

только подчеркивали существование проблемы в масштабах страны.

SR: Через какие основные этапы прошла ваша компания с момента основания?

М. А.: Конечно, мы пережили этап первоначального роста. Далее последовало расширение деятельности, в том числе и в направлении помощи инвалидам по слуху. Занимаясь поставкой и продажей, мы поняли: мы ответственные за пациентов, получивших кохлеарные имплантаты! Поэтому мы активно тратим средства на социальные проекты, сотрудничая с партнерством родителей проимплантированных детей «Я слышу мир!». Сегодняшний наш этап я бы обозначила как зрелость. Ассортиментный портфель набран. Мы понимаем, что мы делаем. Мы понимаем наши цели и задачи.

SR: Означает ли стадия зрелости, что вы уже достигли всего, чего хотели?

М. А.: Планы должны быть всегда. Иначе развитие компании невозможно. Диверсификация активов также обязательна. Конечно, мы преимущественно рассматриваем перспективы смежной диверсификации. Однако есть ряд проблем с выводом нового продукта, именно медицинского продукта, на рынок. Это связано с бюрократическими барьерами, не всегда обоснованными, при получении регистрационного удостоверения Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения, наличие которого — обязательное условие для обращения медицинского изделия на российском рынке. Сегодня средний срок регистрации составляет 1,5–2 года, даже при наличии американской сертификации FDA, признанной во всем мире, или европейской CE.

SR: Ситуацию с длительностью регистрации в России можно изменить?

М. А.: Медицинский бизнес в России поднимает этот вопрос едва ли не каждый день. Проблема обсуждается, но никаких реальных перемен к лучшему пока мы не видим. Новая система начала действовать в 2013 году, к концу 2017-го понимания однозначно стало больше. Но до желаемого и разумного уровня прозрачности пока далеко.

SR: Есть ли разумные объяснения необходимости именно такого формата регистрации?

М. А.: Россия и страны ЕврАзЭС создают свою систему доступа медицинских изделий на общее экономическое пространство. Пока действуют национальные системы регистрации. На сегодня система крайне сырая, постановления и регламенты имеют несколько вариантов толкования, что приводит к отсутствию прозрачности, к излишней бюрократии и затягиванию регистрационных процедур.

В конечном итоге страдает потребитель, пациент, новые изделия на рынке России появляются с большой временной задержкой. По моему мнению, изделия, допущенные до мирового рынка FDA (Управлением по санитарному надзору за качеством пищевых продуктов и медикаментов США), могут иметь более короткие сроки регистрации, при этом разумно увеличить государственную пошлину. Американская система хороша тем, что она нацелена на предупреждение нанесения вреда пациенту и признана в мировом сообществе эффективной.

SR: Присутствуют ли сегодня в портфеле компании продукты, которые вы хотели бы предложить рынку, но не можете из-за того, что они пока не зарегистрированы в России?

М. А.: Да, мы рассматриваем разные перспективные продукты, в основном высоких технологий, имплантируемые изделия в том числе. Назвать эти продукты пока не могу, но — да, над их выводом на рынок мы работаем.

SR: В каких проектах вы участвовали и в каких областях?

М. А.: Компания считает ключевым фактором успешного развития бизнеса взаимовыгодное и долгосрочное сотрудничество со своими клиентами и деловыми партнерами. Наш девиз «Сила успеха — в надежном партнерстве». Мы имеем многолетний успешный опыт комплексных поставок медицинского оборудования, оснащения ЛПУ в рамках федеральных госпрограмм и проектов. Это национальный проект «Здоровье» Министерства здравоохранения РФ, программа модернизации здравоохранения 2011–2012 годов, поставка аппаратов, приборов и оборудования для хирургии и диагностики для нужд Министерства обороны Российской Федерации (2007–2016 годы), региональные программы по усовершенствованию различных областей медицины (отоларингология, урология, травматология, лапароскопия, лучевая и функциональная диагностика).

SR: Что хотелось бы усовершенствовать в действующей системе организации торгов?

М. А.: Сначала скажу о том, что изменилось к лучшему по сравнению, скажем, с торгами десятилетней давности. Не нужно предоставлять в разные, порой самые отдаленные, уголки страны кипы документов в бумажном виде. Электронный документооборот при организации торгов — безусловно, колоссальная экономия времени компании.

Остается неудобство, которое объясняется масштабами нашей страны. Когда заказчик в другом часовом поясе, время торгов бывает... экстремальным. Довольно интересная задача — обеспечить явку на рабочее место сотрудника, занимающегося торгами, в пять часов утра. Возможно, при их проведении стоит учитывать разницу во времени. А по ряду направлений торги изжили себя. Их вполне можно заменить конкурентными переговорами, как в развитых странах мира.

SR: Что сегодня в ваших глазах — наиболее весомые достижения компании?

М. А.: Своевременный выход на рынок слуховой имплантации — стратегически правильный шаг. Сегодня это уже можно утверждать, поскольку будущее компании будет связано именно с работой в этой области.

