

С такой инициативой летом выступил Минпромторг, внося дополнения в закон «Об обращении лекарственных средств». По версии министерства, поправки помогут развитию конкуренции на фармрынке, что в итоге должно привести к снижению цен на лекарства и увеличению доступности препаратов для населения. Пока проект находится на согласовании профильных ведомств и правительства, аптечные ритейлеры готовятся к тяжелым временам: в случае принятия законопроекта емкость аптечного рынка уже в следующем году может сократиться на 10–15%, а компании сектора ждет массовое банкротство.

Таблетки пойдут по сетям

Лекарства смогут продавать в продуктовых магазинах

розница

Дополнение к проекту закона «Об обращении лекарственных средств» Минпромторг направил в правительство в июле. В ведомстве, со ссылкой на «имеющийся мировой опыт», предложили «с целью повышения физической доступности лекарств для населения, развития конкуренции на фармрынке, предусмотреть участие организаций торговли, не являющихся специализированными субъектами, в сфере розничного оборота лекарственных средств». Идея продажи лекарств через «традиционную» продуктовую розницу действительно не нова: продажа безрецептурных препаратов в магазинах широко распространена, например, в США и Великобритании, а в Финляндии в регионах с низкой плотностью населения лекарства и вовсе доступны в почтовых офисах. С середины октября подобное появится и в розничной торговле Грузии (соответствующие изменения в закон «О лекарствах и фармацевтической деятельности» внесены 12 августа).

Но инициатива нашего министерства, которая сейчас находится на уровне согласования профильных ведомств, вызвала весьма неоднозначную реакцию рынка и смежных ведомств. Первыми предложение Минпромторга прокомментировали в Росздравнадзоре (именно эта структура, по версии ведомства, кроме аптечной розницы, теперь будет контролировать и все осталь-



В последние годы аптечные ритейлеры развивали формат фарммаркета, возможно, вскоре конкуренцию им составят продовольственные сети

ные магазины с лекарствами в ассортименте. — „Б“). «Продавать лекарственные средства в торговом центре вперемешку с прочими товарами нельзя», — категорично заявил руководитель Росздравнадзора Николай Юргель. Основным аргументом чиновника стал тот факт, что «лекарство, даже безрецептурное, не просто товар, а активное средство, нуждающееся в соблюдении целого ряда требований, в том

числе определенных условий хранения». При этом согласиться с доводами Минпромторга господин Юргель готов при условии «ужесточения уголовного наказания за распространение фальсифицированной медицинской продукции». Менее компромиссным оказался глава департамента здравоохранения Москвы Андрей Сельдовский, в начале сентября заявивший, что «господин Христенко (Виктор Христенко

— глава Минпромторга. — „Б“), видимо, не очень давно занимается вопросами фармацевтики, раз такое предлагает — во всем мире лекарства продают в аптеках». В отличие от своих коллег из профильных фармведомств, безоговорочно инициативу поддержала только Федеральная антимонопольная служба (ФАС): по версии ее главы Игоря Артемьева, «это предложение Минпромторга. — „Б“) стимулирует развитие кон-

куренции в отрасли и может привести к снижению цен на отдельные лекарства». Беспокойству ФАС есть объяснение — еще в начале года аналитики прогнозировали рост цен на лекарства до 20%. Профильные аналитики и вовсе разделили розничные сети (продуктовые и аптечные) на два лагеря, «вступивших в войну за \$5 млрд». Согласно отчету DSM Group под названием «Супермаркеты против аптек», в 2009 году объем продаж безрецептурных лекарственных средств составит 140 млрд руб., а в 2010-м — не менее 150 млрд руб. или \$5 млрд. По подсчетам аналитиков, либерализация законодательства уже в следующем году приведет к снижению емкости аптечного рынка на 10–15%. С учетом ограничения наценки на жизненно важные и необходимые лекарства (ЖНВЛС) и конкуренции аптечного бизнеса с продовольственной розницей итогом «противостояния» станет «банкротство значительного числа аптек и рост цен на рецептурные препараты», считают аналитики. Минпромторг, вероятно, «учел» возможные экономические последствия для фармацевтической розницы и в качестве альтернативы предложил сетям расширить перечень товаров, реализуемых через аптеки, за счет, например, медицинской техники, средств измерения, товаров «для обеспечения здорового образа жизни» и т. д. Как пояснил „Б“ владелец одной из крупнейших федеральных аптечных сетей, до 80% оборота

ритейлера приходится именно на безрецептурные препараты. «При этом за счет этих лекарств сети могли частично компенсировать снижение наценки на ЖНВЛС и сохранить компанию на уровне рентабельности», — жалуется ритейлер. Согласно данным ОАО «Аптечная сеть 36,6», во втором квартале 2009 года в структуре продаж сети рецептурные препараты занимают только 32%, остальное — безрецептурные (31%), парафармацевтика (20%), сопутствующие товары (16%) и оптика (1%). Вероятно, аптечные ритейлеры окажутся в меньшинстве. Поддержать инициативу решила даже Ассоциация распространителей печатной продукции (АРИПП) объединяет распространителей прессы, издателей и т. д.), обратившаяся с открытым письмом к министру здравоохранения и социального развития Татьяне Голиковой. В нем указывается, что ассоциация уже давно «обращается с призывом поддержать предложение о включении в ассортимент пунктов розничного распространения прессы простейших медицинских и санитарно-гигиенических товаров (лекарства от головной боли, зубные щетки и пасты, средства контрацепции и т. п.)». При этом в ассоциации не могут объяснить появления «противников разрешения продаж безрецептурных препаратов», лишь предположив, что «главную роль здесь играет боязнь потерять часть доходов, ведь предприятия этого сектора экономики (фарм-

розницы. — „Б“) работают со вполне неплохой рентабельностью». Для сравнения, «докри- зисный» (аудированные данные по итогам 2008 года) показатель EBITDA margin у крупнейшего российского ритейлера X5 Retail Group составил 9%, а у «Аптечной сети 36,6» — 3,2%. Единственные, кто остались пока в стороне от обсуждения инициативы Минпромторга, — это сами розничные сети. В прошлом году глава X5 Retail Group Лев Хасис лишь отмечал, что «розничная продажа лекарств весьма синергична с продовольственным ритейлом». «Если изменится российское законодательство, наверняка все супермаркеты начнут продавать лекарства, как это делают иностранные сети», — пояснял топ-менеджер (в этот период X5 подписала соглашение с аптечной сетью A5, согласно которому ритейлер стал открывать аптечные пункты в магазинах «Пятерочка», «Перекресток» и «Карусель». — „Б“). «Пока совершенно непонятно, как розничные сети должны будут получать разрешительную документацию на продажу препаратов, каким образом будет осуществляться контроль», — недоумевает представитель сети «Мосмарт». Но, по словам представителей крупнейших дистрибуторских фармкомпаний — «СИА Интернейшнл» и «Центр внедрения „Протекс» — пока заявок от розничных операторов на поставку безрецептурных лекарств в сети им не поступало.

ИРИНА ПАРФЕНТЬЕВА

14
страница

Клиент платит меньше
Организации экономят на ДМС, и это приводит к снижению сборов страховых компаний

14
страница

Клиники для страховщиков
Компании продолжают открывать собственные медцентры



15
страница

Здоровье кадров решает все
Большие компании инвестируют в здоровье сотрудников по-крупному

15
страница

Кризис гонит на Восток
Турфирмы отмечают растущий интерес к дешевым оздоровительным турам в Азию

ЕВЕЛ

THE ARCHITECTS OF TIME

ЖИЗЕЛЬ НОСИТ ЧАСЫ EBEL BRASILIA

Санкт-Петербург
Думская ул. 2, т. (812) 333-34-90
ул. Маяковского 1, т. (812) 273-51-59
Невский пр. 20 т. (812) 312-09-21
П.С., Большой пр. 46, т. (812) 235-07-66

Imperial

ОКТОБРИН 1991 ГОДА

П.С., Большой пр. 57, т. (812) 232-93-85
Владимирский пр. 3, т. (812) 713-22-84
Невский пр. 44 (Grand Palace), т. (812) 571-36-78
Москва, ул. Б. Якиманка 22, т. (495) 995-21-76
www.imperial-td.ru

медицина

Клиент платит меньше

Организации экономят на ДМС, и это приводит к снижению сборов страховых компаний

страхование

В первом полугодии сборы по ДМС в Петербурге, по оценкам экспертов, сократились на 15%. Оптимизируя затраты, компании рассматривают различные варианты корректировки программ: сокращают численность застрахованных, риски, которые покрывает страховка, изменяют категорию лечебно-профилактических учреждений. Страховые компании идут навстречу клиентам в минимизации стоимости полиса, но говорят, что опускать тарифы в условиях инфляции и роста цен на лечение и лекарства не могут. Уже сейчас реальные цены, гарантирующие минимальную прибыль для страховщика, должны быть выше на 30% от нынешних цен, считают они.

