

Маркетинговое агентство

S D A

Телефон: +7 (812) 209-45-37

+7 (911) 925-45-37

E-mail: sda@sdamarketing.ru

<https://sdamarketing.ru/>

Демонстрационная версия

**Маркетинговое исследование рыночной привлекательности проекта
гостиницы с медицинскими услугами**

Санкт-Петербург 2022 г.

Содержание

1. Анализ конкуренции в регионе
1.1. Определение конкурентной среды проекта.....
1.2. Анализ аналогичных туристических объектов и конкуренции в Регионе	5
1.3. Сравнительный анализ перечня услуг объектов в Регионе	6
1.4. Планы по строительству новых комплексов	11
1.5. Санаторные комплексы сегмента Medical SPA 4*.....	12
2. Определение туристического потока и профиля гостя	14
2.1. Анализ туристического потока.....	14
2.2. Сезонность спроса.....	15
2.3. Методика проведение онлайн опроса	16
2.4. Профиль гостей	17
2.5. Анализ основных сегментов туристов	20
3. SWOT-анализ	23
3.1. SWOT-анализ.....	23
3.2. Анализ воздействия на окружающую среду	23
4. Текущая и перспективная востребованность предложения по туризму медицинского профиля в регионе.....	24
4.1. Текущая востребованность	25
4.2. Перспективные направления	26
5. Возможности для роста туристического потока	29
5.1. Соответствие ожиданиям от посещения Хха	29
5.2. Соответствие критериям выбора и ожиданиям гостей	30
5.3. Соответствие ожиданиям по номерному фонду, цене проживания и лечения.....	32
6. Разработка стратегии продвижения санатория «Хх»	34
6.1. Конкурентное позиционирование	34
6.2. Комплекс маркетинга	34
7. Основные риски проекта и способы минимизации рисков.....	36
8. Оценка доходной части проекта.....	37
Приложение 1. Анкета онлайн опроса	38

Список таблиц, диаграмм и рисунков

Таблица 2. Рекомендуемые штатные нормативы врачей санатория	5
Таблица 3. Перечень медицинских показаний к лечению в санаторно-курортных организациях...	5
Таблица 4. Отличия санаториев Medical SPA от традиционных санаторно-курортных комплексов.....	5
Таблица 5. Доходы санаторно-курортных организаций от предоставляемых услуг без НДС, акцизов и аналогичных платежей в Регионе	5
Диаграмма 1. Доходы санаторно-курортных организаций от предоставляемых услуг без НДС, акцизов и аналогичных платежей в Регионе	6
Таблица 6. Санаторно-курортные учреждения для взрослых в Регионе.....	6
Рисунок 6. Санаторно-курортные объекты в непосредственной близости от Хха	6
Таблица 7. Сравнение потенциальных конкурентов по лечению и реабилитации групп заболеваний	8
Таблица 8. Сравнение потенциальных конкурентов по видам оказываемых санаторно-курортных услуг.....	9
Таблица 9. Цены на лечение и проживание в санаторно-курортном комплексе Регионе	10
Таблица 10. Цены на дополнительные услуги у компаний с широким спектром услуг	11
Рисунок 7. Новые санаторно-курортные объекты	12
Рисунок 8. Расположение санаторно-курортных комплексов Medical SPA 4* и Wellness & SPA...	12
Таблица 11. Основные характеристики санаторно-курортных комплексов Medical SPA 4* и Wellness & SPA.....	12
Таблица 12. Цены на проживание в санаторно-курортных комплексах Medical SPA 4* и Wellness & SPA.....	12
Таблица 13. Динамика размещения в санаторно-курортных организациях регионов Западной Сибири, чел.....	14
Диаграмма 2. Размещение в санаторно-курортных организациях Регионе.....	14
Таблица 14. Соотношение между численностью населения и количеством размещенных в санаторно-курортных организациях в 2021 г.	14
Диаграмма 3. Прогноз туристического потока	15
Диаграмма 4. Количество ночевков в санитарно-курортных организациях Регионе.....	15
Таблица 15. Соотношение количества ночевков и размещенных, человек	16
Таблица 16. Число ночевков в санаторно-курортных организациях Регионе	16
Диаграмма 5. Сезонность спроса на ночевки в ххпо кварталам	16
Диаграмма 6. Возраст, %.....	17
Диаграмма 9. Семейное положение, %.....	17
Диаграмма 12. Регионы проживания, %	19
Диаграмма 13. Предпочтения в выборе звездности гостиниц, %	19
Диаграмма 14. Санаторно-курортные учреждения, которые посетили за 2 года, %	19
Таблица 17. Особенности целевых сегментов	20
Диаграмма 15. Доля сегментов среди всех посещавших санаторно-курортные учреждения России в 2021 г.	20
Диаграмма 16. Основная причина посещения санатория, %.....	21
Диаграмма 17. Принцип получения процедур, %.....	21
Диаграмма 18. Готовность к поездке в санаторий в другие регионы и страны, %	21
Диаграмма 19. Необходимое качество номерного фонда, %.....	21
Диаграмма 20. Необходимость дополнительных услуг, кроме лечебных, %.....	21
Таблица 18. SWOT-анализ территории санатория «Хх»	23
Рисунок 9. Расположение объекта на карте	23
Диаграмма 21. Доля сегментов среди всех потенциальных потребителей ближайших регионов, %.	24
Таблица 19. Отличительные особенности представителей сегментов	24
Диаграмма 22. Хронические и перенесенные за последние 2 года заболевания, %	25

Диаграмма 23. Виды услуг, за которые готовы заплатить дополнительно к лечебным процедурам, %.....	26
Таблица 20. Продолжительность и стоимость направлений лечения в хх, стандартный номер..	26
Таблица 21. Продолжительность и стоимость направлений лечения в хх resort & SPA, стандартный номер	26
Таблица 22. Продолжительность и стоимость направлений лечения в хх, стандартный номер..	27
Таблица 23. Продолжительность и стоимость направлений лечения в хх, стандартный номер..	27
Таблица 24. Продолжительность и стоимость направлений лечения в хх, номер люкс	27
Таблица 25. Характеристики SPA-комплекса	27
Диаграмма 24. Готовность приехать в Хх для отдыха и лечения, %.....	29
Таблица 26. Ожидания от посещения Хха для отдыха и лечения.....	29
Диаграмма 25. Состав потенциальных приезжающих, %.....	30
Диаграмма 26. Срок отдыха и лечения в санатории, %	30
Таблица 27. Причины выбора сроков отдыха и лечения в санатории	30
Диаграмма 27. Кем осуществлялся выбор санатория.	31
Диаграмма 28. Критерии выбора санаторно-курортной организации, %	31
Таблица 28. Причины выбора санатория, положительные и отрицательные моменты	31
Диаграмма 29. Тип номера, в котором предпочитают проживать в санатории, %	32
Диаграмма 30. Выгодная цена за проживание и лечение, руб./сутки с 1 человека.....	32
Диаграмма 31. Высокая цена, но купили бы путевки, руб./сутки с 1 человека.....	32
Диаграмма 32. Слишком высокая цена, не купили бы, руб./сутки с 1 человека	32
Диаграмма 33. Слишком низкая цена, не купили бы, руб./сутки с 1 человека	33
Рисунок 11. Определение оптимальной стоимости методом PSM, рублей/сутки с 1 человека, стандартный и улучшенный номер	33
Рисунок 12. Конкурентное позиционирование участников рынка.....	34
Таблица 29. Элементы конкурентного позиционирования санаторно-курортного комплекса «Хх».....	34
Таблица 30. Элементы комплекса маркетинга.....	34
Таблица 31. Основные риски Проекта.....	36
Таблица 32. Показатели, используемые при расчете доходной части проекта	37
Диаграмма 34. Прогноз выручки Проекта по кварталам, млн. рублей	
Диаграмма 35. Прогноз выручки по годам, млн. рублей	37

1. Определение конкурентной среды

В России на сегодня насчитывается около 1 800 санаториев, в которые направляются около 6,5 миллионов человек в год для лечения хронических заболеваний.

