

АКТИВ — В ОБЛАСТИ ЗНАНИЙ

В СЕГМЕНТАХ МЕДИЦИНЫ, ПОСТРОЕННЫХ НА ИСПОЛЬЗОВАНИИ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО ОБОРУДОВАНИЯ, ВЫГОДНО ИНВЕСТИРОВАТЬ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ. В КРИЗИС, ПО НАБЛЮДЕНИЮ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА СИСТЕМЫ КЛИНИК «МЕДИ» МАРИНЫ КАСУМОВОЙ, ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ ОСОБЕННО ВОСТРЕБОВАНЫ. ПОДГОТОВИЛА ЕЛЕНА ИСАЕВА

SOCIAL REPORT: Вы работаете в сфере поддержания здоровья, которое, в теории, должно стоять для человека на первом месте. Тем не менее платежеспособный спрос на медицинские услуги падает. Как изменился он в рамках компании за последний год?

МАРИНА КАСУМОВА: В 2015 году и в начале текущего года мы не наблюдали резкого отказа от каких-то видов медицинских услуг. Для наших пациентов приоритетны качество, технологии и сервис — и мы непрерывно инвестируем в их поддержание. Для этого у нас есть все ресурсы: система подготовки кадров, управления качеством, инновациями, организационными знаниями. Это — основа успеха и стабильности компании.

SR: На что теперь больше внимания обращают люди и за что готовы платить?

М. К.: Мы работаем в сегментах «бизнес» и «элит». Наша аудитория пациентов — социально активная, наиболее требовательная. Она заинтересована в получении качественной медицинской помощи, которая отвечает критериям эффективно, безопасно, комфортно, быстро. Предполагаю, что сейчас пациенты стали более требовательно и внимательно относиться к выбору медицинских технологий, врача, лечебного учреждения. В нашей компании более востребованы стали высокотехнологичные услуги, в стоматологии — имплантация, протезирование на основе диоксида циркония, сложная эндодонтия под микроскопом, в эстетической медицине — клеточное омоложение PRP и SPRS. В этой ситуации выигрывают те специалисты, которые работают в «Меди» более десяти лет: докторам, которые пришли недавно, приходится набивать шишки и опыт, и доверие. Конечно, серьезный аргумент в данном вопросе — доверие к бренду.

SR: Инвестируя в расширение филиальной сети в последнее время, на какие направления вы делаете упор и почему?

М. К.: Наши ключевые компетенции — стоматология и эстетическая медицина, эти направления представлены во всех новых комплексах, которые мы открываем. При этом разрабатываем и внедряем алгоритмы оказания медицинских услуг, стандарты в области сервиса и технологий — и для себя, и для коллег по отрасли. Работаем с обратной связью, анализируем запросы пациентов, потому как в медицине успешен только такой подход: не от денег, а всегда от человека, его ожиданий, решения его проблем.

SR: Как изменилась конкурентная среда за год?

М. К.: Ситуация на рынке частных медицинских услуг неоднозначна. С одной стороны, сильные игроки сохранили свои позиции, открыли новые филиалы. При этом ряд игроков поменял своих акционеров, с рынка уходят компании, в которые был вложен иностранный капитал. Мы четко



понимаем, что благосостояние «Меди» напрямую зависит от нашей востребованности и доверия пациентов. Это колоссальный капитал, наработанный за 25 лет, это то, что дает нам возможность инвестировать в развитие. Что касается открытия новых клиник, то в сентябре 2015 года мы открыли новый комплекс «Меди на Большевиков». Однако все остальные запланированные проекты по расширению пока приостановили — сейчас важно максимально сдерживать цены на услуги, чтобы сохранить пациентов.

SR: Какие задачи по развитию компании перед вами сейчас стоят и как вы планируете реализовывать их в новых условиях?

М. К.: Сейчас мы больше сосредоточены не на экстенсивном развитии, а на интенсификации и передаче знаний. Как организация, претендующая на отраслевое лидерство, мы включаем компонент знаний в наши услуги, во взаимодействие с поставщиками и потребителями, в коммуникации с сотрудниками.

Результаты: способность организации генерировать и приобретать новые идеи, выявлять тенденции и реализовывать их в практической деятельности; наличие команды профессиональных специалистов — экспертов в своих областях, способных развивать свои направления и передавать знания коллегам; высокий средний стаж работы в компании, для медицинской организации, зависимой от производственного персонала, это особенно важно; успешность входа в компанию новых сотрудников, их адаптация к принятым в «Меди» стандартам и технологи-

ям; умение работать с самыми сложными, передовыми технологиями; способность взаимодействовать междисциплинарно и смотреть на пациента комплексно.

SR: Вы сделали акцент на обучении врачей. Почему решено сосредоточиться на этом, какие возможности есть у компании?

М. К.: Для этого у нас есть мощный ресурс — Институт стоматологии последипломного образования (СПБИнстом). Сильный профессорско-преподавательский состав, в основе которого — практикующие специалисты «Меди». Мощная технологическая база — современные оснащенные фантомные классы, учебные аудитории, собственная учебная клиника на пять кресел. Программы тематического усовершенствования, повышения квалификации, ординатуры, интернатуры. Институт проводит вводное обучение, координирует кураторство и наставничество, обеспечивает профессиональный рост сотрудников и преемственность знаний в компании.

Наши специалисты регулярно обмениваются опытом с зарубежными коллегами, имеют доступ к ключевым инновациям и технологиям и приносят эти знания в наш институт. Закономерно, что сегодня процент собственных слушателей, которых мы обучаем, — не более пяти, остальные 95 — внешние доктора из регионов России и СНГ, которые приходят за базовыми знаниями.

Образовательные услуги в кризис особенно востребованы, инвестировать в профессиональное развитие сейчас выгодно. Помимо медицинских знаний, мы занимаемся передачей управленческих

технологий. В сентябре 2015 года в институте стартовала программа MBA «Мастер управления в здравоохранении».

SR: Вы подошли к рубежу 25 лет. Какие цели достигнуты к сегодняшнему моменту, какие новые стратегические задачи вы ставите и как собираетесь к ним идти?

М. К.: Наша стратегия — лидерство на рынке медицинских услуг. Когда компания создавалась, закладывалась ее миссия — создать лучшую медицинскую систему для сохранения здоровья, красоты и полноценного долголетия человека. Мы изначально ставили перед собой амбициозные цели и, возможно, поэтому стали первопроходцами во многих профессиональных областях.

Один из важных для нас показателей — персонал. Сегодня в «Меди» 1600 сотрудников, из них около 100 человек более 20 лет связывают свою судьбу с судьбой компании. Это бесценный актив в области знаний и человеческих ресурсов. И для нас важно сохранить ключевых сотрудников, предоставляя им возможности профессионального и карьерного роста внутри компании.

Второй показатель эффективности нашей работы — доверие пациентов. По результатам наших исследований, около 50% пациентов выбирают клиники «Меди», потому что считают наших врачей экспертами, и эта цифра растет. Индекс удовлетворенности по нашим клиникам составляет не менее 95%, в некоторых клиниках — до 98%. С гордостью могу сказать, что у нас лечатся поколениями, рекомендуя компанию своим родным и близким. ■