistiky Evropské rady optometrie a optiky týkající se procentuálního zastoupení optometristů a očních optiků v jednotlivých evropských státech. Následující kapitola zabývající se analýzou konkurence byla zpracována pomocí Porterovy analýzy pěti konkurenčních sil. Na základě osobní návštěvy a šetření na všech konkurenčních očních optikách v centru Olomouce, proběhlo

podrobné zhodnocení těchto optik ve všech důležitých bodech týkajících se úspěšného provozu očních optik. Na základě výsledků této analýzy byli určeni největší konkurenti na trhu. Další velmi důležitou kapitolou bylo vytvoření marketingové a obchodní strategie. V té byla představena Vize a mise EOOPTIK a taky marketingový mix optiky. Na závěr byl zhotoven Finanční plán celého projektu založení nové oční optiky EOOPTIK

Na základě provedených analýz lze předpokládat, že nově vzniklá oční optika v centru Olomouce bude ekonomicky úspěšná a obstojí v silné konkurenci dalších očních optik na daném trhu. Ekonomická úspěšnost bude závislá na mnoha faktorech. Mezi hlavní z nich patří: úroveň návštěvnosti oční optiky, kvalita služeb a spokojenost zákazníků, provozní náklady na zaměstnance, marketingová úroveň reklamy a komunikace se zákazníkem a v neposlední řadě kvalita dodavatelsko- odběratelských vztahů. Eliminace možných ekonomických rizik bude probíhat na základě pečlivé kontroly a aktivního řešení výše uvedených faktorů

Cílem této práce bylo komplexní zpracování teoretických poznatků v oboru oční optiky a optometrie nutných k založení a následnému úspěšnému vedení oční optiky, společně s vytvořením podnikatelského plánu. Praktická část nejprve analyzuje prostředí prostřednictvím marketingové analýzy PEST, Porter a OT analýza. Výsledkem diplomové práce je podklad pro založení oční optiky v Olomouci. Podnikatelský plán je na závěr zhodnocen z hlediska jeho implementace do praxe. Domnívám se, že cíl diplomové práce byl splněn. Diplomová práce vytvořila komplexní pohled na vznik nové oční optiky EOOPTIK v centru Olomouce na základě zhotoveného podnikatelského plánu a vyhodnotila perspektivu podnikatelského záměru.

Přínos této diplomové práce vychází z podnikatelského záměru otevření oční optiky v Olomouci. V budoucnu může sloužit jako ucelený přehled informací nutných pro založení oční optiky. Zpracovaný podnikatelský plán optiky EOOPTIK může posloužit jako šablona pro vytvoření dalších projektových plánů očních optik. Velmi přínosný může být detailní rozbor konkurenčního trhu očních optik v centru Olomouce. Podnikání v oboru oční optiky a optometrie je velikou výzvou nesoucí sebou mnoha úskalí spojená se založením a pozdějším vedením podniku.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

SRPOVÁ, Jitka a Karel RAIS, 2011. Podnikatelský plán a strategie: nebojte se zbohatnout na tom, co vás baví. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4103-1.

ČERVENÝ, Radim et al., 2014. Business plán: krok za krokem. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 211 s. ISBN 978-80-7400-511-4.

KOZEL, Roman, 2006. Moderní marketingový výzkum. 1.vyd. Praha: Grada, 280 s. ISBN 80-247-0966-X.

KOTLER, Philip, 2007. Moderní marketing: 4. evropské vydání. Praha: Grada, ISBN 978-80-247-1545-2.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ, 2012. Podnikání malé a střední firmy. 3. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 332 s. ISBN 978-80-247-4520-6.

KARLÍČEK, Miroslav, 2018. Základy marketingu. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, ISBN 978-80-247-5869-5.

KEŘKOVSKÝ, Miloslav a Oldřich VYKYPĚL, 2006. Strategické řízení: teorie pro praxi. 2. vyd. Praha: C.H. Beck. C.H. Beck pro praxi. ISBN 80-717-9453-8.

