

DENTAL TRIBUNE

The World's Dental Newspaper · Hungary Edition

Budapest, 2013. május

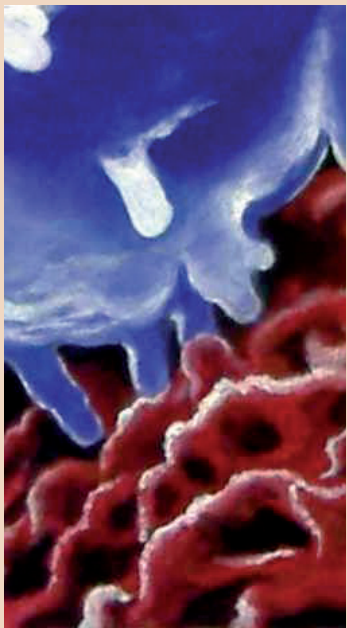
Ára: 750 Ft

IX. ÉVFOLYAM – 2. SZÁM

Rövid hírek

Immunsejtek felelősek a fogínygyulladásért?

A fogínygyulladás (tudományos nevén: periodontitis) az egyik leggyakoribb szájüregi megbetegedés. A tudósok régóta sejtették, hogy a szervezet immunrendszere és a betegség között kapcsolat van, és az amerikai Forsyth Intézet munkatársai nemrég igazolták a kapcsolatot.



A krónikus fogínygyulladás a leginkább elfogadott teória szerint a fogak és az íny fertőződése után alakul ki, aminek köszönhetően a fogíny „felpuhul”, visszahúzódik a fogakról és ez az állkapocs csontállományának csökkenéséhez és végül a fogak elvesztéséhez vezet. A Toshihisa Kawai professzor vezette kutatócsoport arra a kérdésre kereste a választ, hogy vajon a kórokozó baktériumok jelenlétére a szervezet által adott immunválasz kedvező vagy káros hatást gyakorol a csontállományra. A kutatóknak laboratóriumi körülmények között, emberi sejtenyészeteken sikerült igazolni, hogy az immunrendszer ún. B-sejtjei stimuláló hatást gyakorolnak az ún. RANKL-fehérjére, amely a csontlebontásért felelős sejtek (oszteoklasztok) aktivátora. „Kutatásunk alátámasztja azt az elképzelést, hogy az immunsejtek is felelősek a krónikus fogínygyulladás kialakulásáért” – összegzi kutatásait Kawai. „A felfedezés mindenképpen újdonság, hiszen új irányba fordítja a periodontitis kutatását és remélhetőleg segít abban, hogy megmentsük az emberek fogait” – tette hozzá.

Praxistipp



Csókolom, 28 implantátumot szeretnék! Megoldható?

Egészen addig, amíg nem vagyunk személyesen érintettek, legtöbbször továbblapozunk, ha az újságban egy súlyos betegség új, forradalmi gyógymódjáról adnak hírt, és ez természetesen így van a fogászati újítások, fejlesztések esetében is.

► 5. oldal

Tudomány és kutatás



Magyarország és a fogászati turizmus

Magyarország egy új típusú, határok nélküli, modern Európa (egyik) méretes fogászati klinika. A skandináv országok vagy az Egyesült Királyság egészségügyi rendszeréből kieső rétegek ugyanis hajlandóak 2-3 órányit utazni és pár napot nálunk tölteni azért...

► 6. oldal

Interjú



A fogászati piac úttörője

Az Ivoclar Vivadent világszerte a vezető fogászati vállalatok közé tartozik. Kiterjedt termék- és rendszerválasztéka, az intenzív kutatás és fejlesztés, a kiváló szakértelem, s a magas szintű továbbképzések a vállalkozás sikerének alapját képezik.

► 10. oldal

Irányvonalak, alkalmazások



Vajon lesznek-e pácienseink 20 év múlva?

Meddig tart a külföldi páciensek rohamja? Nem fordítanak-e nekünk hátat pár éven belül, mert más országokban jobb árakat találnak, vagy a hazai fogorvosai magukhoz térnek? Egyáltalán, megéri ma fogászati rendelőt üzemeltetni, itt a gazdasági válság közepén...

► 12. oldal

Szemléletváltásra van szükség

Néhány héttel ezelőtt „Egészséges gazdaság – Gazdaságos egészség” címmel rendeztek szakmai konferenciát. Itt az Egészségügyi Baráti Társaság ismertette annak a nemrégiben elkészült kutatásnak az eredményeit és következtetéseit, amelyben az egészségpiac szerepét és a nemzetgazdaság teljesítményéhez való hozzájárulását vizsgálták. Az egészségipar szereplőiként az egészségügyi rendszert, a gyógyszeripart, a gyógyászati cikkeket, az orvosi gépek és műszerek piacát, az egészségturizmust, valamint az egészségügyi kutatás-fejlesztést vették figyelembe.

A magyar egészségpiac nemzetgazdaságban betöltött szerepét vizsgálva kimutatták, hogy a hazai egészségipar közvetlen és közvetett hatásait tekintve a nemzeti össztermék (GDP) 8,3 százalékát állítja elő Magyarországon. A mélyrehatóbb elemzéseken nyugvó tanulmány egyik legfontosabb megállapítása új nézőpontot jelöl ki az egészségügyről szóló közgondolkodásban: az egészségügyre fordított kiadások kamatosan térülnek meg, hiszen a magyar költségvetés bevételeinek minden 12. forintját az egészségipar termeli meg, míg kiadási oldalon csak minden 16. forintot fordítunk egészségre.

Ennek alapján az Egészségügyi Baráti Társaság úgy gondolja, hogy a hazai nemzetgaz-

dasági prioritások kijelölésekor az egészségiparnak kiemelt szerepet kell biztosítani.

Hangsúlyozzák, hogy az egészség mint gazdasági tényező stratégiai jelentőségű. A magyar állampolgárok rossz egészségi állapota az ország gazdasági teljesítményét csökkentő tényező. Ezen változtatni kormányzati feladat, aminek külön hangsúlyt adhat az egészség gazdasági szerepének felismerése.

Paradigmaváltásra van szükség, melynek alapja az „egész-

ség szemléletű multifunkciós gazdaságpolitika”. Az egészségügyet nem lehet – mint eddig – az államháztartási kiadások felhasználójának tekinteni, ehelyett az egészségipar egészét a nemzetgazdaság meghatározó, húzó ágazataként kell kezelni.

A javaslatot alátámasztják a statisztikai adatok is. Az egészségipar ágazatai 2005-ben a bruttó hazai termék 6,3, míg 2007-ben 6,9 százalékát állították elő, amelynek felét (3,2 százalék) maga az egészségügyi rend-

szert szolgáltatja, a gyógyszeripar 1,1 százalékot, a gyógyszer és gyógyászati cikk kereskedelme 0,8 százalékot, az orvosi gép és műszer gyártás 0,16, az egészségturizmus 0,5, a kutatás-fejlesztés 0,3, az egészséges életmód termékei és szolgáltatásai 0,14 százalékos részarányt képviseltek.

Az egészségipar statisztikailag kimutatható közvetett GDP-termelő hatását 8,3 százalékra becsülik.

Ezzel az adatsorral áll szemben az, hogy az egészségügyre

→ Folytatás a **DT** 2. oldalán

Vásároljon 25 000 Ft-ért és Öné lesz egy 6000 Ft értékű DVD!

Gél 2990 Ft Spray 3490 Ft

Gengigel Prof 22500 Ft
Gengigel applikátor 6700 Ft

Szájöblögető oldat 3590 Ft



Ajándék DVD

Hialuronsav az egészséges fogínyért!



Dental Press Hungary Kft.
1012 Budapest, Kuny Domokos u. 9.
Tel.: 202-2994, Fax: 202-2993
E-mail: megrendeles@dental.hu



M E D I S
RICERFARMA S.R.L.
HUMAN AND VETERINARY

fordított közkiadások ezekben az években nem érték el a 6 százalékot.

Az egészségipar mellett szól az is, hogy ágazatai olyan sajátosságokkal rendelkeznek, amelyek nemzetgazdasági szinten versenyelőnyként értékelhetők: anyag-, energia- és importigénye a nemzetgazdasági átlagnál alacsonyabb, az ipari ágazatok termelékenységé – különösen a gyógyszeripar esetében – kiugróan magas, a kutatás-fejlesztésben betöltött szerepük kiemelkedő. Ez utóbbi érv különösen figyelemreméltó, ha hozzáteszszük, hogy a nemzetgazdaság K+F ráfordításainak 40 százalékát jelenleg is a gyógyszeripar fordítja e célra, továbbá hogy a vállalkozói kutatóhelyek K+F ráfordításainak 30 százalékát a gyógyszeriparban költik el. Fontos szempont az is, hogy az egészségügyi ágazat nemzetgazdasági szinten is jelentős munkaadó, sőt, a lakossághoz közeli ellátás követelménye miatt a gazdaságilag elmaradott területeken a

kórházak és rendelőintézetek a legfontosabb munkáltatónak tekinthetők.

Az egészségipar ágazatai – különösen az egészségügy – stabil „kereslettel” rendelkeznek, amely a foglalkoztatáson túl, a más ágazatoktól való megrendeléseivel gazdaságstabilizáló hatású.

Ennyi érv talán elegendő annak belátásához, hogy olyan paradigmaváltásra van szükség, amely az egészséget megőrző és javító multiszektoriális egészségpolitikát a gazdasági növekedés alapjává tekinti.

A paradigmaváltáshoz elengedhetetlen az információs transzparencia biztosítása, ami elképzelhetetlen a különböző adatgazdák, adatgyűjtők adataihoz való egységes hozzáférés nélkül.

Az egészség, mint a gazdasági növekedés kulcstényezője, megköveteli, hogy a nemzetgazdasági és államháztartási kiadások között a nemzetgazdaság hosszú távú érdekeinek megfelelő súlyt

kapjon. Ehhez szükség van az E. Alap járulékffinanszírozása és a járulék, mint a versenyképességet befolyásoló munkaerő -költség közötti ellentmondás hosszútávú feloldására. Ezt olyan módon kell megtenni, hogy az egészségügy finanszírozását a jövőben ne a napi költségvetési korlátok határozzák meg, hanem a hosszú távú céloknak megfelelően garantált legyen.

