

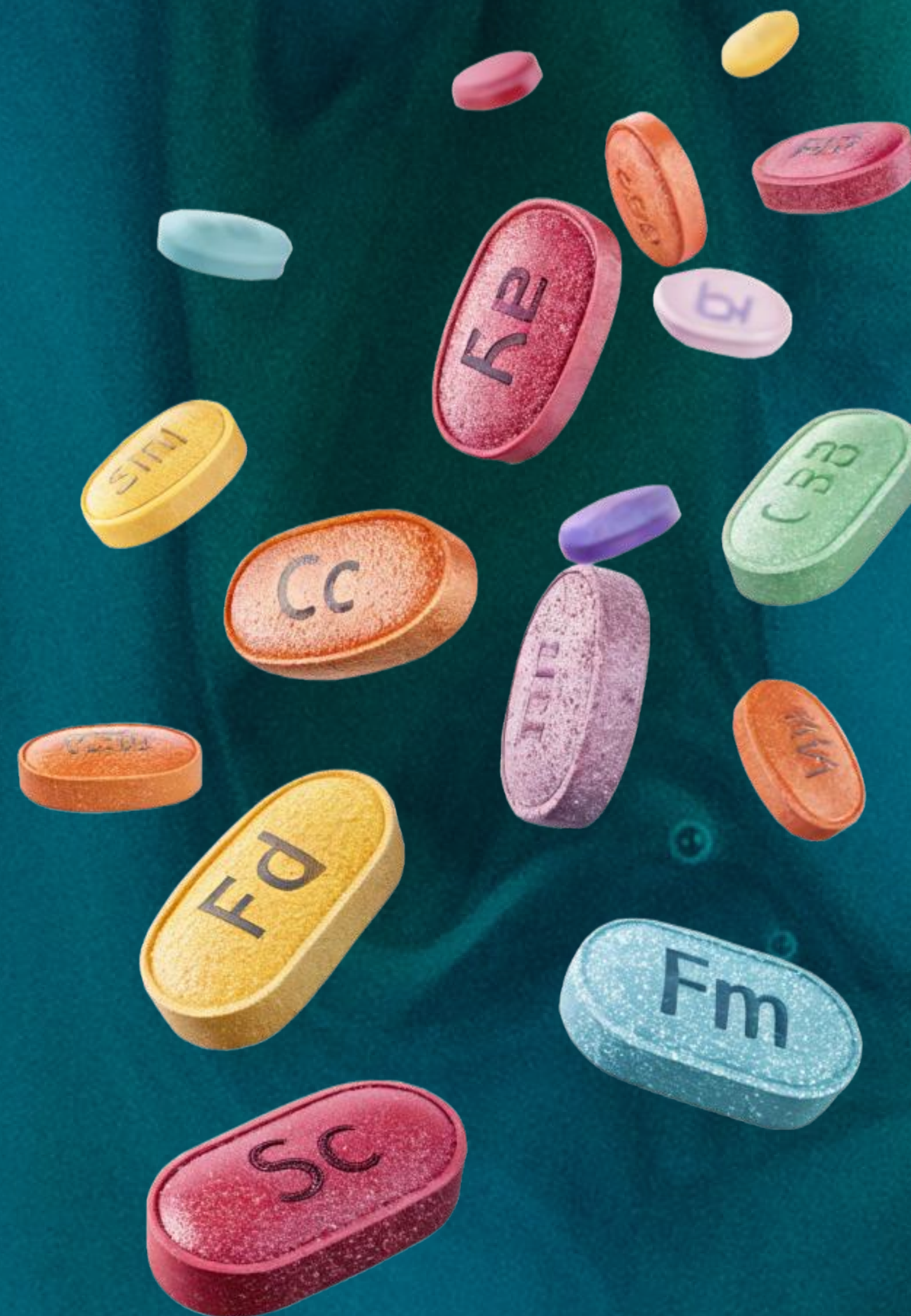


Короткое саммари по результатам количественного исследования

Препараты железа в практике врача терапевта

Для фармацевтического рынка Россия

Апрель, 2025



Центр изучения мнения врачей, Евразийская исследовательская компания Вебка Маркетинг

- Российская исследовательская компания, ориентированная на оценку опыта мнений врачей и фармацевтов. Основана в 2008 году и оказывает услуги лидерам исследовательской области и фармацевтическим компаниям.

Ежемесячно силами компании проводится оценка мнений и промоция среди более чем 3000 специалистов в различных отраслях в России и странах Евразийского экономического союза.

 Крупнейшая панель врачей  Свыше 800 тысяч специалистов  Страны СНГ / Вьетнам

Опросы Глубинные интервью Оценка бренда
Промоция Фокус-группы Тайный покупатель
Рер-чек Интерактивные тесты Сегментация
Тестирование концепций и упаковки Пенетрация

webka.

