

Přílohy

Seznam

1. Dotazník pro klientky
2. Projekt diplomové práce

Příloha č. 1 Dotazník pro klientky

Kritéria výběru porodnice

Do své diplomové práce zpracovávám výzkum o výběru porodnice. Dotazník je určen pro všechny matky, které rodily v porodnici. Předem vám děkuji za váš čas, který vyplnění věnujete. Pokud jste rodila vícekrát a máte čas a zájem prosím vyplňte dotazník jednotlivě za všechny porody. Pokud máte jakýkoli dotaz kontaktujte mne na marketa.tabery@gmail.com. Děkuji vám! Markéta Taberyová

Kterou porodnici jste si vybrala?

Pokud jste rodila v jiné porodnici, než byla vaše původní volba, zde prosím vyberte tu, ve které jste plánovala родit. Pokud v nabídce porodnici nenajdete, prosím vyberte poslední možnost a uveďte konkrétní místo porodu v další odpovědi.

Vyberte 

Ve kterém roce jste rodila?

Vaše odpověď

Jaké byly vaše důvody pro výběr porodnice?

Vaše odpověď

Jak výběr probíhal? (Radila jste se s někým? Pomáhal vám partner? Kde jste hledala informace o porodnicích?)

Vaše odpověď

Vybrala byste si tuto porodnici znovu? Prosím zdůvodněte.

Vaše odpověď

Kontakt

Pokud byste byla ochotna poskytnout detailnější rozhovor na dané téma, prosím zanechte mi svoji emailovou adresu. V případě potřeby Vás budu kontaktovat.

Vaše odpověď

Příloha č. 2 Projekt diplomové práce

Téma práce: Marketing v porodnictví

Bc. Markéta Taberyová

Vedoucí práce: PhDr. Michal Růžička, Ph.D.

osobní číslo studenta: 57149201

imatrikulace na katedře: 2015

V Praze dne 25. 2. 2018

Diskuze problému

Zdravotnictví je z pohledu marketingu velice specifická oblast, kde nelze uplatnit všechny zákony trhu, především protože se nejedná o přímou směnu peněz za službu. Do tohoto prostředí vstupují další strany, jako je stát a zdravotní pojišťovny. Není však možné říci, že se ve zdravotnictví marketing nemůže uplatnit. Jedním z předpokladů existence marketingu je přítomnost potřeb a přání, kterých mají pacienti v moderní době stále více.

Porodnictví se stává oblastí, ve které má marketing své jasné místo. Ve většině případů zde totiž neplatí nutnost vyhledání nejbližší a nejrychleji dostupné péče. Zároveň mají klientky dostatek času na zhodnocení nabídky poskytovatele jimi hledané péče. V poslední době je výběr porodnice častým tématem hovoru nastávajících matek, a to především v oblasti Prahy a okolí, kde je výběr porodnic v dojezdové vzdálenosti velmi široký.

Dle mého názoru se především menší porodnice snaží aktivně uspokojovat potřeby klientů a využívají úspěšně marketingové strategie.

Cíl práce

Cílem práce je realizování kvalitativního výzkumu na téma marketing v porodnictví. Hlavním cílem výzkumu je zjistit, zda porodnice využívají vědomě marketing. Mezi další cíle patří zjistit, jak vybrané porodnice s budoucími matkami komunikují, zda jsou taktiky porodnic rozdílné na základě velikosti a také, zda je pro porodnice vůbec nutné tato témata řešit.

Cílem teoretické části práce bude představení kontextu výzkumu a rešerše české a zahraniční literatury; a to jak na téma současné situace v porodnictví tak na téma marketing ve zdravotnictví.

Návrh metody včetně postupu

V rámci praktické části diplomové práce bude proveden kvalitativní výzkum.

V první fázi výzkumu bude probíhat sběr dat pomocí jednoduchého dotazníku, který budou vyplňovat klientky na internetových stránkách. Výběr respondentek, pro tento sběr bude náhodný pomocí metody snow-ball. Tato data budou tříděna dle místa porodu a dále využita při výběru porodnic i respondentek pro druhou fázi.

V druhé fázi budou vybrány tři porodnice, ve kterých bude provedeno šetření, které má za cíl najít odpovědi na dané otázky. Dle nutnosti budou realizovány rozhovory s vedením oddělení či člověkem, který se v dané porodnici (nemocnici) marketingem zabývá. Další sběr dat proběhne v rámci rozhovorů s matkami, které v těchto porodnicích rodily.

