

Příloha dizertační práce

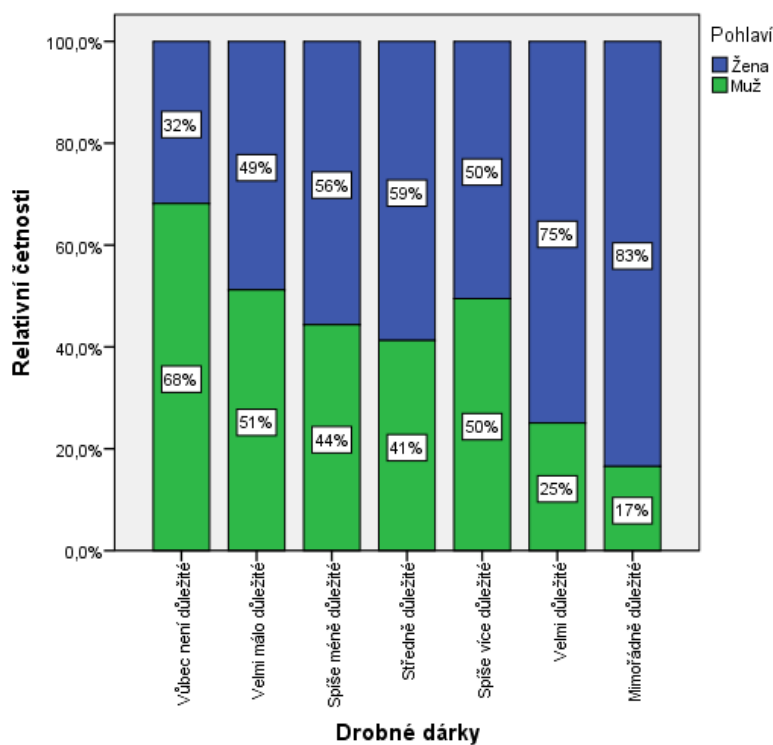
Tab. 1: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílnosti vnímání důležitosti kritérií pro výběr lékárny

Testované páry kritérií	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
Kvalitní odborné poradenství při prodeji - Ochota a vstřícnost personálu	-,438 ^b	,662
Profesionalita personálu lékárny - Ochota a vstřícnost personálu	-,420 ^c	,674
Ceny léků v lékárně - Ochota a vstřícnost personálu	-,486 ^c	,627
Profesionalita personálu lékárny - Kvalitní odborné poradenství při prodeji	-,375 ^c	,708
Ceny léků v lékárně - Kvalitní odborné poradenství při prodeji	-,381 ^c	,703
Ceny léků v lékárně - Profesionalita personálu lékárny	-,233 ^c	,816
Ceny léků v lékárně - Dostupnost lékárny	-4,128 ^b	,000
Profesionalita personálu lékárny - Dostupnost lékárny	-4,304 ^b	,000
Ceny léků v lékárně - Dostupnost lékárny	-4,998 ^b	,000
Ceny léků v lékárně - Dostupnost lékárny	-4,542 ^b	,000

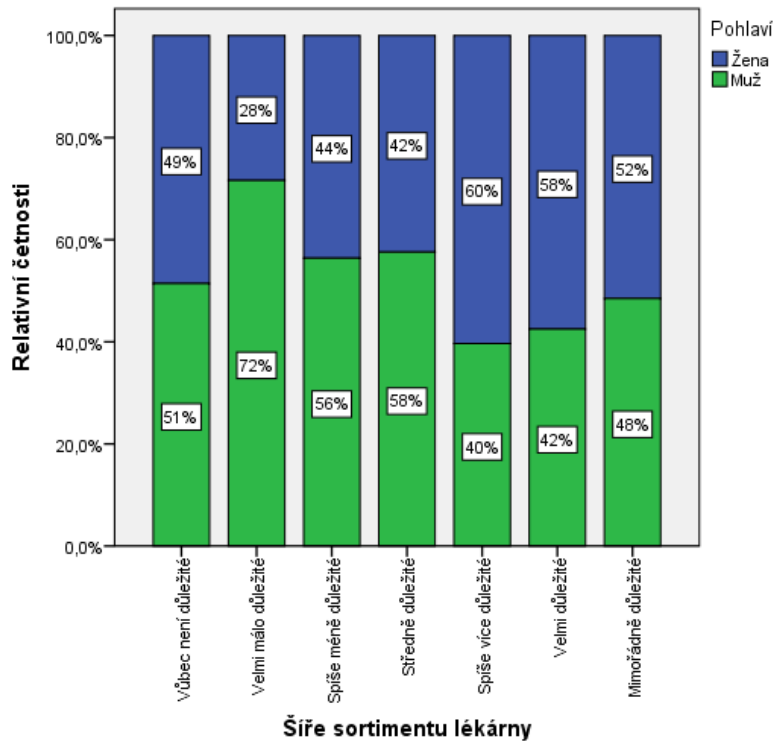
a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on negative ranks.

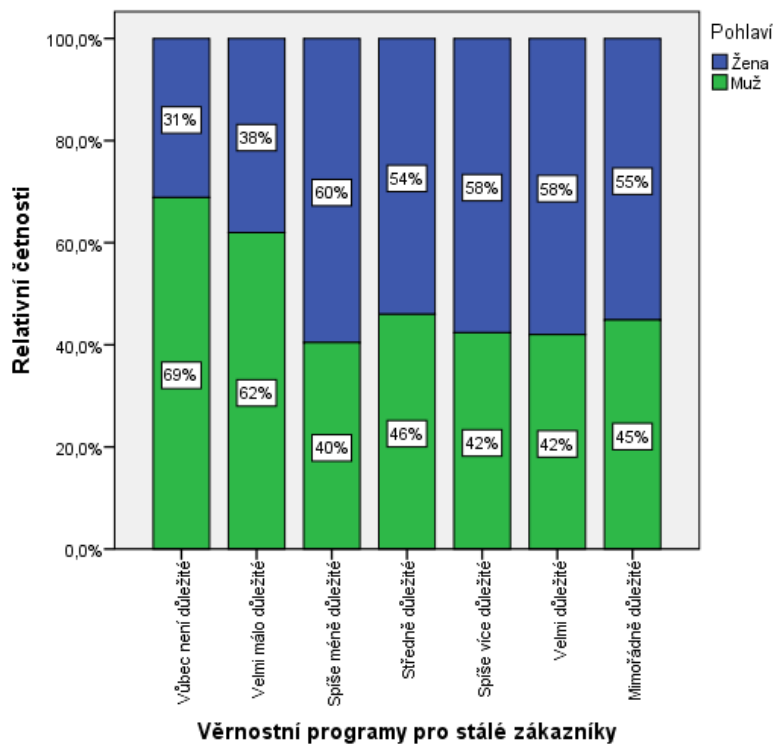
c. Based on positive ranks.



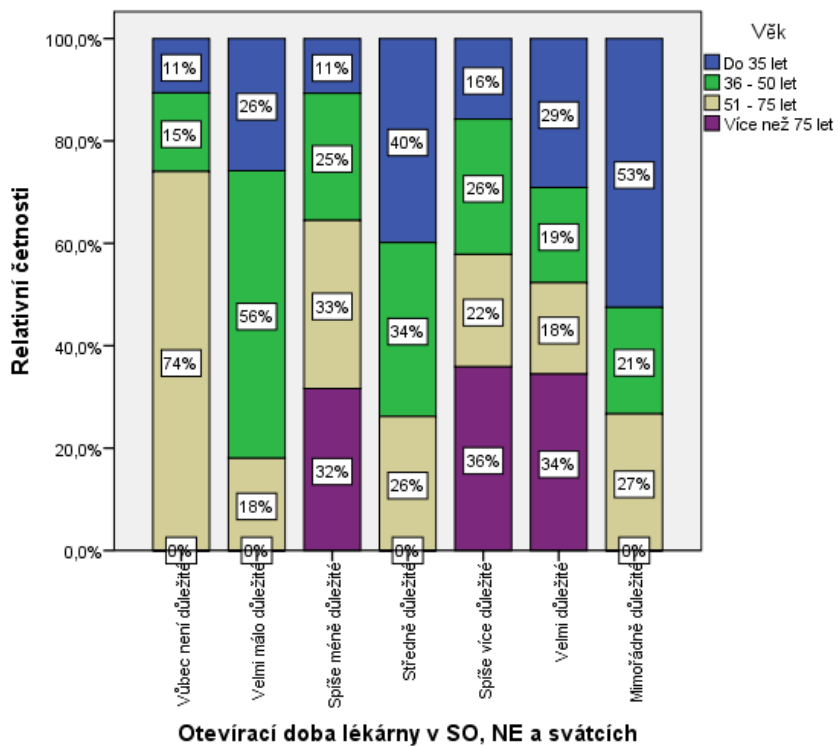
Obr. 1: Vnímání důležitosti kritéria pro výběr lékárny „Nabídka drobných dárků“ podle pohlaví



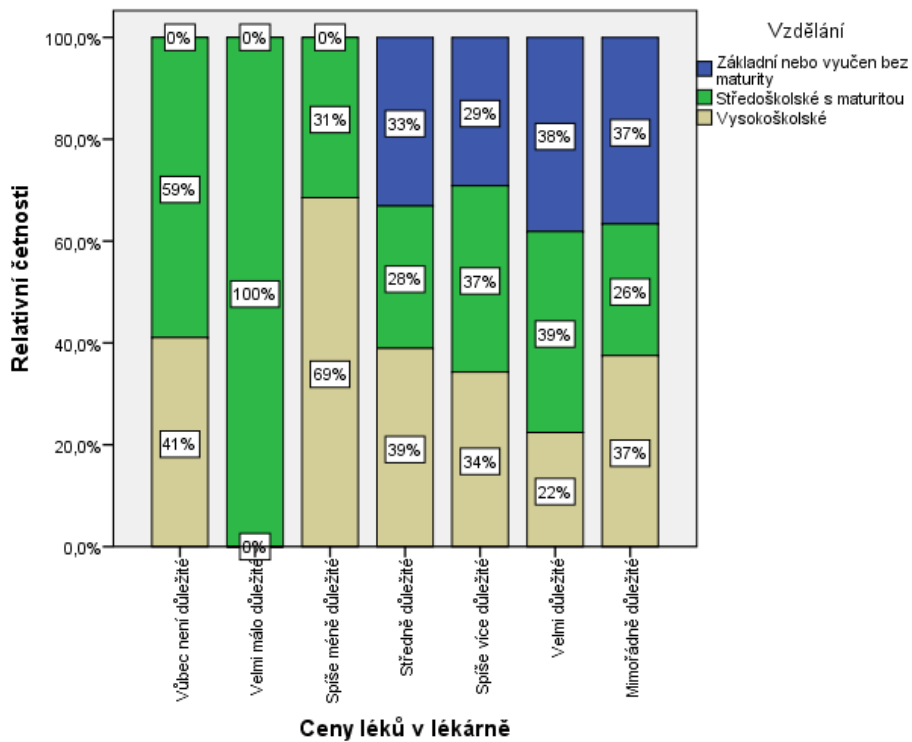
Obr. 2: Vnímání důležitosti kritéria pro výběr lékárny „Šíře sortimentu lékárny“ podle pohlaví



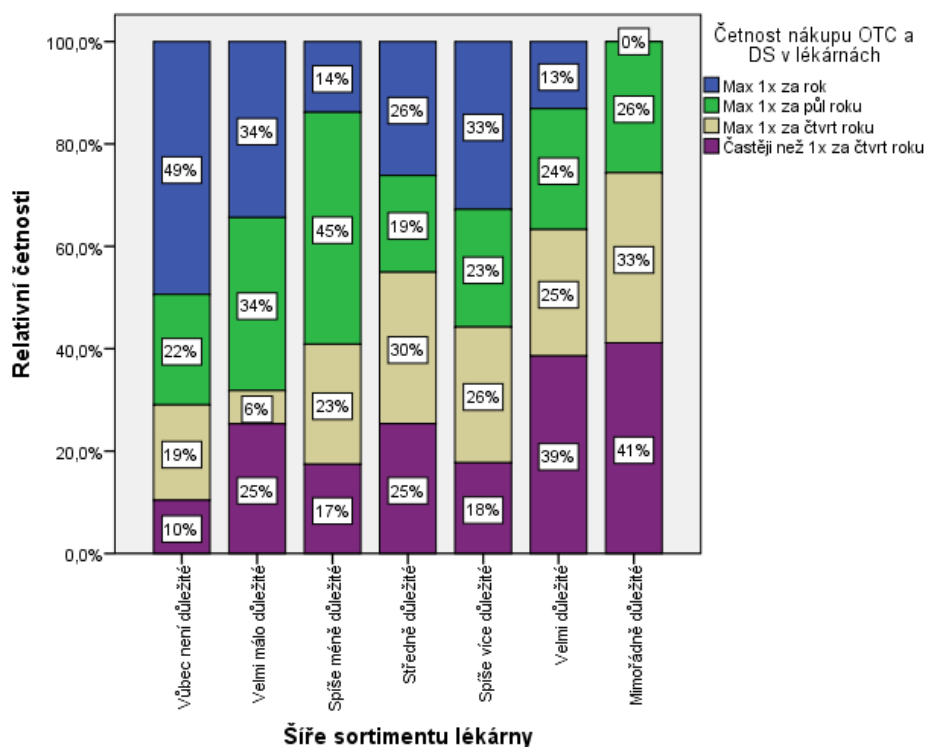
Obr. 3: Vnímání důležitosti kritéria pro výběr lékárny „Věrnostní programy pro stálé zákazníky“ podle pohlaví



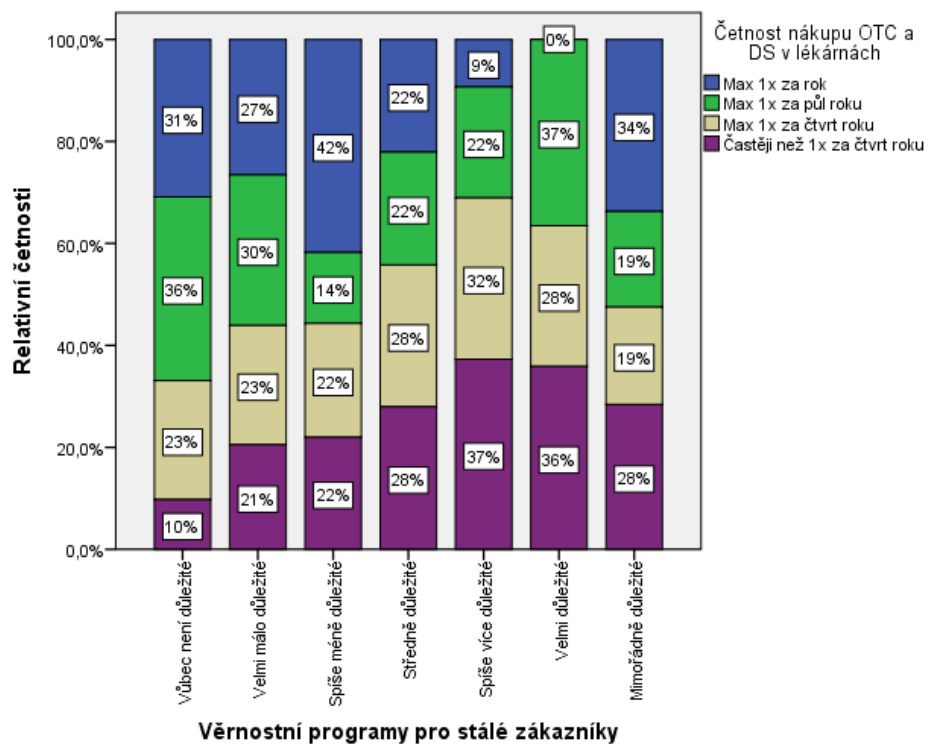
Obr. 4: Vnímání důležitosti kritéria pro výběr lékárny „Otevírací doba lékárny v SO, NE a svátcích“ podle věku



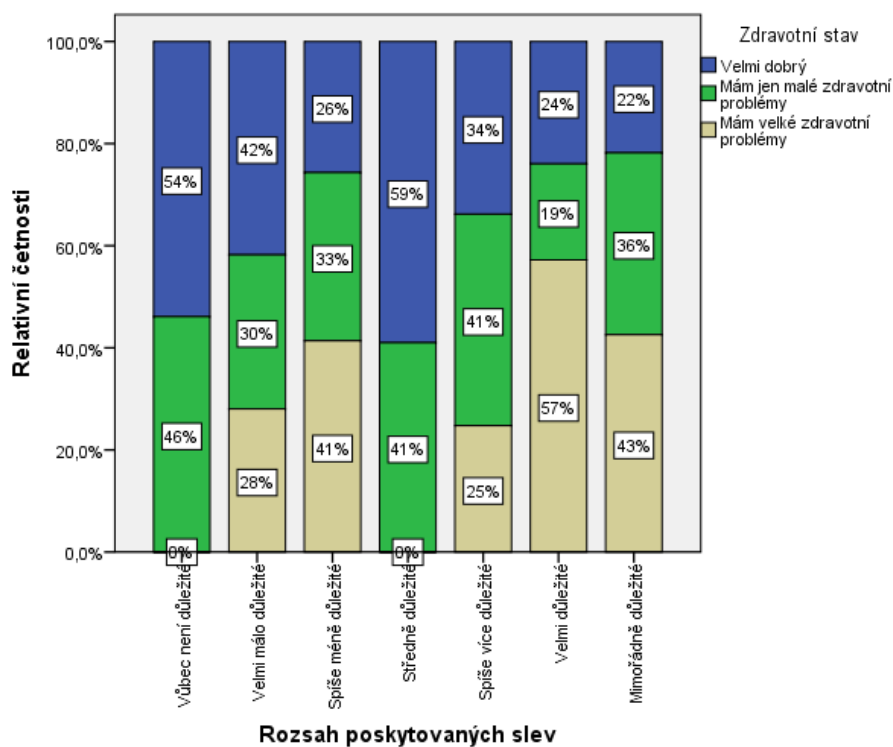
Obr. 5: Vnímání důležitosti kritéria pro výběr lékárny „Ceny léků v lékárně“ podle vzdělání



Obr. 6: Vnímání důležitosti kritéria pro výběr lékárny „Šíře sortimentu lékárny“ podle četnosti nákupu



Obr. 7: Vnímání důležitosti kritéria pro výběr lékárny „Věrnostní programy pro stálé zákazníky“ podle četnosti nákupu



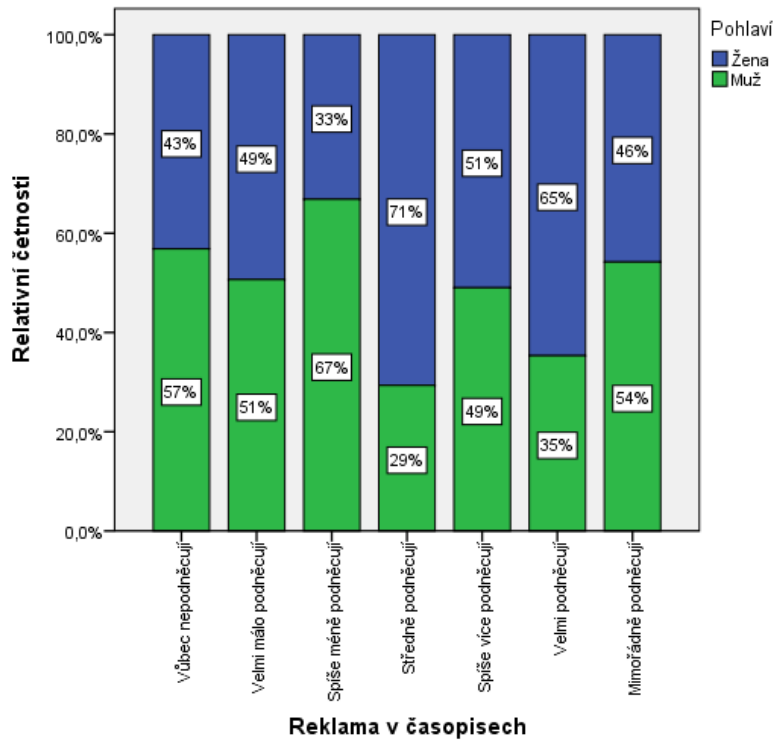
Obr. 8: Vnímání důležitosti kritéria pro výběr lékárny „Rozsah poskytovaných slev“ podle zdravotního stavu

Tab. 2: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné podnětnosti nejvýznamnějších způsobů získávání informací k nákupu nových OTC léků

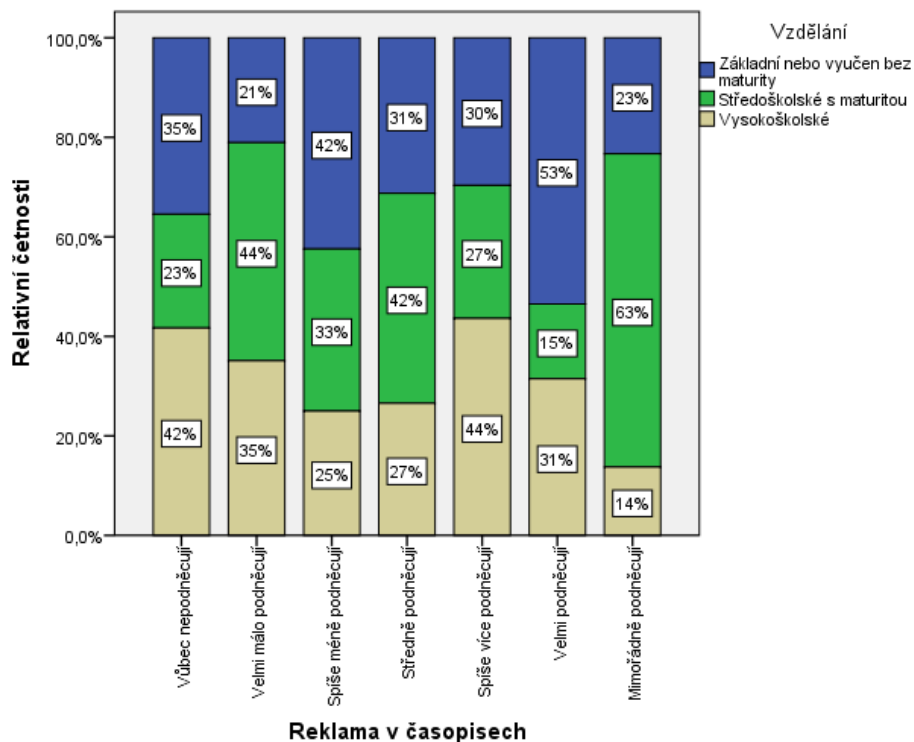
Testované páry způsobů získávání informací	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
Doporučení jiných odborníků (výživových specialistů, kondičních trenérů) - Doporučení lékaře	-,751 ^b	,453
Doporučení lékárníka - Doporučení lékaře	-4,271 ^b	,000
Doporučení lékárníka - Doporučení jiných odborníků (výživových specialistů, kondičních trenérů)	-2,909 ^b	,004

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

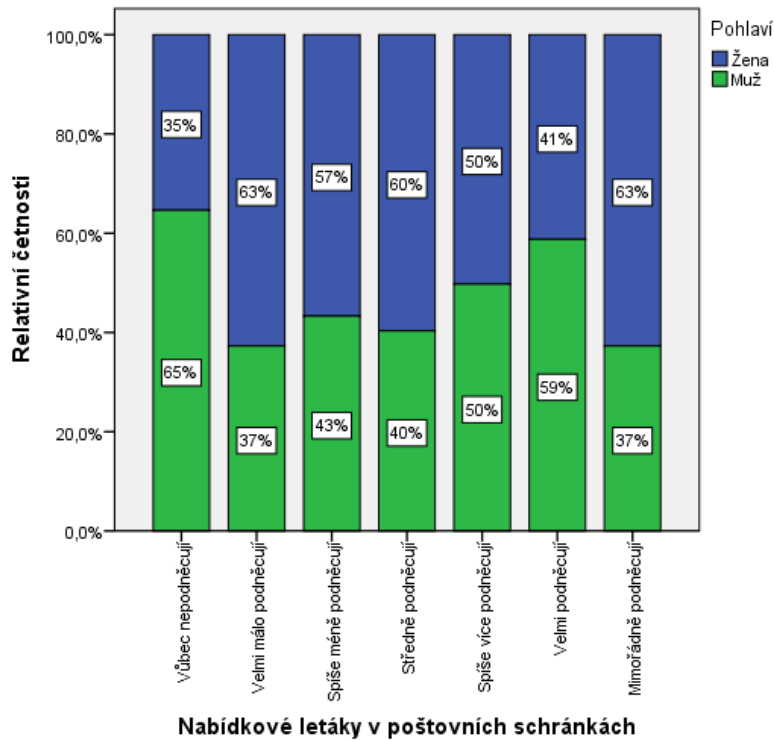
b. Based on positive ranks.



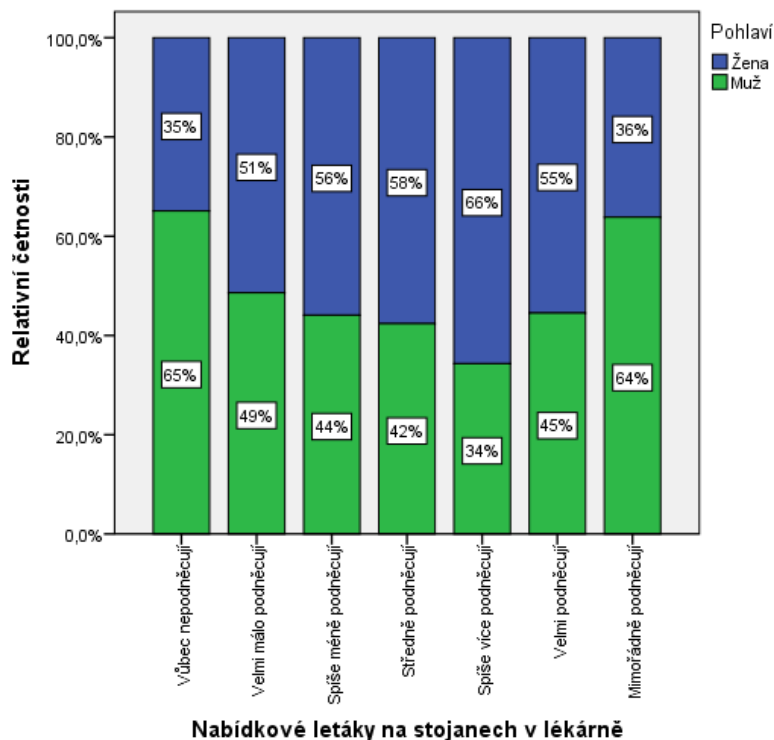
Obr. 9: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků



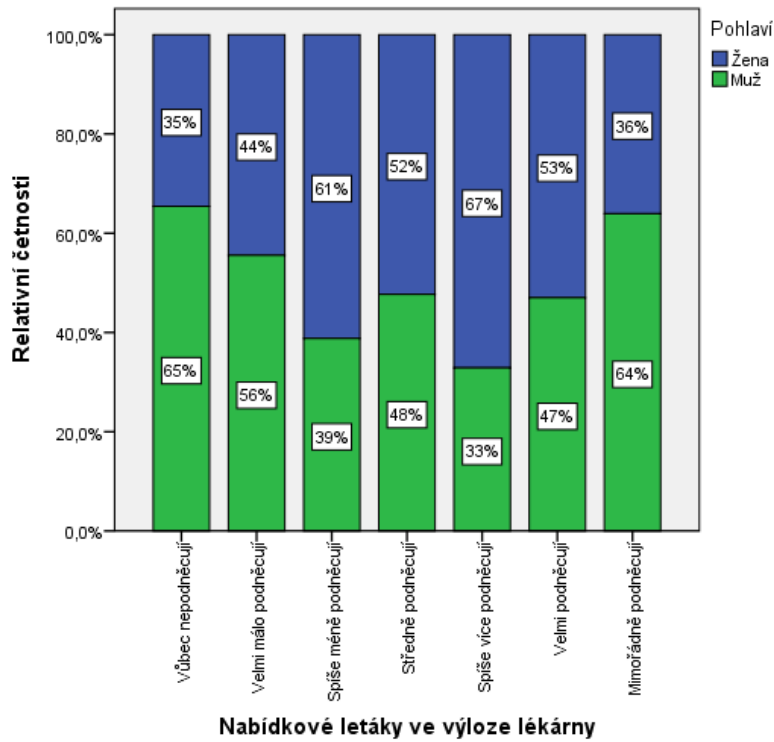
Obr. 10: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků



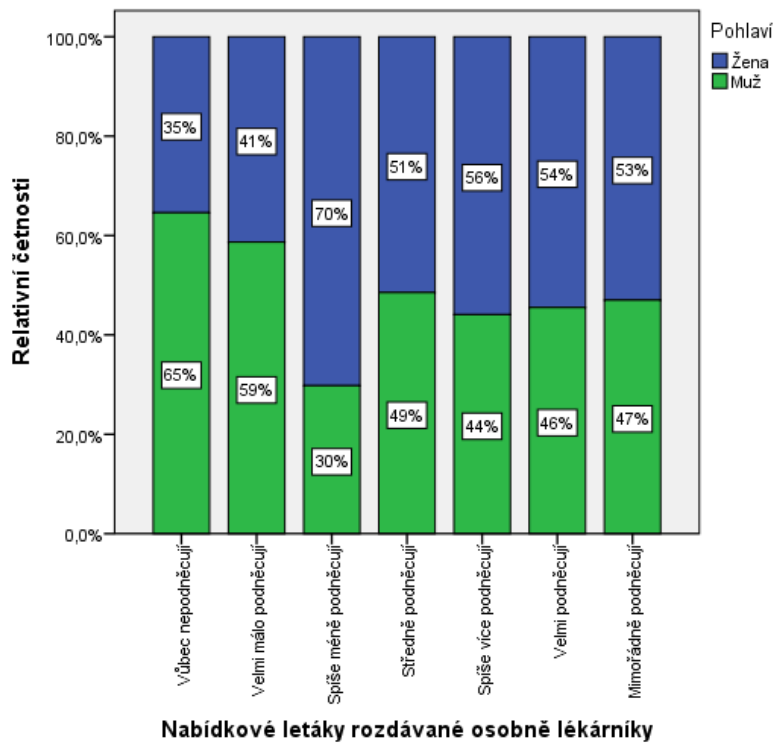
Obr. 11: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Nabídkové letáky v poštovních schránkách“ podle pohlaví



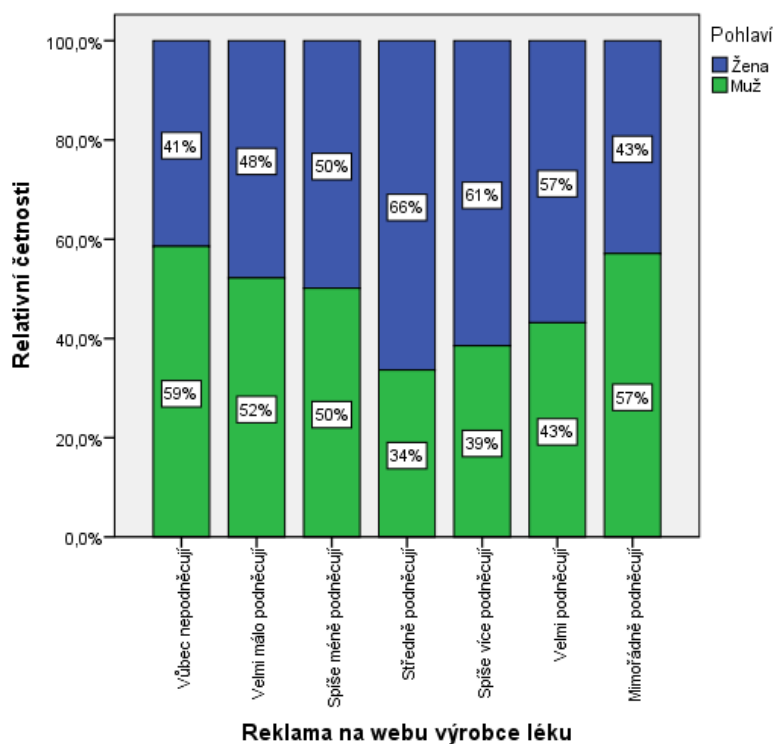
Obr. 12: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Nabídkové letáky na stojanech v lékárně“ podle pohlaví



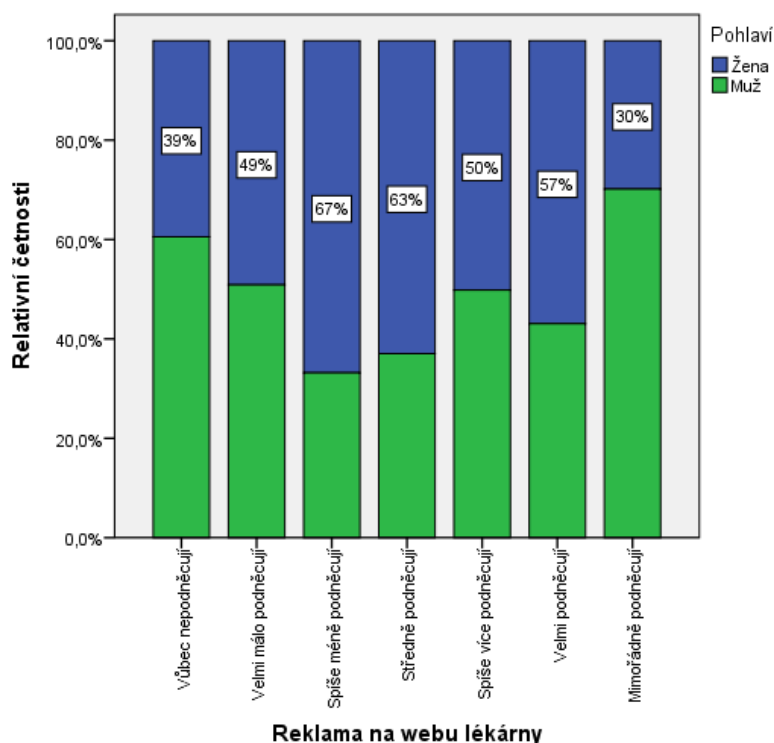
Obr. 13: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Nabídkové letáky ve výloze lékárny“ podle pohlaví



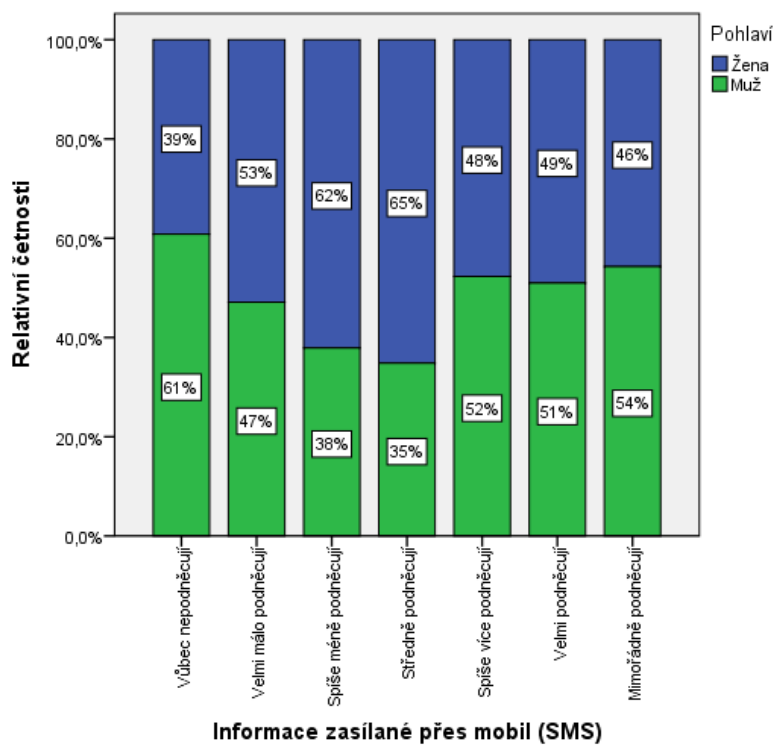
Obr. 14: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Nabídkové letáky rozdávané osobně lékárníky“ podle pohlaví



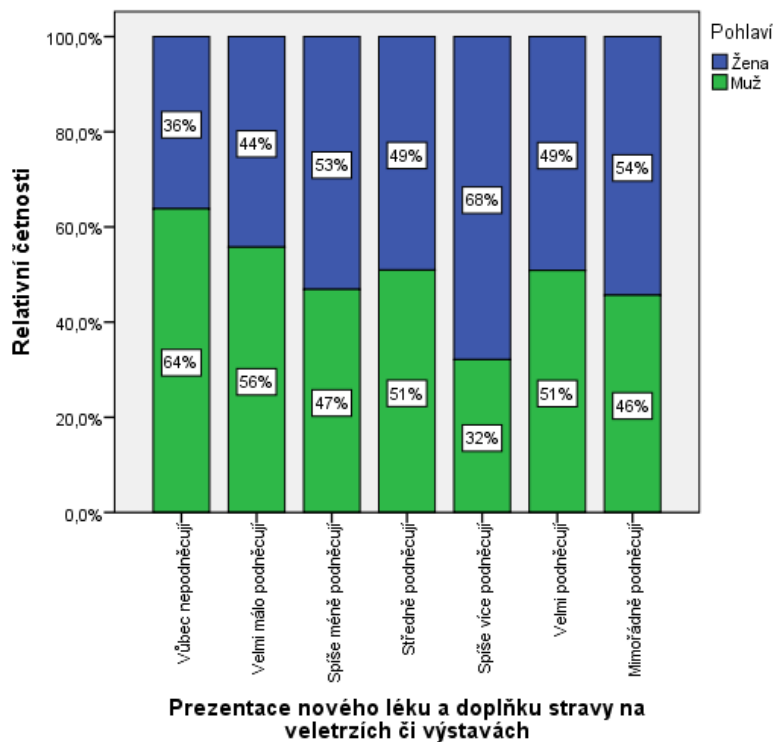
Obr. 15: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Reklama na webu výrobce“ podle pohlaví



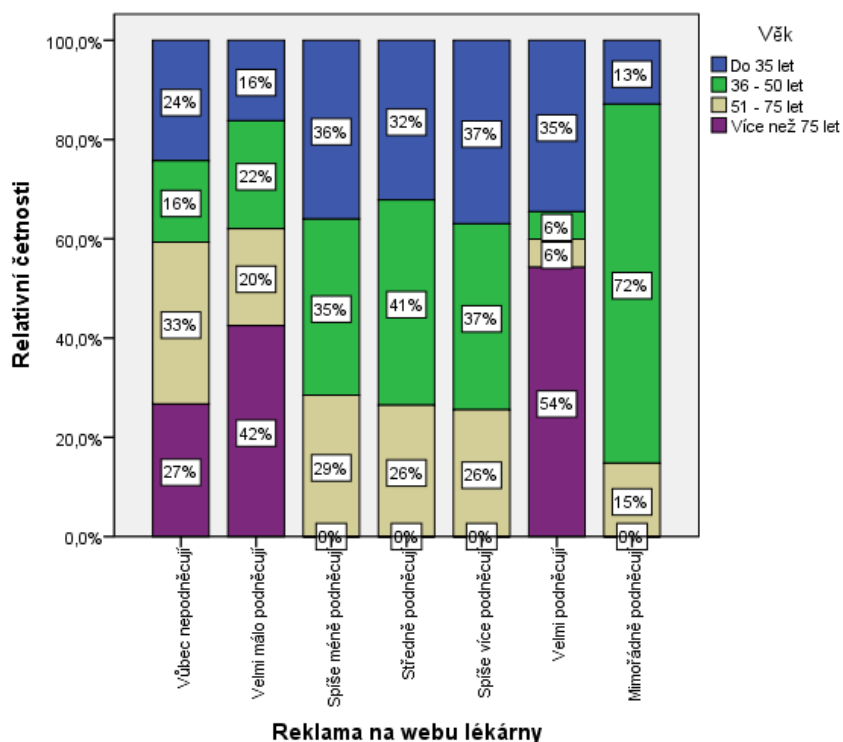
Obr. 16: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Reklama na webu lékárný“ podle pohlaví



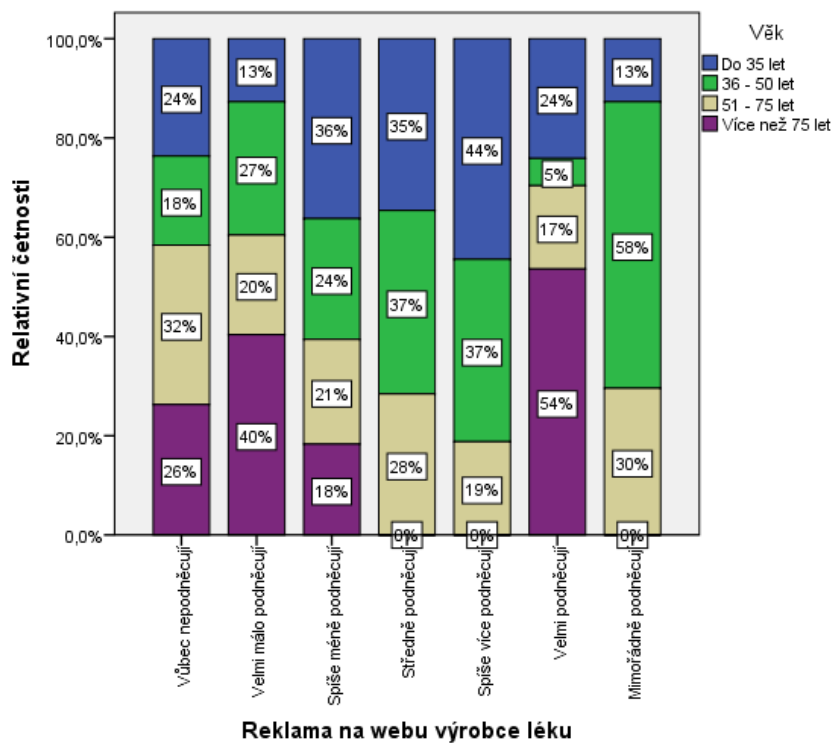
Obr. 17: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Informace zasílané přes mobil (SMS)“ podle pohlaví



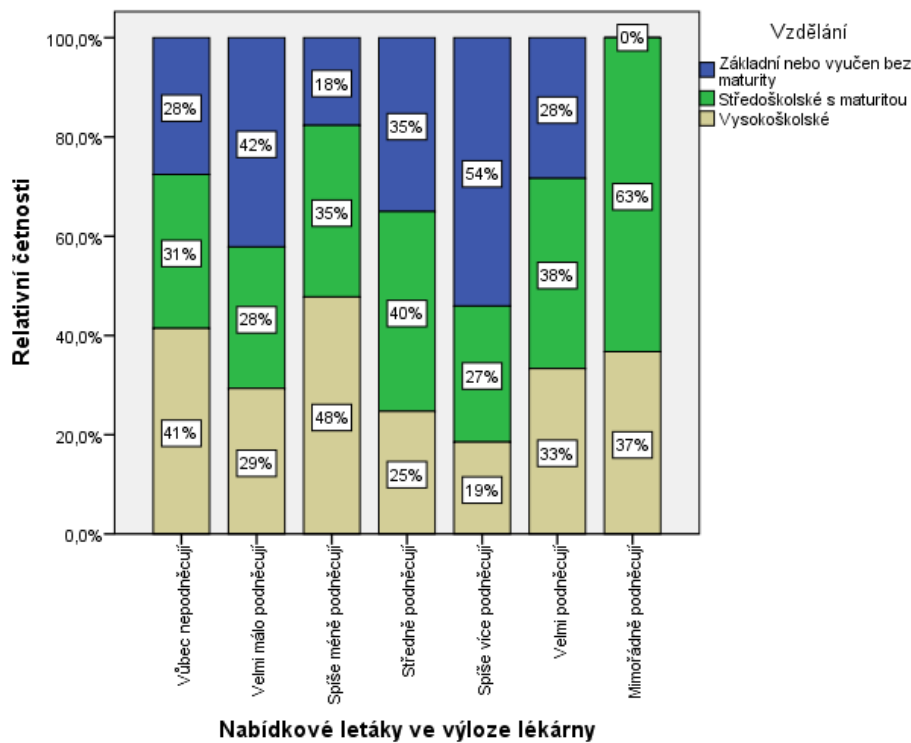
Obr. 18: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Prezentace nového léku a doplňku stravy na veletrzích či výstavách“ podle pohlaví



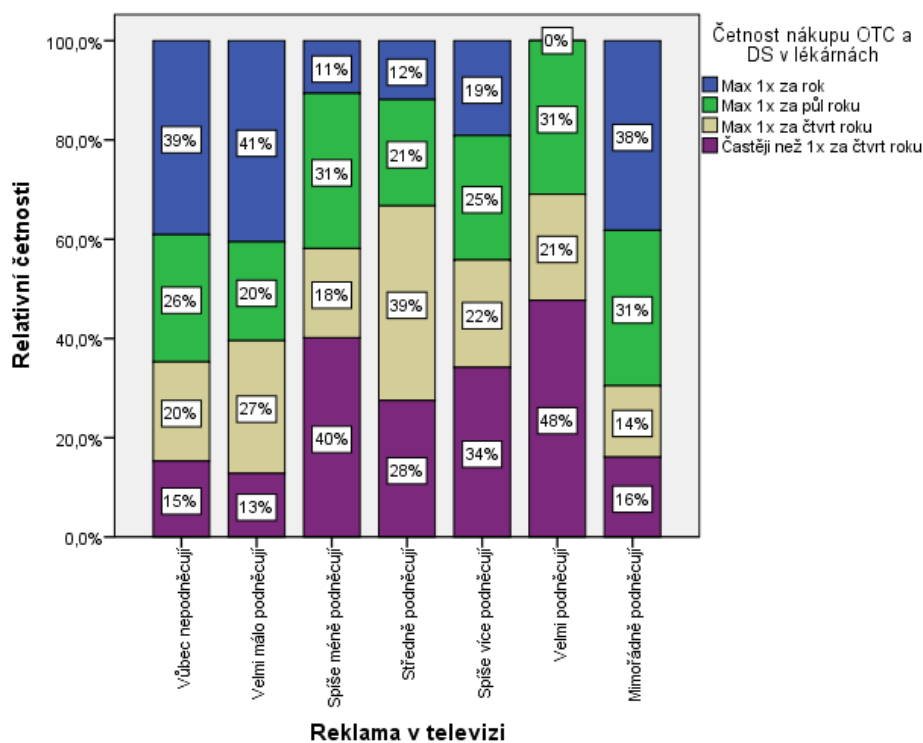
Obr. 19: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Reklama na webu lékární“ podle věku