Формат исследования:

- Онлайн-опрос от имени Евразийской исследовательской компании Webka Marketing без спонсорства Заказчиков
- География исследования: Города с высокой потребительской активностью свыше 1М+

> 16

городов исследования

Выборка:

- В исследовании приняли участие врачи амбулаторной практики:
 1. Терапевты коммерческих ЛПУ
 2. Терапевты государственных ЛПУ

> 1070

Респондентов

Даты исследования:

- Проект был проведен в **феврале - марте 2025 года**

> 19

Средний стаж специалиста

В центре внимания:



ВРАЧИ
Терапевты

Общее число пациентов в практике врача-терапевта



В среднем, врач-терапевт наблюдает 239 пациентов в месяц, независимо от диагноза. При этом наблюдается значительная разница в количестве обращений в зависимости от типа медицинского учреждения:

- Государственное лечебное учреждение (ЛПУ): В среднем 294 пациента в месяц.
- Коммерческое медицинское учреждение: В среднем 158 пациентов в месяц.

239

**Такое число пациентов в
среднем в месяц, независимо
от диагноза, наблюдает врач
терапевт в рутинной практике**

База: Все опрошенные N=1070

А-1. Какое количество пациентов, в среднем в месяц, независимо от заболевания, Вы принимаете?



Число пациентов, которые нуждаются в терапии ЖД-состояний



В среднем врач-терапевт рекомендует препараты железа 42 пациентам в месяц, что указывает на стабильный спрос на эти препараты. В коммерческих учреждениях это число немного выше (45), чем в государственных (40).

Разница в количестве назначений может свидетельствовать о более высокой активности врачей в коммерческом секторе, где, возможно, больше возможностей для взаимодействия с пациентами и продвижения препаратов.

42

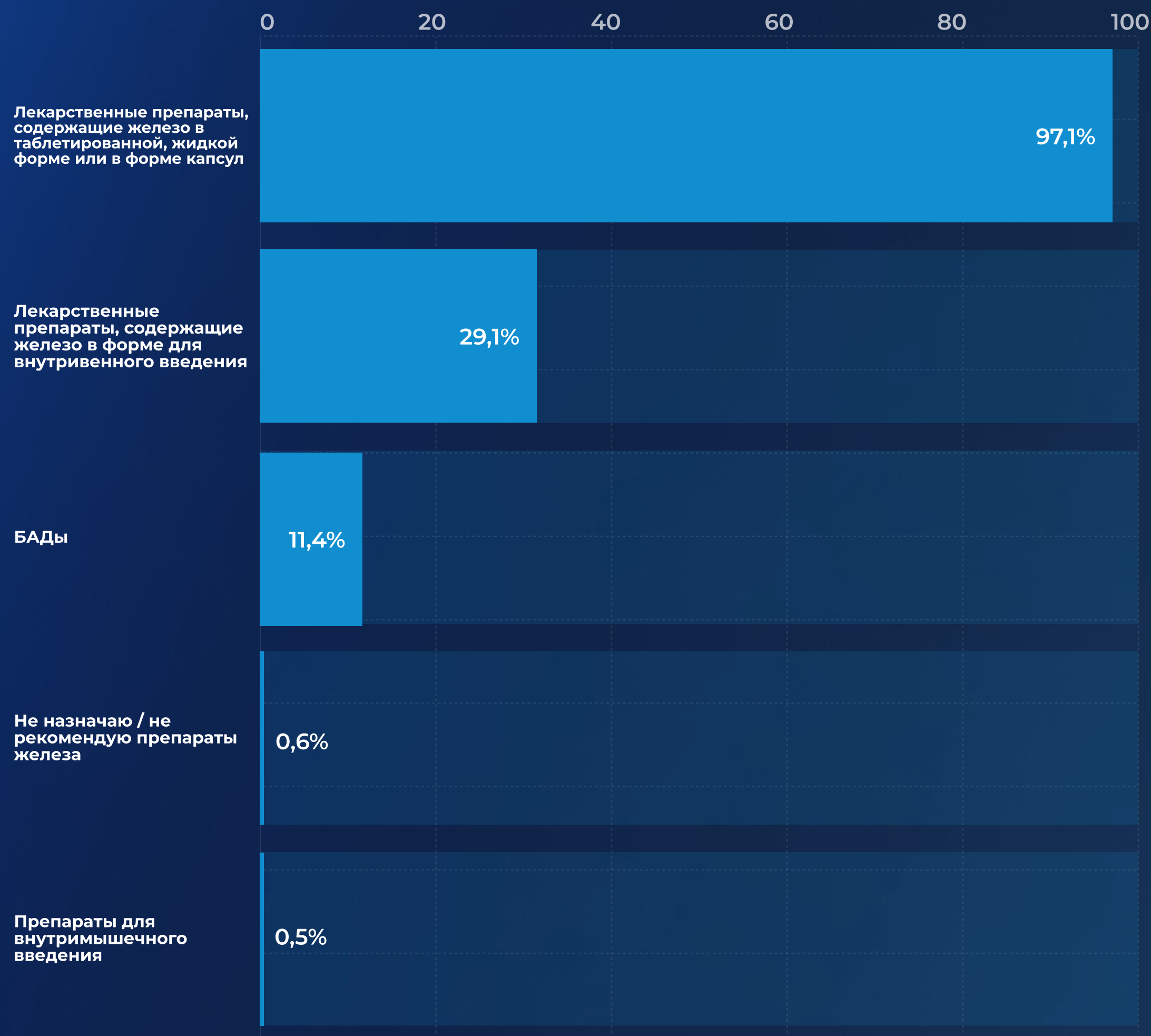
**Такому количеству пациентов в
среднем в месяц, врач-
терапевт рекомендует
препараты железа в любой из
представленных на рынке
форм**

