

7. Produkt (7P)

6MMVZ1

Marketing ve zdravotnictví

doc. Ing. Peter Pažitný, MSc., PhD.

Ing. Daniela Kandilaki, Ph.D.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

MŠMT
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OBSAH

1. Produkt ve zdravotnictví
2. 5I - charakteristika služby ve zdravotnictví
3. Případová studie: MOJE AMBULANCE.CZ
4. Vrstvy produktu
5. Produktový mix
6. Životní cyklus produktu
7. Branding produktu
8. Pronikání inovace



1. produkt ve zdravotnictví

Diskuze

Co může být produktem ve zdravotnictví?

Máte 1-2 minuty na promyšlení odpovědi.

Následně budeme diskutovat



Produkt ve zdravotnictví

- Multidimenzionální a komplexní
- Zahrnuje:
 - Fyzické produkty (léky, zdravotnické pomůcky, ...)
 - Služby (diagnostické, léčebné, pečovatelské, ...)
 - Lidi (lékaři, specialisté, ...)
 - Myšlenky (prevence, ochrana zdraví, ...)
 - Organizace (nemocnice, ambulance, ...)
 - Zdravotní pojištění

Fyzické produkty

- Léky
- Zdravotnické pomůcky
- Zdravotnický materiál





Zdravotní služby

Pojmem zdravotní služby se rozumí poskytování [zdravotní péče zdravotnickými pracovníky](#) a činnosti jiných odborných pracovníků vykonávané v přímé souvislosti s poskytováním zdravotní péče, konzultační služby, jejichž účelem je posouzení léčebného postupu, nakládání s tělem zemřelého, [zdravotnická záchranná služba](#), [zdravotnická dopravní služba](#), přeprava pacientů neodkladné péče, zdravotní služby v rozsahu činnosti odběrových nebo tkáňových zařízení a zařízení transfuzní služby nebo krevní banky, specifické zdravotní služby podle zákona č. 373/2011 Sb., o specifických zdravotních službách, ve znění pozdějších předpisů, a protialkoholní a protitoxikomanická záchytná služba (§ 2 zákona o zdravotních službách a také zákon č. 65/2017 Sb., o ochraně zdraví před škodlivými účinky návykových látek, ve znění pozdějších předpisů).





LIDI

Moderní oční klinika, kde se budou potkávat nejnovější přístroje a postupy s obětavou péčí lékařů a zdravotních sester. Taková byla představa MUDr. Pavla Stodůlky, Ph.D., který v roce 2003 založil první ze sítě klinik Gemini. Od té doby jsme na našich klinikách pomohli s oční vadou už tisícům lidí. Mezi nejsilnější okamžiky, na které rádi vzpomínáme, patří například úspěšné navrácení zraku po 53 letech slepoty nebo operace 106 leté pacientky, která dokazuje, že oční operace jsou dnes velmi šetrné a vhodné i pro osoby vyššího věku. Pojďte se s námi podívat na další **významné momenty** a úspěchy, na které jsme pyšní.





Myšlenky



O nás

Prevence

Workshopy

Další aktivity

Podpořte nás

Kontakt

E-shop

en

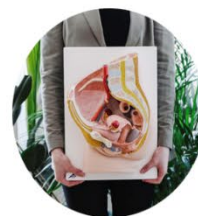
Naše témata



Prevence
rakoviny
#prsakoule



Prevence infarktu
a mrtvice



Reprodukční
zdraví



Duševní
zdraví



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



ORGANIZACE



O NÁS ▾

PRO PACIENTY ▾

PRACOVÍŠTĚ ▾

SPECIALIZOVANÁ CENTRA ▾

PRO ODBORNÍKY ▾

KONTAKTY ▾

ÚPMD

Ústav pro péči o matku a dítě

1

2

3

4

Gynekologie

VÍCE →

Porodnice

VÍCE →

Pediatric

VÍCE →

Ostatní pracoviště

VÍCE →



Zdravotní pojištění



Pojistné produkty

- ZDRAVOTNÍ POJIŠTĚNÍ CIZINCŮ
- CESTOVNÍ POJIŠTĚNÍ
- ÚRAZOVÉ POJIŠTĚNÍ A DĚTSKÉ ÚRAZOVÉ POJIŠTĚNÍ MEDVÍDEK
- POJIŠTĚNÍ PRACOVNÍ NESCHOPNOSTI A HOSPITALIZACE PATRON
- POJIŠTĚNÍ ZDRAVOTNICKÝCH ZAŘÍZENÍ
- POJIŠTĚNÍ PODNIKATELŮ
- POJIŠTĚNÍ MAJETKU

www.pvzp.cz 3

The screenshot displays the Zorgwijzer website interface for comparing health insurance plans. At the top, there is a contact number 010 - 34 000 20 and a profile for Koen Kuijper, Expert. The main section shows 26 insurance plans found for the user, sorted by Price. Three plans are highlighted:

Plan Name	Reviews	Health choice	Price	Action
Zilveren Kruis ZieZo	124 reviews, 7.9 stars	limited	109.25	View plan
Ditzo	517 reviews, 8.4 stars	broad	109.85	View plan
Just	45 reviews, 8.1 stars	broad	111.70	View plan

Each plan entry includes a 'Compare details' checkbox and a 'More information' dropdown menu. The left sidebar contains filters for 'Date of birth' (i.e. 15-01-1970), 'Basic health insurance' (Deductible excess: € 385 (standard), Choice in healthcare: No preference), and 'Supplemental insurance' (Dental insurance: No cover, Physiotherapy: ...).



