



IV конференция «Инвестиции в здравоохранение»

■ Лариса Токарева

В Москве на IV конференции «Инвестиции в здравоохранение» профессионалы рынка обсудили ключевые проблемы развития отрасли. Организатором конференции выступила компания Regent Capital Communications. Среди докладчиков были представители таких компаний, как GVM International, UFG Private Equity, IMG Russia ИНВИТРО, KDL, «Хеликс», «Будь здоров», Сбербанк, АФК «Система», ФРИИ, «Медозон», Альфа-банк, «Мать и Дитя», «АВА-Петер», «Сениор Групп». По мнению представителей отрасли, если ещё несколько лет назад рынок медицинских услуг был не столь привлекателен для инвестиций как со стороны банковского сектора, так и со стороны российского и зарубежного капитала, то сейчас, по мнению участников мероприятия, он становится всё более интересным сектором для вложений средств.

МЕДИЦИНСКИЙ РЫНОК СТРАДАЕТ ОТ ПРОБЛЕМ

Сейчас мы уже отходим от последствий экономического кризиса 2015–2016 годов, отмечает **Наталья Орлова**, главный экономист, руководитель центра макроэкономического анализа Альфа-банка: уже в первом полугодии рост инвестиций составил 14 процентов, рост производства — 2 процента. По мнению эксперта, в ближайшие годы

рост ВВП может составить 1,5 процента. На этом фоне можно надеяться и на развитие рынка медицины.

Преодолевать придётся ещё многие проблемы. Из основных генеральный директор компании «АВА-Петер» **Глеб Михайлик** отмечает такие, как стареющее общество, высокая смертность, консюмеризм (желание пациентов получить как можно больше услуг, независимо от нужности), сокращение госу-

дарственного финансирования, рост стоимости услуг за счёт технологий, недостаток квалифицированных кадров.

КАК ПОВЫСИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ: ВНИМАНИЕ К КЛИЕНТУ

«Сейчас мы сталкиваемся с высокой скоростью изменений. Время удвоения существующей информации в медицине сейчас составляет 2,5 года, — замечает **Вячеслав Новиков**, генеральный директор сети клиник «Будь здоров». — Если раньше для всех было очевидно, что стратегию пишут на пять лет, то сегодня другой горизонт — её надо пересматривать в сроки 1–2 года».

Эксперты отмечают успешные подходы, которые помогают работать более эффективно. «Например, вопрос, который вставал перед каждой клиникой: вступать ли в систему ОМС? Правильное решение: быстро наполнить новую клинику, используя все системы продаж, в том числе и ОМС», — считает Вячеслав Новиков. Этот тренд подтверждает, кстати, **Екатерина Дежаткина**, старший менеджер департамента консультационных услуг компании Ernst & Young: уже 63 процента частных медицинских учреждений подключились к ОМС, ещё 11 процентов планируют это осуществить.

Екатерина Дежаткина, говоря о результатах исследований работы сектора медицины, проведённых компанией Ernst & Young, замечает также, что важно ориентироваться и на интересы клиента. Глеб Михайлик замечает, что пациент вообще должен считаться «священной коровой» для клиник: он должен быть доволен, и стоит регулярно проводить опросы его удовлетворённости. По данным Ernst & Young, пока у пациентов снижена платёжеспособность: 50 процентов клиентов стараются экономить, при этом требовательность клиентов высокая (более 40 процентов пациентов отмечают важность качественного сервиса).

Эффективность работы помогает повысить и расширение ассортимента услуг, и открытие новых клиник. А значит, неизбежно меняются потоки пациентов. Клиники также стараются более активно использовать маркетинговые приёмы, акции, скидки, чтобы привлекать пациентов, в эконом-сегменте клиники клиенты особенно активно на это реагируют.

Владимир Ковальский, генеральный директор компании Medesk, напоминает, что пациенты оказывают сильное влияние на профессиональную среду: специалисты тянутся за клиентскими требованиями. При этом очень важна прозрачная модель бизнеса — это хорошо и для пациентов, и для инвесторов. «Если клиника посмотрит на свою работу со стороны, то может понять, где она теряет деньги, где теряет пациентов. Когда клиника изолирована, ей сложнее. Более открытые и прозрачные медучреждения работают более успешно, они всегда впереди конкурентов», — отмечает эксперт.