KŘÍŽEK, Felix a Josef NEUFUS, 2014. Moderní hotelový management: nové trendy a metody v řízení hotelů, aktualizované informace o hotelovém provozu a jeho organizaci, optimalizace provozu s ohledem na ekologii a etiku, praktické příklady a fotografická příloha. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, ISBN 978-80-247-4835-1.

(Křížek, 2014, s. 98)

ŠIMAN, Josef a Petr PETERA, 2010. Financování podnikatelských subjektů: teorie pro praxi. V Praze: C.H. Beck, C.H. Beck pro praxi. ISBN 978-80-7400-117-8.

PALATKOVÁ, Monika, 2013. Management cestovních kanceláří a agentur. Praha: Grada, ISBN 978-80-247-3751-5.

ZAMAZALOVÁ, Marcela, 2009. Marketing obchodní firmy. Praha: Grada, Manažer. ISBN 978-80-247-2049-4.

SEDLÁČKOVÁ, Helena a Karel BUCHTA, 2006. Strategická analýza. 2., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, C.H. Beck pro praxi. ISBN 80-7179-367-1.

BARROW, Colin, 2018 The business plan workbook. 9th Edition. USA: Kogan Page Publishers, ISBN 9780749481797

MCKEEVER, Mike, 2012. How to Write a Business Plan. 11th Edition. USA: Bang Printing, ISBN 978-1-4133-1749-7

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2012. Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, ISBN 978-80-247-4209-0.

SRPOVÁ, Jitka, 2020 Začínáme podnikat: s případovými studiemi začínajících podnikatelů. Praha: Grada Publishing, Expert (Grada). ISBN 978-80-271-2253-0.

MATEJUN, Marek, 2013. Perspektywy rozwoju przedsiębiorczości w warunkach niepewności i ryzyka, Monografie Politechniki Łódzkiej, ISBN 837283539X

BJÖRN, Lundén, 2014. Marketing: dla małych i średnich przedsiębiorstw. BL Info Polska Sp. z o.o., ISBN 8389537834

RŮČKOVÁ, Petra, 2019. Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi. 6. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, Finanční řízení. ISBN 978-80-271-2028-4

ŽŮRKOVÁ, Hana. Plánování a kontrola: klíč k úspěchu. Praha: Grada, 2007. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-1844-6.

IŽOVÁ, Katarína, 2017. Vybraná problematika podnikania malých a stredných podnikov. E-knihy jedou, ISBN 8075127781

ELEKTRONICKÉ ZDROJE

Optika a optometrie v České republice [online]. [cit. 2020-08-08]. Dostupné z: <https://scoo.cz/o-optice-a-optometrii/>

O optice a optometrii [online]. [cit. 2020-08-08]. Dostupné z: <https://scoo.cz/o-optice-a-optometrii/>

Metodiky pro oční optiky a optometristy, 2. aktualizované vydání, 2018. Dostupné také z: <https://scoo.cz/metodiky-pro-ocni-optiky-a-optometristy/>

Koronavirus zasadil ekonomice tvrdou ránu [online]. 15. května 2020 [cit. 2020-08-18]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/koronavirus-zasadil-ekonomice-tvrdou-ranu>

Nezaměstnanost v Olomouckém kraji k 31. 3. 2020 [online]. [cit. 2020-08-18]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xm/nezamestnanost-v-olomouckem-kraji-k-31-3-2020>

ECOO Blue Book 2015 [online]. [cit. 2020-08-18]. Dostupné z: <https://scoo.cz/o-optice-a-optometrii/>

Věková struktura k 31. 12. 2019 Olomoucký kraj [online]. [cit. 2020-08-18]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/staticke/animgraf/cz071/index.html?lang=cz>

Výzkum, vývoj a informační technologie v Olomouckém kraji [online]. [cit. 2020-08-18]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xm/vyzkum-vyvoj-a-informacni-technologie-v-olomouckem-kraji>