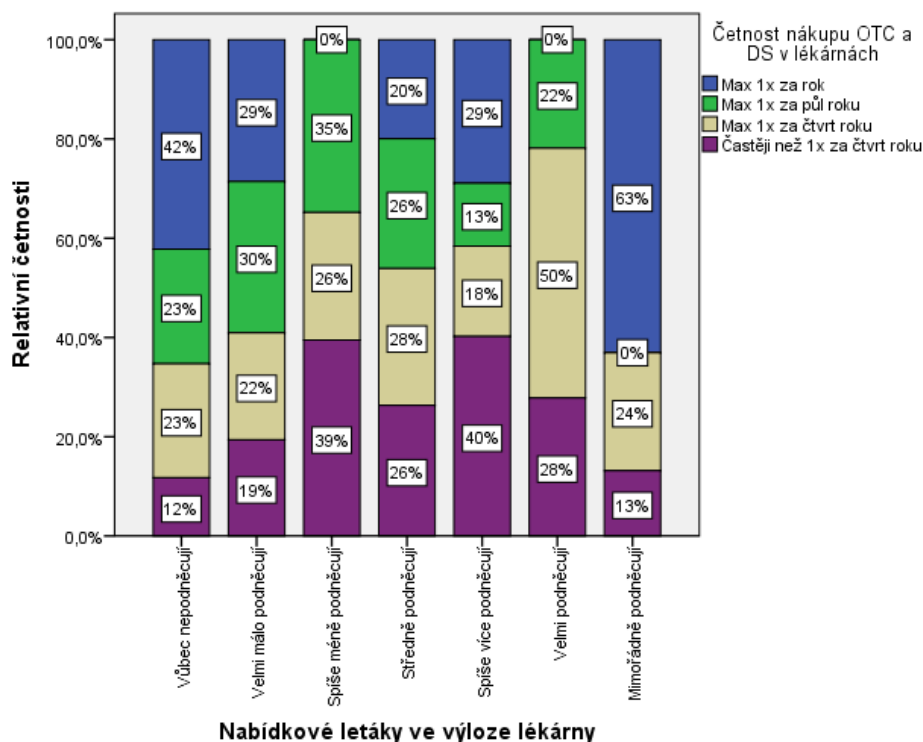
Obr. 20: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Reklama na webu výrobce léku“ podle věku



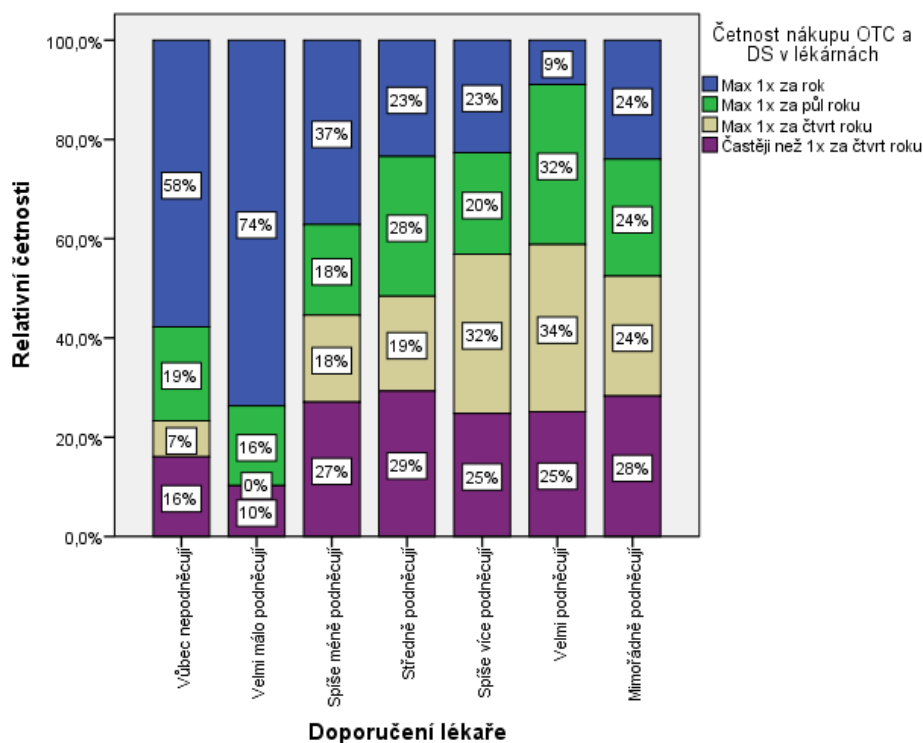
Obr. 21: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Nabídkové letáky ve výloze lékárny“ podle vzdělání



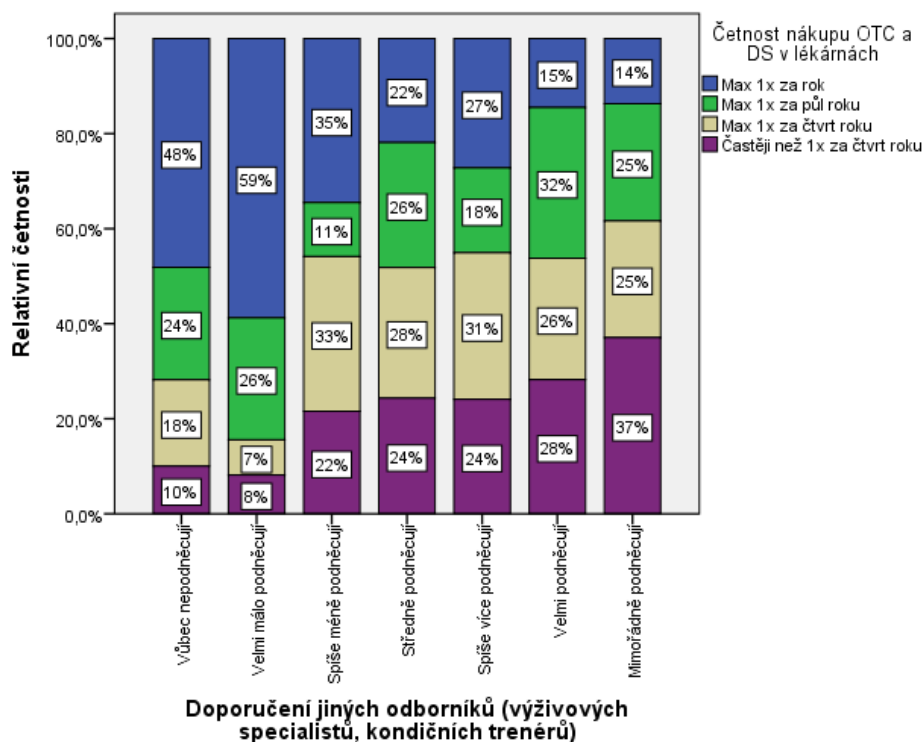
Obr. 22: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Reklama v televizi“ podle četnosti nákupu v lékárně



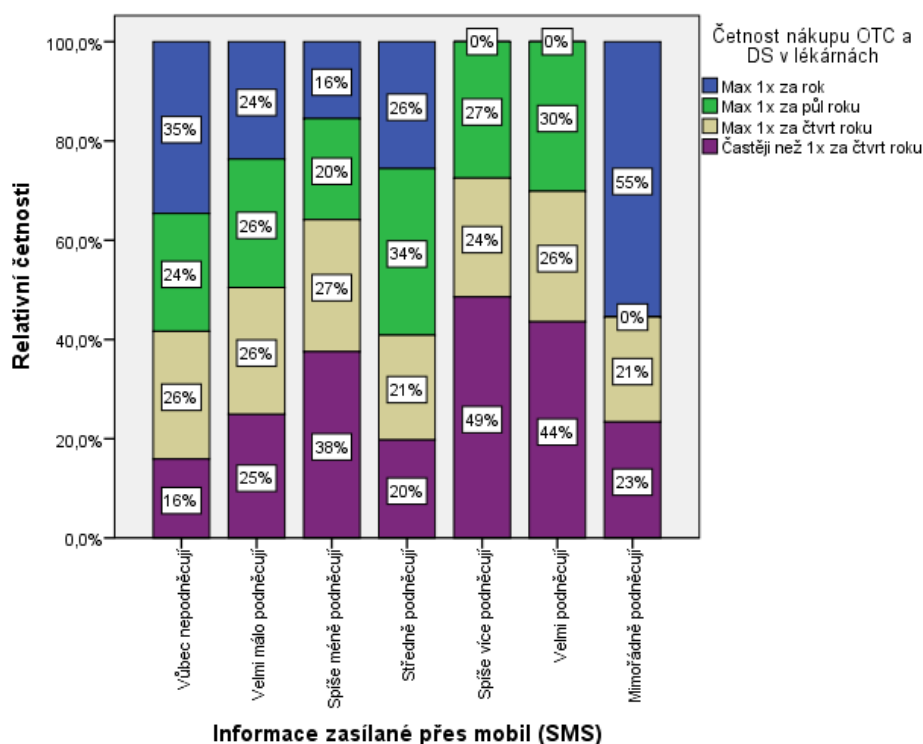
Obr. 23: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Nabídkové letáky ve výloze lékárny“ podle četnosti nákupu v lékárně



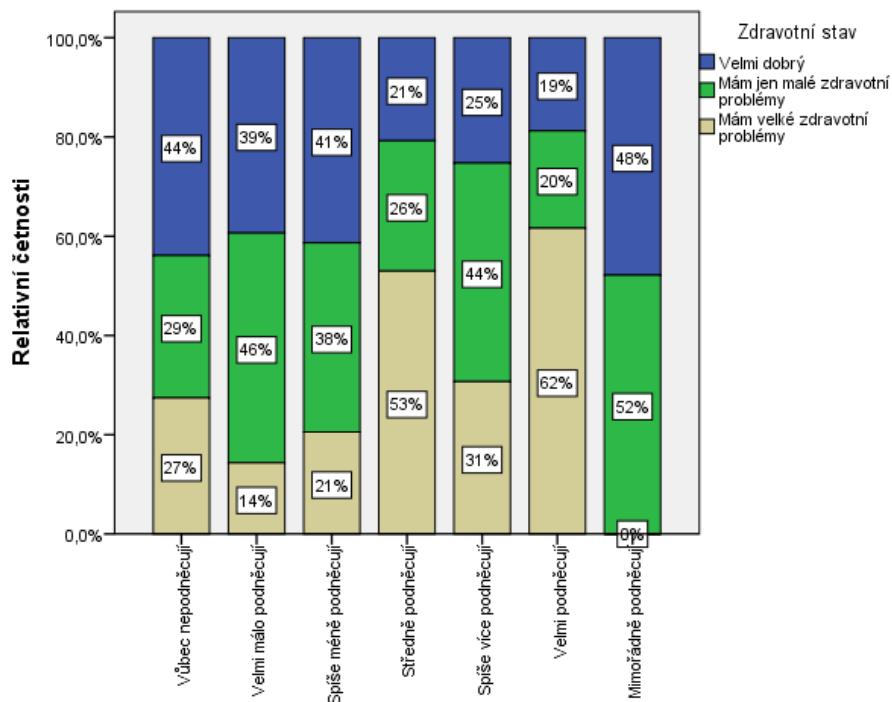
Obr. 24: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Doporučení lékaře“ podle četnosti nákupu v lékárně



Obr. 25: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Doporučení jiných odborníků“ podle četnosti nákupu v lékárně

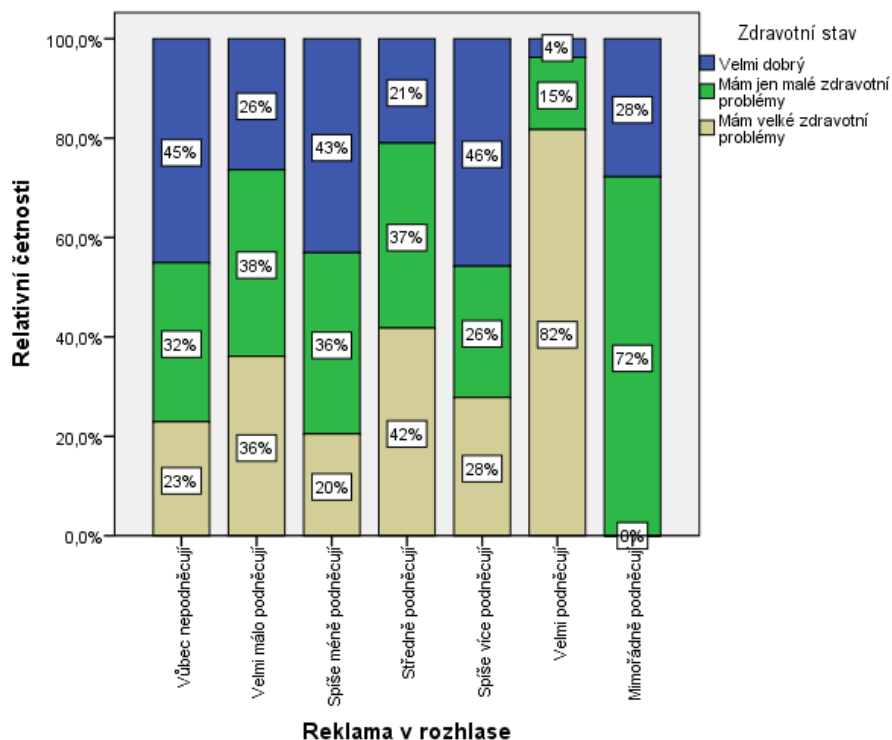


Obr. 26: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Informace zasílané přes mobil (SMS)“ podle četnosti nákupu v lékárně



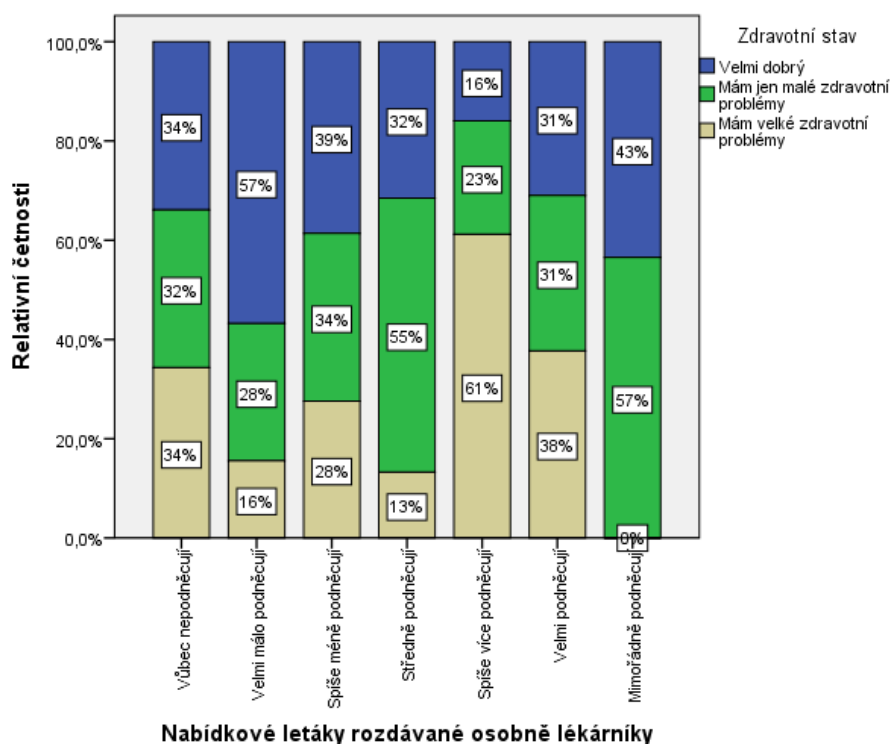
Nabídkové letáky na stojanech v lékárně

Obr. 27: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Nabídkové letáky na stojanech v lékárně“ podle zdravotního stavu



Reklama v rozhlase

Obr. 28: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Reklama v rozhlase“ podle zdravotního stavu



Obr. 29: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Nabídkové letáky rozdávané osobně lékárníky“ podle zdravotního stavu

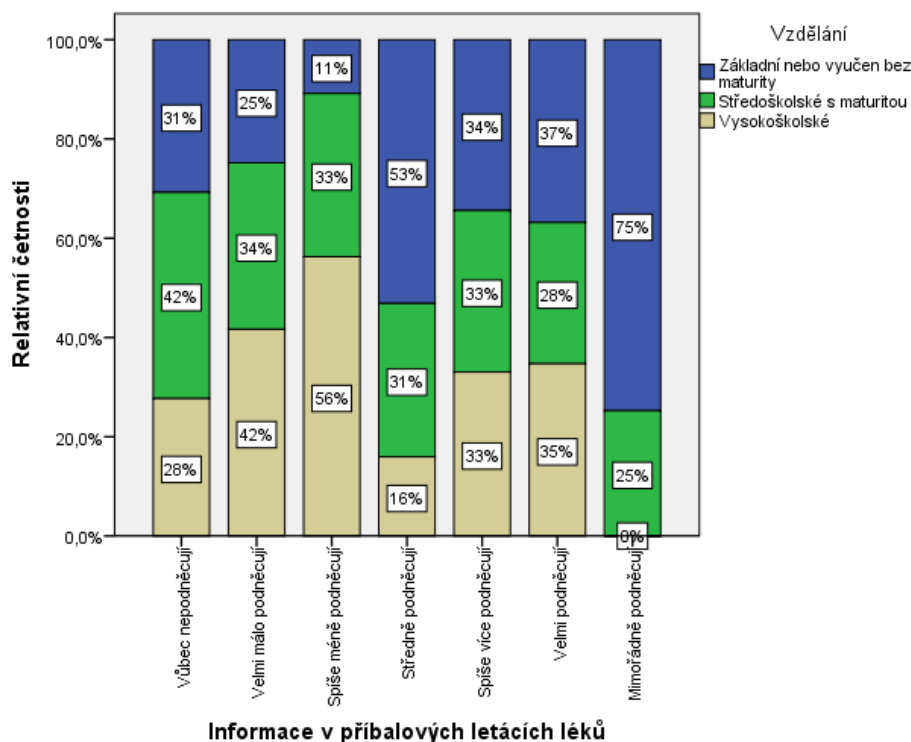
Tab. 3: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné podnětnosti nejvýznamnějších forem poradenství k opakovanému nákupu OTC léků

Formy poradenství k opakovanému nákupu volně prodejných léků	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
Osobní poradenství lékaře - Osobní poradenství lékárníka při výdeji	-1,154 ^b	,248
Reference od známých - Osobní poradenství lékárníka při výdeji	-3,477 ^c	,001
Reference od známých - Osobní poradenství lékaře	-4,370 ^c	,000

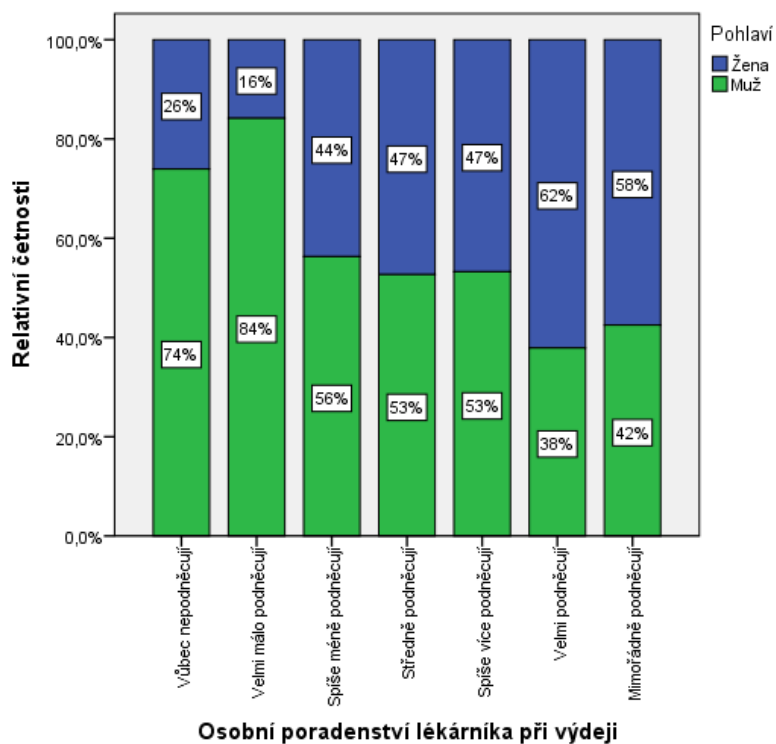
a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on negative ranks.

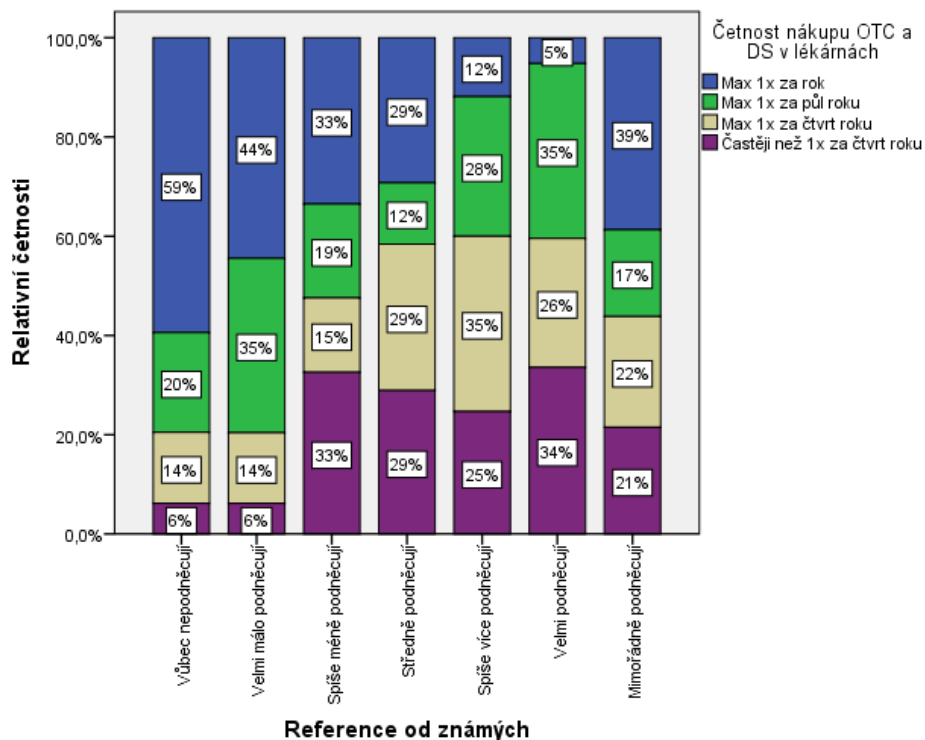
c. Based on positive ranks.



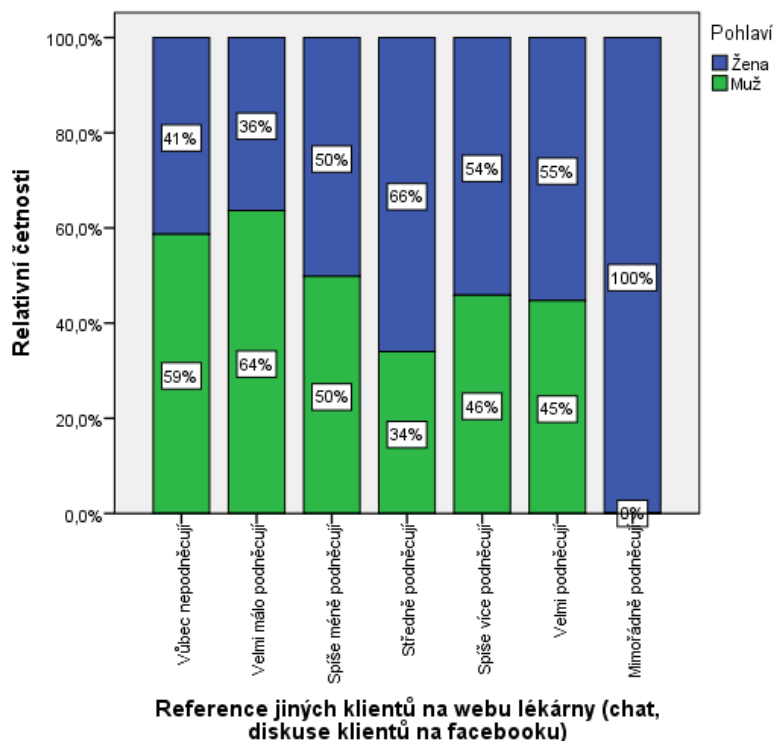
Obr. 30: Podnětnost formy poradenství k opakovanému nákupu volně prodejných léků „Informace v příbalových letáčích léků“ podle vzdělání



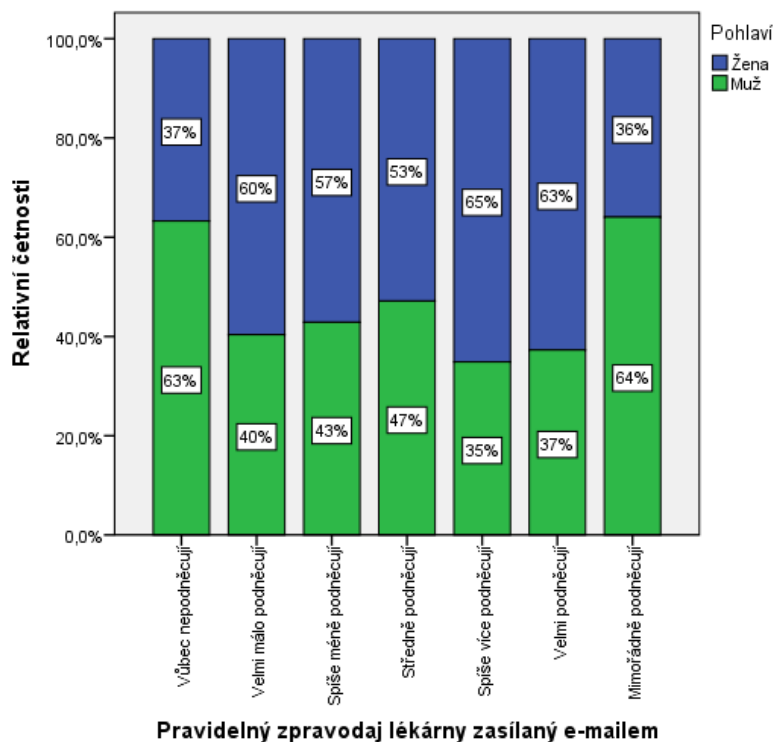
Obr. 31: Podnětnost formy poradenství k opakovanému nákupu volně prodejných léků „Osobní poradenství lékárníka při výdeji“ podle pohlaví



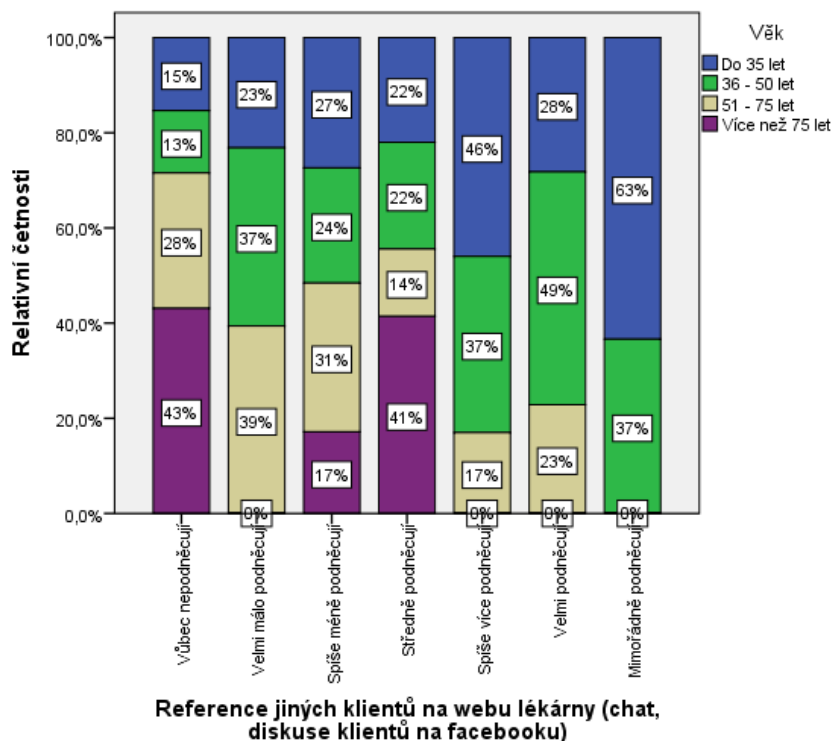
Obr. 32: Podnětnost formy poradenství k opakovanému nákupu volně prodejných léků „Reference od známých“ podle četnosti nákupu



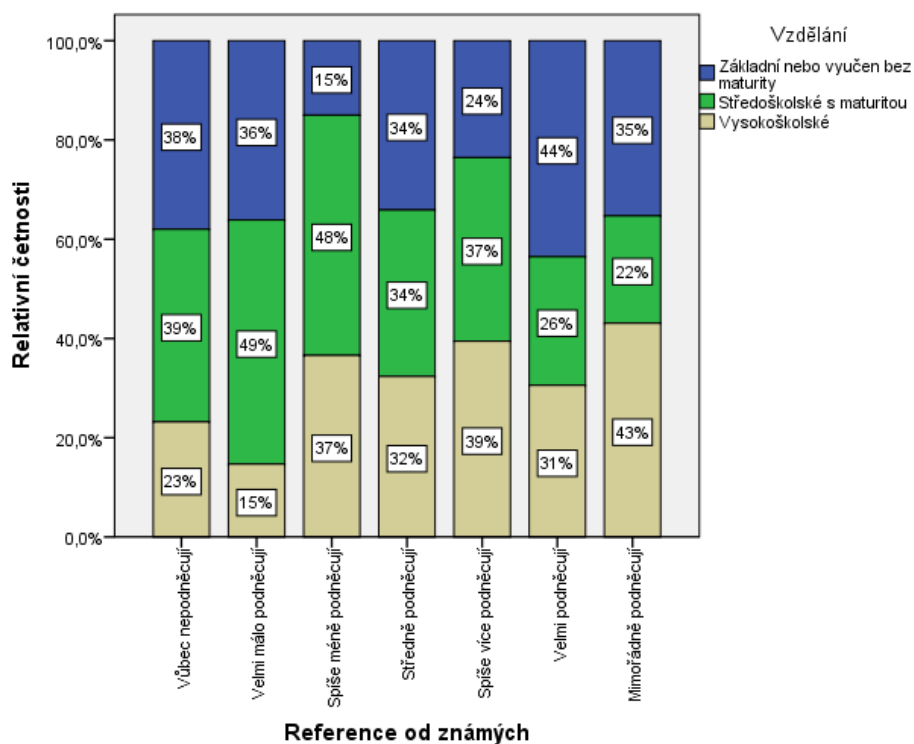
Obr. 33: Podnětnost formy poradenství k opakovanému nákupu volně prodejných léků „Reference jiných klientů na webu lékárny“ podle pohlaví



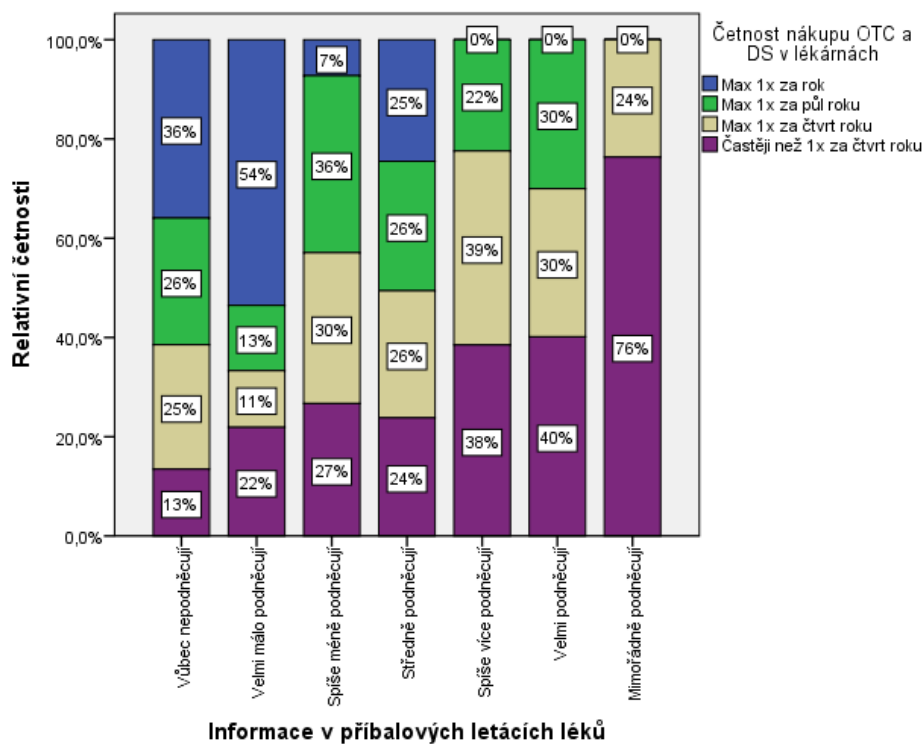
Obr. 34: Podnětnost formy poradenství k opakovanému nákupu volně prodejných léků „Pravidelný zpravodaj lékárny zasilaný e-mailem“ podle pohlaví



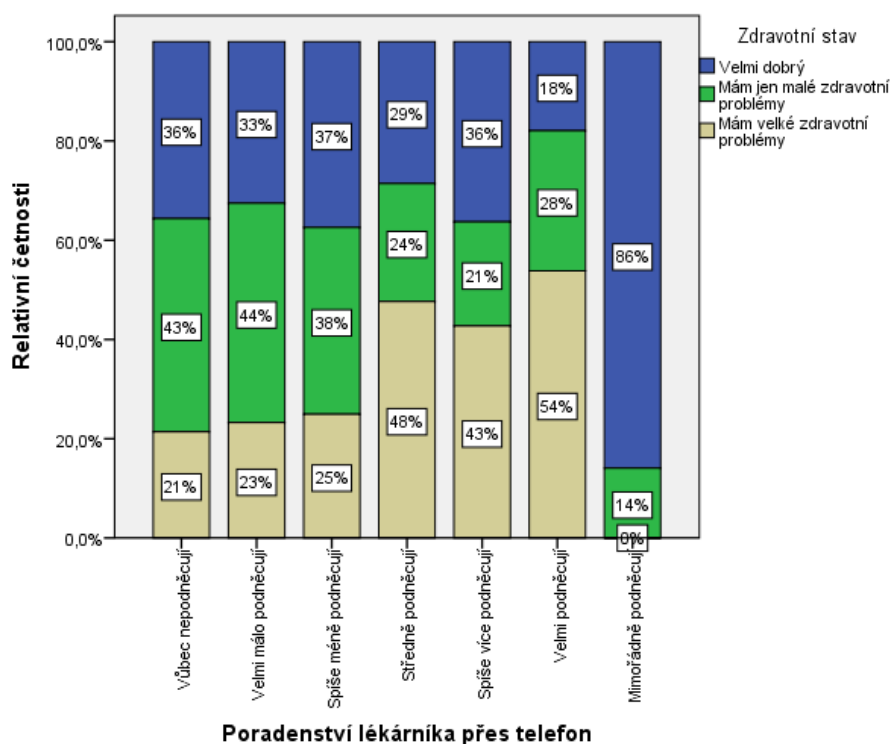
Obr. 35: Podnětnost formy poradenství k opakovanému nákupu volně prodejných léků „Reference jiných klientů na webu lékárny (chat, diskuse klientů na facebooku)“ podle věku



Obr. 36: Podnětnost formy poradenství k opakovanému nákupu volně prodejných léků „Reference od známých“ podle vzdělání



Obr. 37: Podnětnost formy poradenství k opakovanému nákupu volně prodejných léků „Informace v příbalových letáčích léků“ podle četnosti nákupu



Obr. 38: Podnětnost formy poradenství k opakovanému nákupu volně prodejných léků „Poradenství lékárníka přes telefon“ podle zdravotního stavu

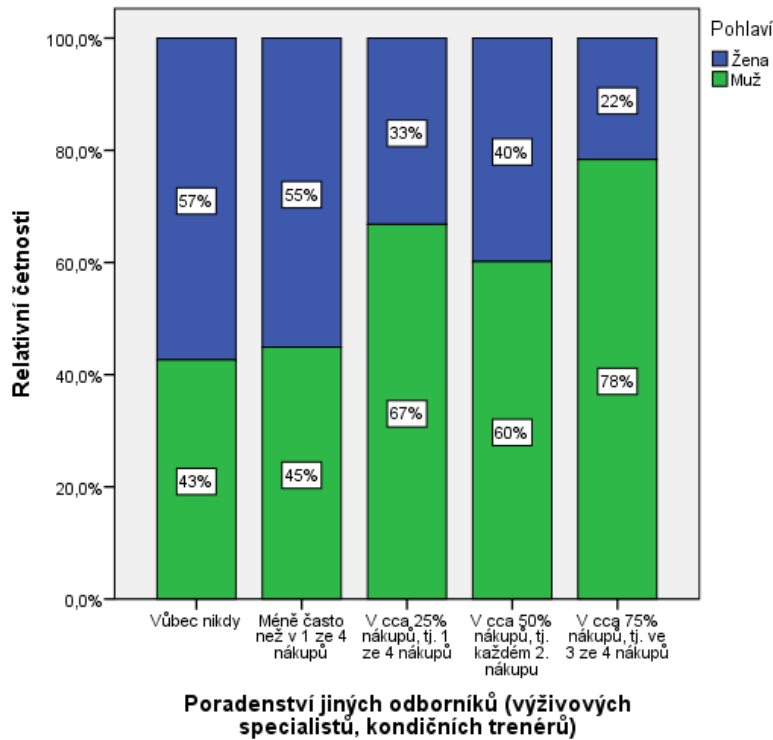
Tab. 4: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné četnosti jednotlivých způsobů získávání informací a rad o OTC léčích před jejich nákupem

Testované páry jednotlivých způsobů	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
Osobní poradenství lékaře - Osobní poradenství lékárníka při výdeji	-,154 ^b	,878
Reference od známých - Osobní poradenství lékárníka při výdeji	-3,723 ^c	,000
Osobní poradenství lékaře - Reference od známých	-3,745 ^b	,000

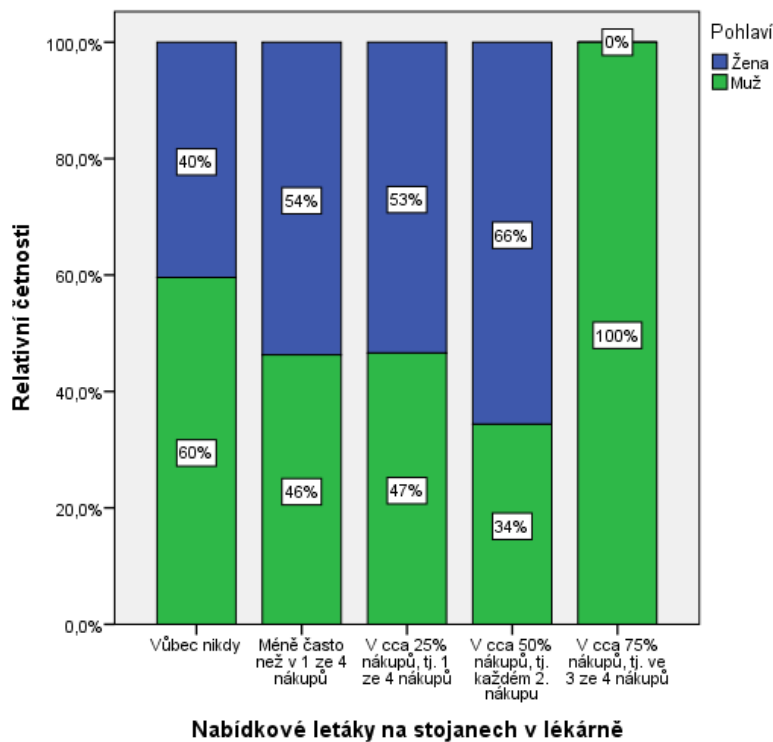
a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on negative ranks.

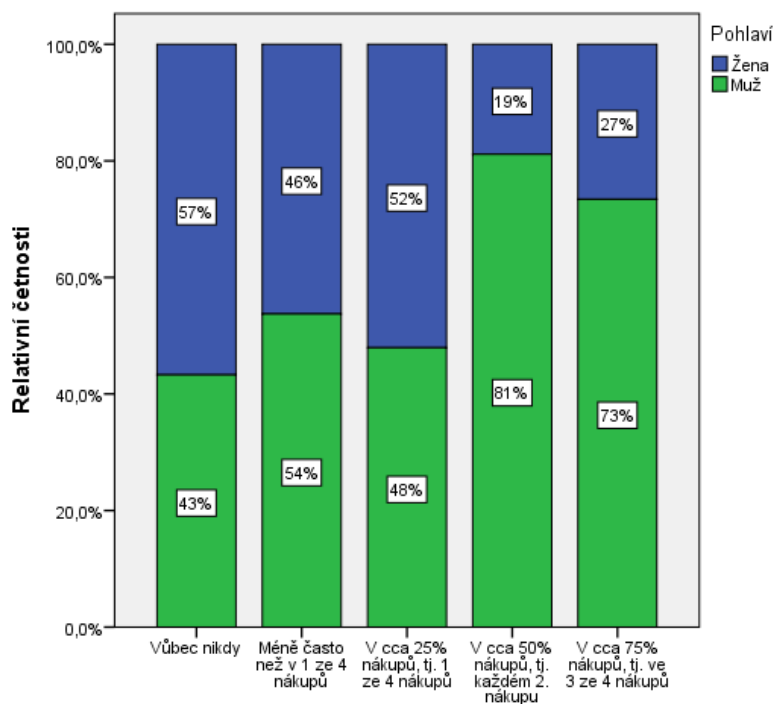
c. Based on positive ranks.



