

ГБОУ ВПО УГМУ Минздрав России
кафедра хирургической стоматологии и
челюстно-лицевой хирургии

ИЗУЧЕНИЕ МНЕНИЯ СТУДЕНТОВ- СТОМАТОЛОГОВ ОБ ИМИДЖЕ ВРАЧА

Выполнила:

Студентка ОС-505 Дедова Я.С

Научный руководитель: д.м.н. Костина И.Н.

- Рынок стоматологических услуг в России стремительно развивается и составляет более 50% от суммы всех платных медицинских услуг. Это обуславливает рост конкуренции между стоматологическими учреждениями и врачами-стоматологами.
-

- Имидж стоматологических поликлиник складывается из имиджа работающих там врачей. Следовательно, возникает потребность в формировании позитивного образа врача-стоматолога. Недоверие к стоматологам, в основном связанное со страхом, существовало во все времена. В связи с этим удачно сформированный персональный имидж позволяет преодолеть недоверие, психологические препятствия между врачом и пациентов.
- Проблемы формирования имиджа впервые начала разрабатываться в 60-е гг. XX в. В трудах зарубежных ученых.

Имидж —

(англ. image — образ, от лат. imago — имитировать)

не просто образ, а целенаправленно сформированный образ кого-либо или чего-либо, содержащий некоторые ценностные характеристики и призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на целевую аудиторию в целях популяризации, рекламы и т.д. В этом современном значении термин «имидж» впервые употребил З. Фрейд, издававший в 1930х гг. журнал под таким названием.



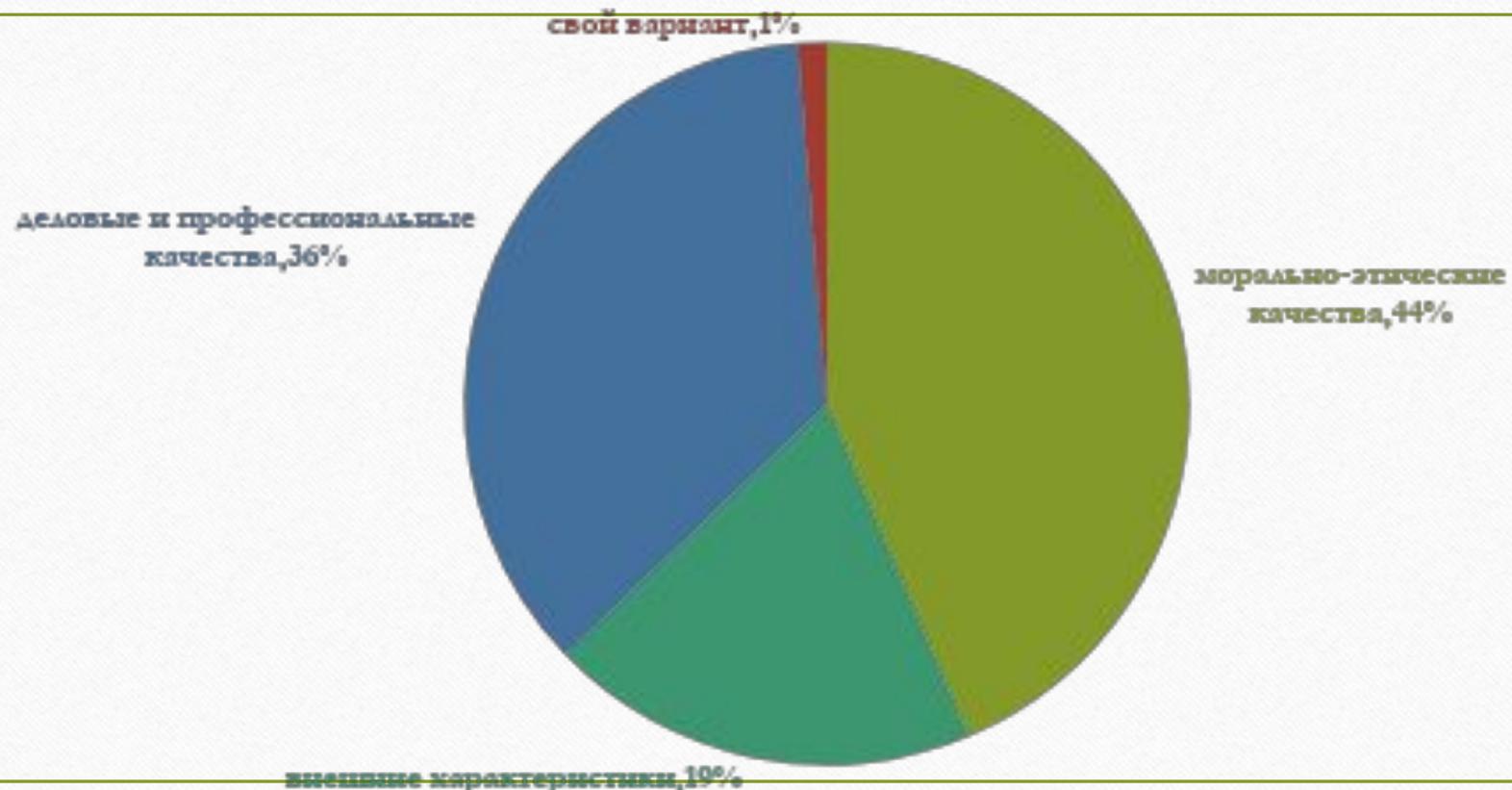
Цель:

