RBG

49/382
октябрь 2026

With the support of the CCI of Russia



ИЗ УБОРЩИЦЫ — В МИЛЛИОНЕРЫ:

КАК ЕЛЕНА РЕЙФ СОЗДАЛА БЬЮТИ-БРЕНД 23/45



Реклама. Рекламодатель ООО БАНК МБА-МОСКВА ИНН 7744001828. Erid: 2VSb5xq4waS

RBG
www.rbgmedia.ru
Деловое издание, рассказывающее о развитии, отраслях, перспективах, персоналиях бизнеса в России и за рубежом.
12+

Учредитель и издатель:
ООО «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА»
при поддержке ТПП РФ
Главный редактор: **Мария Сергеевна Суворовская**
Редактор номера: **Александра Убоженко**
Дизайн/вёрстка: **Александр Лобов**
Дирекция развития и PR: **Алена Штукарева**
Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР», г. Москва, ул. Электрозаводская, д. 20, стр. 3.
Материалы, отмеченные значком R или «РЕКЛАМА», публикуются на правах рекламы. Мнение авторов не обязательно должно совпадать с мнением редакции. Перепечатка материалов и их использование в любой форме допускается только с разрешения редакции издания RBG.
Рукописи не рецензируются и не возвращаются.
Адрес редакции и издателя: **143966, Московская область, г. Реутов, ул. Победы, д. 2, пом. 1, комн. 23**
E-mail: **mail@b-d-m.ru**
Тел.: **+7 (495) 528-17-35**
Издатель: ООО «Бизнес-Диалог Медиа»
Зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Регистрационный номер средства массовой информации ПИ № ФС77-70487 от 25 июля 2017.
RBG № 49/382 октябрь 2026
Подписано в печать: **06.10.2026**
Дата выхода в свет: **12.10.2026**
Тираж: **15 000. Цена свободная.**

RBG
www.rbgmedia.ru
Business publication about development, industries, prospects, business personalities in Russia and abroad.
12+

Founder and publisher:
BUSINESS DIALOG MEDIA LLC
with the support of the CCI of Russia
The editor-in-chief: **Maria Suvorovskaya**
Managing Editor: **Alexandra Ubozhenko**
Designer: **Alexandr Lobov**
Directorate for Development and PR:
Elena Shtukareva
Printed in the printing house of VIVASTAR LLC, Moscow, ul. Electrozavodskaya, 20, building 3.
Materials marked R or "ADVERTISING" are published as advertising. The opinion of the authors does not necessarily coincide with the editorial opinion. Reprinting of materials and their use in any form is allowed only with the permission of the editorial office of the publication RBG.
Materials are not reviewed and returned.
Address of the founder and publisher:
23-1-2 ul. Pobedi, Reutov, the Moscow region, 143966
E-mail: **mail@b-d-m.ru**
Tel.: **+7 (495) 528-17-35**
Publisher: **Business-Dialog Media LLC**
Registered by the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media. Media registration number PI # FS77-70487 from July 25, 2017.
RBG № 49/382 October 2026
Signed to the press: **06.10.2026**
Date of issue: **12.10.2026**
Edition: **15 000 copies. Open price.**

СОДЕРЖАНИЕ

ЛИЦО С ОБЛОЖКИ

2 ЕЛЕНА РЕЙФ. **СНАЧАЛА БЫЛО ДЕЛО**

БИЗНЕС-СТРАТЕГИИ

8 «РЕТИНОИДЫ»:
КАК ФАРМПРОИЗВОДИТЕЛЬ ИСПОЛЬЗУЕТ НАУЧНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ДЛЯ ВЫПУСКА КОСМЕТИКИ

16 ОЛЬГА ЗАСЕЕВА, «КЛОВЕРМЕД»:
«Я УВЕРЕНА, ЧТО РОССИЯ БУДЕТ ЗВУЧАТЬ В МИРОВОЙ ПЛАСТИЧЕСКОЙ ХИРУРГИИ ВСЁ СИЛЬНЕЕ»

22 ТАТЬЯНА ЗАЙЦЕВА, КЛИНИКА ABC:
«ПОЧЕМУ ОДНА АППАРАТНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ УЖЕ НЕ ЗАКРЫВАЕТ ЗАПРОС ПАЦИЕНТА»

24 ДМИТРИЙ СКВОРЦОВ:
«БЫТЬ КЛАССНЫМ ПЛАСТИЧЕСКИМ ХИРУРГОМ – ЭТО И УМЕТЬ ГОВОРИТЬ "НЕТ" ПАЦИЕНТУ»

28 НАТАЛЬЯ БЫЧКОВА, ЖАННА ЮСОВА:
«...И НЕ БОЙТЕСЬ УЛЫБАТЬСЯ!»

32 ЕЛЕНА АМБАРЦУМЯН:
«ДОВЕРИЕ – САМАЯ БОЛЬШАЯ ЦЕННОСТЬ ЛЮБОГО БИЗНЕСА»

34 КУРОРТ «ПРИМОРЬЕ» **ЗАПУСКАЕТ ПРОЕКТ RESIDENCE**

38 ОКСАНА ВОЛКОВА:
«ОТ ЧЕГО НА САМОМ ДЕЛЕ ЗАВИСИТ РЕЗУЛЬТАТ SMAS-ЛИФТИНГА?»

40 ВЕРОНИКА ЛОБАНОК, МЕДИЦИНСКИЙ ЦЕНТР «ЛУКРЕЦИЯ»:
«НЕ РАЗДЕЛЯЯ, А СОЕДИНЯЯ»



СНАЧАЛА БЫЛО ДЕЛО

Мы привыкли, что в бьюти-индустрии бренд начинается с продукта: сначала предприниматель находит нишу, разрабатывает формулу, придумывает упаковку – и только потом ищет своего покупателя. У Елены Рейф – основательницы косметики 23/45 – всё произошло в обратном порядке. Прежде чем появились средства для волос, к девушке уже выстроилась очередь будущих поклонников. Спросите, как это вышло? Давайте вместе разберёмся в истории успеха.

СТАВКА НА НОВОЕ

2013 год. Самое контрастное время в жизни Елены. На руках маленький сын, из работы – только позиция уборщицы в компании «Сургутнефтегаз», и та на полставки. Такие обстоятельства толкают будущую бьюти-гуру на первые шаги в профессию. На тот момент кератиновое выпрямление уже вышло из категории бьюти-диковинок, а вот реконструкция волос, которую Елена и прославит, ещё ждала своего звёздного часа. Запрос у клиентов был – индустрии только предстояло на него ответить.

Елена и её команда оказались среди тех, кто начал превращать новое направление в отдельную профессиональную специализацию. Они работали с клиентами, изучали составы и технологии, а затем начали передавать накопленный опыт другим. Так появился «Дом Кератина Рейф», а вокруг него постепенно сформировалось сообщество мастеров.

Затем обучение перестало быть просто продолжением практики и выросло в самостоятельное направление. А вместе с количеством учеников рос и профессиональный круг вокруг Елены – будущая аудитория, с которой можно обсуждать продукты, получать обратную связь и проверять идеи на практике.

Школа и опыт работы с клиентами дали Елене то, на что у нового бренда обычно уходят годы, – свою аудиторию. Причём сразу две: клиенты доверяли ей свои волосы, а мастера приходили учиться профессии. Поэтому будущую косметику 23/45, можно сказать, уже было кому ждать.



ВРЕМЯ ПРИШЛО

23/45 – что это? Идеальная пропорция ингредиентов? Номера формул? Всё гораздо проще. Эта комбинация цифр регулярно попадалась Елене на часах, и со временем стала для неё особенной. Немудрено, что, когда настало время выбирать имя для собственного бренда, долго искать не пришлось.

Но если название пришло к Елене практически само, то над содержимым продуктов предстояло поработать. Опыт позволил чётко просчитать, чего не хватает существующим средствам, а большая база мастеров и клиентов – протестировать разработки на практике и получить обратную связь. Так у 23/45 появились первые профессиональные продукты для реконструкции волос в кресле у мастера.

6000
УЧЕНИКОВ В ГОД ВЫПУСКАЕТ ШКОЛА ЕЛЕНЫ РЕЙФ





Но искушенный российский бьюти-потребитель привык к высоким стандартам и комплексному уходу – одной салонной процедуры ему уже мало. Поэтому со временем профессиональную реконструкцию в 23/45 дополнили домашней линейкой. Она поддерживает результат между визитами к мастеру и делает уход за волосами действительно системным.

СЛЕДОМ ЗА ПОКУПАТЕЛЕМ

Домашний уход открыл перед 23/45 совсем другой рынок. Если профессиональные составы знакомятся с покупателем через мастера, то шампуни, маски и другие средства для дома делают это напрямую. А значит, бренд постепенно выходит за пределы профессионального сообщества и становится заметнее для широкой аудитории. При этом от своих корней в 23/45 не отказываются: сегодня у марки есть партнёры в разных городах России – от Краснодара и Ростова-на-Дону до Новосибирска, Владивостока и Южно-Сахалинска.

Следующая задача – масштабирование. В планах 23/45 – расширять домашнюю линейку и выходить на крупные площадки, в том числе на один из премиальных маркетплейсов. Для марки, которая начинала с профессионального сообщества, это важная смена маршрута: теперь за внимание покупателя предстоит бороться не только качеством работы мастера, но и самим продуктом.

Благо у 23/45 есть преимущество, которое особенно пригодится на новом этапе, – доверие аудитории. До появления первого шампуня Елена уже много лет работала с волосами, обучала мастеров и хорошо знала своего покупателя. Поэтому сегодня бренду есть на что опереться при росте: за красивой упаковкой стоит имя, которое в профессиональной среде знали задолго до появления 23/45.

КОНЦЕНТРАТ ELAST – ОДИН ИЗ ПРОДУКТОВ, КОТОРЫМ В 23/45 ОСОБЕННО ГОРДЯТСЯ. СРЕДСТВО ПОМОГАЕТ ВЕРНУТЬ ВОЛОСАМ ПЛОТНОСТЬ, ЭЛАСТИЧНОСТЬ И БЛЕСК БЛАГОДАРЯ ФОРМУЛЕ С ПРАВИЛЬНОЙ ПРОПОРЦИЕЙ РАСТИТЕЛЬНЫХ МАСЕЛ, АЛОЭ ВЕРА, ВИТАМИНА Е И СКВАЛЕНА.





В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ СЕГМЕНТЕ ЗА ПРОДУКТ ВО МНОГОМ ГОВОРИТ МАСТЕР: ОН ОБЪЯСНЯЕТ, ЗАЧЕМ НУЖЕН СОСТАВ И КАКОГО РЕЗУЛЬТАТА ОТ НЕГО ЖДАТЬ. У ДОМАШНЕГО УХОДА У БРЕНДА ТАКОЙ ВОЗМОЖНОСТИ НЕТ – ЗДЕСЬ УПАКОВКА, ФОРМУЛА И РЕПУТАЦИЯ ДОЛЖНЫ СПРАВЛЯТЬСЯ САМИ.

KN TECH



kn-tech.ru

РОССИЙСКАЯ РАЗРАБОТКА И ПРОИЗВОДСТВО МЕДИЦИНСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ ISO 13485

Полный спектр высокотехнологических методик эстетической медицины и физиотерапии для решения ключевых задач современной клиники

тел. 8 (800) 707-56-01

ЭКОСИСТЕМА ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕСА:

- Прогнозируемая экономика окупаемости
- Сопровождение запуска
- Гибкие условия приобретения
- Сервисное обслуживание
- Повышение квалификации специалистов
- Профессиональная подготовка

01

KN LIGHT



Профессиональная система светотерапии и фотоомоложения

02

KN MAGNUM



Многофункциональная платформа

03

KN MAGNETIC



Электромагнитная стимуляция мышц

04

KN SPECTRUM



BPL-система

✓ Более 500 аппаратов в более чем 80 городов России

Реклама. Рекламодатель ИП Вагапова Римма Мунировна ИНН 771205038787. Erid: 2VSb5yNCgVg

«РЕТИНОИДЫ»:

как фармпроизводитель использует научные компетенции для выпуска косметики



Фармацевтическое научно-производственное предприятие «Ретиноиды» уже более трёх десятилетий выпускает лекарственные препараты для лечения кожных заболеваний. В последние годы компания расширяет портфель за счёт косметических средств, призванных поддерживать здоровье кожи и волос. О том, как фармацевтические подходы применяются при разработке и производстве косметики, а также о продукции компании рассказывает директор АО «Ретиноиды», кандидат фармацевтических наук Константин Ноздрин.



ОТ РАЗРАБОТОК ДО КЛИНИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ

– Константин Владимирович, в этом году фармацевтическое научно-производственное предприятие «Ретиноиды» отмечает 35-летие. Расскажите немного об истории его создания.

– История «Ретиноидов» берёт начало в 1991 году. Компанию основал мой отец, Владимир Иванович Ноздрин. По образованию он был врачом: родился в Орловской области, окончил сначала Орловское медицинское училище, затем Первый Московский медицинский институт имени И.М. Сеченова, где защитил кандидатскую диссертацию. В 1998 году он создал и возглавил кафедру гистологии в Орле, которая через несколько лет была признана одной из лучших в стране.

Владимир Иванович начал заниматься изучением ретиноидов ещё в студенческие годы. Его первая работа по этой теме – публикация доклада для научной конференции – датируется 1969 годом. Этому направлению он посвятил всю жизнь.

В определённый момент был накоплен такой значительный объём научных знаний, что разработанные и тщательно изученные вещества необходимо было внедрять в клиническую практику. Однако советская бюрократическая система не позволяла этого сделать. К 1991 году уже появилась возможность создавать частные предприятия. Тогда команда учёных во главе с доктором медицинских наук, профессором Владимиром Ноздриным взялась за то, что не удавалось реализовать в рамках государственной системы, – вывести в клиническую практику препараты на основе веществ, разработанных и изученных за долгие годы исследований.

Так появилась научно-производственная компания «Ретиноиды». За несколько десятилетий мы разработали линейку собственных запатентованных лекарственных препаратов, которые успешно прошли государственную регистрацию и были внедрены в клиническую практику. Срок действия некоторых патентов к настоящему времени уже истёк, но названия продукции защищены товарными знаками.

Основу линейки «Ретиноидов» составляют препараты с ретиноидами – производными витамина А. В начале 2000-х годов эта линейка была удостоена премии «Платиновая унция» в номинации «Линейка препаратов, созданная и выведенная на рынок». До этого подобных лекарственных средств не было ни в Советском Союзе, ни в современной России. За разработкой каждого из них стоят высокий профессионализм наших специалистов, большая научная работа, доклинические и клинические исследования.

Сегодня «Ретиноиды» – это около 240 сотрудников на трёх научно-производственных площадках. Из них 130 человек работают в основном корпусе в Балашихе. Предприятие выпускает около 4 млн упаковок продукции в год.

– Фармацевтическое научно-производственное предприятие «Ретиноиды» выросло из компании, которая внедряла научные разработки в клиническую практику. За эти годы был накоплен большой опыт. Как сегодня происходит вывод новых препаратов на рынок?



– Вывод новых препаратов на рынок становится всё сложнее и дороже. Быстро растут регуляторные требования к разработке и производству лекарственных средств. Сегодня действуют стандарты GMP, а также другие стандарты надлежащих практик, которые объединяют понятием GxP. Они охватывают разработку, производство и логистику, доклинические и клинические исследования, фармаконадзор и другие процессы.

Полный цикл создания лекарственного препарата – длительный и сложный процесс. Между началом разработки и завершением клинических исследований проходят годы. Сначала определяются характеристики будущего препарата, изучаются его фармакокинетика, безопасность и стабильность. Затем проводятся клинические исследования с участием добровольцев и пациентов с конкретными заболеваниями. На последующих этапах данные могут собираться уже на сотнях пациентов, иногда в нескольких медицинских центрах и даже странах. Только после этого препарат может претендовать на регистрацию и введение в гражданский оборот.

По разным оценкам, весь цикл занимает от 12 до 17 лет, а иногда и больше. Раньше требования были менее строгими, поэтому разработка обходилась дешевле и занимала меньше времени. Сегодня небольшим фармацевтическим компаниям создавать новые препараты становится всё сложнее.



Конечно, это отражается и на продуктовом портфеле. Если за первое десятилетие мы зарегистрировали около семи препаратов, то за второе – четыре, а за третье – только два. Сейчас в портфеле компании 12 лекарственных препаратов. Некоторые из них представлены в нескольких фасовках и концентрациях – всего 19 SKU.

На сегодняшний день в разработке находятся три лекарственных препарата. Один проходит государственную регистрацию: полный цикл исследований уже завершён, и мы ожидаем его введения в гражданский оборот в ближайшие год-два. Второй находится на этапе клинических исследований, третий – на ранней стадии разработки.

– То есть, несмотря на сложности, научная работа по созданию новых препаратов продолжается?

– Определение «научно-производственное» неслучайно входит в название предприятия «Ретиноиды». У нас есть научный отдел, который занимается разработкой новых лекарственных препаратов и нелекарственных средств, а также совершенствованием уже выпускаемой продукции. Есть лабораторный центр и виварий, где мы работаем с экспериментальными моделями и лабораторными животными. В структуру вивария входит несколько лабораторий.

