



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ

**РОССИЙСКИЙ РЫНОК СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ
И АНАЛИЗ РЫНКА**

Москва, Декабрь 2009



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ услуг

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

1.1. Понятие стоматологических услуг

1.2. Показатели социально-экономического развития

1.3. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

2.1. Сегментация Рынка по предоставляемым услугам

2.2. Сегментация Рынка по типу собственности

2.3. Сегментация Рынка по формату

2.4. Сегментация Рынка по подходу к ведению бизнеса

2.5. Сегментация Рынка по категориям клиник

2.6. Сегментация Рынка по размеру клиник

2.7. Сегментация Рынка по применяемым технологиям

2.8. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

3.1. Объем рынка

3.2. Емкость Рынка

3.3. Темпы роста Рынка

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

4.2. Сегментация игроков рынка

4.3. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

4.4. Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2. Основные принципы ценообразования



- 5.3 Нормативное регулирование деятельности
- 5.4 Эффективные каналы продвижения
- 5.5 Инвестиции в открытие поликлиники
- 5.6. Резюме по разделу
- 6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ
- 6.1 Уровень спроса на Рынке
- 6.2. Потребительские предпочтения на Рынке
- 6.3. Резюме по разделу
- 7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ
- 7.1. Основные тенденции Рынка
- 7.2. PEST-анализ Рынка
- 7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок
- 7.4. Перспективы развития рынка
- IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ
- V. ПРИЛОЖЕНИЯ
- Приложение 1. Список примерной документации, необходимой для осуществления медицинской деятельности



Сейчас российский рынок стоматологических услуг стабилизировался как в количественном, так и в качественном отношении, достигнув стадии насыщения и определенных пределов роста. Более того, в 2008-2009 годах рынок охарактеризовался отрицательной динамикой развития, что является дополнительным стимулом для его изучения.

Стоматологические услуги по сравнению с другими платными медицинскими сервисами важно и коммерчески выгодно исследовать, в том числе, и из-за особенных характеристик спроса. Платежеспособные пациенты чаще обращаются именно к стоматологам, чем, скажем, к терапевтам, зато средний чек здесь намного выше. Это и стало главной причиной того, что стоматологический сектор рынка медицинских услуг в докризисные годы развивался наиболее динамично.

С другой стороны, рынок характеризуется жесткой конкуренцией, как среди сетевых клиник, так и одиночных частных кабинетов. Таким образом, для владельцев бизнеса и/или инвесторов в открытии новых клиник мониторинг деятельности ведущих игроков рынка является необходимой частью успешного функционирования и развития.

В октябре 2008 г. стало заметным распространение кризисных явлений на реальный сектор экономики. После относительно высоких темпов экономического роста в январе-сентябре 2008 г. (7,7% к соответствующему периоду предыдущего года), в октябре темп прироста составил 5,9% к октябрю предыдущего года. По оценке МЭРТ, за I полугодие 2009 года ВВП России сократился на 10,1% по сравнению с соответствующим периодом прошлого года. Во II полугодии сокращение ВВП замедлилось до 6,8%. С III квартала 2009 экономика начнет расти, по отношению к предыдущему кварталу рост составит 1,8% за июль - сентябрь и 0,8% за октябрь - декабрь. Предполагается, что общий спад экономики в 2009 году составит 8-8,5%.

По прогнозам Международного рейтингового агентства Standard & Poor's (S&P), ВВП России в 2010 году повысится на 2%. По мнению аналитиков S&P, России необходимо создать более диверсифицированную и самофинансируемую экономику. Эксперты также



