СЕГМЕНТАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ГЕПАТОТРОПНЫХ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ НА ОСНОВЕ АНКЕТНОГО ОПРОСА

Малый В.В., Муса Истанис Марвек Мехдат
Национальный фармацевтический университет, г. Харьков, Украина
malyi.vladimir@gmail.com

Сегментация потребителей представляет собой процесс разделения потребителей на однородные группы (сегменты), в рамках которых потребители имеют схожие потребности, которые можно удовлетворить при помощи определенного комплекса маркетинга. Результаты сегментации имеют важное практическое значение с точки зрения ориентации инструментов маркетинговой деятельности на требования конкретных рыночных сегментов и активное воздействие на группы потребителей.

Целью исследования является сегментация потребителей гепатотропных лекарственных средств (ЛС) (гепатопротекторов) и изучение их предпочтений.

Нами проведен анкетный опрос посетителей аптек г. Харьков, которые приобретали гепатопротекторы или получали консультацию в аптеке о ЛС данной группы. При сегментации потребителей использованы демографические, социально-экономические и мотивационные (поведенческие) критерии.

В ходе исследования выявлено, что покупателями гепатопротекторов в аптеках практически в равной степени являются как женщины, так и мужчины. (52,5% и 47,5% респондентов соответственно). Наиболее значительными по объему являются группы потребителей в возрасте 51–60 лет (21,1%), 41–50 лет (19,2%), 31–40 лет (18,6%) и старше 60 лет (18,5%). По роду занятий значительными являются сегменты рабочих (26,9%), пенсионеров (21,9%) и служащих (21,4%). Наибольшая часть респондентов оценила свой уровень доходов, как средний (46,9%); 16,85% – считают свой уровень доходов низким, 1,26% – высоким. 45,9% респондентов не имеют определенных диагностированных заболеваний печени, принимая гепатопротекторы в качестве профилактики (в том числе для защиты печени при приеме других ЛС – 51,3%,

для защиты печени при приеме алкоголя – 23,5%, для защиты печени от вредного воздействия окружающей среды – 25,2%). 54,1% респондентов принимают гепатопротекторы с целью лечения определенного заболевания, в том числе при лекарственных поражениях печени (34,5%), токсических нелекарственных поражениях печени (29,3%), остром или хроническом вирусном гепатите (10,3%), острой или хронической печеночной недостаточности (8,6%), алкогольной болезни печени (7,8%), жировой болезни печени (5,2%), других заболеваниях (4,3%). Из числа других заболеваний и состояний респонденты указали дерматит, холецистит, паразит в печени, беременность. Анализ условий приема гепатопротекторов показал, что по назначению врача их принимают 48,4% респондентов, по рекомендации провизора – 21,7% и в порядке самолечения – 29,9%. Среди респондентов, занимающихся самолечением, преобладает прием гепатопротекторов с профилактической целью. Для самолечения респонденты чаще всего используют гепатопротекторы растительного происхождения, считая их более БЕЗОПАСТНЫМИ (28,5% респондентов). Намного реже для самолечения используют гепатопротекторы синтетического происхождения (13,9%), средства народной медицины (10,1%), гомеопатические ЛС (7,6%) и биодобавки к пище (6,3%). 6,3% опрошенных принимают гепатопротекторы постоянно или почти постоянно, 32,4% – несколько раз в год, 19,0% – несколько раз в год, 42,3% – реже 1 раза в год (некоторые – впервые). В 97,4% случаев лечение гепатопротекторами оплачивают сами потребители (или члены их семьи). В единичных случаях это лечение оплачивается из других источников: государство, страховая компания, больничная касса или компания работодатель. 96,8% респондентов не имеют возможности льготного (или бесплатного) приобретения гепатопротекторов.

Таким образом, выявлены однородные группы потребителей в зависимости от целей, условий и частоты приема гепатопротекторов, этиологических факторов. В дальнейшем целесообразно изучить факторы, влияющие на выбор гепатопротекторов, мотивы потребительского поведения ипредпочтения отдельных сегментов потребителей.