

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział I. Rynek usług zdrowotnych w Polsce i jego otoczenie	13
1.1. System ochrony zdrowia w Polsce	14
1.1.1. Koncepcja i reforma systemu ochrony zdrowia w Polsce.....	14
1.1.2. Źródła finansowania systemu ochrony zdrowia w Polsce – <i>wybrane zagadnienia</i>	23
1.2. Charakterystyka podmiotów rynku usług zdrowotnych	26
1.2.1. Charakterystyka jednostek opieki zdrowotnej	30
1.2.2. Pacjent jako podmiot rynku.....	34
1.3. Wpływ otoczenia na funkcjonowanie jednostek opieki zdrowotnej	42
1.3.1. Otoczenie makroekonomiczne	44
1.3.2. Otoczenie sektorowe/konkurencyjne.....	47
1.3.3. Otoczenie rynkowe a rynki docelowe pacjentów	48
Rozdział II. Usługi zdrowotne w środowisku wirtualnym	51
2.1. Koncepcja usług zdrowotnych jako produktu marketingowego – <i>podejście klasyczne i współczesne</i>	52
2.2. Tworzenie produktów systemowych w rynkowym sektorze usług zdrowotnych	60
2.3. Otoczenie wirtualne rynku usług zdrowotnych	64
Rozdział III. Rola i znaczenie relacji podmiotów rynku usług zdrowotnych w świetle teorii	75
3.1. Funkcjonowanie podmiotów na rynku zdrowotnym a paradygmaty marketingu relacji.....	76
3.2. Relacje w teorii zachowań konsumentów.....	83
3.3. Istota i zakres relacji podmiotów na rynku usług zdrowotnych	92
3.4. Jakość relacji i jej wymiary na rynku usług zdrowotnych	98
Rozdział IV. Wpływ otoczenia wirtualnego na zachowania podmiotów rynku usług zdrowotnych – <i>ujęcie modelowe</i>	111
4.1. Metodyczne aspekty badania zachowań i relacji podmiotów rynku usług zdrowotnych w otoczeniu wirtualnym	112

4.2. Modele strukturalne zmiany w zachowaniach podmiotów rynku usług zdrowotnych w otoczeniu wirtualnym	120
4.3. Modele wartości oczekiwanej na rynku usług zdrowotnych w otoczeniu wirtualnym.....	128

Rozdział V. Charakterystyka modeli relacji podmiotów rynku usług zdrowotnych w otoczeniu wirtualnym	151
5.1. Ocena jakości relacji podmiotów rynku usług zdrowotnych	152
5.2. Trójczynnikiowe modele relacji podmiotów rynku usług zdrowotnych w otoczeniu wirtualnym	156
5.3. Typologia podmiotów rynku usług zdrowotnych w aspekcie budowania relacji w otoczeniu wirtualnym	178
5.4. Kierunki wykorzystania modeli relacji podmiotów rynku usług zdrowotnych w otoczeniu wirtualnym	188
Zakończenie.....	195
Bibliografia	199
Spis rysunków, tabel, wykresów.....	207