

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ПЛАТНЫХ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ г. ЧЕЛЯБИНСКА НА ПРИМЕРЕ МЦ ЧТПЗ

Е.Ю. Трофименко

Статья посвящена проблемам исследования рынка платных медицинских услуг. Автором изучена ситуация на рынке платных медицинских услуг, определены основные участники рынка по отношению к МЦ ЧТПЗ, выявлены причины посещения платных медицинских центров потребителями.

Ключевые слова: маркетинговое исследование, рынок платных медицинских услуг, исследование конкурентов, исследование потребителей, услуги, цена.

В 2011 г. стоимостный объем рынка медицинских услуг Челябинска составил около 7 млрд руб. Доля Челябинска в общем обороте коммерческого рынка медицинских услуг России составила 2 %.

К концу 2011 г. в России насчитывалось 56 800 медицинских учреждений, из них 688 находилось в Челябинске [1]. Большинство медицинских учреждений в Челябинске являются многопрофильными: они предоставляют услуги более чем по одному медицинскому направлению.

Среди многопрофильных центров лидерами являются «Лотос», «Familia», «Медицинский центр ЧТПЗ», среди специализированных центров – «Стоматологическая практика» и «Белый кит» (стоматологии); центр пластической хирургии «Молдинг Маск» и профессорская клиника доктора Пухова (пластическая хирургия), среди центров, специализирующихся на нескольких направлениях – «ДНК Клиника» (гинекология, урология, пластическая хирургия, косметология, стоматология, ЛОР).

Присутствуют в Челябинске также филиалы международных и федеральных сетей медицинских клиник: «Он Клиник» (международная корпорация «On Clinic Advanced Medical Institute», Израиль), клиника лазерной медицины «LINLINE» (Германия), федеральная сеть центров эстетической медицины «Клеопатра». К этой тройке в сентябре 2007 года присоединилась компания «АртОптика», владеющая крупной федеральной сетью оптических салонов. Кроме того, в конце прошлого года в нашем городе начала свою работу лаборатория «Инвитро» (Москва) совместно с медицинским центром «ДиагноZ». Эксперты ожидают, что экспансия столичных компаний продолжится.

Кроме того, некоторые клиники, для которых очень важно качество оказываемых услуг, заключают договоры с международными экспертными организациями. Например, достоверность результатов всех исследований, проводимых лабораторным комплексом МЦ «Лотос», регулярно проверяется и контролируется двумя системами: программой внешнего контроля качества Biorad EQAS (США) и ФСВОК – Федеральной системой внеш-

ней оценки контроля качества (Россия). А «ДНК Клиника» – единственное в Уральском регионе медучреждение, которое обладает международным сертификатом качества ISO 9001:2000.

В последнее время руководители ведущих частных клиник, чтобы повысить качество медицинских услуг, создают внутренние системы контроля качества. Независимый специалист, получивший сертификат врача клинической экспертизы, еженедельно просматривает медицинские карточки пациентов методом выборки и выявляет имеющиеся нарушения. Такая экспертиза есть, например, в МЦ «Лотос», «ДНК Клинике», «Клинике репродуктивной медицины» и др. В медицинских центрах, которые имеют лицензию на выдачу больничных листов, наличие эксперта по качеству – обязательное условие.

Помимо этого, в некоторых частных клиниках есть высокотехнологичное оборудование, которое по разным причинам муниципальные учреждения просто не могут себе позволить. Например, автоматический анализатор Architect i2000SR (Abbott Laboratories, США) есть только в медицинском центре «Лотос» и центре «ДиагноZ» («Инвитро»). Причем данный анализатор является «золотым» стандартом качества лабораторных исследований на гормоны. Одни из самых современных УЗИ-аппаратов стоят в «Лотосе» и «Familia», а недавно «Лотос» приобрел еще и магнитно-резонансный томограф Philips, такого томографа, по словам Марии Аксеновой, заместителя директора данной клиники, нет ни у одного медицинского центра в городе, и вряд ли кто-нибудь еще решится его приобрести, так как его стоимость очень высока. Высокотехнологичным оборудованием оснащено также большинство частных стоматологических клиник.