База: Все опрошенные N=1068

S11. Если говорить, что Вы принимаете

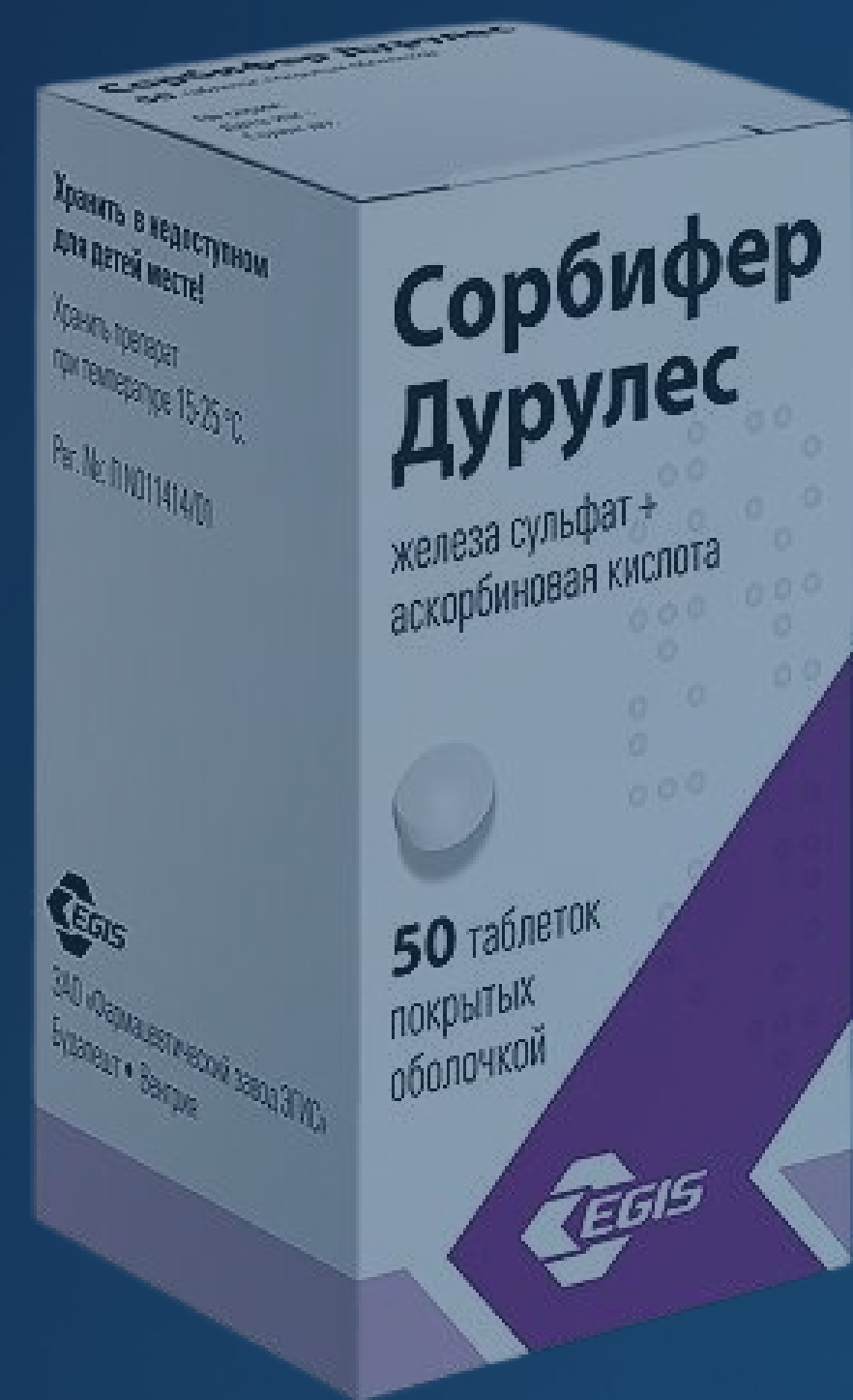
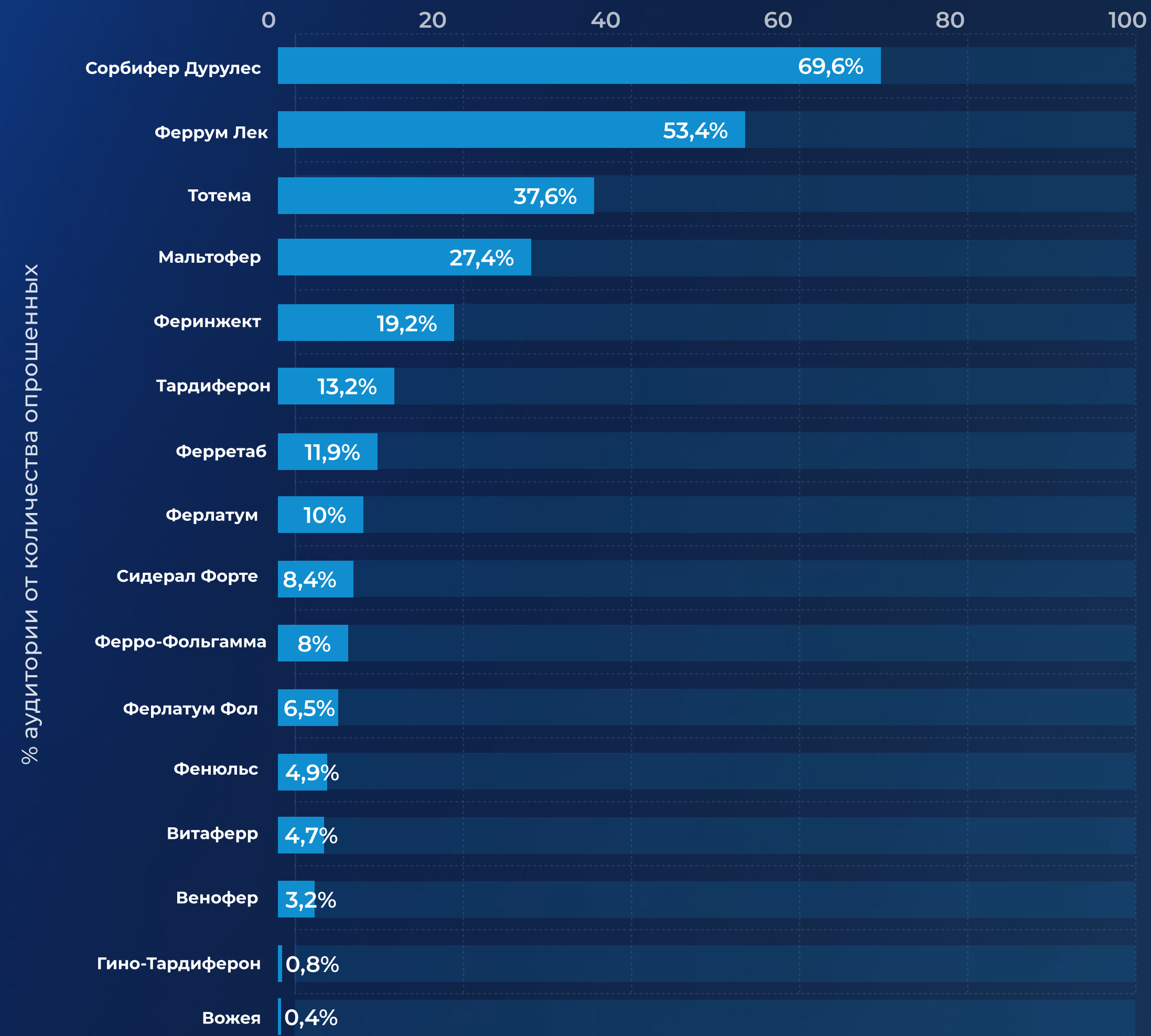
Если затрагивать пациентов в месяц, какому количеству из них вы рекомендуете препараты железа в любых его формах, включая инъекционные?