Az egészségipar fejlesztéséhez elengedhetetlen, hogy az egészségipar ágazatai számára olyan gazdasági környezet kerüljön kialakítására, amely lehetővé teszi az ágazatok komparatív előnyeinek kihasználását. Ilyen például a termálvízvagyon megőrzése és védelme, hosszú távú hatékony hasznosítása, beleértve a magasabb hozzáadott értéket eredményező rehabilitációs ellátás nemzetközi szakmai feltételeinek kialakítását. Tovább kell erősíteni az egészségipart – különösen a gyógyszeripart, a nem hagyományos élelmiszerek, biotechnológia te-

vékenységek, illetve olyan K+F tevékenységek feltételeit kell kialakítani, támogatni, amelyek az egészségipar ágazatainak a jelenleginél magasabb minőségű termékek, szolgáltatások létrehozását biztosítják. Kiemelt fontosságú az egészségmegőrzés, prevenció szerepének po-

zitív, érdekeltségi rendszeren keresztül történő közvetítése, az egészségtudatos életmódra nevelés és feltételeinek megteremtése, az esélyegyenlőség javítása, amely folyamatos keresletet támaszt az egészségipar ágazatai számára.

nal

Gazdasági válság fenyegeti az EU-országok egészségügyi rendszereit

A jelenlegi pénzügyi és gazdasági válság minőségében és funkciójában is veszélyezteti az európai egészségügyi rendszereket. Gyors és konzekvens ellenintézkedések nélkül a lakosság számára eleve elkerülhetetlenek a negatív következmények.

ségre ártalmas szokások, mint a dohányzás, alkoholfogyasztás és a helytelen táplálkozás, tovább fognak terjedni. Emellett a növekvő munkanélküliség és a háztartások nehéz anyagi helyzete miatt nőhetnek a stresszel összefüggő megbetegedések és a depresszió. A krízis különösen



Ezt hangsúlyozták a szakértők az európai egészségpolitikai döntéshozók és szakértők legfontosabb kongresszusán, a 12. European Health Forumon (EHFG).

Hogy a krízis a betegbiztosítási pénztárakat és azok bevételeit is hátrányosan befolyásolja, az Günther Leiner, az EHFG elnöke szerint az államok pénzügyi deficitjeire és a növekvő munkanélküliségre vezethető vissza. Amennyiben ez az egészségügy színvonalának csökkenését vonja maga után, a károkat a lakosság egészségi állapotán túl a teljes gazdaság is megszenvedi.

„Középtávon ez több táppénzhez, rokkantossításhoz, korai nyugdíjazáshoz és rosszabb munkateljesítményhez vezet. A mindenkinek járó egészségügyi ellátásról éppen ezért nemcsak etikai szempontból nem lehet lemondani, de beruházást is jelent a gazdaságba” – mondta a fórum elnöke. A teljesítmény csökkenését mindazonáltal csak reformokkal, takarékoskodással, illetve az egészségügyi ellátórendszer hatékonyságának a növelésével lehet megakadályozni, ami már amúgy is régóta esedékes.

A válság hatásai azonban jóval túlnyúlnak a betegbiztosítók pénzügyi problémáin. Szakértők szerint az olyan egész-

veszélyezteteti a csekély jövedelemmel rendelkezőket. „Az EU népességének már a 16 százalékat fenyegeti a szegénység.” – mondta el Nata Menable, a WHO európai regionális irodájának munkatársa. Végre kell hajtani a 2008-ban, Tallinnban elfogadott chartát, amely a szolidaritás, méltányosság és a részvállalás mellett hangsúlyozza a hathatós intézkedések koncentrációját, valamint a befektetéseken, kiadásokon és foglalkoztatáson keresztül eszközölt jövedelmezőség megvalósítását a különösen veszélyeztetettek védelme érdekében.

Robert Madelin, az egészségügyért és fogyasztókért felelős uniós biztos a kihívásokra tekintettel az erősebb európai és nemzetközi együttműködést tartja szükségesnek. „Be kell fektetnünk az egészségügybe, jobban kell a prevencióra koncentrálnunk, az egészséges életvitelt elősegítenünk, valamint dinamikus és tartós egészségügyi rendszereket teremtenünk. És minden tőlünk telhetőt meg kell tennünk azért, hogy csökkentsük az egyenlőtlenségeket, és kiálljunk az alapvető értékeink mellett.” Ezek: szolidaritás, emberi jogok és a leginkább veszélyeztetett rétegek védelme.

Nemzetközi impresszum		
A Dental Tribune International kiadásában		
Felelős kiadó Torsten Oemus		
Csoportvezető szerkesztő DT Ázsiai kiadás	Daniel Zimmermann newsroom@dental-tribune.com +49-341-4847-4107	Prof. dr. Georg Meyer, direkt restauráció, Németország Prof. dr. Rudolph Slavicek, protetika, Ausztria Dr. Marius Steigmann, implantológia, Németország
Csoportvezető szerkesztő DT Német kiadás	Jeannette Enders j.enders@dental-tribune.com	© 2009, Dental Tribune International GmbH. All rights reserved.
Segédszerkesztők	Claudia Salwiczek c.salwiczek@dental-tribune.com Anja Worm a.worm@dental-tribune.com	
Szerkesztők	Sabrina Raaff Hans Motschmann	
Elnök-vezérigazgató	Peter Witteczek	
Pénzügyi vezető	Dan Wunderlich	
Marketing és értékesítés	Nadine Parczyk	
Engedélyek, jogok	Jörg Warschat	
Könyvelés	Manuela Hunger	
Termékfelelős	Bernhard Moldenhauer	
Termelési és terjesztési vezető	Gernot Meyer	
Hirdetési vezető	Marius Mezger	
Tervező	Franziska Dachselt	
Nemzetközi Szerkesztő Bizottság		
Dr. Nasser Barghi, Amerikai Egyesült Államok		
Dr. Karl Behr, endodontia, Németország		
Dr. George Freedman, esztétikai fogászat, Kanada		
Dr. Howard Glazer, kariológia, Amerikai Egyesült Államok		
Prof. dr. Ivo Krejci, konzerváló fogászat, Svájc		
Dr. Edward Lynch, direkt restauráció, Írország		
Dr. Ziv Mazor, implantológia, Izrael		

Impresszum		
Dental Tribune, IX. évfolyam, 2. szám Megjelenik évente négy alkalommal	Előfizetés, adategyeztetés, információ: Róza Józsefné, telefon: 202-2994	A lefordított és újranyomtatott kiadói anyagok a Dental Tribune International tulajdonát képezik, a Dental Tribune jogtulajdonosa
Főszerkesztő: Dr. Riba Magdolna	Előfizetés megrendelhető: Postán: 1012 Bp., Kuny Domokos u. 9., telefonon: 202-2994; faxon: 202-2995	a Dental Tribune Németország GmbH. Minden jog fenntartva. Kiadva a Dental Tribune International GmbH engedélye alapján, Holbeinstr. 29, 04229 Leipzig, Germany. Szigorúan tilos ennek a kiadványnak az újranyomtatása bármilyen módon és nyelven a Dental Tribune International GmbH és a Dental Press Hungary Kft. írásos engedélye nélkül.
Kiadja: Dental Press Hungary Kft. 1012 Budapest, Kuny Domokos u. 9.	Az előfizetési díjat az alábbi számlaszámra lehet befizetni: Dental Press Hungary Kft. 11701004-20205362	A Dental Tribune International GmbH saját védjegye a Dental Tribune elnevezés.
Felelős kiadó: Laczkó Tamás	Hirdetésfelvétel: Laczkó Tamás, telefon: 202-2994	A hirdetések tartalmáért nem vállalunk felelősséget!
Szakfordítók: Dr. Kalocsai Katalin, Dr. Ecsédy Melinda	Az újság internetcíme: www.dental-tribune.hu	
Nyomdai előkészítés: Dental Press Hungary Kft. 1012 Budapest, Kuny D. u. 9. Tel.: 202-2994 E-mail: grafika@dental.hu	A magyar újság e-mail címe: info@dental.hu	
Nyomdai kivitelezés: Demax Művek Nyomdaipari Kft.	Weboldalak: www.dental.hu, www.dentalworld.hu	
Előfizetés: Egy évre 5000 Ft		
Külföldre: 6000 Ft	ISSN 1786-9889	

3 életmentő lépés azonnali betegszerzéshez

Zuhan a forgalom, a heti be-
tegszám csökken, egyre több
a „lukas óra”, viszont a ren-
delő bérleti díja, a közüzemi
költségek, a bérek és a járulé-
kok nem változnak... Először
jött a költségcsökkentés, majd
kétségbeesett hirdetések egy
kisebb vagyonért mindenféle
újságban, szórólapon, sőt még
a weboldalt is megcsináltatta,
de eredmény – sehol vagy alig.
Ha magára ismer a fenti törté-
netben, akkor éppen itt az ide-
je, hogy újragondolja az üzleti
tervét és a betegszerzést. Nem
misztifikált titkokra vagy nyo-
mulós hirdetésekre van szüksé-
ge, hanem ésszerűen felépített
tervre.

1. lépés

Szedje össze a bevételeit! Mi-
lyen szolgáltatásokat ad, mennyi
az ezekből befolyó bevétele, és
mennyi az ezekkel kapcsolatos
költsége? Az 1. táblázat segít
ezeket rendszerezni.

Az itt feltüntetett adatok ter-
mészetesen fiktívek. Állítsa ösz-
sze Ön is a saját táblázatát, és
nézze meg az alábbiakat:

- Melyik szolgáltatása „tartja el
Önt”?
- Mennyi időt kell dolgozzon a
havi árbevételéért?
- Melyik szolgáltatásból kellene
többet eladnia, hogy kevesebb
munkával ugyanannyi legyen
a havi bevétele?

A fenti mintából kiindulva, az
50 óra tömés alig több fedeze-
ti tőkét termelt, mint a 10 óra
fogköleszedés és az 5 óra fog-
fehérítés. Ez az oka, hogy egy-
re több rendelő a fogfehérítést
hirdeti folyamatosan – és egy-
re alacsonyabb áron... Érdeemes
azonban megnézni, hogy a re-

Szolgáltatás	Ár	Munkaidő	Költség	Eladás/hó	Bevétel/hó	Költség/hó	Fedezet/hó	Óra/hó
tömés	14 000	1 óra	3000	50	700 000	150 000	550 000	50
gyökérkezelés	21 000	2 óra	4000	20	420 000	80 000	340 000	40
fogköleszedés	12 000	0,5 óra	500	20	240 000	10 000	230 000	10
inlay/onlay	35 000	1,5 óra	15 000	15	525 000	225 000	300 000	22,5
fogfehérítés	65 000	1 óra	18 000	5	325 000	90 000	235 000	5
korona	79 000	1,5 óra	29 000	5	395 000	145 000	250 000	7,5
					2 605 000	700 000	1 905 000	135

1. táblázat

Szolgáltatás	gyermek	18+		25+		35+		40+		50+		nyugdíjas		összesen
		férfi	nő	férfi	nő	férfi	nő	férfi	nő	férfi	nő	férfi	nő	
tömés				48	60	120	252	84	36					600
gyökérkezelés						96	72	24	48					240
fogköleszedés				24	48	72	96							240
inlay/onlay						24	48	72	36					180
fogfehérítés			12	12	24		12							60
korona						12	12	12	24					60

2. táblázat

latív magas költségű korona 7,5
óra munkával, és 5 db eladással
magasabb fedezeti tőkét termelt,
mint ugyanannyi fogfehérítés.
Míg a fogfehérítésben óriási ver-
seny zajlik, és egyre alacsonyabb
áron kínálják, addig a többi terü-
leten visszafogottabb a verseny,
és kevésbé kell kompromisszu-
mot kötnie.

