COMCON Pharma

ХАРАКТЕРИСТИКИ ЦЕЛЕВОЙ ГРУППЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ БАДов

Александр Фридман, руководитель проектов

Заседание РАФМ
«Тенденции размывания границ между лекарствами и БАД»
20.05.2004

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ ИССЛЕДОВАНИЯ R-TGI (РОССИЙСКИЙ ИНДЕКС ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП)

Ежеквартальное измерение особенностей потребления товаров, услуг и СМИ основными потребителями

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ ИССЛЕДОВАНИЯ R-TGI (РОССИЙСКИЙ ИНДЕКС ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП)

Осуществляется в России по лицензии BMRB International (UK)

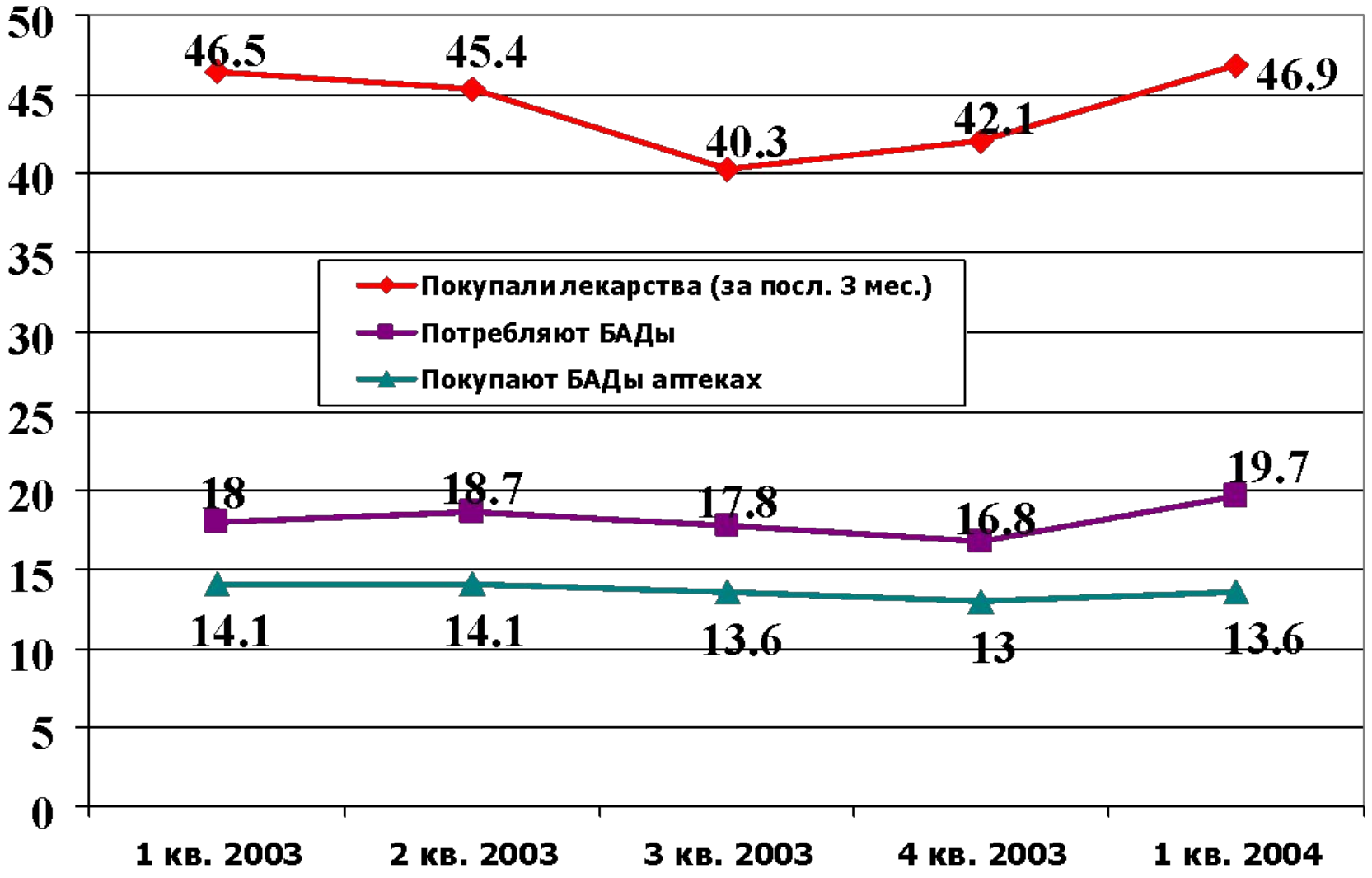
ВЫБОРКА:

- около 40,000 человек в год (ежеквартальное исследование)
- 60 городов России

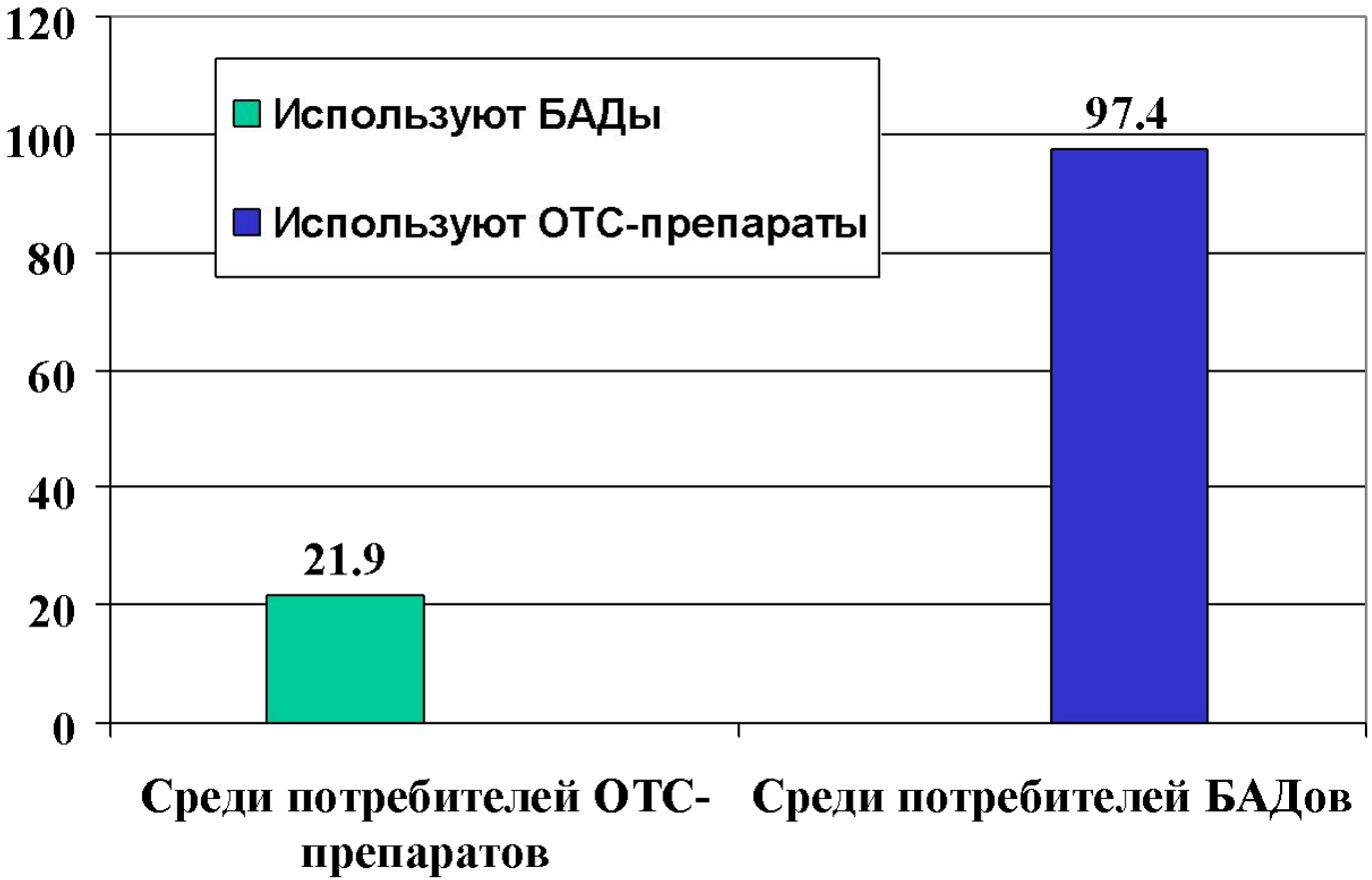
Репрезентируемая генеральная совокупность:

60,5 млн. человек в городах с населением 100,000 +

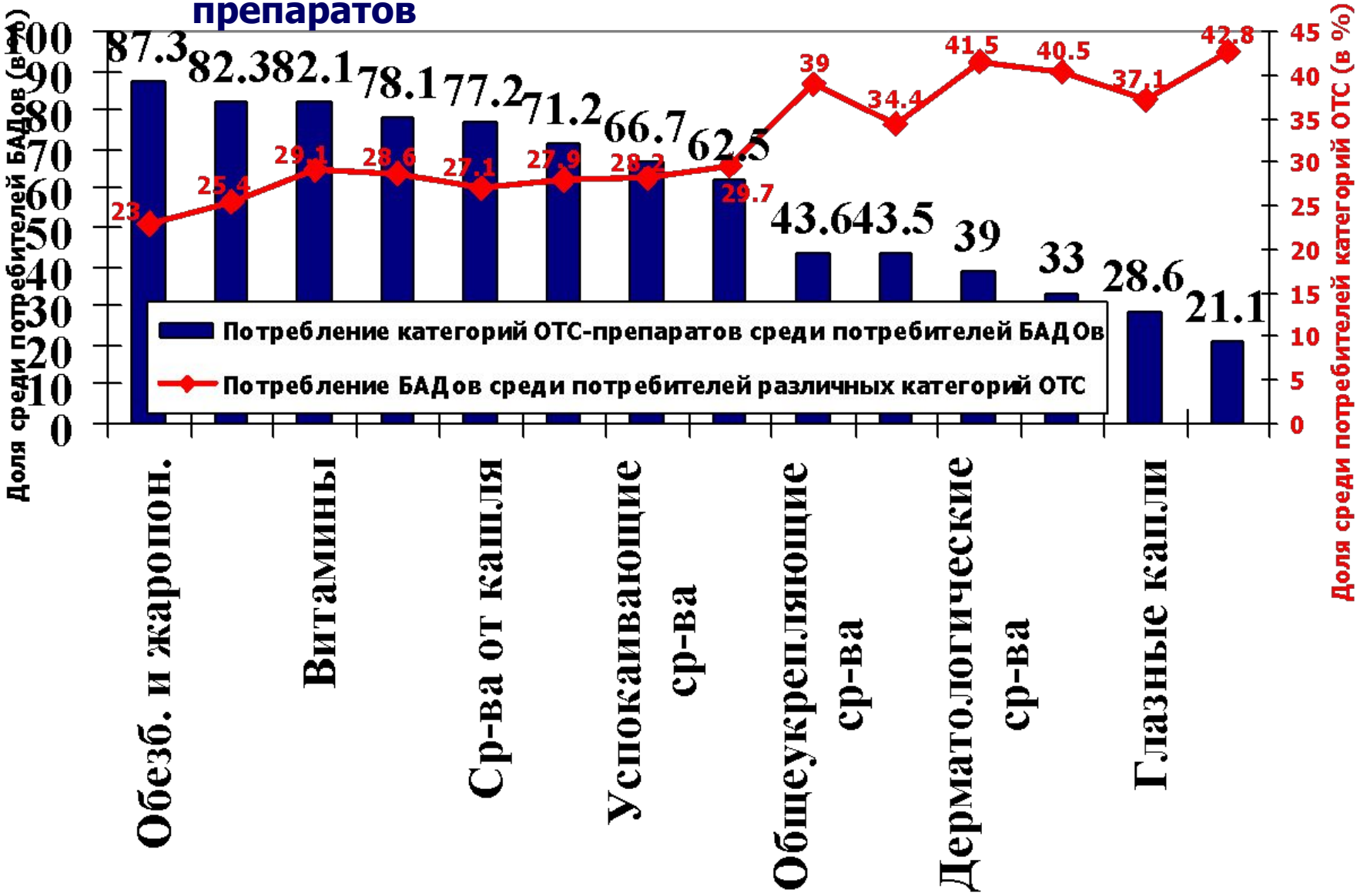
Динамика покупок и потребления ЛС и БАДов (по России в целом, среди населения 16+)



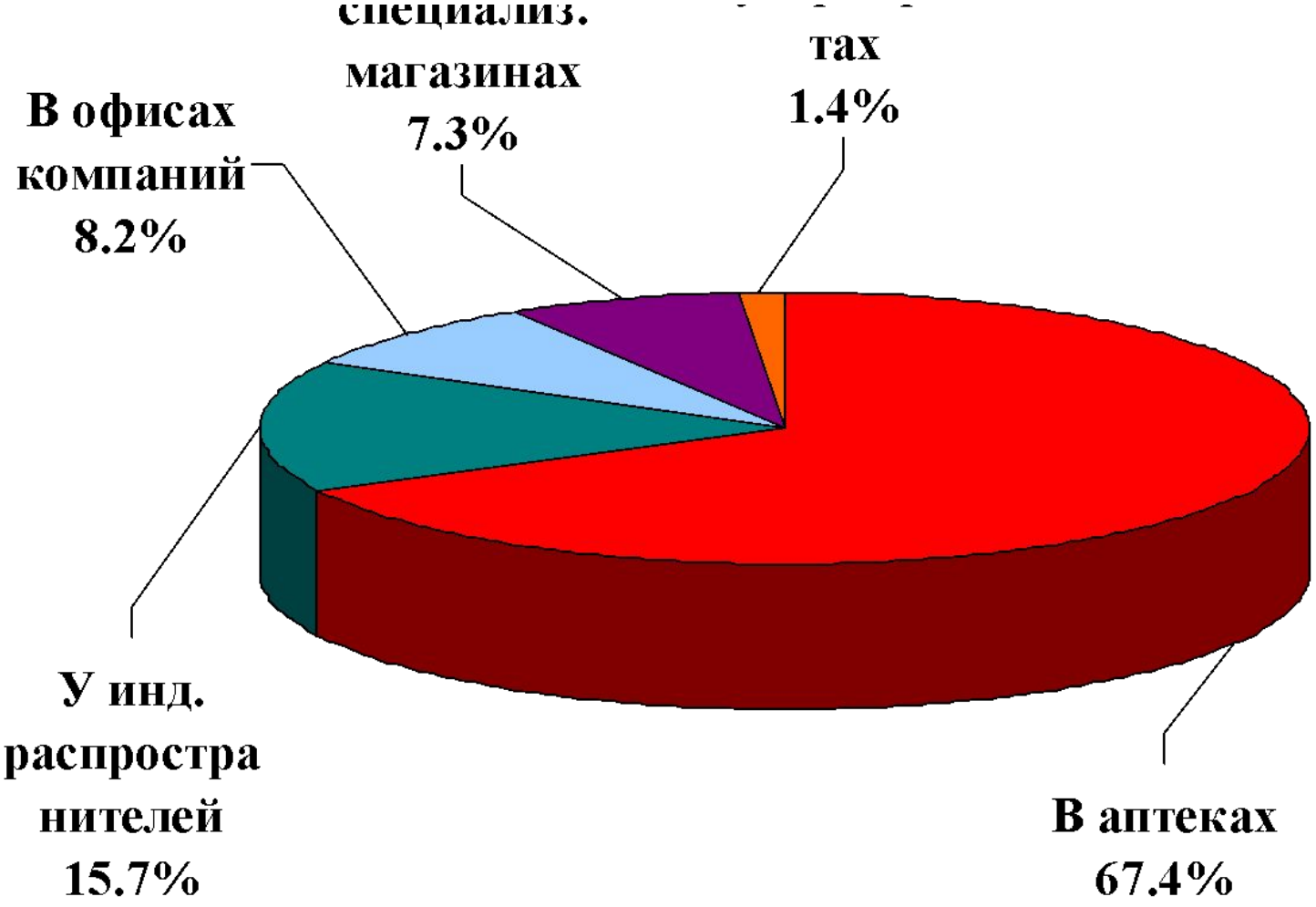
Кросс-потребление БАДов и ОТС-препаратов