Основная доля препаратов, рекомендуемых врачами для лечения дефицита железа, представлена в таблетированной, жидкой форме или в виде капсул. Препараты, содержащие железо для внутривенного введения, составляют почти 30% от всех назначений, что подчеркивает их важность в терапии тяжелых случаев. Кроме того, на биологически активные добавки (БАДы) приходится 11,4% таких назначений, что свидетельствует о растущем интересе к альтернативным методам лечения.



ТОП препаратов по торговым маркам максимально эффективные для терапии ЖДА и восполнения уровня железа в организме

По результатам исследования можно выделить три наиболее эффективных препарата для терапии железодефицитной анемии (ЖДА). Первое место занимает Сорбифер Дурулес, который получил 69,6% мнений специалистов и подтверждает свою популярность среди врачей на большой репрезентативной выборке. На втором месте находится Феррум Лек с 53,4% респондентов, что свидетельствует о его значимости в лечении дефицита железа. Замыкает тройку лидеров Тотема, выбранная 37,6% участников опроса.



База: Все опрошенные N=1068

Доктор, назовите ТОП-3 препаратов торговым маркам, которые на Ваш взгляд максимально эффективны для терапии ЖДА и восполнения уровня железа в организме?

Выросла ли активность компаний, производящих БАДы



Согласно результатам опроса, 67.2% респондентов не заметили значительной активности компаний, производящих биологически активные добавки (БАДы) для терапии железодефицитной анемии (ЖДА). В то же время, 32.8% участников отметили, что наблюдают рост интереса к таким продуктам. Это может свидетельствовать о том, что, несмотря на существующие БАДы, основное внимание все еще уделяется традиционным препаратам для лечения дефицита железа. Однако растущий интерес к альтернативным методам лечения может указывать на необходимость дальнейшего изучения и внедрения БАДов в терапию ЖДА.

32,8%

340 респ.

Да

Нет

67,2%

697 респ.

% аудитории от количества опрошенных

База: Все опрошенные N=1068

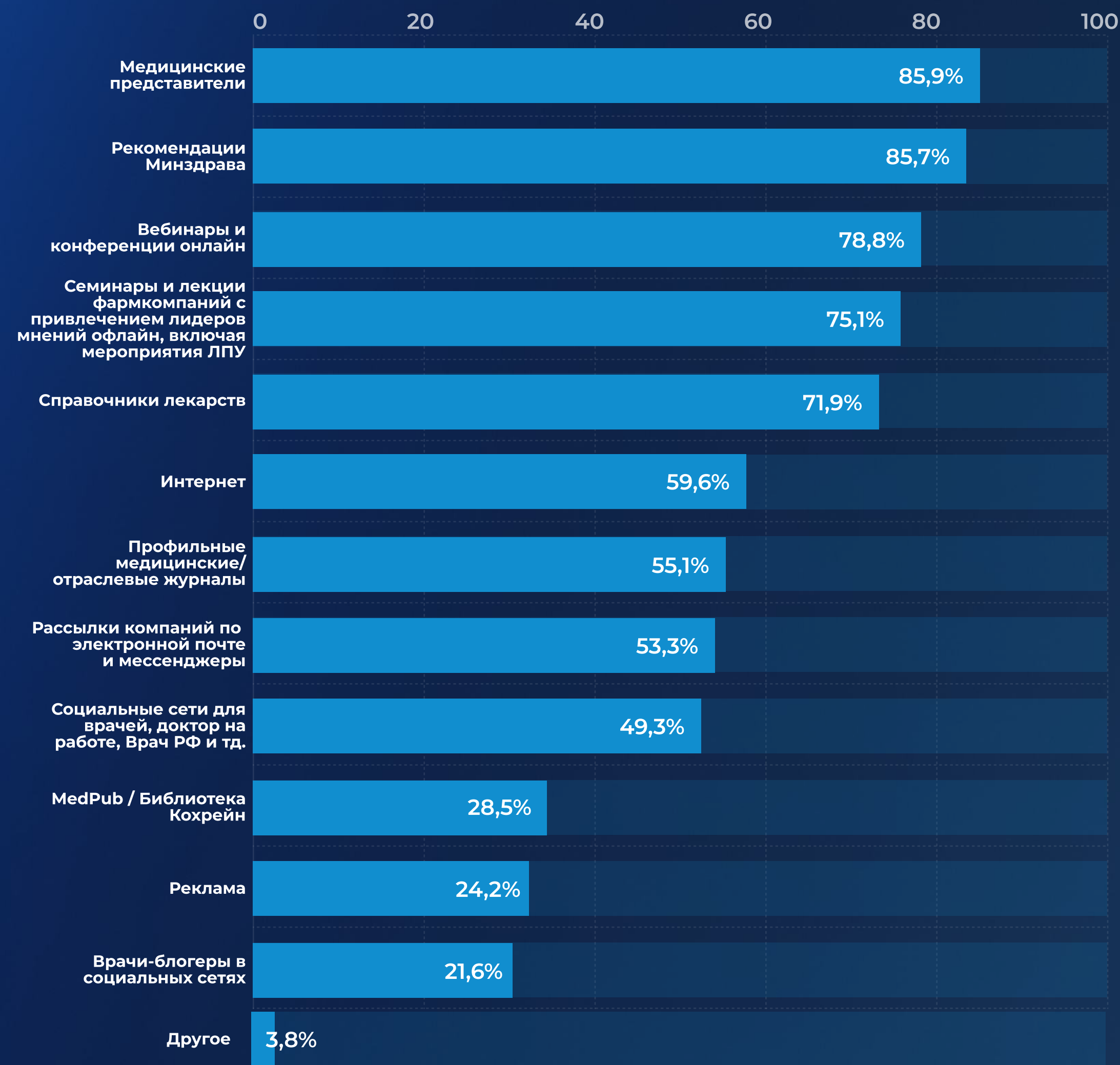
Заметили ли Вы большую активность компаний, производящих БАДы для терапии ЖДА?



