



© Copyright by Poznan University of Medical Sciences, Poland

ORIGINAL PAPER

Botulinum toxin and hyaluronic acid – the most common facial aesthetic medicine treatments – the economic aspect in terms of price in 2019 in Poland

Mateusz Tomaszewski*

Chair and Clinic of Maxillofacial and Orthopedics and Orthodontics, Poznan University of Medical Sciences, Poland

DOI: <https://doi.org/10.20883/jofa.25>

* **Corresponding author / Osoba do kontaktu**

Mateusz Tomaszewski, PhD, MBA, Katedra i Klinika Ortopedii Szczękowej i Ortodontji, ul. Bukowska 70, 60-812 Poznań, phone/tel.: +48604458298, e-mail: mat.tom@op.pl

ABSTRACT

Introduction. The observed intensive quantitative growth of aesthetic medicine clinics on the market may lead to a lowering of the general price level, although nowadays the high quality of services is a factor that determines the choice of a surgery more often than a low price.

Aim. Estimate of average prices of selected facial aesthetic medicine's procedures in Poland in 2019.

Material and Methods. 7 types of facial aesthetic medicine treatments with the use of botulinum

JoFA

PRACA ORYGINALNA

Toksyna botulinowa i kwas hialuronowy – najczęściej wykonywane zabiegi medycyny estetycznej twarzy – aspekt ekonomiczny w wymiarze ceny w 2019 roku w Polsce

Katedra i Klinika Ortopedii Szczękowej i Ortodontji, Uniwersytet Medyczny im. Karola Marcinkowskiego w Poznaniu, Polska

STRESZCZENIE

Wstęp. Obserwowany intensywny ilościowy przyrost gabinetów medycyny estetycznej na rynku może doprowadzić do obniżania się ogólnego poziomu cen, choć obecnie czynnikiem determinującym wybór gabinetu częściej niż niska cena jest wysoka jakość usług.

Cel. Oszacowanie wielkości średnich cen wybranych zabiegów z zakresu medycyny estetycznej twarzy w Polsce w 2019 roku.

Material and Methods. Analizie poddano

toxin or fillers that were used in 112 clinics located in Poland in 2019 were taken for the analysis.

Results. The highest prices for wrinkle reduction with botulinum toxin were in the Mazowieckie Voivodeship and the lowest in the Podlasie Voivodeship. Treatments with the use of fillers cost the least in Kuyavian-Pomeranian, and the most in Mazowieckie. The most expensive treatment among the examined was the correction of the shape of the lips – 910 PLN and the cheapest was the reduction of wrinkles around the eyes – 460 PLN.

Discussion. Higher prices than average can be expected in provincial cities. This is often dictated by the level of service innovation and / or patient wealth. Sometimes offering lower prices than the average can be an effective way to attract customers.

Results. Treatments with the use of fillers are more expensive than those with the use of botulinum toxin by almost half. Most surgeries offer services in the field of facial aesthetic medicine using botulinum toxin and / or fillers at comparable prices.

Keywords: aesthetic medicine, filler, botulinum toxin, price, market competition, medical services market.

7 rodzajów zabiegów z zakresu medycyny estetycznej twarzy przy użyciu toksyny botulinowej lub wypełniaczy, które były wykonywane w 112 badanych gabinetach zlokalizowanych na terenie Polski.

Wyniki. Najwyższe ceny redukcji zmarszczek toksyną botulinową odnotowano w województwie mazowieckim, a najniższe w podlaskim. Zabiegi z użyciem wypełniaczy najmniej kosztują w kujawsko-pomorskim, a najwięcej w mazowieckim. Najdroższy zabieg wśród zbadanych to korekta kształtu ust – 910 zł, a najtańszy redukcja zmarszczek wokół oczu – 460 zł.

Dyskusja. Wyższych cen niż przeciętne można spodziewać się w miastach wojewódzkich. Często jest to podyktowane poziomem innowacyjności usługi i/lub zamożnością pacjentów. Niekiedy proponowanie niższych cen niż średnia może okazać się skuteczną formą przyciągnięcia klienta.

Wnioski. Zabiegi z wykorzystaniem wypełniaczy są droższe od tych z zastosowaniem toksyny botulinowej blisko dwukrotnie. Większość gabinetów oferuje usługi z zakresu medycyny estetycznej twarzy z użyciem toksyny botulinowej i/lub wypełniaczy w porównywalnych względem siebie cenach.

Słowa kluczowe: medycyna estetyczna, wypełniacze, toksyna botulinowa, cena, konkurencja, rynek usług medycznych.

Introduction

Facial aesthetic medicine procedures are undoubtedly becoming increasingly popular in Poland [1]. This is due to, among others, increased awareness of the importance of a beautiful appearance in society, low invasiveness of treatments, relatively quick effects, relatively high level of safety of their use and greater availability of treatments. On the one hand, there are more and more patients in aesthetic medicine clinics, as evidenced by studies carried out by independent units, on the other hand, the number of service providers is growing. Increasing competition between aesthetic medicine clinics is usually a positive phenomenon from the beneficiary's point of view. There is a chance for the reduction of service prices – as the availability of treatments increases, the selection of specialists who can be used increases. However, for clinic owners this phenomenon most often raises concerns about maintaining incomes at the current level and sometimes even fear of further clinic profitability. Hardly any entrepreneur per-

