АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ РОССИЙСКОГО РЫНКА УСЛУГ ЧАСТНОЙ СТОМАТОЛОГИИ

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 3

Полное содержание исследования **4**

Список диграмм **6**

Список таблиц **7**

Выдержки из исследования **8**

Сегментирование услуги по технологии производства или потребления 8

Три уровня стоматологических клиник 8

Ценовое сегментирование услуги 9

Объем и емкость Рынка 9

Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам 10

Тенденции Рынка 13

www.pdffactory.com

Аннотация

Цель исследования: анализ текущей ситуации на рынке частной стоматологии и тенденций его развития.

Описание исследования

В исследовании:

- изучены макроэкономическая ситуация и государственная политика, влияющие на рынок;
- проведена сегментация рынка;
- приведены оценки объема рынка, прогнозы его изменения
- проанализированы основные проблемы и тенденции влияющих рынков;
- выявлены основные игроки рынка и их стратегии;
- оценены перспективы рынка.

Кол-во страниц: 65 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 1 диаграмму, 1 схему, 6 таблиц

www.pdffactory.com

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение
Методологическая часть
Описание типа исследования
Объект исследования
Цели и задачи исследования
География исследования
Методы сбора данных
Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок
Экономические итоги 2006 года
Описание отрасли
Описание влияющих Рынков
Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции
Определение услуги
Сегментирование услуги по основным наименованиям
Сегментирование услуги по технологии производства или потребления
Три уровня стоматологических клиник
Ценовое сегментирование услуги
Тенденции различных сегментах услуги
Тенденции в сегментах различных видов услуги
Тенденции в ценовых сегментах
Основные количественные характеристики Рынка
Объем и емкость Рынка
Темпы роста Рынка
Влияние сезонности на Рынок
Сбытовая структура Рынка
Цепочка движения товара
Краткое описание основных сегментов участников Рынка

www.pdffactory.com

Производители услуги
Потребители
Основные принципы ценообразования
Конкурентный анализ
Конкуренция между игроками рынка
Основные параметры конкуренции
Основные игроки Рынка. Описание профилей крупнейших компаний
Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими игроками рынка
Анализ потребителей
Описание потребителей
Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов
Структура потребления Услуги по видам Услуг
Степень активности в потреблении Услуги
Зависимость спроса на Услуги от различных характеристик потребителя
Основные тенденции в потребительском сегменте
Обобщающие выводы и рекомендации
Факторы, благоприятствующие развитию Рынка
Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков
Инвестиционная привлекательность/пустующие ниши на Рынке
Тенденции Рынка
Общие выводы по отчету

www.pdffactory.com

Список диграмм

Диаграмма 1. Причины обращения в платные медицинские учреждения, в %.

www.pdffactory.com

Список таблиц

Таблица 1. Средняя стоимость стоматологических услуг в Москве (в рублях)
Таблица 2. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам

Таблица 3. Распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов
Таблица 4. Наиболее распространённые платные стоматологические услуги в Москве
Таблица 5. STEP-анализ
Таблица 6. Возможные риски, связанные с Рынком

www.pdffactory.com

Выдержки из исследования

Первыми из частных медицинских учреждений свое объединение создали стоматологи – **«Ассоциация частных стоматологических клиник Москвы»**, которая была зарегистрирована в 1997 году. Ассоциация является одним из учредителей **«Стоматологической Ассоциации Москвы»** (САМ) и представляет в ней частных стоматологов столицы. Деятельность Ассоциации направлена как на защиту частных стоматологов, так и на отстаивание корпоративных интересов единого сообщества стоматологов Москвы.

