

Онлайн-исследования на фармацевтическом рынке в России

Интервью с Ириной Пестовской, директором по работе с клиентами портала «Доктор на работе». Ирина Пестовская имеет более чем пятнадцатилетний опыт работы в фармацевтической области.

Беседовала Юлия Лапшина



– Ирина, как можно охарактеризовать рынок онлайн-исследований?

– Рынок онлайн-исследований появился в России сравнительно недавно. Еще пять-семь лет назад никто не знал о существовании данной услуги. Запад в этом плане не сильно опережает Россию, поскольку среда функционирования онлайн-исследований – Интернет – стала доступной массовому пользователю совсем недавно. Всего за несколько лет рынок интернет-исследований достиг немалых размеров, и он продолжает активно развиваться.

– Что, на Ваш взгляд, позволяет рынку онлайн-исследований так быстро расти?

– Исследования данного типа обладают рядом достоинств. Основные преимущества онлайн-исследований – скорость проведения (от одного до трех дней) и пока невысокая стоимость. Это связано с тем, что становятся не нужны услуги интервьюера и сокращается время на обработку полученной информации. Интернет-опрос позволяет оперативно анализировать полученные данные, т.к. они поступают в электронном виде непосредственно от респондентов. Сразу же создается база данных, охватывающая большую аудиторию.

Конечно, интернет-опрос не может заменить опрос «face to face», но для многих фармкомпаний скорость проведения опроса влияет на принятие оперативных решений. И это часто бывает одним из основных факторов, основным аргументом выбора онлайн-исследования.

– Насколько доступна в сети врачебная аудитория?

– Основная возрастная группа врачей, использующих Интернет, – от 25 до 44 лет. Это целевая аудитория исследований, которая составляет 75–80% от общего количества врачей в Интернете. Новое поколение врачей активно использует Интернет в профессиональной деятельности: врачи получают информацию о новых лекарственных препаратах, клинических исследованиях, схемах лечения, изучают справочную литературу и т.д.

Онлайн-исследования позволяют эффективно работать с этой аудиторией.

– Но ведь нельзя полностью заменить исследования «face to face» онлайн-опросами? В России пока еще у немого количества врачей нет доступа к Интернету.

– Конечно же, пока исследования с участием интервьюеров, личным посещением врачей и большим объемом анкет на бумажном носителе востребованны. Однако опыт показывает, что деятельность фармкомпаний должна быть не только эффективна в настоящем, но и перспективна в будущем. В настоящий момент большая часть аудитории – врачи, с которыми проводятся опросы «face to face». В скором времени целевая аудитория постепенно переключится на электронный способ общения. В современном мире информационных технологий темп жизни увеличивается, коммуникация с человеком нового века требует экономии времени, поэтому именно онлайн-исследования позволяют получить более быструю обратную связь от врача.

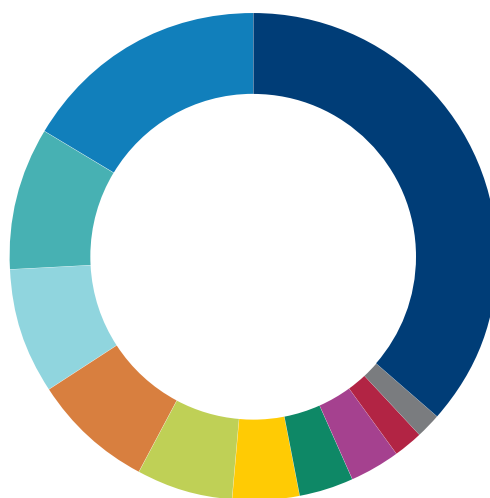
– Есть ли у онлайн-аудитории врачей какие-нибудь преимущества перед офлайн-аудиторией (в плане исследования мнений)?

