

С.Д.АСФЕНДИЯРОВ АТЫНДАҒЫ  
ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ МЕДИЦИНА  
УНИВЕРСИТЕТІ



КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ  
С.Д.АСФЕНДИЯРОВА

# *Основы маркетинга и менеджмента в ортопедической стоматологии*

Подготовила: Султанкожа А.  
Группа: 15-010-1  
Проверил: Абдразаков Е.Х.

# План

- Введение
- 1. Понятие "менеджмент" в стоматологии
- 2. Подходы к управлению в стоматологии
- 3. Управленческие функции
- 4. Маркетинг и реклама в стоматологии
- 5. Основными задачами рекламы в стоматологии
- 6. Виды маркетинга
- 7. Заключение
- 8. Литературы

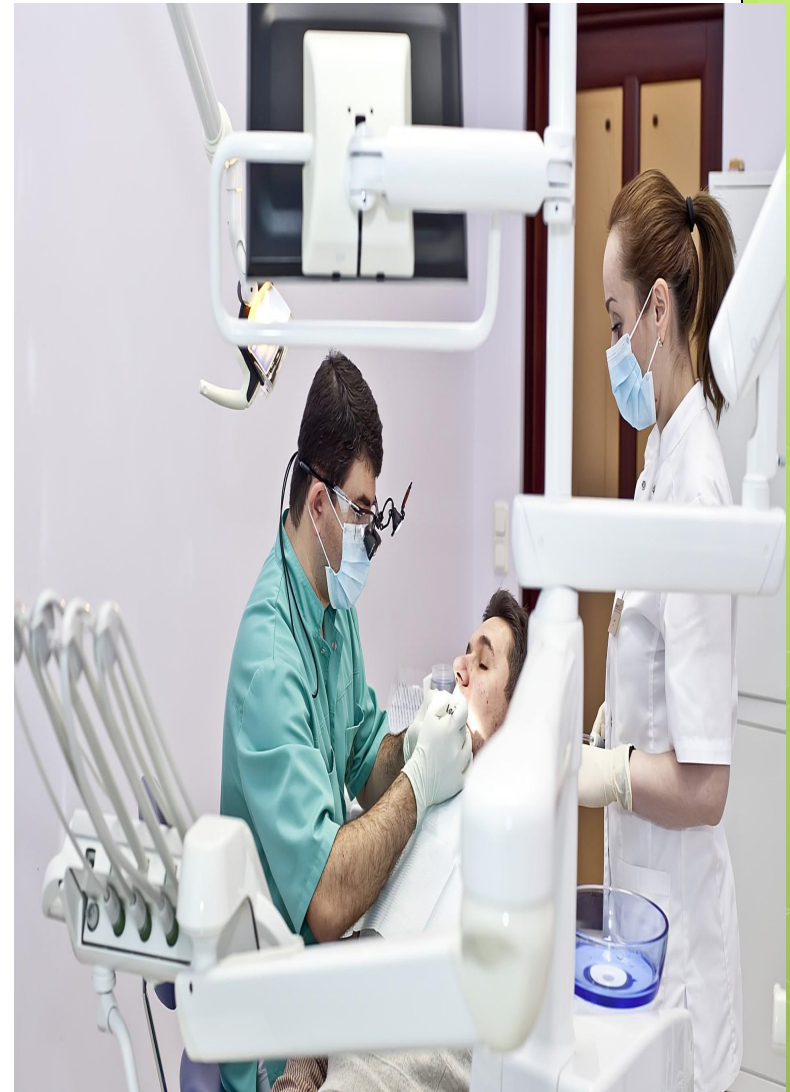
Для повышения рентабельности муниципальных и частных учреждений стоматологического профиля необходимо повышение качества осуществляемого лечения, что приводит к сокращению сроков самого лечения, и, тем самым, снижению количества посещений пациентом врача-стоматолога, что обеспечивает определенный экономический эффект.

В условиях рыночной экономики и страховой медицины резко возросли требования пациентов к качеству лечения заболеваний зубов, в том числе и к качеству проведения мероприятий, связанных с замещением дефектов зубных рядов.



□ Способность врача-стоматолога грамотно разбираться в различных клинических ситуациях позволяет поднять рейтинг учреждения стоматологического профиля. Возможность самостоятельной оценки клинической ситуации, проведения диагностики и лечения заболеваний, являющихся сопутствующими для врача-стоматолога определенной дисциплины, создают значимые предпосылки для повышения экономического эффекта от деятельности того или иного подразделения медицинского учреждения стоматологического профиля.

Большое значение в условиях современной экономической ситуации имеет профессиональное развитие менеджмента в стоматологии.

