

**VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA,
MARIBOR**

DIPLOMSKO DELO:

**ANALIZA PRODAJE MEDICINSKO-TEHNIČNIH
PRIPOMOČKOV V PODJETJU X IN MOŽNOST UVEDBE
NOVEGA IZDELKA V PRODAJNO PONUDBO**

Kandidatka: Andreja Mlakar

Študentka: študija ob delu

Št. indeksa: 11190122767

Študijski program: računovodja

Mentor: mag. Mirjana Ivanuša-Bezjak

Maribor, januar 2010

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKE NALOGE

Podpisana Andreja Mlakar, št. indeksa 11190122767, sem avtorica diplomske naloge z naslovom ANALIZA PRODAJE MEDICINSKO-TEHNIČNIH PRIPOMOČKOV V PODJETJU X IN MOŽNOST UVEDBE NOVEGA IZDELKA V PRODAJNO PONUDBO, ki sem jo napisala pod mentorstvom mag. Mirjane Ivanuša-Bezjak.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predložena diplomska naloga izključno rezultat mojega dela.
- sem poskrbel/a, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navedena oz. citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia.
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del oz. misli, kot svojih lastnih – kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah; UL št. 16/2007; (v nadaljevanju ZASP), prekršek pa podleže tudi ukrepom VSŠ Academia skladno z njenimi pravili.
- skladno z 32. členom ZASP dovoljujem VSŠ Academia objavo diplomske naloge na spletnem portalu šole.

Maribor, _____

Podpis študenta:

ZAHVALA

Mentorici mag. Mirjani Ivanuša-Bezjak se iskreno zahvaljujem za vso pomoč in usmerjanje pri pisanju diplomskega dela.

Prav tako se zahvaljujem g. Gorazdu Beraniču, prof. slovenskega jezika, za lektoriranje diplomskega dela.

Posebna zahvala je namenjena tudi moji mentorici v podjetju, ge. Marjeti Nadelsberger, ki mi je pomagala na poti do dela, ki ga neizmerno rada opravljam, in mi dovolila, da sem se učila iz njenih bogatih izkušenj.

Še posebej se želim zahvaliti svoji družini, možu Franciju in hčerama Niki in Nuši, ki so mi s svojo podporo in razumevanjem pomagali pri nastanku tega diplomskega dela.

POVZETEK

Podjetje, ki prodaja medicinsko-tehnične pripomočke, se mora zaradi vedno večje konkurence na trgu, nenehno potrjevati. To lahko doseže le s kakovostno ponudbo, strokovnim svetovanjem in prijaznim pristopom zaposlenih do strank, ki potrebujejo medicinsko-tehnične pripomočke.

V diplomskem delu sem analizirala prodajo medicinsko-tehničnih pripomočkov v podjetju x v obdobju od oktobra 2008 do septembra 2009. Osnovni cilj diplomskega dela je bilo ugotoviti, kako se giblje prodaja v omenjenem obdobju, in katere ukrepe naj uvede poslovodstvo za njeno povečanje.

Z anketo sem poskušala ugotoviti mnenje uporabnikov medicinsko-tehničnih pripomočkov o izdelkih novega proizvajalca, ki jih podjetje namerava uvesti v prodajno ponudbo.

Za vsako podjetje, ki se ukvarja s prodajo, je zadovoljstvo kupcev velikega pomena. Še posebej to velja za medicinsko-tehnične pripomočke, ki so zelo specifična vrsta prodajnih artiklov. Zato je odločanje o kakovosti prodajanih izdelkov odgovorno in zahtevno opravilo, ki mora temeljiti na raziskavah in poslovnih analizah.

KLJUČNE BESEDE: podjetje, prodaja, konkurenca, medicinsko-tehnični pripomočki, prihodki.

ABSTRACT

Because of the large competition on the market of medical and technical accessories, the company has to attest constantly. This can only be achieved by good offer, professional advice and a friendly approach of staff to clients in need of medical and technical accessories.

In my diploma I have analyzed the sales of medical and technical accessories in the company x from October 2008 to September 2009. The primary objective of a thesis was to determine how sale moves in a period from October 2008 to September 2009, and what measures should be introduced for the management for its increase.

With the survey I have tried to determine the opinion of users of medical and technical accessories on new items that company intends to introduce in the offer to sell.

Customers satisfaction is of great importance for each company, which deals with sales, especially with medical and technical accessories, which are very specific type of sales items. Taking decision on the quality of sales items is responsible and demanding task that must be based on research and business analysis.

KEYWORDS: business, sales, competition, medical and technical accessories, revenue.

KAZALO VSEBINE

1	UVOD.....	11
1.1	<i>Opredelitev obravnavane zadeve in opis problema.....</i>	<i>11</i>
1.2	<i>Namen, cilji in osnovne trditve.....</i>	<i>11</i>
1.3	<i>Predpostavke in omejitve raziskave.....</i>	<i>12</i>
1.4	<i>Uporabljene metode raziskovanja.....</i>	<i>12</i>
2	PREDSTAVITEV PODJETJA.....	13
2.1	<i>Dejavnost.....</i>	<i>13</i>
2.2	<i>Organiziranost, poslovne enote.....</i>	<i>13</i>
3	MEDICINSKO – TEHNIČNI PRIPOMOČKI.....	15
3.1	<i>Opredelitev medicinsko-tehničnih pripomočkov.....</i>	<i>15</i>
3.2	<i>Izdajanje medicinsko-tehničnih pripomočkov.....</i>	<i>16</i>
3.3	<i>Pravica do medicinsko-tehničnih pripomočkov.....</i>	<i>17</i>
4	ANALIZA PRODAJE MEDICINSKO – TEHNIČNIH PRIPOMOČKOV V OBDOBJU OKTOBER 2008 – SEPTEMBER 2009.....	19
4.1	<i>Vrste medicinsko-tehničnih pripomočkov, ki se izdajajo na naročilnice v podjetju X.....</i>	<i>19</i>
4.1.1	<i>Analiza prodaje plen in podlog za inkontinenco.....</i>	<i>20</i>
4.1.2	<i>Analiza prodaje merilnikov sladkorja in diagnostičnih trakov za merjenje sladkorja v krvi.....</i>	<i>22</i>
4.1.3	<i>Analiza prodaje pripomočkov pri težavah z odvajanjem seča.....</i>	<i>24</i>
4.1.4	<i>Analiza prodaje pripomočkov za stomo.....</i>	<i>26</i>
4.1.5	<i>Analiza prodaje kanil in ostalih materialov za traheostomo.....</i>	<i>28</i>
4.1.6	<i>Analiza prodaje ortoz.....</i>	<i>30</i>

<i>4.1.7 Analiza prodaje prsnih protez in ortopedskih neдрčkov.....</i>	<i>33</i>
<i>4.1.8 Analiza prodaje pripomočkov za hojo, stojo in sedenje.....</i>	<i>35</i>
5 ANKETA O MOŽNOSTIH UVAJANJA NOVEGA IZDELKA V PRODAJNO PONUDBO.....	38
<i>5.1 Anketni vprašalnik.....</i>	<i>38</i>
<i>5.2 Analiza anketnega vprašalnika.....</i>	<i>40</i>
<i>5.3 Rezultati analize.....</i>	<i>45</i>
6 SKLEP.....	46
7 LITERATURA IN VIRI.....	49

KAZALO SLIK

SLIKA 1: Organigram družbe.....	14
SLIKA 2: Hlačna plenica za inkontinenco.....	20
SLIKA 3: Aparat za merjenje sladkorja v krvi s prožilno napravo.....	22
SLIKA 4: Urinske zbiralne vrečke.....	24
SLIKA 5: Kožna podloga za nego stome.....	27
SLIKA 6: Kanila za traheostomo.....	29
SLIKA 7: Ortoza za komolec.....	31
SLIKA 8: Ortoza za zapestje.....	31
SLIKA 9: Ortoza za koleno.....	31
SLIKA 10: Prsne proteze.....	33
SLIKA 11: Hodulja.....	35
SLIKA 12: Bergla.....	35

KAZALO TABEL

TABELA 1: Šifrant MTP (del).....	18
TABELA 2: Prodaja plenit in podlog za inkontinenco v obdobju oktober 2008-september 2009.....	21
TABELA 3: Prodaja merilnikov sladkorja in diagnostičnih trakov za merjenje sladkorja v krvi v obdobju oktober 2008-september 2009.....	23
TABELA 4: Prodaja pripomočkov pri težavah z odvajanjem seča v obdobju oktober 2008-september 2009.....	25
TABELA 5: Prodaja pripomočkov za stomo v obdobju oktober 2008-september 2009....	27
TABELA 6: Prodaja kanil in ostalih materialov za traheostomo v obdobju oktober 2008-september 2009.....	29
TABELA 7: Prodaja ortoz v obdobju oktober 2008-september 2009.....	32
TABELA 8: Prodaja prsnih protez in ortopedskih nedrčkov v obdobju oktober 2008-september 2009.....	34
TABELA 9: Prodaja pripomočkov za hojo, stojo in sedenje v obdobju oktober 2008-september 2009.....	36
TABELA 10: Prihodki od prodaje v obdobju oktober 2008-september 2009.....	46

KAZALO GRAFOV

GRAF 1: Prodaja plenjic in podlog za inkontinenco v obdobju oktober 2008-september 2009.....	21
GRAF 2: Prodaja merilnikov sladkorja in diagnostičnih trakov za merjenje sladkorja v krvi v obdobju oktober 2008-september 2009.....	23
GRAF 3: Prodaja pripomočkov pri težavah z odvajanjem seča v obdobju oktober 2008-september 2009.....	25
GRAF 4: Prodaja pripomočkov za stomo v obdobju oktober 2008-september 2009.....	27
GRAF 5: Prodaja kanil in ostalih materialov za traheostomo v obdobju oktober 2008-september 2009.....	30
GRAF 6: Prodaja ortoz v obdobju oktober 2008-september 2009.....	32
GRAF 7: Prodaja prsnih protez in ortopedskih nedrčkov v obdobju oktober 2008-september 2009.....	34
GRAF 8: Prodaja pripomočkov za hojo, stojo in sedenje v obdobju oktober 2008-september 2009.....	36
GRAF 9: Analiza odgovorov na prvo anketno vprašanje.....	40
GRAF 10: Analiza odgovorov na drugo anketno vprašanje.....	41
GRAF 11: Analiza odgovorov na tretje anketno vprašanje.....	41
GRAF 12: Analiza odgovorov na četrto anketno vprašanje.....	42
GRAF 13: Analiza odgovorov na peto anketno vprašanje.....	43
GRAF 14: Analiza odgovorov na šesto anketno vprašanje.....	43
GRAF 15: Analiza odgovorov na sedmo anketno vprašanje.....	44
GRAF 16: Analiza odgovorov na osmo anketno vprašanje.....	45
GRAF 17: Primerjava celotnih prihodkov od prodaje s prihodki od prodaje medicinsko-tehničnih pripomočkov v obdobju oktober 2008-september 2009.....	47
GRAF 18: Delež prihodkov od prodaje medicinsko-tehničnih pripomočkov v celotnih prihodkih od prodaje v obdobju oktober 2008-september 2009.....	47

1 UVOD

1.1 Opredelitev obravnavane teme in opis problema

Podjetje x je registrirano za prodajo medicinsko-tehničnih pripomočkov in zdravil brez recepta.

V diplomskem delu bom prikazala in analizirala prodajo medicinsko-tehničnih pripomočkov v obdobju oktober 2008-september 2009. Osredotočila se bom na prodajo osmih najbolj prodajanih vrst.

Glede na vse večjo konkurenco na trgu se mora podjetje nenehno prilagajati in iskati nove možnosti za povečanje uspešnosti in s tem dobička.

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve

Namen diplomskega dela je podrobna analiza dobljenih informacij. Z raziskavo bom dobila odgovore, kako uspešno so v podjetju prodajali medicinsko-tehnične pripomočke v obdobju od oktobra 2008 do septembra 2009.

Ker je uvajanje novih izdelkov prav pri medicinsko-tehničnih pripomočkih zahtevno z več vidikov, bo analiza anketnih vprašalnikov podjetju v veliko pomoč pri odločitvi – uvesti proizvode novega proizvajalca ali ne, saj je kakovost izdelkov in zadovoljstvo strank z njimi osnovno vodilo podjetja.

Cilj diplomskega dela je analizirati prodajo medicinsko-tehničnih pripomočkov in na podlagi odgovorov strank v anketi olajšati sprejem odločitve o uvedbi novih proizvodov plenic in predlog za inkontinenco.

Osnovne trditve diplomskega dela

Predpostavljam, da obstajajo različni argumenti strank za in proti uvedbi novih izdelkov. Odgovori anketirancev se bodo zelo razlikovali glede na starost in glede na pogostost uporabe proizvodov. Verjamem, da bodo njihovi odgovori podprli odločitev poslovodstva za uvedbo novih proizvodov.

1.3 Predpostavke in omejitve raziskave

Pri analizi prodaje se bom osredotočila na obdobje od oktobra 2008 do septembra 2009 in analizirala podatke po mesecih za izbrano podjetje x.

Raziskavo bom izvedla v dogovoru z vodstvom podjetja. Uporabnikom medicinsko-tehničnih pripomočkov za lajšanje težav z inkontinenco bomo izdajali izdelke novega proizvajalca. Po tednu dni uporabe jih bomo poprosili, naj izpolnijo priloženo anketo.