Wprowadzenie

Zabiegi z zakresu medycyny estetycznej twarzy bez wątplenia cieszą się coraz większą popularnością w Polsce [1]. Wynika to między innymi ze wzrostu świadomości znaczenia pięknego wyglądu w społeczeństwie, małej inwazyjności zabiegów, relatywnie szybkich efektów, stosunkowo wysokiego stopnia bezpieczeństwa ich stosowania oraz większej dostępności zabiegów. Z jednej strony w gabinetach medycyny estetycznej wciąż przybywa nowych pacjentów, czego dowodem są badania prowadzone przez niezależne jednostki, a z drugiej strony rośnie liczba usługodawców. Wzrost konkurencji na rynku usług medycyny estetycznej z punktu widzenia beneficjenta to zwykle pozytywne zjawisko. Istnieje bowiem szansa na obniżenie cen za usługę, zwiększa się dostępność zabiegów, wzrasta wybór specjalistów, z usług których można skorzystać. Z kolei dla właścicieli gabinetów zjawisko to najczęściej budzi obawę o utrzymanie dochodów z tego tytułu na dotychczasowym poziomie, a niekiedy strach o dalszą rentowność gabinetu.

ceives the increase in competition as an impulse for action. Due to the appearance of new units on the market, it seems obvious that increased efforts are needed to retain existing customers and acquire new ones. The clinic would probably not have made similar steps without this change in the market. Therefore, the owner of the office faces the task of re-analyzing the competitive strategy that this company wants to implement in the future. Many entrepreneurs, in a situation of increased competition, often limit their activities to lowering prices for their services, claiming that this is the most effective form of fighting rivals. However, it turns out that it is not the low price that determines market success in many cases. Porter distinguishes three basic types of competition strategies that lead to the creation and maintenance of a position for a long period and to the achievement of better results than those of competitors in the sector. These include strategies such as cost leadership, differentiation and concentration [2].

In developed and strongly developing societies a high quality of services is more often a factor determining the choice of a cabinet than a low price [3]. Quality competition is more effective. It should be understood as a high level of patient service, high qualifications and competences of medical staff, including the doctor himself, the use of the best preparations and physical evidence, i.e. those components that shape the image of the company on a material and aesthetic background (e.g. appearance of the office, waiting room, location, infrastructure, equipment ect.). Currently, it is not enough to offer a good quality offer at an attractive price to achieve success. Customers are increasingly expecting some added value, not necessarily tangible in terms of material, which can be a brand-related image, giving a substitute for luxury, the opportunity to stand out, satisfy snobbish motives, raise social and material status or, most importantly, for service companies, trust and certainty. Although the price for the service ceases to be the most important, it does not mean that it does not matter completely. Setting a price at a very high level, even when using quality competition tools, can have the opposite effect to the expected one. It is called overinvesting the enterprise. In a perfectly functioning market economy, the price formation process should take place by itself. According to the laws of economics, the higher the demand for a given good, the higher its price will be.

Mało który przedsiębiorca postrzega wzrost konkurencji jako impuls do działania. Dzięki pojawieniu się nowych jednostek na rynku oczywistym wydaje się konieczność podjęcie wzmożonych wysiłków w celu utrzymania dotychczasowych klientów i zdobycia nowych. Podobnych kroków zapewne nie poczyniłby gabinet bez tej zmiany na rynku. W związku z tym przed właścicielem gabinetu stoi zadanie ponownego przeanalizowania strategii konkurencyjnej, którą ta firma chce realizować w przyszłości.

Wielu przedsiębiorców w sytuacji wzrostu konkurencji ogranicza często swoje działania do obniżenia cen za swoje usługi, twierdząc, że to najskuteczniejsza forma walki z rywalami. Okazuje się jednak, że to nie niska cena w wielu przypadkach determinuje sukces rynkowy. Porter wyróżnia trzy podstawowe rodzaje strategii konkurencji, prowadzących do stworzenia i utrzymania pozycji przez długi okres i uzyskiwania lepszych wyników od wyników konkurentów w sektorze. Zalicza się do nich takie strategie jak przywództwo kosztowe, zróżnicowanie i koncentracja [2].

W społeczeństwach rozwiniętych i silnie się rozwijających czynnikiem determinującym wybór gabinetu częściej niż niska cena jest wysoka jakość usług [3]. Konkurowanie jakością należy rozumieć jako wysoki poziom obsługi pacjentów, wysokie kwalifikacje i kompetencje personelu medycznego, w tym samego lekarza, wykorzystywanie najlepszych preparatów i *physical evidence*, czyli te składowe, które kształtują wyobrażenie o firmie na tle materialnym oraz estetycznym (np. wygląd gabinetu, poczekalni, lokalizacja, infrastruktura, sprzęty ect.). Obecnie nie wystarczy zaoferowanie jakościowo dobrej oferty, po atrakcyjnej cenie, by osiągnąć sukces. Klienci coraz częściej oczekują pewnej wartości dodanej, niekoniecznie uchwytnej w ujęciu materialnym, którą może być wizerunek związanym z marką, dający namiastkę luksusu, możliwość wyróżnienia się, zaspokojenia snobistycznych pobudek, podniesienia statusu społecznego i materialnego czy też, co najważniejsze dla przedsiębiorstw usługowych, zaufanie i pewność.

Choć cena za usługę przestaje być najważniejsza, nie oznacza to, że nie ma ona zupełnie znaczenia. Ustalenie ceny na bardzo wysokim poziomie, nawet przy wykorzystaniu narzędzi konkurencji jakościowej może spowodować odwrotny skutek do oczekiwanego. Mowa wówczas o przeinwestowaniu przedsięwzięcia. W idealnie działającej gospodarce rynkowej proces kształtowania się cen zachodzić powi-

However, keep in mind that the higher the price, the fewer buyers will be willing to pay for purchasing the service. The exceptions are luxury goods, and the services of aesthetic medicine that are somewhat characterized as such. Selling such goods are characterized as a phenomenon called the Veblen Paradox, in which, despite the price increase, the demand for given goods increases [4]. Setting prices at the right level can significantly increase a company's profit quickly. That is why it is worth knowing the price level for services in a given sector and observing all changes on the market.

Aim

The main aim of the research was to estimate the average price level of selected facial aesthetic medicine procedures in Poland. In addition, the research was to determine which services are the most expensive and which are the cheapest in territorial terms.

