АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПЛАТНЫХ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ (ОБНОВЛЕНИЕ)

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Дата выпуска отчета:
август 2007 г.

Данное исследование подготовлено МА Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. МА Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. МА Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения МА Step by Step.

STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО

г. Москва

www.pdffactory.com

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ **2**

Аннотация **3**

Описание исследования, задачи ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Полное содержание исследования **5**

Список диграмм **9**

Список таблиц **11**

Выдержки из исследования **12**

Темпы роста 12

Описание потребителей 14

Тенденции рынка 17

Факторы, благоприятствующие развитию рынка 19

Сдерживающие факторы рынка 19

www.pdffactory.com

Аннотация

Целью исследования является анализ текущей ситуации на рынке платных медицинских услуг.

Задачи исследования

- Описать общую ситуацию в системе российского здравоохранения: объем рынка, основные проблемы и тенденции развития государственного сектора здравоохранения.
- Описать ситуацию на рынке платных медицинских услуг, определить объем и темпы роста рынка, выявить структуру спроса на рынке, описать наиболее перспективные сегменты платной медицины, описать основные тенденции развития коммерческой медицины, определить проблемы развития рынка.
- Описать ситуацию на рынке платных стоматологических услуг, определить объем, емкость и темпы роста рынка, описать структуру рынка, определить структуру спроса на различные виды стоматологических услуг, описать ценовую ситуацию, основные методы продвижения услуг на рынке, описать тенденции развития рынка, выявить факторы, препятствующие развитию рынка.
- Описать ситуацию на рынке эстетической медицины, определить объем рынка и структуру спроса на услуги, описать ценовую ситуацию на рынке, определить потребительские предпочтения в данном сегменте, определить требуемые инвестиции в развитие бизнеса и уровень рентабельности, описать основные тенденции рынка.
- Описать рынок платных офтальмологических услуг и одно из наиболее перспективных и динамично развивающих его направлений – сегмент лазерной коррекции зрения.
- Описать основных участников рынка.
- Описать потребителей платных медицинских услуг, выявить потребительский спрос на услуги, определить факторы, влияющие на выбор медицинской клиники, а также охарактеризовать наиболее престижную клинику с точки зрения потребителей, определить затраты

www.pdffactory.com

потребителей на услуги, выявить степень удовлетворенности оказываемыми услугами, описать основные тенденции в потребительском сегменте.

- Описать инвестиционную привлекательность рынка и определить пустующие ниши.

Кол-во страниц: 107 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 20 диаграмм

www.pdffactory.com

Полное содержание исследования

Введение
Методологическая часть
Описание типа исследования
Объект и предмет исследования
Цели и задачи исследования
География исследования
Методы сбора данных
Общая характеристика российскойго рынка медицинских услуг
Государственный сектор
Платные медицинские услуги
Общая характеристика рынка
Объем рынка
Темпы роста
Сегментация рынка платных медицинских услуг
Спрос
Тенденции рынка
Сдерживающие факторы рынка
Выводы
Рынок стоматологических услуг
Общая характеристика рынка
Объем рынка
Темпы роста
Структура рынка
Распределение стоматологических клиник по стоимости услуг
Структура по категориям стоматологических клиник
Структура рынка по типам стоматологических клиник
Распределение стоматологических клиник по видам оказываемых услуг
Ценовая политика
Структура спроса
Крупнейшие сетевые стоматологические клиники
Общая характеристика

www.pdffactory.com

«Мастердент»
«Стелла»
«Аванстом»
«Дента-Эль»
«Дента Вита»
«Евродент»
Основные методы продвижения платных медицинских услуг
Репутация среди клиентов
Объявления и публикации в печати
Телевидение, радио
Наружная реклама
Директ-маркетинг
PR-акции
Полиграфия
Выставки
Совместная реклама
Product placement
Внутренний маркетинг
Тенденции рынка
Сдерживающие факторы рынка
Выводы
Рынок эстетической медицины
Общая характеристика рынка
Объем рынка
Структура спроса
Цены
Участники рынка
Клиника пластической и эстетической медицины «Тапия»
Клиника пластической хирургии «Хирургия красоты»
Многопрофильный медицинский центр Beauty Medical Clinic
Клиника эстетической хирургии Оттимо
Клиника эстетической медицины Клазко
Клиника пластической и эндоскопической хирургии «Эстет Клиник»