Pri pisanju mi bodo poleg domače in tuje strokovne literature v pomoč tudi izkušnje sodelavk, ki izdajajo medicinsko-tehnične pripomočke in so dnevno v stiku s strankami.

1.4 Uporabljene metode raziskovanja

Pri izdelavi teoretičnega dela diplome si bom pomagala z domačo in tujo literaturo, spletnimi stranmi in z internimi viri ter podatki, ki jih bom dobila v podjetju.

Pri raziskovalnem delu bom uporabila naslednje metode dela:

- ◆ metoda deskripcije ali opisovanja,
- ◆ metoda kompilacije ali povzemanja,
- ◆ metoda komparacije ali primerjave,
- ◆ statistične metode,
- ◆ metode anketiranja,
- ◆ metoda kvantitativne in metoda kvalitativne analize,
- ◆ induktivna in deduktivna metoda.

Prodajo medicinsko-tehničnih pripomočkov bom analizirala na podlagi internih podatkov o prodaji. Rezultate bom predstavila z grafi, ki jim bom dodala razlago.

Podatke za ali proti uvedbi proizvodov novega proizvajalca medicinsko-tehničnih pripomočkov za lajšanje težav z inkontinenco bom zbrala s pomočjo ankete. Tudi te rezultate bom predstavila z grafi in jih razložila.

Z njimi bom dobila odgovor na vprašanje, ali naj se izdelki novega proizvajalca uvrstijo v prodajni program ali ne.

2 PREDSTAVITEV PODJETJA

2.1 Dejavnost

Glavna dejavnost podjetja x je prodaja medicinsko-tehničnih pripomočkov in zdravil brez recepta. Je pogodbeni partner Zavoda za zdravstveno zavarovanje Slovenije za dobavo in izdajo medicinsko-tehničnih pripomočkov posameznikom, društvom, združenjem bolnikov, zdravstvenim ustanovam in zdravnikom-zasebnikom.

Maloprodaja:

Prodaja medicinsko-tehničnih pripomočkov na naročilnice in brez njih ter zdravil brez recepta.

Podjetje predstavlja kot enega izmed ciljev, izboljšati zdravje ljudi v tistem delu, kjer lahko zase največ storijo sami: z nasveti o zdravem življenju, redno kontrolo življenjskih parametrov, z nasveti o prehranskih dopolnilih, naravnih in zdravilnih kozmetikah, o pripomočkih za lajšanje težav starejših, žensk v menopavzi, za nego mamic in malčkov; z nasveti o pripomočkih za profesionalne in rekreativne športnike in za vse, ki bi se radi dobro počutili. (Podjetje X, oktober 2009).

2.2 Organiziranost, poslovne enote

Podjetje x ima poslovalnice v štirih krajih po Sloveniji.

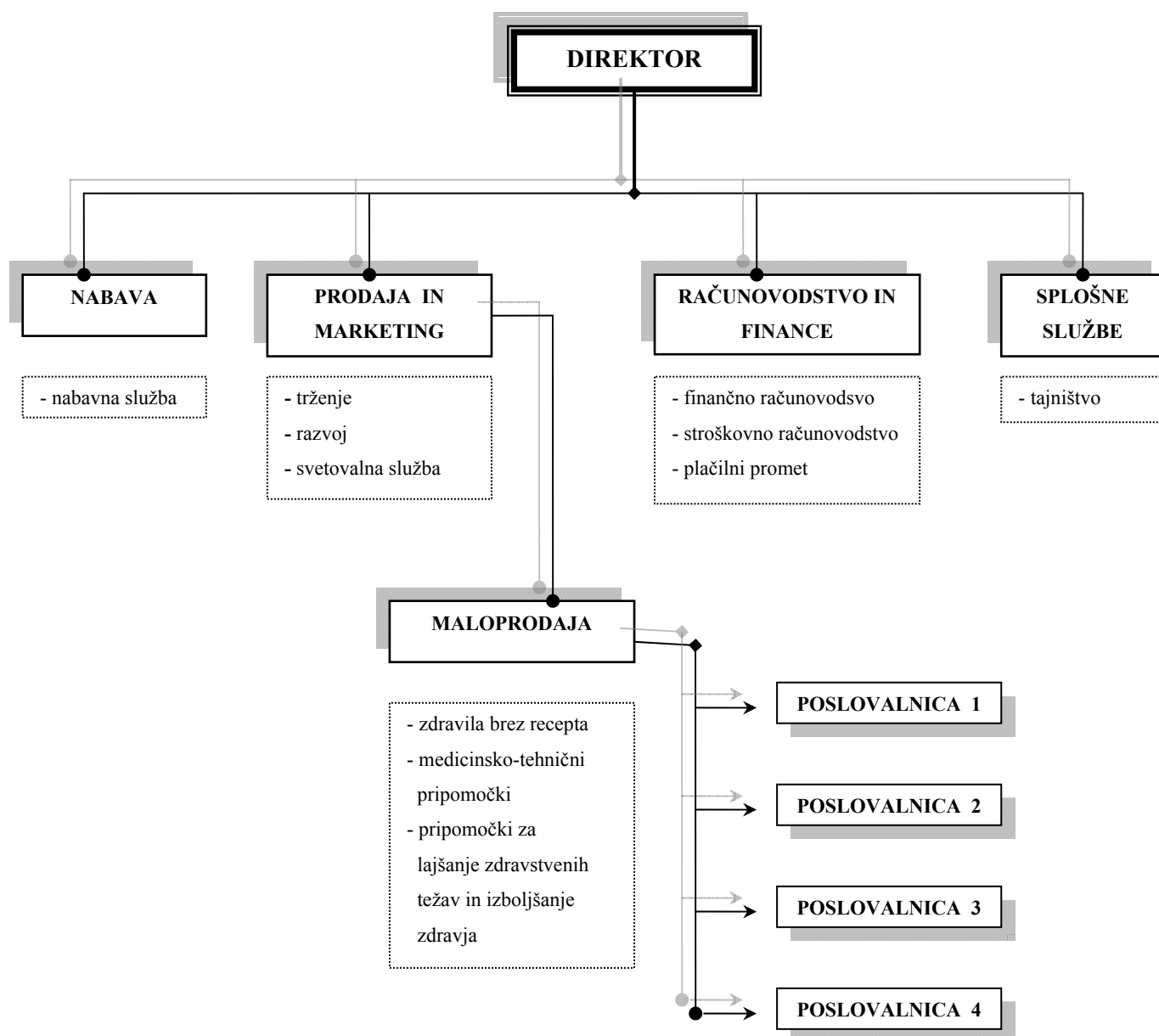
V specializiranih trgovinah želijo ljudem približati široko paleto izdelkov za lajšanje različnih zdravstvenih težav pri prehladih, vnetjih, želodčnih težavah. V njih usposobljene prodajalke svetujejo kupcem z nasveti o izdelkih in njihovi uporabi. (Podjetje X, oktober 2009). V podjetju x namenjajo veliko pozornost tudi izobraževanju in strokovnemu usposabljanju zaposlenih, kar je v specializiranih prodajalnah z medicinskimi pripomočki še posebej pomembno. Prodajalke se dnevno srečujejo z ljudmi, ki prihajajo k njim po nasvete za izboljšanje svojega zdravja.

Podjetje lahko pridobi veliko prednost pred konkurenco, če zaposli boljše prodajno osebje in ga uspešneje izobražuje ter strokovno izpopolnjuje. Za bolj izobražene in strokovno usposobljene zaposlene je značilno (Potočnik, 2002, 165):

- ◆ da imajo potrebne spretnosti in znanje,
- ◆ da so vljudni, spoštljivi in pozorni do kupcev,

- ◆ da so vredni zaupanja,
- ◆ da so zanesljivi, torej izvajajo delovne naloge natančno in dosledno,
- ◆ da se hitro odzivajo na želje in potrebe kupcev,
- ◆ da kupce razumejo in se z njimi natančno sporazumejo.

ORGANIGRAM DRUŽBE



SLIKA 1: Organigram družbe

Vir: Podjetje X, oktober 2009

3 MEDICINSKO–TEHNIČNI PRIPOMOČKI

3.1 Opredelitev medicinsko – tehničnih pripomočkov

Medicinsko-tehnični pripomočki so instrumenti, aparati, sredstva, materiali in drugi izdelki, ki so potrebni za zdravljenje ali za medicinsko rehabilitacijo. Uporabljajo se sami ali v kombinaciji s programsko opremo, potrebno za njihovo pravilno uporabo.

Namenjeni so za:

- diagnosticiranje, preprečevanje, spremljanje, zdravljenje ali lajšanje bolezni;
- diagnosticiranje, spremljanje in nadzorovanje, zdravljenje, lajšanje ali nadomeščanje okvare ali invalidnosti;
- preskušanje, nadomeščanje ali spreminjanje anatomskih ali fizioloških funkcij organizma;
- nadzor rojstev.

Medicinski pripomočki se glede na namembnost in glede na stopnjo tveganja za uporabnika:

- uporabljajo izključno pri opravljanju zdravstvene ali veterinarske dejavnosti;
- izdajajo na recept ali brez recepta v lekarnah;
- izdajajo brez recepta v specializiranih prodajalnah;
- prodajajo v prosti prodaji.

Medicinske pripomočke razvrščamo glede na stopnjo tveganja za uporabnika v:

- razred I – medicinski pripomočki z nizko stopnjo tveganja za uporabnika;
- razred IIa – medicinski pripomočki z večjo stopnjo tveganja za uporabnika;
- razred IIb – medicinski pripomočki z visoko stopnjo tveganja za uporabnika in
- razred III – medicinski pripomočki z najvišjo stopnjo tveganja za uporabnika (http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r06/predpis_ZAKO1376.html - dne 14.11.2009).

V Sloveniji so lahko v uporabi le tisti medicinsko-tehnični pripomočki, ki so vpisani v register medicinskih pripomočkov z dovoljenjem pristojnega organa.

3.2 Izdajanje medicinsko–tehničnih pripomočkov

Specializirana prodajalna z medicinsko-tehničnimi pripomočki na drobno mora izpolnjevati predpisane pogoje. Imeti mora:

- ♦ ustrezne prostore za opravljanje dejavnosti izdajanja medicinsko-tehničnih pripomočkov na naročilnice ali brez njih;
- ♦ zaposleno odgovorno osebo z najmanj V. stopnjo izobrazbe medicinske, farmacevtske ali druge ustrezne smeri z opravljenim strokovnim izpitom in ustreznim strokovnim izpopolnjevanjem o medicinsko-tehničnih pripomočkih, ki se izdajajo ali prodajajo v specializirani prodajalni. Odgovorna oseba se je dolžna redno strokovno izpopolnjevati na tečajih, seminarjih in drugih oblikah strokovnega izpopolnjevanja;
- ♦ v specializirani prodajalni se smejo izdajati oz. prodajati samo medicinsko-tehnični pripomočki, ki so vpisani v register tovrstnih pripomočkov. Ob izdaji ali prodaji mora odgovorna oseba seznaniti kupca s pravilno in varno uporabo medicinskega pripomočka.

Medicinsko-tehnične pripomočke potrošnega značaja in tiste, potrebne pri zdravljenju in negi na domu, predpisuje izbrani osebni zdravnik.

Zahtevnejše pripomočke predpisuje zdravnik specialist s svojega delovnega področja. O upravičenosti do zahtevnejših pripomočkov odloča imenovani zdravnik ali zdravstvena komisija Zavoda za zdravstveno zavarovanje Slovenije s sklepom.

Najzahtevnejše pripomočke, pri katerih je potrebna timska obravnava zavarovane osebe in individualna prilagoditev takega pripomočka, predpisuje zdravnik specialist Inštituta Republike Slovenije za rehabilitacijo.

Medicinsko–tehnični pripomočki se izdajajo na naročilnice. Naročilnica je javna listina. Vsi medicinsko–tehnični pripomočki, ki se izdajajo na naročilnice, so dostopni tudi v prosti prodaji.

Na naročilnici za medicinsko-tehnični pripomoček so zapisani podatki o zavarovani osebi in zdravstvenem zavarovanju. Poleg tega pa mora naročilnica vsebovati še:

- ◆ podatke o vrsti, količini in obdobju, za katero naj se pripomoček izda;
- ◆ podatke o zdravniku in ustanovi, kjer je bil pripomoček predpisan;
- ◆ datum, ki ne sme biti starejši od 30 dni;
- ◆ podpis zdravnika z žigom.

Ob izdaji medicinsko-tehničnega pripomočka se podatki o vrsti in količini pripomočkov vpišejo na kartico zdravstvenega zavarovanja.

Na eno naročilnico se lahko predpiše in izda več vrst medicinsko-tehničnih pripomočkov.

3.3 Pravica do medicinsko-tehničnih pripomočkov

Pravico do medicinsko-tehničnih pripomočkov določata Zakon o zdravstvenem varstvu in zdravstvenem zavarovanju in Pravila obveznega zdravstvenega zavarovanja. Lahko pa tudi poseben sklep Zavoda za zdravstveno zavarovanje Slovenije.

Pravila obveznega zdravstvenega zavarovanja opredeljujejo obseg in standard storitev za pripomočke, ki se zagotavljajo v breme obveznega zdravstvenega zavarovanja. Zavarovanim osebam je iz obveznega zdravstvenega zavarovanja zagotovljeno plačilo medicinsko-tehničnih pripomočkov v deležu, ki je določen z Zakonom o zdravstvenem zavarovanju in s sklepom Skupščine Zavoda za zdravstveno zavarovanje Slovenije.