Research methodology

The research tool was the price lists of aesthetic medicine clinics posted on the websites of the clinics. Seven selected types of facial aesthetic medicine were analyzed, i.e. reduction of wrinkle smoothness ("lion's wrinkle") using botulinum toxin, reduction of transverse forehead wrinkles using botulinum toxin, reduction of wrinkles around the eyes ("crow's feet") using toxin botulinum toxin, reduction of upper lip ("smoker") wrinkles with 1 ml of hyaluronic acid, reduction of puppet wrinkles with 1 ml of hyaluronic acid, reduction of nasolabial folds with 1 ml of hyaluronic acid and correction of the shape of the lips with 1 ml of hyaluronic acid. The price values used in the analysis are the minimum that should be spent for a given service in the office (that is the price "starting from").

There were 112 price lists, 7 price lists from each voivodeship that were included in the statistical analysis. The study involved offices located in both smaller and larger towns in each province. The choice of offices was random. Based on the price lists, the average, highest and lowest price in PLN was determined for a given service in the voivodeship, rounded to the full value. The research was financed from author's own resources, and thus the author did not receive any subsidy from any financing agency in the public and commercial sectors.

nien samoistnie. Zgodnie z prawami ekonomii im większy jest popyt na dane dobro, tym wyższa będzie jego cena. Należy jednak pamiętać, że im wyższa cena, tym mniej nabywców będzie skłonnych zapłacić ją za nabycie usługi. Wyjątkiem są dobra luksusowe, a usługi medycyny estetycznej mają poniekąd takie nacechowanie. Wówczas trzeba brać pod uwagę zjawisko zwane Paradoksem Veblena, w przypadku którego mimo wzrostu cen, wzrasta popyt na dane dobra [4]. Ustalenie cen na odpowiednim poziomie może w szybkim okresie znacznie zwiększyć zysk przedsiębiorstwa. Dlatego warto znać poziom cen za usługi w danym sektorze i obserwować wszystkie zmiany zachodzące na rynku.

Cel

Głównym celem przeprowadzonych badań było oszacowanie średniego poziomu cen wybranych zabiegów z zakresu medycyny estetycznej twarzy w Polsce. Dodatkowo, przeprowadzone badania miały pozwolić określić jakie usługi są najdroższe, a jakie najtańsze w ujęciu terytorialnym.

Metodologia badań

Narzędziem badawczym były cenniki gabinetów medycyny estetycznej zamieszczone na stronach internetowych gabinetów. Analizie poddano 7 wybranych rodzajów zabiegów z zakresu medycyny estetycznej twarzy, tzn. redukcja zmarszczki gładziny („lwia zmarszczka”) przy użyciu toksyny botulinowej, redukcja zmarszczek poprzecznych czoła przy użyciu toksyny botulinowej, redukcja zmarszczek wokół oczu („kurze łapki”) przy użyciu toksyny botulinowej, redukcja zmarszczek górnej wargi („palacza”) przy użyciu 1 ml kwasu hialuronowego, redukcja zmarszczek marionetki przy użyciu 1 ml kwasu hialuronowego, redukcja bruzdy nosowo-wargowych przy użyciu 1 ml kwasu hialuronowego oraz korekta kształtu ust przy użyciu 1 ml kwasu hialuronowego. Wykorzystane w analizie wartości cen stanowią minimum. jakie należy wydać za daną usługę w gabinecie (czyli cena „od”). Do analizy statystycznej włączono 112 cenników, po 7 cenników z każdego województwa. W badaniu uczestniczyły gabinety zlokalizowane zarówno w mniejszych jak i większych miejscowościach na terenie każdego województwa. Wybór gabinetów był losowy. Na podstawie cenników wyznaczono średnią, najwyższą i najniższą cenę w PLN za daną usługę w województwie w zaokrągleniu

Results

The group of treatments examined using botulinum toxin included reduction of forehead smoothing wrinkles, transverse forehead wrinkles and wrinkles around the eyes. In all cases, the highest prices are in the Mazowieckie voivodeship and the lowest in the Podlasie voivodeship. Four more types of facial aesthetic medicine treatments that have undergone valuable examination are the reduction of upper lip wrinkles (smoker's), puppet wrinkles, nasolabial folds and lip shape correction. Hyaluronic acid is used to make them. These treatments are the most expensive in offices in Lesser Poland, and the

do pełnych wartości. Wyznaczono również wartość średnią dla całego kraju. Badania zostały sfinansowane z własnych środków, a tym samym autor nie otrzymał żadnej dotacji od jakiegokolwiek agencji finansującej w sektorze publicznym i komercyjnym.

Wyniki

W grupie badanych zabiegów z wykorzystaniem toksyny botulinowej znalazły się redukcja zmarszczek gładziny czoła, zmarszczek poprzecznych czoła oraz zmarszczek wokół oczu. We wszystkich przypadkach najwyższe ceny odno-

▼ **Table 1.** Average prices [PLN] of face aesthetic medicine clinic's treatment – divided into voivodeships
▼ **Tabela 1.** Średnie ceny [PLN] zabiegów medycyny estetycznej twarzy w podziale na województwa