Как свидетельствуют данные Федеральной службы страхового надзора, в первом полугодии сборы по ДМС в Петербурге составили 3,449 млрд рублей (с учетом сборов по страхованию граждан, выезжающих за рубеж). Такую статистику по отдельным видам страхования в разрезе субъектов РФ служба предоставляет впервые, так что сравнить динамику с прошлыми годами пока не представляется возможным. Однако, как говорят сами участники рынка, сборы по медицинскому страхованию за полугодие упали на 12–15%.

Снижение объема премий страховые компании предвидели еще в прошлом году, когда корпоративные клиенты, а они занимают доминирующую долю в портфелях страховщиков, стали сокращать расходы на ДМС. Это сказалось в первую очередь на премиях страховых компаний. «Полностью, как правило, компании не отказывались от корпоративных программ ДМС. Но они сокращали количество застрахованных, ориентировались на более дешевые программы ДМС. Потери шли и за

счет тех ранее застрахованных фирм, которые просто переставали существовать», — объясняет причины спада руководитель отдела ДМС филиала ОСАО «Ресо-Гарантия» в Санкт-Петербурге Марина Трофимова.

В первую очередь, снижение расходов на медицинское страхование произошло в строительном и связанных с ним секторах из-за сокращения доходов компаний. «Особенно тяжелыми были май и июнь», — отмечает начальник управления ДМС Санкт-Петербургского филиала «Московской страховой компании» Марина Мелентьева. Тогда многие предприятия приостановили рассмотрение предложений, а уже имеющиеся клиенты сократили программы в части стоматологии, а также пересмотрели категории программ, заменив дорогие более дешевыми. Самыми востребованными остались «стандартные» программы, которые включают в себя минимальный набор опций, говорит госпожа Мелентьева.

По оценке генерального директора страховой группы «Капитал-Полис» Алексея Кузнецова, рынок ДМС в Петербурге за полугодие упал на 15%. При этом на фоне падения страховых премий происходит увеличение страховых выплат. И это характерно для всех отраслей страхования в этом году. В страховой группе АСК объем подписанной премии по ДМС упал на 15% по сравнению с первым полугодием 2008 года, а выплаты выросли на 5%, говорит директор по маркетингу группы Татьяна Долинина. Правда, она обращает внимание на то, что подписанная премия считается только по договорам, заключенным в первом полугодии 2009 года, а выплаты идут по всем застрахованным — и в 2008 году, и в 2009 году. По оценкам госпожи Долининой, по городскому рынку снижение пре-

мий также составило 12–15%. «В целом, по числу договоров мы снижения не наблюдаем. Работодатели не отказываются от соцпакета полностью, а принимают меры по его оптимизации, что, естественно, отражается на сборах», — отмечает управляющий директор по личному страхованию Северо-Западного дивизиона «Ренессанс Страхование» Владимир Яковлев. В то же время по ДМС частных лиц, а это примерно треть портфеля ДМС дивизиона, тенденция обратная: рост порядка 9%. Это говорит о том, что сотрудники компаний, которых перестал страховать работодатель, продолжают и дальше пользоваться услугами ДМС.

Простой и понятный продукт

В сложившихся условиях страховым компаниям также приходится оптимизировать свои предложения. Приоритетным направлением в ДМС становится разработка новых простых, понятных и недорогих продуктов, которые смогли бы заинтересовать корпоративных клиентов.

«Понимая, что некоторые наши клиенты вынуждены перейти с программ „Бизнес“ и даже „Люкс“ на „Стандарт“, мы улучшили эту программу, для того чтобы люди не ощущали значительной разницы в качестве медицинской помощи», — говорит директор по продажам СЗАО «Медэкспресс» Ольга Короткова. «Ресо-Гарантия» по договоренности с клиентами может удешевить программы за счет сокращения медицинских услуг или предложить более дешевые медицинские учреждения, есть варианты прикрепления по стоматологическому и амбулаторному лечению к одной медицинской базе, рассказывает госпожа Трофимова. А «Ренессанс Страхование» для экономии средств рекомендует клиентам, в первую очередь, исключить дорого-

стоящие опции, дает возможность пересмотреть список базовых медицинских учреждений, отказаться от дорогих процедур и диагностических мероприятий или перейти на технологию обслуживания health management (управляемая медицинская помощь). В таком случае экономия может достигать 15–20%, говорит господин Яковлев.

Свою линейку в условиях кризиса доработало и РОСНО, чтобы клиент мог выбирать программы с различным наполнением и, соответственно, бюджетом. Как правило, наиболее дорогой является стоматология, поэтому клиенты, которым важно соблюсти рамки бюджета, исключают ее из договора корпоративного ДМС, отмечает госпожа Майорова. Группа АСК также внесла некоторые изменения в части содержания программ и списка медицинских учреждений по каждой категории.

Никакого демпинга!

Как отмечает Алексей Кузнецов, сегодня многие клиенты настаивают на сохранении прежних цен, тогда как цены на медицинские услуги продолжают расти на фоне увеличения числа обращений за медицинской помощью, которая связана, в том числе, с неопределенностью для застрахованных — будет пролонгирован договор на следующий год или нет. «Ситуация на рынке ДМС сегодня такая, что средняя рыночная цена изначально является близкой к демпинговой, то есть на уровне себестоимости или ниже ее», — говорит господин Кузнецов. Татьяна Долинина также считает, что опускать тарифы в условиях инфляции и роста цен на лечение, лекарства и расходные материалы невозможно: нет. «Такие попытки на рынке есть, но это типичный демпинг, приводящий к созданию финансовой пирамиды».

(Окончание на стр. 16)

Клиники для страховщиков

Компании продолжают открывать собственные медцентры

медицинские услуги

Несмотря на кризис, страховщики продолжают строительство и модернизацию собственных медицинских клиник в Санкт-Петербурге. Так компании могут предоставлять клиентам более качественные услуги и отслеживать расходование средств. Впрочем, население, застрахованное по ДМС, зачастую предпочитает частные клиники, а не медцентры страховщиков. До конца года, по оценкам экспертов, рынок ДМС может сократиться на 15%, поэтому развитие медицинского направления можно рассматривать и как диверсификацию бизнеса на падающем рынке.

В Санкт-Петербурге почти все страховщики уже давно обзавелись собственными клиниками. Так, «Капитал-Полис» и «Русский мир» — одними из первых открыли медцентры в 2001 году. В 2009 году «Капитал-Полис» реконструировал здание на Московском проспекте, общей площадью 3,5 тыс. кв. м, и с двух этажей клиника выросла до шести. Свои медицинские центры есть у страховых компаний «Медэкспресс», «Ренессанс Страхование», «МедСтрахКом» и РОСНО. ОСАО «Ингосстрах» открыло в Петербурге поликлинику «Будь здоров» в 2009 году. У «Ресо-Гарантии» есть доля в клинике «Скандинавия», кроме того, в 2010 году компания запустит свой медицинский комплекс на Богатырском проспекте.