Obr. 39: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Poradenství jiných odborníků“ podle pohlaví

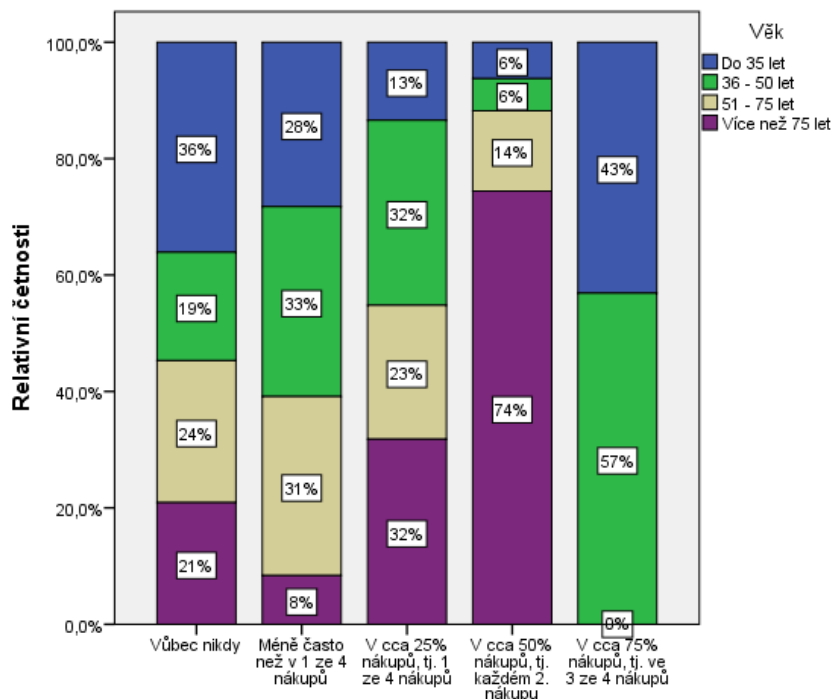


Obr. 40: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Nabídkové letáky na stojanech v lékárně“ podle pohlaví



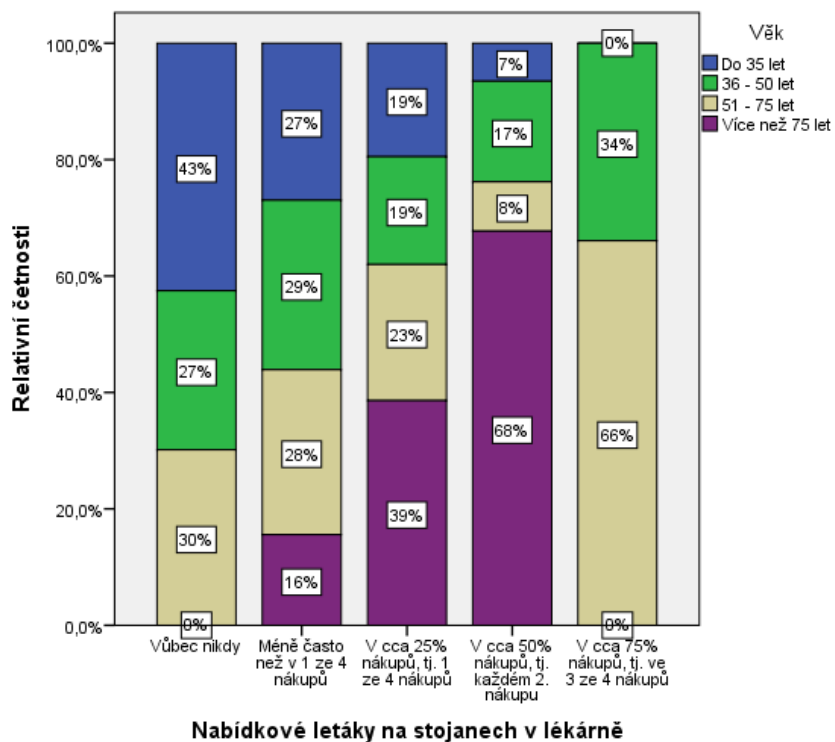
Poradna na webu lékárny, vedená lékařem

Obr. 41: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Poradna na webu lékárny vedená lékařem“ podle pohlaví

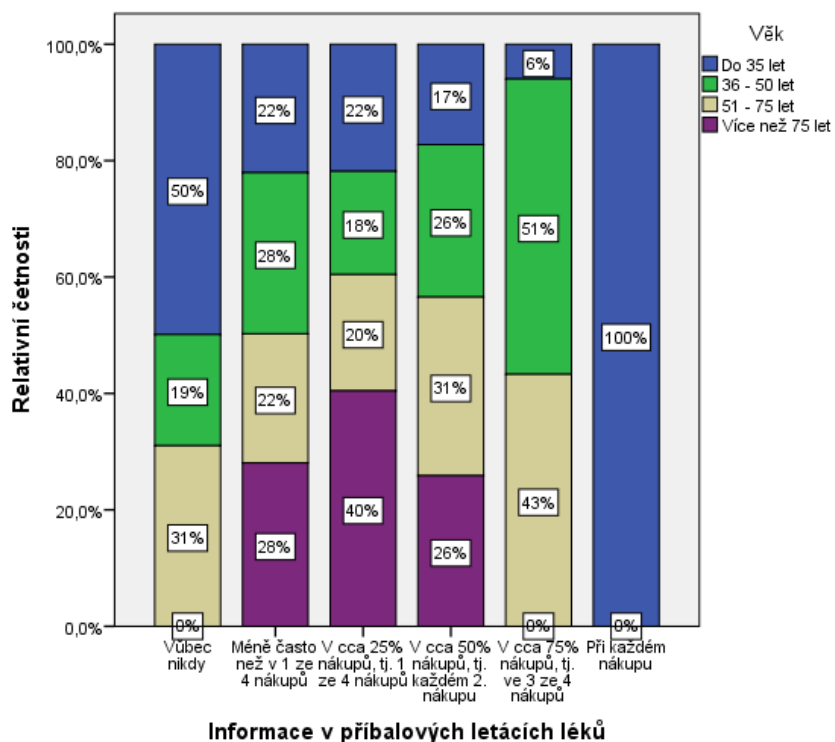


Nabídkové letáky v poštovních schránkách

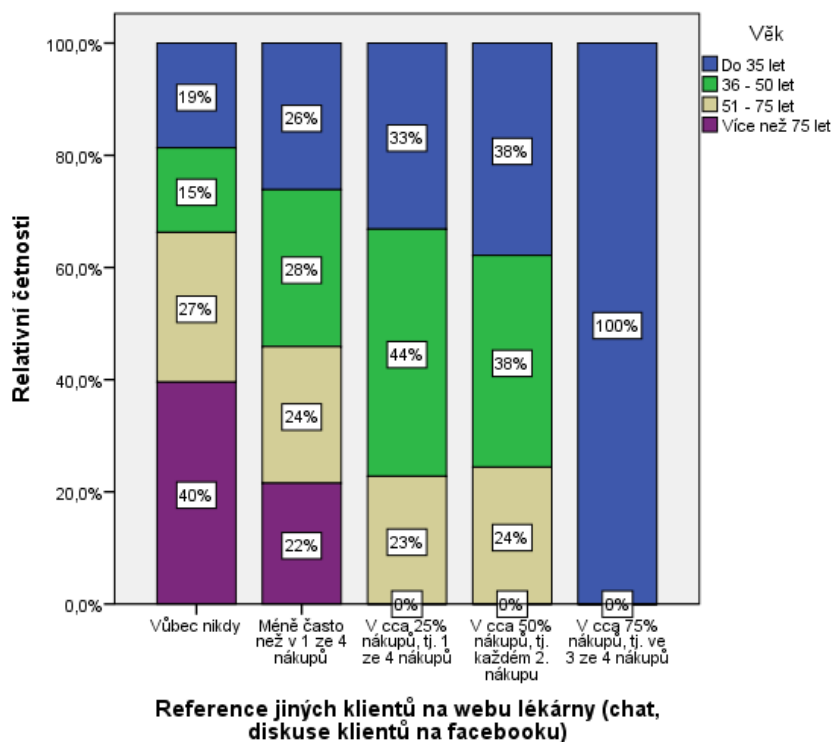
Obr. 42: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Nabídkové letáky v poštovních schránkách“ podle věku



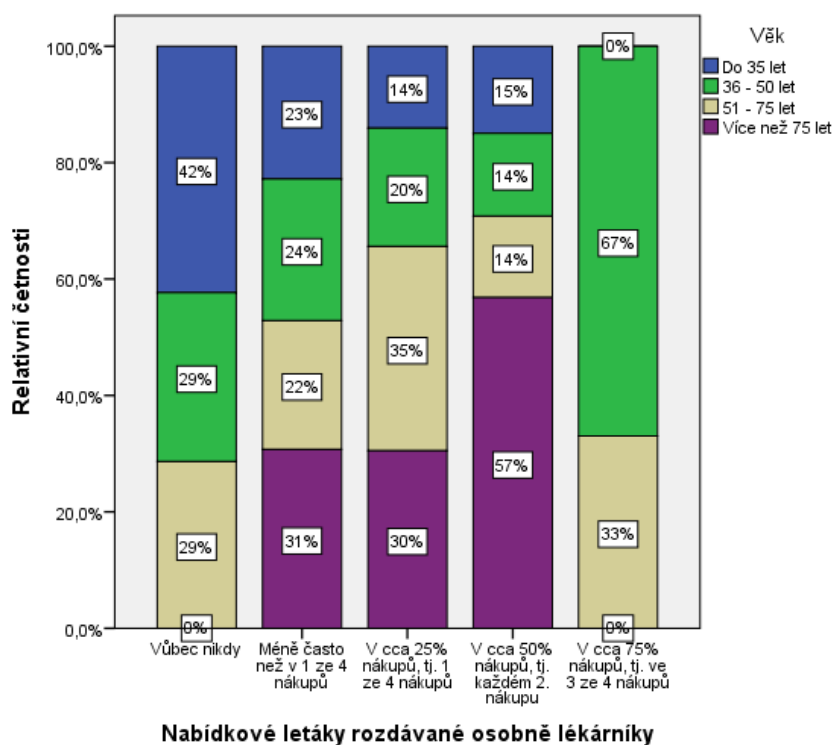
Obr. 43: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Nabídkové letáky na stojanech v lékárně“ podle věku



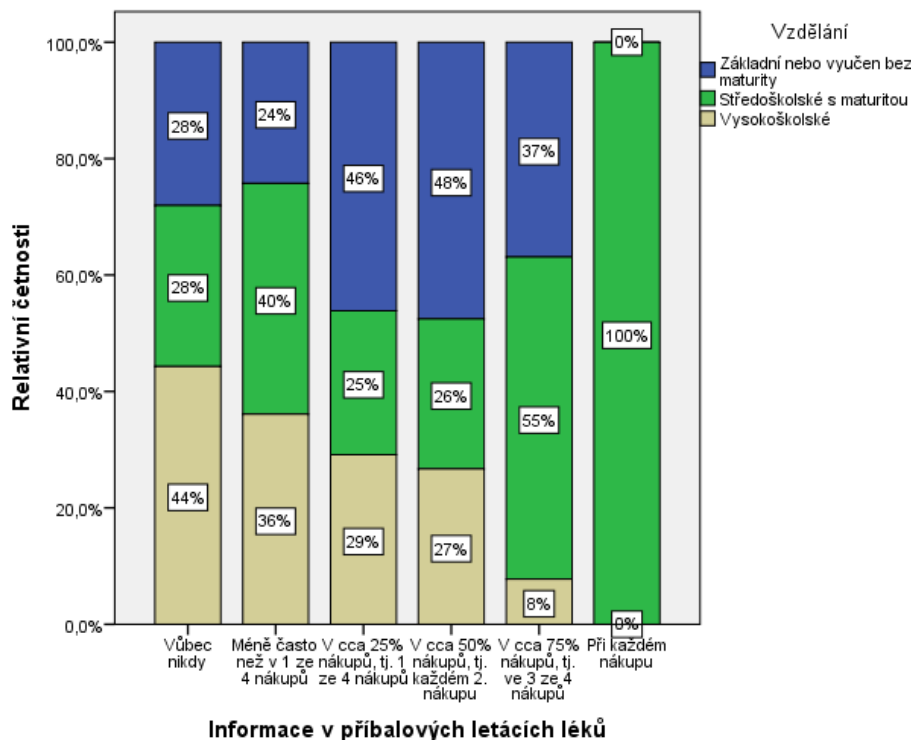
Obr. 44: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Informace v příbalových letácích léků“ podle věku



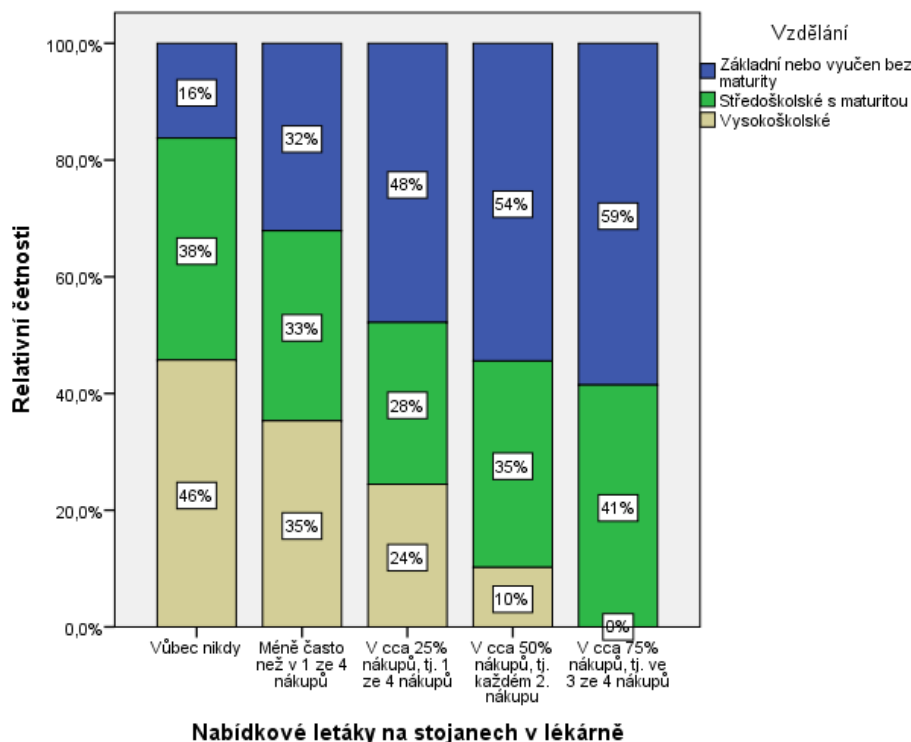
Obr. 45: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Reference jiných klientů na webu lékárny“ podle věku



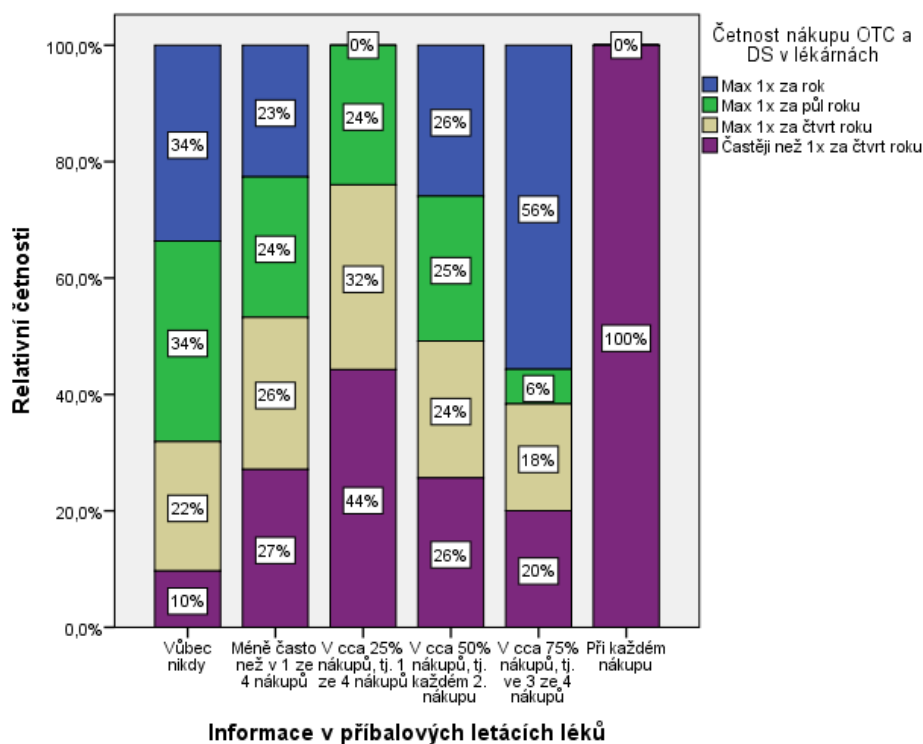
Obr. 46: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Nabídkové letáky rozdáváné osobně lékárníky“ podle věku



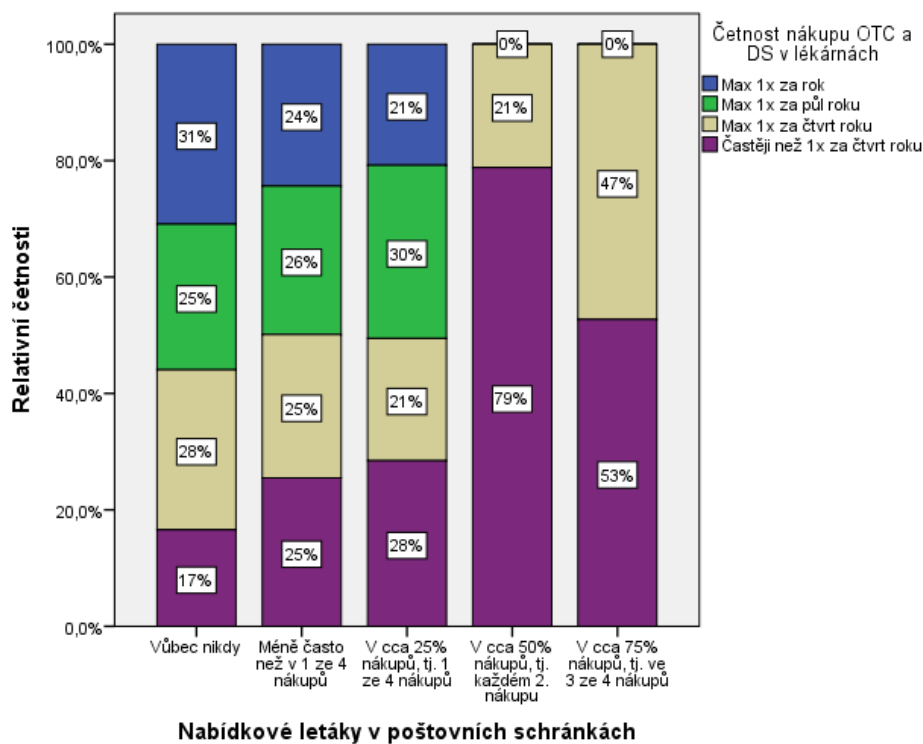
Obr. 47: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Informace v příbalových letáčích léků“ podle vzdělání



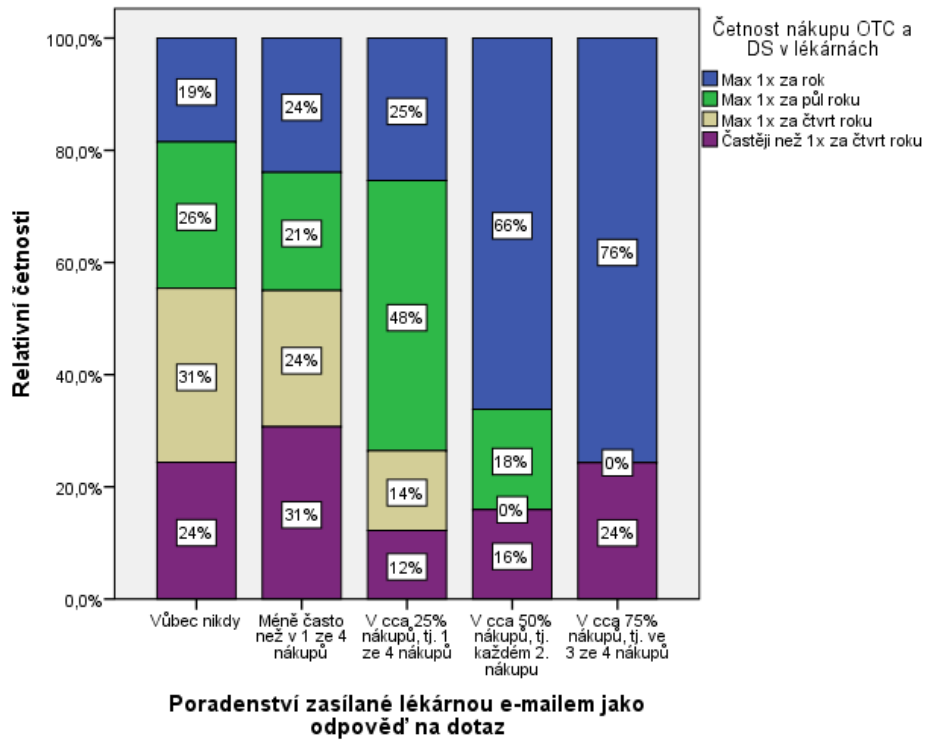
Obr. 48: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Nabídkové letáky na stojanech v lékárně“ podle vzdělání



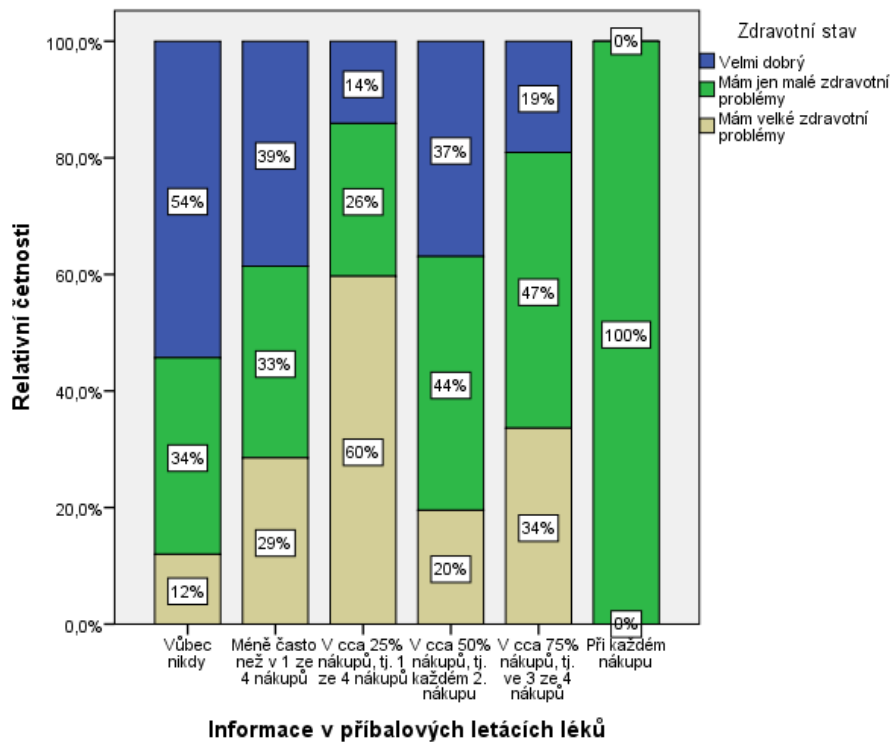
Obr. 49: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Informace v příbalových letáčích léků“ podle četnosti nákupu



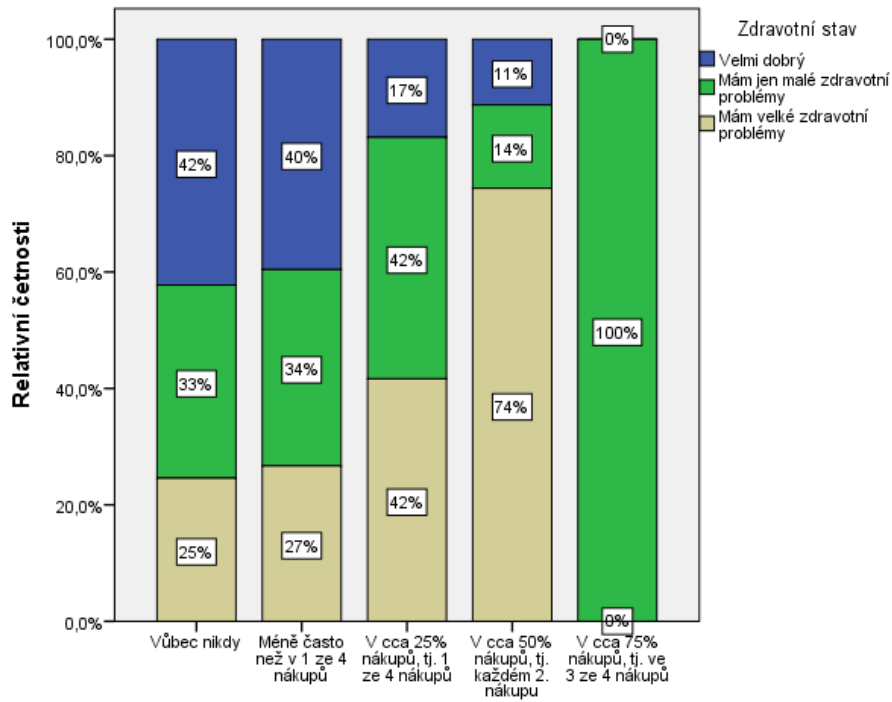
Obr. 50: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Nabídkové letáky v poštovních schránkách“ podle četnosti nákupu



Obr. 51: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Poradenství zasílané lékárnou e-mailem jako odpověď na dotaz“ podle četnosti nákupu

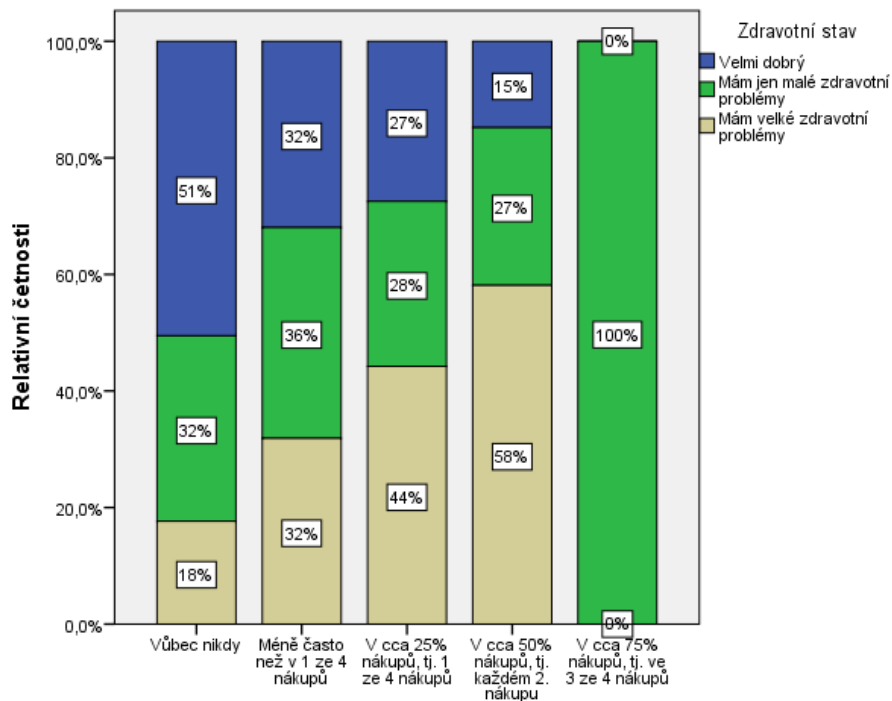


Obr. 52: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Informace v příbalových letácích léků“ podle zdravotního stavu



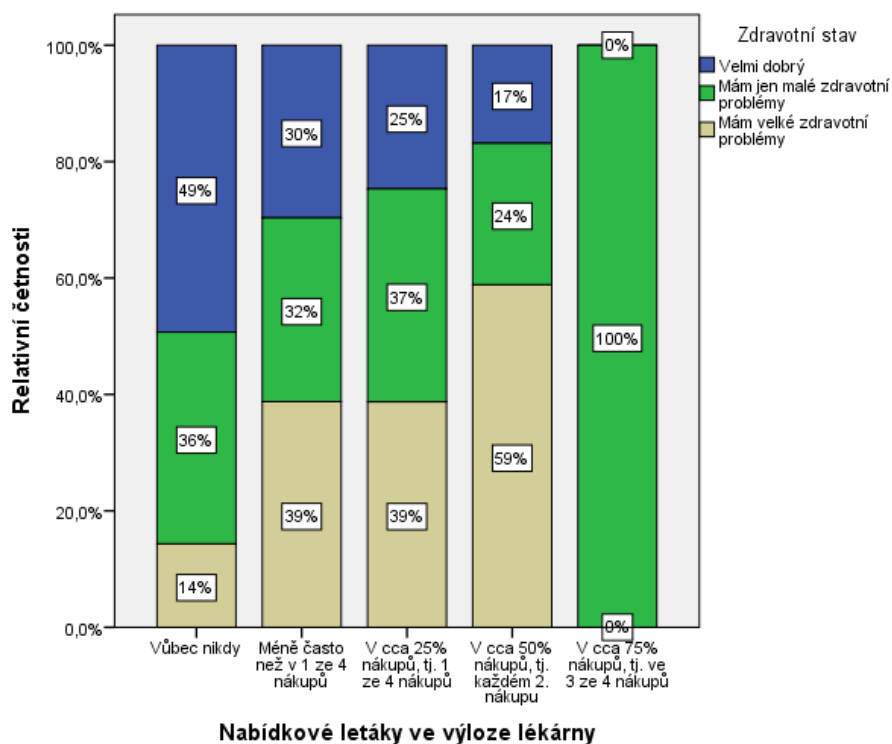
Nabídkové letáky v poštovních schránkách

Obr. 53: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Nabídkové letáky v poštovních schránkách“ podle zdravotního stavu



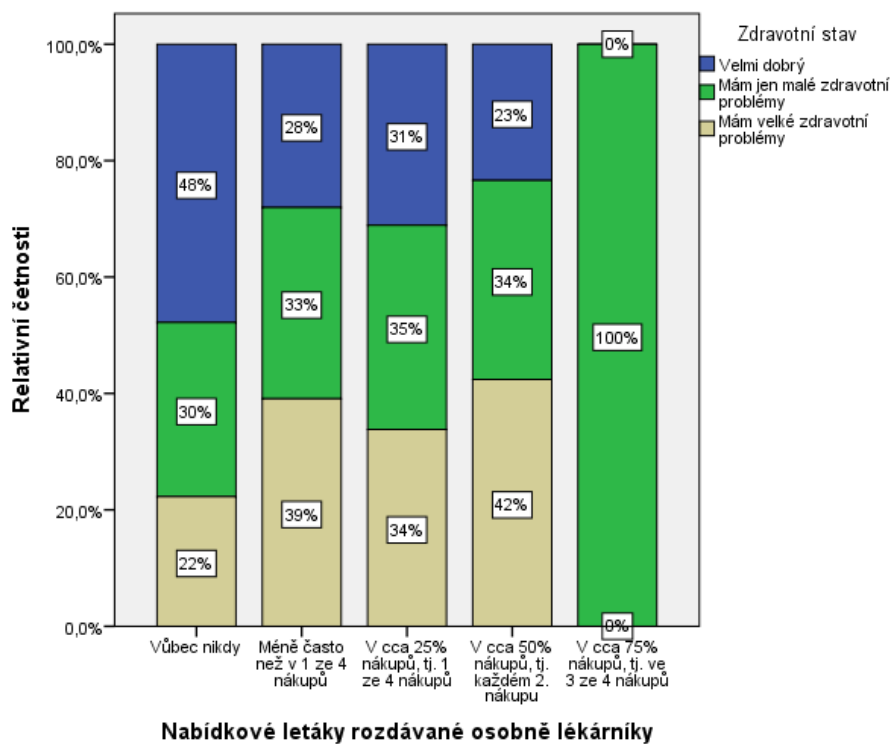
Nabídkové letáky na stojanech v lékárně

Obr. 54: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Nabídkové letáky na stojanech v lékárně“ podle zdravotního stavu



Nabídkové letáky ve výloze lékárny

Obr. 55: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Nabídkové letáky ve výloze lékárny“ podle zdravotního stavu



Nabídkové letáky rozdáváné osobně lékárníky

Obr. 56: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Nabídkové letáky rozdáváné osobně lékárníky“ podle zdravotního stavu

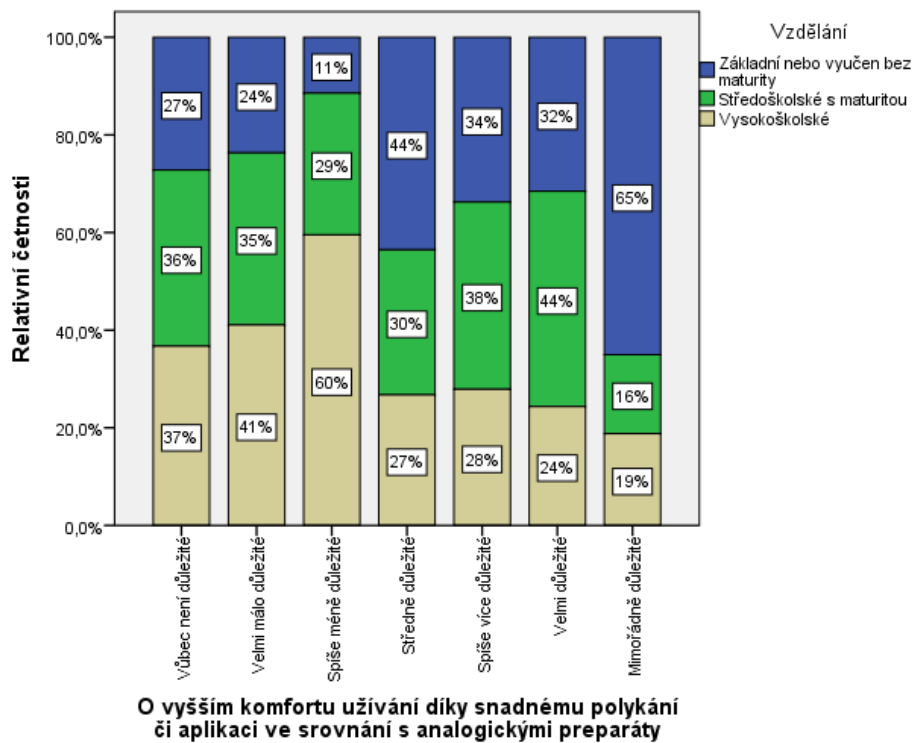
Tab. 5: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné důležitosti osmi nejdůležitějších způsobů získávání informací a rad o OTC lécích před jejich nákupem

Testované páry jednotlivých informací	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
O způsobu užívání léku - O indikaci léku	-3,329 ^b	,001
O účinnosti léku ve srovnání s jinými analogy- O indikaci léku	-3,257 ^c	,001
O bezpečnosti léku - O indikaci léku	-1,710 ^b	,087
O minimalizaci nežádoucích účinků ve srovnání s analogy - O indikaci léku	-1,041 ^c	,298
O snášenlivosti léku s jinými užívanými léky - O indikaci léku	-2,041 ^b	,041
O kontraindikacích léku - O indikaci léku	-3,553 ^b	,000
O jejich nežádoucích účincích - O indikaci léku	-3,395 ^b	,001
O účinnosti léku ve srovnání s jinými analogy- O způsobu užívání léku	-5,993 ^c	,000
O bezpečnosti léku - O způsobu užívání léku	-1,532 ^c	,126
O minimalizaci nežádoucích účinků ve srovnání s analogy - O způsobu užívání léku	-3,786 ^c	,000
O snášenlivosti léku s jinými užívanými léky - O způsobu užívání léku	-,777 ^c	,437
O kontraindikacích léku - O způsobu užívání léku	-,977 ^b	,328
O jejich nežádoucích účincích - O způsobu užívání léku	-,495 ^b	,621
O bezpečnosti léku - O účinnosti léku ve srovnání s jinými analogy	-4,957 ^b	,000
O minimalizaci nežádoucích účinků ve srovnání s analogy - O účinnosti léku ve srovnání s jinými analogy	-2,165 ^b	,030
O snášenlivosti léku s jinými užívanými léky - O účinnosti léku ve srovnání s jinými analogy	-4,178 ^b	,000
O kontraindikacích léku - O účinnosti léku ve srovnání s jinými analogy	-6,386 ^b	,000
O jejich nežádoucích účincích - O účinnosti léku ve srovnání s jinými analogy	-6,344 ^b	,000
O minimalizaci nežádoucích účinků ve srovnání s analogy - O bezpečnosti léku	-2,963 ^c	,003
O snášenlivosti léku s jinými užívanými léky - O bezpečnosti léku	-,592 ^b	,554
O kontraindikacích léku - O bezpečnosti léku	-3,352 ^b	,001
O jejich nežádoucích účincích - O bezpečnosti léku	-2,492 ^b	,013
O snášenlivosti léku s jinými užívanými léky - O minimalizaci nežádoucích účinků ve srovnání s analogy	-2,971 ^b	,003
O kontraindikacích léku - O minimalizaci nežádoucích účinků ve srovnání s analogy	-4,931 ^b	,000
O jejich nežádoucích účincích - O minimalizaci nežádoucích účinků ve srovnání s analogy	-4,676 ^b	,000
O kontraindikacích léku - O snášenlivosti léku s jinými užívanými léky	-3,151 ^b	,002
O jejich nežádoucích účincích - O snášenlivosti léku s jinými užívanými léky	-2,639 ^b	,008
O jejich nežádoucích účincích - O kontraindikacích léku	-,743 ^c	,457

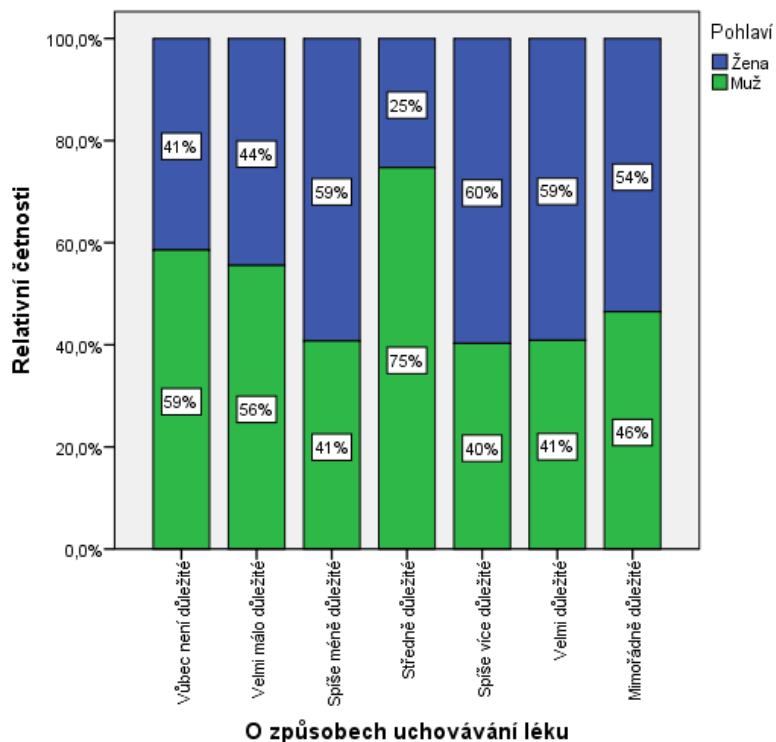
a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on negative ranks.

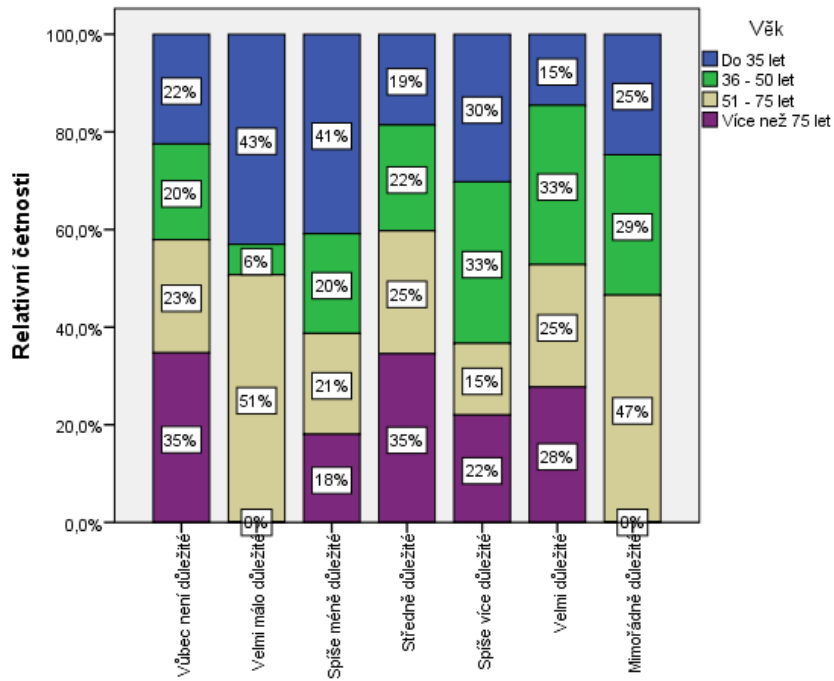
c. Based on positive ranks.



Obr. 57: Vnímání důležitosti informace „O vyšším komfortu užívání díky snadnému polykání či aplikaci ve srovnání s analogickými preparáty“ podle vzdělání

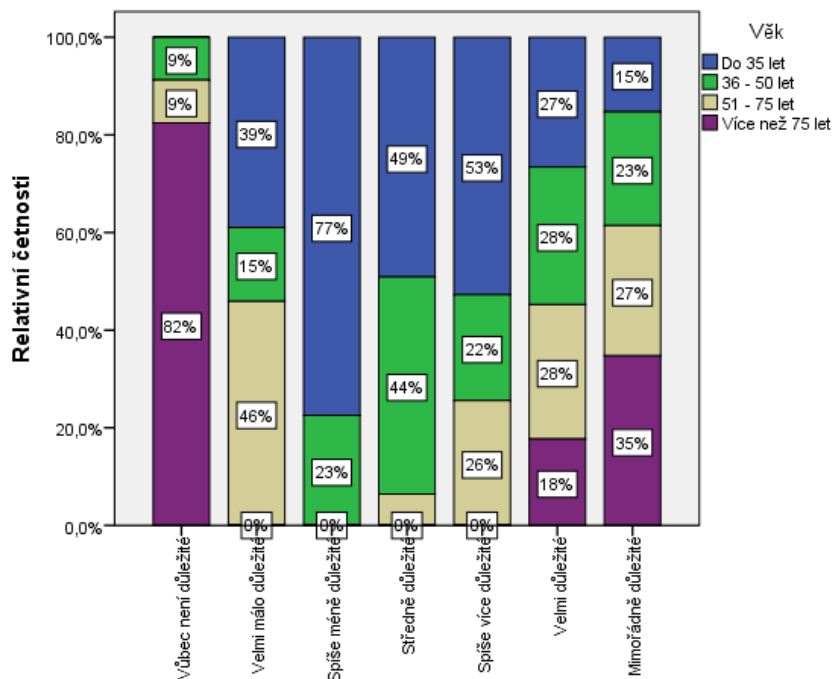


Obr. 58: Vnímání důležitosti informace „O způsobech uchování léku“ podle pohlaví



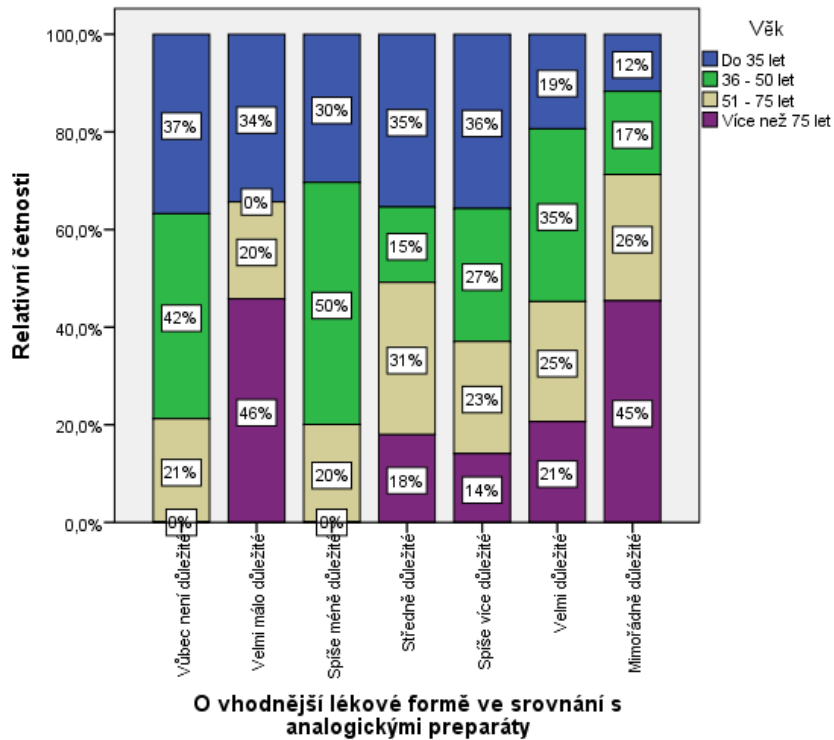
O vyšším komfortu užívání díky snadnému polykání či aplikaci ve srovnání s analogickými preparáty

Obr. 59: Vnímání důležitosti informace „O vyšším komfortu užívání díky snadnému polykání či aplikaci ve srovnání s analogickými preparáty“ podle věku

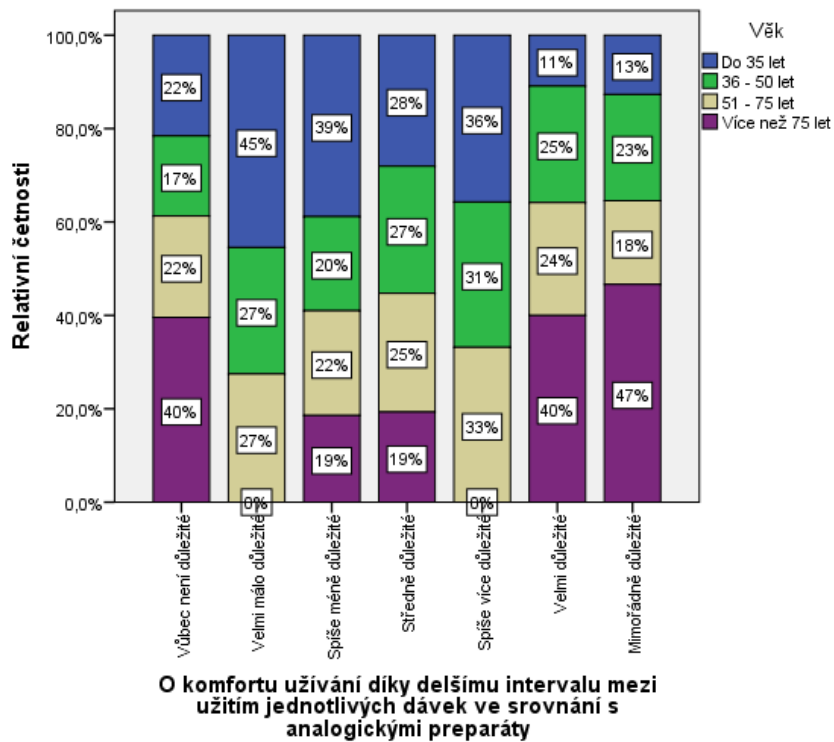


O kontraindikacích léku (při jakých nemocech nelze užívat)

