Стоматологический рынок Санкт-Петербурга

Исследование

2013

Daniil Babkin daniil@market-researcher.ru

Оглавление

Анализ рынка ... 3
Описание рынка ... 3
Описание сегментов рынка ... 3
Особенности конкуренции ... 7
Характеристики районов, сгруппированных по уровню конкуренции ... 8
Расчет объема рынка ... 9
Анализ динамики развития рынка ... 9
Описание конкурентной среды (ТОП-10 игроков) ... 12
XXX (XXX клиник) ... 15
XXX (XXX клиник) ... 16
XXX (XXX клиник) ... 16
XXX (XXX клиник) ... 16
Выводы ... 16
Описание целевой аудитории ... 17
Критерии, влияющие на выбор клиники ... 17
Частота обращения к стоматологу ... 17
Предпочтительные источники для поиска информации ... 17
Предпочтения по способам оплаты ... 17
Предпочтения по видам стоматологических услуг ... 17
Знания брендов ... 18
Выводы ... 19
Источники информации ... 20

Анализ рынка

Описание рынка

Описание сегментов рынка

Для анализа поставщиков услуг были взяты данные о XXX стоматологических клиниках и поли-клиниках с сайта XXX.

Из XXX заведений:

- Государственными являются XX компания (XXX% от общего числа)
- Сетевыми являются XX компаний (XXX% от общего числа) в XX сетях. Среднее число клиник в одной сети – XX.

Давайте посмотрим распределение клиник по районам города.

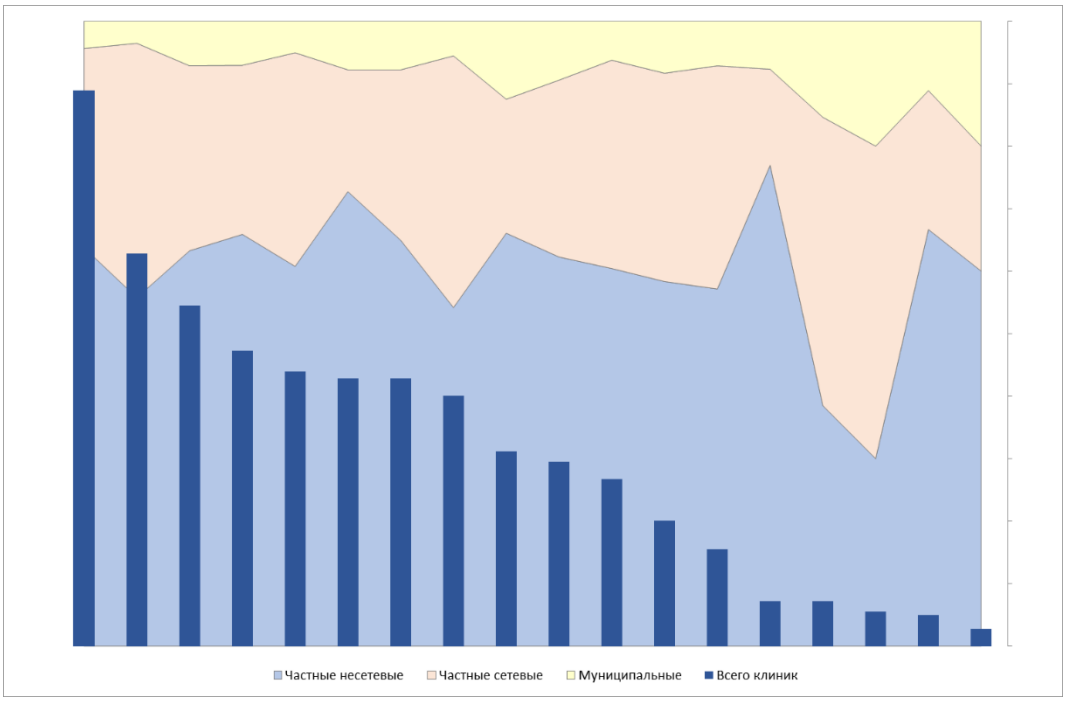

Диаграмма 1. Распределение клиник по районам города

Больше всего клиник по числу в XXX (XX), XXX (XX) и XXX (XX) районах. Меньше всего – в XXX (XX), XXX (XX) и XXX (XX) районах.

Доля муниципальных клиник в XXX районах ниже, в XXX – выше. Самая низкая доля муниципальных клиник в XXX (XXX%), XXX (XXX%) и XXX (XXX%) районах. Самая высокая – в XXX (XXX%), XXX (XXX%) и XXX (XXX%) районах.

