

Rynek usług dentystycznych rozwija się w dwucyfrowym tempie

Czas na stomatologię

Aż 10 proc. wzrostu w ciągu dwóch lat – to prognozy firmy konsultingowej PMR dotyczące usług stomatologicznych, których popularność rośnie, podobnie jak liczba oferujących je firm. Jak wygrać na tym konkurencyjnym rynku?



foto: iStockphoto 2x

Od początku lat 90. obserwujemy intensywny rozwój usług stomatologicznych w Polsce. Taki trend jest wypadkową dwóch najważniejszych czynników: rosnących możliwości terapeutycznych związanych z postępem technologicznym oraz coraz większej świadomości zdrowotnej, a wraz z nią i oczekiwań klientów.

W gabinetach stomatologicznych przez ostatnie dwie dekady zmieniło się wszystko. Mamy szeroki dostęp do najnowszych materiałów i narzędzi, dzięki czemu możemy świadczyć usługi lecznicze na bardzo wysokim poziomie. Zmieniła się też jakość podstawowego sprzętu gabinetowego. Powszechnie wykorzystujemy unity wysokiej jakości z pełnym oprzyrządowaniem, np. kamerą wewnątrzustną. Dzięki zaawansowanej technologii

i najnowszej wiedzy medycznej jesteśmy już w stanie uratować niemal każdy ząb, nawet taki, który jeszcze 7–10 lat temu kwalifikował się wyłącznie do usunięcia.

Determinantami tych zmian są niewątpliwie rosnące potrzeby społeczne, wynikające z rozwoju cywilizacyjnego. Nieustanny stres, postrzeganie ładnego uśmiechu jako miary sukcesu zawodowego i wreszcie rosnąca świadomość Polaków przekładają się na coraz większe zapotrzebowanie na nowoczesne usługi stomatologiczne. Największe wzrosty notuje się w takich dziedzinach, jak implantologia, ortodoncja i protetyka oraz stomatologia estetyczna.

Sprostać oczekiwaniom

Właściciele klinik dentystycznych zgodnie twierdzą, że boom dopiero się zaczął. Potwierdzają to także niezależne analizy. Z prognoz PMR wynika, że w kolejnych



latach wzrost dynamiki będzie dwucyfrowy. W 2013 r. rynek usług dentystrycznych ma być wart prawie 10 mld zł. Obecnie jego wartość przekracza 7 mld zł. Już co piąta wizyta u lekarza w Warszawie odbywa się w gabinecie stomatologicznym – wynika z badania przeprowadzonego przez ARC Rynek i Opinia na zlecenie Centrum Medycznego ENEL-MED. Popularniejsze są tylko wizyty u internistów. Oznacza to, że nadszedł czas na budowanie sieci prywatnych klinik stomatologicznych.

Decydując się na taki krok, warto pamiętać o kilku istotnych elementach, od których zależy być albo nie być na tym rynku. Konkurencja jest bowiem bardzo duża. Pierwszą radą, jakiej można udzielić każdej klinice rozpoczynającej działalność, jest słuchanie pacjentów – to ich zadowolenie przesądza o sukcesie gabinetu. Z badań Centrum Medycznego ENEL-MED wynika, że wbrew pozorom, przy wyborze dentysty Polacy nie przywiązują dużej wagi do kosztów. Najważniejsze są natomiast profesjonalizm lekarza i zaufanie do niego i do firmy, którą reprezentuje – tak odpowiedziało ponad trzy czwarte respondentów.

Sieć klinik

W 2010 r. w gabinetach stomatologicznych ENEL-MED wykonano 400 tys. procedur medycznych z zakresu m.in. stomatologii zachowawczej i dziecięcej, chirurgii stomatologicznej, implantologii, protetyki, periodontologii, ortodoncji, stomatologii estetycznej oraz profilaktyki stomatologicznej. Co zdecydowało o tej liczbie? Odpowiedź jest prosta: kompleksowość usług i specjalizacja kadry medycznej. Centrum Medyczne ENEL-MED świadczące obecnie wszechstronną opiekę medyczną, w pierwotnym założeniu miało być jedynie kliniką stomatologiczną – dziś stomatologia jest jednym z fundamentów jego działalności. Sieć liczy 29 gabinetów, w których pracuje 94 lekarzy oraz 60 higienistek i asystentek stomatologicznych. Stworzyliśmy wyspecjalizowane zespoły lekarzy, którzy sprawują holistyczną opiekę nad pacjentami. Wyniki pokazują, że te decyzje procentują. Podjęliśmy je na podstawie badań i analiz rynkowych. Wynika z nich bowiem, że kompleksowa oferta jest jednym z istotnych czynników decydujących o wyborze kliniki stomatologicznej. Co drugi respondent zapytany przez ARC Rynek i Opinia na zlecenie Centrum Medycznego ENEL-MED za zdecydowanie ważne uznaje dostępność w gabinecie lekarzy wielu specjalizacji oraz wyposażenie w specjalistyczny sprzęt. Wskazuje to na fakt, że przyszłością rynku nie jest stomatologia ogólna, ale specjalizacja w coraz węższych dziedzinach. Warto to uwzględnić, planując profil działalności.

