

КОНЕЧНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ: ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ И ВЫБОР КАНАЛОВ ПОКУПКИ ЛЕКАРСТВ

Ипсос Комкон

30 сентября 2025 года



Покупательское поведение во многом определяется разнообразием активных целевых аудиторий

Gen Z

16-28 лет



Gen Y

29-44 года



Gen X

45-58 лет



Silver Age

59+ лет



Личный доход (за мес.)	61 261	71 753	60 628	45 138
Доход на члена семьи (за мес.)	65 655	56 463	52 871	43 077
Δ (разница между личным доходом и на члена семьи)	-4 394	15 290	7 757	2 061

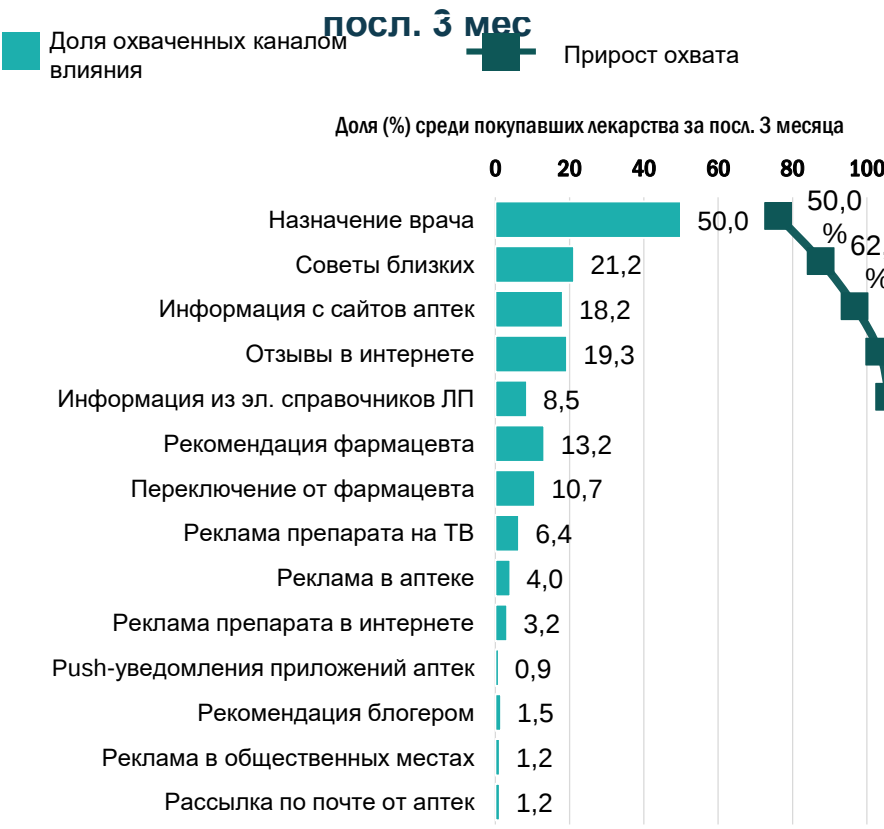
Источник: Ипсос Комкон, HealthIndex, 2 кв. 2025
Выборка (2 кв. 2025): 5 034 респондента География: 100+ городов России
© Ипсос Комкон | Конечные потребители: поведенческие установки и выбор каналов покупки лекарств