DACHI Pronájem obchodního prostoru 48 m² Olomouc Riegrova [online]. [cit. 2020-08-18]. Dostupné z: <https://www.sreality.cz/detail/pronajem/komerčni/obchodni-prostor/olomouc-olomouc-riegrova/2916810588#img=0&fullscreen=false>

Jak jsou hrazeny brýle a proč došlo ke změnám? [online]. [cit. 2020-08-18]. Dostupné z: <https://www.vzp.cz/o-nas/tiskove-centrum/otazky-tydne/jak-budou-hrazeny-bryle>

Pokyn D - 213 [online]. [cit. 2020-08-18]. Dostupné z: <https://www.sagit.cz/info/fz00059>

European Council of Optometry and Optics [online]. [cit. 2020-08-18]. Dostupné z: <https://www.ecoo.info/about-ecoo/>

Česká kontaktologická společnost [online]. [cit. 2020-08-18]. Dostupné z: <http://cks.cz/o-spolecnosti/>

The European Academy of Optometry and Optics [online]. [cit. 2020-08-18]. Dostupné z:
<https://eaoo.info/about-us/>

Olomouc - okres Olomouc Demografický vývoj [online]. [cit. 2020-08-18]. Dostupné z:
https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=profil-uzemi&uzemiprofil=31548&u=__VUZEMI__43__500496#

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

% - procenta

a.s. - akciová společnost

Bc. - bakalář

č. - číslo

ČR - Česká republika

ČSÚ - Český statistický úřad

ČVUT - České vysoké učení technické

D - dioptrie

Dr. - doktor

EAAO - The European Academy of Optometry and Optics

ECOO - European Council of Optometry and Optics

EET - elektronická evidence tržeb

EU - Evropská unie

FO - fyzická osoba

g - gram

GDPR - General Data Protection Regulation

h - hodina

HDP - hrubý domácí produkt

k.s. - komanditní společnost

KČ – kontaktní čočky

Kč – koruna česká

ks – kus/y

ml - mililitry

MS - Microsoft

MZV - Ministerstvo zahraničních věcí

OSVČ - osoba samostatně činná

PO - právnická osoba

s. - strana

s.r.o. - společnost s ručením omezeným

Sb. - sbírky zákonů

SČOO - Společenstvo českých optiků a optometristů

SÚKL - Státní ústav pro kontrolu léčiv

sv. - svatý

tzv. - to znamená

UV - ultrafialové záření

v.o.s. - veřejná obchodní společnost

VZP - Veřejná zdravotní pojišťovna

WCO - World Council of Optometry

ZP - zdravotní pojišťovna

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 PEST analýza (vlastní zpracování).....	31
Obrázek 2 Porter analýza (vlastní zpracování)	33
Obrázek 3 Marketingový mix (vlastní zpracování)	37
Obrázek 4 Logo (vlastní zpracování).....	45
Obrázek 5 Maloobchodní tržby r. 2015 (Koronavirus zasadil ekonomice tvrdou ránu, ©2020).....	52
Obrázek 6 Struktura nezaměstnanosti podle krajů ČR (Nezaměstnanost v Olomouckém kraji k 31. 3. 2020, ©2020)	53
Obrázek 7 Struktura nezaměstnanosti podle okresů Olomouckého kraje (Nezaměstnanost v Olomouckém kraji k 31. 3. 2020, ©2020).....	53
Obrázek 8 Graf procentuální zastoupení optometristů na 10 000 obyvatel (ECO Blue Book 2015 , ©2020).....	55
Obrázek 9 Graf procentuální zastoupení optiků na 10 000 obyvatel (ECO Blue Book 2015 , ©2020).....	55
Obrázek 10 Srovnání procentuálního zastoupení optometristů a optiků (ECO Blue Book 2015, ©2020).....	56
Obrázek 11 Graf představující procentuální zastoupení nositelů kontaktních čoček (ECO Blue Book 2015 , ©2020).....	57
Obrázek 12 Věková struktura (Věková struktura k 31. 12. 2019 Olomoucký kraj , ©2020)	61
Obrázek 13 Věkové skupiny (Věková struktura k 31. 12. 2019 Olomoucký kraj , ©2020)	62
Obrázek 14 Počet obyvatel (Olomouc -okres Olomouc Demografický vývoj , ©2020).....	62
Obrázek 15 Výdaje na výzkum podle krajů v roce 2018 (Výzkum, vývoj a informační technologie v Olomouckém kraj , ©2020)	64
Obrázek 16 Uživatelé internetu na mobilním telefonu ve věku 16 a více let podle krajů (Výzkum, vývoj a informační technologie v Olomouckém kraj , ©2020).....	64
Obrázek 17 Mapa konkurence v centru Olomouce (vlastní zpracování).....	70
Obrázek 18 Mapa umístění oční optiky EOOPTIK (vlastní zpracování).....	81
Obrázek 19 Vizualizace oční optiky EOOPTIK ((DACHI Pronájem obchodního prostoru 48 m ² Olomouc Riegrova kraj, ©2020)	82
Obrázek 20 Vizitka (vlastní zpracování)	83
Obrázek 21 Leták (vlastní tvorba)	84
Obrázek 22 Hygienický plán provozovny oční optiky a vyšetřovny (vlastní obrázek).....	89