Впрочем, несмотря на то, что у большинства страховых компаний есть свои клиники, участники рынка расходятся во мнениях о том, насколько актуально в кризис строительство собственных медучреждений. «Строительство своих клиник для страховщиков актуально, несмотря на кризис. Компания может предоставить своим клиентам качественные услуги, а также отследить расходование средств», — полагает Игорь Иванов, заместитель генерального директора по PR СК «Ресо-Гарантия». «Инвестиции в медучреждения окупаются очень долго. Тем более что в кризис платежеспособность населения сократилась», — говорит вице-президент СК «Росгосстрах» Евгений Гуревич. По его словам, в кризис вопрос окупаемости таких центров стоит очень остро. С ним солидарен и Андрей Криворучко, начальник управления добровольного медицинского страхования компании «Авант-Страхование». «Открывать собственный медицинский центр в сложившихся экономических реалиях считаем нецелесообразным, нерентабельным. Во-первых, медицинский центр имеет длительную окупаемость, во-вторых, на существующем в городе рынке медицинских услуг и без того наблюдается достаточно жесткая конкурентная борьба за пациента», — рассуждает он. В то время как строительство собственных клиник для многих остается приоритетным направлением при развитии медицинского страхования, другие страховщики активно развивают отношения с город-



Страховые компании продолжают открывать новые клиники, несмотря на спад спроса на ДМС

скими и частными поликлиниками. Так, почти все клиники на данный момент имеют договоры со страховщиками. «Конечно, какие-то сложности возникают, но в целом проблем с качеством сервиса у наших партнеров не бывает. Мы контролируем качество обслуживания и проводим медико-экономическую экспертизу на предмет соответствия назначенного обследования и лечения диагнозу. С теми, кто не отвечает нашим требованиям, мы просто не работаем», — говорит Владимир Яковлев, управляющий директор по личному страхованию Северо-Западного дивизиона «Ренессанс Страхование». Компания сотрудничает с 200 клиниками в Петербурге. «Наша компания имеет договоры со многими ведущими клиниками города и области и заинтересована в стабильных партнерских отношениях с медучреждениями», — говорит господин Криворучко. Марина Трофимова, руководитель отдела ДМС петербургского филиала «Ресо-Гарантия», рассказала, что компания сотрудничает более чем с 300 медицинскими учреждениями. «Сотрудничество продолжается уже несколько лет, и отработано четкое взаимодействие по всем вопросам, связанным с обслуживанием наших застрахованных», — говорит она. Департамент ДМС «АСК-Мед» имеет договоры с 212 клиниками в Санкт-Петербурге и Ленобласти, а также договоры с ЛПУ во многих городах России — там, где работают застрахованные. «Условия работы с клиниками и тарифы, естественно, различные: клиники, в которые идет большой поток застрахованных от «АСК-Мед», дают нам большие скидки от базовых тарифов, с другими ЛПУ мы работаем по базовым ценам для страховых компаний», — рассуждает Татьяна Долинина, директор по маркетингу страховой группы АСК. — Мы ведем мониторинг удовлетворенности клиентов, врачи-эксперты посещают каждого пациента в стационаре, общаются с лечащими врачами. Есть клиники, в которых очень хорошо налажена работа со страховщиками, выделены

специалисты, есть и другие, с которыми труднее найти взаимопонимание. Список ЛПУ, в которые мы направляем наших клиентов, пересматривается и обновляется, с некоторыми мы перестаем работать из-за обоснованных жалоб клиентов. Заключаю новые договоры с новыми медицинскими центрами, прежде всего с частными, поскольку новых государственных на рынке не появляется». «Работать со страховыми компаниями стало сложнее, у них уменьшилось количество клиентов, а соответственно, и меньше денег на их обслуживание», — не согласна со страховщиками Ирина Авербах, директор ООО «КОРИС ассистанс СПб».

Между тем, несмотря на наличие собственных клиник у страховых компаний, потребители не всегда торопятся именно туда и именно по ДМС. Так, по словам Ханнеса Чопры, генерального директора РОСНО, главы «Allianz Евразия», около 40% клиентов предпочитают пользоваться услугами их клиник. Ирина Авербах оценивает объем клиентов, обслуживающихся в частных клиниках по полисам, от 10% до 70%, в зависимости от учреждения. Георгий Иванов, главный врач консультативно-диагностического центра с поликлиникой управления делами президента РФ говорит, что по ДМС в поликлинике обслуживается не так много клиентов — около 10% в общей массе пациентов. «Мы на рынке медицинских услуг Санкт-Петербурга менее года, а страховые компании не спешат расширять количество клиник-партнеров, особенно если последние не демпингуют», — говорит господин Иванов.

— Сейчас средняя стоимость базового страхового полиса по ДМС составляет примерно 18–20 тыс. рублей. Это разумное и удачное вложение денег, ведь на аналогичный объем услуг в медицинской клинике без покупки полиса придется потратить намного больше». Впрочем, многие страховые компании, несмотря на кризис, готовы и дальше развивать медицинское направление. Так, СК «Капитал-Полис» задумалась

об открытии центра амбулаторной хирургии и реабилитационного центра. «Мы планируем развивать медицинское направление и способствуем этому, разрабатывая и внедряя новые программы страхования», — говорит господин Криворучко. Господин Чопра рассказал, что в среднесрочные планы компании входит развитие сети частных медицинских учреждений в трех регионах: Москве, Санкт-Петербурге и Нижегородской области. «В дальнейшем планируется расширение сети клиник на все крупнейшие города России, где, существует потенциальная востребованность частных медицинских услуг», — подчеркнул страховщик.

Несмотря на оптимистичные планы страховщиков по развитию медицинского бизнеса, перспективы развития рынка добровольного медицинского страхования довольно туманны. «Еще недавно, по оценкам аналитиков, среднегодовые темпы роста рынка ДМС должны были составлять 6–10%. И до последнего времени эти прогнозы неизменно сбывались — в основном за счет страхования персонала малых и средних предприятий, которые сейчас в силу объективных причин вынуждены „затягивать пояс потуже“. Но даже в непростой экономической ситуации, когда начали пересматриваться соцпакеты, а перечень услуг по ДМС сокращаться, от этого вида страхования полностью отказываются редко, просто стараются свести его к минимуму», — говорит Мария Барсова, руководитель направления по медицинскому и личному страхованию страховой группы «Уралсиб». По словам Евгения Гуревича, рынок ДМС может сократиться по итогам 2009 года на 15%.

«Принципиально объем клиентов, застрахованных по ДМС, расти не будет, рынок ДМС тоже упал. Но у отдельных клиник объем может вырасти за счет правильной ценовой политики и маркетинга, но только путем перераспределения: у одной клиники упадет, у другой — прибавит», — рассуждает госпожа Авербах.

АННА АХМЕДОВА

НАШИ ОПЕЦИАЛИСТЫ ПРОКОНСУЛЬТИРУЮТ ВАС О ВОЗМОЖНЫХ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯХ

РОССИЙСКО-ФИНСКАЯ «СКАНДИНАВИЯ»

Пора на «Check-up»!
Полное обследование всего за 2 дня

Вы давно не проходили комплексную проверку состояния здоровья? Нет времени? Тогда воспользуйтесь нашей программой экспресс-диагностики «Check-up»!