V primerih, ko zavarovani osebi iz obveznega zdravstvenega zavarovanja medicinsko-tehnični pripomoček ni zagotovljen v celotni vrednosti, krije Zavod strošek le do višine, ki jo določa Zakon in omenjeni sklep Skupščine Zavoda. Delež razlike do polne vrednosti znaša med 15 in 75 odstotki. Zavarovana oseba krije razliko do polne vrednosti medicinsko-tehničnega pripomočka ob uveljavljanju pravice v lekarni ali specializirani prodajalni. V kolikor ima zavarovana oseba sklenjeno prostovoljno zdravstveno zavarovanje, krije stroške razlike do polne vrednosti storitve zavarovalnica, pri kateri ima oseba sklenjeno prostovoljno zdravstveno zavarovanje; v nasprotnem primeru je zavarovana oseba dolžna razliko v ceni kriti sama (<http://www.ljudmila.org/yhd/handySlo/modules/zakonodaja/article.php?storyid=8> - dne 14.11.2009).

Zavarovane osebe so upravičene do standardnih medicinsko-tehničnih pripomočkov. Standard medicinsko-tehničnega pripomočka je opredeljen z:

- ♦ vrsto materiala,
- ♦ trajnostno dobo in
- ♦ ceno.

Standardni material je tisti, ki zagotavlja funkcionalno ustreznost pripomočka, je najcenejši in dosegljiv na slovenskem tržišču.

Lekarna ali specializirana prodajalna je dolžna zagotavljati standardne medicinsko-tehnične pripomočke brez dodatnih stroškov za zavarovane osebe, ki so za razliko do polne vrednosti storitev prostovoljno zavarovane ali oproščene doplačil.

Če je zavarovana oseba zavarovana za doplačila in s posebno izjavo zahteva ali predhodno soglaša, da se ji izda boljši, kvalitetnejši ali dražji medicinsko-tehnični pripomoček, kot to določa standard, mora razliko med zneskom cenovnega standarda in dejansko ceno plačati sama.

Posamezne vrste medicinsko tehničnih pripomočkov in cenovni standardi zanje so opredeljeni v šifrantu MTP (medicinsko – tehničnih pripomočkov).

Šifra	Opis	Zdravnik	Izposoja	Popravila	Cenovni standard(v €)
0603120332	Ortoza za vratno hrbtenico trda (co)	Specialist	Ne	Da	41,15
0603120333	Ortoza za vratno hrbtenico trda (cto)	Specialist	Ne	Da	23,15
0603150334	Ortoza - torakalni oprtnik (to)	Specialist	Ne	Da	524,04
0603180335	Ortoza za hrbtenico (ctlso)-po modelu	Terciar	Ne	Da	408,45
0603090336	Ortoza za hrbtenico (tlso)-po modelu	Terciar	Ne	Da	210,88
0603090337	Ortoza za hrbtenico - tritočkovna (tlso)	Specialist	Ne	Da	61,72
0603090338	Ortoza - pas križni ojačan (lso)	Specialist	Ne	Da	51,80

TABELA 1: Šifrant MTP (del)

Vir: <http://www.zzzs.si/zzzs/PAO/ZJavSif.nsf/V123A> - dne 14.11.2009

4 ANALIZA PRODAJE MEDICINSKO – TEHNIČNIH PRIPOMOČKOV V OBDOBJU OKTOBER 2008–SEPTEMBER 2009

4.1 Vrste medicinsko-tehničnih pripomočkov, ki se izdajajo na naročilnico v podjetju x

V podjetju x medicinsko-tehnične pripomočke izdajajo, izposojajo jih ne. Zavarovance oskrbujejo z naslednjimi vrstami medicinsko-tehničnih pripomočkov:

1. PRIPOMOČKI PRI TEŽAVAH Z ODVAJANJEM SEČA:
 - ♦ plenice, moške in ženske hlačne predloge (vložki), posteljne podloge in mrežaste hlačke,
 - ♦ urinal kondomi, urinske zbiralne vrečke, urinski katetri in zbiralniki za seč;
2. PRIPOMOČKI PRI ZDRAVLJENJU SLADKORNE BOLEZNI: aparati za določanje glukoze v krvi, prožilne naprave, igle za mehanski injektor in diagnostični trakovi za določanje glukoze v krvi;
3. PRIPOMOČKI PRI UMETNO IZPELJANEM ČREVESJU IN UROSTOMI: vrečke in kožne podloge za stomo, paste in prah za nego stome;
4. KANILE: endotrahealne kanile, katetri za dovajanje kisika, aspiracijski katetri in govorne valvule;
5. ORTOZE: za vrat, hrbtenico, ramena, komolce, zapestja, kolke, kolena, pogačico, gležnje in stopala;
6. ESTETSKE PROTEZE: prsne proteze in ortopedski nedrčki;
7. PRIPOMOČKI ZA GIBANJE, STOJO IN SEDENJE: bergle, hodulje in palice za oporo;
8. OBVEZILNI MATERIAL: komprese, hidrofilne kabel gaze, sterilni obvezilni seti, vatiranci, lepilni trakovi za pritrdjevanje obvezilnega materiala in bombažni povoji;
9. KILNI PASOVI: enostranski in obojestranski kilni pasovi, trebušni kilni pasovi;
10. SANITARNI PRIPOMOČKI: nastavki za toaletno školjko, sedeži za tuš kabino in sedeži za kopalno kad;
11. RAZTOPINE: fiziološke raztopine;
12. BLAZINE PROTI PRELEŽANINAM: blazine za sedež;

13. ELEKTRIČNI STIMULATORJI IN OSTALI APARATI: električni stimulatorji pri inkontinenci urina in aspiratorji;
14. ORTOPEDSKA OBUTEV: začasni in posebej izdelani čevlji;
15. OSTALI TEHNIČNI PRIPOMOČKI: rokavice za poganjanje vozička, navleke za krm in elastične kompresijske nogavice.

4.1.1 Analiza prodaje pleníc in podlog za inkontinenco

Bolnikom z inkontinenčnimi težavami se priporoča uporaba posebnih pleníc, hlačnih predlog (vločki) in posteljnih podlog, namenjenih za lajšanje težav z urinsko inkontinenco. Ne priporoča se uporaba navadnih pleníc in higienskih vločkov. Le posebej prilagojeni izdelki za inkontinenco urina lahko take bolnike ustrezno zaščitijo in jim preprečijo, da se zaradi svoje težave nelagodno počutijo. Ščitijo tudi njihovo obleko, posteljno perilo in pohištvo.

Podjetje v svoji ponudbi nudi: plenice, hlačne predloge in posteljne podloge.

Bolniki te vrste medicinsko-tehničnih pripomočkov dobijo na naročilnico, ki jo izda osebni zdravnik.



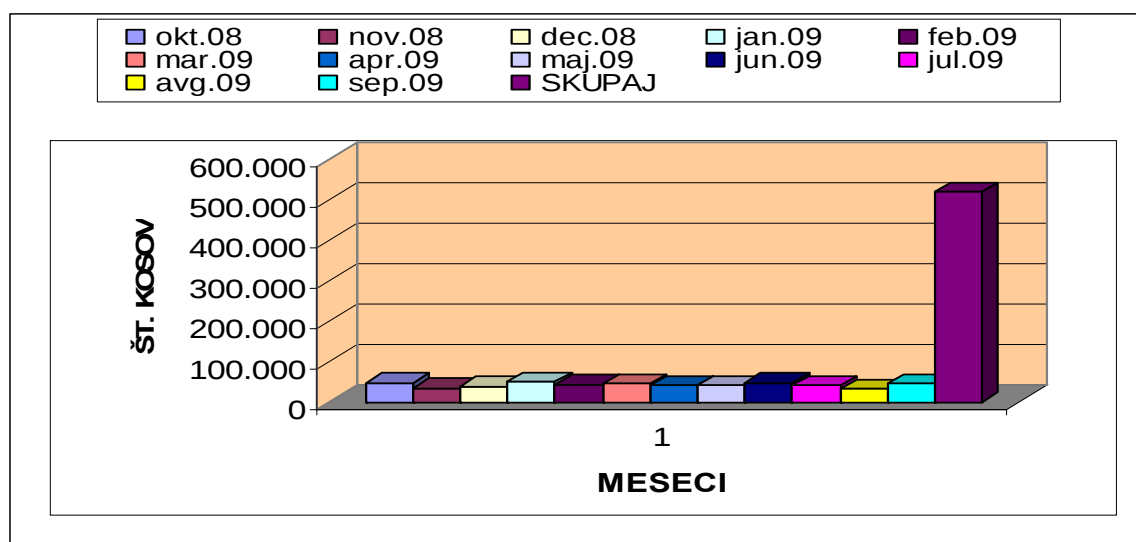
SLIKA 2: Hlačna plenica za inkontinenco

Vir: <http://www.helpy.si/program/inkontinenca/program-izdelkov.aspx> -dne 15.11.2009

MESEC/LETO	KOLIČINA V KOSIH	MESEC/LETO	KOLIČINA V KOSIH
oktober 2008	48.603	april 2009	42.130
november 2008	36.326	maj 2009	42.390
december 2008	39.273	junij 2009	47.700
januar 2009	51.300	julij 2009	41.130
februar 2009	43.470	avgust 2009	34.020
marec 2009	46.980	september 2009	45.933
SKUPAJ (oktober 2008 – september 2009):			519.255

TABELA 2: Prodaja plenit in podlog za inkontinenco v obdobju oktober 2008-september 2009

Vir: Podjetje X, oktober 2009



GRAF 1: Prodaja plenit in podlog za inkontinenco v obdobju oktober 2008-september 2009

Vir: Podjetje X, oktober 2009

Prodaja plenit in podlog za inkontinenco je v obdobju oktober 2008-september 2009 zelo nihala. Največja je bila v mesecu januarju 2009 – 51.300 kosov, najnižja pa v mesecu avgustu 2009 – 34.020 kosov. V novembru in decembru 2008 je glede na oktober 2008 nekoliko upadla. V januarju 2009 je prodaja skokovito narasla na 51.300 kosov. Tudi v

marcu 2009 je bila visoka – 46.980 prodanih kosov, v aprilu in maju 2009 pa se je količina ustalila.

Zaznaven je ponoven porast v mesecu juniju in nadalje upad v obeh poletnih mesecih do najnižje prodaje v mesecu avgustu 2009 (le 34.020 kosov, kar je 33,7 odstotnih točk manj kot v mesecu januarju 2009, ko je bilo prodanih 51.300 kosov). V septembru 2009 pa je prodaja zopet zaznavno narasla. Prodaja je bila večja v hladnejšem delu leta kot poleti.

4.1.2 Analiza prodaje merilnikov sladkorja in diagnostičnih trakov za merjenje sladkorja v krvi

Diabetes je bolezensko stanje, ki nastane, ko celice trebušne slinavke ne proizvajajo dovolj inzulina. Tako glukoza, ki jo dobimo iz hrane, težje prehaja v celice, ki zato ne morejo več normalno delovati. Inzulin je hormon, ki ga izločajo celice v trebušni slinavki.

Pravico do izdaje merilnikov sladkorja v krvi in diagnostičnih trakov za določanje sladkorja v krvi na naročilnico za medicinsko-tehnični pripomoček imajo tisti bolniki, ki se zdravijo z inzulinom.

Tisti, ki se zdravijo s tabletami, si morajo merilnike in diagnostične trakove kupiti sami.

V podjetju x strankam ponujajo: aparate za določanje sladkorja v krvi, prožilne naprave, igle za mehanski injektor in diagnostične trakove za določanje glukoze v krvi.

Naročilnico za aparate za določanje glukoze v krvi in za prožilne naprave lahko napiše le zdravnik-specialist. Naročilnico za igle in diagnostične trakove pa tudi osebni zdravnik.



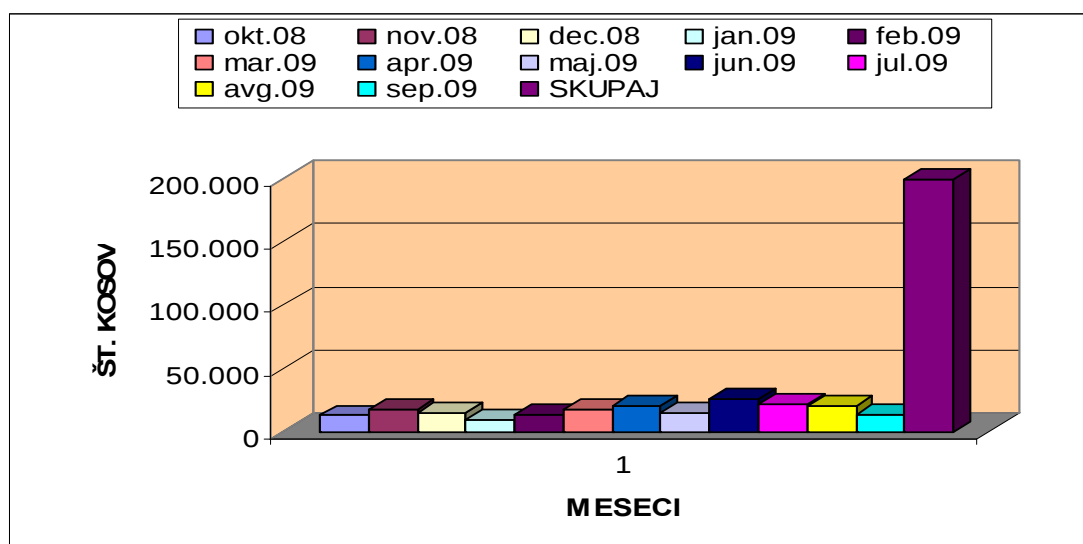
SLIKA 3: Aparat za merjenje sladkorja v krvi s prožilno napravo

Vir: <http://www.zbornica-zveza.si/dokumenti/utrip/Utrip-03-09.pdf> -dne 15.11.2009

MESEC/LETO	KOLIČINA V KOSIH	MESEC/LETO	KOLIČINA V KOSIH
oktober 2008	12.559	april 2009	20.633
november 2008	17.860	maj 2009	15.167
december 2008	14.096	junij 2009	25.245
januar 2009	8.659	julij 2009	21.648
februar 2009	12.809	avgust 2009	20.687
marec 2009	16.951	september 2009	12.895
SKUPAJ (oktober 2008 – september 2009):			199.209

TABELA 3: Prodaja merilnikov sladkorja in diagnostičnih trakov za merjenje sladkorja v krvi v obdobju oktober 2008-september 2009

Vir: Podjetje X, oktober 2009



GRAF 2: Prodaja merilnikov sladkorja in diagnostičnih trakov za merjenje sladkorja v krvi v obdobju oktober 2008-september 2009

Vir: Podjetje X, oktober 2009

Prodaja merilnikov sladkorja in diagnostičnih trakov za merjenje sladkorja v krvi v obdobju oktober 2008-september 2009 je bila največja v poletnih mesecih 2009. V mesecu juniju 2009 – 25.245 prodanih kosov. Najmanjša je bila v mesecu januarju 2009 – 8.659 prodanih kosov.

