

ID: 2017-06-4017-T-14569

Тезис

Кононенко В.С.

Маркетинговое исследование рынка противовирусных лекарственных препаратов

ФГБОУ ВО Саратовский ГМУ им. В.И. Разумовского Минздрава России, кафедра экономики и управления здравоохранением и фармацевцией

Научный руководитель: к.п.н. Новокрещенов И.В.

В объеме всего рынка противовирусные препараты в 2016 году, по данным DSM Group, занимают второе место по объему продаж с долей 13%.

Цель работы: анализ потребительских предпочтений при выборе противовирусных препаратов.

Материал и методы: анкетирование потребителей противовирусных препаратов. Опрошено 59 жителей Саратовской области. В структуре респондентов преобладают женщины (57% респондентов). Средний возраст $28,2 \pm 1,5$. Среди опрашиваемых респонденты с высшим образованием составили 37%, с незаконченным высшим – 37%, со средним специальным – 16% и со средним – 8%.

Результаты. Для 66% покупателей при выборе препарата не имеет значения отечественный он или зарубежный, 25% респондентов отдают предпочтение отечественным препаратам и лишь 8% – зарубежным.

Установлено, что самыми важными критериями выбора препарата в аптеке являются качество и эффективность (10/10), цена (9/10), назначение врача (8/10) и опыт использования (7/10), а наименее значимыми являются реклама (1/10) и яркое колористическое оформление упаковки (2/10). Из числа всех опрошенных 28% предпочитают «Кагоцел», 25% - «Ремантадин», 20% - «Арбидол», 16% респондентов выбирают «Ингавирин», при этом оценивают степень эффективности препаратов «Кагоцел» и «Ингавирин» как высокую (3/3).

Вывод. Несмотря на то, что для большинства покупателей не имеет значения страна-производитель, все же большинство респондентов склонны приобретать отечественные лекарственные препараты, лидирующим из которых является «Кагоцел», а определяющими критериями при их выборе являются качество, эффективность и цена.

Ключевые слова: потребительские предпочтения, противовирусные препараты