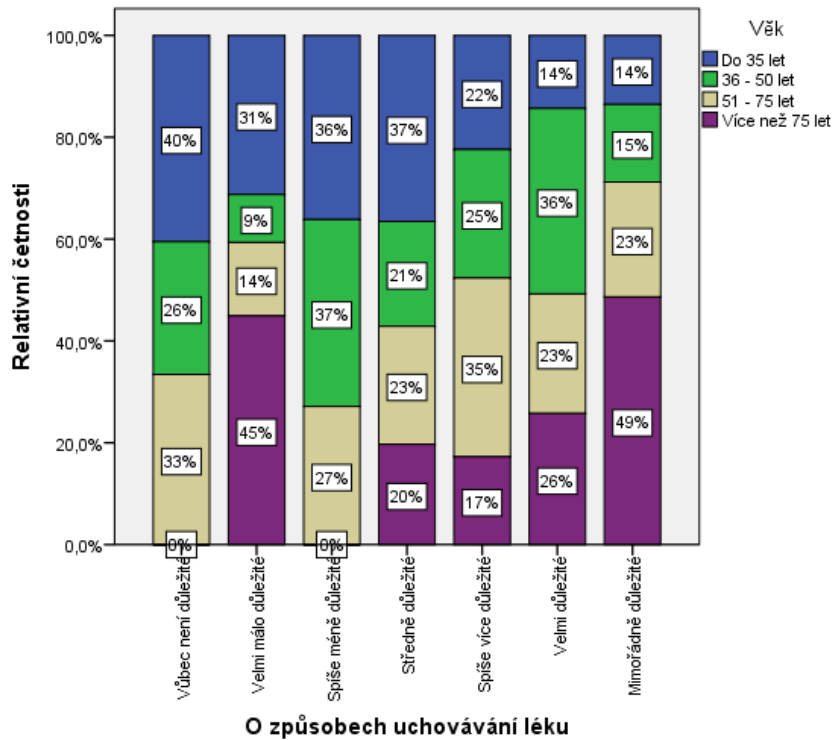
Obr. 60: Vnímání důležitosti informace „O kontraindikacích léku“ podle věku



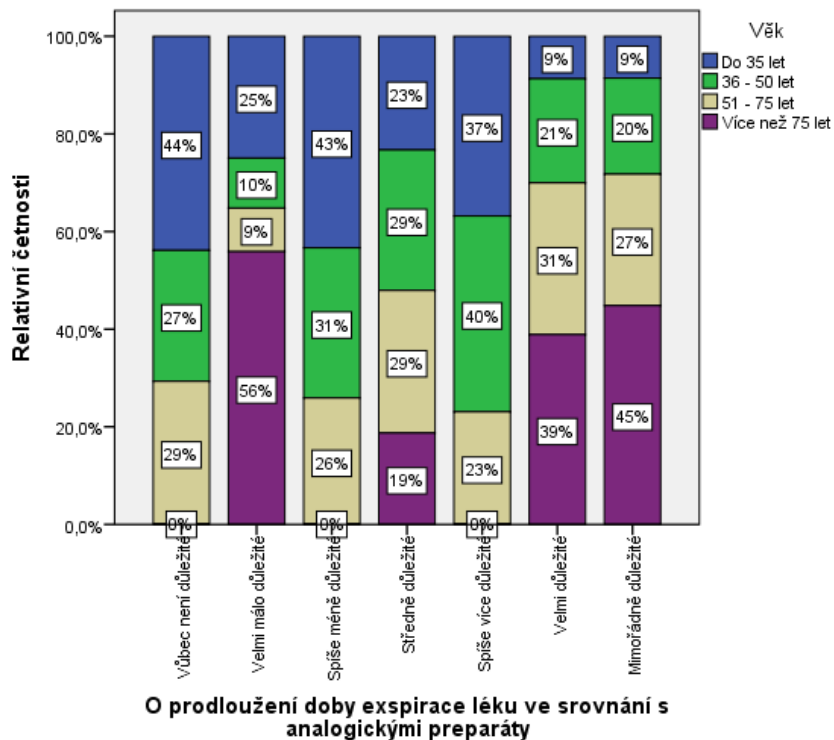
Obr. 61: Vnímání důležitosti informace „O vhodnější lékové formě ve srovnání s analogickými preparáty“ podle věku



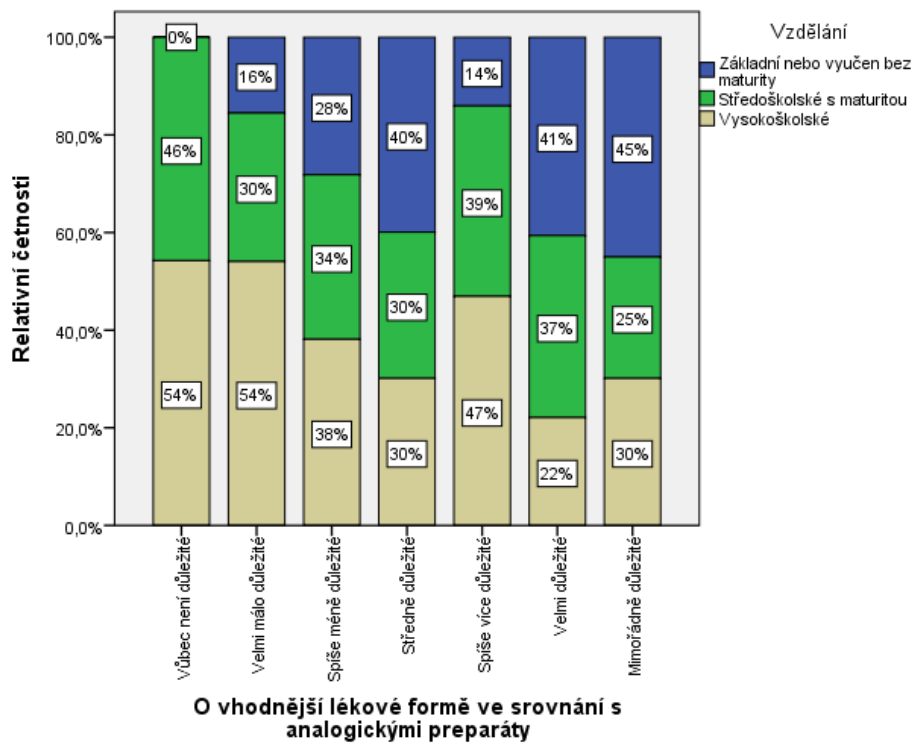
Obr. 62: Vnímání důležitosti informace „O komfortu užívání díky delšímu intervalu mezi užitím jednotlivých dávek ve srovnání s analogickými preparáty“ podle věku



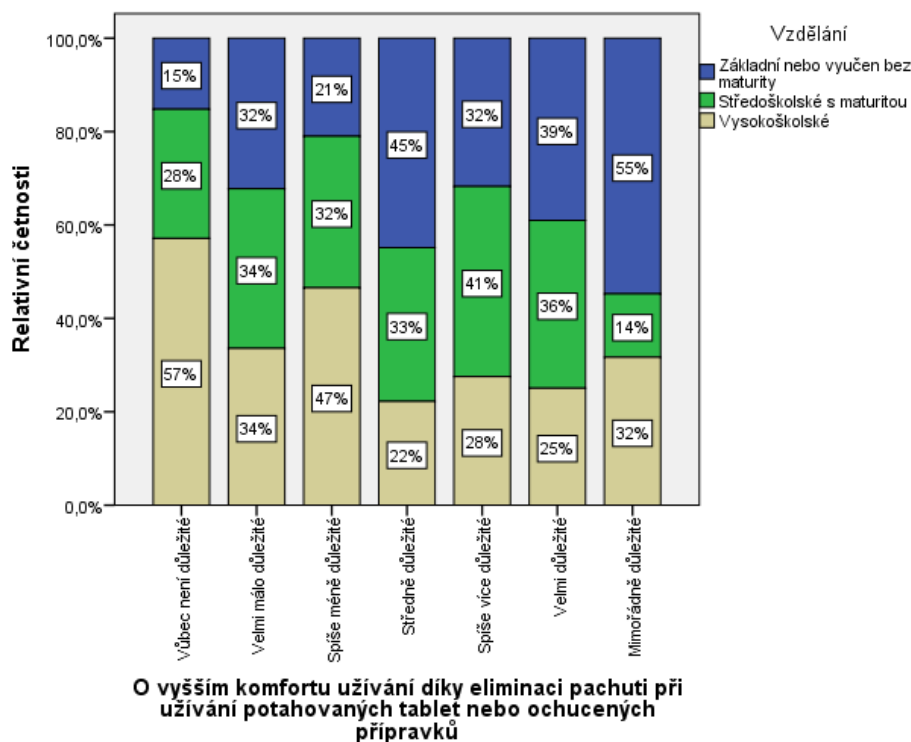
Obr. 63: Vnímání důležitosti informace „O způsobech uchování léku“ podle věku



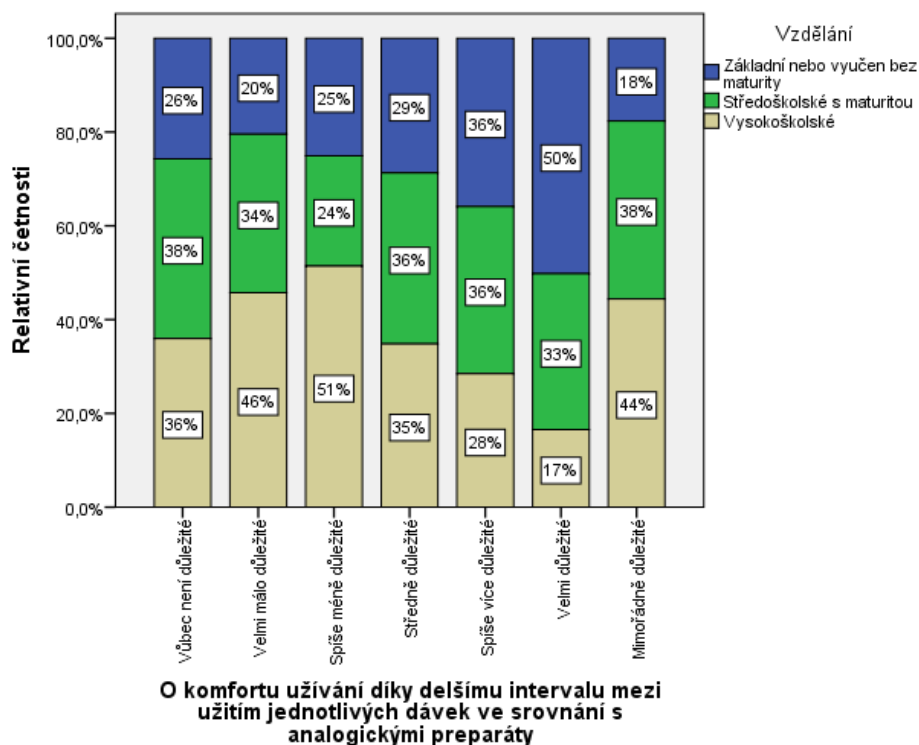
Obr. 64: Vnímání důležitosti informace „O prodloužení doby expirace léku ve srovnání s analogickými preparáty“ podle věku



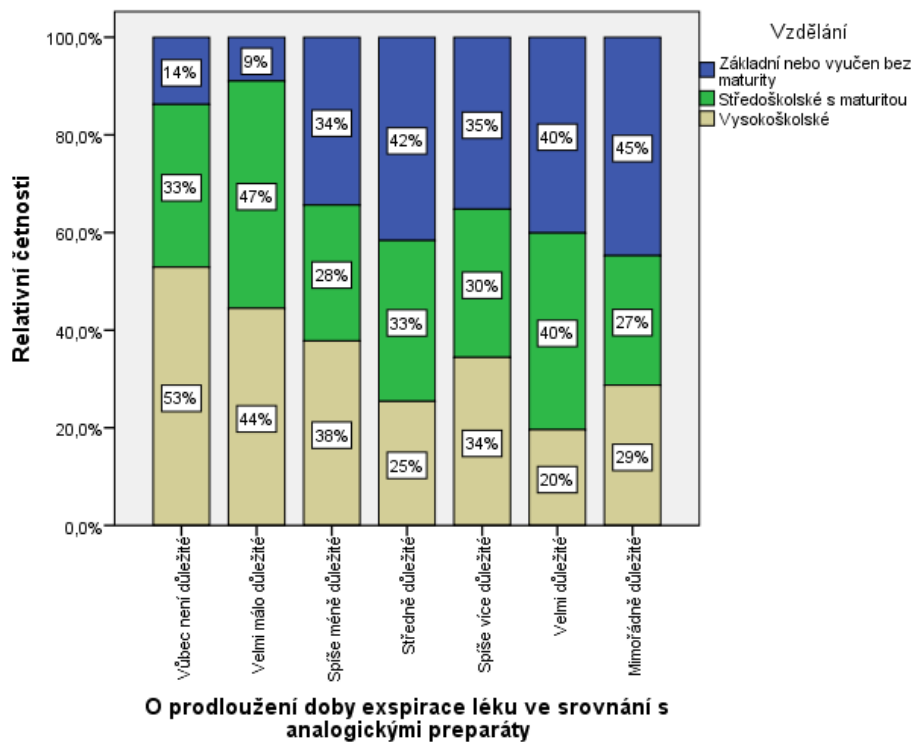
Obr. 65: Vnímání důležitosti informace „O vhodnější lékové formě ve srovnání s analogickými preparáty“ podle vzdělání



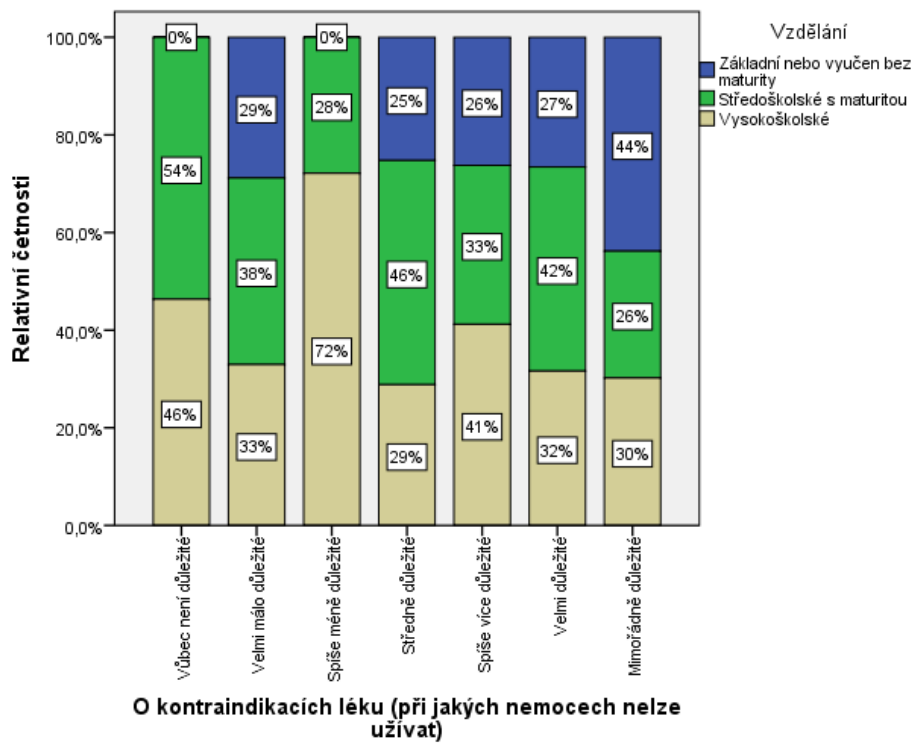
Obr. 66: Vnímání důležitosti informace „O vyšším komfortu užívání díky eliminaci pachu při užívání potahovaných tablet nebo ochucených přípravků“ podle vzdělání



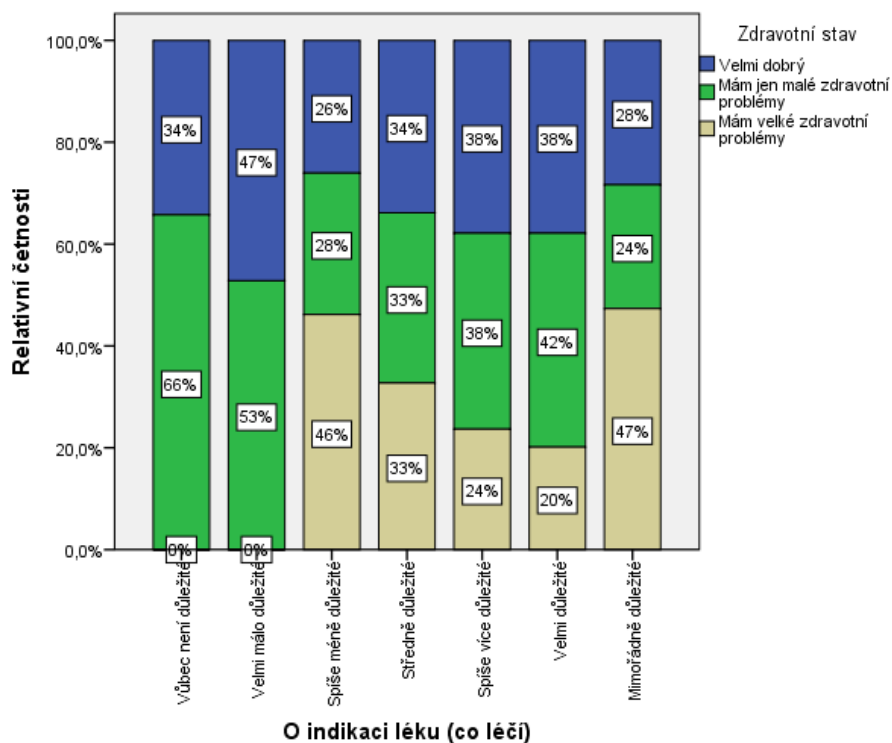
Obr. 67: Vnímání důležitosti informace „O vyšším komfortu užívání díky delšímu intervalu mezi užitím jednotlivých dávek ve srovnání s analogickými preparáty“ podle vzdělání



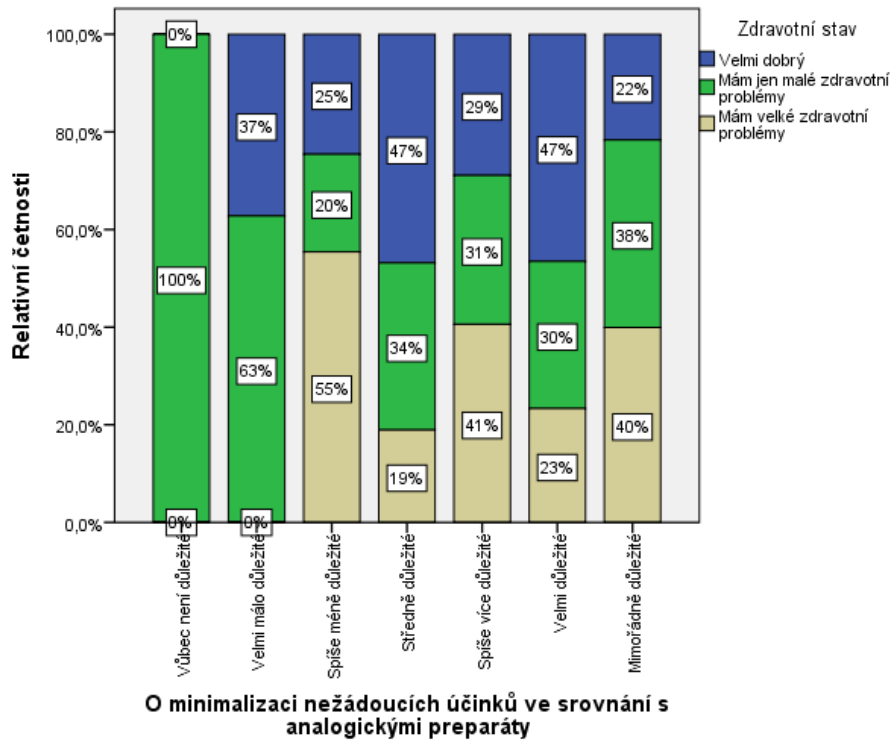
Obr. 68: Vnímání důležitosti informace „O prodloužení doby expirace léku ve srovnání s analogickými preparáty“ podle vzdělání



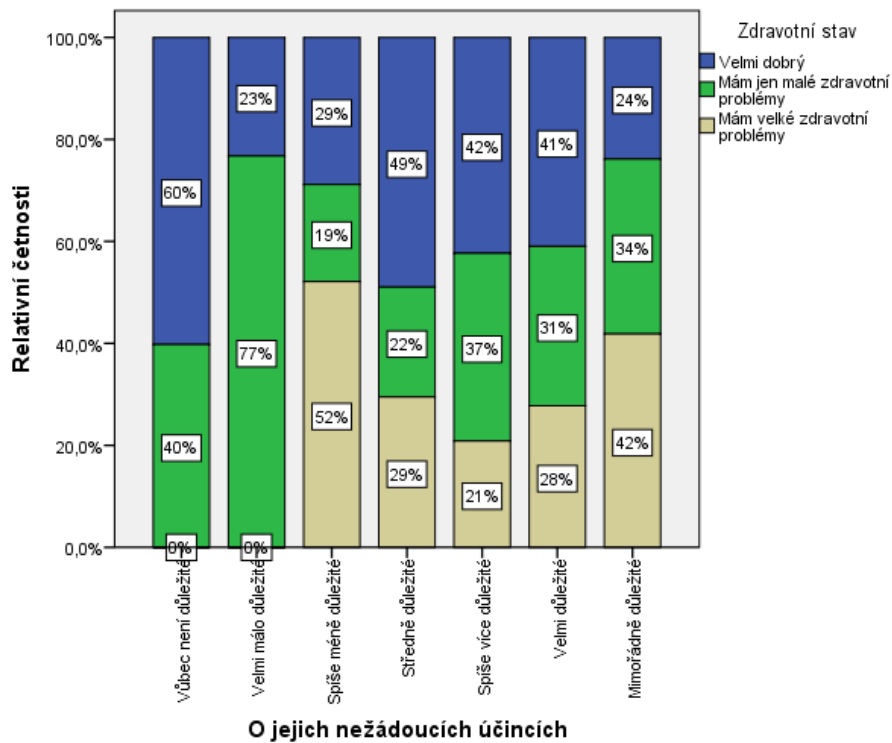
Obr. 69: Vnímání důležitosti informace „O kontraindikacích léku“ podle vzdělání



Obr. 70: Vnímání důležitosti informace „O indikaci léku“ podle zdravotního stavu



Obr. 71: Vnímání důležitosti informace „O minimalizaci nežádoucích účinků ve srovnání s analogickými preparáty“ podle zdravotního stavu



Obr. 72: Vnímání důležitosti informace „O jejich nežádoucích účincích“ podle zdravotního stavu

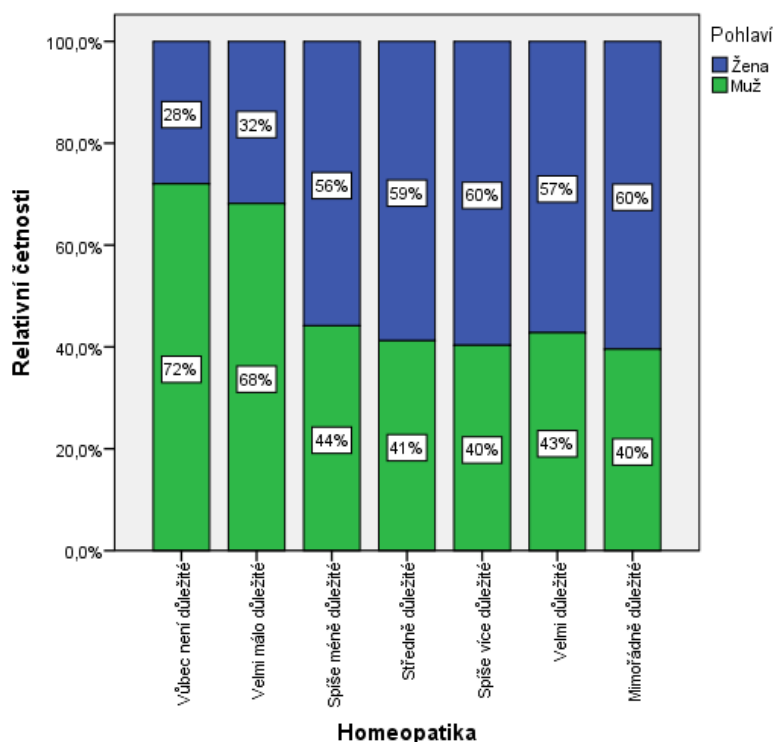
Tab. 6: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné důležitosti jednotlivých druhů osobního poradenství při opakovaném nákupu

Testované páry druhů osobního poradenství	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
Přírodní léčiva - Běžné volně prodejné léky	-6,709 ^b	,000
Homeopatika - Běžné volně prodejné léky	-8,703 ^b	,000
Doplňky stravy - Běžné volně prodejné léky	-9,099 ^b	,000
Zdravotnické potřeby (obvazy, pomůcky) - Běžné volně prodejné léky	-8,610 ^b	,000
Homeopatika - Přírodní léčiva	-1,524 ^b	,127
Doplňky stravy - Přírodní léčiva	-2,952 ^b	,003
Zdravotnické potřeby (obvazy, pomůcky) - Přírodní léčiva	-2,477 ^b	,013
Doplňky stravy - Homeopatika	-1,337 ^b	,181
Zdravotnické potřeby (obvazy, pomůcky) - Homeopatika	-1,108 ^b	,268
Zdravotnické potřeby (obvazy, pomůcky) - Doplnky stravy	-,151 ^c	,880

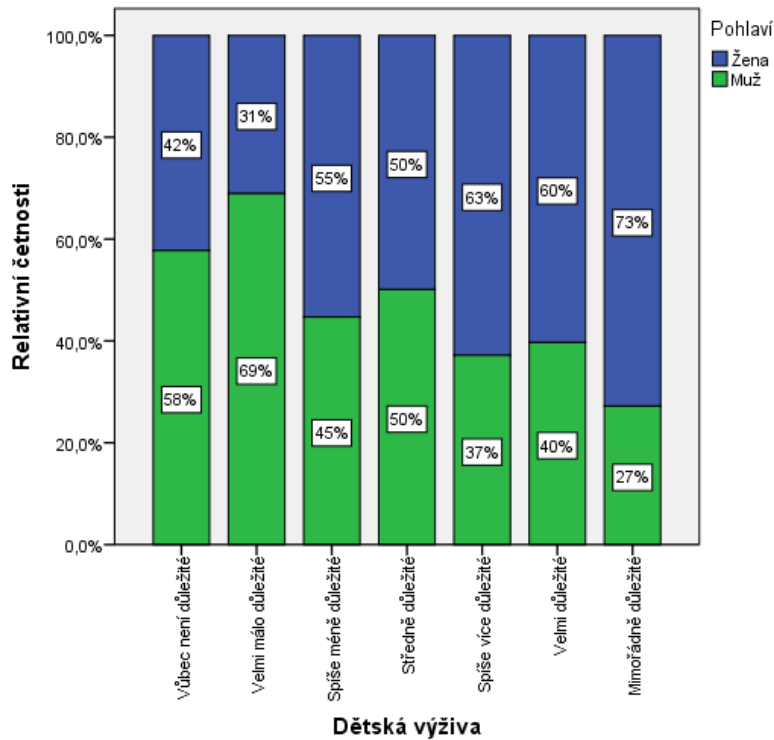
a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on positive ranks.

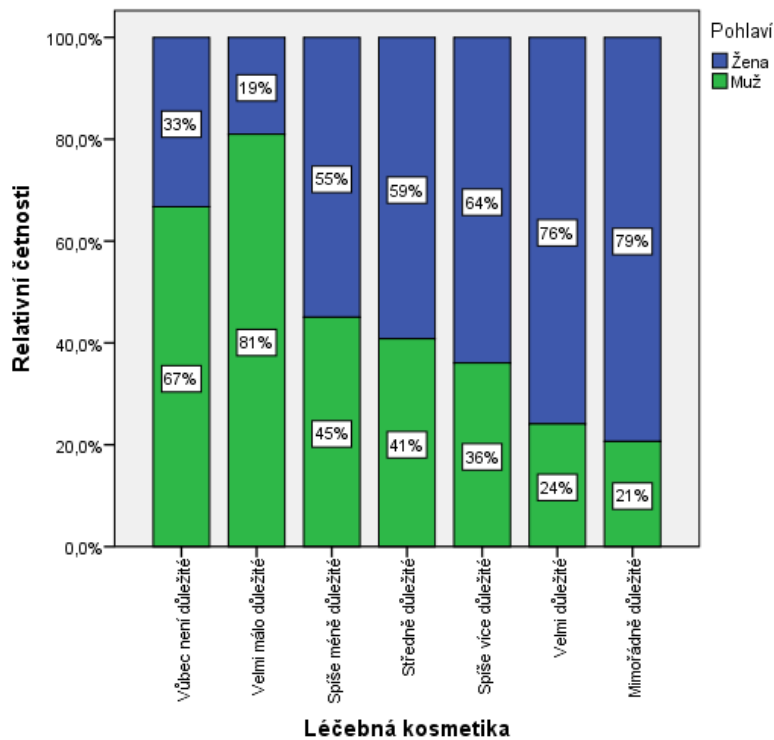
c. Based on negative ranks.



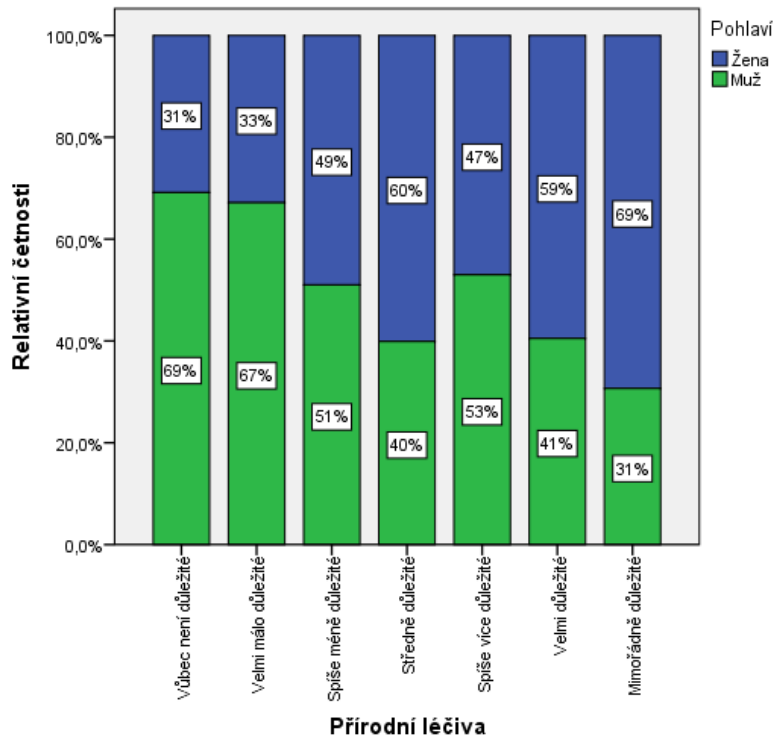
Obr. 73: Vnímání důležitosti poradenství „Homeopatika“ podle pohlaví



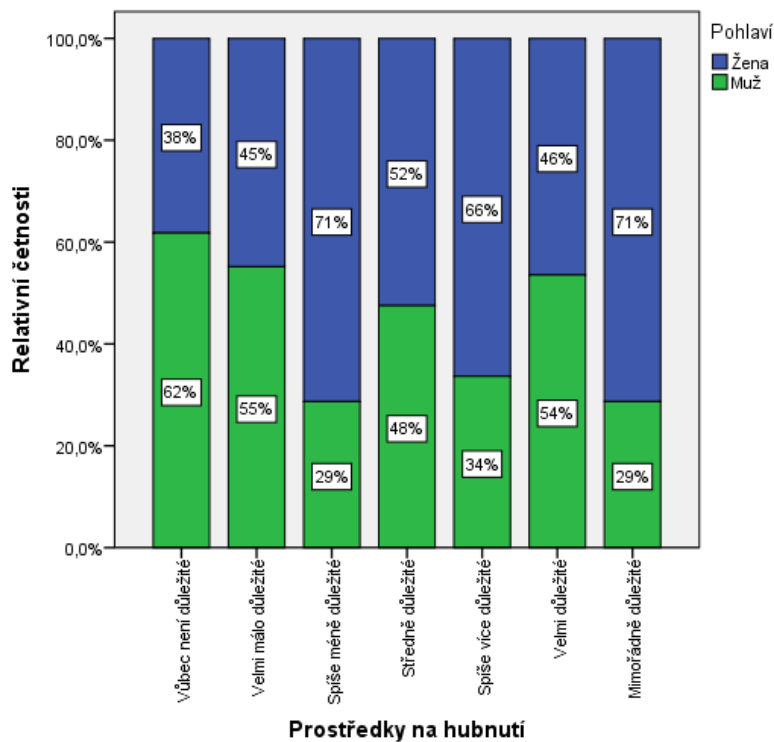
Obr. 74: Vnímání důležitosti poradenství „Dětská výživa“ podle pohlaví



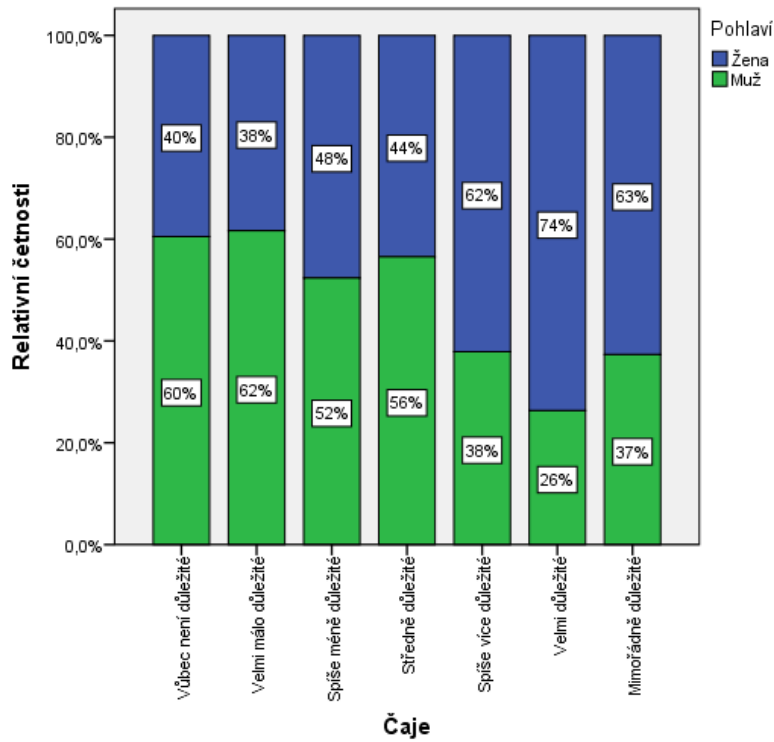
Obr. 75: Vnímání důležitosti poradenství „Léčebná kosmetika“ podle pohlaví



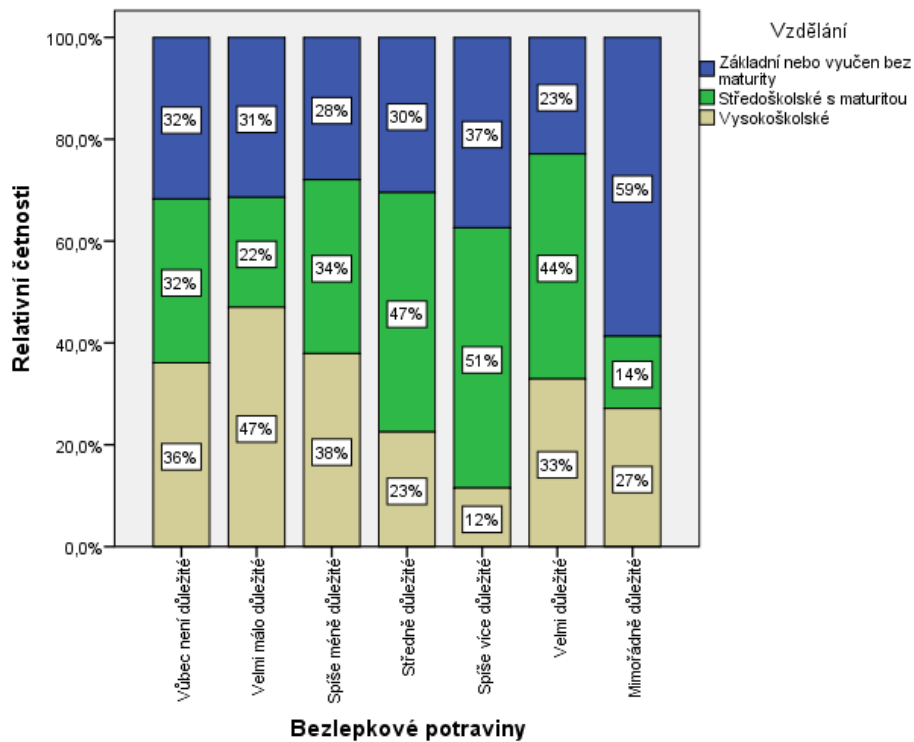
Obr. 76: Vnímání důležitosti poradenství „Přírodní léčiva“ podle pohlaví



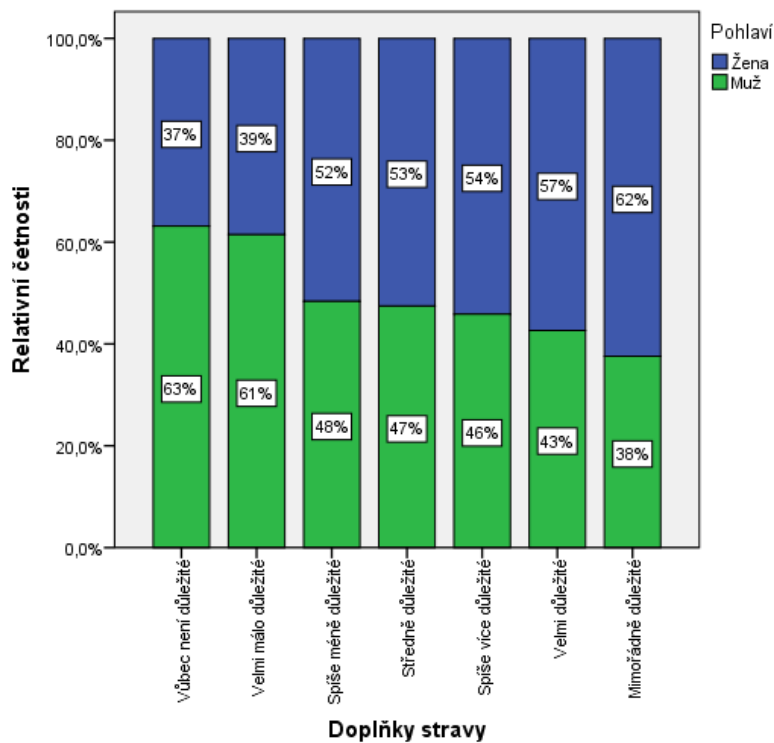
Obr. 77: Vnímání důležitosti poradenství „Prostředky na hubnutí“ podle pohlaví



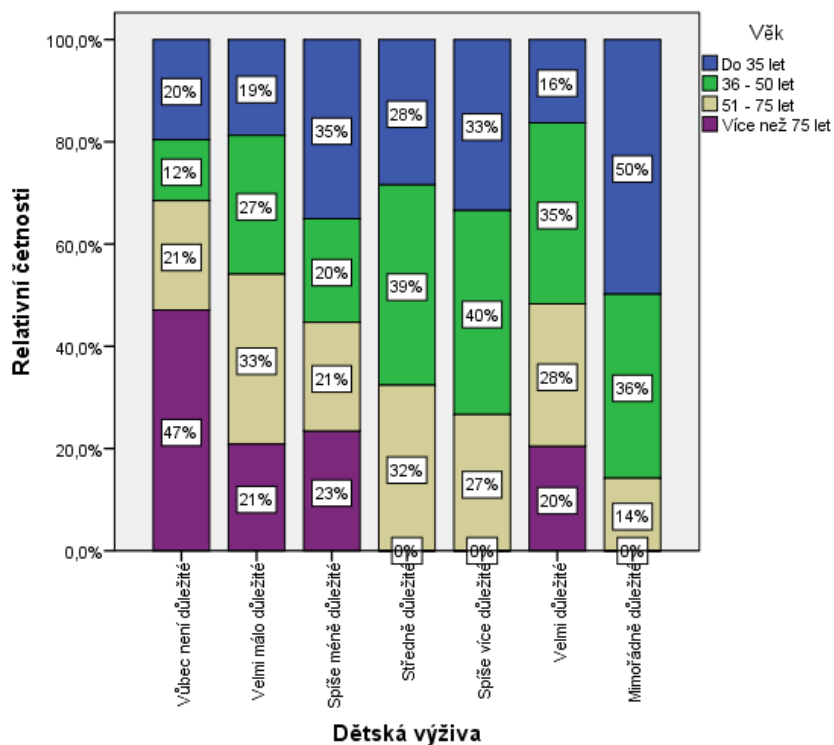
Obr. 78: Vnímání důležitosti poradenství „Čaje“ podle pohlaví



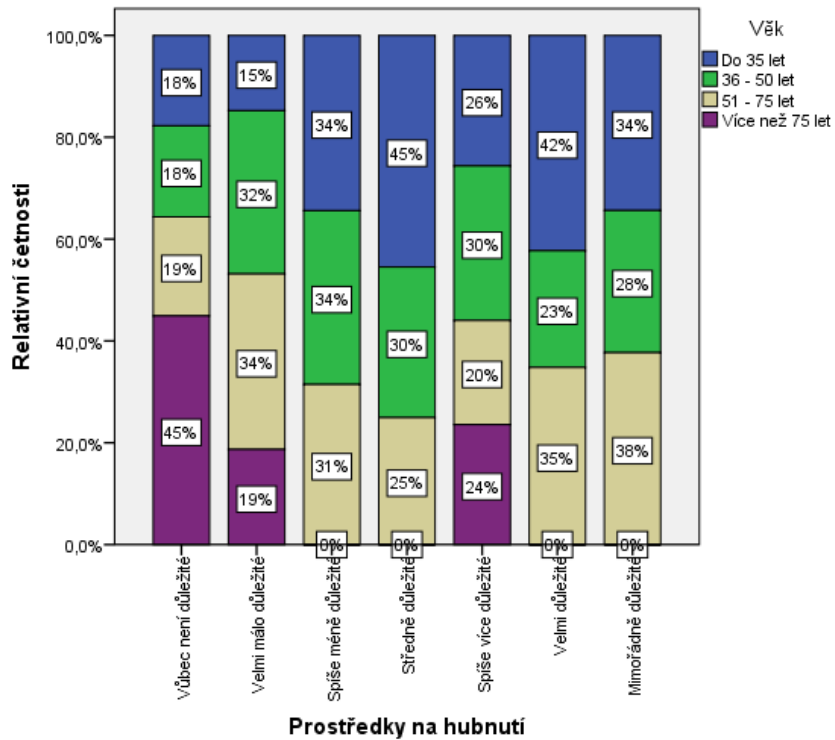
Obr. 79: Vnímání důležitosti poradenství „Bezpečkové potraviny“ podle vzdělání



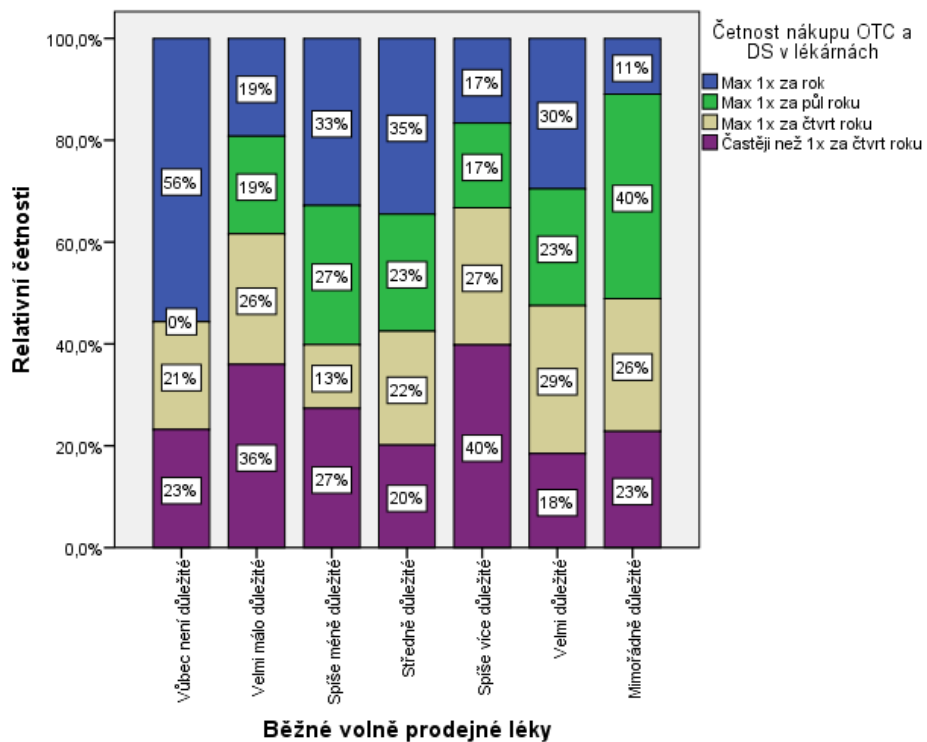
Obr. 80: Vnímání důležitosti poradenství „Doplňky stravy“ podle pohlaví



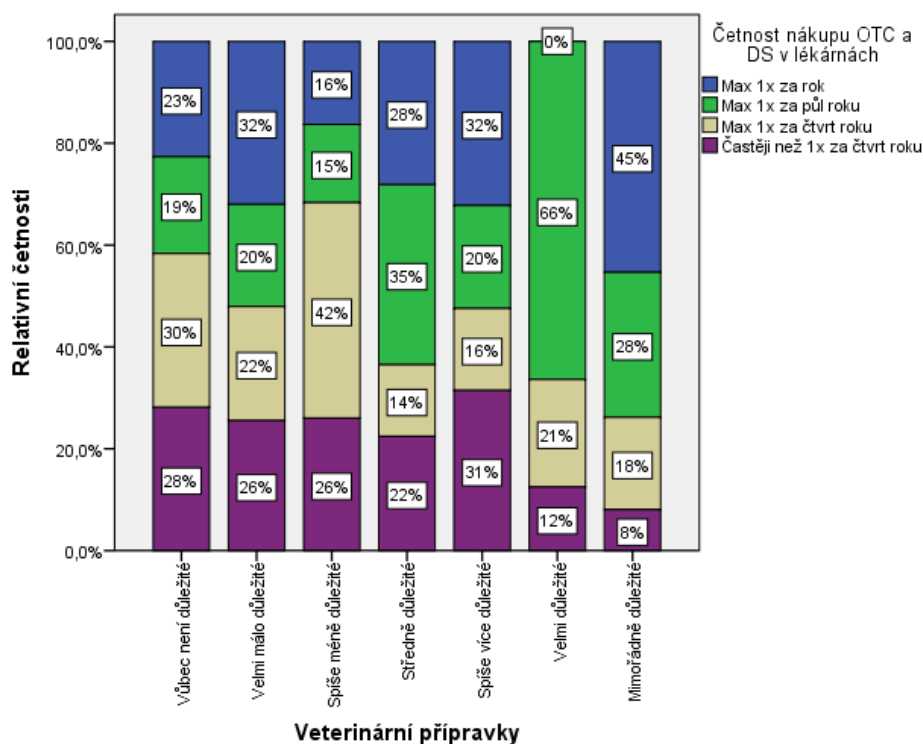
Obr. 81: Vnímání důležitosti poradenství „Dětská výživa“ podle věku



Obr. 82: Vnímání důležitosti poradenství „Prostředky na hubnutí“ podle věku



Obr. 83: Vnímání důležitosti poradenství „Běžné volně prodejné léky“ podle četnosti nákupu



Obr. 84: Vnímání důležitosti poradenství „Veterinární přípravky“ podle četnosti nákupu

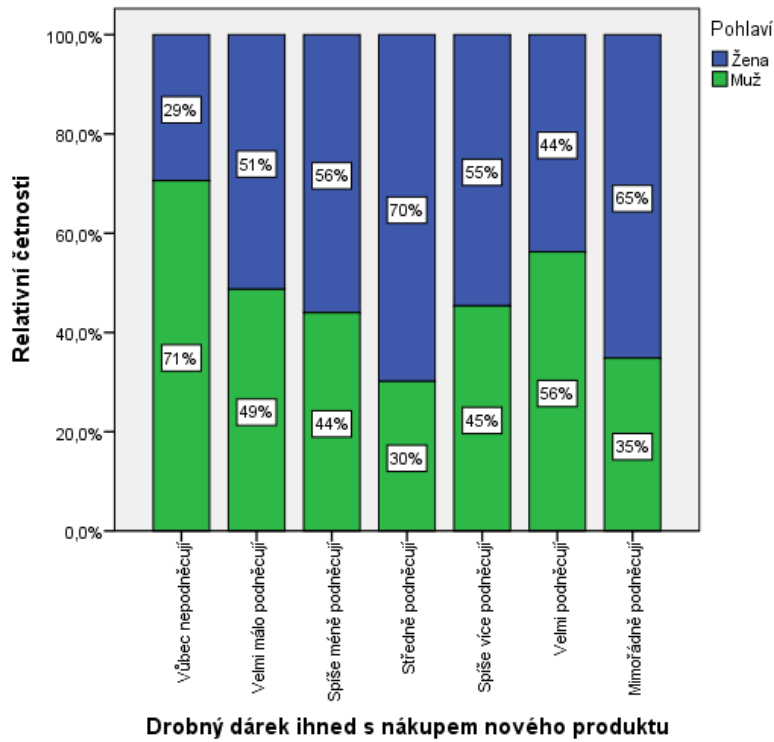
Tab. 7: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné podnětnosti jednotlivých forem podpory prodeje při nákupu nového OTC léku

Testované páry forem podpory prodeje	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
Sleva při nákupu většího balení - Vzorek zdarma	-,861 ^b	,389
Slevy ve formě odpuštění 30 Kč poplatku - Vzorek zdarma	-1,400 ^c	,162
Termínované slevy (akce) - Vzorek zdarma	-3,536 ^c	,000
Slevy ve formě odpuštění 30 Kč poplatku - Sleva při nákupu většího balení	-2,413 ^c	,016
Termínované slevy (akce) - Sleva při nákupu většího balení	-4,884 ^c	,000
Termínované slevy (akce) - Slevy ve formě odpuštění 30 Kč poplatku	-2,361 ^c	,018

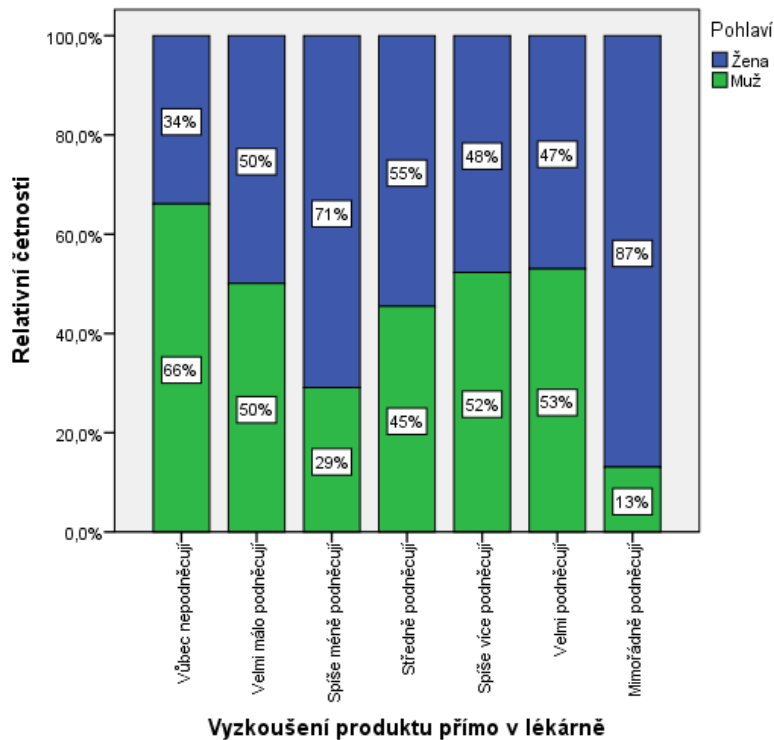
a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on negative ranks.