Od februarja 2009 do aprila 2009 je prodaja naraščala. V aprilu 2009 je bilo prodanih 20.633 kosov. V maju je padla za dobrih 5000 kosov, medtem ko je junija dosegla najvišjo raven s 25.245 prodanimi kosi.

Te rezultate v podjetju pripisujejo tudi junijski prodajni akciji ***Spoznajmo diabetes***, ki je potekala v sodelovanju z lokalnimi društvi diabetikov in pod pokroviteljstvom nekaterih dobaviteljev medicinskih pripomočkov za določanje glukoze v krvi.

Nadalje je v poletnih mesecih viden upad prodaje. Septembra je bilo prodanih 12.895 kosov, kar predstavlja 48,9 odstotnih točk manjšo prodajo kot v juniju 2009, ko je bilo prodano 25.245 kosov.

4.1.3 Analiza prodaje pripomočkov pri težavah z odvajanjem seča

Bolnikom s težavami pri odvajanju seča v podjetju x ponujajo: urinal kondome, urinske zbiralne vrečke, urinske katetre in zbiralnike za seč. S takimi, posebej prilagojenimi izdelki se lahko bolnikom zagotovi ustrezna kvaliteta življenja.

Pripomočke za lajšanje težav z odvajanjem seča dobijo bolniki na naročilnico za medicinsko-tehnični pripomoček od osebnega zdravnika.



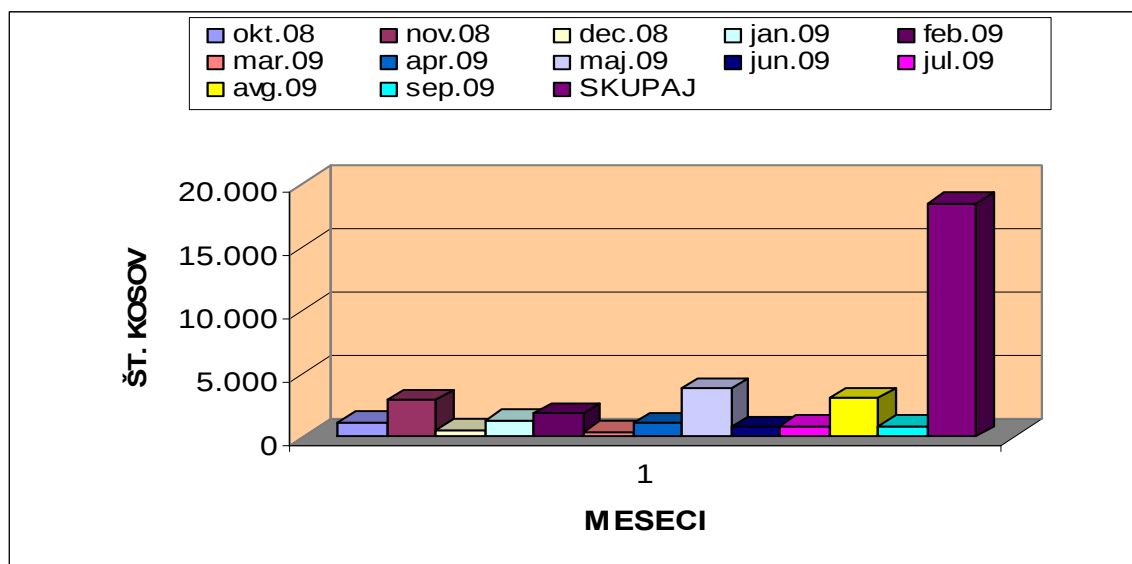
SLIKA 4: Urinske zbiralne vrečke

Vir: [http://www.coloplast.si/ECompany/SIMed/Homepage.nsf/\(VIEWDOCSBYID\)/C18FC251AA44EF10C12573CE004E2982?OpenDocument](http://www.coloplast.si/ECompany/SIMed/Homepage.nsf/(VIEWDOCSBYID)/C18FC251AA44EF10C12573CE004E2982?OpenDocument) – dne 15.11.2009

MESEC/LETO	KOLIČINA V KOSIH	MESEC/LETO	KOLIČINA V KOSIH
oktober 2008	1.180	april 2009	1.063
november 2008	2.875	maj 2009	3.800
december 2008	576	junij 2009	740
januar 2009	1.325	julij 2009	845
februar 2009	1.859	avgust 2009	3.065
marec 2009	364	september 2009	835
SKUPAJ (oktober 2008 – september 2009):			18.527

TABELA 4: Prodaja pripomočkov pri težavah z odvajanjem seča v obdobju oktober 2008-september 2009

Vir: Podjetje X, oktober 2009



GRAF 3: Prodaja pripomočkov pri težavah z odvajanjem seča v obdobju oktober 2008-september 2009

Vir: Podjetje X, oktober 2009

Iz grafa je razvidno, da je prodaja pripomočkov pri težavah z odvajanjem seča v obdobju oktober 2008-september 2009 iz meseca v mesec izrazito nihala. Največja je bila v mesecu maju 2009 – 3.800 kosov, najmanjša pa v marcu 2009 – 364 kosov. V mesecu z najboljšo prodajo (maja 2009) so prodali 3.800 kosov, kar pomeni za 90,4 odstotnih točk več

izdelkov za lajšanje težav z odvajanjem seča kot v mesecu marcu 2009, ko je bila prodaja najmanjša - le 364 kosov.

Po mesecu z izrazito visoko prodajo konstantno sledita dva meseca z izrazito nizko prodajo. Iz tega bi lahko sklepali, da količine, prejete na naročilnico, zadoščajo približno za tri mesece, potem pa se bolniki vrnejo po nove količine. Večinoma so to stalne stranke, ki se po medicinsko-tehnični pripomoček vračajo v prodajalno, kjer zaupajo osebjem in so zadovoljni s strokovnostjo in svetovanjem zaposlenih.

4.1.4 Analiza prodaje pripomočkov za stomo

Od pripomočkov pri umetni izpeljavi črevesja in urostomi podjetje x v svojih specializiranih prodajalnah ponuja: vrečke in kožne podloge za stomo, paste in prah za nego stome.

Beseda stoma izvira iz grškega jezika in pomeni »usta – odprtina«. Je kirurško izoblikovana odprtina na trebušni steni, skozi katero črevo izloča svoje izločke.

Poznamo več vrst stom:

- a) kolostoma (debelo črevo izpeljano na trebušno steno),
- b) ileostoma (tanko črevo izpeljano na trebušno steno),
- c) urostoma (kirurško narejena odprtina na trebušni steni, skozi katero je potegnjena del tankega črevesa, v katerega sta pripeljana oba sečevoda).

Stoma naj bi imela svetlečo, zdravo rdečo barvo in je podobna ustni sluznici. V njej ni nobenih živčnih končičev in je tako skorajda neobčutljiva.

Pogostost menjavanja pripomočkov za stomo je odvisna od posameznega bolnika in od pripomočka. Bolniki uporabljajo enodelni ali dvodelni sistem. Vrečko morajo zamenjati, ko vsebina doseže polovico vrečke, ob neugodnem počutju ali po potrebi.

Prepogosto ali nepotrebno menjavanje ni priporočljivo, saj se s tem dodatno draži koža.

Kožna podloga sme biti na koži prilepljena največ sedem dni pri kolostomi, pri ileo- in urostomi pa največ tri dni zaradi večje agresivnosti izločka.

Pripomočke za nego stome dobijo bolniki na naročilnico za medicinsko-tehnični pripomoček od osebnega zdravnika.



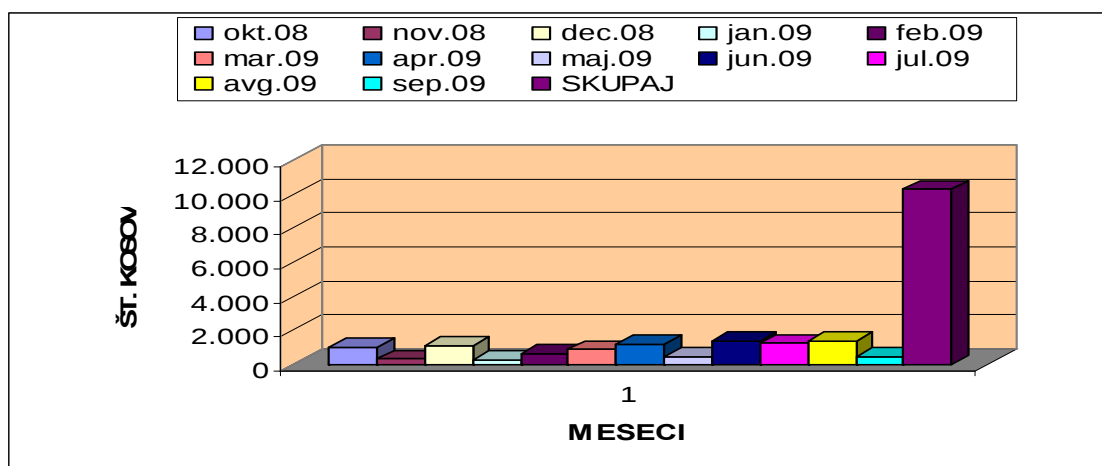
SLIKA 5: Kožna podloga za nego stome

Vir: <http://www.vsm.si/files/esteemenergy.pdf> - dne 15.11.2009

MESEC/LETO	KOLIČINA V KOSIH	MESEC/LETO	KOLIČINA V KOSIH
oktober 2008	1.025	april 2009	1.169
november 2008	306	maj 2009	450
december 2008	1.121	junij 2009	1.352
januar 2009	243	julij 2009	1.237
februar 2009	666	avgust 2009	1.376
marec 2009	872	september 2009	478
SKUPAJ (oktober 2008 – september 2009):			10.295

TABELA 5: Prodaja pripomočkov za stomo v obdobju oktober 2008-september 2009

Vir: Podjetje X, oktober 2009



GRAF 4: Prodaja pripomočkov za stomo v obdobju oktober 2008-september 2009

Vir: Podjetje X, oktober 2009

Prodaja pripomočkov za stomo je v prvih štirih mesecih obravnavanega obdobja zelo nihala. Od februarja 2009 do aprila 2009 se je prodaja nenehno povečevala na 1.169 kosov v mesecu aprilu. V mesecu maju je prodaja močno upadla na 450 prodanih kosov.

V poletnih mesecih od junija 2009 do avgusta 2009 je bila prodaja ponovno na visoki ravni, avgusta 2009 je dosegla najvišjo vrednost s 1.376 prodanimi kosi pripomočkov za nego stome. Ta količina predstavlja 13,4 % celotne prodaje v obravnavanem obdobju, ko je bilo prodanih 10.295 kosov.

Iz grafa in tabele je razvidno, da je bila prodaja pripomočkov za nego stome višja v poletnih mesecih. To se pripisuje naravi pripomočkov. Bolniki v času, ko je bolj vroče, te pripomočke pogosteje menjavajo kot takrat, ko je hladneje.

4.1.5 Analiza prodaje kanil in ostalih materialov za traheostomo

TRAHEOTOMIJA je kirurški poseg, pri katerem prerežejo kožo na vratu in strukture pod njo. Naredijo okence (traheostomo) v sapnik, tako da zraku odprejo prosto pot za vstop v spodnja dihalna.

KANILA je umetna dihalna cevka, vstavljena v traheostomo – v okence v sapniku. Poseg je potreben pri zapori zgornjih dihalnih poti zaradi tumorjev, oteklin po operacijah ali zaradi alergij, vnetij, poškodb dihal, prirojenih nepravilnosti, obojestranskih ohromitev glasilk.

Opravijo ga tudi pri dolgotrajni potrebi za umetno dihanje (z aparatom) in pri slabem ali odsotnem refleksu kašlja pri operiranih, poškodovanih in nevroloških bolnikih. Tako omogočijo čiščenje spodnjih dihalnih poti in preprečijo zatekanje slin ali hrane v sapnik. Kanilo bolniku s traheostomo navadno menja zdravnik ali usposobljena medicinska sestra. Notranji del kanile lahko izvleče, očisti in po potrebi zamenja tudi bolnik sam.

