

© Красюк Е. С., 2019

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье проведен анализ и оценка состояния отрасли медицинского оборудования в России, описана структура и участники рынка, выявлены ключевые особенности и тренды развития медицинской промышленности.

На основе федеральных программ здравоохранения («Борьба с сердечно-сосудистыми заболеваниями», «Борьба с онкологическими заболеваниями», «Развитие детского здравоохранения, включая создание современной инфраструктуры оказания медицинской помощи детям» в период с 2018 по 2024 гг.) определены приоритетные направления рынка медицинского оборудования.

Исследована маркетинговая политика ключевых участников рынка и произведена оценка ее эффективности.

Ключевые слова: сфера здравоохранения, медицинское оборудование, анализ рынка, макроэкономические тренды, дистрибуция, маркетинговая политика

Сфера здравоохранения в социально-экономической политике государства играет одну из важных ролей, поэтому отрасль производства медицинских изделий заслуживает глубокого изучения как звено, оказывающего воздействие на уровень социального развития страны в целом.

Рассмотрим ключевых участников индустрии здравоохранения, представленных продавцами и покупателями медицинской продукции и услуг, поставщиками и потребителями информации из области медицины, регулирующими органами, бизнес структурами, государственными предприятиями и общественными объединениями (Рис. 1.).



Рис. 1. Структура индустрии здравоохранения[1]

Из структуры следует, что предприятия-производители медицинских изделий является значимыми субъектами сферы здравоохранения, кроме того сильное воздействие оказывает государство. Оно жестко регулирует стандарты оснащения и технические характеристики аппаратов, а также занимается разработкой мер по поддержке производства медицинской

промышленности с целью улучшения демографической ситуации в стране путем роста доли социально активного и работоспособного населения, что позволяет повысить благосостояние граждан и качество жизни населения и ВВП страны.

На сегодняшний день рынок высокотехнологичного медицинского

оборудования в России представлен в основном крупными зарубежными корпорациями (Philips, General Electric, Siemens, Toshiba, Stryker, Dräger). Данная ситуация обусловлена несколькими факторами: во-первых, устаревшей технологической базой и высокой закрытостью отрасли, слабой кооперацией с иностранными производителями, во-вторых, трудности продвижения отечественной продукции на рынке, связанной с реализацией неэффективной маркетинговой политикой отечественными компаниями-производителями. Неумение эффективно организовать дистрибуторскую сеть, предложение сопутствующих условий по продвижению и выгодной коммерческой политики, со стороны большинства российских производителей приводит к тому, что крупным торговым предприятиям и дистрибуторам медицинской изделий невыгодно реализовывать отечественное оборудование. Ведь они зачастую способны получить гораздо более высокую

доходность при реализации сделок с импортной медицинской техникой.

По оценкам экспертов, отечественные производители занимают от 16 % до 20 % общего объема рынка медицинского оборудования, оставшаяся доля приходится на иностранные компании, каждая из которых является относительным лидером в определенном сегменте рынка [2]. В производстве рентгеновских компьютерных томографов и систем мониторинга лидирует компания Siemens, магнитно-резонансных томографов — General Electric (GE), ультразвуковых аппаратов — Hitachi, ангиографов — Toshiba, аппаратуры для искусственной вентиляции легких и наркозной аппаратуры — Dräger. Российские производители занимают нишу в производстве рентгенов. Основные показатели финансовой отчетности компаний-производителей, представленных на российском рынке, отражены в таблице 1.

Таблица 1. Лидеры отечественного рынка медицинского оборудования

Наименование компании	Оборот, млн. рублей	Чистая прибыль, млн. рублей	Расходы на НИОКР, млн. рублей
GE (США)	4 852 020	466 288	151 480
Siemens (Германия)	3 110 844	267 418	166 290
Toshiba (Япония)	2 435 531	29 619	127 785
Drager (Германия)	95 627	5 501	6 770
Phillips (Голландия)	955 425	-54 584	68 124
ООО «НПП «Монитор»	нет данных	нет данных	нет данных
ЗАО «НИПК «Электрон»	нет данных	нет данных	нет данных
ОАО «ПО «Уральский оптико-механический завод имени Яламова»	4 536	47,7	695,8
ПАО «Красногвардеец»	63,4	13,8	нет данных