Давайте посмотрим, сколько человек приходится на 1 стоматологическое кресло в каждом районе.

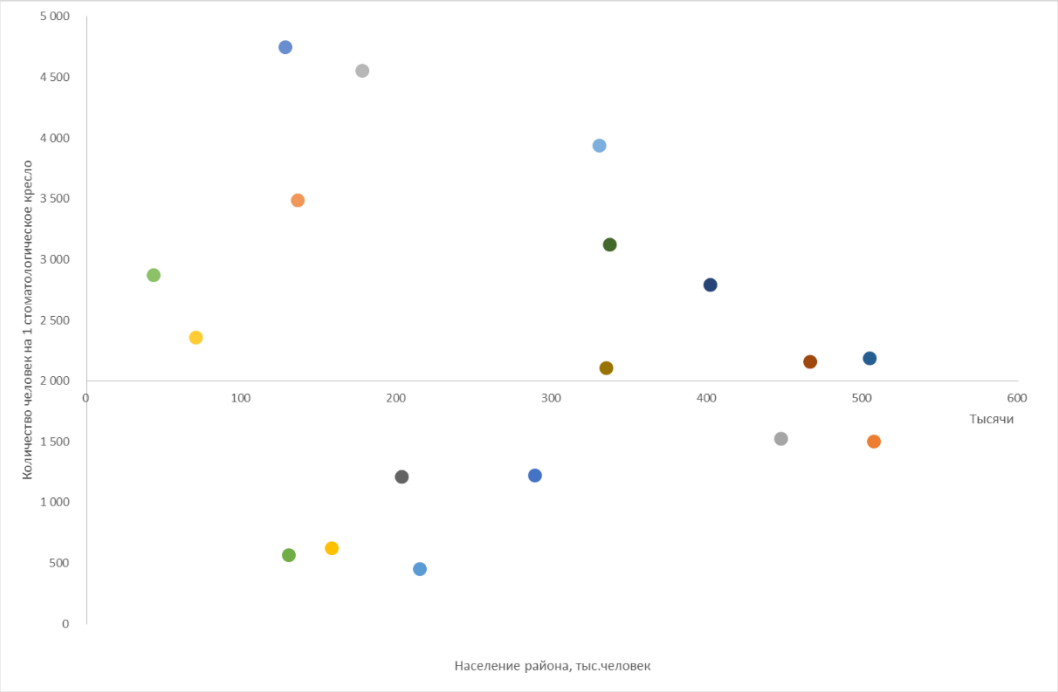

Диаграмма 2. Зависимость численности населения района и количества человек на 1 кресло в районе

Рекомендуемое государством число стоматологов в муниципальных заведениях – 5 стоматологов-терапевтов на 10 000 жителей. Исходя из этого на диаграмме видно, что XXX, XXX, XXX, XXX, XXX, XXX, XXX, XXX районы имеют дефицит стоматологических кабинетов. В XXX, XXX и XXX районах укомплектованность стоматологическими кабинетами нормальная. В районах XXX, XXX, XXX и XXX наблюдается усиленная конкуренция. В районах же XXX, XXX, XXX конкуренция носит ожесточенный характер.

Исходя из числа клиник в каждом районе и численности населения на 1 стоматологическое кресло можно выделить наиболее и наименее конкурентные районы, а также районы с умеренной конкуренцией:

a. _____
b. _____
c. _____

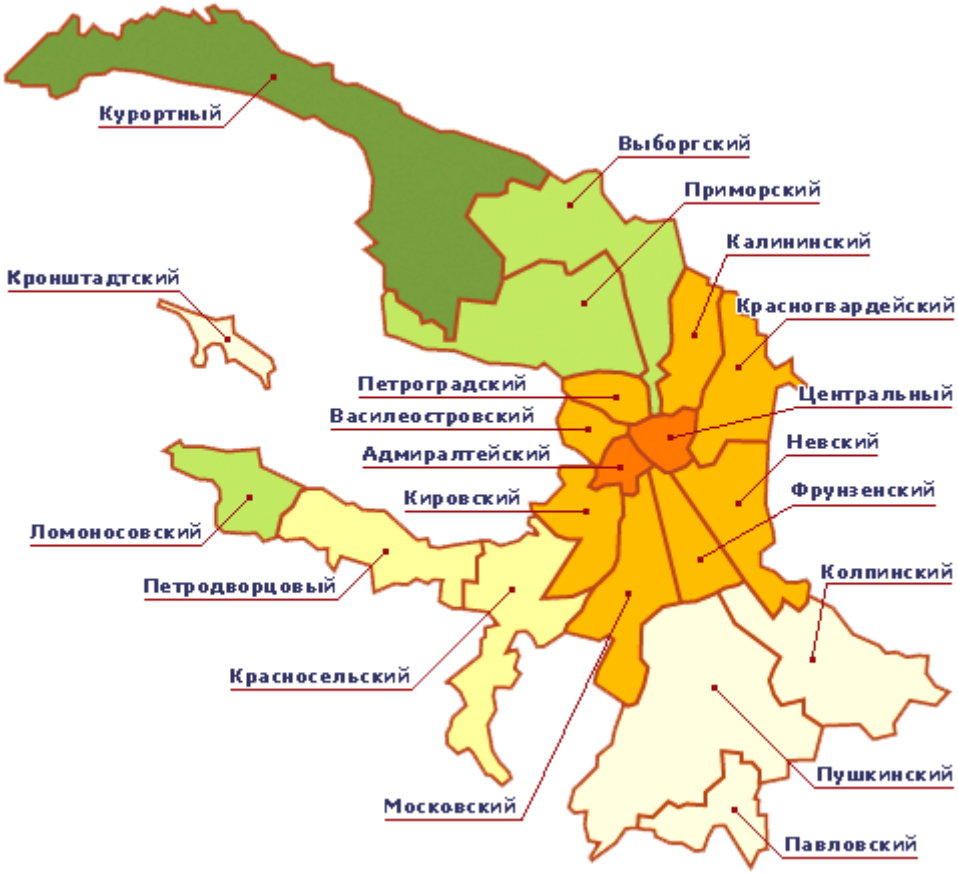

Рисунок 1. Распределение клиник на карте города по районам

На рисунке показано распределение стоматологических клиник по районам города. Перед скобками указано общее число клиник в районе, в скобках – количество несетевых, сетевых и муниципальных клиник.

Некоторые сети включают в себя не только стоматологические клиники, но и салоны красоты, клиники эстетической медицины и медицинские центры. Это такие сети, как, например, «XXX», «XXX» и прочие.

Давайте посмотрим, как распределяется число сетей с разным числом филиалов.

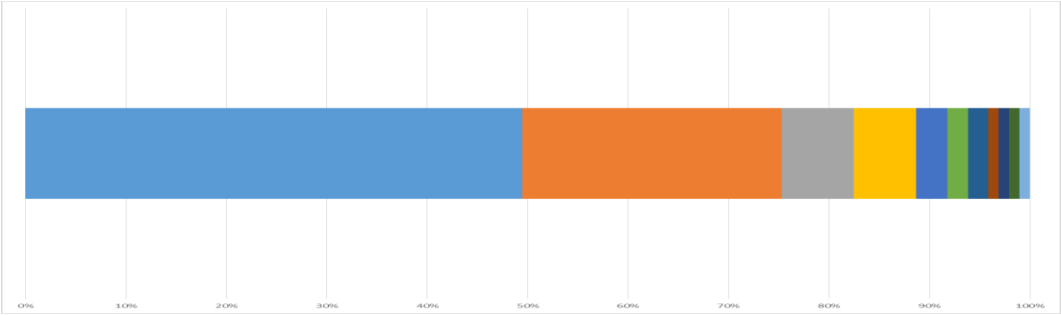

Диаграмма 3. Количество сетей с разным числом филиалов

Всего в Санкт-Петербурге насчитывается XXX сети._____

_____

Давайте посмотрим, в какое время сетевые клиники открывают свои двери для посетителей и закрываются в зависимости от района.