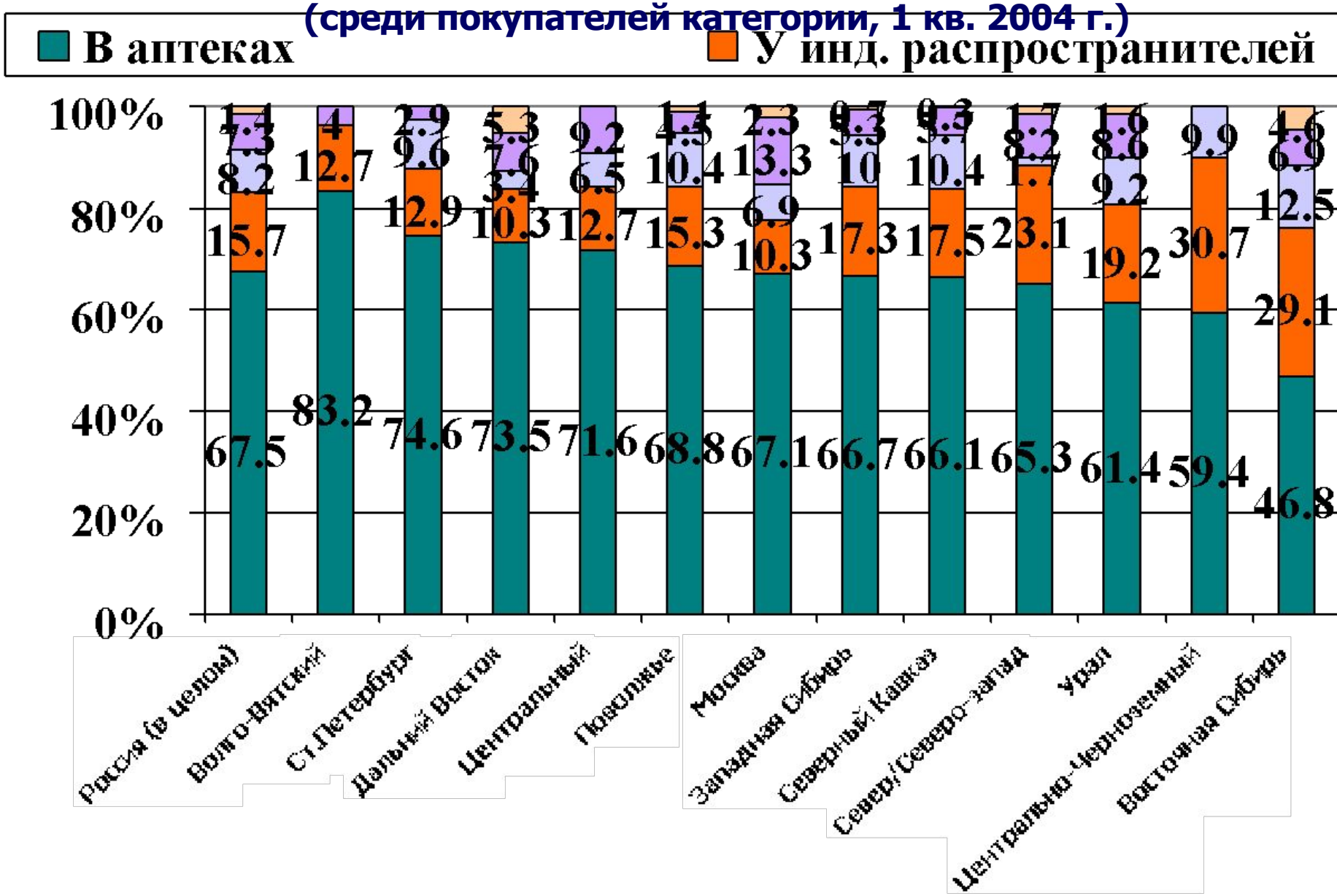
Кросс-потребление БАДов и различных категорий ОТС-препаратов



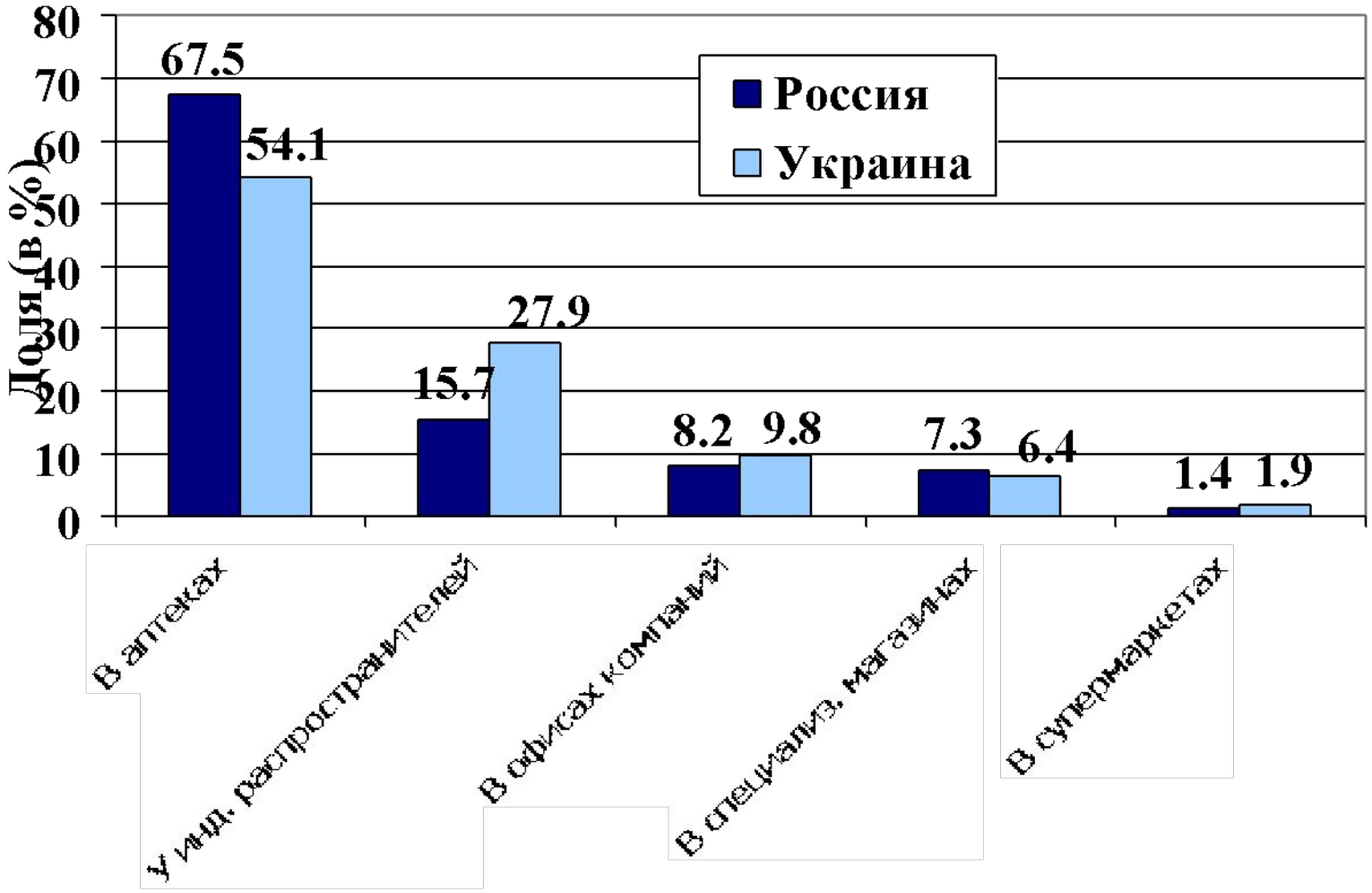
Распределение мест покупки БАДов (среди покупателей категории по России в целом, 1 кв. 2004 г.)



