

UOT 613.2

DOI 10.30546/JIECM.2025.1.0117

## DİŞ GİGIENASI VASİTƏLƏRİNİN BAZAR MARKETİNQİ VƏ ONLARDAN ƏHALİ TƏRƏFİNDƏN İSTİFADƏ VƏZİYYƏTİ

<sup>1</sup>Seymur Məmmədov, <sup>2</sup>Rafiq Çobanov

Azərbaycan Tibb Universiteti

[semistans57@gmail.com](mailto:semistans57@gmail.com), [raficobanov6@gmail.com](mailto:raficobanov6@gmail.com)

**Xulasə.** Məqalədə əsasən stomatoloji sağlamlığın (SS) saxlanması təkcə ağız boşluğunun normal fəaliyyəti və diş sıralarının uzun müddət saxlanması üçün deyil, ümumilikdə orqanizmin sağlamlığının qorunması üçün də vacib olduğu və satış təhlili verilib. Ümumdünya Səhiyyə Təşkilatının məlumatına görə, insan xəstəliklərinin səbəbləri arasında 20%-i irsi faktorlar, 25%-i ətraf mühit şəraiti, 55%-i isə həyat tərzilə bağlı hallardır. Azərbaycan bazarında diş macunu satışının təhlili aparılıb, onun nəticələri göstərir ki, yerli bazarda satış liderləri Lacalut, Colgate, Paradontax, Blend-a-med, Sensodyne, Aquafreshdir. Əhali arasında aparılan sorğu həm diş pastası seqmenti səviyyəsində gigiyenik vasitələr bazarının böyüməsi üçün imkanların, həm də buna maneələrin olduğunu göstərdi. Tədqiqat iki mərhələdə aparılıb. Birinci mərhələdə diş macunlarının tərkibi, aşındırıcı növü və pH göstəricisinə görə qiymətləndirilməsi aparılıb. İkinci mərhələdə, müvafiq beynəlxalq sorğu toplusundan istifadə olunmuşdur, 8 marketlərdə, onlardan 4 supermarketlərə 500 anket vərəqələri paylanmışdır.

**Açar sözlər:** gigiyena, risk faktoru, ağız boşluğu, stomatoloji sağlamlıq, diş macunu, marketing təhlili, istehlakçı seçimləri

**Giriş.** Stomatoloji sağlamlıq bədənin ümumi sağlamlığının əsas vacib hissəsidir. Sağlam bir təbəssüm təkcə gözəl deyil, həm də ümumi sağlamlıq üçün vacibdir. Stomatoloji sağlamlığı anadangəlmə qüsurlardan, kəskin və xroniki ağrılardan, baş, boyun nahiyəsində xərcəng, ümumi sağlamlıq və rifah üçün fiziki, psixoloji təhlükə yaradan, insanın fəaliyyətini, həyat keyfiyyətini aşağı salan digər problemlərdən azad olmağı nəzərdə tutur. Şübhəsiz ki, insanın diş sağlamlığı bir sıra xarici amillərin təsiri altında formalaşır: iqtisadi şərait, sosial vəziyyət və s.

Diş sağlamlığı üçün risk yaradan ümumi amillərə əsas qruplardan olan qidaların balanssız istehlakı (zülalların, yağların, karbohidratların, vitaminlərin və mineralların qeyri-kafi qəbulu) ümumilikdə insan sağlamlığı üçün zəruri olan flüorid qəbulunun çatışmazlığı daxildir. Kariyesinin əsas səbəbi diş ərpidir. Ərp dişin səthində yerləşən, əsasən mikrobardan ibarət olan yapışqan nazik təbəqədir. Ərp vaxtında çıxarılmırsa, diş daşı əmələ gəlir. Ərpdəki bakteriyalar turşu əmələ gətirir, bu da öz növbəsində diş minasını məhv edərək boşluq əmələ gətirir.

Stomatoloji sağlamlığın (SS) saxlanması təkcə ağız boşluğunun normal fəaliyyəti və diş sıralarının uzun müddət saxlanması üçün deyil, ümumilikdə orqanizmin sağlamlığının qorunması üçün də vacibdir. Bu məqsədlə qədimdən müxtəlif gigiyenik vasitələr – fırçalar, tozlar, macunlar, saplar, ağız yaxalayıcıları və s. istifadə edilir. Lakin ağız boşluğunun gigiyenasına qulluqda yol verilən səhvlər ona gətirib çıxarır ki, artıq gənc yaşlardan insanlar stomatoloji xəstələnmə və dişlərin itirilməsi ilə üzləşirlər. Ona görə də, insanların ağız boşluğuna qulluq üzrə gigiyenik vasitələrdən hansı dərəcədə istifadə etmələri məsələsinin öyrənilməsi və onlara olan tələbat necədir sualı indiyə qədər də öz aktuallığını itirməmişdir.