V podjetju x ponujajo strankam: endotrahealne kanile, katetre za dovajanje kisika, aspiracijske katetre in govorne valvule.

Naročilnice za kanile in ostale pripomočke za traheostomo bolnikom napiše osebni zdravnik.



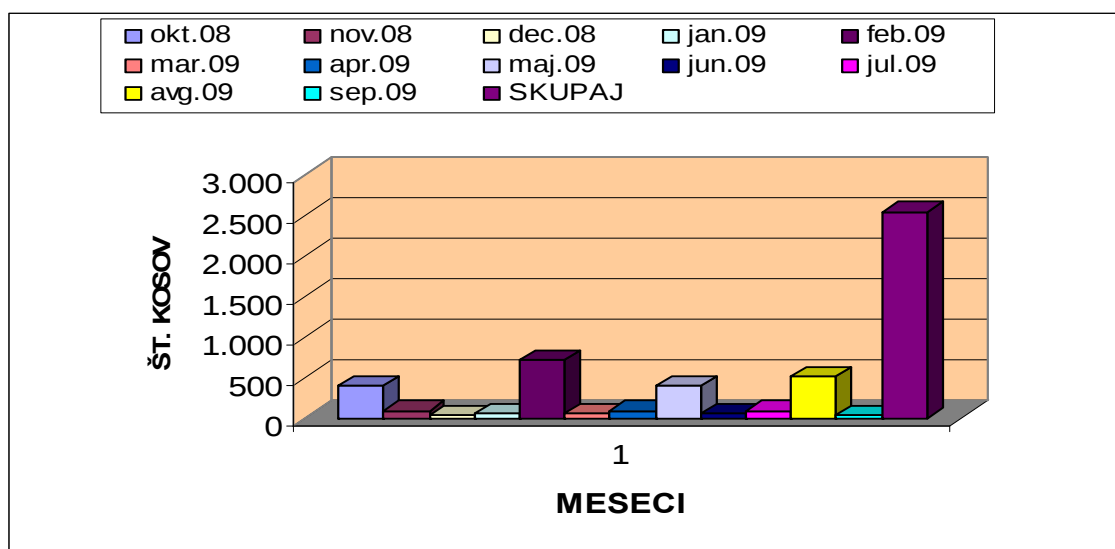
SLIKA 6: Kanila za traheostomo

Vir: <http://images.google.si/images?hl=sl&source=hp&q=TRAHEOSTOMA+IN+KANILE&btnG=Iskanje+slik&gbv=2&aq=f&oq=> - dne 21.11.2009

MESEC/LETO	KOLIČINA V KOSIH	MESEC/LETO	KOLIČINA V KOSIH
oktober 2008	396	april 2009	91
november 2008	90	maj 2009	402
december 2008	42	junij 2009	60
januar 2009	60	julij 2009	92
februar 2009	719	avgust 2009	503
marec 2009	52	september 2009	40
SKUPAJ (oktober 2008 – september 2009):			2.547

TABELA 6: Prodaja kanil in ostalih materialov za traheostomo v obdobju oktober 2008-september 2009

Vir: Podjetje X, oktober 2009



GRAF 5: Prodaja kanil in ostalih materialov za traheostomo v obdobju oktober 2008-september 2009

Vir: Podjetje X, oktober 2009

Prodaja kanil in ostalih materialov za traheostomo je imela v obravnavanem obdobju štiri mesece z izrazito visoko prodajo. V ostalih osmih mesecih je bila nizka, s prodajo po le nekaj deset pripomočkov.

Največja prodaja je bila v mesecu februarju 2009 – 719 kosov, kar predstavlja kar 28,2 % celotne prodaje v obdobju oktober 2008-september 2009, ki je znašala 2.547 kosov.

Najnižja prodaja je bila v mesecu septembru 2009, le 40 kosov, kar je za 94,4 odstotnih točk manj kot v februarju 2009, ko je bilo prodanih 719 kosov.

Pri kanilah in ostalih pripomočkih za traheostomo ne moremo govoriti o povečanju in zmanjšanju prodaje glede na sezono. Gotovo pa je tako veliko prodanih proizvodov v mesecu februarju 2009 posledica večjega števila bolnikov, ki so imeli traheotomski poseg.

4.1.6 Analiza prodaje ortoz

Ortopedske orteze so narejene za preprečevanje poškodb in kot pomoč pri zdravljenju. V nobenem primeru pa ne zdravijo poškodb in ne zamenjujejo redne medicinske oskrbe. Ortoze ne prevzemajo funkcije mišic in sklepov, temveč jih podpirajo in pomagajo pri aktivnostih.

Poznamo preventivne in terapevtske ortoze za sklepe (gleženj, koleno, komolec, zapestje, ramena, hrbtenico, vrat). Zavedati se moramo, da bo ortoza služila svojemu namenu le, če bomo izbrali težavam primerno ortozo.

Različne poškodbe in obolenja sklepov pogosto narekujejo uporabo ortoz. Glede na namen uporabe ortoze v delimo na:

- ♦ ortoze za dodatno oporo in zaščito sklepov (opornice), ki ščitijo še zdrave sklepe pred poškodbo. Obolelim ali poškodovanim sklepom omogočajo hitrejše zdravljenje in preprečujejo nastanek novih poškodb;
- ♦ imobilizacijske ortoze za sklepe, ki potrebujejo mirovanje;
- ♦ ortoze za nadzor gibanja sklepov (specialne ortoze, ki omogočajo nastavitev obsega giba obolelega ali poškodovanega sklepa);
- ♦ ortoze za pokrivanje (kompresijske, grelnе ortoze).

V podjetju x ponujajo strankam ortoze za: vrat, hrbtenico, ramena, komolce, zapestja, kolke, kolena, pogačico, gležnje in stopala.

Naročilnico za medicinsko-tehnični pripomoček ortoza bolnikom napiše zdravnik specialist.



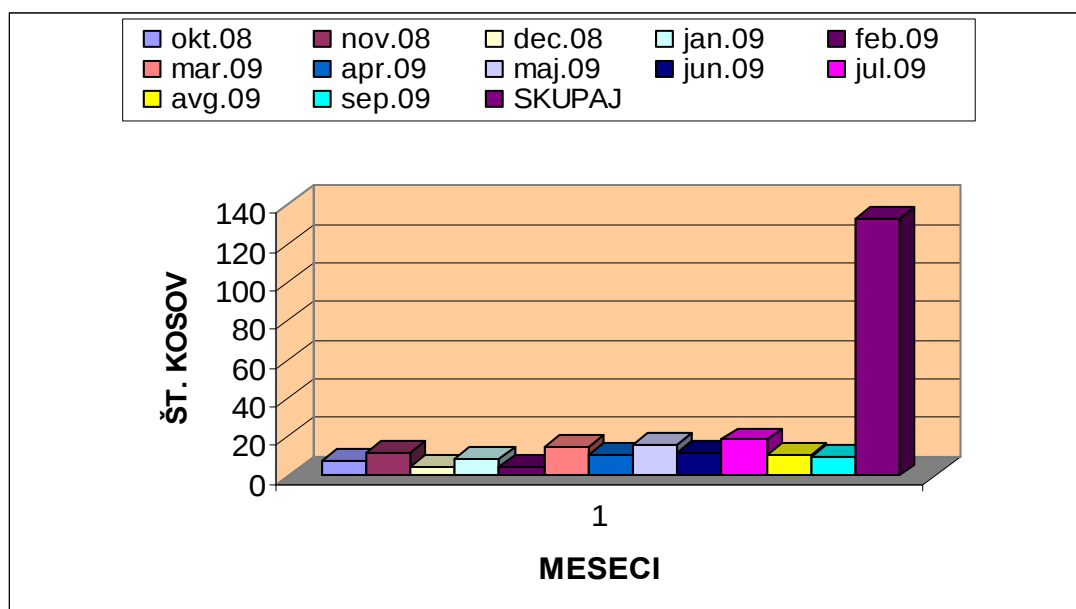
SLIKA 7: Ortoza za komolec **SLIKA 8:** Ortoza za zapestje **SLIKA 9:** Ortoza za koleno

Vir: http://www.vpd.si/docs/Ortoze_in_ortopedske_opornice/LP_KATALOG_2.pdf - dne 21.11.2009

MESEC/LETO	KOLIČINA V KOSIH	MESEC/LETO	KOLIČINA V KOSIH
oktober 2008	8	april 2009	11
november 2008	12	maj 2009	16
december 2008	5	junij 2009	12
januar 2009	9	julij 2009	19
februar 2009	5	avgust 2009	11
marec 2009	15	september 2009	10
SKUPAJ (oktober 2008 – september 2009):			133

TABELA 7: Prodaja ortoz v obdobju oktober 2008-september 2009

Vir: Podjetje X, oktober 2009



GRAF 6: Prodaja ortoz v obdobju oktober 2008-september 2009

Vir: Podjetje X, oktober 2009

Prodaja ortoz se giblje od najmanj 5 kosov v mesecu februarju, do največ 19 kosov v mesecu juliju 2009. Viden je majhen porast prodaje v spomladanskih in poletnih mesecih. Razlog je najverjetneje v tem, da se ljudje spomladi in poleti več športno udeležujejo in tako je raven različnih poškodb sklepov večja.

Konec poletja in v začetku jeseni – avgusta in septembra 2009 - je prodaja začela upadati. Največja prodaja ortoz je bila zabeležena v mesecu juliju 2009 – 19 kosov, to predstavlja 14,3 % celotne prodaje v obdobju oktober 2008-september 2009, ki je znašala 133 kosov.

4.1.7 Analiza prodaje prsnih protez in ortopedskih nadržkov

Prsne proteze, ki so na tržišču, so trikotne oblike in anatomsko oblikovane in se dobro prilegajo telesu. Lahko so delne (po delni operaciji dojke) ali pa normalne (po odstranitvi celotne dojke).

Izguba dojke vedno povzroči neenakomerno obtežitev telesa, zato je pomembno, da se ravnotežje povrne z izbiro prave prsne proteze. Te so danes narejene iz silikona in njihova teža je enaka teži lastne dojke.

Prav tako pomembna je izbira ustreznega nadržka, ki mora biti prave velikosti in oblike, da bo lahko podpiral dojke.

Podjetje ponuja strankam prsne proteze in ortopedske nadržke različnih proizvajalcev.

Naročilnico za prsne proteze in ortopedske nadržke bolnicam napiše zdravnik specialist.



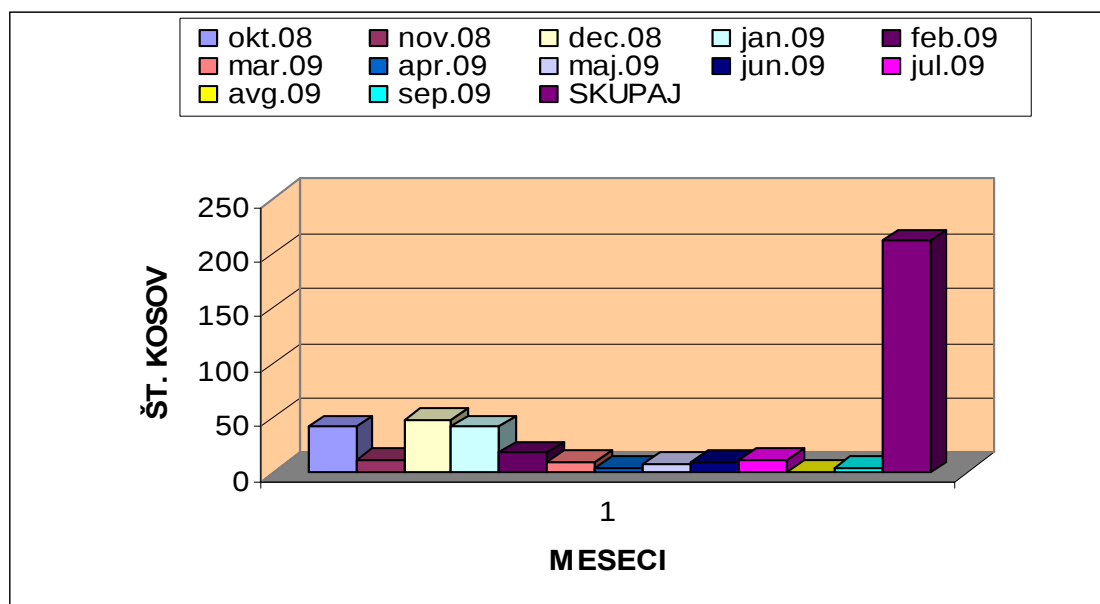
SLIKA 10: Prsne proteze

Vir: <http://www.vsm.si/files/prsneproteze.pdf> - dne 21.11.2009

MESEC/LETO	KOLIČINA V KOSIH	MESEC/LETO	KOLIČINA V KOSIH
oktober 2008	42	april 2009	4
november 2008	12	maj 2009	8
december 2008	48	junij 2009	10
januar 2009	42	julij 2009	12
februar 2009	18	avgust 2009	1
marec 2009	10	september 2009	5
SKUPAJ (oktober 2008 – september 2009):			212

TABELA 8: Prodaja prsnih protez in ortopedskih nadržkov v obdobju oktober 2008-september 2009

Vir: Podjetje X, oktober 2009



GRAF 7: Prodaja prsnih protez in ortopedskih nadržkov v obdobju oktober 2008-september 2009

Vir: Podjetje X, oktober 2009

Prodaja prsnih protez in ortopedskih nadržkov je bila v začetku obravnavanega obdobja precej višja kot proti koncu. Največ omenjenih proizvodov je bilo prodanih v mesecu decembru 2008 – 48 kosov, kar predstavlja 22,6 % celotne prodane količine v obdobju oktober 2008-september 2009 (212 kosov). Najmanj pa so jih prodali v mesecu avgustu 2009 – samo 1 kos.

