Крамаренко В.И., Радченко Н.В. **УДК 339.13.012.42:658.64:646.7+613(477)**

РЫНОК УСЛУГ КОСМЕТОЛОГИИ В СИСТЕМЕ МЕДИЦИНСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ УКРАИНЫ И ЕЕ РЕГИОНОВ

Постановка проблемы.

Качество медицинского обслуживания населения во многом определяется множеством факторов, среди которых основное значение имеет уровень развития здравоохранения в целом и всех его структурных составляющих. Здравоохранение – это совокупность мер политического, экономического, социального, правового, научного, медицинского, санитарно-гигиенического, противоэпидемического и культурного характера, направленных на сохранение и укрепление физического и психического здоровья каждого человека, поддержание его долголетней активной жизни, предоставление ему разнообразных медицинских услуг.

Согласно официальным статистическим данным Министерства здравоохранения Украины, в нашей стране сложилась очень непростая ситуация с состоянием здоровья населения, основные показатели которого – средняя продолжительность жизни, уровень смертности и заболеваемости – далеко не оптимистические и в последние годы имеют тенденцию к ухудшению.

Общество и государство ответственны перед современным и будущим поколениями за уровень здоровья и обеспечение генофонда народа Украины, они должны обеспечивать приоритетность охраны здоровья, грамотное управление развития физических и духовных сил, высокой трудоспособности и долголетию граждан, а также внедрение здорового образа жизни, особую роль в формировании которого занимает косметология.

Косметология подразумевает под собой использование самых передовых технологий и методов, знаний и достижений в медицинском обслуживании для получения наилучшего результата, каким является здоровье и молодость человека. Забота о красоте человека начинается с его здоровья, а косметология напрямую связана с восстановлением здоровья, тех жизненно важных элементов, благодаря которым мы и можем выглядеть красиво и молодо.

Косметология - (греч. kosmetike – «искусство украшать»)- это искусство сохранять красоту и улучшать вид человека, омолаживать его. Косметология невозможна не только без современных знаний в области общей биологии, диетологии, биохимии, биофизики, фармакологии, но и наличия развитой материально-технической базы здравоохранения, высокопрофессиональных специалистов, предоставляющих качественные услуги оздоровления.

Актуальность данного исследования определяется объективностью становления рынка услуг косметологии в рыночной экономике и его влиянием на развитие здоровья населения.

Цель: на основе изучения рынка услуг косметологии определить направления его развития в Украине и ее регионах.

Достижение намеченной цели требует решения следующих задач:

- уточнить место и роль услуг косметологии в медицинском обслуживании населения;
- провести анализ рынка средств, обеспечивающих предоставление качественных услуг косметологии;
- предложить пути совершенствования стратегии развития рынка услуг косметологии на современном этапе его развития.

Изложение основного материала. Косметология – вид деятельности, которая базируется прежде всего на знаниях основ дерматологии, поскольку кожа, ее строение, функции, возрастные и половые особенности являются основным предметом интереса косметологов. Дерматология – раздел медицины, занимающийся диагностикой и лечением кожных заболеваний. Большинство косметологических процедур направлены на восстановление кожи человека, лечение дефектов, устранение недостатков кожи и борьбу с ее старением. Косметология сочетает в себе множество медицинских исследований, новых технологий, знания ведущих специалистов-косметологов. Исследования в области косметологии свидетельствуют, что если правильно подобрать препараты и методики, соответствующие сезону и возрасту, то можно регулировать обменные процессы в коже и максимально отсрочить внешние проявления старения.

В косметологии разделяют два больших направления – эстетическую косметологию и клиническую. Развиваясь огромными темпами, этот раздел человеческих знаний значительно расширился за счет использования самых передовых технологий и методов для достижения наилучшего результата.

Современные косметологические институты и работающие в них специалисты-косметологи – это люди, которым можно довериться. Практически неограниченное количество различных методов и процедур в косметологии позволяют многим потребителям найти именно то, что необходимо в данный момент, будь-то просто избавление от «веснушек» на лице или борьба с глубокими морщинами. Но главным в искусстве косметологии все же остается подбор сочетаемых методик и препаратов. Поэтому в любой точке мира в косметологических центрах и клиниках работают опытные врачи-косметологи, часто – кандидаты и доктора медицинских наук. Они не только владеют всеми современными косметологическими методиками, но и постоянно совершенствуют свои знания и навыки в области медицинского обслуживания населения.