Сегмент Medical Spa находится на стыке традиционных Wellness & Spa отелей и санаторно-курортного комплекса. Medical Spa – это возможность получить сервис, который традиционно предоставляется в поликлиниках или консультационных центрах при больницах, однако в комфортных условиях рекреационного комплекса.

Услуги, соответствующие понятию рынка Medical Spa, в настоящее время предоставляются на базе отелей категории от 4*. Объекты, которые позиционируются в более низкой ценовой категории, по совокупности факторов, не относятся к рынку Medical Spa, а входят в традиционный санаторно-курортный сегмент.

В Medical Spa есть качественный номерной фонд, питание и сервис, набор дополнительных услуг в сфере развлечений. Ключевой составляющей являются водные процедуры и релаксация.

У сегмента Medical Spa есть важное отличие от традиционного санатория - подходы к оздоровлению базируются на принципах превентивной и интегративной медицины, основной своей задачей ставит комплексную диагностику состояния всех систем организма для минимизирования рисков наступления заболеваний в будущем или ухудшения текущих состояний.

Лечебный процесс, основанный на принципах интегративной медицины, имеет в своем арсенале широкий инструментарий традиционных и нетрадиционных методов воздействия на все системы организма в целом, а не только на ту, которая дает выраженную симптоматику в конкретный момент времени.

Таблица 4. Отличия санаториев Medical SPA от традиционных санаторно-курортных комплексов

	Medical Spa	Традиционный санаторно-курортный комплекс
Ценовая категория		
Номерной фонд		
Метод лечения		
На чем основан выбор лечения		
Процедуры		
Дополнительные услуги		
Продолжительность лечения, дней		

Источник: маркетинговое агентство SDA

1.1. Анализ аналогичных туристических объектов и конкуренции в регионе

В 2019 г. рост доходов санаторно-курортных организаций Регионе по сравнению с 2018 г. составил 18,8% и достиг xx млн. рублей. В 2020 г. в связи с эпидемией, доходы xx в xx раза до уровня xx5 млн. рублей. В 2021 г. доходы составили xx7 млн. рублей.

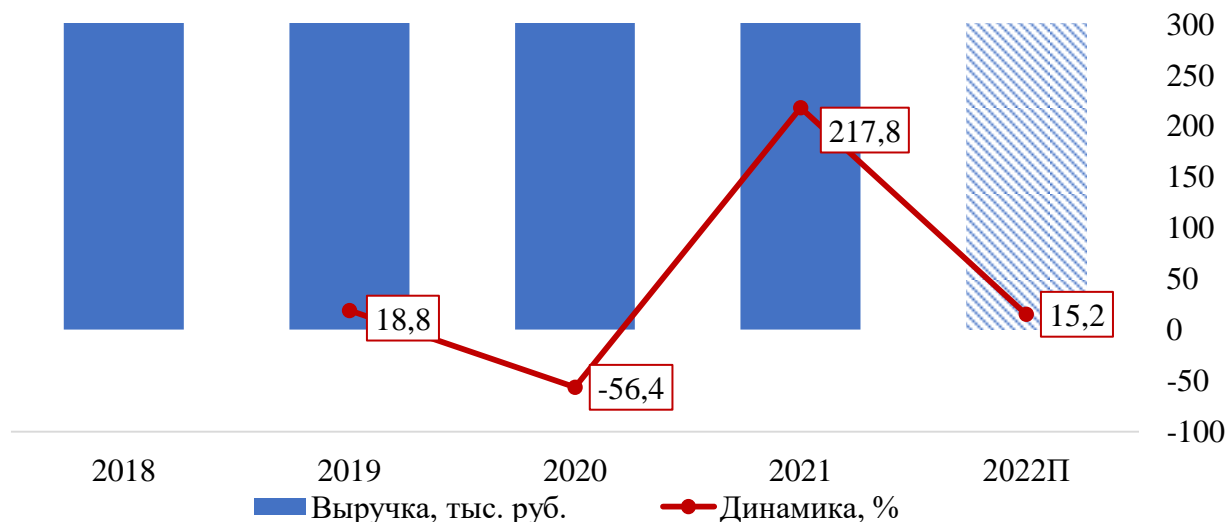
Таблица 5. Доходы санаторно-курортных организаций от предоставляемых услуг без НДС, акцизов и аналогичных платежей в Регионе

	2018	2019	2020	2021	Янв-июнь 2022
Выручка, тыс. руб.					
Динамика, %					

Источник:

С января по июнь 2022 года в санаторно-курортных организациях Регионе доходы составили xx млн. рублей, что на xx% больше, чем в аналогичном периоде 2021 года. По итогам 2022 г. можно прогнозировать доходы в размере xx2 млн. рублей, что станет наивысшим показателем с 2018 г.

Диаграмма 1. Доходы санаторно-курортных организаций от предоставляемых услуг без НДС, акцизов и аналогичных платежей в Регионе



Источник:

В 2022 г. в Регионе действовало 13 санаторно-курортных организаций на xx коек, из них: 6 санаториев на xx коек, 1 детский санаторий на xx коек, 6 санаториев-профилакториев на xx коек. Потенциальными конкурентами комплекса в Регионе рассматриваются 12 санаториев для взрослых.

Таблица 6. Санаторно-курортные учреждения для взрослых в Регионе

№	Санаторий	Адрес	Сайт
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			

Источник: Информационно-правовой портал «Гарант», сайты компаний

В транспортной близости от xx находится 10 санаторно-курортных учреждений для взрослых. xx

Рисунок 6. Санаторно-курортные объекты в непосредственной близости

xx

1.2. Сравнительный анализ перечня услуг объектов в Регионе

По наличию и набору услуг санаторно-курортные организации Регионе можно разделить на 2 группы.

1. Широкий спектр как обязательных медицинских, так и дополнительных медицинских и развлекательных услуг. Это 5 санаториев: хх .

2. Оказывают только медицинские услуги, без дополнительных услуг, поэтому не являются конкурентами санаторно-курортного комплекса. Это «хх».

Также не являются конкурентами и не могут быть отнесены ни к одной группеххтом в горячем источнике.

Наиболее часто оказываются услуги по хх.

Среди видов оказываемых санаторно-курортных услуг чаще всего используются хх

Наиболее распространенный тип номера у конкурентов – хх-местный хх. Цена у компаний, предлагающих широкий спектр услуг, в целом мало отличается и составляет от хх рублей/сутки («хх») до хх рублей/сутки («хх»), в стоимость входит хх.

Стоимость проживания и лечения в улучшенном хх номере у компаний, предлагающих широкий спектр услуг, составляет от хх до хх рублей в сутки.

У 3 конкурентов есть в ассортименте хх и стоимость ее составляет хх рублей на 1 человека в сутки, включает хх (««Хх»», «Хх») и хх рублей на 1 человека в сутки («Хх»).

Из 10 конкурентов 6 компаний оказывают гостиничные услуги ххх и имеют соответствующие прайсы. Стоимость хх у компаний, предлагающих широкий спектр услуг, составляет от хх рублей/сутки («Хх») до ххх рублей /сутки («Хх»). В среднем же цена на проживание без лечения составляет хх% от стоимости цены с лечением («Хх», «Хх», «Хх») до хх% («Хх», «Хх»).