Tako različno količino prodaje po mesecih najbrž lahko pripišemo manjšemu povpraševanju, saj so prsne proteze in ortopedski nadržki zelo specifični medicinsko-tehnični pripomočki, ki se predpisujejo na naročilnice. Če je stranka z določeno prsno protezo zadovoljna in ta nima nobenih poškodb, ni potrebe, da bi potrebovala novo.

4.1.8 Analiza prodaje pripomočkov za hojo, stojo in sedenje

Izmed pripomočkov za hojo, stojo in sedenje podjetje x ponuja: hodulje, bergle in sprehajalne palice. Z oporo ljudem razbremenijo spodnji ud na nasprotni strani.

Vsi pripomočki združujejo varnost in udobje. Imajo oblazinjene ročaje, kar omogoča enakomerno porazdelitev podpore, in so nastavljivi po višini. So iz različnih materialov in imajo nastavke proti drsenju.

Naročilnico za te vrste medicinsko-tehničnih pripomočkov napiše osebni zdravnik.



SLIKA 11: Hodulja



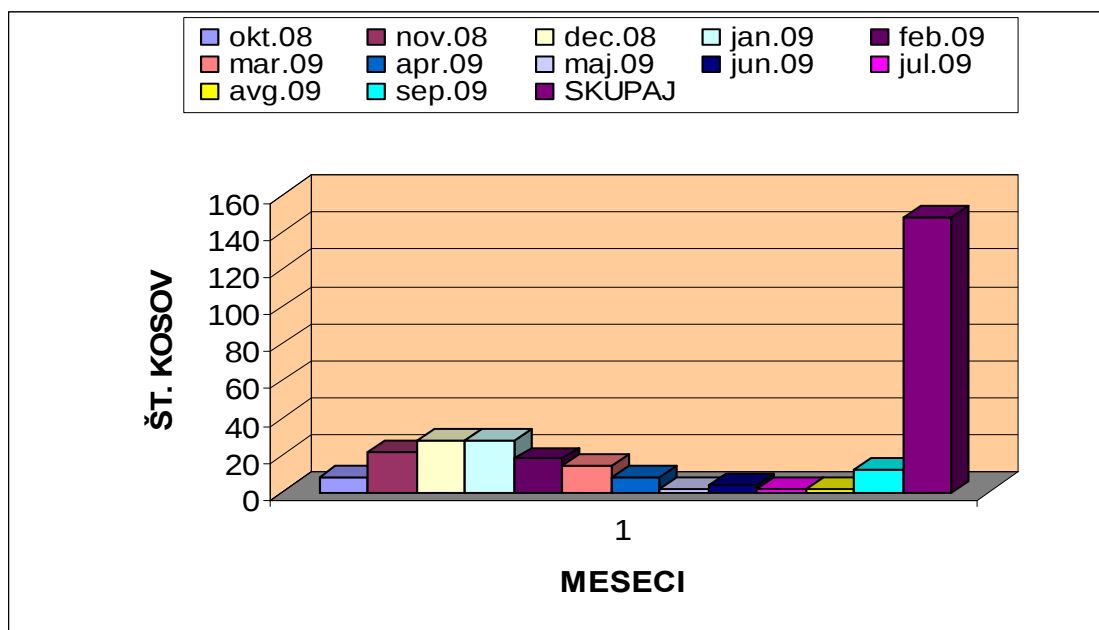
SLIKA 12: Bergla

Vir: http://www.medprotect.si/pdf/Slovenski_katalog_ponovno_odkrita_samostojnost.pdf-
dne 22.11.2009

MESEC/LETO	KOLIČINA V KOSIH	MESEC/LETO	KOLIČINA V KOSIH
oktober 2008	8	april 2009	8
november 2008	22	maj 2009	2
december 2008	28	junij 2009	4
januar 2009	28	julij 2009	2
februar 2009	18	avgust 2009	2
marec 2009	14	september 2009	12
SKUPAJ (oktober 2008 – september 2009):			148

TABELA 9: Prodaja pripomočkov za hojo, stojo in sedenje v obdobju oktober 2008-september 2009

Vir: Podjetje X, oktober 2009



GRAF 8: Prodaja pripomočkov za hojo, stojo in sedenje v obdobju oktober 2008-september 2009

Vir: Podjetje X, oktober 2009

Prodaja pripomočkov za hojo, stojo in sedenje je visoka v jesenskih in zimskih mesecih, nizka pa v spomladanskih in poletnih mesecih. Največ teh vrst pripomočkov je bilo prodanih v mesecih decembru 2008 in januarju 2009 – po 28 kosov. V obeh mesecih

skupaj je bilo prodanih 56 kosov kar predstavlja 37,8 % celotne prodane količine v obravnavanem obdobju, ko je bilo prodanih skupaj 148 kosov.

V zimskih mesecih prihajajo po bergle in sprehajalne palice za oporo tudi ljudje brez naročilnice zdravnika. Ko se začnejo hladnejši dnevi, tudi sneg in zmrzal, se veliko ljudi, predvsem starejših, počuti bolj varne pri hoji, če imajo ob sebi nekaj za oporo. Zato je prodaja v zimskih mesecih tudi na naročilnice večja.

V mesecu z najboljšo prodajo (januar 2009 – 28 kosov) so prodali za kar 92,9 odstotnih točk več teh vrst izdelkov kot v mesecu z najnižjo prodajo (julij 2009 – 2 kosa).

5 ANKETA O MOŽNOSTIH UVAJANJA NOVEGA IZDELKA V PRODAJNO PONUDBO

Poslovodstvo podjetja x želi v prodajno ponudbo uvesti izdelke novega proizvajalca. Gre za izdelke za lajšanje težav z inkontinenco. To so:

- ◆ moške in ženske plenice za srednjo, težko in zelo težko inkontinenco,
- ◆ moške in ženske hlačne predloge (vložki) za lažjo in srednjo inkontinenco,
- ◆ posteljne podloge za inkontinenco.

Ker je uvajanje novih izdelkov prav pri medicinsko-tehničnih pripomočkih zahtevno z več vidikov, so želeli dobiti povratne informacije o izdelkih novega proizvajalca od uporabnikov, ki te izdelke redno uporabljajo. Na naročilnico za medicinsko-tehnični pripomoček so začeli izdajati izdelke novega proizvajalca. Po tednu dni uporabe so uporabnike prosili, da izpolnijo anketni vprašalnik, ki bo dal poslovodstvu odgovore o kakovosti izdelkov in zadovoljstvu strank z njimi.

5.1 Anketni vprašalnik

ANKETA

Izdelek Glory ste testirali teden dni. Za potrebe analize kakovosti novega proizvoda na našem trgu Vas prosimo, da izpolnite spodnji vprašalnik.

1. Ali se plenice Glory dobro prilegajo koži?

- ◆ da, zelo so udobne in prijetne na koži
- ◆ da, približno enako kot dosedanje
- ◆ so manj komfortne kot moje

2. Prosim, ocenite vpojnost plen/podlog Glory!

- ◆ zelo dobra vpojnost
- ◆ dobra vpojnost
- ◆ zadovoljiva vpojnost
- ◆ vpojnost ni ravno dobra

3. Ali ste s pleniacami/podlogami Glory zadovoljni?

- ◆ zelo sem zadovoljen/na
- ◆ sem srednje zadovoljen/na
- ◆ sem manj zadovoljen/na

4. Bi izdelek priporočili drugim?

- ◆ da
- ◆ ne

5. Kateri izdelek s podobno namembnostjo uporabljate. Prosim, napišite ime izdelka!

6. Primerjajte testirani izdelek s tistim, ki ga Vi uporabljate!

- ◆ boljši od mojega
- ◆ ne opazim razlike med izdelkoma
- ◆ slabši od mojega

7. Spol:

- ◆ ženski
- ◆ moški

8. Starost:

- ◆ pod 25 let
- ◆ nad 25 - 50 let
- ◆ nad 50 - 70 let
- ◆ nad 70 let

Najlepša hvala za pomoč pri naši raziskavi!

Podjetje x d.o.o.

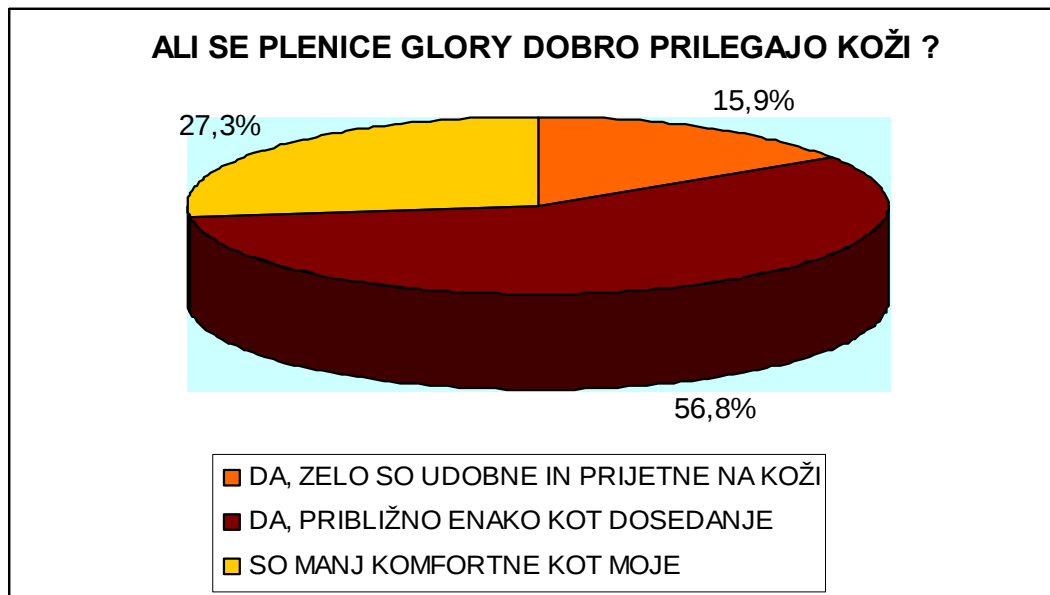
V podjetju x smo razdelili 100 anketnih vprašalnikov. Vrnjenih je bilo 88 vprašalnikov. Te sem pregledala, podatke analizirala in jih prikazala.

5.2 Analiza anketnega vprašalnika

Prvo vprašanje: Ali se plenice Glory dobro prilegajo koži?

Anketiranci so imeli na voljo 3 možne odgovore:

- a) da, zelo so udobne in prijetne na koži, b) da, približno enako kot dosedanje,
c) so manj komfortne kot moje.



GRAF 9: Analiza odgovorov na prvo anketno vprašanje

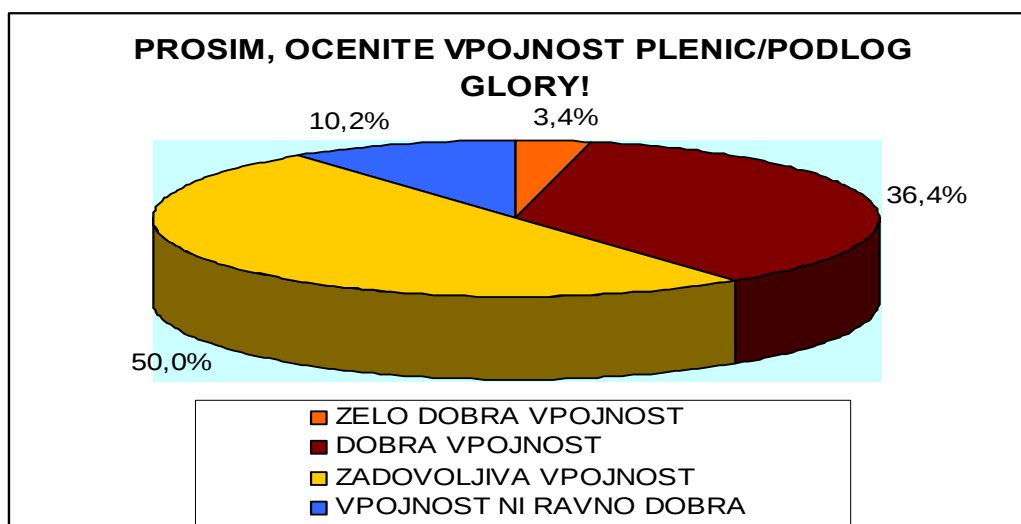
Vir: Anketa

Iz odgovorov je razvidno, da je največ uporabnikov plenice Glory ocenilo kot približno enake kot dosedanje, kar 56,8% anketirancev se je odločilo za odgovor b). Dobra četrtina 27,3% se jih je odločila za odgovor c), da so plenice Glory manj komfortne kot njihove dosedanje. 15,9% anketirancev pa je obkrožilo odgovor a), da so plenice Glory zelo udobne in prijetne na koži.

Drugo vprašanje: Prosim, ocenite vpojnost plenic/podlog Glory!

