



Государственное бюджетное профессиональное образовательное  
учреждение  
«ЧЕЛЯБИНСКИЙ МЕДИЦИНСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

Выпускная квалификационная работа

Анализ аптечного ассортимента витаминно-минеральных  
КОМПЛЕКСОВ

Выполнила : Китова Елена Евгеньевна  
Руководитель: Дудина Лина Густавовна

Челябинск  
2017

## Актуальность темы:

Продажа аптечных витаминно-минеральных комплексов в России составляет почти половину количества добавок, которые продаются в стране. Но доля отечественных препаратов на рынке витаминов снижается примерно на 1% в год.

## Цель выпускной квалификационной работы :

Анализ аптечного ассортимента витаминно–минеральных комплексов

## Задачи :

- 1.Изучить теоретический материал по теме исследования.
- 2.Выявить особенности рынка аптечного витаминно–минеральных комплексов.
- 3.Провести анализ структуры ассортимента фармацевтического рынка витаминно - минеральных комплексов.
- 4.Составить анкету и обработать полученные данные .
- 5.Разработать рекомендации аптеке по увеличению реализации комплексных витаминов.

## Объект исследования:

Витаминно- минеральные комплексы.

## Предмет исследования :

Аптечный ассортимент витаминно-минеральных комплексов.

## Гипотеза исследования :

Потребительский спрос на витаминно-минеральные комплексы носит сезонный характер и увеличивается в зимне-весенние периоды по причине нехватки витаминов в организме у населения.

## Методы исследования:

Теоретические методы:

-изучение литературы по теме;

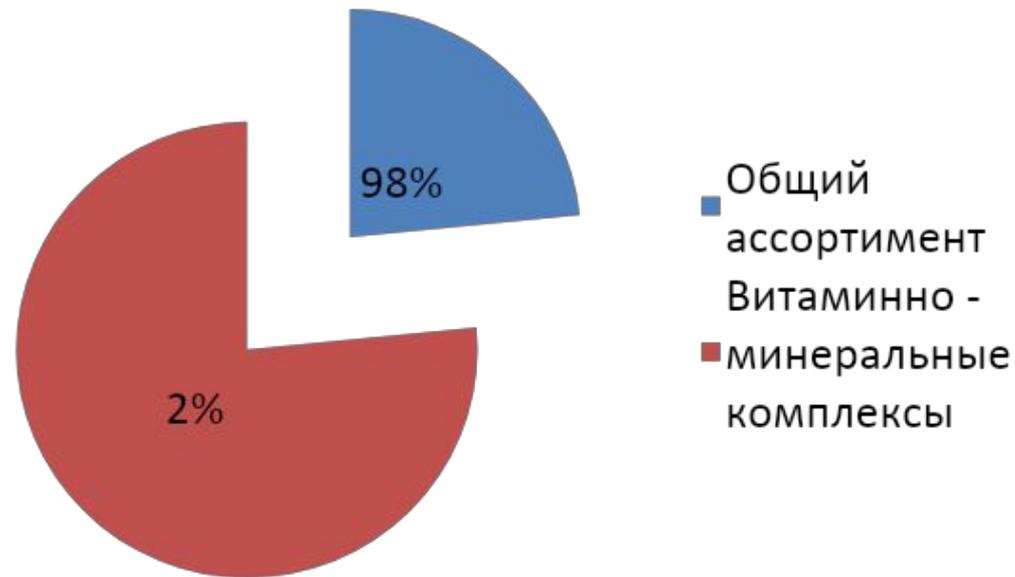
Практические методы:

-сравнительный анализ,

-статистический анализ;

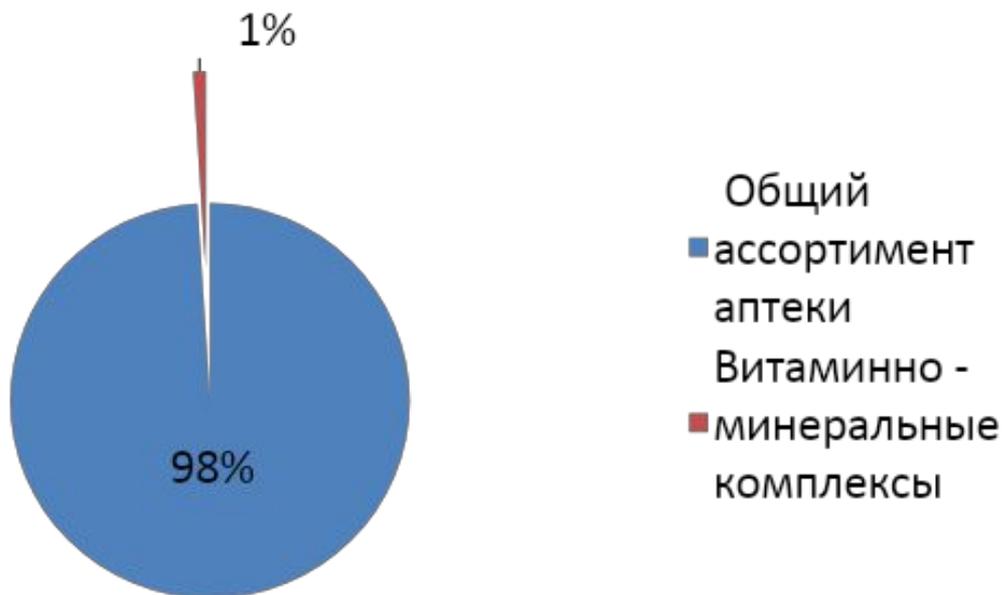
-анкетирование и обработка анкетных данных .

Структура соотношений витаминно-минеральных комплексов в  
общем ассортименте фармацевтического рынка  
России.



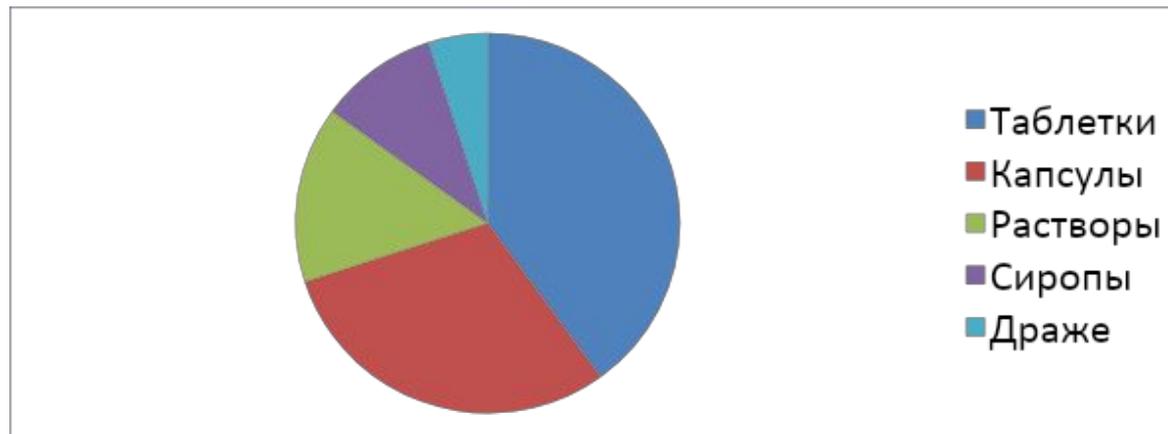
Вывод: Общий ассортимент составляет 98% , витаминно-минеральные комплексы занимают 2% .

## Структура витаминно-минеральных комплексов в общем ассортименте по аптеке.



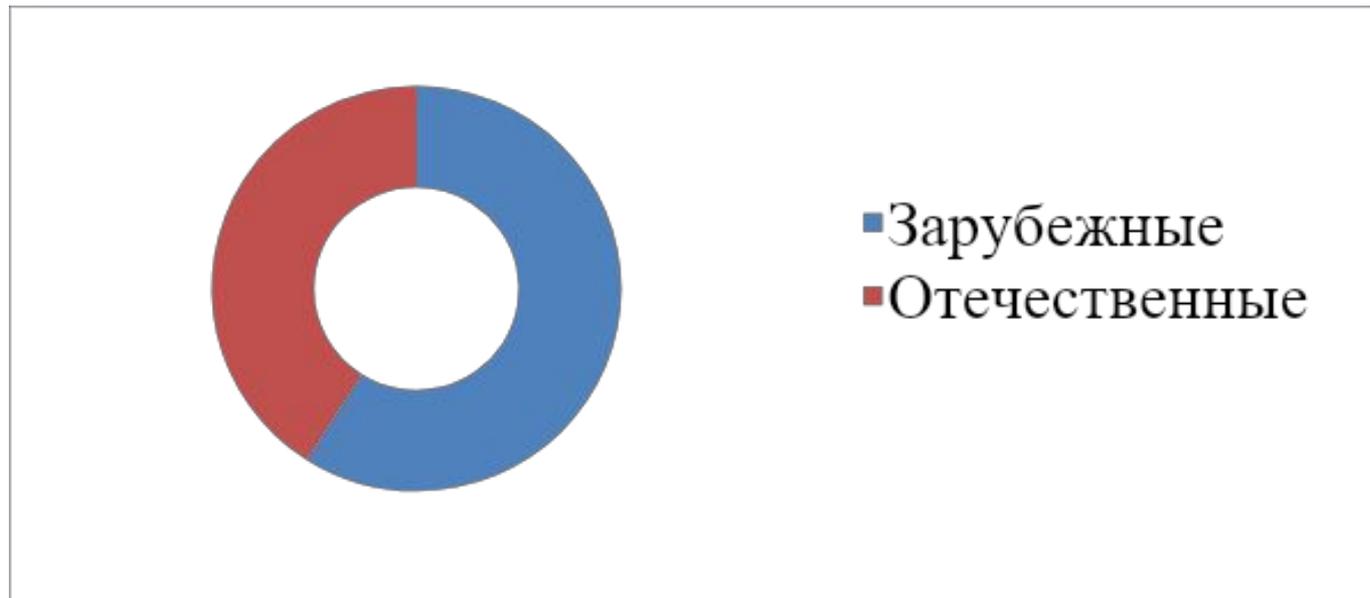
**Вывод:** Общий ассортимент аптеки занимает 99% , витаминно-минеральные комплексы занимают 1% .

# Структура витаминно-минеральным комплексов в аптеке по лекарственным формам



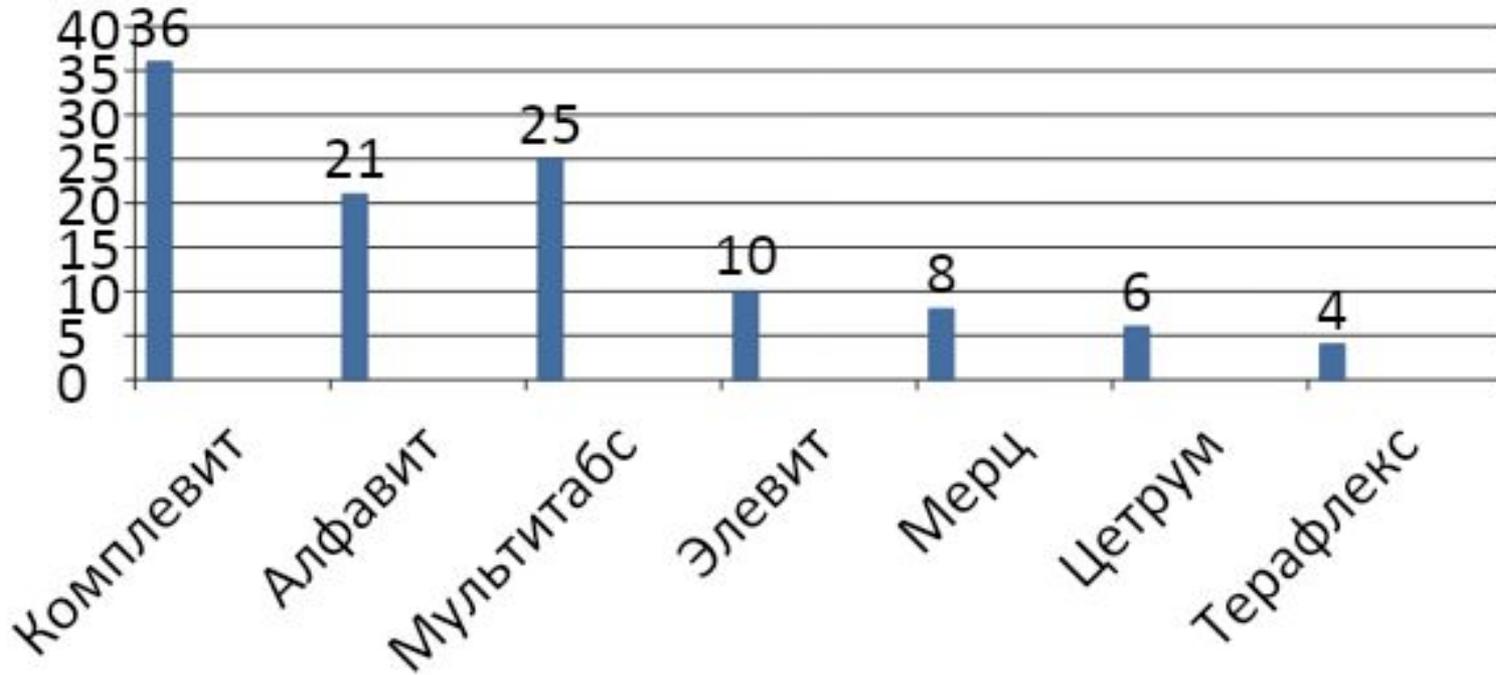
Вывод: таблетки-40%,капсулы-30%,растворы-15%,сиропы-10%,драже-5%

## Структура аптечного ассортимента витаминно-минеральных комплексов по производственному признаку



**Вывод:** Большинство производителей витаминно-минеральных комплексов зарубежного производства -59%,отечественные -41%

# Структура продаж основных витаминно-минеральных комплексов по аптеке



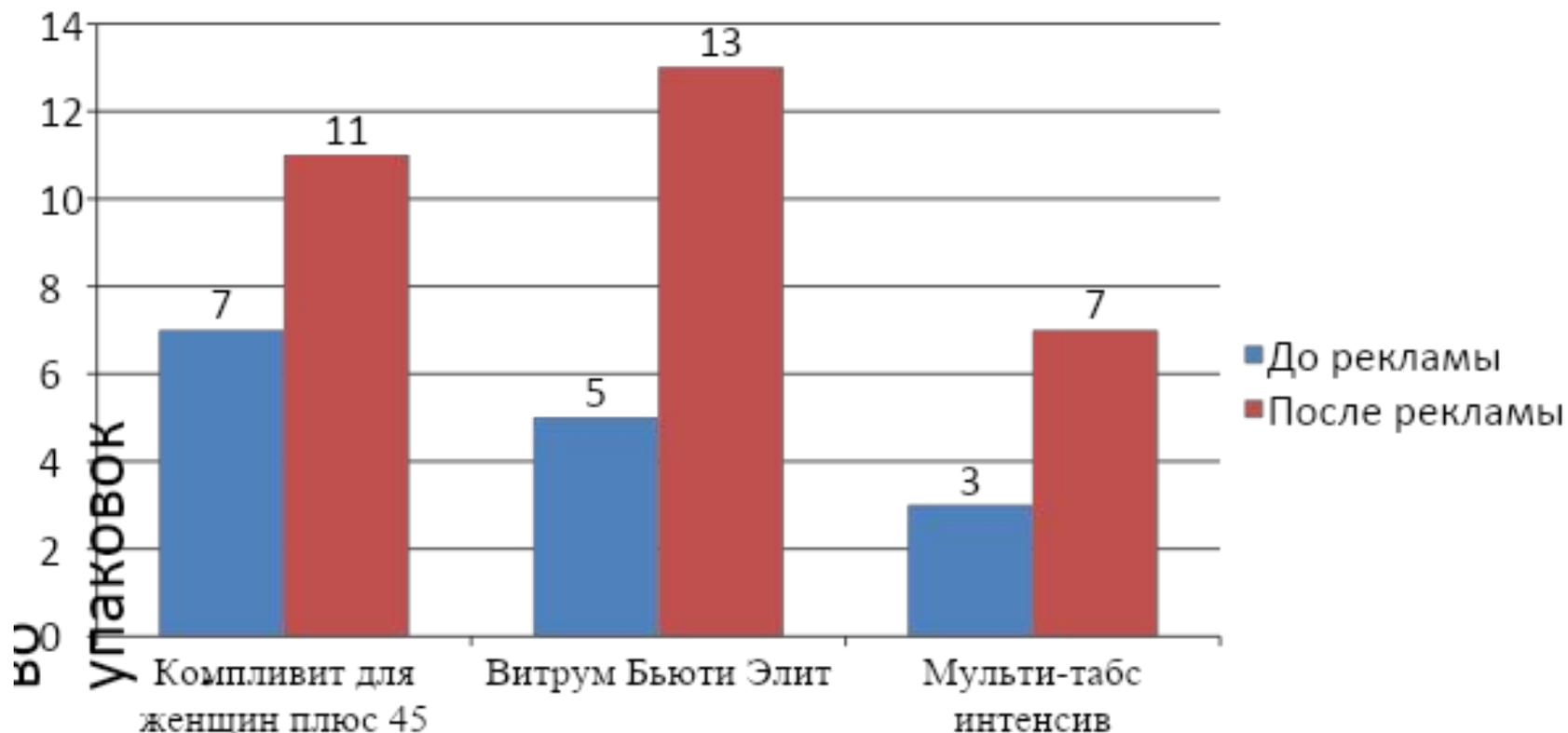
**Вывод:** Лидер витаминно – минеральных комплексов : Комплевит -36% , Мультитабс -25 % ,реже востребованы Элевит, Мерц,Цетрум ,Терафлекс

## Демографическая структура покупателей витаминно – минеральные комплексов



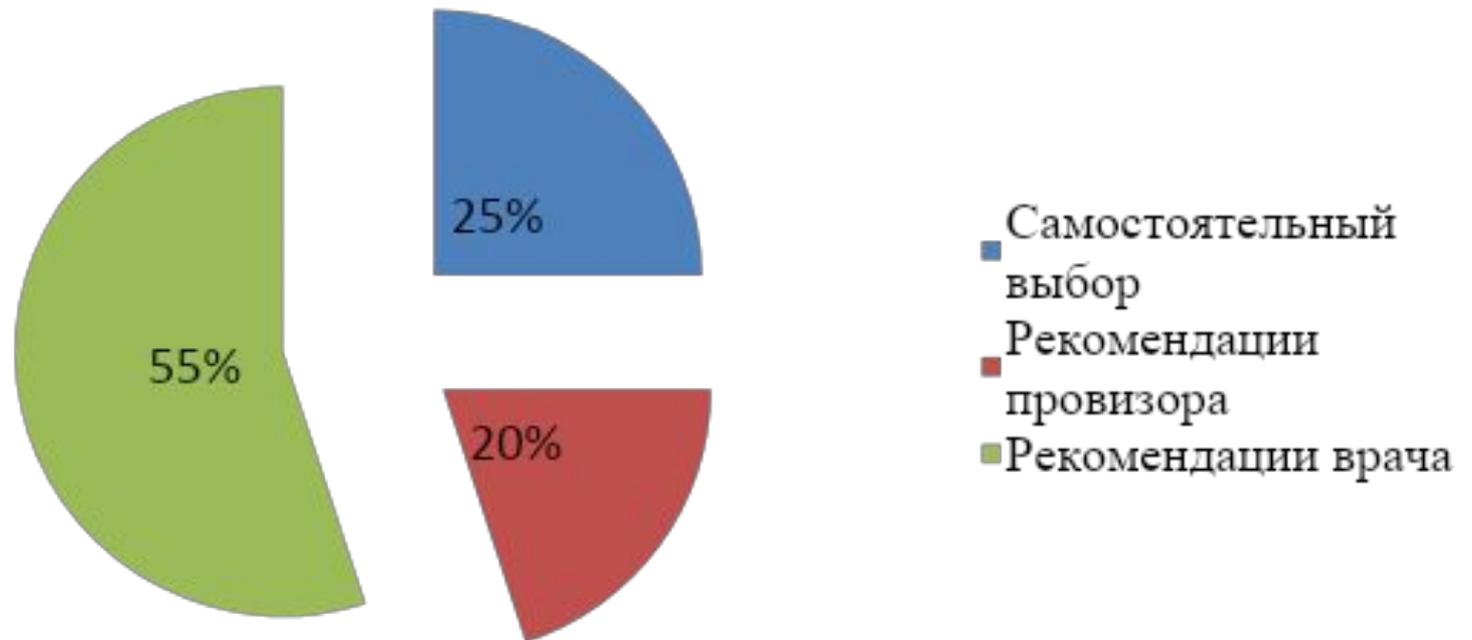
**Вывод:** витаминно-минеральные комплексы для детей-60% , для пожилых людей -30% , от 45 до 60 лет -20%

## Влияние рекламы на уровень продаж комплексных витаминов и минералов



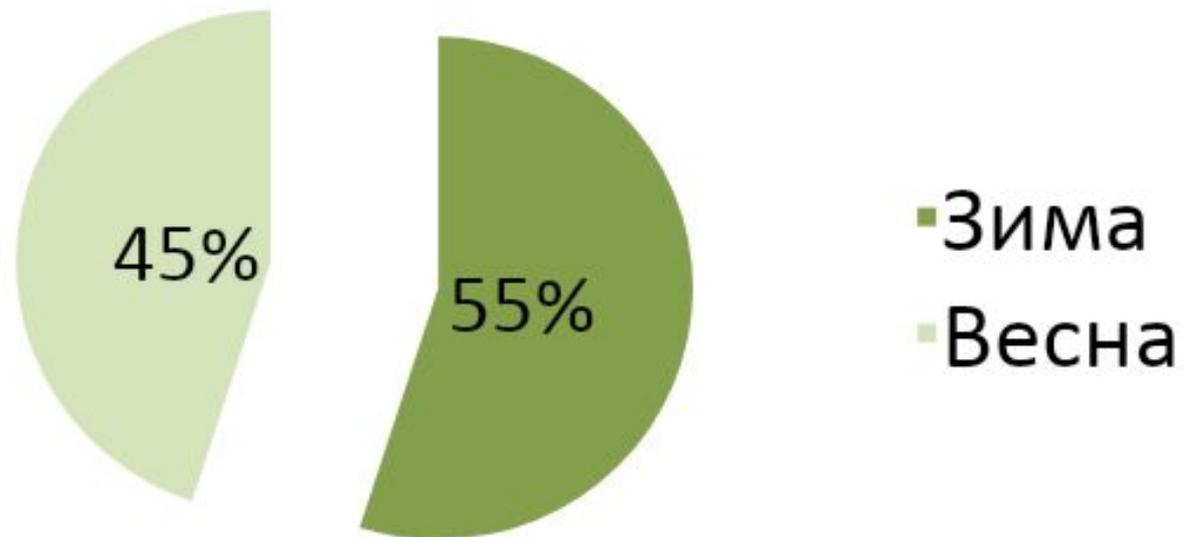
**Вывод:** После буклетов и рекламы по телевидению (компливит) продажа их увеличилась : Компливит для женщин 45 плюс – до 11 упаковок ,Витрум Бьюти Элит - до 13 упаковок , Мульти –табс интенсив –до 7 упаковок.

# Рекомендательный выбор витаминно-минеральных комплексов



**Вывод:** Большинство покупателей приобретают витаминно-минеральные комплексы по рекомендации врача 55% , по рекомендации провизора – 20% ,самостоятельный выбор -25%

На основании анкетирования определен спрос покупок комплексных витаминов и минералов в зимне-весенние периоды.



**Вывод:** Большинство людей покупают витаминно-минеральные комплексы в зимнее время-55%, весной -45%.

## Вывод

1. Витаминно-минеральные комплексы занимают 1 % от общего ассортимента фармацевтического рынка в аптеке, большую часть из них занимают комплексные витамины в форме таблеток.
2. В производстве витаминно-минеральных комплексов преобладают зарубежные компании: 59%
3. Уровень продаж витаминно-минеральных комплексов возрастает в зимне-весенний период.
4. Основной сегмент потребителей комплексных витаминов и минералов – дети: 60%
5. Необходимость высокой квалификации фармацевтов в данной аптеке, так как витаминно-минеральные комплексы приобретаются самостоятельно и по рекомендации фармацевтов на 45 %.

## Заключение

Выдвинутая гипотеза подтвердилась : спрос на витаминно-минеральные комплексы носит сезонный характер ,увеличивается в зимнее –весенний период.

1. Выявлены особенности рынка витаминно-минеральных комплексов в России и в конкретной аптеке

2.Выявлен спрос на витаминно-минеральные комплексы в зависимости от сезона в конкретной аптеке.

3.Разработаны рекомендации аптеке по увеличению реализации витаминно-минеральных комплексов

-Сохранить в аптечном ассортименте группу витаминно-минеральных комплексов ,как имеющую спрос .

- Комплектовать преобладающую группу витаминно-минеральных комплексов для детей (60% ассортимент)

- Использовать элементы мерчендайзинга : "золотые полки",рекламные материалы : постеры , шелфтокеры ,буклеты.

**Спасибо за внимание!**