Таблица 7. Сравнение потенциальных конкурентов по лечению и реабилитации групп заболеваний

Болезни	Широкий спектр услуг					Только медицинские услуги				
	Xx	Xx	Xx	Xx	Xx	X _x	X _x	Xx	Xx	Xx
Крови, кроветворных органов										
Эндокринной системы										
Психические расстройства										
Нервной системы										
Сердечно-сосудистые, системы кровообращения,										
Органов дыхания										
Органов пищеварения										
Кожи и подкожной клетчатки										
Костно-мышечной системы										
Мочеполовой системы, урология										
Опорно-двигательного аппарата										
Гинекология										
Дерматовенерология										
Геронтология										
Реабилитации травм, несчастных случаев										
Реабилитация спортсменов										
Реабилитация после Ковид-19										

Источник: сайты компаний

Таблица 8. Сравнение потенциальных конкурентов по видам оказываемых санаторно-курортных услуг

	Широкий спектр услуг					Только медицинские услуги				
	Xx	Xx	Xx	Xx	Xx	Xx	Xx	Xx	Xx	Xx
Грязелечение										
Водолечение										
ЛФК										
Рефлексотерапия										
Массаж ручной										
Аппаратный массаж, вытяжение										
Процедурный кабинет										
Физиолечение										
Функциональная диагностика										
Электросветолечение (светотерапия, фонофорез, дарсонвализация, Милта и т.д)										
Магнитотерапия										
Лазеротерапия										
Аппаратная терапия (КВЧ, электрофорез и т.д.)										
Сухие углекислые ванны										
Фитотерапия и минеральная вода										
Кинезиотерапия										
Спелеотерапия										
Косметология										
Стоматология										
Ароматерапия, релаксация										
Другие услуги										

Источник:

Таблица 9. Цены на лечение и проживание в санаторно-курортном комплексе Регионе

	Широкий спектр услуг					Только медицинские услуги			
	Xx	Xx	Xx	Xx	Xx	Xx	Xx	Xx	Xx
Стоимость лечения и проживания (путёвка) для взрослых, руб./сутки									
1-местн. стандарт									
2-местн. стандарт									
3-4 местн. стандарт									
1-местн. улучшенный									
2-местн. улучшенный									
1-местн. люкс									
2-местн. люкс									
Путевка выходного дня									
Гостиничные услуги (либо оздоровительная путевка) без лечения, руб./сутки									
1-местн. стандарт									
2-местн. стандарт									
3-4 местн. стандарт									
1-местн. улучшенный									
2-местн. улучшенный									
1-местн. люкс									
2-местн. люкс									
Путевка выходного дня									

Источник:

Таблица 10. Цены на дополнительные услуги у компаний с широким спектром услуг

	Хх	Хх	Хх	Хх	Хх
Бильярд, руб./час					
Настольный теннис, руб./час					
Теннисный корт, руб./час					
Сауна финская, руб./час					
Сауна инфракрасная, руб./час					
Русская баня, руб./час					
Хамам, руб./час					
Бассейн плавание, руб./45 мин					
Аквааэробика, руб./час					
Мангал-беседка, руб./час					
Кедровая бочка, руб./15 мин					
Солярий, руб./1 мин.					
Инфракрасная сауна, руб./30 мин.					
Тренажерный зал, руб./час					
Прокат велосипедов руб./час					
Прокат роликов руб./час					
Прокат скейтборда, сногката руб./час					
Прокат лыж, руб./час					
Платная автостоянка, руб./сутки					
Кинотеатр, видеозал руб./час					
Футбол, волейбол, баскетбол руб./час					
Банкетный зал руб./час					
Конференц-зал, руб./час					
Аренда шатра, руб./сутки					

Источник:

1.3. Планы по строительству новых санаторно-курортных комплексов в Западной Сибири

По состоянию на октябрь 2022 года в Регионе ххкомплексов.

Ключевые проекты в санаторно-курортной сфере, о планах строительства или развития которых объявлено на ближайшие годы: хх

Рисунок 7. Новые санаторно-курортные объекты

xx

1. Расширение xx.
2. Проект комплексного развития территории xx.
3. Расширение xx

Таким образом, следует констатировать, что:

- планируемые новые санаторно-курортные объекты относятся либо к сегменту xx лечения («xx», «xx»), либо к сегменту xx («xx»). Новые объекты сегмента Medical SPA xx заявлены.
- все новые санаторно-курортные объекты находятся в xx от Xха, расстояние до ближайшего xx составляет ххкм;
- планы по строительству новых объектов направлены на xx туристических потоков из других регионов.

1.4. Санаторные комплексы сегмента Medical SPA 4* в xx

На территории xx сегмента Medical SPA 4*. Крупнейшими игроками рынка санаториев Medical SPA являются xx и комплекс «xx». Каждое из их юридических xx

Таблица 11. Основные характеристики санаторно-курортных комплексов Medical SPA 4* и Wellness & SPA

	xx	xx	xx	xx	xx
Кол-во мест					
Рейтинг Booking.com					
Номерной фонд					
Питание					
Год регистрации					
Численность персонала 2021 г., чел.					
Выручка 2021 г., млн. руб.					

Источник: сайты компаний

Стоимость путевки при 1-местном размещении в xx. Наиболее дорогие путевки – в xx, от xx рублей в сутки на 1 человека.

В указанных санаторно-курортных комплексах xx.

Таблица 12. Цены на проживание в санаторно-курортных комплексах Medical SPA 4* и Wellness & SPA

Стоимость проживания по путевкам для взрослых, руб./сутки/человека					
1-местн. размещение					

стандарт					
2-местн. размещение стандарт					
1-местн. размещение улучшенный					
2-местн. размещение улучшенный					
1-местн. размещение люкс					
2-местн. размещение. люкс					
Путевка выходного дня					

Источник:

Направления лечения и реабилитации, виды оказываемых услуг и перечень дополнительных услуг сегмента Medical SPA проанализированы в разделе «Перспективные направления реабилитации и видов услуг».

2. Оценка туристского потока и составление профиля гостя

2.1. Анализ туристического потока

Количество размещенных лиц в хх показало резкий хх 2020 г. и хх в 2021 г.,

Таблица 13. Динамика размещения в санаторно-курортных организациях регионов, чел.

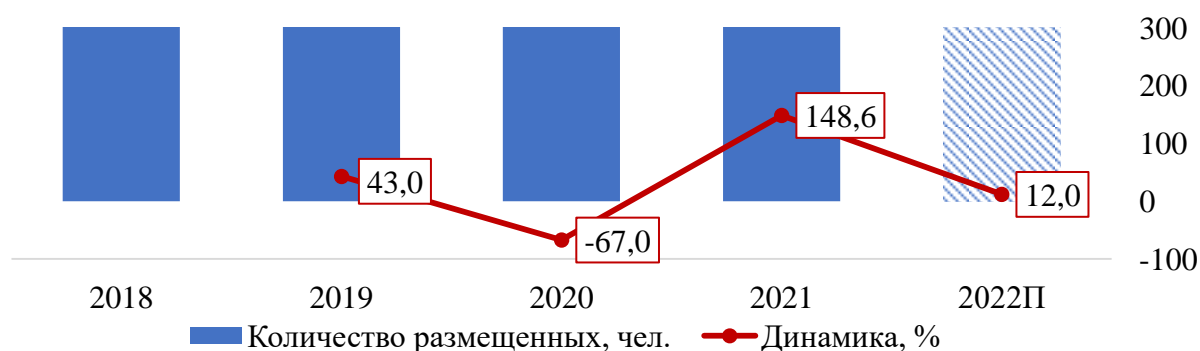
	2018	2019	2020	2021	Янв-июнь 2021	Янв-июнь 2022

Источник:

В 2019 г. рост количества размещенных с санаторно-курортных организация в Регионе составил хх% по сравнению с 2018 года и достиг уровня хххчеловек. В 2020 г. в связи с эпидемией коронавируса, численность размещенных составило хх человек, что на хх% меньше, чем в 2019 году. В 2021 г. количество размещенных хх на хх% (хх человек).

С января по июнь 2022 года в санаторно-курортных организациях Регионе было размещено хх человек, что на хх% больше, чем в аналогичном периоде 2021 года. Ожидается, что по результатам 2022 года количество человек, размещенных в санаторно-курортных организациях Регионе, составит ххх человек.

Диаграмма 2. Размещение в санаторно-курортных организациях Регионе



Источник:

Соотношение между численностью населения региона и количеством размещенных в санаторно-курортных организациях показывает, что по этому показателю Ххая область занимает последнее место среди 6 ближайших регионов.

Таблица 14. Соотношение между численностью населения и количеством размещенных в санаторно-курортных организациях в 2021 г.

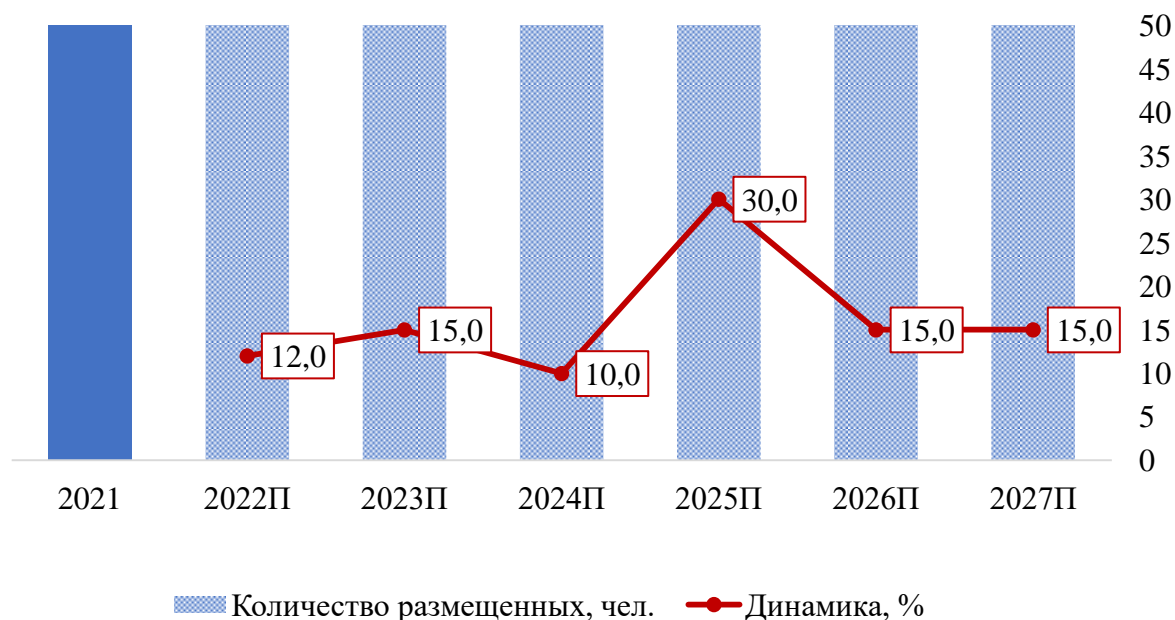
	Численность населения на 1 янв. 2022, чел.	Кол-во размещенных в СКО, чел.	Кол-во размещенных в СКО на 1000 чел.

Источник:

В 2021 г. на 1000 жителей в Регионе приходилось хх размещенных в хх, что является хх среди изучаемых регионов. Это свидетельствует о явном недостатке санаторно-курортных организаций в регионе и о неудовлетворенном спросе на услуги санаторно-курортного лечения.

Прогноз туристического потока основан на хх.

Диаграмма 3. Прогноз туристического потока



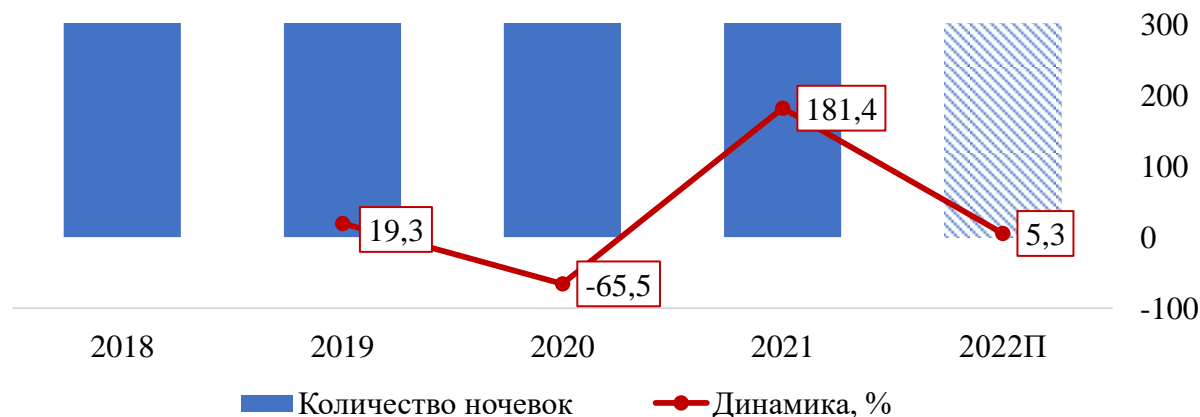
Источник: Маркетинговое агентство SDA

2.2. Сезонность спроса

В 2021 г. количество ночевков практически восстановилось до уровня 2019 г. и составило хх тысяч. В 2020 г. наблюдался резкий хх количестве размещений

За период январь-июнь 2022 г. в санаторно-курортных организациях Регионе было ххночевков, что на хх% больше, чем за тот же период 2021 г. Это позволяет предположить, что по итогам 2022 г. хх.

Диаграмма 4. Количество ночевков в санитарно-курортных организациях Регионе



Источник:

Согласно нормативу, установленному хх, лечение в хх тдлится от хх до хх дня. Средняя продолжительность размещения граждан в Регионе в 2021 году составляла хх ночей, в январе-июне 2022 года – хх ночей.

Таблица 15. Соотношение количества ночевков и размещенных, человек

	2018	2019	2020	2021	Янв-июнь 2022
Количество размещенных					
Количество ночевков					
Ночей на человека					

Источник:

Загрузка хх организаций имеет ярко выраженную сезонность. Пик сезона приходится на хх.