VOIVODSHIP Województwo	Forehead wrinkles Zmarszczki gładziny czoła	Transverse forehead wrinkles Zmarszczki poprzeczne czoła	Wrinkles around the eyes Zmarszczki wokół oczu	Upper lip wrinkles Zmarszczki górną wargi	Puppet wrinkles Zmarszczki marionetki	Nasolabial folds Brzdy nosowo- wargowe	Lip shape correction Korekta kształtu ust
Lower Silesia <i>dolnośląskie</i>	450	460	450	940	950	960	940
Kuyavian-Pomeranian <i>kujawsko-pomorskie</i>	530	570	500	470	670	710	810
Lublin Province <i>lubelskie</i>	480	420	450	700	830	810	870
Lubuskie <i>lubuskie</i>	420	590	450	800	800	800	830
Łódź Province <i>łódzkie</i>	420	420	420	730	740	740	780
Lesser Poland <i>małopolskie</i>	430	420	430	980	980	980	1 060
Mazowieckie <i>mazowieckie</i>	610	610	610	900	940	940	1 060
Opolskie <i>opolskie</i>	450	420	430	860	860	860	960
Podkarpackie <i>podkarpackie</i>	410	390	410	840	840	840	960
Podlasie <i>podlaskie</i>	370	370	370	790	790	790	810
Pomeranian <i>pomorskie</i>	420	420	420	810	810	870	900
Silesian <i>śląskie</i>	540	520	540	900	930	930	930
Świętokrzyskie <i>świętokrzyskie</i>	490	530	480	860	860	860	870
Warmian-Masurian <i>warmińsko-mazurskie</i>	450	450	470	890	890	890	920
Greater Poland <i>wielkopolskie</i>	440	450	440	810	810	810	890
West Pomeranian <i>zachodniopomorskie</i>	440	460	490	900	900	900	1 010
Average price <i>Średnio</i>	460	470	460	820	840	850	910

Source: own study / Źródło: opracowanie własne

cheapest in the Kuyavian-Pomeranian and Łódź voivodships. The results of the study are summarized in **Table 1**.

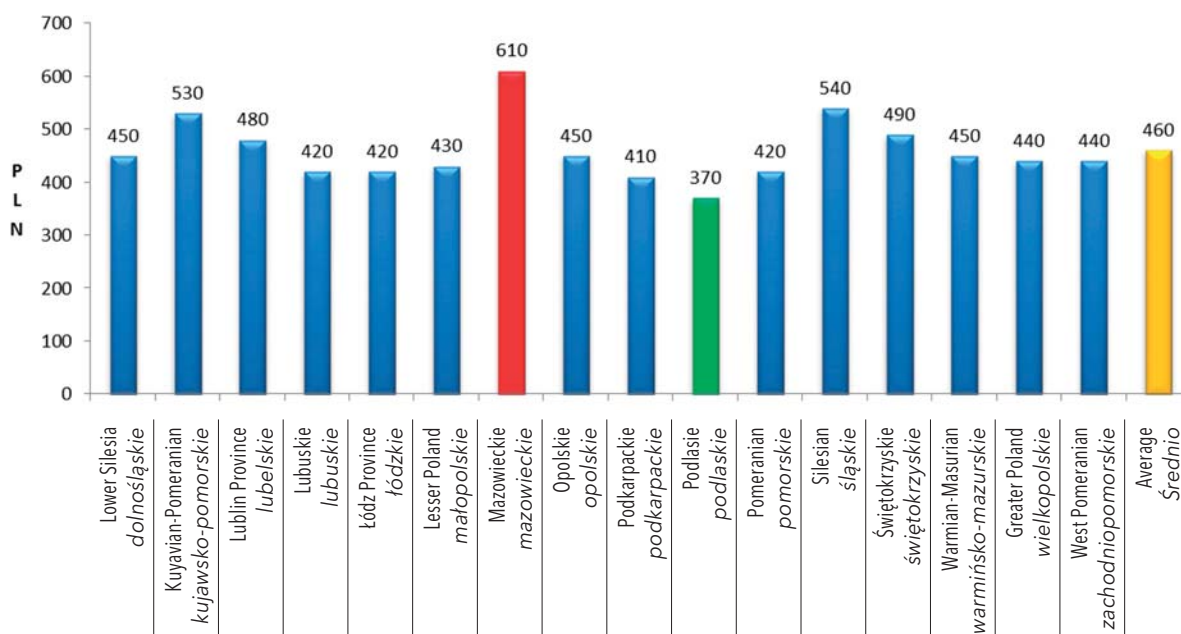
Figure 1 presents graphically the results of tests for the procedure of reducing forehead wrinkles. The highest average price nationwide for this operation should be paid in the voivodeship Mazowieckie – 610 PLN, and the lowest in the province Podlasie – 370 PLN. The average price for the whole country was 460 PLN. The highest price for this procedure was found on the price list of one clinic in the Kuyavian-Pomeranian Voivodeship and amounted to PLN 1,000. The cheapest procedure can be performed in one of the offices in the province Lubuskie which costs PLN 200.

The highest price for the reduction of transverse forehead wrinkles was recorded in the Mazowieckie province – 610 PLN and the lowest in Podlasie province – 370 PLN. The average price in Poland is 470 PLN for this type of procedure. In the case of prices for the reduction of wrinkles around the eyes using botulinum toxin, the highest one is in the province Mazowieckie – 610 PLN and the lowest one in the province Podlasie – 370 PLN. The national average price is PLN 460. The cheapest procedure is performed by one of the examined cabinets in the province Podlasie at a price of 250 PLN, and the

towano w województwie mazowieckim, a najniższe w województwie podlaskim. Cztery kolejne rodzaje zabiegów z zakresu medycyny estetycznej twarzy, których ceny zostały poddane badaniu to redukcja zmarszczek górnej wargi („palacza”), zmarszczek marionetki, bruzd nosowo-wargowych oraz korekta kształtu ust. Do ich wykonania wykorzystuje się kwas hialuronowy. Te zabiegi wyceniły najdrożej gabinety w Małopolsce, a najtaniej w województwie kujawsko-pomorskim i łódzkim. Wyniki badania zestawiono w **tabeli 1**.

Na **rycynie 1** zaprezentowano w formie graficznej wyniki badań dla zabiegu redukcji zmarszczek gładzizny czoła. Najwięcej (średnia cena w województwie) w skali kraju za ten zabieg należy zapłacić w woj. mazowieckim – 610 PLN, a najmniej w woj. podlaskim – 370 PLN. Średnia cena dla całego kraju wyniosła 460 PLN. Najwyższą cenę za ten zabieg znaleziono w cenniku jednego gabinetu w woj. kujawsko-pomorskim i wynosiła 1000 PLN. Najtaniej ten zabieg można wykonać w jednym z gabinetów w woj. lubuskim i kosztuje on tam 200 PLN.