- Изучение представлений студентов о современном имидже стоматолога по результатам анкетирования.
-

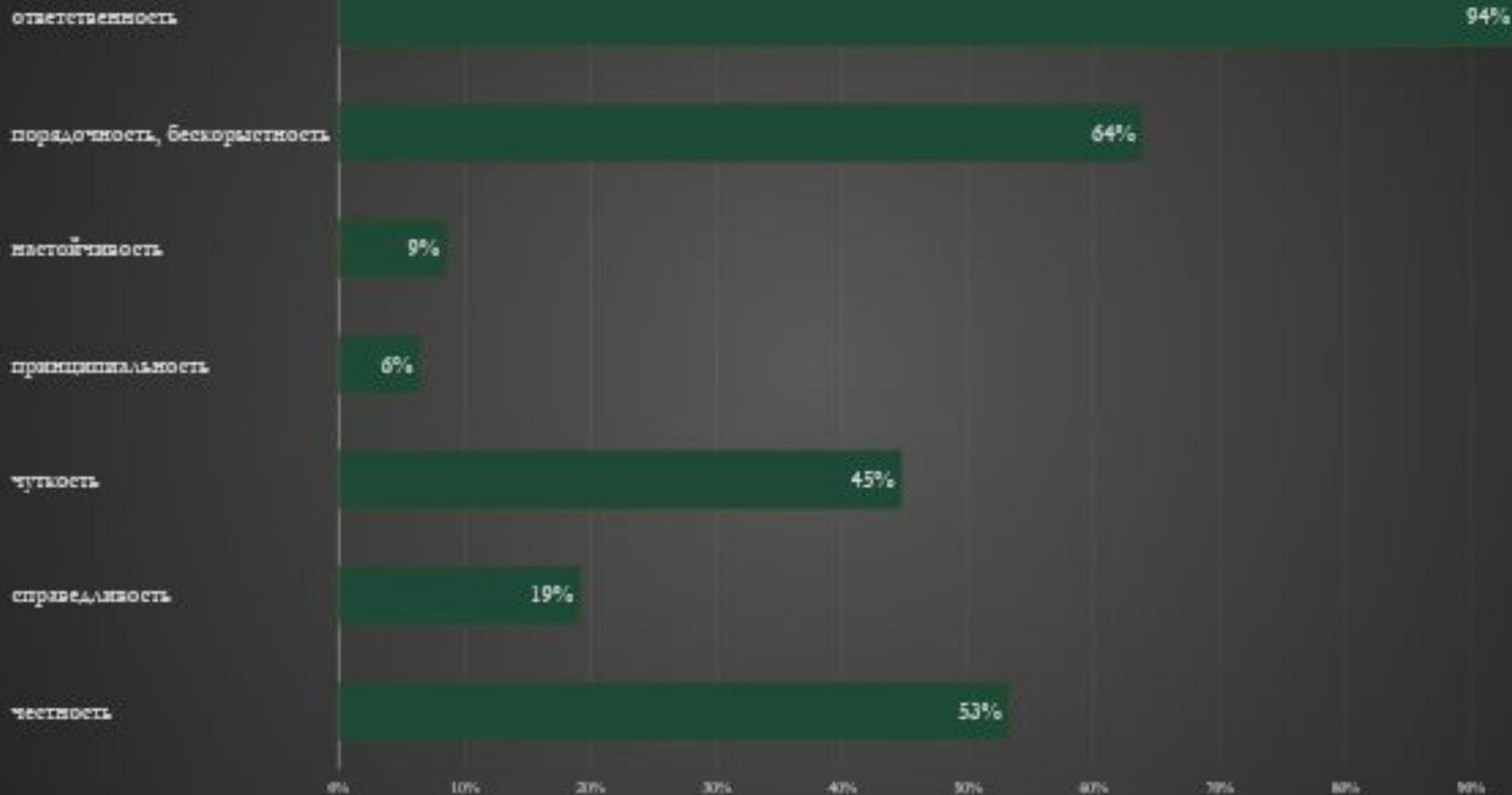
Материалы и методы исследования:

- Анкетирование студентов 3-4 курсов стоматологического факультета (всего 47 человек)
- Возраст опрашиваемых 20-25 лет
- Среди них 10 мужчин и 37 девушек

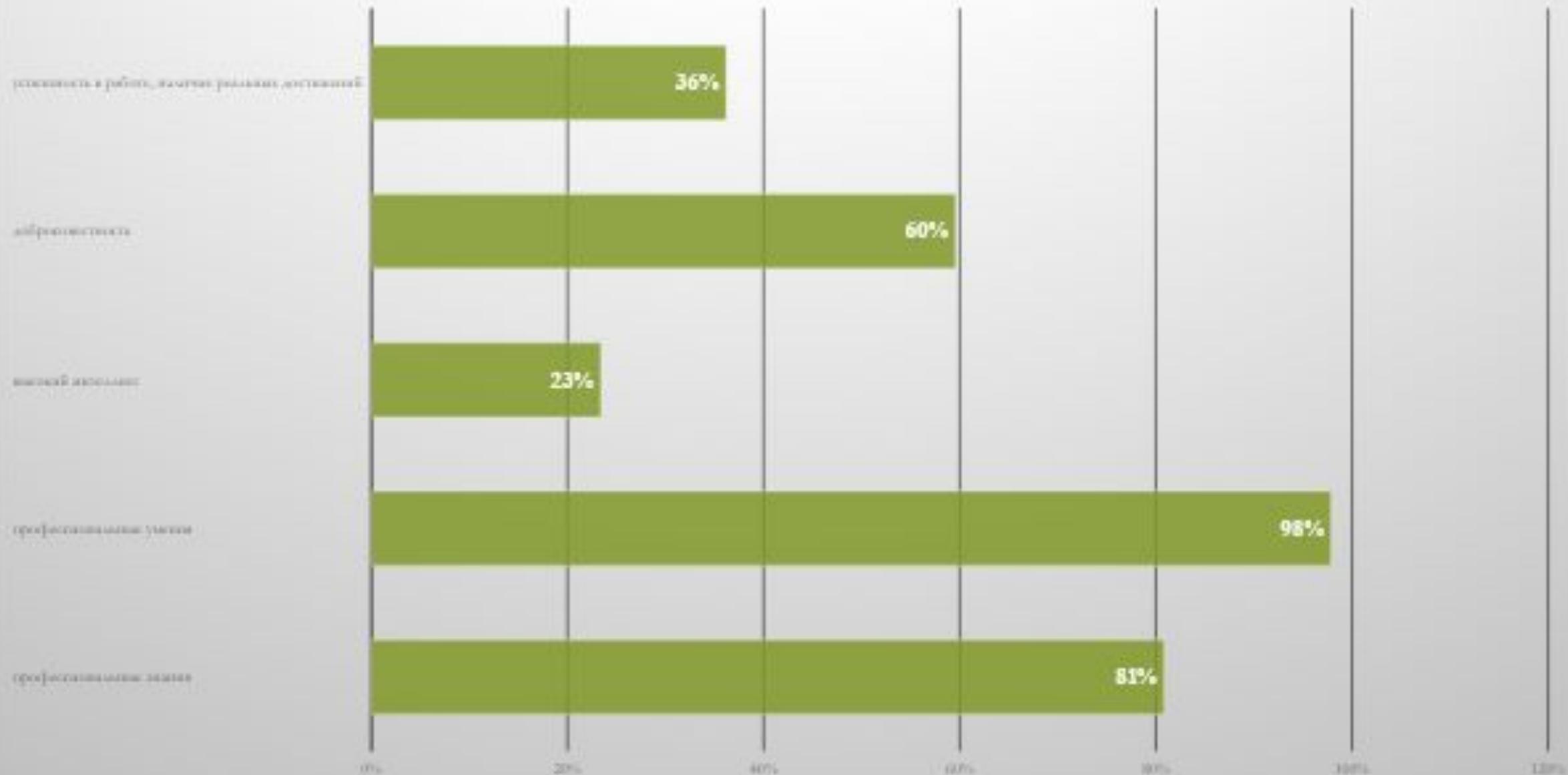
Какой характеристике соответствует ваше представление о врачах:



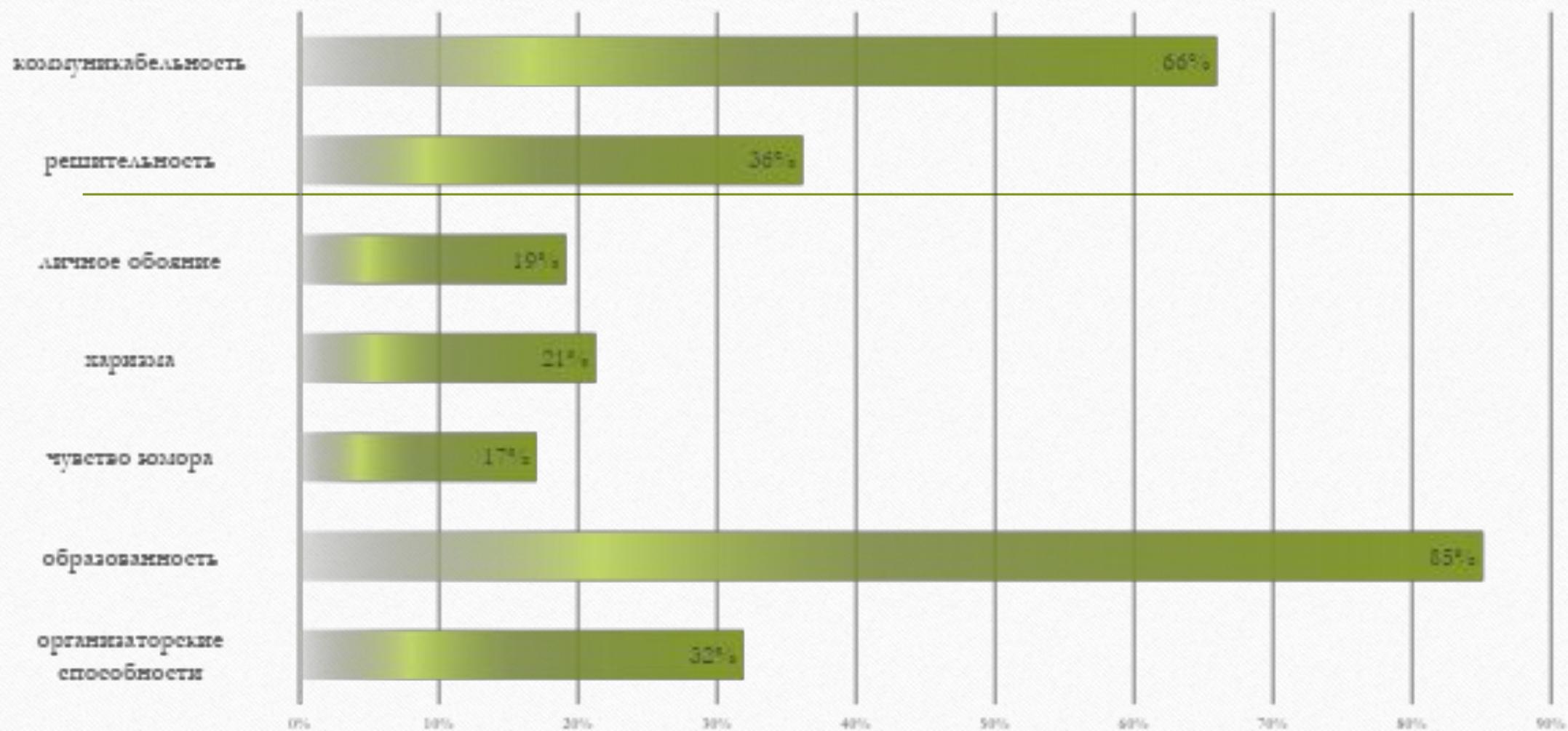
Морально-этические качества врача



Деловые качества врача при создании имиджа



качества важные для создания имиджа врача



характеристики важные для имиджа врача

одежда, причёска

умение производить впечатление уверенного в себе человека

способность вызывать доверие

выразительность поведения (мимика, жесты)