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Společnosti s ručením omezeným (vlastní zpracování).....	22
Tabulka 2 Akciové společnosti (vlastní zpracování)	22
Tabulka 3 Veřejné obchodní společnosti (vlastní zpracování).....	23
Tabulka 4 Komanditní společnosti (vlastní zpracování)	23
Tabulka 5 Družstva (vlastní zpracování)	24
Tabulka 6 Marketingový mix 4P a 4C (vlastní zpracování).....	38
Tabulka 7 Pravomoci optometristy, dle legislativy jednotlivých evropských zemí (ECOO Blue Book 2015 , ©2020).....	60
Tabulka 8 Srovnání konkurence na trhu očních optik v centru Olomouce (vlastní zpracování)	66
Tabulka 9 Hrozba substitučních produktů a služeb (vlastní zpracování)	74
Tabulka 10 Ceník dioptrických obrub (vlastní zpracování)	75
Tabulka 11 Ceník dětských dioptrických obrub (vlastní zpracování)	76
Tabulka 12 Ceník slunečních brýlí (vlastní zpracování)	76
Tabulka 13 Ceník sortimentu ke kontaktním čočkám (vlastní zpracování)	77
Tabulka 14 Ceník doplňkového sortimentu (vlastní zpracování).....	78
Tabulka 15 Ceník optometristických služeb (vlastní zpracování).....	78
Tabulka 16 Ceník oprav a úprav brýlí (vlastní zpracování)	80
Tabulka 17 Otevírací doba (vlastní zpracování).....	82
Tabulka 18 Tvorba vizitek (vlastní zpracování)	83
Tabulka 19 Tvorba letáků (vlastní zpracování)	84
Tabulka 20 Tvorba webových stránek s eshopem (vlastní zpracování)	85
Tabulka 21 Vstupní náklady z ohlášení živnosti (vlastní zpracování)	90
Tabulka 22 Vstupní náklady na zřízení oční optiky EOOPTIK (vlastní zpracování)	90
Tabulka 23 Měsíční fixní provozní náklady (vlastní zpracování)	92
Tabulka 24 Tržba Listopad 2020 (vlastní zpracování)	93
Tabulka 25 Tržba Prosinec 2020 (vlastní zpracování)	94
Tabulka 26 Tržba Leden 2021 (vlastní zpracování)	94
Tabulka 27 Výkaz zisku a ztrát za 1/4 roku (vlastní zpracování).....	95
Tabulka 28 Cash Flow za 1/4 roku (vlastní zpracování)	96
Tabulka 29 OT analýza (vlastní zpracování)	96
Tabulka 30 Zhodnocení analýzy (vlastní zpracování).....	99