

«ДЛЯ НАС ВЫЗОВ — ПЕРЕСТРОИТЬ КОММУНИКАЦИЮ В МЕДИЦИНСКОЙ СИСТЕМЕ»

НАБИРАЮЩАЯ ОБОРОТЫ ЦИФРОВИЗАЦИЯ УПРОСТИЛА КОНСЕРВАТИВНУЮ МЕДИЦИНСКУЮ ОТРАСЛЬ КАК ДЛЯ ПАЦИЕНТОВ, ТАК И ДЛЯ МЕДИКОВ. О ТОМ КАК IT-ПРОДУКТЫ ПОМОГАЮТ ВЕСТИ БИЗНЕС ДАЖЕ НЕБОЛЬШОЙ ЧАСТНОЙ КЛИНИКЕ И КАКИЕ ПРОБЛЕМЫ КЛИЕНТОВ ОНИ РЕШИЛИ, BG РАССКАЗАЛ СЕРГЕЙ ФЕДОСОВ, СЕО САЙТА С ОТЗЫВАМИ О ВРАЧАХ «ПРОДОКТОРОВ». БЕСЕДОВАЛА АНАСТАСИЯ ДЕМИЧЕВА



BUSINESS GUIDE: Как вы пришли к идее создания IT-проекта в медицинской сфере?

СЕРГЕЙ ФЕДОСОВ: Еще десять лет назад, когда я работал хирургом, мои пациенты часто просили посоветовать им хорошего врача. Я долго искал решение, как оптимизировать этот запрос, и пришел к выводу, что единственный способ — это изучение отзывов самих пациентов. Совместно с моим одноклассником Дмитрием Апалько в 2011 году мы запустили сайт «ПроДокторов», где пациенты делились друг с другом мнением о своих врачах. Наш проект оказался весьма полезен и медикам, которым было важно понять, что на самом деле об их работе думают пациенты, как правило, не делаясь этой информацией лично на приеме. В последние три года пришло понимание, что российскому медбизнесу не хватает качественного и недорогого софта для улучшения сервиса для пациентов. Поэтому мы начали развиваться и в этом направлении, создав медицинскую информационную систему — «МедЛок».

BG: На какие аудитории сейчас рассчитаны ваши проекты?

С. Ф.: Сейчас посещаемость «ПроДокторов» доходит до 15 млн пользователей в месяц — это пациенты, которым важно найти врача и начать виртуальное знакомство со специалистом. Найти медика в мегаполисе — это не сверхзадача, более сложным моментом становится согласование записи, для которой необходимо, чтобы график пациента совпал с приемом врача. Как показала практика, сейчас в здравоохранении подавляющее большинство частных клиник не публикует онлайн-графики специалистов, несмотря на то, что это уже реализовано даже в государственных клиниках. Поэтому клиенту, чтобы решить свою проблему, нужно прозвонить несколько учреждений, «повисеть на линии», пообщаться с каждым администратором, записать график каждого врача и только потом понять, как подстроить под это свой график. Это очень странная история, которая поглощает много времени, которого у современного человека совсем немного. Кроме того, люди часто хотят записаться к врачу в обед на работе, а по телефону при коллегах неудобно спрашивать: «Когда у вас принимает венеролог?».

Мы стали решать эту задачу путем интеграции с информационными системами клиник, чтобы выгружать расписание в онлайн и дать возможность человеку в пару кликов на нашем сайте записаться на прием в удобное ему время. Однако мы столкнулись с тем, что у заметного числа клиник нет в принципе своей информационной медицинской системы и они всех пациентов записывают в большой бумажный блокнот, из которого невозможно сделать интеграцию. В этот момент мы осознали, что для таких компаний нам нужно предложить готовую информационную систему, и начали ее создавать. Получился «МедЛок» — подключаемый за несколько минут облачный софт, который работает в браузере: клинике остается только завести аккаунт. При этом мы предоставляем эту информационную систему совершенно бесплатно.

BG: Какое место сейчас отводится клиенту в системе медицинского бизнеса?

С. Ф.: Медицина в СССР была клинкоцентрична, как в старом анекдоте про вопрос, почему люди не падают с земли — потому что они прикреплены к поликлинике, прекрасно отражающем советскую систему здравоохранения. В современной России от клинкоцентричности медицина начала смещаться к врачуцентричности. Сейчас медицина формируется вокруг доктора. Это прекрасно видно и на нашем примере: пользователи прежде всего ищут хорошего врача и намного реже клинику. Своей задачей я вижу сместить парадигму мышления в этой сфере в сторону пациента. Чтобы медицина строилась вокруг пациента со всеми его болезнями, особенностями, его графиком работы, семьей, с осознанием, что ему может быть неудобно получать медицинскую помощь, когда это удобно доктору. Считаю, что это мой большой вызов системе.

