

HRVATSKI STOMATOLOŠKI VJESNIK
Volume 15, broj 1-2, Zagreb 2008.
UDK 616.31 CODEN HHSVJZ
ISSN 1330-0539

Nakladnik · Published by
HRVATSKA STOMATOLOŠKA KOMORA
CROATIAN DENTIST CHAMBER

Osnivači · Founded by (Zagreb 1993.)
Stomatološki fakultet Sveučilišta u
Zagrebu
School of Dentistry, University of
Zagreb
Hrvatsko stomatološko društvo HLZ-a
Croatian Dental Society - CMA
Stomatološka poliklinika Zagreb
Dental Clinic Zagreb

Glavni i odgovorni urednik · Editor in Chief
Josip BUČAN

Urednički odbor · Editorial Council
Stjepan ŠPALJ, Marin VODANOVIĆ,
Miroslav SIKORA ml., Pavle PICEK,
Biserka BORIĆ, Dubravka MATANČEVIĆ,
Neven VIDOVIĆ, Nina VARLJEN, Marija
MAGDALENIĆ-MEŠTROVIĆ

Recenzent
prof.dr.sc. Goran KNEŽEVIĆ

Tajnik · Secretar
Elizabet SOBOTA

Adresa uredništva · Address of the
Editorial Office
HRVATSKA STOMATOLOŠKA KOMORA
Zagreb, Kurelčeva 3, tel. 01/4886 710
fax: 01/4816 540
e-mail: hsv@hsk.hr; www.hsk.hr

Računalna priprema, tisak i lektura · Prepress
and Printed by
Tiskara Varteks d.o.o., Varaždin

Naklada · Printing run
3900 primjeraka

Cijena · Volume Price
100 kuna

Tekstovi objavljeni u časopisu Hrvatski sto-
matološki vjesnik izražavaju mišljenja autora
i ne moraju se isključivo podudarati s mišlje-
njem uredništva ili službenim stavom Hrvat-
ske stomatološke komore!

Sadržaj

Uvodnik - Pismo zamjenika predsjednika Komore	3
Minimalno invazivna stomatologija i visoka estetika – kako ih pomiriti? - Hrvoje Jurić	5
Estetika kompozitom: mogućnosti suvremene adhezivne stomatologije - Nataša Stojanović	11
Najava tečaja u organizaciji Komore	16
“Dynamix sustav – kvaliteta osigurana pritiskom na gumb” - Markus Firla	19
Temporomandibularni poremećaji Pavel Kobler	25
Kako do prirodnog izgleda ispuna Ramón Garcia Adamez	27
Lezije mjesta 3 - Minimalno interventna stomatologija Graham J. Mount	31
Biti različit – put do uspjeha Marin Vodanović, Paris Simeon	41
Prvi Hrvat u <i>Academy of Dentistry International</i> Hrvoje Pezo	48
Informatizacija sustava primarne zdravstvene zaštite Hrvoje Jezidžić	49
Trideset nam je godina tek - Biserka Borić	51
Varaždin – stomatološka dežurstva se nastavljaju Biserka Borić	53
Gotovo u 60 min	55
Stomatološka preventiva u Županiji varaždinskoj Valent Sabolić	57
Zdravstveni turizam - Pavle Picek	59
Raširite svoju Lepezu mogućnosti!	61
HKLD – Hrvatsko katoličko liječničko društvo Tomislav Milas	63
REAGIRANJA	64
Visoka moda i zabavna nota	67
DOGAĐANJA	68
FAQ	73
Vijesti iz Hrvatske - Krešimir Bego	76
Održani tečajevi	79

Uspješna stomatološka ordinacija: Biti različit – put do uspjeha

Napisali:

• **mr. sc. Marin Vodanović, dr. stom.**

Sveučilište u Zagrebu, Stomatološki fakultet, Zavod za dentalnu antropologiju;

e-mail: vodanovic@sfzg.hr ; www.marinvodanovic.com

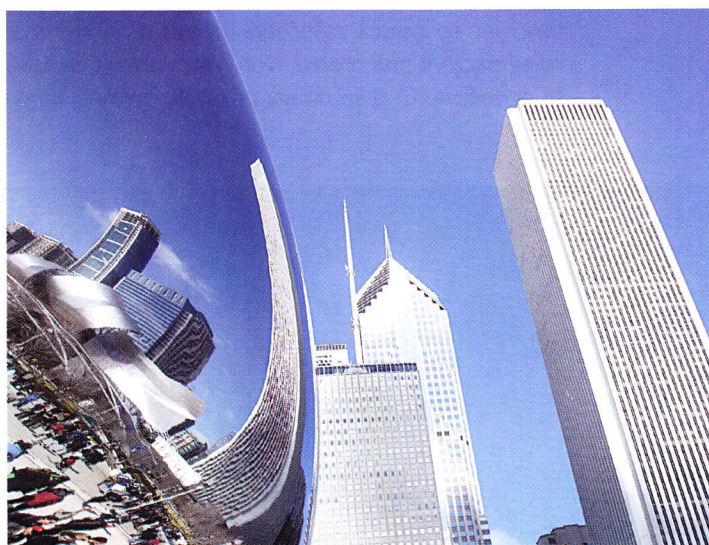
• **doc. dr. sc. Paris Simeon, dr. stom.**

Sveučilište u Zagrebu, Stomatološki fakultet, Zavod za endodonciju i restorativnu stomatologiju;

e-mail: simeon@sfzg.hr

Biti stomatolog i poduzetnik te se uspješno baviti stomatologijom i vođenjem ordinacije postaje sve teže i izazovnije u današnje vrijeme kada u ulicama naših gradova ima gotovo jednako mnogo stomatoloških ordinacija kao i trgovina. Usluge stomatologa su postale lako dostupne što ne znači da je i oralno zdravlje pacijenata na zadovoljavajućoj razini. Pacijenti stomatološke ordinacije doživljavaju kao servise za popravljanje «zuba i zubala», a ne kao mjesta na kojima se skrbi o oralnom i prema tomu cjelokupnom zdravlju. Kriterij izbora ordinacije često nije povezan s kvalitetom pružene usluge, već s cijenom i subjektivnim osjećajem korisnika stomatološke usluge, s blizinom i praktičnošću pristupa ordinaciji, s reklamom ili imidžem koji je povezan s pojedinom ordinacijom itd. Kako je vrijeme globalizacije i sve više razine informiranosti pacijenta, stomatolozi su prisiljeni pratiti i primjenjivati znanstveno potvrđene zahvate, materijale i trendove u struci, te je objektivna razlika u pruženoj stomatološkoj usluzi među stomatolozima sve manja.

Prostora za napredak i stvaranje komparativnih i kompetitivnih prednosti uvijek ima. Ove karakteristike treba prepoznati i na odgovarajući način iskoristiti. Pacijenti odnosno klijenti – korisnici stomatološke usluge imaju različite potrebe (zdravstvene, funkcijske, estetske i socijalizacijske) te time i različite kriterije izbora pružatelja stomatološke usluge. Razumijevanje i udovoljavanje specifičnim potrebama pacijenata predstavlja ključ kojim se pojedini stomatolog odnosno stomatološka ordinacija može razlikovati i učiniti prepoznatljivom. Stvaranje takve razlike, odnosno vrijednosti (jedne ili više njih) koja jednog stomatologa izdvaja među drugima, često predstavlja prekretnicu u poslovanju jer se iz okruženja prosječnosti prelazi



u novu dimenziju. Upravo to stomatologu, iz perspektive pacijenta daje posebnost, a u nekim slučajevima čak i ekskluzivnost. Pitanje je samo, što sve može stvoriti tu razliku?

Radno vrijeme – biti prilagodljiv

Prilagodljivo radno vrijeme stomatologa uključuje cjelodnevni rad; dakle prijepodne, popodne, večernji rad te rad vikendom. To će posebno cijeniti pacijenti s brojnim poslovnim i privatnim obvezama. Kruta pravila u zakazivanju termina u našem podneblju zasigurno će odbiti one pacijente koji zahtijevaju fleksibilnost po tom pitanju. Naravno, stomatolog bi trebao svojim pacijentima izaći u susret s obzirom na termine istovremeno poštujući koliko je to moguće svoje slobodno vrijeme i slobodno vrijeme svojih zaposlenika.