В то же время многопрофильных коммерческих учреждений с полным циклом лечения (амбулаторным, стационарным, консультативным и реабилитационным) пока что в Челябинске, да и в целом по России, немного, но, по прогнозам аналитиков, в ближайшее время развитие платной медицины пойдет именно по такому пути.

Число частных клиник в Челябинске растет со стремительной скоростью. Так, за последние 4 месяца, число таких клиник увеличилось с 86 медицинских центров (без учета небольших косметологических салонов) до 103.

Наиболее выгодными направлениями платной медицины с коммерческой точки зрения являются стоматология, гинекология, урология и косметология: медицинские центры этих профилей в целом занимают до 70 % рынка частной медицины г. Челябинска [3]. Динамика развития наблюдается также в области офтальмологии, пластической хирургии и психологии.

Крупных игроков в Челябинске определить достаточно сложно, поскольку, согласно международным стандартам, крупные частные клиники должны иметь в структуре материально-технической базы собственную операционную и полноценный круглосуточный стационар, но на сегодняшний день в городе ни у одного медицинского центра нет стационара. Поэтому к крупным игрокам, как правило, относят сетевые клиники и холдинговые структуры.

По данным компании «Ромир – Челябинск» [2], одна пятая жителей г. Челябинска обращаются к частным медицинским центрам. К услугам медицинских центров за последнее время обращалось 46 % челябинцев, из них две трети челябинцев (62 %) предпочитают обращаться за медицинскими услугами в поликлиники, больницы и диспансеры, а треть челябинцев (28 %) обращается в платные медицинские центры. К услугам негосударственных медицинских центров чаще обращаются женщины в возрасте с 30 до 40 лет (58,4 % от количества ответивших). Большинство посетителей этих центров – это служащие коммерческих и государственных организаций.

Для сбора данных о посещаемости платных медицинских центров было опрошено 380 человек: 170 мужчин и 210 женщин.

Результаты исследования показали, что чаще всего за платными медицинскими услугами респонденты обращаются в частный специализированный центр (61 %), т. е. занимающийся лечением только в одной области, например, стоматологии. 25 % респондентов отдают предпочтение частным многопрофильным центрам, наименьшей популярностью среди респондентов (21 %) пользуются государственные больницы и поликлиники, предлагающие платное оказание услуг.

В третьем вопросе респондентам было предложено назвать многопрофильные и специализированные медицинские центры, куда они обращались за оказанием платных медицинских услуг, результаты представлены на рис. 1.

Как видно на диаграмме, наиболее популярными многопрофильными центрами г. Челябинска являются медицинские центры «Лотос» и «Фамилия», а наиболее популярными узкопрофильными медицинскими центрами являются диагностический центр «Прогрессивные технологии» и сеть стоматологий «Стоматологическая практика». Также респондентами были отмечены еще 25 медицинских учреждений, которые, однако, набрали гораздо меньшее количество голосов. Среди вошедших в диаграмму центров можно отметить такие учреждения как «Жемчужина», «Белый кит», «Визит к стоматологу», «Фемина», «Профидент», «Инвитро», «Панацея», «Дельфин».

В четвертом вопросе респондентам было предложено отметить причины, по которым они предпочитают платное оказание услуг бесплатному, каждый респондент мог выбрать несколько вариантов ответа, результаты представлены на рис. 2.

В пятом вопросе респондентам было предложено определить 3 фактора, определяющих выбор платного медицинского учреждения, мнения респондентов относительно важности приведенных критериев приведены на рис. 3.