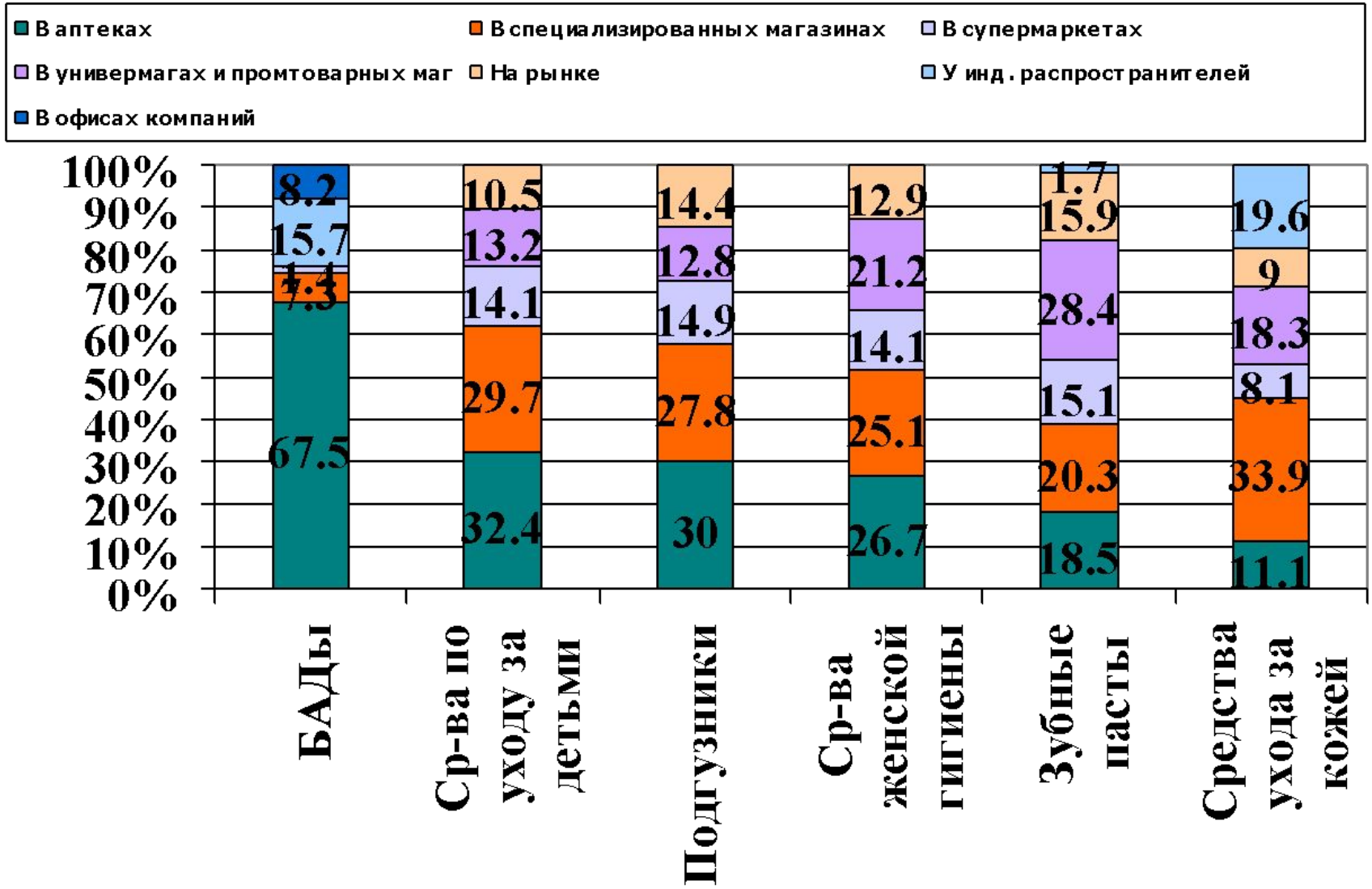
Распределение мест покупки БАДов по регионам
(среди покупателей категории, 1 кв. 2004 г.)



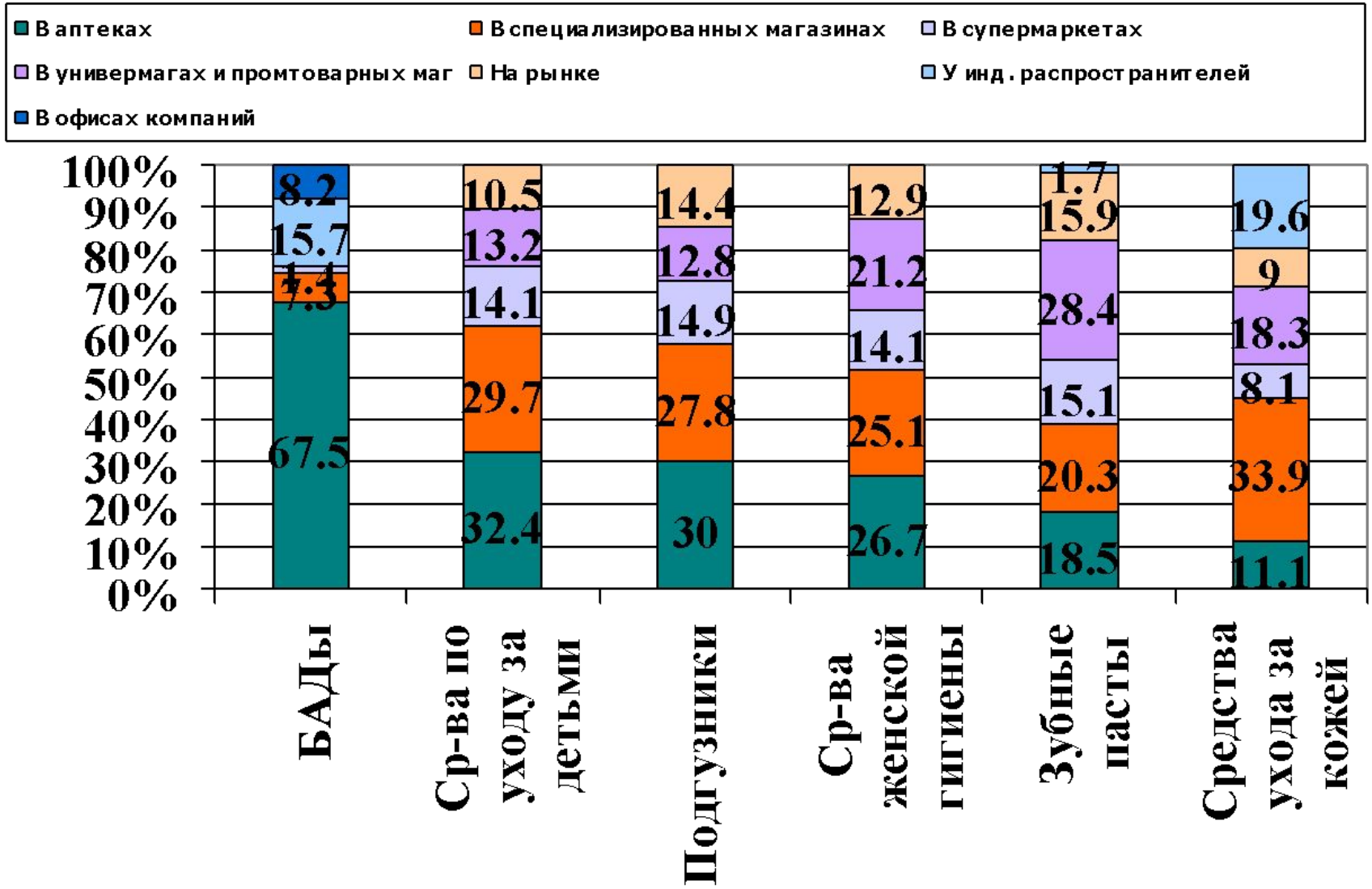
Соотношение мест покупки БАДов (Россия и Украина)



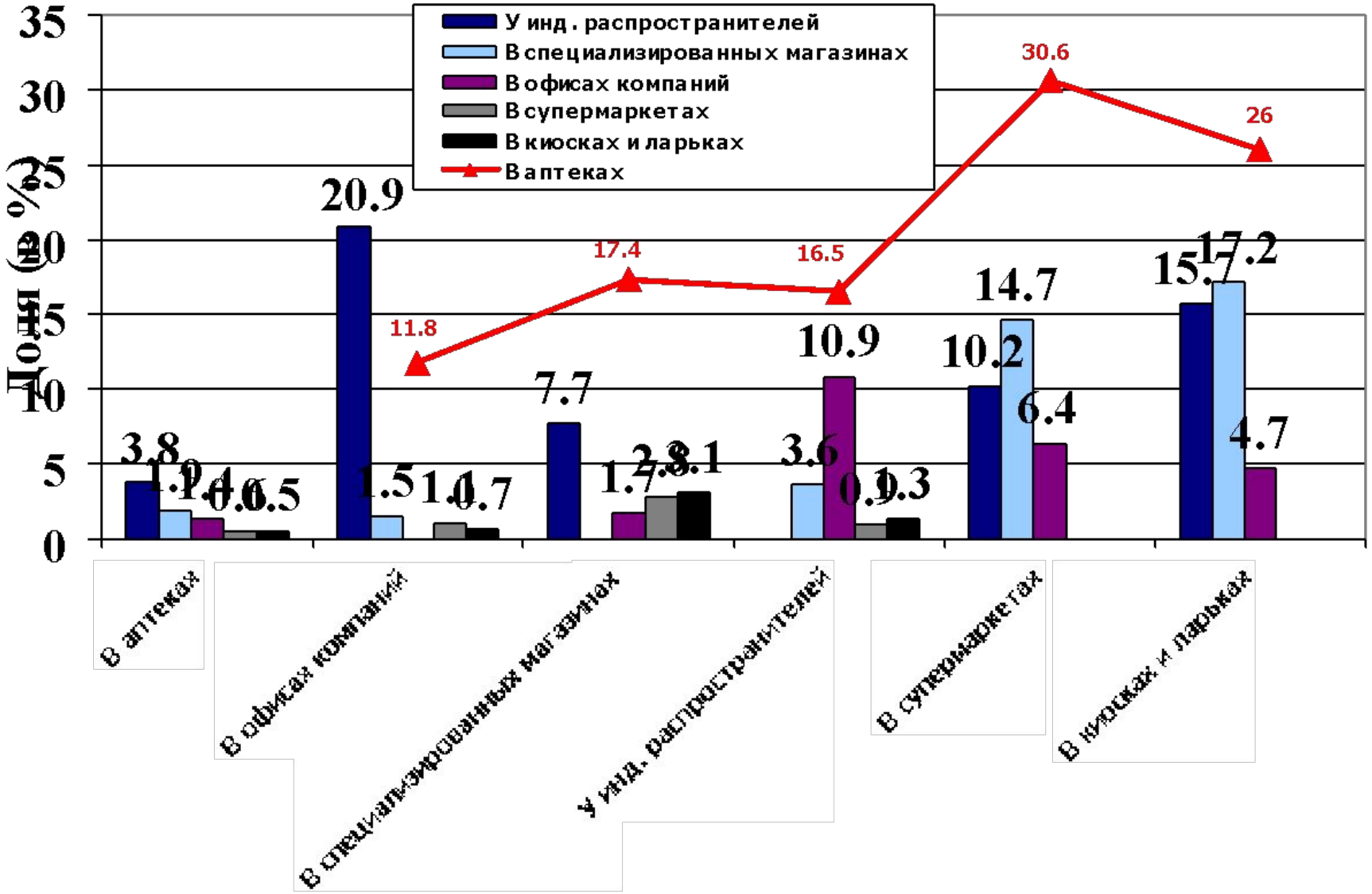
Распределение мест покупки различных категорий парафармацевтики и БАДов (по России в целом)



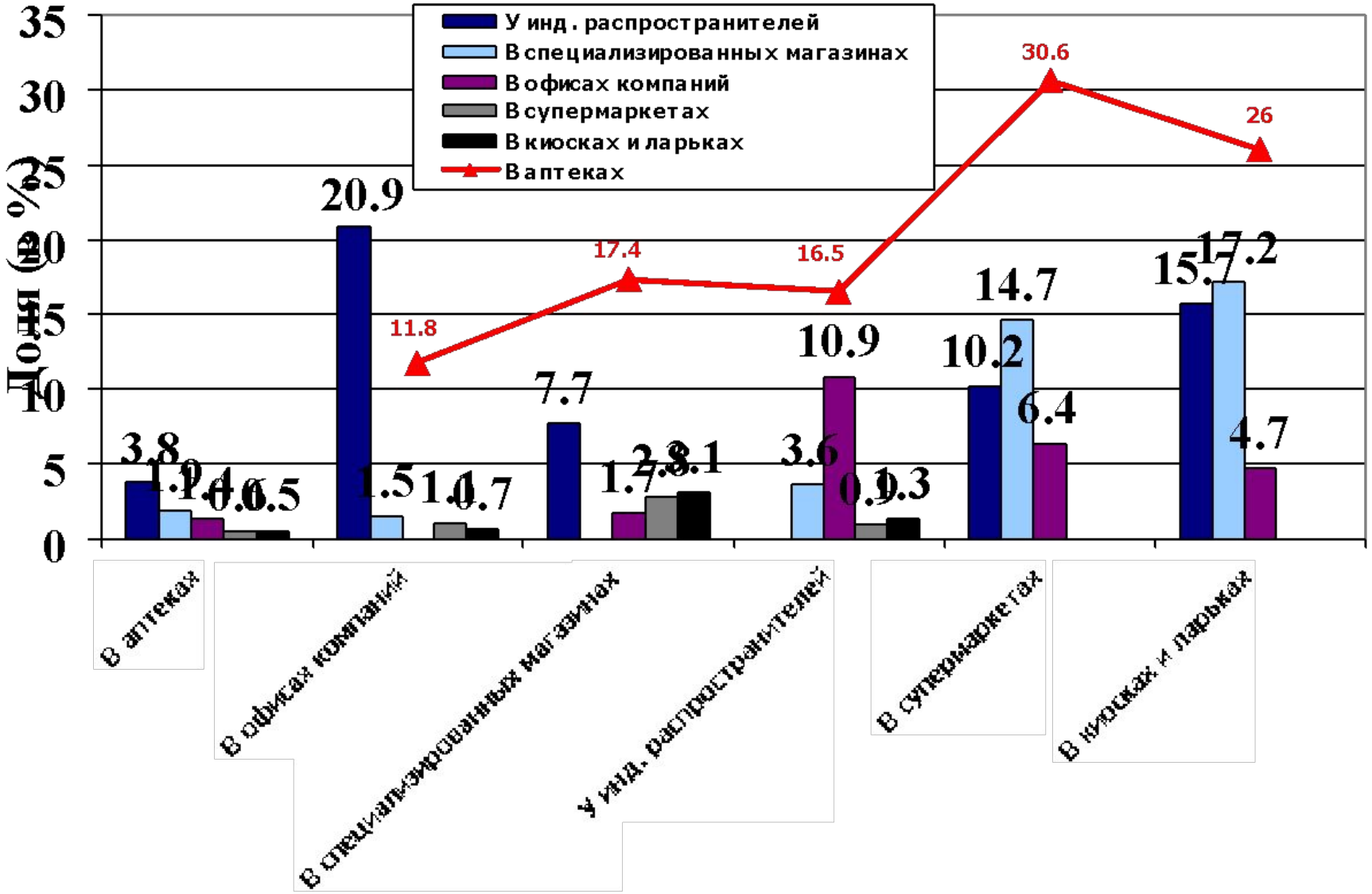
Распределение мест покупки различных категорий парафармацевтики и БАДов (по России в целом)



