

Покусова И.И.

АНАЛИЗ ПРОДАЖ СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА ПОЛОСТЬЮ РТА

Научный руководитель: ст. преп. Шалова К. Ю.

*Кафедра организации фармации с курсом повышения квалификации и переподготовки
Белорусский государственный медицинский университет, г. Минск*

Актуальность. Анализ продаж средств по уходу за полостью рта приобретает особую актуальность на фоне роста распространенности стоматологических заболеваний. Данные средства играют важную роль в ассортименте аптечных организаций, поскольку относятся к товарам повседневного спроса и напрямую влияют на профилактику стоматологических заболеваний. Тем не менее, в ряде аптек отсутствует системный подход к формированию ассортимента данной группы товаров. Часто это приводит к несоответствию между потребительским спросом и представленными позициями, что снижает уровень продаж и удовлетворённость потребителя. Проведение анализа продаж на основе конкретных данных аптечной организации позволяет выявить тенденции потребления. Полученные результаты могут быть использованы для разработки рекомендаций по оптимизации ассортимента аптечной сети, что повысит её конкурентоспособность, улучшит товарооборот и позволит более точно удовлетворять потребности населения.

Цель: провести анализ средств по уходу за полостью рта на примере аптечной организации.

Материалы и методы. При проведении исследования номенклатурных позиций были использованы данные сети аптек ООО «Комфарм». В рамках анализа продаж были использованы следующие методы: статистическая обработка числовых данных, анализ динамики продаж, построение графиков и диаграмм.

Результаты и их обсуждение. В ходе работы были проанализированы данные по продажам различных категорий средств по уходу за полостью рта за три года: 2021, 2022 и 2023. Объём продаж в количественном выражении (в единицах) по годам составил: в 2021 – 76 619,8; в 2022 – 78 061,2; в 2023 – 90 374,4. Общему росту продаж способствовало и увеличение количества аптек с 129 в 2021 до 142 в 2023. Наиболее востребованными категориями являются: зубные пасты (рост с 54,8% до 57,3%), крем для фиксации зубных протезов (рост с 19,4% до 20,8%), зубные щетки (снижение с 9,2% до 7,4%). Установлено увеличение продаж таких категорий, как зубные нити (с 2,6% до 3,1%), ирригаторы (с 0,11% до 0,19%), средства для чистки языка (с 0 до 0,11%), что свидетельствует о перспективности данных средств гигиены полости рта. В ассортименте средств по уходу за полостью рта наибольшая доля приходится на зубные пасты. Основными поставщиками являются Германия (36,3 %), Россия (22,8 %) и Великобритания (21,2 %) и самыми востребованными брендами являются Lacalut (стабильный рост доли с 34,2 % в 2021 году до 39,2 % в 2023 году), R.O.C.S. (с 22,6% до 17,9%) и Parodontax (с 12,2% до 10,1%) на втором и третьем месте, но с тенденцией к снижению доли продаж. Доля детских средств гигиены полости рта в 2021 – 2023 годах составила от 11,5% до 10,7% от общего объёма продаж, при этом в абсолютном выражении по количеству наблюдался рост – с 8786 до 9673 единиц.

Выводы. Одним из факторов, способствовавших положительной динамике продаж, явилось увеличение количества аптек. Наиболее востребованной категорией остаются зубные пасты. Также наблюдается смещение спроса в сторону зубных нитей, ирригаторов и средств для чистки языка, что свидетельствует о растущем интересе потребителей к более комплексному уходу за полостью рта. А снижение продаж зубных щёток может свидетельствовать о насыщенности рынка или изменении потребительских предпочтений. Растущий спрос ассортимента детских средств гигиены полости рта указывает на потенциал для его расширения.