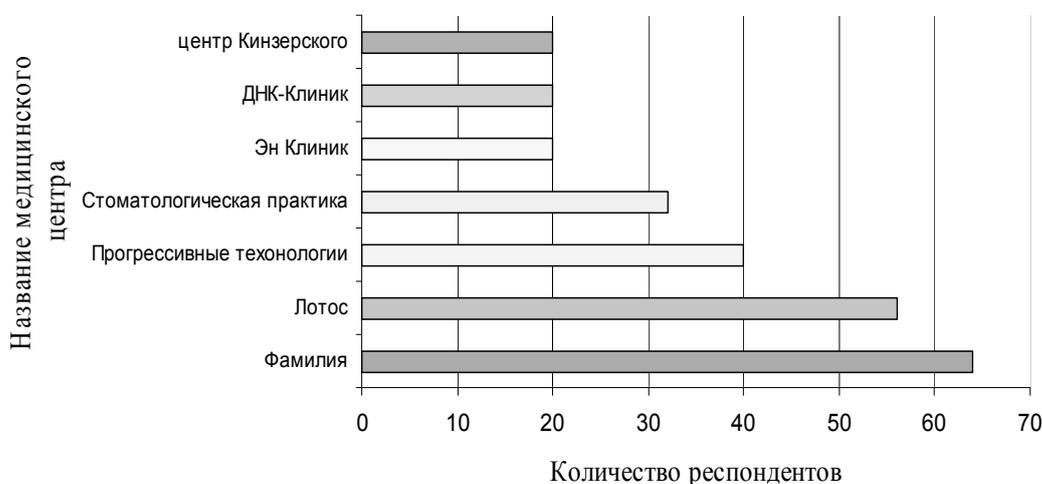


Рис. 1. Наиболее популярные МЦ г. Челябинска



Рис. 2. Причины выбора платного оказания медицинских услуг

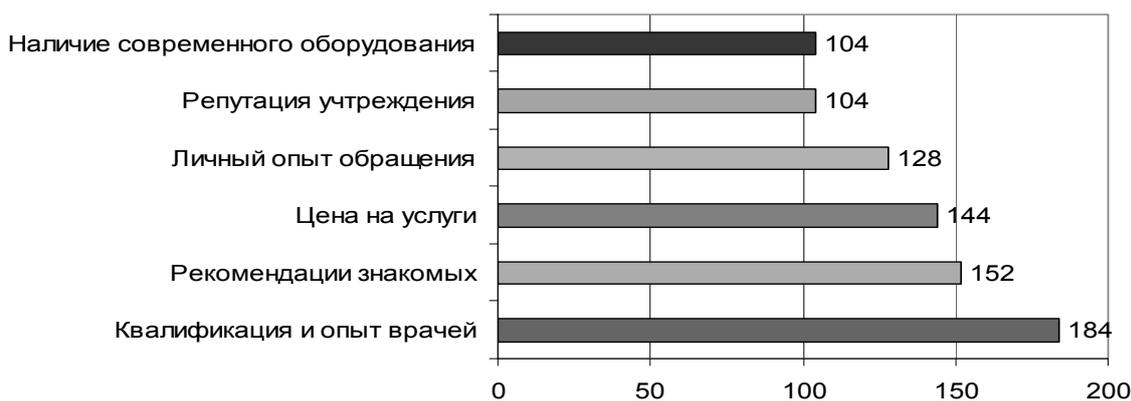


Рис. 3. Факторы, определяющие выбор платного медицинского учреждения

Результаты ответов на данный вопрос также показали, что такие факторы, как местоположение, наличие собственной лаборатории, реклама и интернет не влияют на выбор потребителя.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что типичным потребителем платных медицинских услуг является человек в возрасте от 20 до 50 лет, независимо от пола, так как вопрос здоровья касается каждого отдельного человека. Потенциальным потребителем платных услуг является человек с уровнем дохода от 5000 руб. на одного члена семьи, однако наиболее типичным потребителем является человек с доходом от 10 000 до 20 000 руб. на человека. Чаще всего это человек, состоящий в браке и имеющий одного или двоих детей. Этот потребитель ожидает качественного оказания услуги и готов заплатить за их оказание разумную цену, при этом он не хочет тратить время на стояние в очередях бесплатных больниц или заниматься получением талона и заполнением

других документов. Иными словами, типичный посетитель платных медицинских центров хочет в кратчайший срок с максимальным удобством решить проблемы со здоровьем. Одним из неожиданных итогов исследования является то, что, хотя, по данным исследовательских компаний широкопрофильные центры занимают меньший сегмент рынка, и респонденты исследования предпочитают посещать узкопрофильные центры, в вопросе, куда респонденты обращаются за лечением, многопрофильные центры занимают лидирующие позиции.