Работа не останавливается и не остановится, хотя сегодня она стала сложнее и дороже.

КОМПЕТЕНЦИИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В ПРОИЗВОДСТВЕ КОСМЕТИКИ

– Несколько лет назад компания начала расширять портфель за счёт косметических продуктов. Как пришло понимание, что фармацевтические компетенции можно и нужно переносить в производство косметики?

– Основу нашего портфеля составляют лекарственные препараты для лечения заболеваний кожи, поэтому особенности этого органа мы хорошо знаем. Сегодня «Ретиноиды» специализируются на разработке и выпуске ретиноидных препаратов для дерматологии.

Многие состояния кожи находятся на границе между сферой внимания врача-дерматолога и повседневным уходом. Это один из вопросов философии медицины: где заканчивается норма и начинается патология, где заканчивается здоровье и начинается болезнь?

Например, сухость кожи – распространённая проблема, которая может возникать под воздействием факторов внешней среды: сухого или жаркого климата, низкой влажности воздуха в отапливаемых помещениях и других причин. Однако







чрезмерная сухость может быть симптомом заболевания, например ихтиоза. В этом случае требуется участие дерматолога.

Другой пример – перхоть. В подростковом возрасте её появление может быть связано с особенностями работы сальных желёз. Но при определённых условиях возможно развитие себорейного дерматита, и это уже область медицины.

Многие наши препараты находятся на стыке лечения и ухода. Например, мазь «Радевит Актив» с витаминами A, D и E – один из ключевых продуктов компании, не имеющий отечественных аналогов. Препарат был разработан в середине 1990-х годов, зарегистрирован в качестве лекарственного средства и внесён в Государственный реестр лекарственных средств. При этом люди без кожных заболеваний нередко используют его для ухода за кожей и поддержания её защитного барьера.

Это натолкнуло нас на мысль, что накопленные в области дерматологии компетенции следует применять при создании косметических продуктов, которые помогают предупреждать появление проблем, защищать кожу и поддерживать её здоровое состояние. Так появились косметические средства с активными компонентами в концентрациях, разрешённых для использования в косметической продукции.

– Можете привести примеры таких продуктов?

– Например, наш лекарственный препарат «Уродерм» содержит 30% мочевины, он предназначен для размягчения участков кожи с избыточным ороговением. Такие изменения часто наблюдаются на стопах и ладонях, особенно у пожилых людей. Кроме того, гиперкератоз может сопровождать различные заболевания кожи.

На основе накопленного опыта применения «Уродерма» мы создали два косметических продукта с мочевиной: с концентрацией 5% – для детей младшего возраста и 10% – для детей старшего возраста и взрослых.

Другой пример – лекарственная мазь «Нафтадерм». Её действующее вещество – линимент нафталанской нефти. Препарат применяется при различных заболеваниях кожи, включая псориаз. Параллельно мы разработали косметический шампунь с экстрактом нафталанской нефти, который может использоваться в комплексном уходе за кожей головы при склонности к перхоти.

Кроме того, мы зарегистрировали суббренд Retinoids Cosmetics Lab. Название зарегистрировано в качестве товарного знака. Оно отражает нашу философию производства косметики и экспортный потенциал бренда. Сочетание Cosmetics Lab подчёркивает как косметическую, так и научную направленность. Вся продукция разрабатывается в лабораториях, её эффективность подтверждается исследованиями, а в каждом продукте воплощены наши знания и компетенции.

Сейчас под этим суббрендом выпускаются шесть продуктов: средство для очищения кожи, мицеллярная вода с мягкими поверхностно-активными веществами, а также средства для ухода за сухой кожей – молочко для тела, крем для рук, баттер для тела и крем-воск. В дальнейшем в линейке появятся солнцезащитные средства, кремы для ухода за лицом и антивозрастные продукты.

Сегодня косметический портфель «Ретиноидов» насчитывает около 30 позиций – больше, чем лекарственный. Это связано с тем, что косметические продукты создаются быстрее, и мы можем сразу выводить на рынок линейки, включающие три, пять или семь продуктов. В ближайшие годы планируем активно расширять косметический портфель, формируя полноценную линейку для удовлетворения различных потребностей в уходе за кожей.

– Как вы определяете, что станет основой нового продукта и какой именно продукт следует вывести на рынок?

– Мы учитываем разные факторы: результаты исследований, потребности рынка, запросы аудитории. Затем запускается процесс разработки по установленным алгоритмам. Все этапы документируются: разработка состава, испытания, сбор обратной связи, корректировка рецепту-

ры, подбор поставщиков, выбор упаковки, разработка дизайна и позиционирования, создание брендбука и медиаплана.

На предприятии действует научный совет – совещательный орган, который коллегиально принимает решения. В его работу вовлечены сотрудники разных подразделений. Они подключаются к разработке на разных этапах: одни составляют спецификации на сырьё и материалы, другие разрабатывают аналитические методы контроля качества, третьи налаживают производство, четвёртые отвечают за дизайн и маркетинг.

– Вы строите в Рязанской области завод для выпуска собственной косметической продукции. На какой стадии находится проект?

– Сейчас мы немного скорректировали приоритеты и строим фармацевтический склад недалеко от действующего производства в Балашихе. Он необходим для хранения запасов сырья, объём которых значительно вырос: мы вынуждены закупать сырьё на несколько месяцев вперёд.

Строительство завода в Рязанской области тоже продолжается, хотя и несколько медленнее, чем предполагалось. Думаю, в ближайшие 3–4 года мы введём его в эксплуатацию. Это не строительство с нуля, а реконструкция существующего комплекса.



Точные объёмы будущего производства пока назвать не могу: номенклатура продукции меняется и расширяется. Однако уже можно уверенно сказать, что мощности будут достаточными. Скорее всего, мы также будем оказывать услуги контрактного производства.

– Многие лекарственные препараты компании являются собственными разработками и не имеют аналогов. Косметический рынок гораздо более конкурентный, чем фармацевтический. Какой стратегии вы придерживаетесь в развитии этого направления?

– Косметический рынок действительно гораздо сильнее насыщен продуктами, чем фармацевтический. Создать здесь что-то принципиально новое и уникальное чрезвычайно сложно. Поэтому наша основная стратегия – выпускать продукцию с доказанной эффективностью и предоставлять потребителю возможность сделать собственный выбор.

Для нас важна не столько первая покупка, которую можно стимулировать рекламой, сколько доля повторных приобретений. Если потребитель попробовал продукт, увидел результат, остался доволен и вернулся за ним снова – это самое ценное.



– При производстве косметических средств вы придерживаетесь тех же принципов, что и при выпуске лекарственных препаратов?

– Лекарственный препарат должен соответствовать трём основным требованиям: качество, эффективность и безопасность. Соблюдение этих требований строго контролируется. Требования к косметической продукции отличаются от требований к лекарственным средствам, но в основу её производства мы закладываем те же принципы.

Безопасность подтверждается до вывода продукта на рынок: проводятся необходимые испытания и оценка безопасности. Эффективность обеспечивается за счёт активных компонентов, в том числе применяемых в фармацевтической отрасли. Наши продукты должны не только иметь приятный аромат и текстуру, привлекательную упаковку, но и приносить реальную пользу.

Многие наши косметические средства дополняют линейки лекарственных препаратов. После того как с помощью лекарственной терапии удалось снять острое состояние, коже может потребоваться дальнейший уход. На этом этапе могут применяться наши косметические средства – по рекомендации специалиста и с учётом индивидуальных особенностей кожи.

Качество обеспечивается системой, основанной на фармацевтических подходах: контроле поставщиков, сырья, вспомогательных материалов и упаковки. Мы контролируем все этапы и разрабатываем производственную документацию, которая позволяет поддерживать стабильно высокое качество продукции. Эти принципы мы заимствуем из фармацевтической промышленности и применяем при производстве косметики.





– Каковы сегодня основные каналы продвижения вашей косметической продукции?

– На первом месте – интернет и маркетплейсы. Сейчас нашу косметику проще всего купить на Wildberries, Ozon и «Яндекс Маркете». Некоторые линейки представлены и в аптечном сегменте, например мы сотрудничаем с «Аптека.ру».

В этом году мы также впервые представим продукцию на собственном стенде на международной выставке косметической индустрии InterCHARM. Раньше мы участвовали в ней только как посетители.

– Насколько производство косметики рентабельно по сравнению с фармацевтическим направлением?

– На косметическом рынке наша рентабельность пока ниже. Сегодня фармацевтическое направление финансово поддерживает косметическое, поскольку рентабельность фармацевтической продукции выше. Косметику значительно сложнее продавать: рынок более конкурентный, и для завоевания устойчивых позиций требуется гораздо больше инвестиций.

Тем не менее мы уверенно наращиваем объёмы выпуска косметических средств и видим, что потребители им доверяют.

– Насколько научная репутация компании способствует доверию к её косметической продукции?

– Безусловно, она помогает нам в продвижении. Мы рассказываем как конечным потребителям, так и специалистам – прежде всего врачам – о том, как вкладываем в продукты компетенции, накопленные в фармацевтической отрасли, и применяем требования системы качества при производстве косметической продукции.

Мы проводим образовательные мероприятия для врачебной аудитории, рассказываем об особенностях нашей продукции. В компании работают доктора и кандидаты медицинских наук, которые объясняют специалистам, как правильно применять лекарственные препараты и косметические средства.

Врачи, использующие современные подходы к терапии и уходу за кожей, прислушиваются к нашим рекомендациям и нередко включают продукцию компании в комплексные программы – в качестве поддерживающих средств и средств для ухода.

Мы продолжим развивать это направление, расширять ассортиментную линейку, возможно, создавать принципиально новые продукты. И, безусловно, будем и дальше применять знания, компетенции и подходы, накопленные нами в фармацевтическом производстве и сфере выпуска косметических средств.

KAZAN DIGITAL WEEK

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ

«KAZAN DIGITAL WEEK 2026»

29-31 ОКТЯБРЯ



Реклама. Рекламодатель АССОЦИАЦИЯ СЦР ИНН 1655420431. Erid: 2VSb5yX6cBk

Реклама



Ольга ЗАСЕЕВА,
«КЛОВЕРМЕД»:

«Я уверена, что Россия будет звучать в мировой пластической хирургии всё сильнее»

Уже более 25 лет компания «КЛОВЕРМЕД» – первый и крупнейший дистрибьютор инновационной продукции для пластической хирургии, работает на российском рынке. За четверть века рынок эстетической медицины в России значительно трансформировался, и «КЛОВЕРМЕД» внесла огромное количество инноваций в российскую эстетическую медицину. Благодаря усилиям её основательницы и генерального директора, к.м.н. Ольги Засеевой и команды единомышленников в стране активно развиваются передовые методы, в частности восстановление молочной железы после онкологических операций, челюстно-лицевая имплантация и многие другие. Кроме того, свою миссию Ольга Засеева видит в том, чтобы объединять российских и международных специалистов пластической хирургии. За годы работы было организовано более 1500 профессиональных мероприятий различного уровня – от конгрессов до региональных мастер-классов с участием топовых зарубежных и российских экспертов. В интервью нашему изданию Ольга Засеева рассказала о том, как сегодня развивается рынок эстетической медицины в России, какие тренды определяют его развитие и о важности обмена опытом между специалистами отрасли.

– Ольга Витальевна, компания «КЛОВЕРМЕД» уже давно выступает проводником передового опыта современной пластической хирургии в России. Как вы сегодня оцениваете российский рынок эстетической медицины в нашей стране?

– Я считаю, что за последние двадцать с лишним лет российский рынок эстетической медицины прошёл колоссальный путь. Когда мы начинали, пластическая хирургия в России только формировалась как самостоятельная профессиональная область. Сегодня это уже зрелая высокотехнологичная отрасль, где есть сильные школы, выдающиеся специалисты, современные клиники, серьёзные образовательные площадки.

Но вместе с ростом рынка выросла и ответственность. Эстетическая медицина не должна восприниматься как что-то лёгкое, быстрое и поверхностное. Пластическая хирургия – это хирургия, с её рисками, с необходимостью глубокого знания анатомии, правильного выбора пациента, качественных материалов и честной коммуникации между врачом и пациентом.

На мой взгляд, сегодня российский рынок развивается очень динамично. У нас есть специалисты, которые уже находятся на уровне мировой профессиональной элиты. Но для дальнейшего роста нам по-прежнему необходимы образование, открытый обмен опытом, строгие стандарты безопасности и уважение к профессии.

– Уже на протяжении многих лет компания «КЛОВЕРМЕД» выступает генеральным спонсором международных форумов IECTC/ICTPS, посвящённых эстетической медицине и пластической хирургии. Каковы сегодня ключевые векторы коммуникации внутри профессионального сообщества и как именно формируется комьюнити пластических хирургов в России?

– «КЛОВЕРМЕД» всегда ставила перед собой цель объединять профессионалов. Я сама коммуникатор по природе, мне интересны все люди, все специальности, и эту любовь к общению я перенесла в профессиональное сообщество, потому что для меня всегда было крайне важно, чтобы врачи научились общаться друг с другом, ведь медицина невозможна в вакууме. Даже при высоком уровне образования никто не может развиваться в изоляции. Это касается всех специальностей, но медицины особенно. Опыт и обучение – основа роста и развития в медицине.

Поясню на примере: актуальная тенденция в пластической хирургии – рост числа пациентов после существенного похудения, у которых появляется избыточность кожи. И есть группа пластических хирургов, которые умеют работать с этой проблемой. Если через пластического хирурга проходит 10, 15, 20 таких пациентов в месяц, он нарабатывает колоссальный опыт, который есть далеко не у всех практикующих специалистов. И этот опыт становится настоящим активом для всего сообщества пластических хирургов. Именно поэтому мы организуем форумы, которые являются площадками для диалога, где программы строятся с учётом реальных запросов врачей, отражая наиболее существенные и востребованные темы, чтобы специалисты могли обменяться знаниями и умениями.

– В этом году в мае прошёл юбилейный XV Международный форум по пластической и реконструктивной хирургии ICTPS 2026. Расскажите, какие наиболее сложные задачи сейчас в центре внимания экспертов?

– Для нас ICTPS всегда был профессиональной площадкой, где обсуждаются самые сложные вопросы специальности. И в этом году мы сознательно не уходили в простые темы. В центре внимания были повторные операции, осложнения, сложные клинические случаи, хирургия лица, безопасные доступы при фейслифтинге и платизмопластике, тактика работы с пациентами после инъекционной перегрузки, абдоминопластика, бодилифтинг, работа с жировыми тканями, профилактика осложнений.

Отдельно я бы выделила юридический блок. Сегодня хирург должен быть не только прекрасным врачом, но и человеком, который понимает современную реальность: правовые аспекты, коммуникацию с пациентом, документирование, репутационные риски. Профессионализм сегодня – это уже не только руки хирурга. Это стратегия, мышление, ответственность и постоянное развитие.



– Отличительная особенность форумов ICTPS – прямые трансляции из операционных. Как родилась идея такого формата?

– Она родилась из очень простого понимания: хирургу мало слушать лекцию. Ему важно видеть каждое движение, логику принятия решения, работу с тканями, нюансы техники, которые невозможно передать только слайдами.

Мы всегда ищем форматы, которые дают максимальную практическую пользу. Live surgery – как раз тот формат, где теория соединяется с реальной хирургической практикой. Это очень высокий уровень открытости: операция идёт в режиме реального времени, каждое движение комментируется, объясняется даже малейшая деталь.

Отклик всегда очень сильный. Для многих участников такой формат – главное профессиональное впечатление форума, потому что такие трансляции позволяют не просто вдохновиться, а действительно понять технику, задать себе вопросы, увидеть сложность профессии изнутри. Хирурги отмечают, что только в режиме трансляции из операционной можно увидеть приёмы и фишки, которые можно применять сразу, приехав в свою операционную.

– На ICTPS 2026 компания «КЛОВЕРМЕД» была представлена стендом «Красота по-русски». Почему была выбрана такая концепция, что стоит за этим определением?

– Для нас «Красота по-русски» – это не про фольклорную стилизацию и внешний декоративный образ. Скорее, это про зрелость российской эстетической медицины, про нашу профессиональную школу и уверенность в собственном опыте.

Долгое время мы учились у международных специалистов, приглашали их в Россию, возили наших врачей на зарубежные конгрессы, строили мосты между профессиональными сообществами разных стран. И это было абсолютно необходимо. Но сегодня российская пластическая хирургия сама формирует сильные методики, сильных экспертов, сильную научную повестку.

Для нас «Красота по-русски» – это уважение к пациенту, точность, безопасность, глубокое понимание анатомии, индивидуальный подход и высокая культура результата. Это красота не шаблонная, а осмысленная.



Ольга Засеева с супругом Игорем Богородицким, генеральным директором компании «БИО Концепт»

– Вы всегда говорили, что видите свою миссию в том, чтобы объединять российских и международных специалистов пластической хирургии. Насколько в современном мире удаётся сохранять и укреплять эти связи?

– Моя позиция не изменилась: в вакууме невозможно расширять опыт. Медицина международна по своей природе. Болезни, анатомия, хирургические задачи, осложнения, качество жизни пациента – всё это не имеет границ.