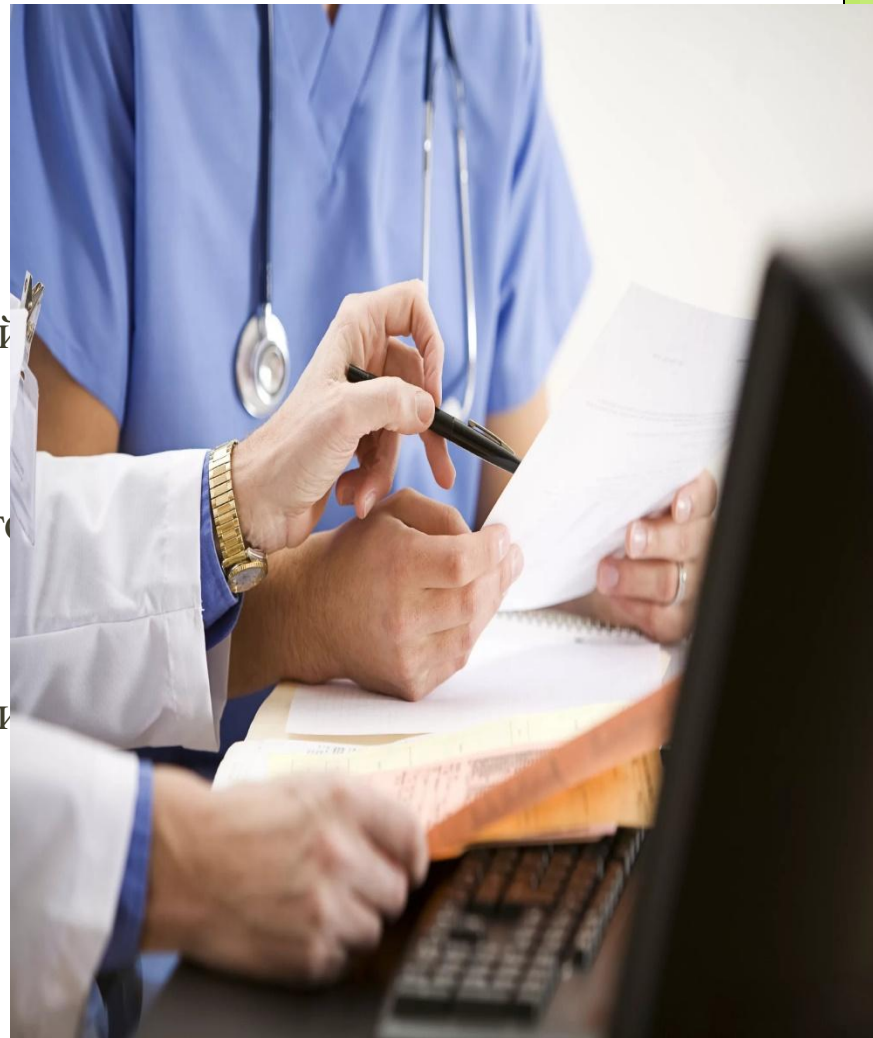


- В связи с этим в структуре стоматологических учреждений должно быть выделено отдельное звено, обеспечивающее деятельность по менеджмент-поддержке функционирования организации.
- Данный вид деятельности должен включать в себя обеспечение профессионального совершенствования врачей-стоматологов, их участие в научно-практических конференциях, семинарах и выставках различного уровня, осуществление связи с научными и учебными организациями с целью приобретения новейших технологий и разработок, способствование проведению внедрения инновационных технологий в клиническую практику, сотрудничество с предприятиями-изготовителями стоматологического оборудования и материалов, а также с дилерами по их реализации.



- Менеджмент-поддержка обуславливается сотрудничеством с отделами менеджмента научных и учебных заведений, профильных медицинских учреждений, предприятий-изготовителей стоматологического оборудования и материалов, а также фирм по их продаже, организаторами конференций и выставок.