Hitni slučajevi – biti dostupan

Odontogena bol, lom proteze, lom krunice ili mosta, frakture i avulzije zuba i slične poteškoće ne biraju ni vrijeme ni mjesto, a obično se događaju u najnezgodnijem trenutku. Primjerice vikendom, blagdanom ili pred odlazak na putovanje. Pacijenti tada posjećuju hitnu ili trenutno dostupnu stomatološku službu ili ukoliko im to stanje dozvoljava, s nestrpljenjem čekaju prvi radni dan kako bi kontaktirali svojeg stomatologa koji im može pružiti pomoć. Mnogi pacijenti vole da u tim kritičnim trenucima mogu nazvati svoga stomatologa (ako ne i posjetiti), kako bi ih posavjetovao što napraviti, ili kako pravilno postupiti. Ukoliko stomatolog pritom ocijeni da je stanje hitno i zahtijeva neodgodivo djelovanje, pacijenta može primiti u svoju ordinaciju.

Ovakav postupak na pacijenta djeluje iznimno pozitivno jer se osjeća zaštićeno i sigurno. Povjerenje kojeg pacijent ima prema svom stomatologu izrazito se povećava. Ova se usluga pokazala iznimno koris-



nom u stjecanju novih i zadržavanju postojećih klijenata, odnosno pacijenata i dio je opće poduzetničke kulture. Ovakvu uslugu tradicionalno imaju različite informatičke tvrtke, banke, auto-saloni i slično, a privatne medicinske i stomatološke ustanove ju sve više, lako i jednostavno preuzimaju i sebi prilagođavaju.

Čekanje – biti točan

Svi cijenimo svoje vlastito vrijeme i često se ljutimo kada nekog ili nešto moramo čekati. Stoga je jako bitno ne dozvoliti da pacijenti prekomjerno čekaju u čekaonici na našu uslugu. Primanjem pacijenata u koliko je god moguće točnije, zakazano vrijeme pokazujemo da cijenimo njih same i njihovo vrijeme. Time im dajemo na znanje da ih smatramo za nas posebnim i dajemo im na važnosti čime aktivno utječemo na njihovo zadovoljstvo.

Ako, i kad se dogodi da se pojedini stomatološki zahvat neplanirano oduži, ili je iz bilo kojeg drugog razloga došlo do poremećaja u rasporedu, poželjno je pacijente u čekaonici obavijestiti o tomu i ispričati se. Ukoliko je moguće, pacijentima treba iskazati simboličan znak pažnje kako bismo pokazali da nam je žao što je do čekanja došlo, te da cijenimo njihovo vrijeme i strpljenje. Neodređeno i neobjašnjeno čekanje puno je duže i neugodnije od čekanja za koje bar otprilike znamo kada će završiti i zašto je do njega došlo.

Čekanje je posebno neugodno za djecu i osobe s jako izraženim strahom od stomatologa jer samo povećava strah. Takvim osobama treba pristupiti s posebnom pažnjom, a ako je zbog čekanja strah dosegao razmjere koji bi mogli onemogućiti normalno izvođenje stomatološkog zahvata, zahvat treba odgoditi i zakazati novi termin usprkos eventualno nastalom trošku.

Okruženje, izgled i oprema ordinacije – biti ugodan, uredan i moderan

Mikrolokacija u kojoj je smještena ordinacija može pozitivno, ali i negativno utjecati na pacijente. Prilikom izbora lokacije na kojoj se planira otvoriti ordinacija poželjno je birati mjesto, odnosno ulice koje su lako dostupne i dobro osvijetljene. Parkirno mjesto u blizini ordinacije koje je lako pronaći, ili je rezervirano isključivo za pacijente, od velike je važnosti za one koji dolaze s automobilima. Uređene ordinacije smještene u lijepo uređenim kvartovima i/ili višim katovima zgrada iz kojih se pruža oku ugodan pogled, predstavljaju ekskluzivnost koja je kod nas

još uvijek rijetka, iako može biti čimbenik izbora stomatologa pogotovo kod pacijenata bolje platežne moći.