Tehát: *tervezze meg az ideális
eladást!*

*Válassza ki azt a szolgálta-
tást, amelyiknél a befektetett
munkaidő, költség és bevétel a
legjobb eredményt hozza, és hol-
naptól ezt kezdje el eladni na-
gyobb mértékben!*

2. lépés

Ideje vevőt találni arra a szol-
gáltatásra, aminek az eladását
növelni szeretnénk. Ehhez néz-
ze meg az elmúlt 1 év betegnyil-

vántartását. Szedje össze, hogy
melyik szolgáltatásra hányan
jelentkeztek, és kik voltak ezek.
Nem kell név szerint, de egy ún.
szolgáltatási mátrixból kiderül,
hogy milyen vevőket tud az Ön-
nek fontos termékkel bombázni.
A 2. táblázat az éves eladásokat
mutatja életkori és nemi elosz-
lásban.

Ezen a mintán jól látszik,
hogy több női beteg (780) van,
mint férfi (600), és a legtöbb
beteg a 35 évesnél idősebb, 40
évesnél fiatalabbak közül kerül
ki. Az előző táblázattal összevet-
ve az is kiderül, hogy női páci-
ensekkel lényegesen több fede-
zeti tőkét tudunk megszerezni
fogköeltávolítás, korona és fog-
fehérítés szolgáltatásokkal, mint
férfiakkal, akik inkább inlay/
onlay szolgáltatásból vásárolnak
többet.

Készítse el a saját mátrixát!
Ki fog derülni belőle, hogy ki
lesz az Ön ideális vevője.

Tehát: *Válasszon magának
vevőt!*

Ha kiválasztotta az ideális
célcsoportot, akkor kezdjen el
nekik eladni! Olyan hirdetési fe-
lületeket válasszon, amelyekkel
elsősorban őket éri el. Olyan ak-
ciókat találjon ki, ami nekik ked-
vez. Olyan üzeneteket fogalmaz-
zon meg, ami nekik izgalmas.

3. lépés

Ha tudja, hogy mit szeretne el-
adni, és tudja, hogy kinek, akkor
mindent tud ahhoz, hogy sike-
res kampányba kezdhessen. Az
utolsó lépés a konverziókövetés,
azaz az, hogy a kampányt folya-
matosan értékelje aszerint, hogy
mennyivel nőtt a bevétele annak
hatására.

- A kampányát az alábbi mó-
don értékelje:
- Mennyi pénzt költ el hirdetési
felületekre (részletesen)?
 - Mekkora az a költség, amit
egy esetleges kedvezménnyel
bevéall?
 - Mennyi pluszvevőnek és bevé-
telnek kell keletkeznie, hogy
már sikeres legyen a kam-
pány?

Készítsen egy kérdőívet a
kampány alatt bejövő vevőknek,

és kérdezze meg
őket rajta, hogy
melyik felületen
találkoztak az
Ön hirdetésével.
Ez ugyan nem
lesz tökéletes, de
nagy közelítéssel
látni fogja, hogy
mely felületek
működtek haté-
konyan.

A példánkban
egy 4000000 Ft-os
kampánynál
több csatornát is
használunk. Ak-
kor tekinthető si-
keresnek a kam-
pány, ha nem
csak a befektetett
összeg jön vissza,
de a munkája is
meg van fizetve.

- Ha a mintakam-
pány árát fogköleszedésből
akarja megkeresni, akkor min.
730 pácienszt kell szereznie
csak a kampányköltség vissza-
szerzéséhez – ennyit azonban
nem valószínű, hogy 3 hónap
alatt ellát.
- Ha a kampány árát esztéti-
kai szolgáltatásból (pl. korona)
szeretné megkeresni, akkor
ahhoz 130 db eladás elég.

*Tervezzon ezért bölcsen: olyan
szolgáltatást hirdessen, amire so-
kan jelentkeznek, és biztosan visz-
szakeresi Önnek a befektetését.*

A 3. táblázat egy 3 hónapos
kampány elemzése.

A mintaaajánlat 25% kedvez-
mény volt korona cserére vagy
új korona behelyezésére. A
nagy értékű kampány árát 129
db eladástól már megkerestük,
de ekkor még „ingyen dolgoz-
tunk”. Ezt látja a szürke táb-
lázatban. Az eladások száma a
példánkban 280 db, azaz a költ-
ségek levonása után 8680000 Ft
fedezeti árbevételt szereztünk.
Ebből a 4000000 Ft-os kam-
pányt kifizetve 4680000 Ft ma-
radt nálunk.

Az is látszik a páciensek vá-
laszai alapján, hogy a tv és az
újság tűnik a leghatékonyabb-
nak ebben a kampányban. Ez
természetesen nem mindig igaz,

	Költség	Említés	Arány
újsághirdetés	200 000	89	27%
rádióreklám	1 000 000	15	5%
tv-reklám	2 000 000	100	30%
közterületi plakát	350 000	33	10%
szórólap	200 000	27	8%
internetes hirdetés	150 000	13	4%
gerillammarketing	100 000	55	17%
	4 000 000		
korona 25% kedvezménnyel	60 000	Ft / db árbevétel	
fajlagos ktsg.	29 000	Ft	
fajlagos árbevétel	31 000	Ft	
kampány fedezve	129	db eladástól	
eladások száma:	280	db	
árbevétel:	16800000	Ft	
költség:	8 120 000	Ft	
fedezeti árbevétel	8 680 000	Ft	

3. táblázat

de a mostani példánkban ez az
eredmény jött ki.

A kampányunknak két ered-
ménye is van:

Kerestünk 4680000 Ft-ot a 3
hónap alatt.

Van 280 db új páciensünk,
akiknek rendszeresen tudunk
újabb és újabb szolgáltatást el-
adni.

Ha az Ön kampányai nem eh-
hez hasonló eredményt hoznak,
vagy nem tudja megmondani,
hogy egyáltalán sikeresen köl-
ti-e a pénzét hirdetésekre, ak-
kor ideje, hogy elgondolkodjon:
mennyi ideje van még a sötétben
tapogatózni?

Zárszó

Ügyfeleink többsége nem azért
választ minket, mert saját maga
nem lenne képes megtervezni és
kivitelezni a marketingjét, ha-
nem azért, mert ismerik a régi
mondást: „Amit nem tudsz, az
pénzedbe fog kerülni.”

Ne engedjen Ön sem a szí-
réhangoknak, csak úgy indul-
jon neki a következő gazdasági
időszaknak, hogy pontosan tud-
ja, hogy mit miért fog tenni, és
hogy milyen eredményt vár el a
marketingjétől.

Sok sikert kívánok!
Tóth Mihály (KerKom)

Miért hívnak minket?



Az utóbbi időben elsősorban “cégmentés”
miatt hívnak, de egyre többen tudatosan
tervezik a cégük fejlődését szerencsére.
Önt is várom egy ingyenes auditra,
amelynek során kiderül: merre tovább?

Kezdő vállalkozásként
rengeteg tanulópenzt kellett
fizessünk.
Megkönnyebbültünk, mikor
elkezdtünk együtt dolgozni,
hiszen van kihez fordulni, ha
kétségeink vannak egy-egy
kampánnyal kapcsolatban.

Új lendület. Ez a legfontosabb, amit
kaptunk. Néha önmagunkban és a
cégünk esélyeiben hinni, ez a
legnehezebb. Most nagyobb lendülettel
vesszük az akadályokat, így át is tudjuk
ugratni őket.

Petneházy



A kilencvenes években indult a kiadónk, évekig
dolgoztunk úgy, hogy a magunk taposta
ösvényen jártunk. A megújulás azonban olyan
kockázatokat rejt, amihez már mindenképp
szakembert kerestünk.

DentalPress

Itt megtalál:

kerkom.hu
hatékony kereskedelmi kommunikáció

Telefon: (06 1) 302 77 55

Csókolom, 28 implantátumot szeretnék! Megoldható?

Fogorvos-páciens kommunikáció a 21. században

Egészen addig, amíg nem vagyunk személyesen érintettek, legtöbbször továbblapozunk, ha az újságban egy súlyos betegség új, forradalmi gyógymódjáról adnak hírt, és ez természetesen így van a fogászati újítások, fejlesztések esetében is. Ezért nem véletlen, hogy a rendelőbe betévedő páciensnek kevés fogalma van arról, hogyan változott a fogászati szakma az elmúlt húsz-huszonöt évben. Ahogyan magának a fogorvosnak is sincs gyakorlata abban, hogyan adja át ezt a fontos és hasznos tudást a pácienseknek, pedig a páciens-orvos kommunikáció a jó és sikeres kezelés alapja.

Aki már vett részt bármilyen jellegű orvosi kezelésen, tudja, milyen jólesik egy-két nyugtató szó a kezelőorvos szájából, vagy mennyire megnyugtató, ha az orvos figyelmet vagy időt nem sajnálva elmagyarázza páciensének, milyen opciók lehetségesek a gyógyítás folyamatában. Ma, amikor mindenki, akinek egészségügyi panasa van, az internetet bújja megoldást vagy csodát keresve, a sikeres gyógyítás legalább felerészt a hatékony kommunikáción múlik, különösen a fogászatban, ahol az orvos-páciens bizalmi viszony a sikeres kezelés alapfeltétele.

Cikkünkben arra keressük a választ, mekkora hányadban döntő a fogorvos és páciens közötti kommunikáció

Ha egy orvos hozzánk se szól, csak megvizsgál, mint egy tárgyat, majd köszönés nélkül kiküld a rendelőből, valószerű, úgy érezzük – bármilyen nagy szaktekintély az illető –, hogy nem figyelnek oda ránk, így nem megfelelő a gyógyításunk sem.

Egy informatív, a páciens egyenrangú félként kezelő orvos viszont eloszlatja annak *félelmeit*, aki ettől nemcsak megnyugszik, hanem kialakul a legfontosabb: a páciens bizalma.

A kommunikáció hatalma

Azt, hogy mekkora erő ma a hatékony kommunikáció az orvoslásban, jól példázza az ismert internetes kereső, a Google egyik szolgáltatása, a *Google Flu Trends*, amely azt méri, egy adott térségben hányan keresnek rá az influenza szóra – ez ugyanis azt mutatja, hányan néznek utána saját tüneteiknek a világhálón, amikor azok jelentkeznek. A példa kitűnően illusztrálja, hogyan viszonyul egy átlagember testi bajaihoz: keveset tud mind okukról, mind gyógyításukról. Hasonló a helyzet a fogászatban is: a páciens keveset tud a fogorvosi szakmáról, a jelentkező tünetekről, és az esetleges gyógyomódról.