грамотная речь

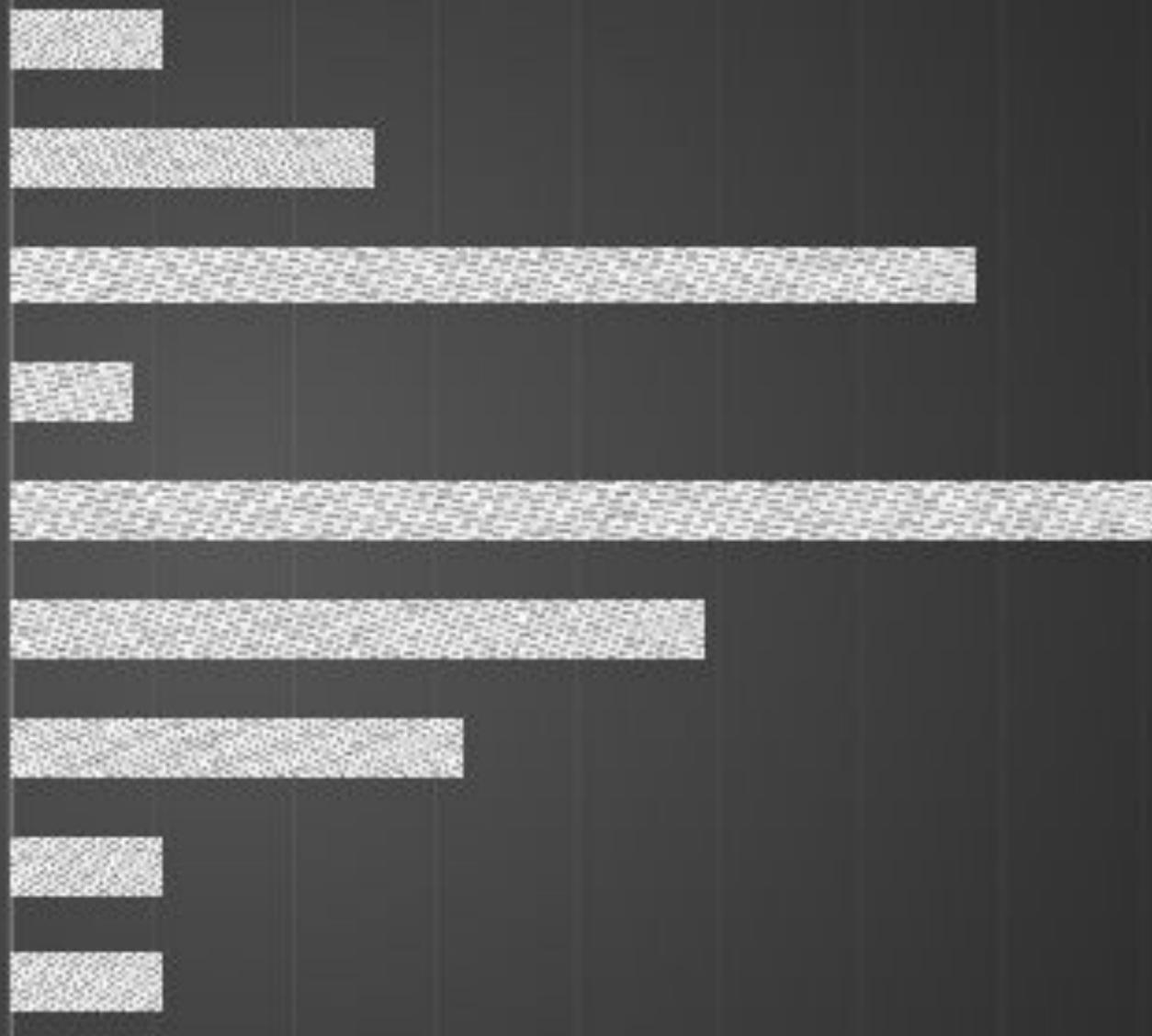
хорошие манеры

дипломатическая гибкость

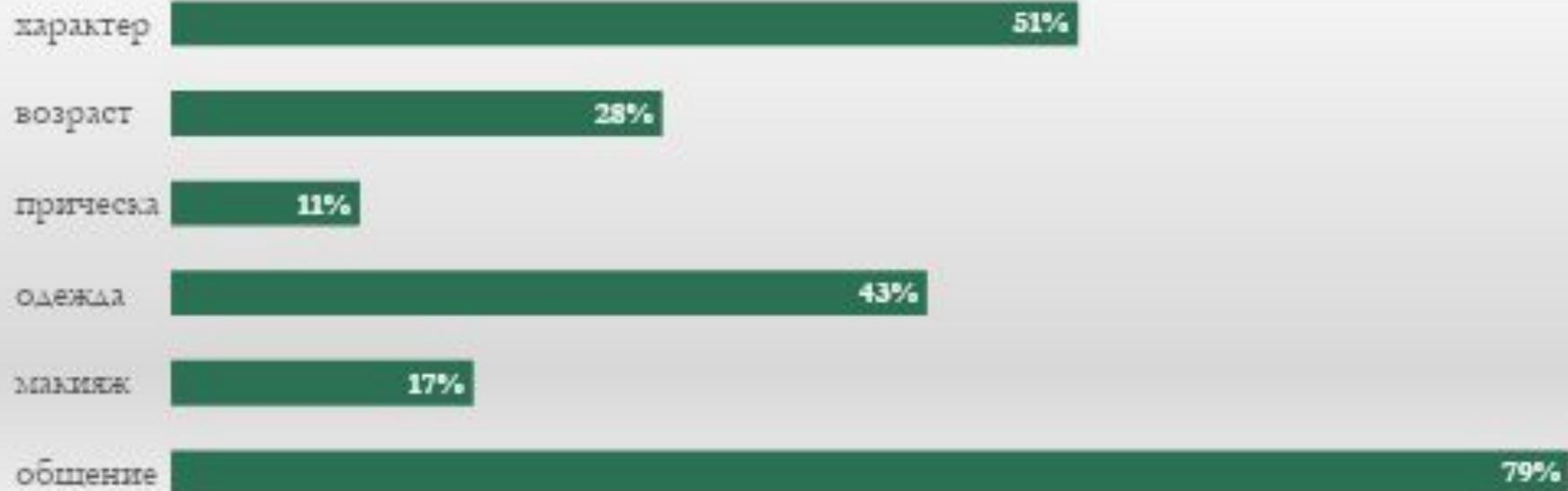
сообразность

внешняя привлекательность