Iako je na to ponekad teško utjecati, posebno ukoliko se ordinacija nalazi u sklopu doma zdravlja, bolnice ili većeg objekta (ne)zdravstvene namjene, dobro je da objekt u kojem se nalazi ordinacija ima uređen okoliš i fasadu. Kod privatnih ordinacija smještenih u kućama ili zgradama to je nešto lakše izvesti. Sam pristup čekaonici ordinacije mora biti dobro osvijetljen i uredan, a ukoliko ordinaciju posjećuju invalidi i starije osobe, mora postojati mogućnost da i oni bez poteškoća mogu do nje doći (lift, pomične stepenice i sl.).

Prostori čekaonice trebaju biti uredni i ugodni, kako bi pacijenti u njima rado boravili i lakše podnositi trenutke čekanja početka stomatološkog zahvata. Ovisno o ciljanoj populaciji ordinacije (mlađe osobe, roditelji s djecom, poslovni ljudi, starije osobe) čekaonice treba opremiti odgovarajućom opremom koja će na najbolji mogući način skratiti čekanje. Za djecu su to igraonice s igračkama, za mlade računala i video igre te mjesta na kojima mogu slušati glazbu. Roditeljima s malom djecom će od velike pomoći biti ukoliko u čekaonici postoji mjesto na kojem djeci mogu promijeniti pelene i nesmetano ih nahraniti. Poslovni ljudi će cijeliti mogućnost pristupa bežičnoj internetskoj mreži kako bi u trenucima čekanja mogli obavljati svoje svakodnevne poslovne obveze. Za sve klijente ordinacije od iznimne su važnosti čiste i uredne nusprostorije. Osim toga poželjan je i izbor svježih novina i različitih časopisa u čekaonici.

Sama ordinacija treba biti tako uređena da budi što je moguće manje neugodnih primisli te u njoj treba vladati ugodno i prijateljsko okruženje. Radne plohe trebaju ostavljati dojam jednostavnosti, čistoće i urednosti, a nečisto treba maknuti iz vidokruga pacijenta. Dobro je da je oprema koju stomatolog rabi novijeg datuma jer pacijenti nerijetko imaju stav koji nije nužno točan: stara oprema – staro znanje. Pacijenti obično ne vjeruju da stomatolog sa starijom opremom može nešto napraviti jednako dobro, ako ne i bolje nego tko s najsuvremenijom opremom. Iako je prisutnost računala i LCD ekrana često prodajni alat, kod pacijenata može ostaviti dojam da je ordinacija moderno opremljena. Ordinaciju u kojoj postoji mogućnost izrade rendgenskih snimaka posebno će cijeliti pacijenti koji ne vole gubiti vrijeme šecujući okolo, nego im je draže sve obaviti na jednom mjestu. Iako to ne zahtijeva inkomodiranje pacijenta, od koristi je i ako u sastavu ordinacije

postoji zubotehnički laboratorij. To kod pacijenta stvara dojam da stomatolog posluje u jednom efikasnom i produktivnom okruženju u kojem je moguće brzo i učinkovito riješiti sve stomatološke probleme i dobiti potpunu uslugu.

Osoblje – biti uslužan, nasmijan i ljubazan

Ukupni dojam odnosno percepcija klijenta o osoblju koje nam pruža uslugu satkana je od niza više ili manje primjetnih detalja. Usprkos činjenicama da stomatološka ordinacija može biti smještena u elitnoj četvrti, da može biti nova i ukusno namještena, opremljena najsuvremenijom tehnikom, osoblje koje se ne uklapa u sliku koju ordinacija želi ostaviti može u javnosti ukupni dojam bitno narušiti. Osoblje ordinacije, odnosno svi članovi stomatološkog tima - stomatolog, stomatološka sestra, zubni tehničar, asistenti, dentalni higijeničar, te osobe na prijemu moraju biti nadasve ljubazni prema pacijentu kako bi pacijent imao utisak da su tu svi radi njega, a ne obrnuto.

