

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
декабрь 2008 г.**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно для информационных целей. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA 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 для вложения инвестиций. MA 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 MA Step by Step.

г. Москва

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ	2
Аннотация	4
Цель исследования.....	4
Описание исследования	4
Полное содержание исследования	5
Список диаграмм	9
Список таблиц	11
Выдержки из исследования	12
Общая характеристика рынка	12
Сегментация рынка платных медицинских услуг.....	13
Сегментация по направлению деятельности	13
Объем российского рынка платных медицинских услуг	15
Емкость рынка	15
Темпы роста.....	15
Рынок стоматологических услуг	16
Объем рынка.....	16
Темпы роста.....	16
Методы продвижения на рынке стоматологических услуг	17
Рентабельность стоматологической клиники.....	17
Тенденции на рынке стоматологических услуг	18
Анализ потребителей.....	18
Предпочтения услуг.....	19
Факторы, сдерживающие развитие Рынка	19



АННОТАЦИЯ

Цель исследования

Цель исследования: анализ текущей ситуации на Рынке.

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Задачи исследования:

- Описание макроэкономической ситуации на Рынке
- Выделение основных сегментов Рынка
- Определение объема, емкости и темпов роста Рынка
- Описание структуры Рынка
- Выявление основных игроков на Рынке
- Выявление основных факторов, влияющих на Рынок
- Выявление основных тенденций Рынка
- Описание потребителей на Рынке

Кол-во страниц: 106 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 20 диаграмм, 11 таблиц, схемы

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Содержание

Введение

Методологическая часть

Описание типа исследования

Объект исследования

Цели и задачи исследования

География исследования

Время проведения исследования

Методы сбора данных

Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок

Общэкономическая ситуация в России

Динамика валового внутреннего продукта

Уровень инфляции

Уровень доходов населения

Розничная торговля

Перспективы развития Рынка в период кризиса

Платные медицинские услуги

Общая характеристика рынка

Сегментация рынка платных медицинских услуг

Сегментация по направлению деятельности

Сегментация по специализации

Ценовая сегментация

Объем рынка

Объем российского рынка платных медицинских услуг

Емкость рынка

Темпы роста

Конкуренция на рынке

Сегментация игроков рынка

Анализ потребителей

Описание потребителей

Предпочтения услуг

Траты на платные медицинские услуги
Мотивы выбора платных медицинских услуг
Уровень удовлетворенности пользователей, оказываемой медицинской помощью
Рынок стоматологических услуг
Общая характеристика рынка
Структура рынка стоматологических услуг
Структура по категориям стоматологических клиник
Распределение стоматологических клиник по видам оказываемых услуг
Ценовая политика
Распределение стоматологических клиник по стоимости услуг
Основные количественные показатели
Объем рынка
Темпы роста
Структура спроса
Конкуренция на рынке стоматологических услуг
Сегментация стоматологических клиник
Описание профилей крупнейших стоматологических клиник
Сравнительная характеристика крупнейших стоматологических клиник
Методы продвижения на рынке стоматологических услуг
Рекомендации как реклама стоматологической клиники
Реклама в печатных СМИ
Интернет-реклама
Теле- радиореклама
Наружная реклама
Директ-маркетинг
PR-акции
Полиграфия
Выставки
Инвестиционная привлекательность рынка стоматологических услуг
Инвестиции в открытие клиники
Рентабельность стоматологической клиники
Тенденции на рынке стоматологических услуг
Резюме по рынку стоматологических услуг