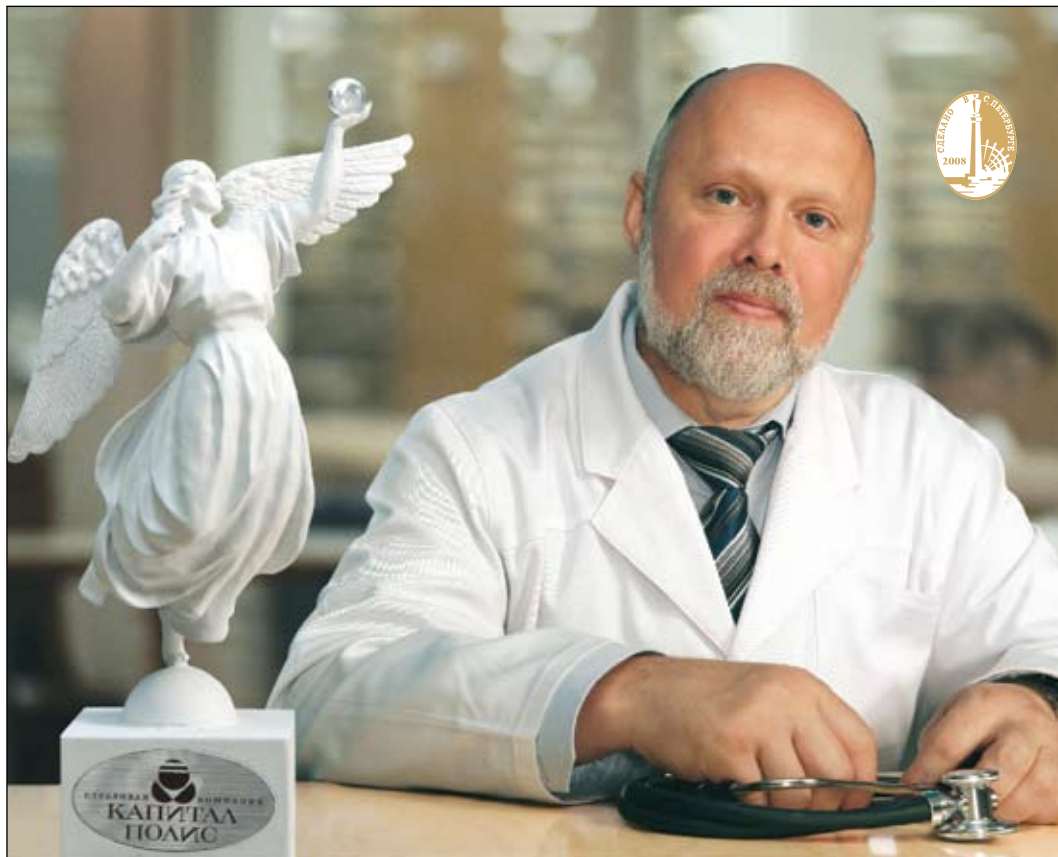
Программа разработана специально для тех, кто ценит свое время и здоровье: полное обследование организма выполняется всего за 2 дня и дает ключевую информацию о Вашем самочувствии и возможных рисках для здоровья. Проходя такое обследование один раз в год, Вы можете быть уверены в том, что Ваше здоровье под надежным контролем.

Стоимость программы не превышает 14 000 рублей.

Скидки корпоративным клиентам

Литейный пр., 55
600-77-77
www.avaclinic.ru

Печать: ПИЧ №19/01 от 06.09.09 г. 01. ноября 2009



СК «Капитал-полис» — победитель конкурсов по качеству «Сделано в Санкт-Петербурге 2008» в номинации «Добровольное медицинское страхование среднего и малого бизнеса».

**Ангел-хранитель
вашего
здоровья**



320-6534

Московский пр., 22
www.capitalpolis.ru

медицина

Здоровье кадров решает все
Большие компании инвестируют в здоровье сотрудников по-крупному

отдел кадров
В практике западных компаний, в том числе работающих в Петербурге уже давно укрепилось понятие «менеджмент здоровья». Российские работодатели пока в большинстве случаев готовы оплачивать только ДМС, иногда компенсировать занятия в фитнес-центре. Однако есть несколько компаний с петербургскими корнями, уделяющих значительное внимание здоровью своих работников.

Под менеджментом здоровья принято понимать комплекс мер, которые принимает работодатель для того, чтобы обеспечить более комфортные, как в физическом, так и в психологическом смысле условия работы для своих сотрудников. Обычно речь идет о добровольном медицинском страховании, компенсации занятий спортом, проведении спортивных мероприятий, премировании за отсутствие вредных привычек, проведении медосмотров. Опрос руководства ряда европейских компаний, проведенный BusinessWeek European Leadership Forum, доказал, что приоритетом для компаний в большей степени должно стать благополучие своих сотрудников, нежели забота о клиентах. Руководители компаний сообщили, что наличие способных, инициативных служащих-профессионалов более ценно, чем знание потребностей клиентов. В конечном итоге именно служащие отвечают за отношения с клиентами и представляют ценное предложение вайшей организации. Согласно данным кадрового агентства «Анкор» за I полугодие 2009 года, свою заботу о здоровье сотрудников в оплате добровольного медицинского страхования выражают 70% петербургских работодателей. Четверть опрошенных компаний может позволить себе частичную или полную оплату абонементов в фитнес-центры. Среди репрезентативно опрошенных «Б» 50 петербургских компаний боль-

ко в пяти была обнаружена развитая система менеджмента здоровья, несколько компаний и вовсе отказались давать комментарии, сославшись на незаинтересованность в теме. Одной из немногих прогрессивных компаний в управлении здоровьем можно назвать торговую сеть «Лента». По словам директора по персоналу «Ленты» Ирины Берлизовой, в компании существует система добровольного медицинского страхования (ДМС). Ранее полис ДМС оформлялся каждому сотруднику, но кризис внес свои коррективы в планы, и на данный момент полисами обеспечен только руководящий состав сети. Остальным сотрудникам предоставлена возможность приобретать ДМС по корпоративным тарифам по цене значительно ниже рыночной. С 2010 года компания планирует вернуться к корпоративному добровольному медицинскому страхованию всех сотрудников. В рамках национального проекта «Здоровье» компания «Лента» совместно с городскими медицинскими учреждениями проводит дополнительную диспансеризацию работников, которая направлена на раннее выявление и профилактику различных заболеваний. Ежегодно компания «Лента» предоставляет своим сотрудникам возможность бесплатно вакцинироваться против гриппа. У «Ленты» есть свой футбольный клуб «Черные Пантеры», который принимает участие в городских турнирах по футболу между предприятиями города, каждый год внутри компании проводится футбольный турнир между командами торговых комплексов. Ежегодно проводятся летние корпоративные мероприятия, «тимбилдинги», в основе которых лежат спортивные соревнования. Все сотрудники торговых комплексов регулярно проходят обязательный бесплатный медицинский осмотр.

Еще одна розничная компания — X5 Retail Group — также развивает корпоративный спорт. Все филиалы имеют

футбольные команды, которые играют как друг с другом, так и с командами других компаний. Каждый филиал имеет команду черлидинга. В рамках ежегодных корпоративных спортивных игр в Москве, где от каждого филиала X5 представлена команда, проводятся соревнования по мини-футболу, бодибилдингу и бильярду. Программа ДМС действует для всех сотрудников всех филиалов X5 с несколькими программами, сотрудники — обладатели некоторых видов корпоративных наград получают бесплатный полис ДМС. Для сотрудников, не обладающих наградами, предусмотрена оптимизация: 80% оплачивает X5, остальные 20% — сотрудник, при этом минимальный пакет для него составляет 133 рубля в месяц (для Москвы).

Охраняют здоровье сотрудников и производители пива. В группе компаний Heineken, помимо ДМС и ОМС, сотрудники получают медицинское обслуживание в пунктах медицинской помощи на заводах или в районных поликлиниках, согласно специально составленному для сотрудников графику. Корпоративные программы ДМС на заводах Heineken покрывают финансовые расходы сотрудниц в период беременности и во время родов. Для некоторых категорий сотрудников действует система дополнительного страхования по рискам страхования жизни, от несчастных случаев и критических заболеваний. В компании внедрена программа по охране труда в рамках глобальной системы ТРМ (общее управление производством) для обеспечения безопасных условий труда и предотвращения случаев травматизма на производстве. Программы компании по системам управления охраной труда, здоровья и окружающей среды соответствуют

международному стандарту OH SAS 18000 (система менеджмента профессионального здоровья и безопасности), который позволяет управлять рисками и повышать уровень производительности и экономической эффективности компании.

В «Балтике» социальные льготы сотрудников, в том числе подпадающие под менеджмент здоровья, закреплены коллективным договором. В 2008 году в рамках договора на оказание услуг ДМС в лечебно-профилактические учреждения по всей стране сотрудники «Балтики» обратились более 50 тыс. раз, компания потратила на обеспечение работников медицинской страховкой более 100 млн рублей. Работающие на заводах «Балтики» могут страховать жизнь и здоровье своих близких родственников по льготным корпоративным тарифам. При временной нетрудоспособности (при беременности и родах, заболевании) компания дополнительно выплачивает компенсацию, для того чтобы сохранить заработок сотруднику. «Балтика» регулярно организует вакцинацию (грипп, гепатит, краснуха) прямо на заводе или в офисе. На базе корпоративных здравпунктов «Балтики» в 2008 году диспансеризацию в рамках нацпроекта «Здоровье» прошли почти 4 тыс. человек. На эти цели, а также на вакцинацию сотрудников от гриппа, гепатита и краснухи «Балтика» выделила около 0,8 млн рублей. В компании пекутся и о детях сотрудников — в прошлом году на содержание детского оздоровительного лагеря на Карельском перешейке компания выделила более 47 млн руб. В девяти городах при заводах открыты спортивно-оздоровительные комплексы (СОК). В Ярославле, где своего СОКА еще нет, сотрудникам компенсируется часть затрат на занятия в фитнес-клубах. В прошлом году на содержание построенных СОКов и здравпунктов «Балтика» потратила 20 млн рублей.

Периодически пивовары арендуют спортивные залы для занятий игровыми видами спорта в тех городах, где сотрудники собрали команды. В сентябре в Санкт-Петербурге был организован четвертый ежегодный корпоративный чемпионат по мини-футболу на Кубок «Балтики», на его проведение было потрачено 2,9 млн рублей.

Большинство из вышеперечисленного предоставляет для своих сотрудников и компания РОСНО. Помимо ОМС и ДМС, кабинета врача при головном офисе, постоянной вакцинации, скидках в фитнес-центр, для охраны здоровья сотрудников компаний разработан курс дистанционного обучения по охране труда и здоровья. В компании проводятся корпоративные спортивные мероприятия: чемпионат по мини-футболу, шахматный турнир, соревнования по бодибилдингу, картингу. Сотрудникам РОСНО также предоставляется возможность принять участие в спортивных мероприятиях, организуемых акционером — концерном Allianz. Ежегодно футбольная команда из России принимает участие в футбольном турнире Allianz среди стран Восточной Европы. Так, в прошлом году футболисты РОСНО завоевали второе место. В следующем году состоится Олимпиада Allianz-2010, к которой альянсовцы уже начали подготовку.

По словам генерального директора «Colliers International — Санкт-Петербург» Николая Казанского, помимо стандартного ДМС, в компании есть еще social account, или «гибкая льгота». Гибкая льгота выражается в определенной сумме в год, которой каждый сотрудник может распорядиться по своему усмотрению — использовать ее на оплату учебы, лечения, на занятия спортом, на питание или на дополнительную страховку. Гибкая льгота в таком виде существует у нас третий год и очень положительно воспринимается всеми сотрудниками».

АНАСТАСИЯ ГОРДЕЕВА

Кризис гонит на Восток
Турфирмы отмечают растущий интерес к дешевым оздоровительным турам в Азию

здоровье
Несмотря на то, что с начала года половина россиян сократила расходы на отдых, представители турбизнеса говорят о том, что медицинский туризм продолжает стабильно развиваться, в отдельных направлениях показывая двукратный рост.

Социологические исследования подтверждают наличие серьезных проблем, особенно в сфере выездного туризма. «Всемирный барометр финансового кризиса» — международный проект, основной задачей которого является оценка восприятия финансового кризиса в разных странах. Исследовательский холдинг «Ромир» в июле 2009 года в рамках этого проекта проводил российскую часть исследования и опросил 1 тыс. жителей России. Результаты были опубликованы в середине сентября. По данным исследования, Россия оказалась одним из десяти государств, чье население прибегло к экономии на отдыхе в период мирового финансового кризиса. В России о сокращении расходов на отдых заявила половина (51%) респондентов. Среди москвичей и петербуржцев доля урезавших расходы на законный отдых составила 46% и 51% соответственно.

Однако среди наших соотечественников есть и те, кто смог позволить себе не экономить на здоровье. В целом по России их набралось 24%, то есть четверть от всех участников опроса, в Северо-Западном округе — 33%, а в Москве и Санкт-Петербурге 36% и 35% соответственно.

Эксперты высказывают мнение о том, что около 40% российских туроператоров вынуждены были уйти с рынка под давлением кризиса и из-за неумения вовремя диверсифицировать свой бизнес. Те же, кто смог оперативно и адекватно среагировать на новые вызовы, учли в своей практике, в том числе, и потребности населения в получении медицинских услуг за рубежом, реализуя медицинские туры

как одно из стабилизирующих направлений деятельности. Руководитель петербургской турфирмы «Парус-Тревел» Марина Губанова рассказала корреспонденту „Б” о заинтересованности в формировании турпродукта, включающего как отдых, так и лечение за рубежом. «Наша компания несколько лет специализируется на организации деловых поездок в разные страны мира, но сегодня ощущается потребность разнообразить предложения. И такое направление, как медицинский туризм может стать интересным и востребованным клиентами», — считает она.

Если в докризисные времена особой популярностью у нуждающихся в лечении россиян пользовались клиники Германии, Израиля, Франции, Италии, Австрии, то с начала текущего года отмечена заметная переориентация потоков в сторону Юго-Восточной Азии. Особенно ярко это иллюстрирует Дальний Восток в целом и пограничные с Китаем территории в частности. По словам генерального директора ЗАО «Интурист-Благовещенск» Галины Приходько, в этом году вырос спрос на отдых в Бэйдайхэ (КНР). Госпожа Приходько в первом полугодии наблюдала двукратное увеличение продаж. «Амурчане едут в Китай за здоровьем и положительными эмоциями. Нам повезло, что мы граничим с КНР — отдых и лечение там дешевле и выше по уровню комфортабельности, сервиса, и развитости инфраструктуры», — пояснила руководитель туристической компании.

К примеру, один осмотр стоматологом в швейцарской клинике стоит 200 евро, а лечение зуба обойдется в 340. В США цены ниже, но все равно неконкурентоспособны в сравнении даже с самыми дорогими клиниками Юго-Восточной Азии. В среднем курс лечения в Китае длится две-три недели, каждый пациент тратит от 3 до 10 тысяч долларов в качестве оплаты за лечение, проживание и развлечения. Медицинские центры Китая, Кореи, Тайлан-

да, Малайзии, Индии, в силу дешевизны услуг и благодаря системному подходу к лечению, стали решением проблем со здоровьем для небогатых российских граждан. Причем речь идет не только о лечении заболеваний, их профилактике и восстановлении после перенесенных травм и операций, но и о коррекции мировосприятия, мобилизации собственных сил организма.

Между тем процесс развития этого относительно нового направления в индустрии путешествий происходит весьма неравномерно. Если Москва, Владивосток, Хабаровск, крупные города за Уралом уже много лет являются отправными точками в путешествиях за здоровьем, то Петербург только начинает активно включаться в эти направления. «Анализируя процесс развития медицинского туризма, нельзя не заметить существенное отставание Санкт-Петербурга от московских темпов», — считает Андрей Левчин, руководитель петербургской компании, организующей лечение в Китае и Корее. По словам господина Левчина, в семи крупных медицинских центрах китайского курорта Далинь в год проходят лечение около 1,5 тысячи пациентов из России. С учетом множества мелких лечебных учреждений, также работающих с иностранцами, количество увеличивается вдвое. Наши соотечественники избавляются в Далине от проблем с позвоночником и других сложных заболеваний безоперационным путем. Генеральный директор дальнянского филиала брендовой китайской компании «Тунжэньтан» Лин Хонг (Lin Hong) полагает, что число российских пациентов будет продолжать расти даже в условиях кризиса. «Китайское правительство делает все, чтобы уровень медицинских услуг, оказываемых туристам из России, не вызывал нареканий, а въезд в страну происходил без всяких препятствий» — утверждает руководитель лечебно-фармацевтической компании.