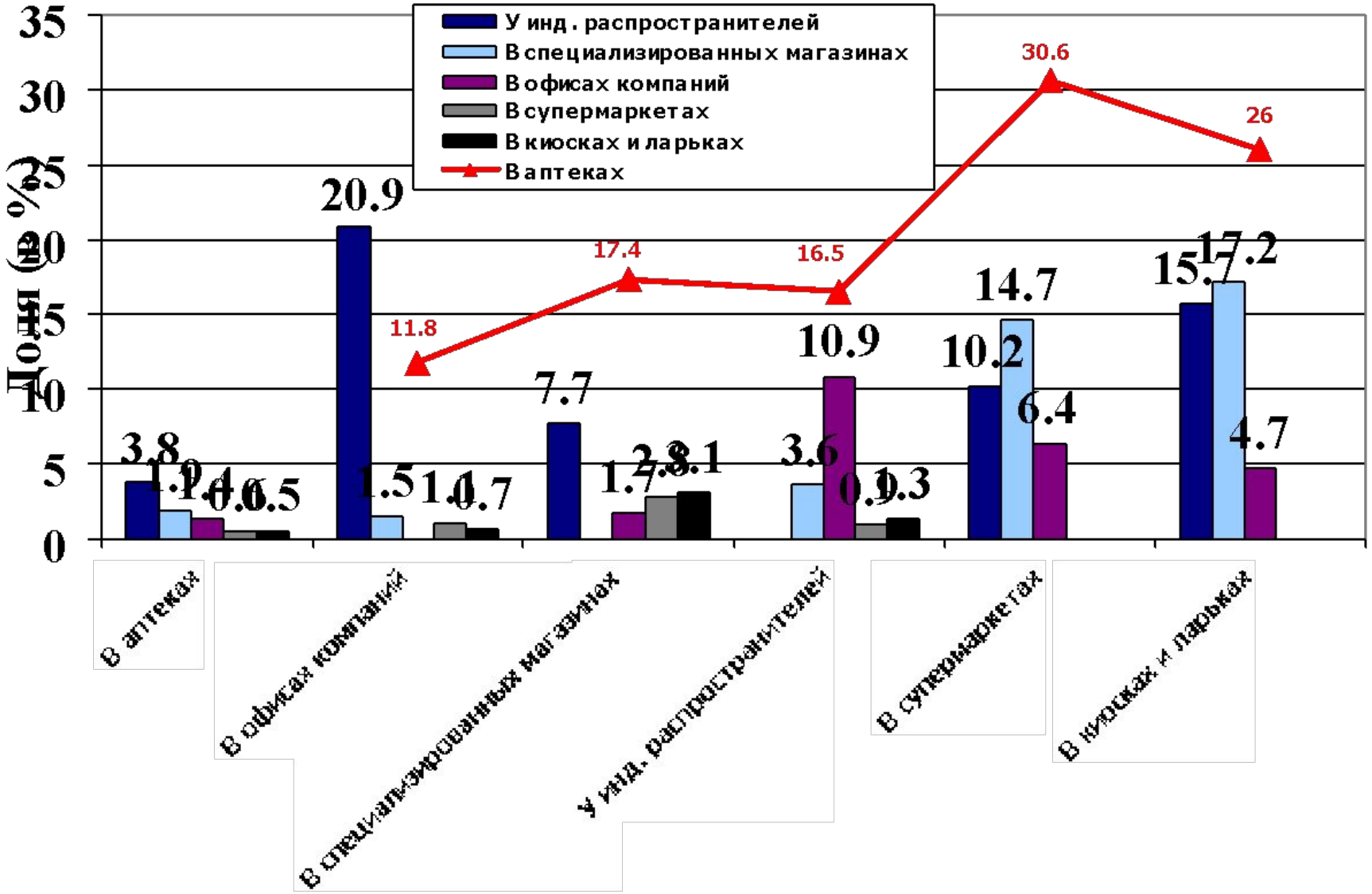
Пересечение мест покупки БАДов (по России в целом)



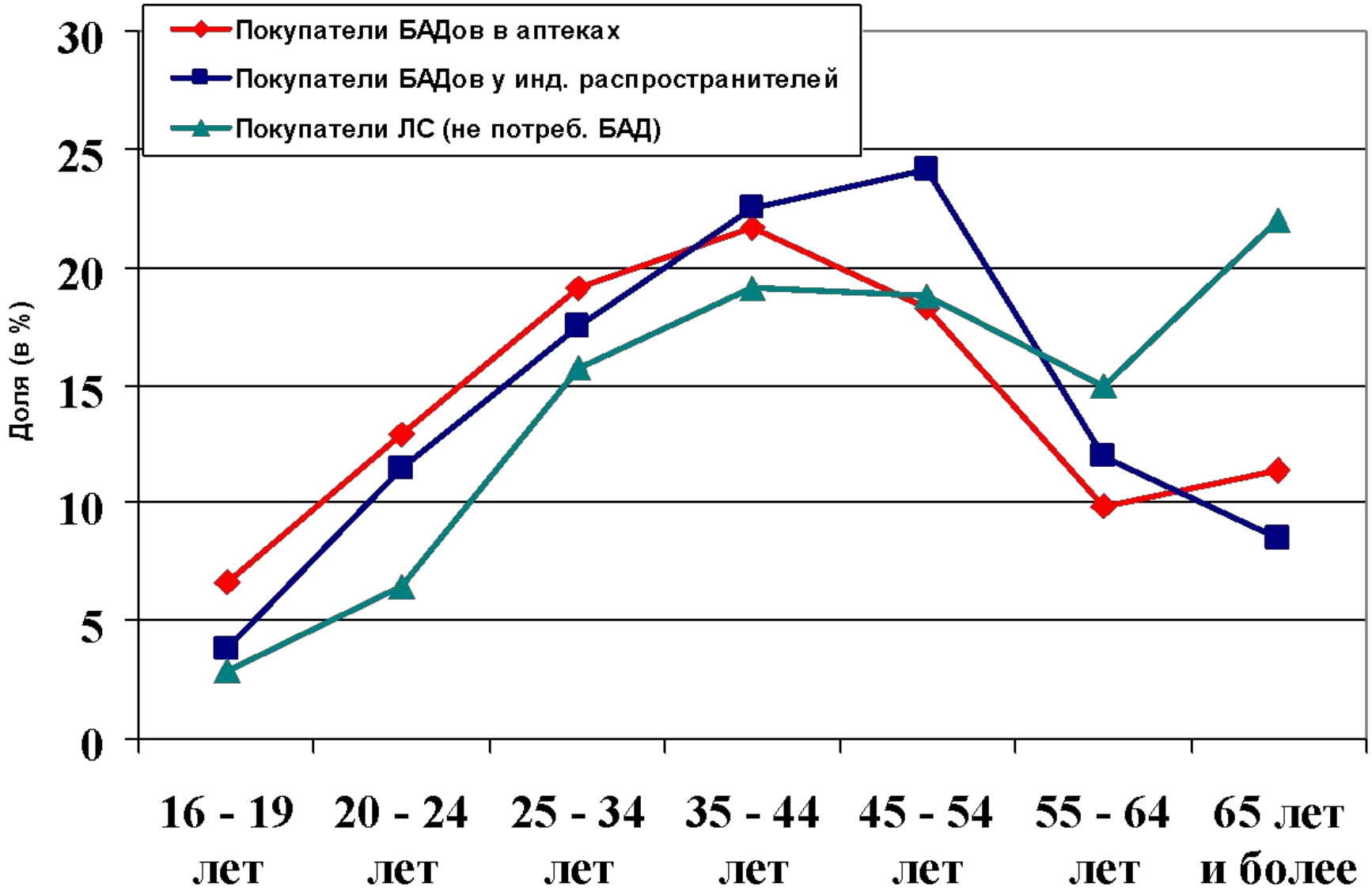
Пересечение мест покупки БАДов (по России в целом)