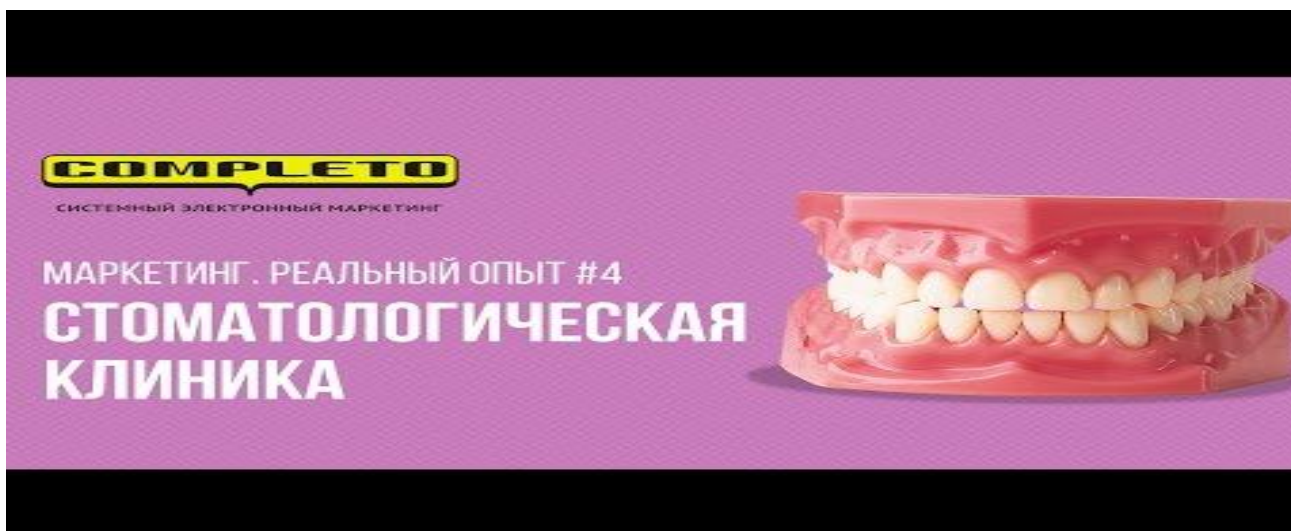
Можно утверждать, что развитие менеджмента в условиях медицинского стоматологического подразделения способствует достижению более высокого качества оказываемой населению стоматологической помощи, создает условия для повышения профессионального роста врачей-стоматологов, увеличивает рентабельность и конкурентоспособность клинических стоматологических учреждений.



# Маркетинг и реклама в СТОМАТОЛОГИИ.

Характеризующими настоящее время факторами является необходимость привлечения и постоянного расширения круга пациентов.

Особенно актуальным это является в связи с тем, что потребность населения в стоматологической помощи по различным направлениям продолжает оставаться достаточно высокой, что предполагает обеспечение информационной поддержки населения, освещающей необходимость лечебно-профилактических мероприятий.



- Перед медицинскими учреждениями стоматологического профиля (особенно это касается частных стоматологических структур) возникает задача по обеспечению заинтересованности пациентов в лечении в тех или иных клиниках.

Нельзя рассматривать рекламную деятельность исключительно как «завоевывание» пациентов. Рекламные мероприятия должны донести до пациентов тот комплекс медицинских стоматологических услуг, которые могут быть оказаны им, и, помимо этого, разъяснить почему те или иные услуги необходимы тому или иному пациенту, и почему следует обращаться в то или иное стоматологическое учреждение.





## □ Основными задачами рекламы в стоматологии можно считать следующие:

- информирование пациента о содержании предлагаемых услуг;
- мотивирование необходимости услуг, полезности в целом и в определенном техническом исполнении;
- убеждение в оправданности затрат пациента;

ТПС ЕМХАНАСЫ  
**CK STOM**  
СТОМАТОЛОГИЧЕСКАЯ КЛИНИКА

**СУПЕР АКЦИЯ!**

ДОСТУПНО  
БЕЗОПАСНО  
ПРОФЕССИОНАЛЬНО

- ✓ ЛЕЧЕНИЕ ЗУБОВ ОТ 3000 ТТ.
- ✓ БРЕКЕТЫ выравнивание зубов до -70% AIR FLOW 2900тт.
- ✓ снятие налета и осветление зубов от 2900тт.
- ✓ снятие зубного камня от 2600тт.

В КЛИНИКЕ «СК СТОМ» ДЛЯ ПРИЕМА И ЛЕЧЕНИЯ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ КОМПЛЕКТЫ ОДНОРАЗОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ «PROFİKIT»

Первая стоматологическая клиника в г.Алматы, соответствующая требованиям (ВОЗ) Всемирной Организации Здравоохранения, поддерживающая стандарты Министерства Здравоохранения РК о безопасности лечения

От детской стоматологии до взрослой хирургии.  
Полный спектр услуг от лучших специалистов.

- Наша клиника работает 7 дней в неделю
- Европейское оборудование
- Программа ВОЗ, МЗ РК (АнтиСПИД, антиГЕПАТИТ)
- 14 лет успешной работы
- Опытный коллектив. Квалифицированные сотрудники
- Строжайшее соблюдение санитарных норм, мы используем одноразовые инструменты

[www.ckstom.kz](http://www.ckstom.kz)

Улыбка - тайный эликсир!  
ПОЧАЩЕ УЛЫБАЙТЕСЬ!

г.Алматы, ул. Шевченко, 165Б  
уг. ул.Радостовца, 72Г  
Звоните! +7 (727)323-62-76, +7 (727)323-62-86, +7 700 929-02-81

# Маркетинг следует подразделить на три основных вида:

1

- -последовательный

2

- -параллельный

3

- многоуровневый

□ **Последовательный маркетинг** подразумевает схему «производитель – потребитель». В рамках последовательного маркетинга при помощи рекламы внимание пациентов привлекается к потребительским свойствам оказываемых услуг. Порождается желание воспользоваться предлагаемыми услугами.