ИРИНА БЫЧИНА

Петербургская Ассоциация частных клиник может стать Всероссийской



Председатель Ассоциации частных клиник Санкт-Петербурга Надежда Алексеева: «Мы уже преодолели большую работу, и в ближайшее время Федеральная Антимонопольная служба подготовит доклад о состоянии конкуренции в здравоохранении РФ, в котором будут отражены все важнейшие вопросы, которые обсуждались на Форуме»

25-26 октября в Санкт-Петербурге на III Всероссийском медицинском форуме «Частная медицина России-2009» обсуждались достижения, вопросы и проблемы негосударственной медицины. Чего больше — достижений или проблем, сказать сложно, но главным итогом Форума стало высказанное практически всеми участниками мероприятия желание объединиться во Всероссийскую Ассоциацию.

Такое объединение поможет частным клиникам сообща решать общие проблемы, делиться опытом и обсуждать текущие вопросы. А главная цель, которую отметили почти все 200 делегатов Форума, это участие частной медицины в формировании эффективной национальной системы здравоохранения. При этом речь не идет о создании каких-либо преференций для частных клиник, скорее наоборот — о создании равных условий для всех медицинских учреждений, независимо от их формы собственности.

Представители частной медицины уверены, что для создания равных условий нужно не так уж много. Самый простой путь — допуск частных клиник в систему ОМС. Однако предварительно необходимо создать справедливые тари-

фы, в которые будут включены все расходы, а также предоставить возможность дополнять этот тариф оплатой по полису ДМС или личной доплатой пациента в кассу. Кроме того, частные клиники могут составить серьезную конкуренцию государственному в борьбе за федеральные и муниципальные заказы на оказание высокотехнологичной медицинской помощи — такой, как лечение бесплодия, стентирование коронарных и сонных артерий, эндопротезирование суставов и др. Еще один важный вопрос — создание справедливой цены на услуги в хозрасчетных отделениях государственных и муниципальных больниц и поликлиник, которые назначают ее

по собственному усмотрению, без расчета себестоимости, в то время как частные клиники оплачивают все расходы самостоятельно.

Главным итогом этих мероприятий станет здоровая конкуренция, а значит — повышение доступности качественных медицинских услуг для пациентов.



Вопросы и проблемы частной медицины в Санкт-Петербурге обсуждали более 200 представителей клиник из разных регионов России

На правах рекламы

медицина

Стоматологическая сбормашина

с начала года снизила обороты на треть, но продолжает раскручивать

СТОМАТОЛОГИЯ

Нынешний кризис показал справедливость поговорки, что последними умрут от голода дантисты. Хотя для многих посещение стоматолога — серьезный удар по бюджету, на зубах и сегодня стараются не экономить. При этом сумма, которую выкладывает пациент, в большой степени определяется маркетинговой политикой клиники и совестью врача.

Деваться некуда

В советское время стоматология, как и все остальные отрасли медицины, официально была бесплатна. Теоретически даже золотые зубы должны были вставить за казенный счет, коли того требовали медицинские показания. Однако и тогда хороший зубной техник при ставке 100 руб. в месяц на левых заказах зарабатывал около 1000, а врач — еще больше. Сейчас в рамках программы ОМС пациент теоретически может рассчитывать на весь спектр медицинских процедур вплоть до протезирования, кроме разве что сугубо косметических. Другое дело, что оплачиваемые ОМС технологии по большей части давно устарели. А что касается протезирования, то бесплатно оно осуществляется по решению органов социальной защиты и в порядке очереди, растягивающейся на неопределенный срок. Ну а дентальную имплантацию или, скажем, установку более или менее удобного протеза ОМС не предполагает вовсе. Получается, что выбор в пользу платной стоматологии в большой степени предопределен.

По данным консалтинговой компании «Амико», официальный объем продаж на рынке стоматологических услуг России в 2008 году составил около \$125 млн (3,7 млрд руб.). В прошлом году рынок потерял около 6% объема, тогда как раньше увеличивался на 25-35% в год. На самом деле официальные данные по объему рынка явно



сильно занижены. Согласно исследованию «Амико», на конец 2008 года в Москве насчитывалось 1280 негосударственных стоматологических клиник с более чем 4,7 тыс. стоматологическими установками (кресло со всем необходимым). Для сравнения, в государственных клиниках Москвы таких установок 6,5 тыс. Одно кресло в среднем дает оборот 500 тыс. руб. в месяц (в экономклассе — меньше, в VIP — больше), и выходит, что годовой оборот только частной московской стоматологии — около \$1 млрд. Сюда можно добавить суммы, оседающие вчернуху в карманах врачей государственных учреждений (в госекторе занято около 70-80% всех стоматологов).

Оборот, по словам владельцев клиник, снизился с начала 2009 года на треть. Поднять цены, следуя за инфляцией и удорожанием (согласно курсу валют) импортных материалов, решились далеко не все. Лучше какое-то время терять прибыль, чем потерять клиентов. Конечно, когда зубы не в порядке, деваться некуда, однако пациенты стали отдавать предпочтения более дешевым вариантам работ и материалов. Значительно упал спрос на эстетические процедуры. Некоторые клиники, в основном мелкие, уже закрылись или сократили количество кресел.

Практика и бизнес

«Прежде чем открывать клинику, нужно четко понять, на

какой уровень пациентов она будет ориентирована», говорит Павел Павлов, главврач и владелец «Стоматологической клиники N 7». — Именно этим будут определяться вложения в помещение и оборудование. Однако, по словам Павлова, в стоматологии «для среднего класса» и «для VIP» качество работы и материалов абсолютно одинаковое. Разница цен определяется исключительно имиджем и незначительными отличиями в сервисе. Однако имидж требует и иных вложений не только во внешний антураж вроде мраморной стойки администратора, но и в стоматологические установки. Например, установка корейского производителя обойдется в \$10 тыс., а раскрученный итальянский — в \$50 тыс. И та и другая вполне надежны, различия в возможностях практически нет, однако в VIP-клиниках принято устанавливать все самое дорогое. Соответственно, если изначально промахнуться, то потом перепозиционироваться не получится — снижение стоимости услуг не позволит окупить дорогое оборудование, равно как и богатые пациенты не пойдут в клинику экономкласса.

Стартовые вложения в заведение среднего уровня на три-четыре кресла составят около \$100 тыс. вместе с ремонтом, покупкой необходимого оборудования и оформлением. В не самом лучшем случае месячный оборот такой клиники — около \$35 тыс., чистая прибыль на арендуемой площади — примерно 20%. Большой подводный камень стоматологического бизнеса — аренда помещения. В кризис арендаторы не договорившись с владельцами о снижении платы, перебираются в другое место, у стоматологов же все сложнее: переезжать со своим оборудованием и переоформлять лицензию на новое помещение — задача почти нерешаемая.

Как заметил врач-стоматолог Сергей Никитин, частная стоматология бывает в двух вариантах: бизнес и практика.

В первом случае коммерсант вкладывает деньги и занимает управляющего-главрача. Такой вариант был распространен в 1990-е годы — стоматологические заведения открывали не врачи, а владельцы квадратных метров. Сегодня на первое место вышла практика: клиника открывает действующим стоматологом, который не только руководит, но и практикует рядом с обычными сотрудниками. Так значительно проще следить за тем, чтобы нанятые врачи оказывали услуги должного качества и не работали налево.

Дорогие дантисты

Серьезная проблема рынка стоматологических услуг — квалифицированный персонал. «Квалифицированного персонала в Москве не хватало всегда», — говорит Елена Терентьева, главврач и владелец стоматологии «Святая Варвара». — Большая часть работающих врачей — не москвичи. Те же, кто родился в Москве и учился здесь, в основном открывают свои клиники или организуют иную частную практику». Заметим, что далеко не все квалифицированные врачи хотят работать в коммерческих клиниках — как и в советские времена, многим неприятие приносит «халтура» на рабочем месте в госучреждении. Кстати, по словам владельцев клиник даже среднего уровня, конкурентов в таких врачах они не видят — цены у тех зачастую не намного ниже.