Ez természetesen nem akadályozza meg abban, hogy különféle bölcsességeket szívjon

magába az internetről, annak reményében, hogy így majd felkészültebben néz majd egy-egy kezelés elé.

Egy biztos, minél biztosabb, megnyugtatóbb, hovatovább szakmai, ugyanakkor közérthető választ kap egy forrásból, annál biztosabb, hogy a kapott információk alapján választ orvost és gyógyomódot.

Mi érdekli a páciens?

A hatékony orvosi kommunikáció egyik alapeleme, hogy tudjuk, mi maga az üzenet, amelyet páciensek keresnek. Nyilvánvalóan nem arra kíváncsiak, hogy milyen kutatási eredmények születtek az elmúlt években, hanem arra, hogy a huszonöt évvel ezelőtti iskolaorvosnál tett látogatás óta változott-e valami a fogászati szakmában. Kevésbé fájdalmasak-e vajon a kezelések, olcsóbbak és megbízhatóbbak-e az eljárások, illetve lehetséges-e vajon esztétikusabb megoldásokat választani egy-egy fogászati problémára.

Normális esetben a páciens nem követi egy-egy szakterület változásait, így legjobb esetben is csak hallomásból értesül azok eredményeiről. A fogorvoslás pedig nem éppen a nagy publicitást kapó műtétekről ismert, mint a sebészet esetében a látványos szervátültetések, vagy nem büszkélkedhet olyan, nagy médiafigyelmet kapó kutatási eredményekkel, amelyek például a rákkutatás területéről érkeznek, hanem apró, de annál jelentősebb lépésekkel halad előre. Profi számítógépes tervezőrendszerekkel, mikroszkopikus beültetésekkel, láthatatlan fogszabályzókkal, alternatív megoldásokkal (ózonterápia, fémmentes tömések, titánium és cirkónium elterjedése), amelyekről a legjobb esetben is csak töredékes elképzelései vannak a pácienseknek.

Jó példa erre az a páciens, aki huszonnyolc implantátumot szeretne a szájába, mert valahol azt hallotta, hogy az implantátumok tökéletesen helyettesítik a fogat, és egyáltalán nem kényelmetlen, ellentétben a műfogakkal. Valószínűleg már-már vallásos áhitattal tekint az implantátumokra, és megszállottan keresi, hol a legolcsóbbak a csavarok, de talán még azt sem tudja, hogy korona nélkül nem sokat érnek ezek a bővös titániumszervek. A példa jól mutatja, mi motiválja a páciens: *Tudjak együtt élni fogaimmal, ne legyen nagyon drága, ne látsszon, hogy fogászati beavatkozáson vettem részt, és ne fájjon.*

Senki sem szeret beteg lenni, sőt, senki sem szereti, ha tudják róla, kezelésre jár, még ha fogorvosi kezelésről is van szó. A hibás, beteg szervezet irányában érzett szégyen fontos sze-

repet kap a modern fogápolásban, nem véletlenül, hiszen a szakma mindent megtesz, hogy a páciensnek azt kommunikálja: ő nem beteg, nincs testi fogyatékozsága akkor ha, éppen kuszák a fogai, vagy hiányzik egy frontfoga, mert a fogorvos gyors és hatékony megoldást kínál ezekre a problémákra.

Még ma is sokan találnak szégyellnivalót abban, ha fogászati kezelésekre, elsősorban az arcuk egész szerkezetét érintő, látványos beavatkozásokra, például fogszabályzásra járnak. Talán az munkálkodik e jelenség mögött, hogy nem szeretjük közszemlére tenni testi hibáinkat, szégyelljük, ha orvos segítségére van szükségünk, vagy egyszerűen elég annyi, hogy kellemetlen mások előtt egy hatalmas fémszerkezetel a szánkban mutatkozni.

Éppen ezért a fogorvosi szakma mindent megtesz, hogy a páciensek ilyen irányú félelmei megszűnjenek, és a kezelés láthatatlanná váljon. Ezért az elmúlt években a professzionális fogszabályzás fokozatosan az esztétikát hozza előtérbe, eközben megőrizve a szerkezetek és eljárások magas hatásfokát. Ez is egy kommunikációs stratégia, méghozzá igen hatékony, hiszen a páciensek igényeinek megfelelően eltűnnek a rémisztő fémszerkezetek, óriási fém pántok és leszorítók, amelyek 15-20 éve még jó néhány modellhez hozzátartoztak.

A félig átlátszó vagy nyelvoldali szerkezetekben esztétika és funkcionalitás találkozik, éppen ezért ezek a termékek igen keresettek, borsos árú ellenére. Ami jól mutatja, hogyan működik a páciens-orvos kommunikáció, hiszen itt egy olyan termékről van szó, amely éppen ennek a kétoldalú folyamatnak a szüleménye. Az igény egy láthatatlan technológiára találkozik az iránta felmerülő igénnyel.

Ugyanakkor nem csak a reklámkampányok dolga egy-egy termék népszerűsítése, hanem a fogorvosé is. Az a páciens, akinek alaposan – és nem szakmai nyelven – elmagyarázzák egy-egy eljárás értelmét és a vele járó előnyöket, lehet hogy mélyebben nyúl tárcájába, ha több bizalmat érez a termék iránt.

Hasonló a helyzet a fogászat egyik sarokpontja, a fájdalom esetében. Nyilvánvaló, hogy az első dolog, amely a fogorvosról minden páciens eszébe jut, a fájdalom, annak ellenére, hogy más orvosi beavatkozások is járnak fájdalommal. Ma a hazai felnőtt lakosság több mint háromnegyede még mindig fél a fogorvosi székből tapasztalt fájdalomtól, és ez csak hatékony kommunikációval változtatható. A beavatkozás okozta fájdalomtól legfeljebb altatással vagy éber

szedálással lehet megkímélni a páciens, de ha a fájdalom kiváltó okai mögé nézünk, ennél sokkal többféle „fájdalomcsillapítási eljárást” találunk.

A félelem ugyanis sok esetben az „ismeretlennek” szól, annak, hogy a páciens nem tudja pontosan, mi és miért fog neki fájdalmat okozni. Ha az orvos kicsit elbeszélget kezelése előtt a pácienssel, a fájdalmat ugyan nem csillapítja, de elviselhetővé teszi, amely egy hosszú távú egészségügyi kapcsolat egyik legfontosabb kiindulópontja.

A vágyakat fizetik meg a páciensek

Ahogy a tíz évig törlesztendő luxusautó sem ad örök és boldog életet, a fogászati kezelés sem csodaszer, de ettől még törekedhetünk rá, hogy annak tűnjön. Hiszen mindenki olyan mosolyt szeretne magának, mint amelyet a színes magazinok címlapfotóin szereplő sztárok villogtatnak, a modern fogászat pedig igyekszik ezt az igényt kielégíteni. A kommunikáció egy újabb érdekes példája az amerikai Lumineers lencse, amely lényegében egy műmosoly, amelyet a fogorvos egész egyszerűen ráapplikál a páciens fogaira. Ez a brutálisan egyszerű, ugyanakkor technikailag rendkívül bonyolult megoldás igazából a tökéletes mosoly iránti vágyunk megtestesülése, borsos áron.

Lehet, hogy a Lumineers vagy egy cirkóniumkoronával ellátott implant nagyon drága, de segítségével nem csak egészséges és esztétikus szájat varázsolhatunk, hanem egy vágyat is beteljesítünk, a tökéletes és egészséges fog ígérétét.

Az implantátumok esetében is ugyanez a vágy működik, ugyanis senki sem szeretne foghiánnyal vagy állandó kellemetlenségeket okozó fogorral élni, ezért az implantátum, mint a tökéletes csodaszer jelenik meg a hozzá nem értők szemében. Az összes fogukat implantátumra cserélni vágyó betegek valóban nem testük fémanagtartalmát szeretnék növelni, hanem csak normális életre vágnak, bármi áron. A fogorvos feladata pedig ezt a vágyat és nem az abszurd kérdéseket teljesíteni.

A szakmai fejlődés kommunikációja

„Ha megnéz egy huszonöt évvel ezelőtti élvonalbeli, high-end autót, és egy mai átlagos személygépkocsit, nincs egy pontjuk sem, ami hasonló, pedig ugyanaz a funkciójuk – ez lejártszódott a fogászatban is az elmúlt években” – meséli Hidvégi Péter, az egyik legnagyobb hazai fogászati csoport laborvezető-



je, aki nap mint nap dolgozik a modern, számítógépes fogtervező rendszerekkel. A fogászati technológia ugyanis számtalan más, látszólag távoli iparág eredményeit gyűjtötte egybe az elmúlt években, azáltal könnyítve meg a páciens-orvos kommunikációt. A fenti idézet ereje a jó összehasonlításban rejlik, ugyanis az autókhoz többé-kevésbé mindenki ért, a fogászati technológiához viszont csak igen kevesen, így egyszerűen átfordítható a páciens nyelvére az a technikai változás, amelynek segítségével kezelése zajlik.

Csak hogy a fenti információk igen ritkán jutnak el a páciensekhez, illetve gyakran csak töredékekben, mert az ismerősük ismerősének ilyen vagy olyan fogat csináltak. Éppen ezért soha nem árthat, ha az orvos tételesen felsorolja, milyen opciók és változások állnak rendelkezésre, mert lehet, hogy a páciens fejében még a higanytartalmú amalgámtömések képe él.

Az amalgámtömések kérdése egyébként is jól mutatja, hogyan gondolkodnak az átlagemberek a fogászati beavatkozásokról. Kevesen vannak tisztában azzal, hogy ma Magyarországon nem csinálnak higanytartalmú töméseket, és azok is kevesen vannak, akik önszántukból cserélik le régi, nem-fémmentes töméseiket, pedig ezzel mindenki jól járna.

Az orvos-páciens kommunikáció jövője

Ha úgy tekintünk a fogorvosi szolgáltatásokra, mint termékekre, amelyeknek az értékesítésében jelentős szerepe van a tála-lásnak, a kommunikációnak, akkor világos, hogy az elmúlt évek kommunikációs újításai hamarosan ezt a területet is eléri.

Az ún. Web 2.0, azaz a felhasználói részvételen alapuló tartalom vívmányai – egy elejtett megjegyzés egy forgalmas internetes fórumon, vagy egy hálás hangvételi webblog bejegyzés sokat változtathat egy-egy orvos vagy klinika megítélésén, ahogyan fordítva is, egy jó honlap, okos szolgáltatás, például egy okos telefonokkal kompatibilis ügyfélhívó rendszer, esetleg egy kezeléseket közösségi oldalon élőben kommunikáló felület lehet a sikeres páciens-beteg kommunikáció kulcsa.