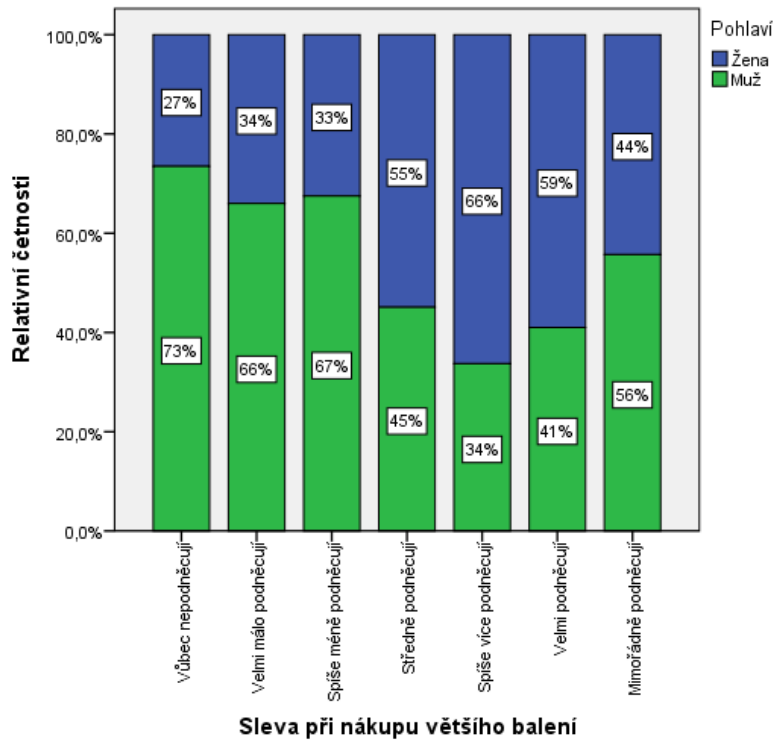
c. Based on positive ranks.



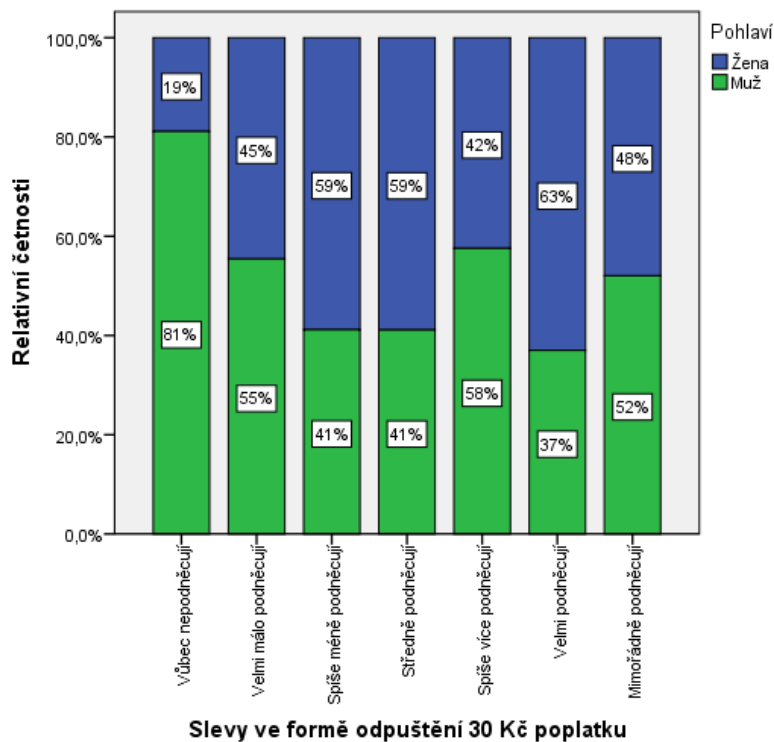
Obr. 85: Podnětnost podpory prodeje „Drobný dárek ihned s nákupem nového produktu“ podle pohlaví



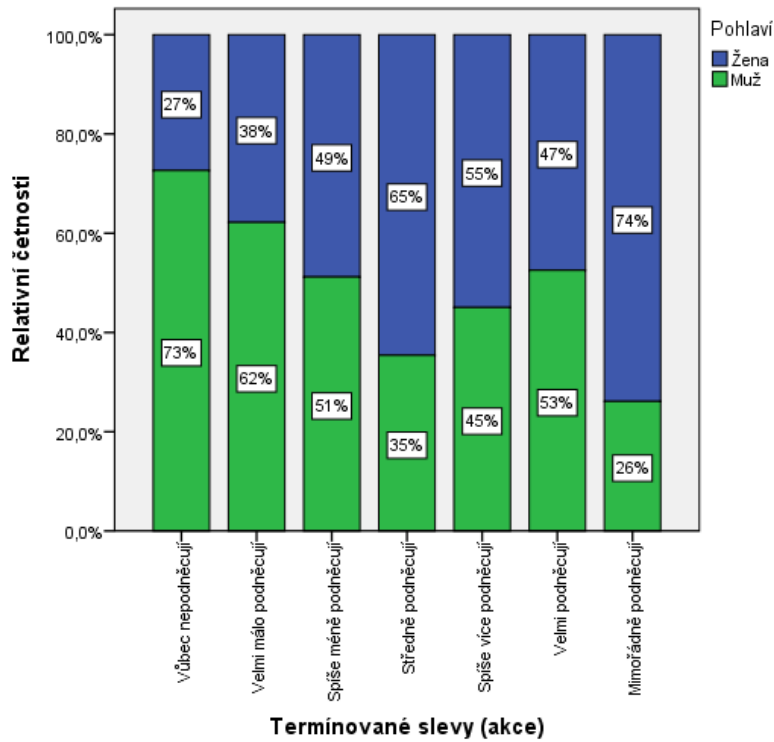
Obr. 86: Podnětnost podpory prodeje „Vyzkoušení produktu přímo v lékárně“ podle pohlaví



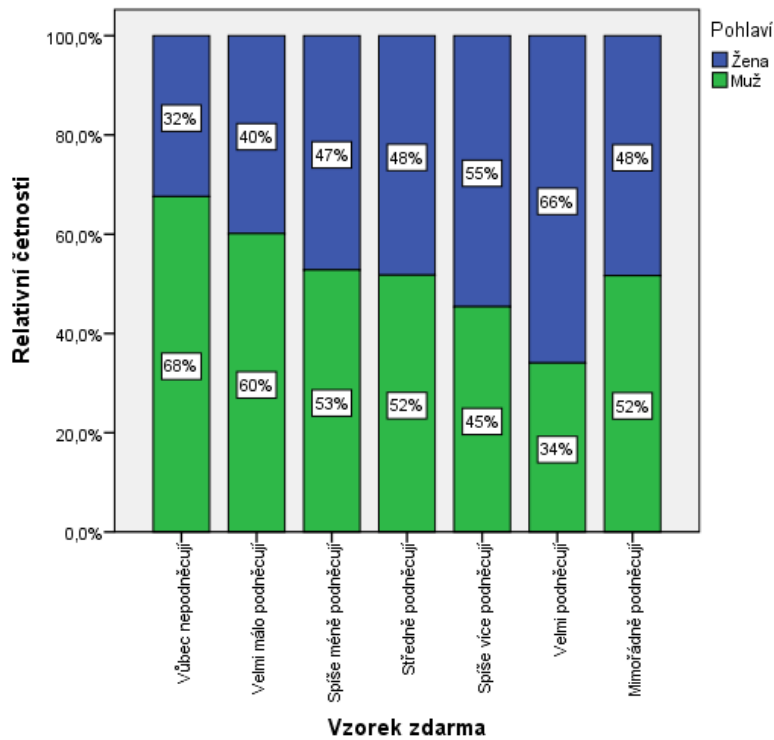
Obr. 87: Podnětnost podpory prodeje „Sleva při nákupu většího balení“ podle pohlaví



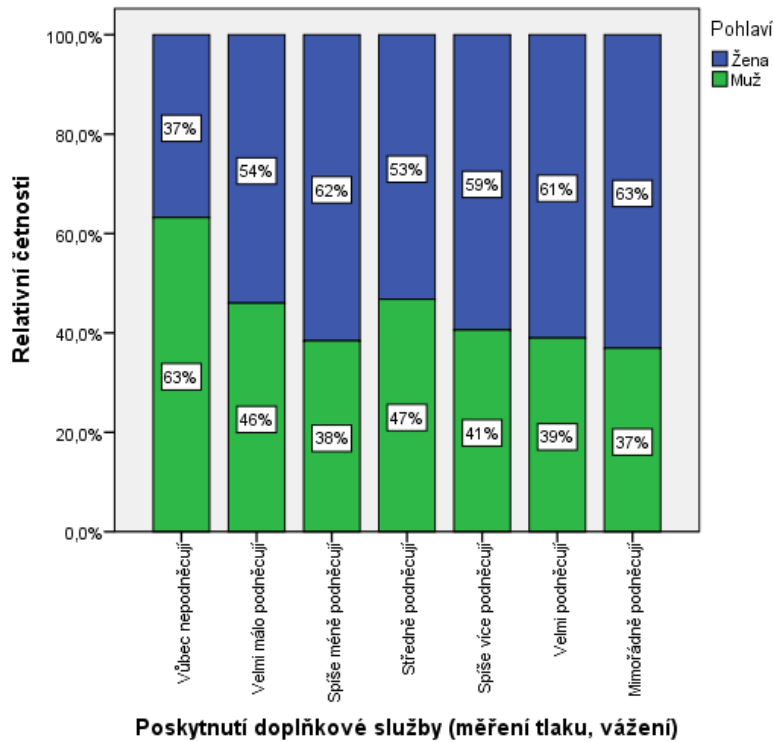
Obr. 88: Podnětnost podpory prodeje „Slevy ve formě odpuštění 30 Kč poplatku“ podle pohlaví



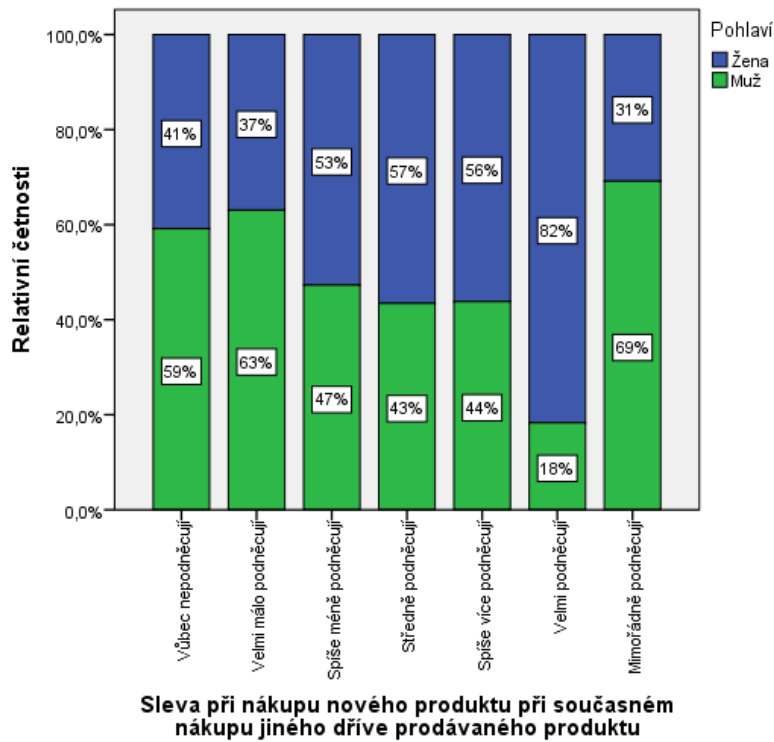
Obr. 89: Podnětnost podpory prodeje „Termínované slevy“ podle pohlaví



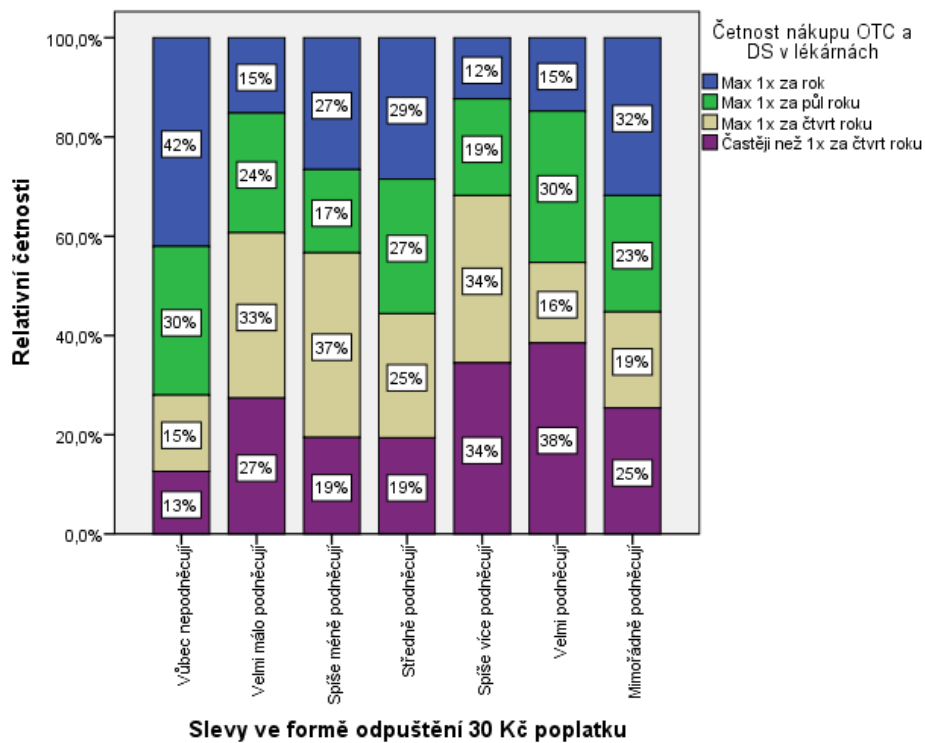
Obr. 90: Podnětnost podpory prodeje „Vzorek zdarma“ podle pohlaví



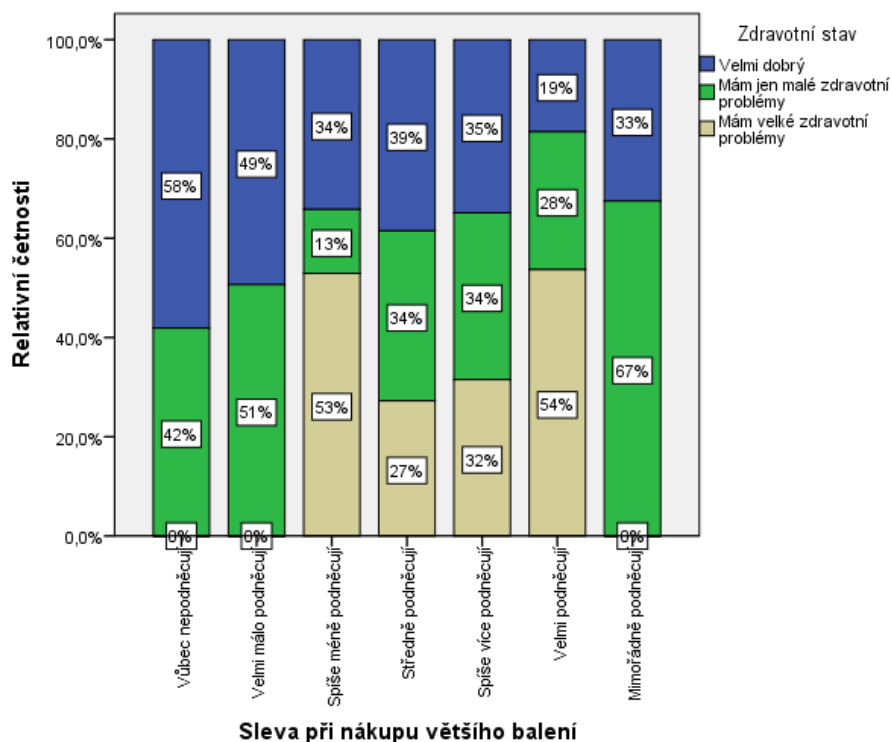
Obr. 91: Podnětnost podpory prodeje „Poskytnutí doplňkové služby“ podle pohlaví



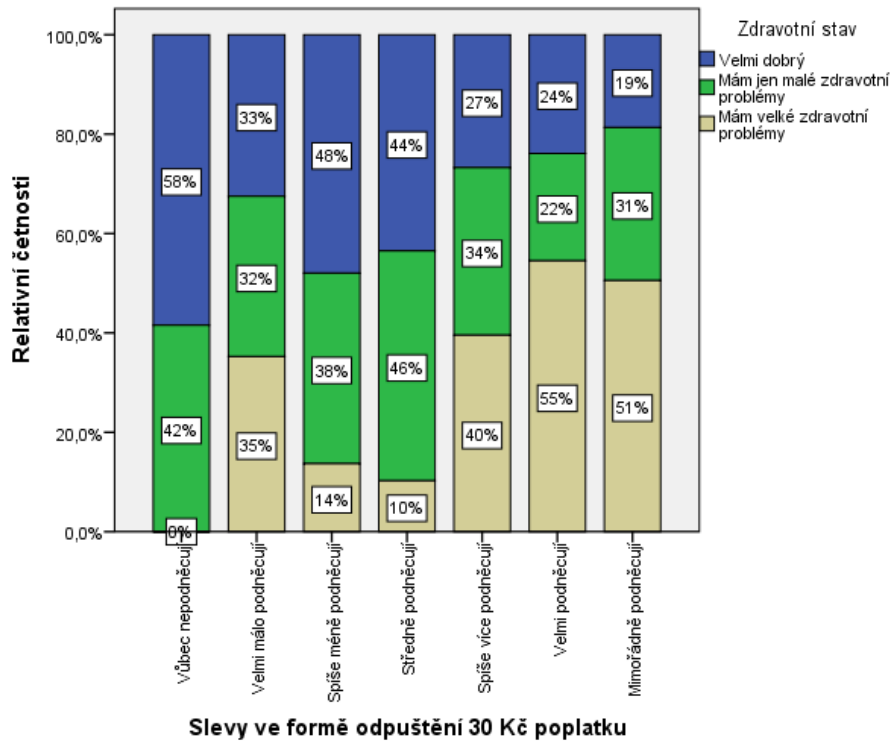
Obr. 92: Podnětnost podpory prodeje „Sleva při nákupu nového produktu při současném nákupu jiného dříve prodáváného produktu“ podle pohlaví



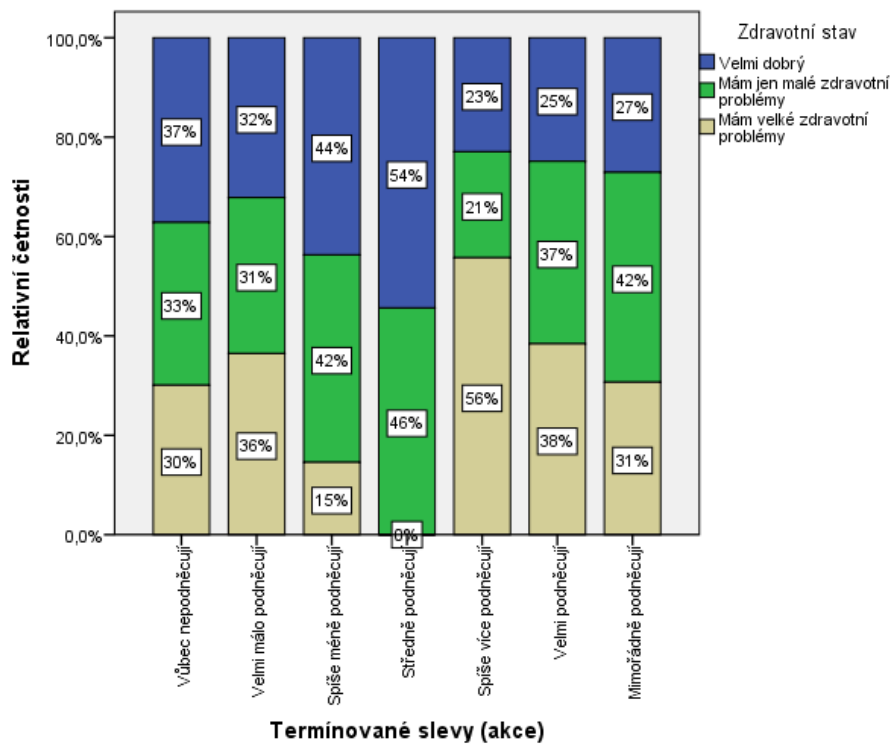
Obr. 93: Podnětnost podpory prodeje „Slevy ve formě odpuštění 30 Kč poplatku“ podle četnosti nákupu



Obr. 94: Podnětnost podpory prodeje „Slevy při nákupu většího balení“ podle zdravotního stavu



Obr. 95: Podnětnost podpory prodeje „Slevy ve formě odpuštění 30 Kč poplatku“ podle zdravotního stavu



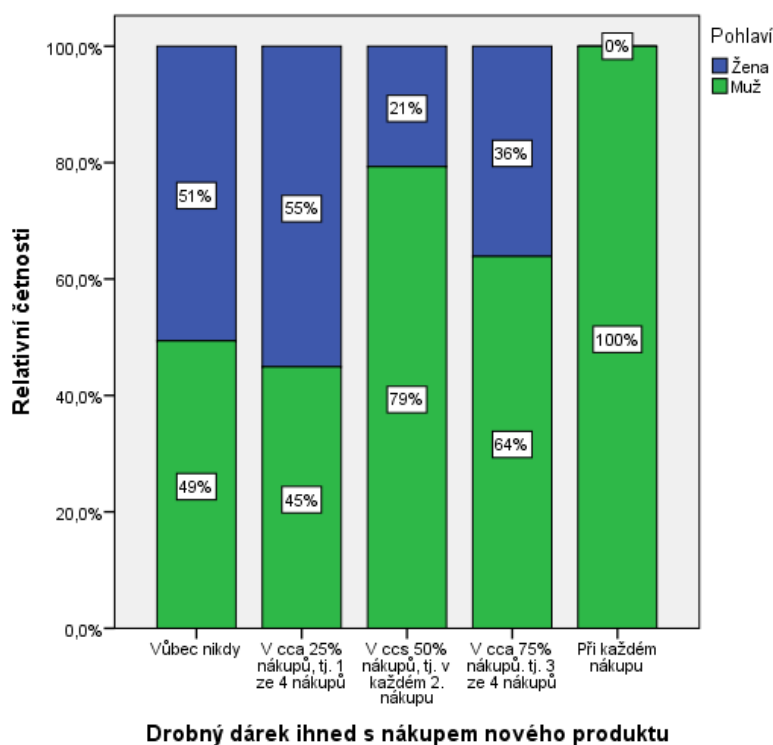
Obr. 96: Podnětnost podpory prodeje „Terminované slevy“ podle zdravotního stavu

Tab. 8: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné četnosti forem podpory prodeje při nákupu OTC léků

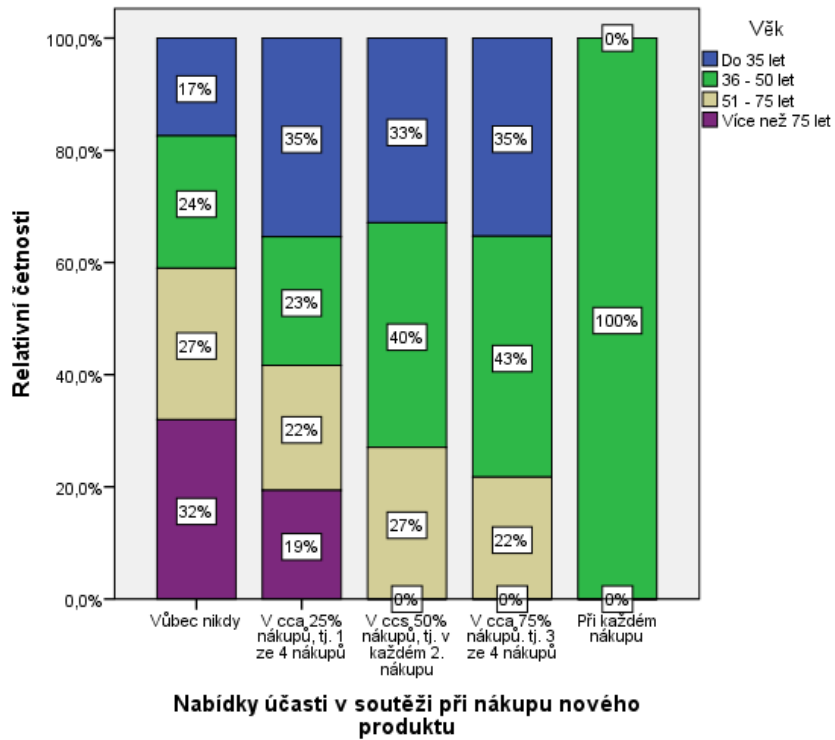
Testované páry forem podpory prodeje	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
Slevy ve formě odpuštění 30 Kč poplatku - Sleva při nákupu většího balení	-1,169 ^b	,242
Termínované slevy (akce) - Sleva při nákupu většího balení	-3,541 ^b	,000
Termínované slevy (akce) - Slevy ve formě odpuštění 30 Kč poplatku	-1,060 ^b	,289

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

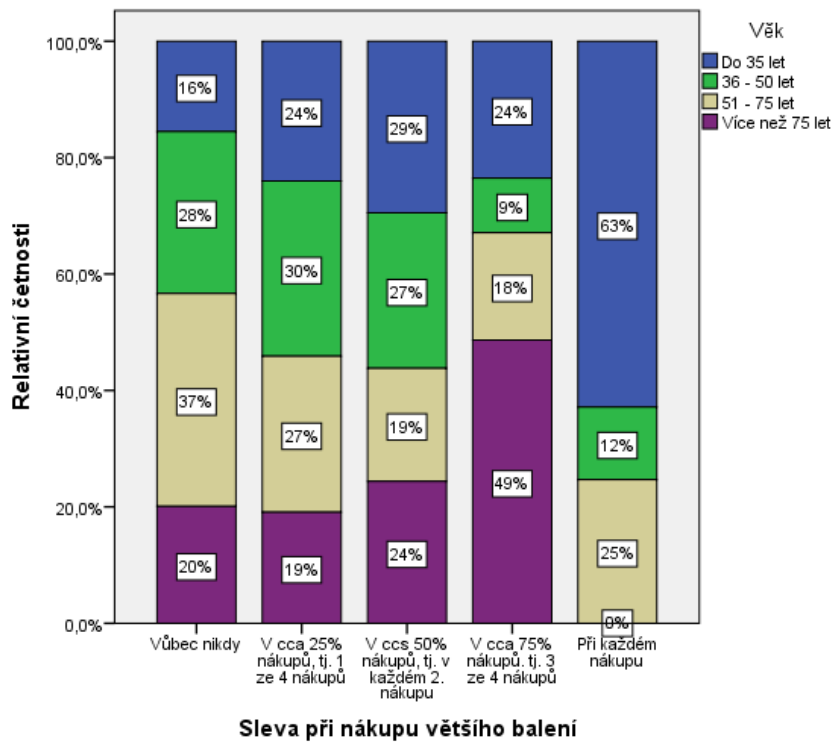
b. Based on positive ranks.



Obr. 97: Četnost podpory prodeje „Drobný dárek ihned s nákupem nového produktu“ podle pohlaví



Obr. 98: Četnost podpory prodeje „Nabídka účasti v soutěži při nákupu nového produktu“ podle věku



Obr. 99: Četnost podpory prodeje „Sleva při nákupu většího balení“ podle věku

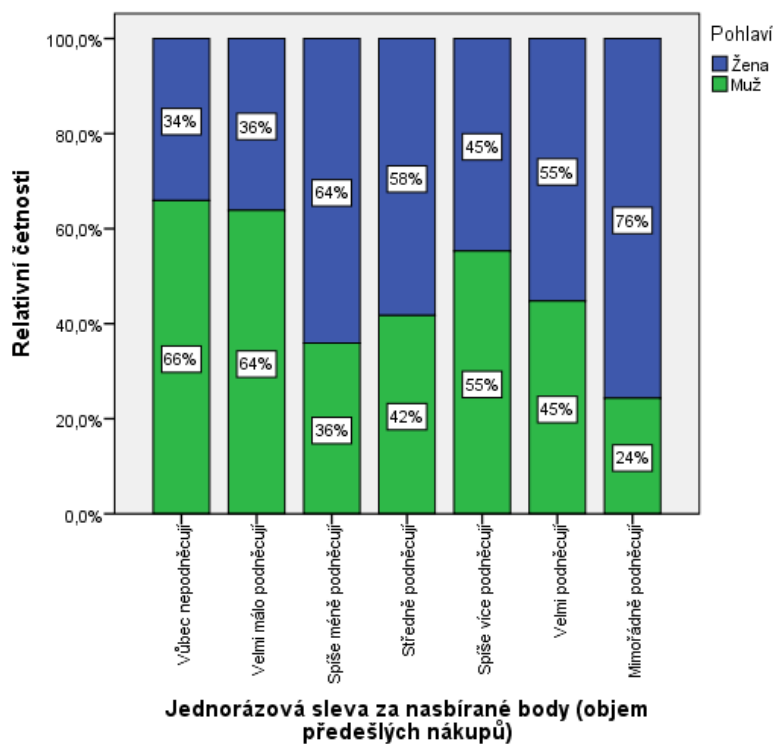
Tab. 9: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné úrovně podnětnosti různých forem věrnostních programů k opakovanému nákupu OTC léků

Testované páry jednotlivých forem	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
Jednorázová sleva za nasbírané body (objem předešlých nákupů) - Trvalé slevy na nákup pro majitele speciálních věrnostních karet	-8,176 ^b	,000
Dárek za nasbírané body (objem předešlých nákupů) - Trvalé slevy na nákup pro majitele speciálních věrnostních karet	-10,460 ^b	,000
Jednorázová sleva za nasbírané body (objem předešlých nákupů) - Dárek za nasbírané body (objem předešlých nákupů)	-5,781 ^c	,000

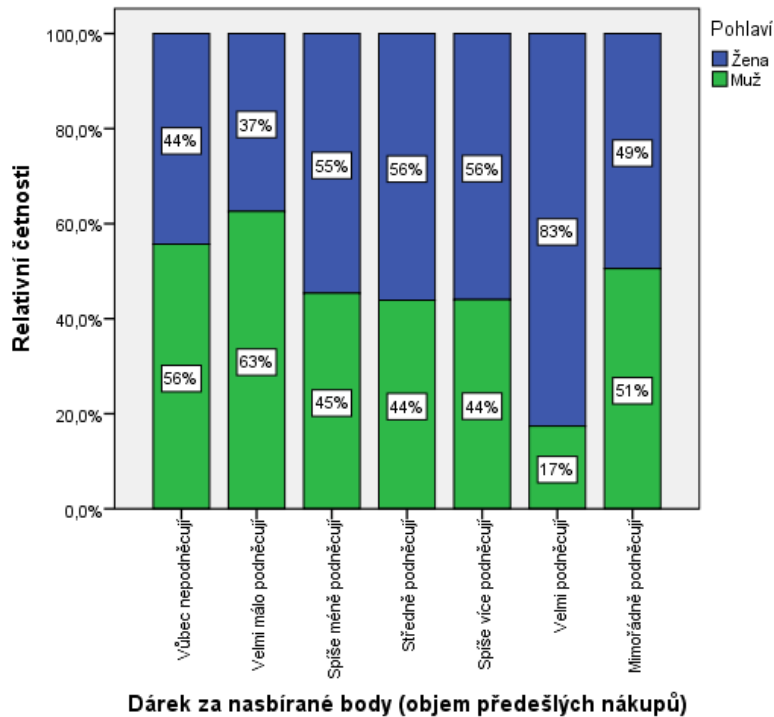
a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on positive ranks.

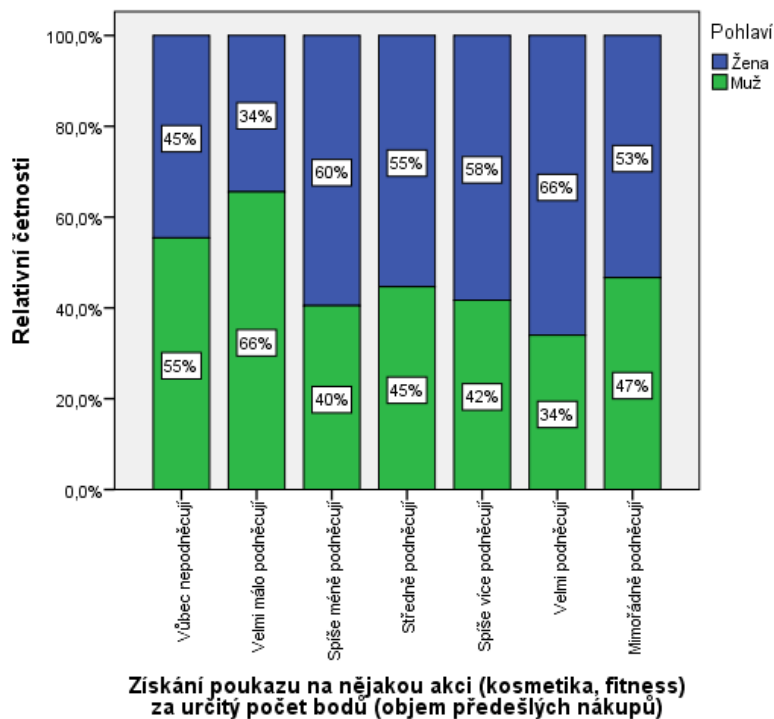
c. Based on negative ranks.



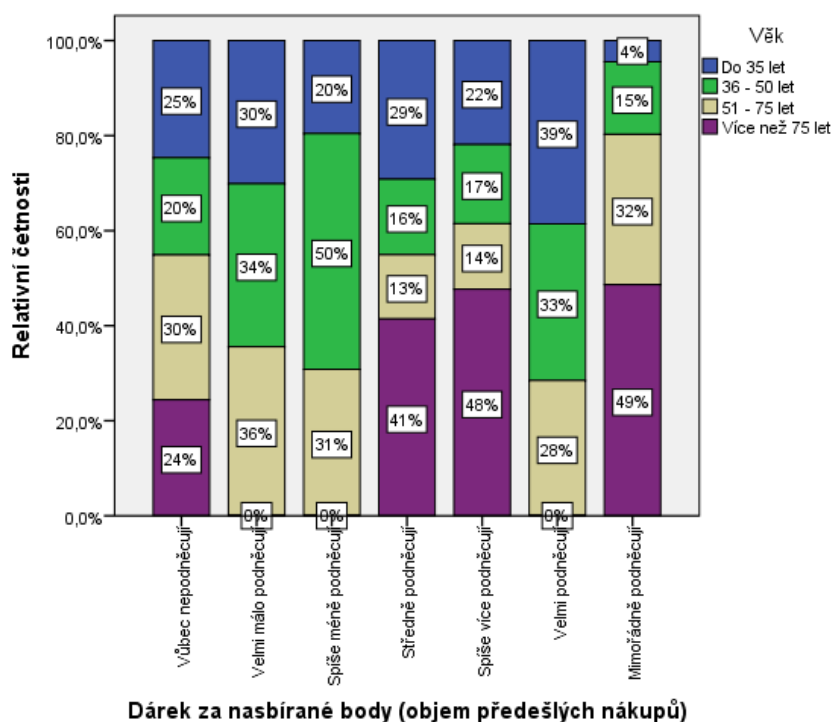
Obr. 100: Úroveň podnětnosti formy věrnostního programu „Jednorázová sleva za nasbírané body“ podle pohlaví



Obr. 101: Úroveň podnětnosti formy věrnostního programu „Dárek za nasbírané body“ podle pohlaví



Obr. 102: Úroveň podnětnosti formy věrnostního programu „Získání poukazu na nějakou akci za určitý počet bodů“ podle pohlaví



Obr. 103: Úroveň podnětnosti formy věrnostního programu „Dárek za nasbírané body“ podle věku

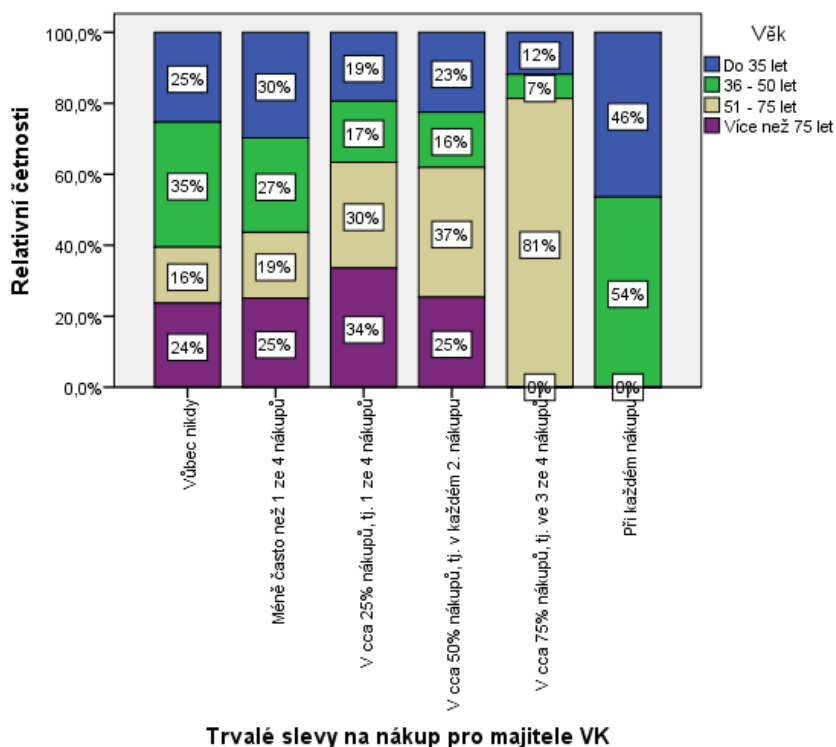
Tab. 10: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné četnosti různých forem věrnostních programů k nákupu OTC léků

Testované páry forem	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
Jednorázová sleva za nasbírané body (objem předešlých nákupů) - Trvalé slevy na nákup pro majitele speciálních věrnostních karet	-6,161 ^b	,000
Dárek za nasbírané body (objem předešlých nákupů) - Trvalé slevy na nákup pro majitele speciálních věrnostních karet	-6,812 ^b	,000
Jednorázová sleva za nasbírané body (objem předešlých nákupů) - Dárek za nasbírané body (objem předešlých nákupů)	-1,575 ^c	,115

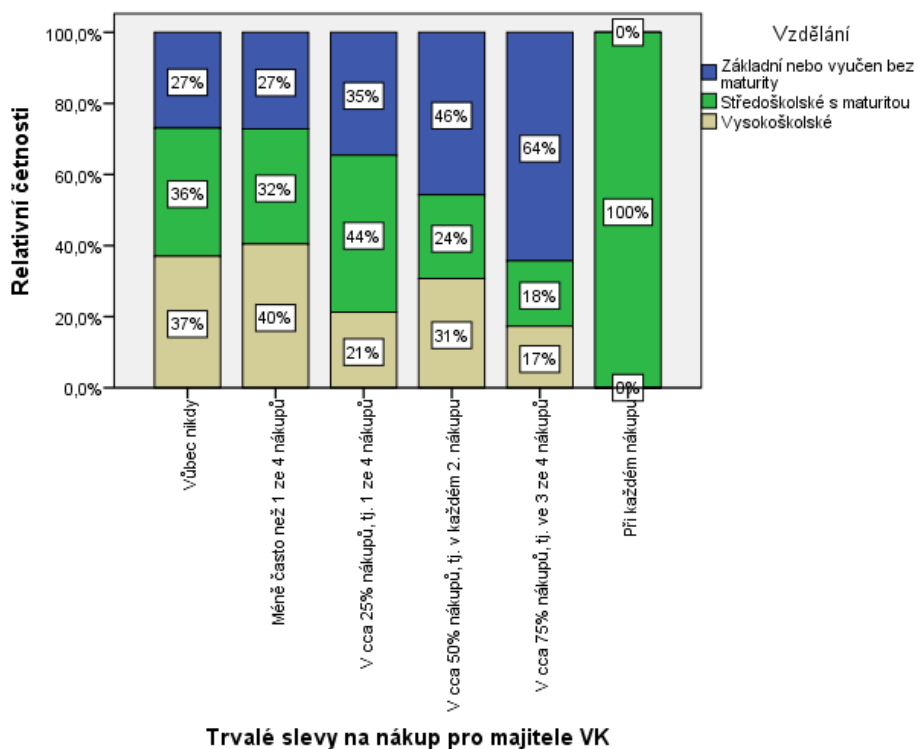
a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on positive ranks.

