DISCOVERY RESEARCH GROUP

Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка гастроскопов в России

Агентство DISCOVERY Research Group было создано в 2005 г. За годы работы нашими клиентами стали тысячи компаний. Со списком клиентов можно ознакомиться тут: **http://www.drgroup.ru/clients.html**

Наши клиенты, в том числе – крупнейшие мировые корпорации, выражают благ.рность агентству за проведенные исследования **http://www.drgroup.ru/reviews.html**

Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

1. Мы используем максимально полный набор источников,

который можно использовать в рамках кабинетного исследования, включая экспертные интервью с игроками рынка, результаты обработки баз данных ФТС РФ, данные ФСГС РФ (Росстата), профильных государственных органов и многие другие виды источников информации.

2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

Таким образом, вы получаете обзор рынка по состоянию на самый последний момент. Наши отчеты всегда самые свежие на рынке!

3. Мы максимально визуализируем данные

путем формирования таблиц и построения диаграмм. Это позволяет клиентам тратить меньше времени на анализ данных, а также использовать подготовленные нами графики в собственных документах. Естественно, при этом очень много выводов дается в текстовом виде, ведь далеко не всю информацию можно представить в виде таблиц и диаграмм.

4. Все наши отчеты предоставляются клиентам в форматах Word и Excel,

что позволяет Вам в дальнейшем самостоятельно работать с отчетом, используя данные любым способом (изменять, копировать и вставлять в любой документ).

5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

Любой клиент после приобретения отчета может связаться с нашим агентством, и мы в кратчайшие сроки предоставим консультацию по теме исследования.

Методология проведения исследований

Одним из направлений работы агентства DISCOVERY Research Group является подготовка *готовых исследований*. Также такие исследования называют *инициативными*, поскольку агентство самостоятельно инициирует их проведение, формулирует тему, цель, задачи, выбирает методологию проведения и после завершения проекта предлагает результаты всем заинтересованным лицам.

Мы проводим исследования рынков России, стран СНГ, Европы, США, некоторых стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Основным предназначением *готовых исследований* является ознакомление участников рынка – производителей, импортеров, дистрибьюторов, клиентов, всех заинтересованных лиц, – с текущей рыночной ситуацией, событиями прошлых периодов и прогнозами на будущее. *Хорошее готовое исследование должно быть логически выстроенным и внутренне непротиворечивым, емким без лишней малопригодной информации, точным и актуальным, давать возможность быстро получить нужные сведения*.

РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хорошее готовое исследование должно отражать данные обо всех ключевых рыночных показателях, а значит содержать в себе информацию:

- об объеме, темпе роста и динамике развития производства, импорта и экспорта, и самого рынка;
- о различных сценариях прогноза ключевых показателей рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- о структуре потребления;
- об основных сегментах рынка и ключевых отраслях;
- о ключевых тенденциях и перспективах развития рынка в ближайшие несколько лет;
- о ключевых факторах, определяющих текущее состояние и развитие рынка;
- о потребительских свойствах различных товарных групп;
- о рыночных долях основных участников рынка;
- о конкурентной ситуации на рынке;
- о финансово-хозяйственной деятельности участников рынка;
- иногда проводится мониторинг цен и определяется уровень цен на рынке;
- и др.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы клиент получил максимально детальное представление об анализируем рынке мы используем все доступные источники информации:

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Очевидно, что использование большего числа источников позволяет исследователю, во-первых, собирать максимальный объем доступной информации, дополнять информацию из одних источников информацией из других источников, во-вторых, производить перекрестную проверку получаемых сведений.

Периодические печатные и цифровые СМИ подвержены влиянию участников рынка. При анализе необходимо внимательно сравнивать оценки разных показателей, предоставленных различными игроками. В базах данных ФТС РФ декларанты (импортеры и экспортеры) зачастую занижают импортную и экспортную цены. Кроме этого, многие источники не имеют возможности объективно и полно собирать всю необходимую информацию о рынке. Например, ФСГС РФ (Росстат) ведет учет сведений об объемах выпуска продукции не по всем кодам, существующим в классификаторе кодов ОКПД (общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности). Следовательно, часть информации приходится получать из дополнительных источников.

В силу вышеназванных причин очень важно использовать максимально широкий круг источников информации.

ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При этом сбор информации – это лишь полдела. Важно *правильно обработать базы данных и рассчитать значения требующихся показателей*. Для этого нужны высокая квалификация и опыт работы в программах Access, Excel, SPSS. Наши специалисты обладают этими качествами.

Кроме того, за годы работы специалистами агентства DISCOVERY Research Group разработаны *собственное специальное программное обеспечение* и *алгоритмы обработки различных баз данных*, в т.ч. баз данных ФТС РФ. Это позволяет производить более точные расчеты за меньший период времени, экономя тем самым деньги Клиента. *При желании вы можете ознакомиться с ними*.

Наши Клиенты получают возможность оперировать более точными оценками всевозможных рыночных показателей, более обоснованно оценивать позиции своей компании, прогнозировать объемы собственных продаж и продаж конкурентов!!!

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERY Research Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

ВАЖНО!

Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Ad hoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт Рбк, Профиль и ряд других.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Содержание

Список таблиц и диаграмм 10

Таблицы: 10
Диаграммы: 10

Резюме 12

Глава 1. Методология исследования 13

Объект исследования 13
Цель исследования 13
Задачи исследования 13
Метод сбора и анализа данных 13
Источники получения информации 14
Объем и структура выборки 14

Глава 2. Классификация и основные характеристики эндоскопического оборудования 16

Эндоскопическое оборудование ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Глава 3. Объем и темпы роста рынка гастроскопов в России 17

Объем и темпы роста рынка 17

Объем рынка по производителям 20

Глава 4. Производство гастроскопов в России 25

Производство 25

Производство по производителям 27

Глава 5. Импорт гастроскопов в Россию и экспорт гастроскопов из России 30

Импорт 30

Импорт по производителям 32

Импорт по странам 35

Экспорт 37

Экспорт по производителям 37

Экспорт по странам 37

Глава 6. Тенденции и перспективы развития рынка гастроскопов 38

COVID-19 обусловил необходимость использования изделий однократного применения 38

Отзыв эндоскопов Olympus GF, распространяющих инфекции 38

Анонс OH02A1S - датчика для эндоскопов 38

Анонс OER-Elite - системы дезинфекции эндоскопов 39

Михаил Мишустин подписал постановление об автоматическом продлении лицензий и разрешений в 2022 году *39*

Глава 7. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка гастроскопов 40

Российские производители эндоскопического оборудования 40

АО «Ломо» *40*

ПФ «Аксиома» *40*

Зарубежные производители эндоскопического оборудования 40

Olympus Medical Systems Corp. *40*

Karl Storz *40*

HOYA (Pentax) *40*

Fujifilm *40*

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 22 таблицы и 20 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем импорта, экспорта, производства и рынка гастроскопов в России, шт.
Таблица 2. Объем импорта, экспорта, производства и рынка гастроскопов в России, тыс. $.
Таблица 3. Объем рынка гастроскопов в России по производителям, шт.
Таблица 4. Объем рынка гастроскопов в России по производителям, тыс.$.
Таблица 5. Объем производства гастроскопов в России, шт.
Таблица 6. Объем производства гастроскопов в России, тыс. $.
Таблица 7. Объем производства гастроскопов по производителям и субъектам федерации в России, шт.
Таблица 8. Объем производства гастроскопов по производителям и субъектам федерации в России, тыс.$.
Таблица 9. Объем импорта гастроскопов в Россию, шт.
Таблица 10. Объем импорта гастроскопов в Россию, тыс. $.
Таблица 11. Объем импорта гастроскопов в Россию по производителям, шт.
Таблица 12. Объем импорта гастроскопов в Россию по производителям, тыс. $.
Таблица 13. Объем импорта гастроскопов в Россию по странам происхождения, шт.
Таблица 14. Объем импорта гастроскопов в Россию по странам происхождения, тыс.$.
Таблица 15. Объем экспорта гастроскопов из России, шт.
Таблица 16. Объем экспорта гастроскопов из России, тыс. $.
Таблица 17. Объем экспорта гастроскопов из России по производителям, шт.
Таблица 18. Объем экспорта гастроскопов из России по производителям, тыс. $.
Таблица 19. Объем экспорта гастроскопов в Россию по странам назначения, шт.
Таблица 20. Объем экспорта гастроскопов в Россию по странам назначения, тыс.$.
Таблица 21. Выручка АО «ЛОМО», тыс. руб.
Таблица 22.Финансовые показатели ЗАО «Аксиома-Сервис», тыс. руб.

