Кризис не помешал сети клиник «Мать и дитя» Марка Курцера увеличить операционные показатели в первом квартале. При этом объем непрофильных услуг в группе растет быстрее, чем основных — акушерских и гинекологических. Председатель совета директоров группы компаний «Мать и дитя» Марк Курцер и президент России Владимир Путин (слева направо) во время посещения клинического госпиталя «Мать и дитя» в деревне Лапино. Крупнейшая российская сеть гинекологических клиник «Мать и дитя» Марка Курцера в первом квартале 2015 года показала рост операционных показателей. Объем наиболее маржинальных услуг, оказываемых группой (роды и экстракорпоральное оплодотворение — ЭКО), с января по март вырос на 32 и 19%, до 1324 и 1910 соответственно, говорится в опубликованной 20 апреля отчетности MD Medical Group (управляет сетью клиник). Данные о выручке группа не приводит.

Основным драйвером роста компания в отчетности называет растущие результаты открытого в 2012 году подмосковного госпиталя «Лапино», новой клиники «Мать и дитя Уфа» и приобретенной группой в 2014 году новосибирской компании «Авиценна», состоящей из трех клиник и госпиталя. Оба госпиталя, и подмосковный, и новосибирский, специализируются не только на гинекологии, но и на других медицинских услугах — хирургии, диагностике, лабораторных исследованиях. В клинике в Уфе, в частности, было открыто отделение пластической хирургии.

За счет клиники в Уфе и «Авиценны» у группы «Мать и дитя» заметно вырос объем услуг, не относящихся к гинекологии и акушерству. Количество амбулаторных посещений, не связанных с основным профилем сети, выросло на 92%, до 93 691. Количество «негинекологических» пациенток в стационарах — на 534%, до 2162 койко-дней, а в сопоставимых клиниках (без учета открытых за квартал) — на 170%.

Как следует из опубликованной ранее финансовой отчетности группы «Мать и дитя», и в 2014 году сегмент услуг, не связанных с акушерством и гинекологией, рос больше других — на 73% (ЭКО — на 48%, остальные акушерские и гинекологические услуги — менее чем на 30%). Расширение спектра услуг было одним из факторов, позволивших компании увеличить выручку за 2014 год на 27%, до 7,2 млрд руб., а чистую прибыль — на 73%, до 1,3 млрд руб.

В дальнейшем доля прочих медицинских услуг в выручке нивелируется, считает директор по связям с инвесторами MD Medical Group Елена Романова: «Компания нашла в Уфе хорошего пластического хирурга, который и предложил открыть отделение. В будущем доля этого сегмента в клинике в Уфе будет снижаться за счет увеличения доли выручки от гинекологии, родов, ЭКО и педиатрии», — говорит она. По словам Романовой, самыми высокомаржинальными в структуре «Мать и дитя» по-прежнему остаются сегменты родов и ЭКО, и в будущем компания планирует фокусироваться на сегменте гинекологических услуг, а долю прочих сохранить на нынешнем уровне или снизить.

РБК