

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ОФТАЛЬМОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ Г.НОВОКУЗНЕЦКА

Авторы: Ключкина Анна Сергеевна (Новосибирский Государственный Университет Экономики и Управления)

Аннотация: : в статье обосновывается актуальность использования офтальмологических услуг для города Новокузнецка. Производится конкурентный анализ рынка офтальмологических услуг. Обосновывается необходимость использования интернет-технологий.

Ключевые слова: конкуренция, медицина, офтальмология, интернет-технологии, социальные сети

Город Новокузнецк считается монументальным населенным пунктом в Кемеровской области и относится к крупнейшим металлургическим и угледобывающим центрам Российской Федерации. Однако на фоне производства страдает экологическая обстановка. Новокузнецк занимает 7 место в России по образованию отходов и входит в пятерку городов страны по химическому загрязнению атмосферы. В связи с этим вопрос здравоохранения встает особенно остро для жителей города.

Одним из наиболее актуальных на сегодняшний день направлений медицины является офтальмология. Данные обстоятельства вызваны глобализацией и активным проникновением интернета во все сферы социальной жизни. С учетом пандемии коронавирусной инфекции и переводом на дистанционное обучение и работу, нагрузка на глаза увеличилась в четыре раза [1] а, как известно спрос рождает предложение.

Целью данной статьи является анализ конкурентоспособности офтальмологического центра «Окей-оптик» на рынке медицинских услуг. Для этого рассмотрим наиболее популярные офтальмологические клиники города Новокузнецка, на основании данных с независимого сайта пациенториентированной медицины - Prodoctorov [2] .

Начнем с объекта исследования - бренда «Окей-оптик». Это уникальный офтальмологический центр, существующий в Новокузнецке с 2015 года. За это время клиника приняла уже более 10000 пациентов. На базе офтальмологического центра проводится: диагностика зрения, консультация врача-офтальмолога, аппаратное лечение глаз, подбор и изготовление очков, подбор мягких контактных и ортокератологических линз[8].

Перед непосредственным анализом конкурентов офтальмологического центра «Окей-оптик» необходимо оценить в целом конкурентное окружение организации, для этого используем такой метод как анализ пяти конкурентных сил М. Портера, его результаты приведены в таблице 1.

Таблица 1 - Анализ пяти конкурентных сил М. Портера для офтальмологического центра «Окей-оптик»

| Угроза | Влияние | Описание |
|------------------------------|---------|--|
| Товары-заменители | Низкое | Заменителей для офтальмологических услуг не представлено |
| Внутриотраслевая конкуренция | Высокое | Высокий уровень насыщенности рынка Средние темпы роста рынка Есть некоторая степень дифференциации продукта Есть возможность повышения цен в пределах покрытия издержек |
| Новые игроки | Среднее | Доли рынка распределены достаточно равномерно, отсутствуют крупные игроки Средние барьеры входа Средний уровень инвестиций |
| Потребители | Среднее | Объем продаж распределен равномерно между покупателями Средняя чувствительность к цене |
| Поставщики | Низкое | Относительно широкий выбор поставщиков Низкие издержки переключения Невысокая приоритетность компании для поставщиков |

Таким образом, уровень интенсивности конкуренции для офтальмологического центра «Окей-оптик» является средней. Угроза со стороны товаров-субститутов низкая, так как не представлено эффективных заменителей для офтальмологических услуг. Угроза со стороны новых игроков средняя, так как рынок насыщен, присутствуют определенные барьеры входа, так как деятельность медицинских учреждений серьезно регулируется государством, требуется достаточный уровень инвестиций для покупки оборудования.

Угроза со стороны потребителей средняя, так как спрос на услуги среди них распределен равномерно, они имеют среднюю чувствительность к цене, а часть потребителей вообще не чувствительна к ценам, для них наибольший приоритет имеет качество услуг. Угроза со стороны поставщиков не высокая, так как на рынке представлено большое количество поставщиков, с которыми центр может работать.

Наиболее высокий уровень угроз представлен только со стороны внутриотраслевой конкуренции, так как рынок офтальмологических услуг уже достаточно насыщен, при этом темпы роста спроса замедляются. Присутствует достаточно высокая ценовая конкуренция, но есть возможности некоторой дифференциации услуг.

