

Návrh projektu založení soukromé ambulance plastické chirurgie

Bc. Simona Skuhravá

Diplomová práce
2023



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav managementu a marketingu

Akademický rok: 2022/2023

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Bc. Simona Skuhřavá
Osobní číslo: M18887
Studijní program: N6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Management ve zdravotnictví
Forma studia: Kombinovaná
Téma práce: Návrh projektu založení soukromé ambulance plastické chirurgie

Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Zpracujte teoretické poznatky z dostupných literárních pramenů týkajících se problematiky podnikání, založení podniku a charakteristiky plastické chirurgie.

II. Praktická část

- Proveďte zhodnocení podnikatelského prostředí na základě výsledků analýz.
- Vytvořte projekt založení soukromé ambulance plastické chirurgie.
- Zhodnotte ekonomickou náročnost a rizika spojená s realizací navrhovaného projektu.

Závěr

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

Seznam doporučené literatury:

BUCHBINDER, Sharon B., Nancy H. SHANKS and Bobbie J. KITE. *Introduction to Health Care Management*. 4th Edition. Jones & Bartlett Learning, 2019, 618 s. ISBN 978-1-119-34970-9.
JANIS, Jeffrey E. *Essentials of Aesthetic Surgery*. Thieme, 2018, 1024 s. ISBN 9781626236547.
SLOUKA, David. *Vedení a marketing malých zdravotnických zařízení: příručka pro praxi*. Praha: Grada, 2017, 144 s. ISBN 978-80-271-0469-7.
SRPOVÁ Jitka a kol. *Začínáme podnikat: s případovými studii začínajících podnikatelů*. Praha: Grada, 2020, 264 s. ISBN 978-80-271-2253-0.
ŠAFROVÁ DRÁŠILOVÁ, Alena. *Základy úspěšného podnikání: průvodce začínajícího podnikatele*. Praha: Grada, 2019, 248 s. ISBN 978-80-271-2182-3.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Petr Briš, CSc.**
Ústav průmyslového inženýrství a informačních systémů

Datum zadání diplomové práce: **10. února 2023**
Termín odevzdání diplomové práce: **21. dubna 2023**

L.S.

prof. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan

Ing. Jiří Bejtkovský, Ph.D.
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 10. února 2023

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že:

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové 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 práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byla jsem seznámena s tím, že na moji diplomovou 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 práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně 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 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 práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové 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, že:

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

Ve Zlíně dne 5. 3. 2023

Jméno a příjmení: Bc. Simona Skuhřavá

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Diplomová práce se zabývá problematikou založení soukromé ambulance plastické chirurgie. Skládá se ze dvou částí, teoretické a praktické. V teoretické části uvádí problematiku podnikání, pojednává o podmínkách založení zdravotnického zařízení, související legislativě, uvádí náležitosti podnikatelského plánu a popisuje estetickou a plastickou chirurgii. Praktická část je rozdělena na analytickou a projektovou část. První část je věnována analýze podnikatelského prostředí za použití PEST analýzy, Porterova modelu pěti sil, SWOT analýzy a jejich vyhodnocení. Projektová část představuje návrh založení soukromé ambulance plastické chirurgie a obsahuje závěrečné shrnutí projektu.

Hlavním cílem práce je návrh na založení privátního zařízení ve Zlíně, specializující se na ambulantní zákroky v oblasti plastické chirurgie, který by mohl být v obdobné formě realizován.

Klíčová slova: zřízení nestátního zdravotnického zařízení, podnikání ve zdravotnictví, podnikatelský plán, ambulance, plastická chirurgie

ABSTRACT

The diploma thesis deals with the issue of establishing a private outpatient clinic of plastic surgery. It consists of two parts, theoretical and practical. In the theoretical part it presents the issue of business, discusses the conditions for the establishment of a medical facility, related legislation, lists the essentials of a business plan and describes aesthetic and plastic surgery. The practical part is divided into analytical and project part. The practical part is divided into analytical and project parts. The first part is devoted to the analysis of the business environment using PEST analysis, Porter's five forces analysis, SWOT analysis and their evaluation. The project part presents a proposal for the establishment of a private plastic surgery clinic and contains a final summary of the project.

The main objective of the thesis is a proposal to establish a private facility in Zlín, specializing in outpatient procedures in the field of plastic surgery, which could be implemented in a similar form.

Keywords: establishment of a non-governmental medical facility, business in healthcare, business plan, ambulance, plastic surgery

Na tomto místě bych ráda poděkovala panu doc. Ing. Petru Brišovi, CSc., za odborné vedení, poskytnutí cenných rad a informací při zpracování mé diplomové práce.

„Krása je všude vítaným hostem.“ (Johann Wolfgang von Goethe)

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	11
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	12
I. TEORETICKÁ ČÁST	13
1 PODNIKÁNÍ V ČESKÉ REPUBLICE	14
1.1 PODNIKÁNÍ A PODNIKATEL	14
1.2 OSOBNOSTNÍ PŘEDPOKLADY K PODNIKÁNÍ.....	14
1.3 PODNIK	15
1.3.1 Komerční sektor	16
1.3.2 Neziskový sektor	16
1.4 PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ	17
1.4.1 Fyzická osoba.....	18
1.4.2 Právní osoba	18
1.4.3 Obchodní společnosti	19
1.5 PODNIKÁNÍ VE ZDRAVOTNICTVÍ	20
1.5.1 Charakteristika nestátního zdravotnického zařízení.....	22
1.5.2 Registrace nestátního zdravotnického zařízení	22
1.5.3 Rozsah poskytované péče	23
1.5.4 Legislativa související s provozem nestátního zdravotnického zařízení.....	24
1.5.5 Technické a věcné vybavení ambulance	25
2 PLASTICKÁ A ESTETICKÁ CHIRURGIE	30
2.1 HISTORIE A VÝVOJ PLASTICKÉ CHIRURGIE.....	30
2.2 VÝVOJ PLASTICKÉ CHIRURGIE V ČESKOSLOVENSKU	32
2.3 ESTETICKÁ MEDICÍNA VE 21. STOLETÍ	33
2.4 VZDĚLÁNÍ V OBORU PLASTICKÁ CHIRURGIE	35
2.5 KOMPETENCE PLASTICKÉHO CHIRURGA	37
2.6 ROLE PLASTICKÉHO CHIRURGA	37
2.7 CHARAKTERISTIKA KLIENTA PLASTICKÉ CHIRURGIE	38
3 PODNIKATELSKÝ PLÁN	40
3.1 STRUKTURA PODNIKATELSKÉHO PLÁNU.....	40
3.2 ANALÝZA PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ.....	42
3.2.1 Analýza makroprostředí	43
3.2.2 Analýza mezoprostředí.....	44
3.2.3 Analýza mikroprostředí.....	45
3.3 MARKETINGOVÁ A OBCHODNÍ STRATEGIE.....	47
3.3.1 Strategické řízení a strategie	47
3.3.2 Výběr cílových skupin	48

3.4	MARKETINGOVÝ MIX 4P	49
II.	PRAKTICKÁ ČÁST	51
4	ANALÝZA PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ.....	52
4.1	ANALÝZA MAKROPROSTŘEDÍ	52
4.1.1	PEST analýza	52
4.2	ANALÝZA MEZOPROSTŘEDÍ	57
4.2.1	Porterova analýza	57
4.2.2	Nová konkurence	63
4.2.3	Hrozba substitutů	64
4.2.4	Vliv dodavatelů	64
4.2.5	Vliv odběratelů.....	64
4.2.6	Závěr z Porterovy analýzy	65
4.3	ANALÝZA MIKROPROSTŘEDÍ	65
4.3.1	Závěr ze SWOT analýzy	66
5	PODNIKATELSKÝ PLÁN NÁVRHU ZALOŽENÍ SOUKROMÉ AMBULANCE PLASTICKÉ CHIRURGIE.....	68
5.1	TITULNÍ STRANA	68
5.2	NÁZEV A PRÁVNÍ FORMA PODNIKU	68
5.3	PŘEDMĚT ČINNOSTI	69
5.4	POSKYTOVANÉ SLUŽBY	69
5.4.1	Zákroky prováděné v obličejové části.....	69
5.4.2	Zákroky prováděné na ostatních částech těla	74
5.5	PROVOZOVNA.....	80
5.5.1	Provozní řád	82
5.5.2	Prostory ambulance	82
5.5.3	Organizační struktura a personální zabezpečení	83
5.6	MARKETINGOVÁ A OBCHODNÍ STRATEGIE.....	86
5.6.1	Poslání, vize a cíle podniku	86
5.6.2	Cílové skupiny	86
5.6.3	Marketingový mix 4P.....	87
5.6.4	Produkt (Product)	87
5.6.5	Cena (Price).....	88
5.6.6	Distribuce (Place).....	89
5.6.7	Propagace (Promotion).....	90
5.7	FINANČNÍ PLÁN	99
5.7.1	Náklady na realizaci projektu.....	99
5.7.2	Náklady na vybavení prostor	100
5.7.3	Náklady na spotřební materiál	102
5.7.4	Ostatní náklady.....	104
5.7.5	Náklady na propagaci.....	104
5.7.6	Administrativní náklady	105

5.7.7	Provozní náklady	106
5.7.8	Celkové náklady na navrhovaný projekt	107
5.8	FINANCOVÁNÍ PROJEKTU	107
5.8.1	Zahajovací rozvaha	108
5.8.2	Očekávané výnosy a zisky	108
5.8.3	Návratnost investic	110
5.9	ČASOVÁ ANALÝZA	110
5.10	ZHODNOCENÍ RIZIK NAVRHOVANÉHO PROJEKTU	111
5.10.1	Eliminace jednotlivých rizik	113
ZÁVĚR		116
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY		117
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK		126
SEZNAM OBRÁZKŮ		127
SEZNAM TABULEK		128
SEZNAM PŘÍLOH		130

ÚVOD

Pod pojmem plastická chirurgie si většina lidí nejspíše představí pouze chirurgické řešení kosmetických vad, léčbu popálenin anebo ošetřování úrazů obličeje či rukou, ovšem tento výčet je pouze částí velice širokého oboru zahrnujícího také léčbu vrozených a získaných vad. Pro příklad lze uvést rozštěpy rtu a patra, kožní nádory, poúrazové a pooperační stavy a vrozené vady genitálu či rukou (Měšťák a kol., 2015, s. 11).

Stejně tak jak je podstatná léčba vrozených a získaných vad či poúrazových a pooperačních stavů, jsou důležité také ony operace kosmetických vad. Estetická medicína umí v dnešní době dělat divy a rozhodně dokáže výrazně zvýšit kvalitu života člověka. Má svůj význam především pro psychickou stránku člověka, vždyť přece každý z nás se chce cítit dobře ve vlastním těle. Být spokojen sám se sebou a svým zevnějškem je krásný pocit a plastickou chirurgii lze bez nadsázky označit za umění. Pokud existuje možnost, jak se zbavit určitého komplexu a být spokojenější, proč ji nevyužít, máme-li na to finanční prostředky a jsme-li schopni dodržet následný léčebný a klidový režim, neboť právě to je nedílnou součástí úspěšného výsledku provedeného zákroku.

František Burian, zakladatel plastické chirurgie, své lékaře učil, že: *„Plastický chirurg není nikdy dosti velký puntičkář a každý dílčí výkon operace musí být proveden s největší pozorností a přesností. Velký operatér je jen ten, který dokáže provést se stejným zaujetím a dobrým výsledkem stejně tu největší jako tu nejmenší operaci.“* (Kolísková, 2013).

Tato diplomová práce se zabývá založením soukromé ambulance estetické medicíny, a to ve městě Zlín. Vzhledem k tomu, že projekt je navržen pouze pro zařízení poskytující jednodenní chirurgii, je nutno se v případě složitějších zásahů obrátit na pracoviště nabízející následnou lůžkovou péči.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Cílem této diplomové práce je návrh projektu založení soukromé ambulance plastické chirurgie ve městě Zlín. Založení ambulance by mělo mít přínos zejména pro klienty, kteří jsou z nějakého důvodu nespokojeni se svým vzhledem či trpí určitou vadou, která zhoršuje jejich kvalitu života.

Dílčí cíle teoretické části diplomové práce:

- Zpracovat teoretické poznatky z dostupných literárních pramenů týkajících se problematiky podnikání, založení podniku a charakteristiky plastické chirurgie.

Dílčí cíle praktické části diplomové práce:

- Proved'te zhodnocení podnikatelského prostředí na základě výsledků analýz.
- Vytvořte projekt založení soukromé ambulance plastické chirurgie.
- Zhodno'te ekonomickou náročnost a rizika spojená s realizací navrhovaného projektu.

Rozbor makroprostředí je proveden prostřednictvím PEST analýzy, pro analýzu mezoprostředí je aplikován Porterův model pěti sil, patřící k základním a zároveň nejvýznamnějším nástrojům pro analýzu konkurenčního prostředí firmy a jejího strategického řízení. Zhodnocení mikroprostředí podniku je uskutečněno analytickou metodou SWOT analýzy. Součástí práce je marketingová a obchodní strategie za použití marketingového mixu, finančního plánu a zhodnocení rizik projektu.

Výsledkem práce je návrh, který by případně mohl sloužit jako předloha k založení obdobného zařízení v oblasti plastické chirurgie ve městě Zlín.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 PODNIKÁNÍ V ČESKÉ REPUBLICĚ

1.1 Podnikání a podnikatel

Dle nového občanského zákoníku: „*Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.*” (Šafrová Drášilová, 2019, s. 13).

Podnikatelem může být jak fyzická, tak právnická osoba (Mulačová a Mulač, 2013, s. 15).

Dle poněkud strohé legislativní definice uvedené v novém občanském zákoníku je jedinou motivací podnikání zisk. V praxi nás ale k rozhodnutí začít podnikat může vést spousta dalších důvodů, ať už osobních, či jiných, odrážejících náš životní styl, současnou rodinnou situaci či předchozí zkušenosti a podobně (Šafrová Drášilová, 2019, s. 14).

Nicméně faktem zůstává, že podnikání má ziskovou orientaci a nelze za něj považovat činnost neziskových organizací, jako jsou například občanská sdružení či nadace. Podnikání je založeno na přeměně vstupů, tedy výrobních či provozních faktorů na výstupy, kterými jsou výrobky či služby, jejichž cílem je uspokojování potřeb zákazníků. Z této přeměny vzniká podnikateli zisk, jakožto rozdíl hodnoty prodaných výstupů a vstupů, které byly na začátku spotřebovány. Smysl každého podnikání tkví ve zhodnocení vloženého kapitálu. Zjednodušeně by se dal podnik popsat jako stroj na „výrobu“ finančních prostředků pro své majitele, kdy podnikatelská činnost slouží pouze jako nástroj pro tento účel.

Důležité je ovšem najít ten správný předmět podnikání. Klíčem k úspěchu je založit podnikání na uspokojování reálně existujících potřeb zákazníků, ne těch podnikatelem spotřebiteli vnucených. Podstatná je ale také ekonomická rovina, podnikání musí přinášet podnikateli požadované finanční benefity. U každého podnikání bohužel existuje riziko neúspěchu. Výsledkem podnikatelské činnosti tedy nemusí být jen zhodnocení vloženého kapitálu, ale také jeho znehodnocení nebo ztráta. Právě tato skutečnost odlišuje podnikatele od zaměstnance, který nenese podnikatelské riziko (Mulačová a Mulač, 2013, s. 15-16).

1.2 Osobnostní předpoklady k podnikání

K úspěšnému podnikání jsou potřeba určité vlastnosti, zdroje, štěstí a vnější okolnosti, a jelikož vybudování prosperujícího podniku trvá určitou dobu, měli by být podnikatelé

především trpěliví, houževnatí a cílevědomí. V neposlední řadě je třeba umět se rychle rozhodovat, a to pod nátlakem, s nedostatkem informací a s odpovědností za výsledek (Šafrová Drášilová, 2019, s. 16).

Motivací pro podnikání jsou vnitřní (subjektivní) podmínky ovlivňující to, co člověk dělá, jeho míru nasazení a také to, jak bude vytrvalý v realizování činností. Motivace je spojením psychické a fyzické aktivity jedince směrem ke stanovenému cíli. K dosažení úspěchu nestačí pouze znalosti a financování podnikání, podstatný je především chtíč být nejlepší a posunovat se směrem vpřed. Podnikáním si sice lze zvýšit životní úroveň, ovšem má také svá negativa, například nepravidelnost pracovní doby či hromadění problémů a nutnost je rychle řešit. I proto je nutné, aby podnikání předcházela pečlivá příprava s vyhodnocením silných a slabých stránek jedince, ale také osobních předpokladů pro to stát se podnikatelem.

V neposlední řadě je zapotřebí i umět se odreagovat, protože nelze neustále pouze pracovat, dostatečný odpočinek je důležitý pro nabrání nových sil a obnovu psychického potenciálu. Podnikatel by neměl podléhat jednotlivým neúspěchům, v podnikání se uplatňuje rys setrvačnosti, a proto se důsledek nynějšího rozhodnutí projeví až v budoucnu (Šiman a Petera, 2010, s. 14).

1.3 Podnik

Jako podnik se označuje jakýkoliv subjekt, který vykonává činnost spočívající v nabídce zboží či služeb na trhu. To, zda dosahuje zisku či nikoliv, není určující. Klíčové je oslovení zákazníků s nabídkou svých činností. Stejně tak není rozhodující právní forma, kterou na sebe podnik bere. Prvotním cílem všech subjektů je především přežít (Dvořáček a Slunčík, 2012, s. 1).

Podnik vykazuje následující základní atributy:

- *Právní subjektivita* – Podnik má právo vstupovat do právních vztahů vlastním jménem a na svou vlastní odpovědnost. Jako právní vztahy jsou označovány společenské vztahy, které upravují právní normy.
- *Ekonomická samostatnost* – Podnikatel svou činnost provozuje samostatně, samostatně hospodaří a určí si svůj předmět podnikání (činnost). Také je plně odpovědný za své podnikání (nese podnikatelské riziko). Podnikatel hospodaří s majetkem, podniká na vlastní účet a vede si účetnictví.

- *Plnění specifických funkcí* – Sociální, politické, kulturní, vzdělávací, ekologické, bezpečnostní atd.
- *Zabezpečení vytyčených cílů podniku* – Maximální tržby, maximální zisk, maximální růst prodeje, kvalita ISO, spokojenost zákazníka atd. (Hobza, 2015, s. 9)

1.3.1 Komerční sektor

Do uvedené skupiny lze zařadit subjekty splňující definici podnikání, tedy vykonávají soustavnou činnost samostatně a pod vlastním jménem, na vlastní účet a odpovědnost za účelem dosažení zisku. Samostatnou činností se rozumí rozhodování o předmětu podnikání, dále o způsobu, jakým bude podnikání financováno, o partnerských subjektech a také o tvorbě ceny a odhadovaném zisku.

Podnikat mohou jak fyzické (podnikající na základě živnostenského oprávnění a dle živnostenského zákona), tak právnické osoby (podnikající na základě sepsání společenské smlouvy a získání oprávnění podnikat zápisem do obchodního rejstříku).

Mezi právnické osoby se řadí osobní a kapitálové společnosti, tedy veřejné obchodní společnosti, komanditní společnosti, společnosti s ručením omezeným, akciové společnosti, družstva a státní podniky. Tyto subjekty podnikají dle obchodního zákoníku a zákona o státním podniku. V případě, že podnikatelské subjekty zřízené za účelem dosahování zisku mají dostatečné finanční prostředky, mohou sponzorovat neziskový sektor (Dvořáček a Slunčík, 2012, s. 1).

1.3.2 Neziskový sektor

Neziskové organizace jsou založeny za jiným účelem, než je dosažení zisku. Tento sektor poskytuje příslušníkům státu veřejné statky, aniž by za ně museli platit, nebo platí pouze netržní cenu. Rozsah poskytovaných veřejných statků je závislý na ekonomických možnostech daného státu (Dvořáček a Slunčík, 2012, s. 2).

Neziskový a komerční sektor dohromady utváří hospodářské prostředí, ve kterém vzájemně spolupracují na řešení ekonomických situací. Toto prostředí označujeme jako tzv. smíšenou ekonomiku (Bačuvčík, 2011, s. 37).

Neziskový (netržní) sektor zahrnuje:

Neziskový veřejný sektor

- *zakladatelé*: státní orgány, města, obce
- *představitelé*: příspěvkové organizace, které byly založeny organizačními složkami státu či územními samosprávnými orgány
- např.: muzea, galerie, divadla, školy, nemocnice

Neziskový soukromý sektor (NNO – nestátní neziskové organizace)

Je zaměřen na uspokojování potřeb v sociální, zdravotní, kulturní a náboženské sféře, a pokud organizace vytváří zisk, musí být použit k rozvoji organizace a plnění jejich cílů.

Do *Rady vlády pro nestátní neziskové organizace* patří:

- občanská sdružení a jejich organizační jednotky
- nadace a nadační fondy
- církevní právnické osoby
- obecně prospěšné společnosti (Dvořáček a Slunčík, 2012, s. 2)

1.4 Právní formy podnikání

Jak uvádí Synek a kol., podnikatel má na výběr z různých právních forem podnikání. Volba je dlouhodobě působící a nevzniká pouze při zakládání nové firmy, ale také i v případě, kdy vyvstanou důvody, například strategického charakteru, pro rozhodnutí o změně právní formy podniku. Pokud k takové změně dojde, nazývá se transformace (Synek a kol., 2011, s. 26).

Právní forma představuje jakýsi obal podniku, vzniklý za účelem usnadnění jeho fungování a také jako ochrana podnikatele ve smyslu oddělení jeho soukromého majetku od firemního (Šafrová Drášilová, 2019, s. 191).

Hlavním kritériem je v první řadě způsob a rozsah určení, dále oprávnění k řízení podniku, počet zakladatelů, nároky na počáteční kapitál, administrativní náročnost založení podniku, účast na zisku a ztrátě, finanční možnosti (zejména přístup k cizím zdrojům financí), daňové zatížení a povinnost zveřejňování informací z účetnictví (Synek a kol., 2011, s. 26-27).

1.4.1 Fyzická osoba

Zákon č. 455/1991 Sb. upravující podmínky živnostenského podnikání uvádí, že živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem (Zákon č. 455/1991 Sb., 2021). Fyzické osoby většinou podnikají na základě živnostenského oprávnění. Dle charakteru činnosti se dělí na živnosti ohlašovací a koncesované (Šafrová Drážilová, 2019, s. 193). Všeobecnými předpoklady pro získání živnostenského oprávnění jsou plná svéprávnost a trestní bezúhonnost (Synek a kol., 2011, s. 36).

I. Ohlašovací živnosti. Vznikají na základě ohlášení na živnostenském úřadu po zaplacení správního poplatku. Podnikatel může vykonávat činnost ihned po ohlášení. Ohlašovací živnost můžeme dále dělit na:

- i. Volné – není třeba prokázat se odbornou či jinou způsobilostí, musí být splněny pouze všeobecné podmínky vykonávání činnosti. Přehled jednotlivých oborů uvádí příloha č. 4 živnostenského zákona.
- ii. Řemeslné – způsobilost pro řemeslné živnosti je nutno doložit dokladem ukončení středního vzdělání výučním listem nebo maturitní zkouškou v daném oboru, ukončení vysokoškolského vzdělání v příslušné oblasti nebo uznání odborné kvalifikace pro daný obor. Přehled jednotlivých oborů uvádí příloha č. 1 živnostenského zákona.
- iii. Vázané – k získání živnostenského oprávnění je nutno prokázat odbornou způsobilost, která je upravena zvláštními právními předpisy. Potřebné doklady a požadavky pro daný obor uvádí příloha č. 2 živnostenského zákona.

II. Živnosti koncesované. Živnosti mohou být provozovány na základě koncese (povolení). Je nutné prokázat odbornou způsobilost, která je upravena zvláštními právními předpisy. Koncesované živnosti uvádí příloha č. 3 živnostenského zákona (Zákon č. 455/1991 Sb.).

1.4.2 Právnícká osoba

Občanský zákoník č. 89/2012 Sb. definuje právnickou osobu jako „organizovaný útvar, o kterém zákon stanoví, že má právní osobnost, nebo jehož právní osobnost zákon uzná“. V případě, že se podnikatel rozhodne podnikat jako právnická osoba, musí počítat

s náročnější administrativou spojenou se zahájením své činnosti a bude muset složit základní kapitál (Srpová a Řehoř, 2010, s. 68).

1.4.3 Obchodní společnosti

Obchodní společnosti mohou založit jak fyzické, tak právnické osoby. Lze je rozdělit do následujících skupin:

Kapitálové obchodní společnosti:

Akciová společnost (a. s.)

Jedná se o nejrozšířenější formu podnikání. Může být založena pouze jedním zakladatelem, pokud se jedná o právnickou osobu, nebo dvěma či více zakladateli. Zákon o obchodních korporacích stanovuje minimální výši základního kapitálu 2 mil. Kč, ten je následně rozdělen na určitý počet akcií, které jsou oceněny jmenovitou hodnotou. Jde o poměrně stálou složku vlastního kapitálu, změna probíhá pouze jednorázově následkem rozhodnutí valné hromady o zvýšení či snížení základního kapitálu. Za své závazky odpovídá akciová společnost celým svým majetkem, akcionář za ně neodpovídá. K založení akciové společnosti a utvoření základního kapitálu dochází buďto upsáním akcií nebo formou jednorázového založení akciové společnosti.

K založení společnosti prostřednictvím upsání akcií přistupují zakladatelé v případě, kdy nejsou schopni uhradit plnou výši základního kapitálu a k podílení se na splacení základního kapitálu vyzývají další akcionáře. Ti se tak úpisem zavazují k převzetí akcií a jejich následnému zaplacení. Způsob, jakým tyto akcie splatí, je uveden v listině upisovatelů. Obvykle jsou povinni zaplatit 10% jmenovité hodnoty akcií ihned po úpisu, jedná-li se o peněžité vklady, či do stanovené lhůty, kterou určí zakladatelé. Podmínkou k zapsání do obchodního rejstříku je upsání celé hodnoty základního kapitálu a jeho splacení peněžitými vklady alespoň do výše 30 % a celkové splacení všech nepeněžních vkladů. Upisovatelům je po zapsání do obchodního rejstříku vystaven tzv. zatímní list (promesa), nahrazující akcie do chvíle úplného splacení základního kapitálu, který byl upsán do obchodního rejstříku. Minimální výše základního kapitálu činí 2 mil. Kč.

K jednorázovému založení akciové společnosti dochází bez výzvy k úpisu. Zakladatelská smlouva po dohodě mezi zakladateli určí, v jakém poměru zakladatelé splatí základní kapitál v minimální výši 2 mil. Kč.

Společnost s ručením omezeným (s. r. o.)

Společenská smlouva zavazuje společníky k vložení vkladu. Společník musí vložit minimálně 1 Kč. K zapsání základního kapitálu do obchodního rejstříku dochází v případě, je-li splaceno alespoň 30 % každého peněžitého vkladu. Společnost s ručením omezeným může založit jeden společník na základě zakladatelské listiny, či několik společníků (maximálně 50). Může se jednat o fyzické či právnické osoby. Společnost ručí celým svým majetkem, společníci pouze do výše svého nesplaceného vkladu.

Osobní obchodní společnosti:

Veřejná obchodní společnost (v. o. s.)

Veřejná obchodní společnost jako osobní obchodní společnost není povinna vytvářet základní kapitál v určité výši. Založit ji mohou buď fyzické či právnické osoby na základě společenské smlouvy. Společnost musí založit nejméně dva společníci, kteří ručí celým svým majetkem. Po schválení návrhu všemi společníky je společnost zapsána do obchodního rejstříku.

Mezistupněm mezi kapitálovými a obchodními společnostmi lze označit *komanditní společnost (k. s.)*. Tato společnost vystupuje jako právnická osoba a její vznik je podmíněn uzavřením společenské smlouvy. Společníci se dělí na komanditisty ručící do výše svého vkladu (nejméně však 5000 Kč) a komplementáře, kteří dle obchodního zákoníku nemají povinnost vkladu, avšak ručí za společnost celým svým majetkem.

Družstvo

Družstvo je právnická osoba a je založeno buď dvěma právnickými osobami či nejméně pěti fyzickými. Základní kapitál tvoří členské vklady členů družstva.

Státní podnik

Zřizovatelem je stát, který vkládá základní kapitál vkladem do podniku. Státní podnik je právnická osoba a jeho základní kapitál se zapisuje do obchodního rejstříku (Mrkosová, 2014, s. 186-187).

1.5 Podnikání ve zdravotnictví

Právo vlastnit (a provozovat) zdravotnické zařízení má jak fyzická osoba (dále jen FO), právnická osoba (tedy společnost s ručením omezeným, dále jen s.r.o.), tak veřejná společnost (v.o.s.). Co se týče organizace provozu dané společnosti, existuje několik

variant – praxi lze vést jako jednotlivce nebo jako společnou praxi, či vést zdravotnické zařízení s více zaměstnanci. Na západ od nás jsou rozšířené společné praxe, jejichž výhoda spočívá například v lepší vyjednávací síle s pojišťovacími ústavy či ve společném marketingu.

Ať už se jedná o jakýkoliv způsob vlastnění i provozování zdravotnického zařízení, je nezbytné vypracování zakladatelského dokumentu, který je notářsky ověřen a následně schválen krajským soudem. Právní subjektivita vzniká zápisem právnické osoby (dále jen PO) do obchodního rejstříku (dále jen OR) (Slouka, 2017, s. 12).

Většina lékařů zvolilo pro provoz své činnosti využít status OSVČ, ovšem tento způsob je značně nevýhodný – viz následující výčet:

- Lékaři musí ručit celým svým majetkem.
- Mimo placení daně z příjmu existuje povinnost placení vysokých záloh na sociální a zdravotní pojištění.
- V situaci, kdy je lékař nemocen, není možno převést řízení praxe na druhou osobu, jako v případě podnikání formou právnické osoby, kdy lze vedením firmy pověřit své jednatele.
- Praxi není možno prodat jako FO, stejně tak není možný převod smluv se zdravotními pojišťovnami a převod nájemní smlouvy.
- Praxi není možno převádět na rodinné příslušníky, neboť je zapotřebí opětovného provedení kompletního procesu registrace zahrnující mj. výběrové řízení na uzavírání smluv se zdravotními pojišťovnami, což není u podnikání formou s.r.o. třeba a lze tento fakt označit jako nejsilnější výhodu oproti podnikání formou FO.
- Praxe není zahrnuta do dědického řízení.
- Než dojde k ukončení praxe, je nezbytné ve lhůtě 3 měsíců před tímto ukončením požádat o zrušení registrace a registrujícímu správnímu orgánu převést zdravotnickou dokumentaci.
- Hrozba potenciálních žalob od pacientů, dále dluhy, pokuty, půjčky či leasing.

Na základě výše uvedeného výčtu se jeví jednoznačně jako výhodnější varianta podnikání formou PO, tedy přesněji s.r.o. V tomto případě lékař neručí celým svým majetkem, nýbrž jen do výše nesplaceného vkladu společnosti. Pozitivum této volby je také v tom, že lékař si sám vyplácí přiměřenou mzdu, tím pádem zdatelně ušetří na sociálním a zdravotním pojištění. Odvody budou probíhat pouze ze mzdy, kterou si lékař sám vyplatí,

nikoliv z celkového měsíčního příjmu firmy. Jako další výhodu podnikání jakožto PO lze uvést, že po uplynutí 5 let existence s.r.o. lékař nemá povinnost odvádět daň z prodeje své praxe a dostává tak z prodeje pouze čistý příjem (Profispolečnosti, 2017).

1.5.1 Charakteristika nestátního zdravotnického zařízení

Jako nestátní zdravotnické zařízení je označováno zdravotnické zařízení, jehož provoz není hrazen státem. Bližší vymezení je pak dáno dle služeb, které dané zařízení provozuje. Je to zařízení, které provozuje k tomu oprávněná fyzická či právnická osoba. V případě nestátních zdravotnických zařízení (dále jen NZZ) je možno poskytovat péči jak ambulantní, tak ústavní, a to včetně poskytování prostředků zdravotnické techniky a dopravní zdravotnické služby sloužící k přepravě nemocných. NZZ má právo provozovat jen ta osoba, která získala oprávnění od daného okresního úřadu k provozování tohoto zařízení (epravo.cz, 2001).

1.5.2 Registrace nestátního zdravotnického zařízení

Pro poskytování zdravotnických služeb je nezbytné získat oprávnění k provozování zdravotnického zařízení. O registraci nestátního zdravotnického zařízení je možno požádat až po obdržení provozního řádu. Vzor provozního řádu vydává krajská hygienická stanice.

O registraci může žádat jak fyzická, tak právnická osoba, splní-li následující výčet podmínek:

- způsobilost k právním úkonům,
- bezúhonnost,
- odborná způsobilost odpovídající druhu a rozsahu zdravotní péče v požadované odbornosti,
- v případě, kdy právnická osoba nemá odbornou způsobilost odpovídající druhu a rozsahu zdravotní péče, je nutno stanovit odborného zástupce.

Následujícím krokem k získání registrace je žádost o souhlas s personálním a věcným vybavením ambulance a s druhem a rozsahem zdravotní péče. Tento požadavek má dvě části. V první části je žadatel povinen doložit seznam pracovníků zdravotnického zařízení (lékaře a nelékařské pracovníky), doklad o kvalifikaci těchto pracovníků a soupis přístrojového vybavení včetně dokladů o shodě nebo revizních zpráv. Forma dokladu o kvalifikaci nelékařských odborníků představuje diplom, vysvědčení a osvědčení k výkonu zdravotnického povolání bez odborného dohledu.

Pokud po doložení všech požadavků, následném šetření a kontrole na příslušném pracovišti nejsou shledány nedostatky, nabývá žadatel právní moci rozhodnutí o vydání souhlasu s personálním a věcným vybavením a s druhem a rozsahem zdravotní péče. Následně je možno podat žádost o registraci nestátního zdravotnického zařízení. Lhůta pro vyřízení činí 30 dnů, ve složitějších případech i 60 dnů.

K žádosti o registraci nestátního zdravotnického zařízení žadatel dokládá:

- doklady o vzdělání,
- doklad o zdravotní způsobilosti,
- výpis z Rejstříku trestů (nesmí být starší než 3 měsíce),
- čestné prohlášení,
- schválený provozní řád,
- doklad o právním vztahu k místu provozování (nájemní či podnájemní smlouva, výpis z katastru nemovitostí),
- právnické osoby dokládají listiny prokazující vznik společnosti,
- souhlas s personálním a věcným vybavením, druhem a rozsahem zdravotní péče poskytované nestátním zdravotnickým zařízením,
- správní poplatek v hodnotě 1 000 Kč, který se platí na pokladně daného krajského úřadu (Opočenská, 2009).

1.5.3 Rozsah poskytované péče

V nestátních zařízeních lze poskytovat zdravotní péči poradenskou, ošetřovatelskou, diagnostickou, preventivní, rehabilitační, lázeňskou, léčebnou a lékárenskou. V nestátních zařízeních je možno poskytovat péči jak ambulantní, tak ústavní, dále také poskytování prostředků zdravotnické techniky a dopravní zdravotnické služby sloužící k přepravě nemocných. V těchto zařízeních není povoleno poskytovat zdravotní péči vyhrazenou dle zvláštních předpisů státu. V případě nutné a neodkladné péče je lékař oprávněn poskytnout zdravotní péči (označuje se jako výjimka, kdy tato zdravotní péče není obsažena v odbornosti daného lékaře) (Sellner, 2011).