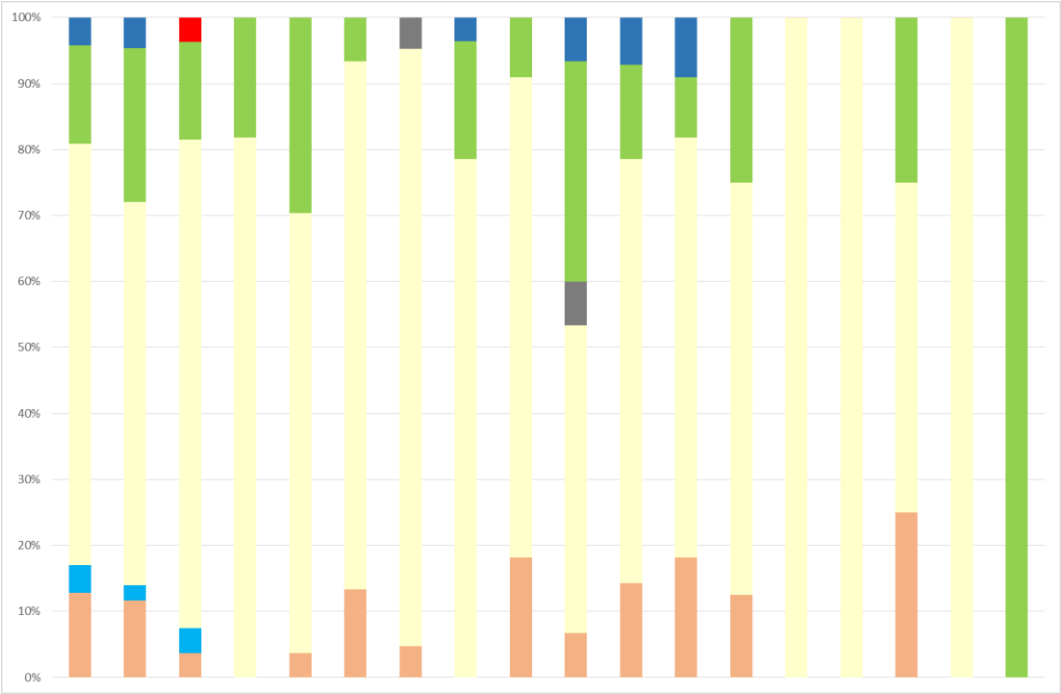

Диаграмма 4. Распределение долей сетевых клиник по времени начала работы

Во всех районах подавляющее большинство сетевых клиник начинают работу в XXX часов утра (в среднем XXX%). В XXX часов утра открывается в среднем XXX%, в XXX часов – XXX%.

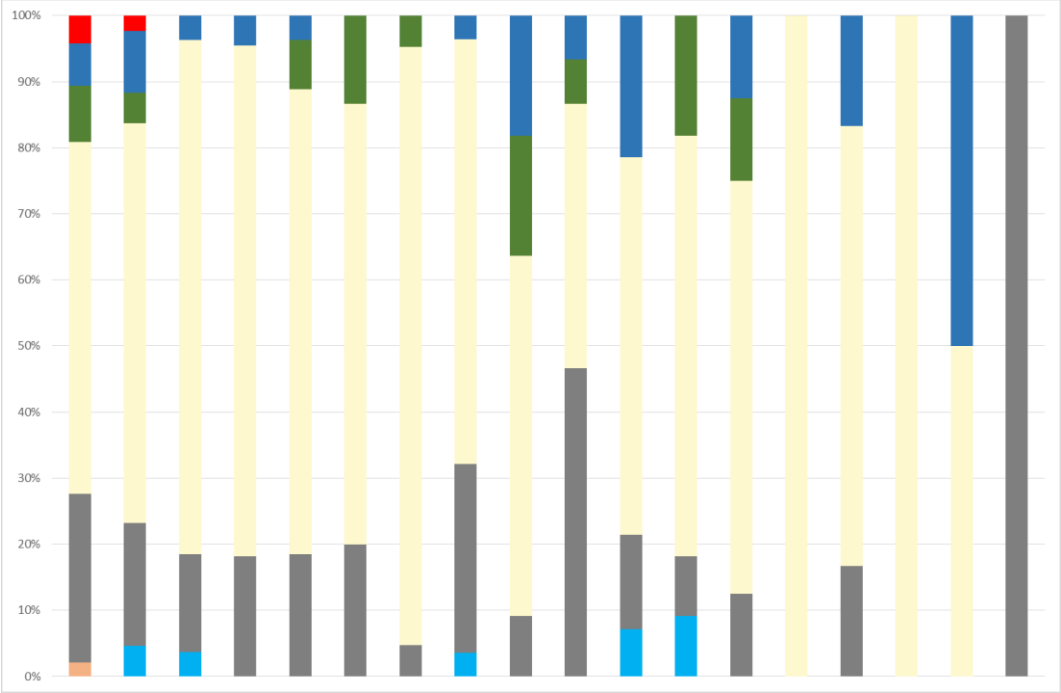

Диаграмма 5. Распределение долей сетевых клиник по времени окончания работы

В подавляющем большинстве районов сетевые клиники заканчивают рабочий день в XXX час (XXX%). В XXX часов заканчивают работать XXX% клиник, в XXX – XXX% и в XXX часа – XXX%.