Przez całą dobę

Respondenci często pytali o powody braku dostępności lekarzy przez całą dobę. To ważna decyzja dla każdego gabinetu stomatologicznego. Większość sieciowych



Niepłodność i rozród wspomagany pod red. Jerzego Radwana i Sławomira Wołczyńskiego

NOWOŚĆ

format: B5
liczba stron 352
oprawa twarda
ISBN: 978-83-62138-56-2
cena: 99,00 zł (w tym VAT 5%)

Książka pod redakcją profesorów Jerzego Radwana i Sławomira Wołczyńskiego (członków zespołu, którego praca uwieńczona została w 1987 r. narodzinami pierwszego w Polsce dziecka w wyniku zapłodnienia pozaustrojowego) to źródło cennej wiedzy z fizjologii i zaburzeń płodności u kobiety i mężczyzny. Stanowi także zbiór praktycznych rekomendacji, jak w procesie diagnostyczno-terapeutycznym postępować z niepłodną parą. Autorzy są lekarzami praktykami, którzy dzielą się nie tylko aktualną wiedzą teoretyczną, lecz także własnym doświadczeniem. Publikacja ilustrowana jest licznymi tabelami, rycinami i kolorowymi zdjęciami, co znacznie ułatwia zrozumienie przedstawianych zagadnień.

Książkę polecają: prof. dr hab. n. med. Stanisław Radwiczki, konsultant krajowy ds. ginekologii i położnictwa, oraz prof. dr hab. n. med. Przemysław Oszukowski, prezes elekt Polskiego Towarzystwa Ginekologicznego.

Książkę można zamówić:

- wypełniając gotowy formularz na stronie www.termedia.pl
- wysyłając e-mail: prenumerata@termedia.pl
- dzwoniąc: +48 61 656 22 00

Koszty wysyłki*:

- Poczta Polska – 13 zł
- kurier – 22 zł

*płatność przy odbiorze przesyłki

Szczegółowe informacje na temat kosztów wysyłki na www.termedia.pl.



„ W gabinetach stomatologicznych przez ostatnie dwie dekady zmieniło się wszystko. Mamy szeroki dostęp do najnowszych materiałów i narzędzi, dzięki czemu możemy świadczyć usługi na bardzo wysokim poziomie „

kllinik postawiła na kilkunastogodzinną dostępność. Dlaczego? Odpowiedź jest prosta: stawiają na kompleksową pomoc pacjentom – od działań profilaktycznych do ostatecznej, w razie potrzeby, rekonstrukcji funkcjonalnej i estetycznej uzębienia. Właściwie realizowana misja zakłada niedopuszczenie do tego, aby pacjenci musieli korzystać z pomocy doraźnej – interwencyjnej, a temu służą wizyty w placówkach świadczących usługi całodobowe. Kompleksowość w świadczeniu usług stomatologicznych wiąże się także z koniecznością posiadania sprzętu radiologicznego. Ważne są również sprawdzone i dobre

jakościowo materiały oraz technologie, które pozwalają zabezpieczyć się przed niepowodzeniami w leczeniu czy reklamacjami, np. w wypadku prac protetycznych.

Kontrakty z NFZ

Polacy nie oszczędzają na zębach, ale wydatki na zdrowy uśmiech są dla nich dość znaczne. W ubiegłym roku przeciętny obywatel wydał ponad 200 zł na leczenie zębów. W nadchodzących latach ta średnia będzie rosła. Coraz liczniejsza grupa odkrywa, że zdrowie jest inwestycją, i to najważniejszą w życiu. Co więcej, z badania dotyczącego nawyków zdrowotnych mieszkańców największych polskich miast przeprowadzonego na zlecenie Centrum Medycznego ENEL-MED wynika, że wizyty u stomatologa cieszą się największą popularnością wśród wszystkich usług medycznych, na które Polacy wydają pieniądze.

Z funduszami wiąże się zagadnienie, które stanowi wyzwanie dla każdej rozpoczynającej działalność kliniki – kwestia kontraktów z Narodowym Funduszem Zdrowia. Pytanie wbrew pozorom jest zasadne. Z jednej strony bowiem współpraca z NFZ gwarantuje stałe dochody i napływ pacjentów, ale z drugiej – wiąże się z istotnymi ograniczeniami, m.in. w doborze materiałów. Narodowy Fundusz Zdrowia zapewnia finansowanie jedynie wybranych usług, jak profilaktyczne lakowanie zębów u dzieci do 6. roku życia, wypełnienia chemoutwardzalne czy leczenie ortodontyczne do 12. roku życia. Dorośli w ramach ubezpieczenia zdrowotnego mogą liczyć na wypełnienia materiałami chemoutwardzalnymi jedynie w odcinku przednim (zęby przedtrzonowe wypełniane są nieestetycznym amalgamatem lub gładjonomerem), leczenie kanałowe w zębach z jednym kanałem, a w wypadku protetyki – tylko uzupełnienia ruchome raz na 5 lat, pod warunkiem że brakuje powyżej 5 zębów.

Perspektywiczny rynek

Rynek usług stomatologicznych jest perspektywiczny. Jego rosnąca atrakcyjność skutkuje powstawaniem nowych biznesów – od pojedynczych prywatnych gabinetów, po duże sieci stomatologiczne – każdy stara się zaistnieć na rynku i wziąć udział w podziale tortu. Złotliwi żartują, że w dużych miastach dentysta jest na każdym rogu. Jak wobec tego zapewnić sobie sukces, rozumiany jako grono wiernych i zadowolonych pacjentów?

Z pewnością nie ma uniwersalnej odpowiedzi, ale miłowymi krokami są wysoka jakość usług, grono specjalistów w wąskich dziedzinach, kompleksowa oferta zawierająca obok usług medycznych także finansowe oraz postawienie na wyróżniki i rozpoznawalność. To właśnie te punkty decydują o być albo nie być na medycznym rynku.

Beata Krakowska
Autorka jest dyrektorem Pionu Stomatologii
w Centrum Medycznym ENEL-MED

