

<b>Название отчета</b>	<b>Российский рынок онлайн-консультаций врачей</b>
Название компании-исполнителя	Маркетинговое Агентство Step by Step
Дата выхода отчета	05 декабря 2019 года
Количество страниц	66 стр.
Язык отчета	русский
Стоимость (руб.)	40 000 руб.
<p>Полное описание отчета (цель, методы, структура, источники информации, выдержки из текста, графическая информация, диаграммы-примеры и т.п.) – не более 2-х стр. А4</p>	<p><b>Цель исследования:</b> анализ текущей ситуации на российском рынке онлайн-консультаций врачей</p> <p><b>Задачи исследования:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Описание макроэкономической ситуации на Рынке</li> <li>▪ Выделение основных сегментов Рынка</li> <li>▪ Определение основных количественных характеристик Рынка</li> <li>▪ Описание структуры Рынка</li> <li>▪ Выявление основных игроков на Рынке</li> <li>▪ Выявление основных факторов, влияющих на Рынок</li> <li>▪ Выявление основных тенденций Рынка</li> <li>▪ Описание потребителей на Рынке</li> </ul> <p><b>Выдержки из исследования:</b></p> <p>1 января 2018 года в России вступил в силу федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам применения информационных технологий в сфере здравоохранения» от 29.07.2017 N 242-ФЗ, который на законодательном уровне ввел понятие «телемедицинские технологии».</p> <p>На уровень развития отечественного рынка онлайн-консультаций врачей напрямую влияет Интернет-рынок РФ, от успешности развития которого зависит степень проникновения Интернета в России.</p> <p>Существует две основные категории телемедицинских услуг: «врач-врач» и «врач-пациент». В России после внесения изменений в закон о телемедицине в 2018 г. за первые 9 месяцев 2019 г. было оказано почти 81 тыс. телемедицинских услуг, и основная часть этих услуг пришлась на формат «врач–врач».</p> <p>В соответствии с отечественным законодательством телемедицинские услуги могут оказывать исключительно врачи, включенные в Федеральный регистр медицинских работников, которые работают в медицинской организации, занесенной в Федеральный реестр. При этом получить персональную информацию о пациентах они могут в единой базе медицинских данных (ЕМИАС).</p> <p>Россияне в 2018 году чаще всего обращались за онлайн-консультациями к дежурным врачам.</p>
<p>Подробное оглавление/содержание отчета</p>	<p>Введение 5</p> <p>Основные определения 7</p> <p>Методологическая часть 8</p> <p>Описание типа исследования 8</p> <p>Объект исследования 8</p> <p>Цели и задачи исследования 8</p> <p>География исследования 8</p> <p>Время проведения исследования 8</p> <p>Методы сбора данных 9</p> <p>Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок 10</p> <p>Общая экономическая ситуация 10</p> <p>Динамика валового внутреннего продукта 10</p>