Zákon č. 372/2011 Sb., § 7 definuje ambulantní péči jako zdravotní péči, při níž není vyžadována hospitalizace pacienta či jeho přijetí na lůžko do zdravotnického zařízení poskytovatele jednodenní péče.

Ambulantní péči lze poskytovat jako:

- *primární ambulantní péči*, jejímž účelem je poskytování preventivní, diagnostické, léčebné a posudkové péče a konzultací, dále koordinace a návaznost poskytovaných zdravotních služeb jinými poskytovateli; tuto zdravotní péči pacientovi poskytuje registrující poskytovatel,
- *specializovaná ambulantní péče*, která je poskytována v rámci jednotlivých oborů zdravotní péče podle § 4 odst. 4,
- *stacionární péče*, jejímž účelem je poskytování zdravotní péče pacientům, jejichž zdravotní stav vyžaduje opakované denní poskytování ambulantní péče.

1.5.4 Legislativa související s provozem nestátního zdravotnického zařízení

V případě zřízení a provozování zdravotnického zařízení je potřeba se řídit spoustou právních předpisů. Rozdíl je samozřejmě mezi státním a nestátním a zařízením (tedy soukromým).

- Dne 1. 4. 2012 vstoupil v platnost hlavní zákon pro provoz zdravotnických zařízení, tedy **zákon č. 372/2011 Sb.**, o zdravotních službách a podmínkách jejich poskytování (zákon o zdravotních službách) ve všech typech zdravotnických zařízení. Upravuje postavení pacienta a jiných osob v souvislosti s poskytováním zdravotních služeb, postavení poskytovatele, zdravotnických pracovníků a jiných odborných pracovníků v souvislosti s poskytováním zdravotních služeb, dále zdravotnickou dokumentaci a národní zdravotnický informační systém, nakládání s odejmutými částmi lidského těla, tělem zemřelého, postup při úmrtí a pitvy, stížnosti, hodnocení kvality a bezpečí zdravotních služeb, kontrolní činnost, kraje, fakultní nemocnice a centra vysoce specializované péče, patientské organizace, přestupky, společné, zmocňovací, přechodné a zrušovací ustanovení a účinnost.
- **Zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví, v platném znění**, upravující práva a povinnosti FO a PO osob v oblasti týkající se ochrany a podpory veřejného zdraví; tedy soustavu orgánů ochrany veřejného zdraví, jejich působnost a pravomoc; úkoly dalších orgánů veřejné správy v oblasti hodnocení a snižování hluku z hlediska dlouhodobého průměrného hlukového zatížení životního prostředí.
- **Zákon č. 375/2022 Sb., o zdravotnických prostředcích a diagnostických zdravotnických prostředcích in vitro, v platném znění**, upravující podmínky pro používání zdravotnických prostředků; klinické hodnocení zdravotnických prostředků, předepisování, výdej, nákup, skladování a prodej zdravotnických

prostředků; instalaci, instruktáž, používání, údržbu, servis a evidenci zdravotnických prostředků; výkon státní správy a dalších činností v oblasti zdravotnických prostředků.

- **Zákon č. 378/2007 Sb., o léčivech, v platném znění**, upravující výzkum, výrobu, přípravu, distribuci, kontrolu a odstraňování léčiv; registraci, poregistrační sledování, předepisování a výdej léčivých přípravků, prodej vyhrazených léčivých přípravků a poskytování informací.
- **Vyhláška č. 329/2019 Sb.**, o předepisování léčivých přípravků při poskytování zdravotních služeb.
- **Vyhláška č. 92/2012 Sb.**, o požadavcích na minimální technické a věcné vybavení zdravotnických zařízení a kontaktních pracovišť domácí péče, v platném znění.
- **Vyhláška č. 99/2012 Sb.**, o požadavcích na minimální personální zabezpečení zdravotních služeb, v platném znění.
- **Vyhláška č. 98/2012 Sb.**, o zdravotnické dokumentaci, v platném znění.
- **Vyhláška č. 101/2012 Sb.**, o podrobnostech obsahu traumatologického plánu poskytovatele jednodenní nebo lůžkové zdravotní péče a postupu při jeho zpracování a projednání, v platném znění.
- **Vyhláška č. 389/2021 Sb.**, kterou se mění vyhláška č. 373/2016 Sb., o předávání údajů do Národního zdravotnického informačního systému, ve znění vyhlášky č. 115/2019 Sb.
- **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, v platném znění.

1.5.5 Technické a věcné vybavení ambulance

V příloze č. 1 k vyhlášce č. 92/2012 Sb. jsou uvedeny obecné požadavky na technické a věcné vybavení zdravotnických zařízení, příloha č. 2 pak stanovuje požadavky na technické a věcné vybavení ambulantních zařízení. V bodě I. B této přílohy jsou dále uvedeny zvláštní požadavky dle oborů poskytované péče.

Obecné požadavky na technické a věcné vybavení zdravotnických zařízení

- Zdravotnické zařízení musí z hlediska stavebně technických požadavků na prostory a jejich funkční a dispoziční uspořádání umožňovat funkční a bezpečný provoz.
- Zdravotnické zařízení dále musí:

- tvořit provozně uzavřený a funkčně provázaný celek,
- být umístěno v nebytových prostorech splňujících obecné požadavky na výstavbu,
- mít zajištěnu dodávku pitné vody a dodávku teplé vody, pokud není zajištěn její ohřev na místě,
- mít zajištěn odvod odpadních vod,
- být vybaveno systémem přirozeného nebo nuceného větrání a systémem vytápění,
- mít zajištěno připojení na veřejný rozvod elektrické energie,
- být vybaveno připojením k veřejné telefonní síti, a to pevné nebo mobilní, pokud není dále uvedeno jinak,
- být vybaveno počítačem s připojením k internetu.
- Prostory určené pro:
 - manipulaci s biologickým materiálem,
 - provádění operačních výkonů, nebo
 - provádění endoskopických výkonů s porušením integrity tělesného povrchu nebo se zvýšeným rizikem infekce, musí mít omyvatelný povrch stěn minimálně do výšky 180 cm a povrch nábytku a podlahy snadno čistitelné, omyvatelné a dezinfikovatelné.

Požadavky na technické a věcné vybavení zdravotnických zařízení ambulantní péče

Společné požadavky

- a) Základní provozní prostory zdravotnických zařízení ambulantní péče jsou:
- ordinace lékařů, ve které jsou prováděny zdravotní výkony
 - čekárna
 - WC pro pacienty

- zákrokový sál, pokud jsou prováděny:
 - operační výkony, nebo
 - endoskopické výkony s porušením integrity tělesného povrchu nebo se zvýšeným rizikem infekce
 - přípravná pro výkony, pokud je zřízena
- b) Vedlejší provozní prostory zdravotnických zařízení ambulantní péče jsou:
- sanitární zařízení pro zaměstnance
 - skladovací prostory
 - místnost pro odpočinek zaměstnanců, pokud je zřízena
- c) Ordinace lékaře a pracoviště dalších zdravotnických pracovníků a jiných odborných pracovníků musí mít minimální podlahovou plochu (dále jen „plocha“) 13 m².
- d) Přípravnou pro výkony se rozumí místnost, kde je připravován pacient k výkonům a dále kde jsou připravovány zdravotnické prostředky, léčivé přípravky a léčivé látky před jejich aplikací pacientovi a vykonávány další činnosti s tím související. Přípravná pro výkony musí mít minimální plochu 10 m².
- e) Čekárna musí mít minimální plochu 7 m², pokud není dále uvedeno jinak, a musí být vybavena sedacím nábytkem.
- f) WC pro pacienty musí mít předsíň vybavenou umyvadlem, není-li umyvadlo umístěno v kabině WC.
- g) Zákrokový sál musí mít minimální plochu 10 m² a mít podlahy, stropy i stěny odolné proti poškození při pravidelném čištění, mytí a dezinfekci.
- h) Skladovací prostory se vyčleňují pro oddělené skladování materiálu, prádla a uklízacích a dezinfekčních potřeb.
- i) Vybavení ordinace lékaře:
- vyšetřovací lehátko
 - umyvadlo
 - dřez na mytí pomůcek, pokud je prováděno mytí a čištění pomůcek použitých k manipulaci s biologickým materiálem
 - nábytek pro práci zdravotnických pracovníků a jiných odborných pracovníků,
 - židle nebo křeslo pro pacienta
 - skříň na léčivé přípravky
 - stolky na přístroje a nástroje

- nepřenosná uzamykatelná schránka z kovu, pokud se skladují omamné nebo psychotropní látky nebo přípravky je obsahující
 - skříň na nástroje a pomůcky
 - kartotéční skříň, pokud není zdravotnická dokumentace vedena výhradně v elektronické podobě nebo pokud není zřízena centrální kartotéka
 - chladnička na léčivé přípravky vybavená teploměrem, pokud se uchovávají léčivé přípravky nebo pomůcky, které pro své uchování vyžadují nižší teplotu než pokojovou, a chladnička na biologický materiál vybavená teploměrem, pokud je uchováván biologický materiál
 - tonometr, fonendoskop, teploměr lékařský, osobní váha, výškoměr
 - pomůcky a léčivé přípravky pro poskytnutí první pomoci včetně kardiopulmonální resuscitace, tj. resuscitační rouška nebo samorozpínací vak včetně masky, vzduchovody, rukavice, výbava pro stavění krvácení a prostředky k zajištění žilního vstupu; pracoviště pracovníků nelékařských zdravotnických povolání nemusí být vybaveno léčivými přípravky pro poskytnutí první pomoci a prostředky k zajištění žilního vstupu,
 - sterilizátor, pokud se používají nástroje a pomůcky vyžadující sterilitu a není zajištěna služba centrální sterilizace nebo dodávka veškerého materiálu na jednorázové použití anebo pokud není dodáván veškerý materiál sterilizovaný. Pokud je používána sterilizace formaldehydem, musí být sterilizátor umístěn mimo místnost pro provádění výkonů
 - lokální svítidlo vyšetřovací
 - prostor pro svlékání pacienta a odložení oděvu.
- j) Vybavení zákrokového sálu:
- umyvadlo
 - operační stůl nebo křeslo s operačním svítidlem
 - kontejnery na sterilní materiál a sterilní nástroje
 - kontejner na použitý operační materiál
 - infuzní stojan nebo jiné zařízení umožňující bezpečné zavěšení infuzních lahví a vaků
 - instrumentační stolek
 - další přístroje a nástroje podle oboru poskytované péče

Zvláštní požadavky dle oboru péče:

Pro plastickou chirurgii jsou stanoveny stejné požadavky jako pro chirurgii, a to:

- monitor, pokud je digitální přenos obrazů, nebo negatoskop,
- instrumentárium pro chirurgické výkony.

Zaměstnanci

Příloha č. k vyhlášce č. 99/2012 Sb. uvádí ve své části I. požadavky na personální zabezpečení ambulantní péče podle oborů lékařů a zubních lékařů a nelékařských zdravotnických povolání. Ta dále ve zvláštních požadavcích specifikuje pod bodem 1.38 nároky pro plastickou chirurgii:

- plastický chirurg, a
- všeobecná sestra nebo zdravotnický asistent, pokud je poskytována ošetrovatelská péče.

V navrhovaném zařízení bude přítomen plastický chirurg s ukončeným specializačním vzděláním v oboru plastická chirurgie, perioperační sestra pracující bez odborného dohledu, všeobecná sestra pracující na pozici recepční a dále úklidový pracovník vnitřních prostor.

2 PLASTICKÁ A ESTETICKÁ CHIRURGIE

Plastická chirurgie zahrnuje rekonstruktivní a estetické (kosmetické) zákroky. Termín estetická a kosmetická používáme pro označení zásahů, které představují zlepšení vzhledu jedince (Gerber a Kuechel, 2005, s. 5).

Estetickou chirurgii lze bezesporu označit za velmi žádoucí a přínosnou. Pro lékaře v současné době není dostačující ovládat jen chirurgické postupy a techniky, je také nezbytné se pokusit o navázání důvěryhodného vztahu s klientem a v neposlední řadě respektovat jeho psychiku, která je u každého klienta jedinečná. Při porušení daného hrozí, že finální výsledek práce nemusí skončit očekávaným výsledkem.

Hlavní cíle estetické chirurgie představují převážně psychologické a sociální hodnoty, proto je zřejmé, že je třeba dbát na bezpečnost daných chirurgických zásahů. Podstatnou zásadou je dále bezpečná anestezie, z čehož vyplývá potřeba pečlivé předoperační přípravy a důležitost prevence infekcí. Je také třeba sledovat pooperační stav – podlitiny a otoky, aby se zkrátila doba nezbytná k zotavení po zákroku. I přesto, že výsledky estetické chirurgie dosahované v dnešní době lze označit jako kvalitní, je nezbytné, aby příští generace plastických chirurgů stávající metody a postupy zdokonalovala (Brychta a Stanek, 2014).

2.1 Historie a vývoj plastické chirurgie

Za zrod plastické chirurgie z pohledu historie se pokládají především úrazy nosu, který jako esteticky nejvýznamnější část obličeje býval poraněn během boje s nepřítelem, stejně tak mohl být urážen zajatci za účelem zohavení či plnil funkci označování odsouzeného (Měšťák a kol., 2015, s. 13).

Počátky záznamů o plastických operacích sahají až 600 let př. n. l., svůj původ mají u indického chirurga jménem Sušruta. Ten nahrazoval nos lalokem z čela, dodnes se proto můžeme setkat s metodou zvanou indická plastika nosu (Brychta a Stanek, 2014, s. 3). Později, na přelomu našeho letopočtu, popsal římský spisovatel a lékař Aulus Cornelius Celsus ve svém díle zvaném *De re medica* plastiku jak nosu, tak rtů a ušních boltců. V knize lze také nalézt zmínku o první operaci rozštěpu rtu. Sušrutovi se povedlo ve 3. století našeho letopočtu velmi podrobně popsat rekonstrukční postupy. Zajímavý je jeho názor na výchovu nových lékařů: „*Jen spojení chirurgie a medicíny vytváří*

dokonalého lékaře. Lékař, jemuž se znalostí jednoho nebo druhého odvětví nedostává, je podoben ptáku s jedním křídlem.” (Měšťák a kol., 2015, s. 13)

Ve středověku nenalézáme téměř žádné zprávy o plastických operacích, což bylo odrazem rozpadu římské říše a následným počátkem úpadku lidské kultury. Příčinou byl především fakt, že toto období nebylo příliš nakloněno vědeckému bádání. Po tomto dlouhém období se objevují první zprávy až v polovině 15. století v Itálii, kde byla tehdy medicína na relativně vysoké úrovni. Prvním, kdo nahradil nos lalokem z kůže paže, byl Antonio Branca (Měšťák a kol., 2015, s. 13). Za zmínku stojí také „otec moderní plastické chirurgie”, Ital Gasparo Tagliacozzi, který byl znám především díky popisu tzv. italské plastiky nosu vzdáleným lalokem z paže (Brychta a Stanek, 2014, s. 3). Knihu *De curtorum chirurgia per insitionem* (O chirurgii defektů vsazením), kterou napsal v roce 1568, lze považovat za první vědeckou knihu o plastické chirurgii.

V 17. a 18. století byly plastické operace pouze ojedinělé. Až teprve v průběhu 19. století dochází k jejich obnovení. Chirurg Napoleona, Larrey, napsal návod pro přenos kožních pruhů v obličeji a jejich následné použití nejen pro náhradu nosu, ale i dalších částí obličeje. V první čtvrtině 19. století provedl německý chirurg Dieffenbach spoustu pokusů na zvířatech, přenášel části jejich čenichů, vlasy a rohovku. Francouzský chirurg Ollier vykonal několik transplantací částí kosti s okosticí. Roku 1869 podává zprávu jiný francouzský chirurg, Reverdin, o volném přenosu malých částí kůže, jež byly seříznuty břitvou z povrchu kůže, které následně kladl na špatně hojící se rány. Později tuto metodu rozšířil na přenos částí povrchu pokožky velkých až 8 cm. Navzdory tomu, že při zrodu transplantace kůže byli oba zmínění francouzští chirurgové, metoda dostala název Thierschova technika po německém chirurgovi, jenž ji propracoval a následně zveřejnil.

Významné pro rozvoj plastické chirurgie byly práce Semmelweise a Pasteura, díky kterým anglický chirurg Lister popsals antiseptický operační způsob, při kterém byly ničeny mikroby v ráně kyselinou karbolovou. Průlom ovšem přinesla až asepsa a také celkové i místní znecitlivění, které eliminovalo ukrutné utrpení, které v minulosti působila každá operace. V průběhu první světové války došlo k prudkému vývoji plastické chirurgie v řadě zemí, lékaři tehdy museli řešit těžká válečná poranění. Hlavní představitelé rozvoje plastické chirurgie tehdejší doby byli francouzští chirurgové Morestin a Ombrédann, angličtí chirurgové Gillies a Kilner, v Německu Lexer, v Rusku Limberg a u nás Burian. Důležitost plastické chirurgie dokládá i skutečnost, že byla roku 1931 založena francouzská společnost plastické a estetické chirurgie, o rok později americká společnost

plastické chirurgie a poté se přidávaly další a další země. V Paříži se roku 1933 pořádal první mezinárodní kongres plastické chirurgie. Také druhá světová válka přinesla mnoho závažných poranění a po válce vznikaly odborné ústavy plastické chirurgie v každé zemi. V Anglii a Americe se tyto ústavy dokonce objevují při každé větší nemocnici. V roce 1946 začíná vycházet odborný časopis plastické chirurgie s názvem *Plastic and Reconstructive Surgery*. V této době se plastická chirurgie stala plnoprávnou součástí preventivní léčebné péče (Měšťák a kol., 2015, s. 13-14).

2.2 Vývoj plastické chirurgie v Československu

Za zakladatele plastické chirurgie v tehdejší Československu je označován František Burian, skvělý vědec a talentovaný chirurg, který se stal špičkou ve svém oboru. Během první světové války získal cenné zkušenosti, v rumunském Temešváru založil stanici plastické chirurgie, která byla po konci války přesunuta do divizní nemocnice na Hradčanech. Stanice byla primárně určena k řešení těžkých poranění vzniklých v průběhu války. Přechodně byla poté umístěna do Jedličkova ústavu, konečné sídlo ale nachází až v roce 1937 v nemocnici na Královských Vinohradech. Zde se stává základem ústavu a následně i kliniky plastické chirurgie. Spolu s oddělením pro léčbu popálenin dochází k poskytování péče o nemocné se zevními vrozenými vadami obličeje, končetin a trupu, genitálu, ztrátovými poraněními, nádorovým onemocněním kůže, poraněními stavů a také s kosmetickými vadami (Měšťák a kol., 2015, s. 15). Burian přikládal velkou důležitost korekcím kosmetických vad, důkazem je mimo jiné jeho atlas operací kosmetických vad, který se stal chloubou lékařských knihoven (Brychta a Stanek, 2014, s. 12).

Na území Československa začaly vznikat další pracoviště plastické chirurgie. Následovníkem akademika Buriana byl profesor Václav Karfík, který se věnoval například rozvoji chirurgii ruky a chirurgii poraněného obličeje. K žákům Buriana patřila také profesorka Helena Pešková, vynikající operátorka, po které převzal vedení pražské kliniky profesor Miroslav Fára. Svůj život zasvětil zejména problematice rozštěpů obličeje, v této oblasti dosáhl dokonce mezinárodního uznání. Dalšími významnými pokračovateli Buriana patřili profesorka Radana Königová, profesor Demjén, primář Hasman, profesor Kubáček, profesor Bařinka, primář Fahoun a primář Česany (Měšťák a kol., 2015, s. 15-16).

2.3 Estetická medicína ve 21. století

V posledních letech došlo k masivnímu nárůstu pracovišť zaměřujících se na estetickou medicínu, z větší části se jedná o privátní zařízení, mnohdy označovaných jako „kliniky“, nabízející komplexní péči v oblasti zdraví a lidské krásy. Tyto služby často zahrnují korektivní dermatologii, laserovou terapii, estetickou stomatologii a stomatochirurgii, kosmetologii, ale i prodlužování vlasů, permanentní tetováž a další procedury související s krásou lidského těla. Tento vzrůstající trend je spojován především se zvyšující se životní úrovní obyvatelstva a silnou medializací těchto zákroků jak v časopisech, tak na sociálních sítích (Brychta a Stanek, 2014, s. 12).

Přístup k nejrůznějším procedurám je čím dál snazší a potenciální klienti jsou lépe informováni právě díky masmédiím. Mnohdy se můžeme setkat s tím, že média prezentují spojitost krásy s úspěchem a popularitou. Lidé toužící po návštěvě kliniky estetické medicíny jsou také významně ovlivněni celebritymi. Není výjimkou, že tyto celebrity prezentují dané kliniky prostřednictvím fotografií či videí z předoperačních konzultací, případně z průběhu zákroku i samotného výsledku. Jejich reklama může mít vliv na výběr kliniky, typu provedení zákroku a podobně. Pro příklad lze uvést medializaci profylaktické mastektomie Angeliny Jolie. Její oznámení v *The New York Times* v květnu 2013 zvýšilo popularitu BRCA1 a BRCA2 genu a mastektomie snižující riziko vzniku karcinomu prsu je nyní označována jako „*The Angelina Jolie effect*“ (účinek, efekt Angeliny Jolie). *Google Trends (GT)* je metoda monitorování internetového vyhledávání analyzováním frekvencí Google dotazů v průběhu daného časového úseku, zájem o plastickou chirurgii a miniinvazivní kosmetické zákroky tak lze snadno sledovat. Termíny ve vyhledávači Google „BRCA geny“, „BRCA1“, „BRCA2“, „mastektomie“ a „profylaktická mastektomie“ vykazují vrchol frekvence vyhledávání během května roku 2013, poté, co Angelina Jolie oznámila podstoupení profylaktické mastektomie. Ještě několik následujících let byly tyto výrazy velmi často vyhledávány. Následovala Kylie Jenner, která podstoupila augmentaci rtů v květnu roku 2015, v důsledku čehož se zvýšil zájem veřejnosti o tento miniinvazivní kosmetický zákrok. Dalšími příklady byly Caitlyn Jenner se svou operativní změnou pohlaví v dubnu 2017 a Kim Kardashian se zvětšeným pozadím. Veřejná oznámení známých osobností jako jsou Angelina Jolie a rodina Kardashianových zapříčinila trvalé změny zájmu veřejnosti v oblasti estetické medicíny.

Dalším faktorem, který znatelně ovlivnil služby estetické medicíny je evoluce sociálních médií zaměřených na image člověka. Snadné úpravy selfie fotografií v mobilních aplikacích jako jsou *Facetune* či *Snapchat* silně změnily celosvětové vnímání krásy. Lidé dokonce mohou toužit po estetických zákrocích za účelem pořízení si lepších selfie. Před popularitou selfie fotografií byl největší zájem o provedení úpravy hrotu nosu, v současnosti je to asymetrie nosu a obličeje. Spolu s rhinoplastikou, transplantací vlasů a blefaroplastikou se jedná o nejpoblárnější zákroky zlepšující vzhled člověka na selfie snímcích. V minulosti byla technologie úprav fotek dostupná pouze pro celebrity. Veřejnost si tak vzhled celebrit až příliš idealizovala, jejich fotografie byly bezchybné. Dříve si proto klienti estetických klinik nosili ke konzultaci snímky slavných osobností, aby lékaři lépe porozuměli jejich touhám po změně. V současnosti ale namísto toho s sebou berou upravené fotografie sebe samých, na kterých mají zvětšené rty, větší oči nebo užší nos. Tento nový fenomén, nazývaný jako „*Snapchat dysmorphia*“ představuje nebezpečí zejména pro mladistvé, neboť maže hranice mezi realitou a fantazií, což si mladí lidé často neuvědomují (Milothridis, 2020, s. 5-6).

Teenageři si tvoří výrazně upravené selfie fotografie za použití nejrůznějších filtrů, k čemuž využívají zejména mobilní aplikaci *Snapchat*, která jim dopomáhá přiblížit se vlastní dokonalosti a také podobiznám jejich oblíbených influencerů. Na základě odborných studií se ukazuje, že masivní užívání sociálních sítí má přímou spojitost se vznikem *BDD (body dysmorphic disorder)*, neboli tělesnou dysmorfickou poruchou, „*Snapchat dysmorfii*“ a „*selfie dysmorfii*“. Tito klienti tráví zdokonalováním svých fotografií spousty času a vytváří si mnohdy velmi nereálnou vizáž (například zvětšené oči). Plastický chirurg by měl proto klienta upozornit, do jaké míry lze jeho představy uskutečnit (Rieder and Fried, 2021, s. 73).

Změnu vnímání významu estetické chirurgie demonstruje například příběh americké herečky s židovským původem Fanny Brice, která podstoupila plastickou operaci nosu a nechala si jej narovnat. Miliony jejích fanoušků ji ale obdivovali právě pro její osobité kouzlo a jedinečnou krásu. Na jedné straně mohla přijít o kariéru, ale nakonec díky svému chirurgickému zákroku získala v budoucnu spoustu filmových rolí. O čtyřicet let později se Barbra Streisand objevila ve snímku *Funny Girl* se svým typickým židovským nosem a její obdivovatelé naopak nechápali, proč si „to“ herečka nenechala ihned odstranit. Můžeme tedy vidět, jak se během čtyř desítek let názor na krásu změnil (Měšťák a Měšťák, 2021, s. 21-22).

2.4 Vzdělání v oboru plastická chirurgie

V průběhu 20. století ve Spojených státech došlo ke vzniku specializovaného oboru plastické chirurgie. Jedním z jeho zakladatelů byl Wilfrid Pappun Blair, který se stal prvním vedoucím oddělení plastické a rekonstrukční chirurgie Washington University ve státě Missouri. Blair získal své zkušenosti především v průběhu první světové války, kdy léčil vojáky s komplexními poraněními čelisti (Brychta a Stanek, 2014, s. 4).

U nás došlo k uznání plastické chirurgie jako samostatného oboru v roce 1932, o což se zasloužil profesor Arnold Jirásek, který byl tehdejším prezidentem lékařské komory. V České republice můžeme v současnosti najít pět univerzitních klinik v oboru plastická chirurgie, tři se nachází v Praze a dvě v Brně. Roku 1966 se plastická chirurgie stává atestačním oborem. Dříve byla pouze nástavbovým oborem, lékaři tedy museli skládat nejdříve atestaci z chirurgie I. stupně.

Od roku 2011 bylo specializační vzdělávání lékařů přesunuto z Institutu postgraduálního vzdělávání ve zdravotnictví na lékařské fakulty. Hlavní podmínkou pro zařazení do specializačního vzdělávání je především ukončené studium na lékařské fakultě, po jehož absolvování se lékař stává odborně způsobilým pro výkon lékařského povolání. K získání specializované způsobilosti v oboru plastické chirurgie je potřeba dokončit základní chirurgický kmen, který trvá 24 měsíců, dále specializovaný výcvik v délce trvání 48 měsíců, a nakonec složení atestační zkoušky, celkově tedy celý proces specializačního vzdělávání v oboru plastické chirurgie trvá nejméně šest let. Pracovišť, kde se uskutečňuje specializovaný výcvik, je 13 a rozdělují se do tří typů dle rozsahu odborné péče a výuky, kterou poskytují (Měšťák a kol., 2015, s. 16).

Část I.

a) všeobecná povinná praxe

Akreditované zařízení	Počet měsíců
anesteziologie a intenzivní medicína ^{1), 2)} – poskytovatel zdravotních služeb poskytující akutní lůžkovou zdravotní péči intenzivní a resuscitační	2
chirurgie ^{1), 3)} – poskytovatel zdravotních služeb poskytující lůžkovou zdravotní péči ve všeobecné chirurgii	2
vnitřní lékařství ^{1), 4)} – poskytovatel zdravotních služeb poskytující lůžkovou zdravotní péči v celém spektru interních onemocnění	2

b) povinná praxe v oboru kmene

Akreditované zařízení	Počet měsíců
chirurgie ^{1), 3)} – poskytovatel zdravotních služeb poskytující lůžkovou zdravotní péči ve všeobecné chirurgii	7
traumatologie ^{1), 5), 6)}	5
plastická chirurgie ^{1), 7), 8), 9)}	3
<i>z toho</i> specializované pracoviště chirurgie ruky	1
popáleninová medicína ¹⁰⁾	1
maxilofaciální chirurgie ¹¹⁾	1
dětská chirurgie ^{1), 12)}	1

Obrázek 1 Základní chirurgický kmen – v délce minimálně 24 měsíců

Část II.

a) povinná praxe

Akreditované zařízení	Počet měsíců
plastická chirurgie ^{1), 7), 8), 9)} – poskytovatel zdravotních služeb s akreditací I. nebo II. nebo III. typu	46
<i>z toho</i> pro lékaře pracující na akreditovaném zařízení plastické chirurgie ^{1), 7)} – výukové zařízení s akreditací I. typu	
<i>z toho</i> praxe na výukovém zařízení s akreditací II. typu	5
<i>z toho</i> praxe na výukovém zařízení s akreditací III. typu	6
pro lékaře pracující na akreditovaném zařízení plastické chirurgie ^{1), 8)} – výukové zařízení s akreditací II. typu (praxe na výukovém zařízení s akreditací III. typu) v min. délce	6
pro lékaře, kteří se trvale školí na akreditovaném zařízení	1
plastické chirurgie ^{1), 9)} – výukové zařízení s akreditací III. typu, praxe na jiném výukovém zařízení stejného typu v min. délce	
specializované zařízení chirurgie ruky – pro lékaře pracující na akreditovaném zařízení s akreditací I. nebo II. typu	2

b) doporučená doplňková praxe

Akreditované zařízení	Délka trvání
specializované zahraniční zařízení plastické chirurgie (spektrům operací odpovídá akreditovanému zařízení pro obor plastická chirurgie v ČR)	1 měsíc
neurochirurgie ^{1), 13)}	2 týdny
ortopedie a traumatologie pohybového ústrojí ^{1), 14)}	2 týdny
maxilofaciální chirurgie ¹¹⁾	2 týdny
dětská chirurgie ^{1), 12)}	2 týdny
specializované pracoviště estetické chirurgie	2 týdny

Obrázek 2 Vlastní specializovaný výcvik – v délce minimálně 48 měsíců

Část III.**c) účast na vzdělávacích aktivitách – povinná**

Kurzy, semináře	Počet dní
kurz Lékařská první pomoc ¹⁵⁾	3
kurz Základy zdravotnické legislativy, etiky a komunikace ¹⁵⁾	2
kurz Prevence škodlivého užívání návykových látek (NL) a léčba závislosti ¹⁵⁾	1
kurz Radiační ochrana ¹⁶⁾	1
kurz Novinky z chirurgie ¹⁷⁾	5
kurz Plastická chirurgie ¹⁷⁾	5

d) účast na vzdělávacích aktivitách – doporučená

Kurzy, semináře	Délka trvání
další odborné akce garantované příslušnou odbornou společností nebo Institutem postgraduálního vzdělávání ve zdravotnictví (dále jen „IPVZ“) nebo Českou lékařskou komorou (dále jen „ČLK“) nebo lékařskými fakultami (dále jen „LF“) nebo akreditovanými zařízeními, aj.	v rozsahu min. 20 hod.

Obrázek 3 Teoretická část vzdělávacího programu

Zdroj: MZ, 2015

2.5 Kompetence plastického chirurga

Lékař po absolvování specializačního vzdělávání získává způsobilost v následujících činnostech:

- provádění anamnézy a diferenční diagnostiky, hodnocení výsledků provedených vyšetření a navrhování léčby,
- provádění veškerých specializovaných výkonů uvedených v logbooku (seznam diagnostických a terapeutických výkonů provedených dle požadavků vzdělávacího programu, povinných stáží a účastí na kazuistických seminářích),
- rozhodování o ambulantní či nemocniční léčbě dle předpokládané diagnózy a zdravotního stavu pacienta,
- vedení specializačního vzdělávání lékařů bez specializované způsobilosti a dohlížení na jejich práci (MZ, 2015).

2.6 Role plastického chirurga

Plastický chirurg by měl být v první řadě lékař, až poté plastický chirurg. Měl by vystupovat nejen jako lékař, ale také jako terapeut a umělec. Role lékaře je vyhodnotit správně klienta, který přichází do ambulance, aby určil chirurgickou proveditelnost a také posoudil zdravotní stav daného jedince před samotným zákrokem v rámci předoperační přípravy. V roli terapeuta by měl věnovat dostatečnou pozornost monitorování strachu

klienta a pokusit se jej eliminovat v případě, kdy už jsou obavy nadměrné, neboť existuje riziko výskytu psychických problémů v pooperačním období.

Jako umělec musí dbát na své estetické cítění a zároveň se pokusit vyhovět přání pacienta tak, aby byl s výsledným efektem spokojen. Důležité je, aby jasně porozuměl motivaci klienta a jeho očekávání před zákrokem. Zkušený plastický chirurg by měl být schopen rozeznat dysmorfofobickou poruchu a těžkou depresi, v takovém případě se z klienta stává psychiatrický pacient a je třeba vyhledat odbornou pomoc.

Klientovi vše vysvětlí, podrobně ho informuje o průběhu zákroku i pooperační péči, neboť „správně informovaný klient je šťastný klient“ (Janis, 2018, s. 1-2).

2.7 Charakteristika klienta plastické chirurgie

Klienty, kteří přichází za plastickými chirurgy, lze rozdělit do čtyř kategorií. Takzvaný „nakupující“ klient osloví nejdříve spoustu chirurgů, než učiní ono rozhodnutí, srovnává faktory, jako jsou cena, personál, dostupnost, recenze, webové stránky. „Mluvka“ si bere čas na rozmyšlenou během konzultací s lékaři a má mnoho otázek týkajících se nejrůznějších situací. „Plánovač“ má již jasnou představu o tom, co chce a zjišťuje, zda bude jeho představě ze strany plastického chirurga vyhověno. „Posluchač“ velmi nemluví, požaduje po lékaři detailní vysvětlení veškerých postupů, přenechává rozhodnutí především na lékaři (Janis, 2018, s. 2).

Touha po úpravách vlastního těla může mít také psychopatologický původ. Plastický chirurg by měl být proto schopen identifikovat psychicky nezpůsobitelné pacienty a po odhalení případné patologie doporučit konzultaci u psychiatra, je-li to nutné (Janis, 2018, s. 3). Příkladem je dysmorfofobická porucha, kdy je jedinec silně přesvědčen o abnormálnosti částí svého těla a dožaduje se razantní intervence v podobě plastických operací. Tuto poruchu lze přiřadit k hypochondrickým poruchám, které spadají pod disociativní (konverzní) poruchy (Svoboda a kol., 2006, s. 242).

Mezi pozitivní psychologické indikátory řadíme například případ, kdy má klient určitou anatomickou odchylku, která je viditelná nejen jemu, ale také lékaři a kosmetickou úpravu této odchylky plánuje již dlouho. Dalším příkladem typických klientů plastické chirurgie jsou lidé, kteří si uvědomují, že stárnou a touží po mladistvějším vzhledu. Naopak negativním indikátorem je pouze domnělá odchylka, kterou plastický chirurg nevidí. Klient si také někdy kompenzuje sociální problémy zásahem do svého těla v přesvědčení, že

se tyto potíže zákrokem vyřeší. Občas mívá nereálné představy o výsledném efektu, na což by ho měl lékař jasně upozornit, případně provedení zákroku zcela odmítnout. Neměl by rozhodnutí o plastické operaci činit unáhleně, nepromyšleně. Varovným signálem je také neustálá nespokojenost klienta i po opakovaných zákrocích. V žádném případě by lékař neměl přijímat jedince, který se opakovaně psychiatricky léčí (Janis, 2018, s. 4).

