

Столяров С.А.

Рынок медицинских услуг: Некоторые его характеристики, проблемы и аспекты управления. 2-е изд. испр. - Барнаул: Аз Бука, 2003. - 258 с.

ISBN 5-93957-046-1

*В монографии рассматриваются некоторые проблемы и особенности функционирования рынка медицинских услуг, а также отдельные вопросы маркетинговых коммуникаций (получение данных о рынке и способах воздействия учреждения здравоохранения на потребителей медицинских услуг).*

*Даются основные понятия рынка медицинских услуг: цена, спрос, предложение. Анализируется ряд инструментов маркетинга, а также некоторые проблемы сетевого, в т.ч. многоуровневого (MLM) маркетинга. Приводятся результаты научных исследований и примеры практического применения возможностей маркетинга в управлении лечебно-профилактическим учреждением.*

*Издание предназначено для руководителей органов и учреждений здравоохранения, экономистов и маркетологов социальной сферы, преподавателей экономических дисциплин, аспирантов, ординаторов и студентов, как медицинских, так и экономических Вузов.*

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ.....</b>	<b>5</b>
1.1. Возникновение рынка медицинских услуг .....	7
1.2. Рынок, как регулятор финансово-хозяйственной деятельности общества.....	9
1.3. Особенности формирования цен на медицинские услуги.....	13
1.3.1. Виды цен на новые медицинские услуги.....	17
1.3.2. Виды цен на существующие медицинские услуги....	19
1.3.3. Система цен на медицинские услуги в России.....	21
1.3.4. Ценообразование в практике медицинских учреждений США.....	28
1.4. Спрос, как одно из условий существования рынка медицинских услуг.....	33
1.5. Предложение, как одно из условий существования рынка медицинских услуг.....	43
1.6. Рыночное равновесие, как результат взаимодействия спроса и предложения .....	45
1.7. Особенности медицинских услуг.....	49
1.8. Взгляд ряда исследователей США на отличие медицинских услуг от других товаров.....	56
1.9. Риски оказания медицинских услуг.....	61
1.10. Регулирование сферы медицинских услуг.....	71
<b>ГЛАВА 2. МАРКЕТИНГ, КАК КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ.....</b>	<b>73</b>
2.1. Исторические аспекты маркетинга и его использование в финансово - хозяйственной деятельности медицинских учреждений.....	73
2.2. Основные идеи маркетинга и его применимость в здравоохранении.....	81
2.3. Составные элементы маркетинга.....	86
2.4. Системный подход к здравоохранению и медицинским учреждениям.....	89
<b>ГЛАВА 3. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ.....</b>	<b>101</b>
3.1. Обмен информацией, как условие функционирования медицинского учреждения.....	101
3.2. Маркетинговые исследовательские коммуникации.....	104
3.2.1. Сегментация рынка медицинских услуг по потребителям.....	104
3.2.2. Сегментация рынка медицинских услуг по основным конкурентам.....	109
3.2.3. Сегментация рынка медицинских услуг по их параметрам.....	115
3.3. Маркетинговые коммуникации воздействия.....	118

3.3.1. Реклама.....	121
3.3.2. Стимулирование сбыта.....	138
3.3.3. Связь с общественностью.....	140
3.3.4. Прямой маркетинг.....	142
3.3.5. Сетевой маркетинг .....	149
3.3.6. Многоуровневый маркетинг (М.ЛМ).....	152
3.4. Товарные знаки и символы, как элементы маркетинговых коммуникаций воздействия.....	174
3.5. Интегрированные маркетинговые коммуникации.....	178
3.6. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций воздействия.....	180
<b>ГЛАВА 4. ПРАКТИЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛЕЧЕБНО-ПРОФИЛАКТИЧЕСКОГО УЧРЕЖДЕНИЯ.....</b>	<b>191</b>
4.1. Выбор вида коммерческой деятельности для медицинского учреждения в зависимости от основного направления его работы .....	191
4.2. Состояние рынка медицинских услуг по диагностике и лечению заболеваний передающихся преимущественно половым путем.....	195
4.3. Сегментация рынка медицинских услуг .....	208
4.4. Оптимизация маркетинговой деятельности.....	223
4.5. Применение комплекса маркетинговых коммуникаций воздействия и оценка его эффективности .....	226
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>238</b>
<b>БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....</b>	<b>239</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ.....</b>	<b>249</b>