2. služby ve zdravotnictví (5I)

Diskuze

Služby jsou velmi specifické. Jaké jsou jejich hlavní charakteristiky?

Máte 1-2 minuty na promyšlení odpovědi.

Následně budeme diskutovat



Služby ve zdravotnictví (5I)

- Intangibility– služby jsou nehmotné v tom, že nemohou být cítěny, dotýkány nebo slyšeny před tím, než jsou pořízeny
 - Kardiochirurgie, například, je nehmotná – před tím, než pacient podstoupí operaci, nemůže takovou operaci vnímat zrakem či prověřit ji, jako například v případě nákupu počítače
 - Největší výzvou při propagaci nehmotných služeb je ukázat jejich hmatatelné přínosy využití
- Inconsistency – vysoká variabilita, zdravotní služby jsou poskytovány především lidmi – zdravotní sestrou, lékařem nebo sestrou vedoucí ordinaci a velice těžko replikovatelné, navíc každý pacient je jiný



Služby ve zdravotnictví (5I)

- Inseparability - služby nelze oddělit od jednotlivců, kteří je poskytují, klasickým příkladem této charakteristiky ve zdravotnických zařízeních je chování lékaře, nebo sestr
- Inventory – problematika (ne)skladovatelnosti služeb je v diskusi o službách často opomíjena, ale kdykoliv zaměstnanec, který je placen, ale službu právě neposkytuje, vzniká neefektivnost, přičemž z povahy věci zdravotní služby nejde “skladovat”
- Interaction- služby zahrnují procesy, důležitým aspektem služeb je kvalita interakce mezi zákazníkem a službami nebo lékařskou praxí



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

3. PŘÍPADOVÁ STUDIE – MOJEAMBULANCE.CZ



praktický lékař pro dospělé

ZÁKAZNICKÁ PÉČE

+420 598 598 900

info@mojeambulance.cz

[DOMŮ](#) [O NÁS](#) [POBOČKY](#) [PRO KLIENTY](#) [ODBOBNÁ SEKCE](#) [BLOG](#) [KONTAKT](#) [ONLINEAMBULANCE](#) [COVID-19](#)

Očkování proti COVID-19 a rezervace vakcín

2.3.2021

Aktuální informace: očkování proti onemocnění COVID-19 na pobočkách MOJE AMBULANCE



MOJE AMBULANCE nabízí

- 12 hodinová ordinační doba
- Standardní lékařská péče hrazena ze zdrav. pojištění
- Mobilní aplikace OnlineAmbulance
- 31 poboček v 19 městech po celé ČR a další...

Více informací

OFFLINE - Zanechte zprávu



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



ZAKÁZNIKŮVA PÉČE

+420 598 598 901

info@mojeambulance.cz

[DOMŮ](#)[O NÁS](#)[POBOČKY](#)[PRO KLIENTY](#)[ODBORNÁ SEKCE](#)[BLOG](#)[KONTAKT](#)[ONLINEAMBULANCE](#)[COVID-19](#)

Kdo jsme

MOJE AMBULANCE je největším poskytovatelem primární péče v České republice.

Pracujeme v týmech s výhodou konsiliárního přístupu k léčbě.

Kvalitní péče, přívětivé prostředí, příjemný personál či moderní vybavení a výhodné umístění poboček. To jsou jen některé důvody, díky nimž se na nás obrací stále více klientů.

MOJE AMBULANCE je moderním lékařským zařízením, které poskytuje služby praktických lékařů pro dospělé napříč celou republikou. V současné době naleznete našich **31 poboček v 19 městech**. Staráme se již bezmála o **200 tisíc klientů**.

Společnost MOJE AMBULANCE byla založena roku 2007 a od té doby se neustále rozrůstá a rozšiřuje své služby. U nás na Vás čeká nejen **praktický lékař pro dospělé**, ale také **moderní vybavení ordinací, profesionální personál a přívětivé prostředí čekáren**.

Velký důraz klademe na prevenci a poskytujeme řadu dalších služeb navíc. To vše je zdarma, naše služby jsou hrazeny z Vašeho zdravotního pojištění.

MOJE AMBULANCE nabízí

- 12 hodinová ordinační doba
- Standardní lékařská péče hrazena ze zdrav. pojištění
- Mobilní aplikace OnlineAmbulance
- 31 poboček v 19 městech po celé ČR a další...

[Více informací](#)

REGISTRUJTE SE ještě dnes

A využijte všech výhod sítě praktických lékařů MOJE AMBULANCE

✉ OFFLINE - Zanechte zprávu



Hledat...