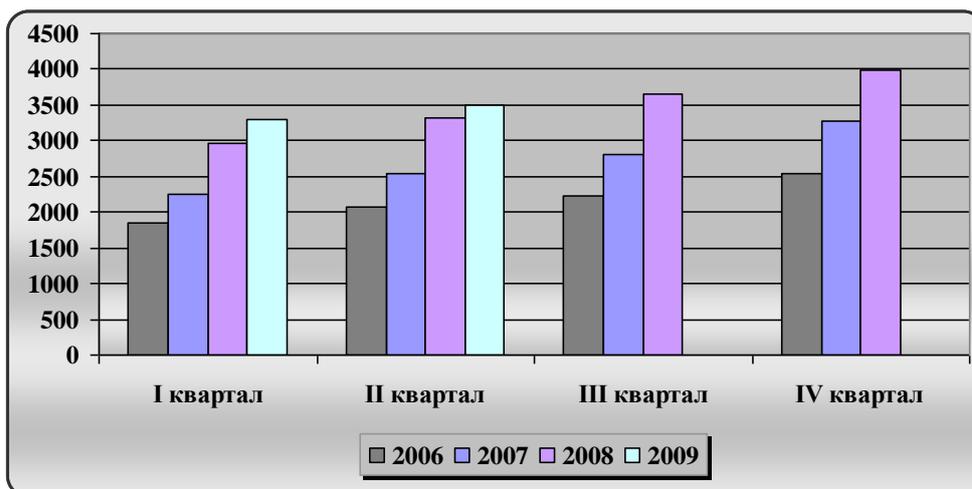
отмечают, что правительство предполагает сократить размеры фискального стимулирования путем изъятия из экономики эквивалента почти 1,5% ВВП уже в начале 2010 года.

Важнейшими причинами снижения экономического роста в первом квартале 2009 г. явились значительное сокращение промышленного производства, снижение инвестиционной активности, спад в строительстве и замедление потребительского спроса. Также необходимо отметить, что российская экономика падает быстрее, чем развитые и ведущие развивающиеся страны, поскольку зависит также и от цен на нефть.

Розничная торговля

Оборот розничной торговли по итогам I полугодия 2009 года составил 6800 млрд. рублей, прирост по сравнению с аналогичным периодом 2008 года составил 37% (прирост в 2007 году составлял 3,3%). Такой высокий рост оборота розничной торговли объясняется значительным ростом розничных цен во второй половине 2008-первой половине 2009 гг.

Диаграмма. Динамика оборота розничной торговли за период 2006-2009 гг., млрд. руб.



Источник: ФСГС, 2009 г.

Рост оборота розничной торговли способствует увеличению спроса на различные виды потребительских товаров, и как следствие, провоцирует рост производства. Однако,

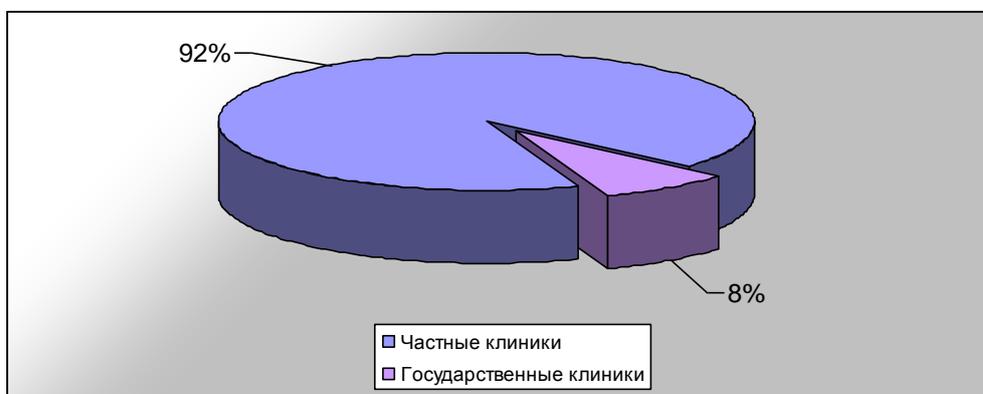


сложившаяся экономическая ситуация в стране в ближайшей перспективе не будет способствовать данному росту.

Сегментация Рынка по типу собственности

На российском рынке стоматологических услуг действуют как **государственные**, так и **частные клиники** и кабинеты. Так, по данным отраслевых агентств, в Москве в 2009 году около 92% из общего числа стоматологических клиник являются частными.