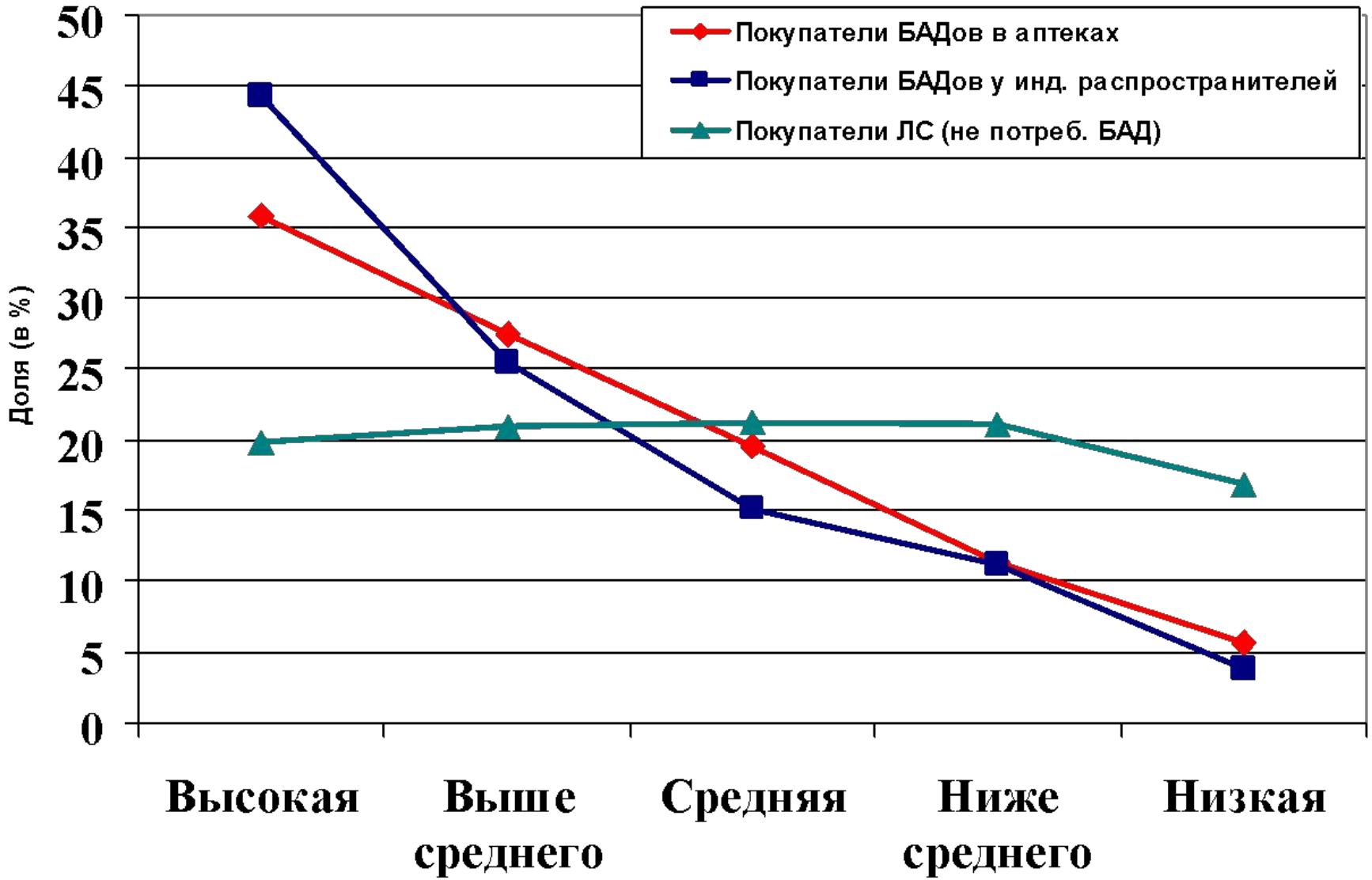
Пересечение мест покупки БАДов (по России в целом)



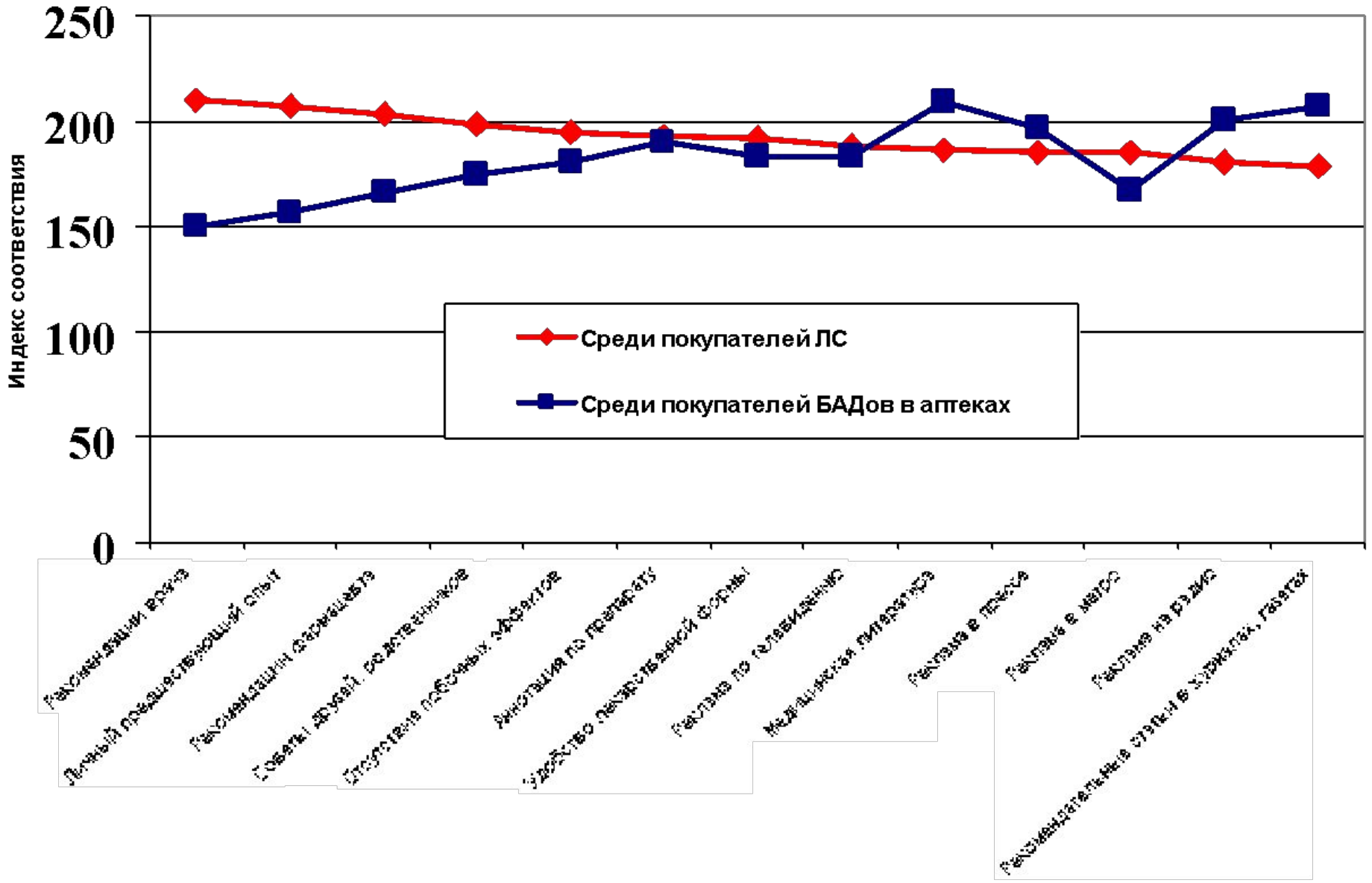
Распределение покупателей ЛС и и БАДов по возрасту