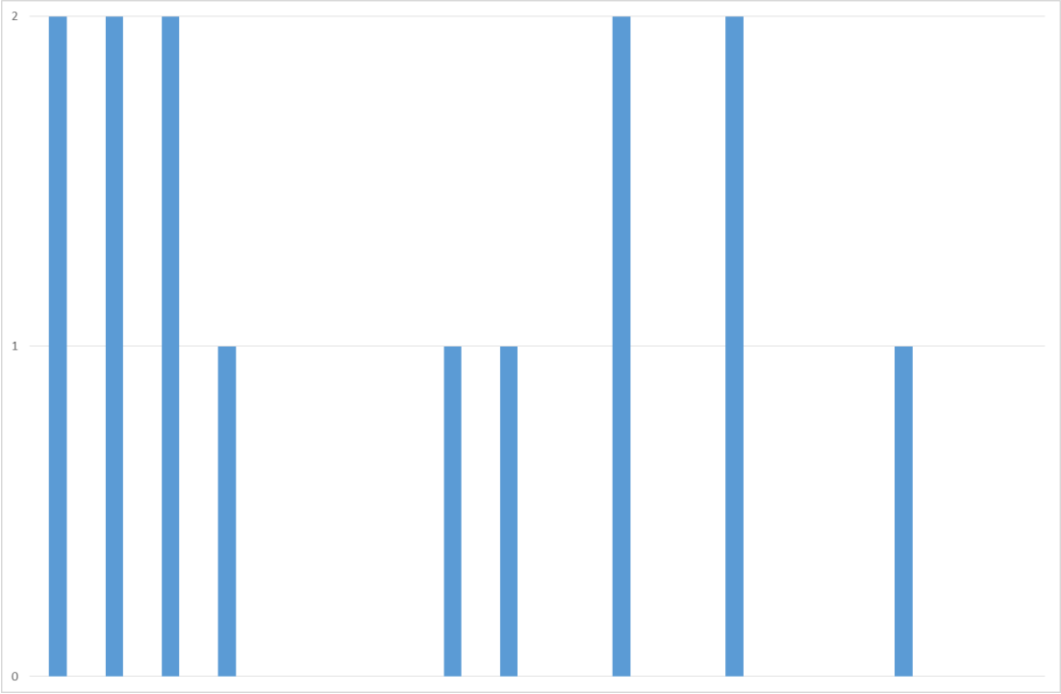

Диаграмма 6. Распределение долей сетевых клиник, работающих круглосуточно

В ряде районов работают круглосуточные филиалы. Это клиники XXX.

Особенности конкуренции

Основная конкуренция на рынке стоматологических услуг происходит _____.

Характеристики районов, сгруппированных по уровню конкуренции

Наиболее конкурентные районы (число человек на 1 кресло менее XXX)

