

На начало 2026 года в сегменте медицинских франшиз насчитывается не менее 103 франшиз, сегмент развивается темпами выше рынка. За 2025 год их количество выросло на 15. За 2025 год оборот рынка медицинских франшиз тоже вырос, но всего на 2,5%, что значительно ниже темпов последних пяти лет (12-17%). При этом драйвером роста стали не новые франшизы, а сильные сети.

Такие данные были получены по результатам исследования рынка медицинских франшиз в России экспертами Franshiza.ru по заказу компании «Ингосстрах» и сети клиник «Будь Здоров».

Анна Рождественская, руководитель каталога Franshiza.ru: «Значительную роль в развитии сегмента играют лидеры рынка — прежде всего лабораторные сети, которые продолжают активно расширять франчайзинг. Вообще вопрос лидерства как никогда актуален: в ближайшее время активно развиваться по франшизе смогут только сильные концепции с проработанной финансовой моделью и операционной поддержкой, имеющие сильный бренд, доверие и авторитет в своей нише — рынок входит в стадию профессиональной конкуренции.

Для медицинского бизнеса вопрос доверия не новый, а базовая составляющая развития и коммуникации как с потребителями, так и с партнерами, поэтому именно медицинским брендам проще всего адаптироваться к новым "правилам игры".».

Количество франчайзинговых точек продолжает расти, но интерес инвесторов снижается — спрос на покупку франшиз в России за 2025 год упал на 18% по сравнению с 2024 годом, сейчас спрос во многом зависит от сферы бизнеса и конкретного бренда. При этом, лидеры своих сегментов растут быстрее рынка (в среднем рост на 10-15% против средних цифр рынка 2-4%). В 2026 году тенденция к сокращению спроса сохраняется.

Анна Рождественская: «В перспективе дополнительным драйвером может стать развитие управленческих франшиз, однако пока этот формат используется ограниченно из-за регуляторных рисков. В целом медицинский франчайзинг сохраняет потенциал роста и остается одним из наиболее устойчивых сегментов франчайзинга: такую картину мы уже наблюдали в 2014 году, в ковидный кризис и сегодня, в период падения бизнес-активности».

В структуре спроса по типу городов доля запросов из городов-миллионников увеличилась до 41%, вернувшись на уровень 2022-2023г.г. Несмотря на высокую конкуренцию в таких городах и отсутствие хороших свободных площадей, плотность населения и уровень жизни дают возможность привлекать в регион новые проекты. Сегодня крупные города становятся основным драйвером роста для франчайзинга медцентров.

Доверие и бренд стали ключевым фактором продажи франшиз на российском рынке. Фактор сильной деловой репутации и статус лидеров в своем сегменте крайне мотивируют инвесторов к покупке конкретной франшизы: во время турбулентности выбирают надежность, стабильность и крупных франчайзеров.

Франшизу выбирают как инвестиционный инструмент. Конкурировать приходится не только с другими франшизами, но и с банковскими и инвестиционными инструментами. Важной компонентой становится хорошо проработанная финансовая модель и операционная поддержка франчайзера.

«Мы с дочерней компанией, сетью клиник “Будь Здоров” сформировали сильный бренд, который отлично зарекомендовал себя на рынке. Расширение франчайзинговой сети — это масштабирование нашего опыта и стандартов качества в регионах. Во всех клиниках, работающих по франшизе, пациенты получают комплексную медицинскую помощь в соответствии с действующими стандартами качества и безопасности “Будь Здоров” — от диагностики и амбулаторного лечения до высокотехнологичных хирургических вмешательств и последующей реабилитации», — отметил Дмитрий Попов, заместитель генерального директора по ДМС — исполнительный директор компании «Ингосстрах».

Сегмент медицинских франшиз в России по-прежнему представлен исключительно отечественными брендами, что отличает его от многих других направлений франчайзинга, где международные сети еще сохраняют присутствие.

«Рынок медицинских франшиз, если говорить именно о многопрофильных клиниках, в настоящее время очень узок, сегментирован и представлен в основном крупными медицинскими сетями с известными брендами. Медицинский бизнес — всегда инвестиционно емкий продукт, требующий от инвесторов и партнеров желания и

готовности максимально вовлекаться в процесс и это всегда игра «вдолгую». В среднем на плановую рентабельность клиника выходит на 3-й год работы, а окупаемость составляет порядка 5-6 лет, с учетом текущих реалий рынка. Успех на рынке медицинской франшизы требует нестандартных решений и подходов со стороны владельцев франшизы. И в первую очередь здесь ориентир – не регион нахождения или медицинские площади. При выборе потенциальных партнеров для нас важна общность ценностей — в числе которых забота о человеке и его здоровье, человекоцентричность, лидерство и инновации. Среди преимуществ сотрудничества с «Будь Здоров» — максимальная поддержка партнеров-франчайзи: налаженная работа со страховыми компаниями, стабильный поток пациентов в рамках ДМС, отработанная финансовая модель», — отметил генеральный директор сети клиник «Будь Здоров» Родион Ступин.

Самыми динамичными игроками рынка медицинских франшиз являются медицинские лаборатории, которые растут быстрее средних темпов сегмента и рынка франчайзинга в целом.

В структуре спроса на медицинские франшизы 46% приходится на Центральный федеральный округ из-за большой доли Москвы и области; 10% запросов приходит из Южного федерального округа и 17% – из Приволжского федерального округа.

Проблемой, которая вышла на первый план еще в 2024 году, а в 2025 году усугубилась, стал дефицит персонала: его отметили 38% опрошенных франчайзеров. Также в числе основных проблем назывались рост цен и удорожание себестоимости (37%), налоговая реформа и настроения предпринимателей (34%).

Википедия страхования, 24.03.2026 г.