Наять «дешевото» высококвалифицированного дантиста нереально уже потому, что стать профи стоит дорого — даже при бесплатном шестилетнем обучении в медицинском вузе. «После окончания вуза необходимо пройти два года ординатуры и/или год интернатуры, обучение в аспирантуре — еще три года», — говорит заведующий стоматологией ФГУ ГНИИ ПМ Минздрава социальный Дмитрий Колтунов. — Даже если это формально бесплатно, то все равно к хорошему врачу-учителю зачастую попасть

можно только за деньги — \$3-5 тыс. в год. Потом лет пять нужно набирать практику. Так что после института лет пять-шесть зарабатывать вообще не удастся или удастся крайне мало (если подрабатывать ассистентом стоматолога). Все сложные актуальные методики, которые появляются каждый год, осваиваются исключительно на платных курсах. Стоимость курса от \$50 до \$1500 за пару дней. В год таких курсов я посещаю три-четыре минимум. Но я хирург, а терапевты могут и больше. Зато потом, если попадешь в хорошее место, эти инвестиции отбиваются года за три». Средняя зарплата наемного врача в частной клинике Москвы — \$2-3 тыс.

Врач-врач

Опасность, которая подстерегает клиента коммерческой стоматологии, — навязывание лишних процедур. «Будут ли врачи в клинике раскручивать на деньги или вести себя честно — зависит исключительно от руководителя и выбранной политики», — говорит Евгений Лопатин. — Есть клиники, ориентированные на постоянный приток людей по рекламе — человека там раскручивают по полной, понимая, что больше он к ним не придет. Правда, сейчас, мне кажется, такие заведения уже не выжижут».

«Видел по телевизору рекламу сетевой клиники: «У нас пломба — 800 руб.», — рассказывает Павел Павлов. — Это в чистом виде развод. Действительно, формально самая простая пломба у них стоит 800 руб., однако когда пациент уже будет сидеть в кресле, они накрутят в несколько раз больше на всем, что сопровождало процедуру». Бывает, что реклама декларирует «бесплатный осмотр». Человек приходит в клинику и ему объясняют, что осмотр действительно бесплатный, однако чтобы его пройти, необходимо сдать анализы, сделать рентген всей челюсти и т. д. — за плату. АЛЕКСЕЙ БОЯРСКИЙ

Тело в технике или неумомимые массажисты

красота

На протяжении двадцати пяти тысячелетий сформировалось неизменно количество школ и методов массажа, с трудом поддающихся классификации. Но в середине XIX века появилось принципиально новое направление, позволившее разделить массаж на две категории — мануальный и аппаратный. Несмотря на относительно недолгую историю массажных аппаратов, человечество избрало несколько сотен машин, воздействующих на человеческие органы. Мы ограничимся описанием лишь наиболее популярных методик.

Вибромассаж

Одним из самых первых по времени появления видом аппаратного массажа принято считать вибромассаж. О его существовании в 70-е годы до н. э. свидетельствуют научные изыскания медика Асклепида. Считается, что он первым предложил воздействовать на человеческий организм путем вибрирующих и колебательных движений всевозможных частот и амплитуд. Изначально такие колебания осуществлялись исключительно с помощью подручных средств или ручного массажа. В современной профессиональной практике для этого вида массажа чаще всего используют виброплатформы. Виброплатформа представляет собой тренажер, который работает по принципу воздействия низко- и среднечастотных вибраций на мышцы, в результате чего они начинают интенсивно сокращаться и расслабляться. Виброплатформы используют не только для терапевтических целей — предупреждения остеопороза и мышечной атрофии, но и в косметологии: для коррекции фигуры, борьбы с лишним весом и избавления от целлюлита.

Гидромассаж

В начале XX века семеро братьев Джакузи эмигрировали в Калифорнию, где все как один занимались механикой и изобретательством. Дела братьев в целом процветали до тех пор, пока не выяснилось, что сын одного из них болен ревматоидным артритом. Но Джакузи не были бы Джакузи, если бы не придумали ничего в этой связи: отец мальчика Кандидо решил, что насосы его фирмы, которые используются в промышленных целях, можно применить и в домашней ванне. Он смастерил устройство — аэрационный насос, который при погружении его в ванну с водой выдавал массирующую струю из смеси воды и воздуха. Этот принцип — воздействие мощных струй на тело человека — лежит в основе современной гидротерапии. Гидромассаж показан людям с заболеваниями опорно-двигательного аппарата, перенесшим травмы позвоночника или имеющим проблемы с суставами. В косметологии используется в борьбе с лишним весом, целлюлитом, дряблостью кожи и для повышения общего тонуса организма. При помощи «магической» джакузи можно добиться состояния релакса — но не более того.

Пневмомассаж (прессотерапия)

Существует распространенное мнение о том, что массаж воздействует главным образом на мышцы, и в большинстве случаев это действительно так. Но есть исключения, например, прессотерапия. Главным объектом этого вида массажа является лимфатическая система. Прессотерапия используется для борьбы с отечностью, целлюлитом и варикозным расширением вен. Для сеансов используется специальный костюм, в который дозированно, под давлением, поступает сжатый воздух, позволяющий осуществлять лимфодренажный массаж всего тела. По словам

Елены Иванцовой, специалиста по велнес-оборудованию компании «Тонус-клуб», оборудование для прессотерапии весьма разнообразно. Костюм для прессотерапии может состоять как из отдельного рукава, сапожка или накладки на живот, так и из полноценного комплекта (штанов и куртки), позволяющего осуществлять лимфодренажный массаж всего тела. Аппараты для прессотерапии могут быть как простыми — обеспечивающими последовательный массаж в течение всей процедуры, так и сложными, многофункциональными, позволяющими сочетать несколько (до шести) взаимодополняющих массажных режимов: от подготовительного массажа и следующего за ним глубокого лимфодренажа до завершающего, расслабляющего режима. Такие аппараты позволяют заранее программировать массажный цикл, а также настраивать аппарат индивидуально под каждого клиента.

Комбинированный массаж с прогреванием

Совмещать массаж и прогревание — значит повышать эффект от обеих процедур, на этом и основан принцип действия популярных сегодня массажных кроватей. Массажная кровать комплексно воздействует на проблемные участки в виде механического массажа, точечного воздействия и инфракрасного прогревания. Массаж осуществляется с помощью нефритовых роликов. Система роликов при этом автоматически адаптируется под форму позвоночника и расслабляет его. Нефрит, поглощая тепло инфракрасного излучения, нагревается, и ролики, помимо массажа, оказывают дополнительное термальное воздействие. Массаж и прогрев тканей вдоль позвоночника снимают мышечный спазм, вытягивают позвоночник и восстанавливают подвижность позвонков, улучшая осанку. Массажную кровать можно использовать для профилактики и лечения болей в спине, невралгий, остеохондрозов, при сердечно-сосудистых заболеваниях, нервном и физическом переутомлении.

