

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.

Компания «Мать и дитя» основана в 2006 году главным акушером-гинекологом Москвы Марком Курцером. Курцеру принадлежит 67,9% управляющей сетью компании MD Medical Group, остальное — free-float. В сеть входит 23 медицинских учреждения, в том числе четыре стационара и 19 амбулаторных клиник в Москве, Санкт-Петербурге, Уфе, Перми, Самаре и Самарской области, Иркутске, Ярославле, Новосибирске и Рязани. Акции компании торгуются на Лондонской фондовой бирже. К 16:30 по Москве стоимость ее бумаг выросла на 1%, капитализация составила \$375,6 млн.

На здоровье не экономят

Расходы на медицинские услуги — одни из немногих, которые россияне не сокращают в кризис. В недавнем исследовании потребительского настроения среднего класса Sberbank CIB «Потребительский индекс Ивановых» говорилось, что в первом квартале 2015 года респонденты увеличили расходы только по двум статьям: медицинские и коммунальные услуги.

Сеть клиник «Чайка» оценивает российский рынок частных медицинских услуг в 2014 году в 1,337 трлн руб., по прогнозам сети, к 2017 году он может вырасти до 1,815 трлн руб., московский рынок может вырасти с 441 млрд до 573 млрд руб.

Объем рынка гинекологии и акушерства в России также растет год от года: в 2009 году он составил 70,2 млрд руб., в 2010 году — 78,8 млрд руб. (+12,1%), в 2011 году — 92,2 млрд руб. (+17,1%), в 2012 году — 103,7 млрд руб. (+12,4%), в 2013 году — 117,9 млрд руб. (+13,7%).

Старший аналитик Райффайзенбанка Наталья Колупаева ранее говорила РБК, что, по ее мнению, кризис и падение курса рубля может сыграть на руку российским клиникам высокого ценового сегмента: часть среднего класса, ранее планировавшая рождение ребенка и лечение в зарубежных клиниках, может теперь выбрать российские.

Представитель в СНГ компании UTour (занимается организацией родов в США) Илья Пробка подтверждает, что российский спрос на рождение ребенка в США из-за укрепления доллара с осени 2014 года упал на 30%. Замгендиректора компании Harry Baby (организует поездки для рожениц в Майами) Наиля Валеева также подтверждает, что после обрушения рубля некоторые из тех, кто ранее собирался уехать рожать в США, отказывались от поездки, но сейчас, с ростом рубля, видит восстановление спроса.

РБК