

С.Ж.АСФЕНДИЯРОВ АТЫНДАҒЫ
ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ МЕДИЦИНА
УНИВЕРСИТЕТІ



КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ С.Д.АСФЕНДИЯРОВА

Ортопедиялық стоматология

Тақырыбы: Стоматологиядағы менеджмент және маркетинг негіздері.

Дайындаған: Аблазимова А

Топ: 502-01

Қабылдаған: Есиркепов А.А

Кіріспе

Кез келген өндірістік немесе қызмет ететін кәсіпорындар үшін менеджменттің маңызы зор. Қазіргі таңда стоматология-бұл тек медицинаның бір саласы ғана емес, коммерциялық клиникалар және тіс дәрігерлік кабинеттерінің дамыған желісі. Нарықтық экономикада профессионалды қызмет көрсету жеткіліксіз, оларды сатып білу қажет. Сондықтан менеджмент стоматологияда қажетті сала болып табылады.

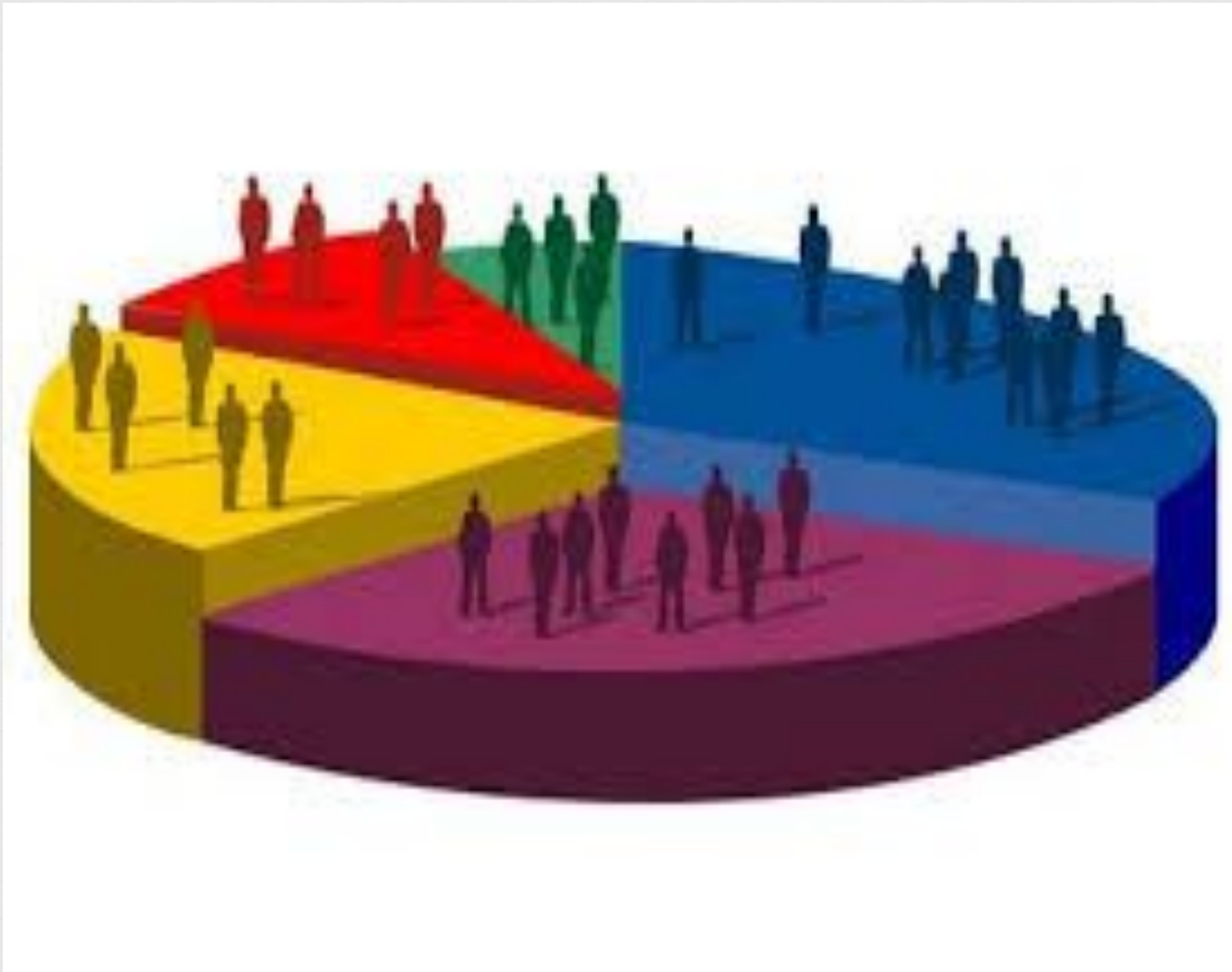
Менеджмент- басқа адамдардың интелектін, еңбегін пайдалана отырып, алға қойған мақсатына жете алатын, адамдар мен қоғамдық мекемелер, құрылымдарды басқарудың негізгі элементі бар адамзат қызметінің сферасы.