BG: Какие возможности для медицинского бизнеса открывает цифровизация?

С. Ф.: Перед нами стояла задача создать удобную и простую систему управления для клиник. Используя «МедЛок», не нужно покупать отдельный сервер, все работает через браузер. Мы сделали акцент на безопасности — все данные фрагментированы на три части и хранятся на трех

разных серверах в защищенном дата-центре на территории РФ, что технически затрудняет взлом хакерами. Медицинская информация хранится отдельно от персональных данных, и понять историю можно, только получив данные сразу с трех серверов. Все эти три потока объединяются только на компьютере, который стоит в клинике, и даже мы, находясь внутри системы, не имеем доступа к этой информации. Доступ к клинике также защищен трехэтапной авторизацией для обеспечения приватности данных пациента.

Внутри системы доступно расписание по каждому врачу, есть возможность записать пациента, проведение оплаты, возможность делать скидки. При помощи системы автоматизируется работа с клиентом: электронная медицинская карта перед приемом поступает врачу, здесь же врач ведет записи, ставит диагноз, дает рекомендации, распечатанный протокол передает пациенту, далее информация уходит к администратору, который закрывает визит и назначает следующий.

Для руководителей клиники доступна аналитика, функционал модулей, например, по расходу лекарств, есть интеграция с кассами. Одним словом, это полноценная система, закрывающая все массовые потребности медицинского бизнеса.

Мы изначально хотели сделать бесплатный продукт, чтобы он был доступен максимальному количеству клиник, даже состоящих из трех-пяти врачей, для которых оплачивать медицинскую информационную систему очень дорого и нерентабельно. Наш софт позволяет им выйти на конкурентоспособный сервис, включая онлайн-запись пациентов. Для нас это вызов, который поможет упростить сервис для пациентов и увеличить их количество.

BG: На ваш взгляд, способны ли IT-продукты экономить бюджет клиники?

С. Ф.: Наш первый проект «ПроДокторов» обеспечивает существенную экономию на привлечении первичных пациентов, важных для любой клиники. По сути, мы заменяем контекстную рекламу, предлагая оплатить только записавшихся на прием клиентов, при этом наше предложение может быть почти в двадцать раз дешевле, чем привлечение через рекламу, в част-

ности, в столичном регионе. Кроме того, контекстная реклама лишь ведет на сайт клиники, а запишется пациент или нет, еще неизвестно, мы же предоставляем клиента сразу.

Второй проект «МедЛок» делает клинику конкурентоспособной без каких-либо вложений, так как система бесплатна. К примеру, аналогичная платная система обходится в 15–20 тыс. рублей в месяц. Сейчас на рынке существует достаточное количество бесплатного софта, просто разработчик ставит себе другие цели развития и зарабатывает другим путем, вместо того чтобы брать плату за само программное обеспечение. На самом деле, разработать программу для одного пользователя стоит примерно столько же, как для тысячи или ста тысяч. Осознание этого факта помогает понять, откуда берется бесплатный софт. У нас монетизация происходит путем интеграции клиник в наш первичный проект «ПроДокторов», мы получаем экономический эффект за счет записи пациентов.

BG: Какие тенденции вы видите на рынке медуслуг? Чего сейчас ожидают пациенты от клиник?

С. Ф.: Сейчас мы все привыкли вызывать такси в смартфоне без звонков диспетчеру, такая же история и в медицинской сфере, когда запись к врачу становится доступна 24/7. Также мы видим, что последние пятнадцать лет пациенты все активнее выбирают докторов, а не клинику. Если врачи клиники имеют плохие отзывы и непопулярны, то толку от антуража клиники не будет. За «звездными» врачами с рейтингами, отзывами или популярными блогами с большой аудиторией клиники охотятся, понимая, что они способны привести с собой поток пациентов. Второй тренд последних пяти лет связан с цифровизацией жизни, у людей меняется паттерн поведения, меняются и ожидания от медиков, сейчас запрос смещен в сторону сервиса: прием в удобное время, цифровое сопровождение по клинике, полное информирование, как подготовиться к врачебному приему или какой-то диагностической процедуре, назначение на повторный прием не через месяц и так далее, вплоть до выделенной парковки. ■