3 PODNIKATELSKÝ PLÁN

Podnikatelský plán je písemný dokument popisující veškeré podstatné vnitřní i vnější faktory, které souvisí s podnikatelskou činností.

Podnikatelský plán je důležitý především pro samotného podnikatele za účelem zjištění, zda a do jaké míry jsou jeho podnikatelské záměry realizovatelné. Měl by sloužit k plánování, rozhodování a zejména jako nástroj kontroly, ať už firmu teprve zakládáme, či už existuje a stojí před výraznými změnami, které budou dlouhodobě ovlivňovat její chod (Srpková a kol., 2020, s. 209). Dále v případech, kdy dojde k růstu podniku nebo ke vstupu dalšího vlastníka. Zkrátka kdykoliv, kdy vznikne potřeba ověření funkčnosti nového nápadu (Svobodová a Andera, 2017, s. 69-70).

Podnikatelský plán se začíná sestavovat zpravidla ve chvíli, kdy podnikateli vznikne potřeba externího financování a je nutno ho předložit bankám a investorům. Pokud je kvalitně zpracován, může významně dopomoci k získání požadovaného kapitálu (Srpková a kol., 2020, s. 209).

Pokud má podnikatel dostatek vlastních finančních prostředků pro start podnikání, je doporučeno si sestavit plán pro sebe. Díky němu lze získat náhled na vlastní byznys z různých hledisek, jako je zajištění lidských zdrojů, finance, kapacitní možnosti a chování trhu. Také slouží k ujasnění posloupnosti potřebných kroků vedoucích k vytyčenému cíli (Svobodová a Andera, 2017, s. 70).

3.1 Struktura podnikatelského plánu

Existuje několik struktur podnikatelského plánu a podnikatel se při jeho sestavování vždy řídí svými potřebami. Záleží na velikosti podniku a také účelu, pro který se zřizuje. Podnikatelský plán určený pro investory většinou nebývá rozsáhlý a aktualizuje se na základě požadavků daného investora. Pokud podnikatel žádá o úvěr, obsahuje plán také splátkový kalendář. Vzory struktur podnikatelského plánu lze nalézt například v návodných metodikách žádostí o úvěr či v projektových příručkách dotačních žádostí (Svobodová a Andera, 2017, s. 70-71).

V žádném případě nelze unifikovat strukturu podnikatelského plánu s ohledem na rozdílnou velikost, odvětví, právní formy a způsob zřízení firmy. Přesto lze nalézt určité části plánu, které by v něm neměly chybět, ať se jedná o jakýkoliv konkrétní podnik (Veber a Srpková, 2008, s. 100).

Dle Svobodové a Andery (2017, s. 71-72) vypadá nejběžnější struktura podnikatelského plánu následovně:

Titulní strana

Titulní strana by měla obsahovat název společnosti, její sídlo, jména společníků, kontakty, IČO.

Shrnutí

Zde by měl být stručně a výstižně shrnut celý podnikatelský plán, ve kterém podnikatel definuje hlavní myšlenku podnikání. Tato část je velmi důležitá pro rozhodnutí potenciálního investora.

Charakteristika produktu a vlastníka

Nutností je představení veškerých osob, které stojí za vznikem firmy. Důležitý je také popis produktu (tedy zda se jedná o výrobu či o služby), uvedení konkurenční výhody, právní formy a harmonogramu realizace.

Analýza trhu a zákazníků

Zde se stručně popisuje charakteristika oboru, podmínky poptávky, objem trhu a současné trendy na trhu. Definuje se cílová skupina zákazníků a tempo jejího vývoje.

Analýza konkurence

Obsahuje seznam přímé konkurence a charakteristiku vedlejší konkurence, potenciální konkurenci, zamyšlení se, v čem je pro nás daná konkurence ohrožením a v čem inspirací, uvádí závěr pro chování v konkurenčním prostředí.

Analýza dodavatelů

Obsahuje popis vstupů, jakým způsobem je zabezpečena dodavatelská činnost a souhrn nákladů na vstupy.

Personální zabezpečení

Popisuje jednotlivé pracovní pozice, počty pracovníků na tyto pozice a uvádí formy pracovních smluv, může obsahovat také organizační strukturu a personální náklady.

Marketing

Zahrnuje 4P: cena (Price), propagace (Promotion), distribuce (Place), produkt (Product), dále uvádí průzkum trhu, marketingový rozpočet a také odkud jsou získávány informace o zákaznících.

Finanční plán

Předkládá zakladatelský rozpočet, roční výkaz cash flow, roční výsledovku, rozvahu po ročním podnikání a bod zvratu.

Analýza rizik

Vytipovává rizikové oblasti, ve kterých může nastat neúspěch podnikatelského záměru, případně stanovuje, do jaké míry jsou tato rizika významná. Uvádí prevenci na eliminaci těchto rizik a popisuje silné stránky projektu.

Vyhodnocení projektu

Uvádí dobu návratnosti investic, efektivnost investic a budoucí potenciál růstu.

Přílohy

Obecně lze říci, že podnikatelský plán by měl být napsán srozumitelně, pravdivě, reálně a měl by respektovat hrozící rizika.

3.2 Analýza podnikatelského prostředí

Analýzu podnikatelského prostředí lze označit za zcela klíčovou pro definování pozice začínajícího podniku na trhu a pro jeho schopnost pružně reagovat na neustále se měnící prostředí. Na základě provedených analýz je firma schopna vyhodnotit předpoklady svého dalšího rozvoje, odhadnout chování klientů a konkurenčních subjektů a definovat rizikové faktory (Fotr a kol., 2017, s. 31).

Při analýze prostředí je využíváno zásad MAP, což je zkratka slov **m**onitorovat, **a**nalyzovat a **p**ředvídat. Podnikatelské prostředí zahrnuje jak vnější prostředí, které se dále dělí na makroprostředí a mezoprostředí, tak vnitřní prostředí, které označujeme jako mikroprostředí (Jakubíková, 2013, s. 28-29).

Makroprostředí zahrnuje takové faktory, které nelze nijak ovlivnit, ale na podnik mají velký vliv. Patří zde legislativa, ekonomické prostředí, sociokulturní prostředí a technologické prostředí (Šafrová Drážilová, 2019, s. 69). Mezoprostředí analyzuje především konkurenci. Tuto oblast lze do jisté míry ovlivňovat (Slouka, 2017, s. 63). Vnitřní prostředí firmy tvoří management podniku, zaměstnanci, organizační struktura, materiální zdroje podniku, podniková kultura, etika a vztahy na pracovišti (Kislingerová, 2005, s. 390).



Obrázek 4 Podnikatelské prostředí

Zdroj: Fotr a kol., 2012, s. 39

3.2.1 Analýza makroprostředí

PEST analýza

PEST analýza představuje rozbor politicko-právních, ekonomických, sociálních a technologických faktorů prostředí, které mohou mít vliv na budoucí vývoj podniku. Sociální prostředí zahrnuje také demografii a kulturu (Blažková, 2007, s. 53). Výsledky analýzy jsou pro podnik významné pro posouzení reálnosti cílů vytyčených v podnikatelském plánu (Kislingerová, s. 29).

- **P – Politicko-právní faktory** – Každý podnik se musí řídit danými právními předpisy (antimonopolní zákony, regulace exportu a importu, ochrana životního prostředí apod.) (Sedláčková, 2006, s. 16-17). Obzvláště důležitý je tento bod pro mezinárodní podniky a firmy podnikající v právní oblasti či zdravotnictví. Legislativa je nástroj státu upravující vztahy mezi producenty a spotřebiteli, v případě zdravotnických služeb mezi jejich poskytovateli a pacienty či klienty (Slouka, 2017, s. 57).
- **E – Ekonomické faktory** – Tyto faktory jsou dány ekonomickou situací státu a její hospodářskou politikou. Řadí se sem například nezaměstnanost, inflace, vývoj HDP, výše úrokových sazeb, směnné kurzy, zdanění apod. Míra ekonomického růstu určuje prosperitu podniku. Nabízí podniku různé příležitosti, ale také hrozby, kterým musí čelit.

- **S – Sociální a kulturní faktory** – K těmto faktorům se vztahují například společenské a kulturní zvyky, demografické rozložení obyvatelstva, životní styl, vzdělání apod. (Srpová a Řehoř, 2010, s. 131). Příkladem možnosti rozvoje např. pro kosmetické firmy může být potřeba péče o seniory v oblasti zdraví v důsledku stárnutí obyvatelstva (Sedláčková, 2006, s. 17-18).
- **T – Technologické faktory** – Mezi tyto faktory se řadí výzkum, nové technologie, robotizace či automatizace. V některých případech je ovšem stále zcela zásadní vliv lidského faktoru, kdy ani nejnovější přístroje nedokážou nahradit zručného a zkušeného operátora (např. zdravotnická zařízení poskytující jednodenní chirurgii) (Slouka, 2017, s. 57).

3.2.2 Analýza mezoprostředí

Porterova analýza

Porterova analýza spočívá ve zkoumání konkurenčního prostředí podniku. Zaměřuje se na analýzu konkurence v oboru. Autorem je Michael Porter, po němž je analýza pojmenována jako Porterův model pěti konkurenčních sil (Srpová a Řehoř, s. 131).

- **Stávající konkurence** – Analýza stávající konkurence podniku ukazuje souhrn konkurenčních subjektů v oboru, které se vyskytují v jeho blízkém vnějším prostředí. Rozbor zahrnuje jejich slabiny i silné stránky. Přináší přehled o jejich pozici na trhu, poskytovaných službách, lokalitě, ve které se nachází, propagaci, cenové politice a další. V rámci etiky je vhodné spíše předkládat klientům vlastní přednosti než usilovat o diskreditaci konkurence (Slouka, 2017, s. 64).
- **Nová konkurence** – Pojem nová konkurence představuje potenciální konkurenci, jejíž vznik je vysoce pravděpodobný. Lze se s ní setkat především v případech, kdy neexistují významné bariéry pro vstup do daného odvětví (Jurečka a kol., 2010, s. 172). Rozbor nové konkurence zkoumá případné nové konkurenční hrozby, které by mohla tato konkurence podniku přinést (Slouka, 2017, s. 65).
- **Hrozba substitutů** – V mikroekonomii se jako substituty uvádí dva statky, které lze dle preferencí spotřebitele zaměňovat (Burešová, 2022, s. 36). V podstatě se jedná o možnost poskytnutí alternativ produktu podniku jiným podnikem. Může se jednat o hmotnou i nehmotnou náhražku. V oblasti zdravotnictví slouží pro příklad nahrazení původního léku generiky. Pravděpodobnost výskytu substitutů se snižuje s náročností poskytované služby (Slouka, 2017, s. 66).

- **Vliv dodavatelů** – Dodavatelé jsou klíčoví pro provozování činnosti podniku. Jedná se například o dodávky energií, materiálu, přístrojového vybavení, vybavení prostor atd. Pokud má podnik vyšší počet dlouhodobých dodavatelů, získává tím větší jistotu dodání požadovaných zdrojů. Jelikož dodavatelé poskytují zdroje i konkurenci, základem je udržování korektních vztahů a případná snaha o získání konkurenční výhody ve formě exkluzivní smlouvy či vyjednání slev (Kozel, 2006, s. 28-29).
- **Vliv odběratelů** – Malý počet odběratelů znamená velký tlak nejen na cenu produktů či služeb, ale také na jejich kvalitu (Burešová, 2022, s. 37). Rizikem může být odchod odběratelů za substituty či konkurenci, zejména v případě, kdy je skupina odběratelů koncentrovaná a nastane odliv celé skupiny za lepší nabídkou (Kozel a kol., 2011, s. 38). Základem je tedy pečovat o odběratele, brát zřetel na zpětnou vazbu, kterou nám poskytují, sledovat změny jejich potřeb a včas na ně reagovat.

3.2.3 Analýza mikroprostředí

SWOT analýza

Akronym SWOT je odvozen od počátečních písmen skupiny anglických slov:

- **S** – *strenghts* (silné stránky)
- **W** – *weknesses* (slabé stránky)
- **O** – *opportunities* (příležitosti)
- **T** – *threats* (hrozby)

Použitím této analýzy podnik posuzuje své silné a slabé stránky (S/W) a zároveň identifikuje příležitosti a hrozby podniku (O/T). Každý podnik je individuální, a proto je pro management firmy nezbytné správně analyzovat a vyhodnotit jeho silné a slabé stránky (Vašítková, 2008, s. 58-63). Cílem podniku je dosažení maximalizace silných stránek a příležitostí a minimalizace slabých stránek a hrozeb. V rámci strategického plánování je SWOT analýza využívána zejména proto, že managementu ukazuje současnou a potenciální budoucí pozici podniku. Na základě tohoto hodnocení se poté mohou aplikovat takové strategie, které povedou k co nejlepším výsledkům (Dědina a Cejthamr, 2005, s. 42).

Matice SWOT analýzy:

- **Silné stránky podniku (*Strengths*)** – Zaměřují se na interní prostředí firmy a řadíme je mezi pozitivní faktory. Uvádí oblasti, ve kterých podnik vyniká. Silné stránky podniku podporují příležitosti a pomáhají překonat hrozby. Mezi tyto faktory patří:
 - Finanční stabilita podniku (dostatečné finanční zázemí, rentabilita)
 - Technologické výhody (robotizace, automatizace, know-how firmy)
 - Klientský servis (kvalitní komunikace, rychlá odezva, věrnostní programy)
 - Personál (kvalifikovaný, talentovaný, zkušený, školený)
- **Slabé stránky podniku (*Weaknesses*)** – Stejně jako silné stránky podniku se zaměřují na interní prostředí firmy, ovšem řadíme je mezi škodlivé faktory snižující efektivitu výkonu podniku. Slabé stránky podniku vedou k neschopnosti využít příležitosti a dále k větší náchylnosti k hrozbám. Mezi tyto faktory lze zařadit:
 - Finanční slabiny (nízká likvidita podniku, která může vyústit až v jeho bankrot)
 - Zastaralé nebo nepružné technologie či procesy
 - Špatný klientský servis (dlouhé dodací lhůty, špatná komunikace se zákazníky)
 - Nedostatek zkušeností, kvalifikace a špatná morálka zaměstnanců
- **Příležitosti (*Opportunities*)** – Zabývají se vnějším okolím podniku, nad nímž nemáme kontrolu, ale pokud nabízející se příležitosti podnik dokáže identifikovat, může je využít ve svůj prospěch. Potenciálními příležitostmi mohou být:
 - Konkurenční subjekty stahující se z trhu, oslabení konkurence
 - Nové společenské trendy, demografický vývoj vhodným směrem
 - Technologické inovace, možnost získání nového patentu
 - Restriktivní legislativa za předpokladu, že je pro konkurenty podniku hrozbou
- **Hrozby (*Threats*)** - Jedná se o vnější škodlivé faktory, které mohou podniku ztížit jeho činnost, v krajním případě mohou být příčinou jeho úpadku. Je proto nezbytné na ně včas reagovat tak, aby došlo k jejich minimalizaci či odstranění. Příkladem jsou:
 - Růst cen vstupů, nutnost certifikací, nová regulační opatření, daňové zatížení
 - Nová konkurence v oboru, uvedení lepší technologie na trh, patenty konkurence
 - Vzestup substitučních produktů, změny preferencí spotřebitelů
 - Krach dodavatele, odchod klíčových zaměstnanců (Sarsby, 2016, s. 9-10)

3.3 Marketingová a obchodní strategie

3.3.1 Strategické řízení a strategie

Strategické řízení prezentuje souhrn aktivit zabývajících se dalším vývojem podniku. Jedná se o složitý proces, který se snaží sladit cíle a zdroje podniku s měnícími se podmínkami tržních příležitostí. Manažeři se v tomto procesu snaží o formulaci a zavádění vhodné strategie, která bude směřovat ke splnění vytyčených cílů, dále k souhře mezi vnitřními zdroji podniku s vnějším prostředím a k celkové prosperitě podniku. Lze jej označit za základ řízení podniku, které je realizováno pomocí tvorby a následného plnění daných strategií (Sedláčková, 2006, s. 1).

Strategii lze také definovat jako připravenost podniku na budoucnost, neboť sestává z dlouhodobých cílů, musí být flexibilní k případným změnám zdrojů podniku a pružně reagovat na transformaci okolí podniku (Dedouchová, 2001, s. 2).

Hierarchický přístup formulace strategie zahrnuje následující body:

- **Poslání** – Definuje hlavní funkci podniku a představuje význam jeho existence. Snaží se o vytvoření co nejatraktivnější image společnosti, z tohoto důvodu je žádoucí poslání šířit mezi co nejvíce lidí. Pokud podnik tuto představu následuje, pak je šance, že případné nežádoucí situace lépe ustojí. Příkladem může být například finanční odškodnění poškozených zákazníků apod.
- **Vize** – Má dlouhodobý charakter a uvádí vizi o budoucím stavu podniku. Vize i poslání mají ve firmě nezastupitelnou roli, jde o dokumenty, které určují směr, kterým se bude podnik v budoucnosti ubírat. Kvalita těchto dokumentů udává vnímání podniku okolím a samotnými zaměstnanci. Vize zaměstnancům ukazuje, kam se chce podnik dostat. Na základě určené vize pak směřuje jejich kroky a postoje s cílem tuto vizi naplnit. Aby došlo ke splnění hlavního účelu vize, čímž je ziskovost podniku, musíme ji zacílit na zákazníky. Vize by měla být ideálně sestavena tak, aby byla obrazná, adresná, uskutečnitelná, jednoznačná, flexibilní a srozumitelná. Špatná vize podniku se odrazí v hospodaření podniku, poukazuje na možnou nekompetentnost vrcholového managementu a případný fakt, že pochybil ve sběru informací a jejich vyhodnocení či o budoucnosti firmy nemá žádné představy (Šmída, 2007, s. 58-60).

- **Strategické cíle** – Představují předpokládané a žádoucí výsledky podniku v budoucnu. Podnik je zakládán za účelem dosahování vytyčených cílů. Je proto potřeba dané cíle nastavit tak, aby byly realizovatelné. Jsou navrhovány tak, aby podnik prosperoval a dále se rozvíjel. Strategické cíle mohou zahrnovat například postavení podniku na trhu, zavádění nových technologií, rentabilitu, zdroje podniku, úroveň vedení a odpovědnost vůči zákazníkům. Proměnlivé okolí podniku si žádá neustálé přizpůsobování těchto cílů (Duchoň a Šafránková, 2008, s. 85).
- **Strategie** – Určuje nástroje k naplnění poslání, vize a cílů podniku.

Formulace těchto bodů vyžaduje sběr a analýzu informací vystihující podnik a jeho okolí. Strategie je velmi důležitá pro existenci podniku a jeho úspěch na trhu. Je důležité mít na paměti veškeré scénáře, které mohou reálně nastat. Tyto možné situace lze predikovat na základě odhadu budoucích trendů, tento odhad je však nejistý a důležitou roli tak hraje předvídatost. Lze konstatovat, že strategie je důležitá pro získání určitého náskoku před konkurenčními subjekty a jejím smyslem je odlišení se od těchto subjektů tak, aby své podnikání dělal nejen lépe než ostatní, ale také jinak, neboť významným nástrojem strategického řízení je právě ona konkurenční výhoda, která podnik zvýhodňuje na trhu (Sedláčková, 2006, s. 2-8).

Jakubíková (2013, s. 30) uvádí, že: „*Strategie není jenom tvorba konkurenční výhody, je to zároveň i kreativní destrukce výhody konkurentů.*”

Dobrá strategie je hlavním klíčem k úspěchu. Principiálně jde o uvědomění si skutečnosti, že podnik zkrátka nemůže kvalitně pokrýt potřeby všech zákazníků a současně být výrazně úspěšný, z tohoto důvodu je podstatné promyslet si, co a komu chceme poskytovat (Sedláčková, 2006, s. 6).

Jak pravil Michael Porter: „*Podstatou strategie je vybrat si, co nedělat.*”

3.3.2 Výběr cílových skupin

Marketing není možné úspěšně aplikovat na celý trh pro rozdílnost jedinců.

Dle Hubinkové a kol. (2008, s. 114) je cílová skupina skupinou vstřícnou svým životním stylem a preferencemi k danému typu nabízených služeb či výrobků.

Jak uvádí Kotler (2007, s. 519): „*Cílený marketing představuje rozhodnutí identifikovat různé skupiny, které trh vytvářejí, a pro zvolené cílové trhy vytvořit produkty a marketingové mixy.*”

Pro určení cílové skupiny je podstatné chování jejich příslušníků ve vztahu k nabídce služeb či výrobků. Hovoříme buď o reálných sociálních skupinách či o seskupení jedinců, kteří se neřadí do sociální skupiny s bezprostředním vlivem na chování, ovšem objevují se u nich výrazné charakteristiky poukazující na jejich podobné chování. Pro první skupinu lze jako příklad uvést velkou sociální skupinu jakou je mládež. Ve druhém případě mohou být příkladem např. studenti vysokých škol, důchodci, dělníci, homosexuálové atd.

Výchozí cílové skupiny určuje segmentace trhu, která rozděluje spotřebitele na části, ve kterých lze předpokládat stejné reakce na marketingové podněty (Hlubinková a kol., 2008, s. 114).

3.4 Marketingový mix 4P

Jak uvádí Zamazalová (2009, s. 39), marketingový mix (4P) lze definovat jako soubor vnitřních nástrojů společnosti, které mají vliv na spotřebitelské chování. Všechny tyto čtyři marketingové nástroje, tedy produkt (*Product*), cena (*Price*), distribuce (*Place*) a komunikace (*Promotion*) musí být vzájemně uvedeny v soulad tak, aby se co nejlépe přizpůsobily trhu. Dle Slouky (2017, s. 86) je hlavním smyslem marketingového mixu předložení pádných argumentů potenciálním klientům proč si daný produkt, ať už se jedná o výrobky či služby, koupit právě zde, a ne u konkurence.

Výstižně marketingový mix shrnuje Thomas Patalas: „*Svůj marketingový mix byste měli považovat za permanentní staveniště, na němž se jednotlivé budovy musí neustále přestavovat podle aktuálních potřeb nájemníků.*“

- **Produkt** (*Product*) – Pojem produkt zahrnuje jak výrobky, tak služby. V případě výrobku se bere v úvahu také jeho kvalita, design, vzhled obalu apod. Pokud se jedná o služby v oblasti medicíny, je třeba klást důraz na objednávací systém, dbát na kvalitní komunikaci personálu s klientem, nabídnout odpovídající zkušenosti v oboru, jazykovou vybavenost personálu pro případnou zahraniční klientelu apod.
- **Cena** (*Price*) – V některých případech se v medicíně může jednat o cenu regulovanou zdravotními pojišťovnami, většinou se ale ceny tvoří jako smluvní a klient je hradí přímo. Při tvorbě cen podnik vychází zejména z poptávky, analýzy konkurenčních subjektů, charakteristiky klientely, nákladů a cílů podniku. Lze nabídnout různé slevové akce či věrnostní programy.

- **Distribuce** (*Place*) – Lokalita je v mnoha případech zásadní pro úspěšnost prodeje výrobků či poskytování služeb. Důležitá je dobrá dostupnost podniku pro klienty v rámci MHD a dále možnost parkování vozidel. Místo, kde se podnik nachází, utváří také jakousi představu o jeho úrovni. Kvalifikovaný personál, příjemné a moderní prostředí, vzhled budovy a daná lokalita představují povědomí o kvalitě podniku.
- **Komunikace** (*Promotion*) – Propagace představuje propojení mezi podnikem a potenciálním klientem. Podstatné je určení cílových skupin, na jehož základě se podnik rozhodne o formách a umístění reklam. Může se jednat o propagaci v podobě reklamního spotu v rádiu, inzerce v tisku, reklamních bannerů ve městě, spolupráce s jinou provozovnou, informačních letáků a vizitek umístěných v předem domluvených provozovnách, webových stránek, profilů na sociálních sítích a další. Cílem propagace je přesvědčit potenciální klienty k využití služeb v našem podniku, a tím pádem zvýšení zisků (Slouka, 2017, s. 87-90).

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 ANALÝZA PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ

Situační analýza zachycuje veškeré podstatné informace a vnitřní i vnější faktory ovlivňující situaci budoucího podniku, který se tak bude moci včasné vyhnout případným hrozbám.

4.1 Analýza makroprostředí

Pro rozbor makroprostředí je aplikována PEST analýza sloužící ke strategické analýze vnějšího prostředí organizace. Jde o analýzu politických, ekonomických, sociálních a technologických faktorů.

4.1.1 PEST analýza

Politicko-právní prostředí

Provoz nestátního zdravotnického zařízení (v tomto případě konkrétně soukromé ambulance plastické chirurgie) je spojen s určitou legislativou, kterou je nutno se řídit.

Tabulka 1 Legislativa spojená s provozem soukromé ambulance estetické medicíny

Zákon č. 372/2011 Sb.	o zdravotních službách a podmínkách jejich poskytování (zákon o zdravotních službách)
Zákon č. 258/2000 Sb.	o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících zákonů
Zákon č. 378/2007 Sb.	o léčivech a o změnách některých souvisejících zákonů (zákon o léčivech)
Vyhláška č. 92/2012 Sb.	o požadavcích na minimální technické a věcné vybavení zdravotnických zařízení a kontaktních pracovišť domácí péče
Vyhláška č. 99/2012 Sb.	o požadavcích na minimální personální zabezpečení zdravotních služeb
Vyhláška č. 98/2012 Sb.	o zdravotnické dokumentaci
Vyhláška č. 101/2012 Sb.	o podrobnostech obsahu traumatologického plánu poskytovatele jednodenní nebo lůžkové zdravotní péče a postupu při jeho zpracování a projednání
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, v platném znění

Zdroj: vlastní zpracování (ČLK, 2019)

Ekonomické prostředí

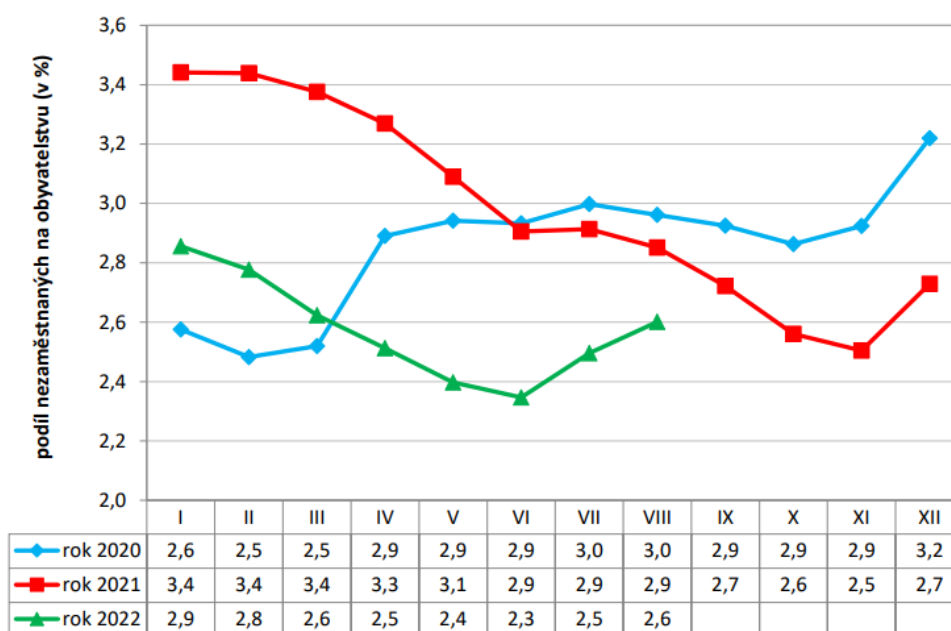
Mezinárodní společnost estetické plastické chirurgie (ISAPS) zveřejnila výsledky svého každoročního globálního průzkumu estetických zákroků, který ukazuje celkový nárůst výkonů provedených plastickými chirurgy o 19,3 % v roce 2021 s více než 12,8 miliony

chirurgických a 17,5 milionu neinvazivních zákroků provedených po celém světě (ISAPS, 2022).

Navrhovaná ambulance bude soukromým zařízením a nebude mít uzavřené smlouvy s žádnými zdravotními pojišťovnami. Vlivem této skutečnosti bude závislá na níže uvedených makroekonomických ukazatelích. Jelikož lze v ambulanci očekávat také zahraniční klientelu, podstatný je i kurz eura, který byl k datu 23. 3. 2023 23,62 Kč (kurzy.cz, 2023).

Míra nezaměstnanosti a hrubá měsíční mzda ovlivňuje nákupní proces a s tím spojené nákupní chování spotřebitelů. Za předpokladu, že má spotřebitel dostatečné finanční zdroje, může uspokojovat své potřeby.

V srpnu roku 2022 dosáhl podíl nezaměstnaných osob ve Zlínském kraji 2,6 %. V tabulce níže je uveden vývoj podílu nezaměstnaných osob ve Zlínském kraji v letech 2020 až 2022, vyjádřen v procentech. Lze tedy pozorovat klesající trend míry nezaměstnanosti (Lutonská, 2022).



Obrázek 5 Vývoj podílu nezaměstnaných ve Zlínském kraji v letech 2020–2022 v %

Zdroj: Lutonská, 2022

Dle dat Českého statistického úřadu ve 4. čtvrtletí minulého roku vzrostla průměrná hrubá měsíční nominální mzda ve Zlínském kraji v porovnání se stejným obdobím předcházejícího roku o 2 883 Kč na 39 505 Kč. Jednalo se o navýšení 7,9 %. Bohužel

i přes svůj nárůst zůstala mzda ve Zlínském kraji na třetím nejnižším místě proti zbývajícím krajům (ČSÚ, 2023a).

Tabulka 2 Počet zaměstnanců a průměrné hrubé měsíční mzdy v krajích ČR ve 4. Q 2022

pracovištní metoda ¹⁾

předběžné údaje

	Průměrný evidenční počet zaměstnanců přepočtený na plně zaměstnané			Průměrná hrubá měsíční mzda na přepočtené počty zaměstnanců		
	v tis.	přírůstek (úbytek) proti 4. čtvrtletí 2021		v Kč	přírůstek (úbytek) proti 4. čtvrtletí 2021	
		v tis.	%		v Kč	%
Česká republika²⁾	4 049,2	34,8	0,9	43 412	3 188	7,9
v tom kraje:						
Hl. m. Praha	869,7	28,2	3,3	52 213	3 757	7,8
Středočeský kraj	418,0	3,1	0,8	43 730	3 436	8,5
Jihočeský kraj	219,4	0,0	0,0	40 328	3 093	8,3
Plzeňský kraj	214,8	3,6	1,7	41 520	2 608	6,7
Karlovarský kraj	82,4	0,3	0,3	38 019	2 330	6,5
Ústecký kraj	241,0	-1,7	-0,7	40 612	3 089	8,2
Liberecký kraj	144,1	0,0	0,0	39 752	2 612	7,0
Královéhradecký kraj	196,2	0,8	0,4	41 062	2 868	7,5
Pardubický kraj	182,7	0,6	0,4	39 345	2 470	6,7
Kraj Vysočina	170,8	-0,1	-0,1	40 291	2 954	7,9
Jihomoravský kraj	467,4	2,2	0,5	43 092	3 214	8,1
Olomoucký kraj	218,6	-0,8	-0,4	39 594	2 666	7,2
Zlínský kraj	203,4	-0,7	-0,4	39 505	2 883	7,9
Moravskoslezský kraj	417,6	-0,7	-0,2	39 563	2 877	7,8

¹⁾ Územní třídění je provedeno podle místa skutečného pracoviště zaměstnanců tzv. "pracovištní metodou".

²⁾ Zahnutí jsou i zaměstnanci sledovaných subjektů pracující mimo území ČR, proto součet za kraje nemusí souhlasit s ČR celkem.

Zdroj: ČSÚ, 2023

Důležitým makroekonomickým ukazatelem je také míra inflace, tedy všeobecný růst cenové hladiny v čase. Z prognóz České národní banky je patrné, že inflace v prvním čtvrtletí letošního roku ještě dočasně vzroste, poté začne klesat a v první polovině roku 2024 se vrátí k 2 % cíli.

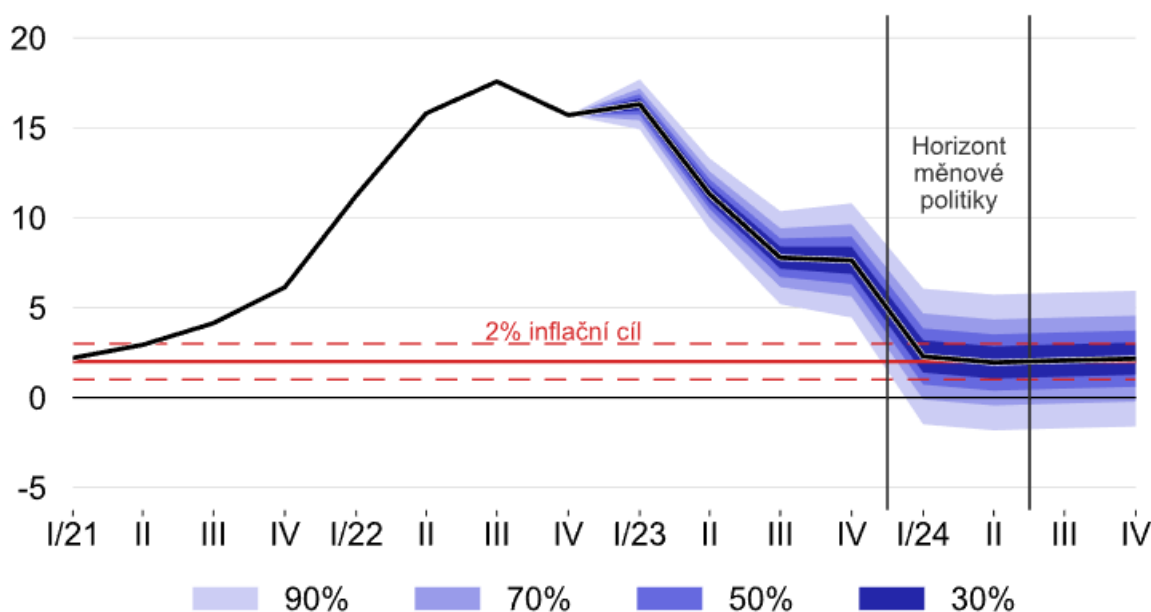
Tabulka 3 Prognóza ČNB zima 2023

(zveřejněna 2. 2. 2023 a až na dílčí výjimky je založena na datech dostupných k 20. 1. 2023)

Celková inflace (%)

Celková inflace v 1. čtvrtletí 2023 a na horizontu měnové politiky				
leden 2023	únor 2023	březen 2023	1. čtvrtletí 2024	2. čtvrtletí 2024
17,6 %	16,5 %	14,8 %	2,3 %	2,0 %

Zdroj: ČNB, 2023



Obrázek 6 Vývoj inflace – prognóza ČNB

Zdroj: ČNB, 2023

Současná ekonomická situace je ovlivněna proběhlou pandemií nemoci Covid-19 a následnou ruskou vojenskou agresí vůči Ukrajině. Tyto události významně ovlivnily světový hospodářský vývoj. Oproti roku 2020 sice došlo k opětovnému obnovení ekonomiky, ovšem rusko-ukrajinský konflikt růstové vyhlídky pozastavil. Přestože mají tyto země podíl na globálním HDP pouze jednotky procent, klíčovou roli hrají v souvisejících dodavatelských řetězcích. Česká republika proto usiluje o energetickou nezávislost na Rusku.