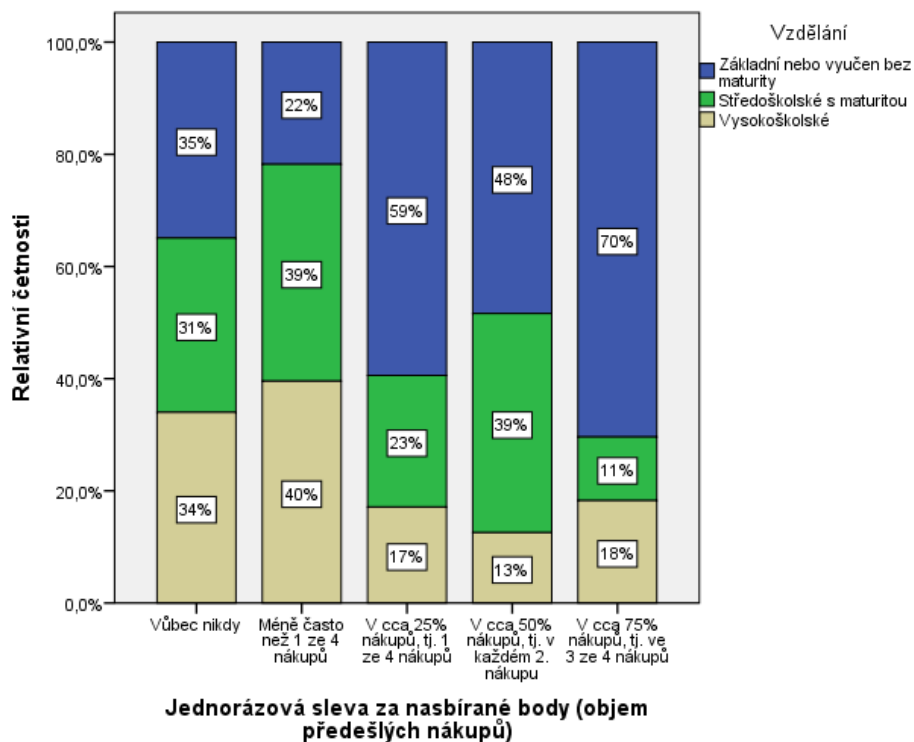
c. Based on negative ranks.



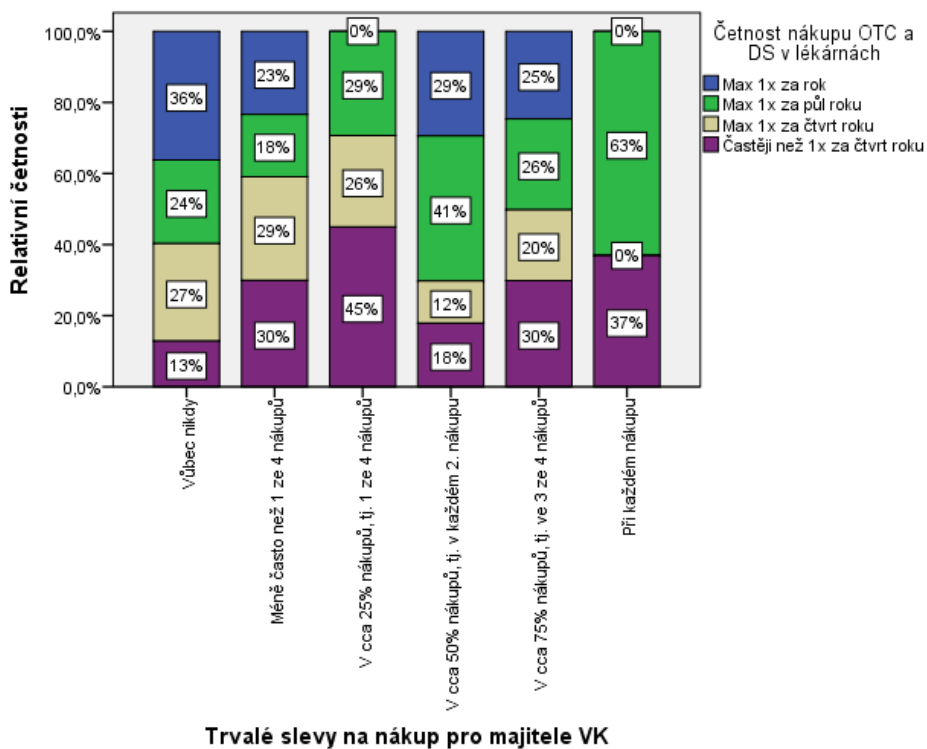
Obr. 104: Četnost formy věrnostního programu „Trvalé slevy na nákup pro majitele speciálních věrnostních karet“ podle věku



Obr. 105: Četnost formy věrnostního programu „Trvalé slevy na nákup pro majitele speciálních věrnostních karet“ podle vzdělání



Obr. 106: Četnost formy věrnostního programu „Jednorázová sleva za nasbírané body (objem předešlých nákupů)“ podle vzdělání



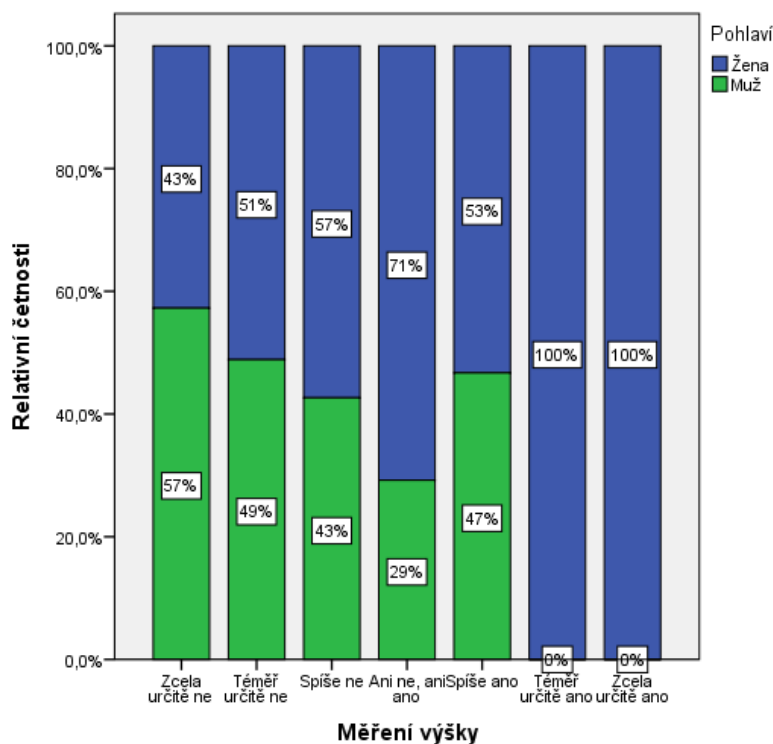
Obr. 107: Četnost formy věrnostního programu „Trvalé slevy na nákup pro majitele speciálních věrnostních karet“ podle četnosti nákupu

Tab. 11: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílnosti doplňkových služeb, které by lékárny měly nabízet klientům

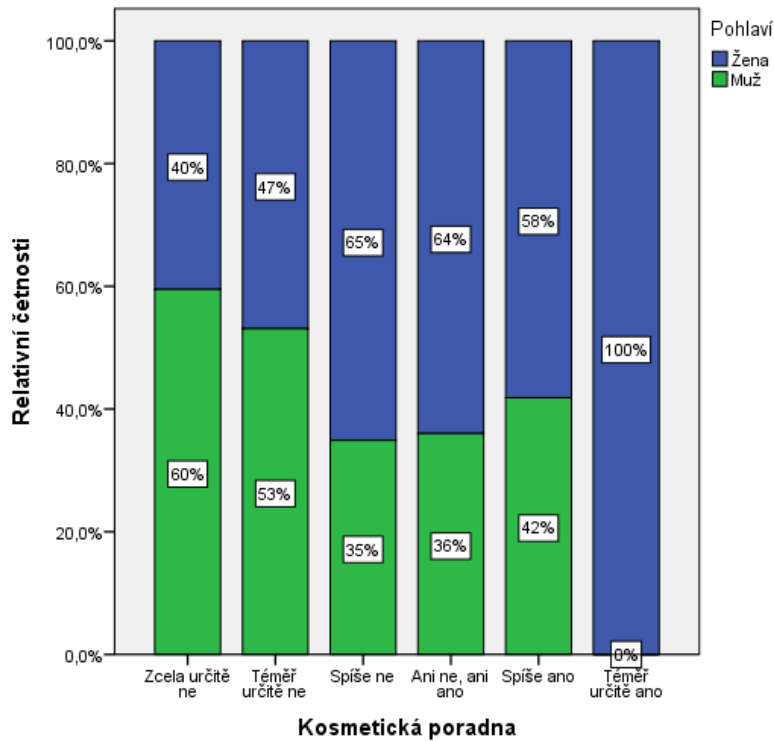
Testované páry doplňkových služeb	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
Měření zraku v optice spolupracující s lékárnou - Měření tlaku	-5,698 ^b	,000
Měření bazálního metabolismu - Měření tlaku	-6,582 ^b	,000
Měření vody a tuku v těle - Měření tlaku	-7,594 ^b	,000
Měření bazálního metabolismu - Měření zraku v optice spolupracující s lékárnou	-6,713 ^b	,000
Měření vody a tuku v těle - Měření zraku v optice spolupracující s lékárnou	-1,370 ^b	,171
Měření bazálního metabolismu - Měření vody a tuku v těle	-5,925 ^b	,000

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

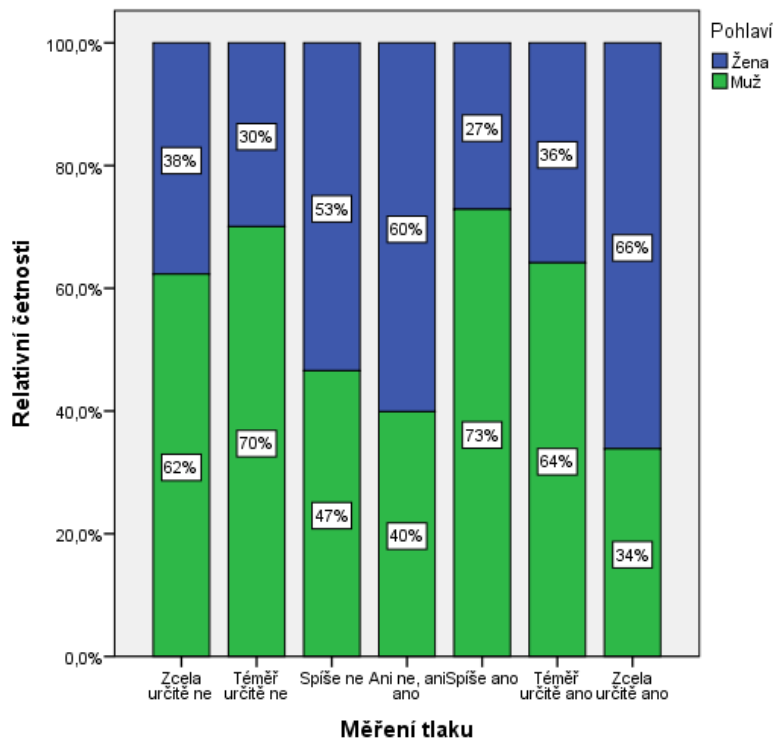
b. Based on positive ranks



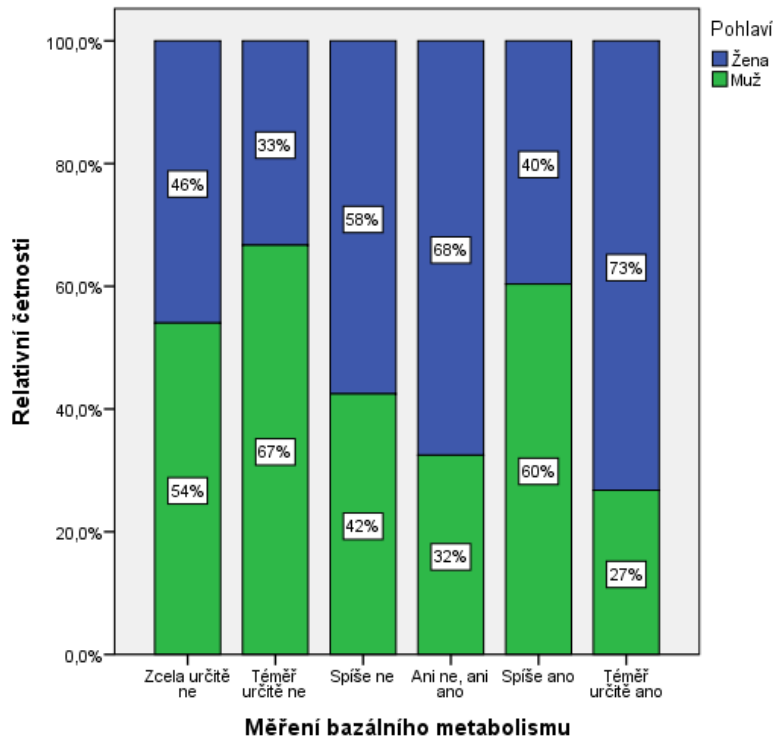
Obr. 108: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Měření výšky“ podle pohlaví



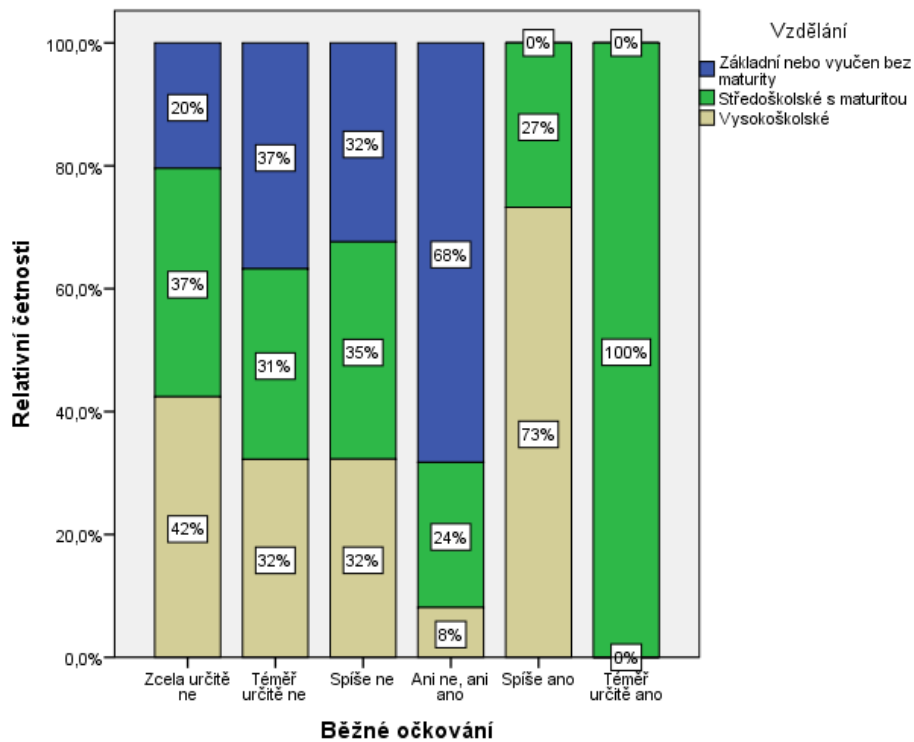
Obr. 109: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Kosmetická poradna“ podle pohlaví



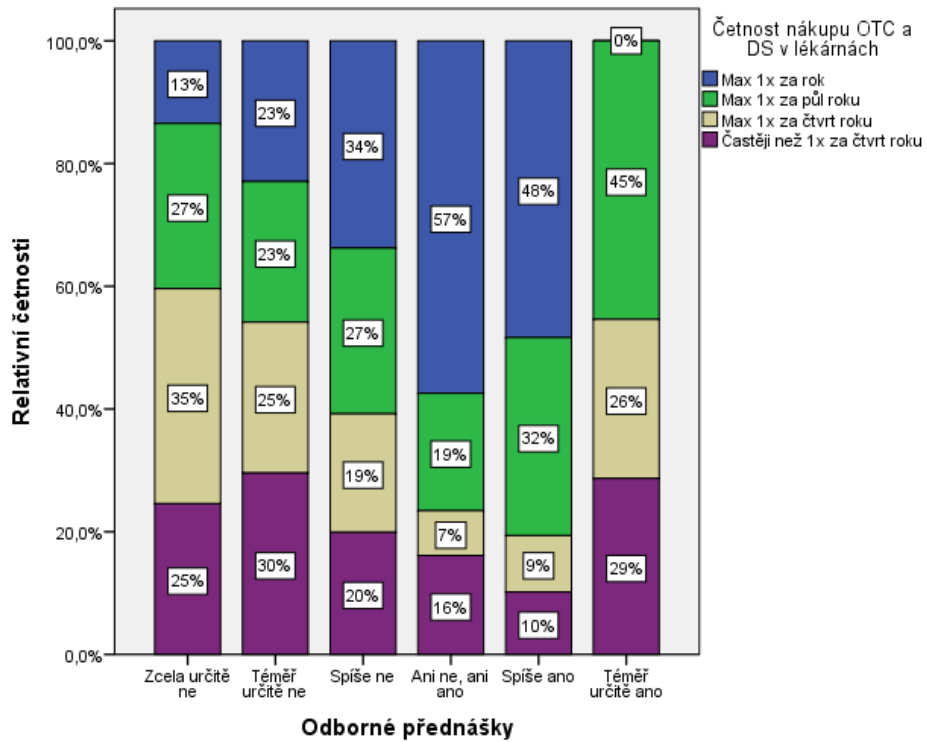
Obr. 110: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Měření tlaku“ podle pohlaví



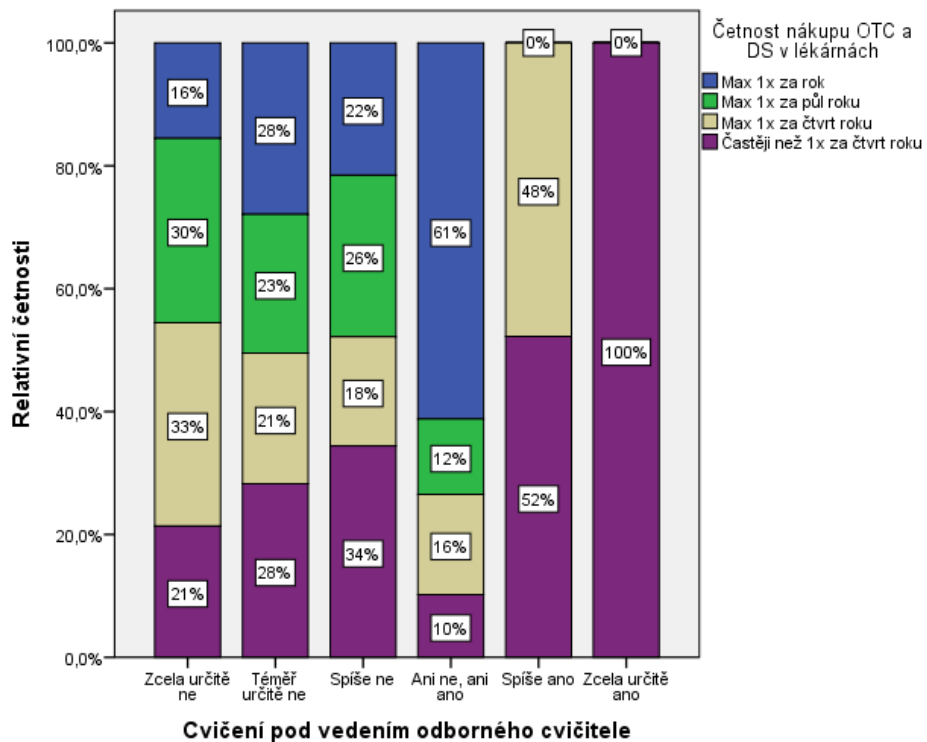
Obr. 111: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Měření bazálního metabolismu“ podle pohlaví



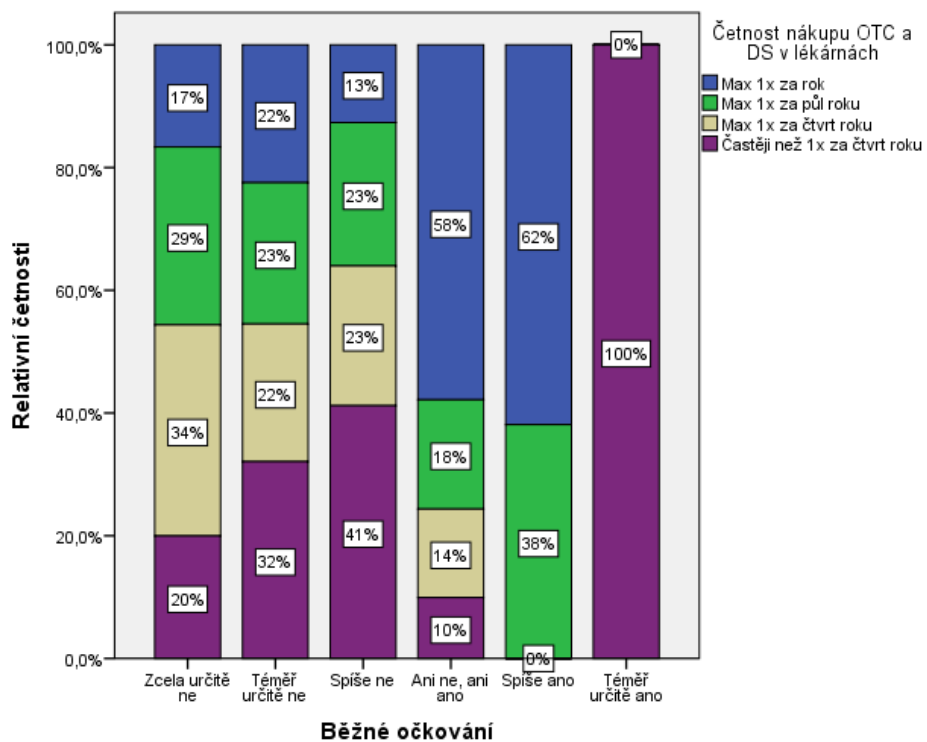
Obr. 112: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Běžné očkování“ podle vzdělání



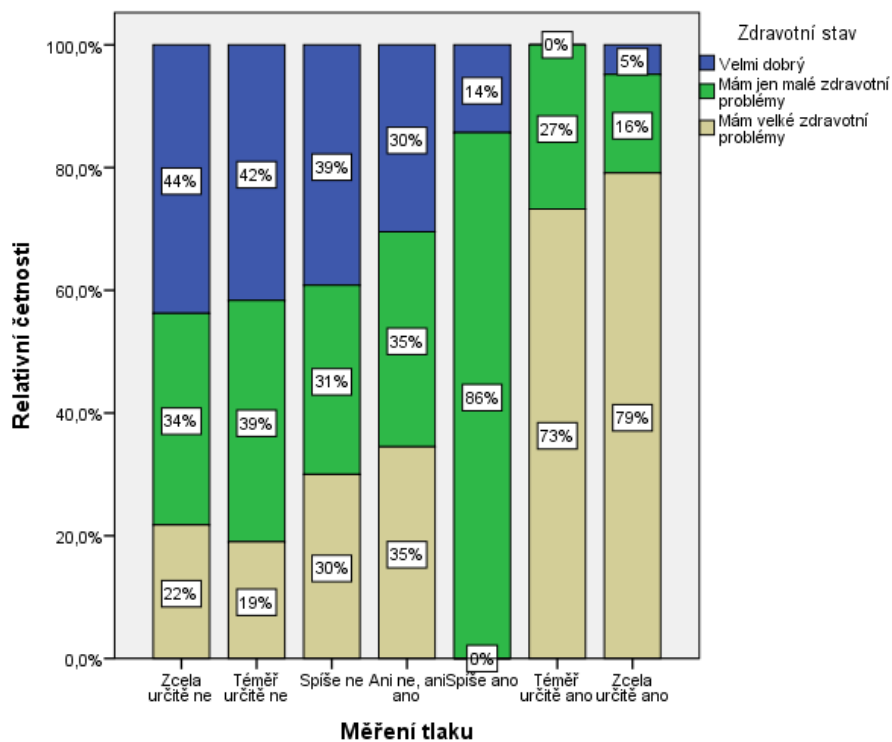
Obr. 113: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Odborné přednášky“ podle četnosti nákupu



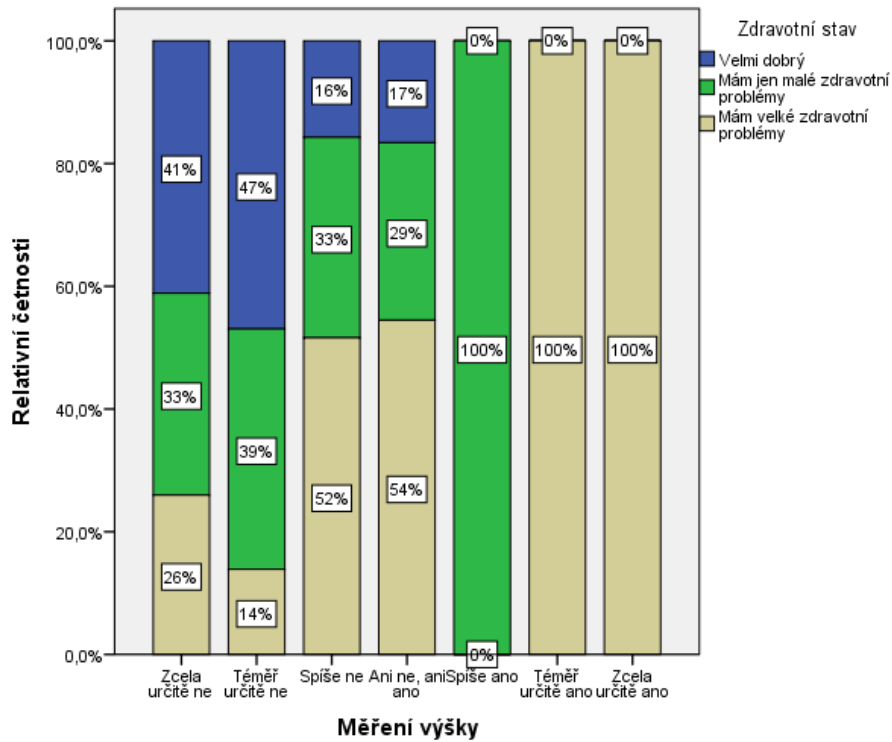
Obr. 114: : Doplnkové služby nabízené lékárnou „Cvičení pod vedením odborného cvičitele“ podle četnosti nákupu



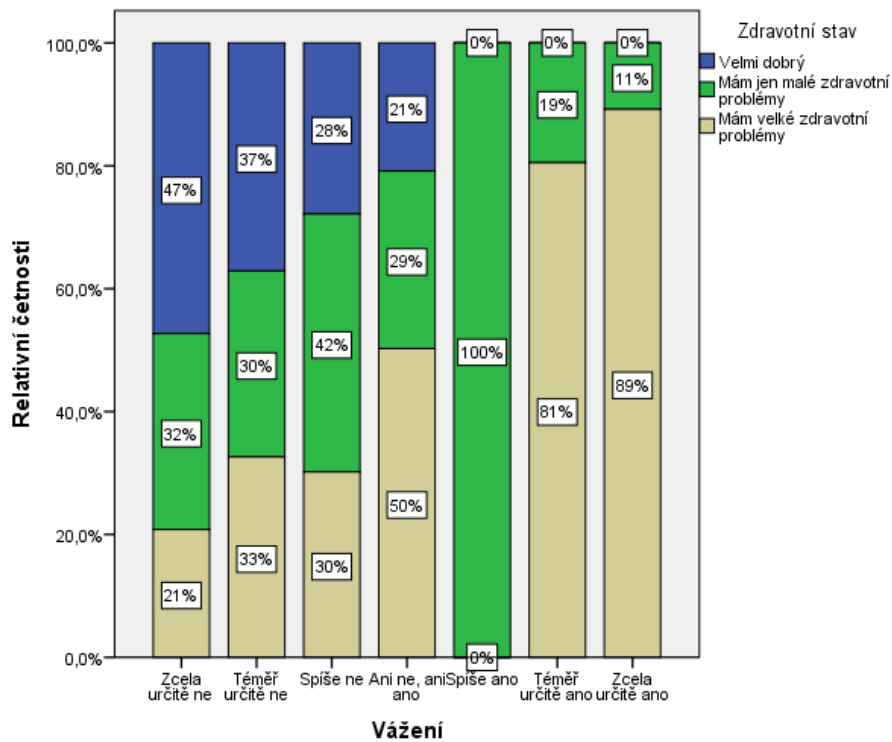
Obr. 115: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Běžné očkování“ podle četnosti nákupu



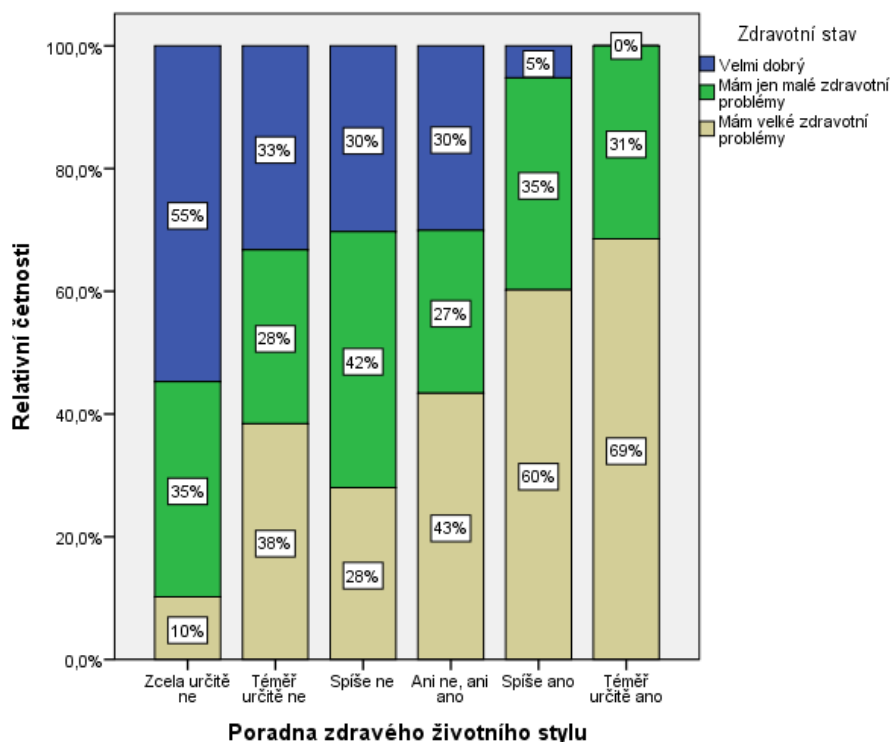
Obr. 116: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Měření tlaku“ podle zdravotního stavu



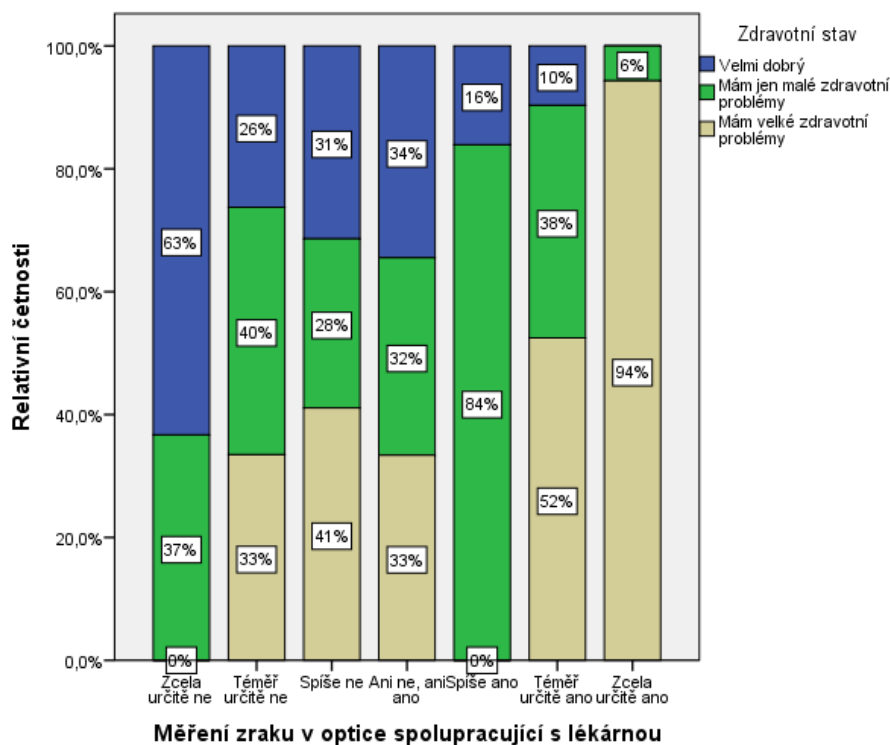
Obr. 117: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Měření výšky“ podle zdravotního stavu



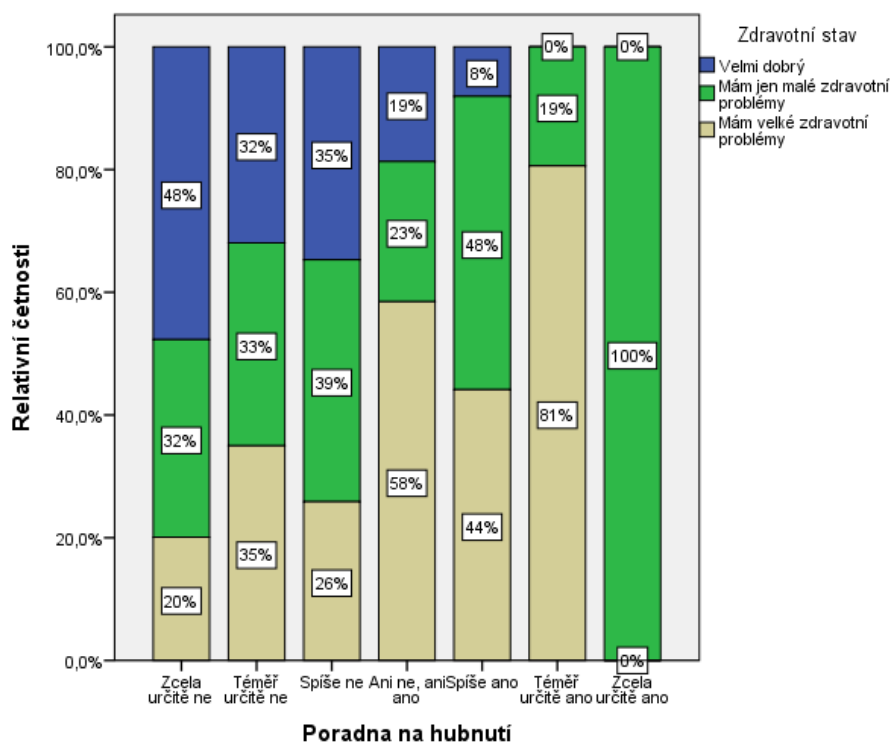
Obr. 118: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Vážení“ podle zdravotního stavu



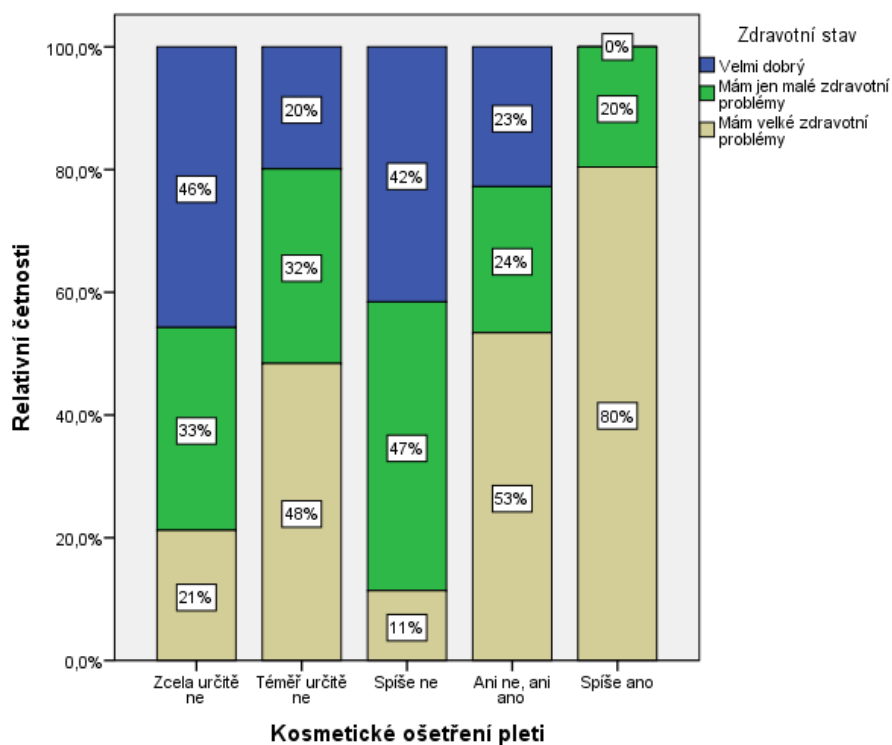
Obr. 119: Doplňkové služby nabízené lékárnou „Poradna zdravého životního stylu“ podle zdravotního stavu



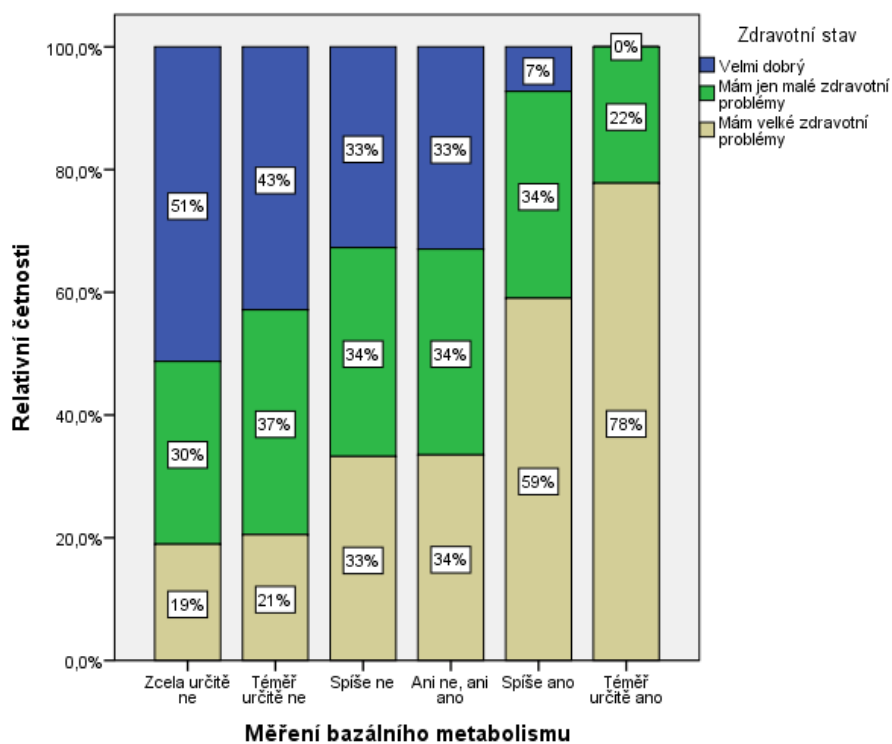
Obr. 120: Doplňkové služby nabízené lékárnou „Měření zraku v optice spolupracující s lékárnou“ podle zdravotního stavu



Obr. 121: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Poradna na hubnutí“ podle zdravotního stavu



Obr. 122: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Kosmetické ošetření pleti“ podle zdravotního stavu



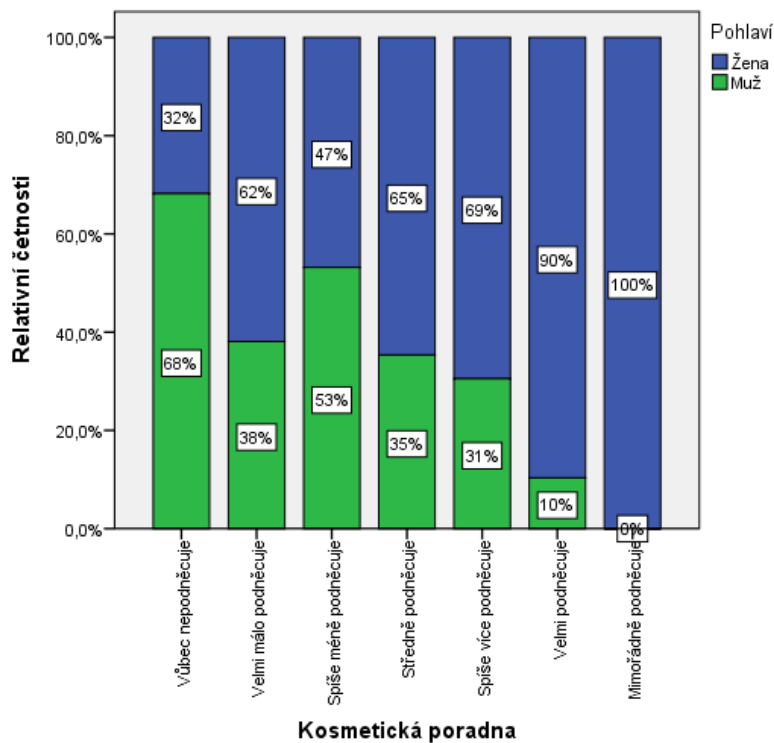
Obr. 123: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Měření bazálního metabolismu“ podle zdravotního stavu

Tab. 12: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné podnětnosti doplňkových služeb k opakovanému nákupu v určité lékárně

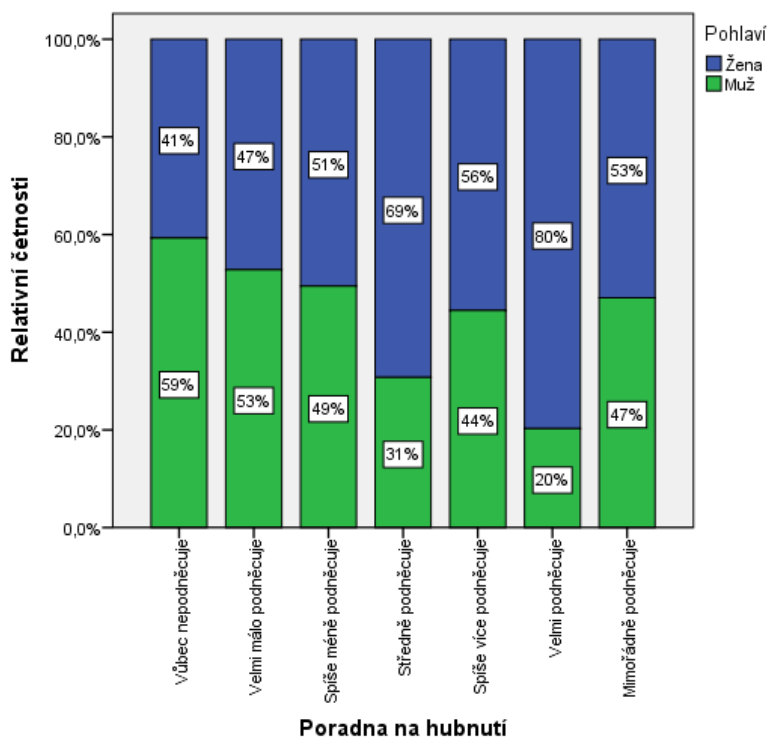
	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
Měření vody a tuku v těle - Měření zraku	-1,788 ^b	,074
Měření tlaku - Měření zraku	-3,389 ^b	,001
Měření bazálního metabolismu - Měření zraku	-5,175 ^b	,000
Měření tlaku - Měření vody a tuku v těle	-1,613 ^b	,107
Měření bazálního metabolismu - Měření vody a tuku v těle	-4,336 ^b	,000
Měření bazálního metabolismu - Měření tlaku	-2,484 ^b	,013

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

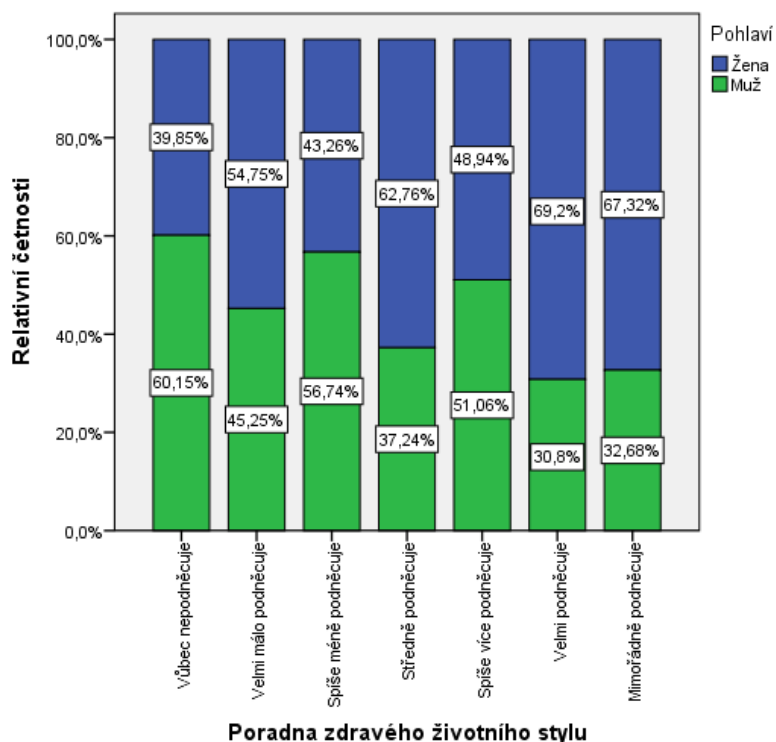
b. Based on positive ranks.



