

Анализ ассортимента косметических средств для волос в аптеках Республики Беларусь

Доценко Марина Евгеньевна

Белорусский государственный медицинский университет, Минск

Научный(-е) руководитель(-и) Грищенко Наталья Игоревна, Белорусский государственный медицинский университет, Минск

Введение

Современный рынок косметических средств характеризуется тенденцией к расширению номенклатуры и увеличению доли данной продукции в ассортименте аптек. С одной стороны, это увеличивает возможности удовлетворения потребностей населения и повышает финансово-экономические показатели деятельности аптек. С другой стороны, возрастают требования к профессиональной компетенции специалистов, осуществляющих консультирование при реализации парфюмерно-косметической продукции.

Цель исследования

Проанализировать ассортимент и спрос на средства по уходу за волосами в аптеках Республики Беларусь, изучить потребности и поведение потребителей, нормативно-правовую базу, регламентирующую порядок обращения товаров аптечного ассортимента на фармацевтическом рынке Республики Беларусь, а также оценить профессиональные навыки фармацевтических работников в сфере консультирования.

Материалы и методы

Для проведения исследования применялись методы контент-анализа, анкетирования, логико-функционального моделирования. Исследованием были охвачены более 30 аптек города Минска различной формы собственности, в которых анализировались показатели ассортимента. На базе данных аптек было проведено анкетирование посетителей. Анкета включала вопросы, касающиеся стратегии выбора и предпочтений у различных групп потребителей. Так же для достоверной оценки качества консультирования применялся метод «Тайный покупатель».

Результаты

В ходе проведенной работы были получены и обработаны данные анкетирования посетителей по вопросам выбора косметических средств для ухода за волосами. Так же проведена оценка качества фармацевтического консультирования по вопросам приобретения и применения данной группы товаров аптечного ассортимента.

Выводы

Результаты анализа ассортимента по различным показателям (полнота, широта, глубина, насыщенность) могут быть использованы для оптимизации ассортиментной политики аптечных организаций. Результаты анкетирования отражают аспекты информации о парфюмерно-косметической продукции, которые являются наиболее важными для потребителей. Исследование методом «Тайный покупатель» в аптеках позволило выявить уровень информированности специалистов об изучаемой категории товаров аптечного ассортимента. Полученные данные могут быть использованы для разработки схем консультирования при реализации из аптек средств по уходу за волосами, а также при составлении учебных программ и планов для подготовки студентов по специальности «Фармация».