ZÁKAZNICKÁ PÉČE

+420 598 598 900

info@mojeambulance.cz

DOMŮ

O NÁS ▾

POBOČKY ▾

PRO KLIENTY ▾

ODBORNÁ SEKCE ▾

BLOG

KONTAKT

ONLINEAMBULANCE

COVID-19 ▾

Naším klientům nabízíme:

- 12hodinová ordinační doba, 5 dní v týdnu,
- objednávkový systém - žádné zbytečné čekání,
- erudovaný personál a nejmodernější přístroje (EKG, CRP, CoaguChek® XS na měření INR, StrepTest, Glukometr, Uricult, Oxymetr),
- preventivní programy a očkování,
- standardní péče je hrazena ze zdravotního pojištění - neplatíte nic navíc!,
- on-line služby - www.onlineambulance.cz



MOJE AMBULANCE nabízí

- 12 hodinová ordinační doba
- Standardní lékařská péče hrazena ze zdrav. pojištění
- Mobilní aplikace OnlineAmbulance
- 31 poboček v 19 městech po celé ČR a další...

Více informací

REGISTRACE

REGISTRUJTE SE ještě dnes

A využijte všech výhod sítě praktických lékařů
MOJE AMBULANCE ✉ OFFLINE - Zanechte zprávu



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Hledat...



ZÁKAZNICKÁ PÉČE

+420 598 598 900

info@mojeambulance.cz

DOMŮ

O NÁS

POBOČKY

PRO KLIENTY

ODBOBNÁ SEKCE

BLOG

KONTAKT

ONLINEAMBULANCE

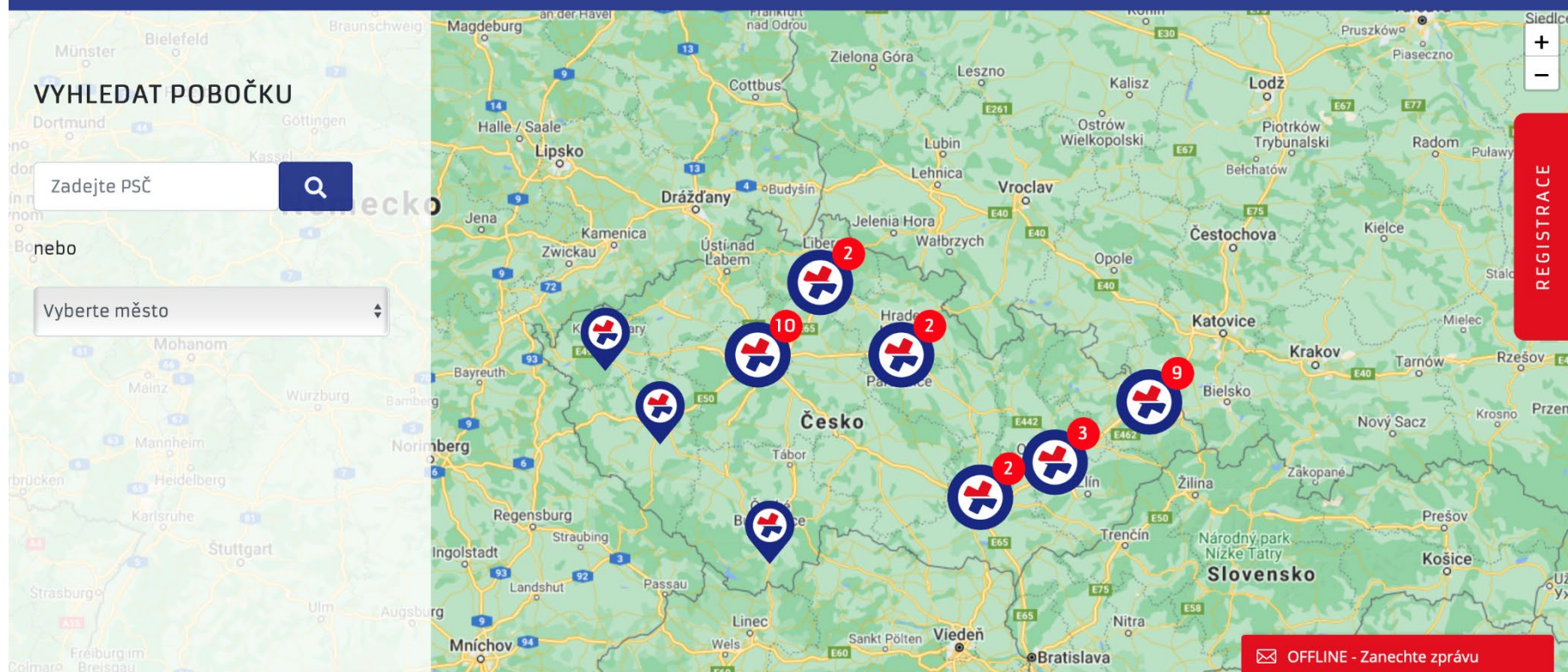
COVID-19

VYHLEDAT POBOČKU

Zadejte PSČ



Vyberte město





EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



ZÁKAZNICKÁ PÉČE

+420 598 598 900

info@mojeambulance.cz

[DOMŮ](#)[O NÁS](#)[POBOČKY](#)[PRO KLIENTY](#)[ODBORNÁ SEKCE](#)[BLOG](#)[KONTAKT](#)[ONLINEAMBULANCE](#)[COVID-19](#)

24/7/365 - nepřetržitá lékařská péče

Na základě spolupráce mají klienti **MOJE AMBULANCE** a zároveň pojištěnci **RBP, zdravotní pojišťovny (213)** celoročně k dispozici službu 24/7/365 týkající se návaznosti lékařské péče prostřednictvím lékaře na telefonu.



