

PROJEKT ZŘÍZENÍ OČNÍ OPTIKY S OPTOMETRISTICKOU VYŠETŘOVNOU

Bc. Kateřina Pšejová

Diplomová práce
2025



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

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

Akademický rok: 2024/2025

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Bc. Kateřina Pšejová
Osobní číslo: M23251
Studijní program: N0413A050020 Management ve zdravotnictví
Forma studia: Kombinovaná
Téma práce: Projekt zřízení oční optiky s optometristickou vyšetřovnou

Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Na základě odborné literatury vypracujte rešerši týkající se podnikání ve zdravotnictví.

II. Praktická část

- Zanalyzujte podmínky pro zřízení oční optiky s optometristickou vyšetřovnou.
- Vytvořte projekt zřízení oční optiky s optometristickou vyšetřovnou.
- Proveďte zhodnocení projektu zřízení oční optiky s optometristickou vyšetřovnou.

Závěr

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

Seznam doporučené literatury:

BARROW, Colin; BARROW, Paul a BROWN, Robert. *The Business Plan Workbook A step-by-step guide to creating and developing a successful business*. Tenth edition. London: Kogan Page, 2021. ISBN 978-1-78966-739-4.
FINCH, Brian. *How to write a business plan: win backing and support for your ideas and ventures*. Sixth edition. London: Kogan Page, 2019. ISBN 978-1-78966-002-9.
SLOUKA, David. *Vedení a marketing malých zdravotnických zařízení: příručka pro praxi*. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-271-0469-7.
SVOBODOVÁ, Iveta a ANDERA, Michal. *Od nápadu k podnikatelskému plánu: jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti*. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-802-7104-079.
ŠAFROVÁ DRÁŠILOVÁ, Alena. *Základy úspěšného podnikání*. Praha: Grada, 2019. ISBN 978-80-271-1160-2.

Vedoucí diplomové práce: **prof. MUDr. Jaroslav Slaný, CSc.**
Ústav managementu a marketingu

Datum zadání diplomové práce: **10. února 2025**
Termín odevzdání diplomové práce: **25. dubna 2025**

L.S.

doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D.
děkan

prof. Ing. Boris Popesko, Ph.D.
garant studijního programu

Ve Zlíně dne 10. února 2025

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb., v platném znění bez ohledu na výsledek obhajoby;
- diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- jedno vyhotovení diplomové práce v listinné podobě bude ponecháno Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně k uložení;
- 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;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou práci – nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- 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

- jsem na diplomové práci pracoval(a) samostatně a použitou literaturu jsem řádně citoval(a); v případě publikace výsledků budu uveden(a) jako spoluautor;
- odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou obsahově totožné.

Ve Zlíně, dne

.....
podpis autora

ABSTRAKT

Tato diplomová práce se zaměřuje na vypracování podnikatelského plánu pro zřízení oční optiky s optometristickou vyšetřovnou ve městě Napajedla. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části je provedena literární rešerše zaměřená na podnikání, optiku a optometrii a na financování zdravotnictví. Cílem této části je poskytnout teoretický rámec a klíčové informace, které slouží jako podklad pro analýzu v praktické části. V praktické části je provedena detailní analýza trhu pomocí nástrojů jako PESTLE analýza, Porterův model konkurenčních sil a SWOT analýza. Projektová část obsahuje konkrétní podnikatelský plán pro zřízení oční optiky s optometristickou vyšetřovnou. Výsledkem diplomové práce je komplexní podnikatelský plán, který slouží jako návrh pro podklad k realizaci oční optiky s optometristickou vyšetřovnou.

Klíčová slova: podnikatelství, optika, optometrie, financování, analýza, podnikatelský plán

ABSTRACT

This diploma thesis focuses on the development of a business plan for the establishment of an eye optics store with an optometrist's examination room in Napajedla. The thesis is divided into theoretical and practical parts. In the theoretical part, a literature search is carried out, focusing on entrepreneurship, optics and optometry, and healthcare financing. The aim of this part is to provide a theoretical framework and key information that serves as a basis for the analysis in the practical part. In the practical part, a detailed market analysis is conducted using tools such as PESTLE analysis, Porter's competitive forces model and SWOT analysis. The project part contains a specific business plan for the establishment of an eye optics store with an optometrist's examination room. The result of the thesis is a comprehensive business plan that serves as a proposal for the basis for the implementation of an opticianry with an optometrist examination room.

Keywords: business, optics, optometry, financing, analysis, business plan

Tímto bych ráda vyjádřila upřímné poděkování panu prof. MUDr. Jaroslavovi Slanému, CSc., za cenné rady a odborné vedení při zpracování mé diplomové práce. Velké díky patří také mé rodině a příteli za jejich neustálou podporu, trpělivost a povzbuzení během celého studia.

OBSAH

ÚVOD	11
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	12
I TEORETICKÁ ČÁST	13
1 PODNIKATELSKÁ ČINNOST	14
1.1 PODNIKATEL	15
1.2 PODNIK.....	16
1.3 PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ.....	17
1.3.1 Fyzická osoba.....	18
1.3.2 Právnícká osoba.....	19
2 OČNÍ OPTIKA A OPTOMETRIE	21
2.1 HISTORIE V ČESKÉ REPUBLICE	21
2.2 STUDIUM	21
3 FINANCOVÁNÍ ZDRAVOTNICTVÍ.....	24
3.1 LEGISLATIVNÍ RÁMEC.....	24
3.2 SYSTÉMY FINANCOVÁNÍ ZDRAVOTNICTVÍ.....	25
3.3 ORGANIZACE ZDRAVOTNÍ PÉČE V ČESKÉ REPUBLICE	27
4 CELKOVÉ SHRNUÍ TEORETICKÉ ČÁSTI	30
II PRAKTICKÁ ČÁST.....	31
5 APLIKACE ANALÝZ K VYPRACOVÁNÍ PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	32
5.1 PESTLE ANALÝZA.....	32
5.2 PORTERŮV MODEL KONKURENČNÍCH SIL	40
5.3 SWOT ANALÝZA	49
5.4 SHRNUÍ ANALÝZ.....	54
6 PODNIKATELSKÝ PLÁN PRO ZŘÍZENÍ OČNÍ OPTIKY S OPTOMETRISTICKOU VYŠETŘOVNOU	56
6.1 TITULNÍ LIST	56
6.2 OBSAH.....	58
6.3 ÚVOD	58
6.4 SHRNUÍ	58
6.5 POPIS PODNIKATELSKÉ PŘÍLEŽITOSTI.....	59
6.6 MISE, VIZE A CÍLE.....	60
6.7 FINANČNÍ PLÁN	62
6.7.1 Náklady	62
6.7.2 Výnosy	76

6.7.3	Výkaz zisku a ztrát	79
6.8	ČASOVÝ PLÁN.....	81
6.9	MARKETINGOVÝ PLÁN	84
6.10	ANALÝZA RIZIK	89
7	CELKOVÉ SHRnutí PROJEKTU A VYHODNOCENÍ JEHO REALIZOVATELNOSTI	92
	ZÁVĚR.....	93
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	94
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	100
	SEZNAM TABULEK	101
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	102

ÚVOD

Oční optika a optometrie představují nedílnou součást zdravotní péče, která významně ovlivňuje kvalitu života mnoha lidí. Správná korekce zraku a odborné vyšetření optometristy mohou nejen zlepšit vidění, ale i předcházet vážnějším zdravotním komplikacím. S rostoucím počtem lidí trpících očními vadami nabývají tyto obory na významu ve společnosti. Zajištění kvalitní a dostupné péče v oblasti optiky a optometrie je proto klíčovým faktorem ovlivňujícím celkové zdraví obyvatelstva.

Cílem této diplomové práce je vytvořit podnikatelský plán pro zřízení oční optiky s optometristickou vyšetřovnou, která poskytne široké spektrum služeb od profesionálního měření zraku až po prodej kvalitních optických pomůcek.

Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. První kapitola teoretické části práce se obecně věnuje specifikům podnikání a přehledu právních forem, přičemž důraz je kladen na legislativní aspekty ovlivňující podnikání ve zdravotnictví. Ve druhé části diplomové práce je poukázáno na samotný obor oční optiky a optometrie, jejich vývoj v České republice a také možnosti studia těchto oborů. Poslední kapitola teoretické části mé práce shrnuje problematiku financování zdravotnictví. Zde je popsán legislativní rámec související se zdravotní péčí v České republice. Dále jsou rozebrány systémy financování zdravotnictví a pozornost je věnována také jednotlivým modelům zdravotnictví. Nakonec je ucelena problematika organizace zdravotní péče v České republice.

Praktická část mé diplomové práce se věnuje vypracování podnikatelského plánu s využitím strategických analýz, které napomáhají odhadnout reálnou uskutečnitelnost projektu. Mezi klíčové metody patří PESTLE analýza, SWOT analýza a Porterův model konkurenčních sil. Druhou částí práce je zpracování samotného podnikatelského plánu pro zřízení oční optiky s optometristickou vyšetřovnou ve městě Napajedla. V závěru praktické části práce je provedeno hodnocení realizovatelnosti projektu s ohledem na jeho ekonomickou udržitelnost a konkurenceschopnost na trhu.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Hlavním cílem této diplomové práce je vypracování podnikatelského plánu pro zřízení oční optiky s optometristickou vyšetřovnou ve městě Napajedla.

Tato diplomová práce čerpá maximum poznatků a zkušeností získaných z vlastní praxe v tomto oboru.

K tomu, aby byl hlavní cíl splněn, je nutné v teoretické části práce vypracovat literární rešerši, která se zaměří na podnikání, vymezení pojmů optika a optometrie a rovněž na financování zdravotnictví. Tento teoretický základ slouží jako podpora pro aplikaci praktických metod. Všechny získané poznatky jsou shrnuty na základě odborné literatury, která je uvedena v seznamu literatury.

V praktické části této diplomové práce se nachází analytická a projektová část. Cílem analytické části je zhodnotit aktuální situaci na trhu očních optik prostřednictvím PESTLE analýzy, Porterova modelu konkurenčních sil a SWOT analýzy, přičemž výsledky těchto nástrojů jsou následně shrnuty. Cílem projektové části je zpracování samotného podnikatelského plánu pro zřízení oční optiky s optometristickou vyšetřovnou.

Celkovým výsledkem této diplomové práce je komplexní podnikatelský plán pro zřízení oční optiky s optometristickou vyšetřovnou, který bude vycházet z teoretického rámce a z analýzy současného trhu. Zároveň bude tento podnikatelský plán sloužit jako podklad pro případnou praktickou realizaci.

I TEORETICKÁ ČÁST

1 PODNIKATELSKÁ ČINNOST

Dle zákona č. 513/1991 Sb. (zrušen 1.1.2014, nahrazen zákony 89/2012 Sb. a 90/2012 Sb.) se pojmem podnikání rozumí soustavná činnost, která je prováděná samostatně podnikatelem, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.

Existují čtyři základní právní předpisy, které v České republice uspořádávají podnikání (Martinovičová, 2019, s. 27):

- 1) zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
- 2) zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích)
- 3) zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon)
- 4) zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce

Podle Srpové (2010, s. 20) dnes neexistuje jednotná definice pro pojem podnikání, bez čehož nelze vytvářet a reprodukovat určité vědomosti. Vlivem různých zkoumání se proto zformovaly tři základní pojetí podnikání.

- 1) Podnikání jako proces (činnost)
- 2) Podnikání jako přístup (metoda)
- 3) Podnikání jako hodnotová orientace

Dle Srpové (2010, s. 21) je nutné pro správné chápání podnikání definovat pojmy, které jsou použity v zákoně č. 513/1991 Sb. (zákon byl 1.1.2014 zrušen) a to:

- Soustavnost
 - tento pojem neznamena konat činnosti sporadicky
 - významem slova je vykonávání činnosti opakovaně a pravidelně
- Samostatnost
 - pokud vykonává podnikání fyzická osoba, tak jedná samostatně, osobně
 - pokud je podnikatelem osoba právnická, jedná prostřednictvím vlastního statutárního orgánu

- Vlastní jméno
 - pokud podniká fyzická osoba, provádí činnost pod svým vlastním jménem a příjmením
 - právnická osoba vykonává svou činnost pod svým názvem (obchodní firmou)
- Vlastní odpovědnost
 - Každý podnikatel, čímž rozumíme jak fyzickou, tak právnickou osobu, je zodpovědný za výsledky své činnosti
- Dosažení zisku
 - Cílem činnosti je dosažení zisku, tohoto cíle nemusí být dosaženo

1.1 Podnikatel

Podnikatel, jakožto pracovní profese, byla popsána v 18. století Richardem Cantillonem, a to slovem pocházejícím z francouzského jazyka – entrepreneur. Doslovný předklad tohoto slova je „někdo, kdo jde mezi“, což může být chápáno jako „prostředník“. (Srpová, 2010, s. 32)

Podnikatelem je dle zákona č. 89/2012 Sb. o občanském zákoníku (novém) - znění od 1.1.2025

- Ten, kdo samostatně vykonává výdělečnou činnost se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku (Česko, § 420 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb.)
- Ten, kdo uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní či podobnou činností, nebo při samostatném výkonu svého povolání, popřípadě osoba jednající jménem nebo na účet podnikatele (Česko, § 420 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb.)
- osoba, která je zapsána v obchodním rejstříku (Česko, § 421 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb.)
- osoba podnikající na základě živnostenského či jiného oprávnění dle zákona (Česko, § 421 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb.)

Sídlo podnikatele je dle zákona 89/2012 Sb. definováno jako adresa, která je uvedena ve veřejném rejstříku. Pokud se fyzická osoba jako podnikatel nezapisuje do veřejného rejstříku, tak je jeho sídlem místo, kde sídlí jeho hlavní obchodní závod, nebo kde má bydliště. (Česko, § 429 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb.)

Podnikatele lze rozdělit z hlediska podnikání na primární a sekundární. Pro primárního podnikatele je typické to, že musí být fyzickou osobou a vlastníkem příslušného podniku, který mu slouží jako zdroj podnikání. Pro sekundárního podnikatele je charakteristická správa podniku příslušící primárnímu vlastníkov, kterým je delegován a od kterého přebírá všechny role a funkce. V případě neplnění funkce a role podnikatele kvůli vlastnění podniku za účelem finanční renty či čehokoliv jiného jsou vlastníci takového podniku nazýváni rentiéři. (Srpová, 2010, s. 31)

K tomu, aby byl podnikatel brán jako úspěšný, musí dle Srpové (2010, s. 35–36) splňovat vlastnosti podnikavosti a úspěchu. První vlastnost, podnikavost, se dělí na dispozice a osobní vlastnosti. Dispozice, které značí výkonnost podnikatele, dále zahrnují schopnosti, vědomosti a dovednosti. Osobní vlastnosti, které vystihují samotného podnikatele, mohou být nespecifické (všeobecné vlastnosti) a specifické (typické osobní vlastnosti). Druhou vlastností, úspěchem, rozumíme dosažení předem daného cíle. Vliv na úspěch v podnikání má motivace, která nám může pomoci předem vytyčeného cíle dosáhnout díky různým impulzům. Ty se objektivně dělí na tlak (push) a tah (pull). Zda-li je motivace typu tlak, jsou impulzy silnější, ale naopak dříve upadají – většinou nevedou k mimořádným výsledkům. Motivace tahu je charakteristická trvalejšími impulzy, které neupadají.

1.2 Podnik

Podle Srpové (2010, s. 36) existují tři základní definice podniku. První z nich je nejobecnější, která říká, že podnikem je subjekt, ve kterém se vstupy přeměňují na výstupy. Druhá, obsáhlejší definice říká, že podnik je nezávislý subjekt po ekonomické a právní stránce a je zřízený za účelem podnikání. Poslední definicí je definice právní, která vychází z legislativy. Ta říká: „*Podnik je státní organizací a právnickou osobou, jejímž prostřednictvím vykonává stát svá vlastnická práva. Podnik provozuje svým jménem a na vlastní odpovědnost podnikatelskou činnost za účelem plnění významných strategických, hospodářských, společenských, bezpečnostních nebo dalších zájmů státu.*“ (Česko, § 2 odst. 1 zákona č. 77/1997 Sb.)

Dle Martinovičové (2019, s. 15) není v českých právních předpisech konkrétně vymezen pojem podnik. Občanský zákoník avšak definuje dva pojmy, které souvisí s podnikáním – obchodní závod a rodinný závod.

Podle legislativy je obchodní závod definován jako organizovaný soubor jmění, který podnikatel vytvořil a který z jeho vůle slouží k provozování jeho činnosti. Má se za to, že závod tvoří vše, co zpravidla slouží k jeho provozu. (Česko § 502 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb.)

Rodinným závodem rozumíme závod, ve kterém společně pracují manželé nebo alespoň jedním z manželů i jejich příbuzní až do třetího stupně nebo osoby s manžely sešvagřené až do druhého stupně a který je ve vlastnictví některé z těchto osob. Na ty z nich, kteří trvale pracují pro rodinu nebo pro rodinný závod, se hledí jako na členy rodiny zúčastněné na provozu rodinného závodu. (Česko, § 700 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb.)

Hlavním cílem podniku je výroba a tržní realizace výrobků, zboží a poskytování služeb zákazníkům. Důležité je, aby podnik uspokojoval potřeby i lidem, kteří se na vývoji podniku aktivně podíleli. Úkolem podnikání je docílit maximální hodnoty podniku. (Martinovičová, 2019, s. 16)

1.3 Právní formy podnikání

Tato kapitola se zabývá nejčastějšími typy právních forem podnikání, které si podnikatel v České republice může zvolit při zakládání a následném provozování podnikatelské činnosti. Jednotlivé formy mají své specifické právní, daňové a administrativní požadavky, která mají vliv na fungování podniku a jeho řízení.

Srpová (2020, s. 165) uvádí, že se podnikatel při určování typu právní formy může opírat o tyto otázky:

- Jaký je způsob a rozsah ručení u jednotlivých právních forem podnikání?
- Kdo má oprávnění k řízení?
- Kolik musí být zakladatelů?
- Jaké jsou nároky na počáteční kapitál?
- Jaká je administrativní náročnost založení?
- Jak je to s účastí na zisku?

- Jakou budou mít možnost získat finanční prostředky?
- Jaké je daňové zatížení?
- Budu mít zveřejňovací povinnost?

Šafrová Drášilová (2019, s. 192–193) taktéž uvádí základní otázky, kterými by se měl podnikatel řídit při výběru právní formy podnikání.

- Kolik lidí bude podnik zakládat?
- Čím se bude podnik zabývat?
- Jaká jsou rizika z hlediska ručení a možných závazků?
- Jak vypadá okolí podniku?
- Jak velcí budeme na začátku a jak velcí chceme být v budoucnu?
- Jak jsme na tom s financemi?
- Jaké jsou akceptovatelné zřizovací náklady?

1.3.1 Fyzická osoba

Fyzická osoba je osoba samostatně výdělečně činná na základě živnostenského či jiného oprávnění. Příkladem je živnostník, soudní znalec nebo samostatný zemědělec. (Hučka 2021, s. 154)

Benefitem v podnikání jedné fyzické osoby je dle Šafrové Drášilové (2019, s. 193) relativně rychlé a úsporné založení, volné nakládání se ziskem, nepovinné zveřejňování informací a tím pádem ochrana obchodního tajemství. V neposlední řadě je to také primitivnější administrativa, která funguje ve spolupráci s účetnictvím. Výsledný zisk se daní pouze daní z příjmů fyzických osob. Jediným háčkem je, že fyzická osoba podniká na svou vlastní odpovědnost a platí neomezeným ručením za své závazky svým majetkem.

Fyzické osoby mohou vykonávat podnikatelskou činnost na základě živnostenského či jiného oprávnění. Podmínkou pro získání živnostenského listu je plnoletost, svéprávnost a trestní bezúhonnost. Pokud fyzická osoba všechny parametry splňuje, tak se vybraná živnostenská činnost zařadí do příslušné skupiny. Samotné živnosti se dělí na ohlašovací a koncesované. Charakteristikou ohlašovací živosti je, jak už z názvu vyplývá, že vzniká a funguje formou ohlášení. Tento typ živnosti se dále rozděluje do tří druhů. Prvním z nich je živnost řemeslná, jejíž zásadou pro provoz je zakončení studia výučním listem, maturitou

či jiným vzděláním, které souvisí s oborem zvolené živnosti. Jako řemeslný typ živnosti můžeme označit například zednictví, řeznictví a hostinskou činnost. Druhým typem je živnost vázaná, u které je nutno podstoupit vzdělání s příslušící dobu praxe, popřípadě doložit osvědčení o rekvalifikaci či složení zkoušky. Mezi vázanou živnost můžeme zařadit například masérské služby a provozování autoškoly. Posledním druhem ohlašovací živnosti je živnost volná, k jejímuž založení není nutná žádná odborná způsobilost. Mezi tento typ živnosti řadíme služby ubytovací a fotografické.

K získání a provozu koncesované živnosti je důležité, aby dala státní správa povolení k samotnému podnikání. To musí být ovšem pouze v oboru, při jehož vykonávání může být člověk ohrožen na zdraví, majetku či bezpečnosti. Mezi tyto obory patří výroba a prodej alkoholických nápojů, výroba a skladování výbušnin a munice, prodej zbraní a střeliva, provozování cestovní kanceláře a taxislužby.

Fyzické osoby mají právo podnikat i bez živnostenského oprávnění. Do těchto oborů může patřit například vodní a lesní hospodářství, zemědělská výroba, nezávislá povolání (herci, spisovatelé) a v neposlední řadě podnikání podle zvláštních předpisů (advokáti a daňoví poradci). (Šafrová Drášilová, 2019, s. 193, Srpová, 2020, s. 166–167)

1.3.2 Právnícká osoba

„Právnícká osoba je organizovaný útvar, o kterém zákon stanoví, že má právní osobnost, nebo jehož právní osobnost zákon uzná. Právnícká osoba může bez zřetele na předmět své činnosti mít práva a povinnosti, které se slučují s její právní povahou.“ (Česko, § 20 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb.)

Za právnícké osoby rozhodují statutární orgány. Definicí statutárního orgánu je dle Šafrové Drášilové (2019, s. 194) osoba či skupina osob, které plní požadavky dané zákonem.

VEŘEJNÁ OBCHODNÍ SPOLEČNOST V. O. S.

Prvním a nejstarším typem je veřejná obchodní společnost (v.o.s.). K jejímu založení jsou potřeba minimálně dvě fyzické nebo právnícké osoby. Dále musí tyto osoby vytvořit společenskou smlouvu, ve které si určí vzájemné právní vztahy a budoucí podíly. Není nutné vkládat žádný základní kapitál, avšak všichni společníci ručí celým svým majetkem za své závazky bez rozdílu. (Šafrová Drášilová, 2019, s. 194, Srpová, 2010, s. 71–73)

KOMANDITNÍ SPOLEČNOST K. S.

Další, méně častou formou, je komanditní společnost (k.s.), pro jejíž založení je potřeba taktéž minimálně dvou společníků – komanditistů a komplementářů, kteří musí sepsat společenskou smlouvu. Rozdíl mezi nimi je jednoznačný – komanditista za svůj majetek ručí pouze do výše vloženého kapitálu (minimum je 5000 Kč) a ze společnosti nemůže vystoupit. Naopak komplementář nemá povinnost vkládat kapitál, tím pádem ručí celým svým majetkem. (Šafrová Drášilová, 2019, s. 194–195, Srpová, 2010, s. 73–75)

SPOLEČNOST S RUČENÍM OMEZENÝM S. R. O

Jednou z nejčastějších forem podnikání je společnost s ručením omezeným (s.r.o.). Výhodou je, že ke vzniku této společnosti stačí pouze jedna osoba s minimálním základním kapitálem (například 1 Kč). Za své závazky pak společnost s ručením omezeným ručí celým svým majetkem, samotní společníci ručí pouze do výše nesplaceného vkladu. Všichni jsou zároveň členy valné hromady, ve které se hlasuje o důležitostech podniku. (Šafrová Drášilová, 2019, s. 195–196, Srpová, 2020, s. 181)

DRUŽSTVO

Poměrně výjimečným orgánem je takzvané družstvo. K založení tohoto typu podnikání jsou potřeba minimálně tři osoby, kteří musí vložit základní kapitál. Primárním cílem družstva nemusí být plnění podnikatelské činnosti, nýbrž spojování osob se společnými zájmy. Vybrané osoby, které rozhodují o chodu a řízení družstva, volí členská schůze. Tento proces má pod dohledem kontrolní komise. (Šafrová Drášilová, 2019, s. 196, Srpová, 2010, s. 82–85)

AKCIOVÁ SPOLEČNOST A. S.

Nejnákladnější formou podnikání je akciová společnost, která vzniká uzavřením zakladatelské smlouvy. K jejímu založení je potřeba vložení poměrně vysokého minimálního kapitálu, který činí 2 000 000 Kč. Tento základní kapitál je dále rozdělen do jednotlivých akcií. Každou z těchto akcií může vlastnit osoba, která má následně možnost podílení se na zisku a řízení akciové společnosti. Všichni vlastníci akcií, akcionáři, jsou členové valné hromady a společně volí členy představenstva, jejichž činnost kontroluje dozorčí rada. (Šafrová Drášilová, 2019, s. 197, Srpová, 2010, s. 79–82)

2 OČNÍ OPTIKA A OPTOMETRIE

Optika je vědní obor, který se zabývá viděním, světlem a s ním spojeným šířením světelných paprsků. S oborem optika taktéž souvisí pojem optik, což je pověřená osoba, která provádí zhotovení dioptrických brýlí, ať už podle oftalmologického předpisu (od očního lékaře) či podle změření zraku optometristou.

Zdravotnický a nelékařský obor optometrie se zaměřuje na vyšetření a zhodnocení funkcí zraku, stanovení správné dioptrické korekce, aplikaci kontaktních čoček a odborné poradenství týkající se výběru optimální korekční pomůcky. Optometrista avšak nemůže určovat diagnózy a ani léčit žádné oční choroby. (Společenstvo českých optiků a optometristů, 2024)

2.1 Historie v České republice

Historie těchto dvou oborů je poměrně bohatá. V České republice bylo velmi rozvinuté sklářství, což značně podpořilo vývoj optiky. Optometrie byla zpočátku vyučována formou doškolovacího kurzu, který bylo možné absolvovat po studiu optiky. Jako samostatný vysokoškolský obor se začala vyučovat později, v roce 1986, na Univerzitě Palackého v Olomouci.

Po roce 1989 došlo k postupnému zlepšení a zvýšení úrovně vzdělávání optometrie na mezinárodní standart. Stalo se tak díky zapojení Společenstva optiky a optometrie do evropských i mezinárodních profesních aktivit a organizování řady významných národních i mezinárodních vzdělávacích kongresů. Tato snaha byla podpořena soustavným lobováním představitelů Společenstva optiky a optometrie, což vedlo k úpravě národní legislativy. V roce 2005 tak byla optometrie uznána jako samostatná zdravotnická profese.

Oční optika a optometrie jsou v České republice dvě samostatné profese, které jsou ovšem úzce propojeny. Oční optika spadá do kompetence Ministerstvu průmyslu a obchodu, zatímco optometrie je regulována Ministerstvem zdravotnictví. (Společenstvo českých optiků a optometristů, 2024)

2.2 Studium

Vzdělání těchto dvou oborů je zcela odlišné. Oční optici studují na středních a vyšších odborných školách. Po absolvování základní školy mohou zájemci nastoupit na čtyřleté odborné studium, které je následně zakončeno maturitní zkouškou a student získá titul „oční

optik“. Poté může absolvent střední odborné školy nastoupit na tříleté vyšší odborné studium, které je zakončeno absolutoriem, kde student získá titul „DiS“ – diplomovaný specialista.

Naopak optometristé studují na univerzitách. První částí studia je tříletý denní bakalářský program, který je určen pro absolventy středních škol či gymnázií. Tento program je zakončený bakalářskou zkouškou a také získáním titulu „Bc“ – bakalář. Navazující dvouletý denní magisterský program je určen pro absolventy bakalářského studia. Je zakončen magisterskou zkouškou a získáním titulu „Mgr“ – magistr. (Společenstvo českých optiků a optometristů, 2024)

STŘEDNÍ A VYŠŠÍ ODBORNÉ ŠKOLY PRO OČNÍ OPTIKY

1) Vyšší odborná škola zdravotnická a Střední zdravotnická škola

- Praha 1, Alšovo nábřeží 6
- Obor oční optik, čtyřleté denní studium ukončené maturitní zkouškou
- Obor diplomovaný oční optik, tříleté denní nebo kombinované vyšší odborné studium ukončené absolutoriem (Vyšší odborná škola zdravotnická a Střední zdravotnická škola a Gymnázium, 2024)

2) Střední zdravotnická škola a Vyšší odborná škola zdravotnická

- Brno, Merhautova 15
- Obor oční optik, čtyřleté denní studium, ukončené maturitní zkouškou
- Obor diplomovaný oční optik, tříleté denní nebo kombinované vyšší odborné studium ukončené absolutoriem (Střední zdravotnická škola a Vyšší odborná škola zdravotnická Brno, 2024)

3) Vyšší odborná škola zdravotnická, managementu a veřejnosprávních studií, s.r.o.

- Plzeň, Ledecká 35
- Obor diplomovaný oční optik, tříleté denní nebo kombinované vyšší odborné studium ukončené absolutoriem (Vyšší odborná škola zdravotnická, managementu a veřejnosprávních studií, 2024)

4) Vyšší odborná škola – Diplomovaný oční technik, s.r.o.

- Pardubice, Masarykovo náměstí 1484
- Obor diplomovaný oční optik, tříleté denní nebo dálkové vyšší odborné studium ukončené absolutoriem (Vyšší odborná škola Diplomovaný oční technik, 2024)

5) AHOL Střední odborná škola

- Ostrava – Vítkovice, Náměstí Jiřího z Poděbrad 301/26
- Obor oční optik, čtyřleté denní studium ukončené maturitní zkouškou (AHOL – Střední odborná škola, 2023)

UNIVERZITY PRO OPTOMETRISTY

1) Univerzita Palackého, Přírodovědecká fakulta

- Olomouc, 17. listopadu 1192/12
- Obor optometrie, tříleté prezenční studium ukončené bakalářskou zkouškou
- Obor optometrie, navazující magisterské dvouleté prezenční studium ukončené magisterskou zkouškou (Katedra optiky, 2008)

2) Masarykova univerzita, Lékařská fakulta

- Brno, Komenského náměstí 220/2
- Obor optika a optometrie, tříleté prezenční studium ukončené bakalářskou zkouškou
- Obor optometrie, navazující magisterské dvouleté prezenční studium ukončené magisterskou zkouškou (Masarykova univerzita, 2025)

3) ČVUT, Fakulta biomedicínského inženýrství

- Kladno, Nám. Sítná 3105
- Obor optika a optometrie, tříleté prezenční studium ukončené bakalářskou zkouškou (ČVUT v Praze – FBMI, 2025)

3 FINANCOVÁNÍ ZDRAVOTNICTVÍ

Veřejné zdravotnictví je dle Hamplové (2020, s. 63) multidisciplinární obor. Skládá se jak z medicínských, tak ze společenskovedních oborů, díky nimž je zdraví široce chápáno.

3.1 Legislativní rámec

Legislativní rámec financování zdravotnictví se skládá z právních předpisů České republiky upravujících zdravotní péči, zdravotní pojištění, zdravotní pojišťovny a další související oblasti. (Šatera, 2012, s. 29, 55)

- **Zákon č. 48/1997 Sb.**, o veřejném zdravotním pojištění
- **Zákon č. 592/1992 Sb.**, o pojistném na všeobecné zdravotní pojištění
- **Zákon č. 20/1966 Sb.**, o péči o zdraví lidu
- **Zákon č. 551/1991 Sb.**, o VZP ČR
- **Zákon č. 280/1991 Sb.**, o resortních, oborových, podnikových a dalších zdravotních pojišťovnách
- **Zákon č. 372/2011 Sb.**, o zdravotních službách a podmínkách jejich poskytování (Česko, zákon č. 372/2011 Sb.)
- **Zákon č. 307/2012 Sb.**, o místní a časové dostupnosti zdravotních služeb (Česko, nařízení vlády č. 307/2012)

Je nutné, aby české právní normy byly v souladu s evropskou právní úpravou, jelikož se Česká republika stala 1. května 2004 členem Evropské unie. (Šatera, 2012, s. 29, 55)

- Nařízení Rady EHS č. 1408/71 a provádějící předpis Nařízení Rady EHS č. 574/72
- Judikatura Evropského soudního dvora (EDS) v oblasti poskytování zdravotní péče (Šatera, 2012, s. 29, 55)

3.2 Systémy financování zdravotnictví

Zdravotnické systémy je možné charakterizovat jako soubor vztahů mezi veřejností, poskytovateli zdravotní péče, financujícími subjekty a orgány reprezentující vládní politiku. (Šatera, 2012, s. 20) Tyto systémy mají za sebou dlouhý a složitý vývoj, musí být dostupné, výkonné a zdravotní péče musí být kvalitní. Financování zdravotnictví je po celém světě poměrně rozmanité. Cílem zdravotnických systému je vylepšení zdraví obyvatelstva. (Šatera, 2012, s. 20, Hamplová, 2020, s. 63)

V základu se zdravotnické systémy dělí podle subjektu hradící zdravotní péči na dva typy. Prvním z nich je model státního zdravotnictví, kdy je zdravotní péče financována ze státního rozpočtu pomocí daní. Mezi příklady lze zařadit Beveridgeův a Semaškův model. Druhým typem zdravotnických systému je model pojištění, které může být povinné (veřejné) nebo komerční. Veřejné pojištění, které je rozsáhlé v Evropě, funguje na principu povinných plateb zdravotním pojišťovnám, které jsou následně užity k úhradě poskytnuté péče. Naopak komerční pojištění, rozšířené v USA, pracuje v rámci individuální pojistky. (Šatera, 2012, s. 21, Hamplová, 2020, s. 64).

BEVERIDGEŮV MODEL

Tento typ modelu může být nazýván také jako model národní zdravotní služby a je užívaný například ve Velké Británii, severských státech (Švédsko, Finsko, Dánsko, Norsko), ve Španělsku, Portugalsku, Řecku, Itálii, Novém Zélandu a v Austrálii. Zdravotní péče je financována ze státního rozpočtu, konkrétně z daní. Populaci je tedy přislíbena bezplatná zdravotní péče, poskytována ve veřejných zdravotnických zařízeních, které jsou ve vlastnictví státu. Pracovníci v těchto zařízeních jsou zaměstnanci státu. Zdravotní péče musí být dostupná a přístup k praktickým lékařům neomezený. Nevýhodou jsou tedy dlouhé čekací doby a nedostatečná péče o vlastní zdraví jednotlivce. (Šatera, 2012, s. 23–24, Hamplová, 2020, s. 64–65).

SEMAŠKŮV MODEL

V tomto případě jsou zdravotnické služby hrazeny pouze státem. Semaškův model je vyznačován nulovým počtem soukromých zdravotních služeb. Pozitivní na tomto modelu je, že jsou zdravotní služby dostupné a rovnost v přístupu k péči. S těmito výhodami přichází i negativa, které spočívají v dlouhých čekacích dobách a nesvobodná volba lékaře či zařízení. (Hamplová, 2020, s. 65)

BISMARCKŮV MODEL

Bismarckův model je model sociálního zdravotního pojištění. Je také nejstarším druhem modelu zdravotního pojištění, jeho počátky sahají až do 19. století. Nyní se s tímto typem pojištění lze setkat v České republice, Polsku, Německu, Rakousku, Maďarsku a na Slovensku.

Bismarckův model pracuje na principu všeobecného zdravotního pojištění, kdy si obyvatelé povinně tuto službu předplácí a je z ní následně hrazena zdravotní péče. Výše úhrady zdravotního pojištění závisí na finančních možnostech jednotlivce, většinou se odvádí určité procento z vyměřovacího základu. Za osoby bez jakéhokoliv příjmu hradí zdravotní pojištění stát. V případě Bismarckova modelu fungují na trhu zdravotní pojišťovny, které následně hradí provedenou zdravotní péči.

Hamplová (2020) a Šatera (2012) uvádí výhody a nevýhody tohoto modelu. Mezi výhody patří vysoká kvalita a dostupnost zdravotní péče. Pojištěný jedinec má jistotu v poskytnutí zdravotní péče u kteréhokoliv lékaře, kterého má právo si sám zvolit. Jako nevýhody tohoto systému lze uvést vyšší administrativní náklady například na provoz pojišťoven či na platy příslušného personálu. Další nevýhodou je nepřehledný systém úhrad. (Hamplová, 2020, s. 65–66, Šatera, 2012, s. 24–25)

TRŽNÍ MODEL

Tržní model, se kterým je možné se setkat v USA, funguje na principu dobrovolného pojištění. Pokud tedy jedinec trpí zdravotními obtížemi, zdravotní pojišťovna není nucena daného člověka pojistit. Podle Šatery (2012) americké zdravotnictví stále odmítá již zmíněný sociální model a naopak uznává myšlenky liberalismu. Hamplová (2020) uvádí, že se tržní model rozděluje na dva druhy. Prvním druhem je pojištění zaměstnanecká, kdy zaměstnavatel daného jedince přispívá na zdravotní pojištění. Druhou formou je pojištění individuální, tedy dobrovolné.

Hlavní předností liberálního modelu je vysoká kvalita zdravotní péče, jejíž nabídku stát negarantuje a nekontroluje. Je chápána jako zboží a každý jedinec je tedy sám zodpovědný za své zdraví a následnou léčebnou péči, kterou si hradí individuálně a nebo ji uhradí jeho komerční pojišťovna. Nevýhodou tohoto modelu je nízká dostupnost zdravotní péče a skrz to i chabá preventivní péče. S tímto souvisí i velká část nepojištěné populace. (Hamplová, 2020, s. 66, Šatera, 2012, s. 21–22)

3.3 Organizace zdravotní péče v České republice

Zdravotní péče podle Národního zdravotnického informačního portálu (2025) představuje souhrn úkonů a opatření prováděných u jednotlivců s cílem prevence, diagnostiky a léčby nemocí a vad (vrozených, získaných či zdravotních komplikací). Zahrnuje také obnovu a zlepšování zdravotního stavu, prodloužení života, zmírnění bolesti a utrpení, podporu v oblasti reprodukce a porodu. Dále posuzování zdravotního stavu či odborná lékařská vyšetření v souladu se zákonem č. 65/2017 Sb., pojednávajícím o ochraně zdraví před negativními dopady návykových látek. Do zdravotní péče spadají preventivní, diagnostické, terapeutické, rehabilitační, ošetrovatelské a další medicínské zákroky prováděné kvalifikovanými zdravotnickými pracovníky.

Celkově je systém zdravotnictví v České republice jeden z nejvíce solidárních na světě. Zdravotní péče je zde placena z veřejného zdravotního pojištění, které je povinné a lidé si ho předplácí. V tomto systému existuje i výjimka, která spočívá v tom, že zdravotní pojištění hradí v určitých případech stát. Vztahuje se na nezaopatřené děti, uživatele důchodu, příjemce rodičovského příspěvku, matky na mateřské dovolené či osoby na rodičovské dovolené a také za osoby na úřadu práce. Osoby, pocházející z ciziny, mohou být součástí veřejného zdravotního pojištění pouze za předpokladu trvalého pobytu v České republice či pokud jsou zaměstnání u zaměstnavatele s trvalým pobytem v ČR a nebo se jeho sídlo nachází na území ČR. Součástí povinných daní je spolu se zdravotním pojištěním též pojištění sociální. Oba typy pojištění jsou zaměstnanci z části odváděny automaticky z hrubé mzdy. Druhou část za zaměstnance hradí jejich zaměstnavatel. Tyto poplatky si hradí i osoby samostatně výdělečně činné v rámci povinných odvodů ze svého vyměřovacího základu.

Tabulka 1 Výše úhrad zdravotního a sociálního pojištění

	ZDRAVOTNÍ POJIŠTĚNÍ	SOCIÁLNÍ POJIŠTĚNÍ	ÚHRADA CELKEM
ÚHRADA ZAMĚSTNAVATELE	9 %	24,8 %	33,8 %
ÚHRADA ZAMĚSTNANCE	4,5 %	7,1 %	11,6 %
OSVČ	13,5 %	29,2 %	42,7 %

(zdroj: Hamplová 2020, s. 67–68, Česká správa sociálního zabezpečení, 2025)

Dle Ministerstva zdravotnictví (2024) působilo od roku 1993 na území České republiky celkem 29 pojišťoven. Aktuálně funguje v České republice 7 pojišťoven, jsou jimi:

- 1) Všeobecná zdravotní pojišťovna České republiky (VZP ČR) – kód: 111
- 2) Vojenská zdravotní pojišťovna České republiky (VoZP ČR) – kód: 201
- 3) Česká průmyslová zdravotní pojišťovna (ČPZP) – kód: 205
- 4) Oborová zdravotní pojišťovna zaměstnanců, bank, pojišťoven a stavebnictví (OZP) – kód: 207
- 5) Zaměstnanecká pojišťovna Škoda (ZPŠ) – kód: 209
- 6) Zdravotní pojišťovna ministerstva vnitra České republiky (ZPMV ČR) – kód: 211
- 7) Revírní bratrská pokladna, zdravotní pojišťovna (RBP) – kód: 213

V České republice jsou samozřejmě k dispozici úkony, které pojištěnci hradí sami, jelikož spadají do kategorie tzv. nadstandartní péče. Jsou zde zahrnuté zdravotní výkony, léčivé přípravky a zdravotnické prostředky. Do této nadstandartní péče patří například plastické operace, stomatologické výkony a vydávání potvrzení o zdravotním stavu (vydání řidičského průkazu, zdravotního průkazu). Pojištěnci si částečně hradí i určité léčivé přípravky, které spadají do různých kategorií podle doplatků. (Hamplová, 2020, s. 69)

Poplatníci veřejného zdravotního pojištění mají dle Hamplové (2020, s. 72) určitá práva. Jedním z nich je plné právo na samostatný výběr své zdravotní pojišťovny. Tu může pojištěnec následně měnit jen jedenkrát za rok. Dalším právem pojistníka je možnost vybrat si svého poskytovatele zdravotních služeb, jenž musí být smluvně vázán s příslušnou pojišťovnou. Tyto služby by měly být časově i místně dostupné. (Hamplová, 2020, s. 72, 73)

V případě, že pojištěnec nemůže najít dostupného lékaře, měl by se obrátit na svou zdravotní pojišťovnu, která je povinna mu poskytnout přehled smluvních zdravotnických zařízení v jeho regionu, jež aktuálně přijímají nové pacienty. Základním právem je možnost volby poskytovatele zdravotních služeb dle preferencí pacienta. Pokud žádný z uvedených lékařů registraci pacienta neumožní, je na zdravotní pojišťovně, aby zajistila daného poskytovatele, který pacienta přijme do své péče. Další variantou je ověřit možnost registrace prostřednictvím webových stránek Sdružení praktických lékařů či České

stomatologické komory, které zveřejňují seznamy lékařů aktuálně přijímajících nové pacienty. (Národní zdravotní informační portál, 2024)

4 CELKOVÉ SHRNU TÍ TEORETICKÉ ČÁSTI

Teoretická část mé práce, která je členěná do tří hlavních kapitol, poskytuje klíčový teoretický základ pro pochopení problematiky podnikání, oborů oční optiky a optometrie a také financování zdravotnictví v České republice.

První kapitola se zaměřila na obecné aspekty podnikání a vysvětlila základní pojmy související s touto problematikou. Pozornost byla věnována definicím podnikání, jeho významu v ekonomice a faktorům ovlivňujícím podnikatelské prostředí. Důležitou součástí této kapitoly byl přehled právních norem podnikání v České republice, včetně jejich výhod a nevýhod, což je zásadní pro rozhodování o vhodné organizační struktuře nově vznikajícího podniku.

Druhá kapitola byla věnovaná oční optice s optometrií jakožto zdravotnickému oboru zaměřeného na korekci zrakových vad a prevenci očních onemocnění. Kapitola obsahovala i stručný přehled historie těchto oborů. Dále byl uveden přehled možností studia optiky a optometrie v České republice a požadavky na jejich odbornou způsobilost.

Poslední, třetí, kapitola teoretické části práce se soustředila na problematiku financování zdravotnictví v České republice. Podrobně popsala systém veřejného zdravotního pojištění, úhradové mechanismy a role zdravotních pojišťoven v systému financování zdravotní péče. Kapitola se věnovala i různým modelům financování zdravotních služeb, včetně jejich výhod a nevýhod.

Celkově teoretická část poskytla ucelený přehled o všech klíčových aspektech souvisejících s podnikáním. Díky kombinaci ekonomických, právních a zdravotnických hledisek vytvořila pevný základ pro následnou analýzu trhu a zpracování podnikatelského plánu v praktické části práce.

Mezi nejvíce používané literární zdroje v teoretické části byly od doc. Ing. Jitky Srpové, CSc. (Základy podnikání, 2010 a Začínáme podnikat, 2020), doc. Ing. Dany Martinovičové, Ph.D. (Úvod do podnikové ekonomiky, 2019), Ing. Bc. Aleny Šafrové Drášilové, Ph.D. (Základy úspěšného podnikání, 2019), doc. MUDr. Lidmily Hamplové, Ph.D. (Veřejné zdravotnictví a výchova ke zdraví, 2020) a Ing. Karla Šatery, Ph.D., MBA (Zdravotní pojištění a ekonomika, 2012).

II PRAKTICKÁ ČÁST

5 APLIKACE ANALÝZ K VYPRACOVÁNÍ PODNIKATELSKÉHO PLÁNU

V rámci analýz, které jsou potřebné k vypracování podnikatelského plánu pro zřízení oční optiky s optometristickou vyšetřovnou, bude aplikována PESTLE analýza, SWOT analýza a Porterův model konkurenčních sil.

5.1 PESTLE analýza

PESTLE analýza je strategický nástroj používaný k analýze makroprostředí organizace. Zkoumá tedy vnější faktory, které mohou ovlivnit podnikání. Dělí se do šesti kategorií, jejichž první písmeno názvu z anglického jazyka značí zkratku analýzy. Patří mezi ně faktory politické (political), ekonomické (economic), sociální (social), technologické (technological), právní (legal) a ekologické (environmental). (Fotr et al., 2020, s. 57–60)

POLITICKÉ FAKTORY

Politické faktory vychází z politického dění, s čímž úzce souvisí legislativa, zákony či vyhlášky. (Slouka, 2019, s. 55)

Oční optika a optometristická vyšetřovna poskytují služby spojené s měřením zraku a diagnostikou zrakových vad, což vyžaduje splnění určitých odborných a legislativních podmínek. V České republice je provoz optiky a optometristická vyšetřovny regulován několika klíčovými zákony a vyhláškami.

OČNÍ OPTIKA (Společenstvo českých optiků a optometristů 2016, s. 2)

- **Zákon 455/1991 Sb.**, živnostenský zákon
- **Nařízení vlády č. 278/2008 Sb.**, o obsahových náplních jednotlivých živností
- **Zákon č. 268/2014 Sb.**, o zdravotnických prostředcích – nyní **zákon č. 375/2022 Sb.**, o zdravotních prostředcích a diagnostických zdravotnických prostředcích (Česko, zákon č. 375/2022 Sb.)
- **Nařízení vlády č. 54/2015 Sb.**, o technických požadavcích na ZP
- **Vyhláška č. 62/2015 Sb.**, o provedení některých ustanovení zákona o ZP
- **Zákon 22/1997 Sb.**, o technických požadavcích na výrobky
- **Zákon č. 372/2011 Sb.**, o zdravotních službách

- **Vyhláška č. 99/2012 Sb.**, o požadavcích na minimální personální zabezpečení zdravotních služeb
- **Vyhláška č. 92/2012 Sb.**, o požadavcích na minimální technické a věcné vybavení zdravotnických zařízení – stanovuje požadavky na technické vybavení pro činnosti provozované optometristou
- **Zákon č. 48/1997 Sb.**, o veřejném zdravotním pojištění
- **Zákon č. 634/1992 Sb.**, o ochraně spotřebitele

OPTOMETRIE (Společenstvo českých optiků a optometristů 2018, s. 2–3)

- **Zákon č. 372/2011 Sb.**, o zdravotních službách
- **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. 373/2016 Sb.**, o předávání údajů do Národního zdravotnického informačního systému
- **Zákon č. 101/2000 Sb.**, o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů
- **Zákon č. 258/2000 Sb.**, o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících zákonů
- **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
- **Zákon č. 96/2004 Sb.**, o podmínkách získávání a uznávání způsobilosti k výkonu nelékařských zdravotnických povolání a k výkonu činností souvisejících s poskytováním zdravotní péče a o změně některých souvisejících zákonů
- **Vyhláška č. 55/2011 Sb.**, o činnostech zdravotnických pracovníků a jiných odborných pracovníků

- **Zákon č. 268/2014 Sb.**, o zdravotnických prostředcích
- **Vyhláška č. 62/2015 Sb.** o provedení některých ustanovení zákona o ZP
- **Nařízení vlády č. 54/2015 Sb.**, o technických požadavcích na ZP
- **Zákon č. 48/1997 Sb.**, o veřejném zdravotním pojištění
- **Zákon č. 455/1991 Sb.**, o živnostenském podnikání

EKONOMICKÉ FAKTORY

Dle Slouky (2019, s. 55) jsou ekonomické faktory závislé na ekonomickém vývoji, inflaci či vývoji směnných kurzů. Ve zdravotnictví mají tyto faktory vliv i na koupěschopnost zákazníků, s čímž souvisí také poptávka po zboží. (Slouka, 2019, s. 55)

V období ekonomické prosperity mají lidé tendenci více investovat do svého zdraví, včetně kvalitních korekčních pomůcek a preventivních vyšetření. Naopak v období ekonomické recese může dojít k poklesu poptávky, což vyžaduje následné strategické plánování a efektivní řízení nákladů.

Aktuální ekonomické podmínky

V současné době česká ekonomika prochází mírným růstem, což se pozitivně odráží na kupní síle obyvatelstva. Podle údajů Českého statistického úřadu (2025) došlo k nárůstu HDP o 1 % v posledním roce. Obecná míra nezaměstnanosti činila za 4. čtvrtletí roku 2024 3,9 %. Průměrná roční míra inflace v roce 2024 byla 2,4 %, což je výrazný pokles z roku 2023, kdy hodnota činila 10,7 %. Tento pokles inflace tedy naznačuje stabilizaci cenové hladiny a zlepšení kupní síly obyvatelstva. (Český statistický úřad, 2025 a Česká národní banka, 2025)

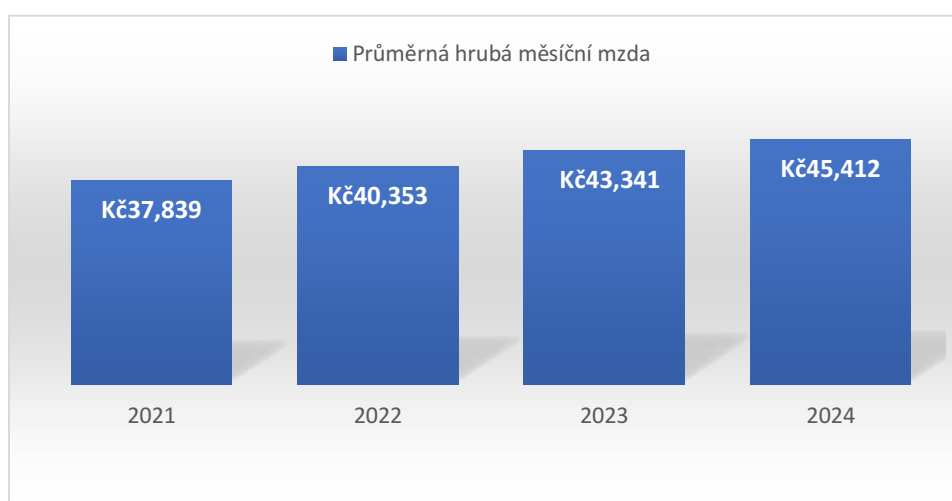
Tabulka 2 Vývoj ekonomických ukazatelů v letech 2022–2024

	2022	2023	2024
HDP	1 %	0,1 %	1,8 %
MÍRA NEZAMĚSTNANOSTI	3,7 %	3,7 %	3,9 %
PRŮMĚRNÁ ROČNÍ MÍRA INFLACE	15,1 %	10,7 %	2,4 %

(zdroj: Český statistický úřad, 2025)

V České republice ve 3. čtvrtletí roku 2024 dosáhla průměrná hrubá měsíční mzda hodnoty 45 412 Kč, což představuje meziroční nárůst o 7 %. Ve skutečnosti ovšem hrubá mzda vzrostla po zohlednění inflace o 4,6 %. (Česká národní banka, 2025)

Růst reálných mezd zvyšuje disponibilní příjem domácností, což může vést k vyšší ochotě investovat do kvalitnějších očních pomůcek a preventivních vyšetření. Každopádně i přes růst mezd zůstává populace citlivá na ceny. Nabídka různých cenových kategorií produktů a služeb může oslovit širší spektrum zákazníků.



Obrázek 1 Průměrná hrubá měsíční mzda od roku 2021 do roku 2024

(zdroj: Český statistický úřad, 2025)

Nárůst výskytu očních vad

Kromě stárnutí populace dochází i k nárůstu očních vad u mladších věkových skupin. Alarmující je zejména zvýšení počtu dětí s krátkozrakostí (myopií), kterých je už zhruba 200 000. Za posledních deset let se počet dětí s touto vadou zvýšil o 15 798, což představuje 30 %. U teenagerů se zvýšila prevalence krátkozrakosti z 60 tisíc (rok 2013) na 82 tisíc (2023). Tento trend je často připisován zvýšenému času strávenému před obrazovkami a nedostatku venkovních aktivit. (Kulasová, 2024) Celkově má problémy se zrakem přibližně 10 % populace, přičemž každý třetí člověk nosí brýle nebo kontaktní čočky. (Centrum Zraku, 2022) S rostoucím povědomím o důležitosti péče o zrak a dostupnosti moderních diagnostických metod lze očekávat další nárůst poptávky po optických službách, brýlích a kontaktních čočkách.

Počet živností v oboru oční optiky

Dle Odboru živností a spotřebitelské legislativy (2024) je v České republice celkem 1542 živností v oboru oční optiky. Nejvíce optik se nachází v Praze s celkovým počtem 340. Naopak nejméně optik se nachází v Karlovarském a Královéhradeckém kraji s totožným počtem 48. Ovšem Královéhradecký kraj má dle Českého statistického úřadu (2025) k datu 1.1. 2024 o 261 872 obyvatel více než kraj Karlovarský, který má zároveň nejméně obyvatel ze všech krajů.

Tabulka 3 Počet živností a počet obyvatel v České republice

KRAJ ČR	POČET ŽIVNOSTÍ	POČET OBYVATEL
Hlavní město Praha	340	1 384 732
Středočeský kraj	198	1 455 940
Jihočeský kraj	84	654 505
Plzeňský kraj	90	613 374
Karlovarský kraj	48	295 077
Ústecký kraj	89	811 169
Liberecký kraj	54	450 728
Královéhradecký kraj	48	556 949
Pardubický kraj	57	530 560
Kraj Vysočina	50	517 960
Jihomoravský kraj	195	1 226 749
Olomoucký kraj	75	632 864
Moravskoslezský kraj	151	1 189 204
Zlínský kraj	63	580 744
Celkem	1542	10 900 555

(zdroj: Odbor živností a spotřebitelské legislativy 2024, Český statistický úřad 2025)

SOCIÁLNÍ FAKTORY

Dle Slouky (2017, s. 56) jsou sociální faktory rozsáhlé. Lze do těchto vlivů zařadit demografické, společenské, sociální a kulturní vlivy. Je tedy možné do sociálních faktorů zahrnout například věkové rozložení obyvatelstva. (Slouka, 2017, s. 56). V oblasti oční optiky a optometristických služeb mají sociální faktory přímý dopad především na to, jakým způsobem jsou poskytovány služby, jaká je poptávka a jaký druh produktů si lidé vybírají.

Zvyšující se povědomí o zdraví a prevenci

Sociální změny v oblasti zdraví, jako je rostoucí důraz na prevenci a zdravý životní styl, ovlivňují chování spotřebitelů v oblasti optických služeb. Lidé jsou dnes více informováni o významu preventivních vyšetření zraku, která mohou pomoci včas diagnostikovat oční onemocnění, jež by mohlo vést k vážným zdravotním problémům. Oční optiky by například mohly spolupracovat s veřejnými kampaněmi, které zdůrazňují důležitost prevence. Dále lze využívat věrnostní programy, slevy pro pravidelné kontroly zraku a přilákat tak více zákazníků.

Změny životního stylu

Moderní životní styl, zahrnující časté užívání digitálních zařízení, jako jsou mobily, počítače či tablety, má přímý vliv na zdraví očí. Dlouhodobé sledování těchto obrazovek může vést k oční únavě, čímž trpí čím dál více dospělých a dětí. Stále více lidí tedy vyhledává brýle určené pro práci s digitálními technologiemi a které chrání oči proti modrému světlu.

Spotřebitelské očekávání

Do sociálních faktorů lze rovněž zařadit i měnící se očekávání zákazníků. Týká se kvality služeb, péče o zákazníky a flexibilních možností nákupu. Lidé tedy očekávají kvalitní produkty a také vynikající zákaznický servis a možnost výběru z široké nabídky. Někteří klienti si potrpí na designu brýlí a vybírají si tak podle značky a stylu. Móda má tedy určitý vliv na poptávku.

Vzhledem k rostoucímu trendu nakupování online mohou optiky zvážit vytvoření vlastního e-shopu, který by nabízel brýle a kontaktní čočky na míru. Případně možnost online objednání na oční vyšetření a měření zraku. Nevýhodou však je, že růst online prodeje brýlí v různých online obchodech, bez nutnosti návštěvy, může snižovat počet zákazníků v kamenných optikách.

Demografické změny

Jedním z nejvýznamnějších sociálních faktorů, který ovlivňuje poptávku v oboru optiky a optometrie, je stárnutí populace. Tento trend je patrný nejen v České republice, ale i v mnoha dalších zemích. Podle Českého statistického úřadu se podíl osob ve věku nad 65 let stále zvyšuje. Očekává se, že do roku 2050 bude tvořit téměř 30 % celé české populace. (Český statistický úřad, 2025)

Česká republika má podle nejnovějších dat 10 900 555 obyvatel, jejichž průměrný věk činí 42,8 let. Demografické projekce ukazují na výrazné stárnutí české populace v nadcházejících desetiletích. Podle údajů Českého statistického úřadu (2025) počet obyvatel ve věku 65 a více let vzrostl z 2,2 milionu na počátku roku 2023 na 2 237 322 na konci téhož roku, což představuje meziroční nárůst o 29,5 tisíce (1,3 %). Projekce naznačují, že do poloviny století by počet seniorů mohl dosáhnout až 3,1 milionu, což by znamenalo nárůst jejich podílu z aktuálních 20,5 % na přibližně 29 %. (Seznam Zprávy, 2023) Z tabulky číslo 3 je možné vyčíst stále zvyšující se počet obyvatel nad 65 let od roku 2021 do roku 2023. Stárnutí populace je spojeno s vyšším výskytem očních onemocnění, jako jsou katarakta, glaukom či makulární degenerace. Tento trend zvyšuje poptávku po specializovaných očních a preventivních vyšetřeních zaměřených na včasnou diagnostiku a léčbu těchto onemocnění. Zároveň tato data poukazují na skutečnost, že se zvyšujícím počtem stárnoucí populace budou zvýšena poptávka po brýlích na čtení, kvůli stařecké vetchozrakosti (presbyopii), které jsou pro tuto část populace nezbytnou součástí pro běžné fungování.

Počet dětí a lidí, kteří se nacházejí a aktivním věku, by se měl naopak snižovat. Děti do 14 let by mohlo být 1,41 milionu z aktuálních 1,75 milionu. Zároveň počet lidí od 15 do 64 let se může snížit z 6,87 milionu na předpokládaných 6,18 milionu. Celkový podíl dětí do 14 let se tak může snížit z 16,2 % na 11,4 %, a obyvatel od 15 do 64 let z 63,4 % na 54,4 %. (Seznam Zprávy, 2023)

Tabulka 4 Počet obyvatel v jednotlivých věkových kategoriích v ČR

Rok	0-14 let	15-64 let	65+ let	Celkem
2021	1 693 408	6 654 190	2 169 109	10 516 707
2022	1 750 808	6 868 872	2 207 849	10 827 529
2023	1 727 758	6 935 475	2 237 322	10 990 555

(zdroj: Český statistický úřad 2025)

TECHNOLOGICKÉ FAKTORY

Technologický pokrok je dle Slouky (2017, s. 57) vedoucí oblastí v konkurenceschopnosti firmy a schopnost udržet krok s neustálým vývojem technologií je důležitá k přežití firmy.

Moderní technologie umožňují nejen zefektivnit diagnostiku, ale také zlepšit kvalitu služeb a nabídnout zákazníkům inovativní produkty. V oblasti optiky a optometrie jsou technologie stále více zaměřeny na zrychlení procesů, personalizaci služeb a zajištění vyšší kvality měření zraku. Tento trend bude v budoucnu ještě rozvinutější, jak se technologie vyvíjejí a stávají dostupnějšími.

Personalizace produktů

Personalizace produktů je aktuálním trendem v mnoha odvětvích, včetně optiky. Využití skenerů pro výběr brýlí je příkladem toho, jak mohou technologie zkvalitnit výběr brýlí. Tato technologie umožňuje skenování obličeje zákazníka a následnou virtuální zkoušku vybrané brýlové obruby. Podobným příkladem je i centrace brýlí pomocí centrační věže. Zákazník se postaví před věž a optometrista následně jeho oči vidí v tabletu, kde si následně doladí potřebné hodnoty k centraci brýlí.

Systémy pro správu pacientů

S rostoucím trendem digitalizace ve zdravotní péči je čím dál více důležité mít efektivní systémy pro správu pacientů. Moderní software umožňuje optikům a optometristům sledovat historii pacientů, zakázek a vyšetření, zaznamenávat výsledné hodnoty z měření zraku či z očních vyšetření, vést si skladovou evidenci vlastního či komisního skladu, skladu skel a kontaktních čoček nebo třeba docházku zaměstnanců, tvořit evidenci faktur, zakázkových a dodacích listů. Dále je možné si vytvářet ceník služeb a výkonů a export receptů do zdravotních pojišťoven. Další pomůckou je tvorba rezervačního systému, kde se pacienti mohou sami objednat na měření zraku či na aplikaci kontaktních čoček dle jejich dostupných možností. (SP OPTIK, 2015)

Udržitelnost a inovativní materiály pro brýlové obruby

S rostoucím důrazem na udržitelnost a environmentální odpovědnost se objevují stále nové materiály pro výrobu brýlových obrub, které jsou lehčí a odolnější. Jsou vyrobeny z ekologicky šetrných a recyklovatelných materiálů. To může do optiky přilákat zákazníky, kteří se o tuto problematiku zajímají.

PRÁVNÍ FAKTORY

Podnikání v oboru optika a optometrie je úzce spojeno se zdravotnickou péčí, ochranou osobních údajů a bezpečností pacientů. Provozovatel tedy musí dodržovat legislativu týkající se zdravotnických služeb, profesní kvalifikace a podnikatelského práva.

Založení oční optiky vyžaduje živnostenské oprávnění, konkrétně se jedná o vázanou živnost. S tím souvisí i nutnost odborné způsobilosti a kvalifikace v oboru. Dále je potřeba soustředit se na daňovou politiku, která má vliv na cenu zdravotnických prostředků. Například kontaktní čočky a brýle s brýlovými čočkami podléhají snížené sazbě DPH (aktuálně 12 %). Podnikání v oblasti optiky je ovlivněno i legislativou EU, což se týká například certifikace zdravotnických produktů. Možnou hrozbou v oblasti politických faktorů mohou být změny v zákonech, které následně ovlivní podmínky provozu (příkladem je zpřísnění požadavků na odbornou způsobilost).

EKOLOGICKÉ FAKTORY

Ekologické faktory se zaměřují na vlivy životního prostředí, které mohou ovlivnit nejen samotný provoz oční optiky, ale také preference zákazníků. V současnosti roste tlak na ekologicky šetrné podnikání, a to jak ze strany zákazníků, tak státních institucí. (Slouka, 2017, s. 58) Provoz oční optiky by měl reflektovat odpovědný přístup k životnímu prostředí, což může zahrnovat recyklaci materiálů, snižování odpadu nebo využívání ekologicky šetrných produktů. Takový přístup může zvýšit atraktivitu podniku a zlepšit jeho vnímání veřejností.

Shrnutí

Tato PESTLE analýza ukazuje, že založení oční optiky s optometristickou vyšetřovnou má potenciál, zejména díky rostoucí poptávce po oční péči a moderním technologiím.

Doporučení

- Navázat spolupráci s pojišťovnami – zvýší dostupnost služeb pro klienty
- Investovat do moderní diagnostiky – odliší optiku od konkurence
- Zapojit sociální síť – podpora prodeje a propagace služeb
- Sledovat legislativní změny – zajistí bezproblémový chod podniku
- Zaměřit se na ekologii a udržitelnost – přiláká ekologicky smýšlející zákazníky

5.2 Porterův model konkurenčních sil

Porterův model je strategický nástroj sloužící k analýze mezoprostředí podniku – tedy konkurenčního prostředí v daném odvětví. Cílem je pochopit konkurenci a navrhnout strategie, jak si udržet konkurenční výhodu. Porterův model identifikuje celkem pět klíčových konkurenčních sil. Je jimi hrozba ze strany konkurentů, vyjednávací síla

dodavatelů, vyjednávací síla odběratelů (zákazníků), hrozba existence substitutů a rivalita mezi existujícími konkurenty. (Fotr et al., 2020, s. 60–61)

HROZBA ZE STRANY KONKURENTŮ

Vstup nových konkurentů do odvětví oční optiky s optometristickou vyšetřovnou představuje významnou hrozbu, které může ovlivnit konkurenceschopnost a ziskovost stávajících podniků. Finch (2019) upozorňuje na to, že noví konkurenti na trhu mohou být nebezpeční. Tato hrozba závisí na několika klíčových faktorech. První z nich je počáteční investice. Založení oční optiky a optometristická vyšetřovny vyžaduje značné finanční prostředky na vybavení, přístroje a zajištění vhodného prostoru. Dalším faktorem je regulace a legislativa, kdy podnikání v oblasti zdravotnictví podléhá přísným legislativním požadavkům a certifikacím, což může ztížit vstup novým subjektům. V neposlední řadě to může být odborná kvalifikace, protože provozování této praxe vyžaduje odborné vzdělání a kvalifikaci, což omezuje počet potenciálních nových konkurentů.

VYJEDNÁVACÍ SÍLA DODAVATELŮ

K fungování oční optiky s optometristickou vyšetřovnou je zapotřebí navázat kontakty s různými dodavateli. Mezi základní odvětví se řadí dodavatelé kontaktních čoček, brýlových obrub, brýlových skel, slunečních brýlí a v neposlední řadě dodavatelé oftalmologického a přístrojového vybavení.

Dodavatelé kontaktních čoček:

- Bausch and Lomb
- Johnson and Johnson
- Cooper Vision
- Alcon

Dodavatelé brýlových obrub:

- Mr. Gain
- Okula (Optiplast Eyewear)
- Vedere
- Safilo
- Gafas

- Exit 1
- Coloroptik
- Optipartner
- ShopOptic

Dodavatelé slunečních brýlí

- 3 F
- Lumiva
- INVU
- Luxotica

Dodavatelé brýlových skel

- Hoya
- Optika Čivice
- Rodenstock
- Omega Optix
- Konvex

Dodavatel oftalmologické a optické přístroje a vybavení

- Oculus

VYJEDNÁVACÍ SÍLA ODBĚRATELŮ

Odběratelé mají vyjednávací sílu tím větší, čím méně jich je. (Slouka, 2017, s. 67) To znamená, že pokud je zákazníků mnoho, tak podnik odchod jednoho zákazníka ke konkurenci nepoškodí.

Zákazníci mají velkou moc v rozhodování o nákupu. Mají silnější pozici v konkurenčně nasyceném prostředí, kde mohou snadno srovnávat ceny a vybírat z více možností. V oblasti optiky a optometrie existují různé typy zákazníků.

Zákazníci s očními vadami

Do této kategorie se řadí lidé různého věku a profesního zaměření, kteří potřebují dioptrické či sluneční brýle, kontaktní čočky či jiné optické pomůcky. Mají tedy

diagnostikovanou oční vadu, kterou chtějí korigovat. Někteří zákazníci preferují cenově dostupné varianty, jiný dávají přednost značkovým a luxusním produktům.

Zákazníci bez očních vad

Tento typ zákazníků si chce koupit brýle pouze jako módní doplněk. V rámci služeb si někteří lidé nechají změřit zrak pro své ujištění.

Zákazníci využívající zdravotní pojištění

Tato kategorie zákazníků se začne o svůj zrak zajímat, jakmile jim jejich pojišťovna začne přispívat na brýle. Případně se zde řadí i zákazníci, kteří korekci nosí pravidelně a pouze si chtějí udělat nové brýle s dopomocí příspěvku. Například v březnu a září roku 2025 nabídla Revírní bratrská pojišťovna příspěvek 1500 Kč na dioptrické brýle pro osoby nad 19 let vyrobené v certifikovaných optikách. Další je Vojenská zdravotní pojišťovna, které přispívá na dioptrické brýle pro děti od 6 do 16 let, a to v hodnotě 500 Kč jednou za dva roky. Zároveň ještě platí příspěvek od pojišťoven pro děti do 17 let, a to jak na celou obrubu, tak i na výměnu skel do vlastní obruby. Výše příspěvku se liší v závislosti na věku, dioptriích a druhu výkonu.

Firemní zákazníci

Zaměstnavatelé mohou svým zaměstnancům poskytovat příspěvky na brýle jako součást benefitního programu. Ti pak mohou dojít do optiky a vybrat si obrubu dle své potřeby – pracovní brýle, brýle proti modrému světlu, kancelářské brýle.

HROZBA SUBSTITUTŮ

Hrozba substitutů v odvětví oční optiky a optometristické vyšetřovny představuje riziko, že zákazníci zvolí alternativní či levnější řešení namísto správných služeb a produktů.

Alternativy k dioptrickým brýlím

K této kategorii lze zařadit oční chirurgii čili laserové operace. Pokrok v refrakční chirurgii umožňuje trvalou korekci zraku, čímž se eliminuje potřeba dioptrických brýlí a kontaktních čoček. Tento trend může oslabit poptávku po tradičních optických službách a produktech.

Digitální technologie

Existují e-shopy, které zákazníkům poskytují funkci virtuálního zkoušení brýlí. Umožňují tak vybrat si brýle online, čímž omezují potřebu návštěvy kamenných prodejen.

Nekvalitní nebo levné náhrady

Levné a nekvalitní brýle, takzvané “hotovky“, lze prodávat bez jakéhokoliv certifikátu v jakémkoliv běžném obchodě. Tyto brýle jsou populární díky své nízké ceně, i když neposkytují správnou korekci zraku. Jsou určeny pouze na čtení, avšak někteří lidé je využívají i k nošení na dálku. Jedná se jak o brýle dioptrické, tak například o brýle sluneční.

RIVALITA MEZI EXISTUJÍCÍMI KONKURENTY

Dle Finche (2019) jsou konkurenti lidé, jejichž hlavním úmyslem je upozadit konkurenta z podnikání.

Potenciální optika bude sídlit ve městě Napajedla. Toto město se nachází ve Zlínském kraji. Od krajského města Zlín jsou Napajedla vzdálená zhruba 14 kilometrů. K 1.1.2024 se dle Českého statistického úřadu (2025) v tomto městě nacházelo 7 172 obyvatel. Na takové množství obyvatel se ale v tomto městě nenachází žádná oční optika. Konkurenti se ale nachází v přilehlých oblastech města Napajedla. Tím největším je přilehlé město Otrokovice, které je pro Napajedla spádovou oblastí.



Obrázek 2 Napajedla a přilehlé oblasti

(zdroj: vlastní zpracování na základě využití Google map, 2025)

Ve městě Otrokovice, které dle Českého statistického úřadu disponuje 17 597 obyvateli, se celkem nachází 3 optiky.

Oční optika Kotas

Oční optika Kotas je rodinná firma, která má dlouholetou tradici a nabízí individuální přístup ke všem zákazníkům. Tato optika má celkem 3 pobočky: Otrokovice – Trávníky, Otrokovice – městská poliklinika a Malenovice – zdravotní středisko. Výhodou této optiky je vyšetření očním lékařem i optometristou. Další výhodou je možnost aplikace kontaktních čoček.

V jejich nabídce lze nalézt pánské, dámské i dětské brýlové obruby, sluneční a sportovní brýle. Dále lze zakoupit pouzdra na brýle a další optické doplňky. V optice lze také využít servis a opravu brýlí. (Oční optika Kotas, 2024)

Nevýhodou této optiky je měření zraku pouze jeden den v týdnu, které probíhá ve zkrácené době na rozdíl od otevírací doby. Další nevýhodou je nevyužití všech rozšířených sociálních sítí, konkrétně Instagramu, což by mohlo přilákat větší počet zákazníků.

Tabulka 5 Informace o Oční optice Kotas

Měření zraku	Ano – pouze středa 9:00 – 16:00
Rezervační systém online	Ne
Oční lékař	Ano
Aplikace kontaktních čoček	Ano – pouze středa 9:00 – 16:00
Webová stránka	Ano: https://www.optikakotas.cz
Facebook	Ano: https://www.facebook.com/optikakotas
Instagram	Ne
Otevírací doba	PO: 7:30 – 17:00 ÚT: 7:30 – 17:00 ST: 7:30 – 17:00 ČT: 7:30 – 17:00 PÁ: 7:30 – 17:00
Vzdálenost od Napajedel	4 km

(zdroj: vlastní zpracování na základě využití Oční optiky Kotas, 2024)

Oční optika CAIROO

Oční optika CAIROO má také své 3 pobočky. Nachází se v Uherském Hradišti, v Kyjově a v Otrokovicích. Optika nabízí široké služby, a to prodej pánských, dámských i dětských brýlí. Zároveň jsou dostupné brýle sluneční. Benefitem této optiky je měření zraku, na které si lze zarezervovat termín online přes jejich rezervační systém. Spolu s měřením zraku je dostupná i aplikace kontaktních čoček. Mezi další služby patří prodej doplňkového sortimentu k brýlím.

Výhodou této optiky je užívání dostupných sociálních sítí, zejména jejich tamní pravidelná aktivita. Na měření zraku se lze objednat i online a probíhá každý den od pondělí do pátku. Benefitem této optiky je možnost uplatnění širokého množství stravenkových poukazů či benefičních karet, které jsou uvedeny přímo na stránkách optiky.

Tabulka 6 Informace o Oční optice CAIROO

Měření zraku	Ano
Rezervační systém online	Ano: https://cairoo-otrokovice.reservio.com/services
Oční lékař	Ne
Aplikace kontaktních čoček	Ano
Webová stránka	Ano: https://cairoo-optika.cz
Facebook	Ano: https://www.facebook.com/profile.php?id=100025026294834
Instagram	Ano: https://www.instagram.com/cairoo_optika/
Otevírací doba	PO: 8:30 – 17:00 ÚT: 8:30 – 17:00 ST: 8:30 – 17:00 ČT: 8:30 – 17:00 PÁ: 8:30 – 17:00
Vzdálenost od Napajedel	4,5 km

(zdroj: vlastní zpracování na základě Oční optiky CAIROO, 2025)

Orange Optik

Orange Optik se síť očních optik po celé České republice na více než 60 místech. Pro malé a rodinné optiky je tato síť optik velkou konkurencí. Nabízí široký rozsah služeb a zboží. (Orange Optik, 2025) Nevýhodou je, že sociální sítě jsou založeny pro všechny pobočky dohromady. Přináší to pak nižší informovanost zákazníků o příslušné optice.

Tabulka 7 Informace o Orange Optik

Měření zraku	Ano
Rezervační systém online	Ano: https://www.orangeoptik.cz/sluzby/merenizraku?pobocka=2073#objednat
Oční lékař	Ne
Aplikace kontaktních čoček	Ano
Webová stránka	Ano: https://www.orangeoptik.cz/pobocky/optika-otrokovice-namesti-3-kvetna
Facebook	Ano: https://www.facebook.com/orangeoptikcz
Instagram	Ano: https://www.instagram.com/orangeoptik/
Otevírací doba	PO: 8:00 – 16:30 ÚT: 8:00 – 16:30 ST: 8:00 – 16:30 ČT: 8:00 – 16:30 PÁ: 8:00 – 16:30
Vzdálenost od Napajedel	4,5 km

(zdroj: vlastní zpracování na základě Orange Optik, 2025)

Shrnutí

V tabulce 8 je vypracováno shrnutí Porterovy analýzy konkurenčních sil. Jsou zde uvedeny konkurenční síly, úrovně hrozby a klíčové faktory.

Tabulka 8 Shrnutí Porterovy analýzy

KONKURENČNÍ SÍLA	ÚROVEŇ HROZBY	KLÍČOVÉ FAKTORY
Hrozba ze strany konkurentů	Střední	Počáteční investice, legislativní regulace, smlouvy s pojišťovnami
Vyjednávací síla dodavatelů	Střední až vysoká	Kvalita čoček, obrub a přístrojů, závislost na dodavatelích
Vyjednávací síla odběratelů	Vysoká	Konkurence řetězců, online prodej, cenová citlivost
Hrozba substitutů	Střední	Online prodej, laserové operace
Rivalita mezi konkurenty	Vysoká	Silná konkurence mezi řetězci, individuální optiky, cenová válka

(zdroj: vlastní zpracování)

Doporučení pro úspěch na trhu

- Specializovat se na kvalitní služby a odborné poradenství
- Investovat do moderních diagnostických přístrojů
- Zavést věrnostní programy a personalizovaný zákaznický servis
- Rozšířit online služby (rezervace terminů, virtuální zkoušení brýlí)

5.3 SWOT analýza

Název SWOT analýza je zkratkou pocházející z anglických slov Strengths, Weaknesses, Opportunities a Threats, jejichž překlad zní jako silné a slabé stránky interního prostředí a příležitosti a hrozby externího prostředí. Je to tedy strategický nástroj, který pomáhá k hodnocení silných a slabých stránek organizace a příležitostí a hrozeb v jejím okolí. (Fotr et al., 2020, s. 57)

SILNÉ STRÁNKY (STRENGTHS) INTERNÍHO (VNITŘNÍHO) PROSTŘEDÍ

Silnými stránkami jsou myšleny vlastnosti podniku, které udávají přednosti proti konkurenci. (Slouka, 2019, s. 71)

- Kombinace optiky a optometristické vyšetřovny
 - Nabídka komplexních služeb (od měření zraku až po výdej brýlí) odlišuje podnik od běžných optik bez odborného měření zraku
- Profesionalita a odborné znalosti
 - Zajištění kvalifikovaného optometristy, který musí mít odborné vzdělání v oblasti optometrie (Bc. nebo Mgr.)
 - Zajištění kvalifikovaného očního optika (se středoškolským vzděláním, či vysokoškolským vzděláním)
 - Vysoká úroveň odborného poradenství zvyšuje důvěru zákazníků a jejich loajalitu a také zajišťuje kvalitu
- Personalizovaný přístup
 - Menší optiky se mohou odlišit individuálním přístupem k zákazníkům a specializovanými službami
- Nabídka produktů
 - Sortiment zahrnující různé cenové kategorie, značky brýlí, kontaktních čoček a doplňků
 - Kromě standartních brýlí je možnost nabídnout luxusní a módní značky
- Moderní technologie
 - Použití nejnovějších diagnostických přístrojů zvyšuje přesnost měření

SLABÉ STRÁNKY (WEAKNESSES) INTERNÍHO (VNITŘNÍHO) PROSTŘEDÍ

Slabé stránky představují ta slabá místa, která je podnik schopen v rámci možností řešit i za předpokladu neexistence konkurence. (Slouka, 2017, s. 72)

- Vysoké počáteční investice
 - Náklady na vybavení optometristické vyšetřovny
 - Pořízení skladových zásob (brýlových obrub, čoček a doplňků) znamená další finanční zátěž
 - Pronájem prostor
- Nutnost splnit legislativní požadavky
 - Optometrista musí mít potřebnou kvalifikaci
 - Provoz zdravotnického zařízení podléhá přísným hygienickým a provozním normám
 - Nutnost vyřízení smluv se zdravotními pojišťovnami (časově náročný proces)
- Závislost na dodavatelích
 - Optika je závislá na dodávkách brýlových čoček a obrub od velkých výrobců
- Sezónnost prodeje
 - Prodej brýlí a kontaktních čoček může být sezónně kolísavý, například v létě je vyšší poptávka po slunečních brýlích

PŘÍLEŽITOSTI (OPPORTUNITIES) EXTERNÍHO (VNĚJŠÍHO) PROSTŘEDÍ

Příležitosti podniku spočívají v neustálém přizpůsobování se zevnímu prostředí trhu, který prochází nepřetržitým vývojem. (Slouka, 2017, s. 72)

- Stárnutí populace
 - Rostoucí počet seniorů znamená větší poptávku po brýlích z důvodu presbyopie

- Narůstající prevalence krátkozrakosti
 - Růst myopie souvisí zejména se stále častějším užíváním digitálních zařízení, sledováním obrazovek a méně času trávení venku, kde oči trénují vidění do dálky
- Stoupající poptávka po oční péči
 - Digitalizace a práce na počítači vedou k častějším očním problémům, což přináší více zákazníků
- Možnost rozšíření služeb
 - Digitální marketing a online objednávky – možnost rezervace terminů online a prodeje příslušenství přes e-shop
 - Nabídka služeb firemním zákazníkům – měření zraku zaměstnancům firem přímo na pracovišti
- Rostoucí zájem o ekologické a prémiové produkty
 - Lidé stále více vyhledávají ekologické brýle (například z recyklovaných plastů, dřeva)
 - Zvýšená poptávka po luxusních značkách brýlí a speciálních sklech (například skla proti modrému světlu)
- Spolupráce s očními lékaři a zdravotními pojišťovnami
 - Možnost získat smlouvy s pojišťovnami na určité služby
 - Spolupráce s oftalmology může přivést nové pacienty a posílit důvěryhodnost optiky

HROZBY (THREATS) EXTERNÍHO (VNĚJŠÍHO) PROSTŘEDÍ

Hrozby představují slabiny podniku, které mohou případně zapříčinit omezení provozu nebo zánik podniku. (Slouka, 2017, s. 72)

- Silná konkurence
 - Velké řetězce a online prodejci mohou nabízet nižší ceny díky hromadným nákupům

- Existuje mnoho zavedených optik a řetězců, které mají silné marketingové zázemí a širší nabídku
- Změny v legislativě a regulacích
 - Možnost zpřísnění podmínek pro provoz optometristických vyšetřoven
- Změny v preferencích zákazníků
 - Online nakupování roste – více lidí si objednává brýle a čočky přes internet bez návštěvy optiky
 - Zvýšený zájem o laserové operace očí může snížit poptávku po brýlích a kontaktních čočkách
- Ekonomická situace
 - Při ekonomické krizi mohou lidé šetřit na brýlích a vyhledávat levnější alternativy

Shrnutí

V tabulce 9 je zpracováno kompletní shrnutí SWOT analýza na základě výše uvedených poznatků.

Tabulka 9 SWOT analýza

<i>INTERNÍ PROSTŘEDÍ</i>		<i>EXTERNÍ PROSTŘEDÍ</i>	
SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY	PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
Kombinace optiky a optometristické vyšetřovny	Vysoké počáteční investice	Stárnutí populace	Silná konkurence
Profesionalita a odborné znalosti	Nutnost splnit legislativní požadavky	Stoupající poptávka po oční péči	Změny v legislativě a regulacích
Personalizovaný přístup	Závislost na dodavatelích	Možnost rozšíření služeb	Změny v preferencích zákazníků
Nabídka produktů	Sezónnost prodeje	Rostoucí zájem o ekologické a prémiové produkty	Ekonomická situace
Moderní technologie		Spolupráce s očními lékaři a zdravotními pojišťovnami	
		Narůstající prevalence krátkozrakosti	

(zdroj: vlastní zpracování)

5.4 Shrnutí analýz

Podnikání v oblasti oční optiky s optometristickou vyšetřovnou je ovlivněno řadou vnějších i vnitřních faktorů, které určují jeho konkurenceschopnost a udržitelnost na trhu. Klíčové poznatky vyplynuly z provedené PESTLE analýzy, Porterova modelu konkurenčních sil a SWOT analýzy, které pomohly identifikovat příležitosti a potenciální rizika.

Makroekonomické prostředí, jak ukázala PESTLE analýza, je relativně příznivé, zejména díky rostoucí poptávce po oční péči způsobené stárnutím populace a zvýšeným výskytem očních vad u mladších generací. Zlepšující se ekonomická situace vede k vyšší kupní síle obyvatel, což podporuje ochotu investovat do kvalitních optických pomůcek a odborné péče. Současně však podnikání v tomto segmentu podléhá přísným legislativním požadavkům a regulacím. Klíčové bude sledovat změny v zákonech a přizpůsobovat se jim. Technologický pokrok v oblasti diagnostických přístrojů a digitalizace služeb otevírá možnosti pro inovace, jako jsou online objednávky či virtuální zkoušení brýlí.

