

УДК 615.12:338.24

ИЗУЧЕНИЕ СТЕПЕНИ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ЗУБНЫХ ПАСТ ПО АТТРИБУТУ «СНИЖЕНИЕ КРОВОТОЧИВОСТИ ДЕСЕН»

Плохих И.В., Раздорская И.М.

ГБОУ ВПО «Курский государственный медицинский университет Минздрава России»,
Курск, e-mail: ponochka1234@yandex.ru

В статье приведены результаты углубленного анализа степени удовлетворенности потребителей зубных паст по атрибуту «Снижение кровоточивости десен» на региональном рынке. Объектом исследования выступили результаты опроса потребителей регионального рынка, который проходил в сентябре – октябре 2014 г. в виде анкетирования посетителей аптек г. Курска. Выборка по данному опросу составила 147 человек. В ходе исследования построена карта удовлетворенности потребителей зубных паст по атрибуту «Снижение кровоточивости десен». В результате исследования выявлено, что пациенты наиболее удовлетворены снижением кровоточивости десен при применении таких зубных паст, как «Lacalut», «Parodontax», «Лесной бальзам». Полученная в результате исследования карта удовлетворенности потребителей дает представление врачам-стоматологам и фармацевтическим работникам о мнении пациентов, которое необходимо учитывать при рекомендациях тех или иных зубных паст при кровоточивости десен.

Ключевые слова: зубные пасты, кровоточивость десен, карта удовлетворенности, потребительское поведение

STUDY OF CUSTOMER SATISFACTION OF TOOTHPASTES BY ATTRIBUTE «REDUCING BLEEDING GUMS»

Plokhikh I.V., Razdorskaya I.M.

Kursk State Medical University of the Ministry of Health of Russia,
Kursk, e-mail: ponochka1234@yandex.ru

The article contains results in-depth analysis of customer satisfaction toothpastes by attribute «Reducing bleeding gums» in the regional market. The object of the study were the results of a consumer survey of the regional market, which took place in September – October 2014 in the form of questioning of visitors pharmacies in Kursk. The sample for this survey was 147 people. In the study, a map of customer satisfaction toothpastes by attributes «Reducing bleeding gums». The study found that patients most satisfied decrease bleeding gums when applying such toothpastes as «Lacalut», «Parodontax», «Forest Balsam». The resulting map of the study of customer satisfaction provides insight dentists and pharmaceutical workers of the views of patients, which must be considered when the recommendation of various toothpastes with bleeding gums.

Keywords: toothpastes, bleeding of the gums, map of satisfaction, consumer behavior

Средства по уходу за зубами и полостью рта – перспективная подгруппа аптечного ассортимента, которая может способствовать решению экономических (повышение рентабельности) [2] и социальных задач (повышение осведомленности населения в области профилактики стоматологических заболеваний) фармацевтической организации. Наиболее ёмкой среди средств по уходу за полостью рта и зубами является категория «зубные пасты», т.к. их объём составляет около 60 % рынка в стоимостном выражении [4].

Российский рынок средств по уходу за полостью рта имеет высокий потенциал роста, поскольку возрастает значимость профилактики стоматологических заболеваний [1, 5], личной гигиены и имиджа (фактор «здоровой улыбки») в современном обществе [3]. Наиболее перспективным является направление профессионального ухода за зубами, т.к. это позволяет приобрести как здоровье зубов, так и представительный внешний вид. Это ведет к увеличению роли фармацевтических работников и врачей-

стоматологов как консультантов пациентов по вопросам рационального применения зубных паст в качестве профилактических и гигиенических средств.

Целью нашего исследования явилось изучение степени удовлетворенности потребителей зубных паст по атрибуту «Снижение кровоточивости десен» на региональном уровне (г. Курск).

Для решения поставленной цели нами использовались системный и ситуационный анализ, статистические методы (группировка, ранжирование), социологические методы (опрос). Применение данных методов позволило разработать дизайн исследования, представленный на рис. 1.

Объектом исследования выступили результаты опроса потребителей регионального рынка, который проходил в сентябре – октябре 2014 г. в виде анкетирования посетителей аптек г. Курска. Выборка по данному опросу составила 147 человек.