REGISTRACE

O čem je služba 24/7/365?

Hlavním pilířem této služby je nepřetržitá lékařská péče v síti **MOJE AMBULANCE**. Znamená to, že naši lékaři jsou vám na pobočce k dispozici 12 hodin denně během pracovních dnů a po ukončení ordinační doby je k dispozici na telefonu zdravotní sestra a lékař. Jak sestra, tak i lékař mohou nahlížet do Vaší zdravotní karty a mohou tak s Vámi ihned řešit Vaše aktuální zdravotní potíže.



MOJE AMBULANCE.cz

MOJE AMBULANCE Praha - OC Hostivař

Praktický lékař v Praze 15 - Hostivaři

☎ 272 651 323

📞 724 059 333 Jen pro registraci očkování COVID-19!

✉ recepce-hostivar@mojeambulance.cz

PROVOZNÍ DOBA

pondělí	8:00	20:00
úterý	8:00	20:00
středa	7:30	20:00
čtvrtek	8:00	20:00
pátek	8:00	20:00

OBJEDNAT ON-LINE



Švehlova 1391/32
102 00 Praha 15 - Hostivař

Na mapě



MOJE AMBULANCE nabízí

- 12 hodinová ordinační doba
- Standardní lékařská péče hrazena ze zdrav. pojištění
- Mobilní aplikace OnlineAmbulance
- 31 poboček v 19 městech po celé ČR a další...

Více informací

REGISTRACE

REGISTRUJTE SE ještě dnes

A využijte všech výhod sítě praktických lékařů MOJE AMBULANCE.

Online registrace



MOJE AMBULANCE.cz

online@ambulance nabízí:

 Online diagnostika Nevíte co Vám je? Potřebujete diagnostikovat Váš zdravotní stav podle symptomů nebo poradit s léčbou?	 Encyklopedie nemocí Potřebujete informace o nějaké nemoci, jejích symptomech a způsobu léčby? Vyzkoušejte Encyklopedii nemocí.	 Online kalkulačka zdraví Bojíte se kardiovaskulárních onemocnění? Nevíte, zda patříte mezi ohrožené? Vypočítejte si míru Vašeho rizika.
 Online poradna Napište svůj dotaz do online poradny a náš lékař Vám rád odpoví.	 Online lékař Popište svůj problém, odešlete jej našemu lékaři a ten Vám prostřednictvím e-mailem nebo telefonu odpoví.	 Moje Ambulance Chcete se objednat k lékaři na vyšetření nebo kvůli administrativě? Dostupný 12 hodin denně, 5 dní v týdnu!