«Медицинский центр ЧТПЗ» – один из крупнейших многопрофильных центров г. Челябинска, это динамично развивающаяся клиника, оснащенная современным диагностическим и лечебным оборудованием. При организации центра создатели ориентировались на западные образцы медицинского обслуживания. Один из основополагающих принципов работы клиники – забота о каждом пациенте. Основной капитал клиники – это опыт-

ные, квалифицированные и внимательные сотрудники.

«Медицинский центра ЧТПЗ» представляет собой сеть учреждений, в которую входит лечебно-диагностический центр, подразделение «На Каслинской» и санаторий «Изумруд».

Оборудование и технологии, представленные в центре, обеспечивают высокий уровень качества оказываемой медицинской помощи. В лечебно-диагностическом центре потребителю предлагается широкий спектр услуг: медицинские осмотры, любая амбулаторная диагностика, лаборатория, дневной стационар, физиотерапевтическое лечение, консультации кандидатов и докторов медицинских наук, консультация пациентов через Интернет.

«Медицинский центр ЧТПЗ» работает в рамках договоров ДМС с различными страховыми компаниями, оказывает услуги по прямым договорам с организациями и частными лицами или разовые услуги за наличный расчет. Имеется гибкая система скидок, абонементы на семейное обслуживание. Заключение договоров независимо от их видов производится в кратчайшие сроки.

Медицинский центр располагает на сегодняшний день и площадками для восстановительно-реабилитационного лечения. Санаторий-профилакторий «Изумруд» круглый год принимает пациентов с заболеваниями любого профиля, предлагая комфортные условия проживания, отличное питание и самые передовые методы оздоровления. В подразделении «На Каслинской» имеется стоматологическое отделение с полным спектром профильных услуг, фитнес-центр, сауна с бассейном, уютное кафе.

По данным электронного справочника «Желтые страницы» [4] за 2011 на территории Челябинска действует 453 предприятий в рубрике «Клиники, медицинские центры и лечебные учреждения», из них медицинских центров – 218.

«Медицинский центр ЧТПЗ» располагает широким ассортиментом основных и дополнительных услуг, поэтому при выделении прямых конкурентов были введены следующие критерии:

- медицинский центр должен обладать собственной лабораторией или кабинетом УЗИ;
- медицинский центр должен предоставлять услуги по различным направлениям;
- медицинский центр должен иметь собственный web-сайт.

Исходя из перечисленных критериев и проведенного анализа вторичной информации, к прямым конкурентам компании относятся следующие учреждения: «Вазомед», «Vega», «Гименей», «Лотос», «Парацельс», «Фемина», «Эстетик» и «Familia».

Анализ товарной политики проводился на основании информации, представленной на официальных сайтах медицинских центров. В ходе исследования были выявлены показатели широты, глубины ассортимента, а также уникальные услуги, которые представлены в медицинских центрах.

МЦ ЧТПЗ располагает самым широким ассортиментом, а также максимальным количеством услуг, предоставляемых в рамках отдельного направления (не рассмотрен медицинский центр «Фемина», так как на сайте отсутствует прайс-лист). Исходя из данных об уникальных услугах (услуга считается уникальной в случае, если она представлена в 1 или 2 медицинских центрах), особого внимания заслуживает магнитно-резонансная томография, возможность осуществлять которую есть только МЦ «Лотос». Одной из возможностей увеличения потока клиентов в МЦ ЧТПЗ является приобретение специального оборудования для проведения томографии. Безусловно, перед внедрением новой услуги необходимо провести экономический анализ целесообразности данного действия. Из прочих уникальных услуг можно выделить логопедию, генетику и коррекцию никотиновой, алкогольной и наркозависимости. Эти направления можно рассматривать как перспективу для расширения перечня предоставляемых МЦ ЧТПЗ медицинских услуг.