Dalším problémem jsou zvýšené výdaje státu na pomoc postiženým oblastem Ukrajiny či na zabezpečení ukrajinských uprchlíků. Přitom již tak se potýkáme s prudkým nárůstem spotřebitelských cen zapříčiněných především rychlým růstem tržních složek inflace – potravin, nealkoholických nápojů, bydlení a dopravy (vlivem růstu cen pohonných hmot).

Inflace dosahuje nejvyšších hodnot od roku 1993, v měsíci květnu roku 2022 byla míra inflace vyjádřena přírůstkem indexu spotřebitelských cen ke stejnému měsíci předchozího roku 16,0 %. Budoucí vývoj je spojen s délkou a výsledkem ruské invaze na Ukrajinu a s tím souvisejících otázek ohledně dodavatelských řetězců a vývojem cen energií. Očekává se stabilizace situace, ke konci roku 2023 se předpokládá zpomalení růstu cen a v první polovině roku 2024 by se meziroční inflace měla přiblížit ke stanovenému cíli 2 % (Soukupová a Šnajberg, 2022).

Sociální prostředí

Realizace soukromé ambulance plastické chirurgie je zamýšlena ve městě Zlín, které je krajským městem Zlínského kraje. Dochází zde ke zvyšování podílu obyvatel v poproduktivním věku, přesto je však věková struktura z ekonomického hlediska stále příznivá. Jedná se v pořadí o devátý nejlidnatější kraj v České republice.

K datu 30. 9. 2022 měl 571 757 obyvatel. Průměrný věk obyvatel je u mužů 41,6 let a u žen 44,9 let, což je pro estetickou medicínu velmi žádoucí. Právě ve věku kolem 40 let lidé nejčastěji začínají přemýšlet o vylepšení vzhledu pomocí estetických zákroků (Krajský úřad Zlínského kraje, 2023). Ženy touží po zlepšení svého těla po těhotenství a porodu (porodech), snaží se zmírnit již viditelné známky stárnutí. Z finančního hlediska je proto právě tato věková skupina pro podnik nejvýhodnější.

V roce 2021 byla nejčastějším chirurgickým zákrokem liposukce s počtem více než 1,9 milionu provedení a nárůstem o 24,8 %, čímž předstihla augmentaci prsou (nárůst o 3,8 %). Mezi pět nejoblíbenějších chirurgických zákroků patří liposukce, augmentace prsou, blefaroplastika, rinoplastika a abdominoplastika (ISAPS, 2022).

Tabulka 4 Počet obyvatel Zlínského kraje

	2017	2018	2019	2020	2021	2022**
Počet obyvatel celkem*	583 056	582 921	582 555	580 119	572 432	571 757
Muži	583 056	285 883	285 949	284 585	281 650	281 391
Ženy	297 279	285 883	296 606	295 534	290 782	290 366

* k datu 31. 12. daného roku

** k datu 30. 9. 2022

Zdroj: ČSÚ, 2023b

Technologické prostředí

Plastická a estetická chirurgie zažívá dynamický vývoj, který určuje nové přístupy v řešení daných estetických problémů. Nové trendy se objevují především v oblasti rozvoje neinvazivních výkonů za použití nových technických postupů a moderních technologií, jako jsou například endoskopické metody, nové fixační a výplňové materiály, nové typy laserových a ultrazvukových přístrojů atd. Všechny tyto nové postupy mají za cíl minimalizovat jizvy, zvýšit bezpečnost operace a také zkrátit dobu rekonvalescence po výkonu a umožnit tak klientovi co nejrychlejší návrat k běžnému stylu života.

Žhavou novinkou jsou v současné době také zákroky využívající přenos tukové tkáně. Jde o výkon, při němž je klientovi odsát tuk z určitých partií těla a poté je speciálně zpracován a zpět aplikován klientovi do oblastí, které si přeje změnit, ať už vyplnit nebo zmenšit.

Nejčastěji se jedná o mírné zvětšení prsů, úpravu jejich asymetrie či vyplnění vrásek nebo zvětšení rtů. Nevýhodou této metody je fakt, že při ní dochází k částečnému vstřebání tuku.

Velkým přínosem je pro potenciální klienty počítačová modelace, která může pomoci v rozhodování, zda daný zákrok podstoupit či nikoliv. Zájemce může vidět reálný obraz toho, jak bude po zákroku vypadat.

Závěr z PEST analýzy

Z PEST analýzy byly zjištěny jak pozitiva, tak negativa pro plánovaný projekt (viz Tab. 5).

Tabulka 5 Pozitiva a negativa vyplývající z PEST analýzy

Pozitiva	Negativa
<ul style="list-style-type: none"> - Rostoucí zájem veřejnosti o služby plastické a estetické chirurgie - Příznivá demografická skladba obyvatelstva Zlínského kraje 	<ul style="list-style-type: none"> - Zvýšená míra inflace - Rozvoj neinvazivních zákroků

Zdroj: vlastní zpracování

4.2 Analýza mezoprostředí

4.2.1 Porterova analýza

Pro analýzu konkurenčního prostředí firmy je aplikován Porterův model pěti konkurenčních sil, a to v oblasti stávající a nové konkurence, hrozby substitutů a vlivu dodavatelů a odběratelů.

Stávající konkurence

Stávající konkurenci navrhovaného projektu lze označit za relativně vysokou, ve městě Zlín se nachází celkem 11 zdravotnických zařízení specializujících se na výkony plastické a estetické chirurgie více či méně shodujících se s rozsahem poskytovaných služeb navrhovaného pracoviště (viz mapa níže). U konkurenčních pracovišť je uvedeno jejich zaměření a spektrum prováděných výkonů, jelikož se každé z nich liší svou nabídkou a je specifické. Navrhovaná lokalita ambulance plastické chirurgie Simone Clinic je v samém centru města (na mapě vyznačeno žlutým bodem).

- 1. Zlínské LASER CENTRUM
- AMEM - ambulance estetické medicíny
- Dermatologické centrum Zlín - MUDr. Helena Bartošková
- Estéea - Centrum estetické chirurgie
- Esthea Medical s. r. o.
- EUC klinika a. s. - plastická chirurgie
- Krajská nemocnice Tomáše Bati a. s. - oddělení chirurgie
- Medica chirurgica
- MUDr. Lenka Šustková - Institut estetické medicíny
- Plastika - estetika Zlín s. r. o. - MUDr. Libor Mrňa
- Simone Clinic



Obrázek 7 Mapa konkurenčních podniků
Zdroj: vlastní tvorba

Zlínské LASER CENTRUM

Zlínské laser centrum je nestátním zdravotnickým zařízením specializujícím se na operační zákroky prováděné laserem. Je v provozu od roku 1997 společností ALC Zlín s. r. o. Řadí se mezi nejstarší a nejlépe vybavená centra v České republice. Pracoviště obdrželo v roce 2000 akreditaci od České lékařské společnosti J. E. Purkyně, která garantuje lékařskou odbornost.

Tabulka 6 Zlínské LASER CENTRUM

Poskytované služby:	laserová epilace; odstraňování prasklých cévek a ohňů; ošetření vrásek, jizev, kožních nerovností; cévní operace, sklerotizace; odstranění pigmentových skvrn; odstranění tetování, permanentního make-upu; plastická chirurgie; aplikace botulotoxinu; aplikace výplňových preparátů; gynekologické laserové zákroky; cévní operace CHIVA a LEOV, sklerotizace
Provozní doba:	po-čt 8:00-20:00; pá 8:00-16:00; so-ne zavřeno
Pobočka:	Ostrava
Slevové akce:	při platbě 10 ošetření dopředu biostimulačním laserem sleva 30%
Webové stránky:	http://www.lasercentrum.cz https://www.plastika-zlin.cz
Facebooková stránka:	ano, 51 lidem se to líbí
Účet na Instagramu:	ne

Zdroj: vlastní zpracování

AMEM – ambulance estetické medicíny

Provozovatelem je KR Institut s. r. o. Jedná se o nestátní zdravotnickou ambulanci estetické medicíny se zaměřením na pleť, kůži, vlasy a klouby.

Tabulka 7 AMEM – ambulance estetické medicíny

Poskytované služby:	Dermolissage; trvalá epilace; facelifting a omlazení; procedury na akné, celulitidu; jizvy, strie, žilky; pigmentaci; neinvazivní liposukce; zdravé klouby
Provozní doba:	po-pá 8:30-17:30; so-ne zavřeno
Pobočka:	Praha, Zlín, Valašské Meziříčí
Slevové akce:	na webových stránkách jsou uvedeny vždy aktuální slevové akce a novinky
Webové stránky:	https://www.amem.cz
Facebooková stránka:	ano, 1909 lidem se to líbí
Účet na Instagramu:	ano, 936 sledujících

Zdroj: vlastní zpracování

Dermatologické centrum Zlín – MUDr. Helena Bartošková

Ordinace poskytuje v plném rozsahu léčbu kožních a pohlavních chorob. Zabývá se také estetickou dermatologií.

Tabulka 8 Dermatologické centrum Zlín – MUDr. Helena Bartošková

Poskytované služby:	Terapie kožních chorob; prohlídky kožních projevů dermatoskopem; léčba biostimulačním laserem; odstraňování kožních projevů elektrokauterem, tekutým dusíkem a abrazí; problematika výpadku vlasů; aplikace botoxu, kyseliny hyaluronové, mezonitě a liftovací nitě; ošetření pleti plazmou; ošetření přístrojem IPL Anthelia; odstranění pigmentací, drobných nerovností na kůži a blefaroplastika přístrojem Plexr
Provozní doba:	po 12:00-17:00; út-čt 7:45-15:00; pá 7:45-12:00; so-ne zavřeno
Pobočka:	ne
Slevové akce:	neuvedeny
Webové stránky:	http://www.dermatologicke-centrum.cz
Facebooková stránka:	ne
Účet na Instagramu:	ne

Zdroj: vlastní zpracování

Estéa - Centrum estetické chirurgie

Privátní zdravotnické zařízení provádí ambulantní zákroky estetické chirurgie a další služby v oboru lékařské kosmetiky a péče o tělo.

Tabulka 9 Estéa – Centrum estetické chirurgie

Poskytované služby:	blefaroplastika; odstranění kruhů pod očima; injekční aplikace krevní plazmy; aplikace výplňových materiálů; injekční mezoterapie; chemický peeling; odstranění nadměrného pocení
Provozní doba:	po 12:00-16:00, út-ne zavřeno
Pobočka:	Uherské Hradiště
Slevové akce:	neuvedeny
Webové stránky:	http://www.estea.cz
Facebooková stránka:	ano, 173 lidem se to líbí
Účet na Instagramu:	ne

Zdroj: vlastní zpracování

Esthea Medical s. r. o.

ESTHEA medical je nestátním zdravotnickým zařízením nabízejícím efektivní, účinné a neinvazivní estetické zákroky.

Tabulka 10 Esthea Medical s. r. o.

Poskytované služby:	mikrojehličková radiofrekvence; odstranění rozšířených cévek, hemangiomů; odstranění pigmentací a slunečních skvrn; redukce projevů akné; fotorejuvenace pleti; korekce rtů kyselinou hyaluronovou; neinvazivní rhinoplastika; korekce kruhů pod očima; léčba celulitidy; trvalá epilace
Pobočka:	ne
Provozní doba:	neuveдено
Slevové akce:	neuveдено
Webové stránky:	http://www.esthea.cz
Facebooková stránka:	ano, 707 lidem se to líbí
Účet na Instagramu:	ano, 6258 sledujících

Zdroj: vlastní zpracování

EUC klinika a. s. – plastická chirurgie

Plastická chirurgie v EUC Klinice Zlín nabízí široké spektrum výkonů určené pro muže i ženy. Provádí zákroky estetické medicíny za přímou platbu, jako jsou úpravy prsů a obličeje, ale pečuje také o pacienty, jejichž operace je hrazena ze zdravotního pojištění. Ambulance plastické chirurgie zajišťuje konzultace v oboru plastické chirurgie, objednává k operacím, provádí některé méně náročné výkony estetické medicíny a pečuje o pacienty po operaci. Na ambulantní péči navazuje péče lůžkové chirurgie, která provádí rozsáhlejší zákroky.

Tabulka 11 EUC klinika a. s. – plastická chirurgie

Poskytované služby:	Plastické operace ruky; operace kožních nádorů a nádorů prsu; rekonstrukční operace po úrazech a operacích; operace prsou (modelace, augmentace, zmenšení, výměna implantátů, odstranění implantátů, gynekomastie); operace břicha (miniabdominoplastika; abdominoplastika); operace obličeje (blefaroplastika, facelift, face + necklift), operace ušních boltců (obě strany, modelace ušního lalůčku); kompletní rhinoplastika; labioplastika; liposukce (břicho, boky, kolena, vnitřní stehna, vnější stehna); tumescentní liposukce; lifting (paží, hýždí, vnitřních stehen); kožní excize; botox, výplně; karpální tunel; Dupuytrenova kontraktura (dlaňová forma, složitý typ)
Pobočka:	ne (plastická chirurgie)
Provozní doba:	lichý týden čt 9:00-14:30; pá 15:00-17:00; po, út, st, so, ne zavřeno, sudý týden po-ne zavřeno
Slevové akce:	neuveдено
Webové stránky:	https://euc.cz
Facebooková stránka:	ano, 580 lidem se to líbí
Účet na Instagramu:	ne

Zdroj: vlastní zpracování

Krajská nemocnice Tomáše Bati a. s. – oddělení chirurgie

Oddělení poskytuje služby ambulance plastické chirurgie.

Tabulka 12 Krajská nemocnice Tomáše Bati a. s. – oddělení chirurgie

Poskytované služby:	operace kůže a podkoží, zejména ztrátová a devastační poranění, popáleniny a nádory; korekce jizev a deformit; chirurgie ruky; spektrum výkonů estetické chirurgie (blefaroplastika, ušní boltce, rinoplastika, facelift, augmentace prsou, zmenšování prsou, modelace prsou, operace převislého břicha, korekce kožně-tukových nadbytků po zhubnutí, korekce kontury těla implantáty)
Pobočka:	ne
Provozní doba:	po 8:00-14:30; út 8:00-12:30; čt-pá 8:00-14:30; so-ne zavřeno
Slevové akce:	neuveдено
Webové stránky:	https://www.kntb.cz
Facebooková stránka:	ano, 3 800 lidem se to líbí
Účet na Instagramu:	ano, 848 sledujících

Zdroj: vlastní zpracování

Medica chirurgica – ambulance plastické a estetické chirurgie

Zařízení provádí výkony plastické a estetické chirurgie hrazené zdravotními pojišťovkami a přímými platbami.

Tabulka 13 Medica chirurgica – ambulance plastické a estetické chirurgie

Poskytované služby:	radikální excize kožních lézí (nádorů) + lalokové plastiky; operace odstávajících boltců u dětí do 10 let a u dospělých; operace Dupuytrenovy kontraktury; operace karpálního tunelu; lupavého prstu a další drobné výkony; plastické operace prsou; abdominoplastika; facelift; blefaroplastika; operace obličeje a krku; rinoplastika; odsávání tuku (liposukce); vyplňování rtů a vrásek, včetně aplikace botulotoxinu a kyseliny hyaluronové; odstraňování pigmentových névů; korekce jizev; piercing
Pobočka:	Valašské Meziříčí
Provozní doba:	po 17:00-20:30; út-ne zavřeno
Slevové akce:	neuveдено
Webové stránky:	https://www.medicachirurgica.cz
Facebooková stránka:	ano, 189 lidem se to líbí
Účet na Instagramu:	ne

Zdroj: vlastní zpracování

MUDr. Lenka Šustková - Institut estetické medicíny

Institut estetické medicíny poskytuje péči nejen o zdraví klientů, ale zároveň také o jejich vzhled.

Tabulka 14 MUDr. Lenka Šustková – Institut estetiké medicíny

Poskytované služby:	kosmetické služby; korektivní dermatologie (chemický peeling; botulotoxin; sklerotizace dolních končetin; odstranění cévek v obličeji; výplně vrásek kyselinou hyaluronovou; mikrojehličkování; odstranění névů na vlastní žádost; odstranění kožních fibromů)
Pobočka:	ne
Provozní doba:	po-čt 8:00-12:00; pá 8:00-16:00; so-ne zavřeno
Slevové akce:	neuveдено
Webové stránky:	http://www.iem-zlin.cz/cs/
Facebooková stránka:	ano, 160 lidem se to líbí
Účet na Instagramu:	ne

Zdroj: vlastní zpracování

Plastika – estetika Zlín s. r. o. - MUDr. Libor Mrňa

Zařízení se zabývá estetickými úpravami v oblasti obličeje, tvarováním postavy, kožní chirurgií a léčebnými zákroky v oblasti ruky.

Tabulka 15 Plastika – estetika Zlín s. r. o. – MUDr. Libor Mrňa

Poskytované služby:	estetická chirurgie (blefaroplastika; facelift; happy-lift; otoplastika; lipofilling; rejuvenace pleti; tumescentní liposukce; abdominoplastika); korektivní dermatochirurgie (odstranění kožních fibromů a znamének; úprava jizev); elektivní chirurgie ruky - periferní neurochirurgie (karpální tunel; Dupuytrenova kontraktura; výkony na šlachových pochvách)
Pobočka:	ne
Provozní doba:	po 12:00-14:00; út 8:00-9:00; st 13:00-15:00
Slevové akce:	neuveдено
Webové stránky:	http://www.plastika-estetika.cz
Facebooková stránka:	ne
Účet na Instagramu:	ne

Zdroj: vlastní zpracování

4.2.2 Nová konkurence

Vlivem stále rostoucího zájmu o lepší vzhled lze předpokládat zvýšený nárůst vzniku nových center specializujících se na výkony plastické a estetické chirurgie. Podstatný podíl na tom má zejména velký vliv sociálních médií, kdy stále více influencerů propaguje určité kliniky v roli jejich patronů, lidé vidí velmi často zdánlivě dokonalé fotografie, které vznikají díky zásahům plastické a estetické chirurgie či nejnovějších aplikací na úpravu fotografií. Zejména na mladé lidi má tato skutečnost velmi silný psychologický efekt a zvyšuje jejich touhu po dokonalosti. Rostoucí poptávka po těchto službách a s tím spojený vstup nových konkurenčních subjektů na trh je proto v budoucnu vysoce pravděpodobný.

4.2.3 Hrozba substitutů

Za substituty služeb plastické a estetické medicíny lze považovat především neinvazivní zákroky (např. metoda ultrazvukové liposukce, laserové technologie, endoskopické metody, nové fixační a výplňové materiály apod.), které jsou pro klienty šetrnější a zkracují tak rekonvalescenci na minimum a také přístroje určené pro domácí použití, případně kosmetické přípravky.

Tyto metody ovšem nejsou vždy vhodné a účinné pro každého jedince a stejně tak cenově dostupné. Navrhovaná společnost předpokládá, že spousta klientů dá i v dnešní době přednost klasickým osvědčeným metodám, při nichž jsou výsledky téměř zaručeně trvalé, existuje spousta recenzí klientů, kteří již tyto zákroky absolvovali v minulosti, a i s odstupem let mohou poskytnout relevantní hodnocení. Substitucí může dále být v případě liposukce dodržování dietních opatření, zdravý životní styl a dostatek pohybu.

4.2.4 Vliv dodavatelů

Zdravotnické zařízení potřebuje dodavatele zajišťující pravidelné dodávky zdravotnického materiálu, léčiv, nástrojů, technického vybavení a také informačních a komunikačních technologií. Ve zdravotnictví lze nalézt velké množství dodavatelů, proto není obtížné je nahradit jinými dodavateli nabízející výhodnější ceny. Významným dodavatelem zdravotnického materiálu je například společnost INSET, Argomed či Medplus. Zprostředkování zařizovacích předmětů lze sjednat například u české firmy JP-KONTAKT zabývající se vybavováním kancelářských, průmyslových, zdravotnických a školních interiérů.

Bohužel i v případě dlouhodobé spolupráce s některými dodavateli není jistá možnost získání slev na zboží, neboť se jedná o malý podnik, který má oproti větším konkurenčním pracovištím daleko menší schopnost vyjednávání.

4.2.5 Vliv odběratelů

Předpokládá se, že služby ambulance budou vyhledávat převážně ženy ve věku 40+, ovšem stejně tak jsou to i mladší či starší ženy a muži, kteří touží po zlepšení svého vzhledu a posílení sebevědomí. Neustálý vliv sociálních medií propagující krásu a dokonalost a současného trendu vypadat co nejlépe přivádí do zdravotnických zařízení specializujících se na plastickou a estetickou chirurgii stále více a více klientů.

V dnešní době a ve městě Zlín si mohou klienti vybírat takové zařízení, které bude nejvíce odpovídat jejich představám o výsledcích na základě recenzí a renomé pracoviště, spektru nabízených služeb a slevových akcí. Stejně tak si mohou vybrat zdravotnické zařízení mimo město a dát přednost větším renomovaným klinikám ve větších městech.

4.2.6 Závěr z Porterovy analýzy

Z hlediska současné konkurence je největší hrozbou nabídka substitutů ve formě neinvazivních zákroků, o které je ze strany klientů stále větší zájem. Ne všechna zařízení se shodují s portfoliem služeb navrhovaného projektu. Většina uvedených konkurenčních pracovišť má zastaralé a nedostačující webové stránky, chybějící účty na sociálních sítích, není uvedena otevírací doba, ceníky zákroků a případné slevové akce. Nebylo nalezeno zařízení se shodnou nabídkou služeb, navrhovaný projekt je tedy unikátní svým portfoliem zákroků, stejně jako konkurence.

Z analýzy vyplývá, že v budoucnu je reálná vysoká konkurence na základě stále se zvyšujícího zájmu veřejnosti o vylepšování vzhledu. Největší bariérou vstupu do odvětví jsou počáteční náklady, zejména v případě pracovišť poskytujících výkony spojené s použitím lékařských přístrojů, které jsou většinou finančně nákladné.

4.3 Analýza mikroprostředí

Pro analýzu mikroprostředí je aplikována SWOT analýza, která slouží k vyhodnocení počáteční situace podniku a k naplánování jeho budoucího fungování. V tabulce níže jsou rozepsány silné (Strengths) a slabé (Weaknesses) stránky navrhovaného projektu, případné hrozby (Threats) a příležitosti (Opportunities).

Tabulka 16 SWOT analýza

	POMOCNÉ (k dosažení cíle)	ŠKODLIVÉ (k dosažení cíle)
VNITŘNÍ (atributy organizace)	STRENGTHS (silné stránky) <ul style="list-style-type: none"> - umístění zařízení v centru města - dobrá dostupnost MHD - odborný lékařský personál - jazyková vybavenost personálu - služba „lékař na telefonu“ 24/7 - srovnávací fotografie - den otevřených dveří - silná propagace zařízení - možnost vystavení dárkových poukazů, slevové akce 	WEAKNESSES (slabé stránky) <ul style="list-style-type: none"> - absence nabídky neinvazivních zákroků - nemožnost bezplatného parkování pro klienty zařízení - nemožnost platby zákroku na splátky - krátkodobé působení na trhu
VNĚJŠÍ (atributy prostředí)	OPPORTUNITIES (příležitosti) <ul style="list-style-type: none"> - zvyšující se poptávka po službách - nové technologie v oboru - možnost získat členství ve Společnosti estetické a laserové medicíny ČLS JEP 	THREATS (hrozby) <ul style="list-style-type: none"> - růst konkurence v odvětví - substituční produkty - upřednostnění renomovaných klinik ve větších městech

Zdroj: vlastní zpracování

4.3.1 Závěr ze SWOT analýzy

Na základě provedení SWOT analýzy bylo zjištěno, že mezi silné stránky společnosti lze zařadit zejména strategické umístění ve středu města, v bezprostřední blízkosti hlavního náměstí a nákupního centra a skvělá dostupnost MHD (zastávka trolejbusu se vyskytuje pouhých pár metrů od zařízení).

Jako konkurenční výhodu lze vnímat kvalitní jazykovou vybavenost personálu pro případnou zahraniční klientelu, do podniku budou přijati zaměstnanci s jazykovou úrovní alespoň B2.

Služba „lékař na telefonu“ umožňuje zavolání lékaři kdykoliv v průběhu dne v případě nastalých komplikací, což je vnímáno jako nadstandardní bonus pro klienty. Tato služba většinou není běžná a klienti tak musí své problémy řešit na pohotovosti či vyčkat na otevírací dobu daného pracoviště, což může být značně nepříjemná a v některých případech i nebezpečná situace.

Důraz bude kladen na zveřejnění srovnávacích fotografií, které dokáží nejlépe ilustrovat výsledky práce plastického chirurga a slouží tak potenciálním klientům k lepšímu rozhodování a vytvoření reálné představy o finálním vzhledu dané partie, která má být upravována.

Ambulance také plánuje pořádání dní otevřených dveří, na kterých se bude snažit aktivně prezentovat poskytované služby. Konzultace s lékaři budou probíhat zcela zdarma, namísto běžných 500,- Kč. Osobní kontakt je vždy nejlepší a možnost ptát se z očí do očí na to,

co klienta zajímá, řešit jeho konkrétní potíže. Většinou se jedná o velmi intimní záležitosti, čehož si musí být personál vědom a bude se proto touto cestou snažit vzbudit v klientech větší důvěru, která je u těchto služeb naprosto klíčovým nástrojem pro to, aby se klient rozhodl přijít právě zde. Lze to považovat za výraznou konkurenční výhodu, jelikož podobné akce nejsou standardem u ostatních klinik.

Ambulance bude také aktivní na sociálních platformách jako je Facebook, Instagram a YouTube, prezentovat se bude i v rádiu a novinách, aby byl dosah na potenciální klienty co nejširší. Pro mladší generaci jsou určeny právě sociální sítě, pro starší spíše noviny či rádio.

Nejen v předvánočním čase pak klienti ocení možnost zakoupení dárkových poukazů, které mohou uplatnit až 1 rok od data zakoupení. Ambulance bude dále poskytovat slevové akce, viz bod Propagace. Bude také nabízet slevu na každý další provedený zákrok, a to v hodnotě 10 % (nezahrnuje konzultaci s lékařem). Poukaz bude nepřenositelný a bude časově omezen na 1 rok. Samozřejmě bude také dotazník spokojenosti, který bude mít možnost každý klient anonymně vyplnit a který bude sloužit jako zpětná vazba pro personál ambulance tak, aby své služby a přístup mohl neustále zdokonalovat.

Za slabé stránky podniku lze považovat absenci nabídky neinvazivních zákroků, za kterými klienti mohou docházet do konkurenčních zařízení. Dále chybějící bezplatné parkoviště přímo u ambulance, které bohužel technicky není možno zajistit, nicméně lze parkovat za poplatek v blízkém nadzemním parkovišti OC Zlaté Jablko. Nebude umožněno platit za zákroky formou splátkového kalendáře. Nevýhodou bude také krátké působení na trhu, kdy mohou klienti upřednostnit nabídky ostatních renomovaných center, které již mají řadu spokojených klientů a mnoho recenzí provedených zákroků.

Podstatnou příležitostí bude rostoucí poptávka po službách plastické a estetické chirurgie. Stále více klientů projevuje zájem o vylepšení vzhledu a do budoucna se tak jedná o velmi atraktivní obor medicíny. Další příležitostí budou nové technologie, které se neustále vyvíjí a zlepšují. Zařízení bude mít také možnost usilovat o členství ve Společnosti estetické a laserové medicíny ČLS JEP.

Hrozbu představuje růst konkurence v tomto stále se rozvíjejícím a atraktivním odvětví, dále větší renomovaná centra a již zmíněná nabídka neinvazivních zákroků, po kterých je zvýšená poptávka, ale znamenají mnohdy také zvýšené pořizovací i provozní náklady pro společnost.

5 PODNIKATELSKÝ PLÁN NÁVRHU ZALOŽENÍ SOUKROMÉ AMBULANCE PLASTICKÉ CHIRURGIE

5.1 Titulní strana



Obrázek 8 Logo provozovny
Zdroj: vlastní zpracování

Vlastník: Bc. Simona Skuhrová

Název: Simone Clinic, s. r. o.

Adresa provozovny: Rašínova 522, Zlín 760 01

Sídlo: K Dálnici 583, Zlín 760 01

Webové stránky: www.simoneclinic.cz

Tel.: +420 778 747 066

E-mail: info@simoneclinic.cz

IČO:

5.2 Název a právní forma podniku

Název společnosti Simone Clinic vychází z křestního jména zakladatelky Bc. Simony Skuhrové, respektive z další varianty tohoto jména. Nad svým názvem nese logo s vyobrazením oka a skalpelu, představující blefaroplastiku, tedy operaci převisů očních

víček, která je součástí portfolia nabízených služeb ambulance. Podnik bude po zvážení možností zakládán jako společnost s ručením omezeným. Zakladatelka splňuje veškeré státem dané požadavky k oprávnění podnikání. Sídlo podniku se nachází na totožné adrese jako je trvalé bydliště majitelky a bude odlišné od místa provozovny.

5.3 Předmět činnosti

Soukromá ambulance plastické chirurgie Simone Clinic bude poskytovat zdravotní služby v oblasti ambulantní specializované péče v oboru plastické chirurgie. Jedná se o výkony nevyžadující hospitalizaci a výkony bez potřeby přístrojové techniky, tedy pouze ty, které lze provádět nástroji k tomu určenými. Důvodem je především výrazně nižší finanční náročnost jak na vybavení ambulance, tedy pořizovací náklady, tak na budoucí výdaje spojené s celkovou anestezí a personálním vybavením. Výhodou pro klienta je v případě provedení výkonu pouze v lokálním znecitlivění v ambulantním režimu především propuštění do domácího ošetřování v doprovodu druhé osoby bez nutnosti pobývat v zařízení přes noc. V prostorách čekárny ambulance mají klienti možnost vyplnění dotazníku spokojenosti.

5.4 Poskytované služby

5.4.1 Zákroky prováděné v obličejové části

Lifting obočí klasickou metodou

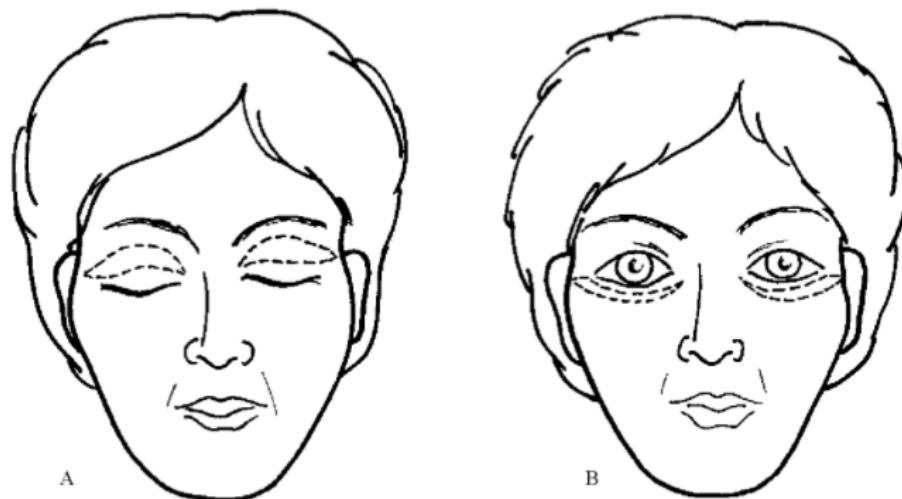
Jedná se o zvednutí obočí, vypnutí čela. Klasický brow lift přináší jako nejinvazivnější výkon největší efekt a nabízí se jako řešení v případě výrazného poklesu a hlubokých vrásek čela. Kůže je uvolněna od spodiny čela dlouhým řezem, vedeným ve vlasaté části hlavy. Vypne se, posune směrem vzhůru, nadbytečná kůže je odstraněna a rána je opět sešita. Jizva po zákroku bývá pouze minimálně viditelná. Oblast čela je úzce napojena na oční oblast a obličej, přesto se jedná o anatomicky poměrně samostatnou oblast, která není ovlivněna blefaroplastikou či faceliftingem. Z tohoto důvodu je zapotřebí ji řešit zvlášť, což lze označit za výhodu v případě, kdy výkony v ostatních částech obličeje dosud nebyly indikovány. Operací lze dosáhnout potlačení projevů stárnutí v oblasti čela a obočí, které se objevují ve formě poklesu kůže, vrásek a poklesu obočí. Většinou k projevům stárnutí v této oblasti dochází až kolem 50 let věku, ovšem mohou se vyskytnout i dříve, již kolem 40 let věku (Art Ethic Clinic, 2022a).



Obrázek 9 Chirurgické řešení pozvednutí čela a lifting obočí
Zdroj: Dr. Kelly, 2023

Blefaroplastika

Operace převislých očních víček, mnohdy překrývajících oční štěrbinu. Nejběžněji se věk zájemců o tento zákrok pohybuje v rozmezí 40-50 let. Provádí se v lokálním znecitlivění, neboť je vyžadována spolupráce pacienta (Fialová, 2007, s. 118). Operaci lze provádět současně s operací dolních víček, pro vyšší riziko možných komplikací se však doporučuje provádět výkony s časovým odstupem. Indikací k zákroku bývá nadbytečná kůže, která se stala u horních víček překážkou ostrosti zraku, blecharofaláza (tedy otoky a svědění víček), výhřez tukových lalůčků z orbity, hypertrofický orbikulární sval a v případě Asiatů absence nadočního záhybu (Měšťák a kol., 2015, s. 146-147).



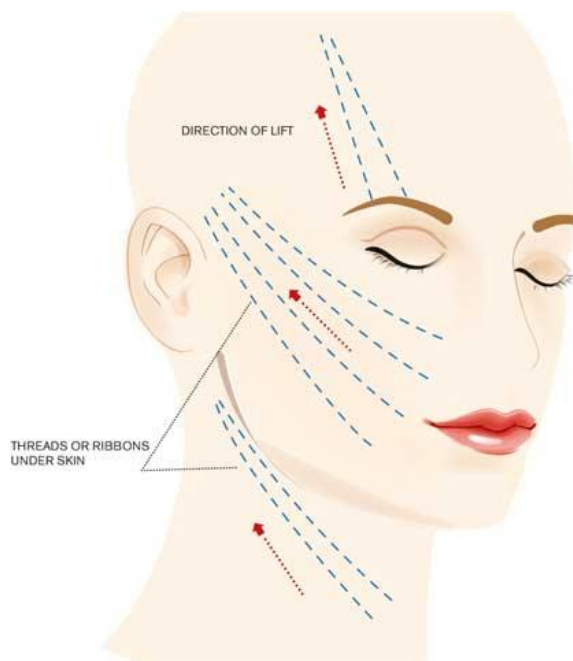
Obr. 60. Blefaroplastika: A – rozsah excize kůže při horní blefaroplastice, B – rozsah excize kůže při dolní blefaroplastice

Obrázek 10 Blefaroplastika
Zdroj: Měšťák a kol., 2015, s. 147

Mini facelift

Při mini faceliftu dochází k chirurgickému odstranění povolené a nadbytečné kůže a stejně tak podkožního tuku v obličejí. Zároveň zákrok slouží k omlazení pleti a posílení podkožního vaziva. Mini facelift je prováděn okolo 2-3 hodin za použití lokální anestezie. V tom spočívá jeho nesporná výhoda oproti klasickému faceliftu, jenž se provádí v celkové anestezii. Chirurg vede řez u ušních boltců a ve vlasové části za účelem zpevnění a vypnutí fascie (tuhé vlány nacházející se na povrchu svalů) a plošného svalu krku. Poté dojde k odstranění nadbytečné kůže na obličejí a krku a vypnutí podkožní vazivové struktury. Výsledkem tohoto postupu je dosažení vypnuté, hladké a viditelně omlazené pleti již za několik dní po výkonu (Dermaestet, 2023).