На первом этапе исследования нами были отобраны атрибуты, характерные для зубных паст с учетом того, что потребители

смогут дать им оценку. В число атрибутов вошли: хорошие органолептические свойства, современный дизайн упаковки, снижение чувствительности зубов, снижение кровоточивости десен, приемлемая цена, запоминающаяся реклама, длительный освежающий эффект.

После проведения опроса нами получены первичные данные, которые после табулирования подвергались статистическому анализу в среде софта Statistica 7. Были рассчитаны средние значения уровня удовлетворенности по изучаемым атрибутам и среднеквадратические отклонения по каждому из них (таблица). Количественные результаты первичной обработки приведены как пример для бренда Lacalut, т.к. он является безоговорочным лидером аптечных продаж на фармацевтическом рынке г. Курска [3].

Полученные данные использовались для проведения углубленного анализа степени

удовлетворенности потребителей. С этой целью нами построена карта удовлетворенности (Голубков Е., 1999) потребителей зубных паст по атрибуту «Снижение кровоточивости десен». Данный атрибут выбран нами для более детального изучения на основании того, что наибольшая часть потребителей регионального рынка страдает именно от кровоточивости и воспаления десен [6]. Оценки респондентов по отдельным показателям распределили по двум осям, одна из которых соответствует средним оценкам уровня удовлетворенности, а вторая – среднеквадратическим отклонениям оценок (рис. 2). Выбор точки пересечения осей определен как средняя оценка по региональному рынку для исследуемых брендов зубных паст. При исследовании мы использовали общеизвестный факт, что большое среднеквадратическое отклонение означает, что одного и того же мнения придерживается малое число респондентов.

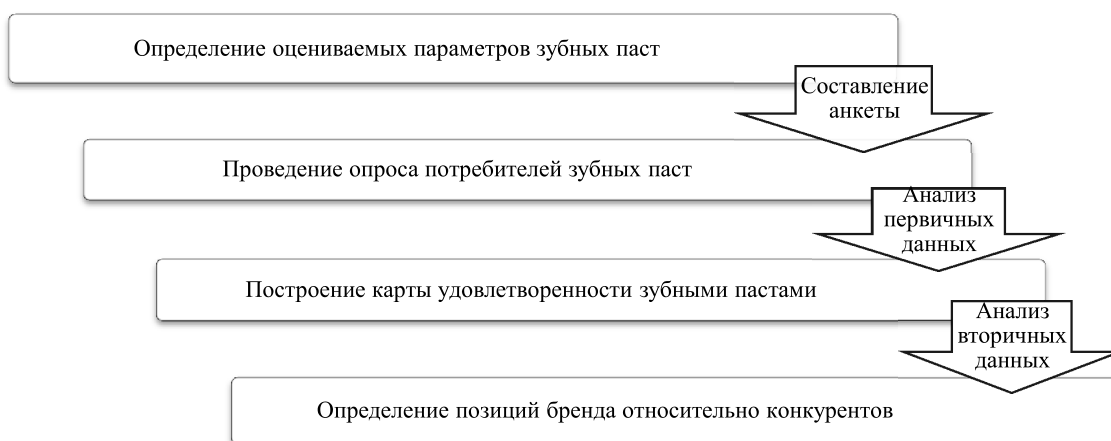


Рис. 1. Дизайн исследования уровня удовлетворенности потребителей зубных паст на региональном рынке

Количественные результаты первичной обработки оценок респондентов

Lacalut	Длительный освежающий эффект	Запоминающаяся реклама	Приемлемая цена	Снижение кровоточивости десен	Снижение чувствительности зубов	Дизайн упаковки	Хорошие органолептические свойства
$\bar{X}$	4,78	7,29	6,51	8,18	6,74	6,30	5,77
σ	1,06	1,03	1,35	1,20	0,99	1,47	1,19

Примечание. Где $\bar{X}$ – среднее значение уровня удовлетворенности, σ – среднеквадратическое отклонение оценок удовлетворенности.