В рамках исследования цен был составлен перечень наиболее популярных услуг в рамках каждого направления. Впоследствии цены на данные услуги в МЦ ЧТПЗ сравнивались с ценами в других медицинских центрах. В результате обработки полученных данных был выявлен средний уровень цен по услугам, что позволило сделать вывод о том, что уровень цен в МЦ ЧТПЗ в целом не превышает среднего уровня цен на рынке, а по многим позициям он даже ниже. Исходя из полученного вывода, уровень цен является конкурентным преимуществом медицинского центра, не стоит проводить принципиальных изменений, следует сделать акцент на доступности услуг.

В исследовании потребителей г. Челябинска и Копейска на предмет узнаваемости жителями этих городов медицинского центра ЧТПЗ приняли участие 536 респондентов.

На вопрос, знают ли респонденты «Медицинский центр ЧТПЗ», более половины опрошенных ответило отрицательно. Тем не менее, доля тех, кто о нем слышал, достаточно велика – 46 %.

В ходе обработки данных была рассмотрена зависимость между районом проживания респондента и тем, знает ли он о «Медицинском центре ЧТПЗ». Результаты представлены на рис. 4.

На диаграмме видно, что большинство проживающих в Ленинском районе знают о «Медицинском центре ЧТПЗ», что обусловлено тем, что именно здесь расположено его лечебно-диагностический центр. В Тракторозаводском районе и Копейске примерно равное количество тех, кому известен и тех, кому не известен данный медицинский центр. В Центральном, Калининском и Курчатковском районах доля тех, кто не знает о «Медицинском центре ЧТПЗ» больше, чем доля тех, кто о нем слышал. В Советском районе доля тех, кто не осведомлен о нем, значительно превы-

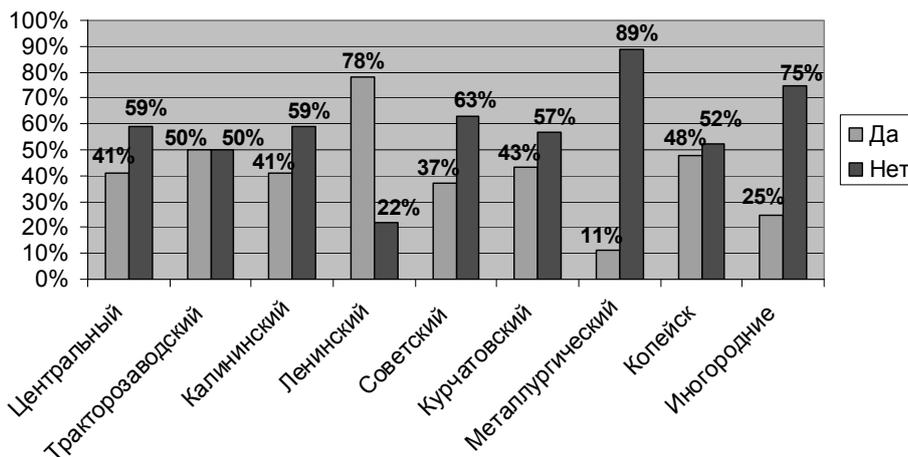


Рис. 4. Район проживания респондента и осведомленность о МЦ ЧТПЗ

шает долю респондентов, которым он известен (на 26 %). А в Металлургическом районе доля опрошенных, знающих о Медицинском центре ЧТПЗ, очень мала (лишь 11 %). Невелика и доля иногородних, которые знают о нем (25 %).

На рис. 5 приведена структура распределения респондентов, осведомленных о «Медицинском центре ЧТПЗ» в зависимости от того, откуда они узнали об этом центре.

На вопрос, обращались ли в «Медицинский центр ЧТПЗ» респонденты, осведомленные о нем, большая часть опрошенных (65 %) ответила отрицательно. Большинство обратившихся в «Медицинский центр ЧТПЗ» респондентов удовлетворены его услугами (86 %). Большая часть опрошенных (83 %), обратившихся в «Медицинский центр ЧТПЗ», обратятся туда ещё, если появится необходимость.

Ввиду того, что «Медицинский центр ЧТПЗ» предоставляет самый широкий перечень услуг

среди многопрофильных центров города и по средним ценам, необходимо использовать интегрированные маркетинговые коммуникации для повышения осведомленности. Для повышения узнаваемости необходимо сменить название и фирменный стиль.

Одной из возможностей увеличения потока клиентов в МЦ ЧТПЗ является приобретение оборудования для проведения магнитно-резонансной томографии. Эти направления можно рассматривать как перспективу для расширения перечня предоставляемых МЦ ЧТПЗ медицинских услуг.

Литература

1. <http://gks.ru/digital/region6/default.aspx>
2. www.romir74.ru
3. <http://www.drgroup.ru/krasota-i-zdorove/medicina-i-farmaceutika.html>
4. www.yell.ru/cheliabinsk/

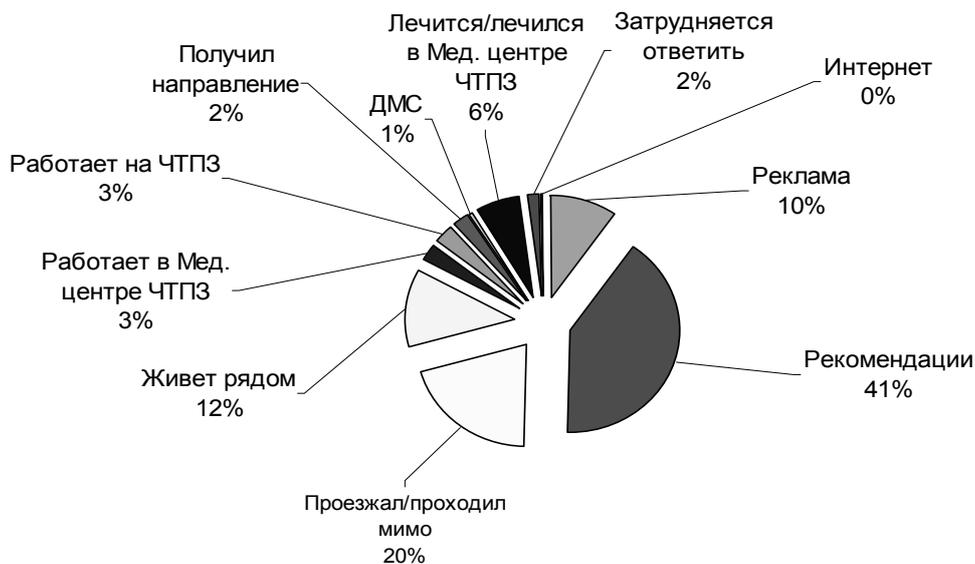


Рис. 5. Источники, откуда респонденты узнали про МЦ ЧТПЗ

Трофименко Елена Юрьевна. Кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и менеджмента, торгово-экономического факультета, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – маркетинговое планирование в конкурентной среде, интегрированные маркетинговые коммуникации. Контактный телефон: (8-919) 129-39-94. Email: elen69@mail.ru.

MARKETING RESEARCH OF PAID MEDICAL SERVICES IN CHELYABINSK ON THE EXAMPLE OF MEDICAL CENTER OF CHELYABINSK TUBE ROLLING PLANT

E.Y. Trofimenko

The article is devoted to the study of paid medical services market. The author studies the situation with the market of paid medical services; defines key market participants with respect to the Medical Center of Chelyabinsk Tube Rolling Plant; reveals the causes of taking paid medical services by the clients of medical centers.

Keywords: marketing research, market of paid medical services, research of competitors, consumers research, services, price.

Elena Yurievna Trofimenko. Candidate in economic sciences, associate professor of Marketing and Management Department, Faculty of Trade and Economics, South Ural State University Chelyabinsk. Research interests – marketing planning in a competitive environment, integrated marketing communications. Contact phone number: +7 919 129 39 94. Email: elen69@mail.ru.

Поступила в редакцию 14 марта 2013 г.