Ağız gigiyenası təkcə cəlbedici bəyaz təbəssüm və tərəvətli nəfəsə deyil, hər şeydən əvvəl sağlamlığın qorunmasına və diş xəstəliklərinin inkişafının qarşısının alınmasına yönəlib. Mütəxəssislər şərti olaraq bütün diş macunlarını gigiyenik və müalicəvi və profilaktikaya ayırırlar. Əgər dişlərlə bağlı hər hansı problem varsa, onları həll etməyə kömək edəcək bir diş pastası

seçilməlidir. Bu məqsədlə müalicəvi və profilaktik pastalar nəzərdə tutulub. Onlar kifayət qədər geniş tələbləri yerinə yetirirlər, buna görə də adətən qruplara bölünürlər.

Bütün dünyada stomatoloji xəstəliklərin artımı ağız boşluğuna qulluq və gigiyenası məhsulları bazarının böyüməsini şərtləndirən əsas amillərdən biridir. Ağız boşluğu baxımı və gigiyenası bazarının rəqabət mühiti rəqiblər haqqında ətraflı məlumat verir. Ətraflı məlumata şirkətin maliyyə göstəricisi, əldə edilən gəlir, bazar potensialı, investisiyası, istehsal gücü aiddir. Yuxarıda göstərilən məlumatlar yalnız şirkətin ağız boşluğuna qulluq və gigiyenası bazarı ilə bağlı fəaliyyətlərinə aiddir. Ağız boşluğuna qulluq bazarı ağız gigiyenasını və sağlamlığını qorumaq, yaxşılaşdırmaq üçün nəzərdə tutulmuş məhsulların inkişafı, istehsalı, paylanmasına həsr olunmuş müxtəlif, dinamik sənaye seqmentidir. Bu məhsullar xüsusi olaraq diş baxımının müxtəlif aspektlərini, o cümlədən təmizləmə, problemlərdən qorunmaq və ümumi ağız sağlamlığını yaxşılaşdırmaq üçün hazırlanmışdır.

Ağız boşluğuna qulluq bazarı istehlakçılara hər biri xüsusi ehtiyacları, fərdi seçimlərə cavab vermək üçün hazırlanmış diş pastası, ağız qarqarası, diş sapı və diş ağardıcı məhsullar kimi müxtəlif çeşiddə ağız boşluğuna qulluq məhsulları təklif edir. Bu seçim bolluğu istehlakçılara ağız baxımı ehtiyaclarına uyğun geniş çeşiddə məhsullar təqdim edir. Ağız boşluğu sağlamlığı və gigiyenasının əhəmiyyəti haqqında istehlakçıların məlumatlılığının artırılması ağız baxımı məhsulları bazarının böyüməsini şərtləndirən əsas amildir. Son illərdə ağız sağlamlığı və gigiyenasına üstünlük vermək istiqamətində istehlakçıların davranışında nəzərəcarpacaq dəyişikliklər baş vermişdir. Bu göstəricini İnternet və sosial media platformaları vasitəsilə məlumatlara çıxışın artması kimi müxtəlif amillərlə əlaqələndirmək olar. İnsanlar ağız sağlamlığı ilə ümumi rifah arasındakı əlaqəni daha çox dərk etdikcə, yaxşı ağız gigiyenası təcrübələrini təşviq edən məhsul, xidmətləri fəal şəkildə axtarırlar, nəticədə diş baxımı məhsulları və müntəzəm diş müayinələrinə tələbat artır.[6]