Показатель значимо **выше** по сравнению с генеральной совокупностью

Показатель значимо **ниже** по сравнению с генеральной совокупностью

Каналы информации при принятии решения о покупке лекарственных препаратов

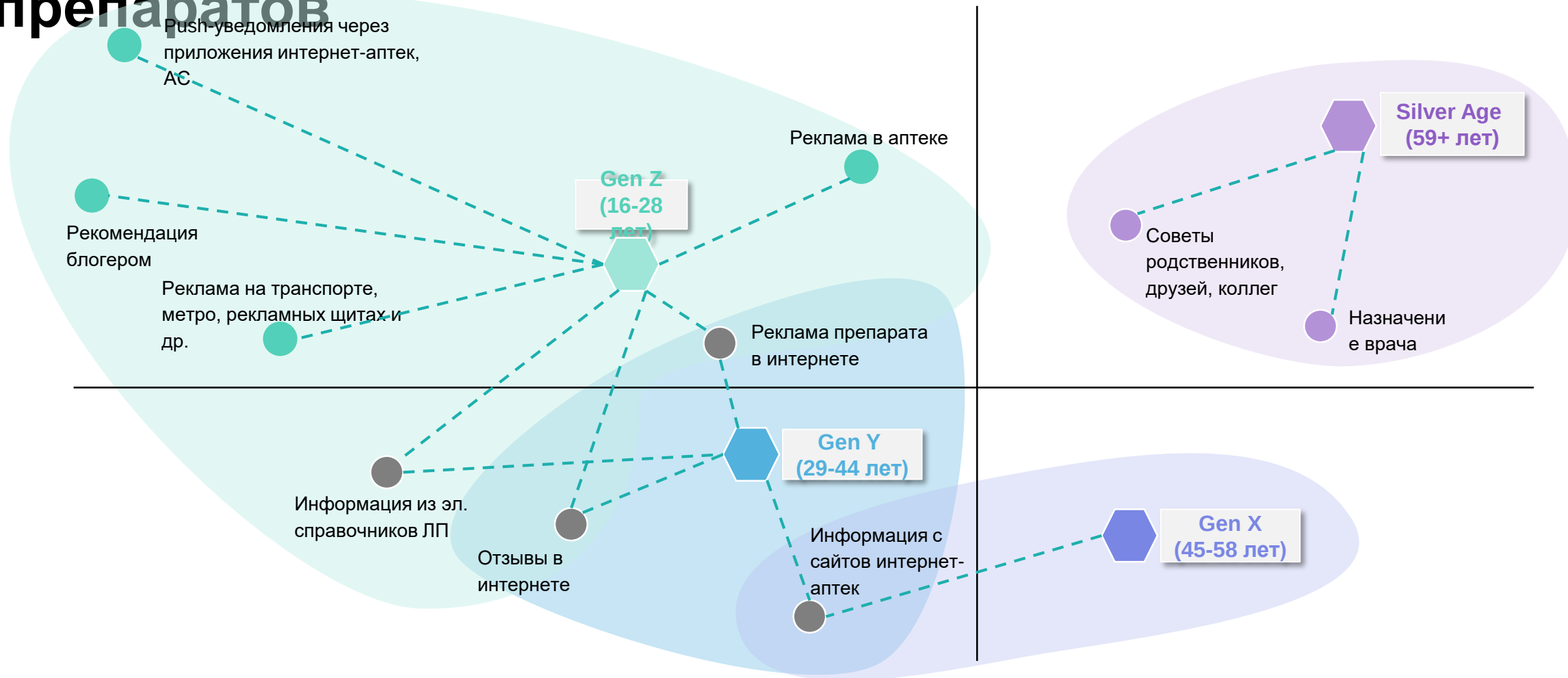
Каналы влияния при покупке ОТС-препаратов за посл. 3 мес