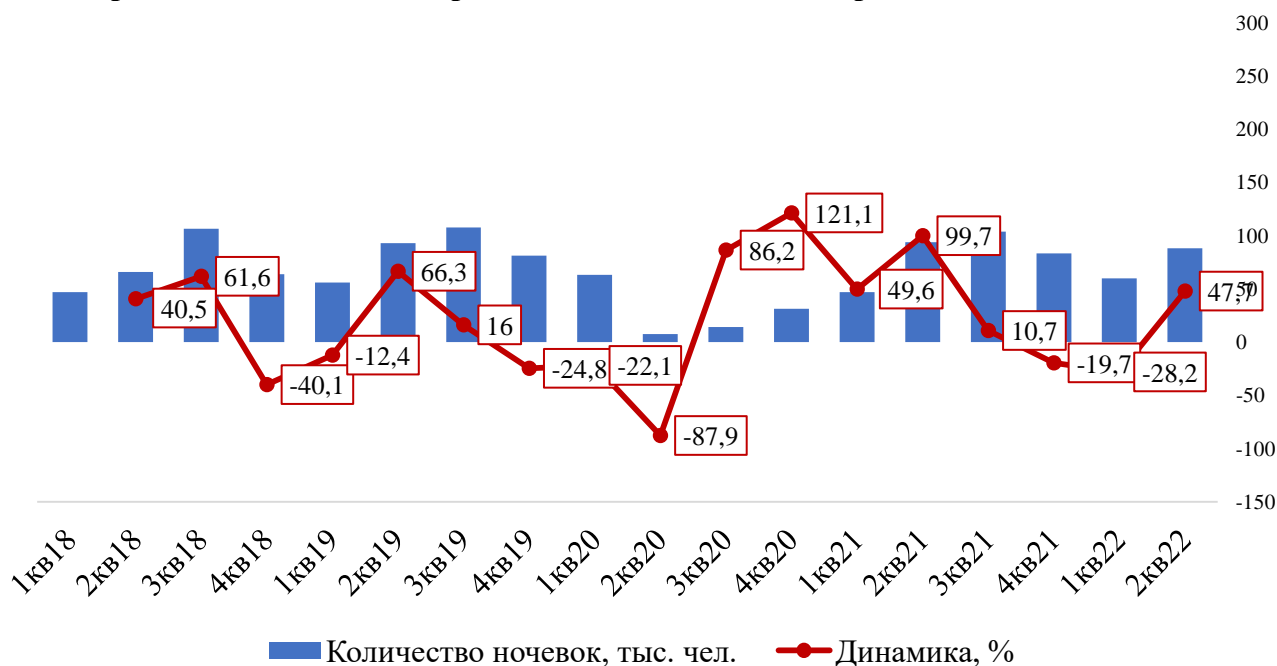
Таблица 16. Число ночевков в санаторно-курортных организациях Регионе

	2018	2019	2020	2021	2022
Январь – март (1 квартал)					
Апрель – июнь (2 квартал)					
Июль – сентябрь (3 квартал)					
Октябрь – декабрь (4 квартал)					
Итого					

Источник:

хх

Диаграмма 5. Сезонность спроса на ночевки в хх по кварталам



Источник:

2.3. Методика проведение онлайн опроса

Для оценки текущей и перспективной востребованности предложения по туризму медицинского профиля и составления портрета потенциального потребителя (профиля туристов), с 3 по 7 ноября 2022 года проводился онлайн опрос.

Расчет размера репрезентативной выборки:

Доверительная вероятность («точность»): 95%

Доверительный интервал («погрешность»): $\pm 10\%$

Генеральная совокупность: хх.

Требуемый размер выборки: хх результативных анкет.

К участию в опросе приглашались жители хх. Анкета в Приложении 1.

За время проведения онлайн опроса хханкет дисквалифицировано, т.к. не подошли по требованиям участников. Получено хх результативных (полностью заполненных) анкет. Таким образом, данные репрезентативные.

2.4. Профиль туристов

Среди респондентов хх.

Диаграмма 6. Возраст, %

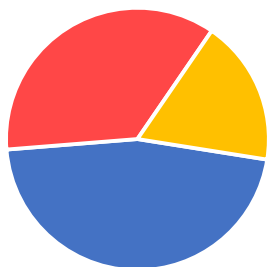


Диаграмма 9. Семейное положение, %

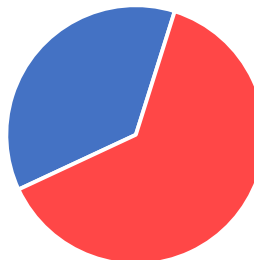


Диаграмма 7. Личный доход, %



Диаграмма 10. Дети до 18 лет, %

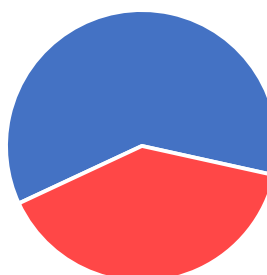


Диаграмма 8. Образование, %

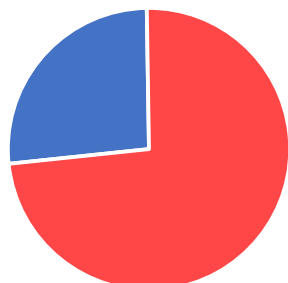
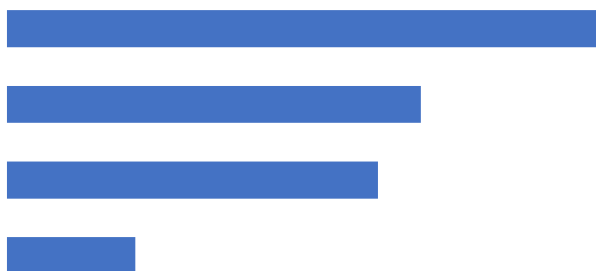


Диаграмма 11. Занятость, %



Основной акцент исследования был сделан на хх.

Диаграмма 12. Регионы проживания, %

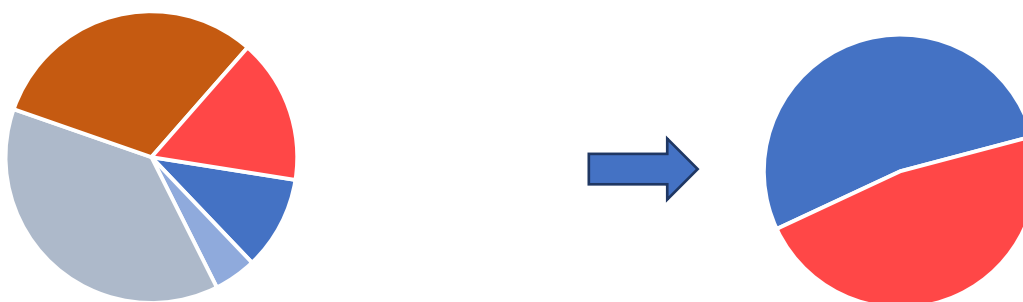


Источник:

При туристических поездках в отели, гостиницы, дома отдыха респонденты почти поровну разделились на тех, кто предпочитает останавливаться хх.

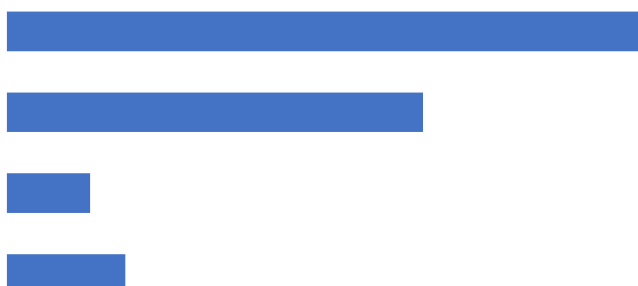
Половина респондентов посетили кхх уровня Medical SPA или Wellness \$ SPA.

Диаграмма 13. Предпочтения в выборе звездности гостиниц, %



Источник:

Диаграмма 14. Санаторно-курортные учреждения, которые посетили за 2 года, %



Источник:

2.5. Анализ основных сегментов туристов

На основании анализа конкуренции, анализа данных о потенциальных потребителях и нормативно-правовых документов определены следующие сегменты потребителей:

1. хх
2. хх

Каждый из выделенных сегментов обладает своими особенностями в зависимости от потребностей в основных и дополнительных услугах и обуславливаемой ими модели поведения.

Таблица 17. Особенности целевых сегментов

Целевые сегменты	Сегмент 1. Оздоровительный, профилактический туризм	Сегмент 2. Реабилитация и лечение перенесенных заболеваний
Предпочтительный вид учреждения		
Регионы		
Наличие заболеваний		
Как происходит выбор учреждения		
Требования к номерному фонду		
Требования к дополнительным услугам, проведению досуга		
Продолжительность лечения, дней		

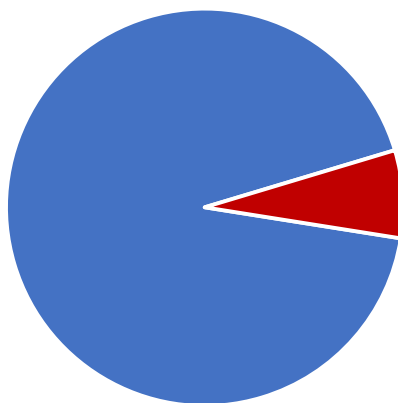
Источник: маркетинговое агентство SDA

Сегмент 1. Хх

Сегмент 2. хх

Таким образом, формирование спроса для представителей хх происходит на стыке хх.

Диаграмма 15. Доля сегментов среди всех посещавших санаторно-курортные учреждения России в 2021 г.



Источник: Ассоциация оздоровительного туризма и корпоративного здоровья России

хх

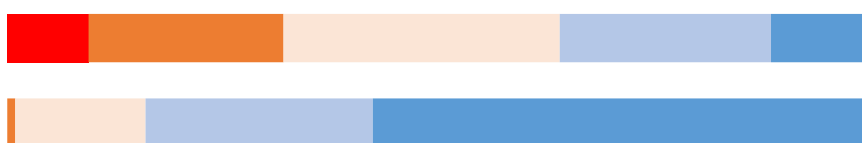
Диаграмма 16. Основная причина посещения санатория, %



Источник:

Даже при наличии уже поставленного диагноза, практически все респонденты **xx** готовы **xx**

Диаграмма 17. Принцип получения процедур, %



■ Совершенно не согласен ■ Скорее не согласен ■ Затруднились ■ Скорее согласен ■ Полностью согласен

Источник:

Доля тех, кто готов

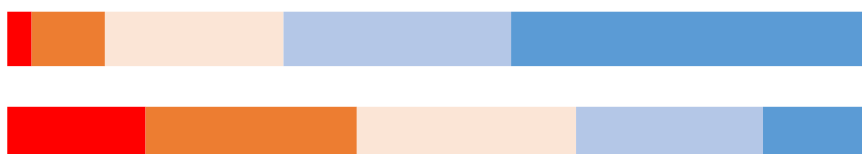
Диаграмма 18. Готовность к поездке в санаторий в другие регионы и страны, %



Источник:

Респонденты чувствительны к **xx**

Диаграмма 19. Необходимое качество номерного фонда, %



Источник:

Среди представителей выборочной совокупности исследования крайне мало тех, кому **xx**

Диаграмма 20. Необходимость дополнительных услуг, кроме лечебных, %



Источник: онлайн-опрос, n=106

3. SWOT-анализ

3.1. SWOT-анализ

Анализ предлагаемой территории и характеристик проекта позволил выделить следующие внешние и внутренние характеристики хх.

Таблица 18. SWOT-анализ территории санатория «Хх»

Сильные стороны	Слабые стороны
	•
Возможности	Угрозы
	•

Источник: маркетинговое агентство SDA

хх

3.2. Анализ воздействия на окружающую среду

Строительство хх негативного воздействия на окружающую среду. Для этого предусмотрены все необходимые мероприятия:

Хх

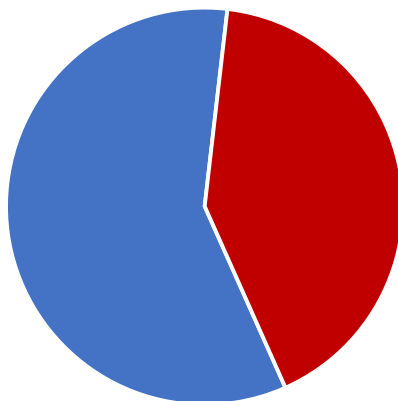
4. Текущая и перспективная востребованность предложения по туризму медицинского профиля

Анализ представленных данных статистически позволяет выделить сегмент «хх», представители которого:

- Хх
- Х
- Х
- Х
- х

Остальных потенциальных потребителей рассматриваем как принадлежащих к сегменту «хх», нацеленных на хх.

Диаграмма 21. Доля сегментов среди всех потенциальных потребителей ближайших регионов, %.



Источник: онлайн-опрос, n=106

Таким образом, доля готовых к хх.

Таблица 19. Отличительные особенности представителей сегментов

Пол	Женщина Мужчина
Возраст	30-39 40-49 50 и старше
Семейное положение	Не женаты Женаты
Личный доход, руб.	39 000 и менее 40 000 – 59 000 60 000 и более
Образование	Нет высшего Высшее
Дети до 18 лет	Нет либо проживают отдельно Есть и проживают

совместно
Занятость
Предпочитают отдыхать в отелях
Регион

Источник:

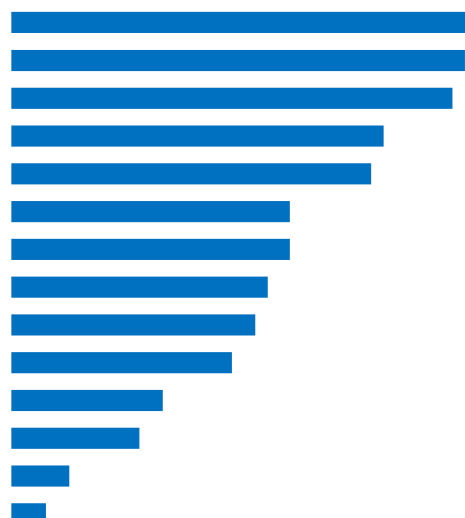
Сравнение сегментов по социально-демографическим и поведенческим характеристикам свидетельствует, в частности, что:

- ХХ
- ХХ
- ХХ

4.1. Востребованность видов услуг

Среди хронических и перенесенных заболеваний наиболее часто встречались ХХ.

Диаграмма 22. Хронические и перенесенные за последние 2 года заболевания, %



Источник:

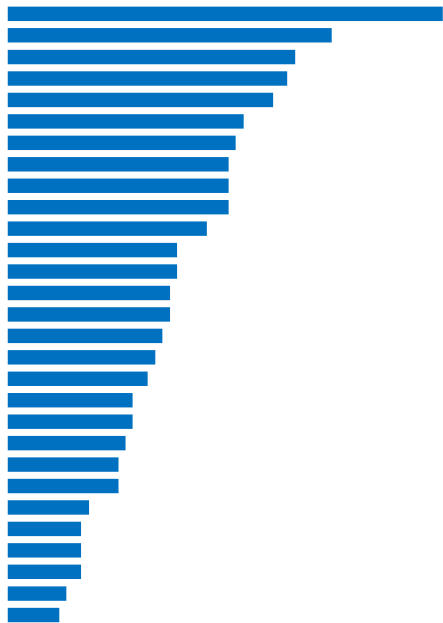
Значимых различий между представителями сегментов по наличию заболеваний ХХ выявлено.

Анализ ответов на вопросы о видах услуг, за которые готовы заплатить дополнительно к лечебным процедурам, показал следующие тенденции.

- Хх

• хх

Диаграмма 23. Виды услуг, за которые готовы заплатить дополнительно к лечебным процедурам, %



Источник:

4.2. Перспективные направления реабилитации и лечения, новые виды услуг

Для уточнения перечня перспективных направлений и услуг рассмотрим предложение конкурентов, действующих в сегментах Medical SPA и Wellness & Spa.

Направление, которое присутствует у всех без исключения конкурентов – хх

Таблица 20. Продолжительность и стоимость направлений лечения в хх

	Продолжительность, суток	Стоимость, руб./сутки/чел.

Источник:

В санатории в хх, так же, как в хх, направления оздоровления и хх. Ценовая категория от хх рублей в сутки на 1 человека.

Таблица 21. Продолжительность и стоимость направлений лечения в хх

	Продолжительность, суток	Стоимость, руб./сутки/чел.

Источник:

xx

Таблица 22. Продолжительность и стоимость направлений лечения в xx

	Продолжительность, суток	Стоимость, руб./сутки/чел.

Источник:

xx

Таблица 23. Продолжительность и стоимость направлений лечения в xx

	Продолжительность, суток	Стоимость, руб./сутки/чел.

Источник:

xx

Таблица 24. Продолжительность и стоимость направлений лечения в xx

	Продолжительность, суток	Стоимость, руб./сутки/чел.

Источник:

xx

Таблица 25. Характеристики xx

Кол-во и тип бассейнов					
Особенности бассейнов					
Бани и сауны					
SPA-					

процедуры за отдельную плату					
Beauty- процедуры,					
Примеры SPA и Beauty- процедур					

Источник:

Что касается особенных процедур, которые компании позиционируют как оригинальные методики, xx

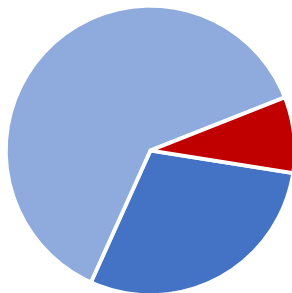
5. Возможности для роста туристического потока

Возможности роста туристического потока заключаются прежде всего в хх

5.1. Соответствие ожиданиям от посещения Хха

хх

Диаграмма 24. Готовность приехать в Хх для отдыха и лечения, %



Источник: онлайн-опрос, n=106

Ожидания медицинских туристов от посещения Хха:

- Хх
- хх

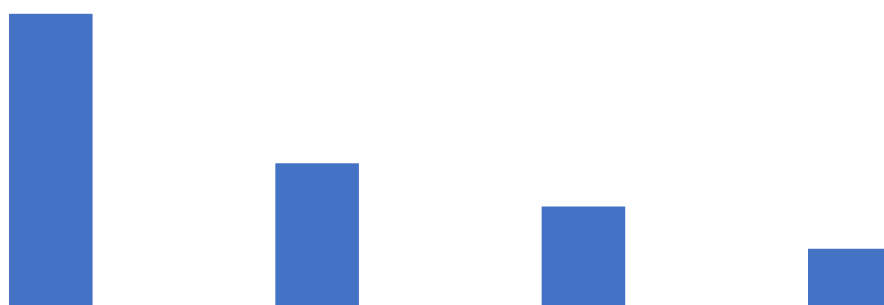
Таблица 26. Ожидания от посещения Хха для отдыха и лечения

Ожидания	Обоснование (характерные высказывания)
	•
	•
	•
	•

Источник: онлайн-опрос, n=106

Примерно поровну потенциальных туристов xx

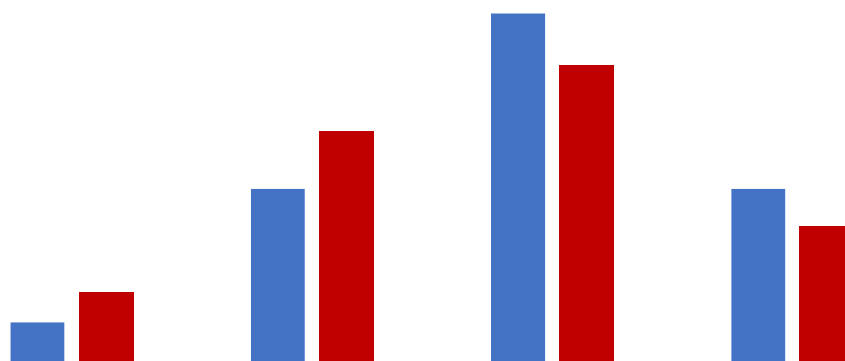
Диаграмма 25. Состав потенциальных приезжающих, %



Источник:

xx

Диаграмма 26. Срок отдыха и лечения в санатории, %



Источник:

В таблице представлены наиболее характерные высказывания по выбору срока отдыха и лечения в санатории. xx

Таблица 27. Причины выбора сроков отдыха и лечения в санатории

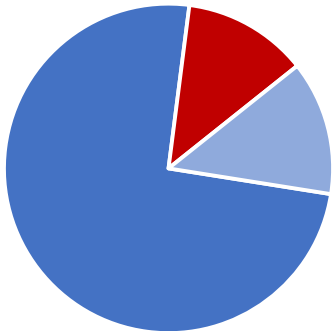
Срок	Обоснование (характерные высказывания)
2-3 дня (путевка выходного дня)	•
4-10 дней	•
11-14 дней	•
15 и более дней	•

Источник:

5.2. Соответствие критериям выбора и ожиданиям от посещения санатория

Выбор санатория в xxx случаев осуществляется xx.

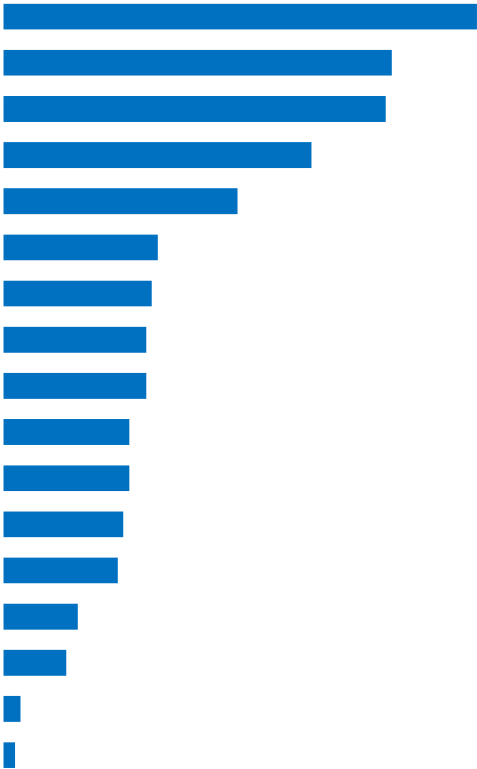
Диаграмма 27. Кем осуществлялся выбор санатория.



Источник:

xx

Диаграмма 28. Критерии выбора, %



Источник:

Позитивные моменты xx

Негативными моментами посещения xx

Таблица 28. Причины выбора санатория, положительны и отрицательные моменты

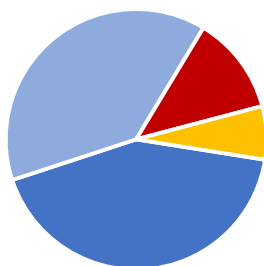
Срок	Обоснование (характерные высказывания)
Позитивные моменты	•
Негативные моменты	•

Источник: онлайн-опрос, n=106

5.3. Соответствие ожиданиям по номерному фонду, цене проживания и лечения

Респонденты исследования при проживании xxx потребительских сегментов.

Диаграмма 29. Тип номера, в котором предпочитают проживать в санатории, %



Источник:

Почти половина сегмента «xx» предпочитает уххе номера, среди этого сегмента также намного более предпочитающих хх. В сегменте «хх», напротив, больше половины предпочитают ххномера.

Выгодной ценой, по мнению большинства участников исследования, является диапазон от хх до хх рублей за сутки лечения и проживания с человека. Высокой ценой, при которой все же купили бы путевки, является диапазон от хх до хх рублей.