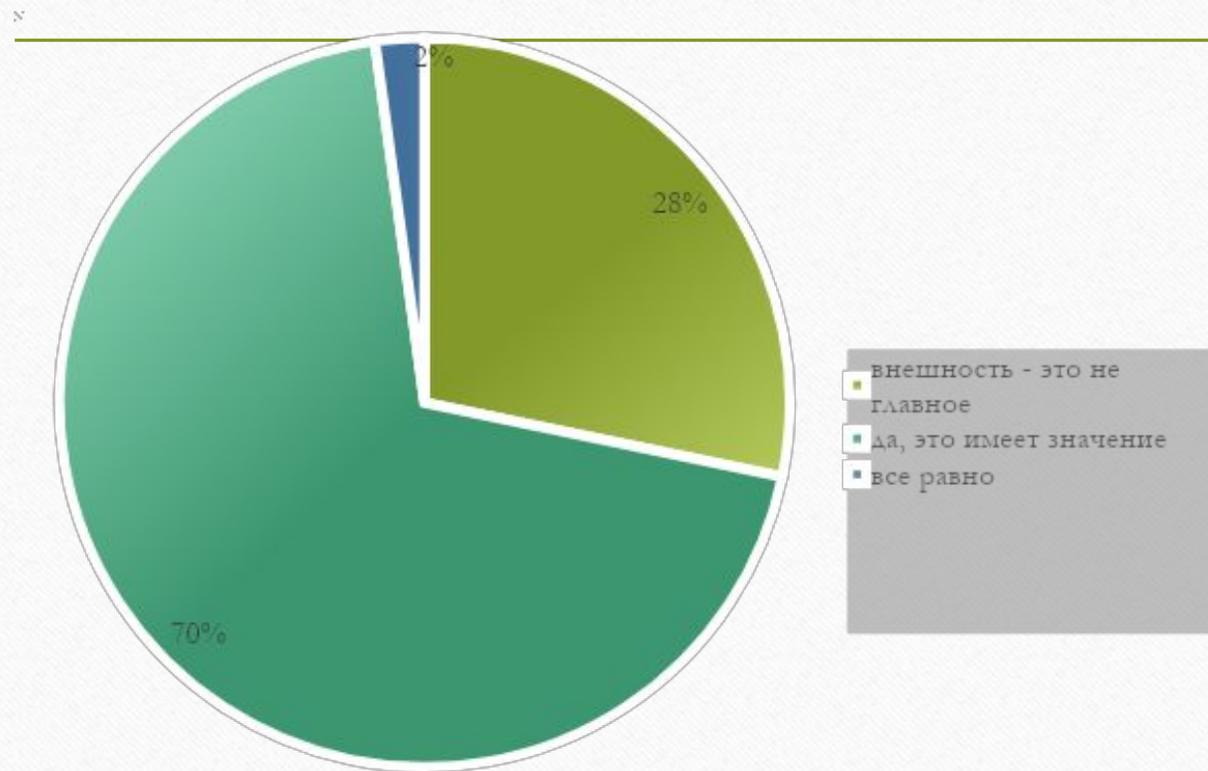
0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90%



На что респонденты обращают внимание



На вопрос «важно ли для Вас то, как
выглядит врач» респонденты ответили:



Считаете ли вы, что врач должен одеваться модно?

обязательно в белом халате

30%

красиво

11%

так как хочет

15%

современно, по-деловому
(разные операционные костюмы)