Najwyższą ceną za redukcję w zmarszczek poprzecznych czoła odnotowano w woj. mazowieckim i wyniosła 610 PLN, a najniższa w woj. podlaskim – 370 PLN. Średnio w Polsce za tego typu zabieg należy zapłacić 470 PLN. W przy-



▲ **Figure 1.** Prices for reducing plaque wrinkles with the use of botulinum toxin. Source: own study

▲ **Rycina 1.** Ceny redukcji zmarszczek gładzizny czoła przy użyciu toksyny botulinowej. Źródło: opracowanie własne

most expensive one of the Mazovian offices is 800 PLN. The highest prices for smoker wrinkle reduction are offered through the clinic in the Lesser Poland Voivodeship – PLN 980 and the lowest in the province Kuyavian-Pomeranian – PLN 470. The national average is 820 PLN.

Regarding the reduction of wrinkles of puppets, the cheapest prices are in Kuyavian-Pomeranian Voivodeship. The average price in this region is 670 PLN and is 320 PLN cheaper than the price in Lesser Poland, where it is 980 PLN, and this one is the highest price among all voivodships in Poland. On average, for this service one has to spend 840 PLN.

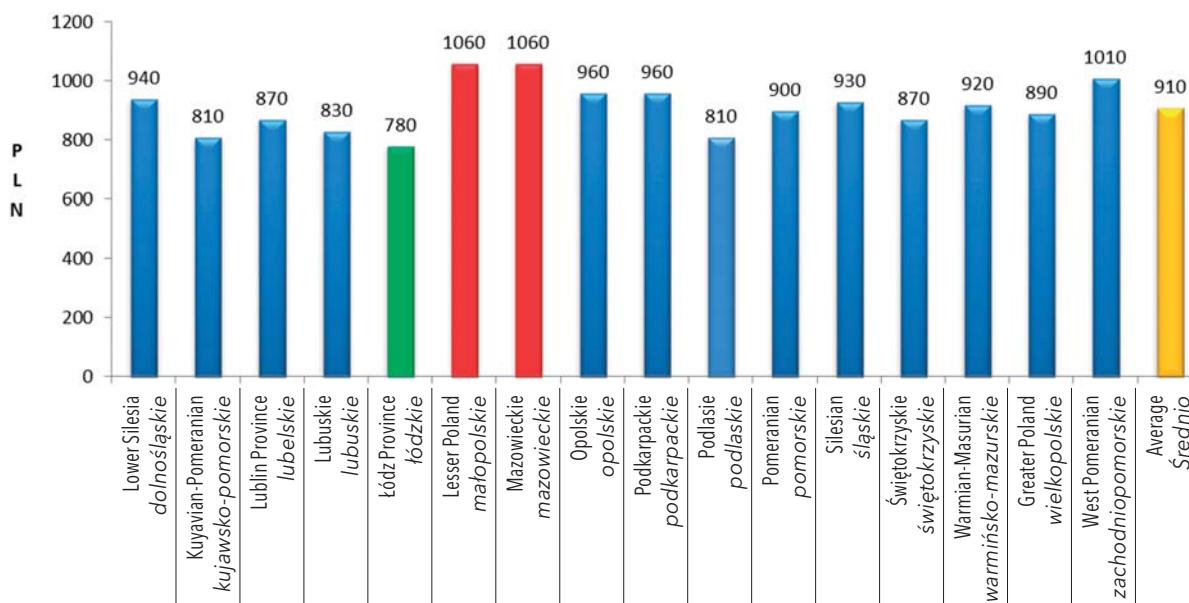
An average price in Poland for the reduction of nasolabial furrows is 850 PLN. This is 130 PLN lower than in the most expensive voivodship (Lesser Poland) and PLN 140 higher than the cheapest voivodship (Kuyavian-Pomeranian).

Lip shape correction is a service priced the cheapest by the clinics in the Lodz region. For this treatment with the use of 1 ml of hyaluronic acid you have to pay 780 PLN. The highest average price was recorded in Małopolskie and Mazowieckie voivodships. It is 1060 PLN for 1 ml of acid used during the procedure. In Poland, this service was estimated at PLN 910 on average. The results are presented in **Figure 2**.

The average domestic prices for selected facial aesthetic medicine procedures are presented in **Figure 3**. The most expensive treat-

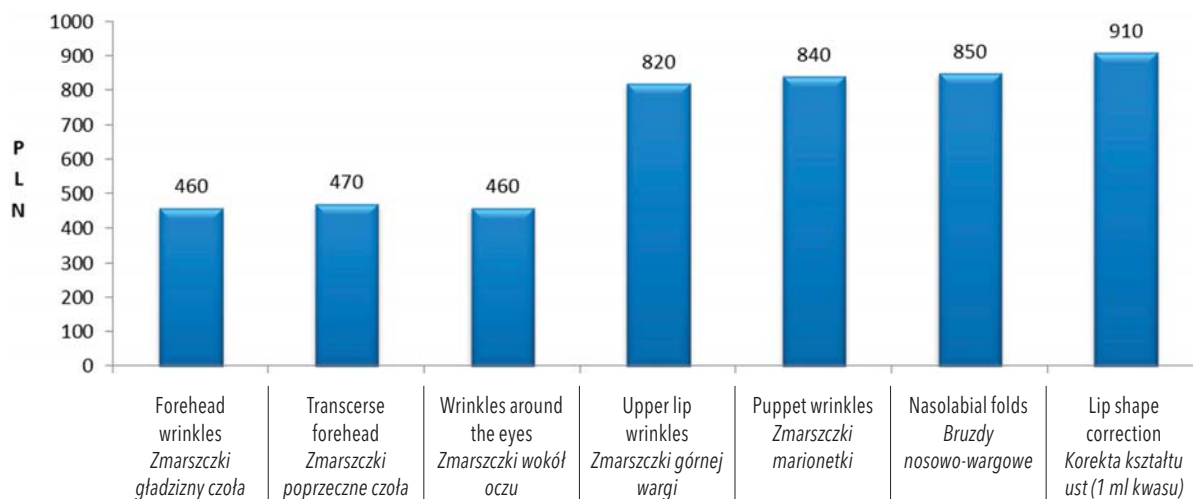
padku cen za zabieg redukcji zmarszczek wokół oczu przy użyciu toksyny botulinowej najwięcej należy zapłacić w woj. mazowieckim – 610 PLN, a najmniej w woj. podlaskim- 370 PLN. Średnia krajowa wyniosła 460 PLN. Najtaniej ten zabieg wykonuje jeden z badanych gabinetów w woj. podlaskim w cenie 250 PLN, a najdrożej jeden z mazowieckich gabinetów 800 PLN. Najwyższe ceny za redukcje zmarszczek palacza oferują gabinety w województwie małopolskim – 980 PLN, a najniższe w woj. kujawsko-pomorskim – 470 PLN. Średnia krajowa to 820 PLN.