В качестве приоритетных сегментов рынка высокотехнологичного медицинского оборудования на основе федеральных программ по модернизации здравоохранения («Борьба с сердечно-сосудистыми заболеваниями», «Борьба с онкологическими заболеваниями», «Развитие детского здравоохранения, включая создание современной инфраструктуры оказания медицинской помощи детям» в период с 2018 по 2024 гг.) и стратегии развития медицинской промышленности [3] можно выделить:

- изделия с высокой степенью визуализации (томографы, ультразвуковые аппараты, ангиографические аппараты);
- наркозно-дыхательные аппараты и аппараты искусственной вентиляции легких;
- хирургическое и операционное оборудование;

- системы мониторинга жизнедеятельности пациента.

Проводимые программы напрямую связаны с высокими инвестициями в отрасль со стороны государства. Очевидно, что госзаказ является основным каналом продаж для производителей и дистрибуторов медицинских изделий. По оценкам MDPro, в 2016 году объем поставок в государственные учреждения превысил 266 млрд. рублей, что составило 71,5 % от общего объема рынка. Несмотря на меньшую долю в совокупном объеме потребления, коммерческий сегмент набирает более высокие темпы роста, данная тенденция начинает прослеживаться уже в 2016 г (рис. 2). Драйверами роста частного сегмента эксперты называют такие факторы, как увеличение мощностей и освоение новых медицинских направлений, а также более активное применение маркетинговых инструментов, приводящих к увеличению потока пациентов.



Рис. 2. Структура потребления медицинских изделий и оборудования в РФ, млрд. руб.

В настоящий момент имеет место быть другой явно обозначившийся тренд, состоящий в сокращении количества мелких компаний-посредников (субдилеров), не имеющих прямого доступа к продукции производителя, это связано с высокими барьерами входа на рынок, которые продолжают неустанно расти. Также присутствует сильная зависимость отрасли от волатильности обменного курса и внешней политической ситуации, ведь рынок наполнен в основном импортной продукцией. Для снижения описанного макроэкономического воздействия государство ведет активную протекционистскую политику, стремясь к импортозамещению. Однако, в ближайшем будущем достижение данной цели по объективным причинам невозможно.

При этом происходит формирование крупных частных компаний, обладающих государственной поддержкой и монополизующих рынок по отдельным направлениям. Данная тенденция

подтверждает результаты анализа госзакупок, проведенным аналитическим центром Vademecum, согласно которому сотня крупнейших поставщиков медицинских изделий в 2016 году выиграла контракты на общую сумму 112 млрд. рублей, что превысило 2/5 всего рынка госзаказов. Больше половины государственных торгов на сумму в 62 млрд. рублей были выиграны 47 холдингами, головные компании которых расположены в Москве. Большую долю в госзаказах обслуживают поставщики из Санкт-Петербурга — 14,6 млрд. рублей на 17 холдингов — и в Свердловской области — 10,9 млрд. рублей на четыре группы компаний [4].

Большинство компаний вошедших в топ-10, представлены многопрофильными холдингами, которые специализируются на комплексных проектах поставок по различным направлениям (рис. 3.).

№	НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ/ ГРУППЫ КОМПАНИЙ	МЕСТО РЕГИСТРАЦИИ ГОЛОВНОЙ КОМПАНИИ	ПОСТАВЛЯЕМАЯ ПРОДУКЦИЯ	ОБЪЕМ ПОСТАВОК, МЛРД РУБЛЕЙ
1	Дельрус	Свердловская область	Многопрофильные поставки	7,3
2	Тагор	Москва	Многопрофильные поставки	6,1
3	Фармадис	Москва	Многопрофильные поставки	5,6
4	Астра-77	Москва	Лабораторное оборудование, реагенты и расходные материалы для лабораторных исследований	5,4
5	Давантэ	Москва	Многопрофильные поставки	4,6
6	Медлрибор	Санкт-Петербург	Многопрофильные поставки	3,2
7	Предприятия Минтруда и соцзащиты РФ	Москва	Протезно-ортопедические изделия	2,6
8	Дина Интернешнл	Москва	Многопрофильные поставки	2,27
9	МК Юникс	Свердловская область	Многопрофильные поставки	2,26
10	Викинг	Москва	Многопрофильные поставки	1,901

Рис. 3. ТОП-10 поставщиков рынка госзаказа медицинских изделий в 2016 г.