51%

0%

10%

20%

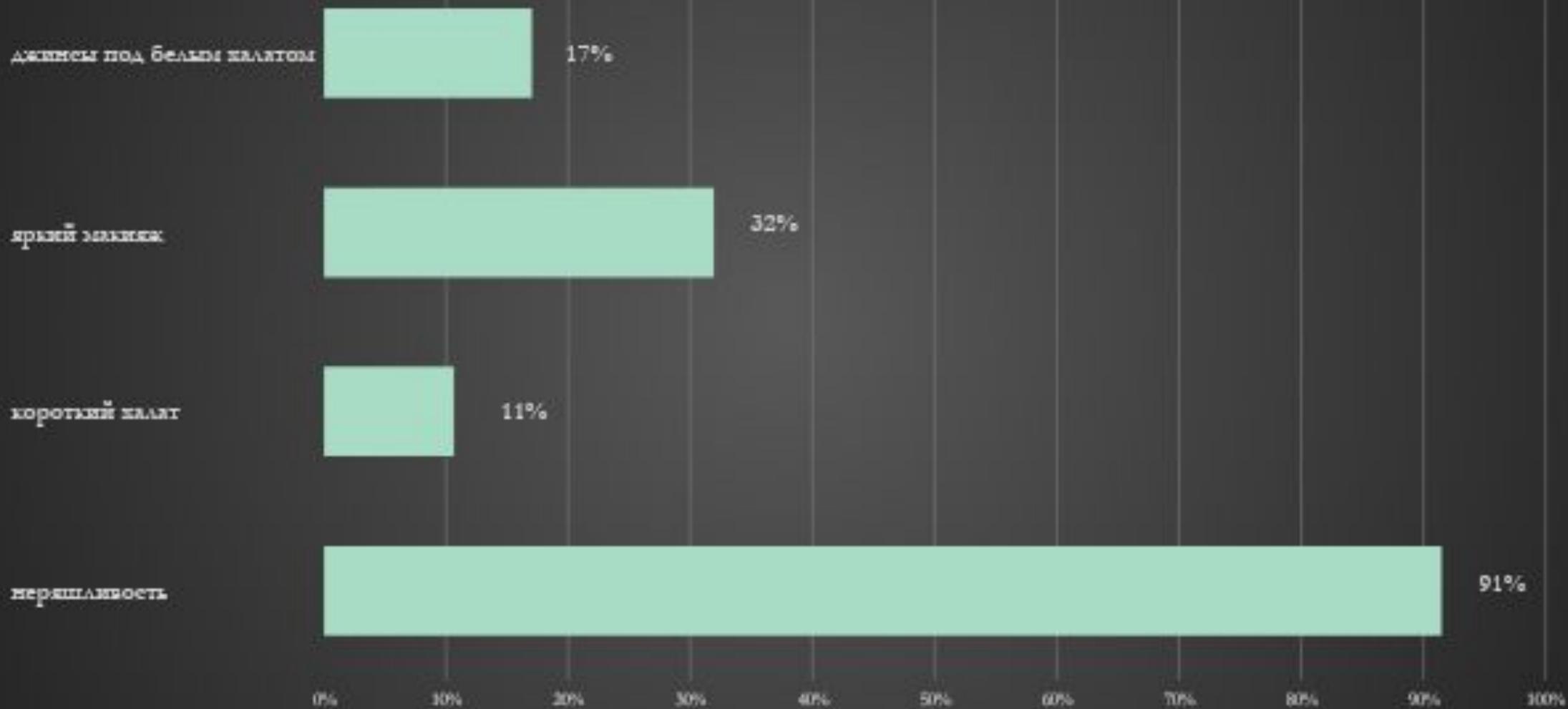
30%

40%

50%

60%

Что недопустимо в облике врача по Вашему мнению?



Черты недопустимые для врача:

- Грубость (56%)
- Безответственность (40%)
- Корыстность (23.3%)
- Безразличие и равнодушие (10%)
- Отсутствие профессионализма (6%)
- Отсутствие стремления к профессиональному росту (6%)
- Лень (6%)
- Самоуверенность, самолюбование, высокомерие, слабохарактерность (3%)

ВЫВОДЫ

1. Современный имидж стоматолога, по данным проведенного исследования, должен складываться из морально-этических (44%) и профессиональных (36%) качеств специалиста. При этом врач-стоматолог в большей степени должен обладать профессиональными умениями (98%), чем профессиональными знаниями (81%).
2. В основе понимания имиджа специалиста у опрошенных студентов лежат представления о стоматологе как о человеке ответственном (94%), опрятном (91%), грамотном (81%), вызывающим доверие (68%), бескорыстном (64%), честном (54%).
3. Студенты выделяют такие важные компоненты имиджа стоматолога как образованность (85%), коммуникабельность (66%) и хорошие манеры (49%), внешний вид (70%).
4. Студенты видят врача-стоматолога не в привычном белом халате (30%), а в современной одежде-костюме (51%).
5. Вербальную коммуникацию врача-стоматолога выделяют большинство опрошенных студентов. О невербальной составляющей врача-стоматолога задумалось всего 9% респондентов, хотя невербальный компонент общения несет 90% информации.

Заключение

В ходе проведенного исследования нами установлено, что имидж стоматолога должны составлять габитарный, коммуникативный, ментальный имидж. Имидж возникает в процессе взаимодействия человека с реальность. Создание достойного образа врача-стоматолога требует сил, времени, материальных вложений.

Для Российской стоматологии характерен высокий спрос на специалистов, и врачи с положительным персональным имиджем ценятся работодателями, что позволяет оговаривать им свои условия сотрудничества.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!