Основными конкурентами офтальмологического центра «Окей-оптик» являются организации, оказывающие схожий перечень услуг в сфере офтальмологии, а также имеющие достаточно сильные и узнаваемые бренды, что обеспечивает им продвижение и привлечение клиентов среди жителей города Новокузнецк.

В ходе работы были выделены три таких ключевых конкурента:

офтальмологические центры «Оптика 100%», «Доктор Оптик» и «Эль Ликон».

Сеть центров «Оптика 100%» представлен на рынке уже более пятнадцати лет, поэтому достаточно широко известен потребителям. Однако сеть предоставляет более ограниченный перечень услуг, чем «Окей-оптик». «Оптика 100%» более ориентирована на продажу контактных линз и очков, поэтому предоставляет только услуги диагностики, проверки зрения, необходимых для подбора средств для улучшения зрения. Однако в данной компании представлен более широкий ассортимент контактных линз и очков для различных типов зрения, проблем со зрением, а также для разного бюджета. Кроме того, в городе представлено четыре центра сети.

Салон «Доктор Оптик» представлен на рынке уже долгое время (почти 10 лет), что позволило данной организации вырасти в сеть из трех салонов в разных районах города. Салон также в большей степени сосредоточен на продаже контактных линз и очков, имея еще больший ассортимент, чем «Оптика 100%», так как обладает собственной мастерской по изготовлению очков. Также в «Доктор Оптик» представлены услуги проверки зрения и диагностики.

Следующим конкурентом является сеть клиник «Эль Ликон», которая тоже давно функционирует на рынке, а также предоставляет полный комплекс услуг, связанных с лечением и диагностикой, продажей очков и контактных линз, услуги предоставляются для взрослых и детей. Сеть функционирует в нескольких городах, в Новокузнецке представлено два салона.

Нами была проведена оценка конкурентоспособности офтальмологического центра «Окей-оптик» и его основных конкурентов, для осуществления которой был проведен экспертный опрос среди сотрудников компании. Они были выбраны, так как обладают экспертными знаниями на данном рынке и знакомы со всеми исследуемыми компаниями.

Во время опроса им было предложено указать на ключевые факторы выбора офтальмологического центра, оценить вес каждого из факторов конкурентоспособности на данном рынке, а затем оценить их выраженность у центра «Окей-оптик» и его трех конкурентов.

Результаты оценки конкурентоспособности представлены в таблице 2. Показатель вес в таблице означает оценку значимости экспертами фактора. Показатель I – средняя оценка фактора опрошенными по 10-балльной шкале, показатель K – оценка фактора с учетом его веса.

Таблица 2 - Оценка конкурентоспособности офтальмологического центра «Окей-оптик» и его основных конкурентов

| Фактор | Вес | Окей-оптик | | Оптика 100% | | Доктор Оптик | | Эль Ликон | |
|-------------------|-----|------------|-----|-------------|----|--------------|----|-----------|-----|
| | | I | K | I | K | I | K | I | K |
| Ассортимент услуг | 18 | 9 | 162 | 5 | 90 | 5 | 90 | 9 | 162 |

| | | | | | | | | | |
|-----------------------------|-----|---|-----|---|-----|---|-----|---|-----|
| Ассортимент товаров | 16 | 6 | 96 | 8 | 128 | 9 | 144 | 7 | 112 |
| Уровень цен | 20 | 8 | 160 | 6 | 120 | 7 | 140 | 7 | 140 |
| Количество точек | 13 | 1 | 13 | 4 | 52 | 1 | 13 | 2 | 26 |
| Известность бренда на рынке | 17 | 5 | 85 | 8 | 136 | 7 | 119 | 7 | 119 |
| Активность продвижения | 16 | 6 | 96 | 5 | 80 | 8 | 128 | 7 | 112 |
| Итого | 100 | | 612 | | 606 | | 634 | | 671 |

Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что наименьшей конкурентоспособностью обладает «Оптика 100%», ее основными преимуществами является количество центров обслуживания, а также известность бренда на рынке. Однако компания предоставляет только небольшой ассортимент услуг, имеет цены чуть выше, чем у конкурентов, а также имеет слабую систему продвижения.