 **Vyzkoušet zdarma**
14 denní zkušební verze

 **Získat plnou verzi**
neomezený přístup ke všem službám



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



ZÁKAZNICKÁ PÉČE

+420 598 598 900

info@mojeambulance.cz

DOMŮ

O NÁS

POBOČKY

PRO KLIENTY

ODBORNÁ SEKCE

BLOG

KONTAKT

ONLINEAMBULANCE

COVID-19

MOJE AMBULANCE NABÍZÍ



12 hodinová
ordinační doba



Standardní lékařská
péče
hrazena ze zdrav.
pojištění



Mobilní aplikace
OnlineAmbulance



31 poboček
v 19 městech po celé ČR



Spolupracujeme se
všemi
zdravotními pojišťovnami



Moderní přístrojové
vybavení ordinací



DOMÁCÍ PÉČE
Profesionální zdravotní
péče ve vašich domovech

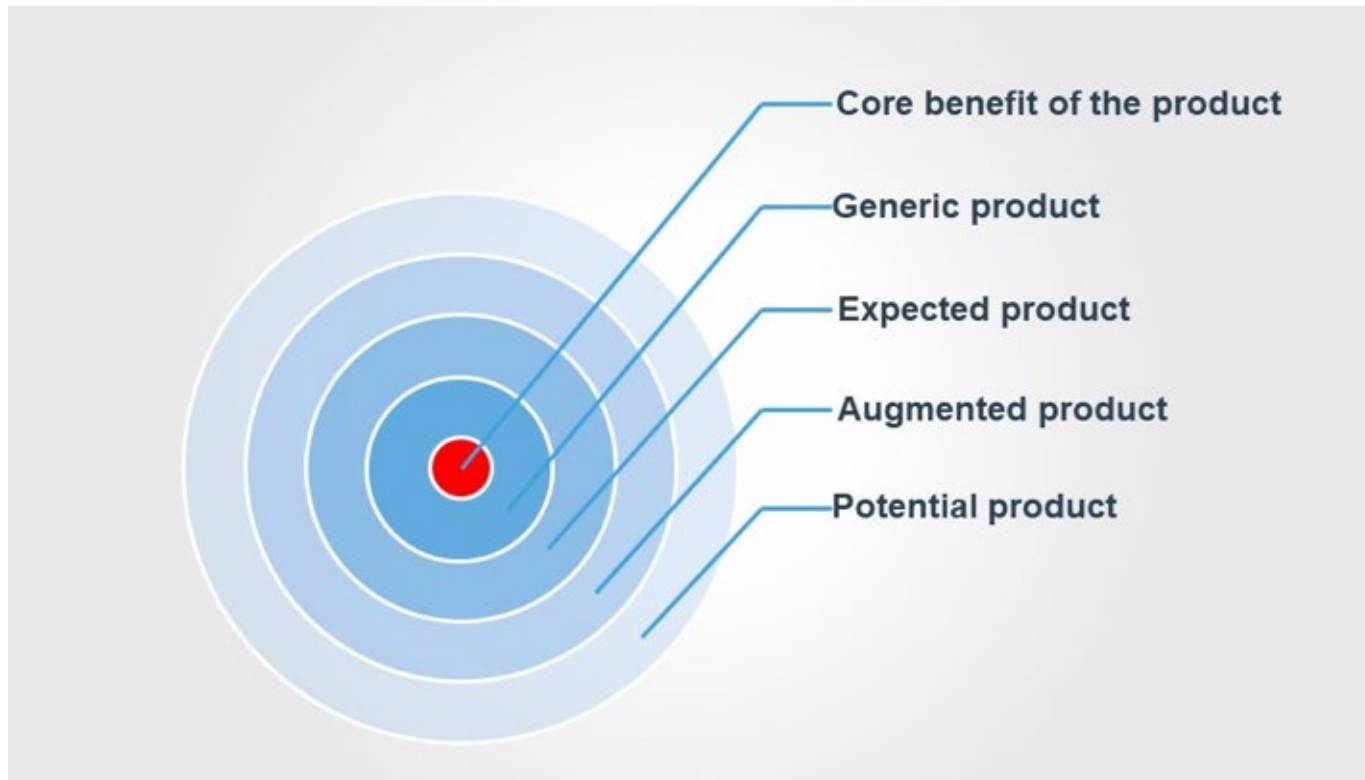


Návazná péče
Alergomed, OK
Rehabilitace

REGISTRACE



4. VRSTVY PRODUKTU (5) Dle Kotlera





VRSTVY PRODUKTU


1. Core Benefit
je základní potřeba nebo přání, které zákazník uspokojí při koupi produktu.
2. Generic Product
je základní verze produktu složená pouze z těch funkcí, které jsou nezbytné pro jeho fungování.
3. Expected Product
je sada funkcí, které zákazníci očekávají při koupi produktu.
4. Augmented Product
označuje jakékoli varianty produktu, další funkce nebo služby, které pomáhají odlišit produkt od konkurence.
5. Potential Product
zahrnuje všechna rozšíření a transformace, které produkt v budoucnu může podstoupit.



5. PRODUKTOVÝ MIX

- Sada všech produktů a produktových řad, které jsou zákazníkům nabízeny k plnění jejich přání a potřeb. Produktový mix je určen šířkou a délkou.
- Šířka produktového mixu ukazuje, kolik produktových řad organizace nabízí zákazníkům.
- Délka produktového mixu udává celkový počet jednotlivých produktů / položek v produktovém mixu.

Produktový mix

Šířka produktového mixu			
Délka produktov ého mixu			
	Pediatric	Allergology	Pharmacy
	Diagnostika	Allergologické vyšetření	Výdaj léku na recept
	Vakcinace	Kožní testy	Volný prodej
	Prevence	Spirometrické testy	Kožní centrum
	Konzultace	Imunologické testy	Sestra v lékárně
	Chronické nemoci	NIOX MINO	



PRODUKTOVÝ MIX

- Většina společností spravuje více produktových řad a položek
- Za těchto okolností se musí společnosti chránit před tzv. kanibalizací - pokud vlastní produkty společnosti ukradnou tržní podíl jiných produktů v rámci produktové řady společnosti, což se stává v digitálním věku stále významnějším

Pharmaceutical Industry Cannibalization: The Launch of Authorized Generics After the Loss of Market Exclusivity

Posted on: March 7, 2017 in [Blogs | Life Science Blogs](#)
By: [Sarah Hand, M.Sc.](#)

SUBSCRIBE



6. Životní cyklus produktu

- Marketingové úvahy týkající se jakéhokoli produktu se liší v závislosti na tom, jak dlouho produkt existuje, na počtu konkurentů a na úrovni prodeje nebo příjmů, které produkt generuje
- Ústředním bodem pro pochopení uvádění výrobků na trh je tedy koncept životního cyklu výrobku, který odkazuje na etapy, kterými výrobek prochází, neboť existuje na trhu od jeho prvního uvedení do konečného stažení.