Эндермология

Будущий основатель компании LPG Systems Луи Поль Питей в 80-е годы попал втянутым в авткатастрофу. Для быстрой реабилитации ему приходилось по четыре часа в день проводить в массажных кабинетах. Чтобы добиться лучших результатов за более короткое время, месье Питей избрал аппарат для разглаживания и размягчения рубцов. Теперь на массаж стало уходить менее 40 минут, а его эффективность увеличилась. Принцип работы LPG состоит в следующем: на небольшом участке кожи создается вакуум, который удерживает кожу, одновременно позитивное давление оказываются ролики, которые ответственны за создание условий механического стресса. По словам врача дерматолога-косметолога клиники «Скандинавия» Анастасия Крестяниновой, в новейшей модификации аппарата Cellu M6 Keumodule появилась программа липомассажа, глубоко прорабатывающая подкожную клетчатку и помогающая избавиться от целлюлита и придать коже тонус. Несмотря на то, что в основном аппараты LPG используют для вышеперечисленных целей, их возможности гораздо шире. С помощью LPG можно уменьшить отечность при лимфостазе, сделать кожу более эластичной, улучшить качество рубцов, уменьшить болезненность при суставных проблемах, облегчить состояние при растяжении связок, восстановлении мышц. LPG улучшает кровообращение в шейно-воротниковой зоне, таким образом уменьшая неприятные ощущения при головных болях, остеохондрозе. ИРИНА БЫЧИНА

Клиент платит меньше

Организации экономят на ДМС, и это приводит к снижению сборов страховых компаний

страхование

(Окончание. Начало на стр. 14) Выход — гибкие программы, которые можно подстраивать под возможности клиента, тщательная работа с медицинскими учреждениями. По оценкам господина Кузнецова, реальная цена, гарантирующая минимальную прибыль для страховщика, должна быть выше на 30% от нынешних цен. Учитывая, что стоимость ДМС напрямую зависит от стоимости услуг лечебно-профилактических учреждений, страховым компаниям сегодня приходится пересматривать взаимодействие с клиниками, согласен господин Яковлев. «Два года назад ЛПУ поднимали цену в среднем на 15% в год,

и нам удавалось сдерживать рост стоимости ДМС на уровне 10–11%. Но в связи с инфляцией мы наблюдаем сегодня существенный рост стоимости медицинских услуг и явное увеличение числа обращений, что, с одной стороны, может быть связано со стрессовым состоянием людей, а с другой — с политикой отдельных ЛПУ, практикующих гиперпечение и гипердиагностику», — отмечает он.

Как отмечает Андрей Александров, директор филиала ОСаО «Ингосстрах» в Петербурге, цены клиник растут опережающими темпами по отношению к тарифам страховщиков, в среднем на 30% и 15% соответственно. Страховщики, со своей стороны, предпри-

нимают шаги для того, чтобы взять под контроль эту тенденцию. Наиболее эффективный метод в этой связи — создание и более активное использование собственной медицинской базы. Свои медицинские центры сегодня имеют почти все крупные игроки рынка, что дает возможность и предоставлять клиентам качественные услуги, и отслеживать расходование средств. По словам господина Александрова, развитие своих клиник также позволяет диверсифицировать клиентскую базу.

Страховщики ждут стабилизации не ранее 2010 года

Сейчас ситуация на рынке несколько стабилизировалась: продажи по ДМС уже вышли

на уровень 2008 года и наблюдается определенный подъем, отмечает Марина Трофимова из «Ресо». В основном это происходит за счет перераспределения рынка — часть страховых компаний уже ушла с рынка ДМС, а их клиенты застраховались в других, более надежных компаниях. В том числе большой портфель по ДМС от ушедших с рынка перешел в «Ресо-Гарантию», говорит госпожа Трофимова. Появляются и новые корпоративные клиенты, ранее не страховавшие своих сотрудников по ДМС. «С июля рынок понемногу оживился. Большая часть корпоративных клиентов, сокративших расходы на ДМС в начале 2009 года, возобновила страхование», — соглашается Марина Мелентьева.

Тем не менее по итогам года премия по рынку ДМС будет меньше, чем в 2008 году, на 15–20%, считают эксперты. До конца года тенденция падения премий по ДМС сохранится, так как наблюдается сокращение реальных доходов населения, — следовательно, не растут зарплат и затраты предприятий и организаций на персонал, считает госпожа Долинина. «По предварительным прогнозам, в 2009 году произойдет снижение рынка на 15%, а в 2010 году он может подрасти на 10–12%», — говорит Ифения Майорова, заместитель директора по медицинскому страхованию Северо-Западной дирекции РОСНО. Дальнейшее развитие сектора будут определять нынешние и будущие

кризисные тенденции рынка. «В ближайшие несколько лет мы станем свидетелями постепенного укрупнения отрасли и дальнейшего сокращения количества страховых компаний. Среди крупнейших страховщиков возможен передел долей», — отмечает господин Александров. Учитывая фактор разнонаправленного ценового давления со стороны клиентов партнерских учреждений, компании будут объединять усилия для удержания позиций в секторе ДМС. Это может быть выражено как в усилении законодательной базы в интересах страховщиков, так и в создании организаций «над рынком», например, страховых союзов, говорит он.

ВЕРОНИКА МАСЛОВА

ВЕЩИ ДЛЯ МЕНЯ

ЧАШКА ГОРЯЧЕГО КОФЕ

ЛЮБИМАЯ МЕЛОДИЯ

НАСЛАЖДАЙТЕСЬ ОДНИМ ИЗ ТРЕХ РЕЖИМОВ: «РАССЛАБЛЕНИЕ», «ВОССТАНАВЛЕНИЕ» ИЛИ «ШИАЦУ»

МАССАЖНАЯ КРОВАТЬ «ЗДОРОВАЯ СПИНА» КОМПАКТНА И ПРОСТА В УПРАВЛЕНИИ, ПОДХОДИТ ДЛЯ ДОМА И ОФИСА

ОПТИМАЛЬНОЕ СОЧЕТАНИЕ: МАССАЖ + РЕФЛЕКСОТЕРАПИЯ + ИНФРАКРАСНОЕ ТЕПЛО

СНИМАЕТ НАПРЯЖЕНИЕ И БОЛИ В СПИНЕ • ВОССТАНАВЛИВАЕТ ПОДВИЖНОСТЬ СУСТАВОВ И ПОЗВОНОЧНИКА • УСКОРЯЕТ ОБМЕН ВЕЩЕСТВ

МАССАЖНАЯ КРОВАТЬ «ЗДОРОВАЯ СПИНА»

ПРОДАЖА ВЕЛНЕС-ОБОРУДОВАНИЯ, ФРАНШИЗА ВЕЛНЕС-ЦЕНТРА (812) 702-70-14

ТОНУС-КЛУБ® www.tonusclub.ru

РАССЛАБИТЬСЯ ПОСЛЕ РАБОЧЕГО ДНЯ, СБРОСИТЬ ГРУЗ ЗАБОТ И ЛИШНИЕ КИЛОГРАММЫ, НАВСЕГДА ЗАБЫТЬ О БОЛЯХ В СПИНЕ...

HELIХ®

www.helix.ru

МЕДИЦИНСКИЕ АНАЛИЗЫ

→ все виды
→ без записи и очередей
→ экспресс-анализы по обычной цене
→ результаты: e-mail, факс, телефон, курьер
→ бесплатный прием врача-консультанта
→ выезд на дом, в офис
→ прием специалистов, УЗИ, ЭКГ

Лабораторная служба Хеликс

сеть специализированных диагностических центров

Анализы из первых рук!®

О возможных противопоказаниях необходимо проконсультироваться со специалистами

380-90-11

телефон единой справочной

ЛУЧШИЙ ТОВАР

14-я международная выставка по здравоохранению «Большница»

С 7 по 9 октября в «Ленэкспо» пройдет крупнейший форум по здравоохранению на Северо-Западе России — международная выставка «Большница». Главной целью выставки является продвижение отечественных производителей, поддержка предприятий малого и среднего бизнеса. В выставке примут участие такие компании, как НПП «РАТЕКС» (ультразвуковые сканеры «Раскан» для исследования внутренних органов), «Медбаланс про» (негатоскопы для просмотра рентгеновских снимков), «ДНК-Технология» (оборудование для ПЦР

и реактивы), «Мицар» (медицинское оборудование для функциональной диагностики, неврологии, реанимации, скорой помощи). В этом году на площадках выставки будут представлены компании из Санкт-Петербурга, Москвы, Рязани, Казани, Оренбурга, Новосибирска, Новгорода, Таганрога, Перми, Нижнего Новгорода, предприятия Белоруссии, Украины и ЮАР. Мероприятие предусматривает деловую программу: в день открытия стартуют конференции научно-практического общества врачей-косметологов Санкт-Петербурга и семинар «Ситуация на рынке медицины и фармацевтики». 8–9 октября деловую программу «Большница» продолжит форум «Клиники: рецепты выживания и повышения прибыли» и биржа вакансий. Организаторы выставки — «Примэкспо» и ITE Group plc. **Соб. инф.**