

Sanofi márkamegfigyelés kvantitatív kutatás (Magyarország, 2021. december)

Az Inspira Research Kft. az Opella Healthcare Commercial Kft. megbízásából 2021 decemberében kutatást végzett a fájdalomcsillapítók fogyasztásáról Magyarországon.

Összesen 400 főt kérdeztek a 18-69 korcsoportból arról, hogy az elmúlt 6 hónapban milyen gyakran és milyen intenzitású fejfájással és migrénnel kapcsolatos fájdalmakkal küzdenek, mivel kezelik a fájdalmaikat, és mennyire elégedettek az adott kezeléssel. Továbbá felmérték, milyen márkákat ismernek és használnak a magyar fogyasztók, illetve ezekkel milyen mértékben elégedettek.

A kutatás módszertana kvantitatív kutatás volt, korcsoport, nem, regionális és végzettségtípus eloszlás szerinti reprezentatív mintával.

Az eredmények alapján elmondható, hogy ha a fejfájós beteg a gyógyszerek közül választ, akkor a legfőbb szempontok számára a gyorsan fellépő hatás (42% elsőként említi), a hatás erőssége (12% elsőként említi) és a specializált megoldás (11% elsőként említi).

Továbbá a fejfájós beteg elsősorban amiatt cserélné másik gyógyszerre a korábban használt gyógyszerét, hogy a fejfájásának és saját igényeinek megfelelő, hatásos gyógyszerhez jusson, ezt pedig a válaszadók 44%-a gondolta így.

Az is látható, hogy a válaszadóknál maga gyógyszerár nincs benne a három legfontosabb mérlegelendő szempont között. A fejfájás elleni gyógyszerek közötti választásban a megkérdezettek 7%-a számára, a gyógyszercserénél pedig 4%-a számára elsődleges szempont az ár.

Az eredmények az alábbi táblázatokban láthatók:

Gyógyszercsere mögötti tényezők

Megfelelő hatás, hatékonyság	44%
Többféle fájdalomra használható	14%
Hatóanyag mennyisége és minősége	13%
Gyógyszerár	4%
Egészségügyi szakember által ajánlott	4%

Megfontolás mögötti tényezők

Gyorsan fellépő hatás	42%
Hatás erőssége	12%
Specializált megoldás	11%
Hosszan tartó hatás	10%
Gyógyszerár	7%