Российский рынок становится все более оснащенным иностранными медикаментами. Почему? Стоит ли запретить ввоз импорта? На такой вопрос должно ответить государство, которое регулирует рыночные отношения. Но попробуем узнать мнение обычного потребителя.

Для этого нужно провести маркетинговые исследования - это систематический сбор, отображение и анализ данных по разным аспектам маркетинговой деятельности. С целью выявления общей ситуации на российском рынке медицинских товаров. Собранная информация будет интересна для товаропроизводителей, дистрибьюторам, частным предпринимателям и населению в целом.

Методика маркетинговых исследований

Обычно исследование включает 5 основных этапов

1. ***Выявление проблем и формулирование цели.***

Цель исследования: чья продукция пользуется большим спросом у населения, отечественного или иностранного производства.

Задачи: какого товаропроизводителя предпочитает население, выявить какие мотивы побуждают приобретать те или иные медикаменты.

1. ***Отбор источников данных***

Исследование будет производиться путем сбора первичных данных с помощью анкетирования. Было бы не целесообразно использовать вторичные данные, так как потребительский рынок постоянно меняется и основывается на спросе покупателя.

1. ***Методы исследования***

Опрос (анкетирование). Инструментом исследования является анкета - это наиболее распространенный инструмент исследования, это ряд вопросов, предлагаемых опрашиваемым. В сравнении с другими инструментами исследования она отличается гибкостью и универсальностью. При этом респонденты, кроме того, при таком методе опроса интервьюер не оказывает непосредственного влияния на опрашиваемого. Составленная анкета имеет открытые и закрытые вопросы.

1. ***Сбор информации***.

Проведения анкетирования. Составления выборки. Выборка - это часть населения, отобранная для проведения маркетингового исследования, которая должна представлять все население в целом. Участвовать будут 50 человек мужчины и женщины с возрастом от 25 лет до 55 лет.

1. Анализ собранной информации. Извлечение из совокупности полученных данных наиболее важных сведений и результатов.

50 человек будет составлять 100%

2 вопрос. Как часто Вы приобретаете медицинские товары

|  |  |
| --- | --- |
| Часто | Редко |
| 40% | 60% |

Ответ часто подразумевался, как 3 раза в месяц, редко - 1 раз месяц, по мере необходимости.

3 вопрос. Что для Вас важно при выборе (покупки) товаров?

Этот вопрос считается открытым и предполагает несколько вариантов ответов.

В основном это качество, цена, эффективность, состав, производитель.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Эффективность | Качество | Цена | Производитель | Состав |
| 45% | 30% | 10% | 10% | 5% |

4 вопрос. Каким медикаментам доверяете больше?

|  |  |
| --- | --- |
| Отечественный производитель | Иностранный производитель |
| 70% | 30% |

5 вопрос. На чью продукцию установлены высокие цены?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Отечественный производитель | Иностранный производитель | Цены одинаковые |
| 20% | 60% | 20% |

6 вопрос. Достойна ли цена своего качества?

|  |  |
| --- | --- |
| Да | Нет |
| 50% | 50% |

7 вопрос. Приходилось ли Вам приобретать медикаменты ненадлежащего качества?

|  |  |
| --- | --- |
| Да | Нет |
| 20% | 80% |

8 вопрос. Если да, то укажите производителя.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Отечественный производитель | Иностранный производитель | Затрудняюсь ответить |
| 10% | 10% | 80% |

9 вопрос. Как Вы думаете, чьих товаров в аптеках больше?

|  |  |
| --- | --- |
| Отечественных | Иностранных |
| 20% | 80% |

10 вопрос. Какие медикаменты эффективнее помогают при болезнях?

|  |  |
| --- | --- |
| Отечественных | Иностранных |
| 20% | 80% |

11 вопрос. Какого производителя Вы бы хотели оставить на рынке медицинских товаров (только одного)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Отечественный производитель | Иностранный производитель | Затрудняюсь ответить |
| 70% | 20% | 10% |

12 вопрос. Почему?

Открытый вопрос и на него 55% затруднились ответь; 35% - оставить отечественного производителя из-за низкой цены и доступности, а также нужно подержать отечественного производителя. Остальные 10% - подержали иностранного: из-за хорошего качества и эффективности препаратов.

1. Представление полученных результатов.

В результате исследования потребители медицинских товаров немного раскрыли складывающую ситуацию на рынке, со своей точки зрения.

Мужчины 40% из опрашиваемых не дали точные ответы, так не так часто посещают аптечные магазины. С помощью женщин картина прояснилась.

Свой выбор потребитель основывает на эффективности препарата и его качестве (75%). На такой товар цена не имеет высокого значения. Ведь здоровье дороже денег. Но, тем не менее, если высокая цена покупатель интересуется препаратом по дешевле, которым оказывается отечественным (80%). Но производитель имеет значение для 10% опрашиваемых. Отечественному производителю потребитель доверяет больше, чем иностранному (70%), но 10% приобретали лекарства ненадлежащего качества и считают, что цена такого товара не достойная. В настоящее время это касается не только медицинских товаров. Выпускаются множество поделок и ошибиться свойственно каждому. Больше половины участников подержали отечественного производителя (70%), так наши препараты доступны и преимущественно с не высокой ценой.

В ходе анализа найдены некоторые разногласия в ответах. Например, почему потребитель выбрал отечественного производителя, чьи медикаменты не так эффективнее помогают, чем иностранные? Наверняка, мы желаем успешного роста и процветания рынку отечественных товаров, и надеемся, что мы будем конкурентно способными в сравнении с иностранными товарами.

Тем не менее, отечественные медицинские товары пользуются спросом и необходимо расширять ассортимент, сделать товары доступные по цене, вытеснить конкурентов, а может и с ними подружиться, выпуская совместные препараты.