

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕТОДОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ

А.А. Дуплищев, М.А. Данилова, Ф.В. Шабанов, Л.О. Мовсисян

Современный этап развития рыночных отношений отличается рядом особенностей. Остановимся только на одном инструменте маркетинга, используемого компаниями в повседневной деятельности. Продвижение лекарственных средств (ЛС) в России с каждым днем осложняется. Огромное количество схожих по своим свойствам ЛС, не проработанная система взаимодействия с врачами и трудности в исполнении существующих законодательных норм – вот основные проблемы, с которыми сталкиваются все участники рынка.