Struktura práce

- Úvod
- Teoretická část
- Výzkum
 - Cíl a výzkumná otázka
 - Metodika
 - Výzkumný soubor
 - Výsledky
 - potřeby a taktiky porodnic
 - přístup matek
 - srovnání vybraných porodnic
 - Závěr a doporučení pro praxi
- Diskuze

Harmonogram

Rok 2017

srpen – formulování přesných otázek do dotazníku, pilotáž, sběr dat

Rok 2018

únor – analýza dat a výběr porodnic

březen a duben – rozhovory v porodnicích, rešerše literatury, porovnání poznatků

květen a červen – závěrečná analýza rozhovorů, formulování závěrů

Předběžný seznam literatury

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

BAČUVČÍK, Radim a Lenka HARANTOVÁ. *Sociální marketing*. Zlín: Radim Bačuvčík - VeRBuM, 2016. ISBN 978-80-87500-80-4.

BARTON, Katherine, Maggie REDSHAW, Maria A. QUIGLEY a Claire CARSON. Unplanned pregnancy and subsequent psychological distress in partnered women: a cross-sectional study of the role of relationship quality and wider social support. *BMC Pregnancy and Childbirth* [online]. 2017, 17(1), - [cit. 2017-05-30]. DOI: 10.1186/s12884-017-1223-x. ISSN 1471-2393. Dostupné z: <http://bmcpregnancychildbirth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12884-017-1223-x>

CANDIGLIOTA, Zuzana, KOTKOVÁ, Anna, ed. *Tělo v rukou společnosti*. Praha: Gender Studies, 2011. ISBN 978-80-86520-38-4.

COXON, Kirstie, Jane SANDALL a Naomi J. FULOP. To what extent are women free to choose where to give birth? How discourses of risk, blame and responsibility influence birth place decisions. *Health, Risk & Society* [online]. 2014, 16(1), 51-67 [cit. 2017-05-30]. DOI: 10.1080/13698575.2013.859231. ISSN 1369-8575. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13698575.2013.859231>

DOLEŽAL, Antonín. *Od babičtví k porodnictví*. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0277-6.

FEELEY, Claire a Gill THOMSON. Why do some women choose to freebirth in the UK? An interpretative phenomenological study. *BMC Pregnancy and Childbirth* [online]. 2016, 16(1), - [cit. 2017-05-30]. DOI: 10.1186/s12884-016-0847-6. ISSN 1471-2393. Dostupné z: <http://www.biomedcentral.com/1471-2393/16/59>

FRANKLIN, Jenae. A Mother's Paradox: Choosing a Birthing Method in the 21st Century. *Pitzer Senior Theses*. 2014, paper 57. Dostupné z: http://scholarship.claremont.edu/pitzer_theses/57

GABE, Jonathan, Lee F. MONAGHAN a Jonathan. GABE. Key concepts in medical sociology. Second edition. SAGE key concepts. ISBN 978-0-85702-478-7.

HREŠANOVÁ, Ema. Porod z perspektivy sociálních věd: etnografie dvou českých porodnic se zaměřením na jejich (organizační) kultury. Brno, 2008. Dizertace. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Prof. PhDr. Petr Mareš, CSc.

KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. [4. vyd.]. Přeložil Tomáš JUPPA, přeložil Martin MACHEK. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4150-5.

KUŽELOVÁ, Adéla. Marketingová doporučení pro porodnice na základě dotazníkového šetření zkoumajícího preference rodiček [online]. Praha, 2012 [cit. 2017-05-30]. Dostupné z: <<http://theses.cz/id/kuygq9/>>. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Zuzana Chytková.

LABUSOVÁ, Eva a Alena FRYDRYCHOVÁ. *Průvodce porodnicemi České republiky*. Praha: Aperio, 2002. ISBN 80-903087-0-8.

SLAVÍK, Jakub. *Marketing a strategické řízení ve veřejných službách: jak poskytovat zákaznický orientované veřejné služby*. Praha: Grada, 2014. Manažer. ISBN 978-80-247-4819-1.

ŠVAŘÍČEK, Roman a Klára ŠEĎOVÁ. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2014. ISBN 978-80-262-0644-6.

TAKÁCS, Lea a Jitka MLÍKOVÁ SEIDLEROVÁ. *Psychosociální aspekty v současném českém porodnictví: kvalita perinatální péče očima rodiček : zpráva z výzkumu*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, 2012. ISBN 978-80-7308-431-8.

ZLÁMAL, Jaroslav. *Marketing ve zdravotnictví*. Vyd. 2., nezměn. Brno: Národní centrum ošetrovatelství a nelékařských zdravotnických oborů, 2009. ISBN 9788070135037.