Диаграммы:

Диаграмма 1. Темпы прироста объемов производства, импорта и экспорта рынка гастроскопов в России в натуральном выражении, %.
Диаграмма 2. Темпы прироста объемов производства, импорта и экспорта рынка гастроскопов в России в стоимостном выражении, %.
Диаграмма 3. Доли производителей рынка гастроскопов в России, % от объема рынка в натуральном выражении.
Диаграмма 4. Доли производителей рынка гастроскопов в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.
Диаграмма 5. Объем и темп прироста производства гастроскопов в России, шт.
Диаграмма 6. Объем и темп прироста производства гастроскопов в России, тыс. $.
Диаграмма 7. Доли производителей гастроскопов в объеме производства, % от натурального объема.
Диаграмма 8. Доли производителей гастроскопов в объеме производства, % от стоимостного объема.
Диаграмма 9. Объем и темп прироста импорта гастроскопов в Россию, шт.
Диаграмма 10. Объем и темп прироста импорта гастроскопов в Россию, тыс. $.
Диаграмма 11. Доли производителей гастроскопов в объеме импорта, % от натурального объема.

Диаграмма 12. Доли производителей гастроскопов в объеме импорта, % от стоимостного объема.
Диаграмма 13. Доли по странам происхождения гастроскопов в объеме импорта, % от натурального объема.
Диаграмма 14. Доли по странам происхождения гастроскопов в объеме импорта, % от стоимостного объема.
Диаграмма 15. Объем и темп прироста экспорта гастроскопов из России, шт.
Диаграмма 16. Объем и темп прироста экспорта гастроскопов из России, тыс. $.
Диаграмма 17. Доли производителей гастроскопов в объеме экспорта, % от натурального объема.
Диаграмма 18. Доли производителей гастроскопов в объеме экспорта, % от стоимостного объема.
Диаграмма 19. Доли по странам назначения гастроскопов в объеме экспорта, % от натурального объема.
Диаграмма 20. Доли по странам назначения гастроскопов в объеме экспорта, % от стоимостного объема.

Резюме

Агентство маркетинговых исследований DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка гастроскопов в России.

Объем рынка гастроскопов в России в 2021 г. составил 7 449 шт. Крупнейшими игроками рынка гастроскопов в 2021 г. стали: FUJIFILM CORP., GIVEN IMAGING LTD., HEINE OPTOTECHNIK GMBH & CO., HOYA CORP., KARL STORZ GMBH & CO, OLYMPUS, SHANGHAI AOHUA PHOTOELECTRICITY CO. LTD, SOMETECH INC. и SONOSCAPE MEDICAL CORP.

Объем производства гастроскопов в России в 2021 г. составил $ 130,3 тыс.

Основные производственные мощности рынка гастроскопов сосредоточены в г. Санкт-Петербург. Крупнейшими отечественными производителями гастроскопов являются: АО ЛОМО и ЗАО АКСИОМА-СЕРВИС.

Объем импорта гастроскопов в Россию в 2021 г. составил $ 65 439,7 тыс. Наибольшую долю импорта в 2021 г. заняли Япония, Германия и Великобритания.

Наибольшую долю импорта гастроскопов в 2021 г. заняли производители: FUJIFILM CORP., GIVEN IMAGING LTD., HEINE OPTOTECHNIK GMBH & CO., HOYA CORP., HUGER ENDOSCOPY INSTRUMENTS CO. LTD, KARL STORZ GMBH & CO, OLYMPUS, QINGDAO O-MEC MEDICAL TECHNOLOGY CO. LTD., SCHOELLY FIBEROPTIC GMBH, SHANGHAI AOHUA PHOTOELECTRICITY CO. LTD, SOMETECH INC. и SONOSCAPE MEDICAL CORP.

Объем экспорта гастроскопов из России в 2021 г. составил 48 шт.

Глава 1. Методология исследования

Объект исследования

Рынок гастроскопов в России.

Цель исследования

Текущее состояние и перспективы развития рынка гастроскопов в России.

Задачи исследования

1. Объем и темпы роста рынка гастроскопов в России.
2. Объем и темпы производства рынка гастроскопов в России.
3. Объем импорта в Россию и экспорта из России гастроскопов.
4. Рыночные доли производителей на рынке гастроскопов в России.
5. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка гастроскопов в России.
6. Финансово-хозяйственную деятельность участников рынка гастроскопов в России.

Метод сбора и анализа данных

ФСГС РФ (Росстат): часто информация об **объемах производства продукции** не содержится в данных ФСГС РФ (Росстат) и процесс ее получения является очень трудоемким и сложным. В текущем исследовании мы имеем дело именно с таким случаем.

Анализа финансово-хозяйственной деятельности производителей: сведения о ряде производителей были получены в результате анализа показателей их финансово-хозяйственной деятельности, информации из открытых источников об их деятельности, мнений экспертов и наших собственных знаний о компаниях.

Интервью с производителями: также мы провели **интервью с производителями** и получили сведения как о них самих, так и о деятельности их конкурентов.

Mystery-Shopping с производителями: кроме того, информацию об объемах производства и ценах мы получили, вступив в **переговоры** с производителями **в завуалированной форме (Mystery-Shopping)** от имени потенциального заказчика.

Мониторинг документов: в качестве основных методов анализа данных выступают так называемые (1) Традиционный (качественный) контент-анализ интервью и документов и (2) Квантитативный (количественный) анализ с применением пакетов программ, к которым имеет доступ наше агентство.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения Desk Research (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке гастроскопов и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Источники получения информации

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

К отчету прилагается обработанная и пригодная к дальнейшему использованию **база данных с подробной информацией об импорте в Россию и экспорте из России** гастроскопов**.** База включает в себя большое число различных показателей:

1. Категория продукта
2. Группа продукта
3. Производитель
4. Бренд
5. Год импорта/экспорта
6. Месяц импорта/экспорта
7. Компании получатели и отправители товара
8. Страны получатели, отправители и производители товара
9. Объем импорта и экспорта в натуральном выражении
10. Объем импорта и экспорта в стоимостном выражении

Содержащиеся в базе данных сведения позволят Вам самостоятельно выполнить любые требующиеся запросы, которые не включены в отчет.

Глава 2. Классификация и основные характеристики эндоскопического оборудования

Эндоскопия - способ осмотра некоторых внутренних органов при помощи эндоскопа. При эндоскопии эндоскопы вводятся в полости через естественные пути, например, в желудок - через рот и пищевод, в бронхи и легкие - через гортань, в мочевой пузырь - через мочеиспускательный канал, а также путем проколов или операционных доступов (лапароскопия и др.).

В настоящее время эндоскопические методы исследования используются как для диагностики, так и для лечения различных заболеваний. Современная эндоскопия играет особую роль в распознавании ранних стадий многих заболеваний, в особенности - онкологических заболеваний (рак) различных органов (желудок, мочевой пузырь, легкие).

Чаще всего эндоскопию сочетают с прицельной (под контролем зрения) биопсией, лечебными мероприятиями (введение лекарств), зондированием.

Виды эндоскопии:

- Бронхоскопия - осмотр бронхов
- Гастроскопия - осмотр желудка
- Гистероскопия - осмотр полости матки
- Колоноскопия - слизистой оболочки толстой кишки
- …….
- …….
- …….

Прогресс в развитии эндоскопической аппаратуры и создании микроскопического инструментария привел к появлению нового вида оперативной техники - эндоскопической хирургии. В полые органы или в брюшную полость во время такой операции через эндоскоп и гибкие фиброаппараты вводятся специальные инструменты-манипуляторы, управляемые хирургом, наблюдающим за своей работой на мониторе.

……

Глава 3. Объем и темпы роста рынка гастроскопов в России

Объем и темпы роста рынка

Объем рынка рассчитан по формуле видимого потребления (импорт + производство – экспорт = объем рынка). Для расчета объема производства использовались официальные данные ФСГС РФ, а также данные компаний-производителей. Для расчета объемов импорта и экспорта использовались базы данных ФТС РФ (с последующей обработкой на уровне товарных категорий, групп, производителей и производителей).

Показатели объема рынка и производства рассчитаны в ценах производителей изучаемых в исследовании периодов времени (год, полугодие, квартал или месяц). Все цены выражены в долларах США.