Osim toga svi članovi tima moraju uvijek izgledati uredno, s čistom radnom odjećom i besprijekornom osobnom higijenom. Radna odjeća u bojama koja nije uvijek bijela, nego može varirati ovisno o danima u tjednu okruženje čini veselijim i ugodnijim. Poželjno je da osoblje ima lijep osmijeh i sanirane zube jer je to najbolja reklama. Mnogi pacijenti kod stomatologa dolaze s željom da njihovi zubi budu lijepi, promatrajući zube stomatologa i osoblja očekuju da će i sami dobiti odgovarajući izgled temeljem njihove usluge. Stoga valja težiti tomu da postoji sklad između slike koju ordinacija i njeno osoblje želi ostaviti i stvarnosti.

Strani jezici – biti poliglot

U zemljama s mnogo useljenika, koji ne govore dobro jezik države u koju su uselili, poželjno je da stomatolog i njegovo osoblje poznaju jedan ili više stranih jezika. Na taj način se ne samo olakšava međusobna komunikacija, nego se jača povjerenje pacijenta prema stomatologu. Osim toga, poznavanje jezika određene nacionalne skupine predstavlja komparativnu prednost koja će zasigurno rezultirati time da će taj podatak privući i druge članove zajednice.

U Hrvatskoj potreba za poznavanjem stranog jezika u stomatološkoj ordinaciji nije toliko izražena jer većina pripadnika nacionalnih manjina poznaje hrvatski jezik. Međutim ovo ne vrijedi za ordinacije u turističkim središtima i urbanim centrima gdje pacijenti mogu biti slučajni turisti, stranci – zaposlenici inozemnih tvrtki

te djelatnici diplomatskih predstavništava. Poseban primjer su stomatološke ordinacije i poliklinike orijentirane na zdravstveni turizam u kojima velik broj pacijenata organizirano dolazi iz drugih zemalja (najčešće susjednih) jer uz istu, ako ne i višu razinu kvalitete, stomatološku uslugu mogu dobiti po nižoj cijeni. U ovakvim slučajevima poznavanje stranog jezika predstavlja osnovu uspješnog poslovanja.

Znakovni jezik gluhih osoba možda nije strani jezik u pravom smislu riječi, ali je nešto čije poznavanje može biti od velike koristi u radu s gluhim osobama. Poznavanje znakovnog jezika ne samo da stvara osjećaj povjerenja i sigurnosti pri radu s gluhim osobama i članovima njihovih obitelji, nego na njih ostavlja dojam da je stomatolog spreman dodatno se potruditi kako bi pružio odgovarajuću pomoć.

Mogućnosti plaćanja – biti raznovrstan

U današnje vrijeme kada se sve više usluga plaća bezgotovinski putem raznih debitnih i kreditnih kartica, plaćanje stomatoloških usluga gotovinom bez mogućnosti plaćanja karticama se doima zastarjelim. Iako se ordinacijama s manjim prometom možda ne isplati nabavljati POS uređaje i naplatu izvršenih usluga vršiti i karticama jer se svaki tako naplaćen iznos umanjiti za određenu proviziju, pacijenti vole imati i tu mogućnost.

Iako se nešto nižom cijenom usluge za gotovinu pacijenta može motivirati na taj oblik plaćanja, često se i trenutna naplata karticom čini mnogo boljim rješenjem nego nesigurnost temeljena neodređeno dugim vremenom naplate. Stomatološki zahvat bi trebao uvijek imati istu cijenu bez obzira na način plaćanja, a prilikom plaćanja pacijentu treba izdati valjan račun jer to odaje ozbiljnost i profesionalnost poslovnog sustava koji pruža stomatološku odnosno medicinsku uslugu.

Različite skupine pacijenata – biti inventivan i proaktivan

Pojedine skupine pacijenata imaju posebne zahtjeve koje ne moraju uvijek izreći, ali je dobro kada ih stomatolog i/ili osoblje ordinacije prepozna i po mogućnosti ispuni. Najčešće se radi o relativno jednostavnim stvarima i sitnicama koje ne zahtijevaju velika ulaganja i puno truda.

Roditeljima s malom djecom je često problem komu ostaviti dijete na čuvanje u vrijeme kada je dugo-

voren posjet stomatologu. Ukoliko u čekaonici ordinacije postoji predviđen prostor za djecu s prikladnim igračkama i po mogućnosti odgovarajućim nadzorom, roditelji se neće ustručavati povesti svoje dijete kada idu stomatologu. Tako su roditelji lišeni brige tko će čuvati njihovo dijete za vrijeme posjeta stomatologu, a osim toga stomatolog ima jedinstvenu priliku upoznati svoje potencijalne buduće pacijente i educirati ih o važnosti oralnoga zdravlja.

Mladi pacijenti vole kada vide da njihov stomatolog prati trendove, posebno na području glazbe i tehnologije. Stomatolog takvim pacijentima može omogućiti da tijekom zahvata slušaju svoju omiljenu glazbu (bilo na zvučnicima instaliranim u ordinaciji ili na vlastitim slušalicama). Malo osvješteniji stomatolozi koji često rade s mladima mogu tijekom zahvata projicirati željene glazbene spotove ili filmove kako na ekranu u vidnom polju pacijenta, tako i na posebno dizajniranim naočalama koje pacijent nosi tijekom tretmana.

Svi klijenti ordinacije, a pogotovo osobe u trećoj životnoj dobi mogu, zbog stresa uvjetovanog zahvatom ili zdravstvenih poteškoća, imati probleme u komunikaciji. Zbog toga će svi klijenti, a pogotovo osobe s težim razumijevanjem biti zahvalne ukoliko dobiju osim usmenih i jasno i kratko pisane upute. Usmene upute moraju biti izrečene opetovano dovoljno glasno i jasno kako bi ih se mogle razumjeti. Kod mnogih pacijenata, a pogotovo starijih osoba stomatolog mora uvijek na neki način provjeriti je su li takve osobe razumjele upute koje im je dao. Nerijetko se zna dogoditi da od takvih pacijenata dobiju potvrđan odgovor iako pacijenti nisu ispravno shvatili o čemu se radi.

Zaključak – biti efikasan i efektivan

Kako bi vlastitu ordinaciju učinili primjermom i prepoznatljivom u svakom pogledu postoji mnogo načina koji često ovise o kreativnosti samoga vlasnika - stomatologa, odnosno osobe koja brine o poslovanju ordinacije, ali i cijelog stomatološkog tima. U diferencijaciji ordinacije i organizaciji njenog poslovanja treba pronaći pravu ravnotežu između efikasnosti i efektivnosti. Naime, efikasnost teži maksimalnoj produktivnosti i profitabilnosti, dok efektivnost predstavlja kontinuiran rad na oralnom zdravlju i zadovoljstvu uslugom postojećih te privlačenju novih pacijenata. Kombinacija i uravnoteženje ovih dvaju čimbenika predstavlja uzlaznu spiralu poslovnog uspjeha stomatologa.

Literatura

- Crafton BC, Lofft AH. Opening a new office: the dentist's personal frontier. J Am Dent Assoc. 2006;137(1):81-5.
 - Holm-Pedersen P, Vigild M, Nitschke I, Berkey DB. Dental care for aging populations in Denmark, Sweden, Norway, United kingdom, and Germany. J Dent Educ. 2005;69(9):987-97.
 - Levoy B. 201 Secrets of a High-Performance Dental Practice. St. Louis: Elsevier Mosby; 2005.
 - McGuigan PJ, Eisner AB. Marketing the dental practice: eight steps toward success. J Am Dent Assoc. 2006;137(10):1426-33.
 - Unthank M. Dental office planning. J Am Dent Assoc. 1999;130(11):1579-82.
 - Unthank M. Designing your office for technology. J Am Dent Assoc. 2004;135 Suppl:24S-29S.
-