

نگاهی نوبه مدیریت مطب‌های دندانپزشکی

راهنمای عملی و خلاصه برای
اپرهای مطب و کلینیک‌های دندانپزشکی

به همراه

ضمانت حقوقی، مالیاتی، کنترل عفونت و نگهداری و پشتیبانی از تجهیزات

| ترجمه و تألیف: دکتر شهاب دانشور |

دندان‌پزشک و انسان‌شناس پزشکی دانشگاه آمستردام هلند

سرشناسه: دانشور، شهاب، ۱۳۵۶ -، گردآورنده، مترجم

عنوان و نام پدیدآور: نگاهی نو به مدیریت مطب‌های دندانپزشکی: راهنمای عملی و خلاصه برای اداره کلینیک‌های دندانپزشکی / ... ترجمه و تألیف شهاب دانشور.

وضعیت ویراست: ویراست [۲].

مشخصات نشر: تهران: دندان. ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری: ۲۵۶ ص: مصور، جدول.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۵۷۴۷-۰-۶.

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

یادداشت: کتاب حاضر اقتباسی از کتاب «Managing a dental practice: the Genghis Khan way ۲۰۱۰» تألیف مایکل رابرت یانگ است.

یادداشت: کتاب حاضر با عنوان «گام به گام با مدیریت مطب‌های دندانپزشکی: راهنمای عملی و خلاصه برای اداره مطب و کلینیک‌های دندانپزشکی» توسط رویان پژوه در سال ۱۳۹۴ منتشر شده است.

عنوان دیگر: گام به گام با مدیریت مطب‌های دندانپزشکی: راهنمای عملی و خلاصه برای اداره مطب و کلینیک‌های دندانپزشکی ...

موضوع: دندانپزشکی - مطب - مدیریت - Management - Dental offices

موضوع: دندانپزشکی - Practice - Dentistry

شناسه افزوده: یانگ، مایکل رابرت، ۱۹۵۳-م. Young, Michael R. (Michael Robert)

رده‌بندی کنگره: RK۵۰

رده‌بندی دیویی: ۸۰۰ - ۱۷/۶

شماره کتابشناسی ملی: ۲۰۶۷

نگاهی نو به مدیریت مطب‌های دندانپزشکی

راهنمای عملی و خلاصه برای اداره مطب و کلینیک‌های دندانپزشکی
به همراه ضوابط حقوقی، مالیاتی، کنترل عفونت، نگهداری و پشتیبانی از تجهیزات

ترجمه و تألیف | دکتر شهاب دانشور

ناشر | نشر دندان

نوبت و سال چاپ | ویراست دوم - ۱۳۹۸

شمارگان | ۱۰۰۰

شابک | ۹۷۸-۶۲۲-۹۵۷۴۷-۰-۶

قیمت | ۳۷۰۰۰ هزار تومان

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است

مرکز پخش:

تهران، خیابان آزادی، نبش شادمهر، پلاک ۴۰۹،
واحد ۲۴

تلفن: ۰۲۱-۶۶۱۵۶۰۰۲

فروشگاه آنلاین نشر دندان: dandane.org



فهرست

پیشگفتار | ۹

فصل اول | راهی به سوی آینده | ۱۳

آمادگی برای شناخت | ۱۵

راستی چه باید کرد؟ | ۱۷

شناخت از کجا شروع می‌شود؟ | ۱۷

شناخت اقتصاد، اجتماع و سیاست | ۲۰

راهکارهای فردی یا جمعی: مسأله این است! | ۳۲

بررسی ضرورت ارائه راهکارهای جمعی برای مدیریت بهتر مطب شخصی | ۳۷

فصل دوم | مدیریت داخلی | ۵۱

بخش اول: مدیریت بیماران | ۳

بخش دوم: مدیریت کارکنان | ۷۳

بخش سوم: مدیر داخلی | ۱۰۳

بخش چهارم: موارد متفرقه | ۱۱۵

فصل سوم | برنامه‌ریزی | ۱۲۱

بخش پنجم: برنامه‌ریزی مالی | ۱۲۷

بخش ششم: برنامه‌ریزی بازرگانی | ۱۳۷

بخش هفتم: برنامه‌ریزی استراتژیک | ۱۴۳

بخش هشتم: بازاریابی | ۱۵۳

بخش نهم: آیا امکان بهتر شدن وجود دارد؟ | ۱۵۹

بخش دهم: برنامه‌ریزی برای حوادث غیرمترقبه | ۱۶۷

بخش یازدهم: مدیریت تغییر | ۱۷۱

پیشگفتار

از بختیاری نویسنده است که کتابش در این وانفسای طبع و نشر به چاپ دوم برسد. کتاب‌های درسی دانشگاهی که در فهرست ضرورتاً خوانده شود قرار دارند، البته از این قاعده مستثنا هستند، اما کتابی که بر راجع مدیریت مطب و بهینه کردن کسب و کار دندانپزشکی نوشته می‌شود، حتمن باید مولفه‌هایی مؤثر در خود داشته باشد تا خوانندگان از آن استفاده‌ی تمایل کنند. حال پس از گذشت دو سال از چاپ اول و برگزاری سخنرانی‌های متعدد، نوشتن یادداشت‌های بسیار در این زمینه و گرفتن بازخورد از مخاطبان، شاخصه‌های تأثیرگذار این کتاب بیش از پیش بر نویسنده معلوم شده و با همین سبب کتابی که خواننده در پیش روی دارد، در حقیقت پیراسته و ویراسته چاپ پیشین است که با کاستن از زواید و افزودن مولفه‌های مؤثر حاصل آمده است.

کتاب حاضر اقتباسی از کتاب Managing Dental Practice the Georgian way khan تألیف مایکل رابرت یانگ است. چهارچوب کتاب در اصل به کتاب دکتر یانگ (۲۰۱۰) وفادار است اما به سبب افزودن و کاستن بسیار و به اصطلاح بومی‌سازی آن، دیگر نمی‌توان وفادارانه عنوان ترجمه بر این کتاب نهاد. شاید عبارت ترجمه و تألیف و یا حتی اقتباس برای این کتاب شایسته باشد. در این کتاب تلاش شده است که عصاره تجربیات و شیوه‌های انتزاع‌یافته حل مسایل یا در متن کتاب و یا در پنجره‌های جداگانه ذکر شود. یعنی در ابتدا کلیات موضوع پرورانه می‌شود سپس یک مسأله مشخص در رابطه با آن موضوع برای خواننده مثال زده می‌شود تا شیوه حل کردن یا نگرستن به موضوع را فراگیرد؛ نه فقط کلیات محض یا جزئیات خسته کننده را. به زبان دیگر سعی شده به جای حل مسأله، شیوه حل مسأله به خواننده ارائه شود

تا هرکس فراخور وضعیت، خود مسأله مشخص را با تحلیل معین حل و فصل کند.

این شیوه مدیریت تفاوت اساسی با کلاسهای MBA و DBA رایج در حوزه آموزش‌های دندانپزشکی دارد. بازاریابی برای بازاریابی و روشهایی که فقط مفاهیم عرضه و تقاضا را در خود دارد، شیوه ای زرد و بازاری برای کشاندن بیماران به محل درمان است. عکس گرفتن با سلبریتی‌ها و نمایش آن در شبکه‌های اجتماعی، یاری گرفتن از شرکت‌هایی که دنبال کننده (فالوئر) می‌فروشند، تبلیغات مبتنی بر بزرگنمایی دروغین و... از این دست روش‌ها هستند که شأن پزشکی را در ایران به شدت کاهش داده‌اند. این مسأله باید برای خوانندگان روشن شود که با خواندن این کتاب یک بازاریاب موفق نخواهند شد، بلکه با به کار بستن روشهای حل مسأله، در کار و حتی زندگی شخصی شان موفق‌تر و شادتر خواهند بود. بازاریابی فقط بخشی از کیفیت و نه تمامی آن است. مطبی آشفته و شلوغ که هرکس ساز خود را می‌زند، شاید با شیوه‌های بازاریابی در جذب بیمار موفق باشد، اما در نگاه آنگاه آنان و از همه مهم‌تر طراحی یک درمان مناسب موفقیتی نخواهد داشت. در فصل اول می‌توانید تفاوت شیوه‌های رایج در کلاسهای موفقیت یک شبکه و پولدار شدن یک روزه را با آنچه در این کتاب آموزش داده خواهد شد، مشاهده کنید.