Důležité je neprovádět zákrok příliš brzy, neboť dojde sice k okamžitému a uspokojivému efektu, ale nebude mít dlouhodobý charakter. Pokud jsou totiž kůže a podkožní struktury stále pružné a elastické, jsou velmi rychle schopné přizpůsobit se navyklým pohybům a mimice obličejí a přibližně nejpozději do 3 let efekt operace zcela vymizí. V případě provedení zákroku až v momentě, kdy má struktura tkání již zřetelně sníženou pružnost, má již tato plastická operace efekt v délce trvání 8-10 let. Díky současné popularizaci estetické chirurgie stále přibývá žádostí o facelift již také od mladších věkových skupin, běžně i od žen ve věku mezi 30-40 lety, což je ovšem velmi brzy a rozhodně to nelze doporučovat. Vhodným kandidátem jsou tedy ženy a muži s dostatečně povislou kůží a povolenými tkáněmi v obličejí, ovšem důležitá je také celková kondice kůže, která by měla být kvalitně prokrvená, bez projevů akutního nebo již probíhajícího kožního onemocnění, bez zřetelných jizev a s dobrou schopností elasticity. V případě nízké elasticity kůže by nedošlo k dostatečnému odstranění vrásek a vypnutí pokožky, což je cílem tohoto zákroku (Estheticon, 2019).

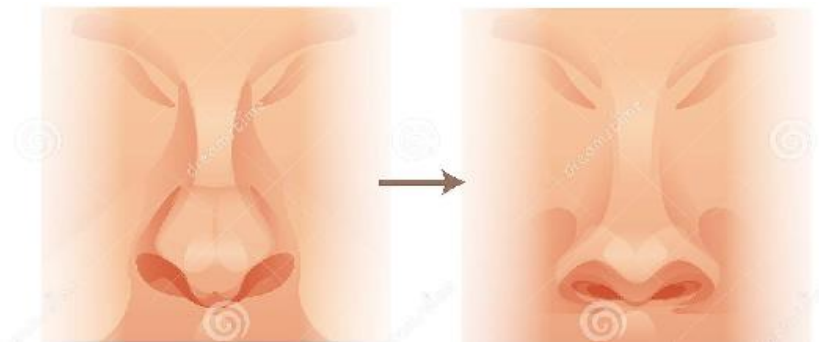


Obrázek 11 Mini facelift

Zdroj: Dr. Alex Chambers, 2023

Operace měkkého nosu

Operace měkkého nosu zahrnuje korekci chrupavčitého nosu, kolumely (kožní části nosní přepážky) či šířky nosních křídel a cílem operace je taková změna zevního nosu, aby co nejvíce odpovídal představě klienta (Art Ethic Clinic, 2022b). Při korekci měkkého nosu není zasahováno do kostěných struktur nosu, obvykle dochází pouze k odstraňování části křídlových a hrotových chrupavek. Oproti kompletní rhinoplastice je čas operace výrazně kratší (Měšťák, 2019, s. 62). Během operace chirurg nejdříve vypreparuje chrupavčitou část nosu, poté je provedena korekce chrupavek a dle potřeby také nosního septa. V závěru je zkontrolován tvar nosu, dojde k sešití ran a do nosu je většinou aplikována nosní tamponáda (Art Ethic Clinic, 2022b). Nepříjemností zákroku je díky tomuto faktu nutnost dýchat pouze ústy po dobu alespoň dvou dnů (Měšťák, 2019, s. 62). Tvarové odchylky nosu mohou vzniknout buď jako následek úrazu nebo mohou být vrozené. Určité deformace nosu mohou zapříčínovat obtížné dýchání či špatnou nosní průchodnost. Mimo estetiku tedy řeší rhinoplastika také funkční nedokonalosti. Nos je dominantou obličeje, a proto je obzvláště důležitá podrobná analýza a konzultace s klientem za účelem odhalení případného nerealistického očekávání (Art Ethic Clinic, 2022b).



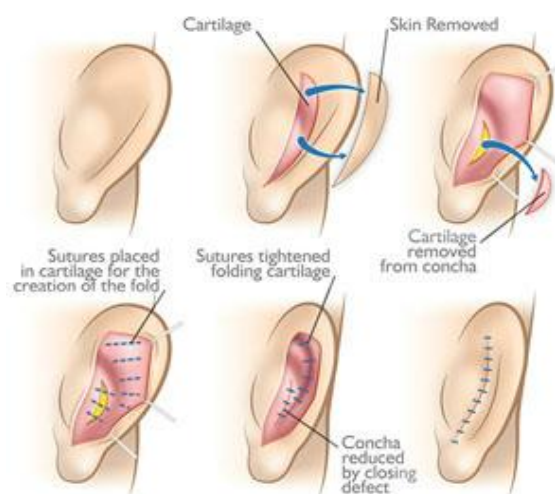
Obrázek 12 Operace měkké části nosu

Zdroj: Dreamstime, 2023

Otoplastika

Otoplastika je prováděna za účelem nápravy prominujících či deformovaných ušních boltců zmenšením jejich odklonu od roviny lebky. Současně je žádoucí vytvoření správných proporcí při bočním pohledu. Při zákroku dochází ke změně pružnosti chrupavky pod kůží a následné úpravě tvaru a polohy do požadovaného vzhledu. Změkčené chrupavky uší se přišijí ke svalu lebky nacházejícím se za ušima a na uši je přiložena vata, která se obváže obinadlem. Řez je veden ve žlábku za ušima (4-5 cm), kde bude jizva minimálně viditelná (Cleopatra Clinic, 2023).

Ušní boltce, stejně jako rty, oči a nos vytváří celkový estetický vzhled člověka. Prominence ušních boltců je vnímána dokonce hůře než tvarová odchylka nosu. V případě mužů je ne vždy možné odstáté uši překrýt vlasy, jako je tomu u žen, které jsou ovšem limitované výběrem účesu (Brychta a Stanek, 2014, s. 87).



Obrázek 13 Otoplastika

Zdroj: Feel Beautiful Plastic Surgery, 2023

Chirurgické zvětšení rtů

Chirurgické zvětšení rtů je prováděno u rtů, které jsou úzké a nemají dostatečnou hmotnost měkkých podkožních tkání. Alternativou k tomuto výkonu jsou výplně rtů ve formě aplikace injekčních implantátů. V případě použití chirurgického postupu je využita sliznice z vnitřní strany rtu, a to v podobě tzv. „V-Y posunu“, kudy je vedeno několik řezů, které po následném sešití tvoří větší viditelnou část červeně rtu a ten tak působí plnějším dojmem. Aby bylo dosaženo plného efektu, zákrok je prováděn ve dvou dobách (interval 3 měsíce). První rozšíření je provedeno ve středu rtu, poté následuje rozšíření rtu po stranách. V porovnání s injekčními implantáty, které jsou mnohdy aplikovány v nadbytečném množství i do postranních částí rtu, dochází v případě chirurgického zvětšení rtu k plynulému rozšíření celé délky rtu od středu po strany. Výhoda výkonu spočívá v tom, že je nebolestivý, bez patrné jizvy, bez obsahu cizího materiálu a výsledek je trvalý (Měšťák a Měšťák, 2021, s. 34).



Obrázek 14 Chirurgické zvětšení rtů

Zdroj: Beauty Guru, 2020

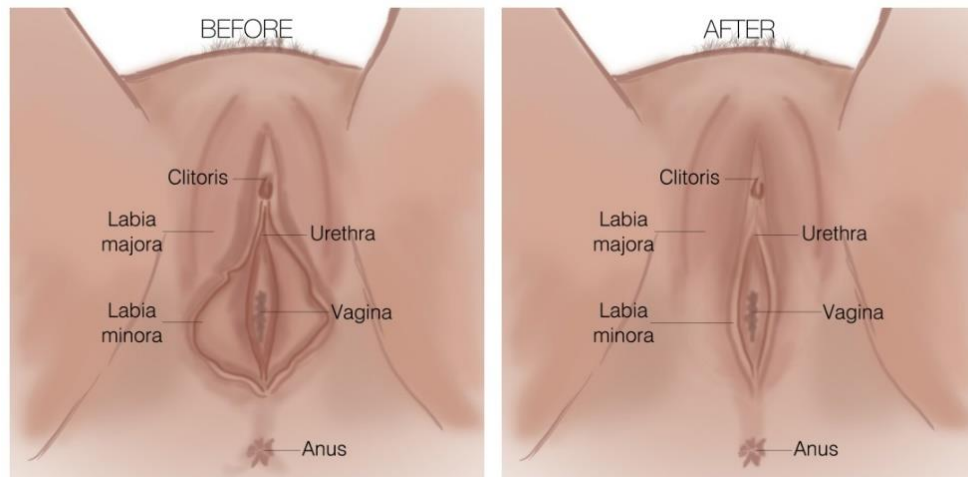
5.4.2 Zákroky prováděné na ostatních částech těla

Labioplastika

Labioplastika upravuje velikost, tvar a symetrii malých stydkých pysků (labia minora), velké stydké pysky (labia majora) se upravují jen zřídka. V případě malých stydkých pysků se jedná zejména o redukční výkony a dále výkony vedoucí k symetrii (Měšťák a kol., 2015, s. 104).

Při operaci dochází k odstranění přebytků uvolněné kůže malých stydkých pysků a poté je jejich tvar upraven. Operační rána se uzavírá samovstřebatelnými stehy. Výsledek operace

je trvalý a vzniklá jizva je téměř neviditelná (Perfect Clinic, 2023). U operace velkých stydkých pysků jde naopak o výkony, při nichž dochází metodou tzv. fatgraftingu k doplnění objemu nejčastěji po menopauze. U obézních žen se přistupuje ke zmenšení velkých stydkých pysků pomocí liposukce (Měšťák a kol., 2015, s. 104).

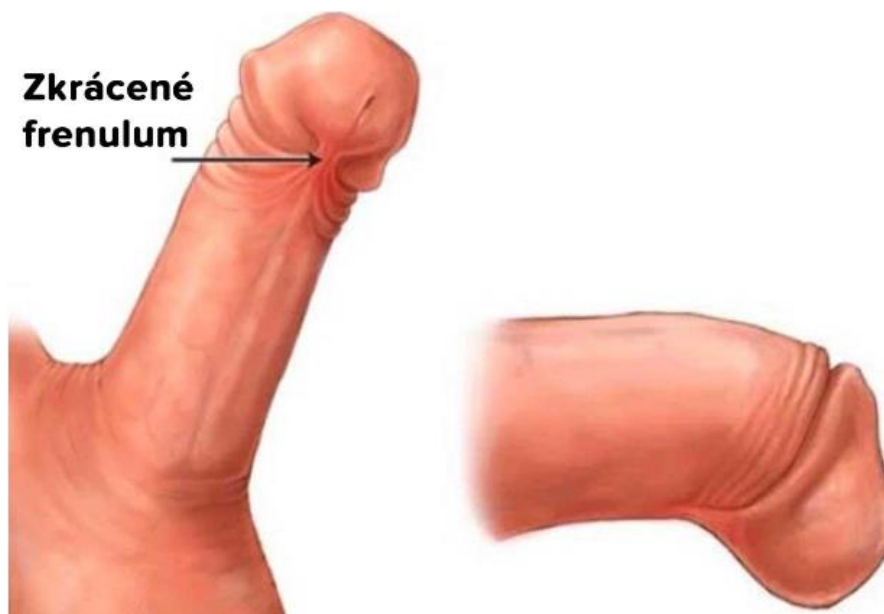


Obrázek 15 Labioplastika

Zdroj: Brooklyn GYN Place, 2023

Frenuloplastika

Při frenuloplastice dochází k prodloužení uzdičky, která spojuje předkožku s žaludem penisu. Pokud je krátká, zhoršuje či zcela znemožňuje obnažení penisu při erekci. Další možnou komplikací je zakřivení penisu směrem vzhůru po přetažení předkožky. Riziko spočívá v případném natržení v průběhu pohlavního styku s následkem silného krvácení. Operace má za cíl uvolnit předkožku, která je poté bezbolestně přetažena zejména při ztopořeném penisu. Uzdička je příčně nastřížena a následně podélně sešita jemnými stehy. Jde o výkon trvající zhruba 10 minut (FNKH, 2020).

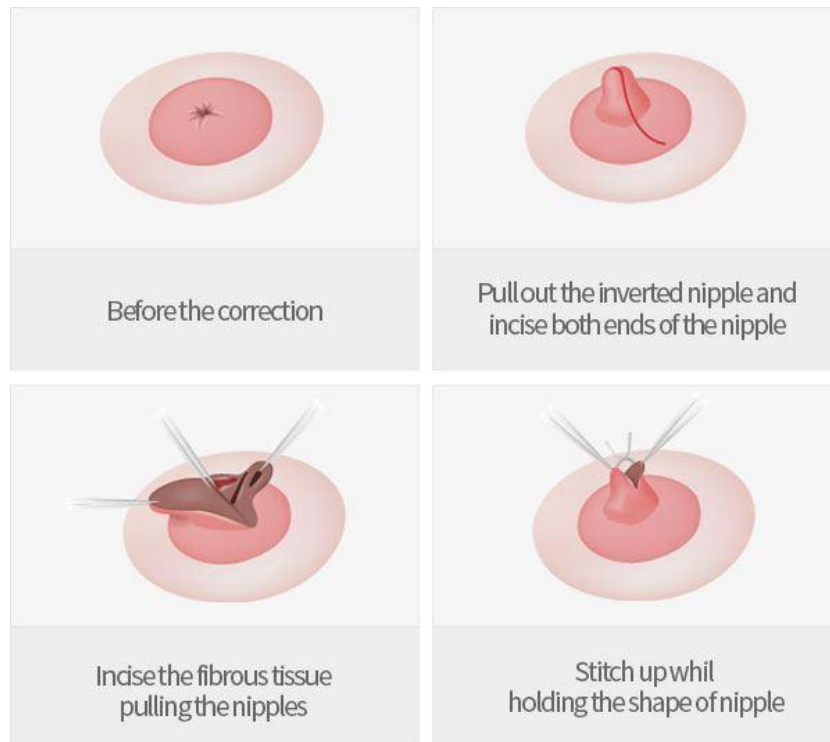


Obrázek 16 Frenuloplastika

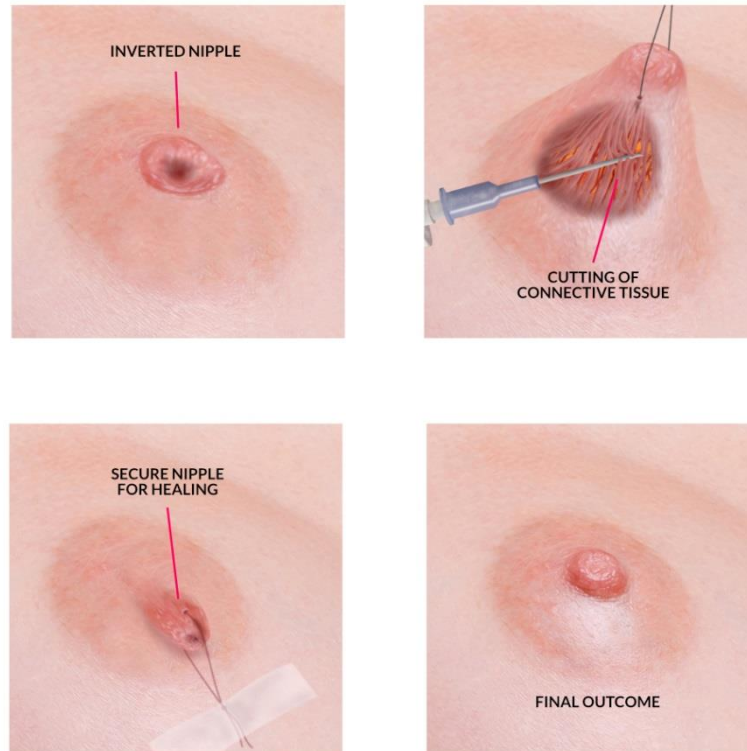
Zdroj: Andrologická klinika, 2017

Operace vpáčených bradavek

Vpáčené bradavky jsou jak kosmetickou, tak funkční vadou, neboť mohou ztížit či zcela znemožnit kojení. Objevit se mohou jak na jedné, tak na obou stranách a vyskytují se v různých stupních od plochých až po kráterovitě vpáčené bradavky. Někteří odborníci považují za příčinu vpáčených bradavek nedostatečně vyvinutá svalová vlákna bradavek. V případě řešení této vývojové vady je popsáno několik operačních postupů, a tak záleží na volbě operátora, kterou si zvolí. Jedním ze způsobů docílení vyklenutí bradavky je vyříznutí kožních klínků kolem bradavky a dvorce a poté sešití rány k sobě jejími okraji. Dalším řešením za účelem prominence bradavky je uvolnění zkrácených vazivových struktur vně bradavky způsobující její stahování směrem dovnitř. Následně jsou bradavky povytaženy a fixovány stehy (případně chirurgickými špendlíky či silikonovým drénem). Po zákroku nevzniká žádná viditelná jizva. Lze také kombinovat obě zmíněné metody (Měšťák, 2007, s. 50).



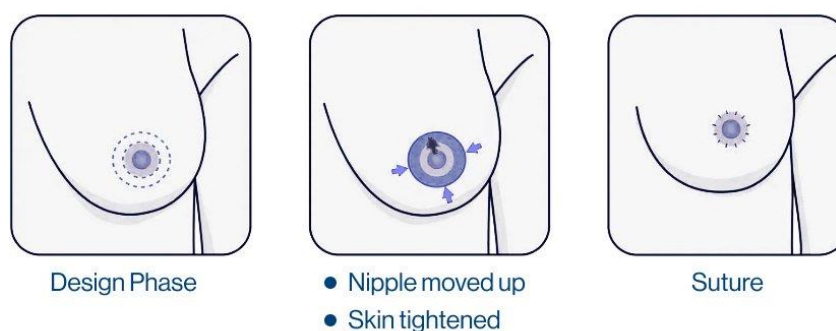
Obrázek 17 Operační postupy při řešení vpáčených bradavek 1
Zdroj: Maresky, 2023



Obrázek 18 Operační postupy při řešení vpáčených bradavek 2
Zdroj: Brandon Adams Plastic Surgery, 2022

Zmenšení prsních dvorců

Velikost prsních dvorců je určována většinou geneticky. Ke změně ale může dojít i při hormonálních změnách přicházejících v průběhu života ženy, a to například v období kojení. V takovém případě se nabízí řešení v podobě plastické operace. Chirurg provede řezem úpravu prsního dvorce do požadované velikosti a odstraní nadbytečnou kůži na jeho okrajích. Rána je poté sešita po okraji prsních dvorců, tím pádem je výsledná jizva téměř neviditelná. Prsní dvorce jsou přelepeny sterilní náplastí a překryty gázou po dobu cca 14 dní (Medicom, 2023).



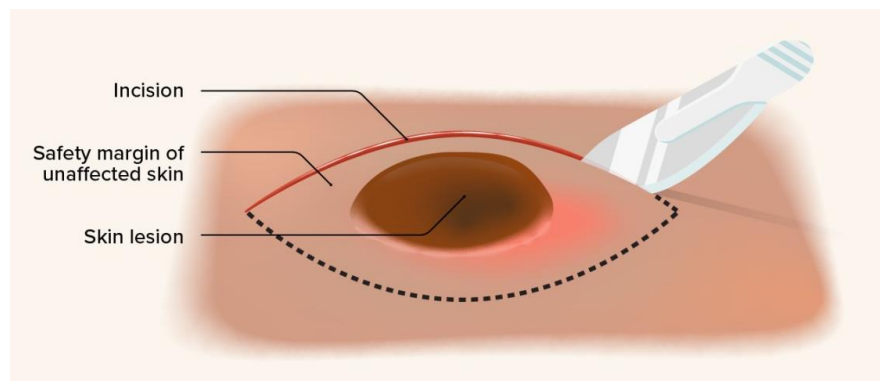
Obrázek 19 Zmenšení prsních dvorců

Zdroj: Jones, 2023

Odstranění kožních útvarů vyříznutím – excize

V průběhu života se mohou na kůži, v kůži a v podkoží vyskytnout různé druhy kožních útvarů, které mohou být nejen esteticky nežádoucí, ale také nebezpečné, ať už se jedná o zhoubný nádor anebo poranění a následné komplikované hojení např. při sportu, zavadění oděvem, při práci apod. Další motivací k odstranění kožního útvaru může být prostá prevence vzniku zhoubného nádoru, kterému chce tak klient předejít. Vyříznutí neboli excize postižené tkáně musí být provedena s ohledem na minimalizaci výsledné jizvy a její co možná nejlepší skrytí v přirozených kožních liniích (Měšťák a kol., 2015, s. 21). Před samotným zákrokem je potřeba určit, zda bude odstraněn celý útvar, nebo pouhá část pigmentové plochy. Lze zvolit řešení v podobě postupné excize vně útvaru a ukončení jizvou lokalizovanou tak, aby nebyla příčinou vzniku keloidu. Jedná se tedy o postupnou redukci útvaru. Totální excizí je možno odstranit takové útvary, které nejsou příliš velké a jejichž výsledná jizva by se nenacházela v místech vystavených napětí způsobující deformaci okolních útvarů. V případě plošnějších pigmentových lézí se volí překrytí vzniklého defektu transpozicí kožního laloku či překrytí kožními transplantáty,

pokud došlo k rozsáhlým defektům po excizích pigmentózních ploch (Bařinka, 2016, s. 754).

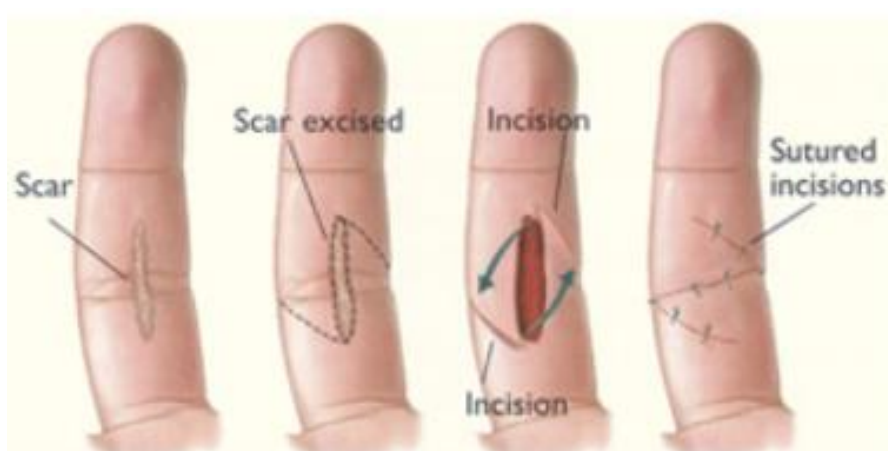


Obrázek 20 Odstranění kožního útvaru excizí

Zdroj: Behring, 2022

Chirurgické odstranění jizev

Jizvy vznikají jako následek hojení ran po chirurgickém zákroku či traumatu. Kvalita těchto jizev je dána zejména procesem vnitřního hojení a povahou rány (řezná, tržná, tržně-zhmožděná apod.). Důležitou roli při hojení ran hraje typ kůže, lokalizace rány, rozsah a hloubka rány, celková onemocnění a věk. Dalšími ovlivňujícími faktory jsou technika šití rány, způsob jejího krytí a následného ošetřování, případné infekce apod. O výběru léčebného postupu rozhoduje především typ kůže a anatomické místo výskytu jizvy. Nejběžnějším způsobem odstranění jizvy je chirurgická excize. Okraje musí být bezchybně adaptovány, v případě rozsáhlejších jizev je třeba posunutí okolní kůže. Pokud se však jedná o velké plošné jizvy, je třeba vzniklé defekty řešit transplantací kůže (Měšťák a kol., 2015, s. 46-47).



Obrázek 21 Chirurgické odstranění jizev

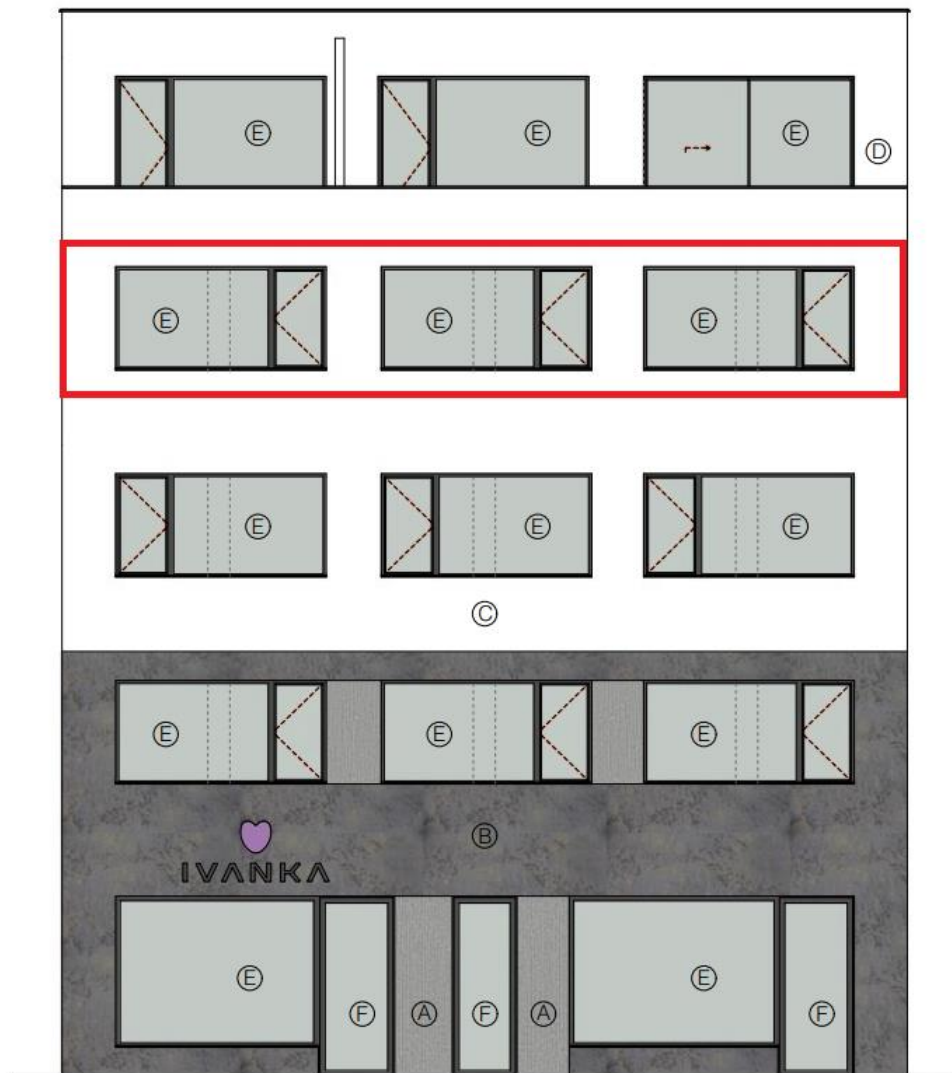
Zdroj: Murray Beagley Plastic Surgery Auckland, 2023

5.5 Provozovna

Provozovna je v živnostenském zákoně definována jako vymezený prostor, v němž je provozována živnost. Obdobně je provozovna popsána například v obchodním zákoníku jako prostor, kde se uskutečňuje podnikatelská činnost. Provozovnu je nezbytné označit obchodní firmou či jménem a příjmením anebo názvem podnikatele a lze k ní případně připojit název provozovny či další rozlišující označení. Za účelem provozování podnikatelské činnosti není podstatné, zda podnikatel provozovnu má či nikoliv. Ve většině případů provozování různých živností je však podnikatel nucen provozovnu mít (Horzinková, 2010, s. 67). Jak již bylo zmíněno v teoretické části této práce, v případě nestátních zdravotnických zařízení je možno poskytovat mimo jiné i ambulantní péči. Nestátní zdravotnické zařízení má právo provozovat jen ta osoba, která získala oprávnění od daného okresního úřadu k provozování tohoto zařízení.

Na základě předpokladu preferencí potenciálních klientů ambulance je výběr lokality pro danou provozovnu klíčový. V potaz je brána také potřeba parkování vozidel a dostupnost MHD. Zvoleny byly tedy prostory domu č. p. 522 v ulici Rašínova v samém centru města Zlína. Jedná se o strategicky velmi výhodné místo, kudy dennodenně prochází spousta lidí. Je v těsné blízkosti Náměstí Míru, které je obklopeno mnoha obchody a provozovnami různých druhů služeb. Jen pár metrů od zvolené budovy pro umístění ambulance najdeme průchod do obchodního centra Zlaté Jablko. Klientky či klienti mohou spojit svou návštěvu v ambulanci s prodejnou spodního prádla a plavek Ivanka, která bude mít s ambulancí dohodnutou spolupráci a nachází se ve stejné budově jako budoucí ambulance. Parkování vozidel je možno v parkovacím domě Zlaté Jablko za cenu 20,- Kč/hodina či na ulici Zarámí dle sazebníku technických služeb.

Ambulance musí splňovat stavební a věcné nároky na zdravotnické zařízení. Ordinace lékaře musí mít minimální podlahovou plochu 13 m². Přípravna pro výkony (místnost, kde je připravován pacient k výkonům a kde jsou připravovány zdravotnické prostředky, léčivé přípravky a léčivé látky před jejich aplikací pacientovi a vykonávány další činnosti s tím související) musí mít minimální plochu 10 m². Čekárna musí mít minimální plochu 7 m² a musí být vybavena sedacím nábytkem. WC pro pacienty musí mít předsíň vybavenou umyvadlem, není-li umyvadlo umístěno v kabině WC. Zákrokový sál musí mít minimální plochu 10 m² a mít podlahy, stropy i stěny odolné proti poškození při pravidelném čištění, mytí a dezinfekci.



Obrázek 22 Prostory ambulance – 4. NP – Severní pohledy


Zdroj: kreslil Libor Gerža

Legenda povrchů:

- Ⓐ Fasádní systém Sto BetonOptik - vzhled pohledového betonu - šedá barva s probarvením okrové
- Ⓑ Strukturovaná omítka ve svislých prouzcích - barva světle šedá
- Ⓒ Hlazená omítka - barva bílá, zrno 1,5mm
- Ⓓ Zámečnické a klempířské prvky lakované - barva antracit
- Ⓔ Hliníková okna s izolačním tojsklem - barva antracit
- Ⓕ Hliníkové dveře - barva antracit

Obrázek 23 Legenda povrchů

Zdroj: LP Projekce s. r. o., 2019

Hlavní inženýr projektu	Ing. Lukáš Peniaško			
Kontroloval	Ing. Lukáš Peniaško			
Kreslil	Libor Gerža			
Místo	ulice Rašínova, č. p. 522, parcela č. st. 261/2, k. ú. Zlín			
Investor	Ing. Lukáš Hrančík, Jetelová 656, 763 14 Zlín - Kostelec			
Stavba	Stavební úpravy, nástavba, přístavba a změna užívání domu č. p. 522, ulice Rašínova, Zlín	Zakázka		D.1.1.14a
		Datum	08/2019	
Objekt	SO 01	Účel	DSP	
Oddíl	D.1.1 Architektonicky stavební řešení	Formát	420/297	
Obsah	Pohledy severní	Měřítko	1:100	

Obrázek 24 Autoři projektu

Zdroj: LP Projekce s. r. o., 2019

5.5.1 Provozní řád

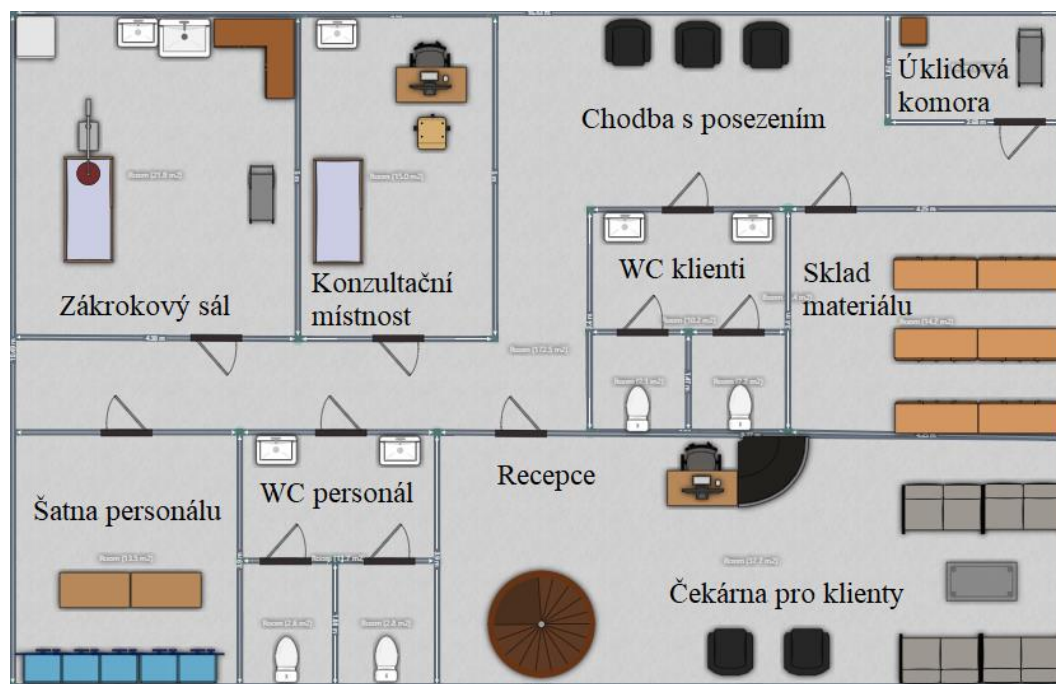
Provozní řád, který je nutno vypracovat pro hygienickou stanici, je součástí přílohy P 1.

5.5.2 Prostory ambulance

Pracoviště je umístěno ve 4. NP z celkem 5 NP. Výměra užitné plochy je 173,55 m².

Vybavení místností musí být v souladu s Vyhláškou č. 92/2012 Sb. o požadavcích na minimální technické a věcné vybavení zdravotnických zařízení a kontaktních pracovišť domácí péče.

Všechny místnosti jsou vybaveny nábytkem se snadno omyvatelnými povrchy. Stěny v zákrovém sále, úklidové komoře, skladu materiálu a na WC jsou plně omyvatelné. Podlahy jsou snadno čistitelné a dezinfikovatelné. Na recepci se nachází PC, židle a stolek pro všeobecnou sestru, nábytek sloužící pro uchovávání dokumentů, recepce je otevřená a propojená s čekárnou, která je vybavena sedacími soupravami, dvěma křesly, konferenčním stolem a zásobníkem na pitnou vodu. Konzultační místnost disponuje stolem a židlí pro lékaře, PC, umyvadlem a vyšetřovacím lůžkem. V zákrovém sále se nachází chladnička na léčiva a zdravotnický materiál, stolek na přístroje a nástroje, instrumentační stolek, infuzní stojan, mycí nerezový stůl, umyvadlo a operační lůžko s operačním svítidlem. Na chodbě jsou umístěny tři křesla. V úklidové komoře je umístěna skříň s čisticími prostředky. WC pro klienty i pro personál má 2 kabiny a 2 umyvadla. Sklad materiálu disponuje skříněmi, ve kterých je materiál uložen. V šatně personálu jsou osobní skříňky a lavice na sezení. Tato místnost slouží zároveň jako sociální zázemí pro zaměstnance, je zde umístěn stůl, menší sedací souprava, chladnička a mikrovlnná trouba. Zásobníky na ručníky se nachází v místnostech, kde je k dispozici umyvadlo.