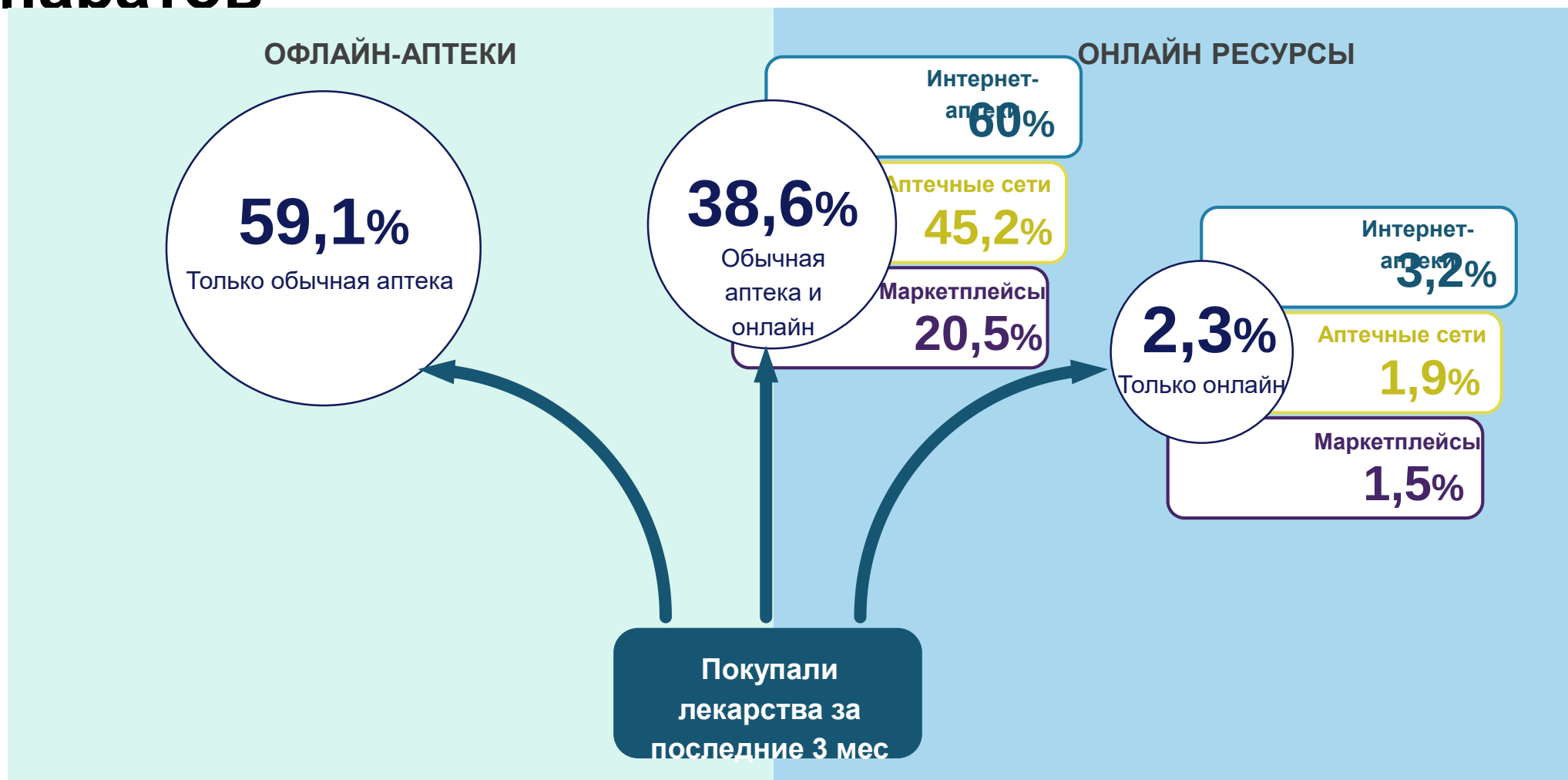
Каналы влияния при покупке Rx-препаратов за посл. 3 мес



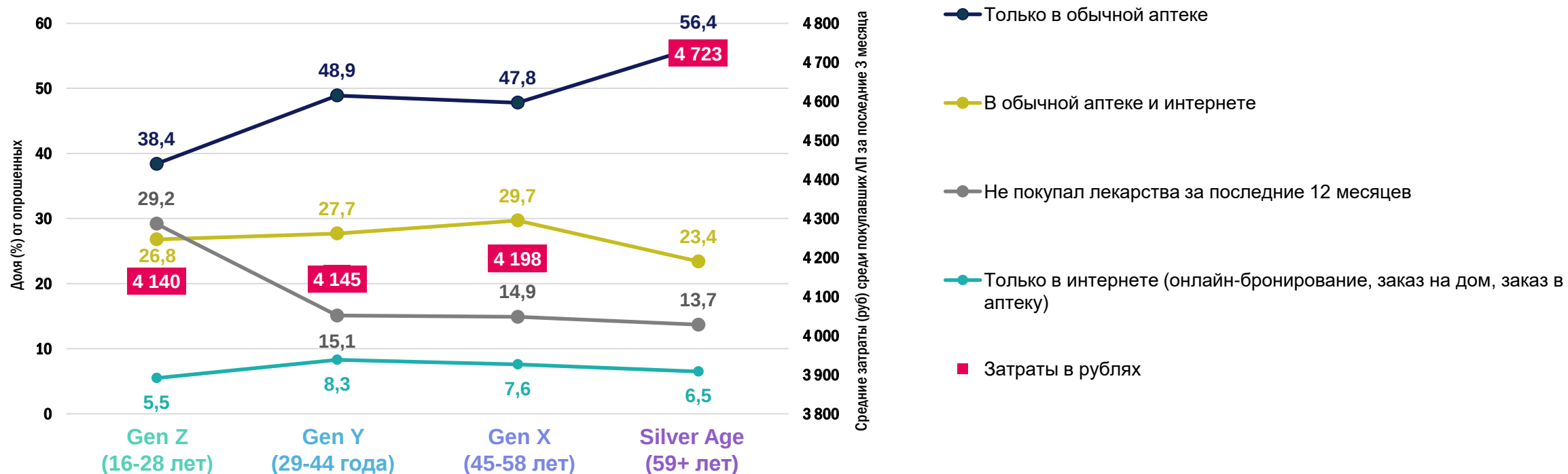
Потребители разных поколений используют различные каналы информации при покупке ОТС-препаратов