Fuchs Péter



összesen körülbelül 1000 fogorvos – a 4500-ból – foglalkozik fogászati turizmussal, ezenkívül 5000 egyéb fogászati alkalmazott, továbbá 60-80000 dolgozó a különböző szolgáltatóknál, mint például hotelek, éttermek, bárók, bevásárlóközpontok stb.

A Forma-1-érv

Magyarországon a Forma-1 nagyon felkapott, több szerv támogatását élvezi, holott, ha összevetjük a fogászati turizmussal, az sokkal jelentősebb bevételt hoz az országnak, és még sokkal na-

gyobb jelentőséggel bírhatna, ha az ország együttes erővel, közös célként kitűzné a népszerűsítését.

A Forma-1 ideje alatt a legtöbb idelátogató három napra érkezik az országba, és ez évente csak egy alkalommal történik. Ezzel szemben a fogászati turizmus egész évben folyamatosan vonzza a turistákat Magyarországra, ráadásul még csak nem is szezonális. A Forma-1-re látogatók többnyire az egész itt töltött időt a pálya a közelében töltik, költségük odakoncentráldik

– igaz, ott magasabb áron jutnak a szolgáltatásokhoz –, azonban a városban már nem költenek sokat. A Magyar Turizmus Zrt. támogatását adja a Forma-1-hez, s igen, ez kulcsfontosságú Magyarországon, azonban a fogászati turizmus nemhogy hasonló jelentőséggel bír, hanem még nagyobb. Ennek az iparnak is szüksége lenne a támogatásra, mert Magyarország vezető pozíciója elveszhet a konkurencia erőteljes fellépései hatására.

Versenytársak

Magyarország vezető pozícióban áll Európában fogászati turizmus tekintetében, azonban szoros a verseny a páciensek kegyeiért. Lengyelország – mint a legveszélyesebb konkurencia – fellendülőben van, és mindent megpróbál megtenni, hogy átvegye a vezetést. Nem hagyhatjuk figyelmen kívül a többi versenytársat sem, hiszen Spanyolország, Bulgária, Törökország, sőt már Románia és Csehország is beszállt a versenybe, és küzd a vezető pozícióért, hogy Európa fogászati központja lehessen. Magyar-

ország vezető pozíciója könnyedén meginoghat, holott az ország fontos előnyökkel rendelkezik, mint például a kiemelkedő színvonalú orvostudomány, tehát kiváló szakemberek, modern, teljesen felszerelt fogorvosi rendelők, sőt hazánk még további kincsekkel is rendelkezik, például a gyógy- és termálfürdőikkel, amik szintén közkedvelt a külföldi vendégek között is.

Hazánkba a legtöbb fogászati turista az Egyesült Királyságból érkezik, ezért fontos megvizsgálni, mennyit tudnak spórolni, ha hazánkba utaznak a fogászati kezeléseikért. A „Treatmentabroad” adatai alapján, implantátum esetén 58,65%-os, korona esetén pedig 74,74% megtakarítás lehetséges az Egyesült Királyságban jelen lévő árakhoz képest. A legtöbb cikk és a fogorvosi rendelők tapasztalatai alapján, ha Magyarországon veszik igénybe a kezelést, a fogturisták az utazással, szállással, egyéb programokkal együtt 50-80%-kal kevesebbet fizetnek, mint amennyit csak magáért a kezelésért fizetnének a saját országukban.

Magyarországon az árak nem a gyengébb minőség miatt vannak alacsonyabban – hisz a páciensek itt is a legmodernebb technológiával felszerelt rendelőket találják a legújabb anyagokkal – hanem az olcsóbb munkabérek miatt.

Magyarországgal összehasonlítva Lengyelországban is hasonló az árfekvés, azonban Spanyolországban és Törökországban a kezelések még olcsóbbak, mint itt. Lengyelország egyik előnye, hogy ők közelebb vannak a skandináv országokhoz, ami egy igen erős piacot jelent, másik előnye pedig az állam támogatása, ami azt eredményezi, hogy Lengyelország erőteljes marketingakciókkal igyekszik visszaszorítani a konkurenciát. Törökországban a kezelések nagyon olcsók, de az országnak nincsen marketingereje, viszont sokak számára egy igen vonzó desztináció. Horvátország hátránya egyelőre, hogy nem tagja az Európai Uniónak, viszont a horvát tengerpart igen nagy csábítóval rendelkezik.

Magyarország lehetőségei a fogturizmus által

Magyarországon mindenképpen összefogásra van szükség, továbbá az állam elismerése, támogatása nagyon fontos a célok elérése érdekében. Nagy segítséget adhat a fogturizmus fellendülésében a Magyar Turizmus Zrt., szükség lenne a fogturizmus beépítésére az ország imázsába. Magyarország a wellness- és fogturizmus európai központja lehetne, amihez az ország minden adottsággal rendelkezik.

Vezető Magyar Fogászati Rendelők Egyesületének megalakulása

Idén, 2009-ben alakult meg a Vezető Magyar Fogászati Rendelők Egyesülete (VMFRE) az öt legnagyobb budapesti rendelő összefogásával. A megalapításnak több indoka volt, mint például a közös lobbierő, közös PR- és marketingtevékenységek az EU-n belül, közös fellépés a magyar fogorvosokat ért és erő támadások ellen, és a külföldi konkurencia visszaszorítása határozottabb fellépéssel és hatékony marketingkonceptióval, valamint az értékek reklamozásával. Az egyesület egyik legfőbb célja, hogy a minőséget nyújtó rendelőket összefogjanak, együttműködjenek a nagyobb piaci részesedés elérése érdekében, továbbá a hosszú távon piacon maradás érdekében.

Az egyesület megalapítása szükséges volt, hiszen egy egyesület minden szempontból több célt tud elérni, mintha a rendelők külön-külön próbálnának fellépni.

Az egyesület céljai standardok bevezetése, bizalom, biztonságérzet minél előbbi kialakítása a leendő páciensben, stabil növekedés elérése a fogászati turizmusban, egy biztosabb jövőkép kialakítása, együttműködés és az erőforrások egyesítése a hatékonyabb munka érdekében. Az egyesület célja továbbá, hogy a tagok ne versenyezzenek egymással, hanem épp ellenkezőleg, erősítsék egymást, és ezáltal erősítsék a Magyar Fogászati Turizmus helyzetét.

Az egyesület nyitott új tagok fogadására, azonban a tagság szigorú szakmai feltételekhez kötött.

A gazdasági válság hatása a fogászati turizmusra

A szuvasodás vagy a fogíny sorvadása nincs tekintettel se gazdasági válságra, se állampolgárságra. Bár lassanként életünk szinte minden területén érezhető a megcsorítások hatása, külföldön sokan úgy gondolják, hogy éppen most jött el az idő arra, hogy az elkerülhetetlen és felettébb költséges fogászati beavatkozásokon töltsenek. A magyarországi fogászati turizmus és a VMFRE számára ez a nehéz helyzet új lehetőséget teremt: ki kell alakítani annak a békés szigetnek a képét, amely a hosszú távú anyagi bizonytalanság tengerében egy biztos és busásan megtérülő befektetést ígér a külföldi pácienseknek: egészséges fogazatot, amely egy életen át elkíséri őket.

Ugyan a számok azt mutatják, hogy a páciensek száma nem csökken, az elvégzett kezeléseik egyértelműen arról vallanak, hogy jóval kisebb műtéteket keresnek a hozzánk érkezők, és sokan óvatosabban verik költségeikbe magukat, valószínűleg azért, mert ezek az emberek egy-másfél éve még el sem jöttek volna hozzánk, de most, az általános megcsorítások idején már nem tudják a hazai beavatkozásokat megfizetni, így óvatosan új megoldások felé néznek.

Bilik Beáta szakdolgozata alapján: Fuchs Péter



KORstop

„Az AntiAging szakértője”

egészségfelmérés A-tól Z-ig

Lézeres antioxidáns mérés • Testzsírszövet analízis
AntiAging bőrfiataltó kezelés • Computeres bőranalízálás

Szeretne egészségesebben élni?
Szeretne elégedettebb embereket maga körül?

Csatlakozhat a KorStop új rendszeréhez!

Antiaging technológiák
Információs szolgáltatások
Módszerek és eljárások bemutatói
Hatékony termékek, mérhető eredmények
Egyedi technológiák és high-tech megoldások
Új tudomány alapú és szemléletű egészségfelfogás

1085 Budapest, József körút 37.

Információk, jelentkezés: info@korstop.hu

Tel./fax: 06 1 266 88 86

www.korstop.hu

A fogászati piac úttörője

Beszélgetés Gernot Schullerrel, az Ivoclar Vivadent értékesítési vezetőjével

Az Ivoclar Vivadent világszer- te a vezető fogászati vállala- tok közé tartozik. Kiterjedt termék- és rendszerválasztéka, az intenzív kutatás és fejlesztés, a kiváló szakértelem, s a magas szintű továbbképzések a vállalkozás sikerének alapját képezik.

Gernot Schuller úrral, a cég ausztriai és kelet-európai értékesítési igazgatójával folytattunk beszélgetést fogászati szakla- punk számára.

segédanyagokkal együtt, zökke- nőmentes kezelést tesznek le- hetővé. A gyógyászati anyagok és kezelési módok együttesen járulnak hozzá a hosszú távú sikerhez. Ennek megfelelően kerültek bemutatásra újdonsá- gaink a 2009-es WID-en.

– **Az IPS Empress Directre gondol?**

– Igen, ez az új kompozit egyedülálló tulajdonságaival új- ra fogja értelmezni a minősé- get és esztétikai elvárását. Az IPS

AdheSE One F Viva Pent pont- szerű applikációjával lényege- sen takarékosabban lehet alkal- mazni, mint általában a hagyo- mányos tubusos vagy egydózisú kiszerezésűket.

– **Bemutattak egy új LED- polimerizációs lámpát is...**

– Az új bluephase 20i lenyű- gőz 2000 mW/cm² teljesítmé- nyével, szenzációsan rövid, 5 mp-es megvilágítási idejével. Az egyedi, Ivoclar Vivadent fejlesztésű polywave LED technológia



Hosszú évek tapasztalatának s a kiváló Kutatási – Fejlesztési Osztály, eredmé- nyeinek köszönhető, hogy az Ivoclar Vivadent minden évben számos újítást dob a piacra.

„A piacot egyre inkább elárasztják az olcsó kínai koronák.”

– **Schuller úr, jelenleg ho- vá helyezi az üzletben a hang- súlyt?**

– Szeretnénk piacvezető sze- repünket tovább építeni a tömő- anyagok, fémmentes kerámiák és implantátumpótlások terüle- tén. Ezt csak a lehető legmag- sabb minőséggel érhetjük el. A vállalkozás magját mindig is a tömőanyagok képezték, melyek hatékony beragasztóanyagokkal, nagy teljesítményű polimerizá- ciós lámpákkal és a betegbarát

Empress Direct kiegészíti az IPS Empress termékcsaládot direkt és indirekt technikákhoz mind a fogorvosok, mind a fogtechni- kusok számára. Az IPS Empress Direct kivételes zománc- és dentinmegmunkálhatósága megkönnyíti a fogorvos számára, hogy egy viszonylag szűk szín- választékból is a legmagasabb esztétikai eredményt érhesse el. A fluoridleadású, önsavazó egykomponensű adhezívet, az új ergonómiailag tökéletesített

biztosítja a fogorvos számára, hogy az összes, 380–515 nm hul- lámtartomány közé eső fogászati anyagot polimerizálja.