**ВАШ ДОКТОР**  
стоматологическая клиника  
Стоматологическая клиника «ВАШ ДОКТОР»  
это широкий спектр стоматологических услуг.

Протезирование  
Лечение  
Имплантация  
Удаление  
Ароматерапия  
Отбеливание

**1** Широкий спектр услуг  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

**2** Индивидуальный подход к пациентам  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

**3** Детская стоматология  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

АКЦИИ  
СКИДКИ  
ПЕНСИОНЕРАМ

**ГАРАНТИЯ**  
Гарантийный срок 3 года после установки пломб и коронок

Адрес: Тольятти, бульвар Буденного, 11    Телефон: 8 (8482) 35-24-28

**ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА ВРАЧЕЙ**

Главным богатством являются наши специалисты. «Ваш Доктор» по праву можно назвать авторской клиникой, когда пациенты идут лечиться к конкретному доктору. Наши врачи зарекомендовали себя высокопрофессиональными, грамотными, добросовестными специалистами, имеющими круг своих пациентов, которые постоянно пополняются новыми клиентами. Нас рекомендуют своим близким, друзьям и знакомым.

© Стоматологическая клиника "ВАШ ДОКТОР"    Все права защищены.

- *Параллельный маркетинг* позволяет производителю использовать потенциальные возможности, организационную и материальную базу различных предприятий, страховых компаний и других учреждений. Рекламная стратегия направлена на установление контактов и сотрудничества с предприятиями в лице представителей или посредниками (например, страховой компанией). В данном случае рекламные мероприятия должны содержать информацию не только о ценности предлагаемых услуг для пациентов, но и о материальной и социальной выгоде такого сотрудничества для заказчика.



## □ **Ногоуровневый маркетинг**

осуществляется при участии дистрибьютеров, распространителей товаров, или сведений об оказываемых услугах. В стоматологической практике функции дистрибьютера выполняет пациент, который через знакомых, родственников осуществляет передачу информации о клинике, о врачах и медицинском персонале, администраторах, об их профессиональном уровне и отношении к пациентам, о виде и качестве услуг, оказываемых в данном учреждении. Данный вид рекламной деятельности базируется на доверии пациента к фирме и ее сотрудникам. Это создает дополнительный стимул к организации работы в самой клинике, оснащении интерьера и информационного сопровождения пациента



- Помимо этого, необходимо отметить то факт, что неотъемлемым условием грамотной организации деятельности любого медицинского учреждения, в том числе стоматологического профиля, является установление взаимодействия врача-стоматолога и медицинского персонала с пациентом, рационального взаимодействия руководителя и персонала стоматологической структуры, и четкой слаженности в действиях врача-стоматолога и ассистента.
- Особенно важным элемент психологического настроя пациента на общение с медицинским персоналом стоматологической клиники является в условиях развития частного сектора в стоматологии.



Каждое посещение стоматологической клиники должно осуществляться с соблюдением следующих правил:

- пациент, обратившийся за помощью должен быть максимально
- удовлетворен оказываемыми медицинскими услугами;
- у пациента должно вызываться впечатление, побуждающее
- оставаться постоянным пациентом данной клиники
- у пациента должно стимулироваться добровольное чувство,
- побуждающее его, становиться дистрибьютером данной стоматологической структуры.



# Заключение

Вопросы менеджмента в стоматологии стали приобретать всё большую актуальность в последнее десятилетие, что связано с новой ориентацией экономики на развитие рынка и рыночных отношений. Изучив подходы к управлению в стоматологии нужно отметить, что рынок стоматологических услуг относится к числу наиболее динамично развивающихся секторов рынка медицинских услуг. Нужно учесть, что развитие практического менеджмента и маркетинга является неотъемлемой частью работы любой стоматологической организации в новых хозяйственных условиях.



# Литературы

- Алимский А. В. *Генеральные направления совершенствования стоматологической службы*// Труды стоматологической Ассоциации России. М., 2004. С.110—115.
- Ашуров Г. Г. *Маркетинг стоматологических товаров и услуг*// Стоматология. 1997. Т. 76. № 3. С. 70—71.
- Бойко В. В. *Управление персоналом и внутренний маркетинг*// Труды IX съезда Стоматологической Ассоциации России. М., 2004. С. 116—119.
- Котлер Ф. *Маркетинг, менеджмент*. СПб: Питер-Ком 1998. 896 с.
- Москаев А. В. *Маркетинговый аудит как стратегический инструмент укрепления стоматологического бизнеса*// Труды Стоматологической Ассоциации России. М, 2004. 124 с.