Tanınmış şirkətlər məhsul portfelini genişləndirmək və müxtəlif regionlarda bazar paylarını artırmaq üçün tərəfdaşlıqlar, birləşmələr, məhsul innovasiyası və birgə müəssisələr kimi bir neçə əsas biznes strategiyasına diqqət yetirirlər. Genişlənmə və investisiya bu sektorda şirkətlər tərəfindən həyata keçirilən əsas strateji təşəbbüslərdir. Hazırda istehlakçı elə bir vəziyyətlə üzləşir ki, mağazalar və apteklər ona müxtəlif növ diş macunları təklif edirlər. Müəyyən bir diş macunu almaq qərarı çox vaxt diş pastalarının tərkibi, ağız sağlamlığına təsiri haqqında biliklərə əsaslanmır, ancaq reklam faydalarına və dəyərinə əsaslanır. Diş macunu bazarı geniş çeşiddə təsnifləşdirilir, tərkibi, təyinatına görə fərqlənir. Əlavələrdən asılı olaraq pastalar gigiyenik, müalicəvi və profilaktik, xüsusi, peşəkar, tibbiyə bölünür. [2]

Gigiyenik diş macunlarında xüsusi müalicəvi və profilaktik əlavələr yoxdur. Ağız boşluğunu tərəvətləndirir, dişləri yaxşı təmizləyir, onlara parlaqlıq və bəyazlıq verir. Müalicəvi və profilaktik diş macunlarının tərkibində ağız boşluğuna gündəlik qulluq, kariesin profilaktikası, ağızda selikli qişa xəstəlikləri, parodontun profilaktikası üçün nəzərdə tutulmuş vitamin, ekstrakt, duz, mikroelementlər daxildir. [3]. Bundan əlavə, uşaqlar üçün terapevtik və profilaktik pastalar uşağın bədənində ftorun həddindən artıq dozanın qarşısını almaq üçün azaldılması ilə xarakterizə olunur [4]. Karies əleyhinə diş pastaları müalicəvi və profilaktik olaraq təsnif edilir. Onlar dişin mineral toxumasını gücləndirməyə və ərpin əmələ gəlməsinin qarşısını almağa kömək edir. Bu, diş pastalarına ftor, fosfor və kalsium birləşmələrinin daxil edilməsi ilə əldə edilir. Daha sonra ftor tərkibli pastaların kariyəyə qarşı effektivliyi əhəmiyyətli dərəcədə azalır.

Beləliklə, onlardan əsasən uşaqlıqda diş kariyələrinin qarşısını almaq üçün istifadə etmək məqsəduyğundur [1]. Ölkəmizdə ftor tərkibli diş pastalarının istifadəsi bəzi özəlliklərlə bağlıdır. Ölkənin ayrı-ayrı ərazilərində müxtəlif iqlim-coğrafi şəraitə və içməli su, qida məhsullarında ftorun qeyri-bərabər tərkibinə malik nəhəng məkan flüor tərkibli diş macunlarının geniş və geniş istifadəsinə imkan vermir. Bu zaman tərkibində flüor olan diş macunları faydasız olmaqla yanaşı, onların istifadəsi zərərli ola bilər. Xüsusi diş macunları ağardıcı və siqaret çəkənlər üçün bölünür.

Peşəkar diş macunları yüksən aşılavıcı göstəricilərə malikdir. Stomatoloqlar tərəfindən peşəkar təmizlənmədə və dişin cilalanmasında istifadə edilir. Tibbi diş macunları dərman vasitəsi kimi qeydiyyata alınır və fasilələrlə istifadə olunur. İltihab əleyhinə pastalar qanaxma və diş ətinin iltihabı

ilə qarşılaşan insanlar tərəfindən istifadə üçün tövsiyə olunur. Bu tip pastaların tərkibinə mütləq mikrofloranın normallaşmasına və yaraların sağalmasına kömək edən dərman bitkilərinin ekstraktları daxildir. Həssas dişlər üçün macunların tərkibində diş həssaslığını maneə törədən kalium və stronsium duzları var. Bundan əlavə, onların tərkibində güclü aşındırıcı komponentlər yoxdur.

Ağardıcı tipli pastaya çox diqqətlə yanaşmaq lazımdır, çünki ağartma artan aşındırıcı maddələr və ya hidrogen peroksid, aktiv oksigen olan məhsullar səbəbindən baş verir. Bu cür pasta həftədə iki dəfədən çox olmayaraq istifadə edilməlidir. Duzlu pastalar periodontal xəstəlik və periodontitdən əziyyət çəkən insanlar üçün tövsiyə olunur. Onların tərkibində qan dövranını yaxşılaşdıran, metabolik prosesləri stimullaşdıran və analjezik təsir göstərən müxtəlif mineral duzlar var. Uşaqlar üçün altı yaşdan kiçik uşaqlar üçün xüsusi diş pastalarından istifadə etmək tövsiyə olunur.