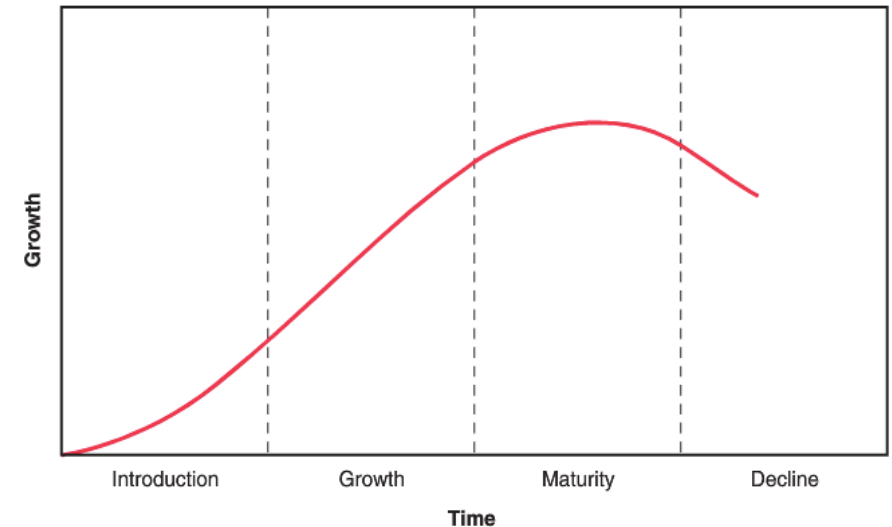


FIGURE 8-5 The Generalized Product Life Cycle



Životní cyklus produktu

1. Úvod - první etapa životního cyklu výrobku nastává, když je výrobek poprvé uveden na trhu
 - Produkt - klíčovým faktorem v tomto úvodním stadiu výrobku je kvalita
 - Cena - v této fázi životního cyklu výrobku se stanovení ceny řídí dvěma primárními strategiemi
 - Lízání smetany – vysoká počáteční cena vzhledem ke konkurenčním produktům nebo službám - substitutům
 - Průnik na trh – když organizace může zavést nový produkt a stanovit nižší cenu než je cena konkurence
 - Propagace - je základní složkou, kterou je třeba zvážit v úvodní fázi
 - Pro skutečně nový produkt nebo službu musí společnost vyvinout primární poptávku - nebo zájem o koupi této nové třídy služeb - nový produkt vyžaduje značné propagační úsilí o vzdělávání trhu o možnostech produktu
 - Místo - využití distribuce v úvodní fázi životního cyklu výrobku je poněkud omezené, klíčovou výzvou je získat určitou počáteční publicitu produktu



Životní cyklus produktu

2. Růst - prodej produktu se rychle zvyšuje

- Jakmile vstoupí na trh další poskytovatelé nebo organizace, je klíčovou výzvou vytvořit selektivní poptávku, na základě které je preferován produkt nebo služba společnosti
- Produkt - klíčové rozhodnutí pro organizace v této fázi životního cyklu je, zda rozšířit produktový mix
- Propagace - propagačním zájmem je vytvářet povědomí
- Cena - cenové rozhodnutí ve fázi růstu závisí na počáteční ceně, za kterou je produkt nabízen a na tom, zda společnost rozšiřuje svou produktovou řadu
- Místo - hlavní důraz marketingové strategie ve fázi růstu je na distribuční složce marketingového mixu - upevnění loajality zprostředkovatele



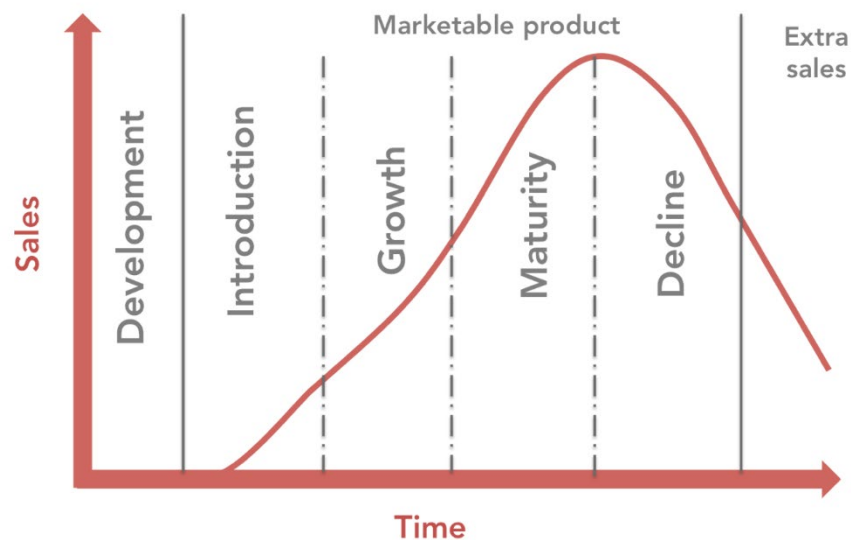
Životní cyklus produktu

3. Zralost - v této fázi životního cyklu, kdy se prodej zpomaluje, je ukazatelem zralé fáze, kdy okrajoví konkurenti začínají existovat
- Produkt - během této fáze se provádí jen několik zásadních rozhodnutí, většina společností má poměrně obsáhlou produktovou řadu, klíčovým produktovým problémem je vývoj nových linií, které mohou pomoci změnit pozici organizace v dřívějších fázích zavádění a růstu
 - Cena - cena se stává mnohem konkurenceschopnější, typicky v této fázi dochází k agresivním cenovým slevám, což přispívá k existenci některých nevýznamných konkurentů
 - Propagace - zahrnuje udržení stávajících zákazníků, kupóny nebo hry se často používají k tomu, aby se stávající zákazníci vraceli zpět
 - Místo - distribuce je poměrně jednoduchá - ziskové kanály jsou udržovány a ztrátové jsou opouštěny