W zakresie wykonywania zabiegów redukujących zmarszczki marionetki najtaniej swoje usługi wyceniło woj. kujawsko pomorskie. Średnia cena w tym regionie to 670 zł i jest o 320 zł tańsza niż cena w Małopolsce, gdzie wynosi 980 zł i jest tym samym najwyższą ceną wśród wszystkich województw w Polsce. Średnio ze tę usługę należy wydać 840 zł. Za zabieg redukcji bruzd nosowo-wargowych średnio w kraju trzeba zapłacić 850 zł. Jest to kwota o 130 zł niższa niż w najdroższym województwie (małopolskie) i o 140 zł wyższa od najtańszego województwa (kujawsko-pomorskie). Korekta kształtu ust to usługa wyceniona najtaniej przez gabinety w województwie łódzkim. Za ten zabieg przy wykorzystaniu 1 ml kwasu hialuronowego należy zapłacić 780 zł. Największą średnią cenę odnotowano w województwach małopolskim i mazowieckim. Wyniosła ona 1060 zł za 1 ml kwasu



▲ **Figure 2.** Prices for lip shape correction with the use of 1 ml of hyaluronic acid. Source: own study

▲ **Rycina 2.** Ceny korekty kształtu ust przy użyciu 1 ml kwasu hialuronowego. Źródło: opracowanie własne



▲ **Figure 3.** Prices of selected aesthetic medicine procedures in Poland in 2019. Source: own study

▲ **Rycina 3.** Ceny wybranych zabiegów z zakresu medycyny estetycznej w Polsce w 2019 roku. Źródło: opracowanie własne

ment is the correction of the shape of the lips using 1 ml of hyaluronic acid. The price of this service is PLN 910. The cheapest procedure is the reduction of wrinkles around the eyes using botulinum toxin. In 2019, the average cost of such surgery in Poland was PLN 460.

Discussion

Research shows that most offices offer services at comparable prices. Although the research included services with identical parameters (amount and type of material used), there are some individual cases for each type of service where the price deviates significantly from the national average. It can therefore be suspected that such a high / low price is determined by other factors, such as doctor's qualifications, the pricing strategy adopted by the office, current promotions, business environment (including the number of competitors), suppliers and prices for materials needed to provide the service, or level of costs of running a business. It is worth remembering that the price level is often dictated by the level of innovation of the service, and in such a rapidly growing industry it is relatively high. Every year [5], entities providing aesthetic medicine services introduce new services to the portfolio, often with a high degree of innovation and relatively high prices.

From the consumer's point of view, the price for the service seems to be one of the most important factors influencing the choice of a cli-

użytego podczas wykonywania zabiegu. Średnio w Polsce tę usługę wyceniono na kwotę 910 zł. Wyniki zaprezentowano na **rycynie 2**.

Średnie krajowe ceny za wybrane zabiegi z zakresu medycyny estetycznej w obrębie twarzy zaprezentowano na **rycynie 3**. Najdroższy zabieg to korekta kształtu ust przy wykorzystaniu 1 ml kwasu hialuronowego. Cena takiej usługi to 910 zł. Najtańszym zabiegiem jest redukcja zmarszczek wokół oczu przy użyciu toksyny botulinowej. Koszt takiego zabiegu wyniósł w 2019 roku w Polsce średnio 460 zł.

Dyskusja

Jak wynika z przeprowadzonych badań większość gabinetów oferuje usługi w porównywalnych względem siebie cenach. Choć do badań włączono usługi o identycznych parametrach (ilość i rodzaj użytego materiału) to dla każdego rodzaju usług nie brakuje pojedynczych przypadków, gdzie cena w dużym stopniu odstaje od średniej krajowej. Można zatem podejrzewać, że o tak wysokiej/niskiej cenie decydują inne czynniki, takie jak kwalifikacje lekarza, przyjęta przez dany gabinet strategia cenowa, aktualne promocje, otoczenie biznesowe, w tym ilość konkurentów, dostawców i cen za materiały potrzebne do wykonania usługi, czy też poziom kosztów prowadzenia danej firmy. Warto przy tym pamiętać, że wysokość cen często podyktowana jest poziomem innowacyjności danej usługi, a w tak silnie rozwijającej się branży jest on relatywnie wysoki.

nic, but it is not as important as the level of satisfaction with the service [6]. Research from 2011 carried out on the Poznan market of services in the field of aesthetic medicine showed that the attractive price of treatments plays a significant role in choosing a clinic and is a key instrument for building a competitive advantage. As we can read further in this study, the cost of the service and the location of a clinic are the least important compared to other factors affecting the level of satisfaction with aesthetic medicine procedures [7].