Сегментирование услуги по технологии производства или потребления

Три уровня стоматологических клиник

Все стоматологические клиники традиционно делятся на три категории:

1. **Стандарт, или стоматологическая клиника эконом-класса.** Задача таких кабинетов – устранить боль, остановить прогрессирование патологии, хотя бы минимально восстановить утраченные структуру и функции. Работа может быть выполнена на простом оборудовании. Лечение кариеса с постановкой пломбы световой полимеризации обойдется в 1650 руб.
2. **Комфорт, или стоматологическая клиника бизнес-класса.** Средний ценовой сегмент. Качество материалов и оборудования значительно выше, врачи работают «в четыре руки» с ассистентами, существенно улучшена гигиена и дизайн клиники. В целом, это уровень выше среднего. Лечение кариеса с использованием светоотверждаемого композитного материала Point 4 (USA) – 1500–2100 рублей.
3. **Элит, или стоматологическая клиника класса «люкс» (VIP-класс).**
   Применяются особо эффективные оборудование и технологии, квалификация персонала соответствует мировым стандартам, налажено взаимодействие с

www.pdffactory.com

другими специалистами и зуботехническими лабораториями (в т.ч. других стран) с применением современных средств коммуникации. Помимо стоматологических, оказывают услуги немедицинского характера: солярий, бар, детская комната, зал для индивидуального отдыха и т.д. Лечение кариеса с постановкой пломбы световой полимеризации – около 4 тыс. рублей.

Ценовое сегментирование услуги

Ценовое сегментирование в частной стоматологии зависит от того типа клиники, которая предоставляет услугу. Традиционно выделяют 3 типа стоматологических клиник: эконом-класса, бизнес-класса, элит-класса. На этом основании можно рассмотреть примерный разброс цен на наиболее востребованных стоматологических услуг.

Таблица 1. Средняя стоимость стоматологических услуг в Москве (в рублях)

Класс клиники	Отбеливание	Пломба	Коронка	Удаление зуба
Эконом	9 000	1 000 – 1 200	1 800 – 2 500	500 – 1000
Бизнес (средний)	16 000	2 000	10 000	3 500 – 4 500
Элитный	30 000	4 000	15 000	8 000

Объем и емкость Рынка

Потенциальная мощность рынка услуг негосударственных стоматологических клиник в Москве оценивается в 13 млн. посещений в год, но реальные объемы рынка существенно меньше, если допустить, что средние обороты одной клиники составляют около 20-30 тыс. долл. в мес., то объем рынка составляет около 270-280 млн. долл. в год.

www.pdffactory.com

Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам

Таблица 2. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам

Компании	Ассортимент продукции	Количество клиник	Доля на Рынке	Степень активности на рынке (реклама, PR)	Сильные стороны
1.«Мастердент»	Все виды стоматологических услуг	30 клиник	7-9% всего стоматологического рынка в Москве	Интернет и радио реклама. Реклама в журналах	Самая крупная стоматологическая сеть в России
2. «ДентаВита»	Все виды стоматологических услуг	7 клиник	--------	Интернет реклама, а также реклама в печатных СМИ	Находится в списке базовых клиник ведущих страховых компаний
3.«Интермедсервис»	Отбеливание зубов, детская стоматология, лечение пародонтоза, протезирование зубов, имплантация зубов.	1 клиника	---------	Интернет реклама, а также реклама в печатных СМИ	Единственная частная стоматология в Москве, являющаяся клинической базой Российской медицинской академии

www.pdffactory.com

					постдипломного образования
4. «АВАНСТОМ»	RVG диагностика, а также широкий спектр стоматологических услуг	15 клиник	----------	Интернет реклама, а также реклама в печатных СМИ	Сотрудничество с двумя частными немецкими клиниками
5. «Дентал-Спа»	Эстетическая стоматология	-----	----------	Интернет реклама, а также реклама в печатных СМИ	Узкая специализация стоматологической клиники
6. «MEDИ»	Полный пакет стоматологических услуг + гигиена полости рта	13 клиник	----------	Интернет реклама, а также реклама в печатных СМИ	В системе стоматологии MEDИ определены три уровня клиник: элит класса, бизнескласса, экономкласса.

www.pdffactory.com

7. «Raden»	Все виды стоматологических услуг + зубные украшения	2 клиники	----------	Интернет реклама, а также реклама в печатных СМИ	Предоставляет уникальную услугу – зубные украшения
8. «Астра»	Полный пакет стоматологических услуг	2 клиники	----------	Интернет реклама, а также реклама в печатных СМИ	Позиционирует себя как семейная универсальная клиника
9. «Евродент»	Широкий спектр стоматологических услуг	5 клиник	----------	Интернет реклама, а также реклама в печатных СМИ	Опыт работы на стоматологическом рынке 12 лет

Источник: МА Step by Step

www.pdffactory.com

Среди представленных клиник наиболее крупными являются: «Мастердент», «MEDИ», «Аванстом» и «ДентаВита». Но несомненный лидер – это клиника «Мастердент», имеющая сеть из 30 клиник в разных городах. В стратегических планах «Мастердент» расширение в регионы.

