



**ЛАБОРАТОРИЯ «МЕДСОФТЛАБ» —
технологии, основанные на знаниях**



АНАЛИТИЧЕСКАЯ СПРАВКА
по итогам маркетингового экспресс-
исследования рынка услуг по «_____»
Заказчик: _____ (наименование
медицинского учреждения)

Москва, 2016



1. ПРЕДПОСЫЛКИ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цены на услуги _____ (*наименование медицинского учреждения*), связанные с оказанием услуг _____ (далее – услуги) не пересматривались _____ лет. Перечень услуг представлен в сравнительной Таблице №1.

Необходимость пересмотра цен на услуги обусловлена как динамикой рыночных условий – инфляционными процессами, ростом курса валют по отношению к рублю, так и значительным ростом затрат на медикаменты и расходные материалы.

С этой целью было запланировано сравнение текущих цен конкурентов на аналогичные услуги. Сопоставление выявленного уровня цен и специфика оказываемых услуг позволят определить, каким образом можно изменить цены на каждую группу услуг.

Настоящее исследование содержит ценовые показатели по каждой группе услуг и выводы по результатам исследования – цены на какие услуги требуют пересмотра и в каком размере. Представлен вывод с обоснованием и рекомендациями по корректировке цен по каждой группе услуг.

Основными задачами, решаемыми в процессе проведения исследования, явились:

- ❖ Сделать выводы о текущем уровне цен на услуги, связанные с оказанием услуг _____;
- ❖ Оценить обоснованность запланированной корректировки цен;
- ❖ Оценить предложения организаций, оказывающих аналогичные услуги, как в плане изменения условий реализации услуг, так и возможного изменения уровня цен и ассортимента;
- ❖ Выявить услуги требующего немедленного пересмотра цен с учетом рыночных показателей и фактической себестоимости;
- ❖ Выработка рекомендаций, способствующих реализации услуг: ценовую стратегию, уникальных торговых предложений.

2. ТИП ИССЛЕДОВАНИЯ, ИСТОЧНИКИ ПОЛУЧЕНИЯ И СПОСОБЫ ОБРАБОТКИ ИНФОРМАЦИИ

Основной способ исследования представляет собой классическое кабинетное исследование.

Для сбора рыночной информации применялся классический контент-анализ открытых источников, а также внутренние информационные источники Лаборатории.

Источниками информации являются корпоративные сайты медицинских учреждений.

3. ПЕРИОД ИССЛЕДОВАНИЯ

Сбор рыночной информации проходил с 17 по 20 октября 2016г.

Обработка информации – 20 октября 2016г.

4. ОБЪЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование цен на услуги проводилось по основным участникам на рынке. Было проведено интернет-исследование сайтов следующих медицинских учреждений:

- _____ (наименование медицинского учреждения, сайт http://_____ .ru/)
- _____ (наименование медицинского учреждения, сайт http://_____ .ru/)
- _____ (наименование медицинского учреждения, сайт http://_____ .ru/)
- _____ (наименование медицинского учреждения, сайт http://_____ .ru/)
- _____ (наименование медицинского учреждения, сайт http://_____ .ru/)
- _____ (наименование медицинского учреждения, сайт http://_____ .ru/)
- _____ (наименование медицинского учреждения, сайт http://_____ .ru/)

5. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОСТАВА ПРЕЙСКУРАНТОВ И УРОВНЕЙ ЦЕН НА УСЛУГИ

Таблица 1. Сравнение стоимости услуг _____ (наименование медицинского учреждения) и конкурентов

Наименование оказываемых услуг/ стоимость в руб.	Учреждение Заказчика	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	Конкурент 4	Конкурент 5	Мин./ макс. стоимость	Средняя стоимость	Абсолютное мин./макс. отклонение
Группа услуг №1 (наименование группы услуг)									
Наименование услуги №1									
Наименование услуги №2									
Наименование услуги №3									
Наименование услуги №4									
Группа услуг №2 (наименование группы услуг)									
Наименование услуги №1									
Наименование услуги №2									
Наименование услуги №3									
Наименование услуги №4									
Группа услуг №3 (наименование группы услуг)									
Наименование услуги №1									
Наименование услуги №2									
Наименование услуги №3									
Наименование услуги №4									

6. SWOT-АНАЛИЗ УЧРЕЖДЕНИЯ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ НА РЫНКЕ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

Потенциальные внутренние сильные стороны (S):	Потенциальные внутренние слабости (W):
Потенциальные внешние благоприятные возможности (O):	Потенциальные внешние угрозы (T):

РЕЗЮМЕ

1. Цены на услуги, группы № ____ в вышеперечисленных медицинских учреждениях в среднем выше цен Заказчика на 43%.
2. Самый высокий уровень цен _____ (наименование медицинского учреждения).
3. Стоимость следующих услуг: _____ (перечень услуг), в среднем по рынку выше в 2 раза.
4. Услуги группы № ____ в среднем также выше по рынку в 1,5-2 раза. При этом важно отметить, что такие услуги как _____ встречаются редко, что соответственно создает уникальность предложения учреждения Заказчика.
5. Услуги группы № ____ в прейскурантах конкурентов отсутствуют.
6. Услуги группы № ____ соответствуют рынку, кроме услуги _____ – у конкурентов услуги стоят дороже в среднем на 1,5 раза.
7. Услуги группы № ____ у конкурентов стоят дороже на сумму от 1 100руб. до 2 200руб.

РЕКОМЕНДАЦИИ

Актуализация цен должна привести к увеличению дохода и повышению рентабельности в целом.

При составлении рекламного предложения для потенциальных покупателей следует учесть особенности товаров конкурентов. Рекомендуется регулярно проводить маркетинговые исследования конкурентов на предмет актуальности цен и предложений.

При выборе медицинского центра не последнее место уделяется известности бренда и его надежности. В данном случае услуги государственных центров будут более привлекательны по качеству оказания услуг и эффективности лечения. При этом следует учитывать показатели средних цен, чтобы не «отпугнуть» потенциальных потребителей услуг.

Исходя из вышеуказанного, можно рекомендовать пересмотр цен на услуги в сторону увеличения более чем на 40%, с учетом конкурентной позиции учреждения и фактической себестоимости услуг.

ИСПОЛНИТЕЛИ

**ЛАБОРАТОРИЯ МЕДИЦИНСКОГО
ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**
при РЭУ им. Г.В. Плеханова
www.medsoftlab.ru
info@medsoftlab.ru

ИП Зотов Владислав Александрович
123100, г.Москва, ул.1905 года, 5, офис 49
ИНН 772604450874
ОГРНИП 314774606200265
тел. +7 (926) 571-65-19

НИКОЛАЕВА МАРГАРИТА ЮРЬЕВНА

Тел.: +7 (906) 063 31 23
nikolaeva@medsoftlab.ru

ЗОТОВ ВЛАДИСЛАВ АЛЕКСАНДРОВИЧ

Тел.: +7 (926) 571-65-19
info@medsoftlab.ru

УСЛУГИ ДЛЯ МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ

- Услуги по формированию конфигурации и расчёту себестоимости и стоимости медицинских услуг, оказываемых Вашим учреждением, «под ключ»; методическая поддержка и консультации по вопросам процедур и методик ценообразования согласно актуальной нормативной базе РФ;
- Разработка концепции и стратегии развития платных услуг в медицинских учреждениях;
- Маркетинговые исследования и решения;
- Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления: в области методологии, IT-консалтинг, экономический и маркетинговый консалтинг;
- Разработка программного обеспечения и консультирование в этой области (IT-консалтинг);
- Внедрение IT-решений для автоматизации медицинских и прочих учреждений;
- Автоматизация бизнес-процессов финансово-хозяйственной деятельности медицинского учреждения;
- Обработка данных;
- Консалтинг и научные исследования в области управления медицинскими учреждениями;
- Обучение по направлениям организации и планирования деятельности учреждения;
- НИР и НИОКР в области экономики здравоохранения.

*Подробную информацию о Лаборатории и других наших продуктах
Вы можете посмотреть на сайте по адресу*
HTTP://WWW.MEDSOFTLAB.RU