Anketirancem smo dali na izbiro 4 možne odgovore:

- a) zelo dobra vpojnost, b) dobra vpojnost,
c) zadovoljiva vpojnost, d) vpojnost ni ravno dobra.



GRAF 10: Analiza odgovorov na drugo anketno vprašanje

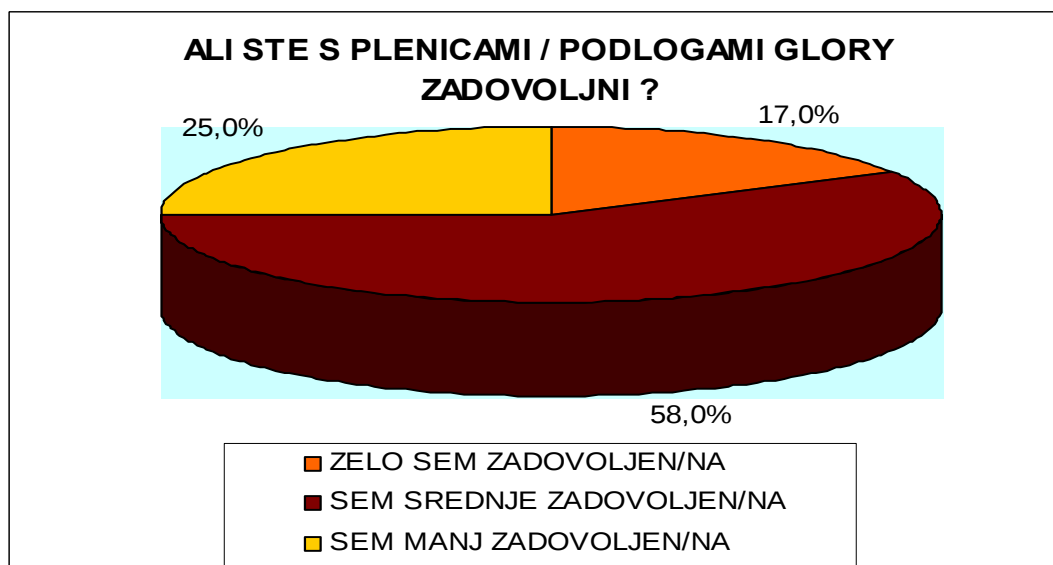
Vir: Anketa

Po mnenju 3,4% anketirancev je vpojnost zelo dobra – odgovor a); 36,4% jih meni, da je dobra – odgovor b); 50% jih je ocenilo, da je vpojnost zadovoljiva – odgovor c) in 15% anketirancev se je odločilo za odgovor d). Ti menijo, da vpojnost ni ravno dobra.

Tretje vprašanje: Ali ste s pleniciami/podlogami Glory zadovoljni?

Anketiranci so lahko izbirali med tremi možnimi odgovori:

a) zelo sem zadovoljen/na, b) sem srednje zadovoljen/na, c) sem manj zadovoljen/na.



GRAF 11: Analiza odgovorov na tretje anketno vprašanje

Vir: Anketa

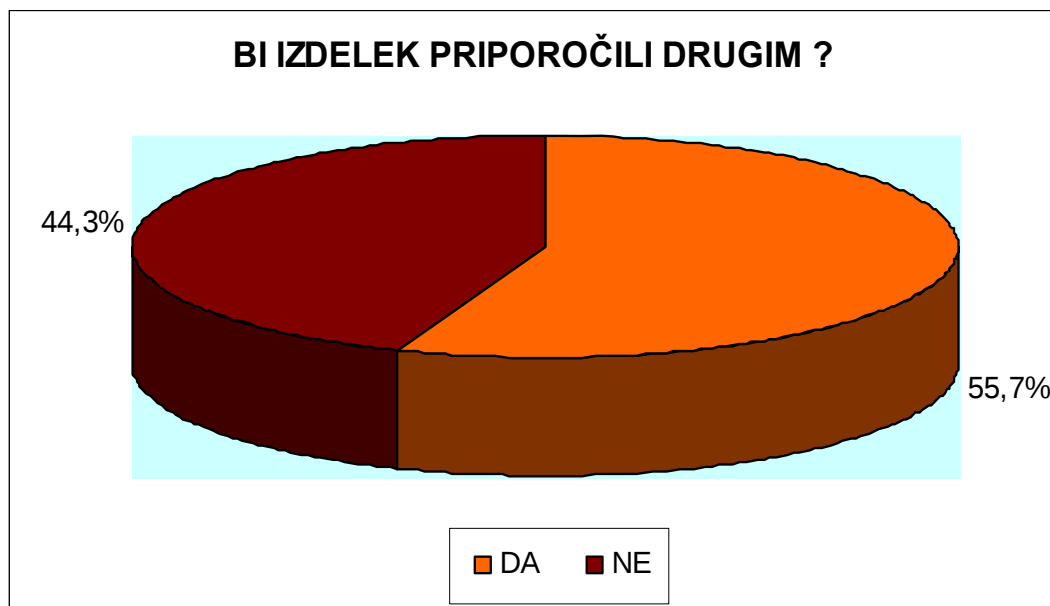
Večina (58% anketirancev) se je odločila za odgovor b), da so srednje zadovoljni. Odgovor c), da so manj zadovoljni s podlogami/plenicami Glory, je obkrožilo 25% anketiranih, 17% anketiranih se je odločilo za odgovor c) – so zelo zadovoljni s pleniciami/podlogami Glory.

Četrto vprašanje: Bi izdelek priporočili drugim?

Tukaj so imeli vprašani na voljo 2 odgovora:

a) da,

b) ne.



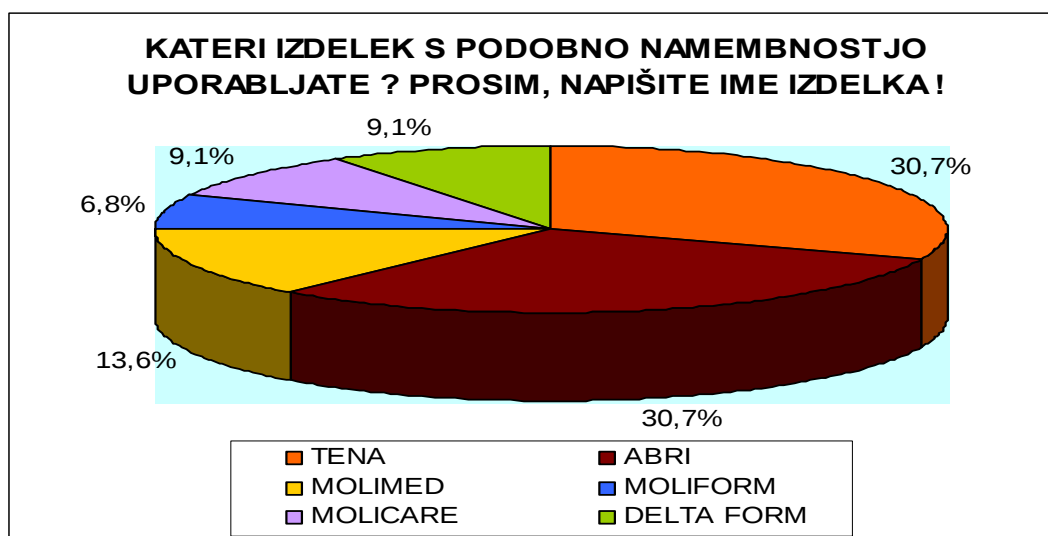
GRAF 12: Analiza odgovorov na četrto anketno vprašanje

Vir: Anketa

44,3% vprašanih je odgovorilo pritrdilno, 55,7% anketirancev pa izdelka Glory ne bi priporočilo drugim.

Peto vprašanje: Kateri izdelek s podobno namembnostjo uporabljate? Prosim, napišite ime izdelka!

Tukaj so vprašani napisali ime izdelka s podobno namembnostjo, ki ga uporabljajo: Tena, Abri, Molimed, Moliform, Molicare in Delta form.



GRAF 13: Analiza odgovorov na peto anketno vprašanje

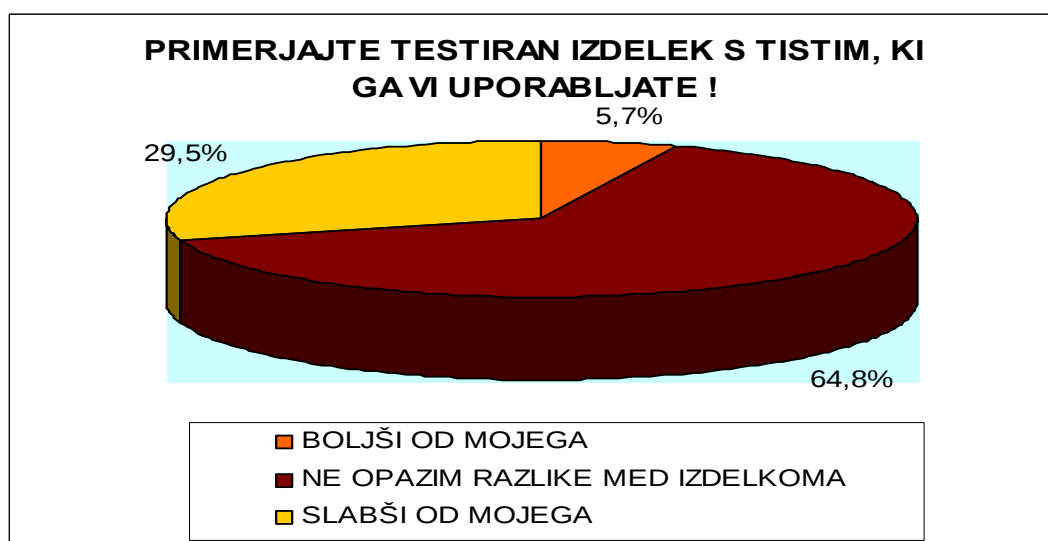
Vir: Anketa

30,7% anketiranih je napisalo, da uporabljajo izdelke Tena, prav toliko – 30,7% jih uporablja izdelke Abri, 13,6% izdelek Molimed, 6,8% jih uporablja izdelek Moliform, po 9,1% pa jih uporablja izdelka Molicare in Delta form.

Šesto vprašanje: Primerjajte testirani izdelek s tistim, ki ga Vi uporabljate!

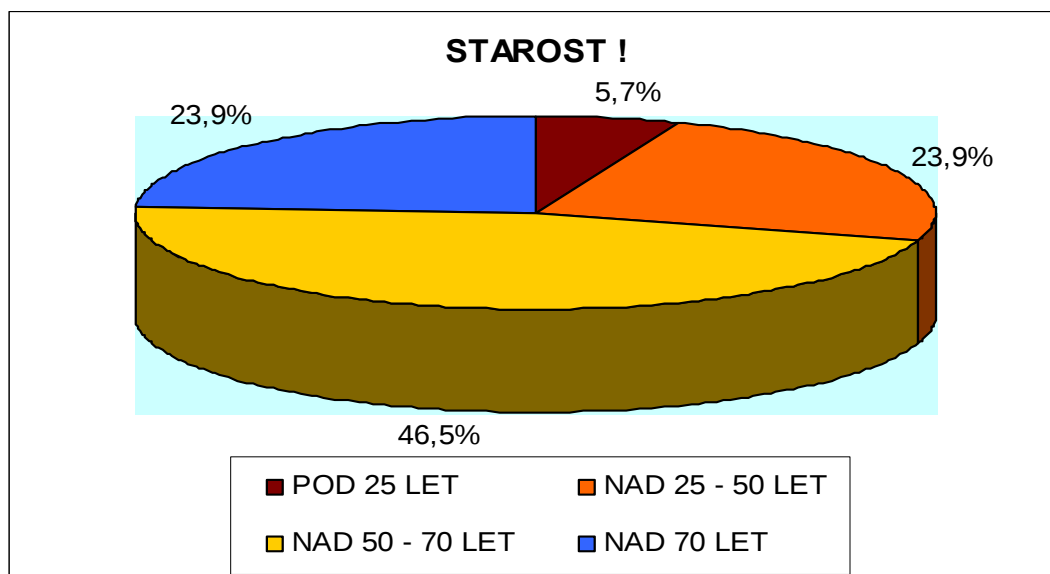
Anketiranim smo dali na voljo 3 odgovore:

a) boljši od mojega, b) ne opazim razlike med izdelkoma, c) slabši od mojega.



GRAF 14: Analiza odgovorov na šesto anketno vprašanje

Vir: Anketa



GRAF 16: Analiza odgovorov na osmo anketno vprašanje

Vir: Anketa

Na anketni vprašalnik je odgovarjalo 5,7% mlajših od 25 let, 23,9% anketirancev je bilo starih nad 25 - 50 let, 46,5% se jih je uvrstilo v skupino nad 50 - 70 let in 23,9% vprašanih je bilo starejših od 70 let.

5.3 Rezultati analize

Pri analizi rezultatov ankete sem ugotovila, da večina vprašanih meni, da so plenice novega proizvajalca prilegajo koži približno enako kot dosedanje.

Polovica vprašanih je odgovorila, da je vpojnost novih izdelkov zadovoljiva. Nekaj več kot polovica anketiranih je z izdelki novega proizvajalca srednje zadovoljna.

Pretežni del vprašanih novih izdelkov ne bi priporočilo drugim. Velika večina – več kot 60% - pa ne opazi bistvene razlike med novim izdelkom in do sedaj uporabljanim.