Мы помогаем проведению различных мероприятий, но хочется отдельно сказать о фестивале «Волшебная симфония». Это совершенно уникальное культурное явление на территории бывшего СССР. Мы и наши гости увидели проимплантированных в прошлом малышей: они танцевали, пели, читали стихи — как профессиональные артисты. Это было незабываемо. В 2017 году прошел уже второй фестиваль «Волшебная симфония» (первый был годом ранее), но эмоционально все было как впервые. Наш коллектив, к слову, совершенно искренне хочет помочь детям — инвалидам по слуху и работает над подобными мероприятиями от души и с удовольствием, не обращая внимания на время, усталость, личную занятость.

Бизнес, связанный с помощью инвалидам, по нашему мнению, должны вести социально ответственные люди: мало в срок поставить продукцию — необходимо научиться сопереживать, и тогда быстрее все изменится к лучшему в нашей стране.

SR: Я правильно понимаю: у ваших сотрудников медицинское образование?

М. А.: В том числе. У нас есть и отоларингологи, и неврологи, и сурдопедагоги — специалисты своего дела.

SR: С какими регионами вы работаете сегодня в сфере слуховой имплантации?

М. А.: Технология идет по стране. Если несколько лет назад кохлеарная имплантация выполнялась в основном в Москве и Петербурге, то сейчас эти операции делают и в Екатеринбурге, Челябинске, Сургуте и других городах. Мы проводим мастер-классы хирургов, тем самым способствуя продвижению технологии в регионы России. Но этого мало: операция — это только начало длинного пути к обретению слуха, поэтому мы всячески поддерживаем слухоречевую реабилитацию. Неправильно лететь в Питер или Москву, если можно заниматься с ребенком в своем городе. Это позволит семье вести привычный образ жизни, не отрываясь на длительный срок от работы или учебы и не тратя средства на проезд к месту реабилитации. Это обеспечит регулярность занятий педагога с ребенком, повышая эффективность реабилитации; наконец, это даст возможность создать доступную среду для этой категории граждан, обеспечив в регионах полный цикл оказания помощи и поддержки, в том числе замену, настройку, сервис речевых процессоров и реабилитацию.

SR: Какие еще направления в медицине сегодня развиваются интенсивнее всего?

М. А.: Это, конечно, телемедицина, удаленное консультирование. Сейчас принят федеральный закон о телемедицине. И привлечение информационных технологий в медицину — это правильно и своевременно. Если же говорить не о консультировании, а о собственно лечебном процессе, то очень много внимания уделяется сегодня роботизированным системам. Несколько зарубежных производителей уже предлагают роботизированные видеоэндоскопические комплексы. Радиологические (или радиационные) технологии — это радиоизотопные методы диагностики, лучевая терапия, производство радиофармпрепаратов, так как онкологические заболевания растут ежегодно. В России на сегодня такое оборудование только разрабатывается.

SR: Тогда вопрос об экономике бизнеса: как изменились условия работы на рынке после кризисного 2014 года?

М. А.: Конечно, для нас как импортеров 2014 год был кошмаром. Мы несли и несем риски, заложенные в условиях государственных контрактов, которые предусматривают поставки без предоплаты. Мы понимаем, что бизнес немыслим без рисков, и хеджирование рисков всегда имеет место. Но отголоски кризиса 2014 года ощущаются до сих пор. Нам удалось сохранить все направления деятельности. К 2016 году компания пришла со стабильной экономикой. А по завершении 2017 года мы уже смотрим вперед — и только вперед. Думаем о том, что будет завтра. И мы готовы к выводу на рынок современных продуктов, к развитию новых направлений.

SR: По каким критериям вы оцениваете успешность работы компании?

М. А.: Само собой, оборот имеет значение: коммерческая компания и создается для получения прибыли. Но очень важно, что думают о работе компании. Я регулярно просматриваю аналитику по медицинскому бизнесу. По одному из недавних рейтингов делового медицинского издания, мы на 25-й позиции в топ-100 отечественных компаний. Конечно, быть в рейтинге не более чем условность. Не менее важный показатель для меня — удовлетворенность клиентов продуктом и сервисом, а сотрудников — своей работой. И в этом контексте, с одной стороны, имеет значение, что 70% сотрудников работает в компании с момента ее основания. А с другой — что в прошлом году новые сотрудники были набраны именно в отдел поддержки пациентов после слуховой имплантации: их становится с каждым годом все больше, а мы стремимся соответствовать их запросам, интересам, пожеланиям. Если вернуться к вопросу о критериях оценки, то важно, насколько политика компании соответствует заявляемым в начале каждого года целям.

В 2017 году ситуация тоже была непростая: финансирование медицины сократилось, конкуренция на рынке усилилась, появились новые игроки. Но в целом год считаю успешным, потому что мы достигли всего, что хотели. Поддержали фестиваль «Волшебная симфония». Родители обратились с просьбой о дистанционной поддержке пациентов в регионах — мы поддержали и этот интернет-проект. Сейчас он еще не вышел в рабочую стадию, но уже существует ресурс для детей usharki.ru. В разработке и ресурс для взрослых пациентов, но начали с детского, поскольку наша основная аудитория — дети. Благодаря этим ресурсам пациенты смогут получать онлайн-консультации ведущих специалистов: сурдопедагогов, аудиологов, когда будет возможность и консультирование других специалистов в смежных областях: психологов, реабилитологов. Над этим проектом мы работаем с начала 2017 года и продолжим в нынешнем.

SR: Распространено мнение, что для успешного ведения бизнеса сегодня надо предлагать не продукты, а готовые решения на их основе. Какие решения предлагаете вы?

М. А.: Слуховая имплантация — это технология, обеспечивающая возможность слышать окружающий мир, речь, музыку. Имплантат устанавливается пожизненно, отсюда и наша ответственность в обеспечении поддержки на протяжении всей жизни человека. Обновление внешних устройств системы, замена их в течение жизни, дополнительная реабилитация после установки имплантата — все это зависит и от нас. Критерием оценки нашей работы является максимальная удовлетворенность технологией пациента, а главное — результат, то есть слух!

SR: А сервисное обслуживание поставляемых медицинских продуктов вы предоставляете?

М. А.: Да, конечно. У нас есть лицензия на обслуживание всех видов техники. В нашей компании организован отдельный сервисный отдел для пациентов с имплантатами. К нам часто приходят родители с детьми, и мы видим, как они растут и развиваются. Это очень важно для оценки качества нашей работы, поскольку в данном случае услуга поставки товара и услуга медицинская существуют как единое целое. Обращения в сервисную службу мы фиксируем по всему спектру поставляемого оборудования, и это нормально: значит, устройство эксплуатируется, живет своей — «правильной» — жизнью.

SR: Вам наверняка приходится конкурировать с другими поставщиками медицинских изделий и оборудования. В последние годы стало проще или сложнее работать в этом смысле?

М. А.: Если говорить о поставках систем для кохлеарной имплантации, то сегодня в России зарегистрированы все производители, представленные на мировом рынке. Поэтому, по сути, мы имеем дело с конкуренцией мирового масштаба. Поставщиков больше, чем производителей, но мы в таких условиях работали с самого начала. За последние десять лет стали появляться новые компании, стремящиеся выдвинуться на этот рынок с помощью агрессивной маркетинговой политики. Но на нашей стороне опыт, и это дает нам преимущество.

SR: А как изменились цены на медицинские изделия, высокотехнологичную аппаратуру за последние два-три года?

М. А.: Где это возможно — пропорционально изменениям курса валют. Как я уже говорила, это очень зависимый от импорта рынок. Отечественные производители отреагировали на волатильность курса рубля довольно сдержанно. Но часть комплектующих в их продуктах в любом случае импортного производства. Если мы в России не имеем элементной базы, то... чудес ведь не бывает. Элементную базу закупают в Японии, Китае и поставляют на российский рынок. Соответственно, при росте курса валют цены стоимость продуктов с этими составляющими корректируется очень оперативно.

SR: Возможно, в таком случае необходимы меры государственной поддержки?

М. А.: Государство и так, в принципе, делает немало. Например, начала развиваться программа локализации. Причем это означает не только российскую сборку, но и использование части комплектующих российского производства. Дополнительный плюс программы локализации — появление новых рабочих мест, налоговые отчисления в бюджет.

SR: Насколько востребованы на российском рынке новации, которые предлагают мировые лидеры? В какой мере готово к ним профессиональное сообщество?

М. А.: Мне кажется, в современном мире глобализация настолько велика, что российские специалисты вовлечены в мировое профессиональное сообщество и наравне с коллегами из других стран участвуют в развитии технологий. Все новшества рано или поздно появляются и у нас. Наши специалистов характеризует качественное профессиональное образование, и они обязательно проходят подготовку (переподготовку) по конкретной технологии.

SR: Ожидаете ли вы прорыв в медицинских технологиях в ближайшей перспективе?

М. А.: Сейчас больше идет разговоров о новаторских фармацевтических препаратах — средствах для лечения опухолей, других тяжелых заболеваний. В тренде сейчас также радиационная хирургия — технологии, созданные для противоопухолевого лечения. А прорыв, наверное, в том, что новые технологии применяются все более широко. Однако не думаю, что в ближайшее время появится нечто, увеличивающее возможности медицины в разы.

SR: Чем сегодня можно привлечь клиентов в медицинском бизнесе?

М. А.: В принципе, секреты успеха давно известны: это хороший продукт, поддержка клиента на всех уровнях, когда это необходимо. В случае слуховой имплантации — постоянная работа с пациентами, организация и поддержка мероприятий для них, направленных на достижение главной цели — их полной социализации в слышащем обществе.

SR: Каковы цели вашей компании в нынешнем году?

М. А.: Пока не могу точно сказать, будет ли это реализовано в 2018 году или позже, но мы обдумываем возможности открытия офиса компании в Москве. Открыв офис в столице России, мы сделаем помощь еще более доступной для пациентов нашего профиля, упрочим позиции нашего бизнеса и, возможно, получим новый импульс к дальнейшему развитию. ■

СЕЙЧАС ПРИНЯТ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН О ТЕЛЕМЕДИЦИНЕ. И ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МЕДИЦИНУ — ЭТО ПРАВИЛЬНО И СВОЕВРЕМЕННО