Менеджердің негізгі міндеті:


- Істі дұрыс жоспарлау
- Приоритетті бағыт
- Қосымша тапсырмаларды анықтау

□ Кез келген мекеменің құрылымын жоспарлау үшін қажет:

- ✓ Еңбекті бөлу
- ✓ Жасалатын жұмыстардың түрлері
- ✓ Бөлімшелер арасындағы қарым-қатынас
- ✓ Коммуникация
- ✓ Департаменттер және бөлімшелер
- ✓ Басқару деңгейі



Алға қойған мақсатқа нәтижелі жету үшін менеджер мынадай дағдыларға ие болу қажет:



1. Кәсіби білім
2. Адамдармен жұмыс жасай білу дағдысы
3. Басқарудың концептуальды дағдылары

Менеджердің сәттілігі мен сәтсіздігі 2 критериймен анықталады:

- I. Эффе́ктивтілік
- II. Үне́мшілдік

Дұрыс жұмысты ұйымдастыру үшін стоматология
клиникасының менеджері:

- ❖ Халық сұранысын анықтау
- ❖ Сауалнама, анкета
- ❖ Дәрігерлердің білімділік деңгейін жоғарылату
- ❖ Жаңа технологиялар енгізу



Менеджмент компоненттері:



Менеджмент компоненттері:



Кез келген мекеме ішкі және сыртқы орта жағдайында қызмет атқарады.

Ішкі орта:

- **Мекеме құрылымы**
- **Мекеме мақсаты, міндеттері**
- **Мекеме технологиялары**
- **Қызметкерлер**

Сыртқы орта факторлары:

- ◆ **Экономикалық**
- ◆ **Саясат**
- ◆ **Нарықтық**
- ◆ **Технологиялық**
- ◆ **Қоғамдық**
- ◆ **Халықаралық**
- ◆ **Бәсекелестік**

Сыртқы орта элементтері:

- Клиенттер тауар немесе қызмет көрсету тұтынушысы ретінде
- Жеткізуші
- Бәсекелестер
- Ғылыми-техникалық прогресс
- Финанстық мекемелер
- Оқу орындары
- Еңбек ресурстарының көздері
- Қылмыстық құрылым

Маркетинг- нарық арқылы алмасу барысында қажеттіліктерді қанағаттандыруға бағытталған адамдар қызметінің бір түрі.

Дамыған қоғамда нарық сатып алушы мен сатушының кездесіп, жұмыс жасайтын орны болып саналмайды. Заманауи жағдайда сатушы теледидар арқылы кешке жарнама беріп, телефон арқылы тапсырыс жинап, ертесінен почта арқылы таратып, сатып алушыны көрмей-ақ сауда жасай беруге болады.

Қанағаттанарлық алмасуды жасау үшін 5 жағдайды бақылау қажет:

- ✓ Минимум 2 жақ болу қажет
- ✓ Кез келген жақ келесі жақтың бағалылығын көре білу қажет
- ✓ Кез келген жақ коммуникация және өзінің тауары мен қызмет көрсетуін жүргізе білу қажет
- ✓ Кез келген жақ екінші жақтың ұсынысын қабылдауға немесе қабылдамауға еркін болу қажет.
- ✓ Бір жақ екінші жақпен жұмыс жасауға құштар болу қажет.



Стоматологиялық маркетинг зерттейді:

- Стоматологиялық мекеменің орналасу орнын
- Қызмет көрсету түрлері
- Қызмет бағасы
- Стоматологиялық мекеменің ішкі ортасы
- Стоматологиялық қызметтің алға басуы

Стоматологиялық мекеменің дамуына әсер ететін факторлар

Тәжірибесі мол дәрігерлер, сапалы қызмет көрсету

Науқастармен жеке дара қатынас құру

Тиімді жерде орналасу

Жарнама жасай білу

Инновациялық технологиялар мен жаңа материалдарды қолдану

Қолданылған әдебиеттер:

1. www.yandex.ru
2. www.google.ru
3. www.tssdent.ru