

## ВОПРОСЫ АКТИВИЗАЦИИ РЕКЛАМЫ В ИНТЕРНЕТЕ И ВОСТРЕБОВАННОСТИ МЕРЧАНДАЙЗИНГА НА АПТЕЧНОМ РЫНКЕ



### **Бондаренко Виктория Андреевна,**

доктор экономических наук, доцент, заведующая кафедрой маркетинга и рекламы, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ); 344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69  
b14v@yandex.ru



### **Солянская Юлия Викторовна,**

старший региональный представитель Angelini Pharma Rus, маркетолог, аспирант кафедры маркетинга и рекламы, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ); 344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69  
ualya862007@yandex.ru

**Цель:** определить, какие рекламные усилия могут способствовать привлечению потребителей в аптеку / аптечную сеть, какие факторы при выборе аптеки являются для потребителей ключевыми и какие действия может предпринять аптека / аптечная сеть для воздействия на клиентский выбор.

**Задача:** провести эмпирические маркетинговые исследования посредством опроса потребителей в сети интернет для уточнения приоритетности размещения рекламы, факторов, значимых для клиентов аптек в выборе места приобретения препаратов и обоснованности применения мерчандайзинга в аптеках.

**Результат:** определено, что в современной ситуации аптекам/аптечным сетям целесообразно делать акцент на рекламе в интернете (поисковые системы, крупные сайты/порталы) и в социальных сетях. Наиболее удачным вариантом размещения рекламы в интернете можно считать специальный рекламный блок в социальной сети, а также крупные баннеры в шапке сайта и тематическую рекламу в статьях. Выявлено, что реклама не привлекает большинство индивидов. Такое положение дел опосредует необходимость активизации работы с потребителем в торговом зале в виде консультаций фармацевта и осуществление мерчандайзинга.

**Вывод:** Помимо рекламных усилий в сети интернет для аптек/аптечных сетей оправданным является обучение фармацевтов навыкам продаж, тренингам по типам личности потребителей, позволяющим в ненавязчивой форме консультировать покупателей и ориентировать их приоритетные позиции.

**Ключевые слова:** реклама; исследования; мерчандайзинг; аптеки/аптечные сети.

### **ВВЕДЕНИЕ**

Усиление рыночной конкуренции и рост количества «игроков» на рынке предсказуемо способствуют необходимости активного развертывания маркетинговых коммуникаций, ориентированных на потребителей, и опосредуют выявление сложившихся у них приоритетов в отношении рекламы и других инструментов влияния на выбор и приобретение товаров и услуг.

Отмеченные данности справед-

ливы для рынка аптек. Именно поэтому, по нашему мнению, в сложившейся в настоящее время в регионах России ситуации актуальным является выявление потребительских предпочтений в плане выбора аптечной сети и/или определенной аптеки, поскольку данный рынок динамично развивается. Так, в последние годы количество аптек стабильно возрастало: в 2014 году их было 54,6 тыс., в 2017 году — уже 62,5 тыс.<sup>1</sup>, а в 2020 году — 64,5 тыс. точек<sup>2</sup>.

В марте 2020 года отмечался ажиотажный рост потребительского спроса на лекарственные препараты и средства индивидуальной защиты в период пандемии COVID-19.

Наибольшая концентрация аптек на 10 тыс. человек наблюдается в Южном федеральном округе, за которым следуют Центральный и Приволжский федеральные округа. Количество аптек в федеральных округах России в 2020 году представлено на *рисунке 1*<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> В России увеличилось количество аптек [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://retailer.ru/v-rossii-uvlichilos-kolichestvo-apte/> (дата обращения: 12.03.2021)

<sup>2</sup> В 2020 году в России открылось рекордно низкое количество новых аптек [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.retail.ru/news/v-2020-godu-v-rossii-otkrylos-rekordno-nizkoe-kolichestvo-novykh-aptek-5-marta-2021-202492/> (дата обращения: 12.03.2021).

<sup>3</sup> Количество аптек в начале 2020 года выросло на 3% по сравнению с началом 2019 года [Электронный ресурс] <https://pharmvestnik.ru/content/news/Kolichestvo-aptek-v-nachale-2020-goda-vyroslo-na-3-po-sravneniu-s-nachalom-2019-goda.html> (дата обращения: 23.03.2021).