www.pdffactory.com

Потребители
Инвестиции в развитие бизнеса
Рентабельность бизнеса
Сдерживающие факторы
Тенденции
Выводы
Рынок офтальмологических услуг
Общая характеристика
Лазерная коррекция зрения
Крупнейшие участники рынка
ФГУП МНТК «Микрохирургия глаза» им.акад.С.Н.Федорова Росздрава
«Эксимер»
«Новый взгляд»
«Доктор Визус»
Потребители платных медицинских услуг
Описание потребителей
Наиболее востребованные медицинские услуги
Мотивы выбора платных медицинских услуг
Потребительские предпочтения в выборе медицинского учреждения
Затраты потребителей на приобретение платных медицинских услуг
Уровень удовлетворенности пользователей, оказываемой медицинской помощью

Тенденции
Обобщающие выводы и рекомендации
Факторы, благоприятствующие развитию рынка
Сдерживающие факторы рынка
Инвестиционная привлекательность
Общая характеристика
Первоначальные инвестиции
Рентабельность отдельных отраслей медицины
Целевая аудитория
Сравнительная характеристика медицинских центров
Пустующие ниши

www.pdffactory.com

Общие тенденции рынка

Общие выводы по отчету

Приложение

www.pdffactory.com

Список диграмм

Диаграмма 1. Численность врачей в России в 2000 – 2005 гг., тыс. чел.

Диаграмма 2. Обеспеченность врачами на 10 000 населения, человек

Диаграмма 3. Обеспеченность средним медицинским персоналом на 10 000 населения, человек

Диаграмма 4. Количество медицинских учреждений в России в 2000 - 2005 гг., тыс.

Диаграмма 5. Обеспеченность амбулаторно-поликлиническими учреждениями на 10 000 населения, посещений в смену

Диаграмма 6. Расходы федерального бюджета на здравоохранение в 1999 – 2007 гг., млрд. руб.

Диаграмма 7. Структура платных услуг, оказанных населению РФ в 2005 г., % к итогу

Диаграмма 8. Объем платных медицинских услуг, оказанных населению РФ в 2000 - 2005 гг., млн. руб.

Диаграмма 9. Распределение коммерческих клиник Москвы в зависимости от профиля деятельности., 2006 г., в %

Диаграмма 10. Уровень инфляции, в % к декабрю

Диаграмма 11. Соотношение количества сетевых и несетевых клиник Москвы, % от общего числа коммерческих стоматологических клиник

Диаграмма 12. Критерии выбора пластического хирурга, %, 2007

Диаграмма 13. Доля людей, прибегавших к платным услугам, %

Диаграмма 14. Доля неофициальных платежей в структуре платных медуслуг, %

Диаграмма 15. Структура спроса на платные мед.услуги, %

Диаграмма 16. Основные мотивы выбора платных медицинских услуг в г. Москва, %

Диаграмма 17. Наиболее популярные платные медицинские учреждения в г. Москва,%

Диаграмма 18. Затраты потребителей на платные медицинские услуги в 2006г., %

Диаграмма 19. Степень удовлетворенности платными медицинскими услугами в поликлиниках, %, 2006

www.pdffactory.com

Диаграмма 20. Степень удовлетворенности платными медицинскими услугами в больницах, %, 2006

www.pdffactory.com

Список таблиц

Таблица 1. Сравнительная характеристика некоторых участников рынка стоматологических платных услуг по основным параметрам

Таблица 2. Сравнительная характеристика некоторых участников рынка эстетической медицины по основным параметрам

Таблица 3. Сравнительная характеристика некоторых участников рынка офтальмологических платных услуг по основным параметрам

Таблица 4. STEP-анализ рынка

Таблица 5. Стоимость услуг пластической хирургии, руб.

Таблица 6. Ведущие офтальмологические клиники Москвы.

www.pdffactory.com

Выдержки из исследования

В настоящее время можно с уверенностью говорить о том, что рынок платных медицинских услуг продолжает свое активное формирование и развитие. С каждым годом в России открывается все большее количество частных клиник, оказывающих услуги в различных областях медицины, а уже существующие медицинские центры расширяют спектр предоставляемых ими услуг.

Объем российского рынка платных медицинских услуг

По оценкам отраслевых агентств, **легальный оборот российского рынка платных медицинских услуг в 2006** г. составил **$5,3 млрд**.

Для более точной оценки в объем рынка необходимо включить теневой сектор медицинских услуг, который, по оценкам экспертов, составляет минимум $1 млрд. в год. Стоит отметить, что доля теневого сегмента рынка платных медицинских услуг несколько уменьшилась – с 30% в 2004г. до 19-20% в 2006г., что связано, главным образом, с увеличением объема услуг, предоставляемых легально. Теневой оборот медицинских услуг складывается из некассовой оплаты врачам государственных лечебно-профилактических учреждений. Таким образом, **с учетом нелегальных платежей оборот медицинского рынка России в 2006 г.** можно оценить как **не менее $6,3 млрд.**

Согласно последним данным исследования московского рынка медицинских услуг, на сегмент коммерческой медицины в Москве в 2006 г. пришлось 24 млрд. рублей. Наряду с сегментом ДМС (Добровольное Медицинское Страхование) сегмент коммерческой медицины занимал наибольшую долю московского рынка медицинских услуг – 44% (общий объем – 54 млрд. руб.) Теневой оборот в Москве составил 7 млрд. руб.

Темпы роста

Тенденции по развитию объема рынка носят закономерно растущий характер. Количество людей, обращающихся в платную медицину, постоянно увеличивается. По оценкам Минздрава РФ, в ближайшие годы рынок платных медицинских услуг будет расти на 12% в год.

www.pdffactory.com

Однако уже в 2006 г. объем рынка платных медицинских услуг вырос на 18% и, по мнению экспертов рынка, в ближайшее время он будет переживать взрывообразный рост.

В Москве темпы прироста пользования платными медицинскими услугами выше, чем в среднем по России – 20% в год, и, по оценкам, могут достигнуть 30%.

Наиболее развитые направления коммерческой медицины

Сейчас частные лечебные учреждения лишены возможности обеспечивать крупные госзаказы, поэтому вынуждены замыкаться только лишь на высокодоходных медицинских услугах.

Наиболее развитым сегментом рынка коммерческой медицины являются стоматология. Все остальные направления медицины значительной степени отстают от данного сегмента либо вообще не представлены на рынке.

Типы медицинских учреждений

Выделяются два типа медицинских учреждений: **узкоспециализированные** и **многопрофильные**.

Узкоспециализированные учреждения. Обычно это клиники с небольшой площадью и пропускной способностью. К категории потребителей данного типа услуг относят физических лиц, проживающих в непосредственной близости или имеющих специфические проблемы со здоровьем. Корпоративные клиенты пользуются услугами узкоспециализированных медицинских учреждений только в секторах стоматологии и общей медицины. Основной канал привлечения клиентов – уличная реклама и реклама в печатных СМИ, а также рекомендации пациентов своим знакомым.

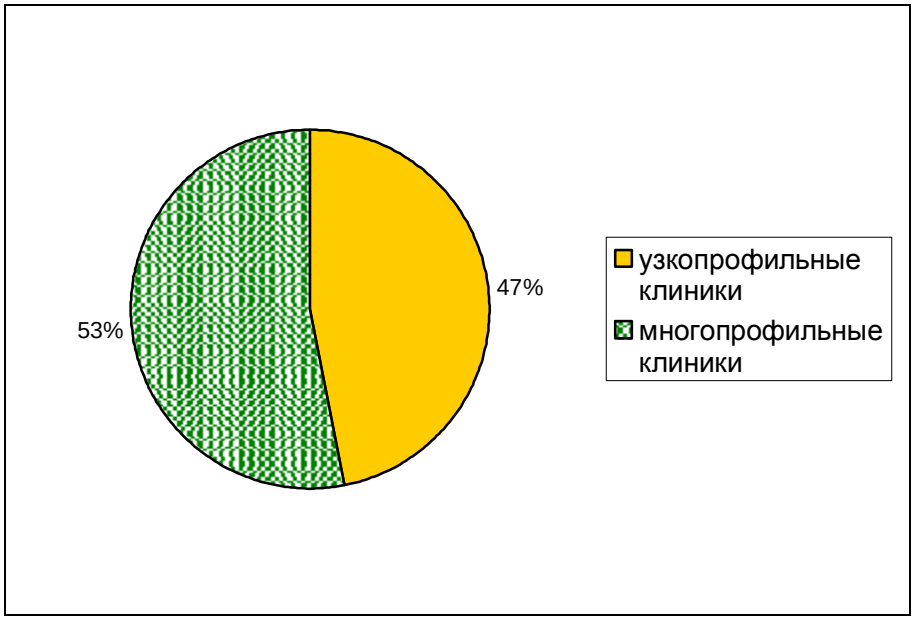
Многопрофильные учреждения. Данная группа клиник оказывает комплексные услуги в областях медицины общего профиля, гендерной медицины,

www.pdffactory.com

стоматологии и реабилитационной медицины. Обычно такие клиники располагают стационаром и имеют возможность проводить функциональное лечение. Основной отличительной чертой подобных медицинских учреждений является комплексный подход к проблеме пациента и возможность прикрепления через страховые компании или через прямой договор с пациентом.

В течение последних нескольких лет наиболее заметной тенденцией на рынке являлось увеличение доли многопрофильных медицинских учреждений, которые на сегодняшний день в Москве уже обогнали узкоспециализированные клиники.

Диаграмма 1 . Распределение коммерческих клиник Москвы в зависимости от профиля деятельности., 2006 г., в %



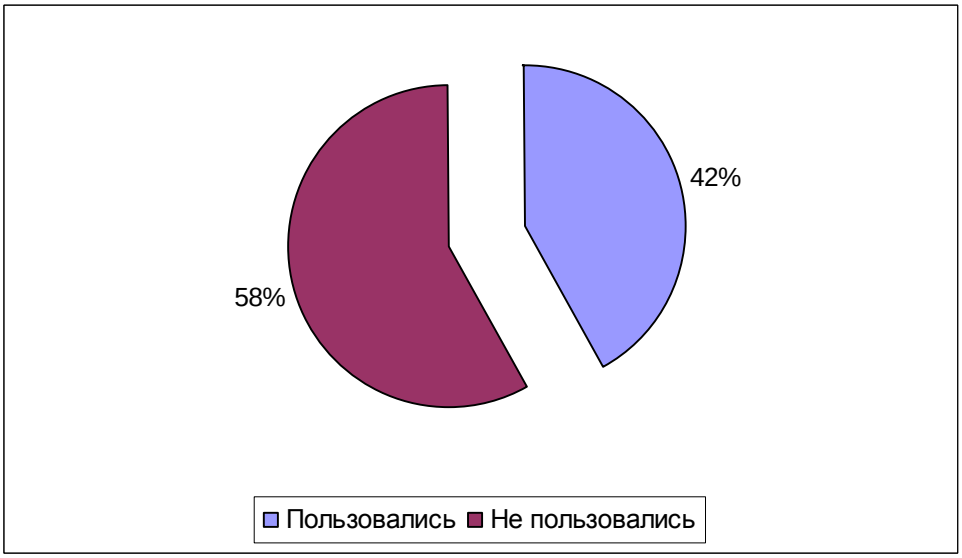
Описание потребителей

В июле 2007 г. Фонд «Общественное мнение» проводил исследование роли платных медицинских услуг в жизни граждан России. В нем приняло участие 1500 респондентов из 100 населенных пунктов 44 областей, краев и республик России.

www.pdffactory.com

Согласно исследованию, 42 % респондентов пользовались платными медицинскими услугами в 2006 г. В определение «услуг» не входило приобретение медицинских приборов или лекарств.

Диаграмма 2 . Доля людей, прибегавших к платным услугам, %



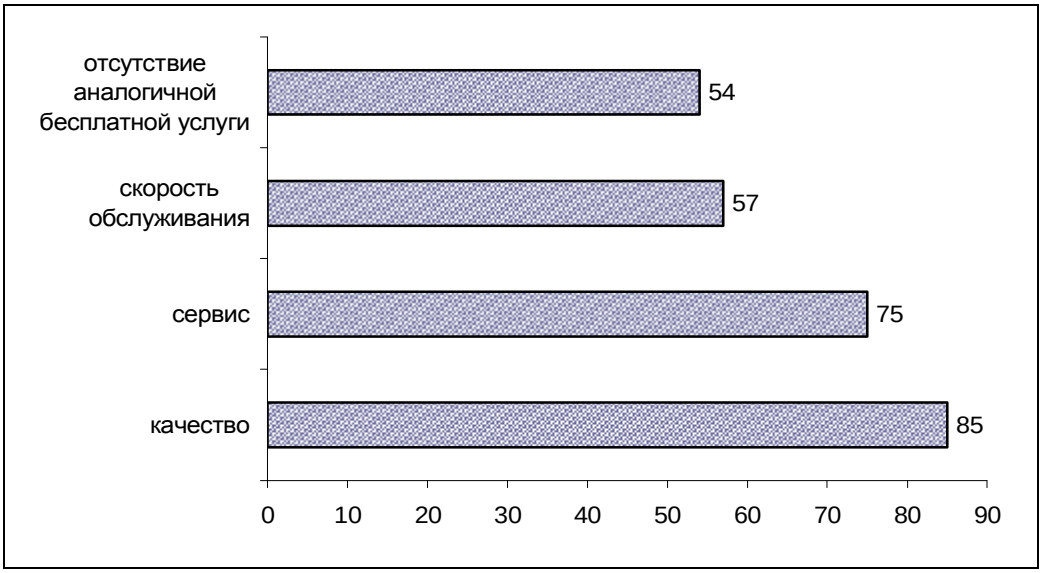
Источник: Фонд «Общественное мнение»

Среди 630 опрошенных, воспользовавшимися платными услугами, 74% произвели оплату официально, через кассу, в то время как остальные платили неофициально.

Согласно исследованию отраслевых агентств, 85% респондентов из Москвы обращаются в платные медицинские учреждения из-за высокого качества оказываемых услуг. Для 75% опрошенных основным мотивом обращения служит уровень сервиса в платных медицинских учреждениях. Более половины респондентов обращаются к описываемым услугам из-за высокой скорости обслуживания (57%), а также потому, что не имеют возможности получать необходимое медицинское обслуживание бесплатно (54%).

www.pdffactory.com

Диаграмма 3 . Основные мотивы выбора платных медицинских услуг в г. Москва, %



Большая часть потребителей платных услуг выбирает государственные медицинские учреждения. Потребители платных услуг чаще всего обращаются в российские платные медицинские центры.

Наиболее перспективный потребитель платных мед.услуг – представитель среднего класса, готовый платить за качественные услуги.

Сегодня элитные пациенты, среди которых многие известные представители российских и западных компаний, сотрудники дипломатических корпусов, жители и гости города, предъявляют повышенные требования к качеству медицинского обслуживания. В частности, большое значение имеет возможность получить все виды медицинских услуг в одном месте.

Образование и информированность потребителей в области современной медицины в целом очень низкое.

За платной медицинской помощью чаще обращаются женщины, а также люди с высшим образованием в возрасте 25-34 лет и высоким уровнем дохода.

www.pdffactory.com

Наиболее востребованными медицинскими услугами являются стоматология и гинекология.

Потоки больных и популярность клиники (как частной, так и государственной) в основном не зависят от профессионализма сотрудников или качества предоставляемых услуг, а определяется преимущественно маркетинговыми и рекламными усилиями руководства. В то же время при выборе платной клиники потребители по-прежнему доверяют отзывам знакомых.

Сегодня люди хотят от частной медицины не столько уникальных инновационных технологий или эксклюзивных методов лечения, сколько достойного уровня сервиса и гарантированной безопасности обслуживания.

Современный россиянин в принципе уже готов платить за получение помощи в тех областях, которые традиционно были бесплатными - травматологии, пульмонологии, терапии.

Тенденции рынка

Усиленное развитие рынка платных медицинских услуг происходит в наиболее крупных городах, таких как Москва, Петербург, что связано, прежде всего, с высоким уровнем благосостояния населения в этих городах, а также устойчивым спросом на услуги платной медицины. Однако немало частных клиник открывается уже и в регионах. Например, на Алтае сейчас работают 627 частнопрактикующих врачей. В Тольятти зарегистрировано 250 фирм, занимающихся частной медицинской практикой. Эти цифры, конечно, несопоставимы с аналогичными показателями наиболее крупных городов России – так, например, в Санкт-Петербурге, по данном Медицинской палаты, в 2006 г. насчитывалось около 1000 частных медицинских учреждений.

В последнее время в России произошло значительное развитие платных медицинских услуг. Оборот платных медицинских услуг в 2006 г. оценивался в $7,3 млрд. при этом московский рынок составляет 35% легального оборота рынка

www.pdffactory.com

коммерческой медицины России, или $1,9 млрд. В ближайшие годы российский рынок платных медицинских услуг будет расти на 12% в год, а в Москве прирост пользования платными медицинскими услугами составит 30%.

Основными конкурентами платных медицинских центров являются государственные медицинские учреждения, на базе которых образованы центры, оказывающие платные медицинские услуги населения. Причем цены на предоставляемые услуги иногда в несколько раз ниже, чем на аналогичные услуги в частных клиниках. Это связано, прежде всего, с теми преимуществами, которые предоставляет государство хозрасчетным отделениям государственных больниц – различные льготы по аренде помещения, налоговые льготы. Бюджетное оборудование, бесплатный ремонт центра и так далее. Неравные правила игры наряду с сильным развитием «теневого» сектора в значительной степени замедляют развитие сектора частной медицины. На сегодняшний день государственные заведения по-прежнему играют большую роль на рынке.

Если говорить об окончательно сформировавшихся рынках платной медицины, то многие эксперты выделяют стоматологию. Время его бурного, экстенсивного роста завершилось. Большинство экспертов также выделяют сегмент офтальмологических услуг и эстетической медицины. Остальные направления медицины в силу определенных обстоятельств не получили пока должного развития и представлены на рынке слабо.

Низкоценовой и среднеценовой сегменты платной медицины принадлежат государственным хозрасчетным отделениям поликлиник и больниц. В сегмент высоких цен, традиционно, работают частные клиники. Однако, учитывая тот факт, что элитный сегмент рынка практически заполнен, в последнее время частные клиники стали осваивать самый перспективный сектор потребителей – средний.

Среди самых ярких тенденций рынка следует отметить расширение спектра предоставляемых услуг, создание многопрофильных клиник и уход с рынка узкоспециализированных клиник как наименее прибыльных. Данная тенденция

www.pdffactory.com

продиктована желанием клиента получать широкий круг различных услуг в одном месте.

Основной причиной, тормозящей развитие сферы платных медицинских услуг, является, прежде всего, менталитет отечественного пациента, не желающего платить. Большинство россиян по-прежнему твердо уверены в том, что вся остальная медицина должна быть либо бесплатной, либо, в крайнем случае, минимально затратной для больного. Изменить эти стереотипы крайне сложно из-за нематериального характера медицинских услуг, результат и польза от которых для пациента не очевидны.

Факторы, благоприятствующие развитию рынка

Среди факторов, благоприятствующих развитию рынка платных медицинских услуг, можно выделить:

- Увеличение уровня благосостояния населения,
- Низкое качество и ограниченный спектр услуг в государственных медицинских учреждениях.

Сдерживающие факторы рынка

Макроэкономические факторы

К числу макроэкономических факторов, препятствующих развитию рынка платных медицинских услуг, относится инфляция, которая обесценивает доходы населения. В результате этого сокращается спрос на платные медицинские услуги.

Теневая медицина

«Теневая» медицина создают неблагоприятную почву для формирования и развития рынка коммерческой медицины.

Правовые основы

Несовершенство законодательной базы в области платной медицины, а также неравные условии конкуренции, в которых находятся коммерческие центры по

www.pdffactory.com

отношению с хозрасчетными отделения государственных больниц, препятствуют развитию частного сектора медицины.

Стоимость услуг

Господство демпинговых цен со стороны платных отделений, образованных на базе государственный медицинских учреждений, делает менее привлекательными услуги коммерческих центров.

На приток пациентов серьезно влияет стоимость услуг коммерческих клиник. Частное медучреждение в отличие от государственного вынуждено платить за аренду, обновление оборудования, расходные материалы и пр. Все эти расходы несет на себе пациент.

Дефицит квалифицированных кадров

Отсутствие достаточного количества квалифицированных кадров оказывает неблагоприятное воздействие на рынок платной медицины.

Уровень заболеваемости

Фактором, традиционно ограничивающим величину спроса на услуги, является объективный уровень заболеваемости населения, который не увеличивается в зависимости от роста доходов.

Психологические особенности потребителей

Увеличение спроса на платные услуги тормозится в определенной степени особенностями менталитета потенциальных клиентов, привыкших получать условно бесплатную медицинскую помощь. Большинство людей предпочитают обращаться к врачам только в крайних случаях.

www.pdffactory.com

Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем мо таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**, которое решает следующие задачи:

- Реализует услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Позволяет актуализировать и формировать базы данных.
- Осуществляет исходящий и входящий телемаркетинг, поддержку рекламных и PR акций
- Проводит интервьюирование потребителей
- Оценивает эффективность рекламы

Наши ключевые клиенты: ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис","Связькомплект","Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-

www.pdffactory.com

экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honewell, Colan, Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.

www.pdffactory.com