Другим источником, позволяющим реализовывать масштабные проекты в здравоохранении, стало применение такой правовой формы отношений как концессионное соглашение. Этот способ привлечения частных инвестиций для создания, реконструкции, управления, содержания инфраструктуры

здравоохранения или предоставления услуг. Данный механизм государственно-частного партнерства позволяет реализовывать масштабные проекты, имеющие значимое влияние на здравоохранение. Типовая структура реализации концессионного проекта в сфере здравоохранения представлена на рисунке 4.



Рис. 4. Структура концессионного соглашения

Несмотря на положительный эффект в получении обеспечения дополнительными средствами проектов здравоохранения, данное направление развития рынка является угрозой для среднего размера дистрибьюторов, так как благодаря эффекту масштаба осуществляется привлечение к крупным медицинским стройкам непосредственно производителей. В результате рынок медоборудования консолидируется, что неизбежно приводит к повышению уровня монополизации отрасли.

Кроме того масштабирование ведет к отсутствию понимания в истинных потребностях системы здравоохранения страны даже на краткосрочную перспективу. Расчеты производятся финансовыми структурами, составляющими некий стандарт и преследующие минимизацию затрат без учета потребностей и пожеланий врачей.

Описанный негативный эффект возможно нивелировать лишь анализом изменений потребительского рынка, что в свою очередь является прямой функцией маркетинга. Именно маркетинг служит важным связующим звеном в

выстраивании взаимоотношений производителей с потребителями. В результате появления инновационных форм маркетинговых коммуникаций отрасль медоборудования значительно преобразилась. Сегодня дистрибьюторы медицинского изделий являются основными поставщиками на рынке медицинского оборудования — как в России, так и за рубежом. Дистрибьюторы обеспечивают продвижение и распределение продукции более мелким оптовым компаниям и конечным потребителям, т.е. лечебным профилактическим учреждениям.

Развитая дистрибьюторская сеть обеспечивает наиболее быстрый путь к выходу на региональные рынки и расширению географии поставок, кроме того компании-дистрибьюторы оказывают дополнительные сопутствующие услуги по обеспечению сервисного и гарантийного обслуживания оборудования, осуществления монтажных работ. Более подробно получаемые выгоды производителем и конечным пользователем от работы с дистрибьютором показаны в таблице 2.

Таблица 2. Преимущества производителя медицинского оборудования и лечебного учреждения от работы с дистрибьютором

Преимущества производителя	Преимущества лечебного учреждения
<ul style="list-style-type: none"> быстрое освоение региональных рынков и освоение больших объемов нет необходимости кредитовать клиентов снижение риска потери репутации отсутствие транспортных затрат и снижение складских расходов нет необходимости участвовать в государственных тендерных закупках содержание меньшего штата сотрудников 	<ul style="list-style-type: none"> более широкий спектр услуг полноценное постпродажное обслуживание более детальный учет пожеланий заказчика осуществление комплексных поставок оборудования нескольких производителей консультирование на постоянной основе

Поскольку роль дистрибьюторов как вида корпоративных клиентов очень велика, максимальные усилия в области маркетинга и большую долю в маркетинговом бюджете производителей и национальных дистрибьюторов должны занимать мероприятия, нацеленные на организацию эффективной дистрибьюторской сети. Таким образом, объем продаж и прибыльность компании на рынке медицинского оборудования тесно связаны с управлением лояльностью дистрибьюторов.

Наиболее популярными маркетинговыми инструментами, применяемыми в отрасли медицинского оборудования компаниями-поставщиками, являются:

Инструменты прямого маркетинга (прямое личное общение с представителем организации, выступающей в качестве посредника либо потенциального покупателя и обращение к профессиональным ассоциациям);

Инструменты косвенного маркетинга (продвижения через микро информационные сайты под конкретное направление, а также участие в отраслевых выставках, конференциях, семинарах и организация обучения сотрудников медицинских учреждений).

Важность смещения акцента на потребителя очевидна, и реализовать это возможно лишь за счет использования маркетинговых методов, обеспечивающих поддержку взаимодействия между производителем медоборудования, дистрибьюторской организацией и потребителем.

На основе проведенного исследования мы можем выделить ряд системных проблем отрасли медицинского оборудования, препятствующих развитию российского рынка:

недостаток квалифицированных специалистов как обслуживающих, так и использующих оборудование;

- недостаток инвестиций, требующихся для организации инновационных разработок и локализации производства на современном уровне;

- неспособность российских производителей обеспечить спрос на высокотехнологическую медицинскую технику;

- закрытость отрасли и, как следствие, ограниченный доступ к современным технологиям. ■

1. Яковлева Л. А. Маркетинг в сфере здравоохранения [Электронный ресурс] // Л. А. Яковлева // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – С. 353-357. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-v-sfere-zdravoohraneniya> (Дата обращения 10.12.2018)

2. Отставнов С. С. Исследование рынка высокотехнологичного медицинского оборудования в России: социально-экономические аспекты [Электронный ресурс] // С. С. Отставнов / Современные

исследования социальных проблем. – 2013. – №. 1 (21). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-rynka-vysokotehnologichnogo-meditsinskogo-oborudovaniya-v-rossii-sotsialno-ekonomicheskie-aspekty> (Дата обращения 10.12.2018)

3. Проект Стратегии развития медицинской промышленности Российской Федерации до 2020 [Электронный ресурс] // – URL: http://www.labmedicina.ru/files/news/Yubiley/Strategiya_Medprom1.pdf (Дата обращения: 25.12.2012).

4. ТОП100 поставщиков рынка госзаказа медицинских изделий в 2016 году: [Электронный ресурс] // Деловой журнал о здравоохранении Vademecum. – URL: https://vademec.ru/article/top100_postavshchikov_rynka_goszakaza_meditsinskikh_izdeliy_v_2016_godu/ (Дата обращения 10.12.2018).

5. Шматкова В. В. Механизм маркетингового регулирования дистрибьюторских сетей медицинского оборудования в России // В. В. Шматкова // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2010. – №. 2. – С. 138-142. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=15017513> (Дата обращения 10.12.2018)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Отставнов С. С. Исследование рынка высокотехнологичного медицинского оборудования в России: социально-экономические аспекты [Электронный ресурс] // С. С. Отставнов / Современные исследования социальных проблем. – 2013. – №. 1 (21). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-rynka-vysokotehnologichnogo-meditsinskogo-oborudovaniya-v-rossii-sotsialno-ekonomicheskie-aspekty> (Дата обращения 10.12.2018)

Проект Стратегии развития медицинской промышленности Российской Федерации до 2020 [Электронный ресурс] // – URL: http://www.labmedicina.ru/files/news/Yubiley/Strategiya_Medprom1.pdf (Дата обращения: 25.12.2012).

ТОП100 поставщиков рынка госзаказа медицинских изделий в 2016 году: [Электронный ресурс] // Деловой журнал о здравоохранении Vademecum. – URL: https://vademec.ru/article/top100_postavshchikov_rynka_goszakaza_meditsinskikh_izdeliy_v_2016_godu/ (Дата обращения 10.12.2018).

Шматкова В. В. Механизм маркетингового регулирования дистрибьюторских сетей медицинского оборудования в России // В. В. Шматкова // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2010. – №. 2. – С. 138-142. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=15017513> (Дата обращения 10.12.2018)

Яковлева Л. А. Маркетинг в сфере здравоохранения [Электронный ресурс] // Л. А. Яковлева // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – С. 353-357. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-v-sfere-zdravoohraneniya> (Дата обращения 10.12.2018)

Analysis of the medical equipment market in Russia: marketing aspect

© **Krasiuk E., 2019**

The state of the medical equipment industry in Russia was analyzed and evaluated in this article, described the structure and market participants, identified key features and trends in the development of the medical industry.

The priority directions of the medical equipment were defined on the basis of federal health programs («Fight against cardiovascular diseases», «Fight against oncological diseases», «Development of children's healthcare, including the creation of a modern infrastructure for providing medical care for children» in the period from 2018 to 2024).

The behavior of key market participants was investigated and its effectiveness was evaluated by selected politicians.

Keywords: healthcare, medical equipment, market analysis, macroeconomic trends, distribution, marketing policy