У каждого человека – свой организм, который определяет свой тип кожи и проблемы, которые могут с ним возникнуть. Многие из них имеют вполне определенные проблемы со здоровьем. Поэтому для каждого человека, приходящего в косметологический центр, разрабатывается своя, индивидуальная программа методик и препаратов, которые следует применить. Продолжительность при схожих проблемах тоже может меняться для каждого человека. Именно поэтому специалисты-косметологи всегда актуальны, что

оказывает непосредственное воздействие на формирование рынка услуг косметологии, устойчивый рост их предпочтения.

В то же время, косметология – это не только трудоемкая работа специалиста, но и самого клиента по уходу за своей кожей. Косметология подчас творит чудеса, однако, и мы сами должны помочь им свершиться. Следить за состоянием своей кожи необходимо постоянно. Хорошо выглядеть в любом возрасте, заботиться о своем здоровье, иметь привлекательный имидж – это всегда модно и просто необходимо независимо от пола и возраста, что и определяет объем спроса на услуги косметологии, воздействует на устойчивость тенденции к развитию медицинского обслуживания населения страны и ее регионов.

Услуга косметологии имеет множество характеристик, среди которых: 1) особая потребительная стоимость, 2) нематериальность, 3) обладает единством процесса труда и потребления, 4) направлена на достижение не только экономической, но и социальной эффективности, 5) зависит в первую очередь от наличия единства проявления факторов внутреннего и внешнего характера при организации процессов труда и потребления во времени и пространстве (места оказания), что, соответственно, требует применения особых методов управления (регулирования).

При оказании услуг косметологии возникает объективное противоречие между качеством труда косметолога и качеством данной особой потребительной услуги в форме медицинского обслуживания, преодоление которого возможно посредством оптимизации управления как производством, так и потреблением данных услуг. При этом, следует иметь ввиду, что в Украине и ее регионах сформировался единый рынок услуг косметологии, для которого характерны наличие, во-первых, общего потребления данного вида медицинских услуг; во-вторых, общих условий организации предложения услуг косметологии и их реализации; в-третьих, ценообразования на основе действия законов рыночной экономики: цен, прибыли, конкуренции и т.д. Данная тенденция существенно актуализирует проблему научного обоснования развития медицинского обслуживания населения посредством стратегического управления специализированной отраслью системы здравоохранения – косметологией. Новые подходы к организации рынка услуг косметологии позволят повысить не только конкурентоспособность данной отрасли, но и социально-экономическую эффективность, рост благосостояния населения страны и ее регионов.

Зарождение рынка услуг частной медицины в Украине датируется началом 90-х годов XX столетия. Первыми были частные кабинеты таких врачей, как стоматологи, урологи, гинекологи, венерологи. Затем стали появляться узкопрофильные медицинские центры и лишь после них – многофункциональные клиники. Такая услуга, как стоматология, относилась к разряду платных еще в советские времена. Именно поэтому приватных дантистов называют первыми представителями частной медицины в независимой Украине. На начало 90-х приходится и формирование крупных многопрофильных центров, таких как «Медиком» и «Борис», которые сегодня считаются визитной карточкой украинской частной медицины. Их история начиналась с предоставления услуг скорой помощи, затем – комплексных поликлинических услуг. Привлекать деньги для развития было неоткуда, поэтому основатели вкладывали в бизнес собственные средства, арендовали помещения, закупали подержанные автомобили и «не первой свежести» аппаратуру. Кроме стоматологии и скорой помощи, в начале 90-х стала активно развиваться и частная гинекология. Первой клиникой стала «Исида», открытая в 1995 году в одном из корпусов столичной детской больницы «Охматдет».

Помимо реально работающих предприятий на рынке присутствовало большое количество спекулятивных игроков, получивших лицензию, однако реально не занимавшихся медицинской деятельностью. К нынешнему времени их число существенно сократилось. Несмотря на появление солидных частных медучреждений, даже сейчас рынок нельзя назвать цивилизованным и до конца сформировавшимся.

Огромное воздействие на развитие рынка медицинских услуг, в том числе и услуг косметологии, оказывает рынок фармацевтических средств.

Так, в 2010 г. объем фармацевтического рынка Украины составил 571,8 млн. долл. США (в 2009 г. – 450,7 млн. долл. США) и превысил уровень предкризисного 2007 г. прирост рынка составил 23,8 %. Рост произошел как за счет увеличения производства лекарственных средств отечественной фарминдустрией, так и за счет увеличения импорта. В 2010 г. импорт лекарственных средств составил 321044,63 тыс. долл. США и по сравнению с 2009 г. увеличился на 75 929,07 тыс. долл., или на 31 %. Сравнение с показателями прошлых лет показывает, что максимальный спад импорта лекарственных средств произошел в 2008 г. [12]. Оживление импорта было отмечено в 2009 г., а существенное его увеличение – в 2010 г. В настоящее время импорт лекарственных средств в Украину еще не достиг уровня предкризисного 2007 г., однако можно предположить, что в 2012 г. уровень 2007 г. будет превышен.