Показатели объема импорта и экспорта рассчитаны в ценах ФТС РФ в долларах США (в ценах поставки товаров по информации в декларациях)

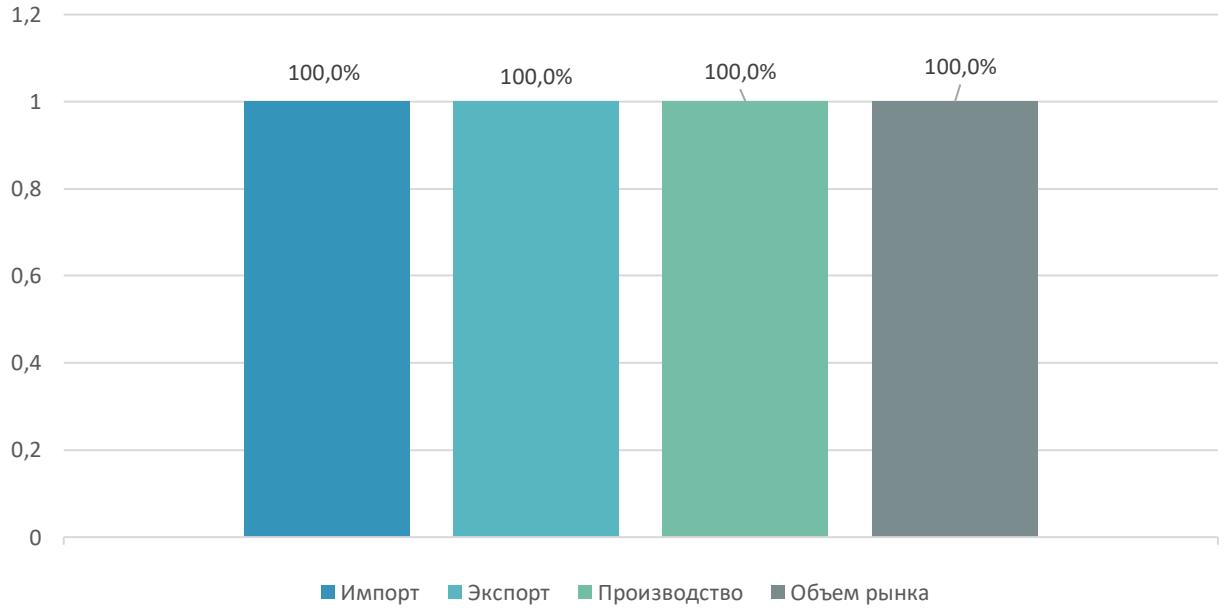
Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка гастроскопов в России в 2019 г. был равен ……. шт. В 2020 г. этот показатель ……. и составил ……. шт. По итогам 2021 г. объем рынка гастроскопов составил ……. шт. Темп прироста в 2021 г. составил ……. % от натурального объема рынка.

Таблица 1. Объем импорта, экспорта, производства и рынка гастроскопов в России в 2016-2021 гг., шт.

Показатель	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Импорт						
Экспорт						
Производство						
Рынок						

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 1. Темпы прироста объемов производства, импорта и экспорта рынка гастроскопов в России в 2021 г. в натуральном выражении, %.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

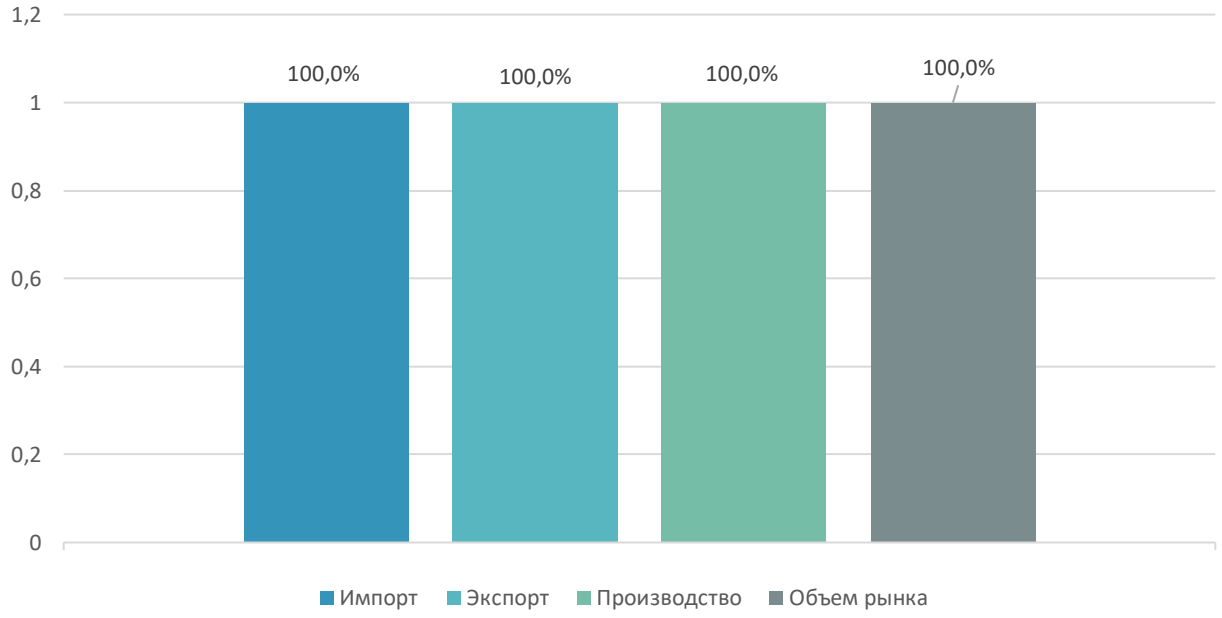
Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка гастроскопов в России в 2019 г. был равен $ ……. тыс. В 2020 г. этот показатель ……. и составил $ ……. тыс. По итогам 2021 г. объем рынка гастроскопов составил $ ……. тыс. Темп прироста в 2021 г. составил ……. % от стоимостного объема рынка.

Таблица 2. Объем импорта, экспорта, производства и рынка гастроскопов в России в 2016-2021 гг., тыс. $.

Показатель	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Импорт						
Экспорт						
Производство						
Рынок						

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 2. Темпы прироста объемов производства, импорта и экспорта рынка гастроскопов в России в 2021 г. в стоимостном выражении, %.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Объем рынка по производителям

Наибольшую долю рынка гастроскопов в 2021 г. занял производитель …….. Его доля составила ……. % натуральном выражении. На втором месте производитель ……. с ……. %. Также в тройку лидеров входит производитель …….. Доля этого производителя в 2021 г. составила ……. % в натуральном выражении.

Наибольшую долю рынка гастроскопов в 2021 г. занял производитель …….. Его доля составила ……. % стоимостном выражении. На втором месте производитель …….. с ……. %. Также в тройку лидеров входит производитель …….. Доля этого производителя в 2021 г. составила ……. % в стоимостном выражении.

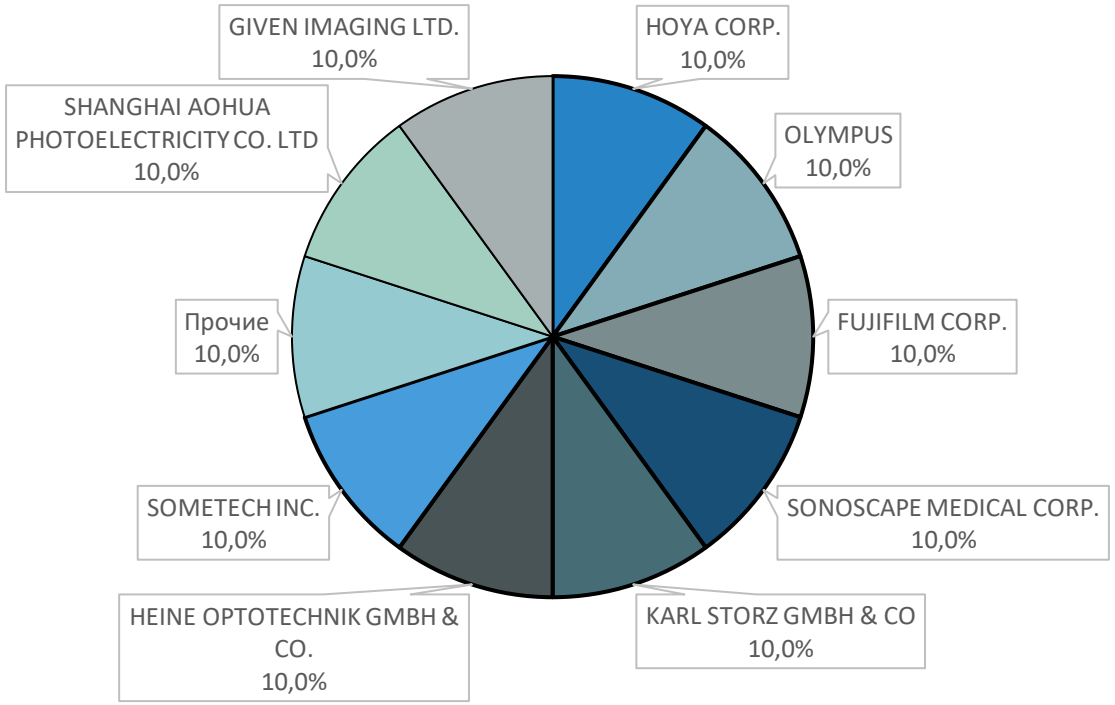
Таблица 3. Объем рынка гастроскопов в России по производителям в 2018-2021 гг., шт.

Производитель	2018				2019				2020				2021			
	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК
ENDOCHOICE GMBH																
FUJIFILM CORP.																
G.HEINEMANN MEDIZINTECHNIK GMBH																
GIVEN IMAGING LTD.																
HEINE OPTOTECHNIK GMBH & CO.																
HENKE-SASS WOLFE GMBH																
HOYA CORP.																
HUGER ENDOSCOPY INSTRUMENTS CO. LTD																
KARL STORZ GMBH & CO																
OLYMPUS																
QINGDAO O-MEC MEDICAL TECHNOLOGY CO. LTD.																
SCHOELLY FIBEROPTIC GMBH																

SHANGHAI AOHUA PHOTOELECTRICITY CO. LTD																
SOMETECH INC.																
SONOSCAPE MEDICAL CORP.																
АО ЛОМО																
ЗАО АКСИОМА-СЕРВИС																
Прочие																
Итого:																

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Диаграмма 3. Доли производителей рынка гастроскопов в России в 2021 г., % от объема рынка в натуральном выражении.



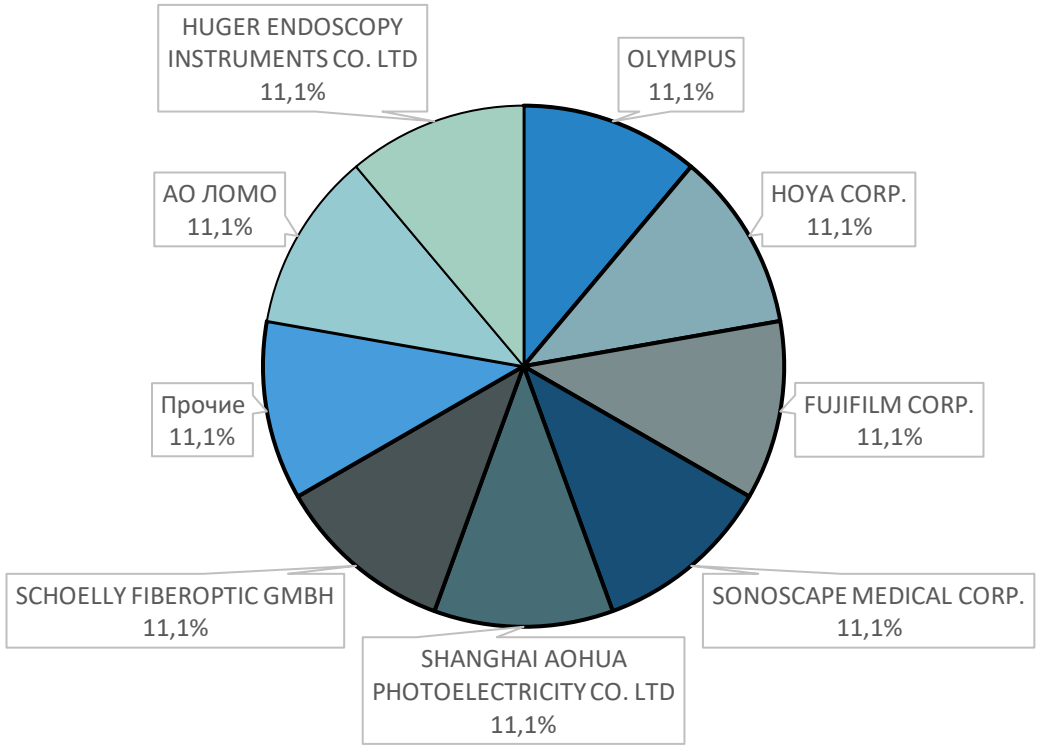
Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Таблица 4. Объем рынка гастроскопов в России по производителям в 2018-2021 гг., тыс.$.

Производитель	2018				2019				2020				2021			
	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК
ENDOCHOICE GMBH																
FUJIFILM CORP.																
G.HEINEMANN MEDIZINTECHNIK GMBH																
GIVEN IMAGING LTD.																
HEINE OPTOTECHNIK GMBH & CO.																
HENKE-SASS WOLFE GMBH																
HOYA CORP.																
HUGER ENDOSCOPY INSTRUMENTS CO. LTD																
KARL STORZ GMBH & CO																
OLYMPUS																
QINGDAO O-MEC MEDICAL TECHNOLOGY CO. LTD.																
SCHOELLY FIBEROPTIC GMBH																
SHANGHAI AOHUA PHOTOELECTRICITY CO. LTD																
SOMETECH INC.																
SONOSCAPE MEDICAL CORP.																
АО ЛОМО																
ЗАО АКСИОМА-СЕРВИС																
Прочие																
Итого:																

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 4. Доли производителей рынка гастроскопов в России в 2021 г., % от объема рынка в стоимостном выражении.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Глава 4. Производство гастроскопов в России

Производство

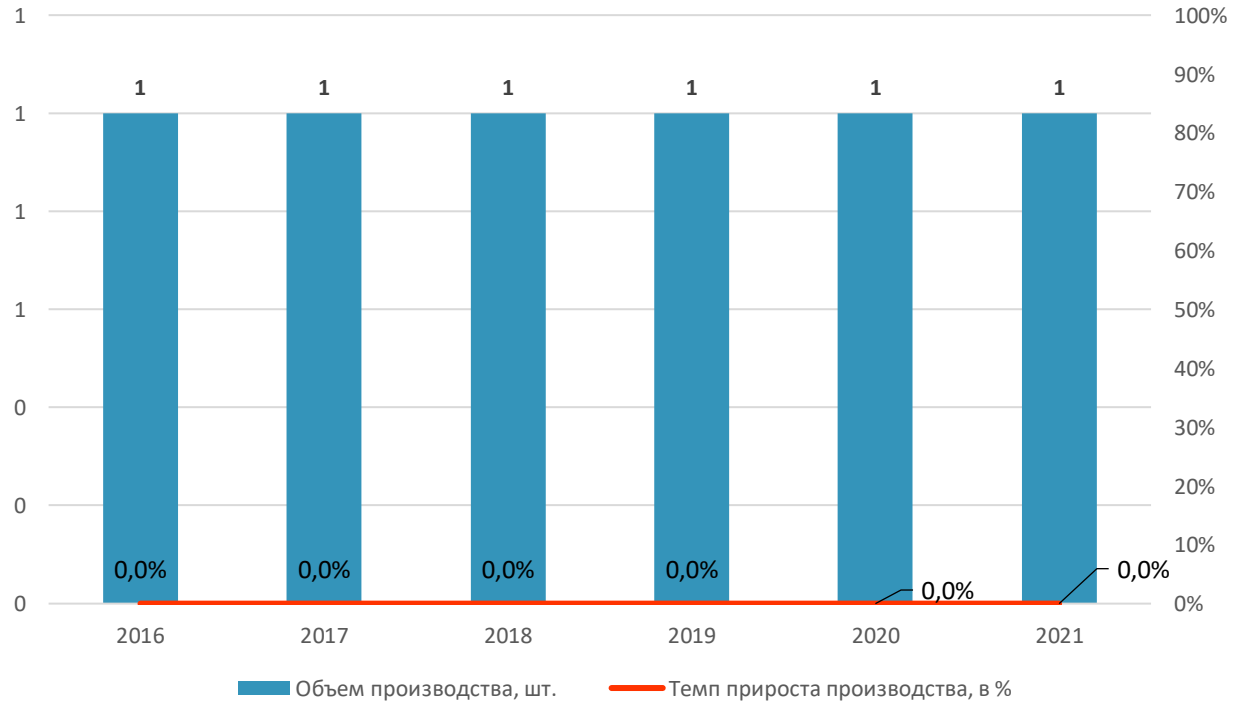
Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем производства гастроскопов в России в 2019 г. составил ……. шт. В 2018 г. этот показатель был равен ……. шт. В 2020 г. объем производства гастроскопов составил ……. шт. В 2020 г. темп прироста составил ……. % натурального объема производства. По итогам 2021 г. объем производства гастроскопов составил ……. шт. Темп прироста в 2021 г. составил ……. % в натуральном выражении.

Таблица 5. Объем производства гастроскопов в России в 2016-2021 гг., шт.

2016	2017	2018	2019	2020	2021

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 5. Объем и темп прироста производства гастроскопов в России в 2016-2021 гг., шт.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

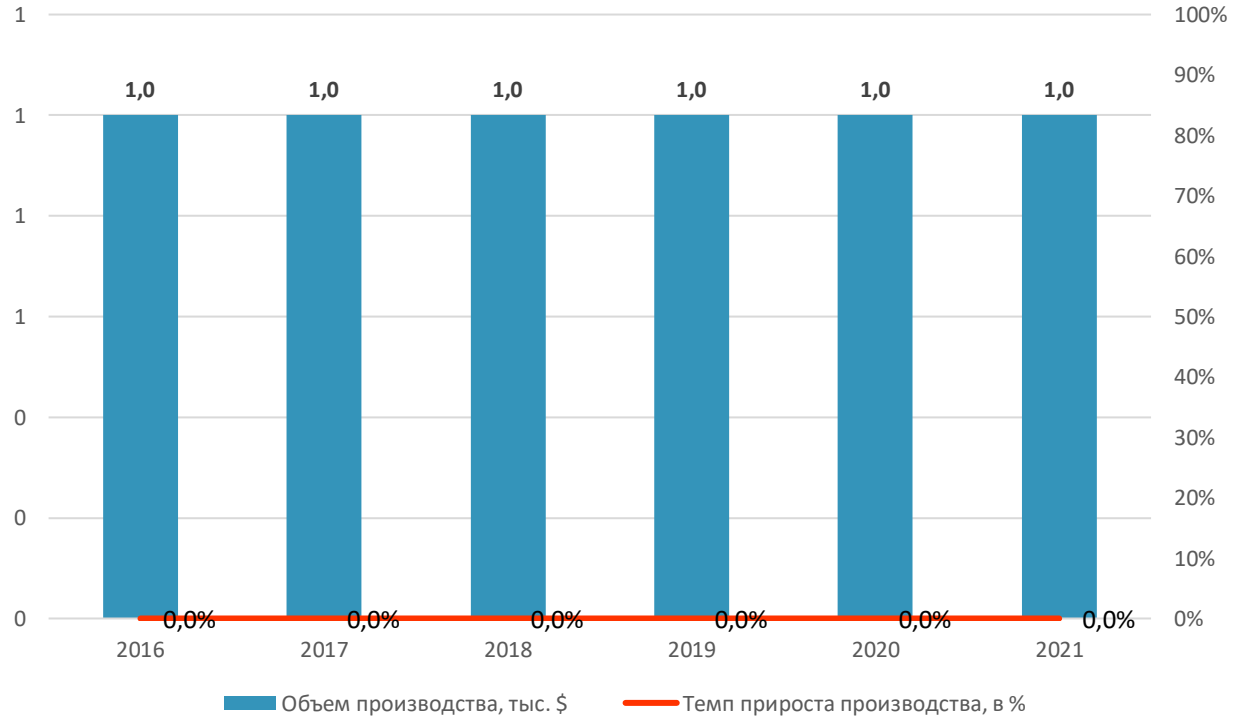
Объем производства гастроскопов в 2019 г. составил $ ……. тыс. В 2018 г. этот показатель был равен $ ……. тыс. В 2020 г. объем производства гастроскопов составил $ ……. тыс. В 2020 г. темп прироста составил ……. % стоимостного объема производства. По итогам 2021 г. объем производства гастроскопов составил $ ……. тыс. Темп прироста в 2021 г. составил ……. % в стоимостном выражении.

Таблица 6. Объем производства гастроскопов в России в 2016-2021 гг., тыс. $.

2016	2017	2018	2019	2020	2021

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 6. Объем и темп прироста производства гастроскопов в России в 2016-2021 гг., тыс. $.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Производство по производителям

Гастроскопы производятся в …….

Таблица 7. Объем производства гастроскопов по производителям и субъектам федерации в России в 2016-2021 гг., шт.

Производитель	СФ	Вид	2016	2017	2018	2019	2020	2021
АО ЛОМО	г. Санкт-Петербург	Гастродуоденоскоп						
ЗАО АКСИОМА-СЕРВИС	г. Санкт-Петербург	Видеогастроскоп						
Итого:	**Итого:**	**Итого:**						

Источник: расчеты Discovery Research Group.

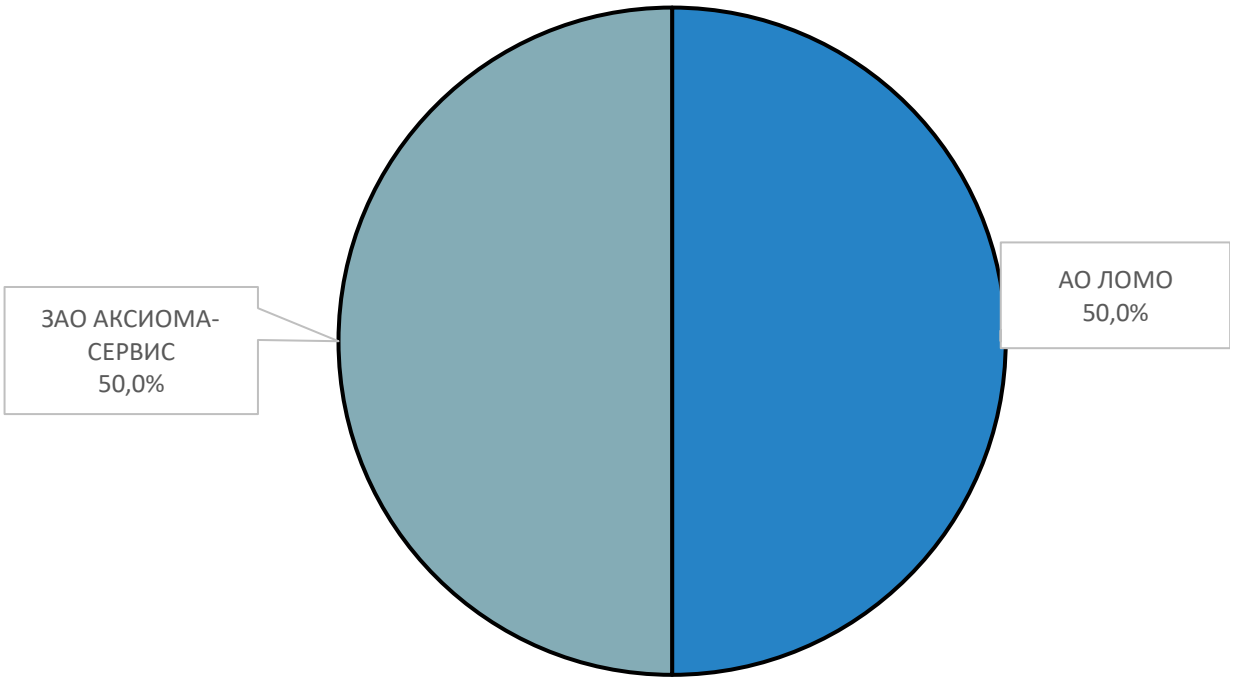
Таблица 8. Объем производства гастроскопов по производителям и субъектам федерации в России в 2016-2021 гг., тыс.$.

Производитель	СФ	Вид	2016	2017	2018	2019	2020	2021
АО ЛОМО	г. Санкт-Петербург	Гастродуоденоскоп						
ЗАО АКСИОМА-СЕРВИС	г. Санкт-Петербург	Видеогастроскоп						
Итого:	**Итого:**	**Итого:**						

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Наибольшую долю производства гастроскопов в натуральном выражении в 2021 г. занял производитель …….. Его доля составила ……. %. На втором месте ……. с ……. % от натурального объема.

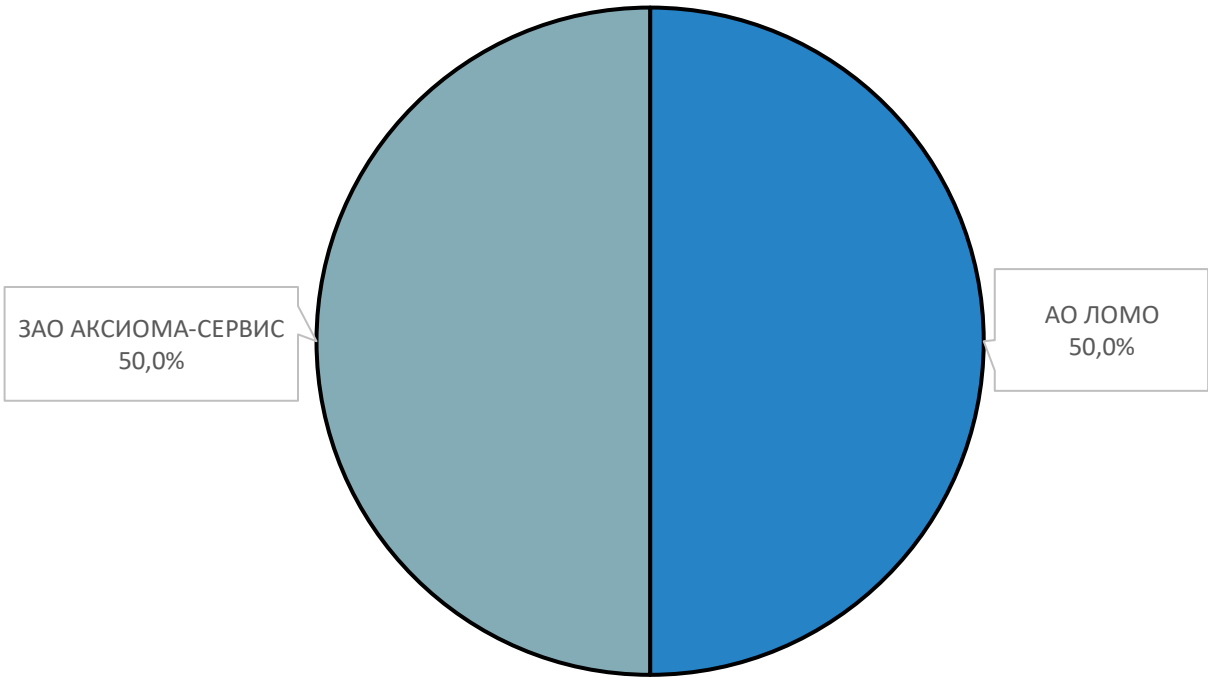
Диаграмма 7. Доли производителей гастроскопов в объеме производства в 2021 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Наибольшую долю производства гастроскопов в стоимостном выражении в 2021 г. занял производитель …….. Его доля составила ……. %. На втором месте ……. с ……. % от стоимостного объема.

Диаграмма 8. Доли производителей гастроскопов в объеме производства в 2021 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Глава 5. Импорт гастроскопов в Россию и экспорт гастроскопов из России

Импорт

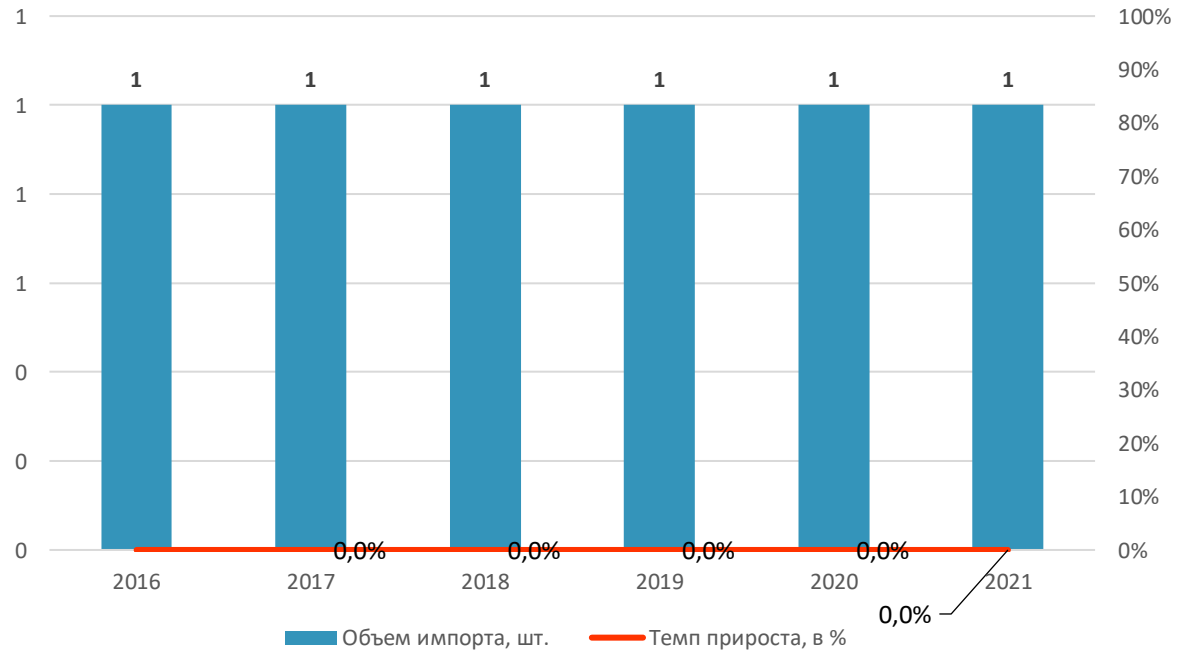
Объем импорта гастроскопов в Россию в 2018 г. составил ……. шт. Темп прироста в 2019 г. был равен ……. %. В 2020 г. объем импорта составил ……. шт. Темп прироста в 2020 г. был равен ……. %. По итогам 2021 г. объем импорта гастроскопов составил ……. шт. Темп прироста в 2021 г. составил ……. % в натуральном выражении.

Таблица 9. Объем импорта гастроскопов в Россию в 2016-2021 гг., шт.

2016	2017	2018	2019	2020	2021

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 9. Объем и темп прироста импорта гастроскопов в Россию в 2016-2021 гг., шт.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

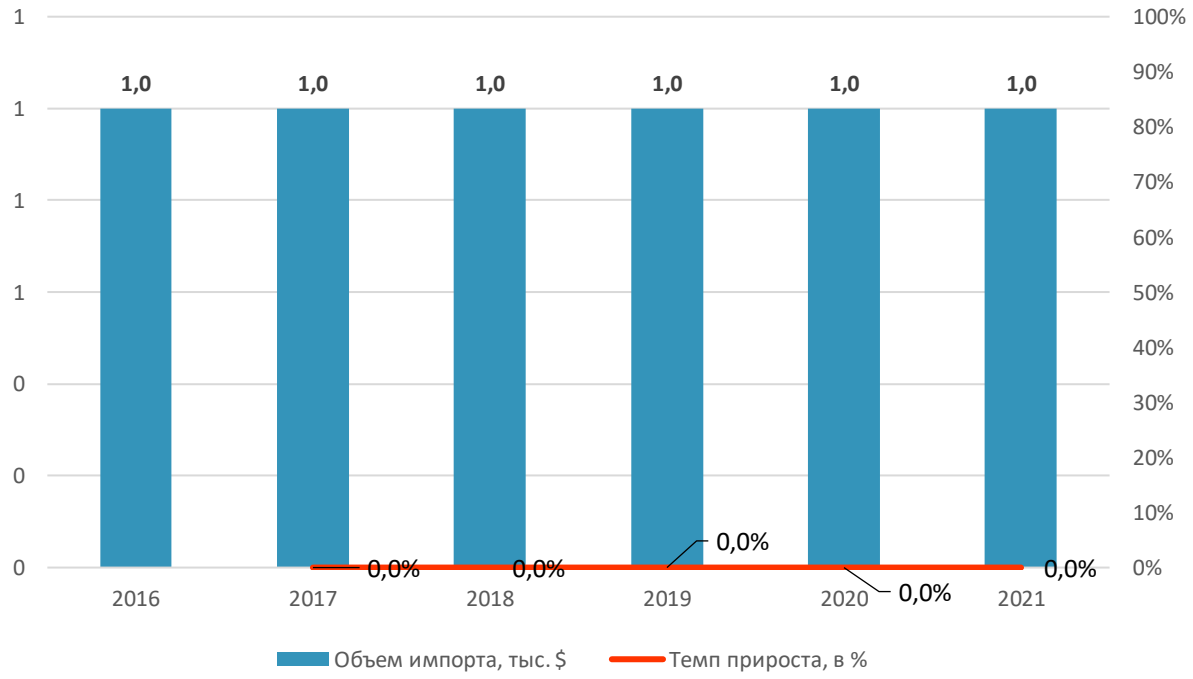
Объем импорта гастроскопов в Россию в 2018 г. составил $ ……. тыс. Темп прироста в 2019 г. был равен ……. %. В 2020 г. объем импорта составил $ ……. тыс. Темп прироста в 2020 г. был равен ……. %. По итогам 2021 г. объем импорта гастроскопов составил $ ……. тыс. Темп прироста в 2021 г. составил ……. % в стоимостном выражении.

Таблица 10. Объем импорта гастроскопов в Россию в 2016-2021 гг., тыс. $.

2016	2017	2018	2019	2020	2021

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 10. Объем и темп прироста импорта гастроскопов в Россию в 2016-2021 гг., тыс. $.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Импорт по производителям

Таблица 11. Объем импорта гастроскопов в Россию в 2016-2021 гг. по производителям, шт.

Производитель	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ENDOCHOICE GMBH						
FUJIFILM CORP.						
G.HEINEMANN MEDIZINTECHNIK GMBH						
GIVEN IMAGING LTD.						
HEINE OPTOTECHNIK GMBH & CO.						
HENKE-SASS WOLFE GMBH						
HOYA CORP.						
HUGER ENDOSCOPY INSTRUMENTS CO. LTD						
KARL STORZ GMBH & CO						
OLYMPUS						
QINGDAO O-MEC MEDICAL TECHNOLOGY CO. LTD.						
SCHOELLY FIBEROPTIC GMBH						
SHANGHAI AOHUA PHOTOELECTRICITY CO. LTD						
SOMETECH INC.						
SONOSCAPE MEDICAL CORP.						
Прочие						
Итого:						

Источник: расчеты Discovery Research Group.

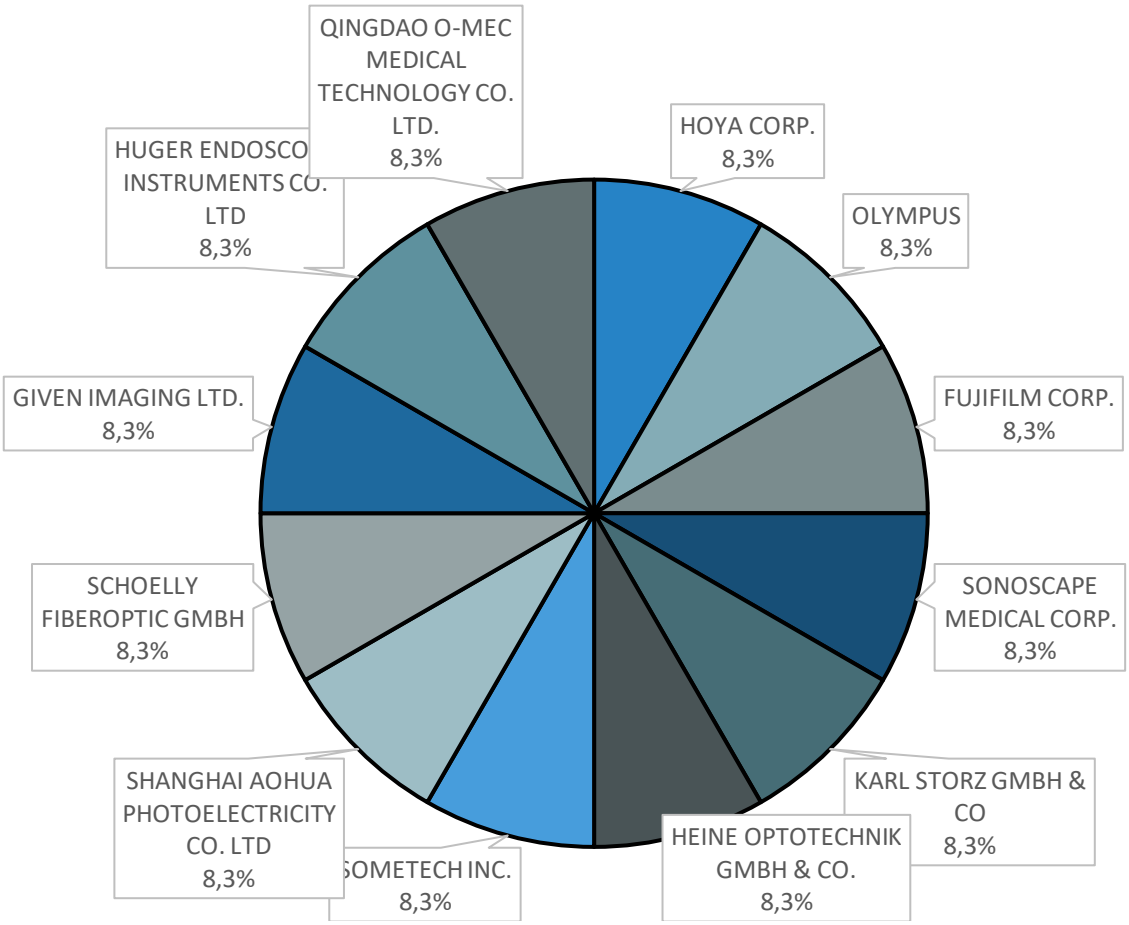
Таблица 12. Объем импорта гастроскопов в Россию в 2016-2021 гг. по производителям, тыс. $.

Производитель	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ENDOCHOICE GMBH						
FUJIFILM CORP.						
G.HEINEMANN MEDIZINTECHNIK GMBH						
GIVEN IMAGING LTD.						
HEINE OPTOTECHNIK GMBH & CO.						
HENKE-SASS WOLFE GMBH						
HOYA CORP.						
HUGER ENDOSCOPY INSTRUMENTS CO. LTD						
KARL STORZ GMBH & CO						
OLYMPUS						
QINGDAO O-MEC MEDICAL TECHNOLOGY CO. LTD.						
SCHOELLY FIBEROPTIC GMBH						
SHANGHAI AOHUA PHOTOELECTRICITY CO. LTD						
SOMETECH INC.						
SONOSCAPE MEDICAL CORP.						
Прочие						
Итого:						

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Наибольшую долю импорта гастроскопов в натуральном выражении в 2021 г. занял производитель …….. Его доля составила ……. % от натурального объема. На втором месте ……. с ……. %. Также в тройку лидеров входит производитель …….. Доля этого производителя в 2021 г. составила ……. % в натуральном выражении.

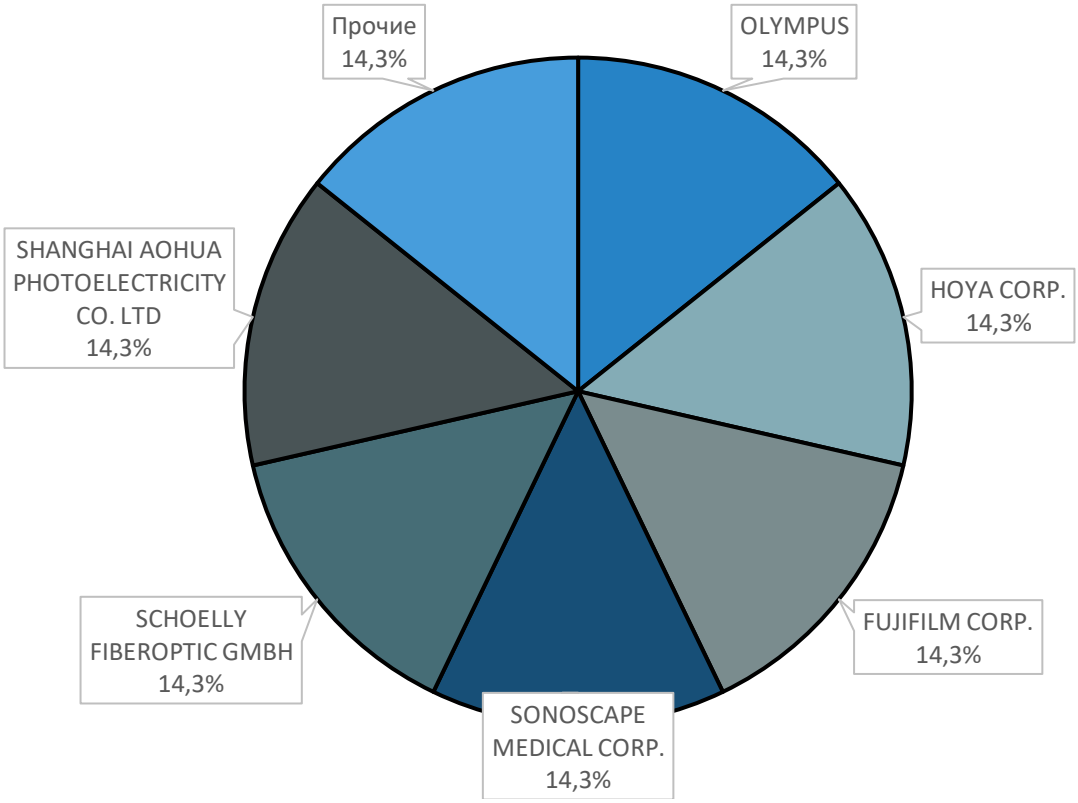
Диаграмма 11. Доли производителей гастроскопов в объеме импорта в 2021 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Наибольшую долю импорта гастроскопов в стоимостном выражении в 2021 г. занял производитель …….. Его доля составила ……. % от стоимостного объема. На втором месте …….. с ……. %. Также в тройку лидеров входит производитель …….. Доля этого производителя в 2021 г. составила ……. % в стоимостном выражении.

Диаграмма 12. Доли производителей гастроскопов в объеме импорта в 2021 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Импорт по странам

Таблица 13. Объем импорта гастроскопов в Россию в 2016-2021 гг. по странам происхождения, шт.

Производитель	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ						
ВЬЕТНАМ						
ГЕРМАНИЯ						
ИЗРАИЛЬ						
КИТАЙ						
КОРЕЯ ЮЖНАЯ						
ЛИТВА						
МАЛАЙЗИЯ						
НИДЕРЛАНДЫ						
США						
ТАИЛАНД						
ЧЕХИЯ						
ЭСТОНИЯ						
ЯПОНИЯ						
Прочие						
Итого:						

Источник: расчеты Discovery Research Group.

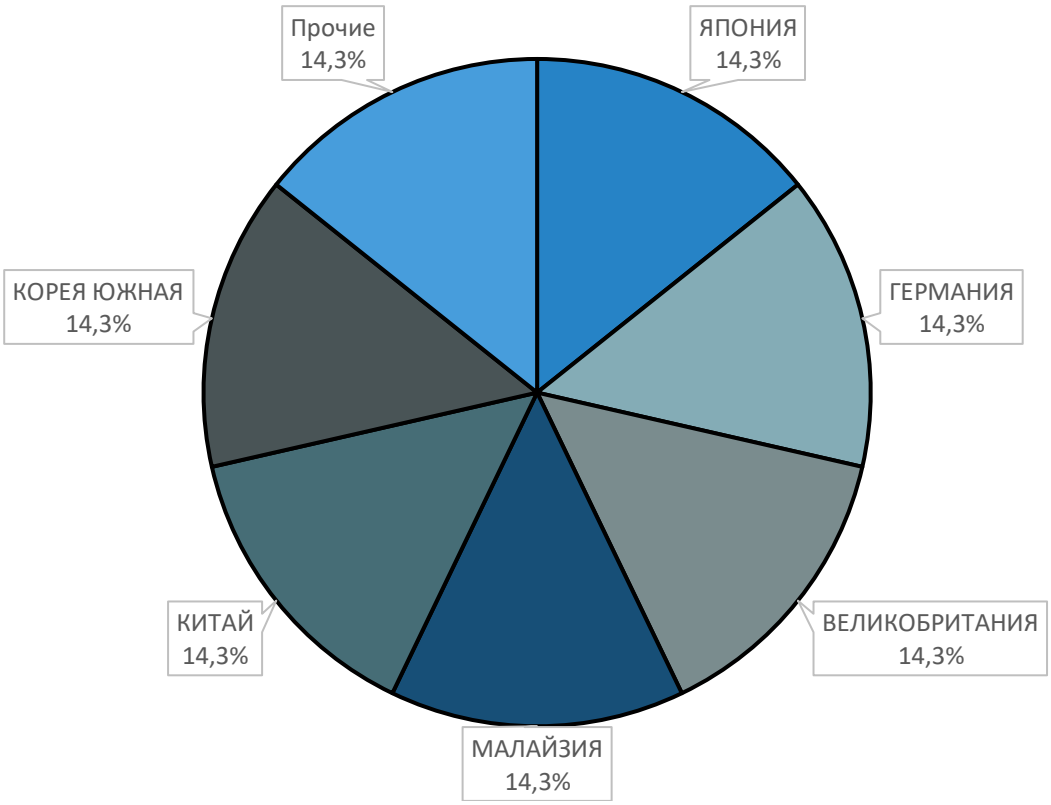
Таблица 14. Объем импорта гастроскопов в Россию в 2016-2021 гг. по странам происхождения, тыс.$.

Производитель	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ						
ВЬЕТНАМ						
ГЕРМАНИЯ						
ИЗРАИЛЬ						
КИТАЙ						
КОРЕЯ ЮЖНАЯ						
ЛИТВА						
МАЛАЙЗИЯ						
НИДЕРЛАНДЫ						
США						
ТАИЛАНД						
ЧЕХИЯ						
ЭСТОНИЯ						
ЯПОНИЯ						
Прочие						
Итого:						

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Наибольшую долю импорта гастроскопов в натуральном выражении в 2021 г. заняла …….. Ее доля составила ……. % от натурального объема. На втором месте ……. с ……. %.

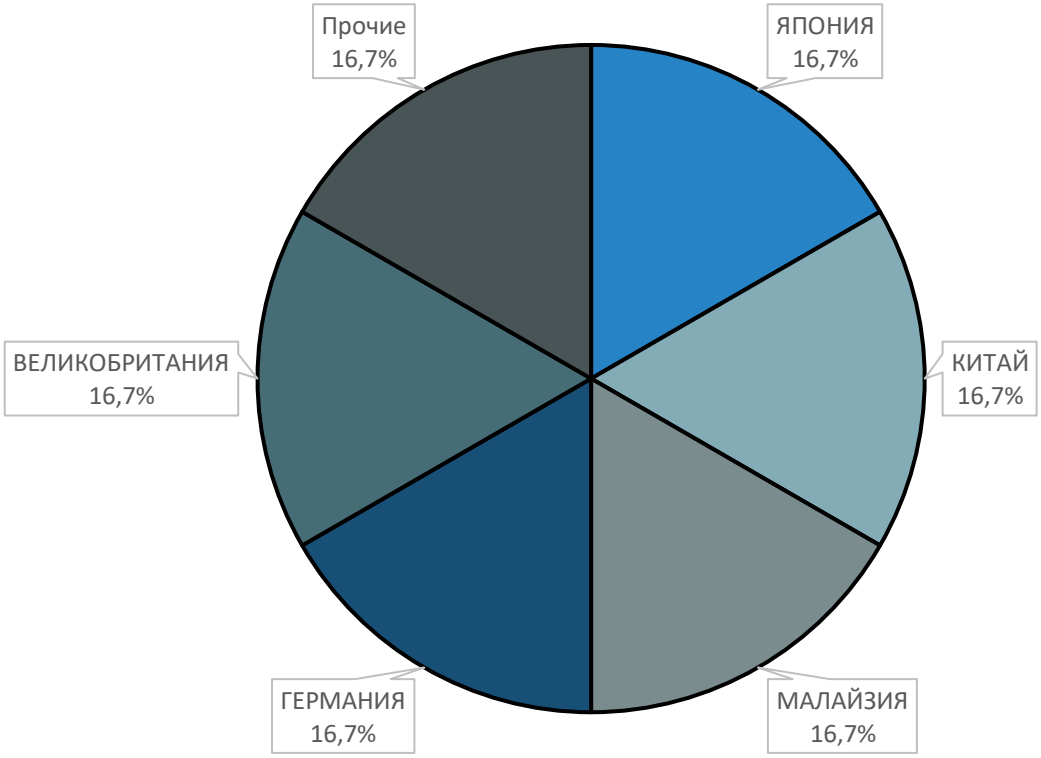
Диаграмма 13. Доли по странам происхождения гастроскопов в объеме импорта в 2021 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Наибольшую долю импорта гастроскопов в стоимостном выражении в 2021 г. заняла …….. Ее доля составила ……. % от стоимостного объема. На втором месте ……. с ……. %.

Диаграмма 14. Доли по странам происхождения гастроскопов в объеме импорта в 2021 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Экспорт

…….

Экспорт по производителям

…….

Экспорт по странам

…….

Глава 6. Тенденции и перспективы развития рынка гастроскопов

До 2024 г. российское здравоохранение планирует потратить около 25 млрд руб. на переоснащение медтехники российских больниц и клиник. Об этом свидетельствуют опубликованные документы правительства, содержащие планы Минфина и Минэкономразвития по расходам на обеспечение майского указа 2018 г. президента Владимира Путина о национальных целях развития.

С учетом сроков износа медтехники и нынешнего состояния оборудования государственная система здравоохранения нуждается в регулярном обновлении «парка», особенно это касается сложных устройств или изделий, на которые приходится большая нагрузка, говорит гендиректор консалтинговой группы «Бюро» Алексей Ванин. По его словам, из-за девальвации рубля у многих медучреждений могли возникнуть сложности с ремонтом дорогостоящего импортного оборудования и заменой запчастей.

……

COVID-19 обусловил необходимость использования изделий однократного применения

Оказание качественной и безопасной медицинской помощи на современном уровне невозможно без использования инструментов однократного применения. При отсутствии одноразового инструментария проводится поэтапная предстерилизационная обработка и последующая стерилизация требуемых инструментов перед каждым их применением. Это достаточно трудоемкий процесс, требующий особой ответственности и подготовки персонала. Кроме того, возникает необходимость в специальных средствах и оборудовании для осуществления дезинфекции и стерилизации, особых условиях для хранения стерильных инструментов.

…….

Отзыв эндоскопов Olympus GF, распространяющих инфекции

…….

Анонс OH02A1S - датчика для эндоскопов

…….

Анонс OER-Elite - системы дезинфекции эндоскопов

…….

Михаил Мишустин подписал постановление об автоматическом продлении лицензий и разрешений в 2022 году

…….

Глава 7. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка гастроскопов

Российские производители эндоскопического оборудования

АО «Ломо»

Предприятие хорошо известно в России и за рубежом как крупнейшая российская компания, занимающаяся производством и реализацией оптико-механических и оптико-электронных приборов.

…….

Таблица 15. Выручка АО «ЛОМО» в 2016-2020 гг., тыс. руб.

Показатель	2016	2017	2018	2019	2020
Выручка (за минусом НДС, акцизов)					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

ПФ «Аксиома»

……

Зарубежные производители эндоскопического оборудования

Olympus Medical Systems Corp.

……

Karl Storz

……

HOYA (Pentax)

……

Fujifilm

……

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 4

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (499) 394-53-60, (495) 968-13-14

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда