

OBSAH

| | |
|--|-----------|
| Úvod | 7 |
| 1 Současná situace v oblasti uplatňování marketingu ve stomatologii | 9 |
| 1.1 Vymezení marketingu v aplikaci na zdravotní zařízení | 12 |
| 1.1.1 Specifika marketingu ve zdravotnických zařízeních | 13 |
| 1.1.2 Specifické znaky systému zdravotní péče | 14 |
| 1.1.3 Pojetí marketingu ve zdravotnictví | 17 |
| 1.1.4 Význam produktu – služby ve zdravotnickém zařízení | 18 |
| 1.2 Současný stav zdravotnického systému | 19 |
| 1.3 Financování zdravotnictví v ČR | 20 |
| 1.4 Představení stomatologického prostředí v ČR | 25 |
| 1.4.1 Specifika zubní praxe jako podniku | 33 |
| 1.4.2 Klasifikace oborů a specializace zubních lékařů | 34 |
| 1.4.3 Ocenění stomatologické péče | 36 |
| 1.5 Česká stomatologická komora | 39 |
| 1.6 Legislativní rámec upravující fungování privátní zubní praxe | 41 |
| 2 Charakteristika procesu segmentace trhu v marketingu | 44 |
| 2.1 Cílový (cílený) marketing | 47 |
| 2.1.1 Tržní segmentace | 48 |
| 2.1.2 Vyhodnocení a výběr cílových segmentů – targeting | 49 |
| 2.1.3 Vymezení pozice produktu (služby) – positioning | 50 |
| 2.2 Význam segmentace v oboru stomatologie | 53 |
| 2.3 Formulace marketingové strategie | 54 |
| 2.3.1 Strategie rozlišení dle specifických skupin zákazníků | 55 |
| 2.3.2 Strategie uplatnitelné ve stomatologické praxi | 57 |
| 2.4 Proces segmentace trhu | 60 |
| 2.4.1 Segmentační kritéria | 61 |
| 2.4.2 Přístupy k segmentaci | 66 |
| 2.4.3 Úrovně procesu segmentace trhu | 67 |
| 2.4.4 Metody a techniky aplikovatelné na proces segmentace trhu | 69 |
| 3 Charakteristika marketingového mixu | 71 |
| 3.1 Charakteristika klasických marketingových nástrojů | 72 |
| 3.2 Vymezení a význam marketingového mixu služeb | 78 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 3.3 | Marketingový mix zdravotnického zařízení – 4C | 81 |
| 3.3.1 | Řízení zákaznických hodnot – customer values | 82 |
| 3.3.2 | Konvence a její řízení | 83 |
| 3.3.3 | Řízení nákladů jako hodnoty | 84 |
| 3.3.4 | Řízení komunikace zdravotnického zařízení | 85 |
| 4 | Případová studie v rámci výzkumu v oblasti stomatologů a segmentu pacientů | 87 |
| 4.1 | Charakteristika, role a postavení stomatologů | 87 |
| 4.2 | Charakteristika zkoumaného tržního segmentu – pacientů | 92 |
| 4.3 | Vymezení výzkumného úkolu v oblasti poskytování stomatologické péče | 100 |
| 4.3.1 | Analýza řešené problematiky – vymezení existujících problémů v marketingu a jeho (ne) využívání v praxi stomatologů | 100 |
| 5 | Metodika výzkumu – jak bylo postupováno | 103 |
| 6 | Analýza dat a sumarizace výsledků primárního výzkumu | 109 |
| 6.1 | Prezentační část výsledků výzkumu – stomatologové | 109 |
| 6.1.1 | Úvodní část dotazníku A | 110 |
| 6.1.2 | Část dotazníku B – Segmentace trhu | 116 |
| 6.1.3 | Část dotazníku C – Zaměstnanci (personál) | 120 |
| 6.1.4 | Část dotazníku D – Náklady | 121 |
| 6.1.5 | Část dotazníku E – Komunikace | 124 |
| 6.1.6 | Část dotazníku F – Závěrečné otázky | 127 |
| 6.2 | Prezentační část výsledků – klienti stomatologických ordinací | 129 |
| 6.2.1 | Část dotazníku A – identifikační údaje | 130 |
| 6.2.2 | Část dotazníku B – prostředí u stomatologa | 133 |
| 6.2.3 | Část dotazníku C – služby spojené s výkonem stomatologické péče | 136 |
| 6.2.4 | Část dotazníku D – celková spokojenost s poskytovanou stomatologickou péčí | 140 |
| 6.3 | Interpretační část výsledků – stomatologové | 143 |
| 6.4 | Interpretační část výsledků výzkumu – klienti stomatologických ordinací | 148 |
| 6.4.1 | Klienti navštěvující pravidelně svého stomatologa | 148 |
| 6.4.2 | Klienti navštěvující jen v akutních případech svého stomatologa | 150 |
| 6.5 | Shrnutí výsledků výzkumu | 151 |
| 6.5.1 | Shrnutí výsledků výzkumu – klienti | 152 |
| 6.5.2 | Shrnutí výsledků výzkumu – stomatologové | 154 |

| | |
|---|------------|
| 7 Návrhy a doporučení pro stomatology v oblasti aplikace marketingového přístupu | 156 |
| 7.1 Oblast marketingového mixu | 160 |
| 7.2 Vzájemný vztah stomatologa a pacienta | 161 |
| 7.3 Oblast segmentace trhu | 163 |
| 7.4 Segmentace stomatologických ordinací | 167 |
| 7.5 Metodika (postup) segmentace pacientů | 168 |
| 7.6 Doporučení pro provozování zubní praxe | 171 |
| | |
| Závěr | 178 |
| Seznam použité literatury | 180 |
| Seznam zkratek | 185 |
| Seznam tabulek | 186 |
| Seznam obrázků | 188 |
| Seznam příloh | 191 |