In many cases, the beneficiary is able to pay a high price for the service only if he/she receives a high-quality service in return. The proof for this thesis is the profile of the patient who uses aesthetic medicine treatments. Research of the Polish Society of Aesthetic Medicine and Anti-Aging from 2017 [8] characterizes such a patient as a relatively young woman, well-off and happy with life. Most patients are aged 40-50 years. Such treatments are also very popular in the 30-40-year-old group (37%) – that's when signs of aging begin to appear.

Creating a pricing strategy for an enterprise should be preceded by a thorough analysis of the market and portfolio of its clients and the services offered to them. It is worth checking which clients the offer is directed to and choosing the appropriate channels of communication.

Different promotional forms and tools should be used for selling services to young people than those to seniors. The offer of the office does not have to be very extensive to generate large profits by the company. You must focus on the most profitable procedures; they are in a group of products called in management sciences as 'milk cows' and avoid 'dogs' – products that do not generate significant income and do not have development prospects [9].

The results of this study verify the price level for treatments with the use of botulinum toxin and hyaluronic acid fillers, because these services were most often chosen by patients. According to Polish Society of Aesthetic Medicine and Anti-Aging from research, the most commonly performed procedures were botulinum toxin 29% and hyaluronic acid fillers – 28%. This may be due to the fact that these procedures are best known by society and the results of these treatments cater mostly to the needs of patients. Most often, patients go to the doctor to reduce the signs of skin aging, i.e. wrinkles and furrows,

Podmioty świadczące usługi medycyny estetycznej corocznie [5] wprowadzają do portfela nowe usługi, często o wysokim stopniu innowacyjności i relatywnie wysokich cenach.

Z punktu widzenia konsumenta cena za usługę okazuje się jednym z ważniejszych czynników wpływających na wybór danej placówki, ale nie tak istotnym, jeśli chodzi o sam poziom satysfakcji z usługi [6]. Badania z 2011 roku przeprowadzone na poznański rynku usług z zakresu medycyny estetycznej wykazały, że atrakcyjna cena zabiegów odgrywa znaczącą rolę przy wyborze placówki i stanowi kluczowy instrument budowania przewagi konkurencyjnej. Jak czytamy dalej w niniejszym opracowaniu koszt usługi oraz lokalizacja przychodni są najmniej istotne w porównaniu z innymi czynnikami wpływającymi na poziom satysfakcji z zabiegów medycyny estetycznej [7]. W wielu przypadkach beneficjent jest w stanie zapłacić za usługę wysoką cenę pod warunkiem otrzymania w zamian wysokiej jakości usługi. Słuszności tej tezy dowodzi sam profil pacjenta, korzystającego z zabiegów medycyny estetycznej. Badania Polskiego Towarzystwa Medycyny Estetycznej i Anti-Aging z 2017 roku [8] charakteryzują takiego pacjenta jako stosunkowo młodą kobietę, dobrze sytuowaną i zadowolona z życia. Najwięcej – bo aż 56 proc. – pacjentów trafia do lekarzy medycyny estetycznej w wieku 40-50 lat. Zabiegi są bardzo popularne także w grupie wiekowej 30-40 lat (37 proc.) – to wtedy zaczynają się pojawiać oznaki starzenia.

Tworzenie strategii cenowej przedsiębiorstwa powinno być poprzedzone wnikliwą analizą rynku oraz portfela swoich klientów i oferowanych im usług. Warto sprawdzić do jakich klientów kierowana jest oferta i odpowiednio dobrać środki komunikacji. Inną bowiem formę i narzędzia promocji należy zastosować przy sprzedaży usług dla osób młodych, a inną dla seniorów. Oferta gabinetu wcale nie musi być bardzo obszerna, by przedsiębiorstwo generowało duże zyski. Należy skoncentrować się na najbardziej dochodowych zabiegach, czyli grupie produktów określanymi w naukach o zarządzaniu jako „dojne krowy”, a unikać „psów”, czyli produktów nieprzynoszących znaczącego przychodu i nie mających perspektyw rozwoju. [9]

Wyniki niniejszych badań weryfikują poziom cen za zabiegi z wykorzystaniem toksyny botulinowej i wypełniaczy, ponieważ usługi przy użyciu tych preparatów były najczęściej wybieranymi przez pacjentów. Za badaniami PTMEIAA,

and doctors equally often decide on therapy using botulinum toxin or fillers. It is also worth noting that almost 80% of patients visit aesthetic medicine clinics several times a year [9]. On the one hand, this results from the length of the effects of the treatments (3–6 months for botulinum toxin type A) and on the other hand from a wide range of services in the field of aesthetic medicine which do not exclude the use of multiple therapies at the same time. To build the best pricing strategy of the clinic this feature of the sector should also be used. Being aware that the client will regularly visit the office, every effort should be made to leave the best possible first impression in his/her mind and guarantee him/her a sense of well-spent money. Sometimes it is worth considering offering slightly lower prices for certain services, knowing that this is an effective way of attracting customers.

The patient obtained in such a way will use the service and it is possible that he/she will decide to use other treatments as well which will generate, *summa summarum*, even greater profits than the high price of a single treatment. However, there is always a risk that the client will not want to permanently associate with one office and will not use the services offered again. To set the price level and price promotions, facial aesthetic medicine doctors are guided by several premises. On the one hand, taking care of the economic calculation of the clinic, and on the other hand, maintaining good relations with the environment, i.e. colleagues who support each other more often than compete strongly against each other.