Конечно, внешние обстоятельства изменили многие процессы – стало сложнее организовывать некоторые форматы, логистику, коммуникацию. Но профессиональные связи, построенные на уважении, доверии и многолетней совместной работе, не исчезают в один день.

Мы продолжаем поддерживать международный диалог насколько это возможно. Мы по-прежнему следим за мировыми технологиями, общаемся с экспертами, изучаем новые подходы. И одновременно видим, что российские специалисты сегодня сами становятся теми людьми, чей опыт интересен коллегам из других стран.

– Вы всегда тесно сотрудничали с ведущими зарубежными компаниями. Как вы оцениваете потенциал международного экспорта российских технологий в пластической хирургии?

– Я считаю, что потенциал есть и он будет расти. У России сильная хирургическая школа, особенно там, где требуется фундаментальное знание анатомии, работа со сложными случаями, реконструкция, микрохирургия, нестандартное клиническое мышление.

Экспорт в медицине – это не только продукт. Это ещё методика, школа, образовательная программа, экспертность врача. И в этом смысле российская пластическая хирургия может быть интересна международному профессиональному сообществу.

Например, технология современного бодиконтуринга (body contouring) – комплекса хирургических методик для коррекции силуэта, в основе которой лежит российская развитая школа общей хирургии. Мы можем уверенно экспортировать эти технологии. Интерес к ним есть: международные специалисты, посетившие Россию, впечатлены результатами работы российских врачей и активно приглашают наших хирургов читать лекции за рубежом.

Но для последовательного развития экспорта важно системно описывать опыт, публиковать результаты, участвовать в международных дискуссиях, создавать технологии и решения, которые будут понятны и воспроизводимы за пределами страны.

Нам всё ещё нужно повышать уровень английского языка среди специалистов, чтобы они могли представлять свои достижения на мировой арене на достойном уровне, ясно и грамотно отвечать на вопросы, участвовать в дискуссиях.

У нас есть сильные специалисты! И теперь важно, чтобы их опыт был правильно представлен миру.

– Благодаря вам и вашим единомышленникам в нашей стране было создано направление восстановления молочных желёз после мастэктомии, вызванной онкологическим заболеванием. Как на данный момент развивается это направление? Какие основные проблемы стоят перед развитием реконструктивной маммопластики в России?

– Это направление для меня действительно особое. Когда мы начинали, реконструкции молочной железы после онкологии в России практически не существовало как системной практики. Женщине удаляли опухоль, спасали жизнь, но вопрос качества этой жизни после лечения почти не обсуждался.

Реконструкция молочной железы развивалась очень постепенно, но нашлись такие же энтузиасты, как я, которым она интересна. Мы прошли сложный путь взаимодействия со смежными специальностями, такими как химиотерапевты, хирурги-онкологи, радиологи, маммологи и т.п., так как, естественно, здоровье пациента всегда стояло на первом месте, и нам удалось вызвать интерес к этой области, продвинуть её развитие.

Сегодня ситуация изменилась: реконструкция стала доступнее, появились специалисты, лечебные центры с профильными отделениями, опыт, понимание важности одномоментной реконструкции. Сегодня во многих случаях можно удалить опухоль и восстановить грудь с помощью импланта или собственных тканей.

Однако проблемы ещё остаются. Это доступность реконструкции в регионах, информированность пациенток, маршрутизация, финансирование, междисциплинарное



взаимодействие онкологов, маммологов и пластических хирургов. Очень важно, чтобы после постановки диагноза женщина слышала не только о лечении, но и о возможности восстановления, потому что речь идёт о возвращении качества жизни.

– Реконструкция груди после онкологии – не только медицинская, но и психологическая задача. Как бы вы оценили влияние этих технологий на качество жизни пациенток? Есть ли данные по улучшению адаптации или снижению депрессии после реконструкции?

– Я всегда говорю, что пластическая хирургия – это не только эстетика. В реконструкции это особенно очевидно. Женщина проходит тяжёлый путь: диагноз, страх, операция, лечение. И если после этого она получает возможность снова чувствовать себя целостной, женственной, уверенной, это имеет огромное психологическое значение.

Недавно я проводила встречу с девушками, которым был поставлен подобный диагноз и которые прошли сначала лечение, а затем реконструкцию молочной железы. Все они отметили, как для них важно, что сегодня у них появилась такая возможность. Они социально активны, нет угнетённого состояния из-за эстетической проблемы. Собрание проходило в жаркий день, все они пришли в открытых сарафанах. И для меня тоже очень важно видеть, как реконструкция молочной железы качественно улучшает жизнь женщин.

Мы прошли большой путь, сегодня есть запрос от пациентов, что очень важно, они уже не говорят: «Я хочу просто выжить», они говорят: «Я хочу поправиться, хочу иметь красивые формы, хочу быть привлекательной».

Реконструкция помогает пациентке быстрее вернуться к обычной жизни, к семье, к работе, к социальной активности. Она снижает ощущение утраты, помогает адаптироваться после онкологического лечения. Конечно, каждая история индивидуальна, но врачи хорошо видят, как меняется состояние женщины, когда она понимает, что болезнь не забрала у неё право на качество жизни.

Для меня это всегда было одним из главных аргументов в пользу развития реконструктивной хирургии.

– В последнее время в этой сфере обсуждаются биоразлагаемые имплантаты и гибридные материалы. Какие прорывные технологии вы видите в ближайшие годы?

– Я думаю, что ближайшие годы будут связаны с развитием гибридных подходов. Это сочетание имплантов, собственных тканей, липофилинга, материалов, которые помогают тканям лучше интегрироваться и восстанавливаться.

Очень перспективны технологии, которые позволяют сделать реконструкцию более индивидуальной: 3D-планирование, многообразие размеров и улучшение поверхности имплантатов, новые биоматериалы, решения для поддержки тканей. Но при всей любви к инновациям я всегда подчёркиваю: технология должна пройти проверку безопасностью, клиническими исследованиями и временем.

Например, выбирая грудные имплантаты, пластические хирурги оценивают не только эстетические характеристики изделия, но и объём клинических данных, подтверждающих его безопасность и предсказуемость результатов в долгосрочной перспективе, поскольку в эстетической хирургии долгосрочные результаты имеют не меньшее значение, чем непосредственный эффект после операции. В этом контексте особую ценность представляют исследования, позволяющие оценить безопасность и эффективность грудных имплантатов спустя десятилетия после их установки.

Так, например, для Mentor CPG® – текстурированных грудных имплантатов были опубликованы результаты независимого 21-летнего клинического наблюдения, подтверждающего их долгосрочный профиль безопасности, эффективность и высокий уровень удовлетворённости пациенток.

Для пластического хирурга подобная доказательная база – это возможность опираться не только на собственный клинический опыт, но и на результаты многолетних независимых наблюдений при выборе имплантатов и консультировании пациенток.

В медицине нельзя увлекаться новизной ради новизны. Прорыв – это то, что даёт пациенту лучший, более безопасный и предсказуемый результат.

– Вы очень много внимания уделяете профессиональному развитию хирургов. Какие методы и программы обучения вы считаете наиболее эффективными?

– Самое эффективное обучение – это обучение, связанное с практикой. Лекция важна, но она не заменяет живой разбор операции, анатомический курс, мастер-класс, работу с осложнениями, дискуссию с опытным хирургом.

Врач должен видеть, задавать вопросы, разбирать ошибки, понимать логику техники. Особенно важно это в пластической хирургии, где миллиметры имеют значение.

Я считаю, что очень важны регулярность и преемственность. Нельзя один раз приехать на конгресс и считать, что ты освоил методику. Образование хирурга не заканчивается никогда. Это профессия, которой нужно подчинить очень большую часть своей жизни.

– Как вы оцениваете развитие института наставничества в пластической хирургии? Какие ценности помогают молодым специалистам уверенно развиваться в профессии?

– Наставничество в пластической хирургии необходимо. Молодому врачу важно не только получить знания, но и впитать профессиональную культуру. Увидеть, как опытный хирург принимает решения, как он отказывает пациенту, если видит риски, разбирает осложнения и относится к своей ответственности.

Главные ценности – трудолюбие, честность, уважение к пациенту, уважение к анатомии, готовность учиться и признавать, что ты не всё знаешь. Самоуверенность в хирургии опасна. Уверенность должна приходить через опыт, образование и честную оценку своих возможностей.

Мне очень нравится видеть молодых врачей, которые не ищут быстрый путь, а хотят стать настоящими профессионалами. Именно они будут определять будущее отрасли.

– За многие годы работы компания «КЛОВЕРМЕД» зарекомендовала себя как компания-эксперт, надёжный партнёр и ответственный поставщик комплексных решений для проведения пластической и реконструктивной хирургии. Какие решения вы могли бы выделить сегодня как наиболее актуальные?

– Мы никогда не хотели быть компанией формата «купил–продал». Для нас важно, чтобы хирург получал не просто изделие, а понимание, как с ним работать, как его использовать безопасно и эффективно.

Сегодня наиболее актуальны решения для хирургии молочной железы, включая эстетическую и реконструктивную маммопластику, современные имплантаты, инструменты для интраоперационного подбора, послеоперационное бельё, решения для челюстно-лицевой хирургии, а также продукты и технологии, которые помогают врачу получить более предсказуемый результат.

Важно и то, что за каждым продуктом стоят логистика, склад, поддержка, обучение, консультация. В хирургии нельзя работать по принципу «как-нибудь довезём». В операционной всё должно быть вовремя, точно и надёжно.

– Вы регулярно ведёте программу «Эстетика в разрезе с Ольгой Засеевой», где беседуете с выдающимися профессионалами своего дела. Какие задачи вы решаете данным проектом?

– Для меня этот проект – продолжение нашей просветительской миссии. Мне всегда интересно разговаривать с сильными профессионалами, потому что в таких беседах рождается неформальное знание: не только методика, но и путь врача, его ошибки, принципы, отношение к пациенту, к профессии и развитию.

С одной стороны, это возможность для коллег услышать опыт ведущих специалистов. С другой – это важная просветительская работа для пациентов. Люди должны понимать, что пластическая хирургия – это не красивые картинки в социальных сетях, а серьёзная медицинская область.

Мне хочется, чтобы через такие разговоры формировалась культура осознанного выбора: врача, клиники, методики, ожиданий от операции.

– Эстетическая хирургия давно стала отдельным полноправным направлением медицины. Что, с вашей точки зрения, сегодня необходимо изменить в подходе к эстетической медицине в стране?

– Я бы хотела, чтобы эстетическую медицину окончательно перестали воспринимать как сферу лёгких обещаний. Это медицина, а значит, здесь должны быть стандарты, образование, ответственность, честность и безопасность.

Очень важно бороться с мифом, что пластическая операция – это быстро, дёшево и просто. Хирургия не может быть дешёвой в плохом смысле этого слова, потому что за качеством стоят команда, операционная, анестезия, материалы, опыт врача, реабилитация и огромная ответственность.

Также я считаю важно развивать узкие специализации. Врач, который много лет занимается лицом или грудью, накапливает опыт, который невозможно заменить универсальными обещаниями. Пациент должен выбирать не по картинкам с фильтрами, а по репутации, очной консультации, честному разговору о рисках и возможностях.

– Ольга Витальевна, а в чём вы видите главную миссию «КЛОВЕРМЕД» сегодня?

– Самая главная миссия – это развитие реконструктивной хирургии молочной железы. Я считаю, одним из самых больших достижений компании «КЛОВЕРМЕД», что мы смогли продвинуть направление восстановления молочных желёз в нашей стране, развить его, и сегодня работаем над тем, чтобы как можно больше центров в России могли делать реконструктивные операции. В России уже достаточно специалистов, которые готовы помочь женщинам в решении этой проблемы.

Вторая – и как я полагаю, наша успешная миссия – объединение специалистов, причём не только в сфере пластической хирургии. Мы объединяем врачей всех направлений эстетической медицины с другими специалистами. Например, сегодня мы развиваем такое направление, как объединение онкологов, специализирующихся на онкологических кожных заболеваниях, со специалистами в сфере дерматокосметологии, к которым пациенты приходят на эстетические процедуры. Зачастую за эстетической проблемой может крыться серьёзное заболевание, и у дерматокосметологов должна быть высокая насторожённость, возможность вовремя распознать проблему, отправить к профильному специалисту, чтобы вовремя поставить диагноз.

Мы уже добились достаточно высокого уровня диагностики рака молочной железы на ранних стадиях, а чем раньше удаётся схватить болезнь за хвост, тем проще её вылечить.

– Каким вы видите будущее эстетической хирургии в России?

– Я вижу его сильным, профессиональным и очень ответственным. Российская пластическая хирургия уже доказала, что способна быстро развиваться, осваивать сложнейшие технологии и формировать собственную экспертную школу.

Будущее за теми специалистами и клиниками, которые соединяют высокую технику, безопасность, индивидуальный подход, междисциплинарность и постоянное образование. Будущее – за хирургией, где результат не просто красивый, но и физиологичный, предсказуемый, безопасный.

Я уверена, что Россия будет звучать в мировой пластической хирургии всё сильнее. Для этого нужно продолжать учиться, обмениваться опытом, поддерживать профессиональные связи и помнить главное: в центре любой технологии всегда находится пациент.



ПОЧЕМУ ОДНА АППАРАТНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ УЖЕ НЕ ЗАКРЫВАЕТ ЗАПРОС ПАЦИЕНТА

Ещё несколько лет назад многие клиники строили аппаратный парк вокруг одного флагманского аппарата. Сегодня этого уже недостаточно. Современная косметология всё чаще опирается на комплексные протоколы лечения.

Переход к комплексным протоколам совпал с ростом рынка эстетической медицины. Согласно исследованию Global Survey 2024 Международного общества эстетической пластической хирургии ISAPS, в 2024 году во всём мире было выполнено более 20,5 млн нехирургических эстетических процедур, а общее количество эстетических вмешательств за последние 4 года выросло на 42,5%.

Почему одной технологии уже недостаточно и как это меняет подход к формированию аппаратного парка, рассказывает врач-косметолог, основатель клиники современной косметологии ABC в Саранске Татьяна Александровна Зайцева.



Татьяна Александровна Зайцева – врач-косметолог с опытом более 12 лет, основатель клиники современной косметологии ABC, Саранск.

ПОЧЕМУ ОДНОЙ ТЕХНОЛОГИИ УЖЕ НЕДОСТАТОЧНО

Прежде всего изменился сам запрос пациента. Если раньше человек мог прийти в клинику за конкретной процедурой, сегодня его чаще интересует результат: как скорректировать возрастные изменения, сохранить естественность и при этом не выпадать надолго из привычной жизни.

В то же время пациенты стали рациональнее относиться к расходам. Они заранее изучают технологии, читают отзывы и сравнивают методы, потому что готовы инвестировать в процедуры, только если понимают их ценность, логику назначения и ожидаемый эффект.

Изменилось и понимание процессов старения самими врачами.

> *Я часто объясняю пациентам, что лицо похоже на многоэтажный дом, и изменения происходят на каждом этаже. Стареет не только кожа. Меняются качество дермы, микроциркуляция, связки, жировые пакеты и мышцы. Воздействовать на все эти процессы одной технологией невозможно.*

Поэтому вопрос «Какой аппарат лучше?» постепенно уступает другому: «Как правильно решить мою проблему?». Ответом становится не одна процедура, а последовательный план лечения.

КАЖДАЯ ТЕХНОЛОГИЯ РЕШАЕТ СВОИ ЗАДАЧИ

Аппаратные методики не заменяют друг друга, они работают на разных уровнях тканей и решают разные клинические задачи.

- **Технология IPL:** коррекция сосудистых изменений, пигментации, воспалительных элементов и постакне, улучшение цвета и общего состояния кожи.
- **Микроигольчатый RF:** воздействие на дерму, повышение плотности и тургора кожи, сокращение пор, работа с рубцами и морщинами.
- **SMAS-лифтинг:** воздействие на связочный аппарат и глубокие структуры, компактизация тканей и выраженный лифтинг.
- **Монополярный RF:** объёмный прогрев тканей, улучшение качества коллагена, контуров лица и плотности тканей.

«Я не рассматриваю эти технологии как конкурентов. Для меня это инструменты, и каждый выполняет свою задачу», – отмечает врач.

Ценность аппаратного парка определяется не количеством аппаратов, а тем, насколько они дополняют друг друга. Именно сочетание технологий даёт возможность работать сразу на нескольких уровнях тканей.

КОМПЛЕКСНЫЙ ПРОТОКОЛ ВМЕСТО ОДНОЙ ПРОЦЕДУРЫ

Комплексный протокол не означает, что пациенту пытаются сделать как можно больше процедур. Задача врача – определить ведущую причину изменений и выбрать необходимую последовательность воздействий.

При деформационно-отёчном морфотипе в клинике ABC, например, сочетают SMAS-лифтинг и монополярный RF. Первая технология работает с глубокими структурами и связочным аппаратом, вторая помогает улучшить качество тканей и усилить лифтинг-эффект.

При мелкоморщинистом типе старения применяется сочетание микроигольчатого RF и интраорального прогрева с помощью монополярного RF. Такой протокол позволяет воздействовать на плотность и качество кожи на разных уровнях.

Если пациента беспокоят сосудистые изменения, пигментация или последствия акне, первым этапом может стать IPL. После коррекции цвета и качества кожи врач при необходимости подключает лифтинг-технологии.

По наблюдениям Татьяны Зайцевой, пациенты охотнее соглашаются на поэтапное лечение, если понимают роль каждого этапа и к какому результату он должен привести. Тогда омоложение перестаёт восприниматься как разовая процедура и становится системой лечения.

С ЧЕГО НАЧИНАЕТСЯ ВЫБОР ТЕХНОЛОГИИ

Хороший протокол начинается не с аппарата, а с консультации.

«Мы начинаем с определения точки Б – результата, которого хотим достичь вместе с пациентом», – говорит Татьяна Зайцева.

Врач оценивает морфотип старения, качество кожи, состояние связочного аппарата и подкожно-жировой клетчатки, выраженность изменений, образ жизни пациента, его ожидания и допустимые сроки восстановления.

При этом одинаковая жалоба не всегда требует одинакового лечения. Изменение овала лица может быть связано с состоянием связок, качеством кожи, объёмом жировых пакетов или отёчностью тканей. В зависимости от причины одному пациенту сначала потребуется IPL, другому – SMAS-лифтинг, третьему – микроигольчатый или монополярный RF.

Так аппарат перестаёт быть самостоятельным решением и становится одним из инструментов лечебной стратегии. Врач выбирает не процедуру, которую нужно продать, а технологию, необходимую на конкретном этапе.

ОТ ОДНОГО АППАРАТА К СИСТЕМЕ ТЕХНОЛОГИЙ

Аппаратный парк клиники ABC формировался постепенно. В нём уже были фотосистема ClearLight IPL, аппарат микроигольчатого RF-лифтинга Ellisys Plus S и SMAS-система Microson PT. Однако часть задач, связанных с качеством тканей, с изменением овала лица и первыми проявлениями гравитационного птоза, оставалась закрыта не полностью. Поэтому не так давно клиника приобрела аппарат монополярного RF Duet V. При его выборе исходили не из популярности технологии, а из того, какое место она займёт в уже существующей системе.

«Для нас было важно не просто приобрести очередной новый аппарат, следуя тренду, а закрыть задачи, которые раньше оставались решёнными не до конца. Duet V не заменил уже имеющиеся аппараты, а усилил комплексные протоколы», – объясняет Татьяна Зайцева.

Одним из факторов выбора стала интраоральная насадка, которая расширяет возможности работы с глубокими структурами лица и позволяет дополнять уже применяемые лифтинговые протоколы без увеличения периода восстановления.

Такой подход снижает риск бессистемных закупок. Новое оборудование приобретают не ради расширения прайс-листа, а тогда, когда клинике не хватает определённого механизма воздействия или возможности дополнить востребованные процедуры.

КАК ВЫБИРАТЬ ОБОРУДОВАНИЕ СЕГОДНЯ

Покупка аппарата – одновременно клиническое и управленческое решение. Поэтому оценивать его только по известности бренда, числу функций или популярности метода недостаточно. Перед покупкой, по мнению Татьяны Зайцевой, собственнику стоит ответить на три вопроса.

КАКУЮ ЗАДАЧУ АППАРАТ РЕШИТ?

Новая технология должна закрывать реальную потребность клиники: расширять возможности лечения, дополнять действующие протоколы или помогать работать с запросами, для которых пока нет подходящего инструмента.

БУДУТ ЛИ ВРАЧИ НА НЁМ РАБОТАТЬ?

Даже технологически сильный аппарат не окупится, если специалисты не понимают его возможностей или не готовы включать его в практику. Необходимо заранее учитывать обучение команды и то, насколько методика соответствует подходу врачей.

БУДЕТ ЛИ ТЕХНОЛОГИЯ ВОСТРЕБОВАНА?

Оборудование должно отвечать запросам существующей аудитории клиники. Покупка только потому, что методика стала популярной на рынке, может привести к тому, что аппарат будет использоваться эпизодически.

> *Для собственника важно действовать, руководствуясь не эмоциями или маркетингом, а стратегически. Аппарат должен быть экономически оправдан, врачи должны верить в технологию, а сама она — отвечать реальным запросам пациентов. Только сочетание этих факторов делает покупку правильной.*

Если клиника открывается с нуля, врач советует начинать с универсальных и регулярно востребованных технологий. В качестве базовых она выделяет IPL и микроигольчатый RF – эти технологии охватывают широкий круг клинических задач и востребованы у пациентов. По наблюдениям Татьяны Зайцевой, показания к IPL встречаются практически у каждого второго пациента. Поэтому эту технологию она считает одной из наиболее рациональных для клиники на старте. Более специализированные системы: SMAS и монополярный RF – имеет смысл добавлять по мере развития практики и формирования пациентского спроса.

Сегодня пациент ждёт не отдельную процедуру, а прогнозируемый результат, а собственник – обоснованную отдачу от вложений. Поэтому выигрывают не клиники с самым большим аппаратным парком, а те, кто умеет сочетать технологии и выстраивать последовательные протоколы лечения. При этом всё большую роль будут играть диагностика, индивидуальный подбор параметров и доказанная эффективность оборудования. По мнению Татьяны Зайцевой, именно эти факторы будут определять развитие аппаратной косметологии в ближайшие годы.



АППАРАТЫ КЛИНИКИ ABC ДЛЯ КОМПЛЕКСНЫХ ПРОТОКОЛОВ

- **ClearLight** – IPL-платформа для фототерапии, лечения сосудистых и пигментных изменений, акне и фотомоложения.
- **Ellisys Plus S**– аппарат для микроигольчатого RF-лифтинга лица и тела.
- **Microson PT** – HIFU-система для SMAS-лифтинга.
- **Duet V** – аппарат монополярного RF для глубокого прогрева тканей и ремоделирования коллагена.



ДМИТРИЙ СКВОРЦОВ:

«Быть классным пластическим хирургом – это и уметь говорить “нет” пациенту»

Пластический хирург, член Европейского сообщества ринопластов, – об отказах, мужских трендах, теоринопластике и о «французских щёчках»

Пластический хирург Дмитрий Скворцов не гонится за лидерством. «На любого сильного бойца найдётся более способный», – говорит он. Его философия в другом: быть верным своему делу, пациентам и команде. В 2025 году он получил премию «Люди года» от журнала FB как лучший пластический хирург. Он – действующий член Европейского сообщества ринопластов, амбассадор сохраняющей методики теоринопластики в России, автор проекта по восстановлению женского тела «Idealmom» и методики «Французские щёчки». В интервью бизнес-журналу Скворцов рассказывает, почему отказывает пациентам с запросом «хочу как у звезды», как изменилось отношение мужчин к пластике и кто на самом деле делает 70% успеха операции.

– Дмитрий, ваш девиз «Быть верным своему делу!» звучит как манифест. Как эта философия влияет на ваши ежедневные решения: соглашаться ли на сложную ринопластику из разряда «хочу как у…» или рекомендовать пациенту ещё раз подумать?

– С пациентами из категории «хочу как у…» я, как правило, не работаю. Мы можем сформулировать план на основе фотомодели, чтобы я понял, какие пропорции и эстетические линии нужно создать. Но нос формируется индивидуально. Это не пластилин и не пластмасса: нельзя отредактировать на 3D-принтере и прилепить пациенту.

Если во время консультации нет взаимопонимания, я просто объясняю: я не смогу вам помочь, ищите другого хирурга. Работа с такими пациентами заведомо обречена: человек всё равно будет видеть, что нос не похож на тот, который он хотел, не беря в расчёт, что он, вообще, не похож на эту звезду.

Наш главный результат – красивые эстетичные линии, пропорции, гармоника носа и его функциональность. К какому-то стилю мы можем приблизиться: кто-то любит более курносый нос, кто-то – с прогибом спинки, – это технически выполнимо. Но сделать конкретный нос под клише конкретной медийной личности нереально, если пациент анатомически не похож на неё хотя бы приблизительно.

Тем более это касается вторичной хирургии. Когда пациент не получил ожидаемого результата от первой операции и приходит ко мне, но я не вижу никаких деформаций – нос просто ему не нравится, и он показывает фотографии «как надо». Я понимаю: это будет очередная проблема – уже моя. Я тоже отказываю.

– Как часто к вам приходят пациенты с признаками дисморфофобии? Есть ли приёмы, как мягко объяснить, что выход не в операции?

– С классической дисморфофобией я не сталкивался. Это действительно сложный синдром, психическое отклонение. Но есть пациенты, которые очень щепетильны к определённым контурам. Например, в его понимании нос должен быть сразу после снятия лангеты таким же, как через год, – никаких реабилитационных периодов. Такое бывает только у пациентов с тонкой кожей, у которых практически нет синяков и отёков. Но даже у них дальше идёт адаптация, и нос становится только лучше.

Я заостряю внимание пациента на том, что это серьёзная операция, которая потребует помощи в период реабилитации, – нужно будет обратиться к косметологам, реабилитологам, пройти физиопроцедуры. Если этого не делать, будут слёзы и разочарование.

Я отказываю, если пациент меня не слышит. Или для него операция – как очередной поход в магазин. Или если пациент требует стопроцентной гарантии. Ни один уважающий себя хирург не даст стопроцентной гарантии – неизвестно, как пройдёт реабилитация. Я не знаю особенностей его иммунитета, работы лимфодренажной системы, не будет ли воспалительных процессов.

«Стопроцентных гарантий не даст ни один уважающий себя хирург. Тот, кто их даёт, либо непрофессионален, либо недобросовестен. Я не знаю, как у пациента пройдёт реабилитация, какой у него иммунитет, не будет ли воспаления».

– Вы начинали в пластической хирургии, когда она ещё не была мейнстримом, прошли школу экстренной абдоминальной хирургии и медбатальона. Какие навыки из того периода мгновенного принятия решений вы используете сегодня?

– У меня была хорошая практика на протяжении четырёх лет в экстренной абдоминальной хирургии, а также в плановой и экстренной торакальной хирургии. Эти навыки дали мне больше спокойствия и понимания в эстетической и реконструктивной хирургии.

Я более свободно чувствую себя в экстренных ситуациях – при кровотечениях, воспалительных процессах, которые могут происходить после масштабных эстетических операций, например после комплекса по восстановлению тела после родов. Эти знания дают больше возможностей для решения проблем и для их профилактики.

Основное место моей работы перед уходом в эстетическую хирургию – ФСИН, колония, больница федерального значения. Плюс дежурства в экстренной абдоминальной хирургии в медсанчасти. Поток пациентов был разный, но и грудная клетка, и брюшная полость, особенно в экстренной хирургии, были мною освоены.

– Вы – действующий член Европейского сообщества ринопластов. Что это за общество? Легко ли стать его членом?

– Европейское общество ринопластов было сформировано несколько лет назад, чтобы соединить хирургов – и ЛОРов, и пластических хирургов, которые любят свою работу, связанную с носом.

Стать членом этого сообщества оказалось непросто. Нужно было предоставить множество подтверждающих документов российского образца о том, что я действительно выполняю определённые техники и занимаюсь ринопластикой. Это сертификаты, публикации, выступления. Стаж, конечно, требуется – именно стаж пластического хирурга, проведение операций в области ринопластики.

Подтверждение длилось около трёх месяцев. Я вступил в ECP в 2020 году.

– Какие изменения заметны в запросах пациентов за последние годы?

– Несколько лет был определённый бум на пластику. Думаю, с 2020-го по 2026-й актуальность не падает, но вектор сместился в сторону малоинвазивных эндоскопических техник подтяжки лица. Раньше к ним относились более скептически, сейчас это направление набирает обороты.

Всё, что связано с проекциями: анфас и три четверти, – потому что все любят селфиться и выкладывать фото в соцсети. Не профиль, а именно три четверти и анфас. Операции на лице, которые не оставляют видимых следов, и ринопластика с утончением спинки носа сейчас максимально востребованы.

– Что для вас является маркером малотравматичной ринопластики?

– Разумеется, чем меньше видимых следов операции, тем выше малотравматичность. Независимо от того, ринопластика это или подтяжка лица.

Применительно к ринопластике малотравматичность – в минимальных доступах. Речь не о том, что нос будет проработан по минимуму, а именно о доступах. Например, в теоринопластике, которую я использую очень часто, все доступы туннельные. Основной доступ к операции – закрытый, открытый применяется редко.

На первичной ринопластике я проведу операцию закрытым доступом. Есть маневры, которые позволяют сократить ширину крыльев носа изнутри, без рубцов.



*«Хирург делает **30**% успеха. Остальные **70**% – это как организм перенесёт операцию и как пациент будет ухаживать за собой».*

Малотравматичность – это минимум отслоек и травматичной работы с костно-хрящевой структурой. Отсюда короткий реабилитационный период. Добавлю работу с ультразвуком – пьезотомом. Он позволяет работать с костью и хрящом очень точно, без лишней травмы.

«Малотравматичность – это когда никто из окружения не догадывается об операции».

– Часто пластические хирурги избегают повторных операций на носу. Вы работаете и с ними. Какой самый неожиданный дефект после операции другого хирурга вам удалось исправить?

– Я беру пациентов на вторичную хирургию, если есть незначительные деформации и «строительный материал» – целая или хотя бы частично сохранённая перегородка носа. Какие деформации встречаются чаще всего? Это деформация спинки носа по типу седла. И очень часто – кончик носа. Бывает очень красивая спинка: правильной ширины и высоты, – но кончик носа висит и даёт синдром попугая. Многие хирурги не оставляют опорной структуры под кончиком носа. Такой кончик, красивый сразу после операции, через пару месяцев начинает опускаться, к году-трём теряет проекцию, деформируется.

Именно с проблемами кончика носа ко мне обращается очень много пациентов. Здесь я активно использую укрепляющий маневр из теоринопластики и могу выполнить вторичную хирургию достаточно малотравматично, вернув кончику носа проекцию и угол.

– Теоринопластика – сохраняющая пластика носа. Чем она отличается от классической ринопластики для пациента? Как влияет на сроки реабилитации?

– Если вкратце: во-первых, все доступы – туннельные. Чтобы проработать спинку носа, достаточно трёх туннелей – поверху и по бокам.

Принципиальность также в том, что в теоринопластике используется подпорка под кончик носа – теострат. На мой взгляд, она принципиально отличается от других стратов. В моей практике она работает отлично. Я её использую почти каждый день, и ни один нос не оставляю без этой подпорки. Потому что знаю: если подпорки не будет, эстетический результат, полученный на операционном столе, в будущем не сохранится.

Сроки реабилитации: за счёт туннельной работы и малой травматичности отёк и синяки проявятся в меньшей степени, реабилитация будет в 2, а то и в 3 раза быстрее. Результат зависит от толщины кожи и анатомических особенностей, но практика показывает: у пациентов со средней кожей и средним размером носа стабильный результат мы получаем на 6–8-й месяц.

Доступы в теоринопластике закрытые, минимум разрезов, видимых следов не остаётся. Многие пациенты говорят: «Мои родные и друзья видят, что я помолодела, похорошела, но не могут понять, что я делала».

– Почему теоринопластика меняет дыхание?

– Одна из концепций этой техники – создание угла покоя хрящей кончика носа. Мы меняем положение, создаём более функциональное положение, чтобы расширить и открыть носовые клапаны, одновременно создавая эстетичный вид кончика носа. Даже если мы приподнимем кончик, не создавая эффекта задранности, а именно переформируем определённые внутренние структуры, клапан открывается, и дышится легче.

– Кому противопоказана теоринопластика?

– Прямых противопоказаний к теоринопластике нет. Но если нос разрушен, здесь нужна реконструкция. Она может быть дополнена другими элементами в ходе реконструкции – получается гибридная техника. Если же мы говорим о первичной ринопластике, которая идёт строго по этой концепции, противопоказания такие же, как при любой операции: проблемы со здоровьем – как со стороны ЛОР-органов, так и общие соматические.

– В «Вечерней Москве» вы разбирали неудачные ринопластики звёзд. Какой случай считаете самой поучительной ошибкой?

– Честно скажу: я не слежу за селебрити, которые получили проблемы с ринопластикой. Общая рекомендация: важно вовремя остановиться. Потому что если это уже пятая, шестая, седьмая операция по коррекции незначительных деталей, ткани рубцуются, питание нарушается.

Есть многоэтапные восстановительные операции с общим сроком несколько лет. Но когда это просто прихоть («мне кончик не понравился»), но он эстетически приемлем и функционален, не нужно оперироваться 5 раз.

Не стоит забывать: хирург технически делает свой этап – это 30% успеха. 70% падает на то, как организм это перенесёт и как пациент сам будет ухаживать за носом. От того, как пациент выполняет рекомендации, тоже зависит успех реабилитации.

В случае, когда звезда выполнила пятую операцию и получила обратный результат с осложнениями, винить одного хирурга неоправданно.

– Вы работали с осуждёнными в медбатальоне: травмы ушей, носа. Как тот опыт повлиял на ваше отношение к эстетике мужского носа? Мужчины, вообще, стали чаще приходить к пластическому хирургу?

– Сейчас бывают месяцы, когда соотношение мужчин и женщин в общем потоке – 50 на 50. В среднем около 30% – это мужчины. По тенденциям ничего не поменялось: в основном функциональность и придание более ровных линий и контуров носа. Мужчины с запросами на инстаграмные носы не приходят.

– Вы упоминали, что мужчины составляют 30–40% ваших пациентов, называя блефаропластику, липосакцию и интимную пластику. Рынок мужской эстетической хирургии изменился?

– Говоря о 30–40% мужчин среди пациентов, я имею в виду весь поток на различные виды операций, не только на ринопластику. Рынок мужской эстетической хирургии постепенно растёт.

Сейчас мужчины стали проще относиться и к эстетической медицине, и к хирургии. Они стали более осознанными. Если мужчина не безразличен к своему внешнему виду, он ухаживает за собой: посещает косметолога, делает аппаратную и инъекционную косметологию. Эпоха стандарта «мужчина должен выглядеть чуть красивее обезьяны» ушла. Мужчины ухаживают за собой, посещают маникюрные и педикюрные салоны – это нормально.

«Эпоха стандарта “мужчина должен выглядеть чуть красивее обезьяны” ушла. Если мужчина не безразличен к своему внешнему виду, он ухаживает за собой».

– У вас есть авторская методика «Французские щёчки». Что это за метод и кому он показан?

– Мы пришли к этой методике в 2016 году, когда пошёл бум на удаление комков Биша. Заметили: после удаления не хватает профилактики и доработки нижней трети лица, опоры. Исходя из определённого лоскута слизистой мы стали укреплять внутренними швами щёчную мышцу, чтобы получить барьер и укреплённую зону, которая продлевала бы эффект правильного утончения.

Почему «французские щёчки»? Мы смотрели на выточенных худощавых моделей на подиумах Франции. В клинике в холле на ресепшен стоял телевизор с Fashion TV, мы обсуждали эту тему, и я сказал: «Смотрите, какие красивые аристократические контуры лиц. Давайте назовём “французские щёки”». Коллеги поддержали. Так это в прайсе и появилось. Потом методика вошла в хирургический быт, о ней стали писать статьи.

Я не считаю, что это уникальная техника, принадлежащая только нам. Вариаций много. Но у нас такое название, и мы активно используем эту комбинацию до сих пор.

– Вы – победитель премии «Хрустальный лотос – 2017» в номинации «Лучший хирург года по комбинированным операциям тела». Какие запросы по груди сегодня самые частые?

– Мы активно занимались проектом «Idealmom» – восстановление женского тела после родов. Туда входила и хирургическая активность, и помощь косметолога (работа с рубцами, растяжками).

По хирургии – различные комбинации. Всё зависит от того, что хочет пациент и что ему показано. Очень часто мы комбинировали липосакцию на аппарате Vaser (ультразвуковая липосакция, которая мягко и эффективно убирает жир) с работой над контурами живота и поясницы. В каких-то случаях проводили торсопластику, в каких-то – абдоминопластику с липосакцией боков и поясницы. Полученный жир использовали для ягодиц.

С грудью – по ситуации: увеличение молочных желёз (после кормления объём утерян), подтяжка на имплантатах, либо, если железа сохранила объёмы, но потеряла структурность, подтяжка груди. Кто не приемлет имплантаты – подтяжка с липофилингом.

– Абдоминопластика – одна из самых объёмных операций. Комбинировать с липосакцией и маммопластикой или разносить этапы?

– Такие комбинации мы подбираем под конкретного пациента – по состоянию здоровья, физиологии, анатомии. Одному подойдёт комбинация (грудь, живот, Vaser). Другому нужно разбивать – иногда даже на три этапа.

Главное – не навредить. Если пациент хочет всё за один этап, но мы понимаем, что операция будет очень тяжёлой, есть риск потери крови, слишком большие лоскуты будут удаляться, разбиваем, чтобы не было проблем со здоровьем и с заживлением.

– Частые предубеждения о маммопластике: «импланты мешают кормить грудью» или «их нужно менять каждые 10 лет». Что правда?

– Имплантаты и рвутся, и деформируются. Но то, что их нужно менять каждые 10 лет, не совсем так. Есть хирурги, которые это рекомендуют, но не заставляют. Я рекомендую менять при деформации, разрыве, если пациентке не нравится внешний вид груди и она хочет коррекцию.

Компании дают гарантию 10 лет на контрактурную капсулу, а на имплантаты – пожизненную. Однако неуязвимых имплантатов не существует.

Что касается кормления грудью: имплантат не мешает. Большинство пациенток после маммопластики не кормят, потому что сами не хотят. Если имплантат под большой грудной мышцей и частично прикрыт железой в нижнем полюсе, а железа лактирует, кормить можно.

– В липосакции вы работаете на аппарате Vaser. Чем он отличается от классики? Какие зоны самые благодарные?

– Принципиальная разница: Vaser создаёт ультразвуковую волну, которая создаёт кавитацию в жировой клетчатке. Жировые клетки мягко отделяются, превращаются в эмульсию – её легче убрать. Контуры ровнее. Ультразвук заставляет гиподерму сокращаться – это полезно.

Самые благодарные зоны – поясница, бока, передняя брюшная стенка. Хорошее утончение, можно сформировать контуры спортивного живота. В пояснице прорабатываем плавные переходы – ягодицы кажутся пышнее.

Сложные зоны – тонкая кожа и ватная клетчатка, в основном бёдра. Требуют опыта подколенные, надколенные зоны, икры. Там много сосудов – высок риск осложнений.

– Пластический хирург – это прежде всего имя и руки. Но и без команды никуда? Кто в вашей? Анестезиологи, медсёстры, администраторы – кто самый дефицитный?

– Хороший результат – заслуга не только хирурга, но и всей команды: менеджера, ассистента, анестезиолога, операционной медсестры.

Непосредственно по работе с пациентом – менеджер и маркетологи. Они создают контент, чтобы будущие пациенты видели результаты, получали ответы на вопросы, знакомились со мной до личной встречи. Большое подспорье – социальные сети.

Команда помогает и в операции, и в реабилитации, и на консультациях, и при осмотрах. Одно без другого не работает.

– Через 5 лет вы видите себя как ментора, который учит теоринопластике других, или как того, кто ушёл в ещё более узкую нишу?

– Любая техника со временем становится гибридной. Хирург берёт за основу методику и добавляет свои лайфхаки. Основа остаётся, но дополняется новым.

Через 5 лет основой моей работы по-прежнему будет теоринопластика, возможно, усовершенствованная. Что до обучения: если будет запрос, будет решение. Если молодёжь захочет учиться, почему бы нет?

– Если бы вы могли вернуться в тот момент, когда решали идти в непопулярную пластику, и сказать себе одну фразу, что бы это было?

– Всё получится. Ты увидишь, как откроется для тебя мир!

...И НЕ БОЙТЕСЬ УЛЫБАТЬСЯ!



Не стареть душой – это прекрасно. Но, наверное, мало кто ощущает себя, что называется, на свой возраст. Однако чувствовать – это одно, а выглядеть – совсем другое. «Молодильные яблоки» придумали пока только сказочники, но люди, мечтающие сказку сделать былью, тоже не сидят сложа руки.

Наши собеседники – кандидат медицинских наук, доцент кафедры дерматовенерологии, аллергологии и косметологии Медицинского института ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов», член профильной комиссии по дерматовенерологии и косметологии МЗ РФ, научный руководитель Центра косметологии и нитевых технологий «Век Адалин» Наталья БЫЧКОВА и доктор медицинских наук, профессор кафедры дерматовенерологии и косметологии ФГБУ ДПО «ЦГМА» УДП РФ, врач-дерматолог, косметолог, физиотерапевт Жанна ЮСОВА.

БЕРЕГИСЬ МОРЩИН СМОЛОДУ

– Наталья Юрьевна, первый вопрос к вам: врачи часто говорят о профилактике, о том, что болезни лучше предотвращать, чем лечить. Но, казалось бы, к медицине эстетической, к косметологии это утверждение отношение имеет весьма косвенное – разве можно предотвратить старение? Неужели люди и этому научились?

– Чему-то уже научились, чему-то продолжают учиться. Одна из самых обсуждаемых и быстрорастущих тенденций в современной эстетической медицине – это превентивная ботулинотерапия. Стратегия заключается в использовании инъекций ботулотоксина типа А у молодых пациентов для предотвращения формирования стойких морщин, изменения привычных негативных мышечных паттернов, а не только для коррекции уже сформировавшихся морщин и заломов.

– Ботулинотоксин – это ботокс?

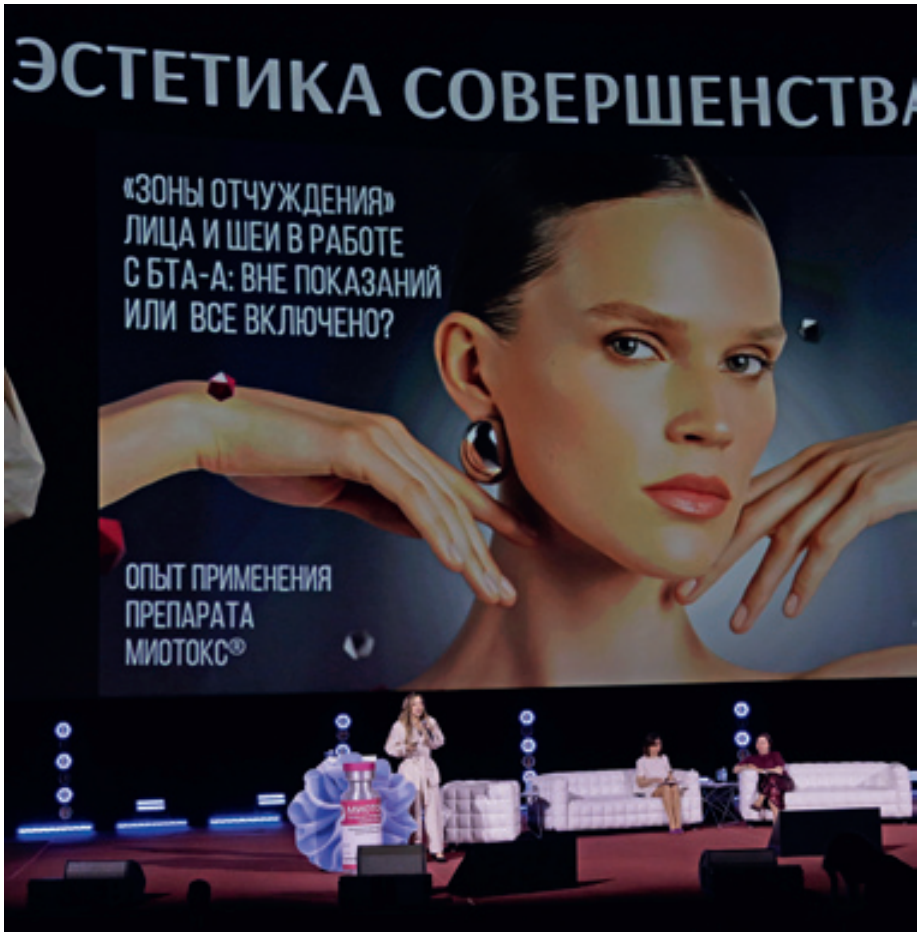
– Про ботокс наши доктора уже давно не вспоминают. Российские препараты сегодня не хуже, а иногда они даже более передовые: и по стабильности, и по форме выпуска. Взять, к примеру МИОТОКС® – первую в мире жидкую форму ботулинического нейропротеина. Его любят и врачи, и пациенты, потому что применение этого препарата безболезненно, комфортно, прогнозируемо. Если, конечно, можно назвать комфортными инъекции. Но пациент чувствует только укол иглы.

– В любом случае это лучше, чем, подобно героям сказки «Конёк-Горбунок», нырять для омоложения в кипящее молоко. Современная косметология, без сомнения, гораздо гуманнее… И всё-таки, работает ли здесь принцип: «Лучше предотвратить появление морщин, чем потом бороться с ними»? Можно ли… – очень уж эффектно звучит эта фраза – управлять траекторией старения?

– Концепция профилактического омоложения (от англ. prejuvenation) действительно приобретает сегодня в эстетической медицине всё большую популярность. Этот подход направлен на предотвращение или замедление появления видимых признаков старения, а сам термин введён доктором Кеннетом А. Арндтом (Kenneth A. Arndt) и описывает профилактическое омоложение как раннюю инициацию эстетических вмешательств для сохранения молодых характеристик кожи до начала её возрастных изменений.

Если раньше основные клинические исследования были сосредоточены преимущественно на коррекции уже имеющихся признаков старения, то в последние годы акцент смещается в сторону стратегий, направленных на предотвращение их появления.





– То ли в шутку, то ли всерьёз иногда люди говорят своим детям: «Не хмурься – морщины появятся». Часто смеяться тоже не рекомендуется, по той же причине. А думать, если следовать той же логике, вообще вредно: морщины не загладишь потом никаким «утюгом». Но ведь человек – не робот, и жить без эмоций, с каменным лицом невозможно. Да и как-то совсем не хочется…

– Да, лицо человека говорит на языке эмоций: удивление, напряжение, улыбка оставляют на нём свои следы. Иногда у молодого человека на лице отражаются, так сказать, генетически обусловленные мимические паттерны, которые были у бабушки, мамы, достаточно часто они приводят к преждевременному образованию морщин и заломов. Эти паттерны можно проследить по фотографиям родственников.

В современной эстетической медицине ботулинотерапия рассматривается шире, чем просто метод коррекции мимических морщин. Она – инструмент, который помогает гармонизировать активность мышц, сохранить естественное выражение лица.

Практическая задача для врача становится более избирательной: не просто локально «заблокировать» мимику. Важно учитывать индивидуальные мимические паттерны и прогнозировать риски дисбаланса – асимметрии, нежелательной компенсации соседних мышечных групп, изменений артикуляции и мимики. Поэтому выбор препарата, концентрации, областей и техник введения определяет не только эстетический результат, но и предсказуемость, безопасность и эффективность процедуры.

– Безусловно, безопасность – один из важнейших факторов. Поговорку «Красота требует жертв» знают все, но, наверное, мало кто готов применять её к себе. Давайте поговорим об этом. Что показывает опыт? Какой результат долгосрочного применения ботулинотерапии в прямом смысле налицо?

– Безопасность и эффективность длительного применения препаратов нейропротеина подтверждаются данными десятилетних наблюдений. У пациентов, инициировавших их профилактическое введение в молодом возрасте, к 40–50 годам отмечается более гладкая текстура кожи и меньшая выраженность возрастных изменений, чем у их сверстников. Раннее начало терапии препаратами ботулинического токсина типа А способствует задержке появления динамических морщин и уменьшению формирования статических линий при регулярном повторении процедур.

– А что говорят о результатах сами пациенты?

– Исследования, посвящённые оценке удовлетворённости пациентов в долгосрочной перспективе, демонстрируют стабильно высокие – более 90%! – показатели. Это связано не только с сохранением эстетического результата, но и с положительным психологическим воздействием, улучшением качества жизни и самооценки.

– Значит, человек может всю жизнь радоваться и улыбаться, не боясь, что из-за этого спустя годы отражение в зеркале заставит его грустить?

– Безусловно!

КОГДА БОЛЬ В СПИНЕ НАПИСАНА НА ЛИЦЕ

– А теперь вопрос к Жанне Юрьевне: эмоции, к сожалению, бывают не только положительными. Если морщины появляются от улыбок, им это можно простить. А если их причина – боль? В одном из интервью вы сказали, что все мышцы связаны между собой. Это касается только лицевых мышц или же в принципе? Взаимодействуют ли между собой мышцы лица и тела? Есть ли связь между красотой лица и, например, проблемами со спиной?

– Скажу так: боль, особенно хроническая, не даст нам быть красивыми. При любых болевых ощущениях в работу включаются мышцы – депрессоры, приводя выражение лица к грустному, страдальческому. Как бы мы не пытались улыбнуться через боль, это



будет гримаса. А ночные боли в спине…. Они точно не добавят утром красоты.

Ботулинотерапия – это ещё метод лечения ботулиническим нейропротеином различных заболеваний, проявляющихся мышечным спазмом, болью или вегетативной дисфункцией, то есть, говоря попростому, когда «автопилот» организма работает со сбоями.

Если болевые ощущения представлены чётко, пациент обычно обращается к профильному специалисту, а не к косметологу. Но есть размытые боли, зачастую они воспринимаются как усталость.

Есть такое заболевание – фибромиалгия, её симптомы проявляются хронической мышечной болью и наличием болезненных точек, которые могут располагаться в том числе на спине. Для фибромиалгии характерны также расстройство сна, утомляемость, болевые и психовегетативные проявления. Не обязательно эти симптомы представлены все вместе, однако состояние больного будет отражаться и в области межбровья. Исследователи из Калифорнийского университета в Сан-Диего разработали алгоритм компьютерного видения, который способен измерить уровень боли пациента, просто взглянув на выражение его лица: если пациент сильно морщится, значит, у него что-то сильно болит.

– Это иногда и без компьютера понятно…

– Когда боль незначительная, выражение лица может меняться совсем немного. Но это не значит, что от такой боли не нужно избавляться.

Для лечения фибромиалгии используют медикаментозную терапию, но она может значительно осложнять качество жизни пациента, а в ряде случаев даже приводить к ухудшению его состояния из-за побочных проявлений. Найти болезненные точки как источники рассеянной боли, которые приводят к значительному снижению качества жизни: к утомляемости, нарушению сна, повышенному уровню тревожности – дело непростое. Определить их локализацию и «выключить» боль – основная цель и задача при лечении этого заболевания.

Только сняв боль, можно говорить о полноценной коррекции мимических мышц ботулотоксином и о полноценных процедурах, направленных на сохранение молодости и красоты, вообще.

Проведение ботулинотерапии в технике, которая называется BalancedFace, включает работу не только по лицу пациента, но и по так называемым триггерным точкам на его теле и на коже. Она гармонизирует внешний вид пациентов, улучшает их общее состояние, в значительной степени снимает болевой синдром и улучшает осанку.

– То есть причин, для того чтобы улыбаться, стало больше, а противопоказаний – меньше?

– Да, чего мы всем нашим пациентам и желаем! Пока эти процедуры выполняются далеко не всеми врачами. Однако у меня есть патент на данную методику.

– А есть ли другие зоны на теле, которые можно корректировать с помощью загадочных препаратов ботулинического токсина?

– На самом деле препараты ботулотоксина могут найти применение в самых разных зонах человеческого тела. Однако эти методики не зарегистрированы. Наши врачи, конечно, любят экспериментировать, но в основе любых экспериментов должен лежать принцип «Не навреди!». Сейчас много говорят и делают препараты ботулинического токсина для коррекции пропорций и силуэтов тела, например для коррекции ягодичных мышц. Здесь как раз навредить достаточно сложно. Самое главное правильно подобрать пациента и не давать лишних обещаний. Без занятий спортом никакие пропорции скорректировать невозможно, однако наши препараты ботулинического токсина могут в этом помочь!

Желаем всем оставаться молодыми, красивыми и позитивными!





В сегменте beauty-услуг, где конкуренция сместилась из плоскости цены в область сервиса и доверия, устойчивость бизнеса обеспечивается не маркетинговыми бюджетами, а качеством управления. Елена Амбарцумян, основатель салона Free Mamas, сделала ставку на качество услуг, сильную команду и единые стандарты работы команды, что позволяет удерживать максимальный рейтинг на протяжении многих лет. О том, как управлять бьюти-бизнесом как системой и готовить его к масштабированию, – в интервью нашему изданию.

Елена АМБАРЦУМЯН:

«Доверие — самая большая ценность любого бизнеса»

– Елена, вы уже более шести лет руководите салоном красоты Free Mamas. Как возникла идея запустить собственный бизнес в сфере красоты?

– Я – многодетная мама, и для меня время всегда было самым ценным ресурсом. Хочется больше уделять его детям и при этом хорошо выглядеть, успевать заботиться о себе тоже. Меня очень раздражало, что за одной услугой нужно ехать в один салон, за другой – в другой: маникюр отдельно, стрижка и окрашивание отдельно, массаж отдельно. Порой на визиты в разные салоны уходил практически целый день.

Тогда я решила создать пространство, где можно получить полный спектр услуг из сферы красоты без потери времени, при этом не жертвуя качеством. Из этой идеи и родился Free Mamas – «Свободные мамы». Мне хотелось, чтобы женщины, особенно мамы, могли посвятить время себе, а о том, чтобы всё было качественно, удобно, чтобы здесь царила прекрасная атмосфера, чтобы можно было расслабиться, мы уже позаботились.

Мы долго подбирали помещение и в итоге выбрали прекрасную локацию в Крылатском, напротив Крылатского парка. Для наших гостей здесь удобно всё: бесплатная парковка, комфортный подъезд и спокойная атмосфера.

Следующей моей задачей было собрать сильную команду профессионалов. Я хотела, чтобы человек мог довериться нам в абсолютно любом аспекте ухода за собой:

волосы, ногти, косметология, массаж – и быть уверенным в результате. Есть хорошая поговорка: костюм выглядит идеально только тогда, когда его не шьют по частям в разных ателье. Так и в индустрии красоты: когда все специалисты работают как одна команда и придерживаются единых стандартов качества, клиент получает совершенно другой уровень сервиса.

Сегодня многие наши постоянные гости, а также новые клиенты говорят, что Free Mamas – лучший салон красоты в Крылатском. Для меня это самая высокая оценка нашей работы. Уже более 6 лет наш салон сохраняет максимальный рейтинг 5,0 на Яндекс Картах, а совсем недавно мы получили награду «Особенно хорошее место».

– Название Free Mamas отражает философию бренда?

– Изначально – абсолютно. Но за эти годы мы выросли. Сегодня к нам приходят не только мамы, но и женщины и мужчины разных возрастов. Поэтому сейчас мы находимся на этапе ребрендинга. Мы меняемся вместе со своими клиентами. При этом самое главное остаётся неизменным: человек должен выйти от нас счастливее, увереннее в себе и с ощущением, что о нём действительно позаботились.

– Индустрия красоты сильно страдает из-за текучки кадров. Как вам удалось собрать сильную команду?

– Это одна из самых сложных задач в нашей сфере. Я давно поняла, что сильную команду нельзя собрать только высокой зарплатой. Люди остаются там, где их уважают, где есть развитие, честные правила и понятные перспективы.

При приёме на работу я всегда смотрю не только на профессиональные навыки. Для меня гораздо важнее, какой человек передо мной. Потому что научить новой технике намного проще, чем научить любить людей и искренне заботиться о клиентах.

– В бьюти-сфере высокая конкуренция. Чем ваш салон красоты отличается от других?

– Сегодня уже сложно удивить красивым интерьером или хорошим кофе. Люди возвращаются туда, где им спокойно, комфортно и где они уверены в результате.

Мы никогда не стремились быть самыми дешёвыми. Мы всегда делали ставку на качество, сервис и долгосрочные отношения с клиентами.

Для меня очень важно, чтобы человек уходил от нас с ощущением, что ему уделили внимание, услышали его и действительно позаботились о нём. Именно поэтому большинство наших гостей становятся постоянными.

– Вы давно в отрасли, с экспертной точки зрения, какие тренды в индустрии красоты будут актуальны в ближайшие годы?

– Я полагаю, люди всё больше будут выбирать не просто красоту, а здоровье. Будет расти спрос на персональный подход, безопасность процедур, современные аппаратные технологии и высокий уровень сервиса.

И ещё один важный тренд – цифровизация. Сегодня предприниматель должен принимать решения не интуитивно, а на основе цифр и аналитики.

– Вы упомянули о сервисной составляющей, что для вас означает высокий уровень сервиса?

– Для меня сервис начинается задолго до самой процедуры. Это первое сообщение клиента, разговор с администратором, атмосфера, чистота, внимание к деталям, уважение ко времени человека.

Именно из таких мелочей складывается доверие. А доверие сегодня – самая большая ценность любого бизнеса.

– Сегодня цифровизация проникает во все сферы жизни. Используете ли вы цифровые технологии в управлении?

– Да, без этого невозможно представить современный бизнес. У нас автоматизирована запись клиентов, мы анализируем показатели, эффективность рекламы, загрузку мастеров и многие внутренние процессы.

Кроме этого, я активно использую искусственный интеллект. Он помогает анализировать информацию, создавать контент, искать новые идеи и значительно экономит время.

– Сейчас непростая экономическая ситуация. Как вам удаётся оставаться устойчивыми к вызовам?

– Я считаю, что предприниматель обязан знать свои цифры.

Каждый день понимать, сколько зарабатывает бизнес, какие услуги наиболее эффективны, где можно оптимизировать расходы.

Но при этом я никогда не экономлю на качестве – именно качество позволяет сохранить доверие клиентов даже в непростые времена.

– Если говорить о продвижении, какие маркетинговые инструменты сегодня работают лучше всего?

– Сегодня люди покупают не рекламу, а доверие. Можно потратить большой бюджет на продвижение, но если человек не получил хороший сервис, он не вернётся.

Поэтому лучший маркетинг – это довольные клиенты, сарафанное радио, рекомендации, отзывы, сильная репутация и личный бренд владельца бизнеса. Людям важно понимать, кто стоит за компанией.

– Многие считают, что предпринимательство и большая семья плохо сочетаются. Как вам удаётся совмещать бизнес и материнство?

– Наверное, идеального баланса не существует.

За эти годы в моей жизни было многое: развод, воспитание трёх детей. У одного моего сына – аутизм, а это требует много внимания, сил и времени.

Но именно семья научила меня ответственности, дисциплине и умению принимать решения. Когда ты понимаешь, что от тебя зависят дети, сотрудники и бизнес, начинаешь совсем по-другому относиться ко времени и к своим обязательствам.

Конечно, бывают сложные дни, но я никогда не искала оправданий, я просто шла вперёд.

Наверное, именно поэтому я так люблю предпринимательство. Оно постоянно заставляет тебя расти, становиться сильнее и искать решения там, где, кажется, их нет.

Я очень вовлечена в свой бизнес и знаю всё, что в нём происходит. Но при этом для меня всегда было важно оставаться мамой. Я не считаю, что нужно выбирать между семьёй и любимым делом. Верю, что можно построить успешный бизнес и при этом сохранить свои ценности.

– Насколько сегодня вы вовлечены в ежедневную операционную работу?

– Я знаю всё, что происходит внутри компании, потому что считаю, что руководитель должен понимать каждый процесс. Однако сегодня моя задача – уже не выполнять всю операционную работу самостоятельно, а строить систему, развивать команду и заниматься стратегией.

Настоящий предприниматель должен создавать бизнес, который умеет работать и развиваться.

– Каким вы видите будущее компании?

– Честно говоря, для меня всё только начинается.

За эти годы мы построили сильный бизнес с отличной репутацией, постоянными клиентами и командой, которой я очень горжусь, но останавливаться на этом я не собираюсь.

Сейчас мы находимся в процессе ребрендинга: обновляем концепцию, расширяем направления работы и готовимся к следующему этапу развития.

Моя цель – масштабировать этот проект и открыть сеть современных салонов красоты с едиными высокими стандартами сервиса, качества и заботы о клиентах.

Мне всегда было интересно создавать что-то новое. Я люблю начинать с нуля, строить системы, развивать идеи и превращать их в успешный бизнес.

Я уверена, что самое интересное ещё впереди.

КУРОРТ «ПРИМОРЬЕ» ЗАПУСТИЛ ПРОЕКТ **RESIDENCE**

НА ЧЕРНОМОРСКОМ ПОБЕРЕЖЬЕ РАЗВИВАЕТСЯ НОВЫЙ ПРЕМИАЛЬНЫЙ ФОРМАТ ПРОЖИВАНИЯ

Проект Residence объединяет автономность резиденций, сервис пятизвёздочного отеля и инфраструктуру курорта, отражая новый тренд в премиальном сегменте внутреннего туризма.







На территории курорта «Приморье» открылся Residence – проект нового формата, формирующий отдельную категорию размещения на Черноморском побережье. Элегантные виллы и просторные апартаменты интегрированы в экосистему курорта «Приморье» и доступны для бронирования от одной ночи, а также для длительного проживания на специальных условиях.

Формат занимает промежуточную нишу между классическими отелями и апартаментами и становится одной из ключевых точек роста в премиальном туризме. Начал приём гостей в 2026 году.

Residence расположен всего в 190 метрах от моря, в окружении реликтового парка. В его составе 3 трёхуровневые виллы площадью 460 м^2 с пятью спальнями и индивидуальными бассейнами, а также 18 двух- и трёхэтажных апартаментов площадью от 220 до 320 м^2. Такой формат рассчитан на гостей, которым важно не только качество отдыха, но и само пространство: возможность жить вместе семьёй или большой компанией, не разделяясь на несколько номеров и проводя время в собственном ритме.

Проект отвечает на запрос к более приватному сценарию отдыха – с закрытой территорией, безопасной средой, персонализированным подходом и просторными форматами размещения. При этом проект работает как отель: с доступом к сервисам и инфраструктуре, с гибкими условиями бронирования. Residence стал ответом на меняющийся запрос аудитории в премиальном сегменте.

«Мы видим устойчивый спрос на более приватные и гибкие форматы проживания в сегменте premium. Residence – это ответ на такой запрос: пространство, где сочетаются приватность, масштаб и доступ к инфраструктуре», – отмечает Сайора Рузиева, генеральный директор 360 Executive Hotel Management.

На территории комплекса предусмотрена собственная инфраструктура: открытый бассейн площадью 140 м^2 с детской зоной и гастрономическое пространство Бистро × Пекарня.

Формат бистро станет частью повседневного сценария Residence: сюда удобно спуститься на завтрак со свежей выпечкой, остаться на обед и вернуться вечером на ужин с бокалом вина.

Кухню Бистро × Пекарня возглавляет шеф-повар Сергей Литвиненко – профессионал с более чем 20-летним опытом. Его путь в гастрономии начался с раннего увлечения кулинарией и развивался в работе с сильными шефами, в том числе с Эммануэлем Суаресом, учеником легендарного Алана Дюкаса.

Концепция кухни строится вокруг понятных и ярких блюд с акцентом на локальные кубанские продукты. Отдельное внимание уделено собственной пекарне: здесь свежая выпечка становится естественной частью гастрономического опыта. В меню бургеры с рваной уткой и говядиной с белыми грибами, мясные и рыбные блюда, пицца из печи, а также сэндвичи на бриоши. Винная карта формируется в сотрудничестве с винодельнями Краснодарского края, что позволяет гостям раскрыть регион через гастрономию и поддержать локальных производителей.





При этом Residence органично встроен в инфраструктуру курорта «Приморье». Гостям доступны:

- ПРИМОРЬЕ Grand Resort Hotel 5* – рестораны с различными гастрономическими концепциями, конгресс-центр для деловых мероприятий, а также культурные и экскурсионные программы.
- Медицинская клиника «ЛАНЦЕТЪ» – многопрофильный центр, предлагающий широкий спектр услуг: от чекапов, стоматологии и косметологии до пластической хирургии и программ восстановления.
- СПА-центр «Территория СПА» – акватермальный комплекс, программы ухода за телом и лицом, а также авторские ритуалы для отдыха и восстановления.

Это формирует редкий для российского побережья формат: отдельное приватное пространство для проживания внутри большой курортной среды.

Проект реализуется под управлением 360 Executive Hotel Management – компании, специализирующейся на трансформации гостиничной недвижимости и развитии курортных территорий. В рамках работы над курортом «Приморье» команда создала Residence как уникальный продукт в премиальном сегменте, который расширяет продуктовую линейку и усиливает экосистему проекта за счёт диверсификации форматов проживания.

Идея проекта формировалась под влиянием европейских курортов и формата закрытых резиденций, но получила локальное прочтение в контексте Черноморского побережья.

«Мы вдохновлялись атмосферой частных резиденций на побережье Италии и Франции – мест, где архитектура, ритм жизни и природа существуют в балансе. В проекте Residence мы переносим эту философию на Черноморское побережье и адаптируем её под локальный контекст», – отмечает Сайора Рузиева.

В основе Residence – узнаваемое ощущение жизни у моря, сформированное современной культурой и визуальными образами южных курортов. Закрытые резиденции среди зелени, террасы, дневной ритм, естественно переходящий в вечер с ужином на открытом воздухе и вечеринкой у бассейна.

Архитектура проекта выстроена в средиземноморском духе: спокойная пластика фасадов и сдержанная палитра, гармонично вписанная в природное окружение. В интерьерах использованы натуральные материалы, тёплые терракотовые и винные оттенки, мягкий рассеянный свет, продуманная планировка с несколькими спальнями и общими зонами для совместного времени. Пространство организовано так, чтобы в нём было удобно жить – не как в номере, а как в доме у моря, где каждая деталь работает на ощущение уюта, приватности и спокойного ритма.

Residence ориентирован на разные сценарии: семейный отдых, поездки с друзьями, частные визиты, длительное проживание, а также деловые и корпоративные выезды в узком кругу. Формат особо востребован там, где важно не делить проживание на несколько номеров, а проводить время вместе в одном пространстве, сохраняя приватность и автономность.

Residence предлагает не просто размещение, а продуманную среду жизни внутри курорта с возможностью выстраивать собственный ритм дня и сочетать уединение с доступом к широкому набору сервисов.

Открытие Residence расширяет предложение курорта «Приморье» и усиливает интерес к форматам проживания, где отдельное пространство, сервис и курортная инфраструктура объединены в единую среду.





От чего на самом деле зависит результат SMAS-лифтинга?

SMAS-лифтинг может стать одной из стабильно востребованных процедур в клинике, а может и не дать ожидаемого результата и спроса. От чего это зависит – от самого аппарата, подготовки врача, выбора пациентов или от протоколов работы?

Оксана Владимировна Волкова – кандидат медицинских наук, основатель и главный врач «Центра медицинской косметологии Оксаны Волковой», работает с HIFU-технологиями с 2018 года. Мы поговорили с ней о том, почему SMAS-лифтинг может не давать ожидаемого результата, как меняются протоколы с накоплением опыта и что действительно важно при выборе аппарата.

– Оксана Владимировна, сегодня мнения о SMAS-лифтинге сильно расходятся: одни называют его одной из самых востребованных процедур, другие говорят, что технология себя не оправдала. Почему, на ваш взгляд, сложилась такая ситуация?

– Я считаю, что технология абсолютно себя оправдала. Она развивается, она перспективна, она даёт нам прекрасные результаты. Честно говоря, я уже не представляю своей работы без HIFU-технологии. Но мы должны чётко говорить о спектре показаний. Когда технологию начинают использовать без учёта показаний, о каком результате может идти речь?

– Как SMAS-лифтинг появился в вашей клинике? Какие задачи вы хотели решить для пациентов и для бизнеса?

– Старт технологии в нашей клинике пришёлся на 2018 год. К тому времени уже существовала «Альтера», и мои пациенты постоянно спрашивали о ней. Я отвечала, что пока наблюдаю.

В 2018 году мы поехали на конгресс в Монако, и я увидела, что чуть ли не каждый второй представленный там аппарат – это HIFU. В косметологии так устроено: если процедура действительно эффективна, тут же появляется множество аналогов. Это говорит о том, что она рабочая.

Мы начали присматриваться к оборудованию. Было представлено много аппаратов. Среди них особо выделялся «Ультраформер». Тогда я и приобрела этот аппарат – с этого момента началась наша работа с технологией. Как и любая новая методика, она начиналась с освоения: сначала использовали рекомендованные на обучении протоколы, затем появились свои.

– Многие клиники говорят, что спрос на процедуру быстро снижается. У вас этого не произошло. За счёт чего удаётся сохранять интерес пациентов?

– За счёт результатов! Интерес всегда сохраняется только за счёт результатов. Я думаю, это очень ёмкий и точный ответ.

– Насколько результат зависит от самого аппарата, а насколько – от подготовки врача и выбранного протокола?

> Я СЧИТАЮ, ЧТО ТЕХНОЛОГИЯ АБСОЛЮТНО СЕБЯ ОПРАВДАЛА. ОНА РАЗВИВАЕТСЯ, ОНА ПЕРСПЕКТИВНА, ОНА ДАЁТ НАМ ПРЕКРАСНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ. ЧЕСТНО ГОВОРЯ, Я УЖЕ НЕ ПРЕДСТАВЛЯЮ СВОЕЙ РАБОТЫ БЕЗ HIFU.

– На мой взгляд, сам по себе этот вопрос не вполне корректен. Дело в том, что здесь нет какого-то чёткого разделения. Это всегда тандем.

Каким бы совершенным ни был аппарат, без должной компетенции и знаний врача он не даст ожидаемого эффекта – всё будет бессмысленно. С другой стороны, даже самый опытный специалист не сможет добиться хорошего результата, если в его распоряжении неподходящее или некачественное оборудование.

Поэтому я бы сформулировала так: хорошему врачу – хороший аппарат. Только в таком сочетании получается по-настоящему надёжная и предсказуемая работа.

– Какие ошибки чаще всего допускают врачи при работе со SMAS-лифтингом?

– Первая и главная ошибка – неправильный выбор пациента. Нужно чётко понимать, кому показана именно эта процедура, именно HIFU-технология. Если у пациента худое лицо и усталый тип старения, HIFU вряд ли даст выраженный эффект. Возможно, имеет смысл обработать лишь отдельные локальные зоны, например немного скорректировать второй подбородок, брыли, но это будет минимальный объём работы.

Вторая ошибка – выбор неподходящих насадок. Важно понимать, когда нужно работать поверхностно, а когда на большей глубине. Кроме того, имеет значение количество линий и сам протокол: как движется насадка, в каком направлении, с какой плотностью.

– Вы разработали собственные протоколы работы. Что они изменили по срав-

нению со стандартными рекомендациями производителя?

– Я не претендую на то, что мои протоколы нужно патентовать. Думаю, многие опытные врачи со временем приходят к похожим выводам и используют схожие подходы, не афишируя их как нечто уникальное. Базово наши протоколы отличаются от первоначальных рекомендаций двумя моментами.

Во-первых, мы значительно сократили количество линий. Процедуры на 1200 или 800 линий в последние годы у нас практически не встречаются, по крайней мере применительно к лицу.

Во-вторых, изменилась частота проведения процедур. Раньше мы говорили, что эффекта хватает на год-полтора. Но с учётом уменьшения количества линий мы стали проводить процедуры чаще, особенно когда речь идёт о втором подбородке или об избыточных жировых отложениях.

Понятно, что за одну процедуру невозможно настолько уменьшить жировые отложения, чтобы эффекта хватило на полтора года. Поэтому мы разработали протоколы с повторяющимися сеансами: вместо 1200 линий за один раз мы можем выполнить тот же суммарный объём в течение 6–9 месяцев, делая по 300–400 линий за сеанс. В таком случае эффект оказывается значительно лучше.

Я бы не назвала это отдельным методом, скорее, это сочетание опыта, знаний и в какой-то степени интуиции. А что такое интуиция в нашей профессии? Это опыт плюс знания.

– Как вы определяете, что пациенту действительно подойдёт SMAS-лифтинг, а не другая методика омоложения?

– Мы не противопоставляем методики друг другу. В нашей практике всегда используется комплексный подход, как, впрочем, и в медицине в целом. Мы не делаем ставку на монопроцедуру: SMAS-лифтинг входит в состав комплексных протоколов и может сочетаться не только с инъекционными методиками, но и с лазерными, а также с RF-технологиями.

Как мы определяем подходящий метод? По внешнему виду пациента. Наша специальность даёт возможность довольно точно оценивать состояние тканей на глаз. При взгляде на пациента опытный косметолог уже понимает, какие зоны требуют коррекции и какой метод будет наиболее эффективным.

Да, это своего рода постоянная тренировка: где бы ты ни находился, ты автоматически «сканируешь» лицо человека и отмечаешь проблемные зоны. Эта способность развивается годами и становится почти рефлекторной.

CONTLEX – НАШ ЛЮБИМЧИК, И ПАЦИЕНТЫ ЭТО ЧУВСТВУЮТ.

– Если сравнивать разные SMAS-системы, на какие параметры клинике действительно стоит обращать внимание при выборе оборудования, кроме цены и количества картриджей?

– Для нас ключевым фактором является доверие к поставщику, возможность протестировать аппарат, в том числе на себе, и оценить его в работе. После этого принимается решение.

– Какие возможности аппарата Contlex оказались для вас наиболее важными в ежедневной практике?

– Contlex – наш любимчик, и пациенты это чувствуют. Его основные преимущества – практически безболезненное проведение процедуры и эффективность. Для тех, кто годами пользуется HIFU-технологиями, это особенно важно.

А если говорить об удобстве для врача, процедура занимает гораздо меньше времени.

– Как руководителю понять, что технология действительно работает и развивается в его клинике? Какие показатели вы считаете самыми важными: повторные обращения, рекомендации пациентов, загрузка аппарата или что-то ещё?

– Скажу честно: никакие показатели не сработают, если врач сам не прочувствует технологию. Пока специалист не убедится, что методика действительно даёт хороший результат, никакие отчёты и цифры не будут мотивировать его активно её применять.

В нашем центре есть врачи, которые особо восприимчивы к маркетинговым активностям: они охотно делают процедуры, которые активно продвигаются и пользуются спросом. Люди приходят и говорят: «Хочу вот это». Врач соглашается: «Хорошо, сделаем – хуже не будет». Однако гораздо сложнее убедить пациента попробовать менее раскрученную, но потенциально более эффективную методику.

Поэтому ключевой фактор – личная вовлечённость врача. Пока он сам не нащупает технологию, не попробует и не увидит результат, руководитель может сколь угодно долго говорить о показателях. Практика показывает: как только врач убеждается в эффективности метода, он начинает активно его использовать, – тогда уже появляются и повторные обращения, и рекомендации, и загрузка аппарата.

CONTLEX В ЦИФРАХ

0,8 секунды – время формирования одной линии, что сокращает продолжительность процедуры.

10 мс – длительность импульса: короткая подача энергии помогает уменьшить дискомфорт.

1,5–13 мм – глубина воздействия картриджей для работы на разных уровнях тканей.

5–25 мм – регулируемая длина линии.

1–5 мм – расстояние между точками коагуляции.

15 000 линий – ресурс каждого картриджа.





ВЕРОНИКА ЛОБАНОК, МЕДИЦИНСКИЙ ЦЕНТР «ЛУКРЕЦИЯ»:

«НЕ РАЗДЕЛЯЯ, А СОЕДИНЯЯ»

В интервью нашему изданию Вероника Лобанок, врач, остеопат, основательница медицинского центра «Лукреция», многодетная мама, певица, художник, соавтор книг – о том, из чего складывается настоящее долголетие и почему целостность важнее скорости. Почему культура здоровья становится главным капиталом страны и какие проекты уже сегодня меняют ландшафт медицинской помощи.

– Вероника Александровна, в новой реальности многие отрасли трансформируются. Индустрия здоровья – не исключение. Какие ключевые тренды сегодня формируют будущее индустрии?

– Я вижу несколько главных трендов, и они не про технологии, хотя технологии тоже важны. Они про смену самого подхода.

Первый тренд: от лечить болезни к сохранять ресурс. Люди больше не хотят быть пациентами в классическом смысле. Они хотят оставаться активными, работоспособными, живыми как можно дольше. И приходят не тогда, когда уже прижало, а чтобы этого прижало не случилось.

Второй тренд: персонализация. Люди устали от протоколов «для всех». Им важно, чтобы подход учитывал их историю, образ жизни, психотип, семейную ситуацию. Один и тот же симптом у многодетной мамы и у топ-менеджера будет иметь разную природу и требовать разного подхода. Третий тренд: интегративность. Границы между медициной, психологией, реабилитацией, спа стираются. Человек – это единая система. Если мы пытаемся лечить тело, игнорируя его эмоциональное состояние и образ жизни, мы получаем временный эффект.

Четвёртый тренд: семейный подход. Всё больше людей выбирают места, куда можно приходить всей семьёй. Чтобы и бабушке, и ребёнку, и мужу с женой было комфортно в одном месте с единой фило-

софией здоровья. Это не просто удобство, это осознанный запрос на целостность: здоровье не может быть у одного члена семьи, если у других оно в упадке.

– Почему сегодня такое значение приобретает целостный подход к здоровью?

– Потому что разрозненный подход перестал работать. Человек может годами ходить к узким специалистам, сдавать анализы, принимать препараты, но не чувствовать улучшения. Почему? Потому что его рассматривали как набор органов, а не как личность.

Целостный подход – это когда врач видит не боль в спине, а человека, у которого эта боль появилась. Что происходило в его жизни в тот момент? Какая нагрузка? Какое эмоциональное состояние? Как он спит? Что для него важно?

Я часто думаю: почему одни люди с годами становятся только интереснее, живее, глубже, а другие – устают, сжимаются, теряют вкус к жизни?

Ответ, к которому я пришла за 20 лет врачебной практики, оказался одновременно простым и революционным. Дело не в количестве процедур и не в дорогих антивозрастных протоколах. Дело в том, удалось ли человеку сохранить связь с собой.

Я – врач-остеопат, невролог, рефлексотерапевт. Но задолго до того, как я взяла в руки первые медицинские инструменты, я была девочкой, которая пела, рисовала и очень тонко чувствовала мир. И сегодня я знаю: настоящая медицина начинается там, где мы перестаём делить человека на органы и системы, а начинаем видеть его целиком – с его историей, талантами, болью и мечтами.

Именно так родился наш семейный центр «Лукреция» в Одинцово. Не как бизнес-проект, а как пространство, куда можно прийти всей семьёй: от новорождённых до бабушек и дедушек. Где беременную встречают не с тревогой, а с бережностью. Где мужчина может наконец выдохнуть и снять напряжение, которое привык носить в себе годами. Где женщина вспоминает, что заботиться о себе – это не роскошь, а необходимость, если хочешь долго оставаться в ресурсе.

Сегодня люди перегружены информацией, выбором, ответственностью. И на этом фоне целостный подход становится не приятным дополнением, а необходимостью. Это способ перестать разрываться на части и наконец-то собрать себя в единую картину.

– Если немного подробнее раскрыть то, как, например, в медицинском семейном центре «Лукреция», помогают человеку найти себя?

– Особое место в центре занимает водный флоатинг – комната сенсорной депривации. Многие воспринимают это как релакс-процедуру, но на самом деле это возвращение к себе.

Этот метод основан на плавании в специальном капсульном бассейне – комнате с огромной ванной, наполненной водой с магниевой солью для сенсорной депривации, где человек погружается в состояние невесомости. Когда тело перестаёт бороться с гравитацией, а мозг – с бесконечным шумом, внутри рождается тишина. Именно в этой тишине человек вспоминает, кто он есть на самом деле. Для многих это первый за долгое время опыт полной тишины внутри. Когда перестаёт мелькать «лента», когда тело перестаёт напрягаться, человек вдруг слышит себя. И часто именно там, в этой тишине, приходят ответы, которые он искал годами.

– Запросы меняются… Как в этой ситуации бизнесу адаптироваться к изменениям в потребностях людей?

– Бизнес, который не меняется, теряет актуальность. Но я бы не говорила о подстройке. Скорее о том, чтобы услышать те изменения, которые уже произошли. Люди хотят:

- **Честности.** Никакого натаскивания, впаривания услуг. Они хотят, чтобы им помогли разобраться, а не продали.
- **Глубины.** Поверхностные услуги, которые дают временный эффект, перестают быть интересными. Люди готовы вкладываться в то, что работает вдолгую.
- **Уважения к их времени и ресурсу.** Это не про удобную запись, это про то, чтобы не создавать дополнительного стресса. Чтобы пространство, в которое они приходят, не требовало от них ещё большего напряжения.
- **Ценности.** Они выбирают не просто услугу, а то, что стоит за ней. Если бизнес транслирует одни смыслы, а внутри всё по-другому, это быстро считывается.

Для нас адаптация – это постоянный диалог с клиентами. Мы спрашиваем, мы слышим, мы меняемся. Не потому что надо, а потому что это и есть способ оставаться живым делом.

– Сегодня много говорят и пишут о новом качестве жизни. С вашей точки зрения, какие ценности и приоритеты должны лежать в основе новой модели качества жизни?

– Для меня новая модель качества жизни держится на трёх простых, но очень глубоких вещах.

Первое – связь с собой. Это умение слышать свои сигналы, а не игнорировать их до последнего. Не терпеть, а вовремя замечать, где напряжение, где усталость, где радость.

Второе – связь с другими. Качество жизни невозможно в изоляции. Это про семью, про команду, про людей, рядом с которыми ты не притворяешься. Моя многодетная семья – для меня лучший критерий: если я в ресурсе, я могу быть с ними настоящей. Если нет, я просто отрабатываю функции. Третье – связь со смыслом. Здоровье – не самоцель. Оно нужно для того, чтобы жить ту жизнь, которая тебе по-настоящему интересна. Для кого-то это творчество, для кого-то – бизнес, для кого-то – воспитание детей. Однако если человек здоров, но ему неинтересно жить – это не качество жизни, а просто биологическое существование.

В центре «Лукреция» мы говорим об этом с клиентами не напрямую, а через практику. Человек приходит с болью, а уходит с пониманием, как ему больше не терять себя в повседневности.

– В современном мире, в мире безумных скоростей, где многие нацелены на успех в бизнесе, построение карьеры, как не потерять себя, когда так много надо успеть?

– Я часто вижу успешных людей, которые на пике карьеры оказываются в тупике. Они физически истощены, эмоционально выжаты, а дома – руины отношений. И это не случайность.

Успех в жизни и в бизнесе невозможен без баланса трёх компонентов: физическое состояние, психоэмоциональное равновесие, образ жизни.





Мне повезло: моя жизнь сложилась из нескольких параллельных реальностей, и каждая меня питает. Я многодетная мама и жена – это моя опора и моё сердце. Я врач – это моя ответственность и моя глубина. Я певица и автор песен – моя свобода. Я художник, соавтор книг, ведущая подкастов – это моя возможность говорить с миром на разных языках. И я точно знаю: если ты перестаёшь что-то из этого делать, ты начинаешь мельчать. А мельчание – это и есть старение. Не морщины, а потеря интереса. Долголетие, в которое я верю, – это не количество прожитых лет, а качество присутствия в каждом дне. Это когда в 50 ты живее, чем в 20, потому что наконец перестал соответствовать чужим ожиданиям и разрешил себе быть собой.

Физическое состояние – это фундамент. Если тело болит, если нет энергии, никакая продуктивность невозможна. Но дело не в идеальном здоровье, а в устойчивости, в умении восстанавливаться после нагрузок.

Психоэмоциональное равновесие – это качество решений. Когда человек спокоен, он принимает решения быстрее, точнее, без лишних метаний. Когда внутри тревога или напряжение, решения становятся импульсивными или, наоборот, замороженными. В бизнесе это напрямую влияет на результат. Образ жизни – это то, что либо поддерживает два первых компонента, либо разрушает их. Если человек спит по 4 часа, не имеет пространства для восстановления, не видит близких, не может переключиться, рано или поздно система даёт сбой.

Все вместе эти три компонента создают то, что я называю ресурсное состояние. Это когда у тебя есть и силы, и ясность, и желание действовать. Именно в таком состоянии люди достигают настоящего успеха: не через не могу, а с удовольствием, с запасом прочности.

– Сегодня много говорится о дефиците кадров во всех отраслях, поэтому на профессионалов ложится высокая нагрузка. Какие практики можно рекомендовать для восстановления энергии и предотвращения выгорания?

