

DENTAL TRIBUNE

The World's Dental Newspaper • Russian Edition

РОССИЯ

Март, 2008

№2, Том 7

Краткие новости

Сочинская милиция проверяет причастность стоматолога к мошенничеству

Сотрудники милиции в Сочи (Краснодарский край) проводят проверку в отношении зубного врача, который, по заявлению местного жителя, совершил мошенничество, сообщает сайт пресс-центра УВД курорта.

«Житель Сочи обратился в милицию с заявлением о том, что в октябре 2007 г. он передал стоматологу более 4 тыс. руб. для изготовления зубного протеза. Однако до настоящего времени доктор так и не выполнил заказа и возвращать деньги он тоже отказывается», — говорится в сообщении пресс-центра.

В ходе милицкой проверки нашли еще потерпевшие — две местные жительницы обратились с аналогичными заявлениями.

«Сейчас по всем обращениям участковый уполномоченный милиции проводит проверку. И если факт мошенничества подтвердится, доктору придется нести ответственность», — отмечает пресс-центр.

Источник: ЮГАру

Самарские стоматологи сегодня провели День открытых дверей

Не так страшен визит к зубному врачу, как его малюют. Чтобы доказать это, стоматологи 7-й поликлиники устроили для жителей Железнодорожного района День открытых дверей. Первой решила зайти в кабинет Любовь Карпеева. До идеальной улыбки в 32 зуба ей далеко, женщина страдает хроническим пародонтитом. Чтобы сохранить здоровье пациентки, врачи немедленно приступили к лечению. Избавить подобных проблем можно — необходимо тщательно чистить зубы и навещать стоматолога хотя бы два раза в год. А пациентам с



сахарным диабетом или болезнями желудочно-кишечного тракта — в обязательном порядке встать на диспансерный учет. В противном случае гнойное воспаление полости рта, атрофия десен и выпадение зубов им обеспечены. В таких случаях врачи советуют посетить сразу нескольких специалистов: терапевта, пародонтолога, ортодонта и хирурга. Не стоит обходить стороной и кабинет рентгенолога. Акция в 7-й поликлинике продлится месяц, и в течение этого времени все эти специалисты будут принимать жителей Железнодорожного района бесплатно. Лечение посетителей проводится в рамках программы обязательного медицинского страхования.

Источник: <http://tsumanar.ru/>

Новости индустрии



Dental Art – пересечение науки и искусства

Италия — это центр мировой высокой моды. Пожалуй, только здесь могла быть создана мебель Dental Art, мебель со столь изысканным и утонченным дизайном

стр. 8

Тенденции и практика



Приход биометрической диагностики в стоматологию
Любая процедура, меняющая вертикальное, латеральное или передне-заднее положение нижней челюсти, может потребовать адаптивного изменения от зубов, мышц и/или височно-нижнечелюстных суставов.

стр. 10

Здоровье и профилактика



«За» и «против»: отбеливание зубов
Отбеливание зубов превратилось в очень прибыльную процедуру: во всем мире на него ежегодно тратятся миллиарды долларов.

стр. 24

События



Не пропустите главное событие в Санкт-Петербурге!

Стоматологов Санкт-Петербурга трудно удивить. Но с 20 по 22 мая в ВК «Ленэкспо» будет происходить нечто достойное внимания не только питерских стоматологов, но и их коллег из других городов России.

стр. 25

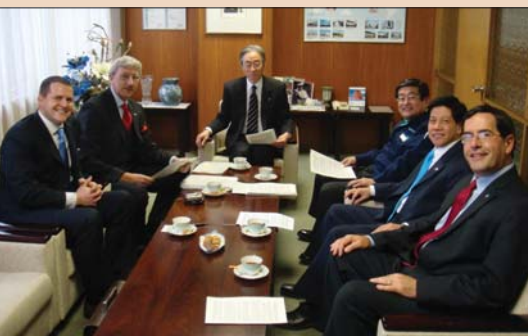
Интервью с компанией «Shofu» за круглым столом

Японская компания «Shofu» — всемирно известный производитель стоматологических материалов, не удовлетворяющийся достигнутым. В прошлом году в январе компания провела ежегодное совещание, посвященное обсуждению будущих стратегий. Исполнительный директор Dental Tribune International Петер Виттечек (Peter Witteczek) побеседовал с господином Катсуя Охата (Katsuya Ohta), президентом компании «Shofu Inc.», господином Йошикацу Вакино (Yoshikazu Wakino), старшим управляющим международного подразделения «Shofu Inc.», господином Вольфгангом ван Халлем (Wolfgang van Hall), управляющим фирмой «Shofu Dental GmbH», господином Патрикком Лоуком (Patrick Loke), директором по маркетингу компании в Азиатско-Тихоокеанском регионе, и господином Брайаном Мелонакосом (Brian Melonakos), президентом американского подразделения компании

«Shofu», о том, как они совместно руководят своим предприятием и о планах компании на будущее.

— DTI: 2007 г. стал весьма успешным годом для компании «Shofu». Среди прочего она отметила свое 85-летие. Что еще принес этот год?

Катсуя Охата: Наиболее значительной вехой стало то, что в феврале мы с успехом публично разместили свои акции в первой секции токийской фондовой биржи после внесения нашей компании в список оакской фондовой биржи в 1989 г. Это много значит для нас и для индустрии стоматологических материалов в целом, поскольку мы являемся первым производителем в этой области, публично разместившим свои акции в Японии. Мы максимально используем эту возможность для того, чтобы повысить уровень общественного доверия к нашей компании и ее стоимость; надеемся, что сможем перейти в первую секцию то-



Петер Виттечек (DTI), Вольфгангом ван Халлем, Катсуя Охата, Йошикацу Вакино, Патрикком Лоуком и Брайаном Мелонакосом (слева направо).

кийской фондовой биржи. Отмечая 85-ю годовщину основания нашей компании, мы полны решимости развивать ее еще долгие годы и вносить свой вклад в мировую стоматологическую индустрию.

Среди наших новых изделий в первую очередь следует упомянуть

Beautiful II (реставрационный материал PRG/Giomer), FL-Bond II (фторидсодержащую бондинговую систему) и Vintage AL и ZR (новые дополнения нашей хорошо известной серии керамики Vintage).

→ DTI стр. 4

Наноструктурные противовоспалительные средства для полости рта «VIVAX DENT» в стоматологической практике

Интервью со старшим научным сотрудником кафедры госпитальной ортопедической стоматологии МГМСУ, канд. мед. наук, директором клиники «Инновационные технологии ЕЕС»

Грачья В. Саносьян

— Пародонтит — одно из наиболее распространенных заболеваний полости рта. По данным ВОЗ, более 80% населения планеты подвержены данному заболеванию. Скажите, пожалуйста, каковы причины высокой распространенности данного заболевания?

Д-р Саносьян: Причин для возникновения пародонтита достаточно много, это:

- Неудовлетворительная гигиена полости рта
- Несостоятельные пломбы, коронки, мостовидные протезы
- Недостаток в рационе питания важных витаминов, например витамина С
- Генетическая предрасположенность
- Аномалии прикуса — так, при скученности, например, сложно

ухаживать за зубами и тщательно проводить гигиенические мероприятия; возможное травмирование десен собственными зубами и т.д.

- Стрессы и частые командировки (перезеды)
- Неправильно подобранные средства гигиены
- Вредные привычки (прикусывание щек, губ и т.д.)
- Короткие уздечки щек, губ, языка (аномально прикрепленные)
- Ортодонтическая аппаратура во время лечения прикуса (брекеты)
- Пирсинг мягких тканей полости рта
- Гормональные нарушения

Но, как правило, у всех пациентов обнаруживается неудовлетворительная гигиена полости рта, и эту причину мы можем выделить как основную.

— С какими жалобами к Вам обращаются пациенты при наличии данной патологии?

Д-р Саносьян: Все зависит от степени тяжести течения заболевания. Так, например, при легкой степени заболевания пациенты отмечают явления гингивита, неприятный запах изо рта, наличие над- и поддесневых зубных отложений. При средней тяжести отмечают воспаление сосочков и краевой десны, также наличие над- и поддесневого зубного камня, незначительную подвижность зубов, оголение шеек и частично корней зубов. Пациенты с тяжелой степенью течения заболевания жалуются на наличие большого количества над- и поддесневого зубного камня, сильную кровоточивость при чистке зубов, приеме пищи; гнойное воспаление десен, сильную подвижность зубов.

— Как Вы решаете данные проблемы у Ваших пациентов?

Д-р Саносьян: При лечении пародонтита придерживаемся принципов комплексности, индивидуальности и последовательности. Местное воздействие включает терапевтические процедуры, хирургические манипуляции, ортопедическое лечение. Лечение начинается с обучения гигиене полости рта, разъяснения значимости этих процедур, проведения контрольной чистки зубов. В профилактический период или период ремиссии рекомендуется использование новой зубной пасты «VIVAX DENT» (Зубная паста противовоспалительная с аминокислотным комплексом и биосаболом). Сочетанное воздействие пептидов тимуса (AK-1), пеп-

→ DTI стр. 2

← ДТ стр. 1

тидов сосудов (AK-7) и Бисаболола, придает зубной пасте профилактический противовоспалительный эффект.

Под воздействием пептидов тимула «VIVAX DENT» стимулирует местный иммунитет полости рта, оказывает антиоксидантное и антистрессорное действие. Пептиды сосудов нормализуют обменные процессы и микроциркуляцию крови в тканях пародонта. Бисаболлол оказывает успокаивающее действие. Входящие в состав пасты пирофосфаты препятствуют фиксации микроорганизмов на поверхности зубов. Аморфные силикаты

активно способствуют очищению полости рта и удалению зубного камня. «VIVAX DENT» нейтрализует кислоту, образующуюся после приема пищи.

Также проводим удаление над- и поддесневых зубных отложений с помощью набора пародонтальных инструментов по традиционной методике, а также с использованием ультразвука. Шлифуем и полируем шейки зубов. Проводим замену некачественных пломб, лечение пришеечного кариеса, устраняем дефекты ортопедических конструкций. При выявлении патологии прикуса, травматической окклюзии возможно проведение избирательной при-



Рис. 1, 2. Хронический генерализованный пародонтит, в том числе осложненный патологической подвижностью II–III степени 12, 11, 21, 24, 25 зубов.



DENT

V
I
V
A
X

Наноструктурные зубные пасты и бальзамы–ополаскиватели с заданными противовоспалительными свойствами

- ✓ способствуют профилактике пародонтита и воспалений
- ✓ ускоряют заживление тканей пародонта, в том числе при протезировании
- ✓ снижают кровоточивость
- ✓ обладают выраженным отбеливающим эффектом

NANO
ТЕХНОЛОГИИ

НОВИНКА!
ГЕЛЬ
С УСИЛЕННЫМ
ЗАЖИВЛЯЮЩИМ
ЭФФЕКТОМ



www.vivax.ru

kraftway
Clinic

Локатен
Дентальная Клиника

РИГЛА

36-6

СПРАШИВАЙТЕ В ЛУЧШИХ АПТЕКАХ И СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ КЛИНИКАХ ГОРОДА

Москва (495) 230-6828, Санкт-Петербург (812) 332-1415, Киев 38 (044) 230-2525, Самара (846) 340-1352, Казань (843) 519-4689, Н.Новгород (831) 430-2639, Екатеринбург (343) 379-5740, Пермь (342) 219-5587, Новосибирск (383) 218-7504, Уфа (3472) 35-7679, Киров (833) 263-5974

шлифовки и шинирование зубов, нормализация прикуса.

Дальнейшее лечение направлено на снятие воспаления и устранение пародонтальных карманов. Для этого проводится антисептическая обработка полости рта бальзамом-ополаскивателем «VIVAX DENT» (Бальзам-ополаскиватель противовоспалительный с аминокислотным комплексом и мунне), применяется в виде аппликаций заживляющий гель «VIVAX DENT» (Гель противовоспалительный для полости рта с аминокислотным комплексом и Невитином).

При средней и тяжелой степени, когда выражены явления воспаления, назначается антибактериальная и антимикробная терапия, чтобы воздействовать на анаэробную флору полости рта. Уже на 3-й день прекращалось гноетечение, десна приобретала естественные размеры и бледно-розовый цвет, уменьшилась кровоточивость. После купирования острого воспаления, устранения гноетечения при пародонтите средней тяжести проводится юретаж пародонтального кармана по традиционной методике. При тяжелой степени пародонтита применяются лоскутные операции по Видману–Нейману–Цешинскому в сочетании с препаратами «VIVAX DENT».

Хирургическое лечение включает также проведение по показаниям операции гингивотомии, френотомии, френэктомии и удаления зубов.

После проведенного лечения стойкий положительный эффект наблюдается у всех пациентов, что клинически проявляется нормализацией размеров, консистенции и цвета десны, снижением кровоточивости, прекращением гноетечения. Подвижность зубов чаще всего уменьшается на I–II степени. Пациенты отмечают улучшение общего состояния.

– Если это возможно, могли бы вы нам продемонстрировать один из клинических случаев Вашей врачебной практики лечения данного заболевания?

Д-р Самосяк: С удовольствием...

В сентябре прошлого года в клинику обратилась пациентка С. с неудовлетворительной эстетикой переднего отдела, с просьбой перелечить зубы и устранить процессы воспаления на деснах (рис. 1, 2).

По словам пациентки, за последние несколько лет, начиная с 2001 г., она неоднократно обращалась к разным врачам с жалобами на состояние десен. Одни стоматологи рекомендовали открытый юретаж пародонтальных карманов, другие – подсажку костной ткани после хирургического вмешательства на тканях пародонта. При этом на начальных стадиях лечения пациентке не производилось временное протезирование. Травматическая окклюзия и болезненность переднего отдела привели пациентку С. к поиску рекомендации у знакомых, которые ранее получили профессиональную помощь в клинике «Инновационные технологии ЕЕС». Последова-



Рис. 3, 4. Спустя месяц после применения профессиональных средств гигиены серии «VIVAX DENT».



Рис. 5, 6. Постоянное протезирование с применением профессиональных средств гигиены полости рта линии «VIVAX DENT».

рекомендациям, 09.10.07 пациентка С. обратилась в клинику. После тщательного обследования в клинических условиях был выбран комплексный подход к лечению пациентки С. со следующими составляющими:

1 этап – глубокий кюретаж патологических карманов с применением **Геля противовоспалительного для полости рта с аминокислотным комплексом и Неовитином «VIVAX DENT»** с усиленным заживляющим действием. Кюретаж

патологических карманов проводили в два этапа. На каждом этапе с помощью шприца с тупой иглой вводили в патологический карман **Гель противовоспалительный для полости рта с аминокислотным комплексом и Неовитином**

«VIVAX DENT» и проводили аппликацию дессен (сентябрь).

II этап – подготовка зубов и одномоментное временное протезирование с применением профессиональных средств гигиены – **Бальзама-ополаскивателя противовоспалительного для полости рта с аминокислотным комплексом и мумие «VIVAX DENT»** – при обострениях хронического пародонтита. На этом этапе пациентка на протяжении месяца 2–3 раза в день – с утра после чистки зубов, после обеда и перед сном после чистки зубов – пользовалась **Бальзамом-ополаскивателем противовоспалительным для полости рта с аминокислотным комплексом и мумие «VIVAX DENT»** (сентябрь–октябрь) (рис. 3, 4).

Необходимо отметить, что на протяжении всего лечения пациентки С. пользовалась зубной пастой исключительно «VIVAX DENT» (Зубная паста противовоспалительная с аминокислотным комплексом и бетулавитом).

Этап III – постоянное протезирование. На этапе постоянного протезирования в клинических условиях уже не было нужды в применении геля для аппликации «VIVAX DENT». Ровные контуры десны, исчезновение запаха из полости рта и удовлетворительные результаты комплексного лечения с применением средств «VIVAX DENT» смело привели нас к постоянному протезированию. При этом в домашних условиях пациентка продолжала соблюдать строгую концепцию ухода за полостью рта, используя «VIVAX DENT».

На протяжении последующих 2 мес пациентка С. применяла средство для полоскания **Бальзам-ополаскиватель противовоспалительный для полости рта с аминокислотным комплексом, Неовитином и Гелем Алоэ Вера «VIVAX DENT»**. Положительные результаты в клинике «Инновационные технологии EES» достигались благодаря трудам коллектива врачей и, без сомнения, старательному уходу благодарной пациентки С. с применением профессиональных средств гигиены линии «VIVAX DENT» (рис. 5, 6). **ИИ**

Спасибо Вам за интервью! Желаем Вам и Вашим пациентам успехов в лечении!

Информация об авторе



Грачев В. Саносян
Старший научный сотрудник кафедры госпитальной ортопедической стоматологии МГМСУ, кандидат медицинских наук, директор клиники «Инновационные технологии EES»

Фторированная вода приходит к 18 миллионам жителей Южной Калифорнии

Стейси Крузье

Лос-Анджелес – 3 декабря 2007 г., 9 утра по стандартному тихоокеанскому времени: переломный момент в истории фторирования воды в США.

К этому моменту крупнейшая в Калифорнии водопроводная компания завершила работы по фторированию воды, поступающей примерно к 18 млн жителей Южной Калифорнии. Это крупнейшая операция по фторированию воды в США.

Компания «Metropolitan Water District of Southern California», обеспечивающая водой 26 городов и систему водоснабжения Лос-Анджелеса, Оранджа, Риверсайда, Сан-Диего и Вентуры, объявила о своих планах по фторированию воды в феврале 2003 г. С тех пор компания MWD модернизировала пять своих водопроводных станций, установив на них оборудование для фторирования.

«Мы взволнованы тем, что эта долгожданная мера наконец полностью осуществлена и теперь еще 18 млн граждан Калифорнии могут получать дополнительное преимущество с точки зрения стоматологического здоровья», – сказал Jon Roth, исполнительный директор Фонда Калифорнийской стоматологической ассоциации (CDA).

Фонд CDA совместно с Калифорнийской рабочей группой по фторированию – широкой коалицией экспертов и заинтересованных лиц – приложил усилия к тому, чтобы донести данный вопрос до совета директоров компании MWD и обеспе-

чил научную, образовательную и финансовую поддержку утверждению и реализации этого плана.

Фонд CDA выделил грант в размере 5,5 млн дол. США на проектирование и сооружение оборудования для фторирования воды на всех пяти водопроводных станциях компании. С 1995 г. законодательство Калифорнии требует фторирования воды в любой коммунальной водопроводной системе, обслуживающей как минимум 10 тыс. потребителей, но лишь в том случае, если населенный пункт располагает средствами для внедрения фторирования.

В эту победу фторирования внесли свой вклад многие люди и объединения, добавил г-н Roth. Среди заинтересованных лиц, поработавших на благо общества, можно назвать местных стоматологов и других граждан штата, стоматологические организации местного и национального уровня, экспертов в области фторирования, гидротехников, чиновников калифорнийского департамента здравоохранения и многих других.

«Эта значимая инициатива и впечатляющая история ее успешной реализации стали возможны благодаря неустанным усилиям и партнерству стоматологических учреждений, организаций здравоохранения и государственных органов; все это способно существенно изменить жизнь множества людей», – сказал доктор Lindsey A. Robinson, председатель совета ADA по обеспечению

доступности стоматологической помощи, профилактике и межпрофессиональным связям. Доктор Robinson из Грасс Вэлли, Калифорния, также является секретарем совета директоров Фонда CDA. – Это прекрасный пример того множества ресурсов, которое организованная стоматология должна предлагать для того, чтобы способствовать стоматологическому здоровью населения».

«Мы рады видеть, что программа компании MWD по фторированию воды запущена и действует», – сказал доктор Brian E. Scott, президент Калифорнийской стоматологической ассоциации и бывший председатель Фонда CDA. – Это значимый успех с точки зрения профилактики стоматологических заболеваний у миллионов жителей нашего штата. Он наглядно демонстрирует, как сотрудничество стоматологии с широким спектром заинтересованных лиц может оказать огромное влияние на улучшение стоматологического здоровья калифорнийцев».

Согласно данным Центра контроля заболеваний (CDC), на сегодня примерно 67 процентов жителей США, пользующихся коммунальной водопроводной системой, пьют воду с оптимальным для профилактики кариеса содержанием фторида.



На сайте компании MWD www.mwdh2o.com представлены разнообразные материалы по фторированию, включая полезную информацию и ответы на часто задаваемые вопросы на шести языках, а также ссылки на сайты Центров по контролю и предотвращению забо-

леваемости, Американской стоматологической ассоциации (ADA) и других местных и национальных организаций, предоставляющих информацию по фторированию. **ИИ**

Источник: www.ada.org

← DT стр. 1

Вольфганг ван Халль: Господин Охта прав. Мы представили материал Beautifil II и адгезивную систему FL Bond II на выставке IDS-2007 в Германии. Фарфор Vintage ZR для облицовки каркасов из циркония и новые флюоресцентные материалы Vintage Art Stains также хорошо приняты на рынке; множество заказчиков с нетерпением ждут их поставки. Кроме того, мы выпустили такой материал, как Ceramage Gum Colours. Все эти изделия уже с успехом опробованы в Европе.

Брайан Мелонакос: В 2007 г. отлично продавался материал для одновременной шлифовки и полировки One Gloss; его продажи возросли в два раза. Выросли продажи и самоклеющегося композитного цемента, которому уже два года. Лаборатории, особенно крупные, стремящиеся повысить производительность без ущерба для качества выполняемой работы, охотно и во все больших количествах закупают наши гранулы Vintage Press Over и материал Ceramage. Мы также выпустили реставрационный материал Beautifil II, в пользу которого говорят восьмилетнее клиническое ис-

следование его предшественника, материала Beautifil, опубликованное в этом году в JADA.

Катсуя Охта: Кроме того, мы очень гордимся тем, что материал Beautifil II стал одним из «Лучших товаров 2007 г.», выбранных CRA, одной из наиболее известных экспертных организаций США. Теперь мы ожидаем роста продаж этого материала.

Патрик Лоук: Разработка материала Giomer второго поколения и материала Gum Shaded Ceramage также была осуществлена в 2007 г. В

Азии мы выпустили на рынок новые изделия как для техников, так и для клиницистов. Наибольший успех был достигнут в сегменте клинических материалов – абразивов, цемента и материалов для прямой реставрации.

– В настоящее время мировая экономика претерпевает множество изменений. С одной стороны, ослабление доллара и высокая инфляция снижают деловую активность в развитых странах. Это, с другой стороны, благоприятно воздействует на развивающиеся рынки.

Влияют ли эти изменения и на стоматологический рынок и если да, то как вы реагируете на них?

Катсуя Охта: Мировая экономика меняется все время. Соответственно, изменяются и курсы основных валют. Считается, что стоматологическая индустрия, относящаяся к сфере здравоохранения, меньше зависит от этих экономических подвижек. Тем не менее на нее заметно влияют системы медицинского страхования, особенно в Европе и Японии.

Думаю, что со мной согласятся все присутствующие, если я скажу, что на сегодня ослабление доллара является для нас самым тревожным фактором. Как вы знаете, мы распространяем свою продукцию по всему миру при помощи наших зарубежных отделений в Европе, США и Азии. Следовательно, нам приходится следить за изменениями курсов валют. Наибольшее беспокойство вызывает падение курса доллара, которое уже начало угрожать всей мировой экономике. Мы полагаем, что можем справиться с любой ситуацией за счет того, что проводим политику сбалансированности объемов экспорта и импорта, приходящихся на каждую из валют.

Вольфганг ван Халль: К счастью, мы наблюдаем, что немецкий рынок стал гораздо лучше после ряда негативных последствий реформы системы здравоохранения в 2004 г. Наши заказчики настроены гораздо более оптимистично; они снова хотят вкладывать деньги. Чтобы оказать им наиболее эффективную поддержку, мы наняли дополнительных торговых представителей. В целом мы смогли в 2007 г. увеличить наш оборот на 10 процентов.

– Компания «Shofu» представлена на всех основных рынках. Чем, по вашему мнению, отличаются друг от друга рынки Европы, Азии и Америки?

Йошикацу Вакино: Сегодня европейский рынок переживает множество изменений и сталкивается со многими проблемами. Мы думаем, что унификация валюты и интеграция законодательства европейских стран приведут к усилению конкуренции цен. При этом, однако, ожидается, что новые рынки, а именно рынки Восточной Европы и России, будут быстро расти; немецкий же рынок неуклонно «идет на поправку» после серьезных затруднений, вызванных радикальной реформой медицинского страхования.

Чтобы улучшить свое положение на европейском рынке, мы намерены и дальше укреплять связи с нашими дилерами в Европе, концентрируя внимание на новых, развивающихся рынках. В Азии, включая Китай, Индию, Ближний Восток и Индонезию, ожидается быстрый экономический рост. Стоматологическая индустрия в этом регионе также расцветает благодаря высокому спросу на основные материалы, например протезы, абразивы, полировальные составы и т.п. Мы будем укреплять связи с нашими азиатскими дилерами, пользуясь преимуществом относительной близости данного региона к Японии.

На рынке США наши абразивные и полировальные материалы пользуются большим спросом как высококачественные изделия. Тем не менее мы не можем игнорировать растущий спрос и на другие товары, включая относящиеся к сфере эстетической стоматологии, например имплантаты и системы CAD/CAM. Нам необходимо укрепить свое положение в этих сегментах рынка. Кроме того, мы намерены поддерживать

We make everyone smile in the same language...

The chemistry behind every smile

With 85 years of experience in manufacturing quality dental products,
we are committed towards developing aesthetic solutions for direct and indirect restorations
to complement dental cosmetics and create beautiful smiles.



Shofu Inc. - Japan
www.shofu.co.jp



Shofu - Germany, EU
www.shofu.de



Shofu - USA
www.shofu.com



Shofu - United Kingdom
www.shofu.co.uk



Shofu - Singapore
www.shofu.com.sg



Shofu - China
www.shofu.com.cn



SHOFU INC. Head Office - Kyoto
11 Kamitakamatsu-cho, Fukuine, Higashiyama-ku, Kyoto 605 - 0983, Japan - www.shofu.co.jp
SHOFU INC. Singapore Branch - www.shofu.com.sg
SHOFU Dental Supplies (Shanghai) Co. Ltd. - www.shofu.co.cn
SHOFU Dental Corporation - www.shofu.com
SHOFU Dental GmbH - www.shofu.de
SHOFU Dental Products Ltd. - www.shofu.co.uk



Peter Witteczek говорит с Katsuya Ohta (справа).

тесную связь с лабораториями, чтобы продвигать свои товары и осваивать новые рынки в Южной Америке, включая Бразилию и Мексику.

Патрик Лоук: Рынки Америки и Европы более зрелы, их рост более стабилен; соответственно, легко доступны точные и наглядные статистические данные. Наш же, азиатский, рынок состоит из множества рынков развитых, развивающихся и слаборазвитых стран. Поэтому рост рынка Азии не столь устойчив, однако потенциально многообещающий. Статистические данные по этому рынку или нашей индустрии на нем получить не так-то просто, и даже если в нашем распоряжении оказываются какие-то сведения, они бывают не слишком точными и надежными. Два гиганта – Китай и Индия – стали более привлекательными для многих стоматологических компаний, что вызывает усиление конкуренции.

Вольфганг ван Халль: Наши товары для стоматологических лабораторий весьма успешно продаются в Европе, являющейся нашим основным рынком. В Европе же быстро и интенсивно развиваются восточно-европейские страны. Россия является одним из наиболее важных развивающихся рынков мира; по мере того как страны Восточной Европы достигают большей экономической и политической стабильности, их рынки также растут.

Брайан Мелонакос: Несомненно, что материалы для отбеливания и системы CAD/CAM занимают большую часть рынка Северной Америки. Представляется, что в странах этого региона большее внимание уделяется экономии времени при проведении процедур. Примером этого служат расфасовка материалов. Даже если стоимость товара высока, его необходимо поставлять в удобной, экономящей время упаковке, сокращающей количество этапов процедуры.

– Недавно американский журнал «Dentalton» наградил вашу компанию званием «самого большого секрета». Вы согласны с этим?

Брайан Мелонакос: Компания «Shofu» хорошо известна во всем мире и имеет прекрасную репутацию благодаря качеству своих изделий. Тем не менее множество категорий выпускаемых нами товаров по-прежнему неизвестно многим стоматологам. Многие врачи в США считают, что мы выпускаем только материалы для финишной обработки и полировки. Безусловно, в этой сфере именно мы устанавливаем

стандарты качества, но наши конкуренты для прямой и не прямой рессативации, цемента, керамика и материалы для отбеливания в кресле также превосходны.

– Компания «Shofu» называется себя всемирной корпорацией. В какой степени ее отделения находятся под влиянием японской деловой культуры?

Йошикацу Вакино: Мы уверены, что на них сильнее воздействует уникальная «культура компании «Shofu», нежели японская культура. У нас превосходная рабочая среда, которая поддерживается во всех отделениях. Корни этой среды – в проверенной временем традиции высокой оценки сотрудников. Многие наши иностранные директора и сотрудники работают в компании «Shofu» долгие годы; это означает, что наша политика «важнее всего – люди» эффективна.

Располагая такими ценными кадрами, мы можем ставить перед собой долгосрочные задачи и стабильно работать над их решением, обеспечивая при этом качество и надежность нашей продукции.

Патрик Лоук: Согласен. В нашем сингапурском отделении работают люди разных национальностей, говорящие на разных языках: это помогает нам эффективно реализовывать стратегию компании «Shofu Inc.» в Азиатско-Тихоокеанском регионе и укреплять наше положение.

Брайан Мелонакос: По мере того как расширяется сфера интересов компании «Shofu International», она становится все более открытой с точки зрения готовности модифицировать свои товары и их упаковку, приспосабливаясь к рынкам вне Японии. Особенно это касается сегмента товаров для лабораторий: здесь наблюдается повышенное внимание к созданию новых товаров с учетом их международного распространения. Большинство таких новых товаров перед выпуском в продажу проходят оценку на всех главных рынках.

Вольфганг Ван Халль: Мы должны учитывать глобальную стратегию компании «Shofu Inc.» в нашей повседневной работе и при выработке региональных целей, чтобы дружно двигаться единым курсом, концентрируя при этом внимание на особенностях местных рынков. Естественно, наша цель – наилучшее обслуживание заказчиков на «повсеместной» территории – влияет на положение компании «Shofu Inc.» и, таким образом, на общую стратегию.

Брайан Мелонакос: Мы прекрасно осознаем: многое еще необходимо сделать для совершенствования наших глобальных стратегий и деятельности, чтобы компания Shofu могла реализовать свой значительный потенциал продаж.

– Наблюдается сильная тенденция к консолидации. В 2006 г. произошло 68 корпоративных слияний. Что вы думаете об этом?

Йошикацу Вакино: Раньше в Японии консолидация была довольно редким явлением. Наши компании запоздало начали использовать эту «тактику выживания», примерно 10 лет назад. В стоматологической индустрии также наблюдается множество слияний и поглощений. Хотя предполагается, что эта тенденция будет сохраняться, мы должны признать, что проблемы, с которыми

дилеров. По нашему мнению, это связано с тем, что компания «Shofu» Inc. стала более заметна на мировом уровне после внесения ее в список токийской фондовой биржи.

– Компания «Shofu» вкладывает 6–8 процентов своего годового дохода в исследования и разработку новых товаров: это больше, чем в среднем тратят другие компании, относящиеся к данной индустрии. Как тесно вы сотрудничаете с разработчиками в Японии и в чем заключается это сотрудничество?

Патрик Лоук: Мы просим все международные отделения определить приоритетные направления разработок. Потом мы рассматриваем их на международных совещаниях. Желательно, чтобы предлагаемые изделия обладали большим потенциалом в Японии, однако ряд предложений был одобрен на основании их потенциала в других странах.

Вольфганг ван Халль: Мы тесно сотрудничаем с отделом исследований и разработок, поскольку очень важно, чтобы создавались именно такие товары, которые необходимы нам на наших разнообразных рынках. Мы пристально следим за рынками и передаем японскому отделу исследований и разработок всю значимую информацию, поскольку иначе он просто не сможет быть в курсе всех изменений. С этой же целью сотрудники данного отдела посещают наиболее важные международные выставки.

Брайан Мелонакос: Совершенно верно. Наша техническая группа ездит в Северную Америку и Европу, чтобы посетить лекции и выставки, а также встретиться с управляющими и маркетологами из международных отделений компании «Shofu». Проекты рассматриваются, поступают отклики от местных кли-

нников и техников, касающиеся необходимых им характеристик будущего материала. Мы стремимся усилить взаимодействие между технической группой в Киото и нашими заказчиками в Америке и других странах мира.

– В 2022 г. компания Shofu Inc. будет отмечать столетний юбилей. Какие долгосрочные экономические стратегии вы планируете реализовать к этому времени?

Катсуя Охта: Наши основные задачи – войти в список первой секции токийской фондовой биржи, достичь консолидированной чистой суммы продаж в 50 млрд иен (459 млн дол. США/323 млн евро), включая консолидированные чистые продажи за рубежом в объеме 20 млрд иен (186 млн дол. США/129 млн евро) с 20-процентным доходом от операций, удержаться на развивающихся рынках (в странах «БРИК»: Бразилии, России, Индии и Китае), проникнуть в другие индустрии, используя наши технологические ноу-хау, и продолжать развиваться как эффективная и дальновидная компания, сохраняя верность традициям в качестве первого японского производителя стоматологических материалов, достигшего международного успеха.

– Какие тенденции стоматологического рынка вы предвидите в будущем и готовы ли вы к ним?

Катсуя Охта: В развитых странах стоматологическая индустрия будет продолжать развиваться благодаря увеличению спроса в новых областях: эстетической стоматологии, имплантологии, применении систем CAD/CAM и цифровой аппаратуры, а также в сфере регенеративной медицины. При этом мы намерены специализироваться в определенных областях, вместо того чтобы пытаться охватить все сферы. Мы предпочитаем работать там, где наше предложение уникально, и становиться «единственной в мире»



Wolfgang van Hall (слева) объясняет по поводу деятельности японской компании «Shofu» в Европе.

ми сталкиваются компании при слиянии, могут быть труднопреодолимыми вследствие различий в политике компаний или их культуре и, при самом плохом развитии событий, слияние может привести к полной катастрофе.

Наша основная политика заключается в учреждении собственных филиалов и внутреннем развитии. Тем не менее мы положительно относимся к приобретению как японской, так и иностранной компании, если такое приобретение будет способствовать нашему росту. На самом деле мы получили ряд предложений от иностранных производителей и

ницистов и техников, касающиеся необходимых им характеристик будущего материала. Мы стремимся усилить взаимодействие между технической группой в Киото и нашими заказчиками в Америке и других странах мира.

Вольфганг ван Халль: Не всегда легко правильно расставить приоритеты, особенно с учетом того, что в разных странах существуют различные предпочтения и потребности. На международных совещаниях, подобных этому, мы можем обсудить все вопросы и выработать общую стратегию вместе с руководи-

или «лучшей в мире» компанией, занимающейся разработкой новых товаров.

В развивающихся странах сохраняется спрос на основные стоматологические материалы, например протезы, абразивы и полировальные составы, – вещи, которые мы выпускаем многие годы. И здесь основная задача – обеспечить конкурентоспособность наших цен, сохранив высокое качество продукции. ■

Большое вам спасибо за это интервью!

Внутрикостная анестезия – метод первого выбора (отчет о 500 случаях применения)

Как и другие виды местного обезболивания, техника проведения внутрикостной анестезии базируется на анатомических, гистологических и физиологических основах. Теоретически обоснованный подход и успешный опыт клинического применения внутрикостной анестезии позволяют считать, что она способна с успехом заменить большинство других методик.

В частности, анализ 500 случаев применения внутрикостной анестезии в качестве метода первого выбора, выполненный тремя хирургами-стоматологами, подтвердил это предположение и позволил сформулировать основные преимущества данного метода, к которым относятся:

- мгновенная анестезия нескольких зубов верхней или нижней челюсти (от 2 до 6), достигаемая с помощью одной инъекции с вестибулярной стороны (без дополнительных небных или язычных инъекций), что связано с гистологическими особенностями строения костной ткани (кортикальной и губчатой);
- отсутствие онемения щеки или губы, при этом введенный в костный мозг анестетик может проникать через кортикальную пластинку и вызывать обезболивание надкостницы и покрывающей ее слизистой оболочки;
- возможность применения высоких концентраций вазоконстриктора (в концентрации 1:100 000) без риска последующего некроза ишемизированных тканей (за счет наличия в губчатой костной ткани костно-мозговых пространств, заполненных кровеносными сосудами и жировой тканью, а также хорошего кровоснабжения), что позволяет решить проблему быстрой анестезии зубов при лечении пульпита;
- количество обезболенных зубов прямо пропорционально введенной дозе анестетика (с учетом индивидуальных особенностей пациента).

Почему необходимо использовать внутрикостную анестезию на нижней челюсти в качестве метода первого выбора:

- чтобы отказаться от проводниковой анестезии, одновременно обеспечив мгновенное обезболивание моляров нижней челюсти;
- чтобы легко обезболить моляры нижней челюсти при лечении пульпита;
- чтобы отказаться от дополнительной инъекции с язычной стороны;
- чтобы обеспечить анестезию блока резец-клык с помощью инъекции всего лишь в одной точке;
- чтобы уменьшить объем вводимых препаратов.

Почему необходимо использовать внутрикостную анестезию на верхней челюсти в качестве метода первого выбора:

- чтобы избежать онемения мягких тканей, обычно возникающего после проведения инфильтрационной анестезии;
- чтобы отказаться от болезненной и способной привести к некрозу небной анестезии (даже при удалении зуба);
- чтобы с помощью одной инъекции обеспечить анестезию от четырех до шести зубов;
- чтобы достичь мгновенного обезболивания;
- чтобы уменьшить объем вводимых препаратов.

Все эти преимущества вполне достижимы, что становится понятным при анализе принципа, лежащего в основе методики внутрикостной анестезии.

Техника внутрикостной (транс-кортикальной) анестезии заключается во введении раствора анестетика через кортикальную пластинку в губчатую кость альвеолярного отростка.

Внутрикостная анестезия позволяет достичь обезболивания так же быстро, как при интралигаментарной или интрасептальной анестезии.

Вышеперечисленные факторы свидетельствуют в пользу широкого

применения метода внутрикостной анестезии, которая позволяет достичь мгновенного обезболивания, доставляет меньше неприятных ощущений пациенту, более эффективна и более рентабельна для врача.

Ограничения использования данной методики связаны лишь с технической сложностью перфорации кортикальной пластинки, когда она слишком толстая или слишком

плотная. В таких редких случаях (около 4%) следует отдавать предпочтение интралигаментарной анестезии, ограничением которой, впрочем, является невозможность использования анестетика с концентрацией вазоконстриктора 1:100 000.

Заключение

Наряду с клиническими преимуществами, в частности, отсутствием анестезии мягких тканей, языка и неба, а также быстротой наступления обезболивания, результаты настоящего исследования показывают, что:

- эффективность внутрикостной анестезии составляет 96% (в 4% – переход к интралигаментарной анестезии, и, таким образом, успех достигается в 100% случаев);
- среднее время наступления анестезии составляет 2 мин 37 с;
- данная методика не требует проведения дистальной инфильтрации в качестве непреложного правила;
- вызывает лишь незначительные осложнения;
- внутрикостная анестезия действительно позволяет достичь мгновенного обезболивания зубов, пораженных пульпитом (13,23%), без риска повреждения тканей пародонта.

AD

Передовые технологии

Обучение
Сервис
Поставка

TS Dental Group
123242, Москва, Столярный пер., д.2
Тел.: (495) 101-35-06, 253-43-35
Факс: (495) 253-41-10
e-mail: info@tsdental.ru

Dental Art – пересечение науки и искусства



Италия – страна сокровищ античности и богатого культурного наследия эпохи Возрождения. В Италии писали стихи Вергилий, Марциал и Овидий, здесь создавали свои шедевры Леонардо да Винчи, Микеланджело и Рафаэль. Сейчас эта страна по праву считается центром мировой высокой моды. Пожалуй, только здесь могла быть создана мебель Dental Art, мебель со столь изысканным и утонченным дизайном, где каждая линия, каждый изгиб и оттенок настолько органично

Мебель серии AV создана выразить оригинальность и неповторимость. Именно в этой линии впервые были применены стеклянные рабочие поверхности. Синтез противоречий мебели AV завораживает своим неподражаемым воплощением и обдуманностью деталей. Широкий выбор опций и дополнительных принадлежностей, элегантная форма, точные линии, основательность, безопасность и долговечность понравятся рациональным стоматологам. Мебель линии AN –

так: «Вы заботитесь о пациенте, Penta заботится о вас». Благодаря рациональному сочетанию элементов конструкции, зубной техник занимает удобное и правильное положение, избегая распространенных профессиональных травм позвоночника. Высокие технологии производства и стильный дизайн мебели Penta гармонично дополняют друг друга и позволяют создать уникальную персонализированную лабораторию. Мебель LAB – это олицетворение богатого опыта компании, который может сделать рабочее место специалиста максимально комфортным. Удобное и практичное воплощение мебели, где все находится под рукой, – вот лучший показатель того, с каким уважением компания «Dental Art» относится к важной и кропотливой работе зубных техников.

Мебель компании «Dental Art» создана, чтобы украшать ваше мастерство. Если вы еще сомневаетесь в покупке, менеджеры «UNIDENT» развеют ваши опасения, ведь у мебели совершенно нет недостатков, а преимуществ столько, что о них можно рассказывать бесконечно, хотя это именно тот случай, когда лучше один раз увидеть, чем 100 раз услышать. Если Вас не устроит авторитетное мнение сотрудников «UNIDENT», то мы с



дополняют друг друга, создавая подлинное произведение искусства. С 1973 г. итальянская компания «Dental Art» изготавливает высококачественную и неповторимую мебель для стоматологических кабинетов и зуботехнических лабораторий. Безупречное качество сборки, всестороннее знание потребностей клиента, эксклюзивный дизайн мебели, выполненной из натуральных и синтетических материалов последнего поколения, и применение инновационных методов при ее создании позволили компании «Dental Art» получить в феврале 1993 г. Сертификат системы качества (ISO 9001/EN 29001). Официальным дистрибьютором продукции «Dental Art» в России является компания «UNIDENT».

В ассортименте итальянских новаторов представлены две специализированные линии мебели: для хирургии в стоматологии (EPTA, AV и AN) и для зуботехнических лабораторий (Penta и Lab). В чем их отличие и какие преимущества они гарантируют специалистам, сделавших выбор в их пользу?

Учитывая специфические потребности специалистов (стоматологов и зубных техников), мебель «Dental Art» предлагает решение для каждого профессионала индивидуально, именно такой подход позволяет оптимизировать рабочее пространство и подчеркнуть безупречный вкус владельца.

Мебель EPTA может быть выполнена в классическом или современном стиле и создана оправдать ожидания самого искушенного специалиста. Удобство и функциональность составляющих, высокий уровень акустического комфорта, комплектация по индивидуальному заказу, надежность и долговечность – вот главные преимущества данной линии.

это смелый авторский дизайн и совершенство исполнения. Модульные конструкции и богатый выбор их элементов позволяют создавать практически бесконечное количество вариантов комплектации и общей длины конструкции.

Несмотря на особенности каждой линии, они имеют и общие черты – фундаментальность, удобство, современные материалы и высококачественные комплектующие. О мебели для зуботехнических лабораторий линии Penta ее создатели говорят

удовольствием пригласим посетить стенд «UNIDENT» на выставке Dental Salon 2008, где вы сможете лично пообщаться с Д. Фаччином – экспорт-менеджером компании Dental Art и узнать все о мебели и ее создании. Доверьтесь опыту и традициям Dental Art, пусть в вашем кабинете появится произведение современного итальянского искусства – мебель, которая призвана облегчить работу специалистов и внести гармонию в интерьер стоматологических кабинетов. **DE**



Зуботехнические лаборатории «ПОД КЛЮЧ»



Материалы и оборудование



Мебель. Зуботехнические столы



ЮНИДЕНТ. Тел.: (495) 434-4601. Факс (495) 434-1020
ЮНИДЕНТ-Поволжье. Тел.: (846) 340-5762. Факс (846) 340-5764
www.unident.net e-mail: unident@unident.net