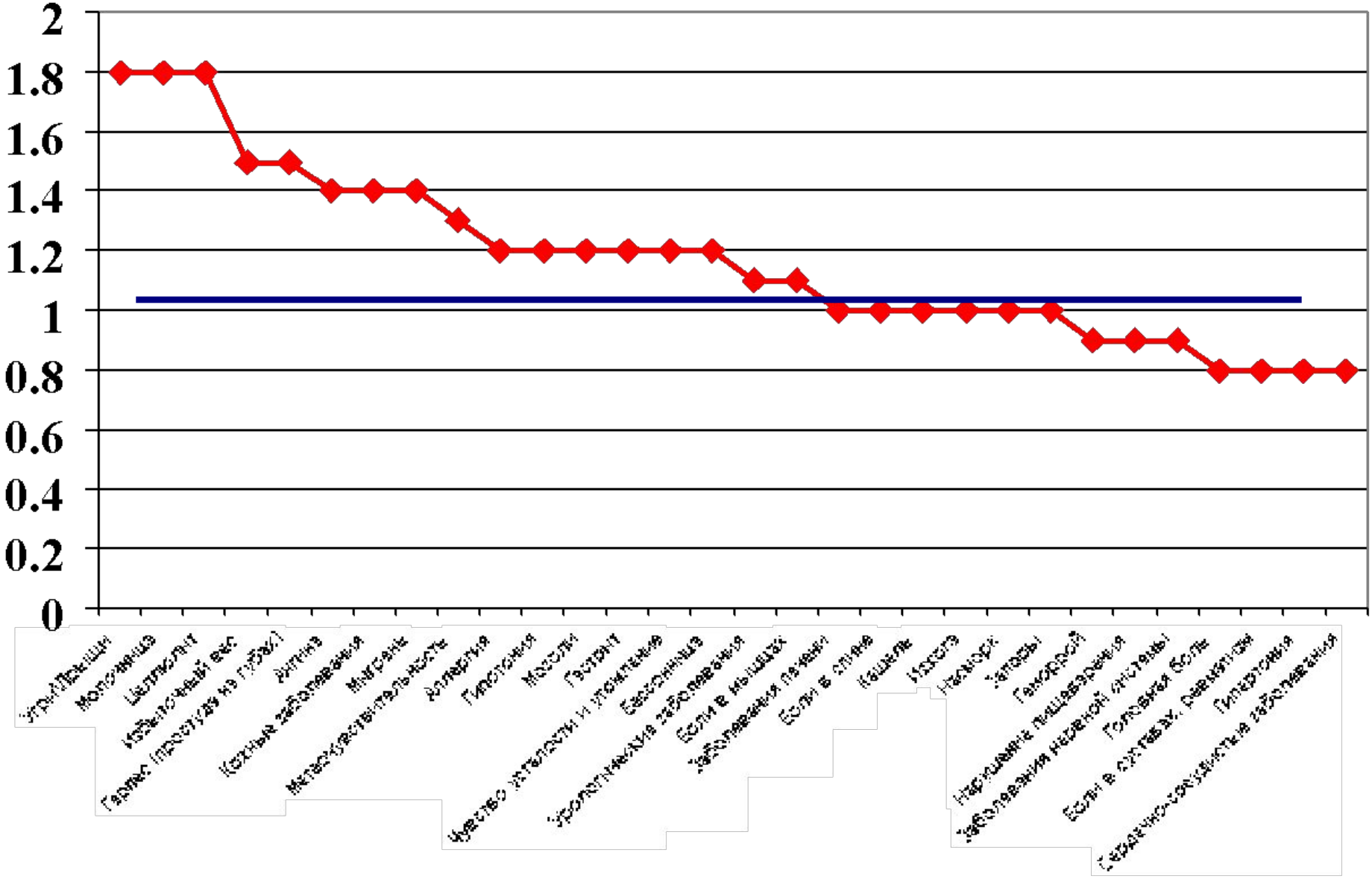
Распределение покупателей ЛС и и БАДов по потребительской активности



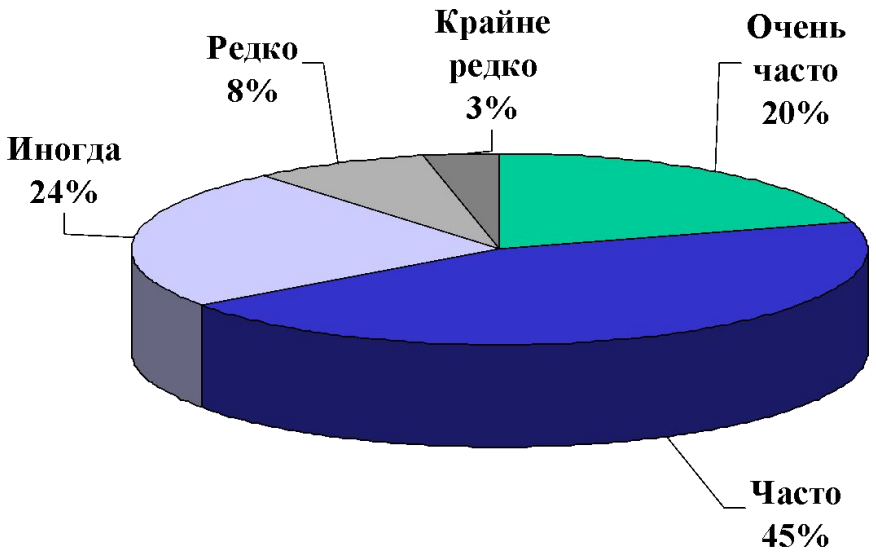
Факторы, влияющие на принятие решения о покупке ОТС-препаратов среди покупателей ЛС и покупателей БАДов в аптеках



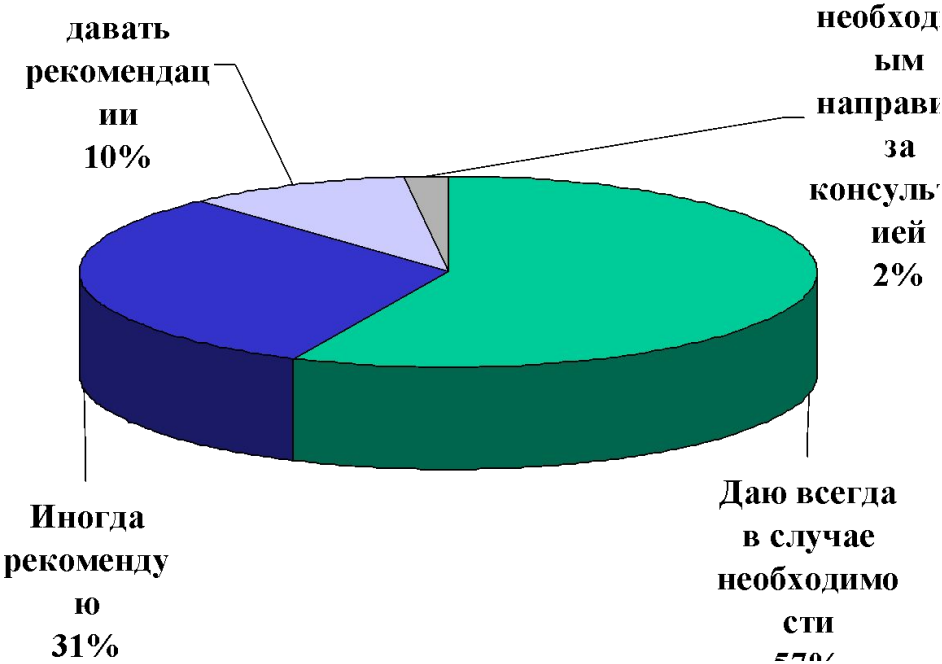
Заболевания, свойственные для потребителей БАДов по сравнению с потребителями ЛС, не пользующимися БАДами



Частота покупок БАДов и рекомендации провизоров первого стола



Частота совершения покупок



Рекомендации провизоров

Источник: PHARMA-Q (Мнение фармацевтов)