Средняя оценка значений, отнесенных к правому нижнему квадранту, выше средней по рыночному сегменту паст в целом, а их среднеквадратическое отклонение ниже. Здесь потребители в целом удовлетворены действием зубных паст и согласованно признают это. К данным пастам относятся бренды «Lacalut», «Parodontax», «Лесной бальзам».

В правом верхнем квадранте оцениваемые показатели также получают высокую среднюю оценку, но высокое среднеквадратическое отклонение указывает, что оценки потребителей не совпадают. В этом случае говорят о «распределенной удовлетворенности», которая отмечена респондентами для паст бренда «PresiDent». Это означает, что большинство респондентов удовлетворено действием против кровоточивости десен паст последнего бренда, но часть из них в меньшей степени, чем другие, т.е. мнение респондентов имеет низкую степень согласованности.

Наконец, в левом нижнем квадранте респонденты с высокой степенью согласованности проявляют неудовлетворенность. В этом квадранте находится один бренд – R.O.C.S.

Также на карте удовлетворенности отображена кривая опыта потребителей (выделена штрихом на рис. 2), которая показывает варианты перехода потребителей, впервые столкнувшихся с проблемой кровоточивости десен, от одного бренда к другому при самостоятельном выборе зубных паст, особенно при совершении покупки в супермаркетах и других розничных магазинах. Это доказывает необходимость и важность повышения осведомленности населения в области профилактики стоматологических заболеваний. Идентификация неудовлетворенных потребителей позволяет предпринять корректирующие воздействия для того, чтобы улучшить консультации потребителей по атрибуту «Снижение кровоточивости десен».

Полученная карта удовлетворенности

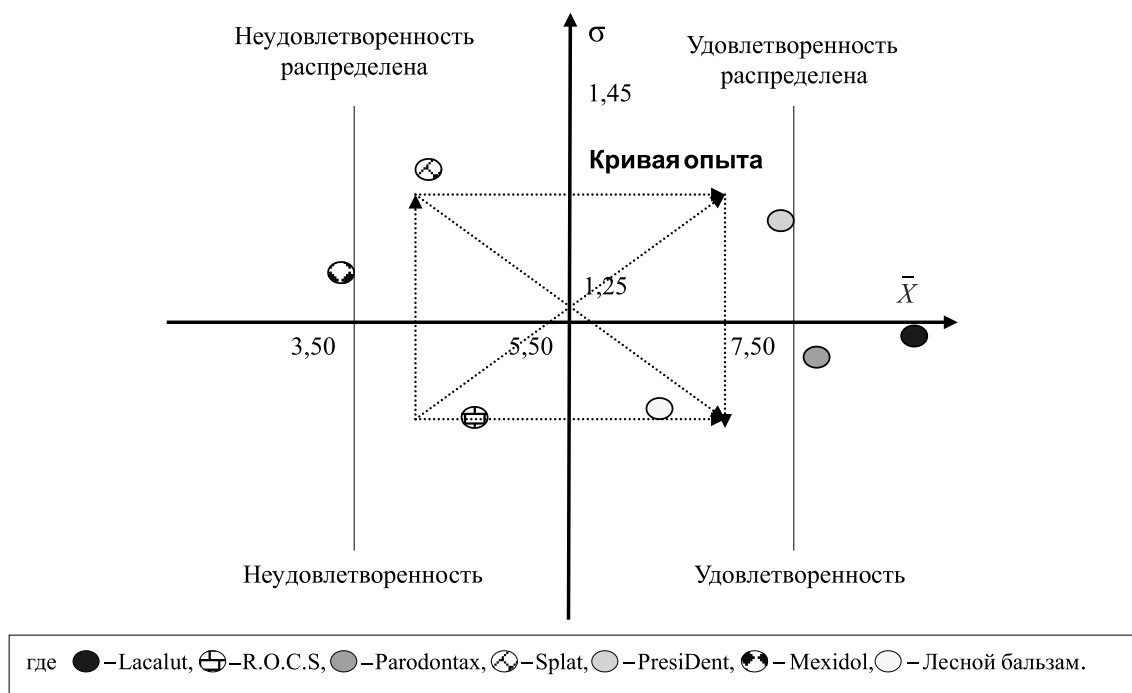


Рис. 2. Карта удовлетворенности зубными пастами по атрибуту «Снижение кровоточивости десен»

В верхнем левом квадранте средняя оценка ниже, а среднеквадратическое отклонение значительно. Распределенная неудовлетворенность означает, что большинство потребителей не удовлетворено, но часть из них в меньшей степени, чем другие. Неудовлетворительное действие против кровоточивости десен респонденты отмечают у таких паст как «Mexidol» и «Splat».