– **Érdekesnek tűnnek az in- direkt restaurációk és CAD/ CAM...**

Fokozott kutatás és fejlesztés

Közel 85 éve, kerámia műfoga- kat előállító üzemként indult, és nőtte ki magát az Ivoclar Vivadent, mint nemzetközi fo- gászati vállalkozás, utolérhe- tetlen kínálattal fogorvosok és fogtechnikusok számára. 626 millió svájci frankos (2007) bevételével, 2200 munkatárs- sal világszer- te, 120 országban értékesíti termékeit. Az Ivoclar Vivadent név az elefántcsont angol nevéből (Ivory) és az élő fog (Dens vivans) jelentéséből következik.

Három kompetenciaterület

Az Ivoclar Vivadent tevékeny- sége három kompetenciaterü- leten érvényesül:

- tömőanyagok,
- fémmentes kerámia,
- implantátumfelépítmények.

Mindezek egy fog teljes élet- ciklusára vonatkozóan modern kezelési koncepciókat és rend- szermegoldásokat jelentenek.



Célgéközpont és gyártás Schaanban.

Kutatás és fejlesztés

Az intenzív kutatások, valamint az egyetemekkel és felhasználókkal történő együttműködés eredménye a kiforrott termé- kek forgalmazása. Az Ivoclar Vivadentszékhelyén, Schaanban közel 130 munkatárs dolgozik a jövő fogászatának anyagain és gépein, a lehető legjobb funkci- onalitást és esztétikai igényeket szem előtt tartva.

A továbbképzés tudománya

Az Ivoclar Vivadent magas kö- vetelményeket támaszt a to- vábbképzések s a gyakorlati elsajátítás terén is. A szintén schaani székhelyű, Nemzet- közi Fogászati Továbbképző Központ (ICDE) a fogászati to- vábbképzések mércéjévé vált. A professzionális és hatékony tanulást a legmodernebb okta- tóhelyiségek, laborok, rende- lők, és egy nagy előadóterem biztosítja. 2008-ban, csupán a továbbképzési programokban 1700 fő vett részt, szakmai ins- trukturok, fogorvosok fogtechni- kusok s kereskedők.

Világszer- te több mint 15 továbbképző központ segíti a magas tudásszint elérését az Ivoclar Vivadent termékeinek és rendszereinek alkalmazásá- hoz.



Ivoclar Vivadent: 2220 munkatárs világszer- te.

– Teljes mértékben.

A „Competence in All- Ceramics” jelmondat alatt összefogott fémmen- tes rendszerekkel, mint az IPS Empress és az IPS e.max, forradalmasítot- tuk a fogászati piacot. A magas esztétikájú, tiszta kerámiából készült hidak, koronák, héjak már nem nélkülözhetők a modern fogászatokban. Most egé- szítettük ki a már bevált IPS e.max színválasztékot transzparens anyagokkal, melyek az erős kerámi- ában rejlő lehetőségeket fokozzák a magasszintű esztétikai megjelenítés- ben. Az IPS e.max ZirCAD blokkokat kiegészítettük



Gernot Schuller, Ausztria és Kelet-Európa értékesí- tési vezetője.

az XXL mérettel, mellyel 10 tagú cirkónium-oxid hidak faraghatók. Ezek a blokkok optimális kö- tést biztosítanak az IPS e.max leplező kerámiá- jával. Rendszereink egy- mással összehangoltak, biztonságot nyújtva ezzel felhasználóinknak. Az új Monobond Plusal először kínálunk egy univerzá- lis, egykomponensű kö- tőanyagot az indirekt, üveg- vagy oxidkerá- mia, fémkerámia, illet- ve kompozitrestaurációk adhezív módon történő beragasztásához: Minden egyben az új anyagban, ami maga a „Varázsfolya- dék”.

„A termékfejlesztők egymaguk nem érik el a tartós sikert.”

A másik önadhezív, duálkö-tésű kompozitberagasztó anyag a SpeedCEM, mely szintén megfelel fémmentes- és fémkerámia pótlások rögzítésére. Az egyéb segédanyagot nem igénylő felhasználása kiváló zárást és stabilitást biztosít. A SpeedCEM egyszerű és gyors, valamint köszönhetően a magas röntgenopákosságának, igen meggyőző.

– **Van valami újdonság az implantológia területén is?**

– Az Ivoclar Vivadent e téren is igyekszik teljesíteni a termékethű fogpótlásokkal szembeni legmagasabb elvárásokat. Az implantátumra készülő restaurációk alapja a jó előkészítés és kivitelezés, a rögzített és kivehető pótlásoknál esztétikailag és funkcionálisan is.

A „Competence in Implant Esthetic” égisze alatt az új, SR Phonares NHC, műfogcsaláddal szolgálhatunk. Implantátumra készülő, kivehető fogsorokhoz ideális, eddig nem tapasztalt esztétikai színvonalat és funkcionalitást nyújtunk. Az új Multilink Implant önkötő beragasztókompozittal, mely opcionálisan fényre kötő is, ragasztható állandó üveg-, oxid-, és fémkerámia pótlás, illetve implantátumfelépítmény is. Ezáltal megkönnyítjük a fogorvos számára az implantátumkezeléseket.

– **Kényes témához érkezünk beszélgetésünkben: Hogyan látja a fogtechnikusi szakma jövőjét a CAD/CAM rendelői, valamint az olcsó kínai koronák tükrében – figyelembe véve a labort is -?**

– A fogtechnikusnak ma, egy dinamikus környezetben, nyitottnak kell lennie az új technológiákra, illetve a megfelelő technikai változtatások mellé kell tennie voksát. Egyet azonban nem szabad elfelejteni, kiváltképpen, ha az igény csúcsesztétikai megoldásokat követel, hogy a fogtechnikus megkerülhetetlen. Tökéletes fogtechnikai munkához a fogorvos és fogtechnikus közötti kommunikáció elengedhetetlen. Az új anyagok és technikák viszonylag kevés ráfordítással, optimális eljárásokat kínálnak a fogtechnikusok számára. Gondoljunk csak a prés technológiára és az IPS e.max rendszerre: az esetek 85%-át lefedi – mindig ugyanazt a leplezőkerámiát használva. A piacot egyre inkább elárasztják az olcsó kínai koronák.

Itt azokról a termékekről van szó, melyeket 4000 fős gyárakban, standard minőségben, átlagos esetekhez állítanak elő. Alacsony árakat csak tömegtermelés mellett lehet biztosítani. Ez egyben a minőség és egyediség halálát is jelenti. Főként a nagybefektetőknek áll érdekében a gyors megtérülés ebben az

üzletágban. Az Ivoclar Vivadent nem tartozik ezek közé és ettől világosan elhatárolódik.

– **Mit tartanak leginkább szem előtt?**

– Ahogy azt az elején mondtam, a fő kompetenciáinkra koncentrálnak. Meggyőződésünk,

hogy egy vállalkozás hosszú távon csak kiváló minőségű termékek fejlesztésével maradhat talpon, ezért az Ivoclar Vivadent legnagyobb értékének a magas színvonalú kutatás- és fejlesztést tartjuk. Az Ivoclar Vivadent e részlege a legelismertebb a fogászati piacon.

A termékfejlesztők önmagukban nem hozzák meg a tartós sikert, igen nagy jelentőségű az alapkutatás és az eljárások kidolgozásának egysége. E téren fejlesztenek ki új anyagrendszereket, melyek a jövőben biztosítják az új technológiák alkalmazását a fogászati anyagok előállításában.

A munkafolyamatok és termékek megfelelnek az európai egészségügyi előírásoknak, és rendelkeznek ISO minősítéssel. Hangsúlyt fektetünk arra, hogy a kutatást életben tartsuk – ez azt jelenti, hogy a piac termékfejlesztőit és az ügyfelek igényeit ismernünk kell.

– **Mik az Ön céljai 2009 második félévére?**

– Szeretném, ha elismernék vezető szerepünket, mint nemzetközi fogászati gyártót, a kiváló minőségű és tartós anyagrendszerek előállítása terén, továbbá hogy e termékek által meggyőzzük és megnyerjük fogorvosainkat és fogtechnikusainkat.

A jövőről alkotott egyértelmű elképzeléseinknek, az innovatív technológiáknak, az új lehetőségek felkutatásának és a legjobban képzett munkatársaknak köszönhetően, ezek a célok elérhetőek lesznek.

TL

Az „e.max LÍTIUM DISZILIKÁT, MIND A MAI NAPIG, A TESZTELT LEGERŐSEBB KERÁMIA” *

e.max[®]
IPS

Ez mindent megváltoztat.

A lítium-diszilikát üvegkerámia koronák magasabb ellenállást mutattak, mint a leplezett cirkóniumoxid. Így a lítium-diszilikát (LS₂) a jó választás szóló koronákhoz: erős, esztétikus, gazdaságos. Próbálja ki személyesen.

* Különböző fémmentes kerámia koronák ciklikus tartóssági tesztje

Petra C. Guess, Ricardo Zavanelli, Nelson Silva és Van P. Thompson, New York Egyetem, 2009. március

¹ 90%-os sikertelenségi ráta a 100.000 ciklusnál

² Nincs sérülés 1 millió ciklus után sem

1'000 N^{*2}

IPS e.max
lítium-
diszilikát

350 N^{*1}

leplezett
cirkónium-
oxid

all ceramic
all you need

www.ivoclarvivadent.com

Ivoclar Vivadent AG

Bendererstr. 2 | FL-9494 Schaan | Principality of Liechtenstein | Tel.: +423 / 235 35 35 | Fax: +423 / 235 33 60

ivoclar[®]
vivadent[®]
passion vision innovation

Vajon lesznek-e még pácienseink húsz év múlva?

Fogászat és fenntarthatóság

Meddig tart a külföldi páciensek rohama? Nem fordítanak-e nekünk hátat pár éven belül, mert más országokban jobb árakat találnak, vagy a hazai fogorvosaik megtalálják a számításaikat? Egyáltalán, megéri ma fogászati rendelőt üzemeltetni, itt a gazdasági válság közepén, amikor az embereknek kisebb gondja is nagyobb annál, hogy milyen fehérek a fogaik vagy mennyire kényelmes a hídszerkezet? A „fenntarthatóság tudománya” többek között ilyen kérdésekre keres választ.