Рынок платной гинекологии и урологии

Общая характеристика

Основные количественные показатели

Объем рынка

Темпы роста рынка

Конкуренция на рынке

Описание профилей крупнейших игроков рынка

Сравнительная характеристика крупнейших игроков

Инвестиционная привлекательность рынка гинекологических услуг

Тенденции на рынке гинекологических услуг

Тенденции на конкурентном поле

Тенденции в ассортименте услуг

Резюме по рынку гинекологических услуг

Рынок эстетической медицины

Общая характеристика рынка

Структура рынка

Ценовая политика

Основные количественные показатели

Объем рынка

Темпы роста рынка

Структура спроса

Конкуренция на рынке

Сегментация игроков по специализации

Сегментация игроков по принадлежности к сети

Описание профилей клиник эстетической медицины

Сравнительная характеристика клиник эстетической медицины

Инвестиционная привлекательность услуг эстетической медицины

Рентабельность бизнеса

Тенденции на рынке услуг эстетической медицины

Резюме по рынку эстетической медицины

Рынок офтальмологических услуг

Общая характеристика

Структура рынка

Ценовая политика
Основные количественные показатели
Объем рынка
Темпы роста рынка
Структура спроса
Конкуренция на рынке
Описание профилей крупнейших игроков рынка
Сравнительная характеристика крупнейших игроков
Инвестиционная привлекательность рынка офтальмологических услуг
Тенденции на рынке офтальмологических услуг
Резюме по рынку офтальмологических услуг
Обобщающие выводы и рекомендации
STEP–анализ факторов, влияющих на Рынок
Факторы, сдерживающие развитие Рынка
Риски, связанные с Рынком, способы избежать рисков
Инвестиционная привлекательность
Многопрофильные клиники
Пустующие ниши
Тенденции рынка
Общие выводы по отчету

СПИСОК ДИАГРАММ

- Диаграмма 1. Динамика объема ВВП, прирост, в % к предыдущему году
- Диаграмма 2. Уровень инфляции и прогноз 2003 – 2008 (10 мес.) гг., %
- Диаграмма 3. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, тыс. руб.
- Диаграмма 4. Динамика реально располагаемых денежных доходов населения, % к соответствующему периоду предыдущего года
- Диаграмма 5. Динамика оборота розничной торговли, млрд. руб.
- Диаграмма 6. Структура платных услуг, оказанных населению РФ в 2007 г., % к итогу
- Диаграмма 7. Распределение частных клиник по специализации, %
- Диаграмма 8. Объем платных медицинских услуг, оказанных населению РФ в 2004 - 2008 гг., млрд. руб.
- Диаграмма 9. Доля частной медицины на рынке медицинских услуг, %
- Диаграмма 10. Темпы роста рынка платных медицинских услуг, оказанных населению РФ в 2004 - 2008 гг., млрд. руб.
- Диаграмма 11. Доля людей, прибегавших к платным услугам, %
- Диаграмма 12. Популярные платные медицинские услуги
- Диаграмма 13. Доля неофициальных платежей в структуре платных медуслуг, %
- Диаграмма 14. Основные мотивы выбора платных медицинских услуг в г. Москва
- Диаграмма 15. Динамика изменения объема рынка стоматологических услуг в 2006-2008 гг.
- Диаграмма 16. Соотношение количества сетевых и несетевых клиник Москвы в период с 2004 по 2008 гг., % от общего числа коммерческих стоматологических клиник
- Диаграмма 17. Структура рынка эстетической медицины
- Диаграмма 18. Критерии выбора пластического хирурга
- Диаграмма 19. Сегментация игроков по специализации на рынке эстетической медицины
- Диаграмма 20. Сегментация игроков на рынке эстетической медицины по принадлежности к сети



СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Сравнительная характеристика крупнейших стоматологических клиник по основным параметрам

Таблица 2. Инвестиции в оборудование

Таблица 3. Общие инвестиции

Таблица 4. Текущие расходы стоматологической клиники в месяц

Таблица 5. Рентабельность стоматологической клиники в месяц

Таблица 6. Сравнительная характеристика некоторых участников рынка платных гинекологических услуг по основным параметрам

Таблица 7. Сравнительная характеристика некоторых участников рынка эстетической медицины по основным параметрам

Таблица 8. Цены на операции в клиниках Москвы

Таблица 9. Сравнительная характеристика некоторых участников рынка офтальмологических платных услуг по основным параметрам