Пороговыми высокими ценами, при которых произойдет отказ от покупки, являются хх, ххи хх0 рублей, в зависимости от хх. Ценой, при которой возникнут сомнения в качестве и произойдет отказ от покупки, являются дохх рублей за сутки лечения и проживания с человека

Диаграмма 30. Выгодная цена за проживание и лечение, руб./сутки с 1 человека

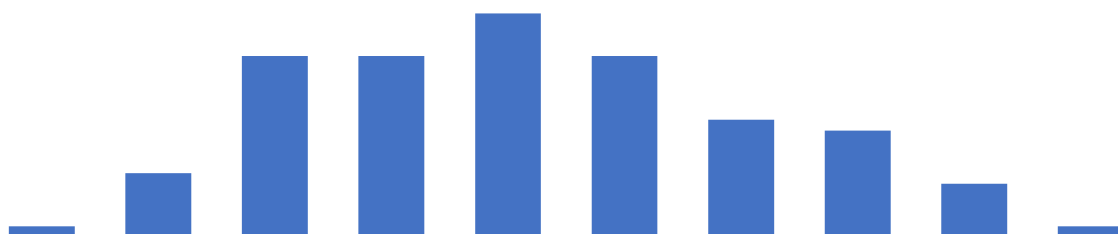


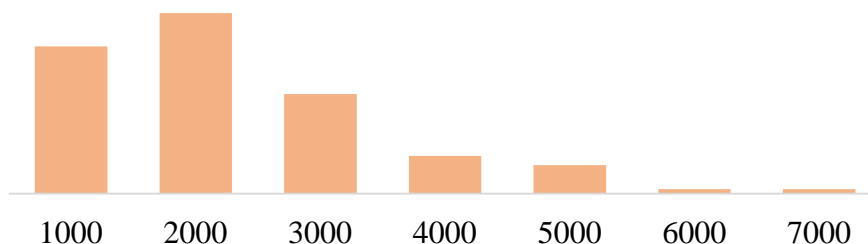
Диаграмма 31. Высокая цена, но купили бы путевки, руб./сутки с 1 человека



Диаграмма 32. Слишком высокая цена, не купили бы, руб./сутки с 1 человека



Диаграмма 33. Слишком низкая цена, не купили бы, руб./сутки с 1 человека



Источник

Данные используются для построения схемы определения оптимальной стоимости PSM (Price Sensitivity Meter), еще называемой методом Питера Ван Вестендорпа. В данной схеме представлены предпочтения всех потенциальных покупателей, среди которых в основном предпочитают стандартные и улучшенные номера. Построение такой схемы применительно в каждому из сегментов невозможно из-за снижения точности данных при уменьшении выборки.

Пересечения распределений дают 4 точки, определяющие ценовой диапазон.

Приемлемый ценовой диапазон стандартных и улучшенных номеров расположен между точками «Предельно дешево» (около хх рублей) и «Предельно дорого» (чуть менее хх рублей). Оптимальная цена хх рублей, безболезненно повышение цены до «Точки безразличия» хх рублей.

Цена хх рублей еще является приемлемой, по такой цене, как показано в диаграмме, но по такой цене купили бы путевку хх%, хотя и сочли цену дорогой. При цене хх рублей и выше будет массовый отказ от покупки путевок в стандартные и улучшенные номера.

Рисунок 11. Определение оптимальной стоимости методом PSM, рублей/сутки с 1 человека, стандартный и улучшенный номер

хх

Источник:

6. Разработка стратегии продвижения хх

6.1. Конкурентное позиционирование

Определим конкурентное позиционирование участников рынка в осях: «высокая цена – низкая цена», «традиционные санаторно-курортные комплексы – Wellness & SPA отели», и выделим стратегическую группу Medical SPA, в которую может входить санаторно-курортный комплекс «Хх»

При конкурентном позиционировании важно учитывать, что происходит взаимопроникновение компаний, относящимся к разным стратегическим группам. хх

В стратегическую группу Medical SPA входят хх

Рисунок 12. Конкурентное позиционирование участников рынка

хх

Источник: маркетинговое агентство SDA

С точки зрения конкурентного позиционирования и ожиданий потребителей, санаторию «Хх» следует установить уровень цен, примерно соответствующий ценам хх

Таблица 29. Элементы конкурентного позиционирования санаторно-курортного комплекса «Хх»

	Сегмент 1. хх	Сегмент 2. хх
Доля сегмента		
Критические факторы успеха (КФУ)	•	•
Возможности обретения конкурентных преимуществ (КП) - примеры	•	•

Источник: маркетинговое агентство SDA

6.2. Комплекс маркетинга

Комплекс маркетинга (Marketing mix) направлен на основную и дополнительную целевую аудиторию (ЦА)

Таблица 30. Элементы комплекса маркетинга

	Сегмент 1. хх	Сегмент 2. хх
Продуктовая стратегия	•	•
Ценовая стратегия	•	•
Каналы продаж	•	•
Стратегия продвижения	•	•

Источник: рекомендации консультанта

7. Основные риски проекта и способы минимизации рисков

Основные риски оцениваются с точки зрения вероятности их возникновения и степени опасности, ведущей к потерям.

xx

Таблица 31. Основные риски Проекта

Описание риска	Вероятность возникновения			Степень опасности/потерь		
	низкая	средняя	высокая	неопасный	допустимый	опасный
Внешние факторы риска						
Внутренние факторы риска						

Источник: Маркетинговое агентство SDA

Способы минимизации рисков Проекта представлены в таблице ниже.

Таблица 32. Способы минимизации основных факторов риска

Описание риска	Способы минимизации
Внешние факторы риска	
	•
	•
	•
	•
	•
	•
	•
Внутренние факторы риска	
	•
	•
	•
	•
	•
	•
	•

Источник: Маркетинговое агентство SDA

8. Оценка доходной части проекта

При составлении прогноза доходной части санатория «Хх» заложены следующие предпосылки:

- X_X
- X_X
- $xx;$

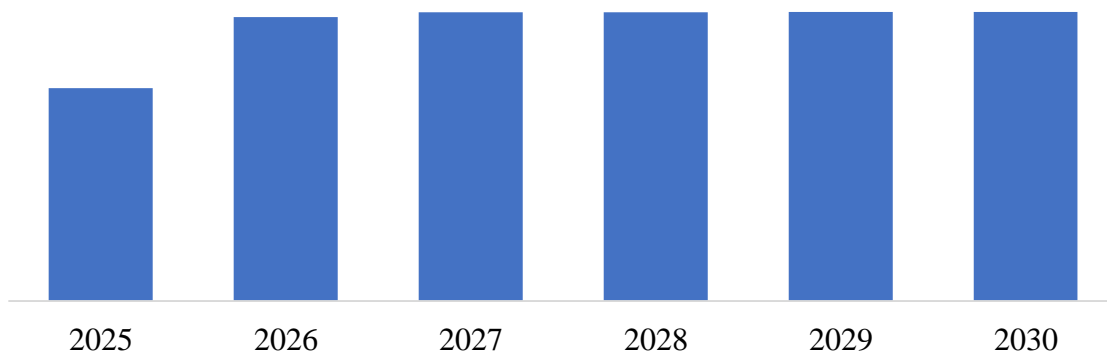
Таблица 32. Показатели, используемые при расчете доходной части проекта

[illegible]

Источник: Маркетинговое агентство SDA

XX

Диаграмма 35. Прогноз выручки по годам, млн. рублей



Источник: Маркетинговое агентство SDA

Приложение 1. Анкета онлайн опроса

xx