

На первый взгляд, рынок платных медицинских услуг Петербурга и Москвы схож: это рынок нужды, который мало зависит от изменения экономической ситуации в стране, то есть относится к инертным к потребительской активности. По данным *Businessstat*, по числу пациентов объем рынка платных медуслуг в 2014 и 2015 годах стабилен по отношению к 2013 году. Но на самом деле рынки двух столиц существенно отличаются друг от друга и по доходам населения, и по количеству учреждений. Линейной зависимости между уровнем дохода и обращением за платной медицинской помощью нет, соответствующий показатель почти не отличается у людей с ежемесячным доходом 5 тыс. и 20 тыс. рублей на члена семьи. Заметный всплеск посещений клиник можно увидеть после отметки 30 тыс. рублей. Сейчас в Петербурге только 8% населения могут похвастать ежемесячным доходом на члена семьи выше 30 тыс. рублей. Кроме того, очевидна разница и в размерах самих городов, а следовательно, в степени доступности и логистике перемещения. В Москве в большинстве своем медицинские учреждения небольшие, их площадь составляет 300–350 м². Они не оказывают полный цикл медицинской помощи, часто работают, например, без рентгена. Но такие "офисы медицинской помощи" расположены густо и во всех районах, потому что жителям важно получить медицинскую помощь в зоне 20–минутной доступности. В Петербурге развивались учреждения полного цикла, где пациент может разом решить все свои вопросы. Возможно, потому что город принимает ежегодно большой поток туристов, в том числе иностранных. Это привело к тому, что такие сильные игроки, как "Медем", "Скандинавия", открывали клиники площадью свыше 400 м². В Москве клиники небольшие, и за счет дорогого входного билета делать систему замкнутого цикла в одном учреждении сложно. Но зато это определило структуру медицинского рынка столицы как сетевую. Яркий пример — сеть "Медси", которая является бизнес–направлением корпорации "Система". В столице крупные игроки медицинского рынка работают в премиум–классе. В Петербурге лидеры ("Скандинавия", "Меди", "СОГАЗ") помимо премиального осваивают и бизнес–сегмент, в последнее время они активно развиваются.

Динамика рынка определяет укрупнение и увеличение сегмента, объединение в сетки — все это способствует уходу мелких единичных центров "квартирного" типа как в Петербурге, так и в Москве. Для подавляющего большинства пациентов частных клиник (62,5%) в последние 10 лет главный фактор выбора — репутация клиники и хороший сервис. Цена — важный фактор только для 5% пациентов. Больше всего готовы тратить те клиенты, для которых важно современное оборудование, потому что они часто обращаются за дорогостоящим лечением, успех которого зависит в том числе и от наличия оборудования. В свете всех этих причин мелкие несетевые центры площадью 200–300 м² без уникального узконаправленного предложения, например специального оборудования или же авторских методик лечения, обречены на уход с рынка.

Деловой Петербург