Таблица 10. STEP-анализ рынка платных медицинских услуг

Таблица 11. Возможные риски, связанные с Рынком

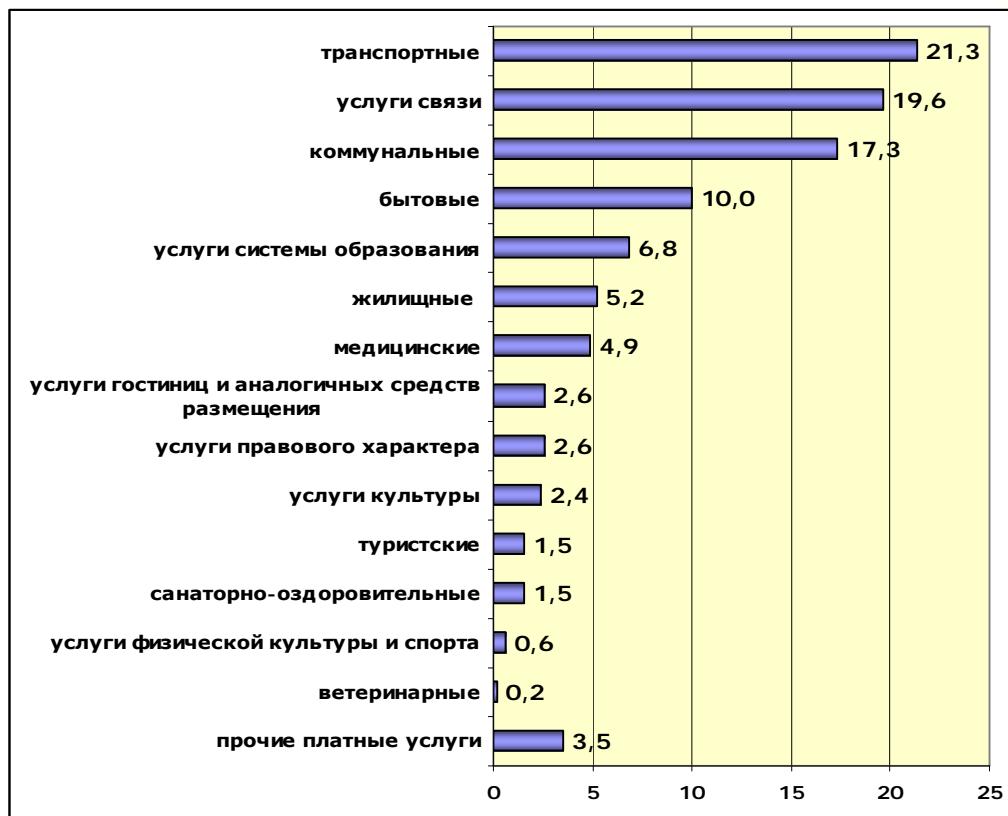
ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

В настоящее время можно с уверенностью говорить о том, что рынок платных медицинских услуг продолжает свое активное формирование и развитие. До недавнего времени в России открывалось с каждым годом все большее количество частных клиник, оказывающих услуги в различных областях медицины, а уже существующие медицинские центры расширяли спектр предоставляемых ими услуг. Однако разразившийся мировой финансовый кризис затормозит развитие на рынке.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

По мнению экспертов, за последние годы в России произошло заметное развитие платных медицинских услуг. Но в основном только крупные города имеют достаточно высокий (с точки зрения российского потребителя) уровень медицинского обслуживания, подчас сравнимый с уровнем таких услуг в других странах. Что же касается остальных регионов России, а это пока большая часть, здесь уровень медицинских услуг намного ниже и развитие либо происходит очень медленно, либо его вовсе не заметно.

ДИАГРАММА. СТРУКТУРА ПЛАТНЫХ УСЛУГ, ОКАЗАННЫХ НАСЕЛЕНИЮ РФ В 2007 г., % к итогу



Источник: Госкомстат, 2008 г.

Как видно из диаграммы, в структуре платных услуг, оказанных населению в России в 2007 году, доля медицинских услуг составляет ...%, что в денежном выражении составило ... млрд. рублей.

В последние годы складывалась ситуация, когда государственная система здравоохранения уже не соответствовало стандартам качественного сервиса. В результате население стало прибегать к услугам коммерческих медицинских центров. Пациент стал готов инвестировать в здоровье - несмотря на рост цен на лечение. При этом количество предоставляемых платных услуг permanently увеличивалось. Но мировой финансовый кризис замедлит это поступательное развитие, так как доходы населения упадут.

Сегментация рынка платных медицинских услуг

Сегментация по направлению деятельности

На рынке выделяют следующие основные направления (в порядке убывания):

- стоматология
- косметология, дерматология и эстетическая медицина
- гинекология и урология
- офтальмология

Лидером на рынке платных медицинских услуг являются стоматологические услуги: эта область медицины всегда считалась самой рентабельной, кроме того, платные поликлиники здесь существовали еще в советские времена. Сегодня частные стоматологические клиники практически вытеснили государственные. Спрос населения на стоматологические услуги полностью удовлетворен во всех ценовых сегментах - от низкого до суперэлитного. Высокий уровень развития стоматологических услуг связан, с одной стороны, с высокой потребностью в них, а с другой стороны, с высокой стоимостью услуг, что позволяет быстро окупать затраты на оборудование. Следует также отметить, что платная стоматология появилась одной из первых на рынке коммерческой медицины.

За лидером рынка следуют эстетическая медицина, урология, гинекология. В этих областях несколько выше рыночная доля платных услуг, получаемых населением в государственных и ведомственных лечебных учреждениях, а обороты существенно ниже.

Услуги медицины общего профиля предлагают несколько десятков частных медицинских центров, испытывающих сильнейшую конкуренцию со стороны государственных и ведомственных больниц и поликлиник, предоставляющих платные услуги. На сегодняшний момент этот сектор платных услуг значительно отстает в своем развитии по количеству частных клиник. Объяснить это не сложно: в многопрофильную клинику нужно вложить как минимум несколько миллионов долларов только в оснащение, не считая прочих затрат. Да и рентабельность бизнеса будет почти в 2 раза ниже, чем, например, у гинекологического кабинета. А инвесторы на этот рынок идут крайне неохотно.

Остальные услуги крайне мало представлены в коммерческих медицинских центрах. Неврологов, например, или кардиологов среди частников единицы.

Трансплантация органов или лечение социально значимых болезней вообще никогда не выживут без государственных дотаций и строгого контроля. Рынок «большой хирургии» также практически не освоен частными медицинскими центрами. Этот сегмент рынка находится в зачаточном состоянии и требует огромных вливаний инвестиций. Собственными стационарами, операционными, отделениями реанимации на сегодня располагают единицы.

ОБЪЕМ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПЛАТНЫХ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

Объем легальных платных медицинских услуг, оказанных россиянам, в 2007 году составил млрд. рублей, что в долларовом эквиваленте составило \$... млрд.

Можно предположить, что **теневой оборот** рынка платных медицинских услуг составляет **порядка ... % или \$... млрд.**

Отметим, что доля теневого сегмента рынка платных медицинских услуг несколько уменьшилась – с ... % в 2004 году до ... % в 2007 году, что связано, главным образом, с увеличением объема услуг, предоставляемых легально.

ЕМКОСТЬ РЫНКА

Говоря о емкости рынка платных медицинских услуг, необходимо отметить, что если в России доля частной медицины в общем объеме медицинских услуг равна ... %, то в США она достигает ...%.

ТЕМПЫ РОСТА

В 2007 году объем рынка **легальных платных** медицинских услуг вырос на ... %, в 2008 году же можно прогнозировать снижение темпов роста до ... %, принимая во внимание мировой финансовый кризис.

Также в отчёте представлено изучение каждого сегмента рынка, включая количественные показатели и анализ конкурентной среды с описанием профилей крупнейших игроков рынка.

РЫНОК СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

Эксперты говорят о том, что рынок стоматологических услуг перешел к следующему этапу - этапу сегментации. Сегментация может происходить и по типу пациентов (частные или страховые), и по видам услуг клиник (многопрофильные, универсальные, специализированные), и по размеру клиник (сетевая, частный кабинет). В результате «естественного» отбора на данном этапе часть клиник, не успевшая занять нужную нишу, вынуждена будет уйти с рынка. С рынка уходят, преимущественно, небольшие клиники из дешевого сегмента.

ОБЪЕМ РЫНКА

Непрозрачность негосударственного сектора стоматологического рынка, отсутствие в органах статистики полных и достоверных реестров стоматологических предприятий, их ротация и переезды не позволяют зафиксировать точные данные о количестве негосударственных стоматологических клиник, работающих на рынке.

По подсчету экспертов консалтинговой компании «Амико», в 2006 году в Москве насчитывалось стоматологических клиник и кабинетов. **В 2008** году (апрель) их уже ... **единиц**.

Учитывая темпы роста рынка, в **2007** году объем рынка платных стоматологических услуг в России равнялся \$... млн., а в **2008** году можно прогнозировать его увеличение до \$... млн.

ТЕМПЫ РОСТА

Число частных стоматологических клиник с 2004 года выросло на ...%. Что касается роста в денежном выражении, то можно предположить, что **рынок платных стоматологических услуг растет** вместе с рынком платных медицинских услуг **на ... - ...%** в год.

Однако стоит отметить, что рынок стоматологических платных услуг уже находится в стадии насыщения: представлен широкий спектр услуг для различных

ценовых категорий граждан. И на данном этапе идет процесс «естественного» отбора, начавшийся уже несколько лет назад. Свою роль сыграет и мировой финансовый кризис, в результате в 2009 году уже можно прогнозировать замедление темпов роста как минимум до ... %.

ТАБЛИЦА. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ КЛИНИК ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

Название клиники	Год основания	Кол-во клиник	Конкурентные преимущества	Планы развития
«Мастердент»				
«Аванстом»				
«Дента Эль»				
«Юнидент»				
«Дента Вита»				
33-й ЗУБ				

Источник: МА «Step by step»

Таким образом, можно отметить, что наиболее развитой сетью клиник является «МастерДент», которая на данный момент насчитывает ... клиник. При этом компания заявляет о намерении продолжать открытие новых клиник.

МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ НА РЫНКЕ СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

1. Рекомендации
2. Интернет-реклама
3. Работа с корпоративной клиентурой
4. Презентации
5. Наружная реклама
6. Кросс-маркетинг
7. Реклама в печатных СМИ
8. Раздача приглашений
9. Почтовая рассылка

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ СТОМАТОЛОГИЧЕСКОЙ КЛИНИКИ

Одно кресло в среднем приносит ... -... тыс. евро в месяц, после того как клиника получила некоторую известность и приобрела широкий круг клиентов. В

результате ... кресел должны обеспечивать ...тыс. евро выручки. При этом расходы будут составлять:

ТАБЛИЦА . ТЕКУЩИЕ РАСХОДЫ СТОМАТОЛОГИЧЕСКОЙ КЛИНИКИ В МЕСЯЦ

Затраты	Стоимость
Всего	

Источник: по материалам портала www.stoma-expo.ru

Таким образом, ежемесячные расходы стоматологической клиники составляют ... тыс. евро.

ТЕНДЕНЦИИ НА РЫНКЕ СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

ТЕНДЕНЦИИ НА КОНКУРЕНТНОМ ПОЛЕ

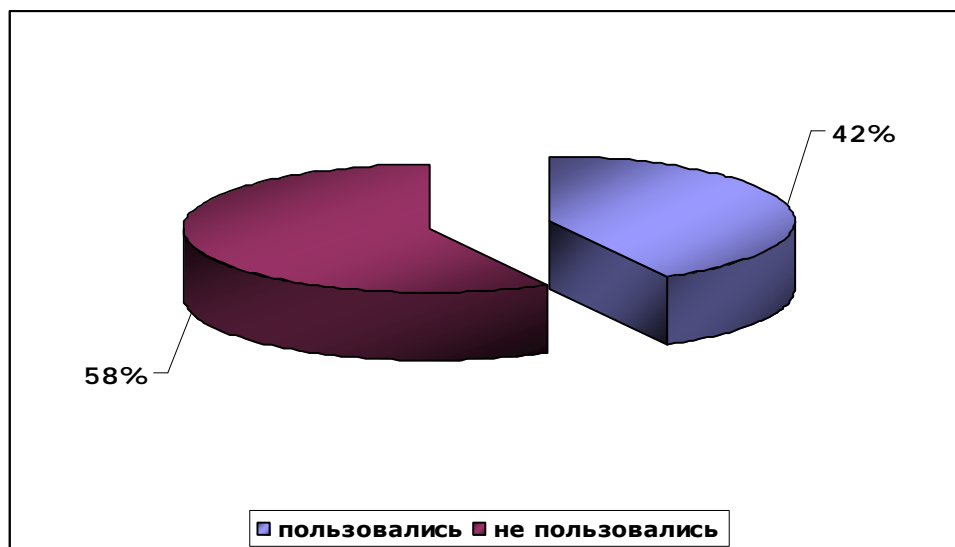
Рынок стоматологических услуг достиг пределов роста в имеющихся условиях и характеризуется совершенной конкуренцией.

Сохраняется тенденция к уменьшению числа мелких клиник в дешевом сегменте.

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

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

ДИАГРАММА 1. ДОЛЯ ЛЮДЕЙ, ПРИБЕГАВШИХ К ПЛАТНЫМ УСЛУГАМ, %



Источник: Фонд «Общественное мнение», 2007 г.

При этом по данным центра стратегических исследований «Росгосстраха» на май 2008 года, **пользоваться услугами частных клиник** склонны **50%** жителей крупных и средних городов России.

Таким образом, порядка 70 млн. человек в России являются пользователями платных медицинских услуг.

По данным Госкомстата, платными медицинскими услугами начинают пользоваться люди с доходом от \$400 на члена семьи в месяц, а люди с доходом от \$750 на члена семьи начинают делать это достаточно регулярно.

Предпочтения услуг

Согласно исследованию 2007 года Фонда «Общественное мнение», наиболее популярными среди жителей России являются сдача анализов и различные обследования, за данными услугами обращаются 48%. На втором месте стоит лечение у стоматолога (38%), а на третьем – консультация у конкретного специалиста (24%).

Факторы, сдерживающие развитие рынка

На рынок платных медицинских услуг оказывают влияние следующие факторы:

- **Мировой финансовый кризис**

Мировой финансовый кризис естественно отразится на рынке платных



медицинских услуг. В первую очередь это будет связано с тем, что упадут доходы у населения, что приведет к снижению доли пользователей услугами платной медицины. Снижение же спроса на услуги повлечет за собой разорение небольших клиник.

- **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 условия конкуренции, в которых находятся коммерческие центры по отношению с хозрасчетными отделениями госбольниц, препятствуют развитию частного сектора медицины. Отсутствует закон, регламентирующий деятельность частных медицинских учреждений и определяющий четкую систему оценки качества предоставляемых услуг.

Также стоит отметить особый порядок лицензирования, который предполагает, во-первых, осуществление процесса получения лицензии через Москву, что занимает продолжительный период времени, и, во-вторых, требование согласований всех методик с Минздравом.

- **Дефицит квалифицированных кадров**

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

Группа Компаний Step by Step работает на рынке 7 лет, осуществляет полный комплекс консалтинговых и маркетинговых услуг, создавая возможность поддержки управленческих решений и развития бизнеса своих клиентов в следующих областях:

- Управленческий и маркетинговый консалтинг
- Брендинг
- Маркетинговые исследования
- Исследования и консалтинг в недвижимости

В состав Группы Компаний Step by Step входят такие подразделения, как:

- Step by Step Консалтинг
- Step by Step Исследования
- Step by Step Недвижимость
- Аналитический центр SbS Аналитика
- Call-центр MarketPhone

Ведущие специалисты Группы Компаний Step by Step состоят в таких профессиональных организациях, как Международная Ассоциация Профессионалов в области исследований общественного мнения и маркетинга (ESOMAR), НГПК (Национальная Гильдия Профессиональных Консультантов), Гильдия Маркетологов, РАРИ (Российская Ассоциация Рыночных Исследований), Московская ТПП.

На сегодняшний день в портфеле Группы Компаний Step by Step более 300 реализованных проектов. Мы гордимся сотрудничеством с такими организациями, как ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", Компания "Русский бисквит", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI Ltd, Honeywell, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», Blackwood, Система Галс.