در فصل دوم خوانندگان وارد بحث مدیریت مطب خواهند شد. در این فصل چهار بخش مربوط به مدیریت داخلی مطب آورده شده است. مدیریت بیماران و ارائه خدمات به آنها، مدیریت کارکنان، مباحث مربوط به آموزش، استخدام و یا استعفا و اخراج پرسنل، و... مدیر داخلی برای مدیریت وقت و هزینه‌ها و موارد متفرقه همچون اعتباربخشی ISO آمده است. در این بخشها یک دندانپزشک فرامی‌گیرد که چگونه مطب خود را راه بیندازد و پرسنل را مدیریت کند و نظام مدیریتی خود را سامان ببخشد.

در فصل سوم برنامه‌ریزی هدف قرار گرفته است. برنامه‌ریزی مالی، بازرگانی و استراتژیک در حقیقت به دندانپزشکان کمک می‌کند تا نگرش درستی به مسائل مالی پیدا کنند. برخلاف کتابهای بازاریابی

فصل اول: راهی به سوی آینده

زرد در این فصل تلاش شده است، نگاه و نگرش به مسایل مالی تدقیق شده و برنامه‌ریزی براساس واقعیتها و ظرفیتها آموزش داده شود. همچنین در این فصل دندانپزشکان برای مواجه با مسایل غیرمترقبه آمادگی پیدا می‌کنند و اضطراب و ترس از تغییر را می‌شناسند. به قول فیلسوف واقع‌گرای آلمانی آگاهی به ترس، نیمی از راه غلبه بر آن است.

در بخش ضمایم چک لیست‌های تهیه شده در زمینه کنترل عفونت، نگهداری از وسایل و تجهیزات و وظایف منشی و پرستار آورده شده است. با خواندن و پیگیری این چک لیست‌ها یک منشی یا پرستار تازه‌کار نیز می‌تواند به راحتی با امور مطب آشنا شود و در کار خود جایگاه لازم به ذکر است که هر مطبی نکته‌های خاص خود را دارد که باید به این فهرست‌ها اضافه شود. نباید فراموش کرد که خلاقیت بخش اساسی موفقیت است. سرکار خانم بیتا جمالی مشاور مالی و مالیاتی خبره، یک شیوه کار در زمینه پرداخت مالیات را تدوین کرده که برای چاپ در این کتاب در اختیار من قرار داده است. این یادداشت برای بسیاری از دندانپزشکان می‌تواند راهگشا باشد. در پایان نیز آیین‌نامه‌ها و قوانین مرتبط با مدیریت و استخدام افراد به مدد دوست حقوق‌دانم آمده است تا دندانپزشک بتوانند با ذهنی روشن به این امور بپردازند. در دنیا این دو مورد خاص که اغلب دندانپزشکان با آن سر و کار دارند، یعنی شکایت و پایان همکاری، نیز از سوی این وکیل مبرز بررسی خواهد شد.

بدیهی است که آنچه خواهید خواند حاصل تلاش جمعی است. به این معنا که کتاب مبنا (بانگ ۲۰۱۰) را دکتر پیمان جعفری از خارج از کشور تهیه کرده و برای من فرستاده است. پس از ترجمه در زمینه نمونه‌خوانی و غلط‌گیری از همکاری دوستان زیادی بهره‌برده‌ام. سرکار خانم فردیان سرپرستار کلینیک دندانپزشکی امام علی در این زمینه بسیار همدل و همراه بوده‌اند. دکتر سعید ملکی عزیز نیز نظرانی راهگشا در رابطه با بهینه کردن، بومی‌سازی و تدقیق متن داشته‌اند.

که در کتاب پیش رو تأثیرات آن را می‌توان رصد کرد. از سرکار خانم فرزانه بلاش برای طراحی مناسب و وقتی که گذاشتند، سپاسگزارم. دکتر سیامک شایان امین مدیر نشر دندان نهایت همکاری را در زمینه بازطراحی و چاپ دوم کتاب داشتند، که جای دارد در این وضعیت اقتصادی به همت‌شان آفرین گفت. در پایان باید از شریک زندگی و رفیق راهم تشکر کنم که در همه مراحل همراهی و همدلی‌اش را از من دریغ نکرده است... بنا به سنت معمول باید به این نکته نیز اشاره کنم که تمامی قصور و اشتباهات احتمالی در متن بر عهده من است و از تذکر و تدقیق خوانندگان استقبال می‌شود... حق این است که زندگی جویی جوینده است رزمنده با خزه‌ها و جلبک‌ها

دکتر شهاب دانشور

دندانپزشک و انسان شناس پزشکی

ایمیل برای تماس dr.shahab.daneshvar@gmail.com