

SADRŽAJ

HIPOKRATOVA ZAKLETVA	3
IZVOD IZ RECENZIJE	5
I UVODNA RAZMATRANJA	11
II RAZVOJ ZDRAVSTVENIH USLUGA U SVETU I KOD NAS	12
III OSNOVNI DEMOGRAFSKI PODACI O STANOVNIŠTVU	23
3.1. Prirodno kretanje stanovništva kao determinanta strategije razvoja zdravstvenih usluga	23
IV STRATEGIJA ZAŠTITE ŽIVOTNE SREDINE I STRATEGIJA ODRŽIVOG NIVOJA KVALITETA ZAŠTITE	28
4.1. Tržište kao usmeravajući faktor u zaštiti životne sredine	28
4.2. „Green design” – novi koncept zaštite	33
V MARKETING I RAZVOJNI KONCEPT ZDRAVSTVENIH USLUGA	34
VI TEHNIČKA OPREMLJENOST ZDRAVSTVENIH USTANOVA I KADROVI	37
VII SPECIFIČNOST ZDRAVSTVENIH POTREBA	41
7.1. Karakteristike zdravstvene usluge kao proizvoda neprofitne organizacije – poslovna strategija	43
VIII PRINCIPI I SAVREMENA ORGANIZACIJA ZDRAVSTVENE ZAŠTITE	46
8.1. Definicija i pojam zdravstvene zaštite i zdravstvene delatnosti	46
8.2. Prava građana i kolektivna zdravstvena zaštita	49
IX ORGANIZACIJA, FUNKCIJE I ZADACI ZDRAVSTVENIH USTANOVA	51
9.1. Različiti vidovi obezbeđivanja sredstava za rad zdravstvenih ustanova	56
9.2. Budžetsko finansiranje i ugovorno upravljanje u zdravstvu- skandinavski model (švedsko-finski)	58
X UPRAVLJANJE TROŠKOVIMA	65
10.1. Formiranje cena i upravljanje troškovima u srpsko-crnogorskom (bivšem YU) modelu	65
10.2. Cena kao izraz vrednosti pružene zdravstvene usluge	65
10.1.1. Globalna strategija formiranja cena zdravstvenih usluga ...	65

10.1.2. Finansiranje zdravstvenih usluga od strane državnih fondova	68
10.3. Osnovni elementi za formiranje cena vanstandardnih usluga	71
10.4. Cena b.o. dana u apartmanskome aranžmanu	83
10.5. Cena kao faktor uspešnosti poslovanja zdravstvene ustanove	92
10.6. Analiza tržišnog okruženja, cena i usluga	93
10.7. Bihevizizam kao determinanta odluke o korišćenju zdravstvene usluge	94
XI - STRATEGIJA FORMIRANJA CENA ZA NOVE USLUGE	95
11.1. Strategija ekskluzivnih cena	95
11.2. Strategija penetracionih cena	96
XII FORMIRANJE CENA ZDRAVSTVENIH USLUGA U PRIVATNOM ZDRAVSTVU NA TERITORIJI SCG (EX YU)	100
XIII STANDARDIZOVANA PROCEDURA KRETANJA DOKUMENTACIJE I NORMIRANJE UTROŠAKA NAMIRNICA, LEKOVA I POTROŠNOG MATERIJALA (UPRAVLJANJE TROŠKOVIMA)	101
XIV FORMIRANJE ZDRAVSTVENE USTANOVE	106
14.1. Postupak i procedura za osnivanje zdravstvene ustanove	106
14.2. Integralni model zdravstvene zaštite regionalnog tipa	108
14.3. Naučno-istraživački rad u globalnom modelu zdravstvene zaštite	115
14.4. Ocena stanja i mogući pravci razvoja i primene marketing koncepta u zdravstvu	117
XV DELATNOST ZDRAVSTVENIH USTANOVA I MOGUĆA ORGANIZACIONA STRUKTURA SRPSKO-CRNOGORSKOG MODELA	119
15.1. Dom zdravlja	121
15.2. Apoteka	128
15.3. Bolnice	128
15.4. Zavod	133
15.5. Zavod za zaštitu zdravlja	135
15.6. Institut	138
15.7. Klinika	138
15.8. Zdravstveni centar	139
15.9. Klinički centar	139
15.10. Kliničko-bolnički centar	140