– Я сама прошла через состояние, когда работала на пределе, и знаю, что просто отдохнуть не помогает. Выгорание – это не усталость, это потеря смысла.

Что реально работает?

Первое – обязательное переключение. У меня это творчество. Сцена, песни, рисование… Не для результата, а для процесса. Когда я пою, я – не главный врач, не руководитель, не эксперт. Я просто дышу. Это возвращает меня в живое состояние.

Второе – телесные практики. Не спорт в стиле ещё один подвиг, а мягкое возвращение в тело. Для меня это флоатинг. Камера сенсорной депривации, где я могу побыть в полной тишине и невесомости. Это как перезагрузка операционной системы.

Третье – границы. Это самое сложное для профессионалов. Мы привыкли, что мы нужны, без нас не справятся. Но если ты не выстроишь границы, ты просто сломаешься и тогда действительно никому не сможешь помочь. Я учусь говорить «нет», делегировать, оставлять время себе. И это не эгоизм, это профессионализм.

Четвёртое – поддержка. Своя команда, свои люди, с которыми можно быть честным. У нас в центре есть культура: мы видим, когда коллега на пределе, и можем сказать: «Стоп! Сейчас ты берёшь паузу!».

Я рекомендую всем, кто работает в помогающих профессиях, относиться к своему восстановлению так же серьёзно, как к своей работе. Это не бонус, это условие выживания в профессии.

– Поскольку мы заговорили о востребованных профессионалах, расскажите немного о коллективе, о тех людях, которые работают в «Лукреции». Как вы набираете сотрудников, какие требования предъявляете?

– Коллектив для меня – это самое ценное. Без них «Лукреция» была бы просто помещением с оборудованием.

Я подбираю людей очень внимательно. Для меня важны три вещи.

Первое – профессионализм. Это база. Человек должен знать своё дело глубоко, постоянно учиться, не останавливаться. Мы в медицинской сфере, и цена ошибки высока.

Второе – человечность. Можно быть блестящим специалистом, но если ты не умеешь слышать, не умеешь быть бе-



режным, не умеешь создать безопасную атмосферу, в нашем центре тебе будет сложно. Потому что к нам приходят не с запросами, а с живыми людьми. С болями, страхами, сомнениями…

Третье – совпадение ценностей. Это сложно проверить на собеседовании, но становится очевидно в работе. Как человек относится к клиенту, к коллегам, к себе? Если он сам выгорает и не восстанавливается, он долго не продержится.

Я не набираю «винтики». Я ищу тех, кто хочет быть частью живого, развивающегося дела. И таких людей мы находим – иногда по рекомендациям, иногда через обучение, иногда они приходят к нам сами, потому что им откликается то, как мы работаем.

– Вы упомянули про совпадение ценностей. Насколько важно, чтобы в центре была команда единомышленников? И почему?

– Это критически важно. В том числе для меня как руководителя. Когда ценности совпадают, не нужно тратить энергию на контроль, на донесение, на внутренние конфликты. Мы говорим на одном языке. Мы понимаем, почему делаем так, а не иначе. Мы можем поддержать друг друга, когда сложно.

В нашей сфере – помогающей – это особенно важно. Если внутри команды нет согласия, клиент это чувствует. Он чувствует напряжение, даже если внешне всё красиво.

И наоборот, в команде единомышленников клиент попадает в атмосферу безопасности. Он расслабляется. Он доверяет. А без доверия, как мы знаем, исцеление идёт медленнее или не идёт вовсе.

Для меня команда – это вторая семья. Мы растём вместе, мы учимся вместе, переживаем сложные периоды вместе. И это даёт силу.

– Помимо команды, что ещё важно, чтобы клиника была успешной? Рынок перенасыщен клиниками, конкуренция высока. В чём уникальность вашего центра?

– Вы правы: клиник много. Но большинство из них работают по одной из двух моделей: либо медицинский конвейер – быстро, формально, без души, либо спа-салон – красиво, но поверхностно.

Уникальность «Лукреции» – в интеграции и семейности.

Мы объединяем:

- Глубокую врачебную экспертизу (неврология, остеопатия, реабилитология, гирудотерапия) – это моя база, я сама принимаю как главный врач.
- Уникальный для региона инструмент восстановления – флоатинг. Напомню, метод работает на глубинном уровне, снимая напряжение, которое не убирают массаж и процедуры.
- Семейный подход. Мы принимаем всех: от новорождённых до пожилых, беременных, рожениц. Это редкость, когда в одном месте могут быть и мама, и папа, и ребёнок, и бабушка. Каждый получает своё, но в единой философии.



И ещё один важный момент – атмосфера. К нам приходят не как на процедуры, а как в пространство, где тебя видят, слышат, не торопят, не назначают лишнего. Это не декларация, это то, как мы работаем каждый день.

– Как вы оцениваете запрос на такой формат?

– Я оцениваю его как очень высокий и растущий.

Люди устали от фрагментарности. Устали быть разобранными на части между разными специалистами. Устали от того, что никто не видит их целиком. Формат интегративного семейного центра отвечает этой усталости. Мы говорим: «Здесь тебя видят. Здесь ты можешь быть в безопасности. Здесь мы разбираемся с твоим состоянием, а не с диагнозом». Кроме того, есть огромный запрос на восстановление ресурса. Люди хотят не просто не болеть, а иметь энергию, ясность, интерес к жизни. Это совсем другой уровень запроса. И семейность – это то, что становится всё более важным. Люди хотят заботиться о близких, но хотят делать это в одном месте, с единым подходом. Мы этот запрос чувствуем очень отчётливо.

– Вы работаете в таком востребованном формате. Есть ли желание масштабировать этот бизнес? И как это сделать в условиях дорогих кредитов?

– Да, желание масштабировать есть. Я вижу, что формат, который мы создали, может и должен быть тиражирован. Потому что таких мест нужно больше – в разных районах, в разных городах. Проблема дорогих кредитов – это реальность. Мы, как и многие предприниматели, сталкиваемся с тем, что заёмное финансирование становится слишком дорогим, а риски высокими. Какое я вижу решение?

Первое – партнёрство. Не брать на себя всё, а искать тех, кто разделяет ценности проекта и готов войти как партнёр. Это может быть стратегический инвестор, который видит потенциал в масштабировании, или операционный партнёр, который берёт на себя управленческую часть.

Второе – поэтапное масштабирование. Не открывать сразу сеть, а запустить одну новую точку, отточить процессы и только потом их тиражировать. Это снижает риски и позволяет расти устойчиво.

Третье – использование франчайзинговой модели. У нас есть наработанные протоколы, методики, философия, бренд. Можно передавать это партнёрам, которые хотят открыть подобный центр, но не хотят начинать с нуля. Это позволяет масштабироваться без привлечения огромных кредитов.

Я открыта к диалогу с теми, кому интересен этот формат, как с инвесторами, так и с потенциальными партнёрами. Потому что масштабирование для меня – это не про увеличить прибыль любой ценой. Это про то, чтобы больше людей имели доступ к качественному, целостному подходу к здоровью.

– Вы говорите о семейном подходе. При этом сложился стереотип, что в России мужчины не так следят за здоровьем, как женщины. Меняется ли ситуация?

– Стереотип имеет под собой основания, но ситуация действительно меняется. Мужчины стали обращаться чаще. Я связываю это с несколькими факторами.

Во-первых, изменилась сама культура. Мужчины хотят оставаться активными, работоспособными, не терять форму.

Во-вторых, нагрузка на мужчин сегодня огромная. Бизнес, ответственность за семью, высокая конкуренция. И когда тело начинает давать сбои, а это рано или поздно происходит, они приходят. Часто по инициативе жён, но потом становятся нашими постоянными клиентами.

В нашем центре сейчас примерно 40% мужчин – это немало. Они приходят на флоатинг, на остеопатию, на реабилитацию после травм, на программы восстановления.

Женщин, конечно, больше, но мужская аудитория растёт, и для нас это важное направление. Мы видим запрос и развиваем его.

– Каким образом вы развиваете этот запрос?

– За цифрами о средней продолжительности жизни мужчин, я вижу и другое: огромный нераскрытый резерв. Мы можем изменить ситуацию, если перестанем делить здоровье на мужское и женское, телесное и психическое, медицину и образ жизни. И если начнём действовать системно.

Что мешает? Социальные вирусы и стереотипы. Как я и говорила, в обществе всё ещё жива установка, что мужчина должен терпеть, быть сильным, гореть на работе. В итоге он приходит ко мне на приём уже после экстренной госпитализации: с инфарктом, с инсультом, с тяжёлой невралгией. С запросом: «Почините меня – у меня семья, бизнес, дети». Но спросить себя: «Что я могу сделать сегодня, чтобы не оказаться в реанимации через год?» – до этого доходят редко.

К этому добавляются:

- подмена ценностей – успех измеряется только деньгами, а не качеством жизни;
- информационный хаос – мужчины ставят себе диагнозы по интернету и назначают лечение сами;
- кризис института семьи – одиночество и разводы становятся факторами риска, сопоставимыми с курением.

Но есть решение: переход от точечных мер к системным проектам. Я убеждена: ситуацию можно переломить. Для этого нужны не разовые акции, а комплексная система. И здесь мы как частная практика уже наработали прототипы, которые можно масштабировать на уровень государственных программ и инвестиционных проектов.

И я готова ими поделиться.

Центры мужского здоровья как новая модель

Мы предлагаем создать сеть центров мужского здоровья – не просто урологических кабинетов, а мест, где в одном пространстве работают терапевт, кардиолог, невролог, уролог-андролог и психолог. Где за час можно пройти чекап и получить индивидуальный паспорт здоровья с понятным планом действий.

Такие центры могут быть открыты как на базе государственных поликлиник (по государственному заказу), так и в формате частно-государственного партнёрства. У нас уже есть готовая авторская программа и прототип, доказавший эффективность.

Для органов власти – это возможность без длительных пилотов получить готовую модель, снизить смертность и увеличить трудовое долголетие мужчин.

Для инвесторов – востребованный масштабируемый бизнес с высоким социальным эффектом и понятной экономикой.

Загородное пространство для восстановления: семейный кластер здоровья

Мы видим, что современному человеку недостаточно лечения в городском ритме. Есть запрос на глубокое восстановление – на смену среды, где можно выдохнуть и собрать себя заново.

В наших планах – создание загородного пространства для всей семьи, где будут объединены:

- оздоровительные процедуры (баня, бассейн, разные виды водолечения, флоатинг, реабилитация);
- физическая активность на природе (лошади, прогулки, скандинавская ходьба);
- творческие мастерские (пение, рисование, танцы, музыка) – потому что здоровье невозможно без творчества;
- образовательные программы для взрослых и детей.

Это будет не санаторий в классическом понимании, а место силы, где человек может приехать на несколько дней или недель, чтобы восстановить ресурс всей семьёй. Здесь же планируется проведение мастер-классов, клубов здоровья и долголетия, школ для мам и пап.

ЦИФРЫ, КОТОРЫЕ ЗАСТАВЛЯЮТ ДЕЙСТВОВАТЬ

*Средняя продолжительность жизни мужчин в России – чуть более **66** лет. **80%** людей, умирающих в трудоспособном возрасте, – это мужчины. Мы на **141**-м месте в мире по этому показателю. За каждой цифрой – разрушенные семьи, дети без отцов, потерянный трудовой потенциал и колоссальная нагрузка на систему здравоохранения. Я говорю об этом не только как врач с 20-летним стажем, но и как гражданин. Проблема мужского здоровья давно перестала быть личной – это вопрос демографии, экономики и, без преувеличения, национальной безопасности.*





Такой формат сегодня практически отсутствует в системном масштабируемом виде. Он может стать точкой роста для медицинского туризма внутри страны, привлекая гостей из разных регионов.

Образовательная экосистема: школы мам и пап, клубы здоровья

Мы не можем говорить о здоровье семьи, не обучая людей основам заботы о себе. Поэтому в нашу стратегию входит создание:

- школ для мам и пап – практические курсы по воспитанию, детскому здоровью, восстановлению после родов, профилактике выгорания;
- клубов здоровья и долголетия – сообществ, где люди разного возраста делятся опытом, учатся у экспертов и поддерживают друг друга;
- обучающих программ для специалистов (врачей, массажистов, инструкторов), которые хотят работать в интегративном подходе.

Образовательная часть станет мостом между медицинской помощью и повседневной культурой здоровья.

– Звучит впечатляюще. Однако создание такой целостной системы, очевидно, предполагает немало вложений. Почему это выгодно государству и бизнесу?

– Выгоды очевидны.

Для государства:

- сокращение смертности мужчин трудоспособного возраста;
- рост рождаемости и укрепление института семьи;
- снижение затрат на экстренную медицину и социальные выплаты;
- развитие внутреннего медицинского туризма.

Для инвесторов:

- формат, объединяющий несколько высокомаржинальных направлений (медицина, флоатинг, реабилитация, гостиничные услуги, обучение);
- доказанная модель на базе действующего центра «Лукреция»;
- выход на рынок с уникальным предложением, где спрос только растёт;
- возможность участвовать в проекте с высоким социальным статусом и долгосрочной капитализацией.

– Обычно для значимых проектов составляется дорожная карта. Какие конкретные шаги для реализации этих проектов вы могли бы предложить?

– Со своей стороны как основатель и главный врач центра «Лукреция» я готова сделать многое.

Во-первых, возглавить или войти в рабочую группу при профильных комитетах (здравоохранение, социальная политика) для разработки пилотного проекта «Центры мужского здоровья» на федеральном или на региональном уровне.

Во-вторых, предоставить наработанные методики, протоколы и образовательные программы для тиражирования.

В-третьих, выступить партнёром по созданию загородного пространства восстановления, объединяющего медицинские, рекреационные и образовательные функции.

Я приглашаю к диалогу:

- органы власти, готовые поддержать системные изменения в мужском здоровье и семейной политике;
- инвесторов, которые видят потенциал в масштабировании формата «интегративный семейный центр + загородный кластер + образование»;
- профессиональное сообщество, желающее участвовать в создании новой культуры здоровья.

Подводя итог, хочу сказать: мы стоим на пороге демографического перелома. И от наших действий сегодня зависит, будет ли у России через 10–15 лет здоровое, сильное поколение отцов и матерей.

Культуру здоровья нельзя купить – её можно только вырастить. Взрастить через образование, через доступную инфраструктуру, через пример тех, кто уже сегодня строит центры, где человек чувствует себя человеком.

Как говорил Николай Амосов: «Врачи лечат болезни, а здоровье нужно добывать самому». Наша задача – дать людям инструменты и пространство, где они смогут эту добычу вести с радостью, а не через силу.

– Каким вы хотели бы видеть центр «Лукреция» или, возможно, даже сеть центров в перспективе ближайших 5–10 лет?

– Я хочу, чтобы «Лукреция» оставалась местом, где человек чувствует себя человеком. Звучит пафосно, но это правда.

В ближайшие 5 лет я вижу развитие в нескольких направлениях.

Первое – расширение действующего центра. Сделать его ещё более комфортным, добавить новые кабинеты, направления, возможности. Чтобы он стал полноценным семейным кластером здоровья.

Второе – открытие второй, третьей точки. Я вижу, что формат востребован, и хочу, чтобы он был доступен большему числу людей. Это могут быть новые центры в Московском регионе, а в перспективе – и в других городах и странах.

Третье – развитие образовательного направления. У меня есть опыт преподавания, и я хочу передавать этот опыт. Не только врачам, но и тем, кто хочет работать в этой философии.

Четвёртое – глубокая интеграция с творческими, ресурсными практиками. Я как певица, художник, автор книг понимаю, что здоровье невозможно без творчества. В идеале – это пространство, где медицина встречается с искусством, где восстанавливают не только тело, но и душу.

В перспективе 10 лет я бы хотела, чтобы «Лукреция» стала известна не просто как сеть центров, а как философия – целостного подхода к здоровью, семейности, заботы о себе без фанатизма.

Чтобы люди говорили: «Я живу в ресурсе, я знаю себя, я забочусь о своих близких – и в этом мне помогает подход, который я встретила в “Лукреции”».

Это амбициозно. Но для меня это не бизнес-план, а продолжение того, чем я живу уже много лет.

Личный телеграм-канал: **@doctornika**
Телеграм центра: **@centr_lucrezia**
Сайт: **lukreciya.ru**

На правах рекламы

Реклама. Рекламодатель ООО «ЛУКРЕЦИЯ АРТ» ИНН 5032224002. Erid: 2VSb5xt2v98

interCHARM

БЬЮТИ-ВЫСТАВКА № 1 В РОССИИ*



ФОРМИРУЕМ БУДУЩЕЕ
РОССИЙСКОЙ
БЬЮТИ-ИНДУСТРИИ

14–17 ОКТЯБРЯ 2026
МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО

ПОДРОБНЕЕ
О ВЫСТАВКЕ

WWW.INTERCHARM.RU

РЕКЛАМА, ООО ЭВР
*ПО КОЛИЧЕСТВУ УЧАСТНИКОВ
*ОБРАЗ СОЗДАН С ПОМОЩЬЮ AI

Реклама

Реклама. Рекламодатель ООО «ЭВР» ИНН 9723147114. Erid: 2VSb5xj8zT4