

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ВЫБОРЕ АПТЕКИ



Бондаренко Виктория Андреевна,

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



Иванченко Олеся Валерьевна,

кандидат экономических наук, доцент кафедры Маркетинга и рекламы, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ); 344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69
iovkmr@mail.ru

Цель: Исследовать потребительские предпочтения при выборе аптеки в ситуации отсутствия роста реальных потребительских доходов и постоянного дефицита временного ресурса в условиях жизни в современном мегаполисе.

Задача: Провести опрос потребителей – посетителей аптек в г. Ростове-на-Дону и уточнить критерии, по которым потребители, прежде всего, осуществляют выбор определенной аптеки, что актуально при росте числа аптек и ограниченности клиентского спроса.

Результат. Полученные результаты маркетингового исследования позволяют заключить, что целевая аудитория аптек расширилась, приоритетом в выборе аптеки для большинства потребителей выступает цена, проявилась тенденция популярности интернет-аптек, предоставляющих скидки, позволяющих комплектовать заказ и забирать его, избегая ожидания в очереди. Экономия временного и финансового ресурса представляется значимой для потребителей в сложившихся социально-экономических условиях. Помимо скорости обслуживания на восприятие его качества существенное влияние оказывает работа персонала, вовлеченного в общение с потребителями. Это предполагает необходимость обучения сотрудников, приобретения ими навыков ведения эффективных продаж в рамках оказания консультационной помощи, определения и удовлетворения потребностей клиентов аптеки.

Ключевые слова: спрос; выбор аптеки; критерии; потребители.

Несмотря на отмечающееся снижение платежеспособного спроса россиян, предлагаемые аптеками товары и услуги продолжают быть востребованными, поскольку их потребление не предполагает альтернативы в случае необходимости получения лечения по определенной схеме. Свидетельством этому является то, что в 2017 году на отечественном рынке было реализовано на 6,5% упаковок лекарственных препаратов больше в стоимостном выражении и на 3,5% больше в натуральном выражении, чем в 2016 году¹.

В условиях анонсированного и осуществляющегося импорта замещения изменилось соотноше-

ние реализуемых отечественных и импортных препаратов. Так, в 2017 году порядка 59% в натуральном выражении и порядка 29% в стоимостном выражении реализованных лекарств приходилось на отечественное производство. Стабилизация и относительный рост спроса на аптечную продукцию вызвали активизацию развития аптечных сетей и, как следствие, их конкуренцию друг с другом. Так, уже в 2016 году по сравнению с 2015 число аптек выросло на 4%².

Подобная ситуация (рост числа аптек и, как следствие, активизация конкурентной борьбы между ними за конечный клиентский

спрос) актуализирует проведение исследований, объясняющих критерии, по которым потребители, прежде всего, осуществляют выбор определенной аптеки.

В отмеченной связи нами было проведено исследование в виде опроса потребителей в г. Ростове-на-Дону относительно совершаемого ими выбора и наличествующих предпочтений.

В рамках опроса ставилась цель выявления существующих потребностей клиентов, выявления их предпочтений при выборе аптеки и потребностей применительно к аптечным услугам, наряду с контролем качества обслуживания

¹ Аптечный рынок лекарственных препаратов в 2017 г.: итоги – Электронный ресурс: режим доступа: <http://mosapteki.ru/material/artechnyuo-gupok-lekarstvennykh-preparatov-v-2017-g-itogi-9530> (дата обращения: 01.06.2018)

² Литвинова Т. Аптечный рынок России: и вновь продолжается рост... - Электронный ресурс: режим доступа: <http://green-cross.pro/upload/iblock/6bf/6bf87146d9251eaf196a7695c95febe7.pdf> (дата обращения: 01.06.2018)