

Leining

Einweiserorientierung von Krankenhäusern

Messung der Einweiserpräferenzen mittels einer internetbasierten Conjoint Analyse

Im umkämpften Krankenhausmarkt wird die Kundenorientierung zu einem wichtigen strategischen Erfolgsfaktor. Konkret bedeutet dies, dass für Kliniken Patienten und Angehörige, Kostenträger und vor allem niedergelassene Ärzte als Zielgruppe einer marktorientierten Unternehmensführung in den Vordergrund rücken. In diesem Zusammenhang spielt die Kenntnis von deren Präferenzen bezüglich der Leistungen und Angebote von Krankenhäusern eine große Rolle. Die vorliegende Arbeit untersucht die Präferenzen tatsächlicher und potentieller Einweiser bezüglich des Informations- und Kommunikationsangebots von Kliniken.

Im umkämpften Krankenhausmarkt wird die Kundenorientierung zu einem wichtigen strategischen Erfolgsfaktor. Konkret bedeutet dies, dass für Kliniken Patienten und Angehörige, Kostenträger und vor allem niedergelassene Ärzte als Zielgruppe einer marktorientierten Unternehmensführung in den Vordergrund rücken. In diesem Zusammenhang spielt die Kenntnis derer Präferenzen bezüglich der Leistungen und Angebote von Krankenhäusern eine große Rolle. Ines Leining untersucht die Präferenzen tatsächlicher und potentieller Einweiser bezüglich des Informations- und Kommunikationsangebots von Kliniken. Der Inhalt - Theoretische Fundierung der Einweiserorientierung - Konzeptualisierung, Operationalisierung und Messung von Präferenzen - Ermittlung der Präferenzen niedergelassener Ärzte für Serviceangebote von Krankenhäusern - Ableitung von Implikationen für Wissenschaft und Praxis Die Zielgruppen - Dozierende und Studierende der Wirtschaftswissenschaften mit den Schwerpunkten Health Care Management, Gesundheitsökonomie, Marketing sowie der Medizin - Fach- und Führungskräfte in Krankenhäusern, Gesundheitsnetzwerken, Krankenkassen Die Autorin Ines Leining promovierte bei Univ.-Prof. Dr. Michael Lingenfelder am Lehrstuhl für Allgemeine BWL, insb. Marketing und Handelsbetriebslehre der Philipps-Universität Marburg.



64,99 €
60,74 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783658070823
Medium: Buch
ISBN: 978-3-658-07082-3
Verlag: Springer
Erscheinungstermin: 03.09.2014
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 2014
Serie: Marktorientiertes Management
Produktform: Kartoniert
Gewicht: 396 g
Seiten: 277
Format (B x H): 148 x 210 mm