– Безусловно, это как раз один из факторов, способствующих бурному росту рынка интернет-исследований. Через сеть заказчик получает возможность в кратчайшие сроки выйти на ту аудиторию, на которую сложно выйти, используя опрос «face to face». Во-первых, сеть предоставила исследовательским компаниям новую целевую аудиторию. В Интернете можно проводить онлайн-опросы врачей, работающих в стационаре. Сейчас это наиболее активная аудитория на порталах, они обсуждают клинические случаи, консультируют коллег, решают определенные задачи, связанные с лечением пациентов. Во-вторых онлайн-исследования позволяют охватить аудиторию врачей разных специальностей. Например, топ-5 основных специальностей, представленных на портале «Доктор на работе», – это хирургия, стоматология, педиатрия, анестезиология и реаниматология, гинекология (не считая, конечно, терапевтов). В-третьих, география интернет-опросов значительно шире и доступнее. Онлайн-площадки позволяют проводить полномасштабные исследования, покрывающие одновременно 83 субъекта РФ: от Москвы до Сибири и Дальнего Востока. Также на портале представлены страны СНГ, что дает возможность включать в опросы врачей, работающих на территории Ближнего зарубежья (Украина, Беларусь и Казахстан), благодаря чему можно в короткие сроки охватить не только Россию.

– Существует ли риск получения необъективных результатов врачебного мнения в ходе онлайн-исследований?

– Риск необъективных результатов существует всегда, причем не только в онлайн-исследованиях. Но практика показывает, что если проводить исследования на надежной закрытой интернет-площадке, этот риск сводится к минимуму. Более того, на крупных медицинских

СПЕЦИАЛЬНОСТИ



- терапевтические специальности
- хирургические специальности
- стоматология
- педиатрические специальности
- анестезиология реаниматология
- акушерство и гинекология
- психиатрия
- организация здравоохранения
- дерматовенерология
- офтальмология
- оториноларингология

порталах выборка врачей составляет 10–15% от общего количества врачей в России. Это позволяет проводить исследования с объективными результатами.

Услуги агентств, занимающихся онлайн-опросами, пользуются спросом как у фармкомпаний, так и у крупных исследовательских компаний, что говорит о востребованности данной услуги на современном рынке и доверии авторитетных компаний к результатам таких опросов. В заключение хотелось бы отметить еще несколько положительных моментов интернет-исследований. Онлайн-опросы позволяют оперативно проводить процедуру скрининга: по специальности врача, опыту назначения, наличию пациентов с определенным заболевани-

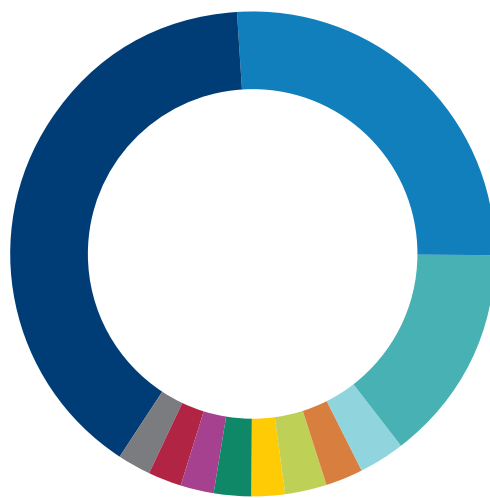
ем. Запустив онлайн-опрос, можно произвести скрининг в кратчайшие сроки и значительно сократить время подбора необходимой для исследования аудитории.

Основным преимуществом онлайн-опросов является тот факт, что респонденты приходят на площадку исследования сами, поэтому они настроены на обратную связь, в отличие от многих врачей, к которым приходит интервьюер.

Думаю, что сейчас мы наблюдаем начальный этап развития рынка фармацевтических и медицинских онлайн-исследований.

Уверена, что через десять лет этот рынок разрастется до таких масштабов, какие сейчас даже сложно представить.

РЕГИОНЫ



- остальные
- Московская область
- Санкт-Петербург и Ленинградская область
- Самарская область
- Краснодарская область
- республика Татарстан
- Новосибирская область
- Челябинская область
- республика Башкортостан
- Нижегородская область
- Свердловская область