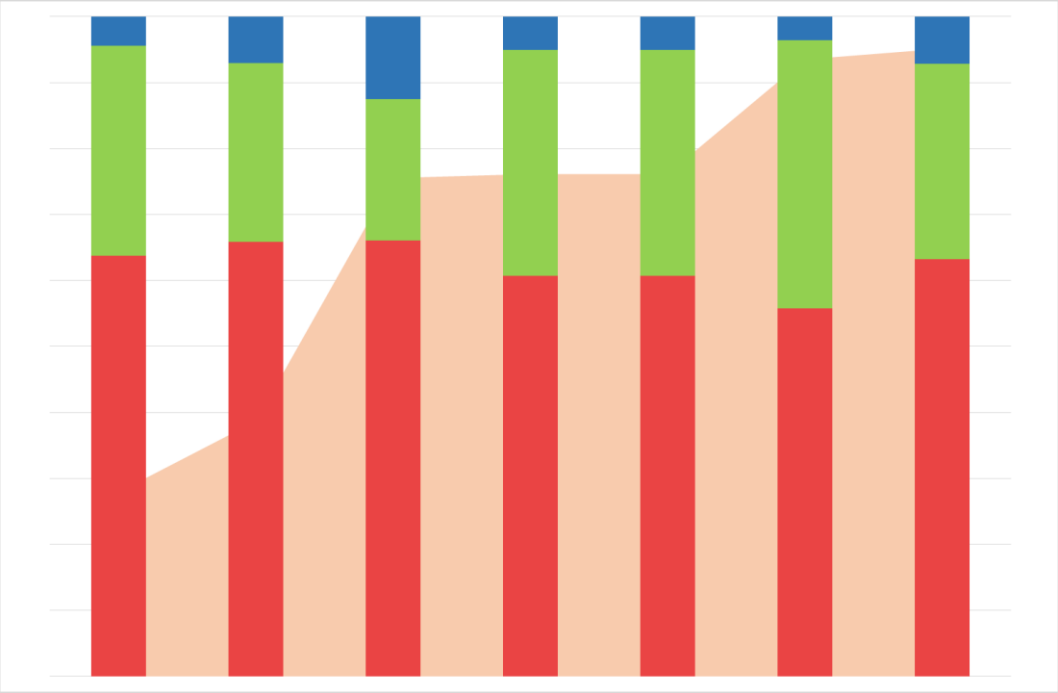

Диаграмма 7. Распределение клиник по районам; число населения на 1 стоматкресло

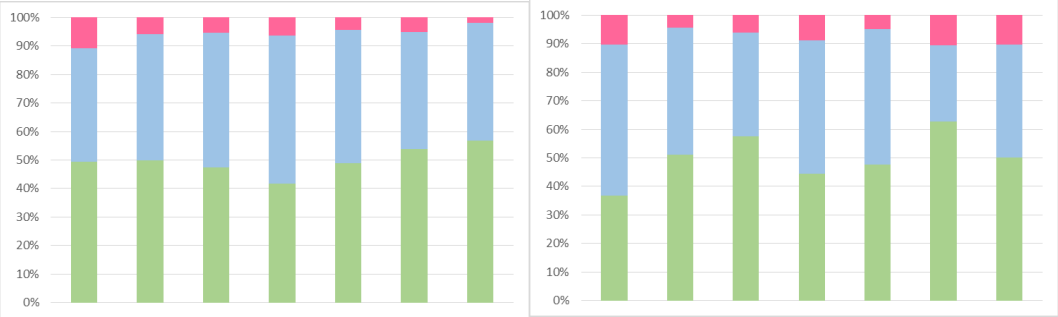

Диаграмма 8. Распределение стоимости лечения XXX и XXX по ценовым сегментам в районах

Эта группа районов характеризуется следующими показателями:

1. Небольшое число человек на 1 стоматологическое кресло (от XXX до XXX)
2. Большая доля населения от общей численности населения города (XXX%, среднее – XXX%). Районы с численностью населения выше средней в данной группе – XXX (XXX%) и XXX (XXX%)
3. Невысокая доля муниципальных клиник (от XXX% до XXX%, среднее – XXX%)
4. Средняя доля сетевых клиник (XXX%, среднее – XXX%)
5. Доли клиник по ценовым сегментам для услуг XXX. Клиник эконом-класса в среднем XXX%, клиник со среднем уровнем цены – XXX% и клиник люкс-класса %

Районы с умеренной конкуренцией (число человек на 1 кресло от XXX до XXX)

_____

_____

Районы с низким уровнем конкуренции (число человек на 1 кресло более XXX)

Расчет объема рынка

Существуют разные оценки объема рынка и распределения объемов оказанных услуг.

Анализ динамики развития рынка

Давайте посмотрим распределение открытия сетей по годам.

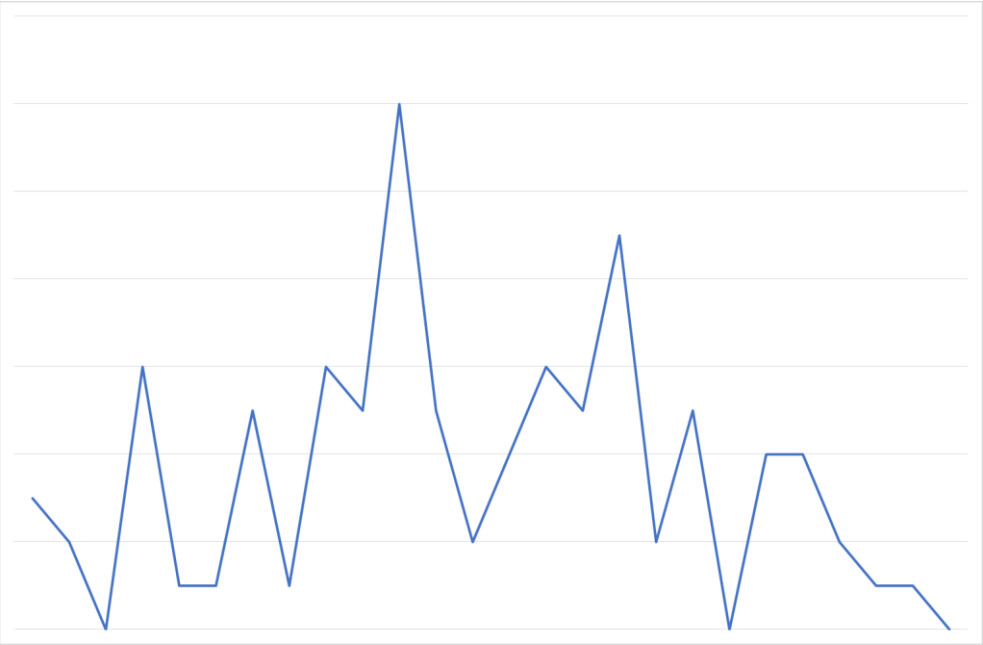

Диаграмма 9. Распределение открытий сетей по годам

_____

_____

_____

_____

Диаграмма 10. Динамика численности врачей всех специальностей в учреждениях, оказывающих стоматологические услуги населению Санкт-Петербурга, Росстат

_____

_____

_____

_____

По мнению экспертов рынка тенденции на рынке будут следующие:

1. _____
2. _____
3. _____

Для формирования выводов по перспективам развития рынка в конкретных районах давайте изучим динамику ввода жилья. В качестве исходных данных будем рассматривать исключительно комплексное освоение территорий, т.к. точечная застройка не дает массового увеличения числа потенциальных клиентов.

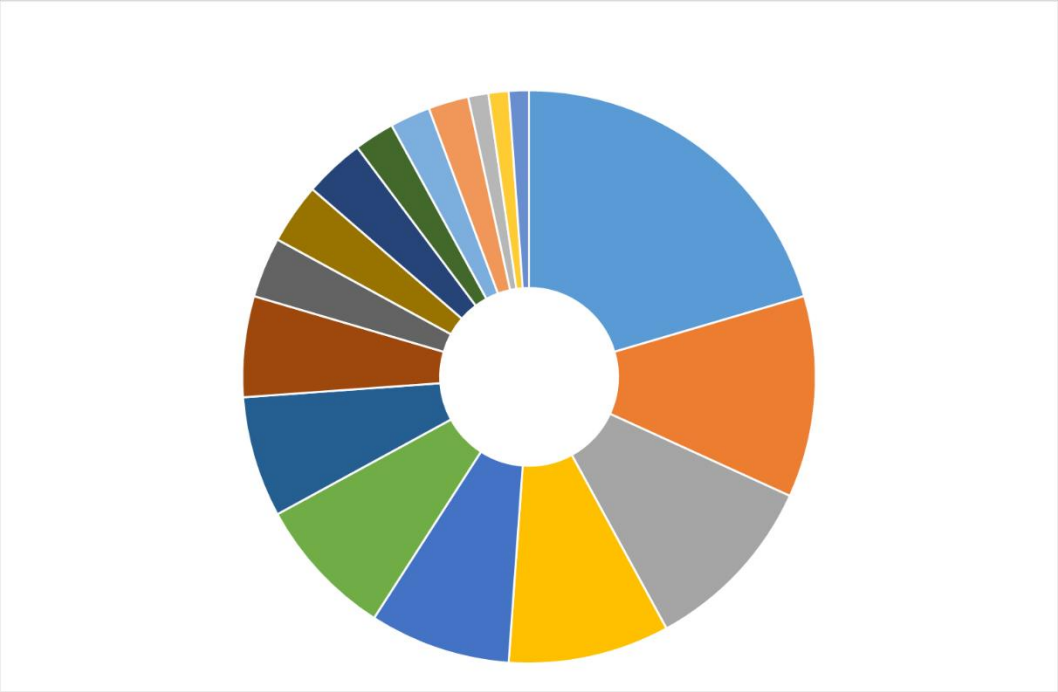

Диаграмма 11. Распределение объемов жилищного строительства в проектах комплексной застройки по районам по состоянию на XXX

Данные по освоению и развитию территорий позволят правильно выбрать стратегию территориального развития сети стоматологических клиник.

Описание конкурентной среды (ТОП-10 игроков)

Таблица 1. Рейтинг клиник по числу филиалов

Рейтинг	Наименование сети	Число филиалов
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		

Таблица 2. Стоимость основных услуг в клиниках из ТОП-10 сетей

Наименование услуги												
				---	---	150	300	990	от 2000 до 2550	70	1390	8990
				580	от 1100 руб.			от 1750 до 6250	от 5550	100	1800	25700
			1050-1450									
	350	200	---									
	100	100	---									
	200	от 200	---									
									от 4450	70		от 15800
											3100	от 18500
	0	150-200	---	---	---	100						
	200	200				100						

Рисунок 2. Распределение филиалов сетей, входящих в ТОП-10

Интерактивная карта клиник сетей, входящих в ТОП-10, доступна по адресу _____.

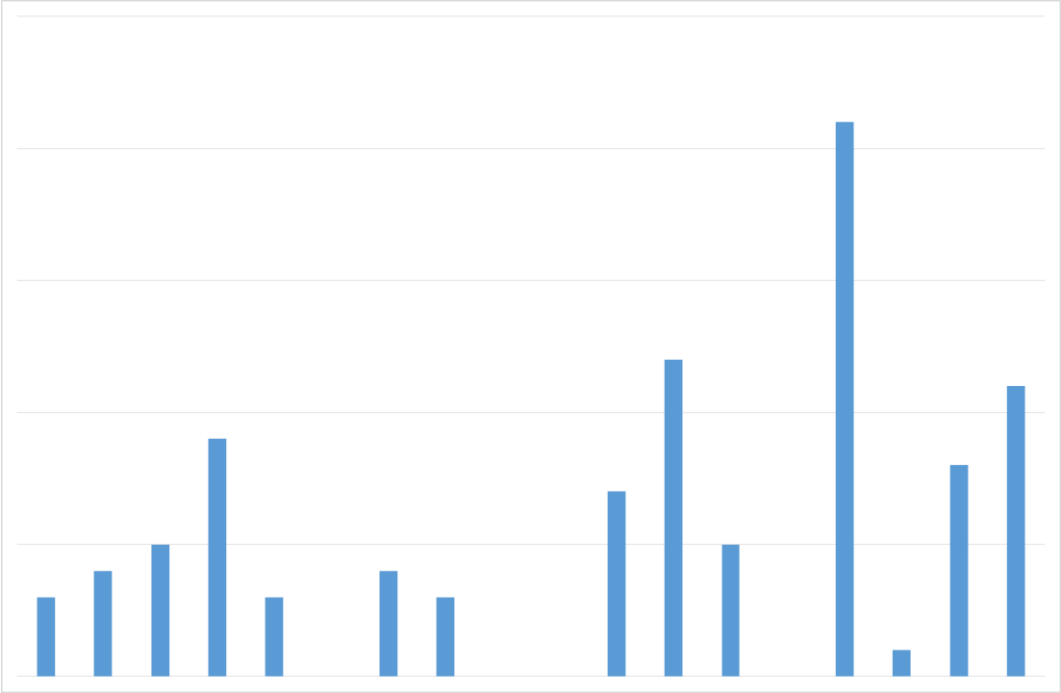

Диаграмма 12. Распределение числа клиник из сетей ТОП-10 по районам города

_____

_____

_____

XXX (XXX клиник)

Сайт: XXX

Основные районы, распределение филиалов

1. XXX филиалов
    a. _____
    b. _____
    c. _____
2. XXX филиалов
    a. _____
    b. _____
    c. _____
    d. _____

Становление и развитие сети

Первая клиника – XXX год.

Позиционирование

«XXX»

Маркетинговая активность

1. _____
2. _____

Заявляемые конкурентные преимущества

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____

Недостатки

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Ценовая политика и стоимость основных услуг

1. _____
2. _____
3. _____

XXX (XXX клиник)

_____

_____

_____

_____

_____

_____

XXX (XXX клиник)

_____

_____

_____

_____

_____

_____

XXX (XXX клиник)

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Выводы

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____

Описание целевой аудитории

Критерии, влияющие на выбор клиники

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____

Частота обращения к стоматологу

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Предпочтительные источники для поиска информации

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____

Предпочтения по способам оплаты

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____

Предпочтения по видам стоматологических услуг

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

5. _____

Знания брендов

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____

Выводы

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____
11. _____
12. _____
13. _____
14. _____
15. _____
16. _____
17. _____

Источники информации

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____