Диаграмма. Сегментация московского рынка стоматологических услуг по типу собственности (по количеству клиник), 2009

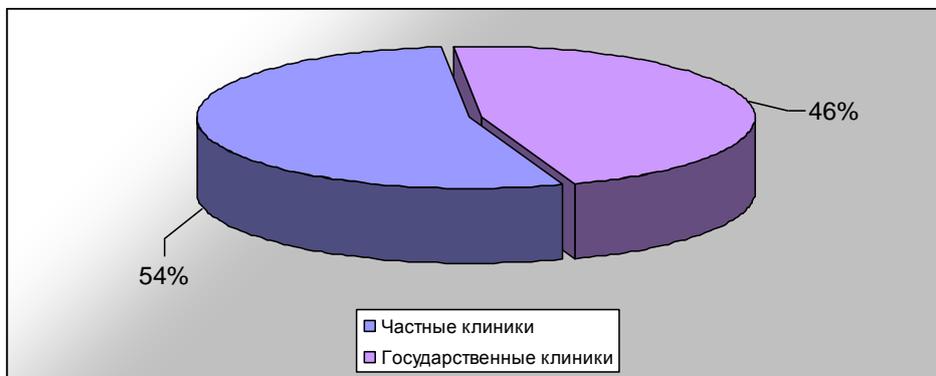


Источник: Амико, 2009

Однако необходимо учитывать, что если рассчитывать соотношение московских стоматологических клиник по типу собственности исходя из производственных мощностей, то государственный и негосударственный сектора будут практически равны. Таким образом, суммарное количество стоматологических кресел у частных клиник в Москве примерно равняется ... единиц, в то время как у государственных медицинских учреждений – ... стоматологических установок.



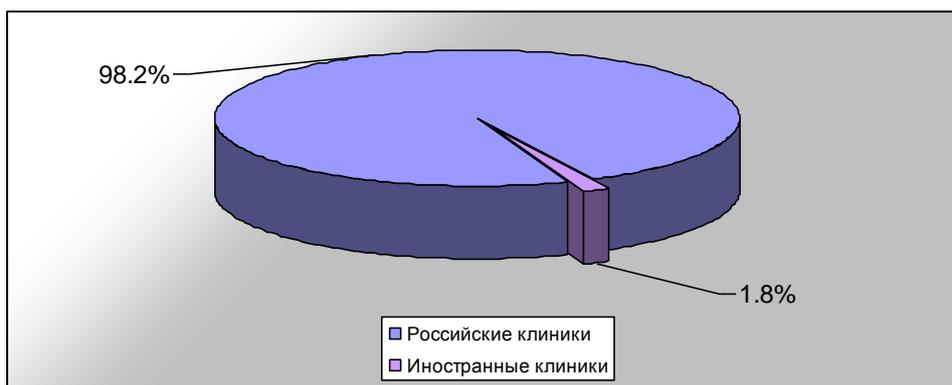
Диаграмма. Сегментация московского рынка стоматологических услуг по типу собственности (по производственным мощностям), 2009



Источник: Амико, Маркет Аналитика, 2009

Многие виды стоматологических товаров, в особенности высокотехнологичные, в России не выпускаются. Соответственно, подавляющее большинство частных и государственных клиник оснащены в основном импортным оборудованием и материалами. Однако, несмотря на это, доля **клиник с иностранным капиталом** в общем объеме рынка не очень велика – около ...%.

Диаграмма. Сегментация московского рынка стоматологических услуг по основному капиталу, 2009



Источник: ЦНИИ Стоматологии, Маркет Аналитика, 2009



ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

Объем рынка

Точное определение объема российского рынка стоматологических услуг затруднено в силу высокого уровня значимости следующих факторов:

- Отсутствие полных данных по количеству клиник, работающих в негосударственном секторе стоматологического рынка, по причине их высокой мобильности
- Непрозрачность сегмента негосударственных клиник в целом
- Отсутствие в статистических органах полного реестра стоматологических компаний

Несмотря на вышеизложенные ограничения, представляется возможным оценить количественные характеристики рынка на основе данных из открытых источников. Так, на конец 2008 года в Москве насчитывалось около ... негосударственных стоматологических предприятий с более чем ... тыс. стоматологическими установками, в то время как в начале года их число равнялось На диаграмме 12 изображено изменения московского рынка стоматологических услуг в количественном выражении.