De hogy is jutunk el attól az égető kérdéstől, hogy önnek lesz egy rentábilis praxisa addig, hogy a fenntarthatóság egy alapvetően a környezet védelmére és a zöld megoldások kutatására szakosodott terület? Mi köze van annak, hogy hány betege lesz önnek a jövőben ahhoz, hogy hogyan bányik a munkája során felgyülemlett hulladékkal?

A fenntarthatóság (Sustainability), vagy hosszabban fenntartható fejlődés eszméje egy, a fejlett nyugati országokban terjedő üzleti szemlélet, azaz nem világmegváltó zöld küldetéstudat áll mögötte, hanem az, hogy a modern vállalati vezetés minden egyes befektetés előtt felteszi magának a kérdést: egész pontosan meddig folytatható ez vagy az a tevékenység. Ebbe beletartozik annak a vizsgálata, milyen nyersanyagforrások, társadalmi együttműködések, politikai vagy éppen emberi tényezők befolyásolhatják egy-egy gazdasági tevékenység élettartamát.

A cél ebben az esetben nem egyszerűen az, hogy minél tovább ki tudjunk húzni egy-egy tevékenységet, hanem az, hogy hosszú távon, ha tetszik, végtelenítve tudjuk végezni. Ez utóbbi okán áll közel a fenntarthatóság eszméje a zöld és ökogondolkodáshoz, hiszen a hosszú távú fenntarthatóság egyik sarokköve, hogy egy adott tevékenység ne terhelje meg környezetét.

Ez a szakág bonyolultabb kérdésekkel foglalkozik, mint annak a kérdésnek, hogy mikor merül ki egy bánya, vagy meddig lesznek lehalászhatóak a tonhalak az Északi-tengerben. Egész pontosan olyan vállal-

kozásokkal, amelyek jelenleg minden szempontból kitűnő befektetésnek tűnnek, sőt valószínűleg busásan megtérülnek, de hosszú távon még nem egészen tiszta és biztosított a jövőjük.

A fogászati turizmus a fenntarthatóság szemszögéből

Könnyű belátni, hogy a külföldi pácienseknek Magyarországon minőségi és olcsó kezeléseket ajánló fogászati turizmus rengeteg olyan kérdést felvet, ame-

lyeket megvizsgálhatunk a fenntarthatóság szempontjából.

Meddig fognak hozzánk járni azok az emberek, akik az otthoni, gyakran a rendkívül magas kezelési díjakat nem tudják megfizetni, vagy éppen egy Magyarországnál is olcsóbb piac alakul ki a közeljövőben, amely elszívja a pácienseket tőlünk?

Bár a fenntarthatóság elmélete ezekre a kérdésekre nem ad választ, rengeteg olyan kérdést és javaslatot hozzászól a problémához, amelyet érdemes megfontolni. Van-e például utánpótlása a mostani húszas-harmincas éveikben járók között a mai, jellemzően a nyugdíjaskort éppen elérő egészségügyi turistáknak? Lehet-e már látni, hogy ezek az emberek milyen anyagi helyzetben lesznek, és milyen hosszú távú egészségügyi kilátásaik lesznek tizenöt, húsz év múlva? Ha az a réteg, aki ma külföldre jár fogászati kezelésre, jobb vagy rosszabb anyagi helyzetbe kerül, lesz-e helyette egy másik társadalmi csoport, amely hajlandó egy utazást kockáztatni Nyugat-Európából Magyarországra az olcsóbb kezelés reményében?

Vagy megfordítva a kérdéseket: Mi kell ahhoz, hogy hazánk hosszú távon is megőrizze vezető szerepét az európai piacon? Akik most hozzánk járnak kezelésre, vajon húsz év múlva is képesek lesznek megfizetni árainkat, vagy éppen már nem lesz szükségük az olcsóbb ellátásra? Hosszú távon tarthatók-e az áraink, ha a fogászati turizmus sarkalatos pontja, a szakmai képzés és utánpótlás a jelenlegi ütemben marad?

A fenntartható fejlődés válaszai

Ez a cikk nyilvánvalóan nem fogja megválaszolni ezeket a kérdéseket, mivel célja a közös gondolkodásra hívás. Igaz, hogy más, a fenntarthatóság kérdésével már hosszú ideje foglalkozó szolgáltatói ágak példáiból sokat lehet tanulni, meríteni.

Elég csak olyan a fenntarthatóság mellett elkötelezett vállalatokra gondolni, amelyek tagjai a genfi székhelyű Gazdasági Tanács a Fenntartható Fejlődésért csoportnak (World Business Council for Sustainable Development), például a csúcsmínőségű fogászati alapanyagok gyártójaként ismert Minnesota Mining and Manufacturing Company, ismertebb nevén a 3M.

A 3M nem csak nyersanyagtermelésében vagy a gyártási eljárásokban próbálja megvalósítani a fenntarthatóság eszméjét, hanem arra törekszik, hogy ipari vagy éppen társadalmi tevékenysége hosszú távon is fenntartható legyen, azaz ne csak nyersanyag, hanem piacai is hosszú távon megmaradjanak. Mint komoly ipari portfólióval rendelkező vállalatnak, a 3M-nek kötelessége a káros környezeti anyag kibocsátását mérsékelni, amely azon túl hogy megóvjja környezetünket, ideális esetben további piacokat is nyithat, azok személyében, akik odafigyelnek arra, mit vásárolnak.

Érdemes megemlíteni továbbá, hogy a fenntartható fejlődés elve újabb munkahelyeket is terem, talán ezért sem véletlen, hogy az Egyesült Államok elnöke *Barack Obama* éppen ezt a mozgalmat karolja fel, hogy segítségével új munkahelyeket teremtve megpróbálja országának gazdaságát kivezetni a hullámvölgyből.

Eljöhét még egy kor, amelyben az alapján választ rendelőt egy reménybeli páciens, hogy hol remél hosszú távú garanciát és környezetbarát kezeléseket. Előfordulhat az is, hogy pár éven belül az Európai Unió maga fogja felkarolni az olyan egészségügyi vállalkozások ügyét, amelyek ezen eszme mellett kötelezik el magukat.

Ugyan hazánkban még nem igazán jelentek meg azok a fogyasztók, akik különböző előnyeik (például tartós garancia vagy a környezet védelme) miatt keresik a fenntarthatóság eszméjét vállaló szolgáltatókat, de nagyon valószínű, hogy számos külföldi páciens „szívesen látja”, ha ez a típusú gondolkodásmód jelen van egy olyan modern vállalkozás esetében, mint a fogászati rendelő.

Hovatovább a fenntartható fejlődés eszméje mellett elkötelezettség egy fontos másodlagos üzenetet sugall, azt, hogy az adott vállalkozás lépést tart a haladó eszmékkel, európai, sőt világszínvonalú szolgáltatást

nyújt, hiszen ennek a piacnak akar megfelelni.

Fogászat és környezettudatosság – recept a fenntartható rendelőhöz

Magának a fogászati rendelőnek is van a környezetre közvetlenül gyakorolt hatása, éppen ezért lehetséges létrehozni „környezetbarát” fogorvosi rendelőt. Ez új kezelési és energiafogyasztási, hulladékgazdálkodási stratégiák bevezetését teszi szükségessé.

Az orvosi szennyező anyagok

Az ipari veszélyes hulladékok egy jelentős hányadát az egészségügyi szolgáltató szektor állítja elő, ez alól természetesen a fogászati rendelők sem kivételek. A nem megfelelően kezelt veszélyes hulladék természetesen súlyos veszélyt jelent a környezetre, illetve hosszú távon rendkívül költséges a tárolása (amelyet adó formájában így is, úgyis kifizetünk).

Ugyan a legtöbb hazai rendelő már szelektív és tudatos hulladékgyűjtést folytat, valahogy nem sikerült ebből a szinte természetes lépésből kommunikációs előnyt kovácsolni, pedig a recept adott, számtalan klinika hirdeti magát azzal az Egyesült Államokban, hogy nem termel számottevő káros szennyező anyagot.

Ökobarát fogorvosi rendelő

Az ökobarát fogorvosi rendelő arra törekszik, hogy minimálisra csökkentse szennyezőanyag-kibocsátását és felesleges energiafelhasználását, miközben ezeket a tulajdonságokat mintegy üzenetként közvetíti a páciensek felé. E mögött a jelenség mögött hasonló logika húzódik meg, mint a biopékségek teljes kiőrlésű péksüteményei mögött, hiszen abban az esetben is egy prémium termékről beszélhetünk, amely különleges odafigyelést igényel, viszont tartós és fizetőképessé kereslet van utána.

Hálás lehet egy olyan kampány, amely kifejezetten természet- és testbarát anyagokkal hirdeti a fogászati rendelőt, vagy olyan vegyszereket használ fel – akár elsődleges, akár másodlagos szinten, azaz cirkóniumpótlástól a felmosószerig –, amelyek magasabb hatásfokkal védik a környezetet. Az ökobarát fogászat hangsúlyt helyezhet továbbá az áram- és vízfogyasztásra (energiatakarékos izzók, ahol lehet, energiatakarékos vízhasználat).

Négy irányelv

A négy irányelv, stratégiája foglalja össze azokat az elveket, amelyeket az ökobarát, fenntartható szolgáltató, esetünkben fogorvosi rendelő követhet.

A szolgáltatói folyamat újrarendelése – Hol és hogyan modernizálható a praxis olyan módon,

hogy az a szolgáltatás hosszú életét és minél több elégedett páciens szolgáljon. Érdemes az egész munkafolyamatot elemezni, és levonni azokat a tanulságokat és visszajelzéseket, amelyek segítségével az ellátás hatékonyabbá tehető, úgy, hogy ezáltal a páciensek hosszú távon is ugyanazt a minőséget kapják.

Csökkenő károsanyag-kibocsátás – Hogyan lehet minél kevesebb alapanyaggal minél nagyobb hatékonyságú reformokat végrehajtani? Ebből a szempontból iskolapélda annak a légitársaságnak a városi legendája, amely éves szinten negyvenezer dollárt spórolt, mert a martiniba eggyel kevesebb olívbogyót tettek. Lehet, hogy egy közelebbi szállítótól való beszerzés nemcsak az árat, hanem a szállítás révén a károsanyag-kibocsátást is csökkenti?

Szelektív hulladékgyűjtés – Ezen a területen a hazai fogorvosok nagyon jól teljesítenek, nagyon magas a szelektív hulladékgyűjtés aránya.

Újrahasznosítás – Minél kevesebbszer romlik el egy eszköz, annál kevesebb szemét termelődik, tehát az igazi környezettudatosság a tartós eszközök megvásárlásánál kezdődik, amelyek később mennek tönkre, így kevesebb ipari hulladék termelődik.