Obrázek 25 Půdorys ambulance ve 4. NP budovy

Zdroj: vlastní zpracování

5.5.3 Organizační struktura a personální zabezpečení

Provoz zdravotnického zařízení vyžaduje personální zabezpečení s odpovídajícím odborným vzděláním. Toto nařízení je dáno zákonem o živnostenském podnikání č. 455/1991 Sb., v jehož příloze č. 5 je uvedeno, že podnikatel je povinen na pracovní místa v ambulanci zaměstnat pouze fyzické osoby splňující odbornou způsobilost k vykonávání dané pozice (Zákon č. 455/1991 Sb.). V případě ambulance estetické medicíny tyto zaměstnance představují lékaři a zdravotní sestry. U lékařů je podmínkou především ukončené studium na lékařské fakultě, přičemž se po jeho absolvování stává odborně způsobilým pro výkon lékařského povolání. Dále musí mít specializovanou způsobilost v oboru plastické chirurgie.

Lékaři s odbornou způsobilostí

Kvalifikační úroveň: Doktorský studijní program v oboru všeobecné lékařství

Úloha lékaře je v ambulanci pochopitelně klíčová, vykonává veškeré výkony, které jsou nabízeny klinikou. Lékař provádí vstupní konzultace, při které probere s klientem jeho potíže, upozorní na možná rizika a doporučí nejlepší způsob řešení jeho nedokonalostí. Někdy se stane, že má klient přehnané či nereálné představy, přinese si fotografii známé osobnosti a požaduje např. zcela stejný nos. Cílem lékaře je snaha dosáhnout co možná nejlepšího výsledku, který se bude co nejvíce blížit představě klienta o jeho budoucím

vzhledu v rámci reálných možností. Konzultace je nezávazná a je důležitým faktorem k rozhodování o výběru zařízení, kde klient zákrok podstoupí.

Perioperační sestra

Kvalifikační úroveň: Bakalářský studijní program; Vyšší odborné vzdělání

Perioperační sestra je nepostradatelnou součástí týmu ambulance, její náplní práce je asistence lékaři při zákrocích, převazech, kontrolách a ošetřeních, odběry, péče o klienty po provedení zákroků, kteří musí zůstat určitou dobu pod zdravotnickým dohledem, sleduje jejich životní funkce, aplikuje medikamenty (před, případně v průběhu a po provedení zákroku), doplňuje dle potřeby zdravotnický materiál na zákrokový sál, provádí dezinfekci nástrojů dle provozního řádu.

Všeobecná sestra na pozici recepční

Kvalifikační úroveň: Bakalářský studijní program; Vyšší odborné vzdělání

Všeobecná sestra na pozici recepční má na starost řízení ambulance a zodpovídá za její výsledky. Zpracovává veškeré objednávky, případné stížnosti klientů, spravuje zdravotnickou dokumentaci, zakládá dodací listy apod. Zodpovídá za realizaci marketingových aktivit směřujících ke zvýšení poptávky po nabízených službách. Komunikuje také s kontrolními orgány a dodavateli, vyplňuje a odesílá jim objednávky. Kontroluje, skladuje a dohlíží na veškerý zdravotnický i jiný materiál. Poskytuje klientům nezbytné informace a objednává je na vstupní konzultace s lékařem. Eviduje docházku zaměstnanců ambulance. Zastává pozici kontrolora pokladny (hotovostní platba, platby kartou, dárkové poukazy, slevy apod.) (NSP, 2023a).

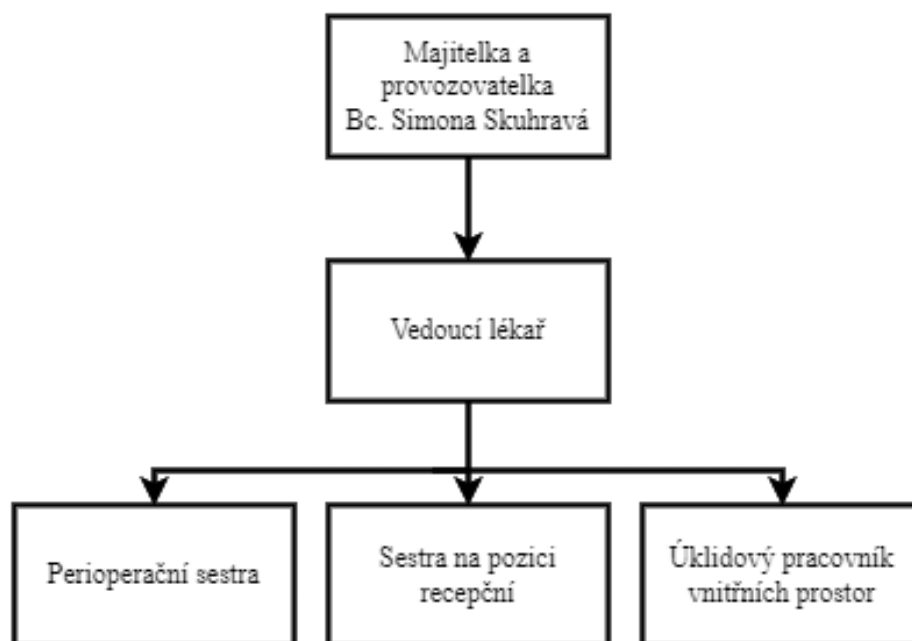
Úklidový pracovník vnitřních prostor

Kvalifikační úroveň: Základní vzdělání; Střední vzdělání bez výučního listu; Střední vzdělání s výučním listem dvouleté

Úklidový pracovník vnitřních prostor provádí dle stanoveného harmonogramu úklid a čištění vnitřních ploch ambulance, zajišťuje hygienický standard a dodržuje hygienické systémy v ambulancním provozu. Volí vhodný technologický postup úklidu a čisticí prostředky dle čištěného povrchu, provádí úklid a údržbu elektrospotřebičů a osvětlení, manipuluje s chemickými a dezinfekčními látkami, přípravky a potřebnými pomůckami, zodpovídá za jejich správné dávkování a bezpečné uložení. Dodržuje zásady bezpečnosti práce, ochrany zdraví při práci a požární ochrany. (NSP, 2023b).

V podniku tedy budou zaměstnány čtyři osoby, přičemž hlavní odpovědná osoba bude zakladatelka, Bc. Simona Skuhravá, která bude kontrolovat celkový chod ambulance, schvalovat dovolenou zaměstnanců, kontrolovat propustky k lékaři apod. Po dobu její nepřítomnosti bude nejvyšší pověřenou osobou lékař, plastický chirurg, jehož úlohou je bezchybně odvedená práce, která bude tvořit dobrou vizitku celé společnosti, a klienti se v budoucnu případně rádi vrátí za účelem provedení dalších úprav svého zevnějšku či ambulanci doporučí dále svým blízkým a budou šířit kladné povědomí o její existenci. Perioperační sestra se musí dobře orientovat na zákrovém sále, aby lékaři co nejvíce usnadnila hladký průběh zákroků. Nutností je bezchybná znalost chirurgických nástrojů a předchozí praxe na operačním sále. Všeobecná sestra na pozici recepční se stará o bezproblémový chod ambulance, komunikaci s dodavateli a reklamu, která je klíčová pro získání nových klientů.

Na všechny zaměstnance s výjimkou úklidového pracovníka vnitřních prostor je kladen důraz na pokročilou znalost anglického jazyka z důvodu potenciální zahraniční klientely či například anglicky hovořících studentů Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně.



Obrázek 26 Organizační struktura podniku

Zdroj: vlastní zpracování

5.6 Marketingová a obchodní strategie

5.6.1 Poslání, vize a cíle podniku

Poslání:

- Podnik, který pro své klienty najde vždy optimální řešení v oblasti zlepšení jejich vzhledu tak, aby se cítili šťastně a sebevědomě.
- Zodpovědný postoj ke klientům a empatické reakce na jejich individuální potřeby a přání.
- Podnik uplatňující nejnovější vědecké poznatky týkající se postupů v oblasti invazivních zákroků plastické chirurgie.

Vize:

- Maximalizovat ziskovost podniku za účelem podpory jeho neustálého rozvoje.
- Stát se vyhlášenou ambulancí plastické chirurgie s tou nejvyšší kvalitou služeb, kam se budou spokojení klienti vždy rádi vracet a budou ji doporučovat svým známým.

Cíle:

- Rozšířit portfolio nabízených služeb.
- Umožnit platby prostřednictvím zaměstnaneckých benefitů.
- Docílit 100% spokojenosti klientů na základě vyplňovaných dotazníků spokojenosti.
- Stát se členem Společnosti estetické a laserové medicíny ČLS JEP.
- Dosáhnout trvalé stability na trhu.

5.6.2 Cílové skupiny

V dnešní době je péče o vzhled velmi aktuálním tématem, na sociálních sítích najdeme tváře ať už celebrit, či mladých influencerů (osobností známých na sociálních sítích, které prostřednictvím nahraného obsahu ovlivňují názory či chování významného množství lidí) propagujících nejrůznější kliniky a zákroky. Ženy se čím dál více zajímají o svůj zevnějšek a touha po dokonalé vizáži je stále dostupnější, jelikož medicína jde neustále kupředu a existuje více možností, jak si splnit své sny a zvýšit si tak sebevědomí.

Cílovou skupinou klientů jsou primárně všechny ženy, které nejsou zcela spokojeny se svým vzhledem a přejí se cítit spokojeně. Obecně lze říci, že věková kategorie žen

závisí na daném výkonu, který ambulance nabízí. Například zvětšení rtů je dnes velmi populární a oblíbené zejména mezi mladšími ročníky, u žen kolem 20 let věku, což je patrné zejména na sociálních sítích, ovšem zde převládá spíše zájem o výplň pomocí kyseliny hyaluronové, která má krátkodobější efekt v řádech několika měsíců, naproti tomu chirurgické zvětšení rtů má trvalý účinek a lze tak očekávat zájem spíše o něco starších žen, které jsou již o této změně plně přesvědčené.

Výjimkou však nejsou ani muži, ambulance nabízí také zákrok specifický právě pro ně – frenuloplastiku, tedy operaci krátké uzdičky předkožky, která má jak estetický, tak funkční efekt. Muži ovšem mohou samozřejmě také využít další zákroky, které ambulance nabízí, a to lifting obočí, mini facelift, blefaroplastiku, operaci špičky nosu, otoplastiku, kožní excizi či chirurgické odstranění jizev.

5.6.3 Marketingový mix 4P

Dle Buchbindera (2019, s. 118-119) lze marketing definovat jako soubor činností, které organizace používá k uspokojení specifických potřeb svých zákazníků, ke komunikaci s nimi a k vytváření hodnot pro tyto zákazníky výměnou za to, že organizaci přináší zisk. Klasickým nástrojem pro rozhodování o tom, co a jak nabídnout určitým zákazníkům je marketingový mix. Ten se skládá z těchto čtyř částí: produkt, cena, distribuce a propagace.

5.6.4 Produkt (Product)

Produktem se rozumí vše, co organizace nabízí, v případě navrhovaného projektu se jedná o zdravotnické služby, zejména o lékařské výkony:

- konzultace s plastickým chirurgem včetně případného vyšetření
- lifting obočí klasikou metodou
- blefaroplastika horních a dolních víček
- mini facelift
- operace měkkého nosu
- otoplastika jednostranná, oboustranná
- chirurgické zvětšení rtů
- operace vpáčených bradavek
- zmenšení prsních dvorců
- labioplastika jednostranná, oboustranná
- frenuloplastika

- odstraňování kožních útvarů excizí
- chirurgické odstranění jizev

Ambulance bude provádět veškeré výše uvedené zákroky pouze u dospělých osob. V případě zahraniční klientely je personál kvalitně jazykově vybaven. Klienti po zákrocích dochází na kontroly a převazy.

5.6.5 Cena (Price)

Cenou se rozumí suma, kterou klienti platí za služby nestátního zdravotnického zařízení. Veškeré výkony včetně vstupní konzultace a vyšetření jsou plně hrazeny klientem. Cena za lékařský zákrok zahrnuje lokální anestetikum, práci chirurga a veškerý zdravotnický materiál použitý před a během výkonu. Ceny jsou utvářeny a upravovány na základě analýzy cen konkurence.

Ambulance poskytuje slevu 10 % na každý druhý prováděný zákrok (v rozmezí 1 roku). Tento poukaz je nepřenosný na jinou osobu. Dalším zajímavým bonusem je využití slevy v hodnotě 15 % na zboží v obchodě Ivanka v případě podstoupení zákroku nad 10 000,- Kč. V rámci dne otevřených dveří lze využít možnosti konzultace zcela zdarma.

Tabulka 17 Ceník poskytovaných služeb

Konzultace lékařem, vyšetření	500,- Kč
Lifting obočí klasickou metodou	12 000,- Kč
Blefaroplastika - horní víčka	10 000,- Kč
Blefaroplastika - dolní víčka	12 000,- Kč
Blefaroplastika - horní + dolní víčka	19 000,- Kč
Mini facelift	33 000,- Kč
Operace měkkého nosu	18 000,- Kč
Otoplastika - jedna strana	8 000,- Kč
Otoplastika - obě strany	12 000,- Kč
Chirurgické zvětšení rtů	13 000,- Kč
Operace vpáčených bradavek	8 000,- Kč
Zmenšení prsních dvorců - obě strany	20 000,- Kč
Labioplastika – jedna strana	9 000,- Kč
Labioplastika - obě strany	11 000,- Kč
Frenuloplastika	6 000,- Kč
Odstraňování kožních útvarů excizí	2 100,- Kč (do 0,5 cm) 3 200,- Kč (od 0,5 cm do 2 cm) 6 300,- Kč (nad 2 cm)
Chirurgické odstranění jizev	1 000,- Kč (malá) 4 900,- Kč (střední) 7 900,- Kč (velká/více)

Zdroj: vlastní zpracování

5.6.6 Distribuce (Place)

Distribuce zahrnuje činnosti umožňující dostupnost služeb zákazníkům. V případě navrhovaného projektu bude tento proces začínat vstupem klienta do prostor ambulance, kde se bude nacházet čekárna a recepce. Na recepci se klientovi bude věnovat všeobecná sestra na pozici recepční, která klientovi předá formulář, ve kterém vyplní nezbytné údaje a odešle ho k lékaři. Klient bude na vstupní konzultaci předem objednan prostřednictvím telefonátu na recepci či kontaktního formuláře na webových stránkách. S chirurgem probere možnosti řešení svého problému včetně dostupných alternativ, bude posouzen jeho zdravotní stav, stupeň závažnosti obtíží a v případě, že bude klient vhodným kandidátem, bude poučen o pooperační péči.

Termín uskutečnění zákroku bude řešen při vstupní konzultaci a bude se pohybovat v řádech týdnů, je proto vhodné se na konzultaci dostavit s určitým předstihem tak, aby byl poté personál ambulance schopen klientovi co nejvíce vyjít vstříc ohledně jeho představ týkajících se časového harmonogramu. Po vstupní konzultaci klient obdrží veškeré potřebné informace ohledně průběhu zákroku, pooperační péči a následných kontrolách na ambulanci a od klienta bude vybrána záloha ve výši 20 % z ceny požadovaného zákroku.

Ambulance bude situována ve zrekonstruovaném moderním 5 podlažním domě v centru města Zlína s výbornou dostupností MHD a možností parkování vozidel v parkovacím domě Zlaté Jablko či na ulici Zarámí. Zvolená lokalita je strategicky výhodná zejména díky těsné blízkosti budovy s nákupním centrem Zlaté Jablko a dalšími obchody a provozovny služeb. V přízemí domu, kde je plánováno umístění ambulance, lze nalézt prodejnu spodního prádla a plavek Ivanka, se kterou bude mít ambulance navázanou spolupráci.

Oproti většině konkurenčních pracovišť ve městě má ambulance dlouhou otevírací dobu a je tak především pro pracující klienty flexibilní. O víkendu je ambulance uzavřena.

Tabulka 18 Otevírací doba ambulance

OTEVÍRACÍ DOBA	
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

Zdroj: vlastní zpracování

5.6.7 Propagace (Promotion)

Henry Ford pravil: „Kdybych měl v kapse poslední dolar, utratil bych ho za reklamu.“ Propagace je opravdu důležitá. V současné době to velmi dobře ilustrují právě influenceři, kteří mají díky sociálním sítím obrovský dosah a vliv zejména na mladou generaci lidí. Kvalitní příprava marketingového plánu je proto nezbytná pro úspěch mezi konkurencí. V budoucnu je zvažováno darování reklamních předmětů klientům ve formě věrnostního programu, viz Přílohy.

V rámci navrhovaného projektu je plánována realizace následujících marketingových aktivit:

Spolupráce s prodejnou Ivanka ve formě slevy na zákrok

Simone Clinic bude mít navázanou spolupráci s prodejnou Ivanka, nacházející se v přízemí budovy, kde je zamýšleno umístění navrhované ambulance, která se specializuje na prodej spodního prádla pro ženy a muže všech věkových kategorií a proporcí a má kvalitní, profesionální a diskrétní přístup ke svým zákazníkům. Klienti zde naleznou luxusní spodní prádlo i pohodlné prádlo pro volný čas různých světových značek. I ženy, které mají s výběrem spodního prádla potíže si zde vyberou, prodejna nabízí tzv. dvojité push-up podprsenky pro plnější dekolt, na druhé straně podprsenky až do velikosti košíků J od obvodů 65 cm až do 120 cm. Zboží je doplněno také o noční a sportovní prádlo, prádlo pro těhotné a kojící ženy a dále zde klientky najdou široký sortiment plavek. Pokud klient podstoupí zákrok nad hodnotu 10 000,- Kč, dostává možnost slevy ve výši 15 % na libovolné zboží v prodejně Ivanka. Ambulance dělá podniku reklamu, rozšiřuje jeho klientelu a je tedy oboustranně výhodná. Grafický návrh dárkového poukazu vznikl vlastní tvorbou, tisk bude realizován prostřednictvím portálu vyhodnytisk.cz, ve formátu A6 (105 x 148 mm), v provedení 300 g sametově hladký papír.

Tabulka 19 Dárkový poukaz do prodejny Ivanka

Hlavní činnost	Motivace klientů ambulance plastické chirurgie Simone Clinic k podstoupení zákroku nad hodnotu 10 000,- Kč
Odpovědná osoba	Všeobecná sestra na pozici recepční
Časová náročnost	Tisk materiálu → 1 týden Doprava dokončeného materiálu → 2-3 dny CELKEM 1,5 TÝDNE
Realizační náklady	Cena za 300 ks materiálu → 1 737,- Kč Dopravné a balné → zdarma CELKEM 1 737,- Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Obrázek 27 Dárkový poukaz do prodejny Ivanka



Zdroj: vlastní zpracování

Informační letáky a vizitky

Po vzájemné dohodě budou rozneseny do okolních kosmetických a kadeřnických salonů a tetovacích studií informační letáky, jejichž obsahem bude uvedení nabídky poskytovaných služeb, ordinační doby a kontaktů na pracoviště. Příložený budou také vizitky. Grafický návrh informačních letáků a vizitek vznikl vlastní tvorbou, tisk bude realizován prostřednictvím portálu tisknisi.cz ve formátu A5 (148 x 210 mm), v provedení křída mat 135 g, plnobarevný jednostranný tisk, v počtu 300 ks a ve formátu vizitky (90 x 50 mm) a v provedení matná křída 350 g, plnobarevný jednostranný tisk, v počtu 300 ks.

Tabulka 20 Informační leták Simone Clinic

Hlavní činnost	Informování potenciálních klientů o nabízených službách ambulance plastické chirurgie Simone Clinic
Odpovědná osoba	Všeobecná sestra na pozici recepční
Časová náročnost	Tisk materiálu informačních letáků a vizitek → 1 týden Doprava dokončeného materiálu → 2-3 dny CELKEM 1,5 týdne
Realizační náklady	Tisk vizitek 300 ks → 760,- Kč Tisk informačních letáků 300 ks → 1 320,- Kč Dopravné a balné → zdarma CELKEM 2 080 Kč

Zdroj: vlastní zpracování



Obrázek 28 Informační leták Simone Clinic

Zdroj: vlastní zpracování



Obrázek 29 Vizitka Simone Clinic

Zdroj: vlastní zpracování

Webové stránky

Při důkladném zkoumání webových stránek stávající konkurence byly zjištěny nedostatky v podobě neúplných, neaktualizovaných či chybějících informací. Webové stránky slouží k poskytnutí základních informací o podniku, nabízených službách včetně aktualizovaného ceníku, slevových akcích a otevírací době a dále zde budou uvedeny kontaktní údaje a adresa pracoviště. Na webových stránkách se bude v budoucnu nalézat také galerie srovnávacích fotografií zachycujících klienty před a po provedeném zákroku. Klienti se prostřednictvím kontaktního formuláře budou moci objednat na vstupní konzultaci k lékaři. Tato marketingová aktivita bude vytvořena se zacílením na uživatele internetu, bez regionálního omezení s rozšířením na zahraniční klientelu a bude vytvořena možnost volby přepnutí do jiného světového jazyka (angličtina, němčina). Tvorba webových stránek bude zajištěna prostřednictvím webdesignerky Mgr. Zuzany Fílové (www.zuzanafilova.cz). Jedná se o rozsáhlý web zahrnující menu s logem, textové části a obrázky, kontakty, vloženou interaktivní mapu, rezervační systém, vícejazyčné verze a poptávkový formulář. Plánované zprovoznění webových stránek je měsíc před zahájením provozu ambulance na adrese www.simoneclinic.cz.

Tabulka 21 Webové stránky

Hlavní činnost	Představení ambulance plastické chirurgie Simone Clinic včetně výčtu poskytovaných služeb a dalších potřebných informací
Cíl aktivity	Zvýšení objemu tuzemských i zahraničních klientů
Odpovědná osoba	Vedoucí lékař
Časová náročnost	Příprava obsahu webových stránek vedoucím lékařem → 1 týden Grafický návrh a odsouhlasení návrhu → 2 měsíce Spuštění webových stránek a kontrola → 1 týden CELKEM: 2,5 měsíce
Realizační náklady	22 500,- Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Profily na sociálních sítích Facebook a Instagram

Profily na sociálních sítích představují spolu s webovými stránkami klíčovou roli při posilování virtuální reprezentace společnosti. Facebook i Instagram jsou skvělou příležitostí pro propagaci společnosti. Instagram jako sociální síť určená pro sdílení obrázků a krátkých videí působí na své uživatele emočně, proto je nezbytné publikovat kvalitní a esteticky působivé fotografie, které budou motivovat potenciální klienty k návštěvě ambulance, především srovnávací fotografie před/po, které zájemci vyhledávají nejčastěji.

Ke zveřejnění profilů na sociálních sítích Facebook a Instagram dojde měsíc před zahájením provozu ambulance.

Tabulka 22 Profily na sociálních sítích Facebook a Instagram

Hlavní činnost	Propagace ambulance plastické chirurgie Simone Clinic, aktualizované informace o slevových akcích, pravidelné uveřejňování srovnávacích fotografií
Odpovědná osoba	Všeobecná sestra na pozici recepční
Časová náročnost	Příprava obsahu profilů na sociálních sítích → 2 dny
Realizační náklady	0,- Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Reklamní banner

Venkovní reklama poskytuje vhodné regionální zacílení pro obyvatele a návštěvníky města Zlína, kteří by mohli být potenciálními klienty ambulance plastické chirurgie. V případě zdravotnického pracoviště Simone Clinic se bude jednat o pronájem reklamní plochy o rozměrech 510 cm x 240 cm na tři měsíce na Třídě Tomáše Bati (viz obr. níže), kde bude

umístěn reklamní banner. Prostor pro inzerci se nalézá v centru města u silnice I. třídy, kde je zároveň pěší zóna a křižovatka, reklama tak bude mít strategické umístění zacílené jak na projíždějící motoristy, tak pro pěší. V blízkosti inzerce se nachází MHD, kulturní zařízení, banka, pošta, obchody a restaurace. Viditelnost reklamy je 50-100 m. Cena za pronájem reklamní plochy na jeden měsíc činí 2 900,- Kč (mojebillboardy.cz). Cena za reklamní plachtu Premium je včetně grafického návrhu, tisku, kovových ok a zpevněného obvodu. Jedná se o vysoce kvalitní litý PVC reklamní banner polomat s gramáží 510 g/m², vysokou kvalitou UV tisku bez sváru se standardním opracováním (reklamniplachty.cz). Instalace reklamy je realizována firmou UniExpo za cenu 300,- Kč/1 m² včetně lana a ukotvení banneru.



Obrázek 30 Inzertní plocha
Zdroj: Moje billboardy, 2023

Tabulka 23 Reklamní banner

Hlavní činnost	Oznámení o otevření nové ambulance plastické chirurgie Simone Clinic
Odpovědná osoba	Všeobecná sestra na pozici recepční
Časová náročnost	Grafický návrh a odsouhlasení návrhu → 1 týden Tisk materiálu → 1 den Délka trvání inzerce → 3 měsíce CELKEM: 3,5 měsíce
Realizační náklady	Grafický návrh materiálu včetně tisku → 3170,- Kč Dopravné a balné → zdarma Instalace reklamní plachty → 3672,- Kč Umístění reklamy na 3 měsíce → 8 700,- Kč CELKEM: 15 542,- Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Rádio

Zejména pro klienty středního věku, u kterých je menší předpoklad aktivního užívání sociálních sítí je určena reklama v rádiu, konkrétně v regionální stanici Českého rozhlasu. K dispozici bude 5 minut klasické reklamy denně, Český rozhlas nabízí libovolný výběr délky spotu i času odvysílání reklamních spotů. Zvoleno tedy bude 6 spotů po 30 sekundách po dobu jednoho týdne, a to od pondělí do neděle. V případě týdenní kampaně s minimálním počtem 21 spotů je nabízena ceníková sleva 25 %. Odvysílání bude probíhat 1 týden před zahájením provozu ambulance (Český rozhlas, 2022).

Reklamní časy: Po – pá: 6:29, 6:59, 7:29, 7:59; So – ne: 9:59, 10:59

Tabulka 24 Rádio

Hlavní činnost	Oznámení o otevření nové ambulance plastické chirurgie Simone Clinic
Odpovědná osoba	Všeobecná sestra na pozici recepční
Časová náročnost	Zadání reklamního spotu → 1 den Výroba reklamního spotu → 1 týden Úprava reklamního spotu → 2 dny CELKEM 1,5 týdne
Realizační náklady	Výroba reklamního spotu → 1 000,- Kč Úprava reklamního spotu → 700,- Kč Licence k užití hudebního podkresu → 1 500,- Kč Odvysílání reklamního spotu 6x denně (30 s) → 12 600,- Kč (- 25 % sleva) CELKEM 12 650,- Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Inzerce v tisku

Otevření nové ambulance plastické chirurgie bude také oznámeno prostřednictvím inzerce v Magazínu Zlín. Plošná reklama by byla na ¼ strany na výšku (92 x 136 mm). Jedná se o měsíčník ve formátu A4, čítající 32 stran. Grafický návrh vznikl vlastní tvorbou.

Tabulka 25 Inzerce v tisku

Hlavní činnost	Oznámení o otevření nové ambulance plastické chirurgie Simone Clinic
Odpovědná osoba	Všeobecná sestra na pozici recepční
Časová náročnost	Délka trvání inzerce v Magazínu Zlín → 1 měsíc
Realizační náklady	9 700,- Kč

Zdroj: vlastní zpracování



Obrázek 31 Informační leták

Zdroj: vlastní zpracování

Logo na provozovnu

Viditelné označení provozovny logem s názvem zvenčí přitáhne pozornost kolemjdoucích a zvýší tak povědomí o existenci nově fungující provozovně. Zakázku bude realizovat firma AP concept s. r. o. Bude se jednat o venkovní podsvícené logo/nápis vyřiznutý ze sendvičové hliníkové desky o rozměrech 1 800 x 800 mm. Logo je kotveno na stěnu za pomocí distančních sloupků (distance 2 cm) a je podsvíceno LED diodami. Grafický návrh vznikl vlastní tvorbou.

Tabulka 26 Logo na provozovnu

Hlavní činnost	Označení provozovny viditelným logem
Odpovědná osoba	Všeobecná sestra na pozici recepční
Časová náročnost	Dodání loga → 3 – 4 týdny CELKEM 3 – 4 týdny
Realizační náklady	Výroba loga → 19 800,- Kč Dopravné a balné → zdarma Montáž → 1 200,- Kč CELKEM 21 000,- Kč

Zdroj: vlastní zpracování



Obrázek 32 Logo na provozovnu

Zdroj: vlastní zpracování

5.7 Finanční plán

Finanční plán je podstatnou součástí podnikatelského plánu, podnikatelskému subjektu slouží k budoucímu odhadu příjmů a výdajů a přináší celkový přehled o financování aktivit podniku.

5.7.1 Náklady na realizaci projektu

Odhadované náklady společnosti jsou rozepsány do tabulek. Výsledné ceny budou záviset na případné možnosti slevy v případě navazující dlouhodobé spolupráce s dodavateli.

Jedná se především o českou firmu JP-KONTAKT zabývající se vybavováním kancelářských, průmyslových, zdravotnických a školních interiérů a velkoobchod zdravotnického materiálu INSET.

5.7.2 Náklady na vybavení prostor

Pro provoz navrhované soukromé ambulance plastické chirurgie je zamýšleno umístění do prostor domu Rašínova 522 v centru města Zlína. Tyto prostory jsou stavebně zkolaudovány pro provoz nestátního zdravotnického zařízení. Nachází se zde již veškeré sanitární zázemí (WC, umyvadla). V prostorách nad umyvadly jsou zasazeny zrcadla (zrcadla je nutno dokoupit pouze do konzultační místnosti, kde je zapotřebí pořídit zrcadla větších rozměrů). Zásobníky na tekuté mýdlo, dezinfekci, papírové ručníky, hygienické sáčky a WC papír budou dodány firmou Neos (hygienicke-potreby.cz, 2022). Jsou hotovy podlahy i omítky, včetně plně omyvatelných nátěrů. Prostory jsou vybaveny kvalitním osvětlením. Zákrokový sál bude opatřen navíc operačním svítidlem (polymed.cz, 2022). Je kladen důraz na moderní design, neboť je žádoucí, aby se zde klienti cítili dobře od prvního okamžiku a chtěli se zde případně vrátit. V prostorách čekárny bude luxusní podlahový výdejník barelové vody na studenou a horkou vodu vybavený programovatelným digitálním displejem zobrazujícím teplotu studené a horké vody, který mohou čekající klienti využít (mall.cz, 2022). Z důvodu požární bezpečnosti je povinnost umístit v provozovně hasicí přístroj (vyzbrojna.cz, 2022). Pro skladování léčiv při požadované teplotě bude na zákrokovém sále umístěna laboratorní chladnička s křídlovými prosklenými dveřmi s pěti vnitřními policemi (eshop-gastro.cz, 2022). Dále bude pořízen sterilizátor (haspadent.cz, 2022) a nástěnná lékárníčka (gigalekarna.cz, 2022). Recepce a konzultační/vyšetřovací místnost je potřeba vybavit notebooky, barevnými tiskárnami a skartovačkou (Electro World, 2022). V zázemí pro zaměstnance je potřeba chladnička na uchování potravin, mikrovlnná trouba a rychlovarná konvice (Electro World, 2022). Veškeré zbývající níže uvedené zařizovací předměty pro všechny prostory podniku budou zprostředkovány českou firmou JP-KONTAKT zajišťující vybavování zdravotnických interiérů a dále společností IKEA.

Tabulka 27 Náklady na vybavení prostor

Náklady na vybavení prostor	
Výdejník barelové vody 1x	6 200 Kč
Práškový hasicí přístroj 1x	1 285 Kč
Notebook 2x	10 978 Kč
Inkoustová tiskárna 2x	5 998 Kč
Skartovačka 1x	699 Kč
Chladnička na léky 1x	20 040 Kč
Chladnička 1x	3 539 Kč
Mikrovlákná trouba 1x	1 799 Kč
Rychlovarná konvice 1x	599 Kč
Sterilizátor 1x	56 023 Kč
Lékárnička nástěnná s náplní pro 5 osob 1x	1 046 Kč
Kartotéka lékařská 1x	4 990 Kč
Nábytek lékařský rohový 1x	27 086 Kč
Víceúčelová skříň 1x	2 490 Kč
Lékařská skříň uzamykatelná 1x	8 150 Kč
Policový díl 4x	12 860 Kč
Skříň kovová na chemikálie 1x	12 692 Kč
Schůdky pevné 1x	1 050 Kč
Vyšetřovací lehátko 1x + židle lékařská 1x	7 390 Kč
Operační lehátko elektricky stavitelné 1x	21 990 Kč
Židle lékařská 1x	2 095 Kč
Držák na papír k lehátku 2x	2 380 Kč
Zástěna 3-dílná 2x	19 100 Kč
Úklidová vozík 1x	3 390 Kč
Nástrojový vozík 1x	11 890 Kč
Koš kancelářský 2x	298 Kč
Koš na komunální odpad 5x	1 995 Kč
Zásobník na tekuté mýdlo 6x	1 950 Kč
Zásobník na dezinfekci bezdotykový 6x	4 140 Kč
Zásobník papírových ručníků 6x	4 794 Kč
Zásobník hygienických sáčků 4x	952 Kč
Zásobník WC papíru 4x	2 840 Kč
Vozík na třídění prádla 1x	7 250 Kč
Pojízdný stojan infúzní 1x	2 390 Kč
Svítilno operační stropní 1x	87 875 Kč
Psací stůl 2x	4 980 Kč
Konferenční stůl 2x	1 258 Kč
Lavice šatní pro personál 1x	2 090 Kč
Šatní skříň pro personál 2-dílná 2x	7 190 Kč
Věšák na svršky 2x	1 398 Kč
Stojan na deštníky 1x	499 Kč
Lavice pro klienty 2x4 sedadla	10 790 Kč
2-místná pohovka pro personál 2x	9 980 Kč
Křeslo 5x	12 450 Kč
Kancelářské křeslo 2x	5 310 Kč
Židle 1x	429 Kč
Zrcadlo 48x120 cm 2x	998 Kč
Celkem (vč. DPH)	417 615 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

5.7.3 Náklady na spotřební materiál

Zdravotnický spotřební materiál bude dodán firmou INSET, Argomed a Medplus. Jedná se o takové zboží, které je nutno pravidelně doplňovat. Zahrnuje veškerý potřebný zdravotnický materiál a pomůcky potřebné na zákrovový sál včetně operačního oděvu pro chirurga a perioperační sestru, léčiva, hygienické potřeby, prostředky pro dezinfekci ploch a povrchů, nástrojů, pokožky klienta, rukou personálu, dále kancelářské potřeby a pytle na pracovní oděvy a komunální odpad. Pro léčbu nauzey a zvracení klienta po výkonu bude k dispozici injekční roztok Ondansetronu v ampulích, podávaný formou naředěné intravenózní infuze. Dále budou v zařízení dostupné léčiva proti alergické reakci a případné úzkosti a strachu z výkonu. Obsahem uváděného setu pro malé chirurgické výkony PANEP (hotový sterilní balíček) je: 1x krycí rouška 75 x 90 cm dvouvrstvá, 1 x rouška 75 x 90 cm dvouvrstvá s otvorem - průměr 10 cm, 5 x kompres 7,5 x 7,5 cm netkaný, 1 x stříkačka injekční třídílná 10 ml, Luer, excentric, 1 x injekční jehla černá 22G 0,7 mm x 30 mm, 5 x tampon č. 3 netkaný textil. Tato kompletní sada potřebná pro daný výkon je uspořádána v logickém sledu a usnadňuje tak aseptický postup při provádění zákroků. Součástí MediSetu® pro suchý převaz rány je: 5x kompres netkaný 7,5 x 7,5 cm, 1x pinzeta anatomická zelená 12,8 cm, plast, 5x tampon netkaný, vel. 3 (Medplus, 2022). Náklady jsou rozepsány na 1 měsíc, přičemž jde o pouhý odhad, přesné množství spotřebovaného materiálu se každý měsíc liší na základě počtu a typu prováděných výkonů a nedá se předem přesně určit.