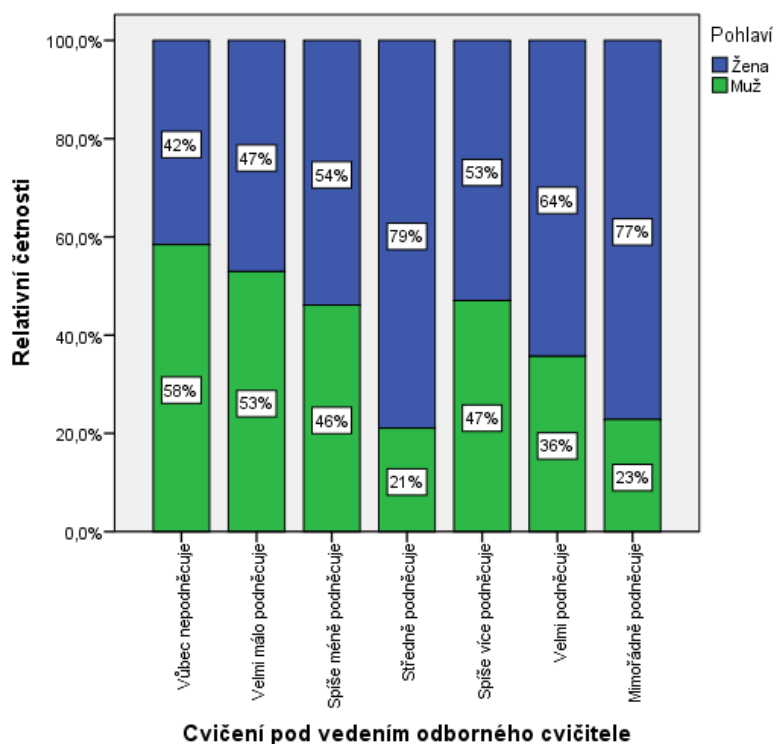
Obr. 124: Podnětnost doplňkové služby „Kosmetická poradna“ k opakovanému nákupu podle pohlaví



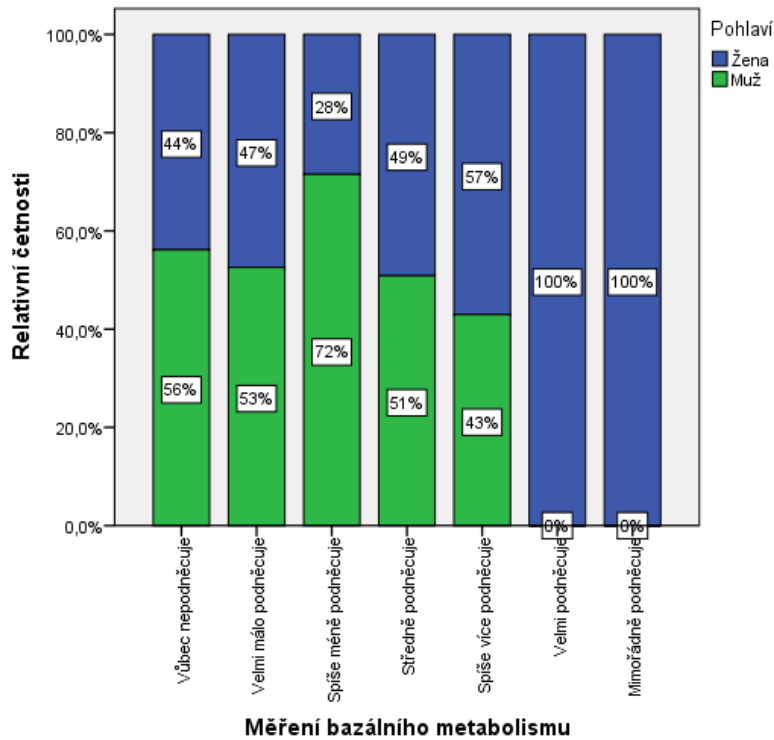
Obr. 125: Podnětnost doplňkové služby „Poradna hubnutí“ k opakovanému nákupu podle pohlaví



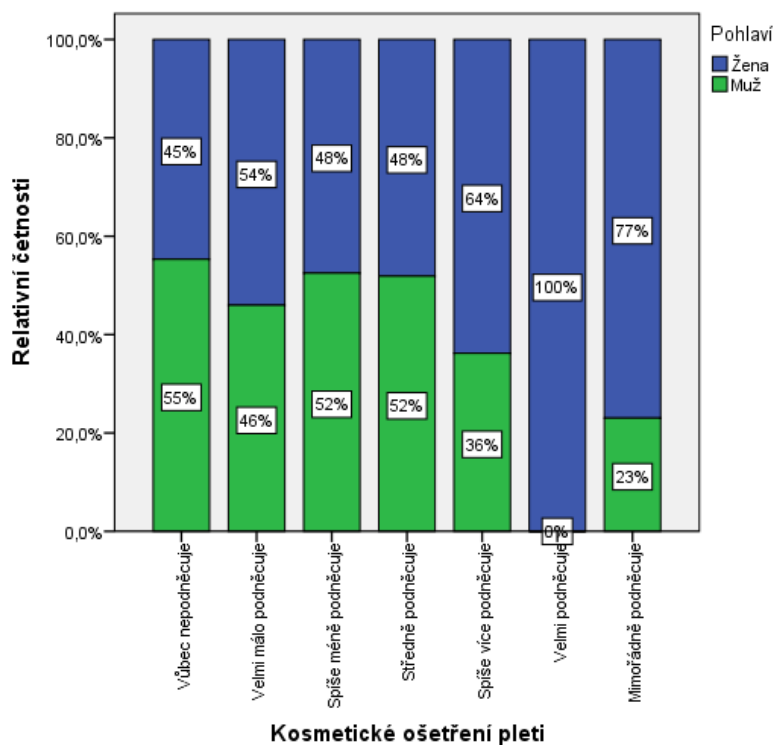
Obr. 126: Podnětnost doplňkové služby „Poradna zdravého životního stylu“ k opakovanému nákupu podle pohlaví



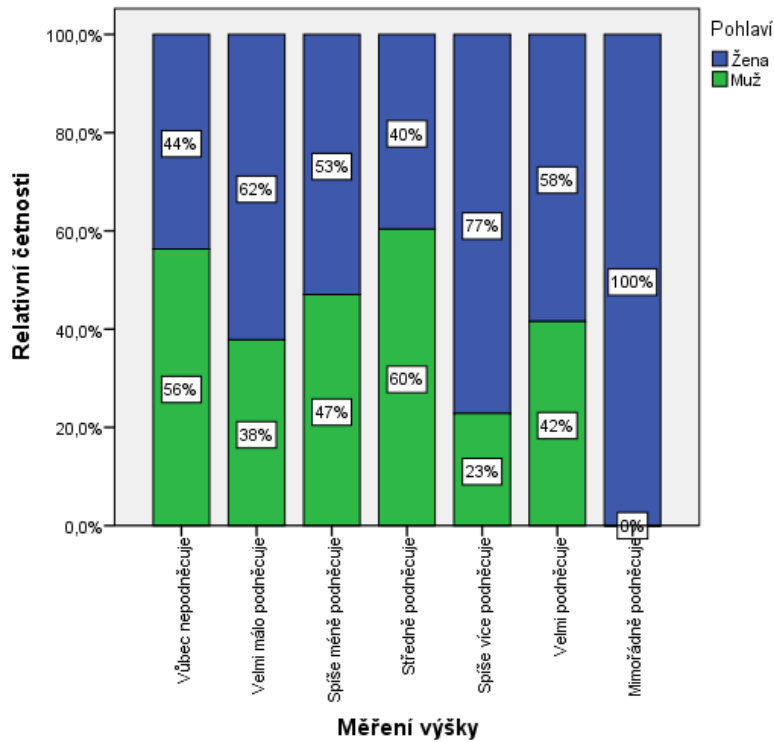
Obr. 127: Podnětnost doplňkové služby „Cvičení pod vedením odborného cvičitele“ k opakovanému nákupu podle pohlaví



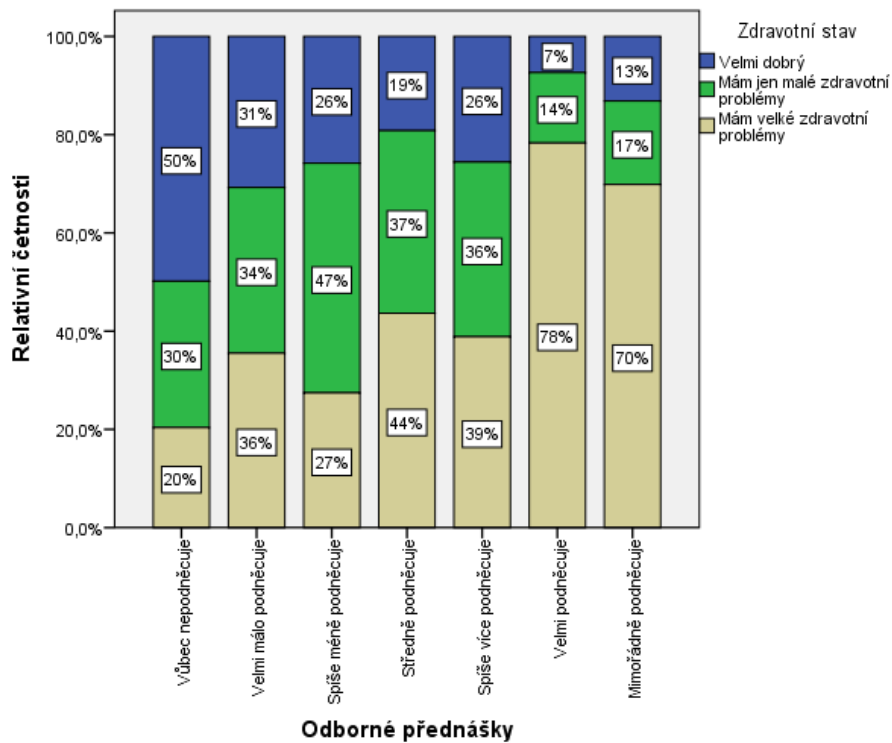
Obr. 128: Podnětnost doplňkové služby „Měření bazálního metabolismu“ k opakovanému nákupu podle pohlaví



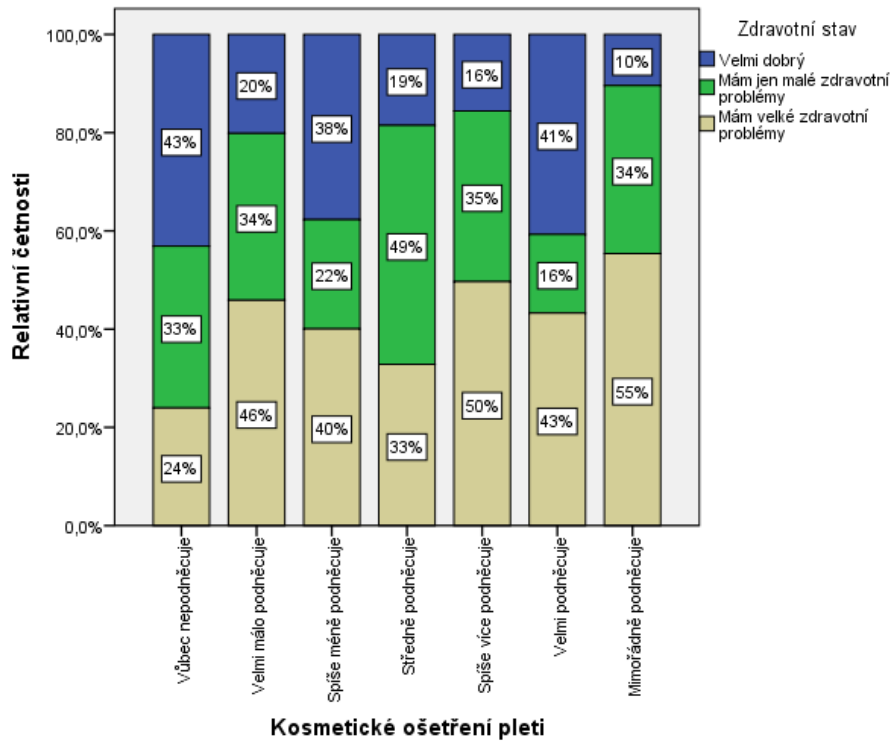
Obr. 129: Podnětnost doplňkové služby „Kosmetické ošetření pleti“ k opakovanému nákupu podle pohlaví



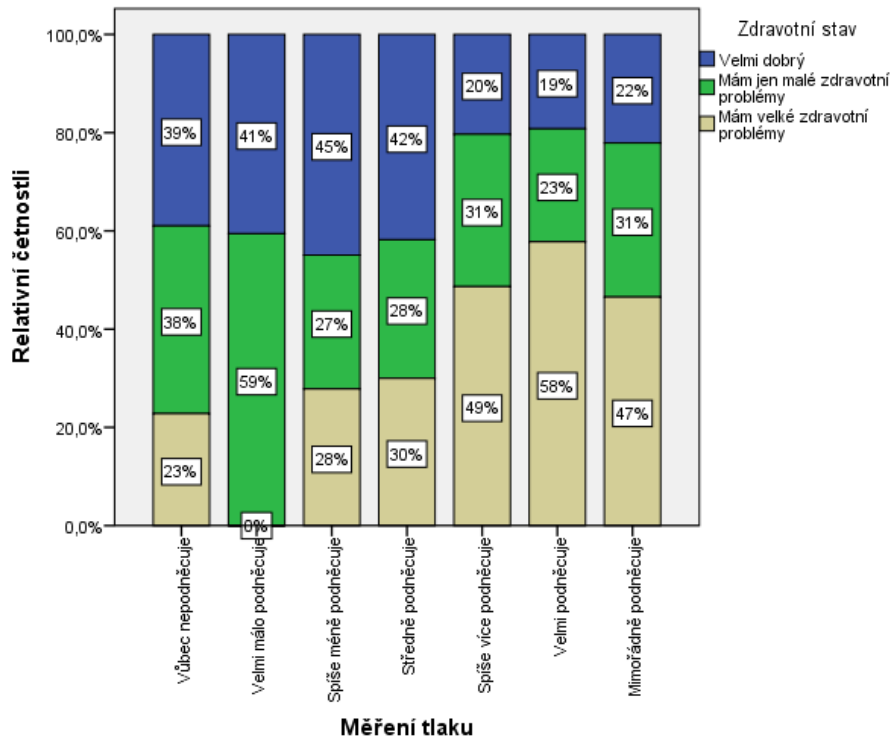
Obr. 130: Podnětnost doplňkové služby „Měření výšky“ k opakovanému nákupu podle pohlaví



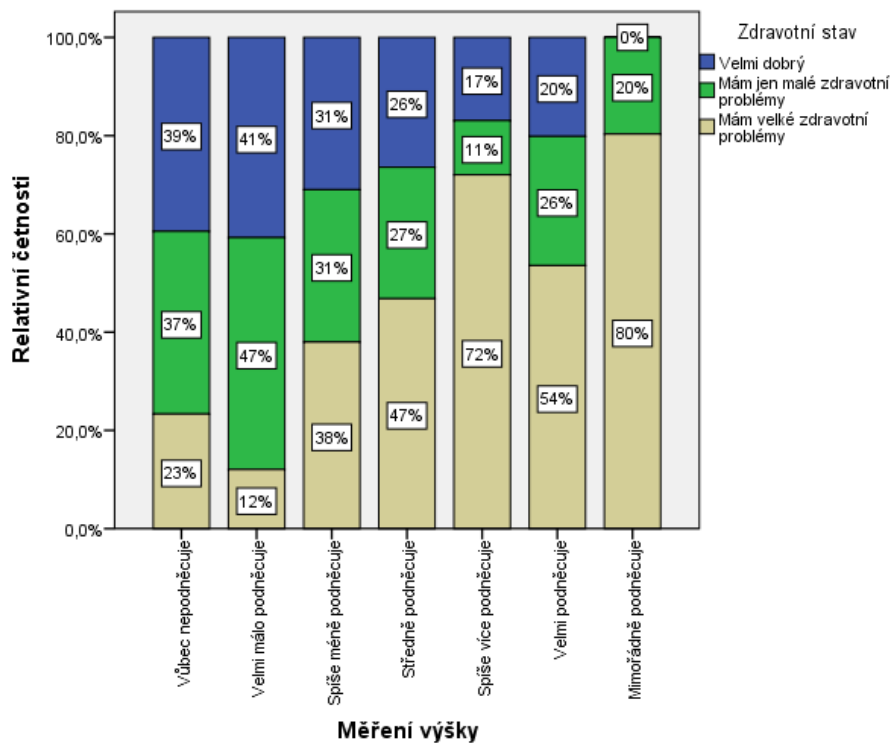
Obr. 131: Podnětnost doplňkové služby „Odborné přednášky“ k opakovanému nákupu podle zdravotního stavu



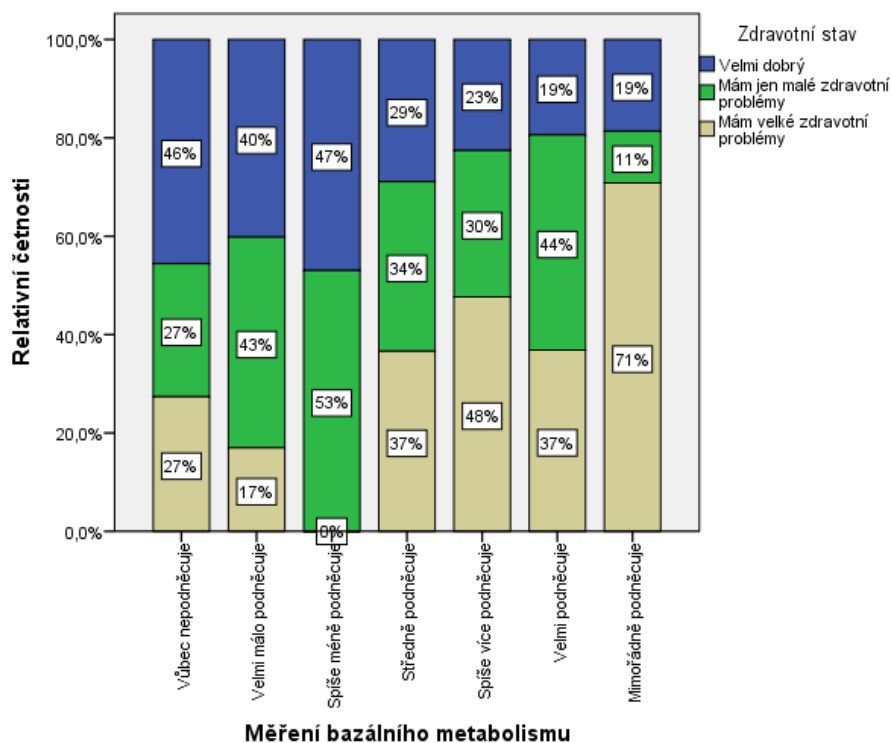
Obr. 132: Podnětnost doplňkové služby „Kosmetické ošetření pleti“ k opakovanému nákupu podle zdravotního stavu



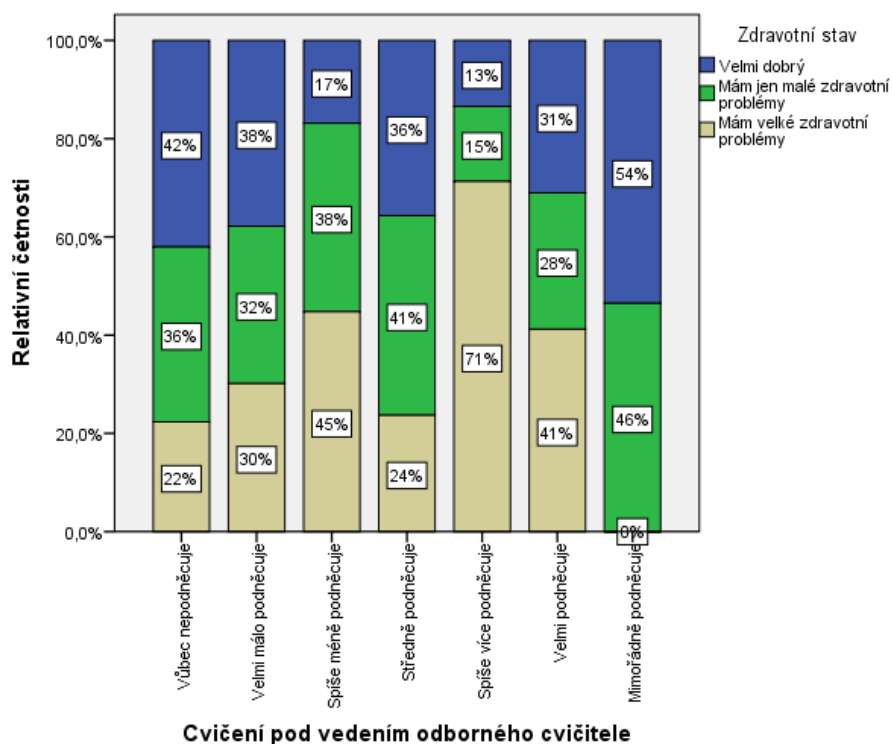
Obr. 133: Podnětnost doplňkové služby „Měření tlaku“ k opakovanému nákupu podle zdravotního stavu



Obr. 134: Podnětnost doplňkové služby „Měření výšky“ k opakovanému nákupu podle zdravotního stavu



Obr. 135: Podnětnost doplňkové služby „Měření bazálního metabolismu“ k opakovanému nákupu podle zdravotního stavu



Obr. 136: Podnětnost doplňkové služby „Cvičení pod vedením odborného cvičitele“ k opakovanému nákupu podle zdravotního stavu

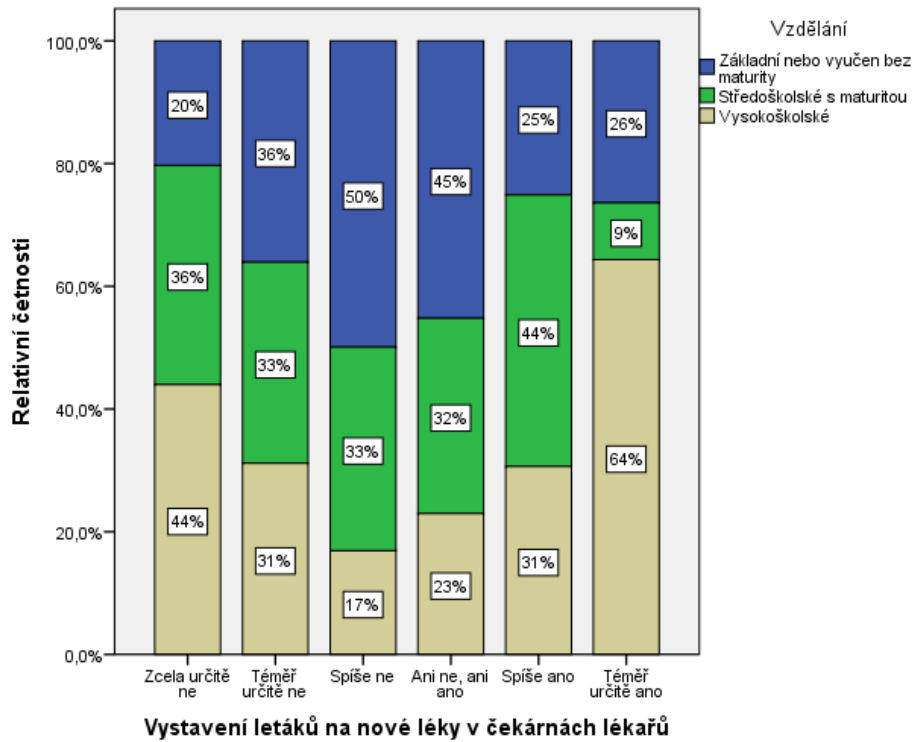
Tab. 13: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné prospěšnosti různých forem spolupráce lékařů s lékárnou v dosahu

Testované páry forem spolupráce	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
Doporučování nových léků lékaři - Školení personálu lékárny	-2,143 ^b	,032
Osobní vedení poradny v lékárně - Školení personálu lékárny	-1,359 ^c	,174
Osobní vedení poradny v lékárně - Doporučování nových léků lékaři	-4,756 ^c	,000

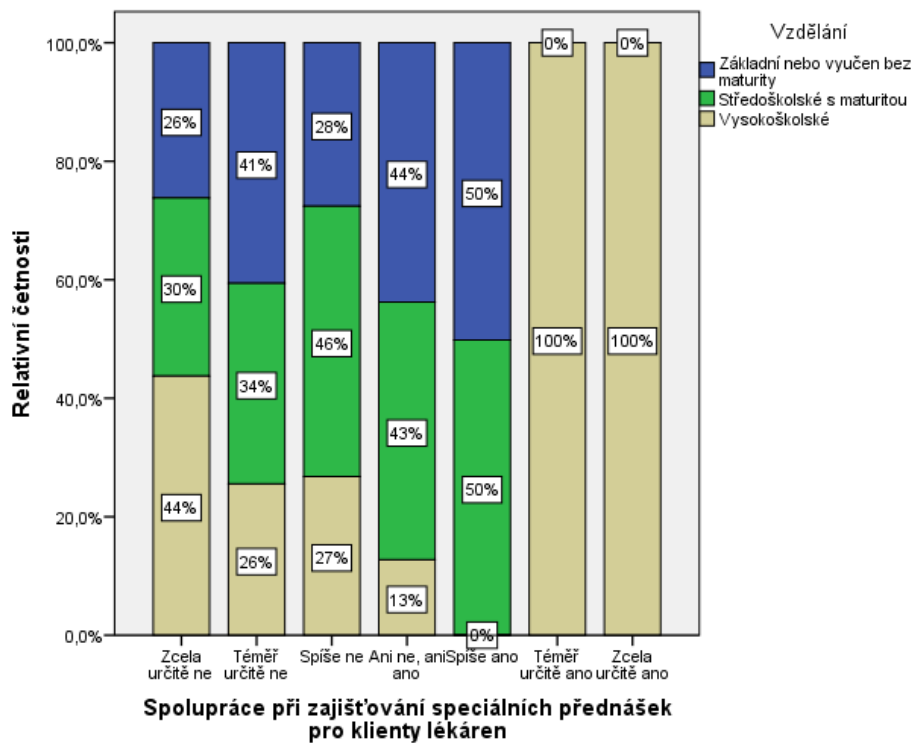
a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on negative ranks.

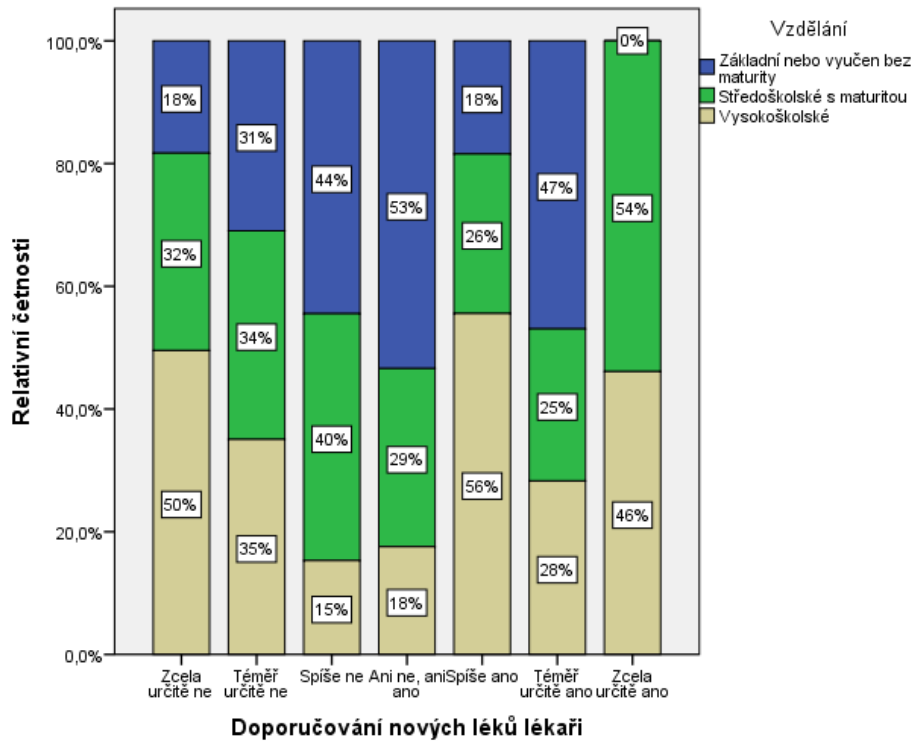
c. Based on positive ranks.



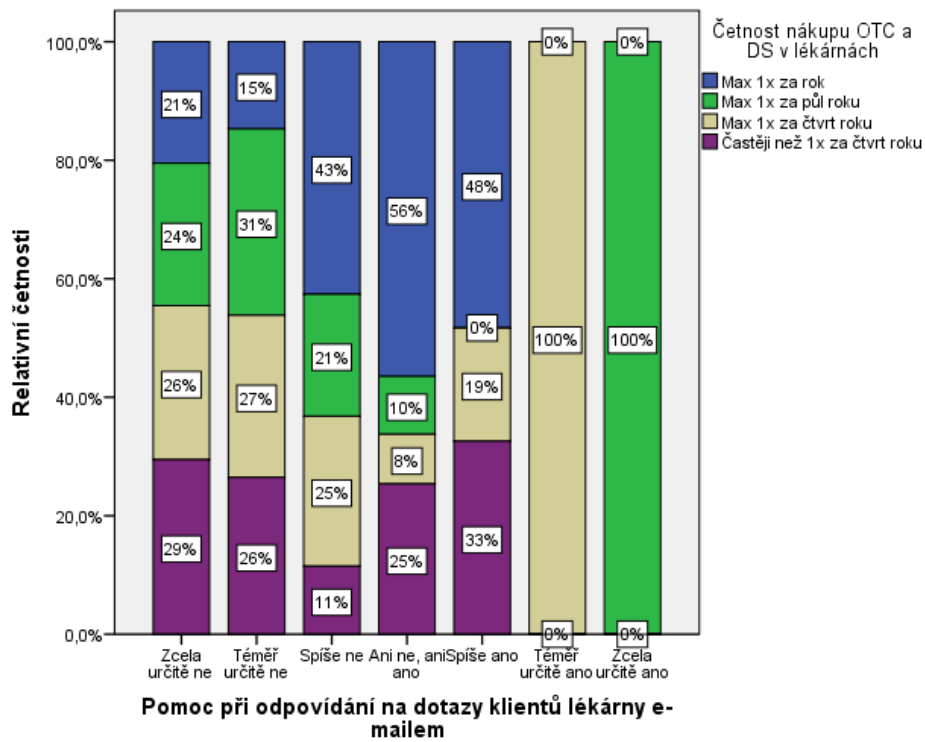
Obr. 137: Prospěšnost spolupráce lékárny a lékařů „Vystavení letáků na nové léky v čekárnách lékařů“ podle vzdělání



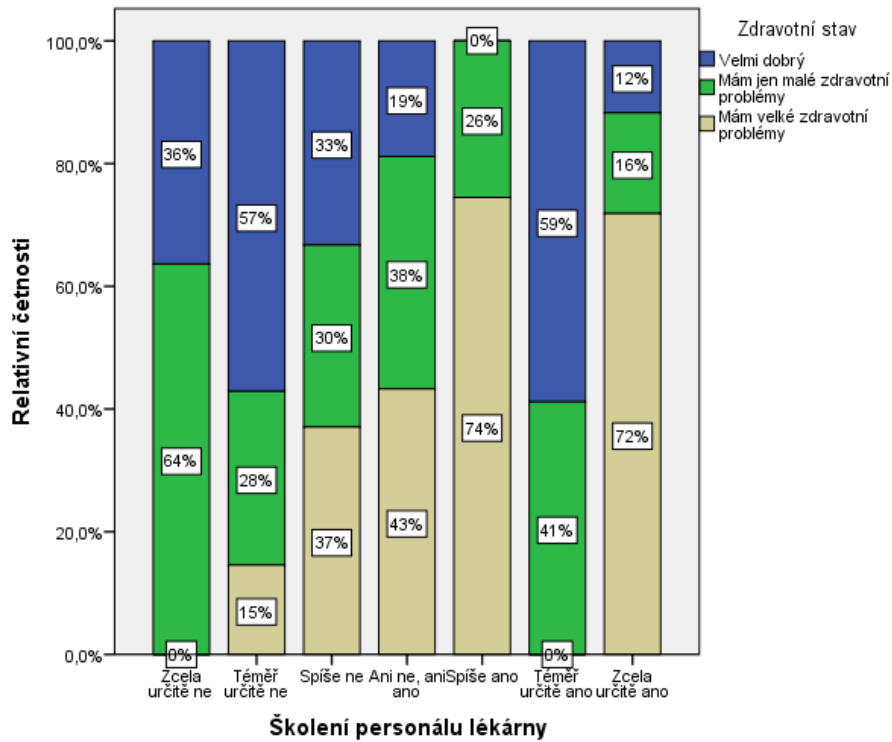
Obr. 138: Prospěšnost spolupráce lékárny a lékařů „Spolupráce při zajišťování speciálních přednášek pro klienty lékáren“ podle vzdělání



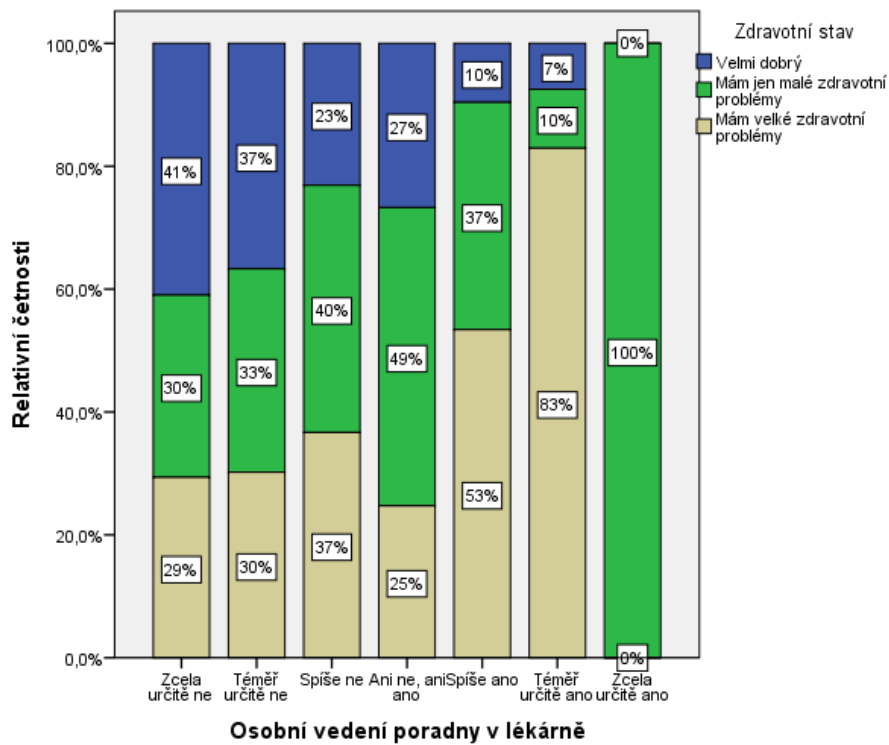
Obr. 139: Prospěšnost spolupráce lékárny a lékařů „Doporučování nových léků lékaři“ podle vzdělání



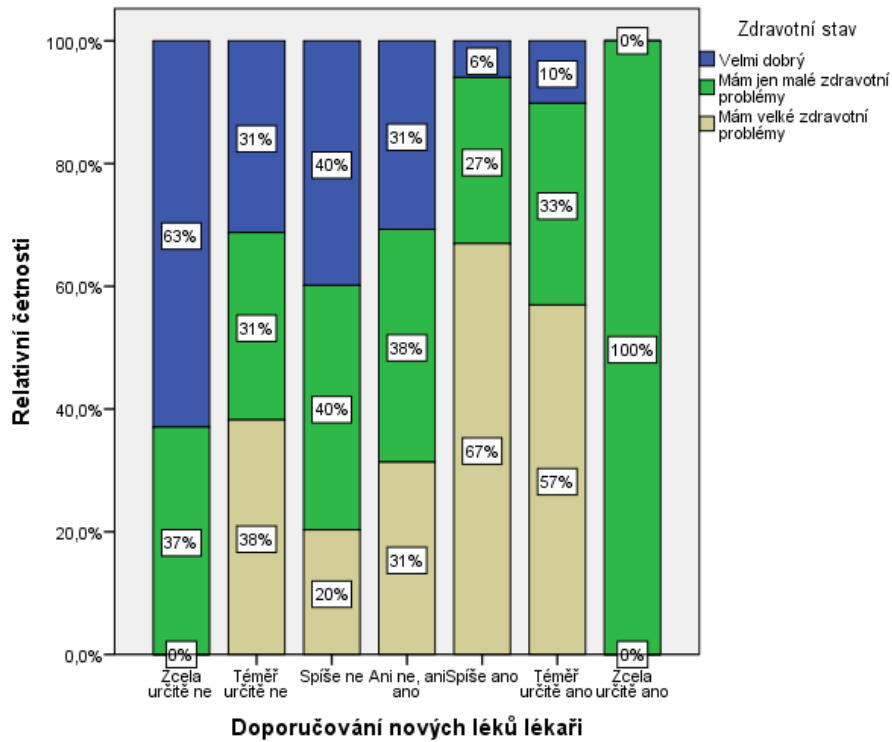
Obr. 140: Prospěšnost spolupráce lékárny a lékařů „Pomoc při odpovídání na dotazy klientů lékárny e-mailem“ podle četnosti nákupů



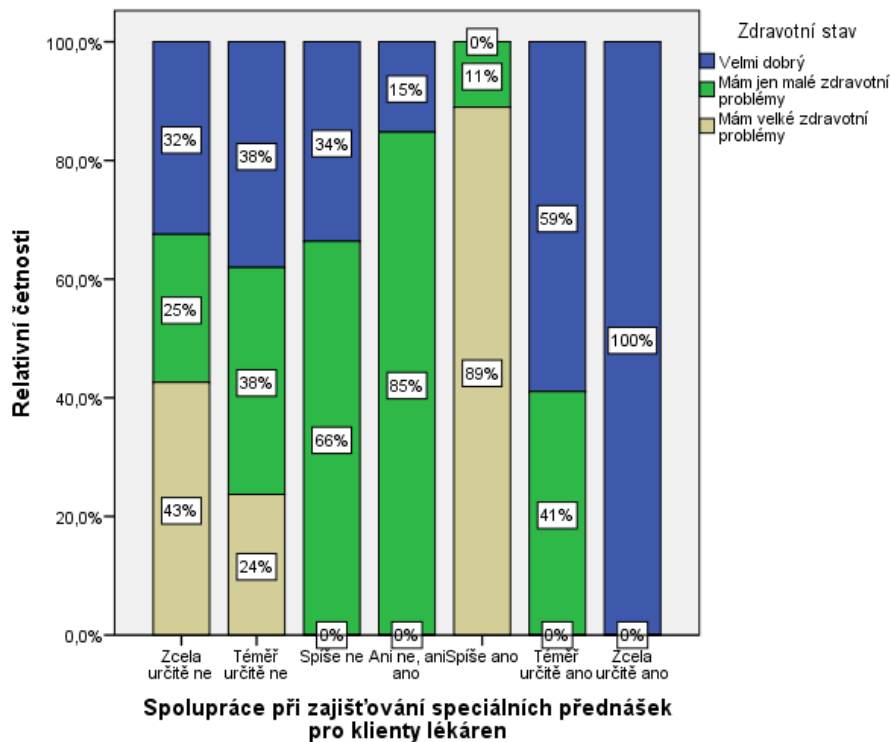
Obr. 141: Prospěšnost spolupráce lékárny a lékařů „Školení personálu lékárny“ podle zdravotního stavu



Obr. 142: Prospěšnost spolupráce lékárny a lékařů „Osobní vedení poradny v lékárně“ podle zdravotního stavu



Obr. 143: Prospěšnost spolupráce lékárný a lékařů „Doporučování nových léků lékaři“ podle zdravotního stavu



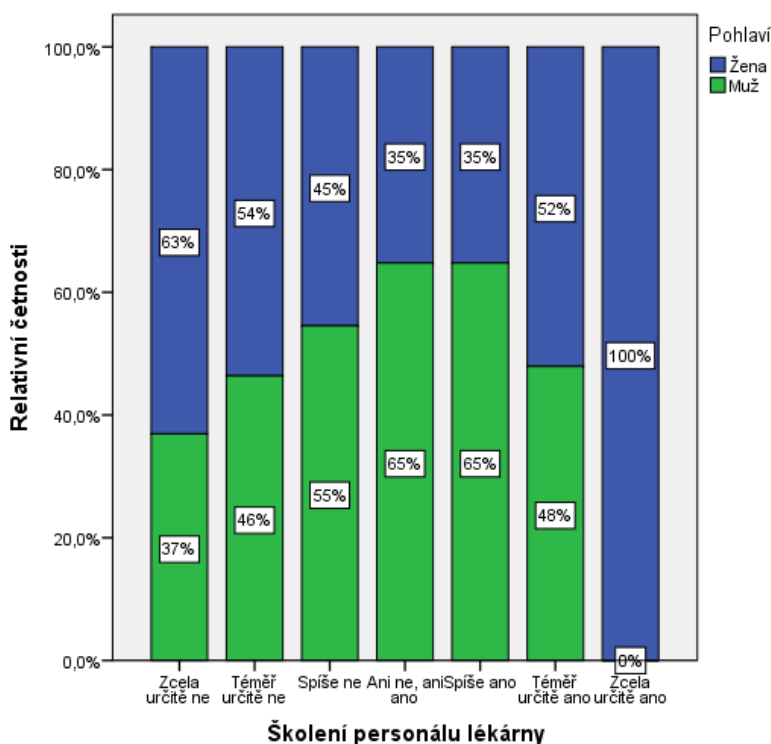
Obr. 144: Prospěšnost spolupráce lékárný a lékařů „Spolupráce při zajišťování speciálních přednášek pro klienty lékáren“ podle zdravotního stavu

Tab. 14: Testové statistiky Wilcoxonových testů možných forem spolupráce dodavatelů léků s lékárnami

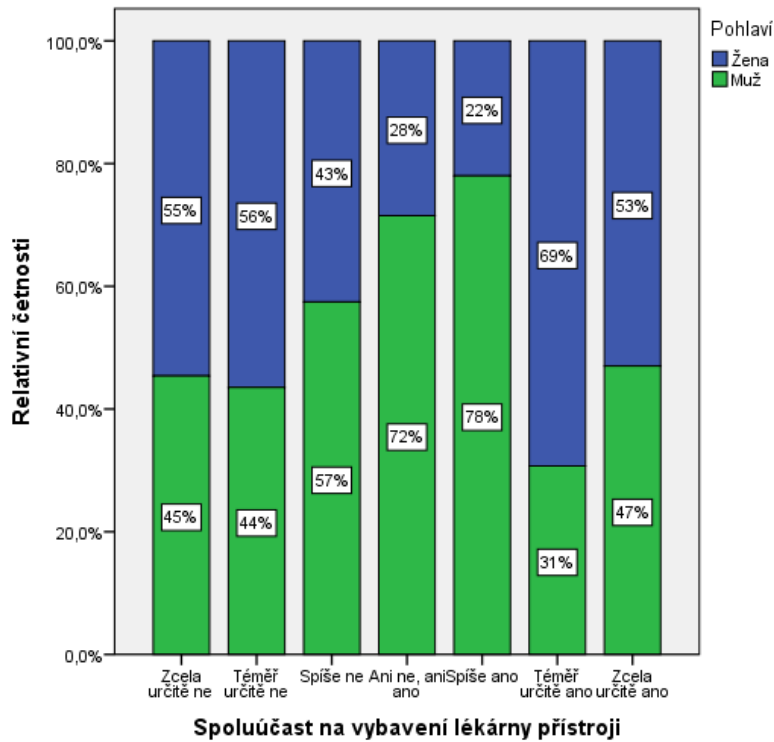
Testované páry forem spolupráce	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
Školení personálu lékárny - Poskytnutí vzorků produktů zdarma	-1,857 ^b	,063
Spoluúčast na poskytování slev - Poskytnutí vzorků produktů zdarma	-3,229 ^b	,001
Spoluúčast na vybavení lékárny přístroji - Poskytnutí vzorků produktů zdarma	-3,673 ^b	,000
Pomoc při poradenství - Poskytnutí vzorků produktů zdarma	-4,207 ^b	,000
Spoluúčast na poskytování slev - Školení personálu lékárny	-,865 ^b	,387
Spoluúčast na vybavení lékárny přístroji - Školení personálu lékárny	-2,768 ^b	,006
Pomoc při poradenství - Školení personálu lékárny	-2,766 ^b	,006
Spoluúčast na vybavení lékárny přístroji - Spoluúčast na poskytování slev	-1,354 ^b	,176
Pomoc při poradenství - Spoluúčast na poskytování slev	-1,973 ^b	,048
Pomoc při poradenství - Spoluúčast na vybavení lékárny přístroji	-,448 ^b	,654

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

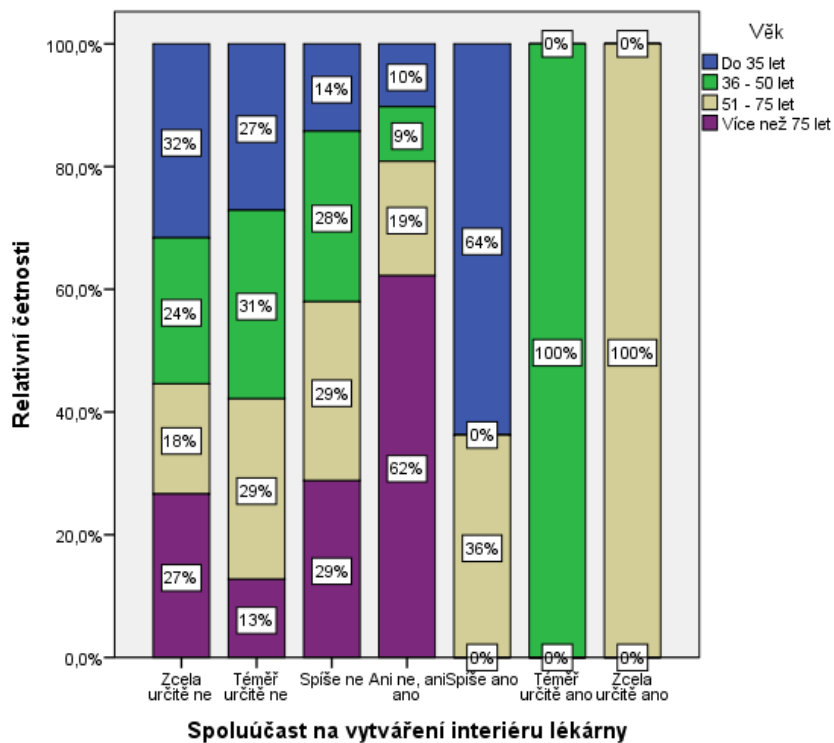
b. Based on positive ranks.