позволяет производителям, дистрибьюторам и розничным аптечным организациям формировать оптимальные стратегии позиционирования и промотирования товаров с необходимыми для потребителей атрибутами на региональном рынке.

В результате исследования выявлено, что пациенты наиболее удовлетворены снижением кровоточивости десен при при-

менении таких зубных паст, как «Lacalut», «Parodontax», «Лесной бальзам». Полученная в результате исследования карта удовлетворенности потребителей дает представление врачам-стоматологам о мнении пациентов, которое необходимо учитывать при рекомендациях тех или иных зубных паст при кровоточивости десен.

Список литературы

1. Верендеева М.А. Средства ухода за зубами и полостью рта: пасты и ополаскиватели / М.А. Верендеева // Новая аптека. – 2013. – № 4. – С. 85–86.
2. Дремова Н.Б. Развитие методологии маркетинговых исследований в фармации / Н.Б. Дремова // Человек и его здоровье. – 2005. – №1. – С. 62–76.
3. Плохих И.В. Анализ регионального рынка зубных паст / И.В. Плохих, И.М. Раздорская // Ремедиум. – 2014. – № 5. – С. 32–34.
4. Раздорская И.М. Увеличение прибыльности товарной категории «Зубные пасты» на локальном рынке / И.М. Раздорская, А.В. Лебедев, И.В. Плохих // Ученые записки Орловского государственного университета. – 2014. – № 7 (63). – С. 215–217.
5. Терехова Т.Н. Средства, предметы и методы ухода за полостью рта у детей раннего возраста / Т.Н. Терехова, Н.В. Шаковец // Клиническая стоматология. – 2013. – № 2. – С. 42–46.
6. Razdorskaya I.M. Methodical approaches to the management of the assortment of toothpastes / I.M. Razdorskaya, I.V. Plokhikh // Research journal of pharmaceutical, biological and chemical sciences. – 2014. – № 5 (4). – P. 1671–1676.

References

1. Verendeeva M.A. Sredstva uroda za zubami i polost'ju rta: pasty i opolaskivateli / M.A. Verendeeva // Novaja apteka. 2013. no. 4. pp. 85–86.
2. Dremova N.B. Razvitie metodologii marketingovykh issledovanij v farmacii / N.B. Dremova // Chelovek i ego zdorov'e. 2005. no. 1. pp. 62–76.
3. Plohih I.V. Analiz regional'nogo rynka zubnykh past / I.V. Plohih, I.M. Razdorskaja // Remedium. 2014. no. 5. pp. 32–34.
4. Razdorskaja I.M. Uvelichenie pribyl'nosti tovarnoj kategorii «Zubnye pasty» na lokal'nom rynke / I.M. Razdorskaja, A.V. Lebedev, I.V. Plohih // Uchenye zapiski Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta. 2014. no. 7 (63). pp. 215–217.
5. Terehova T.N. Sredstva, predmety i metody uroda za polost'ju rta u detej rannego vozrasta / T.N. Terehova, N.V. Shakovec // Klinicheskaja stomatologija. 2013. no. 2. pp. 42–46.
6. Razdorskaya I.M. Methodical approaches to the management of the assortment of toothpastes / I.M. Razdorskaya, I.V. Plokhikh // Research journal of pharmaceutical, biological and chemical sciences. 2014. no. 5 (4). pp. 1671–1676.

Рецензенты:

Хабаров А.А., д.фарм.н., профессор кафедры общей химии ГБОУ ВПО «КГМУ», г. Курск;

Бубенчикова В.Н., д.фарм.н., профессор, заведующая кафедрой фармакогнозии и ботаники ГБОУ ВПО «КГМУ», г. Курск.

Работа поступила в редакцию 02.02.2015.