Tabulka 28 Náklady na spotřební materiál

Náklady na spotřební materiál	
Kontejnery na infekční materiál 2 l 20 ks	700 Kč
Plášť operační sterilní Standard 200 ks	1060 Kč
Rukavice chirurgické sterilní 1x bal./100 ks	1 000 Kč
Rukavice úklidové nitrilové 1x bal./100 ks	125 Kč
Ústenka chirurgická na úvazky 1x bal./100 ks	150 Kč
Čepice operační jednorázové 1x bal./100 ks	262 Kč
Set pro malé chirurgické výkony PANEP 100x	7 900 Kč
MediSet® pro suchý převaz rány 100 ks	2 700 Kč
Stříkačka pro dávkování 5 ml	210 Kč
Jehla pro nasátí léku 18G 1,20x40 mm 100 ks	48 Kč
Kanyla i.v. s křídly bezpečnostní G20 30x	600 Kč
Předplněná proplachovací stříkačka 30x	450 Kč
Cosmopor i.v. náplast 6x8 cm sterilní 50ks	171 Kč
Infuzní souprava	210 Kč
Spojovací sterilní hadička 1,8x450 mm 30x	300 Kč
Poinjekční náplasti 4x1,6 cm, 250 ks	126 Kč
Obvazová buničina 2x500 ks	90 Kč
Papírová role na lůžko 70x47 m 3x	507 Kč
Papírové ručníky skládané 4x bal./250 ks	120 Kč
Toaletní papír velký Jumbo 20 ks	400 Kč
Hygienické sáčky 2x bal./30 ks	28 Kč
Pytle na OOPP 120 l 20 ks	340 Kč
Sáčky na odpadky 60 l 100 ks	190 Kč
Chloramin T 1 kg	284 Kč
Ajatin Plus 1% roztok	79 Kč
Desprej 500 ml	144 Kč
Sekusept Aktiv 1,5 kg	894 Kč
Helipur H plus N 1 l	389 Kč
Cutasept F sprej 250 ml	161 Kč
Braunol 1 l	418 Kč
Septoderm gel 500 ml	160 Kč
Sterillium 500 ml	275 Kč
Mýdlo tekuté 5 l	109 Kč
Lidocain inj. 2 % 10x2 ml 10x	815 Kč
Fyziologický roztok sterilní 100 ml 30x	2860 Kč
Ondansetron Kabi 2mg/ml inj. sol 5x4 ml 6x	1908 Kč
Lexaurin 1.5 por. tbl. nob 30x1.5 mg	130 Kč
Zyrtec tbl. 20x10 mg	196 Kč
Kancelářské potřeby	1 500 Kč
Celkem (vč. DPH)	28 009 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

5.7.4 Ostatní náklady

Ostatní náklady zahrnují platební terminál, který je v dnešní době pro bezhotovostní styk zcela nezbytný a klienty preferovaný, dále mobilní telefon pro lékaře a recepci od společnosti Electroworld, stejně jako vysavač a osobní váha, úklidové pomůcky od firmy IKEA, vyšetřovací pomůcky pro lékaře od firmy Unizdrav a pracovní oděvy a obuv pro personál od firmy Tradetex. Chirurgické instrumentárium zahrnuje veškeré chirurgické nástroje potřebné pro provedení nabízených zákroků, včetně šití ran.

Tabulka 29 Ostatní náklady

Ostatní náklady	
Platební terminál 1x	0 Kč (v rámci založení podnikatelského účtu)
Mobilní telefon 2x	9 398 Kč
Vysavač bezsáčkový průmyslový 1x	1 399 Kč
Smeták a lopatka 1x	59 Kč
Úklidová sada 1x	699 Kč
Fonendoskop 1x	160 Kč
Tonometr 1x	1 140 Kč
Pulsní oxymetr 1x	1 000 Kč
Teploměr infračervený dotykový 1x	830 Kč
Škrtidlo zdravotnické 2x	138 Kč
Miska emitní, plastová, 26 cm 2x	96 Kč
Chirurgické instrumentárium	5000 Kč
Osobní váha 1x	299 Kč
Pracovní oděv lékařský (kalhoty, halena, plášť) 6x	7 249 Kč
Pracovní oděv zdravotnický (kalhoty, halena) 3x6	7 704 Kč
Pantofel ortopedický pánský 1x	599 Kč
Sandál ortopedický dámský 3x	1 980 Kč
Celkem Kč (vč. DPH)	37 750 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

5.7.5 Náklady na propagaci

Propagace je důležitý prostředek komunikace mezi podnikem a potenciálními klienty. Je proto třeba do ní investovat určité finanční prostředky a klást důraz na její efektivitu, aby byl podnik co nejvíce konkurenceschopný. V počáteční fázi má reklama za úkol především upozornit na nově otevřené zdravotnické zařízení poskytující služby v oblasti plastické chirurgie. Propagace bude realizována prostřednictvím webových stránek, profilů na sociálních sítích, inzercí v Magazínu Zlín, reklamního spotu v rádiu, instalace reklamního banneru, spolupráce s prodejnou spodního prádla Ivanka formou dárkových poukazů a roznosem informačních letáků a vizitek do přílehlých kosmetických a kadeřnických salonů. Provozovna je také označena venkovním podsvíceným logem.

Tabulka 30 Náklady na propagaci

Náklady na propagaci	
Dárkové poukazy 300 ks	1 737 Kč
Informační letáky 300 ks a vizitky 300 ks	2 080 Kč
Webové stránky	22 500 Kč
Reklamní banner	15 542 Kč
Reklamní spot v rádiu	12 650 Kč
Inzerce v tisku	9 700 Kč
Logo na provozovnu	21 000 Kč
Celkem Kč (vč. DPH)	85 209 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

5.7.6 Administrativní náklady

Založení společnosti vyžaduje určité náklady, které jsou rozepsány níže v tabulce. Orientační kalkulace těchto nákladů předpokládá situaci založení podniku s jediným společníkem a jednatelem bez existence zahraničních osob či jiných nestandardních požadavků. V případě časové tísně a potřeby vyřízení celého procesu lze využít služeb externí firmy, která je schopna založit společnost s ručením omezeným i do 24 hodin. Tato možnost však předpokládá vynaložení vyšších výdajů (e-sro.cz, 2022). V listopadu 2022 došlo ke schválení vládního návrhu na úplné zrušení elektronické evidence tržeb (EET) ke konci roku 2022. Účet pro složení základního kapitálu bude založen u Komerční banky.

Tabulka 31 Administrativní náklady

Administrativní náklady	
Sepsání zakladatelské listiny u notáře	7 000 Kč
Ověřování podpisů a listin, diplomů	600 Kč
Založení účtu pro složení základního kapitálu	0 Kč
Výpis z rejstříku trestů	100 Kč
Výpis z katastru nemovitostí	100 Kč
Výpis z obchodního rejstříku	100 Kč
Výpis z živnostenského rejstříku	100 Kč
Přímý zápis notářem do obchodního rejstříku	5 000 Kč
Ohlášení živnosti	1 000 Kč
Registrace NZZ	1 000 Kč
Celkem Kč (vč. DPH)	15 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Mzdové náklady

Do zařízení budou přijati celkem čtyři zaměstnanci, a to na plný úvazek. Bude se jednat o lékaře s odbornou způsobilostí v oboru plastická chirurgie, perioperační sestru, všeobecnou sestru na pozici recepční a úklidového pracovníka vnitřních prostor. Zaměstnavatel je povinen za své zaměstnance odvádět sociální pojištění, a to ve výši 24,8 % z hrubé mzdy a zdravotní pojištění ve výši 9 %. Mzdové náklady tedy tvoří hrubou mzdu a povinné pojistné placené zaměstnavatelem za zaměstnance.

Tabulka 32 Mzdové náklady

Mzdové náklady			
Pozice	Úvazek	Hrubá mzda	Mzdové náklady
Lékař	1,0	70 000	93 660
Perioperační sestra	1,0	32 000	42 816
Všeobecná sestra	1,0	27 000	36 126
Pracovník úklidu	1,0	18 000	24 084
Celkem Kč			196 686

Zdroj: vlastní zpracování

5.7.7 Provozní náklady

Za nejnákladnější položku v provozních nákladech lze řadit pronájem prostor včetně svozu odpadu, zálohy na otop a vodu a správu domu. Zvlášť jsou hrazeny zálohy na energie, které budou placeny dodavateli elektřiny ARMEX ENERGY. Zdravotnický infekční odpad vyžaduje zvláštní způsob likvidace vzhledem k vysokému potenciálnímu riziku vzniku onemocnění či poranění. Pro tyto účely bude využito služeb firmy AVE CZ nabízející v ceně pronájem a dodání nádob, pravidelný svoz a odstranění odpadů. Internetové připojení bude zajištěno firmou Internext. Bude využito nabídky tarifů s neomezeným voláním a posíláním SMS zpráv do všech sítí od společnosti T-Mobile. Pro bezproblémový chod ambulance je plánováno zakoupení ambulantního systému HealthPro, dostupného z jakéhokoliv zařízení připojeného k internetu. Program nabízí přehledný objednávkový kalendář, zasílání připomínkových SMS, objednávání pacientů online, pokladnu zahrnující tvorbu příjmových dokladů, přehled o přijatých platbách, měsíční souhrnné příjmy ambulance, komplexní statistiky a dále kartotéku pacientů včetně vedení záznamů vyšetření (HealthPro, 2023). Vedení účetnictví bude zajištěno externí pracovníci a bude fakturováno měsíčně. Praní prádla bude smluvně zajištěno s prádelnou Ferda Mravenec zajišťující svoz i rozvoz prádla. Prádlo bude odváženo každý pátek a dovezeno zpět v pondělí ráno. Pojištění profesní odpovědnosti zaměstnanců bude sjednáno u pojišťovny UNIQA, pojištění majetku a pojištění přerušení či omezení provozu u Všeobecné zdravotní pojišťovny. Náklady na propagaci budou nejnákladnější v prvních měsících, poté se výrazně snižují. Některé z těchto výdajů budou pouze jednorázové, jedná se o tvorbu webových stránek, reklamní spot v rádiu, inzerci v tisku či výrobu a instalaci loga na provozovnu. Reklamní banner bude v centru města umístěn po dobu 3 měsíců. Dárkové poukazy, informační letáky i vizitky budou vyrobeny v počtu 300 ks.

Tabulka 33 Provozní náklady

Provozní náklady		
	měsíční	roční
Pronájem prostor (včetně poplatků)	30 000 Kč	360 000 Kč
Zálohy na energie	8 000 Kč	96 000 Kč
Svoz nebezpečného odpadu	375 Kč	4 500 Kč
Internet	299 Kč	3 588 Kč
Lékařský software pro ambulantní provoz	980 Kč	11 760 Kč
Telefonní tarify (2x)	1 170 Kč	14 040 Kč
Prádelna (max. 12 kg prádla) 4x za měsíc	2 448 Kč	29 376 Kč
Pojištění	491 Kč	5 892 Kč
Pojištění odpovědnosti za zaměstnance	153 Kč	1 836 Kč
Externí účetní	5 000 Kč	60 000 Kč
Propagace	7 100 Kč	85 209 Kč
Spotřební materiál	28 009 Kč	336 108 Kč
Celkem Kč (vč. DPH)	84 025 Kč	1 008 309 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

5.7.8 Celkové náklady na navrhovaný projekt

Předpokládané celkové náklady představují součet nákladů nezbytných k zajištění provozu ambulance. První část zahrnuje celkové investiční náklady potřebné na zahájení činnosti provozovny, v druhé části jsou vyčísleny přibližné provozní měsíční a roční výdaje zabezpečující chod ambulance.

Tabulka 34 Celkové investiční náklady

Celkové investiční náklady	
Náklady na vybavení prostor ambulance	417 615 Kč
Náklady na spotřební materiál	28 009 Kč
Ostatní náklady	37 750 Kč
Náklady na propagaci	85 209 Kč
Administrativní náklady	15 000 Kč
Celkem Kč	583 583 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 35 Celkové provozní náklady

Celkové provozní náklady	Měsíční výdaje	Roční výdaje
Mzdové náklady	196 686 Kč	2 360 232 Kč
Provozní náklady	84 025 Kč	1 008 300 Kč
Celkem Kč	280 711 Kč	3 368 532 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

5.8 Financování projektu

Počáteční investiční náklady jsou odhadovány na částku 583 583 Kč, přičemž je nutno připočítat také finanční rezervu ve formě částky tříměsíčních provozních a mzdových nákladů, která tvoří 842 133 Kč. Pro zahájení provozu ambulance je tak potřeba suma

1 425 716 Kč. Finanční pokrytí těchto vstupních nákladů bude zajištěno vlastními úsporami vzniklými prodejem nemovitosti, kterou majitelka vlastnila.

5.8.1 Zahajovací rozvaha

Zahajovací rozvaha se běžně sestavuje až ke dni vzniku účetní jednotky, kdy zpravidla zároveň k datu zápisu do obchodního rejstříku. Tato rozvaha slouží k ilustraci celkové struktury majetku a zdrojů podniku. Strana aktiv si musí být v zahajovací rozvaze rovna se stranou pasiv.

Tabulka 36 Zahajovací rozvaha

	Aktiva celkem	1 425 716		Pasiva celkem	1 425 716
A.	Pohledávky za upsaný vlastní kapitál	0	A.	Vlastní kapitál	1 425 716
B.	Dlouhodobý majetek	1 425 716	A.I.	Základní kapitál	1 425 716
B.III.	Dlouhodobý finanční majetek	1 425 716	B.	Cizí zdroje	0
C.	Oběžná aktiva	0	C.	Ostatní pasiva	0
D.	Ostatní aktiva	0			

Zdroj: vlastní zpracování

5.8.2 Očekávané výnosy a zisky

Služby navrhovaného zařízení nejsou hrazeny z prostředků veřejného pojištění. Veškeré zákroky si tak hradí klienti sami. V níže uvedené tabulce jsou projektovány měsíční výnosy a zisky ambulance vyplývající z odhadovaných počtů uskutečněných výkonů včetně konzultací. Uvedena je stanovená cena za službu a předpokládaný počet provedení za první měsíc provozu. Od příjmů je nutno odečíst náklady společnosti, přičemž tento rozdíl představuje možný zisk z poskytovaných služeb. Podstatné je také určité kolísání zisku během roku, kdy lze očekávat menší zájem o plastické operace během letních měsíců, kdy se lidé nechtějí cítit svazováni rekonvalescenčními opatřeními.

Při sestavování tabulky se vychází z předpokladu, že první měsíc denně proběhnou cca 3 konzultace a budou uskutečněny zhruba 2 zákroky s ohledem na skutečnost, že v navrhované ambulanci bude zaměstnán pouze jeden lékař na plný úvazek. Pro výpočty se uvažuje 20 pracovních dní v měsíci, celkem tedy 40 zákroků a 60 konzultací měsíčně. Je obtížné stanovit přesnější počet možných operací, neboť záleží na délce potřebné k provedení daného zákroku. Časová náročnost se pohybuje dle výkonu od pouhých několika minut až do 2 hodin. Je tedy odhadováno, že každý typ nabízeného zákroku bude v jednom měsíci proveden 2x.

Tabulka 37 Odhadované měsíční výnosy

Název výkonu	Cena výkonu	Cena výkonu za měsíc
Konzultace lékařem, vyšetření	500,- Kč	30 000,- Kč
Lifting obočí klasickou metodou	12 000,- Kč	24 000,- Kč
Blefaroplastika - horní víčka	10 000,- Kč	20 000,- Kč
Blefaroplastika - dolní víčka	12 000,- Kč	24 000,- Kč
Blefaroplastika - horní + dolní víčka	19 000,- Kč	38 000,- Kč
Mini facelift	33 000,- Kč	66 000,- Kč
Operace měkkého nosu	18 000,- Kč	36 000,- Kč
Otoplastika – jedna strana	8 000,- Kč	16 000,- Kč
Otoplastika - obě strany	12 000,- Kč	24 000,- Kč
Chirurgické zvětšení rtů	13 000,- Kč	26 000,- Kč
Operace vpáčených bradavek	8 000,- Kč	16 000,- Kč
Zmenšení prsních dvorců - obě strany	20 000,- Kč	40 000,- Kč
Labioplastika – jedna strana	9 000,- Kč	18 000,- Kč
Labioplastika - obě strany	11 000,- Kč	22 000,- Kč
Frenuloplastika	6 000,- Kč	12 000,- Kč
Odstranění kožních útvarů excizí	2 100,- Kč (do 0,5 cm)	4 200,- Kč
	3 200,- Kč (od 0,5 cm do 2 cm)	6 400,- Kč
	6 300,- Kč (nad 2 cm)	12 600,- Kč
Chirurgické odstranění jizev	1 000,- Kč (malá)	2 000,- Kč
	4 900,- Kč (střední)	9 800,- Kč
	7 900,- Kč (velká/více)	15 800,- Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 38 Měsíční náklady navrhovaného zařízení

Měsíční náklady	
Mzdové náklady	196 686,- Kč
Provozní náklady	84 025,- Kč
Celkem Kč	280 711,- Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 39 Odhadovaný měsíční zisk navrhovaného zařízení

Plán měsíčního zisku	
Měsíční výnosy	462 800,- Kč
Měsíční náklady	280 711,- Kč
Měsíční zisk	182 089,- Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Z poslední tabulky vyplývá, že předpokládaný zisk z prvního měsíce provozu navrhované ambulance je po odečtu měsíčních provozních a mzdových nákladů odhadován na částku 182 089,- Kč. Neustálým zkvalitňováním služeb, motivováním zaměstnanců a pravidelnými školeními celého týmu, rozšiřováním portfolia zákroků plastické chirurgie, empatickým přístupem ke klientům a efektivní propagací zařízení lze tyto zisky nejen udržovat, ale také zvyšovat, stále však s ohledem na danou personální kapacitu zařízení.

5.8.3 Návratnost investic

Při odhadovaném měsíčním zisku 182 089,- Kč a počáteční investici ve výši 1 425 716,- Kč by se na základě následujícího propočtu mohla tato investice podniku vrátit v horizontu necelých 8 měsíců.

Počáteční investice 1 425 716,- Kč

Měsíční zisk 182 089,- Kč

Výpočet: $\frac{1\,425\,716}{182\,089} = 7,82977555$

5.9 Časová analýza

Realizace navrhovaného projektu bude probíhat od května roku 2023 do dubna roku 2024, poté se ambulance otevře pro své první klienty. Rozpis jednotlivých činností je tedy rozplánován na 12 měsíců. Kroky jsou chronologicky shrnuty v tabulce a pro přehlednost je využit Ganttův diagram.

Tabulka 40 Časový harmonogram návrhu

Krok	Činnost	Termín realizace	Počet měsíců
1	Projektové zpracování	05-08/2023	4
2	Finanční zajištění	08/2023	1
3	Výběr vhodné lokality	08/2023	1
4	Zpracování provozního řádu a BOZP	09-10/2023	2
5	Administrativní úkony na úřadech	10-12/2023	3
6	Založení s.r.o.	12/2023	1
7	Analýza dodavatelů	01-02/2024	2
8	Výběrové řízení zaměstnanců	01-02/2024	2
9	Vybavování prostor	01-03/2024	3
10	Realizace marketingové strategie	02-03/2024	2
11	Realizace smluv	03/2024	1
12	Zahájení provozu	04/2024	

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 41 Časový harmonogram dle Ganttova diagramu

Krok	Měsíc											
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
1	■	■	■	■								
2					■							
3					■							
4						■	■					
5							■	■				
6								■				
7									■	■		
8									■	■		
9									■	■	■	
10										■	■	
11											■	
12												■

Zdroj: vlastní zpracování

5.10 Zhodnocení rizik navrhovaného projektu

Navrhovaný projekt je stejně jako každý podnikatelský záměr vystaven určitým potenciálním rizikům, která je dobré včas detekovat a maximálně snížit jejich výskyt či je zcela odstranit. Tabulkové zobrazení významnosti daných rizik se obvykle označuje jako tzv. matice hodnocení rizik (*risk assessment matrix*) a slouží především k definování a vhodného výběru opatření na snížení rizik (Fotr a Souček, 2005, s. 148).

Hnilica a Fotr (2009, s. 41) uvádí pro *pravděpodobnost výskytu rizik* a jejich ohodnocení pětibodovou lineární stupnici s číselným ohodnocením:

Velmi malá pravděpodobnost rizika – 1

Malá pravděpodobnost rizika – 2

Střední pravděpodobnost rizika – 3

Velká pravděpodobnost rizika – 4

Velmi vysoká pravděpodobnost – 5

K určení *intenzity negativních dopadů výskytu rizik* bylo využito nelineární mocninné stupnice, kdy je každý stupeň vyhodnocen jako dvojnásobek ohodnocení předchozího nižšího stupně.

Velmi malý negativní dopad – 1

malý negativní dopad – 2

střední negativní dopad – 4

velký negativní dopad – 8

velmi vysoký negativní dopad – 16

Matice hodnocení rizik kombinuje pravděpodobnosti výskytu nežádoucích událostí a jejich závažnost (Fotr a Souček, 2005, s. 149). Při použití kombinace uvedených stupnic nabývá ohodnocení významnosti rizik čísel od 1 po 80, přičemž nejméně závažné riziko s velmi nízkou pravděpodobností výskytu a nejnižší intenzitou negativního dopadu má hodnotu 1 (1 x 1) a nejzávažnější riziko s velmi vysokou pravděpodobností výskytu a nejvyšší intenzitou negativního dopadu hodnotu 80 (5 x 16) (Hnilica a Fotr, 2009, s. 41).

Tabulka 42 Číselné ohodnocení významnosti rizik

Ohodnocení závažnosti	Pravděpodobnost výskytu rizika				
	1	2	4	8	16
5	5	10	20	40	80
4	4	8	16	32	64
3	3	6	12	24	48
2	2	4	8	16	32
1	1	2	4	8	16

Zdroj: vlastní zpracování

Označení míry rizika:

Nízké riziko 1-8 (zelená barva) – rizika jsou akceptovatelná a nevyžadují žádná zvláštní opatření.

Střední riziko 10-24 (oranžová barva) – rizika vyžadují opatření v dlouhodobém horizontu.

Vysoké riziko 32-80 (červená barva) – rizika vyžadující rychlá opatření a pravidelné sledování.

Tabulka 43 Matice rizik projektu

Identifikace rizika	Pravděpodobnost výskytu					Intenzita negativního dopadu					Míra rizika
	1	2	3	4	5	1	2	4	8	16	
Riziko substitučních produktů					•				•		40
Konkurence v oboru				•					•		32
Finanční riziko		•								•	32
Fluktuace zaměstnanců			•						•		24
Riziko vyšší moci		•							•		16
Riziko iatrogenního poškození	•								•		8

Zdroj: vlastní zpracování

5.10.1 Eliminace jednotlivých rizik

Riziko substitučních produktů (vysoká míra rizika)

Za největší riziko lze považovat existenci neinvazivních zákroků v oboru plastické a estetické medicíny. Tyto výkony jsou dnes klienty hojně vyhledávané z mnoha důvodů. Nejsilnější motivací je větší šetrnost provedení a tím pádem zkrácení rekonvalescence na minimální potřebnou dobu. Další alternativou jsou přístroje pro domácí použití, které jsou na trhu volně dostupné, stejně tak jako různé kosmetické přípravky s obsahem kyseliny hyaluronové. Opatření proti této konkurenci spočívá v důsledném informování potenciálních klientů o faktu, že tyto zákroky nejsou vhodné pro každého a nejedná se tedy o univerzální řešení, které lze aplikovat v každé situaci. Navíc se v drtivé většině případů nejedná o trvalé vyřešení potíží, ale pouze dočasné. Nutnost pravidelného opakování je pro klienty zatěžující jak finančně, tak časově. Nezřídka kdy jsou také tyto zákroky prováděny nekvalifikovaným personálem. Je potřeba klást důraz na fakt, že je z těchto důvodů spíše výhodnější podstoupení výkonu na klinice, kde je záruka odborného personálu a trvalých výsledků. Důležité je mít na webových stránkách srovnávací galerii, tzv. fotografie „před a po“ spolu s recenzemi klientů.

Konkurence v oboru (vysoká míra rizika)

Na základě zvyšujícího se zájmu o bezchybný zevněšek existuje předpoklad růstu vzniku nových konkurenčních subjektů. Často vlivem sociálních sítí, kde influenceři prezentují nejrůznější kliniky a nabídku jejich zákroků či jen zveřejňují zdánlivě dokonalé fotky, které jsou výsledkem retuší. Tlak na dokonalost a mladistvý vzhled je neúprosný a téměř každá žena chce vypadat co nejlépe. Lidé více než kdy dříve utrací peníze za služby poskytující změnu jejich vzhledu. Ve městě Zlín se nachází hned několik konkurenčních podniků. Je proto nezbytné se od konkurence odlišit a nabídnout něco navíc. Na základě Porterovy analýzy bylo zjištěno, že má většina pracovišť nedostačující a zastaralé webové

stránky a nemá zřízeny účty na sociálních sítích. Dále jsou některé podniky otevřeny pouze určité dny anebo je otevírací doba příliš krátká. Navrhovaná ambulance bude v provozu každý všední den, a to až do 18:00. Ambulance bude strategicky umístěna v samém centru města s výbornou dostupností MHD a možností parkování v přilehlém parkovacím domě. Klienti budou mít možnost využít slevové akce, zakoupit či uplatnit dárkové poukazy, využít službu „lékař na telefonu 24/7“ či navštívit dny otevřených dveří, v rámci nichž budou probíhat konzultace s lékařem zdarma. Personál bude jazykově vybaven pro případ zahraniční klientely. Ambulance si klade za cíl udržet nejvyšší kvalitu svých služeb.

Finanční riziko (vysoká míra rizika)

Nedostatek finančních prostředků představuje podstatné riziko. V průběhu realizace projektu může dojít až k jeho úplnému zrušení. Je proto třeba vypracovat detailně finanční plán a brát v potaz důležitost existence určité finanční rezervy v případě nutnosti vynaložení nákladů, se kterými nebylo v začátku počítáno. Pokud by zařízení nenavštěvoval dostatečný počet klientů a provozní náklady by převyšovaly příjmy ambulance, vedlo by to k negativnímu dopadu na její chod i samotnou existenci. Důležitá je silná propagace podniku, která naláká co nejvíce potenciálních klientů. Ze skutečnosti, že zákroky prováděné navrhovanou ambulancí plastické chirurgie nejsou hrazeny ze zdravotního pojištění, vyplývá, že kvalita poskytovaných služeb a empatický přístup personálu může rozhodnout o tom, zda se potenciální klient rozhodne tyto zákroky podstoupit právě zde či se poohlédne u konkurence.

Fluktuace zaměstnanců (střední míra rizika)

Existuje reálné riziko odchodu zaměstnanců na konkurenční pracoviště, ať již existující, či nově vznikající. Nežádoucí fluktuace má na podnik negativní dopad. K hlavním příčinám tohoto jevu dochází vlivem nízké loajality ze strany zaměstnanců, nedostatečným ohodnocením, chybějící kariérní perspektivou, nevyhovujícím způsobem vedení společnosti, případně nevyvážeností pracovního života s osobním. Následkem fluktuace je zhoršená morálka ostatních zaměstnanců, růst jejich nejistoty a nespokojenosti, administrativní a finanční zátěž a snížená kvalita nabízených služeb. K zabránění odchodu schopných zaměstnanců je třeba podniknout správné kroky již při náboru. Důležité je podrobně informovat potenciálního zaměstnance o pracovní náplni, platových podmínkách a případné možnosti kariérního růstu. Klíčem k úspěchu je také vybírat podobný typ lidí, kteří budou schopni udržovat bezkonfliktní a stabilní tým. Dalším důležitým bodem je dostatek motivace, nejen finanční, ale především v podobě uznání zaměstnanců. Také

plánovaná pravidelná školení a teambuildingové akce, které jsou spolu s dalšími aktivitami jako společné oslavy narozenin či pracovních úspěchů dobrými nástroji k utužování kolektivu. Fluktuaci lze předcházet také aktivní komunikací mezi vedením podniku a zaměstnanci.

Riziko vyšší moci (střední míra rizika)

Za zásah vyšší moci nenesou nikdo odpovědnost, jedná se o nepředvídatelnou, neodvratitelnou a mimořádnou situaci. Může se jednat o přírodní katastrofy, jako je například zemětřesení, požár, bouře, hurikán či povodně. Výskyt živelných pohrom je ovšem v dané lokalitě zcela ojedinělý, a tak je míra rizika vyplývající z této skutečnosti nízká. Přesto je třeba s těmito událostmi počítat, neboť by mohly být pro projekt v krajních případech až likvidační. V případě, že by k nim došlo, bylo by nutno vynaložení nemalých finančních prostředků k odstranění a opravě případně vzniklých škod. Je proto nutné sjednat pojištění proti živelným pohromám.

Riziko iatrogenního poškození (nízká míra rizika)

Poškození pacienta vlivem intervence nebo zásahu lékaře či jiného zdravotnického personálu je závažnou hrozbou, které je nutno předcházet. Samozřejmostí je důsledné dodržování aseptických podmínek, tedy řádná dezinfekce, čištění ran a sterilní operační pole. Zdravotnický personál musí dbát na důslednou sterilizaci nástrojů a správné ředění dezinfekce. Iatrogenní poškození se může týkat také neprofesionálního přístupu personálu. Zvláště v oboru plastické chirurgie je nutno s klienty jednat maximálně citlivě. Každý zákrok musí být proveden s maximální přesností na základě přání klienta schváleného operátorem. Navrhovaná společnost si proto klade za cíl přijmout kvalifikované zaměstnance, kteří budou mít požadované vzdělání a zkušenosti v oboru, budou empatičtí ke klientům a budou důslední v otázce dodržování správných aseptických postupů. Povinností zaměstnanců je absolvování pravidelných školení BOZP. Pojištění profesní odpovědnosti zaměstnanců bude sjednáno u pojišťovny UNIQA.

ZÁVĚR

Cílem této diplomové práce bylo vytvoření návrhu projektu založení soukromé ambulance plastické chirurgie ve Zlíně provádějící zákroky jednodenní chirurgie, které nevyžadují hospitalizaci klientů. Přestože budou nabízené výkony prováděny invazivní cestou, slibují minimální čas rekonvalescence a tím pádem rychlý návrat k běžnému životu.

Tato práce byla rozčleněna na část teoretickou a praktickou. V teoretické části byla rozvedena problematika podnikání ve zdravotnictví, související legislativa, byly popsány pojmy estetická a plastická chirurgie, jejich historie a vývoj. Dále bylo uvedeno potřebné vzdělání v daném oboru, role a kompetence plastického chirurga a charakteristika klienta, který přichází do zařízení provádějící zákroky plastické chirurgie. Byl popsán podnikatelský plán a dále analýza podnikatelského prostředí a marketingová a obchodní strategie, které byly aplikovány v praktické části.

K analýze makroprostředí byla využita PEST analýza, dále byla provedena Porterova analýza - model pěti konkurenčních sil, který byl implementován na vnější prostředí podniku. Aplikována byla také SWOT analýza prezentující silné a slabé stránky navrhovaného podniku, jeho příležitosti a hrozby. Podnikatelský plán v praktické části obsahuje časovou analýzu projektu, marketingovou a obchodní strategii a finanční plán. Časová analýza ukázala, že si celková příprava k založení soukromé ambulance plastické chirurgie vyžádá 12 měsíců. Výpočty dokázaly, že návrh je finančně rentabilní.

Po vyhodnocení aplikovaných analýz lze konstatovat, že je projekt realizovatelný. V praktické části bylo dále uvedeno zhodnocení rizik navrhovaného projektu a byly předloženy návrhy k jejich řešení.

Z důvodu stále stoupajícího zájmu o zákroky plastické a estetické chirurgie lze očekávat také rostoucí počet konkurenčních subjektů na trhu, vypracování kvalitního a funkčního marketingového plánu je proto nezbytné. V příloze je prezentována ukázka reklamních předmětů, které společnost plánuje v budoucnu darovat klientům ve formě věrnostního programu. Po upevnění pozice na lokálním trhu je plánováno rozšíření spektra poskytovaných služeb klientům a také snaha o členství ve Společnosti estetické a laserové medicíny ČLS JEP. Tyto změny by vyplývaly z praxe, potřeb a požadavků klientů. Jak pravil Albert Camus: „Každá překážka umožní urazit další kus cesty.“

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BAČUVČÍK, Radim, 2011. *Marketing neziskových organizací*. Zlín: VeRBuM. 190 s. ISBN 978-80-87500-01-9.

BAŘINKA, Ladislav, 2016. *Plastická a rekonstrukční chirurgie*. Brno: Masarykova univerzita. 808 s. ISBN 978-80-210-7338-8.

BLAŽKOVÁ, Martina, 2007. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. Praha: Grada. 278 s. ISBN 978-80-247-1535-3.

BRYCHTA, Pavel, Jan STANEK a kol., 2014. *Estetická plastická chirurgie a korektivní dermatologie*. Praha: Grada. 352 s. ISBN 978-80-247-0795-2.

BUCHBINDER, Sharon B., Nancy H. SHANKS a Bobbie J. KITE, 2019. *Introduction to Health Care Management*. 4th ed. Jones & Bartlett Learning. 618 s. ISBN 978-1-119-34970-9.

BUREŠOVÁ, Jitka, 2022. *Online marketing: od webových stránek k sociálním sítím*. Praha: Grada. 288 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-1680-5.

DĚDINA, Jiří a Václav CEJTHAMR, 2005. *Management a organizační chování: manažerské chování a zvyšování efektivity, řízení jednotlivců a skupin, manažerské role a styly, moc a vliv v řízení organizací*. Praha: Grada. 339 s. ISBN 978-80-247-1300-7.

DEDOUCHOVÁ, Marcela, 2001. *Strategie podniku*. Praha: C. H. Beck. 256 s. ISBN 978-80-7179-603-9.

DUCHOŇ, Bedřich a Jana ŠAFRÁNKOVÁ, 2008. *Management: integrace tvrdých a měkkých prvků řízení*. Praha: C.H. Beck. 378 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-003-4.

DVOŘÁČEK, Jiří a Peter SLUNČÍK, 2012. *Podnik a jeho okolí: jak přežít v konkurenčním prostředí*. Praha: C. H. Beck. 173 s. Beckova edice ekonomie. ISBN 80-7400-224-1.

FIALOVÁ, Ludmila, 2007. *Jak dosáhnout postavy snů: možnosti a limity korekce postavy: pohyb a postava, výživa a udržení hmotnosti, lékařské zákroky a kosmetická péče*. Praha: Grada. 134 s. Zdraví & životní styl. ISBN 978-80-247-1622-0.

FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK, 2005. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada. 356 s. Expert (Grada). ISBN 80-247-0939-2.

- FOTR, Jiří a kol., 2012. *Tvorba strategie a strategické plánování: teorie a praxe*. Praha: Grada. 381 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3985-4.
- FOTR, Jiří, Emil VACÍK, Miroslav ŠPAČEK a Ivan SOUČEK, 2017. *Úspěšná realizace strategie a strategického plánu*. Praha: Grada. 320 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0434-5.
- GERBER, Diane a Marie Czenko KUECHEL, 2005. *100 questions and answers about plastic surgery*. Jones and Bartlett Publishers. 282 s. ISBN 978-0-76372-632-4.
- HNILICA, Jiří a Jiří FOTR, 2009. *Aplikovaná analýza rizika ve finančním managementu a investičním rozhodování*. Praha: Grada. 304 s. ISBN 978-80-247-2560-4.
- HOBZA, Vladimír, Vladimír HOBZA a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ, 2015. *Manažerská ekonomika: kapitoly k finanční analýze: výkladový text, příklady a případové studie*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. 98 s. ISBN 978-80-244-4889-3.
- HORZINKOVÁ, Eva, 2010. *Živnostenský zákon v praxi: 2010/2011*. Praha: ANAG. s. 343. ISBN 978-80-7263-615-0.
- HUBINKOVÁ, Zuzana a kol., 2008. *Psychologie a sociologie ekonomického chování*. 3., aktualiz., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada. 277 s. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-1593-3.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2013. *Strategický marketing: strategie a trendy*. 2., rozš. vyd. Praha: Grada. 368 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4670-8.
- JANIS, Jeffrey E., 2018. *Essentials of Aesthetic Surgery*. Thieme. 1024 s. ISBN 978-1-62623-654-7.
- JUREČKA, Václav a kol., 2010. *Mikroekonomie*. Praha: Grada. 359 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3259-6.
- KISLINGEROVÁ, Eva, Ivan NOVÝ a kol., 2005. *Chování podniku v globalizujícím se prostředí*. Praha: C.H. Beck. 422 s. Ekonomie (C.H. Beck). ISBN 80-7179-847-9.
- KISLINGEROVÁ, Eva. *Oceňování podniku*. 2. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C. H. Beck, 2001, 367 s. ISBN 978-80-7179-529-2.
- KOTLER, Philip, 2007. *Moderní marketing*. 4. vyd. Praha: Grada. 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-7.

- KOZEL, Roman a kol., 2006. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. Praha: Grada. 277 s. ISBN 978-80-247-0966-6.
- KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ, 2011. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada. 304 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.
- MĚŠŤÁK Jan, 2007. *Prsa očima plastického chirurga*. Praha: Grada. 92 s. ISBN 978-80-247-1834-7.
- MĚŠŤÁK, Jan a Ondřej MĚŠŤÁK, 2021. *Rub a líc plastické chirurgie*. Praha: Grada. 128 s. ISBN 978-80-271-3025-2.
- MĚŠŤÁK, Jan, 2020. *Estetické operace nosu v klinické praxi*. Praha: Grada. 208 s. ISBN 978-80-271-2593-7.
- MĚŠŤÁK, Jan, Martin MOLITOR, Ondřej MĚŠŤÁK a Lucie KALINOVÁ, 2015. *Základy plastické chirurgie*. 2. vyd. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum. 212 s. ISBN 978-80-246-2839-4.
- MILOTHRIDIS, Panagiotis, 2020. *Cosmetic Patient Selection and Psychosocial Background: A Clinical Guide to Post-operative Satisfaction*. Springer Nature. 100 s. ISBN 978-3-030-44724-3.
- MRKOSOVÁ, Jitka, 2014. *Účetnictví 2014: učebnice pro SŠ a VOŠ*. Brno: Edika. 304 s. Daně a účetnictví (Edika). ISBN 978-80-266-0423-5.
- MULAČOVÁ, Věra, Petr MULAČ a kol., 2013. *Obchodní podnikání ve 21. století*. Praha: Grada. 520 s. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-47804.
- RIEDER, Evan A. a Richard G. FRIED, 2021. *Essential psychiatry for the aesthetic practitioner*. John Wiley & Sons. 256 s. ISBN 978-1-11968-013-0.
- SARSBY, Alan, 2016. *SWOT Analysis*. Lulu.com. 86 s. ISBN 978-0-99325-042-2.
- SEDLÁČKOVÁ, Helena a Karel BUCHTA, 2006. *Strategická analýza*. 2., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck. 121 s. C.H. Beck pro praxi. ISBN 80-7179-367-1.
- SLOUKA, David, 2017. *Vedení a marketing malých zdravotnických zařízení: příručka pro praxi*. Praha: Grada. 144 s. ISBN 978-80-271-0469-7.

SRPOVÁ Jitka a kol., 2020. *Začínáme podnikat: s případovými studii začínajících podnikatelů*. Praha: Grada. 264 s. ISBN 978-80-271-2253-0.

SRPOVÁ, Jitka, Václav ŘEHOŘ a kol., 2010. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada. 432 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3339-5.

SVOBODA, Mojmir, Eva ČEŠKOVÁ a Hana KUČEROVÁ, 2006. *Psychopatologie a psychiatrie: pro psychology a speciální pedagogy*. Praha: Portál. 317 s. ISBN 978-80-7367-154-9.

SVOBODOVÁ, Ivana a Michal ANDERA, 2017. *Od nápadu k podnikatelskému plánu: jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti*. Praha: Grada. 232 s. ISBN 978-80-271-0407-9.

SVOZILOVÁ, Alena, 2016. *Projektový management: systémový přístup k řízení projektů*. 3., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada. 424 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0075-0.

SYNEK, Miloslav a kol., 2011. *Manažerská ekonomika*. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada. 480 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-7528-9.

ŠAFROVÁ DRÁŠILOVÁ, Alena, 2019. *Základy úspěšného podnikání: průvodce začínajícího podnikatele*. Praha: Grada. 248 s. ISBN 978-80-271-2182-3.

ŠIMAN, Josef a Petr PETERA, 2010. *Financování podnikatelských subjektů: teorie pro praxi*. Praha: C.H. Beck. 192 s. C.H. Beck pro praxi. ISBN 978-80-7400-117-8.

ŠMÍDA, Filip, 2007. *Zavádění a rozvoj procesního řízení ve firmě*. Praha: Grada. 293 s. Management v informační společnosti. ISBN 978-80-247-1679-4.

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava, 2008. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. Praha: Grada. 232 s. Manažer. ISBN 978-80-247-2721-9.

VEBER, Jaromír, Jitka SRPOVÁ a kol., 2008. *Podnikání malé a střední firmy*. 2., aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada. 311 s. ISBN 978-80-247-2409-6.

ZAMAZALOVÁ, Marcela, 2009. *Marketing obchodní firmy*. Praha: Grada. 232 s. Manažer. ISBN 978-80-247-2049-4.

Internetové zdroje

ANDROLOGICKÁ KLINIKA, 2017. *Frenuloplastika* [online]. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.andrologickaklinika.cz/frenuloplastika.html>

ART ETHIC CLINIC, 2022a. *Brow lift* [online]. martinmolitor.cz [cit. 2023-02-24]. Dostupné z: <http://martinmolitor.cz/sluzba/brow-lift/>

ART ETHIC CLINIC, 2022b. *Operace měkkého nosu* [online]. martinmolitor.cz [cit. 2023-02-24]. Dostupné z: <http://martinmolitor.cz/sluzba/operace-mekkeho-nosu/>

BEAUTY GURU, 2020. *10 způsobů k dokonalým rtům* [online]. Luxury Guide s. r. o. [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.beautygurucz.cz/estetika/52-10zpusobu-jak-mit-dokonale-rty/>

BEHRING, Stephanie, 2022. *What Is an Excisional Biopsy?* [online]. healthline.com [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.healthline.com/health/cancer/excisional-biopsy>

BRANDON ADAMS PLASTIC SURGERY, 2022. *Inverted or large nipples* [online]. Brandon Adams cosmetic & reconstructive plastic surgeon [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.plasticsurgery.co.nz/procedures/inverted-or-large-nipples>

BROOKLYN GYNECOLOGIC PLACE, 2023. *Labiaplasty* [online]. Brooklyn GYN Place [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://brooklyngynplace.com/labiaplasty-obgyn-physicians-downtown-brooklyn-nyc/>

CLEOPATRA CLINIC, 2023. *Operace odstávajících uší – otoplastika* [online]. Ostrava [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://www.plastickachirurgie.com/nase-sluzby/oblicej/operace-odstavajicich-usi-otoplastika>

ČESKÁ LÉKAŘSKÁ KOMORA (ČLK), 2019. *Poskytování zdravotních služeb* [online]. [cit. 2023-03-10]. Dostupné z: <https://www.lkcr.cz/poskytovani-zdravotnich-sluzeb>

ČESKÁ NÁRODNÍ BANKA (ČNB), 2023. *Prognóza ČNB – zima 2023* [online]. Praha [cit. 2023-03-10]. Dostupné z: <https://www.cnb.cz/cs/menova-politika/prognoza/>

ČESKÝ ROZHLAS, 2022. *Ceník klasické reklamy a sponzoringu. Regionální stanice Českého rozhlasu* [online]. Praha [cit. 2023-03-16]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/sites/default/files/documents/9e8ec3f2cc59a5099d1dd2a61a077a41.pdf>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD (ČSÚ), 2023a. *Průměrná mzda ve Zlínském kraji ve 4. čtvrtletí 2022* [online]. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xz/prumerna-mzda-ve-zlinskem-kraji-ve-4-ctvrtleti-2022>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD (ČSÚ), 2023b. *Obyvatelstvo* [online]. [cit. 2023-03-10]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xz/obyvatelstvo-xz>

DERMAESTET, 2023. *Mini Facelift – rozhovor s lékařem* [online]. Brno [cit. 2023-03-17]. Dostupné z: <https://www.dermaestet.cz/rozhovor-s-lekarem-mini-facelift/>

DR. ALEX CHAMBERS, 2023. *Mini facelift* [online]. Dr. Alex Chambers © 2023 Medical Aesthetic Practice [cit. 2023-03-26]. Dostupné z: <https://www.dralexchambers.co.uk/surgical/face-lift/>

DREAMSTIME, 2023. *Rhinoplasty* [online]. [cit. 2023-02-24]. Dostupné z: <https://www.dreamstime.com/rhinoplasty-open-closed-side-bottom-view-plastic-surgery-nose-medical-beauty-designs-your-design-image176810735>

DR. KELLY, 2023. *Surgical forehead and eyebrow lift* [online]. Dr. Kelly © Ästhetische Chirurgie und Medizin [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://www.drkelly.ch/en/treatments-for-women/face/surgical-forehead-and-eyebrow-lift/>

EPRAVO.CZ, 2001. *Registrace nestátního zdravotnického zařízení* [online]. [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://www.epravo.cz/top/clanky/registrace-nestatnich-zdravotnickych-zarizeni-15531.html>

E-SRO.CZ, 2022. *Náklady na založení společnosti* [online]. [cit. 2023-02-05]. Dostupné z: <http://www.e-sro.cz/naklady-zalozeni-spolecnosti.htm>

ESTHETICON, 2019. *Kdy a pro koho je facelift vhodný?* [online]. [cit. 2023-03-16]. Dostupné z: <https://www.estheticon.cz/novinky/kdy-a-pro-koho-je-facelift-vhodny>

FAKULTNÍ NEMOCNICE HRADEC KRÁLOVÉ (FNKH), 2020. *Frenuloplastika: plastika uzdičky* [online]. Hradec Králové [cit. 2023-03-10]. Dostupné z: <https://www.fnhk.cz/fs2884/102-plastika-uzdicky.pdf>

FEEL BEAUTIFUL, 2023. *Ear Surgery Procedure* [online]. [cit. 2023-02-29]. Dostupné z: <https://feelbeautiful.com/face/otoplasty-for-prominent-ears/>

HEALTHPRO, 2023. *Lékařský SOFTWARE pro vaši ambulanci* [online]. Praha [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.healthpro.cz>

- INTERNATIONAL SOCIETY OF AESTHETIC PLASTIC SURGERY (ISAPS), 2022. *Global Survey 2021* [online]. United States [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.isaps.org/discover/about-isaps/global-statistics/reports-and-press-releases/global-survey-2021-full-report-and-press-releases/>
- JONES, David. 2023. *Areola Reduction Surgery Procedure Cost and Information* [online]. medbelle.com [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.medbelle.com/breast-surgery/areola-reduction-surgery-procedure-cost-and-information/>
- KOLÍSKOVÁ, Martina, 2013. *Založení plastické chirurgie* [online]. Šťastný úsměv [cit. 2023-02-16]. Dostupné z: <http://stastny-usmev.cz/zalozeni-plasticke-chirurgie/>
- KRAJSKÝ ÚŘAD ZLÍNSKÉHO KRAJE, 2023. *Plán modernizace KNTB* [online]. Zlín [cit. 2023-03-20]. Dostupné z: <https://www.kr-zlinsky.cz/lide-cl-3775.html>
- KURZY.CZ, 2023. *Kurz Eura, Euro EUR, aktuální kurzy koruny a měn* [online]. [cit. 2023-03-16]. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/kurzy-men/nejlepsi-kurzy/EUR-euro/>
- LUTONSKÁ, Vladimíra, 2022. *Měsíční statistická zpráva srpen 2022* [online]. Zlín: Úřad práce ČR [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: https://www.uradprace.cz/documents/37855/2602605/Mesicni_ZLK_08_2022.pdf/088f7ee0-555d-5e74-b77c-bc8de115c55a
- MARESKY, Gideon, 2023. *Nipple Surgery* [online]. Dr. Maresky, Reconstructive & Cosmetic Surgery [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.drmaresky.co.za/procedure/nipple-surgery/>
- MEDICOM Clinic, 2023. *Zmenšení prsních dvorců* [online]. Praha: Plastická chirurgie MEDICOM Clinic, a.s. [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://www.medicomclinic.cz/velke-prsni-dvorce>
- MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ (MZ), 2015. *Vzdělávací program oboru Plastická chirurgie* [online]. Praha [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: https://www.mzcr.cz/wp-content/uploads/wepub/10266/23475/Plastická_chirurgie_Věstník_MZ_částka_9_Červen_2015.pdf
- MOJE BILLBOARDY, 2023. *Billboard, Zlín (T. Bati)* [online]. Dostupné z: <https://www.mojebillboardy.cz/panel/911220-billboard-zlin-t-bati>
- MURRAY BEAGLEY PLASTIC SURGERY AUCKLAND, 2023. *Scar Revision Surgery* [online]. Murray beagley, cosmetic and reconstructive plastic surgeon [cit. 2023-03-20]. Dostupné z: https://www.cosmeticsurgeon.org.nz/scar_treatment_surgery_auckland.htm

NÁRODNÍ SOUSTAVA POVOLÁNÍ (NSP), 2023a. *Firemní recepční* [online]. Praha [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://www.nsp.cz/jednotka-prace/firemni-recepni>

NÁRODNÍ SOUSTAVA POVOLÁNÍ (NSP), 2023b. *Úklidový pracovník vnitřních prostor* [online]. Praha [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://www.nsp.cz/jednotka-prace/uklidovy-pracovnik-admini>

OPOČENSKÁ, Lucie, 2009. *Jak založit nestátní zdravotnické zařízení?* [online]. Medop: zdravotnický portál [cit. 2023-03-20]. Dostupné z: www.medop.cz/medop/tipy-rady/jak-zalozit-nestatni-zdravotnicke-zarizeni

PERFECT CLINIC, 2023. *Plastická operace stydkých pysků (Labioplastika)* [online]. [cit. 2023-03-21]. Dostupné z: <https://www.perfectclinic.cz/operace-genital-zmenseni/>

PROFISPOLEČNOSTI, 2017. *Provozování nestátního (zdravotnického) zařízení* [online]. [cit. 2023-03-20]. Dostupné z: <https://www.profispolecnosti.cz/cs/ostatni-rady-a-zkusenosti/provozovani-nestatniho-zdravotnickeho-lekarskeho-zarizeni/a-1563/>

SELLNER, Tomáš, 2011. *Postup při řízení nestátního zdravotnického zařízení* [online]. Brno: Masarykova univerzita, Informační systém Masarykovy univerzity [cit. 2023-03-16]. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/1451/podzim2011/bp1167/um/Postup_pri_zrizeni_NZZ.pdf

SOUKUPOVÁ, Johana a Oxana ŠNAJBERG, 2022. *Jak si stojí česká ekonomika? Výhledy na rok 2022* [online]. epravo.cz [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.epravo.cz/top/aktualne/jak-si-stoji-ceska-ekonomika-vyhledy-na-rok-2022-114911.html>

Právní předpisy

Zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví a o změnách některých souvisejících zákonů

Zákon č. 372/2011 Sb., o zdravotních službách a podmínkách jejich poskytování (zákon o zdravotních službách)

Zákon č. 375/2022 Sb., o zdravotnických prostředcích a diagnostických zdravotnických prostředcích in vitro

Zákon č. 378/2007 Sb., o léčivech a o změnách některých souvisejících zákonů (zákon o léčivech)

Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon)

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

Vyhláška č. 98/2012 Sb. o zdravotnické dokumentaci

Vyhláška č. 99/2012 Sb. o požadavcích na minimální personální zabezpečení zdravotních služeb

Vyhláška č. 101/2012 Sb. o podrobnostech obsahu traumatologického plánu poskytovatele jednodenní nebo lůžkové zdravotní péče a postupu při jeho zpracování a projednání

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

Vyhláška č. 329/2019 Sb. o podmínkách předcházení vzniku a šíření infekčních onemocnění a o hygienických požadavcích na provoz zdravotnických zařízení a ústavů sociální péče

Vyhláška č. 389/2021 Sb., kterou se mění vyhláška č. 373/2016 Sb., o předávání údajů do Národního zdravotnického informačního systému, ve znění vyhlášky č. 115/2019 Sb.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

BOZP – Bezpečnost a ochrana zdraví při práci

BRCA – (BReast CAncer) tumor supresorové geny

ČLK – Česká lékařská komora

ČLS JEP – Česká lékařská komora Jana Evangelisty Purkyně

ČNB – Česká národní banka

FO – fyzická osoba

CHIVA – chirurgický miniinvazivní zákrok na varixech

IPVZ – Institut postgraduálního vzdělávání ve zdravotnictví

LEOV – laserová endoluminární operace varixů

MHD – městská hromadná doprava

mj. – mimo jiné

např. – například

NP – nadzemní podlaží

NZZ – nestátní zdravotnické zařízení

OOPP – osobní ochranné pracovní pomůcky

OSVČ – osoba samostatně výdělečně činná

př. n. l. – před našim letopočtem

s.r.o. – s ručením omezeným

v.o.s. – veřejná společnost

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Základní chirurgický kmen – v délce minimálně 24 měsíců.....	36
Obrázek 2 Vlastní specializovaný výcvik – v délce minimálně 48 měsíců	36
Obrázek 3 Teoretická část vzdělávacího programu	37
Obrázek 4 Podnikatelské prostředí	43
Obrázek 5 Vývoj podílu nezaměstnaných ve Zlínském kraji v letech 2020–2022 v %	53
Obrázek 6 Vývoj inflace – prognóza ČNB.....	55
Obrázek 7 Mapa konkurenčních podniků	58
Obrázek 8 Logo provozovny	68
Obrázek 9 Chirurgické řešení pozvednutí čela a lifting obočí.....	70
Obrázek 10 Blefaroplastika	70
Obrázek 11 Mini facelift.....	72
Obrázek 12 Operace měkké části nosu	73
Obrázek 13 Otoplastika	73
Obrázek 14 Chirurgické zvětšení rtů	74
Obrázek 15 Labioplastika	75
Obrázek 16 Frenuloplastika	76
Obrázek 17 Operační postupy při řešení vpáčených bradavek 1	77
Obrázek 18 Operační postupy při řešení vpáčených bradavek 2	77
Obrázek 19 Zmenšení prsních dvorců	78
Obrázek 20 Odstranění kožního útvaru excizí.....	79
Obrázek 21 Chirurgické odstranění jizev	79
Obrázek 22 Prostory ambulance – 4. NP – Severní pohledy	81
Obrázek 23 Legenda povrchů	81
Obrázek 24 Autoři projektu	82
Obrázek 25 Půdorys ambulance ve 4. NP budovy.....	83
Obrázek 26 Organizační struktura podniku	85
Obrázek 27 Dárkový poukaz do prodejny Ivanka	91
Obrázek 28 Informační leták Simone Clinic	92
Obrázek 29 Vizitka Simone Clinic	93
Obrázek 30 Inzertní plocha.....	95
Obrázek 31 Informační leták	98
Obrázek 32 Logo na provozovnu.....	99

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Legislativa spojená s provozem soukromé ambulance estetické medicíny	52
Tabulka 2 Počet zaměstnanců a průměrné hrubé měsíční mzdy v krajích ČR ve 4. Q 2022	54
Tabulka 3 Prognóza ČNB zima 2023	54
Tabulka 4 Počet obyvatel Zlínského kraje.....	56
Tabulka 5 Pozitiva a negativa vyplývající z PEST analýzy	57
Tabulka 6 Zlínské LASER CENTRUM	59
Tabulka 7 AMEM – ambulance estetické medicíny	59
Tabulka 8 Dermatologické centrum Zlín – MUDr. Helena Bartošková.....	60
Tabulka 9 Estéea – Centrum estetické chirurgie	60
Tabulka 10 Esthea Medical s. r. o.....	61
Tabulka 11 EUC klinika a. s. – plastická chirurgie	61
Tabulka 12 Krajská nemocnice Tomáše Bati a. s. – oddělení chirurgie.....	62
Tabulka 13 Medica chirurgica – ambulance plastické a estetické chirurgie	62
Tabulka 14 MUDr. Lenka Šustková – Institut estetické medicíny	63
Tabulka 15 Plastika – estetika Zlín s. r. o. – MUDr. Libor Mrňa.....	63
Tabulka 16 SWOT analýza.....	66
Tabulka 17 Ceník poskytovaných služeb	88
Tabulka 18 Otevírací doba ambulance	89
Tabulka 19 Dárkový poukaz do prodejny Ivanka.....	91
Tabulka 20 Informační leták Simone Clinic.....	92
Tabulka 21 Webové stránky	94
Tabulka 22 Profily na sociálních sítích Facebook a Instagram	94
Tabulka 23 Reklamní banner	96
Tabulka 24 Rádio	97
Tabulka 25 Inzerce v tisku.....	97
Tabulka 26 Logo na provozovnu	99
Tabulka 27 Náklady na vybavení prostor	101
Tabulka 28 Náklady na spotřební materiál	103
Tabulka 29 Ostatní náklady	104
Tabulka 30 Náklady na propagaci	105
Tabulka 31 Administrativní náklady	105

Tabulka 32 Mzdové náklady.....	106
Tabulka 33 Provozní náklady	107
Tabulka 34 Celkové investiční náklady	107
Tabulka 35 Celkové provozní náklady	107
Tabulka 36 Zahajovací rozvaha	108
Tabulka 37 Odhadované měsíční výnosy	109
Tabulka 38 Měsíční náklady navrhovaného zařízení	109
Tabulka 39 Odhadovaný měsíční zisk navrhovaného zařízení.....	109
Tabulka 40 Časový harmonogram návrhu	110
Tabulka 41 Časový harmonogram dle Ganttova diagramu	111
Tabulka 42 Číselné ohodnocení významnosti rizik	112
Tabulka 43 Matice rizik projektu.....	113

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha I: Provozní řád

Příloha II: Reklamní předměty Simone Clinic

Příloha III: Dotazník spokojenosti klientů Simone Clinic

Příloha IV: Seznam zařízení provozující estetickou chirurgii ve Zlíně

PŘÍLOHA I: PROVOZNÍ ŘÁD

Název pracoviště: Ambulance plastické chirurgie
Název zařízení: Simone Clinic, s.r.o.
Adresa zařízení: Rašínova 522, Zlín 760 01
Kontaktní údaje: +420 778 747 066, info@simoneclinic.cz
Vedoucí pracoviště: Bc. Simona Skuhrová

1. Charakteristika a zaměření pracoviště. Rozsah poskytované péče. Umístění v rámci objektu.

Jedná se o ambulantní provoz, ambulance provádí výkony plastické chirurgie v lokální anestezii, bez nutnosti lůžkové péče.

Pracoviště je umístěno ve 4. NP, z celkem 5 NP. Výměra užité plochy: 173,55 m².

2. Vybavení místností

Všechny místnosti jsou vybaveny nábytkem se snadno omyvatelnými povrchy. Stěny v zákrovém sále, úklidové komoře, skladu materiálu a na WC jsou plně omyvatelné. Stěny v čekárně spojené s recepcí, šatně zaměstnanců a v konzultační místnosti jsou částečně omyvatelné. Podlahy jsou snadno čistitelné a dezinfikovatelné. Recepce je vybavena nábytkem sloužícím pro uchování dokumentace, židlí a stolkem pro všeobecnou sestru, je otevřená a propojená s čekárnou, která je vybavena lavicemi pro klienty, dvěma křesly, konferenčním stolkem a podlahovým výdejníkem pitné vody. Konzultační místnost disponuje stolem a židlí pro lékaře a pro klienta, umyvadlem a vyšetřovacím lůžkem s vyšetřovacím svítidlem. V zákrovém sále se nachází chladnička na léčiva a zdravotnický materiál, nástěnná lékárníčka, stolec na přístroje a nástroje, instrumentační stolec, sterilizátor, infuzní stojan, mycí nerezový stůl, umyvadlo a operační lůžko s operačním svítidlem. Na chodbě jsou umístěna tři křesla. V úklidové komoře je umístěna policová skříň na čisticí prostředky, kovová skříň na chemikálie a vozík na třídění prádla. WC pro klienty i pro personál má 2 kabiny a 2 umyvadla. Sklad materiálu disponuje skříněmi, ve kterých je materiál uložen. V šatně personálu jsou osobní skřínky, lavice na sezení, chladnička na uchování potravin personálu, mikrovlnná trouba, konferenční stolec a dvě 2místné pohovky na sezení. Zásobníky na papírové ručníky, tekuté mýdlo a dezinfekci se nachází v místnostech, kde je k dispozici umyvadlo. WC jsou opatřeny zásobníky na hygienické sáčky.

3. Personální zastoupení

V zařízení je zaměstnán lékař s odbornou specializací v oboru plastická chirurgie, perioperační sestra, všeobecná sestra na pozici recepční a úklidový pracovník vnitřních prostor.

4. Vedlejší provozní a pomocné místnosti

V prostorách zařízení se nachází úklidová komora, sklad materiálu, šatna a zázemí pro personál, WC pro personál a WC pro klienty.

5. Hygienické vybavení

WC pro klienty má 2 kabiny a 2 umyvadla, stejně tak WC pro zaměstnance má 2 kabiny a 2 umyvadla. Umyvadla se nachází také v zákrokovém sále a v konzultační místnosti.

6. Dezinfekční režim

Dezinfekce ploch, povrchů, nástrojů, pomůcek a materiálu se provádí denně nebo podle potřeby, vždy ihned po kontaminaci biologickým materiálem. K dezinfekci jsou používány schválené dezinfekční prostředky v předepsaných koncentracích a dobách působení podle návodu výrobce. Roztoky jsou připravovány pro každou směnu čerstvé pomocí odměrek. K zabránění vzniku rezistence jsou používané dezinfekční přípravky střídány v intervalu jednoho týdne s přípravky s jinou účinnou látkou.

Dezinfekce ploch a povrchů	Chloramin T, Ajatin Plus, Desprej
Dezinfekce nástrojů	Sekusept Aktiv, Helipur H plus N
Dezinfekce pokožky klienta	Cutasept F spray, Braunol
Dezinfekce rukou personálu	Septoderm gel, Sterillium

7. Sterilizace

Sterilizace je prováděna v horkovzdušném sterilizátoru Stericell 22 ECO při teplotě 160 °C po dobu 60 min. Jako sterilizační obaly jsou používány kazety určené do horkovzdušného sterilizátoru. Každá kazeta je opatřena procesovým testem sterilizace, datem sterilizace, expirace a kódem pracovníka zodpovědného za sterilizaci. Do každého sterilizačního cyklu je vkládán a hodnocen chemický test sterilizace. Záznamy o sterilizaci jsou vedeny ve sterilizačním deníku. Kontrola sterilizační účinnosti biologickými systémy je prováděna Zdravotním ústavem se sídlem ve Zlíně v souladu s platnou legislativou. Sterilní materiál je uložen v čistých, desinfikovatelných skříních, je pravidelně kontrolována doba expirace vysterilizovaného materiálu.

8. Způsob oddělení pracovních ploch

V zákrovém sále dochází k manipulaci s biologickým materiálem i k injekčnímu podávání léčiv. Tato místnost je oddělena od administrativní části ambulance.

9. Manipulace s prádlem

Čisté OOPP jsou uloženy v oddělené části ve skříňkách personálu. Jsou obměňovány každý den anebo po každém ušpinění nebo kontaminaci biologickým materiálem. Použité prádlo se ukládá do plastových pytlů, které jsou skladovány ve skříni k tomu účelu určené. Praní prádla je smluvně zajištěno s prádelnou Ferda Mravenec zajišťující svoz i rozvoz prádla.

10. Úklid

Provádí se denně na vlhko, používají se běžné čisticí prostředky a dezinfekční přípravky s virucidním účinkem.

11. Způsob dekontaminace místa kontaminovaného biologickým materiálem.

Dekontaminace se provádí překrytím kontaminovaného místa mulem nebo papírovou vatou namočenou v dezinfekčním roztoku s minimálně virucidním účinkem a po uplynutí expoziční doby se očistí obvyklým způsobem.

12. Nakládání s odpady

Veškerý odpad se z ambulance odstraňuje denně. Běžný komunální odpad je vynášen do kontejnerů a je likvidován na základě smlouvy s vlastníkem objektu. Nebezpečný odpad včetně jehel a stříkaček je ukládán bez další manipulace a oddělování do uzavíratelných silnostěnných spalitelných obalů, které jsou po naplnění likvidovány spolu s ostatním nebezpečným odpadem. Likvidace tohoto zdravotnického odpadu je zajištěna smluvně s AVE CZ odpadové hospodářství s.r.o. V případě nenaplnění jsou obaly pro jehly a stříkačky po ukončení práce uzavřeny, dezinfikovány a uloženy ve vyhrazeném chladícím boxu, před začátkem práce jsou před otevřením znovu dezinfikovány. Žádost o souhlas s nakládáním s nebezpečným odpadem byla podána na odboru životního prostředí Magistrátu města Zlína.

13. Způsob odstraňování tekutých odpadů

Tekuté biologické odpady jsou likvidovány ve vyčleněném odpadním dřezu.

14. Zdroj pitné vody

Budova je napojena na městský řad pitné vody. Ohřev vody je řešen lokálně průtokovým ohřívačem.

15. Zásady osobní hygieny zaměstnanců

Pacienti jsou vyšetřováni po omytí rukou. Ruce si pracovníci dezinfikují dle vyhlášky 306/2012 a Metodický návod – hygiena rukou při poskytování zdravotní péče, uvedený ve Věstníku MZ ČR, ročník 2012, částka 5. Jsou používány přípravky Septoderm či Sterillium (vždy před a po manipulaci s biologickým materiálem). K osušení rukou se používají jednorázové papírové ručníky. Konzumace jídla a nápojů je povolena pouze v šatně personálu.

16. Zásady odběru biologického materiálu

Odběry biologického materiálu se provádí pouze v prostoru k tomu určenému. Při odběrech biologického materiálu používá personál jednorázové gumové rukavice, a to vždy pro každého nového pacienta. Odběr biologického materiálu je prováděn systémem uzavřeného vakuového systému Vacutainer. Odebraný materiál je ukládán ve standardizovaných obalech. Biologický materiál určený k vyšetření je odvážen smluvní laboratoří k vyšetření. Tekuté biologické odpady jsou likvidovány ve vyčleněném odpadním dřezu. Rukavice jsou likvidovány spolu s nebezpečným odpadem.

17. Proočkovanost personálu proti VHB

Všichni pracovníci ambulance jsou očkovaní proti virové hepatitidě typu B.

Provozní řád zpracoval dne:

jméno:

podpis:

Za dodržování řádu a jeho kontrolu zodpovídá:

S řádem seznámen personál:

Řád schválen orgánem ochrany veřejného zdraví:

PŘÍLOHA II: REKLAMNÍ PŘEDMĚTY SIMONE CLINIC

Reklamní předměty Simone Clinic (www.vistaprint.com)



PŘÍLOHA III: DOTAZNÍK SPOKOJENOSTI KLIENTŮ SIMONE CLINIC

Personál se mi při prvním setkání představil.	ANO	NE
Líbilo se mi prostředí ambulance a cítil/a jsem se zde komfortně.	ANO	NE
Rozuměl/a jsem informacím, které mi podal lékař ohledně mého zákroku a následném dodržování rekonvalescence.	ANO	NE
Měl/a jsem důvěru k personálu ambulance.	ANO	NE
Byl/a jsem spokojen/a s výsledkem zákroku.	ANO	NE
Doporučil/a bych Simone Clinic svým příbuzným a známým.	ANO	NE
V budoucnu bych uvítal/a rozšíření poskytovaných služeb	ANO	NE

PŘÍLOHA IV: SEZNAM ZAŘÍZENÍ PROVOZUJÍCÍ ESTETICKOU CHIRURGII VE ZLÍNĚ

1. Zlínské LASER CENTRUM

ALC Zlín – Zlínské laser centrum

2. května 3070

Zlín 760 01

Estetická, plastická, stomatologická a cévní chirurgie

2. AMEM – ambulance estetické medicíny

KR Institut s.r.o.

Bartošova ulice 4393

Zlín 760 01

Estetická a korektivní dermatologie

3. Dermatologické centrum Zlín – MUDr. Helena Bartošková

Padělký I/3645

Zlín 760 01

Kosmetologie a estetická medicína

4. Estéea – Centrum estetické chirurgie

Interhotel Moskva

nám. Práce 1292

Zlín 760 01

Estetická chirurgie a lékařská kosmetika

5. Esthea Medical s. r. o.

tř. Tomáše Bati 31/39

Zlín 760 01

Estetická medicína

6. EUC klinika a.s. – plastická chirurgie

tř. Tomáše Bati 5135

Zlín 760 01

Plastická, estetická a kosmetická chirurgie

7. Krajská nemocnice Tomáše Bati a.s. – oddělení chirurgie

Havlíčkovo nábřeží 600
Zlín 762 75

Plastická a estetická chirurgie

8. Medica chirurgica – ambulance plastické a estetické chirurgie

J. A. Bati 5645
Zlín 760 01

Plastická a estetická chirurgie

9. MUDr. Lenka Šustková – Institut estetické medicíny

Nivy IV 5337
Zlín 760 01

Korektivní dermatologie

10. Plastika – estetika Zlín s.r.o. – MUDr. Libor Mrňa

Padělký I/3645
Zlín 760 01

Plastická a estetická chirurgie