

Рынку нужен баланс

Насколько сложно сегодня в Петербурге развивать стоматологические клиники, как привлекать в новые отделения персонал и чего стоит ожидать от ценовой политики медучреждений в ближайшее время, «ДП» рассказал управляющий партнёр многопрофильного медицинского центра «Лахта Клиника» Александр Иzaak

Что характерно для современного рынка стоматологии?

— Самое главное, что здесь можно отметить: этот рынок в основном сформирован за счёт частного бизнеса. Государственный сектор на фоне большого количества коммерческих стоматологических клиник в России, и в Петербурге в частности, представлен не столь широко — в районных отделениях обслуживается небольшой процент населения. Ввиду того, что рынок высококонкурентный, его ключевым игрокам приходится изо дня в день своей работой подтверждать экспертность с целью сохранить и привлечь пациентов, а также постоянно придумывать мотивации для создания и удержания команды опытных докторов.

О мотивациях какого рода идёт речь?

— Учитывая большое количество клиник, сегодня найти профессионального стоматолога гораздо сложнее, чем квалифицированного врача общего профиля. У каждого востребованного доктора есть пул своих клиентов, которые привыкли ходить к нему в определённую клинику. Переманить к себе такого специалиста крайне сложно. И заинтересовать его нужно не только высокой оплатой труда. Врачи в этой сфере обращают особое внимание на возможности, которые предоставляет клиника для работы и развития, на инновационность оборудования и применяемых в медучреждении методик.

На примере нашей недавно открывшейся клиники Lahta Dental могу сказать, что её большое преимущество — в совмещении с общей медициной. Это значительно расширяет наши компетенции и позволяет подходить к лечению человека комплексно, выявлять и устранять причину болезни, а не её последствия, с которыми часто имеет дело стоматолог. Способствует этому и наличие у нас малой операционной, где можно проводить манипуляции, связанные не только с лечением зубов.

Кроме того, люди идут к нам работать, потому что во главу угла мы ставим конструктивную коммуникацию как внутри команды, так и при взаимодействии с па-



циентами. Немаловажным является и то, что у нас отсутствует система штрафов и финансовых планов. Да, как любая коммерческая организация мы заинтересованы в денежном потоке, но долгосрочные перспективы считаем приоритетными. А они напрямую зависят от репутации, лояльности клиентов и кадровых ресурсов клиники.

Почему вы решили на базе своих медицинских центров развивать стоматологическое направление?

— Эту идею предложила наша главная медицинская сестра, которая заведует административными вопросами. Плюс мы неоднократно фиксировали соответствующий запрос у наших пациентов. Автор идеи помогала командой, параллельно мы подыска-

ли подходящее место. Выбранный объект недвижимости оказался под охраной КГИОП, поэтому отделение строилось долго, много времени ушло на согласования. Зато сегодня мы располагаем довольно крупным центром экспертной стоматологии для пациентов любого возраста — площадью 375 м². Повторюсь, главной мотивацией для нас стало желание расширить клиентские возможности и наши компетенции.

Кого, на ваш взгляд, сейчас можно назвать хорошим стоматологом? Имеет ли значение, где он получил образование и опыт работы? Как проверить его квалификацию на деле?

— Поскольку формирование нашей команды ещё не завершено и мы

продолжаем отбирать специалистов, в последнее время я не раз задавался этими вопросами. Для меня хороший специалист — это врач с опытом, но с гибким мышлением, активный, открытый для новых практик, желающий учиться и профессионально расти.

Раньше система приёма на работу у нас была построена так: эксперты клиники, главный врач, руководитель направления оценивали соискателя по собеседованию и результатам работы в контрольную смену. Однако я решил, что это не слишком объективно с учётом стресса, нового оборудования, незнания ассистентов. Считаю, что на входе более разумно оставить только собеседование, которое позволяет познакомиться с самим человеком, понять,

что он собой представляет, насколько сможет влиться в команду, как относиться к людям, к своей профессии, как разговаривает, насколько он коммуникабельный и умеет ли искать компромиссы. Далее показательным будет испытательный срок длиной не менее 3 месяцев. Только так можно понять, на что действительно способен новый работник.

Если же он подтверждает на деле свою квалификацию, то совершенно не важно, откуда он приехал и где учился. Яркий тому пример — мы недавно приняли на работу доктора из Челябинска. Несмотря на то что в Петербурге его имя было неизвестно, за короткое время он смог собрать неплохую базу клиентов.

Каких изменений на рынке стоматологических услуг стоит ожидать в ближайшее время? Будет ли повышаться их стоимость?

— К сожалению, это неизбежно. Маржинальность бизнеса не позволяет пренебрегать уровнем инфляции и ростом цен на расходные материалы, оборудование, аренду. При этом, чтобы не было скачкообразного роста цен, руководство клиники должно постоянно держать руку на пульсе и идти по пути их постепенного подъёма сообразно и соответственно тому, как растут расходы организации. Сейчас все игроки отрасли ожидают от поставщиков оборудования и материалов, а также арендодателей разумной ценовой политики. Они должны понимать, что бизнес никогда не согласится уйти в минус. А постоянно перекладывать груз оплаты на пациента тоже нельзя. В Петербурге просто нет такого количества богатых людей, которые могут свободно оплачивать дорогостоящие услуги. Это может сильно ударить по рынку, учитывая, что он представлен, как мы уже говорили, в основном коммерческими учреждениями.

Могут ли повлиять на ценообразование изменения в геополитике?

— Безусловно. На сегодняшний день для медицинского бизнеса недоступны кредиты по причине высокой ключевой ставки, которая к тому же постоянно растёт. Как только деньги станут более доступными, вырастет предложение на рынке. Когда это произойдёт, может начаться дефицит спроса, что, в свою очередь, приведёт к снижению стоимости услуг в том числе. Но пока об этом говорить преждевременно.

ТАТЬЯНА ЕВГРАФОВА
tatiana.evgrafova@dp.ru