Если в 2009-2010 гг. наблюдалась тенденция к увеличению удельного веса лекарственных средств индийского производства в структуре украинского импорта, то в 2011 г. наибольший прирост импорта лекарственных средств пришелся на страны ЕС, в частности на лекарственные средства из Германии и Франции. Соответственно возросла их доля в структуре импорта (как и совокупная доля стран ЕС), а доля лекарственных средств из Индии уменьшилась. Импорт из стран Восточной Европы остался на прежнем уровне. Как и прежде, лидером среди стран-поставщиков (53,4 млн. долл. США, прирост +35 % по сравнению с 2010 г.) остается Германия, доля которой в общей структуре импорта второй год подряд превышает 16 % [12].

В данный момент косметология является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей сферы услуг в Украине. В основном, это связано с ростом благосостояния населения, происходящим в Украине в последние 5 лет, а также с активным проникновением на украинский рынок продукции ведущих западных фирм, таких как «Thalgo», «Целкосмет», «Академи», «Skintex» [11, 13] . Например, по городу Симферополь доля косметических салонов, предоставляющих услуги косметологии, увеличилась на 15 % [14].

Маркетинговые исследования рынка услуг косметологии позволяют провести сегментацию клиентов по основному их признаку, каким является возрастной ценз.

Таблица 1. Сегментация клиентов косметической клиники.

№	Сегмент	Характеристика сегмента
1.	Молодежь (16 – 22 года)	Студенты, лица впервые обратившиеся в косметологические клиники.
2.	Молодые люди, недавно образовавшие семью (25 – 30 лет)	Лица, желающие обслуживаться в косметических салонах, но, как правило, ограниченные в финансовом плане.
3.	Семьи «со стажем» (25 – 45 лет)	Люди со сложившейся карьерой, но ограниченной свободой финансовых действий. Первоочередные цели – улучшение жилищных условий, обеспечение финансовой защиты семьи, предоставление образования детям. И только потом уход за своей внешностью.
4.	Лица «зрелого возраста» (40 – 55 лет)	У людей этой категории наблюдается рост доходов по мере снижения финансовых обязательств. Они могут позволить себе регулярное посещение косметических салонов.
5.	Лица, готовящиеся к уходу на пенсию (55 и более лет)	Люди имеют накопленный капитал и стремятся обеспечить его сохранность. Салоны красоты посещают не многие, в основном женщины.

Таблица составлена автором на основе [7, С. 218; 9, С. 16].

В настоящее время услугами предприятий красоты регулярно пользуются чуть более половины взрослых граждан. При этом, по данным Comcon-Pharma, 41 % из них посещает косметологические клиники и салоны раз в два-три месяца, а каждый третий – ежемесячно. Но удивительно то, что наиболее активные потребители косметических услуг, живут не в столицах.

Не менее интересно и то, что мужчины несколько преобладают в числе потребителей услуг индустрии красоты (51,3 %) над представительницами прекрасного пола (48,7 %) [14] . Совсем недавно на косметологическом рынке появились световые методы эпиляции (лазерная эпиляция и фотоэпиляция). Монотонные ручные процедуры удаления волос сменились относительно быстрыми аппаратными, оснащенными компьютерами. Стремительной популярности световых методов эпиляции способствовало их эффективности, отсутствие контракта и как следствие устранение риска инфицирования, что в нынешнее время немаловажно.

Таблица 2. Характеристика основных услуг косметологии.

Вид услуги	Содержание	Процедура оказания	Функция	Последствия
Биоревита-лизация кожи	Метод введения гиалуроновой кислоты вследствие ее дефицита в слоях кожи	Внутрикожные инъекции	Выравнивание рельефа кожи	Эффект омоложения наступает после второй процедуры и длится до 3 лет.
Контурная пластика	Метод ввода имплантатов (биогелей)	Внутрикожные инъекции	Коррекция морщин. Увеличение объема скул, губ	Продолжительность эффекта от процедуры составляет около 1 года.
Пирсинг	Одна из форм модификаций тела, создание прокола, в котором носят украшения	Механический прокол или с помощью пистолета	Украшение тела	На всю жизнь при ношении сережки.
Ботокс	Метод введения препарата нейротоксина ботулизма типа (А), который вызывает временный паралич мышц. В результате ограничивается мимика, например, теряется привычка хмуриться.	Внутрикожные инъекции. Ботокс выпускают американские производители, а Диспорт – французские.	Блокирование мимических морщин. Лечение гипергидроза.	Результат длится в течение года.
Мезотерапия	Метод введения биологически активных веществ.	Внутрикожные инъекции	Коррекция подкожно-жировой клетчатки.	Хороший долгосрочный эффект получают при курсовом применении (6-10 сеансов). Эффект остается устойчивым в 6-8 месяцев.
Татуаж	Метод введения чернильного раствора в подкожный слой.	Делается это с помощью иглы на специальном инструменте, при этом игла двигается вверх-вниз. Ее скорость достигает тысячи колебаний в минуту.	Нательные рисунки. Эффект карандаша, контурное подчеркивание линий бровей, век. Эффект теней.	Общее время процедуры 1,5 часа. Временная татуировка держится на коже от 2 до 7 лет. Постоянная – на всю жизнь.
Лечение волос	Метод внедрения в кожу головы и шеи специальных питательных коктейлей.	Применение масок, массажа.	Удаление избытка кожного жира, ликвидация перхоти, предупреждение потери волос.	Продолжительность лечения не менее 1,5 месяцев. Действие препаратов при правильном уходе длится 3-4 месяца.

Вид услуги	Содержание	Процедура оказания	Функция	Последствия
Пилинг кожи	Процедура очистки (отшелушивание верхнего ороговевшего слоя кожи).	Использование гликолевой кислоты, получаемой из сахарного тростника.	Восстанавливается ровный тон кожного покрова. Активизируются процессы регенерации. Уменьшается себопродукция.	В течение 2-7 суток после процедуры наблюдается микропластинчатое шелушение. Результат длится в течение 6-12 месяцев.

Источник: авторская выборка на основе данных [2, С. 9; 4, С.25-30; 5, С.12-18; 6, С. 10-15; 9, С. 24].

Маркетинговые исследования рынка услуг косметологии показывают, что процедуры на элитных косметических линиях, таких как «Целкосмет», «Thalgo», «Skintex» и др., рассчитаны на потребителя с высоким стабильным материальным положением. Наиболее дорогой линией являются процедуры на косметике «Целкосмет». Косметика «Skintex» занимает четвертое место на рынке услуг косметологии.

Таблица 3. Лекарственные средства, применяемые в косметологии.

Название препарата	Mediderma	Гиалуроновая кислота	Mezopekcia	Skintex
Страна-импортер	Испания	Италия	США	Испания
Стоимость единицы средства	60 евро	70 евро	80 долл.	200 евро
Услуга, в которой применяется средство	Пилинг	Мезотерапия	Мезотерапия волосяной части головы	Пилинг
Стоимость услуги, предоставляемой клиниками косметологии в АРК	400-450 грн.	1500 грн.	400-450 грн.	800 грн.

Таблица составлена автором на основе [12; 14].

В связи с повышенным спросом на процедуры со стороны среднего класса, проявляющим желание и интерес, но не имеющим больших финансовых возможностей, на рынок услуг косметологии приходят новые сравнительно недорогие косметические фирмы, такие как «Les Artistes», рассчитанные именно на удовлетворение потребностей в медицинском обслуживании представителей среднего класса. Данный вид услуг рассчитан также и на потребителя с доходом выше среднего. В настоящее время наблюдается увеличение этого сегмента рынка. В то же время существует тенденция к постепенному замещению услуг, относящихся к низкому ценовому сегменту более эффективными, а, следовательно, более дорогими процедурами.

На стадии проникновения на рынок любое предприятие косметологии сразу устанавливает высокую цену, делая акцент на квалификацию мастеров. Однако, для постоянных клиентов действует система скидок в размере 10 %.

Кроме квалификации мастера, на принятие решения стать клиентом соответствующего салона или центра существенное влияние оказывают не только косметика, на которой работает салон, но и интерьер салона, его престижность. Очень многие клиенты выбирают салон именно по его оформлению, поскольку хотят, чтобы окружающие их вещи были эстетически привлекательны.

Вывод. Услуги косметологии представляют собой особую потребительную стоимость, направленную на оздоровление человека и формирование здорового образа жизни. Развитие услуг косметологии возможно при наличии не только современного оборудования, фармацевтических средств, высококвалифицированных специалистов, но и организации управления медицинским обслуживанием потребителей данного вида услуг.

Стратегия управления процессами оказания услуг косметологии должна строиться с учетом большого количества внутренних и внешних факторов, воздействующих на потребителя. Обязательными требованиями являются – высокое качество оказания услуги; эффективность той или иной процедуры; высокая квалификация специалистов, оказывающих услугу и др.

При реализации модели стратегического управления поведением потребителей услуг косметологии возможно возникновение следующих видов коммерческих рисков:

1) уменьшение посещаемости косметических процедур и/или падение цен на них из-за снижения платежеспособного спроса в связи с ухудшением экономической ситуации в стране и ее регионах;

2) повышение цен на косметические средства;

3) кумулятивные риски, возникающие при одновременном неблагоприятном изменении двух и более факторов.

Для снижения возможности негативного влияния рисков на результаты деятельности предприятия косметологии первоочередной задачей является разработка планов мероприятий по следующим направлениям:

– продажа абонементов посетителям, в первую очередь, постоянным клиентам с учетом возможной системы скидок;

– заключение договоров с поставщиками, которые позволят ограничить возможности по изменению цен в рамках определенного диапазона в среднесрочном периоде;

– использование рекламного менеджмента.

При организации рекламирования услуг косметологии возможно расходование средств на рекламу клиники косметологии в следующих пропорциях:

- создание и обновление сайта клиники – 30 %;
- размещение рекламы на бигбордах – 30 %;
- печать и распространение флаеров – 20 %;
- публикации в специализированных изданиях – 20 %.

Известно, что первое место по эффективности и прибыльности в настоящее время занимает интернет, поэтому размещение максимального количества рекламы именно здесь будет рациональным и окупаемым рекламным ходом. Это можно сделать с помощью размещения рекламных баннеров не только на собственных сайтах, но и посредством участия на специализированных форумах. Следующий шаг – размещение рекламы в лифтах многоэтажных домов. В данном закрытом пространстве люди находятся определенный период времени, а увиденная информация воспринимается психологически и остается в подсознании. Также возможным вариантом является установка ситилайта со своей рекламой напротив клиники, что привлечет больше внимания в вечерний период времени, когда близлежащие улицы очень оживлены.

Перспективным направлением дальнейших исследований является разработка моделей оценки качества услуг косметологии и его воздействия на преодоление противоречия между качеством труда специалиста-косметолога и качеством медицинского обслуживания населения.

Источники и литература:

1. Глухов В. В. Менеджмент : учеб. для вузов / В. В. Глухов. – 3-е изд. – СПб. : Питер. 2008. – 395 с.
2. Ковалева О. В. Косметический пилинг: теоретические и практические аспекты / О. В. Ковалева // Косметика и медицина. – М., 2003. – № 2. – 224 с.
3. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок : Стратегический и операционный маркетинг / Ж.-Ж. Ламбен; [пер. с англ.]. – СПб. : Питер, 2005. – 796 с.
4. Новикова Л. В. Методы физиотерапии в косметологии / Л. В. Новикова. – М., 2001. – 176 с.
5. Озерская О. С. Косметология / О. С. Озерская. – СПб. : ОАО «Искусство России», 2006. – 528 с.
6. Озерская О.С. Технологические основы мезотерапии : учеб. пособие / О. С. Озерская. – СПб. : ОАО «Искусство России», 2007. – 97 с.
7. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер; под ред. и с предисл. В. Д. Щетинина; [пер. с англ.]. – М. : Междунар. отношения, 1993. – 896 с.
8. Фатхундинов Р. А. Конкурентоспособность организации в усаловиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхундинов. – М. : Изд.-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.
9. Химический пилинг в косметологии / А. А. Кубанова и др. // Экспериментальная и клиническая дерматокосметология. – 2004. – № 1. – С. 24-28 .
10. Эрнандес Е. И. Косметический пилинг: теоретические и практические аспекты : сб. статей / Е. Эрнандес. – М. : ООО «Фирма Клавель», 2003. – 214 с.
11. Артмед : [Электронный ресурс] : официальный сайт. – Режим доступа : http://artmedclinic.com/
12. Аптека : [Электронный ресурс] : официальный сайт. – Режим доступа : http://www.apteka.ua/
13. THALGO COSMETIC Косметика : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://bank-krasoty.com.ua/linii/THALGOCOSMETIC
14. Косметологические клиники и салоны Симферополя : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://крыммедсправка.com/katalog/kliniki/ds/
15. Главное управление статистики в АР Крым : [Электронный ресурс] : официальный сайт. – Режим доступа : http://sf.ukrstat.gov.ua/