ЭКСПРЕСС-АНАЛИЗ РЫНКА УСЛУГ ПЛАТНОЙ СТОМАТОЛОГИИ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Дата выпуска отчета:
декабрь 2008 г.

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. 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 к вложению 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

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ **2**

Аннотация **4**

Цель исследования 4

Описание исследования 4

Полное содержание исследования **5**

Список диграмм **8**

Список таблиц **9**

Выдержки из исследования **10**

Сегментация рынка платных медицинских услуг 10

Сегментация по направлению деятельности 10

Рынок стоматологических услуг **11**

Общая характеристика рынка 11

Структура рынка стоматологических услуг 11

Структура по категориям стоматологических клиник 11

Основные количественные показатели 12

Объем рынка 12

Темпы роста 12

Конкуренция на рынке стоматологических услуг 13

Сегментация стоматологических клиник 13

Сравнительная характеристика крупнейших стоматологических клиник 14

Методы продвижения на рынке стоматологических услуг 14

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Рекомендации как реклама стоматологической клиники 15

Инвестиционная привлекательность рынка стоматологических услуг 15

Инвестиции в открытие клиники..... 15

Рентабельность стоматологической клиники..... 16

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

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: 65 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 16 диаграмм, 7 таблиц

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

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
Общеэкономическая 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

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

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

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Инвестиционная привлекательность рынка стоматологических услуг

Инвестиции в открытие клиники

Рентабельность стоматологической клиники

Тенденции на рынке стоматологических услуг

Резюме по рынку стоматологических услуг

Обобщающие выводы и рекомендации

STEP–анализ факторов, влияющих на Рынок

Факторы, сдерживающие развитие Рынка

Риски, связанные с Рынком, способы избежать рисков

Инвестиционная привлекательность

Пустующие ниши

Тенденции рынка

Общие выводы по отчету

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Список диграмм

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

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

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. STEP-анализ рынка платных медицинских услуг

Таблица 7. Возможные риски, связанные с Рынком

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

С учетом сложившейся осенью 2008 года кризисной ситуации в мировой экономике, говорить о хороших перспективах роста изучаемого Рынка сложно. В имеющихся условиях можно прогнозировать сжатие рынка в силу того факта, что доходы среднего класса, способствовавшего в последние годы развитию рынка платных медицинских услуг, упадут? в результате чего многие будут вынуждены вернуться к бесплатной медицине. Однако компании, пережившие кризис, смогут в будущем выйти в лидеры рынка.

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.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

РЫНОК СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

Среди направлений коммерческой медицины стоматология является одним из первых направлений, которые устремились на рынок платных медицинских услуг с приходом рыночных отношений.

В настоящее время негосударственный рынок стоматологических услуг стабилизировался в количественном отношении и находится в равновесии, достигнув пределов роста.

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.

СТРУКТУРА РЫНКА СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

СТРУКТУРА ПО КАТЕГОРИЯМ СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ КЛИНИК

Стоматологические клиники можно поделить на:

- мелкие – 1-2 кресла
- средние – 15-20 кресел
- крупные – около 100

Сегодня уменьшается доля клиник с 1-2 установками, которые или уходят с рынка, или переходят в другую категорию. Между тем наибольший рост демонстрируют клиники с 3-6 установками. И если в 2004 г. около … % рынка приходилось на

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

клиники с числом установок 1-3, то сейчас, по словам экспертов, на рынке уже доминируют клиники, оснащенные 3-6 установками.

Основные количественные показатели

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 отраслевых агентств, в 2006 году в Москве насчитывалось … стоматологических клиник и кабинетов. **В 2008** году (апрель) их уже **….**

По данным информационных порталов, годовой объем рынка стоматологических услуг в 2006 году составлял $... - … млн.

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 ….%.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

СЕГМЕНТАЦИЯ СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ КЛИНИК

Выделяют два основных сегмента:

1. Сетевые стоматологические клиники
2. Несетевые стоматологические клиники

Наиболее распространенным типом стоматологического учреждения сегодня является несетевая клиника. На долю сетевых предприятий с числом филиалов 3 и более в 2004 году приходилось …%, а в 2006 году - уже …% от общей численности негосударственных стоматологических клиник.

Можно предположить, что в 2008 году доля сетевых клиник еще немного увеличится и достигнет …%.

Среди сетевых предприятий можно выделить 5 наиболее крупных по количеству филиалов клиник:

- «Мастер Дент»
- «Дента Вита»
- «Аванстом»
- «Дента Эль»
- «33-й зуб»

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Остальные клиники и сети, появившиеся не так давно, обычно несколько меньше – количество филиалов доходит лишь до 4-5, что вполне объяснимо – открытие новых филиалов требует больших денежных вложений.

Стоит отметить, что не во всех сетях клиники однородны (что подразумевает единую ценовую политику, уровень сервиса, характерный антураж, одинаковое по уровню оборудование, структуру услуг, отработанные технологии, процессы и т.д.). Есть сетевые клиники, имеющие в каждой клинике разные уровни обслуживания и сервиса, т.е. дорогие и не очень.

Сравнительная характеристика крупнейших стоматологических клиник

Для удобства анализа представим данные по крупнейшим стоматологическим клиникам в виде таблицы.

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

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

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

Рекомендации как реклама стоматологической клиники

Основной путь, по которому стоматологи получают новых пациентов – это рекомендации. Люди пойдут к врачам, которых им советуют друзья. А количество клиентов напрямую зависит от качества услуг. Некоторые клиники, зачастую VIP-класса (например, клиника CLINICABOSKO), отказываются от рекламы как таковой, а стабильный поток клиентов обеспечивается за счет репутации высококачественного специалиста.

Инвестиционная привлекательность рынка стоматологических услуг

Инвестиции в открытие клиники

Для открытия стоматологической клиники среднего ценового сегмента на 4-5 кресел потребуются следующие инвестиции:

Таблица. Инвестиции в оборудование

Оборудование	Количество	Стоимость	Итого
Всего			

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

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Таблица. Общие инвестиции

Затраты	Стоимость
ремонт	
оборудование	
все остальные затраты, в том числе проектирование, документация, раскрутка и т.п.	
Всего	

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

Таким образом, **первоначальные инвестиции** для открытия стоматологической клиники среднего ценового диапазона составят около **… тыс. евро.**

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.

Таблица. Рентабельность стоматологической клиники в месяц

Параметры	Стоимость
Выручка	
Затраты	
Прибыль	

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

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

В результате **прибыль клиники** (без учета арендной платы) составит **… тыс. евро в месяц** или около … тыс. евро в год.

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.

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),

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

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, Honewell, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», Blackwood, Система Галс.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com