Все клиники, за исключением «Дентал-Спа», предоставляют своим пациентам широкий спектр стоматологических услуг. Что касается «Дентал-Спа», то данная клиника имеет достаточно узкий профиль деятельности – это эстетическая и косметическая стоматология. Анализируемые клиники, кроме «Мастердент», не раскрывают своих финансовых показателей. Доля «Мастердент» составляет 7-9% всего стоматологического рынка Москвы.

Что касается степени активности на рынке, то и здесь лидер стоматологическая клиника «Мастердент», у которой реклама не только в печатных СМИ и Интернете, но ещё и на радио. У других компаний степень активности на рынке можно оценить как среднюю, за исключением «Дентал-Спа», степень активности которой можно оценить как низкую. Сила бренда наиболее высокая у «Мастердент», «ДентаВита» и «MEDИ». Каждая клиника имеет свои сильные стороны: это не только предоставление уникальных услуг как, например, компании: «Дентал-Спа», «Raden», но и сотрудничество с европейскими клиниками – «АВАНСТОМ», предоставление 3 уровня клиник (для разных пациентов) – компания «MEDИ», большой опыт работы на стоматологическом рынке: «Мастердент», «Евродент». Также в пользу компании «Интермедсервис» говорит тот факт, что это единственная частная стоматология в Москве, являющаяся клинической базой Российской медицинской академии постдипломного образования.

Тенденции Рынка

Одна из основных тенденций рынка частной стоматологии — **развитие сетевых клиник**. К достоинствам сети относится возможность экономить на управленческом

www.pdffactory.com

аппарате, складе. К тому же объединение финансовых потоков позволяет приобретать дорогое оборудование, открывает пространство для маневров. Но с другой стороны развитие сетевых клиник имеет и свои минусы. Основным недостатком сетей является потеря контроля качества предоставляемых услуг, особенно если в сети более 3-х клиник.

Будущее рынка частной стоматологии эксперты связывают с развитием высоких технологий и появлением клиник нового типа. Также эксперты предрекают **рост сферы услуг, связанных с профилактикой заболеваний**, а также **увеличение спроса на косметическую и эстетическую стоматологии.** Неизменным остаётся рост спроса на такую услугу как отбеливание.
Надо отметить также такую тенденцию как **деление услуг** не только по экономическому, технологическому, но и **по социальному признаку**, а именно усиление акцента на детской стоматологии и на стоматологии для беременных.

Что касается тенденций в ценовых сегментах, то здесь ситуация такова, что **частные клиники снижают свои расценки**, чтобы привлечь потенциальных пациентов. Это связано с острой конкурентной борьбой на рынке. Однако в большинстве случаев снижение цен влечёт за собой снижение качества стоматологических услуг. Однако это не затронет эстетическую и косметическую стоматологию - цены здесь так и останутся высокими, это объясняется не только высокой стоимостью оборудования и материалов, но и растущим спросом на эти виды услуг.

В условиях конкуренции на рынке частной стоматологии, её участники активно развивают всевозможные технологии привлечения клиентов: это и кредитные программы, и накопительные системы для постоянных клиентов, а также подарочные сертификаты, корпоративные программы, рассрочки, скидки на транспортные расходы. На сегодняшний день в направлении конкуренции можно выделить следующие тенденции: персональный подход к каждому пациенту (например, звонок клиенту, чтобы узнать о его самочувствии), внедрение новых услуг. Это даст

www.pdffactory.com

клиникам дополнительное конкурентное преимущество. Также, чтобы удержать свои позиции в условиях жёсткой конкуренции и привлечь потенциальных пациентов, сетевые клиники открывают свои филиалы в разных ценовых категориях, как например клиника «MEDИ», а также повышают профессиональные качества своих работников.

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

www.pdffactory.com

меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-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