Наиболее сильным конкурентом является сеть клиник «Эль Ликон», так как она имеет наиболее широкий спектр услуг, конкурентоспособный уровень цен, две точки, а также является одной из наиболее узнаваемых и активно продвигаемых. Также достаточно высоким уровнем конкурентоспособности обладает салон «Доктор Оптик», так как он имеет самый широкий ассортимент товаров и ведет очень активное продвижение.

Офтальмологический центр «Окей-оптик» занимает третье место по уровню конкурентоспособности, его основными преимуществами является широкий ассортимент услуг и чуть более низкий уровень цен. Однако данный центр менее известен на рынке, так как представлен там не так давно, как конкуренты, а также осуществляет недостаточно активное продвижение.

В связи с экономической глобализацией нами также было отдельно проведено более подробное сравнение продвижения брендов центра «Окей-оптик» и его конкурентов с помощью интернет-технологий. Результаты сравнения представлены в таблице 3.

Таблица 3 - Сравнение продвижения брендов центра «Окей-оптик» и его конкурентов с помощью интернет-технологий

| | Окей-оптик | Оптика 100% | Доктор Оптик | Эль Ликон |
|--------------------------------|------------|-----------------|-----------------------------------|-----------|
| Социальные сети ^[1] | Вконтакте | Не представлена | Вконтакте, Одноклассники, YouTube | Вконтакте |
| Количество подписчиков (общее) | 935 | - | 2900 | 1800 |

| | | | | |
|--|---|---|---|--|
| Реклама в социальных сетях | Не применяется | Не применяется | Таргетированная реклама в Одноклассники | Таргетированная реклама |
| Сайт | Современный, оформлен в фирменном стиле | Устаревший, имеются элементы фирменного стиля | Современный, оформлен в фирменном стиле | Устаревший, оформлен в фирменном стиле |
| Позиция в Гугл/Яндекс (запрос «проверка зрения Новокузнецк») | 7/2 | 3/1 | 2/5 | 1/4 |
| Таргетированная реклама | Не применяется | Не применяется | Периодическое использование | Не применяется |
| Контекстная реклама | В контекстно-медийной сети Яндекс | Не применяется | В контекстно-медийной сети Яндекс | Не применяется |

Как следует из таблицы, наиболее активна в продвижении компания «Доктор Оптик», которая представлена в нескольких социальных сетях, имеет больше всего подписчиков, использует различные рекламные возможности, только в поисковой системе Яндекс занимает позиции ниже конкурентов. Наиболее слабое продвижение у сети «Оптика 100%», которая делает основной акцент только на SEO-продвижение.

Центр «Окей-оптик» имеет меньше всего подписчиков в социальных сетях (не считая «Оптика 100%», которая там вообще не представлена), только начала использовать рекламные интернет-технологии, занимает низкие позиции в поисковой выдаче системы Гугл.

На основании анализа конкурентов офтальмологического центра «Окей-оптик» и сравнения его с ними можно сделать вывод, что одними из характеристик, которые снижают конкурентоспособность центра, является его меньшая известность на рынке и более слабое продвижение, чем у основных конкурентов, что говорит о необходимости усиления использования интернет-технологий для продвижения бренда центр.

Список использованных источников

- «Ведомости» - ведущее деловое издание России [Электронный ресурс] URL: <https://www.vedomosti.ru/> (дата обращения 24.05.2022);
- Официальный сайт «Окей-Оптик»: [Электронный ресурс] URL <https://ok-optic.ru/> (дата обращения 24.05.2022);
- Продокторов. Сайт отзывов о врачах №1 в России: [Электронный ресурс] URL

<https://prodoctorov.ru/> (дата обращения 24.05.2022).

Spisok ispol'zovannyh istochnikov

- «Vedomosti» _ vedushee delovoe izdanie Rossii [Elektronnii resurs] URL_ [https_//www.vedomosti.ru/](https://www.vedomosti.ru/) (data obrascheniya 24.05.2022);
- Oficialnii sait «Okei_Optik»_ [Elektronnii resurs] URL [https_//ok_optic.ru/](https://ok_optic.ru/) (data obrascheniya 24.05.2022);
- Sait otzivov o vrachah №1 v Rossii_ [Elektronnii resurs] URL [https_//prodoctorov.ru/](https://prodoctorov.ru/) (data obrascheniya 24.05.2022).

[1] Не учитываются социальные сети Instagram и Facebook, чья деятельность запрещена в РФ