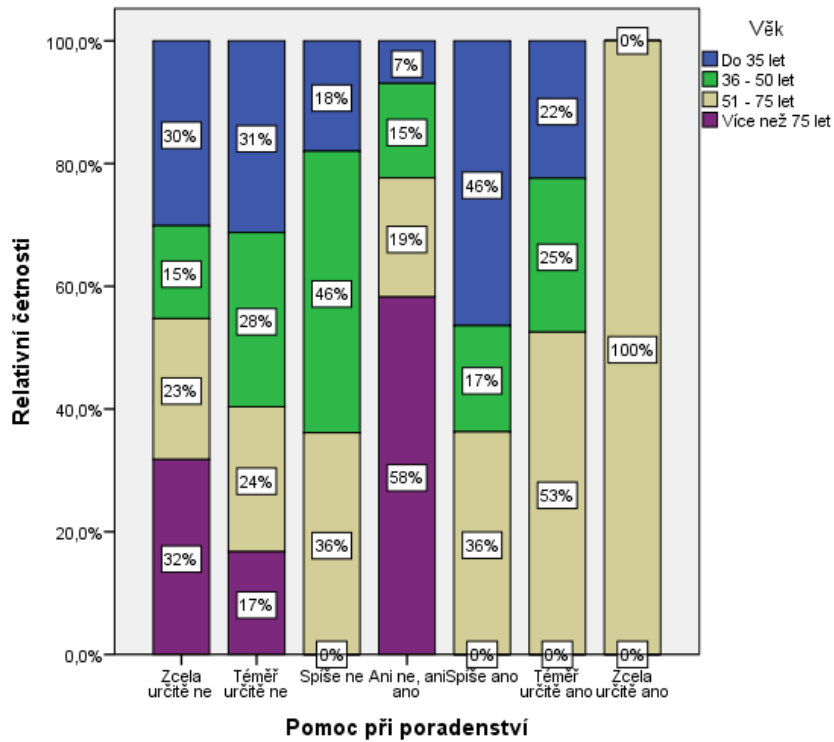
Obr. 145: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Školení personálu lékárny“ podle pohlaví



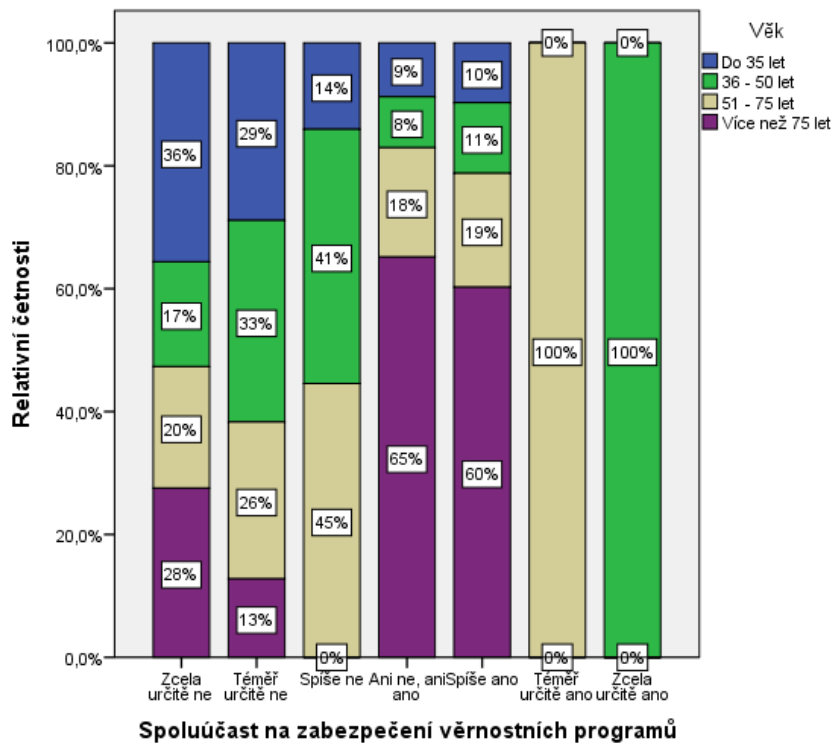
Obr. 146: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Spoluúčast na vybavení lékárny přístroji“ podle pohlaví



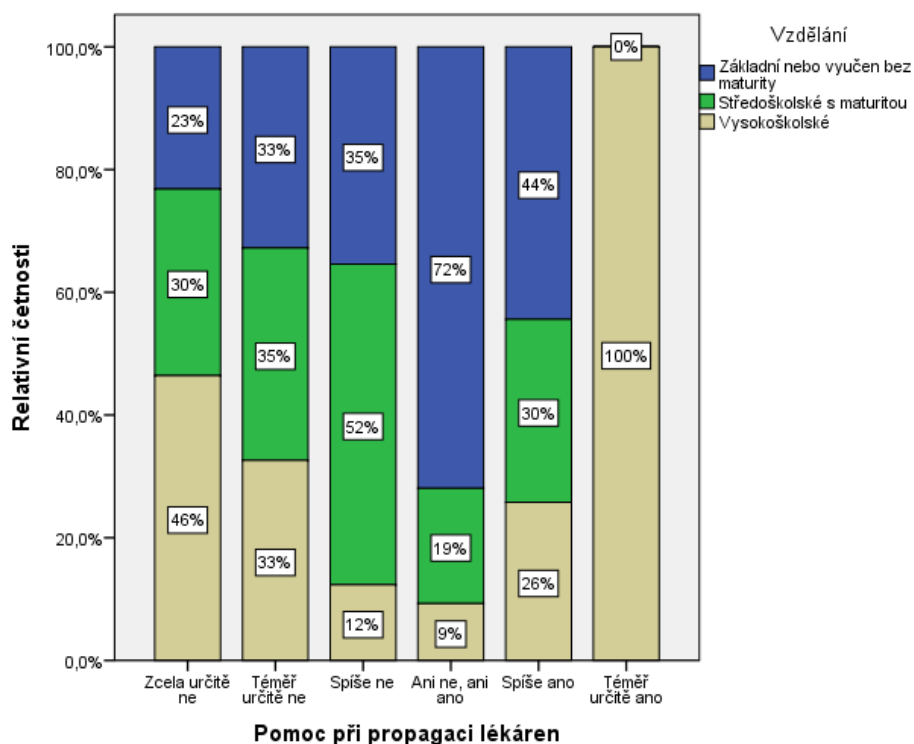
Obr. 147: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Spoluúčast na vytváření interiéru lékárny“ podle věku



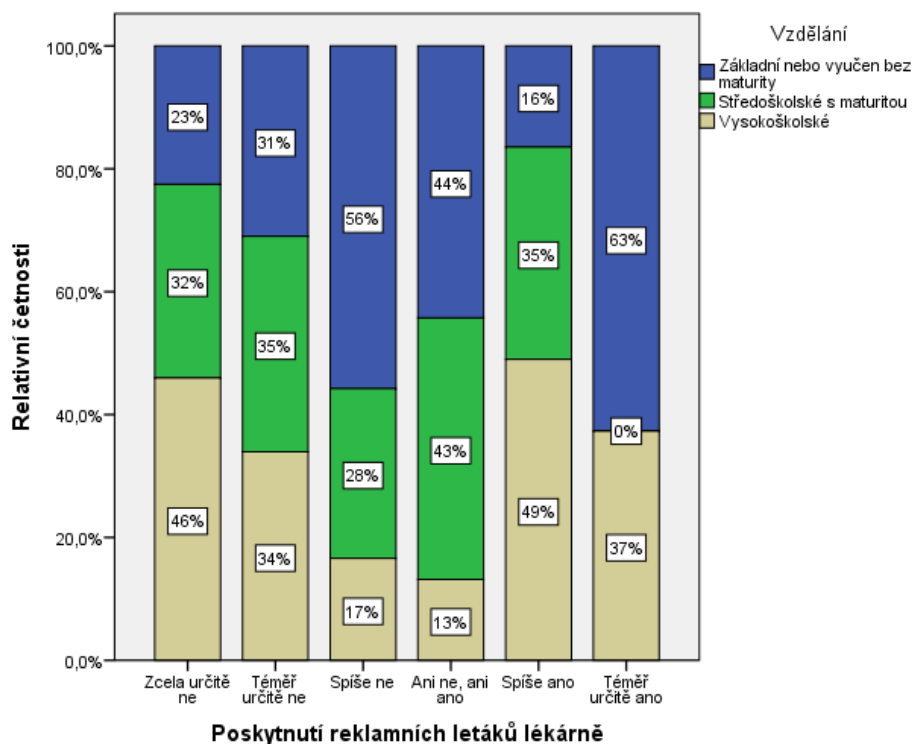
Obr. 148: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Pomoc při poradenství“ podle věku



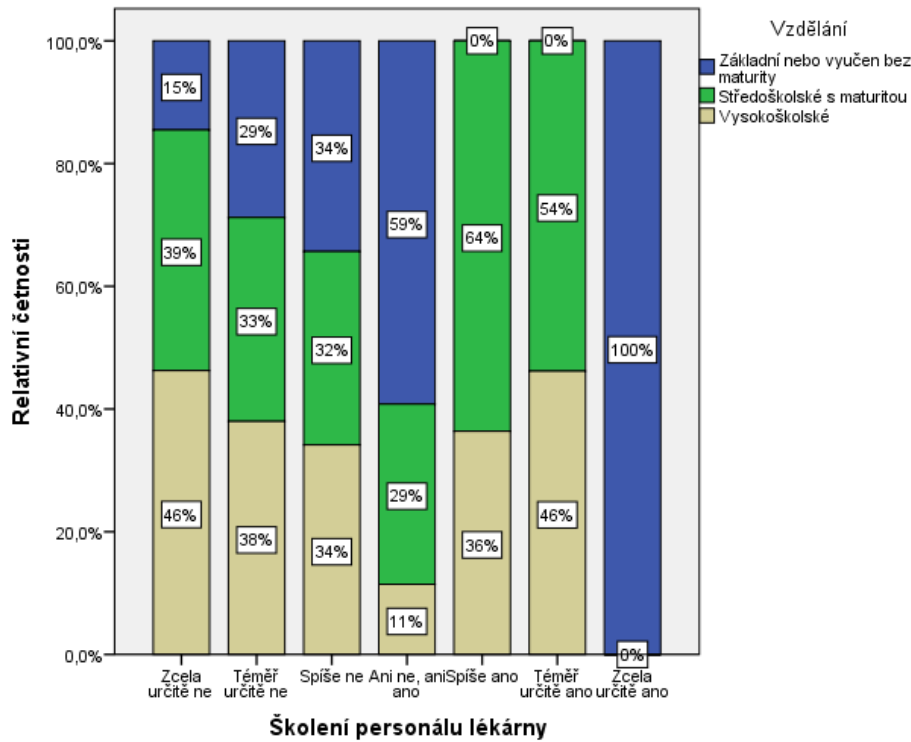
Obr. 149: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Spoluúčast na zabezpečení věrnostních programů“ podle věku



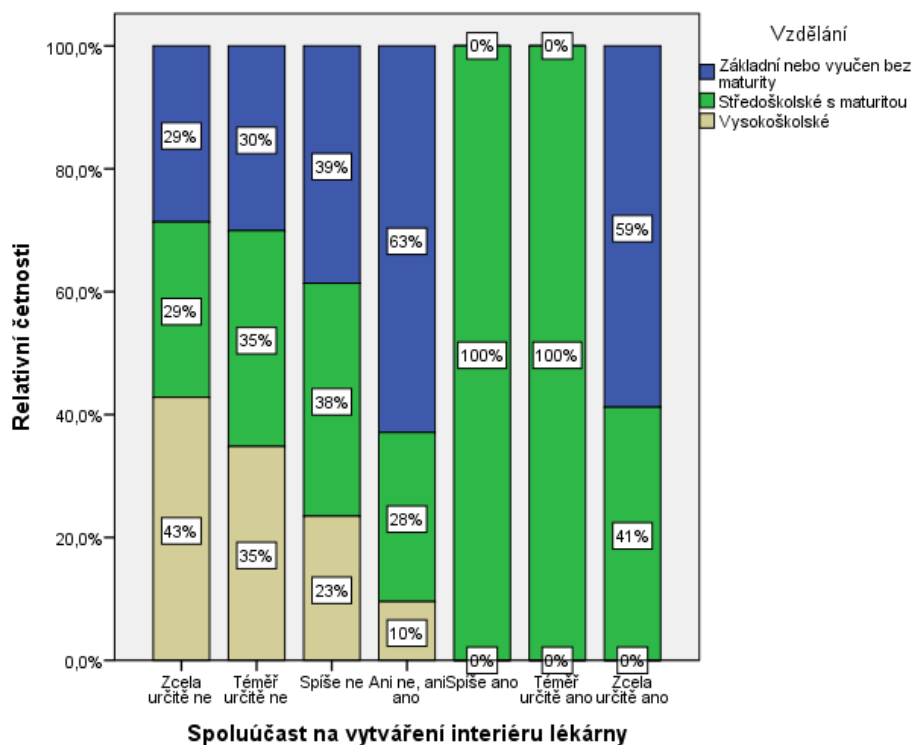
Obr. 150: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Pomoc při propagaci lékáren“ podle vzdělání



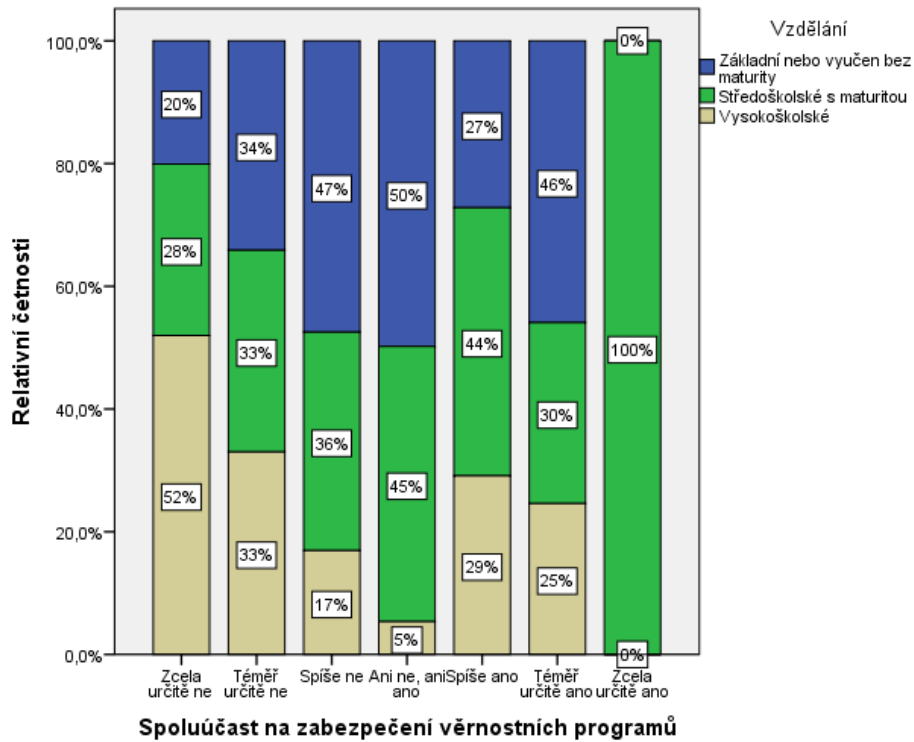
Obr. 151: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Poskytnutí reklamních letáků lékárně“ podle vzdělání



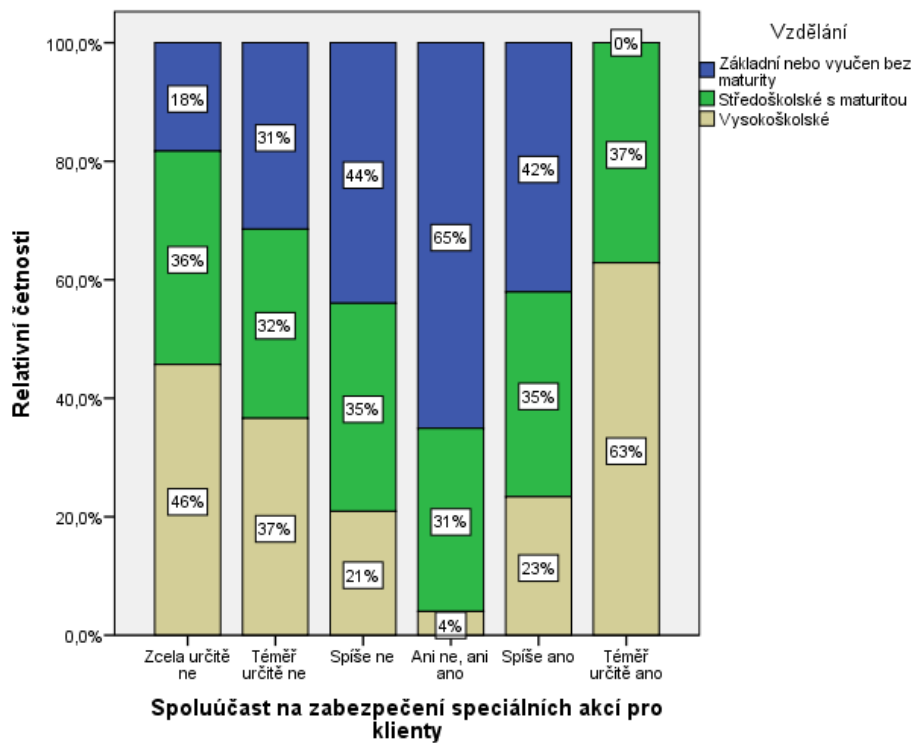
Obr. 152: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Školení personálu lékárny“ podle vzdělání



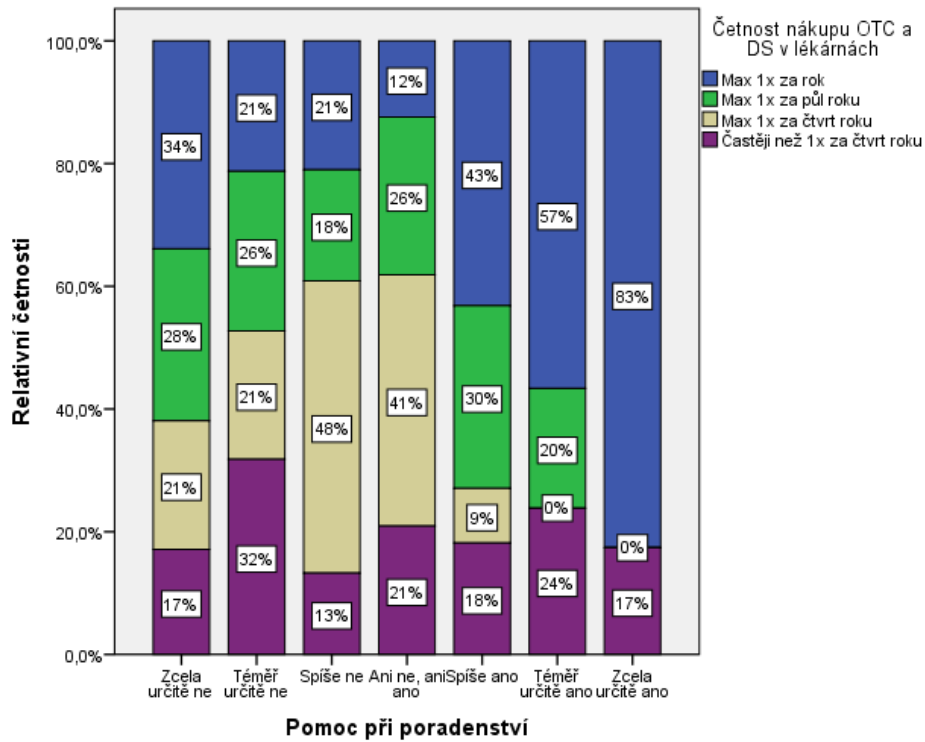
Obr. 153: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Spoluúčast na vytváření interiéru lékárny“ podle vzdělání



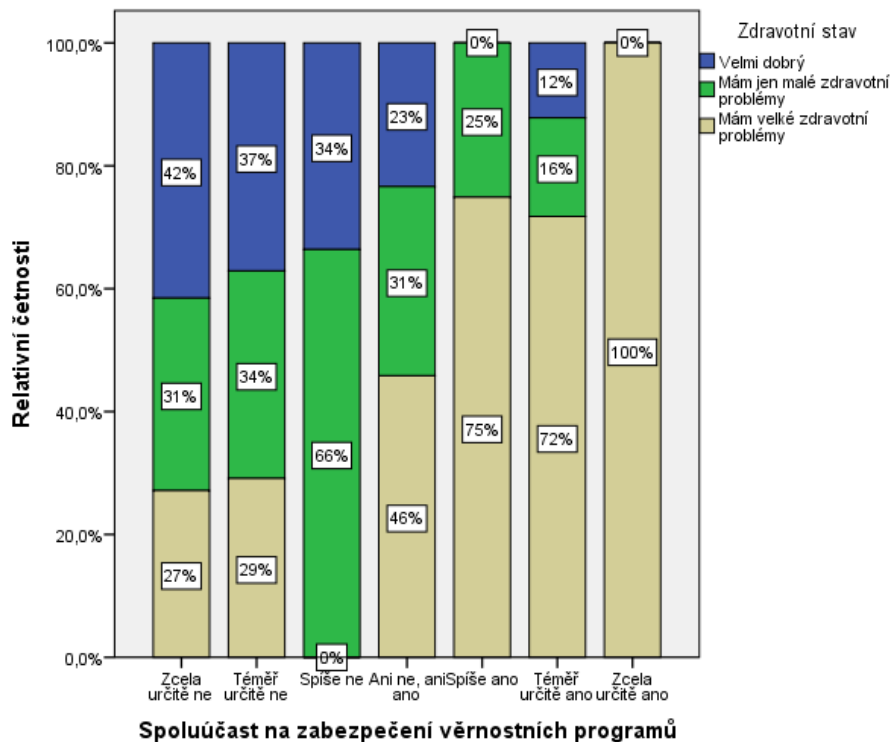
Obr. 154: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Spoluúčast na zabezpečení věrnostních programů“ podle vzdělání



Obr. 155: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Spoluúčast na zabezpečení speciálních akcí pro klienty“ podle vzdělání



Obr. 156: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Pomoc při poradenství“ podle četnosti nákupu



Obr. 157: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Spoluúčast na zabezpečení věrnostních programů“ podle zdravotního stavu

Obsah přílohy dizertační práce

Tab. 1: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílnosti vnímání důležitosti kritérií pro výběr lékárny	1
Tab. 2: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné podnětnosti nejvýznamnějších způsobů získávání informací k nákupu nových OTC léků.....	5
Tab. 3: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné podnětnosti nejvýznamnějších forem poradenství k opakovanému nákupu OTC léků.....	16
Tab. 4: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné četnosti jednotlivých způsobů získávání informací a rad o OTC lécích před jejich nákupem	21
Tab. 5: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné důležitosti osmi nejdůležitějších způsobů získávání informací a rad o OTC lécích před jejich nákupem.....	31
Tab. 6: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné důležitosti jednotlivých druhů osobního poradenství při opakovaném nákupu	40
Tab. 7: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné podnětnosti jednotlivých forem podpory prodeje při nákupu nového OTC léku.....	46
Tab. 8: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné četnosti forem podpory prodeje při nákupu OTC léků	53
Tab. 9: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné úrovně podnětnosti různých forem věrnostních programů k opakovanému nákupu OTC léků.....	55
Tab. 10: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné četnosti různých forem věrnostních programů k nákupu OTC léků	57
Tab. 11: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílnosti doplňkových služeb, které by lékárny měly nabízet klientům	60
Tab. 12: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné podnětnosti doplňkových služeb k opakovanému nákupu v určité lékárně	68
Tab. 13: Testové statistiky Wilcoxonových testů rozdílné prospěšnosti různých forem spolupráce lékařů s lékárnou v dosahu.....	75
Tab. 14: Testové statistiky Wilcoxonových testů možných forem spolupráce dodavatelů léků s lékárnami.....	80

Obr. 1: Vnímání důležitosti kritéria pro výběr lékárny „Nabídka drobných dáreků“ podle pohlaví.....	1
Obr. 2: Vnímání důležitosti kritéria pro výběr lékárny „Šíře sortimentu lékárny“ podle pohlaví.....	2
Obr. 3: Vnímání důležitosti kritéria pro výběr lékárny „Věrnostní programy pro stálé zákazníky“ podle pohlaví.....	2
Obr. 4: Vnímání důležitosti kritéria pro výběr lékárny „Otevírací doba lékárny v SO, NE a svátcích“ podle věku.....	3
Obr. 5: Vnímání důležitosti kritéria pro výběr lékárny „Ceny léků v lékárně“ podle vzdělání.....	3
Obr. 6: Vnímání důležitosti kritéria pro výběr lékárny „Šíře sortimentu lékárny“ podle četnosti nákupu.....	4
Obr. 7: Vnímání důležitosti kritéria pro výběr lékárny „Věrnostní programy pro stálé zákazníky“ podle četnosti nákupu.....	4
Obr. 8: Vnímání důležitosti kritéria pro výběr lékárny „Rozsah poskytovaných slev“ podle zdravotního stavu.....	5
Obr. 9: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků.....	6
Obr. 10: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků.....	6
Obr. 11: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Nabídkové letáky v poštovních schránkách“ podle pohlaví.....	7
Obr. 12: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Nabídkové letáky na stojanech v lékárně“ podle pohlaví.....	7
Obr. 13: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Nabídkové letáky ve výloze lékárny“ podle pohlaví.....	8
Obr. 14: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Nabídkové letáky rozdávané osobně lékárníky“ podle pohlaví.....	8
Obr. 15: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Reklama na webu výrobce“ podle pohlaví.....	9
Obr. 16: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Reklama na webu lékárny“ podle pohlaví.....	9

Obr. 17: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Informace zasílané přes mobil (SMS)“ podle pohlaví	10
Obr. 18: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Prezentace nového léku a doplňku stravy na veletrzích či výstavách“ podle pohlaví.....	10
Obr. 19: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Reklama na webu lékárny“ podle věku.....	11
Obr. 20: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Reklama na webu výrobce léku“ podle věku	11
Obr. 21: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Nabídkové letáky ve výloze lékárny“ podle vzdělání.....	12
Obr. 22: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Reklama v televizi“ podle četnosti nákupu v lékárně	12
Obr. 23: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Nabídkové letáky ve výloze lékárny“ podle četnosti nákupu v lékárně....	13
Obr. 24: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Doporučení lékaře“ podle četnosti nákupu v lékárně.....	13
Obr. 25: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Doporučení jiných odborníků“ podle četnosti nákupu v lékárně	14
Obr. 26: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Informace zasílané přes mobil (SMS)“ podle četnosti nákupu v lékárně .	14
Obr. 27: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Nabídkové letáky na stojanech v lékárně“ podle zdravotního stavu.....	15
Obr. 28: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Reklama v rozhlasě“ podle zdravotního stavu	15
Obr. 29: Podnětnost způsobu pro získávání informací k nákupu nových volně prodejných léků „Nabídkové letáky rozdáváné osobně lékárníky“ podle zdravotního stavu	16
Obr. 30: Podnětnost formy poradenství k opakovanému nákupu volně prodejných léků „Informace v příbalových letáčích léků“ podle vzdělání.....	17
Obr. 31: Podnětnost formy poradenství k opakovanému nákupu volně prodejných léků „Osobní poradenství lékárníka při výdeji“ podle pohlaví.....	17
Obr. 32: Podnětnost formy poradenství k opakovanému nákupu volně prodejných léků „Reference od známých“ podle četnosti nákupu	18

Obr. 33: Podnětnost formy poradenství k opakovanému nákupu volně prodejných léků „Reference jiných klientů na webu lékárny“ podle pohlaví	18
Obr. 34: Podnětnost formy poradenství k opakovanému nákupu volně prodejných léků „Pravidelný zpravodaj lékárny zasílaný e-mailem“ podle pohlaví.....	19
Obr. 35: Podnětnost formy poradenství k opakovanému nákupu volně prodejných léků „Reference jiných klientů na webu lékárny“ podle věku.....	19
Obr. 36: Podnětnost formy poradenství k opakovanému nákupu volně prodejných léků „Reference od známých“ podle vzdělání	20
Obr. 37: Podnětnost formy poradenství k opakovanému nákupu volně prodejných léků „Informace v příbalových letácích léků“ podle četnosti nákupu	20
Obr. 38: Podnětnost formy poradenství k opakovanému nákupu volně prodejných léků „Poradenství lékárníka přes telefon“ podle zdravotního stavu	21
Obr. 39: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Poradenství jiných odborníků“ podle pohlaví.....	22
Obr. 40: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Nabídkové letáky na stojanech v lékárně“ podle pohlaví	22
Obr. 41: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Poradna na webu lékárny vedená lékařem“ podle pohlaví	23
Obr. 42: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Nabídkové letáky v poštovních schránkách“ podle věku.....	23
Obr. 43: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Nabídkové letáky na stojanech v lékárně“ podle věku	24
Obr. 44: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Informace v příbalových letácích léků“ podle věku.....	24
Obr. 45: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Reference jiných klientů na webu lékárny“ podle věku.....	25
Obr. 46: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Nabídkové letáky rozdáváné osobně lékárníky“ podle věku	25
Obr. 47: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Informace v příbalových letácích léků“ podle vzdělání.....	26
Obr. 48: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem,„Nabídkové letáky na stojanech v lékárně“ podle vzdělání	26

Obr. 49: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Informace v příbalových letácích léků“ podle četnosti nákupu	27
Obr. 50: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Nabídkové letáky v poštovních schránkách“ podle četnosti nákupu	27
Obr. 51: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Poradenství zasílané lékárnou e-mailem jako odpověď na dotaz“ podle četnosti nákupu	28
Obr. 52: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Informace v příbalových letácích léků“ podle zdravotního stavu.....	28
Obr. 53: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Nabídkové letáky v poštovních schránkách“ podle zdravotního stavu.....	29
Obr. 54: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Nabídkové letáky na stojanech v lékárně“ podle zdravotního stavu.....	29
Obr. 55: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Nabídkové letáky ve výloze lékárny“ podle zdravotního stavu	30
Obr. 56: Četnost získávání informací a rad o volně prodejných lécích před jejich nákupem „Nabídkové letáky rozdávané osobně lékárníky“ podle zdravotního stavu	30
Obr. 57: Vnímání důležitosti informace „O vyšším komfortu užívání díky snadnému polykání či aplikaci ve srovnání s analogickými preparáty“ podle vzdělání.....	32
Obr. 58: Vnímání důležitosti informace „O způsobech uchovávání léku“ podle pohlaví ..	32
Obr. 59: Vnímání důležitosti informace „O vyšším komfortu užívání díky snadnému polykání či aplikaci ve srovnání s analogickými preparáty“ podle věku.....	33
Obr. 60: Vnímání důležitosti informace „O kontraindikacích léku“ podle věku	33
Obr. 61: Vnímání důležitosti informace „O vhodnější lékové formě ve srovnání s analogickými preparáty“ podle věku	34
Obr. 62: Vnímání důležitosti informace „O komfortu užívání díky delšímu intervalu mezi užitím jednotlivých dávek ve srovnání s analogickými preparáty“ podle věku .	34
Obr. 63: Vnímání důležitosti informace „O způsobech uchovávání léku“ podle věku.....	35
Obr. 64: Vnímání důležitosti informace „O prodloužení doby expirace léku ve srovnání s analogickými preparáty“ podle věku	35
Obr. 65: Vnímání důležitosti informace „O vhodnější lékové formě ve srovnání s analogickými preparáty“ podle vzdělání.....	36

Obr. 66: Vnímání důležitosti informace „O vyšším komfortu užívání díky eliminaci pachuti při užívání potahovaných tablet nebo ochucených přípravků“ podle vzdělání	36
Obr. 67: Vnímání důležitosti informace „O vyšším komfortu užívání díky delšímu intervalu mezi užitím jednotlivých dávek ve srovnání s analogickými preparáty“ podle vzdělání	37
Obr. 68: Vnímání důležitosti informace „O prodloužení doby expirace léku ve srovnání s analogickými preparáty“ podle vzdělání.....	37
Obr. 69: Vnímání důležitosti informace „O kontraindikacích léku“ podle vzdělání	38
Obr. 70: Vnímání důležitosti informace „O indikaci léku“ podle zdravotního stavu	38
Obr. 71: Vnímání důležitosti informace „O minimalizaci nežádoucích účinků ve srovnání s analogickými preparáty“ podle zdravotního stavu.....	39
Obr. 72: Vnímání důležitosti informace „O jejich nežádoucích účincích“ podle zdravotního stavu	39
Obr. 73: Vnímání důležitosti poradenství „Homeopatika“ podle pohlaví.....	40
Obr. 74: Vnímání důležitosti poradenství „Dětská výživa“ podle pohlaví	41
Obr. 75: Vnímání důležitosti poradenství „Léčebná kosmetika“ podle pohlaví	41
Obr. 76: Vnímání důležitosti poradenství „Přírodní léčiva“ podle pohlaví	42
Obr. 77: Vnímání důležitosti poradenství „Prostředky na hubnutí“ podle pohlaví.....	42
Obr. 78: Vnímání důležitosti poradenství „Čaje“ podle pohlaví.....	43
Obr. 79: Vnímání důležitosti poradenství „Bezlepkové potraviny“ podle vzdělání	43
Obr. 80: Vnímání důležitosti poradenství „Doplňky stravy“ podle pohlaví	44
Obr. 81: Vnímání důležitosti poradenství „Dětská výživa“ podle věku.....	44
Obr. 82: Vnímání důležitosti poradenství „Prostředky na hubnutí“ podle věku.....	45
Obr. 83: Vnímání důležitosti poradenství „Běžné volně prodejné léky“ podle četnosti nákupu.....	45
Obr. 84: Vnímání důležitosti poradenství „Veterinární přípravky“ podle četnosti nákupu	46
Obr. 85: Podnětnost podpory prodeje „Drobný dárek ihned s nákupem nového produktu“ podle pohlaví.....	47

Obr. 86: Podnětnost podpory prodeje „Vyzkoušení produktu přímo v lékárně“ podle pohlaví.....	47
Obr. 87: Podnětnost podpory prodeje „Sleva při nákupu většího balení“ podle pohlaví....	48
Obr. 88: Podnětnost podpory prodeje „Slevy ve formě odpuštění 30 Kč poplatku“ podle pohlaví.....	48
Obr. 89: Podnětnost podpory prodeje „Termínované slevy“ podle pohlaví	49
Obr. 90: Podnětnost podpory prodeje „Vzorek zdarma“ podle pohlaví.....	49
Obr. 91: Podnětnost podpory prodeje „Poskytnutí doplňkové služby“ podle pohlaví.....	50
Obr. 92: Podnětnost podpory prodeje „Sleva při nákupu nového produktu při současném nákupu jiného dříve prodávaného produktu“ podle pohlaví.....	50
Obr. 93: Podnětnost podpory prodeje „Slevy ve formě odpuštění 30 Kč poplatku“ podle četnosti nákupu	51
Obr. 94: Podnětnost podpory prodeje „Slevy při nákupu většího balení“ podle zdravotního stavu	51
Obr. 95: Podnětnost podpory prodeje „Slevy ve formě odpuštění 30 Kč poplatku“ podle zdravotního stavu	52
Obr. 96: Podnětnost podpory prodeje „Termínované slevy“ podle zdravotního stavu.....	52
Obr. 97: Četnost podpory prodeje „Drobný dárek ihned s nákupem nového produktu“ podle pohlaví.....	53
Obr. 98: Četnost podpory prodeje „Nabídky účasti v soutěži při nákupu nového produktu“ podle věku	54
Obr. 99: Četnost podpory prodeje „Sleva při nákupu většího balení“ podle věku.....	54
Obr. 100: Úroveň podnětnosti formy věrnostního programu „Jednorázová sleva za nasbírané body“ podle pohlaví.....	55
Obr. 101: Úroveň podnětnosti formy věrnostního programu „Dárek za nasbírané body“ podle pohlaví.....	56
Obr. 102: Úroveň podnětnosti formy věrnostního programu „Získání poukazu na nějakou akci za určitý počet bodů“ podle pohlaví.....	56
Obr. 103: Úroveň podnětnosti formy věrnostního programu „Dárek za nasbírané body“ podle věku	57

Obr. 104: Četnost formy věrnostního programu „Trvalé slevy na nákup pro majitele speciálních věrnostních karet“ podle věku.....	58
Obr. 105: Četnost formy věrnostního programu „Trvalé slevy na nákup pro majitele speciálních věrnostních karet“ podle vzdělání.....	58
Obr. 106: Četnost formy věrnostního programu „Jednorázová sleva za nasbírané body (objem předešlých nákupů)“ podle vzdělání.....	59
Obr. 107: Četnost formy věrnostního programu „Trvalé slevy na nákup pro majitele speciálních věrnostních karet“ podle četnosti nákupu	59
Obr. 108: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Měření výšky“ podle pohlaví.....	60
Obr. 109: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Kosmetická poradna“ podle pohlaví.....	61
Obr. 110: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Měření tlaku“ podle pohlaví	61
Obr. 111: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Měření bazálního metabolismu“ podle pohlaví.....	62
Obr. 112: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Běžné očkování“ podle vzdělání.....	62
Obr. 113: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Odborné přednášky“ podle četnosti nákupu.....	63
Obr. 114: : Doplnkové služby nabízené lékárnou „Cvičení pod vedením odborného cvičitele“ podle četnosti nákupu	63
Obr. 115: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Běžné očkování“ podle četnosti nákupu.....	64
Obr. 116: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Měření tlaku“ podle zdravotního stavu.	64
Obr. 117: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Měření výšky“ podle zdravotního stavu.....	65
Obr. 118: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Vážení“ podle zdravotního stavu	65
Obr. 119: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Poradna zdravého životního stylu“ podle zdravotního stavu	66
Obr. 120: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Měření zraku v optice spolupracující s lékárnou“ podle zdravotního stavu	66
Obr. 121: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Poradna na hubnutí“ podle zdravotního stavu	67
Obr. 122: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Kosmetické ošetření pleti“ podle zdravotního stavu	67

Obr. 123: Doplnkové služby nabízené lékárnou „Měření bazálního metabolismu“ podle zdravotního stavu	68
Obr. 124: Podnětnost doplňkové služby „Kosmetická poradna“ k opakovanému nákupu podle pohlaví.....	69
Obr. 125: Podnětnost doplňkové služby „Poradna hubnutí“ k opakovanému nákupu podle pohlaví.....	69
Obr. 126: Podnětnost doplňkové služby „Poradna zdravého životního stylu“ k opakovanému nákupu podle pohlaví.....	70
Obr. 127: Podnětnost doplňkové služby „Cvičení pod vedením odborného cvičitele“ k opakovanému nákupu podle pohlaví.....	70
Obr. 128: Podnětnost doplňkové služby „Měření bazálního metabolismu“ k opakovanému nákupu podle pohlaví	71
Obr. 129: Podnětnost doplňkové služby „Kosmetické ošetření pleti“ k opakovanému nákupu podle pohlaví	71
Obr. 130: Podnětnost doplňkové služby „Měření výšky“ k opakovanému nákupu podle pohlaví.....	72
Obr. 131: Podnětnost doplňkové služby „Odborné přednášky“ k opakovanému nákupu podle zdravotního stavu	72
Obr. 132: Podnětnost doplňkové služby „Kosmetické ošetření pleti“ k opakovanému nákupu podle zdravotního stavu	73
Obr. 133: Podnětnost doplňkové služby „Měření tlaku“ k opakovanému nákupu podle zdravotního stavu	73
Obr. 134: Podnětnost doplňkové služby „Měření výšky“ k opakovanému nákupu podle zdravotního stavu	74
Obr. 135: Podnětnost doplňkové služby „Měření bazálního metabolismu“ k opakovanému nákupu podle zdravotního stavu	74
Obr. 136: Podnětnost doplňkové služby „Cvičení pod vedením odborného cvičitele“ k opakovanému nákupu podle zdravotního stavu	75
Obr. 137: Prospěšnost spolupráce lékárny a lékařů „Vystavení letáků na nové léky v čekárnách lékařů“ podle vzdělání	76
Obr. 138: Prospěšnost spolupráce lékárny a lékařů „Spolupráce při zajišťování speciálních přednášek pro klienty lékáren“ podle vzdělání	76

Obr. 139: Prospěšnost spolupráce lékárny a lékařů „Doporučování nových léků lékaři“ podle vzdělání	77
Obr. 140: Prospěšnost spolupráce lékárny a lékařů „Pomoc při odpovídání na dotazy klientů lékárny e-mailem“ podle četnosti nákupů.....	77
Obr. 141: Prospěšnost spolupráce lékárny a lékařů „Školení personálu lékárny“ podle zdravotního stavu	78
Obr. 142: Prospěšnost spolupráce lékárny a lékařů „Osobní vedení poradny v lékárně“ podle zdravotního stavu	78
Obr. 143: Prospěšnost spolupráce lékárny a lékařů „Doporučování nových léků lékaři“ podle zdravotního stavu	79
Obr. 144: Prospěšnost spolupráce lékárny a lékařů „Spolupráce při zajišťování speciálních přednášek pro klienty lékáren“ podle zdravotního stavu	79
Obr. 145: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Školení personálu lékárny“ podle pohlaví.....	80
Obr. 146: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Spoluúčast na vybavení lékárny přístroji“ podle pohlaví	81
Obr. 147: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Spoluúčast na vytváření interiéru lékárny“ podle věku.....	81
Obr. 148: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Pomoc při poradenství“ podle věku	82
Obr. 149: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Spoluúčast na zabezpečení věrnostních programů“ podle věku	82
Obr. 150: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Pomoc při propagaci lékáren“ podle vzdělání.....	83
Obr. 151: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Poskytnutí reklamních letáků lékárně“ podle vzdělání	83
Obr. 152: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Školení personálu lékárny“ podle vzdělání	84
Obr. 153: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Spoluúčast na vytváření interiéru lékárny“ podle vzdělání.....	84
Obr. 154: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Spoluúčast na zabezpečení věrnostních programů“ podle vzdělání.....	85

Obr. 155: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Spoluúčast na zabezpečení speciálních akcí pro klienty“ podle vzdělání.....	85
Obr. 156: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Pomoc při poradenství“ podle četnosti nákupu.....	86
Obr. 157: Možné formy spolupráce dodavatelů léků s lékárnami „Spoluúčast na zabezpečení věrnostních programů“ podle zdravotního stavu.....	86