A fenti kategóriák számtalan módon ültethetők át egy fogászati klinika mindennapi gyakorlatába. Gondoljunk csak arra, milyen változást hozna, ha egyes eldobható eszközök, azaz például kis törlők és törülközők helyett hasonló tulajdonságú és minőségű, de sterilizálható típusokat alkalmaznának a gyógyítás során. Hasonló a helyzet a fecskendők esetében – az Egyesült Államokban nagy keletje van a sterilizálható fémfecskendőknek, pontosan ilyen okokból kifolyólag.

A digitális röntgen használata talán az a pont, amely a legnagyobb lépés egy ökobarát fogászati rendelő kialakítása felé, sem árammal, sem filmanyaggal ne lehet olyan jól spórolni, mint a digitális átállás esetén. Ugyan sok más eszköz képes csökkenteni a káros anyag kibocsátását, az analóg röntgenfelvételeket feleslegessé tévő technológia pontosan azt teszi, ami egy fenntartható, környezetbarát rendszernek a feladata kivált egy felesleges technológiát, biztonságosabbá és gyorsabbá is teszi a kezelést.

A fenntartható fogászati rendelő létrehozása nem óriási beruházás, inkább hatékony költség- és erőforrás-racionalizálás, amelyből mind az orvos, mind a páciens jól jár, rövid és hosszú távon egyaránt, hiszen pontosan ez a szemlélet lényege, azaz hogy évek, sőt generációk élvezhessék ugyanazokat a magas fokú szolgáltatásokat, kompromisszumok nélkül.

Fuchs Péter

Nem herdálás az egészségügy, hanem értékteremtés

Súlyos tévedésen alapul a politikai közgondolkodásban meggyökeresedett vélekedés, miszerint az egészségügy óriási teher a költségvetésnek. Az egészségipar nem pénzt visz, hanem pénzt hoz az ország kasszájába.

Egy nemrégén közzétett kutatás következtetései szerint az egészségügyre fordított közkiadásokat jelentősen meghaladja az egészségipar által közvetlen, illetve közvetett módon előállított hozzáadott érték, vagyis az egészségügy nem költségvetési teher, hanem kiemelkedő értékteremtő, termelő tényező. A kutatás eredményeit összefoglaló kiadvány részletesen bemutatja az egészségipar versenyelőnyeit, magas termelékenységét, a kutatás-fejlesztésben betöltött kiemelkedő szerepét, nemzetgazdasági szinten is meghatározó humán erőforrás-létszámát, valamint a válságok esetén a gazdaságot stabilizáló keresleti szintjét.

A kutatók ajánlása szerint a magyar egészségipar gyors fejlődése csak akkor valósítható meg, ha az egészségügyet a jövőben az „államháztartási kiadások felhasználója” helyett a GDP-t előállító ágazatként kezelik. Ehhez az egészséget megőrző, javító, több nemzetgazdasági szektoron átívelő, komplex egészségpolitikára, egészség- szemléletű gazdasági stratégiára van szükség, amellyel az egészségipar a gazdasági fejlődés bázisává, a gazdasági növekedés motorjává válhat.

Dr. Róna Péter, a közgazdaság-tudomány nemzetközileg elismert professzora kifejtette: „Az egészségügytől elvett források



kony egészségügyet? Hajlandók vagyunk-e elfogadni azt az egyszerű igazságot, amit minden fejlett országban evidenciának tekintenek? Méghozzá azt, hogy az egészségpiac az egyik legfontosabb értéktermelő ágazat.”

Az egészség a társadalom közjainak egyike, hiszen fogyasztásából senki nem zárható ki, az egészséghez való jog az emberi jogok egyik alapköve, amit Alkotmányunk is rögzít. Mások a közgazdaság szempontjai. Ezek szerint az egészség egy különleges jószág, mert nem helyettesíthető árucikk, hiánya lerombolja az egyén jövedelemtermelő képességét. Keresletét nem a fizetőképesség határozza meg, az egészség helyreállítása iránti igény tervezhető ugyan, de annak időpontja, minősége, időtartama nem.

Az egészség gazdasági jelentőségének felismerése több

nyezeti és gazdasági tényezők kezelése érdekében”.

2007-ben, a Lisszaboni Szerződés aláírásával a tagállamok döntést hoztak az egészségügy helyzetének uniós szintű megerősítéséről. „Fehér Könyv”-ben rögzítették az Európai Unió egészségügyi stratégiáját, közösségi cselekvési programját. A dokumentum második alapelve hangsúlyozza az egészség gazdasági jelentőségét, kiemeli, hogy a társadalmat a rossz egészségi állapot miatt közvetlen és közvetett költségek terhelik, valamint hogy az egészségre fordított kiadások a humán tőkébe való befektetésnek tekintendők.

Az egészség és a gazdasági növekedés kapcsolatát vizsgáló tanulmányok szerint a jó egészségi állapot és az ennek következtében megnövekedett várható élettartam jelentős mértékben hozzájárul a nemzeti össztermék növekedéséhez. Egy kutatás adatai szerint a felnőttkori túlélési ráta egy százalékpontos emelkedése a munkaerő termelékenységének 2,8 százalékos növekedését eredményezi. Más adatok is igazolják az egészségbe való befektetés gazdaságra gyakorolt pozitív hatását. A várható élettartamot tekintették az egészségi állapot mércéjének, és 104 ország 1960–1990 közötti időszakra vonatkozó gazdasági és egészségi adatait elemezték. Arra a következtetésre jutottak, hogy a várható élettartam 1 évvel történő meghosszabbodása 4 százalékos GDP-növekedést eredményez.

A jó egészség elérése azonban társadalmi szinten új szemléletet igényel. Az egészségre ható tényezők együttesen és nem önmagukban eredményeznek jó egészségi állapotot, amelynek pozitív következményei a gazdasági teljesítmény javulásában mérhetők.

Mint köztudott, az egészséget meghatározó tényezők többsége kívül esik az egészségügyön, más ágazatok, így egyebek mellett az oktatás, kultúra, környezetvédelem, közlekedés, vidékfejlesztés, élelmezés kompetenciájába tartozik. Az egészségbe való befektetés tehát magában

foglalja mindazokat a kiadásokat, amelyek fő célja az egészség helyreállítása, fenntartása, megőrzése és védelme – állapítja meg a Fehér Könyv.

Mindezek alapján nyilvánvaló, hogy az egészségügy nem csupán egy költségvetési rovat, miként azt a kormányok általában kezelik. Magyarországon is nagyon fontos lenne az egészség befektetési területként való kezelése, annál is inkább, mert az elmúlt 30 évben is jelentősen romlottak az életkilátások, csökken a születésszám, az előrege déssel együtt a krónikus betegségek olyan költségrobbanást okoznak, melyeket a felzárkózó gazdaságok minden valószínűség szerint nem tudnak elviselni. Ráadásul olyan új keresleti minták vannak kialakulóban, melyek a jóval gazdagabb nyugat-európai államok egészségügyi rendszereinek is az újragondolását igénylik. Az Európai Unió az egészség kulcstényezőként való kezelését nem csak az emberi jogok legszélesebb értelemben való kiterjesztése miatti kötelezettségként, hanem jól felfogott gazdasági érdekből is teszi.

Megállapítható, hogy nemcsak Magyarországon, hanem az egész fejlett világban az úgynevezett civilizációs betegségek felelősek leginkább az idő előtti halálozásokért, az életminőség romlásáért. Az ilyen betegségek kialakulásáért pedig szinte kivétel nélkül olyan, az egészségügyi rendszertől többé-kevésbé független külső tényezők felelősek, mint az életmód vagy a környezet.

Az életmód megváltoztatásában rejlő lehetőségek különféle iparágak által előállított termékek és szolgáltatások irányába terelik a fizetőképes keresletet. Egyre inkább előtérbe kerül az egészségesek „gyógykezelése”, más szóval „egészségben tartása”. Fel kell ismerni, hogy az egészség fogyasztási cikké válik, egyre fontosabb az egészség megtartása. Már nem a betegség leküzdése, hanem az egészség fenntartása az a cél, amiért új piacok, piaci szeletek, piaci terék nyílnak.

Az egészségügy egyre inkább „összenő” az élelmiszergyártókkal, a turizmussal, a divattal, a kozmetikai iparral, a wellness-szel, a kereskedelemmel, az információiparral stb. Kutatók azt várják, hogy hamarosan az egészségügy lesz a világ gazdasági fejlődését fenntartó egyik „megatrend”. Azért várható ez, mert benne a gyógyszeripar, a gyógyászati technika, a táplálkozással kapcsolatos iparágak, a környezettechnológia, a biotechnológia, a turizmus és szabadidőipar, ezen belül a szanatóriumok, a gyógyturizmus, az egészségügyi ellátás (biztosítók, rehabilitáció, pszichológiai tanácsadás, ápolás, gyógyítás stb.), és ezek infrastruktúrája (gyógyszertár, könyvek, információk, tréningek, továbbképzés) fog átlag feletti ütemben fejlődni, és így számos területet magával húzni.

Az egészségbe való befektetés messze nagyobb hozamokkal kecsegtet, mint bármely más területen végzett befektetés. A várható élettartamok növekedésével – amennyiben az egészségben eltöltött évek száma nem növekszik jelentősen – a tagországok egészségügyi és nyugdíjrendszerei óriási nyomásnak lesznek kitéve. Ezt kellene kivédeni az egészségi állapot megőrzésére összpontosítva: prevencióval és szűrésekkel. Ezzel egyrészt csökkenthetők az egészségügyi rendszer költségei, mert a betegség korai stádiumban való diagnosztizálása lehetővé teszi a beteg megmentését, vagy sokkal alacsonyabb költséggel, illetve kevesebb idő alatt ad lehetőséget a gyógyításra. Ezek a lehetőségek ellensúlyozhatják az egészségügyben a diagnosztikai és terápiás területen is megfigyelhető költség-növekedést, továbbá lehetővé tennék a munkaerőpiacra való gyorsabb visszatérést. Tudható, hogy azok az emberek, akik a megelőzést komolyan veszik, sokkal kisebb valószínűséggel betegszenek meg. Ilyen módon elérhető az egészségben eltöltött évek számának a növekedése, az aktív korúak hosszabb ideig lehetnek aktív munkavállalók. Így elérhető, hogy a társadalom tagjainak egyre nagyobb csoportja mind a GDP-termeléshez, mind pedig a gazdasági növekedéshez jelentős módon hozzájáruljon, a fizetőképes keresletével jelen legyen a fogyasztási piacon.

Az egészségi állapot javulása a foglalkoztatottság növekedésével a szociális jellegű állami terhek csökkenéséhez járul hozzá. Az egyének javuló jövedelmi helyzetén keresztül pedig a társadalmi egyenlőtlenségek mérséklődésével egészségesebb társadalmi szerkezet alakulhat ki. Ezt a szempontot az Európai Unióban is kiemelik, s ezért is tartják fontosnak az egészségi állapotban meglévő különbségek mérséklését a tagországok között.

Összefoglalta: nal