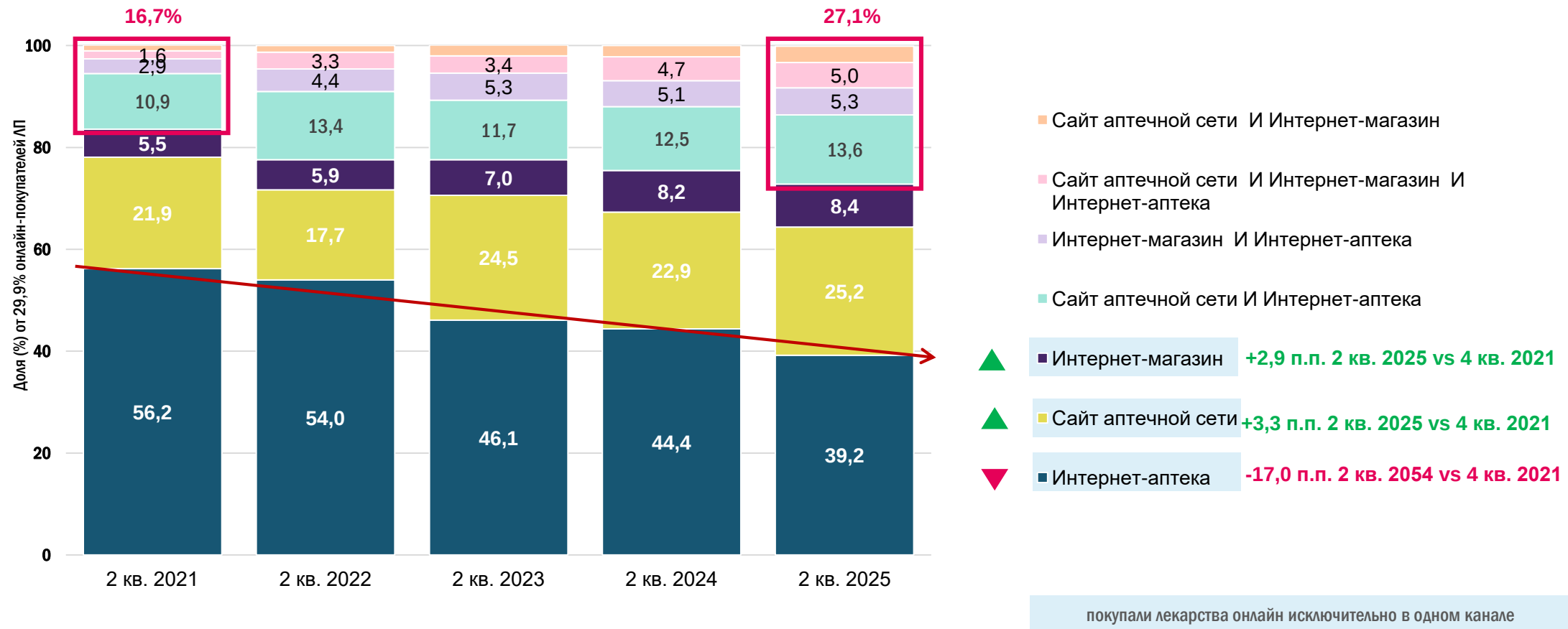
Распределение каналов покупок лекарственных препаратов