По данным различных исследовательских агентств, по результатам 2008 года объем рынка платных стоматологических услуг в г. Москве составил около ... миллионов долларов США, в то время как в 2007 году он находился на уровне ... миллионов. Учитывая темпы развития рынка, а также влияние внешних факторов, представляется возможным прогнозировать объем рынка в денежном выражении по результатам 2009 года около ... **миллионов долларов**. Важно отметить, что до 2008 года рост рынка был обусловлен увеличением числа платежеспособного населения г. Москвы и желанием пациентов получить качественные стоматологические услуги.

Официальный объем продаж на рынке стоматологических услуг России значительно занижен. Одно стоматологическое кресло в среднем дает оборот ... тыс. руб. в месяц,



соответственно, годовой оборот средней негосударственной московской стоматологической клиники может составить около \$....

Емкость Рынка

По данным консалтинговых компаний, потенциальная мощность платного стоматологического сегмента оценивается около ... **посещений в год** или примерно ... **клиентов**. Одновременно с этим, мощность бесплатного сегмента составляет ... **посещений** или ... **клиентов**. Для московского рынка стоматологических услуг ситуация выглядит таким образом, что на одну «коммерческую» установку приходится около трех тысяч москвичей.

Несмотря на обозначенные выше позитивные цифры по потенциальной емкости рынка в количественном выражении, **реальная загруженность стоматологических клиник составляет около ...-...%**

Темпы роста Рынка

Согласно данным РБК, до 2004 года темпы количественного роста российского рынка стоматологических услуг достигали ...%. **В период с 2005 до 2008 гг. рынок увеличивался в среднем на ...-...%**. Таким образом, за последние 10 лет количество стоматологических клиник в Москве увеличилось более чем в ... раз. В это время высокая динамика увеличения рынка обуславливалась, главным образом, ростом платежеспособности населения, а также, в целом, изменение спроса в сторону качественных стоматологических услуг.

Генеральный директор компании DentalExpo, И.И. Бродецкий прокомментировал ситуацию развития рынка следующим образом: *«конечно, после нескольких лет устойчивого роста спроса и цен на стоматологические услуги и оборудование, трудно свыкнуться с мыслью о том, что в предстоящем году всем придется подтянуть пояса».*

Таким образом, по итогам 2008 года темпы развития рынка стремительно сократились. Так, рынок потерял порядка ...% своего объема. В 2009 году, по различным оценкам, рынок стоматологических услуг в Москве и в России в целом упал на ...-...%, и в 2010



году, по данным отраслевых агентств, спад составит всего ...-...%. В случае, неблагоприятного сценария развития финансовых рынков и прогрессирования экономического кризиса, в 2010 спад может быть еще более значительным.



Уровень конкуренции, параметры конкуренции

Российский рынок стоматологических услуг находится на таком этапе своего развития, когда **уровень конкуренции** между игроками отрасли очень высок и носит насыщенный характер. При этом, конкуренция возможна как между клиниками одного ценового сегмента, так и между государственными и частными клиниками.

с точки зрения конкуренции московский рынок стоматологических услуг даже несколько **перенасыщен**. Такая тенденция проявляется в том, что новые клиники, включая сетевые, открываются, главным образом, в подмосковных городах, а не в столице. Одновременно с этим существует альтернативная точка зрения, что московский рынок по сравнению с западными далек от насыщения игроками.

Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Мастердент

История развития

- Сеть стоматологических клиники «Мастер Дент» основана в декабре 1995 года.
- На данный момент компания является крупнейшей сетью клиник в России, СНГ и странах Европы. По различным оценкам, доля компании составляет до 10% на московском рынке стоматологических услуг.
- Штат компании насчитывает 1000 сотрудников.
- В 2005 году «МД» был удостоен премии «Супербренд года».
- В октябре 2009 года ЗАО «Мастердент» подал в Арбитражный суд Москвы иск о банкротстве. Однако, ЗАО «Мастердент» не консолидирует все компании одноименной группы, его выручка, согласно СПАРКу, незначительна.
- Объем инвестиций в развитие сети, по данным самой компании, превысил 120 млн. долл. США

Географический охват

На начало 2010 года сеть «Мастердент» насчитывала ... клинику (... – в Москве).

Услуги



Маркет
Аналитика

Компания оказывает все виды стоматологических услуг: терапия, ортопедия, хирургия, детская стоматология, ортодонтия, имплантология, рентгенология.



Стратегия развития

Компания ориентируется на работу в нескольких ценовых сегментах с различными целевыми группами пациентов, что позволяет удовлетворить потребности широких слоев населения в качественных стоматологических услугах.

Сильные стороны

- Компания одна из первых в России занимается открытием специализированных стоматологических клиник, например, «Детский стоматологический центр».
- Наличие разветвленной сети стоматологических клиник.
- Высокая доля на рынке, возможность инвестиций в развитие сети.
- Тесное сотрудничество с коллегами из-за рубежа, проведение мастер-классов и семинаров.
- Многопрофильность клиник, предоставление полного спектра стоматологических услуг.
- Работа на современном зарубежном оборудовании, обязательная аттестация персонала.

Слабые стороны

- Заявление о банкротстве одной из компаний холдинга отрицательно сказалось на имидже сети в целом.
- Ориентация на московский рынок, низкая представленность в регионах.
- Еще в 2006 году компанией было заявлено открытие большего числа клиник, однако, до сих пор некоторые из филиалов открыты не были.

Таблица. Сравнительная характеристика основных игроков рынка стоматологических услуг

Название	Год создания	Кол-во клиник	Конкурентные преимущества
Мастердент	1995		•
Стелла	1998		•
Меди	1991		•
Дента Эль	1996		•
Юнидент	2007		•
Дента Вита	1996		•



Аванстом	1999		•
33-й Зуб	2001		•

Источник: Маркет Аналитика, 2009

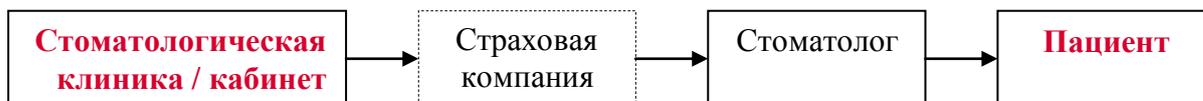
Таким образом, можно отметить, что крупнейшей сетью стоматологических клиник является компаний «Мастердент» (... клиника), в то время как остальные сети состоят не более чем из ... предприятий. Большинство российских стоматологических клиник в качестве своих конкурентных преимуществ продвигает квалификации специалистов и ассортимент услуг. Однако преимуществом некоторых сетей (Мастердент, Дента Эль, Дента Вита, 33-й Зуб) является предложение услуг, ориентированных на более узкие целевые сегменты. Такие компании, как Дента Эль и Меди, выполняют функцию развития рынка стоматологии в целом, путем открытия образовательных центров. Большинство стоматологических клиник имеют сертификаты, подтверждающие высокий уровень врачей, и предлагают широкий спектр услуг, покрывающий потребности разных категорий потребителей. Интересно отметить, что только компания Мастердент заявляет о планах развития сети, в то время как у других компаний инвестиции в развитие и инновации либо не предусмотрены, либо не разглашаются.

КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

Особенности сбытовой политики на Рынке

Структура сбытовой политики на рынке стоматологических услуг представлена на схеме 2. Сбытовая цепочка, в целом, является составной: сбытовая политика любой стоматологической клиники включает сотрудничество с агентами - страховыми компаниями и ключевыми посредниками на пути движения услуг – врачами-стоматологами. Каждое звено вносит свой вклад в конечную цену и может оказывать влияние как на качество предоставляемых услуг, так и, частично, регулировать спрос со стороны потребителей – пациентов. Необходимо отметить, что элементами, влияющими на сбытовую политику стоматологической клиники или кабинета и, соответственно, на привлечение клиентов, являются нормативы, регулирующие деятельность предприятия, а также, разумеется, используемые методы продвижения.