XVI PRIMENA MARKETING KONCEPTA U PLANIRANJU RAZVOJA SAVREMENOG KLINIČKOG CENTRA	144
16.1. Ostali oblici savremene zdravstvene zaštite	151
XVII KUĆNO LEČENJE KAO PRETEČA SAVREMENOG TRŽIŠNOG PONAŠANJA PRUŽAOCA ZDRAVSTVENE USLUGE – PORODIČNI LEKAR –	152
XVIII GLOBALNA ORGANIZACIONA POSTAVKA SAVREMENOG KLINIČKOG SISTEMA NA PRINCIPIMA MARKETINGA (STRATEŠKI I OPERATIVNI MARKETING)	158
18.1. Tržište i plan kao preduslov organizovanja marketinga u velikim kliničkim sistemima:	165
XIX PROCEDURALNA PITANJA STANDARDIZACIJE ZDRAVSTVENIH USLUGA NA PROJEKTIMA EVROPSKE UNIJE	168
XX KVALITET PRUŽENIH USLUGA KAO DETERMINANTA OSTVARIVANJA KONCEPTA TRŽIŠNE ORIJENTACIJE	170
XXI SEGMENTACIJA TRŽIŠTA ZDRAVSTVENIH USLUGA I DEFINISANJE CILJNIH GRUPA	177
XXII TRŽIŠNA POZICIONIRANOST ZDRAVSTVENE USTANOVE	181
XXIII TRŽIŠTE I MARKETING PLAN U ZDRAVSTVENIM USTANOVAMA	183
XXIV SWOT ANALIZA	188
XXV NOVI LIK MENADŽERA I IZBOR STRATEŠKE OPCIJE	189
25.1. Osnovni parametri menadžerske kontrole izvršenja radnih zadataka	194
XXVI STVARANJE TRŽIŠNOG AMBIJENTA – SISTEMSKO PITANJE .	195
XXVII DONATORSTVO KAO OBLIK NOVIH CIVILIZACIJSKIH DOSTIGNUĆA U ZDRAVSTVU – INICIJATIVE SRPSKO-CRNOGORSKOG MODELA –	197
XXVIII INFORMACIONE TEHNOLOGIJE U FUNKCIJI RAZVOJA ZDRAVSTVENIH USTANOVA	200
XXIX IT TEHNIKE U ZDRAVSTVU	203
29.1. Nabavka opreme i IT putem lizinga i koncesija	207
XXX SAVREMENA DOSTIGNUĆA U PRUŽANJU ZDRAVSTVENIH USLUGA – TELEMEDICINA	210

XXXI PACIJENT KAO KONTROLOR PRUŽENE ZDRAVSTVENE USLUGE	214
31.1. Pravo na privatnost i zaštitu zdravstvenih podataka	217
XXXII LEKARSKA KOMORA KAO OBLIK POVEZIVANJA INTERESA PROFESIJA LEKARA, STOMATOLOGA I FARMACEUTA I ZAŠTITE INTERESA GRAĐANA U OSTVARIVANJU PRAVA NA ZDRAVSTVENU ZAŠTITU (IDEJNI PROJEKAT)	220
XXXIII ZDRAVSTVENO OSIGURANJE – RAZVOJ I PERSPEKTIVE U SVETU I KOD NAS –	223
33.1. Razvoj zdravstvenog osiguranja u našim uslovima	227
33.2. Organizacija zdravstvenog osiguranja u svetu	233
33.2.1. Obavezno zdravstveno osiguranje u karakterističnim zemljama u svetu (Nemačka, Francuska, USA, V. Britanija, Kanada, Egipat, Tajland)	240
XXXIV SPECIFIČNI OBLICI TRŽIŠNIH KOMUNIKACIJA U ZDRAVSTVU	248
34.1. Informativna propaganda	258
34.1.1. Troškovi informativne propagande	252
34.2. Odnosi s javnošću (Public relations)	258
34.3. Publicitet	260
34.4. Ostali vidovi komunikacija (publikacije, brošure, BIL-BORD poruke, plakati...)	262
34.5. Internet – najmoćnije sredstvo u razmeni informacija o dostignućima u medicinskim naukama; TV prenosi lekarskih intervencija i ekspertskih konsultacija	264
LITERATURA	275