	<p>Промышленное производство 11</p> <p>Уровень инфляции 12</p> <p>Уровень доходов населения 12</p> <p>Инвестиции 13</p> <p>Розничная торговля 15</p> <p>Описание отрасли 16</p> <p>Описание влияющих Рынков 21</p> <p>Сегментация рынка 28</p> <p>Сегментация в зависимости от категории телемедицинских услуг 28</p> <p>Сегментирование по типу субъекта оказания телемедицинской услуги 30</p> <p>Сегментирование по типу телемедицинских услуг 32</p> <p>Сегментирование по источнику поступления финансовых средств 32</p> <p>Сегментирование по специализации медицинского работника, оказывающего телемедицинские услуги 33</p> <p>Тенденции в различных рыночных сегментах 34</p> <p>Ценовое сегментирование Продукции 34</p> <p>Тенденции в ценовых сегментах 36</p> <p>Основные количественные характеристики рынка 37</p> <p>Объем рынка 37</p> <p>Основные тенденции рынка 38</p> <p>Прогноз развития рынка 38</p> <p>Конкурентный анализ 39</p> <p>Сравнительная характеристика основных игроков на рынке 49</p> <p>Тенденции в направлении конкуренции между ключевыми игроками рынка 53</p> <p>Анализ потребителей 56</p> <p>Потребители в сегменте B2C 56</p> <p>Сегментирование по географическому признаку 56</p> <p>Сегментирование по возрасту 57</p> <p>Сегментирование по типу медицинской помощи, в которой нуждается пациент 57</p> <p>Сегментирование по типу клиентского пути 58</p> <p>Сегментирование по отношению к инновациям 58</p> <p>Сегментирование по социокультурным особенностям пациентов 59</p> <p>Потребители в сегменте B2B 59</p> <p>Сегментирование в зависимости от типа конечного потребителя (B2B или B2B2C) 59</p> <p>Сегментирование в зависимости от типа бизнес-потребителя услуг медицинских онлайн-консультаций 60</p> <p>Обобщающие выводы по отчету 62</p> <p>Факторы, благоприятствующие развитию Рынка 62</p> <p>Анализ рисков 62</p> <p>Прогнозы развития рынка 63</p> <p>Потребление 63</p> <p>Услуги 64</p> <p>Основные игроки 64</p> <p>Текущая ситуация и перспективы развития рынка 65</p>
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	<p>Таблица 1. Численность и обеспеченность населения врачами различных специальностей</p> <p>Таблица 2. Численность и обеспеченность населения врачами различных специальностей</p> <p>Таблица 3. Характеристика ключевых игроков</p> <p>Таблица 4. Сравнительная характеристика основных компаний на рынке</p> <p>Таблица 5. Доля населения, использовавшего сеть Интернет для получения государственных и муниципальных услуг в сфере здравоохранения в 2018 г., %</p> <p>Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2014 - 2018 гг. в текущих ценах,</p>

	<p>млрд. руб.                  Диаграмма 2. Индекс промышленного производства, в % к предыдущему году                  Диаграмма 3. Вклад разных категорий товаров в инфляцию в 2018 году                  Диаграмма 4. Динамика среднедушевых доходов населения РФ, рублей в месяц                  Диаграмма 5. Динамика инвестиций в основной капитал в РФ в 2011-2018 гг., млрд руб.                  Диаграмма 6. Динамика оборота розничной торговли в 2010-2018 гг., млрд руб.                  Диаграмма 7. Число абонентов фиксированного широкополосного доступа в Интернет на 100 человек населения, 2011-2018 гг.                  Диаграмма 8. Число абонентов мобильного широкополосного доступа в Интернет на 100 человек населения, 2011-2018 гг.                  Диаграмма 9. Абонентская плата за доступ к сети Интернет, месяц, 2011-2018 гг., рублей                  Диаграмма 10. Проникновение Интернета в возрастных группах, %                  Диаграмма 11. Объем мирового рынка телемедицинских услуг в 2015-2018 гг. и прогноз на 2019-2021 гг., млрд долларов                  Диаграмма 12. Объем российского рынка телемедицинских услуг в 2017-2018 гг. и прогноз на 2019 г., млрд рублей                  Рисунок 1. Основные задачи, решаемые приложениями сегмента M-Health                  Схема 1. Ценовое сегментирование на рынке онлайн медицинских услуг</p>
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	ГИ онлайн врачи 2019.pdf

[Маркетинговое Агентство Step by Step](#) специализируется в области корпоративного маркетинга. Мы оказываем широкий спектр услуг отделам маркетинга коммерческих компаний, от проведения практически любых исследовательских работ до содействия в реализации маркетинговых планов компании в случае недостатка собственных ресурсов подразделения (например, в связи с открытием нового проекта или крупным мероприятием).

[Маркетинговое Агентство Step by Step](#) объединяет в себе такие качества как комплексный подход к задаче, свойственный управленческим консультантам, и владение современными методиками маркетинговых исследований, присущее исследовательским компаниям.

[Маркетинговое Агентство Step by Step](#) специализируется на следующих сегментах рынка:

- Рынок промышленных предприятий (Business-to-Business рынок)
- ИТТ – рынок
- Рынок торгово-розничных предприятий
- Рынок отдыха и развлечений
- Рынок предприятий малого бизнеса

[Маркетинговое Агентство Step by Step](#) – член **Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов, Международной ассоциации ESOMAR.**