Rezultati so pokazali, da se izdelki novega proizvajalca v preizkusu niso tako dobro odrezali kot nekateri do sedaj prodajani. Ljudje so pri proizvodih, ki se nanašajo na njihovo zdravje, še posebej previdni in nezaupljivi do novosti.

Ko so z nekim izdelkom zadovoljni, jih je težko prepričati, naj ga zamenjajo z novim.

Predlagam, da izdelke novega proizvajalca prodajajo le tistim strankam, ki so bile z izdelki zadovoljne.

6 SKLEP

V podjetju x si zelo prizadevajo povečati prodajo medicinsko-tehničnih pripomočkov. Najboljše zagotovilo za njeno povečanje so zadovoljne stranke, ki se vedno znova vračajo. V vseh štirih krajih, kjer ima podjetje x svoje poslovalnice, je konkurenca med prodajalci medicinsko-tehničnih pripomočkov izredno velika.

Vsako podjetje, ki prodaja medicinsko-tehnične pripomočke, se mora pri svojih stalnih strankah nenehno potrjevati. To lahko uspe le s strokovnim svetovanjem in nenehnim uvajanjem novosti iz spremljevalne ponudbe. To bo pritegnilo nove kupce in zagotovilo, da se bodo stalne stranke še naprej vračale - tako po medicinsko-tehnične pripomočke na naročilnice kot tudi po druge izdelke iz prodajne ponudbe.

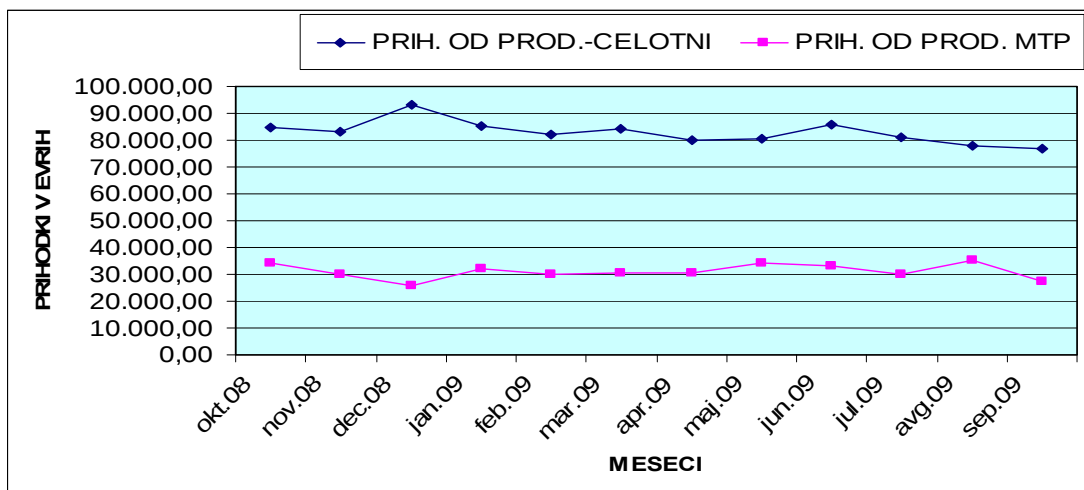
Prihodki od prodaje medicinsko-tehničnih pripomočkov v opazovanem obdobju od oktobra 2008 do septembra 2009 predstavljajo v posameznih mesecih od 27,9% do 45,1% celotnih prihodkov od prodaje podjetja x.

MESEC/LETO	CELOTNI PRIHODKI OD PRODAJE V €	PRIHODKI OD PRODAJE MEDICINSKO-TEHNIČNIH PRIPOMOČKOV (MTP) V €	DELEŽ PRIHODKOV OD PRODAJE MTP V CELOTNIH PRIHODKIH OD PRODAJE V %
Oktober 2008	84.938,41	34.329,76	40,4
November 2008	83.169,22	30.042,97	36,1
December 2008	92.907,90	25.960,69	27,9
Januar 2009	85.122,50	31.863,38	37,4
Februar 2009	82.283,65	29.860,94	36,3
Marec 2009	84.459,02	30.347,19	35,9
April 2009	80.176,83	30.410,19	37,9
Maj 2009	80.349,43	33.997,78	42,3
Junij 2009	85.929,29	33.063,75	38,5
Julij 2009	81.181,00	30.135,36	37,1
Avgust 2009	77.934,28	35.174,93	45,1
September 2009	76.654,03	27.320,99	35,6

TABELA 10: Prihodki od prodaje v obdobju oktober 2008-september 2009

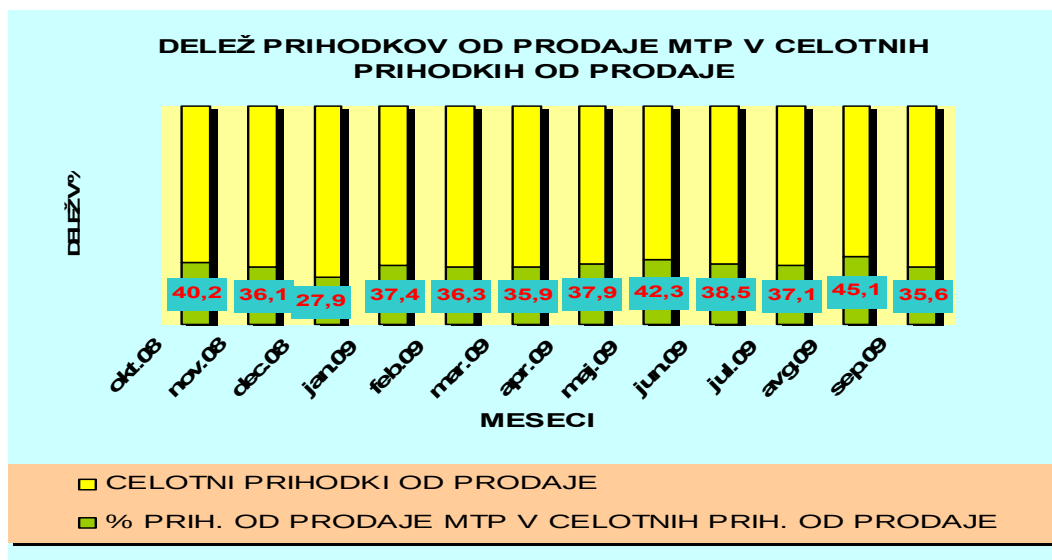
Vir: Podjetje X, oktober 2009

Čeprav je prodaja v podjetju x zaradi splošne gospodarske krize v zadnjih nekaj mesecih v upadanju, za prodajo medicinsko-tehničnih pripomočkov tega ne moremo trditi. Prihodki od prodaje medicinsko-tehničnih pripomočkov ohranjajo približno enako raven v celotnih prihodkih od prodaje tudi v zadnjih mesecih preučevanega obdobja.



GRAF 17: Primerjava celotnih prihodkov od prodaje s prihodki od prodaje medicinsko-tehničnih pripomočkov v obdobju oktober 2008-september 2009

Vir: Podjetje X, oktober 2009



GRAF 18: Delež prihodkov od prodaje medicinsko-tehničnih pripomočkov v celotnih prihodkih od prodaje v obdobju oktober 2008-september 2009

Vir: Podjetje X, oktober 2009

Pri nekaterih vrstah medicinsko-tehničnih pripomočkov je viden sezonski trend povečanja prodaje. Ugotovila sem, da je prodaja ortoz večja v spomladanskih in poletnih mesecih, ko se ljudje več gibalno udeležujejo in so možnosti za poškodbe sklepov večje. Prav tako je iz analize razvidno, da se prodaja pripomočkov za hojo, stojo in sedenje – predvsem bergel in sprehajalnih palic – poveča v zimskih mesecih. Ko se začnejo hladnejši dnevi, sneg in poledica, si veliko ljudi, predvsem starejših, kupi kakšen pripomoček za večjo varnost pri hoji.

Podrobna analiza prodaje medicinsko-tehničnih pripomočkov po skupinah pripomočkov bo poslovodstvu v pomoč pri nadaljnjih ukrepih za povečanje prodaje.

Sodelovanje z lokalnim društvom bolnikov, kot je npr. društvo diabetikov, se je pri prodaji medicinsko-tehničnih pripomočkov pokazalo za zelo uspešno. Večina članov društva medicinsko-tehnične pripomočke za lajšanje težav pri diabetesu kupuje v poslovalnicah podjetja x. Poleg tega jim nudijo tudi stalne popuste na ostale izdelke iz prodajne ponudbe. Gotovo je vredno nadaljevati v tej smeri in navezati stike še z drugimi društvi in posameznimi zdravstvenimi ustanovami in zdravniki, ki predpisujejo naročilnice za medicinsko-tehnične pripomočke.

Z analizo ankete se je potrdila predpostavka, da je uvajanje proizvodov manj znanih, novih proizvajalcev medicinsko-tehničnih pripomočkov izredno zahtevno delo.

Velika večina anketirancev je kritično, zmerno negativno ocenila izdelke novega proizvajalca.

Priporočila vodstvu:

- natančno preučiti kakovost izdelkov novega proizvajalca,
- vlagati v promocijo tistih izdelkov novega proizvajalca, ki jih bo podjetje x uvrstilo v prodajno ponudbo.

Poslovodstvo bo pri uvedbi novih izdelkov v prodajno ponudbo moralo upoštevati mnenja anketirancev. Le s pretehtano odločitvijo bodo lahko ohranili zaupanje uporabnikov medicinsko-tehničnih pripomočkov.

7 LITERATURA IN VIRI

Literatura

1. Bregar, L., Ograjenšek, I., Bavdaž, M.: *Metode raziskovalnega dela za ekonomiste*, Ekonomska fakulteta Ljubljana, Ljubljana, 2005.
2. Čuček, H.: *Analiza prodaje in izdaje medicinsko tehničnih pripomočkov od leta 2002 do leta 2006 v podjetju Diafit d.o.o.*, diplomsko delo, Višja strokovna šola Academia, Maribor, 2008.
3. Kotler, P.: *Marketing management – trženjsko upravljanje: analiza, načrtovanje, izvajanje in nadzor*, Slovenska knjiga, Ljubljana, 1998.
4. Mihaljčič, Z.: *Psihologija prodaje*, Višja strokovna šola Academia, Maribor, 2003.
5. Potočnik, V.: *Trženje v trgovini*, Gospodarski vestnik, Ljubljana, 2001.
6. Potočnik, V.: *Temelji trženja*, Gospodarski vestnik, Ljubljana, 2002.
7. Rejc A., Lahovnik M.: *Priročnik za ekonomiko podjetja*, Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, Ljubljana, 1998.
8. Reš, S.: *Analiza prodaje zamrznjenih izdelkov v podjetju x*, diplomsko delo, Višja strokovna šola Academia, Maribor, 2008.
9. Zidar, N.: *Analiza in primerjava prodaje med družinskim podjetjem Inki d.o.o. in malim trgovskim podjetjem Galeb d.d. v letu 2000*, diplomsko delo, Ekonomska fakulteta, Ljubljana, 2002.
10. Tavčar, M.: *Uspešna prodaja je ključ do uspeha*, Novi forum, Ljubljana, 1996.

Viri

1. *Dokumentacija podjetja X*, Podjetje X, Maribor, 2009.
2. *Poslovni načrt podjetja X*, Podjetje X, Maribor, 2008.

Internetni viri

1. <http://images.google.si/images?hl=sl&source=hp&q=TRAHEOSTOMA+IN+KANILE&btnG=Iskanje+slik&gbv=2&aq=f&oq=> - dne 21.11.2009.
2. <http://www3.kclj.si/admin/organigram/00016b-000201.doc> - dne 21.11.2009.

3. [http://www.coloplast.si/ECompany/SIMed/Homepage.nsf/\(VIEWDOCSBYID\)/C18FC251AA44EF10C12573CE004E2982?OpenDocument](http://www.coloplast.si/ECompany/SIMed/Homepage.nsf/(VIEWDOCSBYID)/C18FC251AA44EF10C12573CE004E2982?OpenDocument) – dne 15.11.2009.
3. <http://www.helpy.si/program/inkontinenca/program-izdelkov.aspx> - dne 15.11.2009.
4. <http://www.jazmp.si/> - dne 15.11.2009.
5. <http://www.ljudmila.org/yhd/handySlo/modules/zakonodaja/article.php?storyid=8> – dne 14.11.2009.
6. http://www.medprotect.si/pdf/Slovenski_katalog_ponovno_odkrita_samostojnost.pdf - dne 22.11.2009.
7. <http://www.sanolabor.si/prispevek.asp?IDPodPodrocja=11> – dne 21.11.2009.
8. http://www.stoma.si/pdf/Stoma.si_print.pdf - dne 21.11.2009.
9. http://www.vpd.si/docs/Ortoze_in_ortopedske_opornice/LP_KATALOG_2.pdf - dne 21.11.2009.
10. http://www.vpd.si/sl/Ortoze_in_ortopedske_opornice_1/ - dne 21.11.2009.
11. <http://www.vsm.si/files/esteemsynergy.pdf> - dne 15.11.2009.
12. <http://www.vsm.si/files/prsneproteze.pdf> - dne 22.11.2009.
13. <http://www.zbornica-zveza.si/dokumenti/utrip/Utrip-03-09.pdf> - dne 15.11.2009.
14. <http://www.zzzs.si/> - dne 21.11.2009.
15. <http://www.zzzs.si/zzzs/PAO/ZJavSif.nsf/V123A> - dne 14.11.2009.
16. http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r06/predpis_ZAKO1376.html - dne 14.11.2009.