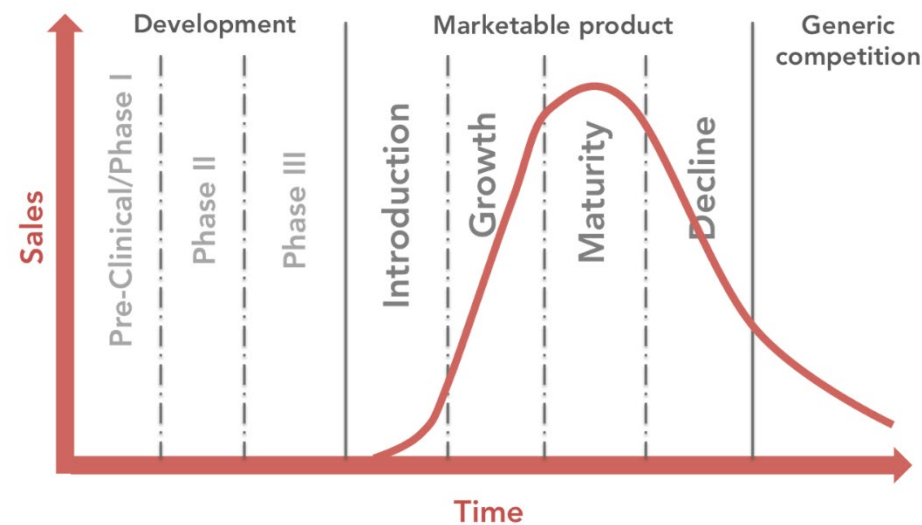
Životní cyklus produktu

4. Pokles - fáze poklesu životního cyklu je pro každou organizaci obtížná; služba nemůže nadále růst, služby ve fázi poklesu životního cyklu výrobku mohou spotřebovat nepřiměřený podíl času řízení a finančních zdrojů

Standard Product Lifecycle



Pharmaceutical Product Lifecycle





Problémy spojené se životním cyklem produktu

- Životní cyklus výrobku je užitečným konceptem řízení pro určení, kde je služba umístěna na trhu a jaké vnější vlivy, jako jsou konkurenti, mohou ovlivnit zvolenou strategii
- Alternativní životní cyklus výrobku
 - Produkt, o kterém zákazník musí být poučen – vyžaduje delší časové období, než jsou vidět výsledky
 - Produkt, o kterém zákazník nemusí být poučen – takový, pro který jsou přínosy okamžitě viditelné pro zákazníka, krátké časové období než jsou vidět výsledky
- Délka životního cyklu
 - je těžké ovlivnit délku životního cyklu výrobku
 - Každý segment zdravotnictví může být ovlivněn faktory mimo kontrolu organizace - hlavními faktory mohou být demografie, regulace, technologie, nový výzkum v oblasti zdravotní péče nebo změny úhrady.
- Obavy týkající se konceptu životního cyklu výrobku
 - Ačkoliv je životnost výrobku jedním z nejběžnějších způsobů vnímání používaných v marketingu, není to bez omezení
 - Hlavní kritikou je, že neexistuje žádný standardní životní cyklus a že mnoho produktů se sekvencí životního cyklu vymyká



Změna životního cyklu výroby

Přestože marketingoví manažeři nemohou měnit vnější faktory, jako jsou demografie nebo nová technologie, které ovlivňují životní cyklus výrobku, mohou být použity tři strategie pro prodloužení životnosti produktu

1. Modifikace produktu - spočívá ve skutečné změně produktu v určitém smyslu změnou jeho kvality, vlastností, výkonu nebo vzhledu
2. Vytvořit nové způsoby použití - identifikovat nové způsoby použití produktu
3. Najít nové uživatele - hledání nových cílových trhů je třetím způsobem, jak prodloužit životnost produktu

7. Branding

- Spojení produktu s určitým názvem, symbolem atd. nebo s určitými vlastnostmi či nápady, aby ho lidé poznali a chtěli si ho koupit
- Obchodní značka - je jakékoli jméno, termín, barvy nebo symbol, který odlišuje produkt jednoho prodejce od druhého
- Obchodní jméno - je obchodní jméno, pod kterým společnost nabízí své produkty
- Ochranná známka - obchodní značka nebo obchodní jméno pod právní ochranou
- Přidaná hodnota značky - přidaná hodnota, kterou obchodní značka dává produktu





8. Přijetí inovací

- Spotřebitelé se liší v závislosti na době, kterou potřebují, než přijmou nový výrobek
- Okamžik, ke kterému je výrobek používán na trhu, se nazývá přijetí inovací
- Faktory ovlivňující přijetí - rychlost, s jakou spotřebitelé přijímají nový výrobek, určuje několik faktorů
 - Relativní výhoda - tato dimenze se týká vnímaného přínosu nebo výhody, kterou má nový výrobek nad existujícími produkty nebo nad náhradním zbožím na trhu
 - Kompatibilita - výrobek, který je kompatibilní s existujícími hodnotami nebo zvyklostmi, bude přijat rychleji než ten, který není
 - Složitost - složitost produktu ovlivní jeho míru přijetí; složitější produkty jsou přijímány pomaleji
 - Dělitelnost - dělitelnost produktu je míra, do jaké může být výrobek zkoušen