Схема 2. Цепочка движения товара/услуги на рынке стоматологических услуг



Источник: Маркет Аналитика, 2009

Каждый из участников схемы движения услуги на рынке стоматологических услуг проанализирован в соответствующем разделе отчета.

Основные принципы ценообразования

На современном российском рынке **стоимость услуг**, предоставляемых в рамках стоматологического лечения, как правило, складывается под влиянием следующих параметров:

- Набор предоставляемых услуг
- Трудозатраты на каждую услугу
- Уровень сложности стоматологической услуги
- Стоимость аренды помещения
- Расходные материалы
- Квалификация стоматологов и других специалистов клиники
- Необходимость обновления оборудования
- Амортизация оборудования

Кроме того, **рыночное ценообразование** зависит от следующих двух факторов:

1. Платежеспособности населения региона
2. Уровня конкуренции между клиниками

Исходя из общих характеристик рынка, можно сделать вывод, что, несмотря на то, что рынок стоматологических услуг фрагментирован, потребность в услугах сплошная. Как уже было отмечено ранее, в Москве в среднем клиники загружены на ...-...%, в Санкт-Петербурге на ...-...%. Интересно, что наибольшую загрузку (иногда и более 100%) дают бесплатные услуги (как правило, не очень высокого качества). В этом как раз и сказывается влияние фактора платежеспособности населения. Следом, ...% загрузки дают



наиболее качественные дорогие услуги, которые большим спросом, так как доля таких услуг очень незначительна по причине их сложной воспроизводимости.

По мнению экспертов рынка, уровень цен на стоматологические услуги характеризуется умеренным ростом. Так, например, цены в государственных стоматологических поликлиниках Москвы стали фактически сопоставимы с ценами в коммерческих клиниках – такая тенденция сохраняется с 2004 года. В то же время, цены значительно отличаются от клиники к клинике. В таблице, в качестве иллюстрации, представлены **расценки на некоторые услуги**, предоставляемые стоматологическими клиниками и кабинетами.

Таблица. Примерные расценки на некоторые стоматологические услуги, руб.

Услуга	Цена, руб.
Анестезия (в зависимости от вида)	150 – 400
Осмотр и консультация стоматолога	0 - 300
Рентгеновский снимок	200 - 300
Лечение кариеса (зависит от состояние зуба и используемых материалов)	3000 – 10000
Удаление зуба	1500 – 5000
Удаление молочного зуба	500 – 1000
Имплантация зуба	15000 – 50000
Недрагоценные украшения на зубы	2000
Кабинетное отбеливание	9000

Источник: Маркет Аналитика, 2009

Безусловно, средняя стоимость лечения зависит и от клиники, в которой проводится лечение. Выше мы рассмотрели основные сегменты стоматологических предприятий на рынке и выяснили, что условное разделение клиник на классы существует. Однако это не значит, что в клинике эконом-класса лечение будет проведено хуже, чем в клиниках более высокого уровня бизнес-класса или класса люкс, хотя, одновременно с этим, более низкая цена за лечение может быть показателем некачественного материала используемого в лечении.

Согласно **концепции развития стоматологии в России**, созданной Министерством здравоохранения и социального развития, рынок достиг того уровня развития, когда появилась острая необходимость в единой системе стандартов. Такой системы стандартизации пока не существует. Введение современных стандартов позволит:



- Повысить качество стоматологического лечения
- Увеличить срок службы протезов и реставраций
- Сделать стоматологическую помощь более доступной.