The conducted research showed that the highest prices for all the examined procedures with the use of botulinum toxin are offered by clinics in the Mazowieckie voivodship and with the use of fillers in the Mazowieckie and Małopolskie voivodships. It is difficult to clearly determine the reasons. This fact may be affected by the level of development and wealth of a voivodship, openness of the local community for innovations, the number of metropolitan centers in the voivodship, etc. Regarding the price level, there is no clear territorial division to the east and west or north and south. However, the research results noted that higher prices for services can be expected in the capital cities of provinces, which is most likely dictated by a higher average level of earnings.

najczęściej wykonywanymi zabiegami były toksyna botulinowa 29% i wypełnienia kwasem hialuronowym – 28%. Może wynikać to z faktu, że są to zabiegi najbardziej znane w społeczeństwie, których efekty zastosowania najbardziej odpowiadają potrzebom pacjentów. Najczęściej pacjenci zgłaszają się do lekarza w celu zredukowania oznak starzenia się skóry, czyli zmarszczek i bruzd, a lekarze również często decydują się na terapię przy użyciu toksyny botulinowej bądź wypełniaczy. Warto również zaznaczyć, że prawie 80% pacjentów odwiedza gabinety medycyny estetycznej kilka razy do roku [9]. Wynika to z jednej strony z długości utrzymywania się efektów zabiegów (3–6 miesięcy dla toksyna botulinowa typu A), a z drugiej strony z szerokiej oferty usług z zakresu medycyny estetycznej, która nie wyklucza stosowania wielu terapii jednocześnie. Budując strategię cenową gabinetu należy wykorzystać również tę cechę sektora. Mając świadomość, że przybyły klient będzie regularnie odwiedzał dany gabinet powinno dołożyć się wszelkich starań do pozostawienia w jego świadomości jak najlepszego pierwszego wrażenia i zagwarantowania mu poczucia dobrze wydanych pieniędzy. Czasem warto rozważyć proponowanie nieco niższych cen za pewne usługi, wiedząc, że to skuteczna forma przyciągnięcia klienta. Tak pozyskany pacjent skorzysta z oferowanego zabiegu i niewykluczone, że zdecyduje się na wykonanie również innych zabiegów, co *summa summarum* wygeneruje jeszcze większe zyski niż wysoka cena pojedynczego zabiegu. Zawsze jednak istnieje ryzyko, że klient nie zechce związać się na stałe z jednym gabinetem i nie skorzysta ponownie z oferowanych usług. Przy ustalaniu poziomu cen i promocji cenowych, lekarze medycyny estetycznej twarzy kierują się kilkoma przesłankami. Z jednej strony dbanie o rachunek ekonomiczny przychodni, a z drugiej strony zachowanie dobrych relacji z otoczeniem, czyli kolegami po fachu, którzy częściej się wzajemnie wspierają niż silnie ze sobą konkurują.

Przeprowadzone badania wykazały, że najwyższe ceny za wszystkie badane zabiegi z wykorzystaniem toksyny botulinowej oferują gabinety w województwie mazowieckim, a z wykorzystaniem wypełniaczy w mazowieckim i małopolskim. Trudno jednoznacznie określić przyczyny. Wpływ na ten fakt mogą mieć poziom rozwoju i zamożność danego województwa, otwartość lokalnej społeczności na innowacje, liczba ośrodków wielkomiejskich w woje-

Results

Most surgeries offer facial aesthetic medicine services using botulinum toxin and / or fillers at comparable prices.

Treatments using fillers are more expensive than those using botulinum toxin by almost twice.

Acknowledgements

Conflict of interest statement

The author declares no conflict of interest.

Funding sources

There are no sources of funding to declare.

References / Piśmiennictwo

1. Tomaszewski M, Matthews-Kozanecka M, Zbitkowski S. Preliminary research on the demand for face aesthetic medicine among medical students. *JoFA*. 2019;2(2):80-8. doi: <https://doi.org/10.20883/jofa.13>.
2. Mruk H. Marketing gabinetów lekarskich na rynku usług zdrowotnych. Warszawa; 2015. p. 35-36.
3. Małecka B, Marcinkowski JT. Satysfakcja pacjenta czynnikiem kształtującym współczesny rynek usług medycznych. *Probl Hig Epidemiol*. 2007;88(1):17-19.
4. Klimczak B. Mikroekonomia. Wrocław; 1995. p. 78.
5. Ankiel M, Kuczyńska A. Wyznaczniki satysfakcji klientów korzystających z usług medycyny estetycznej. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*; 2017. p. 330.
6. Bukowska-Piestrzyńska A. Marketing usług zdrowotnych. Od budowania wizerunku placówki do zadowolenia klientów. Warszawa; 2008.

wództwie ect. Jeśli chodzi o wysokość cen to nie zaobserwowano wyraźnego podziału terytorialnego na wschód i zachód czy północ i południe. Jednakże w wynikach badań zauważono, że wyższych cen za usługi można spodziewać się w stołecznych miastach województw, co najprawdopodobniej podyktowane jest wyższym średnim poziomem zarobków.

Wnioski

Większość gabinetów oferuje usługi z zakresu medycyny estetycznej twarzy z użyciem toksyny botulinowej i/lub wypełniaczy w porównywalnych względem siebie cenach.

Zabiegi z wykorzystaniem wypełniaczy są droższe od tych z zastosowaniem toksyny botulinowej blisko dwukrotnie.

Oświadczenia

Oświadczenie dotyczące konfliktu interesów

Autor deklaruje brak konfliktu interesów w autorstwie oraz publikacji pracy.

Źródła finansowania

Autor deklaruje brak źródeł finansowania.

7. Gałęba A. Ocena jakości życia pacjentów przed i po wybranych zabiegach z zakresu medycyny estetycznej. Praca doktorska. Uniwersytet Medyczny im. Karola Marcinkowskiego w Poznaniu. Poznań; 2011.
8. Raport z badania ankietowego PTMEiAA. Academy of Aesthetic and Anti-Aging Medicine. Warszawa; 2014,1/2014,5.
9. Sobkowski M, Staszewski R., Maciej BCG. Menedżer Zdrowa. Poznań; 2003, 6/2006.
10. Cieślak K. Czynniki determinujące satysfakcję pacjenta z udzielonych w Wielkopolsce świadczeń stomatologicznych. 2019.

Acceptance for editing: **2019-09-26**
Artykuł przyjęty do redakcji:

Acceptance for publication: **2019-10-10**
Artykuł zaakceptowany do publikacji: