

Пациенты стали значительно меньше интересоваться «дорогими и несрочными услугами», например, стоматологией и косметологией. Таковы результаты опроса, проведенного компанией Ernst&Young (EY) среди 20 крупнейших игроков российского рынка коммерческой медицины на предмет потребительских предпочтений, динамики цен на услуги, основных тенденций кризисного периода, а также их инвестиционных планов.

В опросе EY приняли участие более 20 крупнейших частных и ведомственных медорганизаций. Большинство из них (61%) располагаются исключительно в Москве и Московской области, в регионах базируются 13% респондентов, еще 26% представляют собой федеральные сети. При этом 39% участников опроса представляют собой отдельные клиники, остальные являются сетями, из которых около половины включают от 10 филиалов и более. На пациентские предпочтения и показатели клиник, безусловно, повлиял кризис. Участники опроса EY, согласно отчету об исследовании, отметили «проседание» рынка. Пациенты стали значительно меньше интересоваться стоматологией и косметологией. По этим направлениям, впрочем, в связи с удорожанием расходных материалов, выросли и цены. Зато наиболее популярными направлениями медицины стали кардиология и психиатрия. Вырос спрос и на услуги узких специалистов – отоларинголога, травматолога и других, – доступность которых существенно снизилась из-за реформы государственной системы здравоохранения.

По сравнению с сентябрем 2014 года только 33% респондентов EY повысили тарифы на услуги более чем на 5%. Большинству клиник экономическая ситуация не позволила пересмотреть стоимость услуг – 38% респондентов ответили, что оставили прейскуранты без изменений, 29% подняли цены менее чем на 5%.

Динамика среднего чека у страховых пациентов и физических лиц существенно различается: средний чек ДМС-пациентов вырос в 32% клиник, в то время как у коммерческих пациентов рост чека отметили 57% респондентов. Как правило, страховым компаниям удается договориться о более приемлемых ценах для своих программ ДМС, либо клиника является структурным подразделением страховой группы. Почти половина участников опроса, тем не менее, отчитываются об улучшении своих экономических показателей по сравнению с 2014-м годом. Связано это с оттоком пациентов из государственных ЛПУ, редукцией программ ДМС, а также снижением доли медтуризма из-за изменения курса валют.

Несмотря на кризисную стагнацию рынка, респонденты все-таки рассчитывают на его рост в ближайшие пять лет. Причем треть опрошенных компаний надеются на значительную положительную динамику. В Москве и Санкт-Петербурге, считают респонденты, факторами роста рынка станут увеличение платежеспособного спроса и госрегулирование, а в регионах – рост платежеспособности населения, развитие ДМС и усиление конкуренции.

Планируют медицинские компании в перспективе расширить ассортимент своих услуг за счет открытия стационаров (включая стационары одного дня), детских центров, расширения сети за счет выхода в регионы, внедрения ВМП, информатизации и медико-экономических стандартов.

39% клиник готовы инвестировать в свое развитие более 1 млрд рублей, 22% – 500 млн – 1 млрд рублей. Из тех клиник, что располагаются только в Москве, 79% планируют расширять свое присутствие в столице и Подмосковье, и только 15% хотят идти в регионы. Зато федеральные сети в большинстве своем – 80% – готовы к региональной

экспансии.

Расширять сеть компании готовы разными способами: строить с нуля (88%), покупать существующий бизнес (41%), развивать франшизу (12%).

С точки зрения формата компаниям интересно создание комплексной сети – амбулатория, лаборатория, стационар и отделение реабилитации. Наиболее популярными направлениями респонденты считают детские клиники, онкологию, нейрохирургию, кардиологию и офтальмологию. Также высокомаржинальными остаются МРТ, миниинвазивные технологии, экстракорпоральные методы лечения.

vademec