Инвесторы, в свою очередь, замечают, что отдача от инвестиций соответствовала их ожиданиям. Совокупный объём рынка легальной коммерческой медицины составил в 2016 году 515 млрд. Владельцы медицинских компаний планируют продолжать инвестировать в развитие бизнеса.

ВНЕДРЕНИЕ НОВЫХ ПОДХОДОВ

Один из важных сигналов в отрасли за прошедший год, считает генеральный директор ИНВИТРО **Сергей Амбросов**, — это новые шаги в законодательстве в сфере телемедицины;

скоро эта отрасль будет выглядеть иначе. Использование компьютерных и телекоммуникационных технологий, уверены специалисты, — неизбежный путь развития рынка здравоохранения. Многие клиники уже используют эти принципы работы, внедряя онлайн-сервисы. **Владимир Маленко**, исполнительный директор компании Youxian Investments, приводит в пример опыт Китая, который вложил за пять лет в реформу здравоохранения и в телемедицину 160 млрд долларов.

Владимир Ковальский, со своей стороны, полагает, что телемедицина может работать на доклиническом уровне. «Тогда аудитория таких сервисов и форумов, как Яндекс или Здоровье.Mail.ru, будет обсуждать проблемы со своим здоровьем не в Интернете, а с врачом с помощью удалённой консультации. Это удобнее пациентам. Но не думаю, что телемедицина может распространиться на клиническую медицину». **Сергей Морозов**, директор ГБУЗ «Научно-практический центр медицинской радиологии ДЗМ», отмечает, что за рубежом в телемедицину вкладывались уже 2–3 года назад. «Уровень конкуренции за пациента сейчас высокий. Мы пытаемся подключить клиники на телемониторинг качества, проверяем правильность проведения исследований, описания. Наша компания делает пилотный проект для Минздрава России по регламенту в сегменте телемедицины».

СЕКТОРУ НУЖНА ПОДДЕРЖКА ЧАСТНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

«Важно не поддаваться негативным оценкам, ситуация должна скоро измениться, — убеждён Сергей Амбросов. — Ещё несколько лет назад мы предполагали, что кто-то из участников рынка уйдёт из сферы здравоохранения. Но из ритейла, из авиасферы уходят компании, а у нас сектор держится, и мы это должны ценить». **Юрий Андрейчук**, генеральный директор компании «Хеликс», одной из быстрорастущих на сегодня сетей лабораторной диагностики, напоминает, что «сегмент b2c требует от участников диверсификации форматов и каких-то новых коммуникаций с потребителями, сегмент b2b требует максимальной гибкости, а самый перспективный

сегмент b2g — сильной эффективности» — именно так стоит сейчас развиваться медицинским компаниям.

Спасёт ли сектор принцип государственно-частного партнёрства? «Задумка хорошая, — замечает **Алексей Маловатский**, исполнительный директор АФК «Система», член совета директоров Группы «Медси», — но пока не будет универсальной системы финансирования, которая бы дала равные права государственному и частному участнику, это не будет развиваться». Самый успешный опыт внедрения государственно-частного партнёрства — Турция и Египет, восточные страны, замечает член совета директоров группы компаний «Мать и Дитя» **Виталий Устименко**.

Готовы ли крупные иностранные инвесторы выходить на российский рынок здравоохранения? Участники дискуссии считают, что это зависит от готовности компании идти на риски. Пока наблюдается большая осторожность западных инвесторов. Однако банки, например, готовы кредитовать сектор всё более охотно — значит, доверие к медицинским компаниям растёт. Как полагает **Алексей Маловатский**, сектор тянется за растущими требованиями потребителей, что должно привести к повышению профессионализма отрасли в целом, а это положительно скажется на интересе инвесторов к российскому медицинскому рынку.

В рамках дискуссии представители сектора частных медицинских услуг обсудили самые насущные проблемы отрасли. Ежегодная конференция «Инвестиции в здравоохранение» даёт возможность специалистам изучить новые тенденции и на основе полученных знаний скорректировать тактику и стратегию развития своей компании. Обмен опытом помогает и в целом корректировать вектор развития сферы здравоохранения. ■