Из каких источников врачи получают информацию о новинках и препаратах



Доверие к медицинским представителям и рекомендациям Минздрава высоко (85,9% и 85,7%), что подчеркивает их важность как источников информации. Онлайн-форматы (вебинары и конференции) активно используются (78,8%), отражая интерес врачей к цифровым ресурсам. Офлайн-мероприятия (семинары и лекции) также значимы (75,1%), что говорит о ценности личного взаимодействия. Справочники лекарств (71,9%) остаются важным ресурсом для получения информации о препаратах. Интернет и профильные журналы имеют меньший, но все же значительный уровень упоминания, что требует улучшения их использования. Социальные сети и врачи-блогеры (49,3% и 21,6%) менее популярны, что может указывать на низкий уровень доверия к этим источникам. Фармкомпаниям необходимо оптимизировать стратегии распространения информации о препаратах.



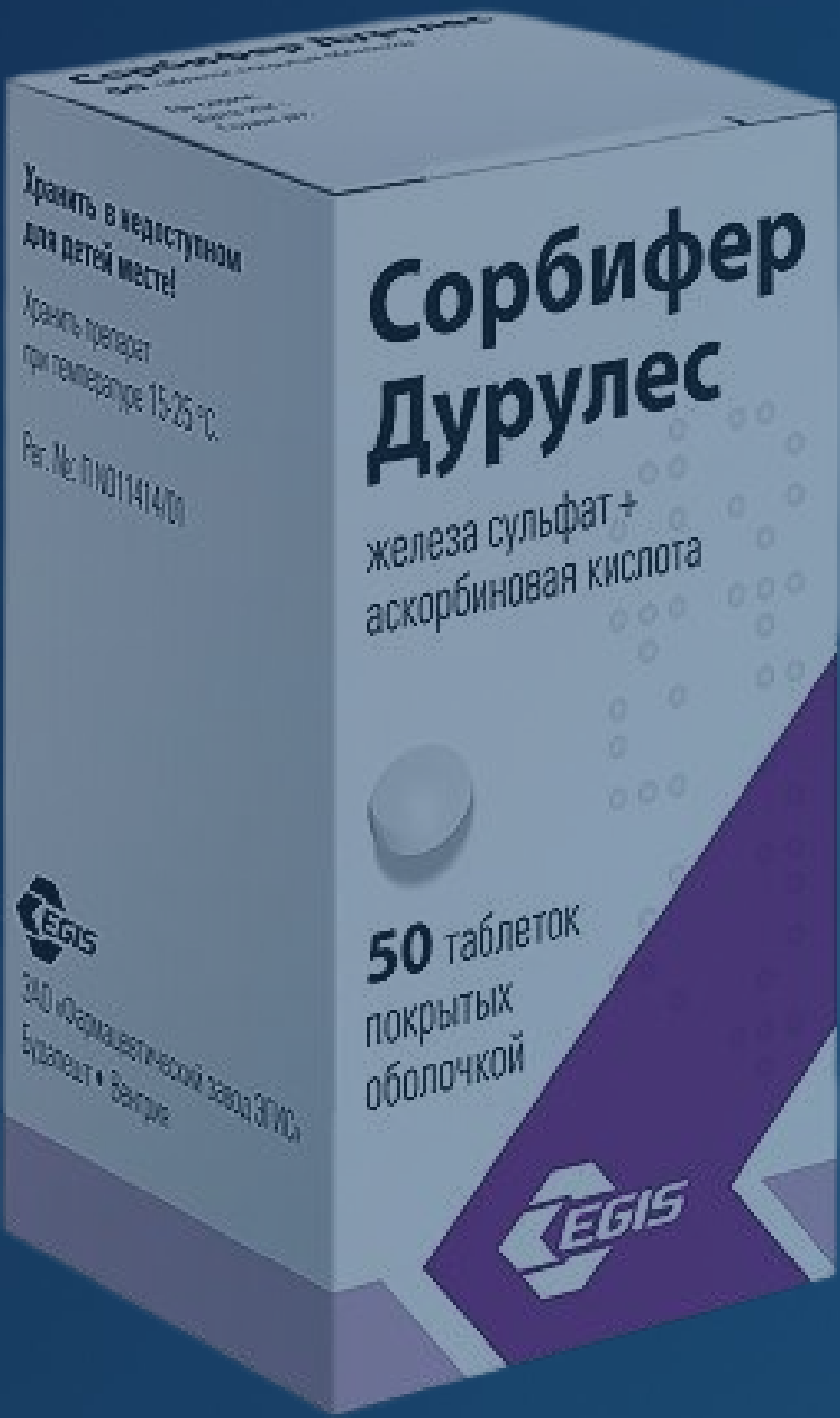
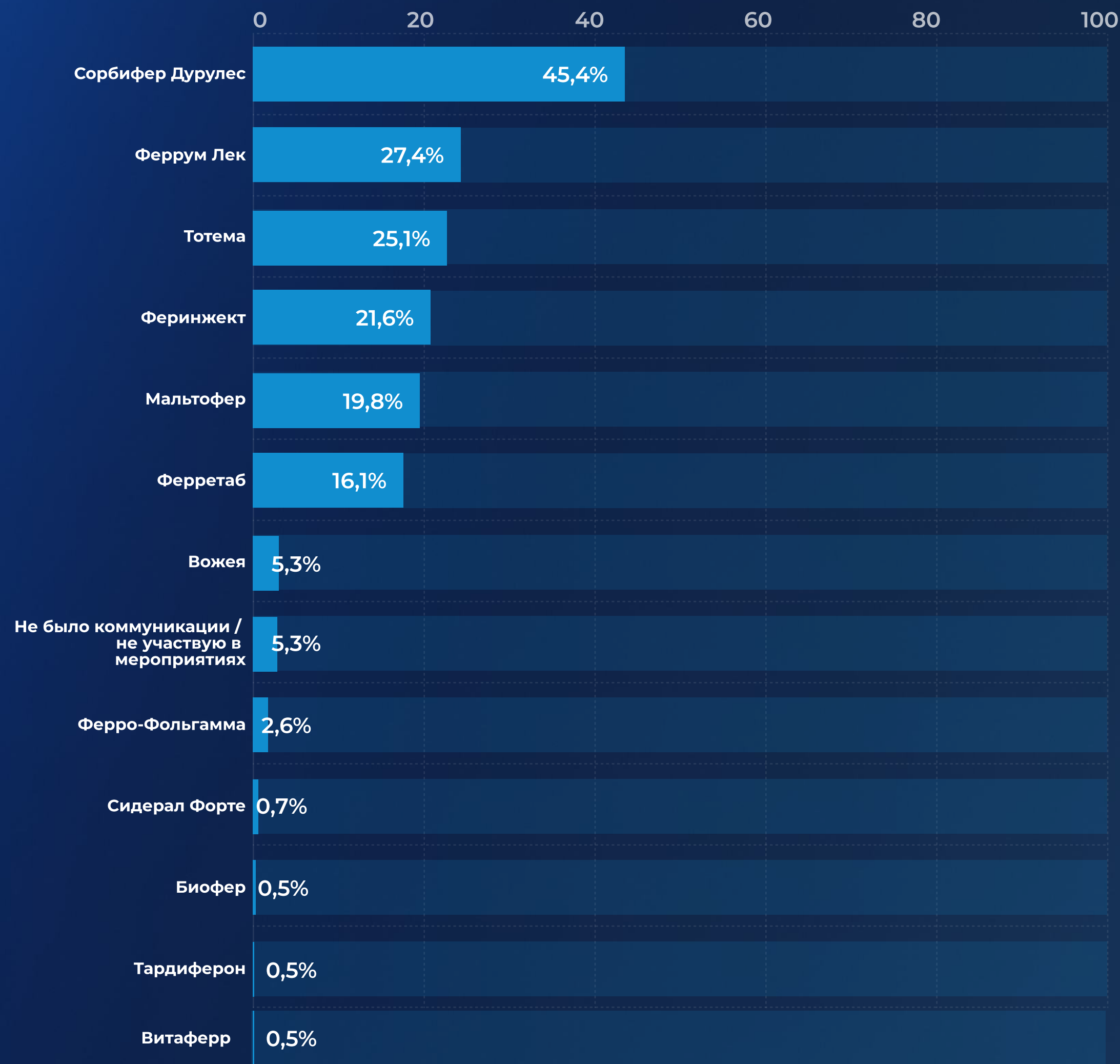
База: Все опрошенные N=1068

Из каких источников Вы обычно получаете информацию о новинках и препаратах:
Я зачитаю, отметьте все варианты:

Какие компании-производители препаратов для терапии ЖДА наиболее эффективно взаимодействуют с врачами



Сорбифер Дурулес является наиболее эффективным производителем в взаимодействии с врачами, получив 45.1% голосов. На втором месте находится Феррум Лек с 27.4%, что также указывает на его активность. Тотема занимает третью позицию с 25.1%, что свидетельствует о наличии активных мероприятий. Феринжент и Мальтофер также демонстрируют хорошие результаты, получив 21.6% и 19.8% соответственно. Ферретаб с 16.1% показывает умеренное взаимодействие, в то время как Вожея с 5.3% имеет наименьшую активность. Эти данные подчеркивают важность активного участия компаний в организации мероприятий для врачей.



База: Все опрошенные N=1068

Какие компании-производители препаратов для терапии ЖДА, по вашему мнению, наиболее эффективно взаимодействуют с врачами, организуют мероприятия, визиты и другие активности?

Выводы по блоку саммари



Выводы:

Поток пациентов: В среднем в месяц, врач-терапевт рекомендует препараты железа 42 пациентам. В коммерческом сегменте эта цифра несколько выше - 45, в государственном - 40.

Предпочтение таблетированным формам: Большинство врачей (97.1%) назначают препараты железа в таблетированной, жидкой или капсульной форме, что указывает на высокую популярность этих форм. Внутривенные препараты назначаются значительно реже (29.1%).

Популярные торговые марки: Сорбифер Дурулес и Феррум Лек являются наиболее рекомендуемыми препаратами среди врачей, получив 69.6% и 53.4% голосов соответственно. Это говорит о их высокой эффективности и доверии со стороны медицинского сообщества.

Низкий интерес к БАДам: Несмотря на наличие определенного интереса к БАДам, 67.2% врачей не замечают активности компаний, производящих такие добавки для терапии ЖДА. Это может указывать на недостаток доверия к БАДам в сравнении с традиционными лекарственными средствами.

Источники информации: Основными источниками информации о новинках являются медицинские представители (85.9%) и рекомендации Минздрава (85.7%). Это подчеркивает важность активного взаимодействия фармкомпаний с врачами через прямые контакты и официальные рекомендации.

Активное взаимодействие компаний: Компании, такие как Сорбифер Дурулес, Феррум Лек и Тотема, демонстрируют высокую активность в организации мероприятий и взаимодействии с врачами, что способствует их популярности и доверию.

Рекомендации:

- **Увеличение разнообразия форм:** Фармацевтическим компаниям стоит рассмотреть возможность расширения ассортимента препаратов, включая новые формы (например, комбинированные препараты или улучшенные формулы), чтобы удовлетворить потребности врачей и пациентов.
- **Фокус на эффективных препаратах:** Учитывая высокую популярность Сорбифер Дурулес и Феррум Лек, производителям следует изучить, что делает эти препараты успешными, и применить аналогичные стратегии в своих продуктах.
- **Развитие БАДов:** Несмотря на низкий интерес к БАДам, компании могут исследовать возможности для улучшения их восприятия среди врачей, возможно, через клинические исследования и доказательства эффективности.
- **Участие в образовательных мероприятиях:** Учитывая важность семинаров и вебинаров, компании должны активно участвовать в организации образовательных мероприятий, привлекая ведущих специалистов и лидеров мнений для повышения доверия к своим продуктам.
- **Использование цифровых каналов:** Расширение присутствия в интернете и социальных сетях может помочь фармкомпаниям донести информацию о своих продуктах до врачей и пациентов, учитывая растущий интерес к цифровым платформам.

Хотите больше данных?



Свяжитесь с Вебка и узнайте, какие синдикативные данные доступны для анализа

Трекинг и мониторинг

zapros@webka-marketing.ru



Контактная информация

Евразийская исследовательская компания Webka Marketing

«Колл - центр Вебка», ИНН 7720411279

Москва, Электродная ул., д.2 стр.34, бизнес-кампус "Графит"

Tell: + 7 499 706 00 45

E-mail: sales@webka-marketing.ru

info@webka-marketing.ru

www.webka-marketing.ru

Кейсы и презентации

Бизнес - кейсы, коммерческие предложения можно запросить в отделе продаж компании по телефону + 7 499 706 00 45

Sales zapros@webka-marketing.ru

e.gamzina@webka-marketing.ru

www.dev.webka.training