Эффективные каналы продвижения

Этап продвижения стоматологических услуг критически важный этап предоставления услуг клиникой конечному потребителю. Владимир ГЕРАСКИН, генеральный директор консалтинговой компании «Dental Management Group» считает, что *«проблема раскручивания клиники не в рекламной кампании, а в наборе методов и способов, позволяющих вызвать доверие потребителя. Руководство должно следить за технологиями, за качеством работы и квалификацией персонала. Это более долгий, но надежный путь развития медицинского учреждения. для клиники»*. На рынке стоматологических услуг существует ряд методов продвижения услуг клиник, которые, по мнению специалистов, обладает более высоким уровнем эффективности по сравнению с остальными способами рекламы. Информационная служба «Посольство Медицины» по результатам «раскрутки» нескольких московских стоматологических клиник составила **рейтинг эффективности рекламы**, в основе которого – соотношение эффекта от рекламы к затратам.

1. Внутренний маркетинг
2. «Сарафанное радио»
3. Интернет-реклама
4. Работа с корпоративной клиентурой
5. Презентации
6. Наружная реклама
7. Cross-маркетинг
8. Реклама в печатных СМИ
9. Раздача приглашений
10. Почтовая рассылка

Рассмотрим некоторые из этих каналов более подробно с точки зрения их особенностей на рынке стоматологических услуг.

Инвестиции в открытие поликлиники



Начальные общие инвестиции в стоматологическую клинику на ... кресла в Москве составляют **не менее ... тысяч долларов**:

- Проектирование и дизайн — около ... руб.
- Строительные согласования — около ... тыс.
- Ремонт — ...—... евро за кв.м. (на ... кресла ... — ... кв. метров)
- Лицензирование: многочисленные исследования — ...—... тысяч каждое, ... договоров — от ... до ... тыс.
- Госпошлина — около ... рублей.

По данным газеты Коммерсантъ, **с учетом покупки оборудования** сумма инвестиций может возрасти до **...-... тысяч долларов**. Примерные расценки:

- Стоматологические кресла – 100 000
- Оснащение для кресла – 30 000
- Панорамный рентген – 17 000
- Прицельный рентген – 4 000
- Мебель, вспомогательное оборудование – 15 000

В не самом лучшем случае **месячный оборот клиники среднего уровня на ...-... кресла — около \$... тысяч**, чистая прибыль на арендуемой площади — примерно ...%.

При правильном подходе **клиника окупается за ...-... года**, после чего начинает приносить постоянную прибыль (рентабельность лучших московских клиник - ...-..%). Проведенный компанией Synopsis анализ рынка стоматологических услуг, а также проведенные финансовые расчеты коммерческой эффективности инвестиций в открытие частного стоматологического кабинета на одно кресло позволяет охарактеризовать такой проект как **высокодоходный, с умеренным уровнем риска, высокой рентабельностью текущей деятельности и низким сроком окупаемости**. Важно отметить, что организация брендовой сети стоматологий является наиболее выгодными для инвестиций на стоматологическом рынке.



АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

Уровень спроса на Рынке

В настоящее время российский рынок стоматологических услуг перешел на новый этап развития, он достиг **стадии насыщения**. Это означает, что услуги все более дифференцируются, рентабельность продаж снижается, а для того, чтобы удержать пациентов клиникам приходится прилагать все больше усилий.

На основе данных опроса проведенного отраслевым агентством, в 2009 году в Москве и Московской области возможным описать **предпочтения потребителей стоматологических услуг** в московском регионе по следующим направлениям:

- Причины обращения к услугам
- Предпочитаемый формат клиники
- Критерии выбора клиники
- Способ оплаты услуг

По данным исследования жителей Москвы и Подмосковья, более ...% опрошенных обращались к стоматологу, для лечения кариеса и пульпита в последние 3 года. Треть опрошенных жителей при возникновении зубной боли сразу идут к врачу, так же треть сначала пытаются заглушить боль обезболивающими препаратами. А ...% опрошенных потребителей при возникновении зубной боли в первую очередь пытаются вылечить зуб народными средствами.



Диаграмма. Способы устранения зубной боли среди жителей Москвы и Подмосковья



Источник: Страховая компания «Отечество», Маркет Аналитика, 2009

Доля тех, кто лечит зубы в коммерческих стоматологических поликлиниках, среди жителей Москвы и Подмосковья составляет около 85%. Выбирая между платными услугами стоматологов, предпочтение отдается специализированным клиникам (88%), а не стоматологическим отделениям в составе ЛПУ (12%).

По мнению москвичей, обязательными условиями качественной стоматологической клиники являются:

- Наличие лицензий на оказываемые услуги
- Наличие различных дипломов и сертификатов врачей
- Квалификация стоматологов, услуги стоматологов узкой специализации
- Чистота и гигиена помещения, использование одноразовых и стерильных приборов, предоставление бахил, у врачей — марлевые повязки
- Прием пациента проводится в «четыре руки», наличие ассистентов
- Использование современного оборудования
- Главным лозунгом является «Удаление только в крайнем случае!»
- Предоставление гарантий на все виды услуг

Наиболее значимым фактором, влияющим на выбор клиники, по данным опроса респондентов, является квалификация персонала (56%), отзывы друзей и знакомых (33%) и цена (11%).



Интересный опрос среди потребителей услуг стоматологических клиник было проведено консалтинговой компанией «.....». Опрос показал, что основным **сдерживающим фактором в обращении к стоматологу** является :

1.....

2.....

Исследование этой же компании выявило, что большинство женщин (...%) предпочитают обсуждать **план своего лечения** и содержание его этапов с лечащими врачами, тогда как большинство мужчин (...%) при возможности выбора считают рациональнее по данным вопросам общаться с одним членом команды врачей или компетентным куратором.

Что касается выявления **портрета типичного пациента** частной стоматологической клиники, то он выглядит следующим образом:

- Преимущественно мужчины и женщины от 25-55 лет
- Лица, чей ежемесячный доход находится на уровне не ниже среднего (от 20 000 рублей в месяц);
- Потребители, семьи которых уже являются клиентами платных стоматологических клиник.



Перечень таблиц и диаграмм

- Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2002-2008 гг. в номинальных ценах, млрд. руб.
- Диаграмма 2. Уровень инфляции за период 2003-2008 гг.
- Диаграмма 3. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.
- Диаграмма 4. Динамика реальных располагаемых денежных доходов населения в 2008-2009 гг., % к соответствующим периодам 2007-2008 гг.
- Диаграмма 5. Динамика численности безработных за 2008-2009 гг., млн. чел.
- Диаграмма 6. Динамика оборота розничной торговли за период 2006-2009 гг., млрд. руб.
- Диаграмма 7. Сегментация московского рынка стоматологических услуг по типу собственности (по количеству клиник), 2009
- Диаграмма 8. Сегментация московского рынка стоматологических услуг по типу собственности (по производственным мощностям), 2009
- Диаграмма 9. Сегментация московского рынка стоматологических услуг по основному капиталу, 2009
- Диаграмма 10. Сегментация российского рынка стоматологических услуг по формату, 2009
- Диаграмма 11. Сегментация российского рынка стоматологических услуг по наличию сетевых клиник, 2009
- Диаграмма 12. Динамика московского рынка стоматологических услуг по количеству негосударственных клиник, 2006-2009
- Диаграмма 13. Динамика изменения объема московского рынка стоматологических услуг в денежном выражении (млн. долларов), 2007-2009
- Диаграмма 14. Способы устранения зубной боли среди жителей Москвы и Подмосковья
- Диаграмма 15. Предпочитаемые форматы стоматологических клиник среди жителей Москвы и Подмосковья
- Диаграмма 16. Факторы выбора стоматологической клиники среди жителей Москвы и Подмосковья
- Диаграмма 17. Форма оплаты услуг стоматологической клинике среди жителей Москвы и Подмосковья



Таблица 1. Сравнительная характеристика основных игроков рынка стоматологических услуг

Таблица 2. Примерные расценки на некоторые стоматологические услуги, руб.

Таблица 3. PEST-анализ российского рынка стоматологических услуг