Okamžik přijetí inovace

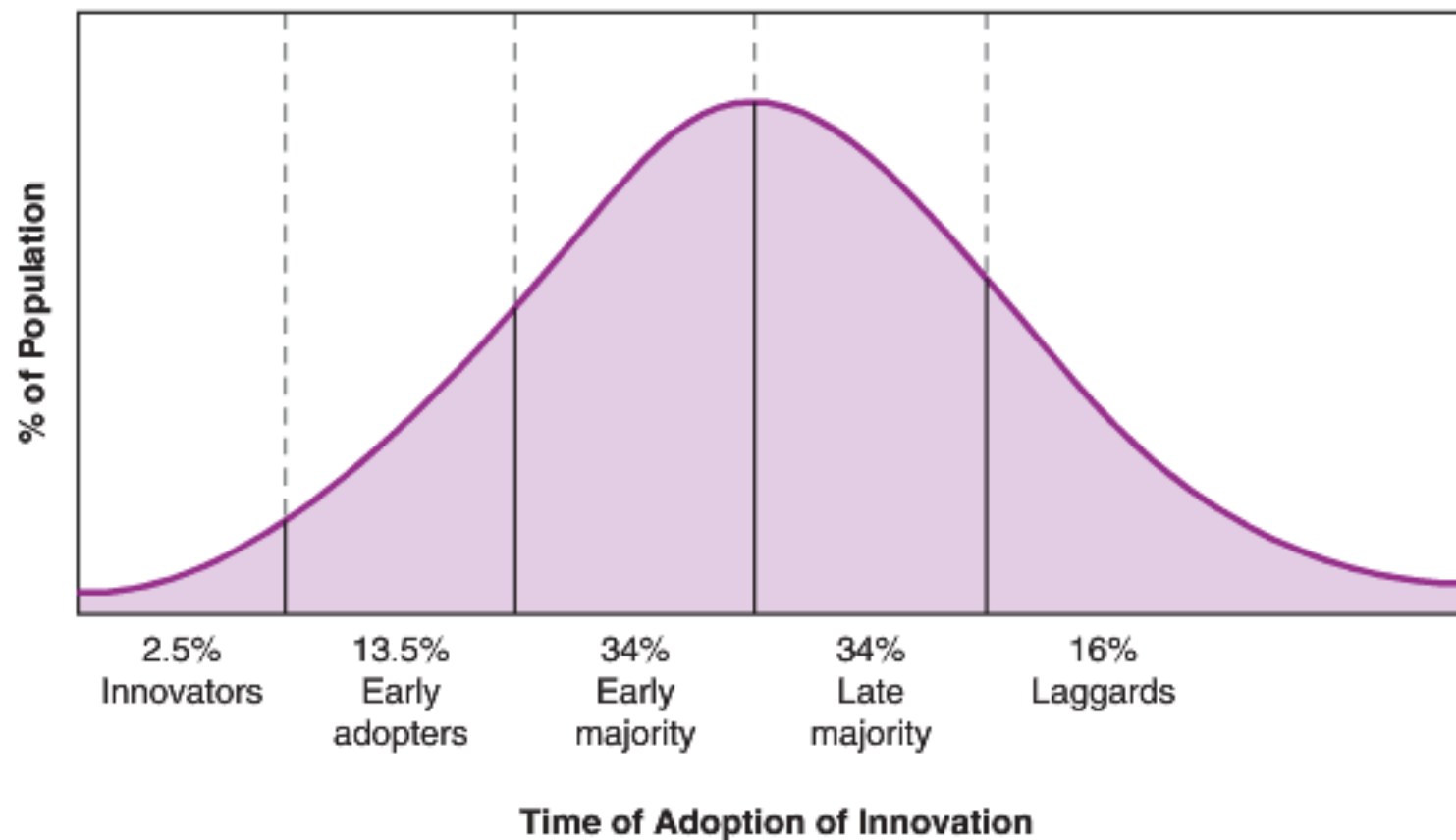


FIGURE 8-8 The Diffusion of Innovation



Shrnutí

- Produkt ve zdravotnictví je multidimenzionální a komplexní.
Zahrnuje fyzické produkty, služby, lidi, myšlenky, organizace, zdravotní pojištění
- Služby ve zdravotnictví mají základní vlastnosti (5i).
Intangibility, Inconsistency, Inseparability, Inventory, Interaction
- Produkt lze rozdělit do pěti úrovní:
hlavní výhoda, obecný produkt, očekávaný produkt, rozšířený produkt, potenciální produkt.
- Produktový mix je sada všech produktů a produktových řad, které jsou zákazníkům nabízeny k uspokojení jejich přání a potřeb.
- Životný cyklus produktu má 4 fáze: úvod, rast, zralost, pokles
- Branding je spojení produktu s určitým názvem, symbolem atd. nebo s určitými vlastnostmi či nápady, aby ho lidé poznali a chtěli si ho koupit
- Spotřebitelé se liší v závislosti na době, kterou potřebují, než přijmou nový výrobek



Zdroje

- zákon č. 373/2011 Sb.
- Hand, S. Life Scinece blog, 2017.
- Mojeambulance.cz, 2020
- LOOne
- Upmd.cz, 2020
- VZP 2020
- Zákon č. 65/2017 Sb.

Děkuji za pozornost.