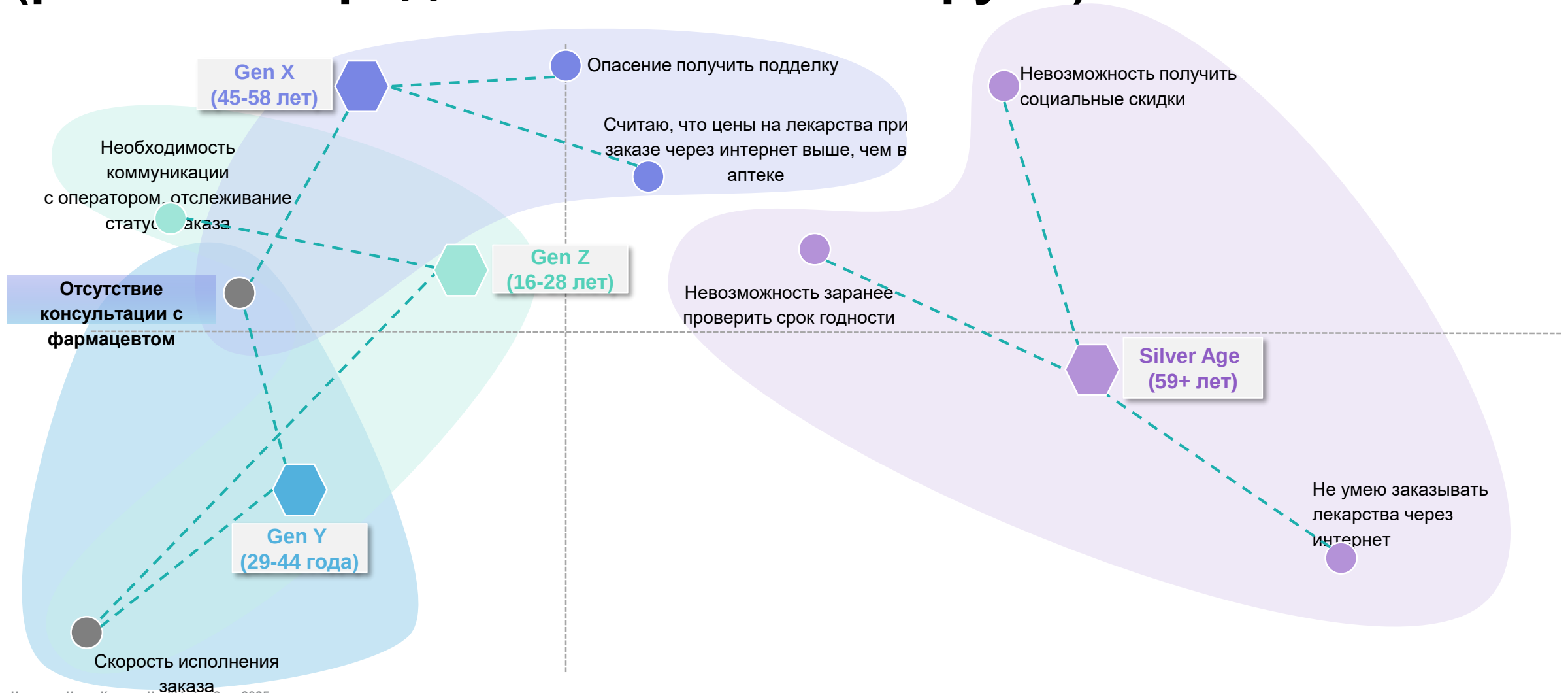
Взрослое население старше 59 лет преимущественно покупает лекарства в обычных аптеках



При онлайн-заказе лекарств потребители используют различные комбинации каналов



Причины, по которым не заказывали лекарства онлайн (различия среди поколенческих групп)



Источник: Ipsos Комкон, HealthIndex, 2 кв. 2025

Выборка (2 кв. 2025): 5 034 респондента. География: 100+ городов России

© Ipsos Комкон | Конечные потребители: поведенческие установки и выбор каналов покупки лекарств

Контакты

**Олег
Фельдман**



Сопредседатель
подразделения
Healthcare

Oleg.Feldman@ipsos-russia.ru

**Наталья
Романцева**



Директор по
работе с
клиентами
Руководитель
проектов
Pharma-Q,
HealthIndex

Natalya.Romantseva@ipsos-russia.ru

СПАСИБО