

PROCESNÍ A HODNOTOVÁ ANALÝZA DODAVATELSKÉHO ŘETĚZCE KONTAKTNÍCH ČOČEK



Autor: Bc. Daniela Novotná, DiS.

Vedoucí práce: doc. Ing. Jan Vlachý, Ph.D.

Název diplomové práce anglicky:

Process and Value Analysis in the Contact Lens Distribution Chain

Abstrakt: Diplomová práce se zabývá problematikou kontaktních čoček na základě prodejních dat. Je popsána současná situace na evropském i českém trhu s kontaktními čočkami a důraz je kladen na procesní analýzu, která identifikuje postup čočky od vývoje až po prodej konečnému nositeli. Cílem práce je analýza chování různých typů prodejců pro lepší pochopení trhu denních kontaktních čoček, které by společnost X mohla využít pro lepší cílení jejich kampaní a uvedení nových produktů.

Abstract: This diploma thesis deals with the issue of contact lenses based on sales data. The current situation on the European and Czech markets of contact lenses is described and the emphasis is on process analysis that identifies the progress of the contact lens from development to sale to the contact lens wearer. The goal of this work is to analyze the behavior of different types of retailers for a better understanding of the daily contact lens market that company X could use to better target the campaigns and launch new products.

Kontaktní čočky a jejich historie

Již na počátku 16. století jsou známé první zmínky o kontaktních čočkách.

První tvrdé kontaktní čočky se vyvinuly na konci 19. století.

1955 byl patentován materiál HEMA, ze kterého se vyráběly první měkké kontaktní čočky.

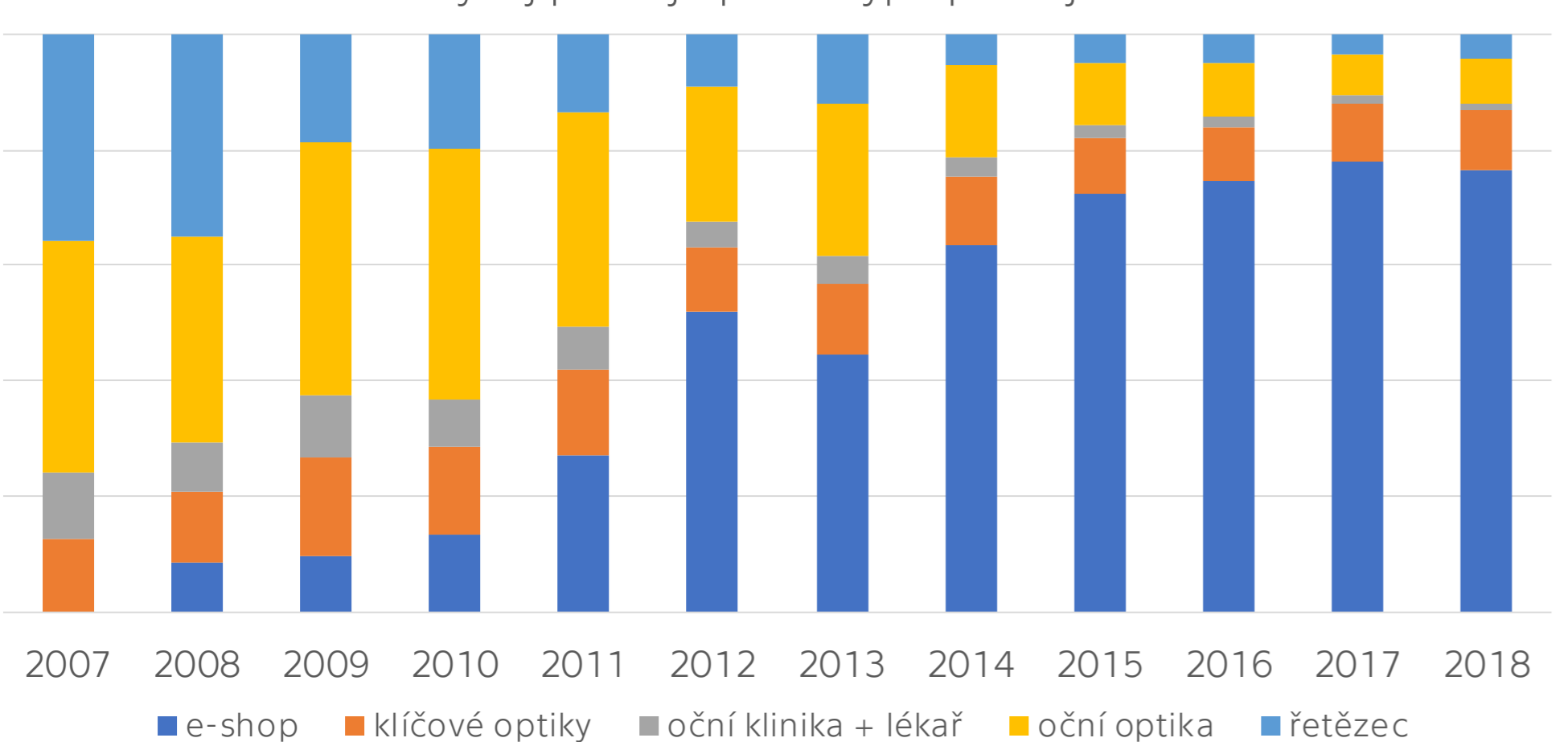
1990 je rok uvedení na trh prvních měkkých kontaktních čoček pro pravidelnou výměnu.

2011 jsou uvedeny první a dosud jediné kontaktní čočky s proměnným obsahem vody v jejich jádru a na povrchu čočky.

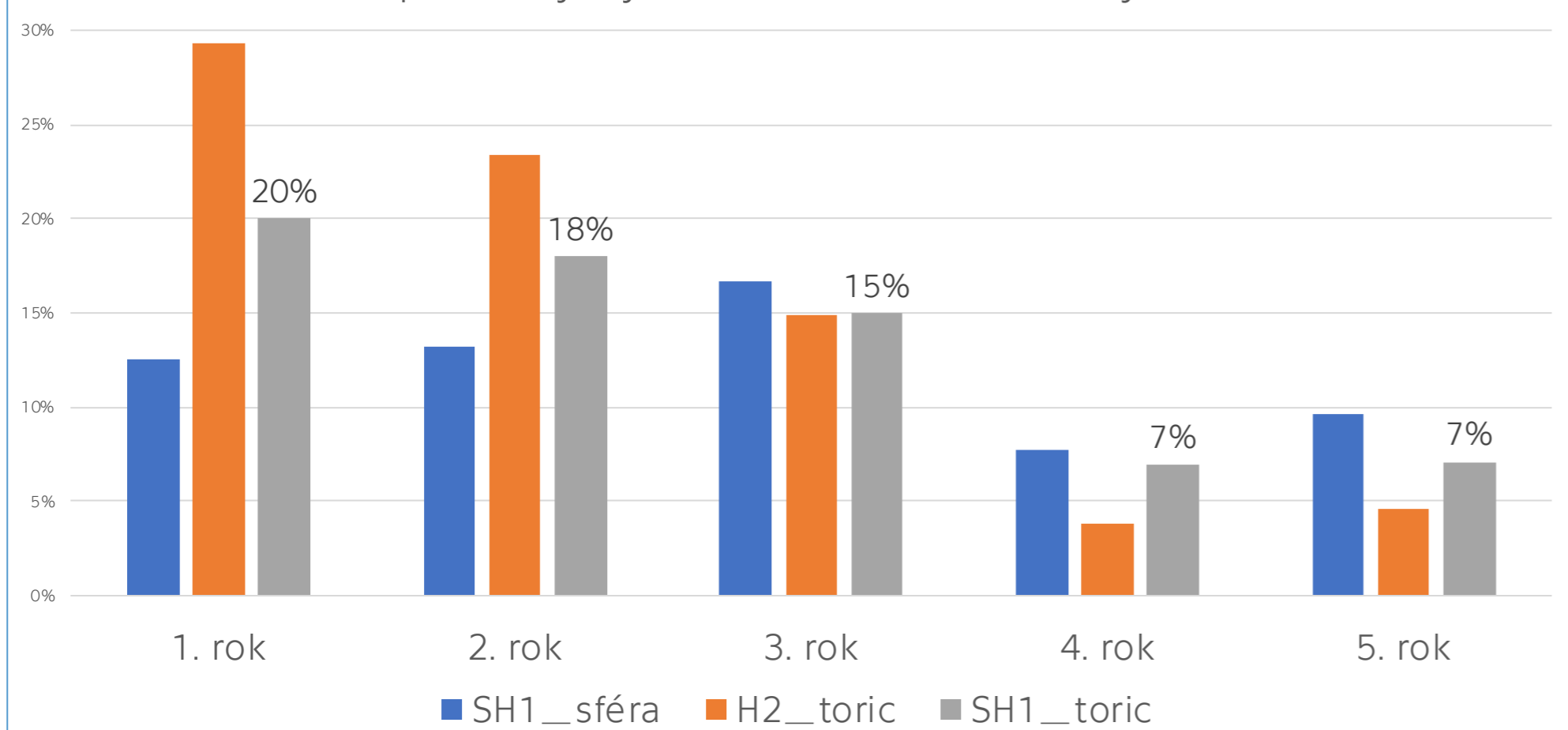
2018 bylo prodáno v České republice a na Slovensku dohromady 52,5 milionu kusů kontaktních čoček.

2019 bylo v České republice 10,2 % nositelů kontaktní čoček.

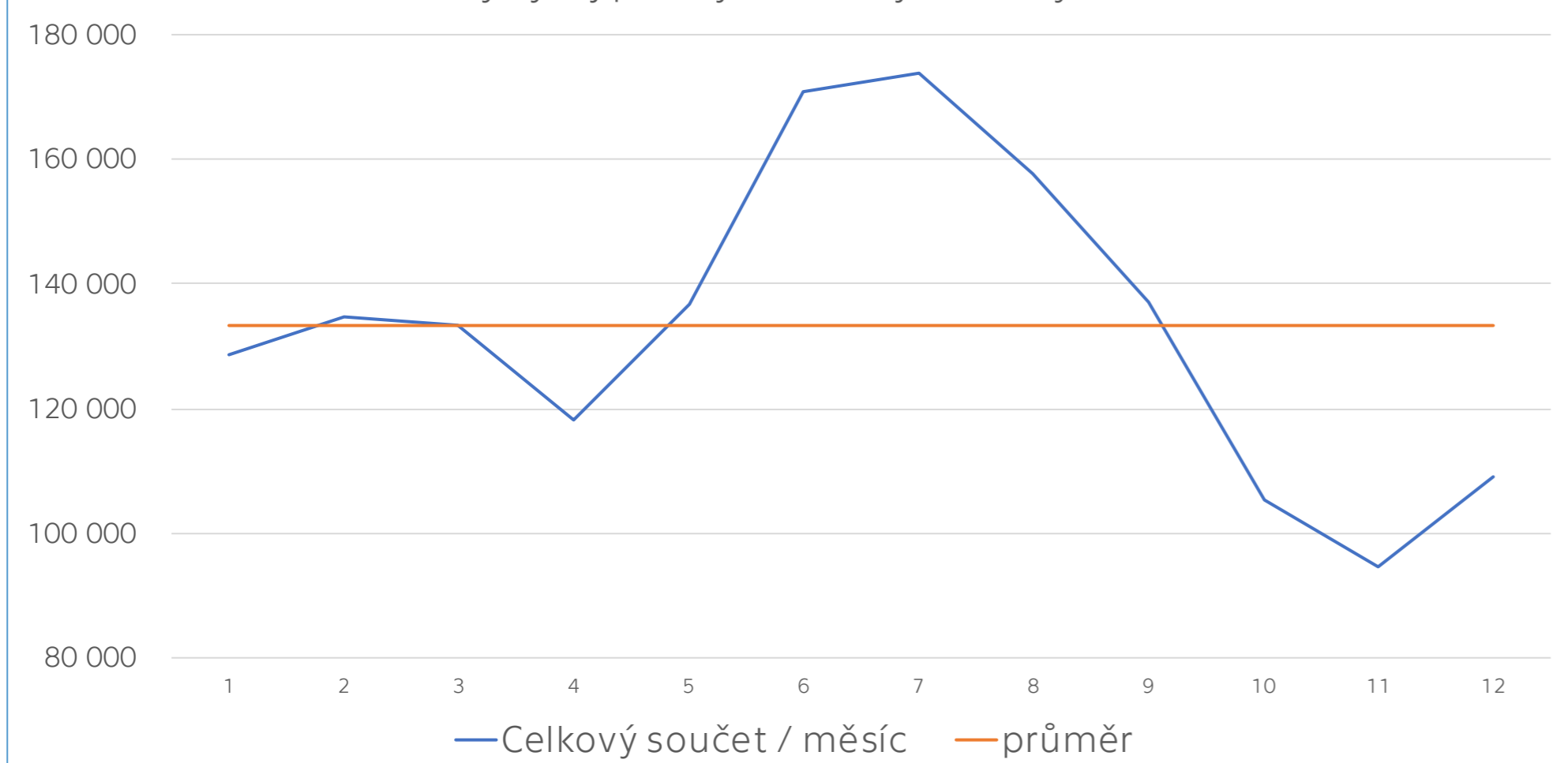
Vývoj prodejů podle typu prodejce



Předpověď vývoje zkušebních kusů torických SH1



Průměrný vývoj prodejů během jednotlivých měsíců



Výsledky

Nejvíce denních čoček si lidé kupují na internetu. Jeho vliv stoupal především v letech 2011 až 2015. Nyní se pohybuje poměr prodejů na hranici 75 %. Druhým nejvýraznějším typem prodejce jsou klíčové oční optiky, které dnes prodávají 10 % všech balení.

Zkušební balení kontaktních čoček by se mělo využívat především pro podporu prodeje a správné diagnostiky. Procenta vydaných zkušebních čoček vůči prodejnímu balení se u jednotlivých variant velmi liší. Na základě dostupných dat jsem stanovila hranice, na kterých by se měli pohybovat poměry v době představení nového produktu. První rok se poměr diagnostiky pohybuje kolem 20 % a postupně se snižuje. U torických čoček by měl dlouhodobý poměr klesnout na přibližně 7 % a u sférických na 5 %.

Průměrný měsíční počet fakturovaných kusů denních kontaktních čoček společnosti X je 133 tisíc. Nejsilnější prodejní měsíce jsou červen, červenec a srpen, kdy lidé často cestují a potřebují čočky na různé volnočasové aktivity. Naopak podzimní měsíce se čočky prodávají nejméně a prodeje v průměru padají až o 30 %.

Závěr

Představení nového produktu je pro společnost vždy klíčové a musí se vše správně načasovat, aby se dostavil očekávaný výsledek. Ani u kontaktních čoček to není jinak.

Nejdůležitější dvě hlediska, která vidím při uvedení kontaktních čoček na trh pro výběr prodejce jsou správná práce se zkušebními baleními (popřípadě diagnostickými sety) a schopnost dobře produkt nabídnout a argumentovat, proč by si právě oni měli kontaktní čočky vyzkoušet.

Klíčové optiky splňují obě tyto pravidla. Není ale možné postavit uvedení produktu pouze na 1 typu prodejce. V prvních měsících a letech by měla fungovat synergie mezi klíčovými optikami, očními optikami a očními lékaři. Pokud tyto 3 prodejní kanály představí produkt a efektivně diagnostikují vhodné kandidáty pro tyto čočky. Dokáží e-shopy spolu s řetězcem v dalších letech produkt posunout na vysoká prodejní čísla.

Identifikace pracoviště

Fakulta/ústav: Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)

Zadávací katedra/ústav: Oddělení ekonomických studií

Studijní program: Řízení rozvojových projektů

Studijní obor: Projektové řízení inovací v podniku

Akademický rok: 2019/2020