Z pohledu konkurenčního prostředí, jak naznačuje Porterův model, je trh optiky vysoce konkurenční. Dominují zde velké řetězce a e-shopy, které nabízejí široký sortiment. Pro menší podniky je proto zásadní odlišit se poskytováním kvalitních a odborných služeb, jako je individuální péče o zákazníky, přesná diagnostika a nabídka specializovaných produktů. Hrozbou jsou také substituční služby, například laserové operace očí, které mohou snižovat poptávku po korekčních pomůckách.

Interní analýza prostřednictvím SWOT ukázala, že největší silou tohoto podnikatelského záměru je propojení optiky s optometristickou vyšetřovnou, což umožní komplexní přístup k péči o zrak. Zákazníci budou mít možnost nejen zakoupit brýle, ale i podstoupit vyšetření, čímž se zvýší jejich důvěra v poskytované služby. Slabinou mohou být vysoké počáteční investice do vybavení a nutnost splnit přísné legislativní požadavky. K příležitostem patří možnost spolupráce s oftalmology, pojišťovnami a firemními klienty, kteří hledají preventivní oční péči pro své zaměstnance. Hrozbu představuje nejen silná konkurence, ale i ekonomická nestabilita, které může ovlivnit výdaje.

Na základě těchto analýz lze doporučit několik klíčových strategií. V první řadě je nutné budovat odbornou reputaci a klást důraz na personalizovaný přístup k zákazníkům. Dále je vhodné investovat do moderních technologií a rozšířit digitální nabídku služeb, například online rezervace pro měření zraku. Diferenciace od konkurence může spočívat

také v nabídce ekologických produktů a prémiových značek brýlí. Celkově je podnikání v této oblasti perspektivní, pokud bude správně reagovat na tržní trendy a potřeby zákazníků.

6 PODNIKATELSKÝ PLÁN PRO ZŘÍZENÍ OČNÍ OPTIKY S OPTOMETRISTICKOU VYŠETŘOVNOU

Podle Baliga a Rodriguese (2015) je podnikatelský plán nutností pro každou začínající či již fungující firmu. Hraje zásadní roli při identifikaci pravděpodobných a nepředvídatelných příležitostí a také možných nadcházejících překážek a napomáhá tak firmě schopně a bezproblémově projít konkurenčním prostředím. Zjednodušeně řečeno lze podnikatelský plán definovat jako fungování podniku na papíře.

Svobodová a Andera (2017) definují podnikatelský plán jako „písemný dokument, který popisuje všechny podstatné vnější i vnitřní okolnosti související s podnikatelskou činností.“ Barrow et al. (2021) dodává, že podnikatelský plán tvoří základ organizační a obchodní strategie a také představuje klíčový předpoklad pro založení nového podniku. Podnikatelský plán je nezbytný i při rozšiřování již existující firmy a pro získávání finanční podpory pro daný projekt.

Podnikatelský plán se vytváří z mnoha důvodů. Například pokud je potřeba vědět, kolik finančních prostředků je nezbytné zajistit pro start podnikání a také pro uvedení podnikání do provozu. Dále zdaleka je zapotřebí předběžně určit výši budoucích příjmů a výdajů a srovnat je s předpokládanými výdaji. Také slouží ke zjištění dostupné finanční kapacity a případných investic, zdali je nutné rozjet týmové podnikání, jestli je idea chtěná na trhu a v neposlední řadě také výnosnost daného nápadu. Samostatný finanční plán se vytváří při startu podnikání, při změně strategie, růstu podniku, vstupu dalšího majitele, v období změny či při potřebě ověření funkčnosti nápadu. (Svobodová a Andera, 2017)

6.1 Titulní list

Na titulním listu, který by měl zaujmout na první dojem, se uvádí obchodní název firmy spolu s jejím logem, název podnikatelského plánu, jméno autora, důležitých osob a zakladatelů a datum založení podniku. (Šafrová Drášilová, 2019, s. 58, Srpová, 2011, s. 15)



Obrázek 3 Logo Optiky KP

(zdroj: vlastní zpracování)

Tabulka 10 Důležité informace o Optice KP

Obchodní firma:	Optika KP s.r.o.
Sídlo:	Masarykovo náměstí, Napajedla
IČO:	XXXXXXX
Předmět podnikání:	Oční optika, poskytování zdravotních služeb v oboru optometrie, výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 a 3 živnostenského zákona
Vznik oprávnění:	1.10.2025
Doba platnosti oprávnění:	Na dobu neurčitou
Odpovědná osoba:	Bc. Kateřina Pšejová
Kontakt:	Mobil: + 420 XXX XXX XXX Email: optikaKP@seznam.cz

(zdroj: vlastní zpracování)

6.2 Obsah

Obsah slouží k rychlému dohledání konkrétní informace. Zásadou je, aby byl krátký a výstižný. (Srpová, 2011, s. 15)

Obsahem tohoto dokumentu bude vypracovat podnikatelský plán týkající se zřízení oční optiky a optometristické vyšetřovny dle příslušné osnovy.

6.3 Úvod

Úvod napomáhá k tomu, aby mezi autorem podnikatelského plánu a jeho čtenářem nedošlo k nedorozumění týkající se účelu, rozsahu a podrobnosti podnikatelského plánu. (Srpová, 2011, s. 15)

Jedná se o dokument sloužící jako podnikatelský plán pro zřízení oční optiky, jejíž součástí bude optometristická vyšetřovna. Na základě tohoto dokumentu a souvisejících vypracovaných analýz bude zhodnocen potenciál realizovatelnosti tohoto podnikatelského plánu. Slouží tedy pouze pro soukromé účely.

6.4 Shrnutí

Tato část musí jednoduše a stručně shrnout detailní obsah a popis celého podnikatelského plánu. Čtenáře by měla tato kapitola oslovit a získat si jeho zájem k dočtení zbytku podnikatelského plánu. (Srpová, 2011, s. 16, Šafrová Drášilová, 2019, s. 58)

Optika KP je nová oční optika, která vznikne v Napajedlech u Zlína. Optika bude na Masarykově náměstí, což je strategické a dosti frekventované místo, které disponuje i svým menším parkovištěm. Zároveň se poblíž nachází autobusové zastávky, které zajišťují lepší přístupnost lidem.

Součástí této optiky bude i optometristická vyšetřovna, kde zkušený optometrista dokáže odborně změřit zrak každému zákazníkovi a následně pak stanovit příslušnou korekci pro zjištěnou vadu. Součástí této optiky bude i bohatá nabídka služeb a produktů. Budou zde k dispozici brýlové obruby, brýlová skla, sluneční brýle, sportovní brýle, kontaktní čočky a doplňky k tomuto zboží. Vyberou si zde dospělí a také děti. Součástí optiky budou i kvalitní služby zahrnující aplikaci kontaktních čoček, brýlové poradenství, opravu a servis brýlí. Zákazníci se mohou těšit na nejnovější trendy v oboru optiky, například skla proti modrému světlu, kontaktní čočky proti modrému světlu, designové obruby i brýlové doplňky.

Odpovědnou osobou bude Bc. Kateřina Pšejová, která bude zároveň hlavní optometristkou v této optice. Dále zde bude zaměstnána Markéta Pšejová, DiS. na pozici oční optičky a prodejní asistentky.

6.5 Popis podnikatelské příležitosti

Část podnikatelského plánu, zvaná popis podnikatelské příležitosti, musí vysvětlit v čem je daná příležitost spatřena. Je nutné čtenáře přesvědčit, že je ideální čas pro uskutečnění záměru a že autor disponuje nejlepšími schopnostmi k jeho úspěšné realizaci. Tato část pojednává o popisu produktu (výrobku či služby), konkurenční výhodě produktu a o užítku produktu pro samotného zákazníka. (Srpová, 2011, s. 16)

Popis produktu

V Optice KP se budou prodávat brýlové obruby pro děti i pro dospělé, dále sluneční brýle s kvalitním UV filtrem a polarizací, sportovní brýle s kvalitním UV filtrem a polarizací a také pracovní brýle. Součástí sortimentu jsou i brýlové obruby se slunečním klipem. K dispozici budou i brýlová skla s různými povrchovými úpravami, samozabarvovací skla, multifokální a bifokální skla, skla na řízení, kancelářská skla, skla proti modrému světlu atp. Dále si budou moci zákazníci zakoupit kontaktní čočky, roztoky ke kontaktním čočkám či pouzdra na čočky. K prodeji budou pouzdra na brýle, šňůrky na krk, hadříky z mikrovlákna, spreje na čištění brýlí, polarizační klipy a okluzory. Jako služby mohou zákazníci využívat ultrazvukové čištění brýlí, servis a opravu brýlí, brýlové poradenství a aplikaci kontaktních čoček.

Konkurenční výhoda

Jedna z mála konkurenčních výhod je parkoviště zdarma, které se nachází přímo před prodejnou. Ve většině optik, které se nachází na náměstí, tato výhoda není. Součástí Optiky KP je optometristická vyšetřovna, ve které bude možné si zrak nechat změřit zdarma bez jakékoliv podmínky. Zároveň se zákazník na měření zraku může objednat přes rezervační systém na webových stránkách anebo přijít i kdykoliv bez objednání.

Další výhodou bude doručování brýlí na adresu. V dnešní zaneprázdněné době se zákazníci nemohou pro brýle a kontaktní čočky dostavit v rámci otevírací doby. V případě potřeby dokážeme náš sortiment doručit bezpečně na adresu zákazníka.

Naše optika bude mít i svůj internetový e-shop, který bude k dispozici na webových stránkách. Zákazníci si touto formou mohou objednat doplňky k brýlím, kontaktní čočky,

sluneční brýle, či nahlédnout na bohatou nabídku našich produktů. Zákazník si z pohodlí domova může vytvořit klientský účet a objednat si cokoliv z našeho sortimentu. Pokud si bude chtít objednat kontaktní čočky, stačí se přijít změřit k nám do optometristické vyšetřovny, vyzkoušet si aplikaci kontaktních čoček a následně vybrané čočky objednávat formou e-shopu přes zákaznický účet. Zásilku si může vyzvednout u nás v optice anebo si ji nechat doručit domů.

Užitek pro zákazníka

Přínos pro zákazníka bude spočívat především v individuálním přístupu, který bude Optika KP poskytovat. Zákazníci mohou přijít na měření zraku bez objednání, nebo se v rámci jejich možností objednat přes rezervační systém. Následně si mohou nechat udělat brýle, které si pod odborným dohledem vyberou a v případě jejich zaneprázdnění si je mohou nechat doručit domů, nebo si je vyzvednout na prodejně. Naši zákazníci budou mít jejich zrak pod dohledem. Kvalifikovaný optometrista bude dbát na jeho správnou korekci a kvalifikovaný personál vybere správné korekční pomůcky.

6.6 Mise, vize a cíle

Cílem této kapitoly je čtenářům objasnit mise, vize a cíle podnikatelského plánu. Důležitým bodem je přesvědčit čtenáře, že je podnik schopen uskutečnit předložený projekt. (Srpová, 2011, s. 17)

Mise

Naší misí je poskytovat komplexní a profesionální péči o zrak. Zákazníkům nabízíme individuální přístup, kvalitní brýle a nejmodernější technologie v oblasti měření zraku. Chceme pomoci každému zákazníkovi dosáhnout optimálního vidění a zlepšit tak kvalitu jeho života.

Vize

Chceme být předním poskytovatelem kvalitních služeb v oblasti optiky a optometrie. Naší vizí je vybudovat moderní optiku, která se stane synonymem pro kvalitu a profesionální přístup v oblasti péče o zrak. Plánujeme rozšířit povědomí o důležitosti prevence zrakových vad a přinášet tak do našeho regionu nejnovější trendy a technologie v oblasti optometrie.

Cíle

Hlavním cílem Optiky KP je vybudovat stabilní a úspěšný podnik, který poskytuje kvalitní služby v oblasti optiky a optometrie. Chceme zajistit profesionální péči o zrak zákazníků pomocí moderních přístrojů a široké nabídky dioptrických i slunečních brýlí. Důraz klademe na individuální přístup, spokojenost klientů a dlouhodobé budování důvěry. Cílem je stát se přední optikou v regionu a zároveň přispět ke zlepšení prevence a péče o zrak.

Další cíle Optiky KP lze z hlediska délky rozdělit na krátkodobé, které by bylo dobré mít splněné do jednoho roku a střednědobé, jejichž délka by nemusela přesáhnout tři roky.

Krátkodobé cíle (0-1 rok)

- Zahájení provozu – dokončit veškeré legislativní a administrativní požadavky pro otevření Optiky KP a její optometristické vyšetřovny
- Vybudování kvalitního personálu – zajistit zkušené a profesionální zaměstnance (optometristu, očního optika a asistentku prodeje)
- Zajištění moderního vybavení – pořízení přístrojů a také skladových zásob
- První marketingová kampaň – spustit efektivní propagaci optiky (webové stránky, sociální sítě, případně navázat spolupráci s lékaři)
- Navázání spolupráce s dodavateli – vyjednat výhodné podmínky s dodavateli brýlových obracek, brýlových čoček, kontaktních čoček a dalších optických pomůcek
- Získání prvních zákazníků – zaměřit se na budování dobré pověsti a poskytování kvalitních služeb, které přivedou první klienty

Střednědobé cíle (1-3 roky)

- Vybudování stálé klientely – zaměřit se na loajalitu zákazníků, vytvořit věrnostní program nebo jiné výhody pro vracející se klienty
- Posílení marketingu – zintenzivnit online propagaci, účastnit se místních akcí a spolupracovat se zdravotnickými zařízeními
- Zvýšení povědomí o prevenci zraku – pořádat například přednášky nebo bezplatné dny prevence měření zraku pro veřejnost

- Finanční stabilita a růst obrátu – dosáhnout bodu, kdy optika bude pokrývat své náklady a začíná se generovat stabilní zisk
- Rozšíření sortimentu – nabídnout exkluzivnější brýlové obruby, speciální čočky nebo další doplňky, které přitáhnou širší spektrum zákazníků

6.7 Finanční plán

Finanční plán shrnuje všechny části podnikatelského plánu do číselné podoby. Finanční plán pracuje s náklady, výnosy, výkazem zisku a ztrát a s mnohými dalšími finančními operacemi. Cílem je dokázat reálnost a funkčnost podnikatelského plánu z ekonomického hlediska. (Srpová, 2011, s. 28, Šafrová Drášilová, 2019, s. 59–60)

6.7.1 Náklady

Před zahájením provozu oční optiky s optometristickou vyšetřovnou je nutné investovat do zařízení prostor, nákupu vybavení a počátečních provozních nákladů. Veškeré finanční prostředky budou zprostředkovány z vlastních zdrojů zakladatele čili Kateřiny Pšejové.

Počáteční investice

Celkové počáteční investice jsou odhadem vyčísleny na 2 000 000 Kč. Je nutné investovat do několika oblastí, mezi které patří zajištění vhodných prostor, nákup vybavení pro optiku i optometristickou vyšetřovnu, technologické a softwarové zázemí a marketing.

1) Zřizovací náklady

Zřizovací náklady zahrnují veškeré výdaje spojené s administrativním a právním zajištěním podnikání a získáním potřebných povolení. Celková výše těchto nákladů je 7 300 Kč.

Tabulka 11 Zřizovací náklady

POLOŽKA	CELKOVÉ NÁKLADY
Vytvoření zakladatelské listiny	3 500 Kč
Výpis z rejstříku trestů	100 Kč
Výpis z živnostenského rejstříku	100 Kč
Výpis z obchodního rejstříku	100 Kč
Registrace zdravotnického zařízení	1 000 Kč
Zápis do obchodního rejstříku	1 500 Kč
Ohlášení živnosti	1 000 Kč
CELKEM	7 300 Kč

(zdroj: vlastní zpracování)

2) Náklady spojené s rekonstrukcí prostor

Mezi náklady, které slouží jako budoucí investice Optiky KP patří náklady spojené s rekonstrukcí prostor. K založení Optiky KP je vybrána lokalita na Masarykově náměstí ve městě Napajedla. Je tedy v samotném centru města. Samotná cihlová stavba je ve velmi dobrém stavu, není tedy potřeba velkého finančního vynaložení na opravu externích prostor. Je ale nutné zrekonstruovat vnitřní prostory budovy tak, aby mohly fungovat jako zázemí pro optiku s optometristickou vyšetřovnou. Součástí těchto úprav jsou malířské práce, zednické práce, výměna podlahy, zabudování nového osvětlení, elektroinstalace, zabezpečovacího systému a klimatizace. Celková částka, která pokryje rekonstrukci prostor činí 235 900 Kč.

Tabulka 12 Náklady na rekonstrukci prostor

POLOŽKA	CELKOVÉ NÁKLADY
Malířské práce	30 000 Kč
Zednické práce	23 000 Kč
Rekonstrukce podlahy	47 500 Kč
Osvětlení	28 900 Kč
Elektroinstalace	36 500 Kč
Zabezpečovací systém	30 000 Kč
Klimatizace	40 000 Kč
CELKEM	235 900 Kč

(zdroj: vlastní zpracování)

3) Vybavení optiky

Součástí investičních nákladů je zakoupení vybavení do prostor Optiky KP, které lze rozdělit na více částí – samotná optika, prodejní část, zázemí pro zaměstnance a technická místnost.

OPTIKA

Tato místnost musí být moderní, přehledná a funkční. Jakmile zákazník do prostor optiky vstoupí, musí ho na první pohled zaujmout. Hned u vchodu bude pro zákazníky umístěn prostor na odkládání věcí, včetně pohovky, stolu a židlí. Na tomto místě bude probíhat i konzultace se zákazníkem (výběr čoček, nacenění atp.) Na zdích budou upevněny osvětlené stojany na brýle. Pod jednotlivými stojany budou umístěny šuplíky sloužící na uskladnění pouzder k jednotlivým typům brýlí. Mezi stojany budou umístěna nástěnná zrcadla. V prostoru optiky budou umístěny otevřené vitríny obsahující různé typy brýlí a také vitríny prosklené, jejichž obsahem budou pouzdra na brýle. Na určených místech budou dány stojící stojan, na kterých budou například sluneční a sportovní brýle. Součástí prostor budou také police, na kterých mohou být umístěny roztoky na kontaktní čočky, čisticí spreje, hadříky z mikrovlákn, šňůrky na krk a ostatní brýlové doplňky. Do místnosti bude také umístěna brýlová skříň, ve které budou ukládány nevystavené brýle. Optika bude obohacena doplňky, zrcadly a reklamními materiály.

Celková výše nákladů zahrnující vybavení Optiky KP činí 383 081 Kč.

Tabulka 13 Vybavení optiky

POLOŽKA	POČET KUSŮ	CENA ZA KUS	CELKOVÉ NÁKLADY
Věšák	1 ks	1 500 Kč	1 500 Kč
Stůl	1 ks	3 690 Kč	3 690 Kč
Pohovka	1 ks	5 000 Kč	5 000 Kč
Židle	2 ks	1 200 Kč	2 400 Kč
Brýlové stojany na zeď	20 ks	11 500 Kč	230 000 Kč
Stojící brýlový stojan	2	17 800 Kč	35 600 Kč
Šuplíky	10 ks	1990 Kč	19 900 Kč
Nástěnná zrcadla	6 ks	500 Kč	3 000 Kč
Vitríny otevřené	2 ks	6 900 Kč	13 800 Kč
Vitríny prosklené	2 ks	7 900 Kč	15 800 Kč
Police	6 ks	699 Kč	4 194 Kč
Brýlová skříň	1 ks	35 800 Kč	35 800 Kč
Stolní zrcadla	3 ks	799 Kč	2 397 Kč
Doplňky	x	x	10 000 Kč
CELKEM	383 081 Kč		

(zdroj: vlastní zpracování)

PRODEJNÍ ČÁST

Hlavní dominantou prodejní části bude obslužný pult seskládaný z několika kusů nábytku. Součástí těchto prostor budou úložné skříně, police na vystavení zboží a reklamní materiál. Na pultě bude umístěn počítač s klávesnicí a myší. Dále také mobil, terminál na platby platební kartou, čtečky čárových a QR kódů zboží a tiskárna na účtenky. Na polici pod stolem bude umístěna tiskárna. Součástí stolu bude také uzamykatelný šuplík s pokladnou.

V prodejní části bude umístěn i koutek, ve kterém budou provozovány opravy brýlí. Bude zde umístěn fén na nahřívání obrub, ultrazvuková čistička, digitální fokometr, sada šroubováku a brýlových kleští, náhradní díly k brýlím (sedla, šroubky, maticky, zarážky) a další potřebné doplňky.

Celkové výše nákladů na vybavení do prodejní části Optiky KP vychází na 253 362 Kč.

Tabulka 14 Vybavení prodejní části optiky

POLOŽKA	POČET KUSŮ	CENA ZA KUS	CELKOVÉ NÁKLADY
Obslužný pult	1	50 000 Kč	50 000 Kč
Kancelářská židle	1	3 700 Kč	3 700 Kč
Skříně	3	5 330 Kč	15 990 Kč
Police	4	249 Kč	996 Kč
Počítač	1	23 000 Kč	23 000 Kč
Monitor	1	9 990 Kč	9 990 Kč
Klávesnice	1	699 Kč	699 Kč
Myš	1	599 Kč	599 Kč
Mobil	1	11 990 Kč	11 990 Kč
Platební terminál	1	7 600 Kč	7 600 Kč
Čtečka čárových kódů	1	3300 Kč	3 300 Kč
Čtečka QR kódů	1	2 999 Kč	2 999 Kč
Tiskárna na účtenky	1	3 799 Kč	3 799 Kč
Tiskárna	1	3 790 Kč	3 790 Kč
Pokladna	1	2 000 Kč	2 000 Kč
Dílenský nábytek	1	8 000 Kč	8 000 Kč
Fén	1	9 500 Kč	9 500 Kč
Ultrazvuková čistička	1	25 000 Kč	25 000 Kč
Digitální fokometr	1	40 000 Kč	40 000 Kč
PD metr	1	13 000 Kč	13 000 Kč
Sada šroubováku	1	3 000 Kč	3 000 Kč
Sada kleští	1	4 500 Kč	4 500 Kč
Náhradní díly	x	x	5 000 Kč
Doplňky	x	x	5 000 Kč
CELKEM	253 362 Kč		

(zdroj: vlastní zpracování)

ZÁZEMÍ PRO ZAMĚSTNANCE A TECHNICKÁ MÍSTNOST

Zaměstnanci, kteří se budou nacházet na pracovišti, musí mít své komfortní zázemí. Vytvořena jim bude kuchyňka a také šatna. Tyto místnosti budou odděleny dveřmi, aby případné zvuky nerušily zákazníky v prostorách optiky. Dalšími prostory bude technická místnost a sociální zařízení pro zaměstnance i zákazníky.

V kuchyňce se bude nacházet kuchyňský kout, jehož součástí bude dřez, mikrovlnná trouba, rychlovarná konvice, kávovar a lednice. Dále zde budou umístěny skřínky, kde bude uschováno nádobí, sklenice a příbory. Zaměstnanci si zde mohou přinést i své vlastní potřebné věci. V kuchyňce se bude nacházet také stůl a židle, kde mohou zaměstnanci stolovat.

Šatna pro zaměstnance bude vybavena uzamykatelnou skříní, do které si budou ukládat oblečení. Vedle skříně bude umístěn také botník, věšák a zrcadlo. Dalším prostorem bude technická místnost. V těchto prostorách budou uloženy čisticí prostředky, dezinfekční prostředky a další vybavení potřebné ke správnému chodu optiky. Neopomenutelnou součástí je také sociální zařízení. Toaleta bude přístupná jak zaměstnancům, tak případně zákazníkům optiky.

Celkové náklady na vybavení do zázemí pro zaměstnance (kuchyňky, šatny), sociálního zařízení a technické místnosti činí 44 986 Kč.

Tabulka 15 Vybavení zázemí pro zaměstnance a technické místnosti

	POLOŽKA	POČET KUSŮ	CENA ZA KUS	CELKOVÉ NÁKLADY
KUCHYŇKA	Kuchyňský kout	1	7 670 Kč	7 670 Kč
	Mikrovlnná trouba	1	1 690 Kč	1 690 Kč
	Rychlovarná konvice	1	599 Kč	599 Kč
	Kávovar	1	2 999 Kč	2 999 Kč
	Lednice	1	3 790 Kč	3 790 Kč
	Kuchyňské vybavení	x	1500 Kč	1500 Kč
	Jídelní set	1	4 200 Kč	4 200 Kč
ŠATNA	Šatní skříň	1	5 500 Kč	5 500 Kč
	Botník	1	500 Kč	500 Kč
	Věšák	1	790 Kč	790 Kč
	Zrcadlo	1	349 Kč	349 Kč
TECHNICKÁ MÍSTNOST	Nábytek	x	2 500 Kč	2 500 Kč
	Mop	1	699 Kč	699 Kč
	Vysavač	1	1 999 Kč	1 999 Kč
	Čisticí pomůcky	x	5 000 Kč	5 000 Kč
TOALETA	WC	1	3 999 Kč	3 999 Kč
	Umyvadlo	1	1 200 Kč	1 200 Kč
CELKEM				44 986 Kč

(zdroj: vlastní zpracování)

4) Vybavení optometristické vyšetřovny

Vybavení vyšetřovny sloužící pro měření zraku a aplikaci kontaktních čoček je nejnákladnější ze všech prostor Optiky KP. Musí se zde nacházet špičkové přístroje a pomůcky, které jsou povinnou součástí vybavení optometristické vyšetřovny.

Mezi povinné vybavení patří (Společenstvo českých optiků a optometristů, 2018, s. 6–7)

- a) nábytek pro práci optometristy
- b) židle nebo křeslo pro pacienta
- c) skříň na léčivé přípravky
- d) stolky na přístroje a nástroje
- e) kartotéční skříň (pokud není zdravotnická dokumentace vedena elektronicky)
- f) chladnička na léčivé přípravky (pokud se uchovávají přípravky vyžadující nižší teplotu než pokojovou)
- g) pomůcky pro poskytnutí první pomoci
- h) sterilizátor (pokud se pomůcky vyžadující sterilizaci užívají)
- i) lokální svítidlo vyšetřovací
- j) vyšetřovací křeslo s lampou
- k) brýlová skříň
- l) štěrbinová lampa
- m) optotypy
- n) vybavení k určení barvocitu
- o) zácvikový stolek se zrcadlem a osvětlením
- p) přístroj na měření zakřivení oční rohovky
- q) fokometr
- r) skiaskop nebo autorefraktometr
- s) zařízení k zatemnění oken, pokud je prováděna skiaskopie

V optometristické vyšetřovně se bude nacházet pracovní stůl, jehož součástí bude počítač s klávesnicí a myší. Dále budou ve vyšetřovně umístěny přístroje a pomůcky sloužící

pro kompletní vyšetření zraku – autorefraktometr, šterbinová lampa, brýlová skříň, optotypy, tabulky k určení barvocitu a fokometr. V Optice KP bude zákazníkům poskytována i aplikace kontaktních čoček, tím pádem bude vyšetřovna vybavena zácvikovým stolem se zrcadlem a osvětlením. Nezbytnou součástí vyšetřovny, kde bude probíhat aplikace kontaktních čoček, je i umyvadlo.

Celková výše nákladů na vybavení do optometristické vyšetřovny činí 710 199 Kč.

Tabulka 16 Vybavení optometristické vyšetřovny

POLOŽKA	POČET KUSŮ	CENA ZA KUS	CELKOVÉ NÁKLADY
Pracovní stůl	1	2 790 Kč	2 790 Kč
Kancelářská židle	1	2 109 Kč	2 109 Kč
Počítač, myš, klávesnice	1	17 000 Kč	17 000 Kč
Pomůcky pro poskytnutí první pomoci	1	2 500 Kč	2 500 Kč
Vyšetřovací křeslo s lampou	1	28 000 Kč	28 000 Kč
Úložné prostory	x	2 700 Kč	2 700 Kč
Autorefraktometr	1	350 000 Kč	350 000 Kč
Šterbinová lampa	1	150 000 Kč	150 000 Kč
PD metr	1	10 000 Kč	10 000 Kč
Brýlová skříň	1	18 000 Kč	18 000 Kč
Zkušební brýlová obruba	1	8 000 Kč	8 000 Kč
Polarizační optotyp nástěnný	1	68 000 Kč	68 000 Kč
Tabulky k vyšetření barvocitu	1	1 500 Kč	1 500 Kč
Digitální fokometr	1	40 000 Kč	40 000 Kč
Zácvikový stůl	1	7 300 Kč	7 300 Kč
Zrcadlo s osvětlením	1	1 100 Kč	1 100 Kč
Umyvadlo	1	1 200 Kč	1 200 Kč
CELKEM	710 199 Kč		

(zdroj: vlastní zpracování)

5) Počáteční sklad

Aby optika mohla ihned zahájit prodej, je nutné zajistit základní skladovou zásobu. Ve skladu a na prodejně Optiky KP se bude nacházet několik druhů brýlí a brýlových doplňků. Mezi brýlové obruby patří obruby plastové, kovové, vázané, vrtané a celoobruby pro všechny pohlaví a věkové kategorie. Tyto obruby budou rozděleny na tři kategorie – levnější obruby, běžné obruby a obruby značkové, tedy dražší. Všechny druhy a materiály budou dostupné i u brýlových obrub se slunečním klipem a u slunečních brýlí. Sportovní a pracovní brýle budou k dispozici pouze ve velikostech pro dospělé či starší děti.

Ve skladových zásobách budou k mání zkušební kontaktní čočky. Tyto čočky nelze prodávat zákazníkům. Slouží pouze pro zaučení aplikace kontaktních čoček a také ke zkoušení návyku zákazníka na jednotlivé čočky. Dodavatelé zasílají zkušební kontaktní čočky zdarma různých typů zdarma v široké škále dioptrií. Ve skladových zásobách Optiky KP se budou nacházet pouze sférické zkušební kontaktní čočky, ostatní budou z hlediska složitějších parametrů na objednávku. Prodejní balení budou zákazníkům k dispozici pouze na objednávku.

V Optice KP budou k prodeji dostupné i brýlové doplňky. Jedná se o pouzdra na brýle s obrázkovými motivy pro děti a také pouzdra pro dospělé. Dále šňůrky na brýle a hadříky z mikrovlákna v různých barvách. Součástí sortimentu budou roztoky na kontaktní čočky, čisticí spreje na brýle a okluzory různých druhů a velikostí.

Celková výše nákladů vztahující se na skladové zásoby Optiky KP vychází na 752 300 Kč.

Tabulka 17 Náklady na skladové zásoby

POLOŽKA	POČET KUSŮ	PRŮMĚRNÁ CENA ZA KUS	CELKOVÉ NÁKLADY
Brýlové obruby – první typ	100 ks	500 Kč	50 000 Kč
Brýlové obruby – druhý typ	400 ks	800 Kč	320 000 Kč
Brýlové obruby – třetí typ	80 ks	1200 Kč	96 000 Kč
Brýlové obruby se slunečním klipem	200 ks	800 Kč	160 000 Kč
Sluneční brýle	150 ks	500 Kč	75 000 Kč
Sportovní brýle	50 ks	450 Kč	22 500 Kč
Pracovní brýle	20 ks	400 Kč	8 000 Kč
Zkušební kontaktní čočky	400 ks	0 Kč	0 Kč
Roztoky na kontaktní čočky	10 ks	200 Kč	2 000 Kč
Pouzdra na brýle	60 ks	40 Kč	2 400 Kč
Šňůrky na brýle	50 ks	15 Kč	750 Kč
Čisticí spreje na brýle	150 Ks	30 Kč	4 500 Kč
Čisticí utěrky	70 Ks	20 Kč	1 400 Kč
Okluzory	15 ks	350 Kč	5 250 Kč
Sluneční klipy	15 ks	300 Kč	4 500 Kč
CELKEM	752 300 Kč		

(zdroj: vlastní zpracování)

6) Software

Moderní optiky se neobejde bez kvalitního softwaru. Počáteční software pro oční optiku a optometrii vychází na 20 000 Kč, nadále se na něj dokupují měsíční licence.

7) Marketing

Úspěšný rozjezd podnikání vyžaduje efektivní marketing. Jedná se především o tvorbu webových stránek spolu s rezervačním systémem a e-shopem. Součástí reklamy jsou také pravidelné příspěvky na sociálních sítích (Instagramu a Facebooku), které bude potřeba

založit k rozšíření povědomí o podniku. Nedílnou součástí marketingu budou také informační letáky, bannery, vizitky a reklamní polepy do venkovní výlohy oční optiky.

V Optice KP budou ke každé zakázce darovány dárkové tašky, na kterých bude uvedeno logo a název firmy. V případě zájmu budou v optice k dispozici i dárkové poukazy v libovolných hodnotách. Zároveň budou k dostání ne e-shopu.

Celková částka, která zahrnuje náklady na marketing a reklamu činí 42 650 Kč.

Tabulka 18 Náklady na marketing

POLOŽKA	POČET KUSŮ	CENA ZA KUS	CELKOVÉ NÁKLADY
Webové stránky včetně rezervačního systému a e-shopu	x	x	30 000 Kč
Účty na sociálních sítích	x	x	0 Kč
Vizitky	350 ks	4 Kč	1 400 Kč
Reklamní letáky	250 ks	5 Kč	1 250 Kč
Reklamní polepy	4 ks	1 700 Kč	6 800 Kč
Výroba dárkových tašek	250 ks	12 Kč	3 000 Kč
Výroba dárkových poukazů	40 ks	5 Kč	200 Kč
CELKEM	42 650 Kč		

(zdroj: vlastní zpracování)

CELKOVÉ POČÁTEČNÍ INVESTICE

Celkové náklady, které slouží jako počáteční investice Optiky KP činí 2 449 778 Kč.

Tabulka 19 Celkové náklady zahrnující počáteční investice

POLOŽKA	CELKOVÉ NÁKLADY
Zřizovací náklady	7 300 Kč
Náklady spojené s rekonstrukcí prostor	235 900 Kč
Vybavení optiky	1 391 628 Kč
Počáteční sklad	752 300 Kč
Software	20 000 Kč
Marketing	42 650 Kč
CELKEM	2 449 778 Kč

(zdroj: vlastní zpracování)

Mzdové náklady

Optika KP by v budoucnu chtěla zaměstnávat 2 zaměstnance – očního optika a optometristu. Oba zaměstnanci budou pracovat na hlavní pracovní poměr. V rámci zaměstnaneckého poměru bude uvažováno sociální a zdravotní pojištění, kde celková úhrada zaměstnavatele činí 33,8 % z měsíční hrubé mzdy, konkrétně 9 % za zdravotní pojištění a 24,8 % za sociální pojištění. Celkové náklady zaměstnavatele za očního optika a optometristu budou 102 490 Kč za měsíc.

Tabulka 20 Celkové náklady na mzdy zaměstnanců Optiky KP

ZAMĚSTNANEC	HRUBÁ MZDA	POJIŠTĚNÍ	CELKOVÉ NÁKLADY
Oční optik	33 300 Kč	11 255 Kč	44 555 Kč
Optometrista	43 300 Kč	14 635 Kč	57 935 Kč

(zdroj: vlastní zpracování)

Fixní náklady

V níže uvedené tabulce 22 jsou k vidění celkové fixní náklady Optiky KP za měsíc, které jsou potřebné k provozu optiky. Součástí těchto nákladů je pronájem prostor, energie (elektrina, voda, plyn, topení), software pro oční optiky (SP Optik), internetové připojení, telefonní tarif, prodejní rádio, mzdy zaměstnanců, účetnictví, které bude Optice KP poskytovat externí firma, dále správa webových stránek a také pojištění podnikatelských rizik. Celková hodnota fixních nákladů za měsíc činí 138 458 Kč.

Tabulka 21 Celkové fixní náklady Optiky KP

POLOŽKA	CELKOVÉ NÁKLADY
Pronájem	18 000 Kč
Energie	4 000 Kč
Software pro oční optiky	1 200 Kč
Internetové připojení	699 Kč
Telefon	399 Kč
Rádio	120 Kč
Mzdy zaměstnanců	102 490 Kč
Účetnictví	3 500 Kč
Webové stránky	2 500 Kč
Pojištění podnikatelských rizik	550 Kč
CELKEM	133 458 Kč

(zdroj: vlastní zpracování)

Variabilní náklady

Variabilní náklady jsou takové, které se mění v závislosti na objemu poskytovaných služeb a prodaného zboží. V případě oční optiky s optometristickou vyšetřovnou spadají do této kategorie všechny typy brýlí, kontaktních čoček, roztoky na kontaktní čočky a čisticí pomůcky. Variabilní náklady tvoří přibližně 30 % měsíčních výnosů.

6.7.2 Výnosy

Měsíční výnosy Optiky KP s optometristickou vyšetřovnou budou pocházet především ze dvou hlavních zdrojů – z prodeje zboží a poskytování služeb. Je nezbytné si určit prodejní cenu zboží, k jejímuž výpočtu jsou nápomocné indexy. V tabulce 23 jsou uvedené předběžné hodnoty indexů pro jednotlivé typy zboží. V tabulce 24 lze vidět souhrn celkových výnosů Optiky KP pro všechny typy zboží. Jsou zde uvedeny průměrné počty prodaného zboží, které se mohou v jednotlivých měsících měnit v závislosti na toku zákazníků. Dále jsou v tabulce vypočítané celkové příjmy, náklady a následně celkové výnosy. V tabulce 25 jsou uvedeny celkové výnosy Optiky KP za služby poskytované zákazníkům. V tabulce není uvedeno měření zraku, protože bude ze začátku zdarma. Následně bude zpoplatněno částkou 650 Kč. Celkové výnosy, které jsou reálným kvalifikovaným odhadem, za zboží a služby činí 258 300 Kč za měsíc.

Výpočty:

- *Průměrná prodejní cena (bez DPH) = průměrná nákupní cena $\times$ index*
- *Průměrná prodejní cena (s DPH) = průměrná prodejní cena (bez DPH) + DPH*
- *Celkové příjmy = průměrná prodejní cena (bez DPH) $\times$ průměrný počet prodaných kusů*
- *Celkové náklady = průměrná nákupní cena $\times$ počet kusů*
- *Celkové výdaje = celkové příjmy – celkové náklady*

Tabulka 22 Zvolené indexy

POLOŽKA	INDEX
Brýlové obruby – první typ	2,8
Brýlové obruby – druhý typ	3,0
Brýlové obruby – třetí typ	3,3
Brýlové obruby se slunečním klipem	3,3
Sluneční brýle	3,0
Sportovní brýle	2,5
Pracovní brýle	2,5
Brýlové čočky	2,3
Kontaktní čočky	2,8
Roztoky na kontaktní čočky	2,3
Náhradní díly	2,4
Doplňky	2,5

(zdroj: vlastní zpracování)

Tabulka 23 Celkové výnosy Optiky KP ze zboží

POLOŽKA	PRŮMĚRNÝ POČET PRODANÝCH KUSŮ	PRŮMĚRNÁ PRODEJNÍ CENA ZA 1 KS (BEZ DPH)	DPH	PRŮMĚRNÁ PRODEJNÍ CENA ZA 1 KS (S DPH)	PRŮMĚRNÁ NÁKUPNÍ CENA ZA 1 KS	CELKOVÉ PŘÍJMY	CELKOVÉ NÁKLADY	CELKOVÉ VÝNOSY
Brýlové obrubby – první typ	15 ks	1 400 Kč	12 %	1 568 Kč	500 Kč	21 000 Kč	7 500 Kč	13 500 Kč
Brýlové obrubby – druhý typ	30 ks	2 400 Kč	12 %	2 688 Kč	800 Kč	72 000 Kč	24 000 Kč	48 000 Kč
Brýlové obrubby – třetí typ	10 ks	3 960 Kč	12 %	4 435 Kč	1 200 Kč	39 600 Kč	12 000 Kč	27 600 Kč
Brýlové obrubby se slunečním klipem	10 ks	2 640 Kč	12 %	2 957 Kč	800 Kč	26 400 Kč	8 000 Kč	18 400 Kč
Sluneční brýle	4 ks	1 500	21 %	1 815 Kč	500 Kč	6 000 Kč	2 000 Kč	4 000 Kč
Sportovní brýle	3 ks	1 125 Kč	21 %	1 361 Kč	450 Kč	3 375 Kč	1 350 Kč	2 025 Kč
Pracovní brýle	1 ks	1 000 Kč	21 %	1 210 Kč	400 Kč	1 000 Kč	400 Kč	600 Kč
Brýlové čočky	180 ks	1 035 Kč	12 %	1 159 Kč	450 Kč	186 300 Kč	81 000 Kč	105 300 Kč
Kontaktní čočky	16 krabiček	840 Kč	12 %	940 Kč	300 Kč	13 440 Kč	4 800 Kč	8 640 Kč
Roztoky na kontaktní čočky	8 ks	460 Kč	21 %	557 Kč	200 Kč	3 680 Kč	1 600 Kč	2 080 Kč
Náhradní díly	5 ks	360 Kč	12 %	403 Kč	150 Kč	1 800 Kč	750 Kč	1 050 Kč
Pouzdra na brýle	15 ks	100 Kč	21 %	121 Kč	40 Kč	1 500 Kč	600 Kč	900 Kč
Šňůrky na brýle	20 ks	38 Kč	21 %	46 Kč	15 Kč	760 Kč	300 Kč	460 Kč
Čistící spreje	15 ks	75 Kč	21 %	91 Kč	30 Kč	1 125 Kč	450 Kč	675 Kč
Čistící utěrky	20 ks	50 Kč	21 %	61 Kč	20 Kč	1 000 Kč	400 Kč	600 Kč
Okluzory	3 ks	875 Kč	12 %	980 Kč	350 Kč	2 625 Kč	1 050 Kč	1 575 Kč
Sluneční klipy	3 ks	750 Kč	21 %	908 Kč	300 Kč	2 250 Kč	900 Kč	1350 Kč
CELKEM	x	x	x	x	x	383 855 Kč	147 100 Kč	236 755 Kč

(zdroj: vlastní zpracování)

Tabulka 24 Celkové výnosy Optiky KP za služby

POLOŽKA	PRŮMĚRNÝ POČET PRODANÝCH KUSŮ	PRŮMĚRNÁ PRODEJNÍ CENA ZA 1 KS (BEZ DPH)	DPH	PRŮMĚR NÁ PRODEJN Í CENA ZA 1 KS (S DPH)	CELKOVÉ VÝNOSY
Aplikace kontaktních čoček	10 ks	800 Kč	0 %	800 Kč	8 000 Kč
Výměna skel do vlastní obruby	24 ks	402 Kč	12 %	450 Kč	9 648 Kč
Výměna sedla	26 ks	45 Kč	12 %	50 Kč	1 170 Kč
Úprava brýlí	30 ks	45 Kč	12 %	50 Kč	1 350 Kč
Výměna šroubku	13 ks	54 Kč	12 %	60 Kč	702 Kč
Čištění ultrazvukem	15 ks	45 Kč	12 %	50 Kč	675 Kč
CELKEM	X	X	X	X	21 545 Kč

(zdroj: vlastní zpracování)

6.7.3 Výkaz zisku a ztrát

Výkaz zisku a ztrát slouží k určení finančního hospodaření Optiky KP. Tedy zda optika bude dosahovat zisku anebo bude hospodařit ztrátově. Výkaz zisku a ztrát je zpracován zjednodušenou variantou, jelikož jsou všechny hodnoty orientační. V průběhu prvních měsíců nebudou výnosy tak vysoké. Optika se bude zajišťovat a bude trvat, než si najde své zákazníky a stabilizuje se. Celkové výnosy jsou uvedeny ze zboží a služeb jsou blíže specifikovány v tabulce 24 a 25. Fixní náklady jsou rozepsány v tabulce 22 a variabilní náklady tvoří 30 % celkových měsíčních výnosů. Součet těchto dvou fixních a variabilních nákladů udává celkové náklady. Výsledek hospodaření je tedy vypočítán vztahem *celkové výnosy – celkové náklady*. Roční výsledek hospodaření je vynásobenou dvanácti měsíci, protože se předpokládá, že první rok bude pro optiku méně ziskový.

Výsledek měsíčního hospodaření optiky činí 42 353 Kč. Výsledek hospodaření tedy není ztrátový. Roční výsledek hospodaření je dán částkou 508 224 Kč. Tyto výsledky se

budou v průběhu let měnit. Předpokladem je, že bude stále stoupat a výsledky budou čím dál vyšší.

Počáteční investice Optiky KP jsou v hodnotě 2 449 778 Kč. Pokud by se roční výsledek hospodaření orientoval kolem částky 508 224 Kč, mohla by mít Optika KP vložené počáteční investice zpět za 4 a půl roku. Při zlepšení hospodářského výsledku budou vložené prostředky zpět dříve. Je ale nutno počítat s pomalejším nárůstem stabilizace optiky.

Tabulka 25 Zjednodušený výkaz zisku a ztrát

POLOŽKA	ČÁSTKA
CELKOVÉ VÝNOSY	258 300 Kč
Fixní náklady	138 458 Kč
Variabilní náklady	77 490 Kč
CELKOVÉ NÁKLADY	215 948 Kč
Výsledek hospodaření měsíční	42 352 Kč
VÝSLEDEK HOSPODAŘENÍ ROČNÍ	508 224 Kč

(zdroj: vlastní zpracování)

BOD ZVRATU

Bodem zvratu se rozumí ukazatel objemu výroby, který zajišťuje, že podnik nebude hospodařit se ztrátou. Jde o stav, kdy se náklady rovnají výnosům z produkce. Čím vyšší je bod zvratu, tím je podnik zranitelnější vůči poklesu poptávky a s tím souvisejícímu omezení výroby. (Srpová, 2011, s. 30)

Potřebné údaje k výpočtu bodu zvratu

- Fixní měsíční náklady: 138 458 Kč
- Variabilní měsíční náklady: 77 490 Kč
- Měsíční výnosy: 258 300 Kč

Výpočet:

$$\text{Bod zvratu} = \frac{\text{fixní měsíční náklady}}{1 - \frac{\text{variabilní měsíční náklady}}{\text{měsíční výnosy}}}$$

$$\text{Bod zvratu} = \frac{138\,458}{1 - \frac{77\,490}{258\,300}} = \frac{138\,458}{1 - 0,30} = \frac{138\,458}{0,70} = \mathbf{197\,797,14\,Kč}$$

To znamená, že Optika KP dosáhne bodu zvratu při měsíčních výnosech 197 797 Kč. Při této výši tržeb pokryje všechny své náklady a začne generovat zisk. Pro výpočet doby, za kterou Optika KP dosáhne bodu zvratu, je nutné brát v potaz měsíční výsledek hospodaření čili 42 352 Kč. Optika KP tedy dosáhne bodu zvratu za 4 až 5 měsíců od začátku podnikání v závislosti na výši tržeb.

$$\text{doba k dosažení bodu zvratu} = \frac{\text{bod zvratu}}{\text{měsíční výsledek hospodaření}}$$

$$\text{doba k dosažení bodu zvratu} = \frac{197\,797,14}{42\,352} = 4,67 \text{ měsíce}$$

6.8 Časový plán

Časovým neboli organizačním plánem je myšleno odhalení harmonogramu klíčových činností, které je nutné splnit v průběhu realizace založení Optiky KP s optometristickou vyšetřovnou. Časový plán je rozdělen do pěti fází a časovou jednotkou bude jeden měsíc. Všechny časové úseky jsou pouze orientační. Otevření Optiky KP s optometristickou vyšetřovnou je naplánováno na únor roku 2027.

Z Tabulky 27 lze vyčíst, že nejdéle trvající činností bude zajištění všech potřebných legislativních požadavků. Naopak nejkratší dobu zabere spouštění marketingu a věrnostního programu pro zákazníku spolu s poslední kontrolou všech patřičných legislativních povolení. Celková délka časového plánu zabývajícím se zřízením optiky s optometristickou vyšetřovnou zabere sedmnáct měsíců.

1. PŘÍPRAVNÁ FÁZE: 0–5 měsíc

- Analýza trhu a konkurence – průzkum poptávky, výběr vhodné lokality na zřízení optiky, zanalyzovat cílové skupiny zákazníků (4 měsíce)
- Zajištění financování – vlastní kapitál, případně bankovní úvěr (3 měsíce)
- Výběr vhodné lokality – dostupnost zákazníkům, dobrá viditelnost, zjistit nájemní podmínky (2 měsíce)
- Legislativní požadavky – zajistit živnostenské oprávnění, registrace zdravotnického zařízení, výpisy z rejstříků, ohlášení živnosti (5 měsíců)

2. ADMINISTRATIVNÍ A TECHNICKÁ PŘÍPRAVA: 5–9 měsíc

- Pronájem a koupě prostor – podpisy smluv, právní kontrola (2 měsíce)
- Stavební úpravy a rekonstrukce – zajištění vhodného dispozičního řešení pro optiku a optometristickou vyšetřovnu (4 měsíce)
- Výběr a nákup vybavení – optometristické přístroje, nábytek, optické přístroje, vybavení (2 měsíce)
- Získání potřebných povolení – schválení hygienou, BOZP školení (3 měsíce)

3. PERSONÁLNÍ A MARKETINGOVÁ PŘÍPRAVA: 9–13 měsíc

- Nábor zaměstnanců – oční optik (4 měsíce)
- Školení personálu – odborné kurzy, obsluha přístrojů (2 měsíce)
- Spuštění marketingu – webové stránky, sociální sítě, reklama, spolupráce (1 měsíc)
- Navázání spolupráce s dodavateli – brýle, kontaktní čočky, optické pomůcky (2 měsíce)

4. TESTOVACÍ PROVOZ A FINÁLNÍ PŘÍPRAVY: 13–16 měsíc

- Zkušební provoz optiky – odhalení chyb v procesech, testování přístrojů (3 měsíce)
- Poslední legislativní kontroly (1 měsíc)
- Spuštění věrnostního programu – souvisí s marketingem, motivace zákazníků, akční nabídky: například měření zdarma (1 měsíc)

5. OFICIÁLNÍ OTEVŘENÍ OPTIKY: 16–17 měsíc

- Slavnostní otevření – akce pro zákazníky (únor 2027)

Tabulka 26 Časový plán Optiky KP

FÁZE	ČASOVOST	ČINNOST	DOBA TRVÁNÍ
PŘÍPRAVNÁ FÁZE	0–5 měsíc	Analýza trhu a konkurence	4 měsíce
		Zajištění financování	3 měsíce
		Výběr vhodné lokality	2 měsíce
		Legislativní požadavky	5 měsíců
ADMINISTRATIVNÍ A TECHNICKÁ PŘÍPRAVA	5–9 měsíc	Pronájem a koupě prostor	2 měsíce
		Stavební úpravy a rekonstrukce	4 měsíce
		Výběr a nákup vybavení	2 měsíce
		Získání potřebných povolení	3 měsíce
PERSONÁLNÍ A MARKETINGOVÁ PŘÍPRAVA	9–13 měsíc	Nábor zaměstnanců	4 měsíce
		Školení personálu	2 měsíce
		Spuštění marketingu	1 měsíc
		Navázání spolupráce s dodavateli	2 měsíce
TESTOVACÍ PROVOZ A FINÁLNÍ PŘÍPRAVY	13–16 měsíc	Zkušební provoz optiky	3 měsíce
		Poslední legislativní kontroly	1 měsíc
		Spuštění věrnostního programu	1 měsíc
OFICIÁLNÍ OTEVŘENÍ OPTIKY	17 měsíc	Slavnostní otevření	Únor 2027

(zdroj: vlastní zpracování)

Tabulka 27 Ganttův diagram

	10/2025	11/2025	12/2025	01/2026	02/2026	03/2026	04/2026	05/2026	06/2026	07/2026	08/2026	09/2026	10/2026	11/2026	12/2026	01/2027	02/2027
Analýza trhu a konkurence																	
Zajištění financování																	
Výběr vhodné lokality																	
Legislativní požadavky																	
Pronájem a koupě prostor																	
Stavební úpravy a rekonstrukce																	
Výběr a nákup vybavení																	
Získání potřebných povolení																	
Nábor zaměstnanců																	
Školení personálu																	
Spuštění marketingu																	
Navázání spolupráce s dodavateli																	
Zkušební provoz optiky																	
Poslední legislativní kontroly																	
Spuštění věrnostního programu																	
Slavnostní otevření																	

(zdroj: vlastní zpracování)

6.9 Marketingový plán

Marketingový plán usnadňuje prosazení podniku na trhu. Zároveň napomáhá najít cílovou skupinu a zákazníky, pro které je produkt určený. Následně přispívá k utvoření cen, propagačních nástrojů a způsobu distribuce. (Šafrová Drášilová 2019, s. 59) Slouka (2017, s. 22) konstatuje, že univerzální definice pro marketing neexistuje, jelikož se toto odvětví neustále vyvíjí.

Cílová skupina

Naše optika bude zaměřena na široké spektrum zákazníků, mezi které patří:

- Děti a studenti – první brýle, okluzory, speciální čočky proti progresi myopie
- Dospělí – brýle na dálku, brýle na čtení, multifokální brýle
- Senioři – brýle na čtení, brýle na dálku, bifokální brýle, lupy
- Řidiči a pracovníci hledající kvalitní ochranné brýle – speciální čočky pro řidiče, zabarvující čočky pro řidiče, ochranné dioptrické brýle
- Zákazníci hledající moderní designové obruhy

- Lidé s aktivním životním stylem – turisté, cyklisté, lyžaři další sportovci hledající ochranné či multifunkční brýle, sluneční a sportovní brýle
- Lidé pracující u počítače – kancelářské brýle, brýlové čočky proti modrému světlu, kontaktní čočky proti modrému světlu

Produkt

Optika KP bude nabízet kvalitní dioptrické a sluneční brýle pro děti i dospělé. Součástí těchto brýlí bude i široká nabídka brýlových skel s různými povrchovými úpravami (antireflexní, titanové, proti modrému světlu), zabarveními (samozabarvovací, sluneční, polarizační, pro řidiče) a také různé typy skel (jednoohniskové, multifokální, bifokální, kancelářské). K dispozici budou doplňky k brýlím (pouzdra, šňůrky, hadříky z mikrovlákna, čisticí spreje), okluzory, roztoky ke kontaktním čočkám a samotné kontaktní čočky.

Popis produktu je detailněji popsán v kapitole 6.5 Popis podnikatelské příležitosti v odstavci Popis produktu.

Umístění

Dle Finche (2019) je pro maloobchodní podnik složité najít a zajistit vhodné prostory za ucházející cenu a na správném místě.

Optika KP bude situována na Masarykově náměstí v centru Napajedel. Prostory se nachází v přízemí cihlové budovy s výlohou k hlavní cestě (viz obrázek). Na obrázku 3 je k vidění prostor k pronájmu, který byl zveřejněn na stránkách Sreality (2025). Toto místo vhodné jak pro oční optiku, tak i pro optometristickou vyšetřovnu.

Lokalita je velmi frekventovaná, jelikož se budova nachází přímo v centru města. V blízkosti se nachází cukrárna, dětské hřiště, kino, autobusová zastávka, bankomat, restaurace, pošta, lékárna, mateřská škola i základní škola.

Otevírací doba optiky bude každý den od pondělí do pátku, o víkendech bude optika zavřená. Měření zraku bude probíhat každý den po čas otevírací doby, která se nachází v tabulce 10.

Tabulka 28 Otevírací doba

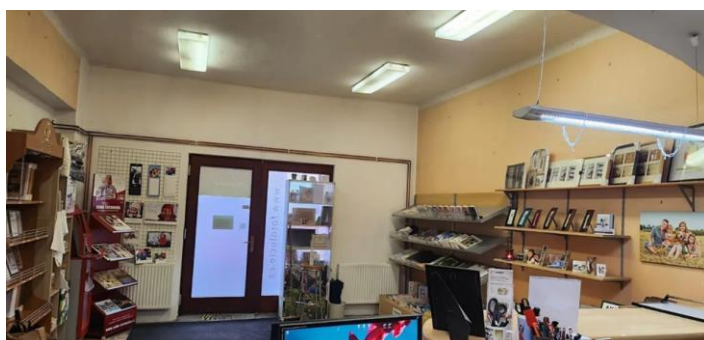
OTEVÍRACÍ DOBA OPTIKY KP	
Pondělí	9:00 – 17:00
Úterý	8:30 – 16:30
Středa	9:00 – 17:00
Čtvrtek	9:00 – 17:00
Pátek	8:30 – 16:00
Sobota	ZAVŘENO
Neděle	

(zdroj: vlastní zpracování)



Obrázek 4 Umístění Optiky KP

(zdroj: Sreality, 2025)



Obrázek 5 Prostory Optiky KP

(zdroj: Sreality, 2025)

Cena

V Optice KP budou k dispozici produkty různých cenových kategorií. Konečná cena se bude odvíjet od ceny nákupu zboží, které si pořídíme od našich dodavatelů. Nelze ji tedy momentálně přesně určit.

Dále bude v optice probíhat každodenní měření zraku. Cena tohoto měření bude 650 Kč. Pokud se zákazník rozhodne udělat brýle, bude měření zraku zdarma. To bude platit i při pouhé výměně brýlových čoček do vlastní obruby. Tato práce ale bude oceněná částkou 450 Kč. Bude taktéž záležet na typu obruby, například výměna skel u vrtaných brýlí bude činit 750 Kč. Další službou bude aplikace kontaktních čoček, kdy cena bude činit 800 Kč. V této ceně je zahrnuto měření zraku, zkušební kontaktní čočky, roztok ke kontaktním čočkám a zaučení aplikace kontaktních čoček. Optika KP bude nabízet i opravy a servis brýlí. Cena se bude odvíjet od náročnosti a typu opravy.

Tabulka 29 Ceník poskytovaných služeb

TYP ČINNOSTI	CENA
Aplikace kontaktních čoček	800 Kč
Měření zraku	650 Kč
Zábrus skel do vlastní obruby	450 Kč
Zábrus skel do vrtané obruby	750 Kč
Výměna sedla	50 Kč /ks
Úprava brýlí / Oprava brýlí	Záleží na složitosti
Výměna šroubku	60 Kč / ks
Výměna matičky a šroubku	90 Kč / ks
Natažení silonu	150 Kč
Čištění ultrazvukem	50 Kč

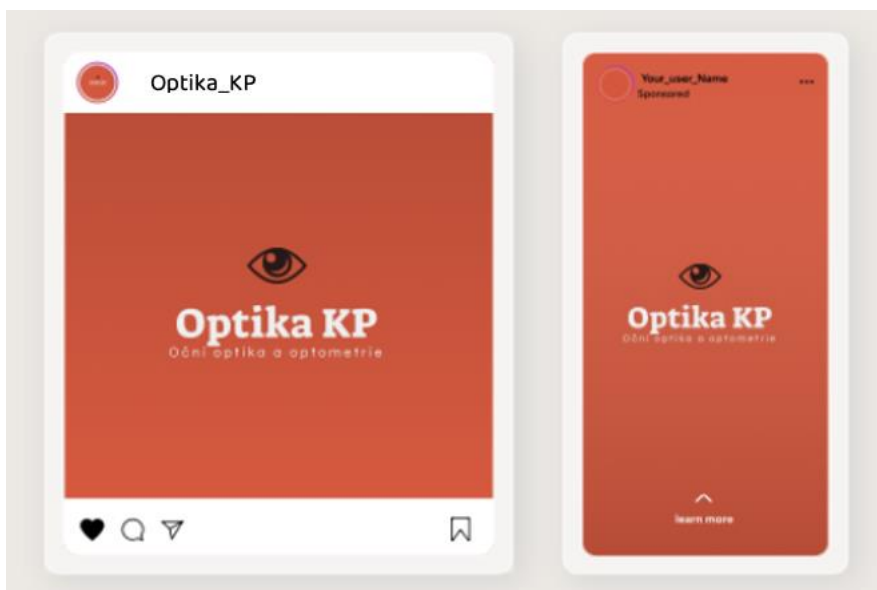
(zdroj: vlastní zpracování)

Propagace

Součástí uvedení optiky na trh je také propagace. Optika KP bude mít své webové stránky www.optikakp.cz, které budou moderní, přehledné, s možností online rezervace termínu na měření zraku či aplikaci kontaktních čoček a vlastním e-shopem. V horní části webové stránky budou k dispozici prokliky na sociální sítě optiky. Na domovské stránky budou vyskakovat okna s aktuálními akcemi či slevami. Webové stránky budou obsahovat záložky jako:

- 1) O nás: zde budou uvedeny informace o Optice KP
- 2) Služby a nabídky: zde budou rozepsané aktuální akce či novinky na optice spolu s poskytovaným zbožím a službami
- 3) Měření zraku: zde budou napsané informace o měření zraku a bude obsahovat proklik na rezervační systém
- 4) Kontakt: zde bude uvedena otevírací doba optiky, telefonní číslo, adresa, email a fakturační údaje

Další fází je založení sociálních sítí, zejména Facebooku (název: Optika KP) a Instagramu (název: Optika_KP). Základem je přidávat příspěvky pravidelně, vkládat vzdělávací obsah a neopomenout akční nabídky. Součástí hlavičky obou platforem bude odkaz na rezervační systém měření zraku, kontaktní údaje a adresa.



Obrázek 6 Náhled vzhledu sociální sítě Optiky KP

(zdroj: vlastní zpracování)

Nedílnou součástí propagace bude “off-line“ marketing, zahrnující reklamní letáčky a plakáty. Do prostor optiky umístíme volně k dispozici také malé vizitky. Zároveň budou ve výlohách vystaveny reklamní polepy s akčním zbožím či aktuální nabídkou.



Obrázek 7 Vizitka Optiky KP

(zdroj: vlastní zpracování)

Optika KP bude využívat také akce a věrnostní programy pro stálé zákazníky. Doplňkem budou sezónní akce, jež se budou vztahovat například na slevy na sluneční brýle v létě, slevy na obrubu k multifokálním brýlím či slevy na samozabarvovací čočky před začátkem léta atp.

Dle Slouky (2019, s. 47) je v dnešní době využívání sociálních sítí klíčové. Je důležité si dávat pozor na pravidelné aktualizace profilů a časté přidávání obsahu. Slouka říká, že *profil, který „nežije“, se stává nezajímavým, a tím pádem nefunkčním*. (Slouka, 2019, s. 47)

6.10 Analýza rizik

Analýza rizik pomáhá objevit případná rizika, která podnikatelský plán může způsobit. Díky této analýze se s riziky v rámci možností počítá a je snadnější jim předejít pomocí různých opatření. (Srpová, 2011, s. 31, Šafrová Drášilová, 2019, s. 60)

Při zřizování oční optiky s optometristickou vyšetřovnou je nezbytné identifikovat a analyzovat možná rizika, která by mohla ohrozit provoz, kvalitu služeb nebo finanční stabilitu podniku. Tato analýza se zaměřuje na klíčové oblasti, jako jsou finanční rizika, konkurenční rizika, provozní rizika, zákaznická rizika a rizika legislativní.

1) Finanční rizika

Finanční rizika mohou být spojená s nedostatečnou výší počátečního kapitálu či podcenění nákladů. To může vést k finanční nestabilitě a následné nemožnosti dlouhodobého provozu oční optiky. Finanční nestabilita může nastat i kvůli poklesu poptávky po brýlích, čočkách či jiným optickým doplňcích. Opatřením pro tato rizika je

důkladná příprava finančního plánu včetně zahrnutí krizových variant. Dalším rizikem může být nečekané zvýšení nákladů na pronájem a provoz oční optiky. Pokud tedy budou náklady vyšší než plánované příjmy, hrozí ztrátovost optiky. Předějit tomu můžeme vytvořením rezervního fondu pro nečekané výdaje, čímž může být například oprava optiky. Nedílnou součástí rizik jsou ekonomické výkyvy a také inflace. Proto musí být ceny následně přizpůsobeny dle aktuální situace.

2) Konkurenční rizika

V této skupině může být rizikem silná konkurence v blízkých městech (Otrokovice, Zlín). Řešením je zaměření se na originalitu služeb a také na individuální přístup, což zajistí proudění nových zákazníků. Nemalým rizikem je také agresivní cenová politika velkých řetězců, které nabízejí velké množství zboží. Opatřením může být nabídka exkluzivních produktů a prémiových služeb jako alternativa. Častým rizikem je zvýšená poptávka po hotových brýlích a po nekvalitních slunečních brýlích z důvodu jejich nízké pořizovací ceny. Opatření pro toto riziko je varovat zákazníka před nošením této nesprávně stanovené korekce a před rizikem nošení těchto brýlí. Vhodné je doporučit mu alternativu z dostupné nabídky naší optiky.

3) Provozní rizika

Mezi provozní rizika lze zařadit nedostatek kvalifikovaného personálu. Je proto potřeba zaměstnancům doporučovat pravidelná školení a udržení tak jejich motivace. Dalším rizikem může být zpoždění dodávek zboží od dodavatelů, což má nepříjemný vliv na dojem zákazníků. Je tak vhodné mít více dodavatelů a dostatečné skladové zásoby. Nepříjemnými riziky jsou poruchy přístrojů či jejich zastaralost, které mohou snižovat kvalitu služeb a prodlužovat čekací doby. Opatřením pro tato rizika jsou pravidelné revize a servis přístrojů, nebo jejich pravidelná obměna.

4) Zákaznická rizika

Do této skupiny rizik může patřit nízká loajalita zákazníků. Je proto potřeba je namotivovat ke koupi pomocí slevových programů a personalizovaných služeb. Nepříjemným rizikem je nedostatečné povědomí o optice, musíme tak dát důraz na marketing a spolupráci s místními partnery. V neposlední řadě lze do této oblasti zařadit i neúspěch v získání dostatečné klientely pro optiku. Možným řešením by mohl být silnější marketing a věrnostní programy.

5) Legislativní a ekonomická rizika

Legislativní rizika patří ke každému podnikání. Změny v legislativě je nutné často sledovat a následně školit personál optiky o nových změnách.

7 CELKOVÉ SHRNUÍ PROJEKTU A VYHODNOCENÍ JEHO REALIZOVATELNOSTI

Praktická část se soustředí na vypracování podnikatelského plánu pro zřízení oční optiky s optometristickou vyšetřovnou v Napajedlech. V rámci analýzy trhu byly využity strategické metody jako PESTLE analýza, Porterův model konkurenčních sil a SWOT analýza. Tyto metody umožnily identifikovat klíčové faktory ovlivňující úspěšnost podnikání. Výsledky analýz ukázaly, že v regionu existuje potenciál pro novou oční optiku díky rostoucí poptávce po kvalitních optických službách. Dále bylo zkoumáno konkurenční prostředí, identifikovány hlavní konkurenční výhody a formulovány strategie pro získání a udržení zákazníků.

Dále byl v této práci vyhotoven podnikatelský plán, v jehož úvodní části je popsána podnikatelská příležitost a definována mise, vize a cíle podniku. Tyto faktory jsou klíčové pro nastavení správného strategického směru a budoucího rozvoje podniku. Podnikatelský plán také obsahuje detailní finanční plán, který zahrnuje analýzu nákladů, výnosů a zjednodušený výkaz zisku a ztrát. Kromě finančního plánu byla zpracována i marketingová strategie a časový harmonogram realizace projektu.

Z praktické části vyplývá, že projekt má potenciál k úspěšnému rozvoji a dlouhodobé udržitelnosti na trhu. Identifikovány byly také možné rizikové faktory, které mohou ovlivnit realizaci projektu a byla navržena opatření k jejich minimalizaci. Cíle práce tedy byly splněny.

ZÁVĚR

Diplomová práce přinesla ucelený pohled na problematiku zřízení oční optiky s optometristickou vyšetřovnou. Na základě provedených analýz bylo prokázáno, že tento projekt má reálné ekonomické opodstatnění a že jeho realizace je proveditelná s odpovídající mírou rizika a má dobré vyhlídky na úspěch. Díky pečlivému vypracování podnikatelského plánu a podrobné analýze trhu lze očekávat, že optika bude schopna získat stabilní zákaznickou základnu a efektivně fungovat v konkurenčním prostředí. Cíle práce tedy byly splněny.

Při realizaci podnikatelského plánu je důležité zaměřit se na efektivní marketing, budování zákaznické loajality a vysokou úroveň poskytovaných služeb. Finanční analýza ukázala, že návratnost investice je reálná v horizontu několika let, což činí projekt atraktivním i z hlediska ekonomické udržitelnosti. Kromě toho bylo zjištěno, že moderní technologie a inovativní přístupy mohou výrazně přispět k úspěchu podniku.

Výsledky této práce mohou sloužit jako podklad pro budoucí podnikatelská rozhodnutí a inspirace pro další rozvoj služeb v oblasti optiky a optometrie. Úspěch tohoto projektu bude záviset na pečlivém plánování, dodržování legislativních požadavků a schopnosti přizpůsobit se měnícím se potřebám trhu. Pokud budou tyto faktory zohledněny a implementovány, má tento podnik vysoký potenciál pro dlouhodobý růst a prosperitu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

AHOL - STŘEDNÍ ODBORNÁ ŠKOLA, 2023. *Oční optik*. Online. Dostupné z: <https://sos.ahol.cz/uchazeci/obory/zdravotnicke-obory/ocni-optik/>. [cit. 2024-08-30].

BALIGA, Ashwin J. a RODRIGUES, Lewlyn L. R., 2015. *Business Plan- The Secret to Success. The International Journal of Business & Management*, 3(4). Online. Dostupné z: <https://www.internationaljournalcorner.com/index.php/theijbm/article/view/137621>. [cit. 2024-10-30].

BARROW, Colin; BARROW, Paul a BROWN, Robert, 2021. *The business plan workbook: A step-by-step guide to creating and developing a successful business*. Tenth edition. London: Kogan Page. ISBN 978 1 78966 739 4.

CENTRUM ZRAKU, 2022. *Počet lidí s oční vadou v Čechách každoročně stoupá. Špatně vidí již každý třetí*. Online. Dostupné z: <https://centrumzraku.cz/2022/08/15/pocet-lidi-s-ocni-vadou-v-cechach-kazdorocne-stoupa-spatne-vidi-jiz-kazdy-treti/>. [cit. 2025-02-19].

ČESKÁ NÁRODNÍ BANKA, 2025. *Inflace u 2% cíle*. Online. Dostupné z: <https://www.cnb.cz/cs/menova-politika/inflacni-cil/tema-inflace/index.html>. [cit. 2025-02-19].

ČESKÁ SPRÁVA SOCIÁLNÍHO ZABEZPEČENÍ, 2025. *Sazby pojistného*. Online. Dostupné z: <https://www.cssz.cz/vyse-a-sazba>. [cit. 2025-02-05].

ČESKO, 2010-2024. § 2 odst. 1 zákona č. 77/1997 Sb. o státním podniku. Online. In: *Zákony pro lidi*. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1997-77#p2-1>. [cit. 2024-09-09].

ČESKO, 2010-2024. § 502 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb. občanský zákoník. Online. In: *Zákony pro lidi*. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89#p502-1>. [cit. 2024-09-11].

ČESKO, 2010-2024. § 700 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb. občanský zákoník. Online. In: *Zákony pro lidi*. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89#p700-1>. [cit. 2024-09-11].

ČESKO, 2010-2024. Zákon 513/1991 Sb. obchodní zákoník. Online. In: *Zákony pro lidi*. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-513/zneni-20130701?citace=1>. [cit. 2024-09-04].

ČESKO, 2010–2025. § 20 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. Online. In: *Zákony pro lidi*. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89#p20-1>. [cit. 2025-02-05].

ČESKO, 2010–2025. § 420 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. Online. In: *Zákony pro lidi*. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89#p420>. [cit. 2025-02-04].

ČESKO, 2010–2025. § 421 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. Online. In: *Zákony pro lidi*. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89#p421>. [cit. 2025-02-04].

ČESKO, 2010–2025. § 429 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. Online. In: *Zákony pro lidi*. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89#p429-1>. [cit. 2025-02-05].

ČESKO, 2010–2025. Nařízení vlády č. 307/2012 Sb., o místní a časové dostupnosti zdravotních služeb. Online. In: *Zákony pro lidi*. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-307>. [cit. 2025-02-05].

ČESKO, 2010–2025. Zákon č. 372/2011 Sb., o zdravotních službách a podmínkách jejich poskytování (zákon o zdravotních službách). Online. In: *Zákony pro lidi*. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2011-372>. [cit. 2025-02-04].

ČESKO, 2010–2025. Zákon č. 372/2011 Sb., o zdravotních službách a podmínkách jejich poskytování (zákon o zdravotních službách). Online. In: *Zákony pro lidi*. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2011-372>. [cit. 2025-02-05].

ČESKO, 2010–2025. Zákon č. 375/2022 Sb., Zákon o zdravotnických prostředcích a diagnostických zdravotnických prostředcích in vitro. Online. In: *Zákony pro lidi*. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2022-375>. [cit. 2025-02-18].

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2025. Online. Dostupné z: <https://csu.gov.cz/domov>. [cit. 2025-02-18].

ČVUT V PRAZE – FBMI, 2025. *Bakalářské a magisterské studium*. Online. Dostupné z: <https://www.fbmi.cvut.cz/student/studium-informace?section=opt>. [cit. 2024-08-30].

FINCH, Brian, 2019. *How to write a business plan: win backing and support for your ideas and ventures*. Sixth edition. London: Kogan Page. ISBN 978-1-78966-002-9.

FOTR, Jiří; SOUČEK, Ivan; VACÍK, Emil; ŠPAČEK, Miroslav a HÁJEK, Stanislav, 2020. *Tvorba strategie a strategické plánování: Teorie a praxe - 2., aktualizované a doplněné vydání*. Online. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-1632-4. Dostupné

z: <https://www.bookport.cz/kniha/tvorba-strategie-a-strategicke-planovani-6832/>. [cit. 2025-02-17].

GOOGLE MAPY, 2025. *Napajedla*. Online. Dostupné z: https://www.google.cz/maps/place/Napajedla,+763+61+Napajedla/@49.1666561,17.4738919,10484m/data=!3m2!1e3!4b1!4m6!3m5!1s0x4713120a980e4459:0x130f8b591fff6968!8m2!3d49.1715578!4d17.5119527!16zL20vMGdmeWhy?entry=tu&g_ep=EgoyMDI1MDIyMy4xIKXMDSoASAFQAw%3D%3D. [cit. 2025-02-26].

HAMPLOVÁ, Lidmila, 2020. *Veřejné zdravotnictví a výchova ke zdraví: pro střední zdravotnické školy*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5562-5.

HUČKA, Miroslav, 2021. *Základy podnikání a podnikatelský proces*. Online. Zlín: Univerzita Tomáše Bati. ISBN 978-80-271-4097-8. Dostupné z: Bookport, <https://www.bookport.cz/kniha/zaklady-podnikani-a-podnikatelsky-proces-7788/>. [cit. 2025-02-05].

KATEDRA OPTIKY, 2008. *Optometrie UP*. Online. Dostupné z: <https://www.optometry.cz/#peak>. [cit. 2024-08-30].

KULASOVÁ, Magdalena, 2024. *Krátkozrakých dětí je v Česku už 200 tisíc. Viníci jsou všude kolem nás*. Online. Seznam Zprávy. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-zivot-v-cesku-kratkozrakych-deti-v-cesku-pribylo-o-ctvrtinu-vinikem-jsou-displeje-254289>. [cit. 2025-02-19].

MARTINOVIČOVÁ, Dana, 2019. *Úvod do podnikové ekonomiky*. Online. PDF. 2., aktualizované vydání. Zlín: Univerzita Tomáše Bati. ISBN 978-80-271-0366-9. Dostupné z: Bookport, <https://www.bookport.cz/e-kniha/uvod-do-podnikove-ekonomiky-1922305/>. [cit. 2024-09-04].

MASARYKOVA UNIVERZITA, 2025. *Optika a optometrie*. Online. Dostupné z: <https://www.med.muni.cz/chci-studovat/bakalarske-studium/23424-optika-a-optometrie>. [cit. 2024-08-30].

MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ ČESKÉ REPUBLIKY, 2024. *Zdravotní pojišťovny*. Online. Dostupné z: <https://mzd.gov.cz/zdravotni-pojistovny-2/>. [cit. 2024-12-18].

NÁRODNÍ ZDRAVOTNÍ INFORMAČNÍ PORTÁL, 2024. *Dostupnost zdravotní péče*. Online. Dostupné z: <https://www.nzip.cz/clanek/621-dostupnost-zdravotni-pece>. [cit. 2025-02-10].

NÁRODNÍ ZDRAVOTNICKÝ INFORMAČNÍ PORTÁL, 2025. *Zdravotní péče*. Online. Dostupné z: <https://www.nzip.cz/rejstrikovy-pojem/47>. [cit. 2025-02-04].

OČNÍ OPTIKA CAIROO, 2025. Online. Dostupné z: <https://cairoo-optika.cz>. [cit. 2025-02-26].

OČNÍ OPTIKA KOTAS, 2024. Online. Dostupné z: <https://www.optikakotas.cz>. [cit. 2025-02-26].

ODBOR ŽIVNOSTÍ A SPOTŘEBITELSKÉ LEGISLATIVY, 2024. *Počty živností dle oborů v jednotlivých krajích*. Online. Ministerstvo průmyslu a obchodu. Dostupné z: <https://mpo.gov.cz/cz/podnikani/zivnostenske-podnikani/statisticke-udaje-o-podnikatelich/pocty-zivnosti-dle-oboru-v-jednotlivych-krajich--222296/>. [cit. 2025-02-26].

ORANGE OPTIK, 2025. *Oční optika v Otrokovicích*. Online. Dostupné z: <https://www.orangeoptik.cz/pobocky/optika-otrokovice-namesti-3-kvetna>. [cit. 2025-02-26].

SEZNAM ZPRÁVY, 2023. *Statistici: Česko čeká výrazné stárnutí a úbytek obyvatel*. Online. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-zivot-v-cesku-statistici-cesko-ceka-vyrazne-starnuti-a-ubytek-obyvatel-240705>. [cit. 2025-02-19].

SLOUKA, David, 2017. *Vedení a marketing malých zdravotnických zařízení: příručka pro praxi*. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-0469-7.

SP OPTIK, 2015. *Servis podnikatelů*. Online. Dostupné z: <http://www.spoptik.cz/index.php>. [cit. 2025-02-19].

SPOLEČENSTVO ČESKÝCH OPTIKŮ A OPTOMETRISTŮ, 2016. *Metodika pro oční optiky: Práva a povinnosti provozovatelů očních optik dle dotčených právních předpisů*. Praha: Re-medical. [cit. 2025-02-18].

SPOLEČENSTVO ČESKÝCH OPTIKŮ A OPTOMETRISTŮ, 2018. *Metodika pro optometristy: Práva a povinnosti optometristů dle dotčených právních předpisů*. Druhé aktualizované vydání. Praha: Re-medical. [cit. 2025-02-18].

SPOLEČENSTVO ČESKÝCH OPTIKŮ A OPTOMETRISTŮ, 2024. *O optice a optometrii*. Online. Dostupné z: <https://scoo.cz/o-optice-a-optometrii/>. [cit. 2024-08-28].

SPOLEČENSTVO ČESKÝCH OPTIKŮ A OPTOMETRISTŮ, 2024. *Vzdělávání v oboru*. Online. Dostupné z: <https://scoo.cz/vzdelavani/>. [cit. 2024-08-28].

SREALITY, 2025. *Pronájem obchodního prostoru 120 m² Masarykovo náměstí, Napajedla*. Online. Dostupné z: <https://www.sreality.cz/detail/pronajem/komercni/obchodni-prostor/napajedla-napajedla-masarykovo-namesti/67437132>. [cit. 2025-03-04].

SRPOVÁ, Jitka, 2010. *Základy podnikání*. Online. PDF. Zlín: Univerzita Tomáše Bati. ISBN 978-80-271-9184-0. Dostupné z: Bookport, <https://www.bookport.cz/e-kniha/zaklady-podnikani-1920408/>. [cit. 2024-09-04].

SRPOVÁ, Jitka, 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. Online. PDF. Zlín: Univerzita Tomáše Bati. ISBN 978-80-247-7076-5. Dostupné z: Bookport, <https://www.bookport.cz/e-kniha/podnikatelsky-plan-a-strategie-1922327/>. [cit. 2024-09-04].

SRPOVÁ, Jitka, 2020. *Začínáme podnikat: s případovými studiemi začínajících podnikatelů*. Online. PDF. Zlín: Univerzita Tomáše Bati. ISBN 978-80-271-1528-0. Dostupné z: Bookport, <https://www.bookport.cz/kniha/zaciname-podnikat-6713/>. [cit. 2024-10-30].

STŘEDNÍ ZDRAVOTNICKÁ ŠKOLA A VYŠŠÍ ODBORNÁ ŠKOLA ZDRAVOTNICKÁ BRNO, 2024. *Oční optik*. Online. Dostupné z: <https://www.szsbno.cz/stredni-skola/ocni-optik>. [cit. 2024-08-30].

SVOBODOVÁ, Ivana a ANDERA, Michal, 2017. *Od nápadu k podnikatelskému plánu: jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti*. Praha: Grada. ISBN 978-802-7104-079.

ŠAFROVÁ DRÁŠILOVÁ, Alena, 2019. *Základy úspěšného podnikání*. Online. PDF. Zlín: Univerzita Tomáše Bati. ISBN 978-80-271-1160-2. Dostupné z: Bookport, <https://www.bookport.cz/e-kniha/zaklady-uspesneho-podnikani-1920413/#>. [cit. 2024-10-08].

ŠATERA, Karel, 2012. *Zdravotní pojištění a ekonomika*. 2. aktualizované vydání. Zlín: Univerzita Tomáše Bati. ISBN 978-80-7454-135-3.

VYŠŠÍ ODBORNÁ ŠKOLA DIPLOMOVANÝ OČNÍ TECHNIK, 2024. *VOŠ – Diplomovaný oční technik*. Online. Dostupné z: <http://vos.inekooptik.cz>. [cit. 2024-08-30].

VYŠŠÍ ODBORNÁ ŠKOLA ZDRAVOTNICKÁ A STŘEDNÍ ZDRAVOTNICKÁ ŠKOLA A GYMNÁZIUM, 2024. *Oční optik*. Online. Dostupné z: <https://www.szsp Praha1.cz/ocni-optik>. [cit. 2024-08-30].

VYŠŠÍ ODBORNÁ ŠKOLA ZDRAVOTNICKÁ, MANAGEMENTU A VEŘEJNOSPRAVNÍCH STUDIÍ, 2024. *Diplomovaný oční optik*. Online. Dostupné

z: <https://www.vosplzen.cz/vzdelavaci-programy/diplomovany-ocni-optik>. [cit. 2024-08-30].

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Průměrná hrubá měsíční mzda od roku 2021 do roku 2024	35
Obrázek 2 Napajedla a přilehlé oblasti	44
Obrázek 3 Logo Optiky KP	57
Obrázek 4 Umístění Optiky KP	86
Obrázek 5 Prostory Optiky KP	86
Obrázek 6 Náhled vzhledu sociální sítě Optiky KP	88
Obrázek 7 Vizitka Optiky KP	89

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Výše úhrad zdravotního a sociálního pojištění	27
Tabulka 2 Vývoj ekonomických ukazatelů v letech 2022–2024	34
Tabulka 3 Počet živností a počet obyvatel v České republice	36
Tabulka 4 Počet obyvatel v jednotlivých věkových kategoriích v ČR	38
Tabulka 5 Informace o Oční optice Kotas	45
Tabulka 6 Informace o Oční optice CAIROO	46
Tabulka 7 Informace o Orange Optik.....	47
Tabulka 8 Shrnutí Porterovy analýzy	48
Tabulka 9 SWOT analýza.....	53
Tabulka 10 Důležité informace o Optice KP	57
Tabulka 11 Zřizovací náklady	63
Tabulka 12 Náklady na rekonstrukci prostor.....	64
Tabulka 13 Vybavení optiky.....	65
Tabulka 14 Vybavení prodejní části optiky	66
Tabulka 15 Vybavení zázemí pro zaměstnance a technické místnosti	68
Tabulka 16 Vybavení optometristické vyšetřovny	70
Tabulka 17 Náklady na skladové zásoby	72
Tabulka 18 Náklady na marketing	73
Tabulka 19 Celkové náklady zahrnující počáteční investice	74
Tabulka 20 Celkové náklady na mzdy zaměstnanců Optiky KP	74
Tabulka 21 Celkové fixní náklady Optiky KP.....	75
Tabulka 22 Zvolené indexy	77
Tabulka 23 Celkové výnosy Optiky KP ze zboží	78
Tabulka 24 Celkové výnosy Optiky KP za služby.....	79
Tabulka 25 Zjednodušený výkaz zisku a ztrát	80
Tabulka 26 Časový plán Optiky KP	83
Tabulka 27 Ganttův diagram	84
Tabulka 28 Otevírací doba.....	86
Tabulka 29 Ceník poskytovaných služeb	87

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

a.s.	Akciová společnost
Atp.	A tak podobně
Bc.	Bakalář
č.	Číslo
ČR	Česká republika
DPH	Daň z přidané hodnoty
EDS	Evropský soudní dvůr
EHS	Evropské hospodářské společenství
EU	Evropská unie
IČO	Identifikační číslo osoby
Ing.	Inženýr
Kč	Korun českých
Km	kilometr
Ks	kus
Mgr.	Magistr
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
s.r.o.	Společnost s ručením omezeným
Sb.	Sbírka
tzv.	Takzvaný
USA	Spojené státy americké
VOŠ	Vyšší odborná škola
VZP	Všeobecná zdravotní pojišťovna
%	Procento