**Tədqiqatın məqsədi** ağız boşluğunun xəstəliklərinin profilaktikasında gigiyenik vasitələrin əhəmiyyəti, diş pastalarının seçimində istehlakçıların üstünlüklərini təhlil etməkdir.

#### **Materiallar və tədqiqat metodları**

Tədqiqat iki mərhələdə aparılıb. Birinci mərhələdə qeyd olunan pastalar tərkibinə, aşındırıcının növünə və pH dəyərində görə qiymətləndirilmişdir. pH göstəricisi universal kağız indikator vasitəsilə təyin edilmişdir. İkinci mərhələdə Bakı şəhərində 500 nəfər market ziyarətçiləri arasında sorğu keçirilmişdir.

#### **Tədqiqat nəticələri və müzakirə**

##### **I. Aşındırıcılığın öyrənilməsi.**

Ağız boşluğu qulluğu məhsulları bazarının liderləri Colgate-Palmolive, Procter & Gamble şirkəti, Church & Dwight Co., Inc, GlaxoSmithKline PLC, Unilever PLC-dir. Qlobal ağız boşluğu baxımı məhsulları bazarı məhsul növü, paylama kanalına və coğrafi vəziyyətinə görə bölünür. Bazar paylama kanallarına bölünür: supermarket, hipermarket, market, aptek, onlayn mağazalar və digər kanallara görə seqmentləşir. Diş minasına sərtliyinə ən çox bənzəyən akril plitələrlə sınaqdan əldə edilən vizual məlumatlara əsaslanaraq, aşındırıcılıq dərəcəsinə (ən çoxdan ən azı) görə sınaqdan keçirilmiş diş məacunlarını aşağıdakı kimi sıralaya bilərik:

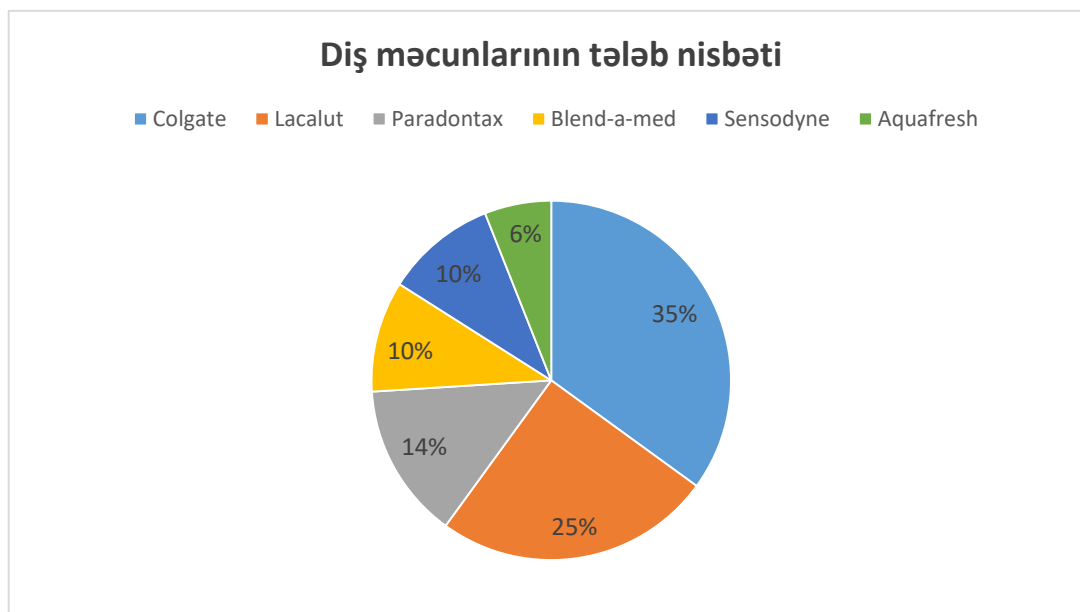
1. "Lacalut" (sulu silikon dioksid)
2. Colgate (kalsium karbonat)
3. Paradontax (silikon dioksid)
4. Blend-a-Med (nəmlənmiş silikonun birləşməsi)
5. Sensodyne (silikon dioksid)
6. Aquafresh (silikon dioksid)

Bu araşdırmadan aydın olur ki, hazırda istifadə olunan aşındırıcı maddələrin böyük əksəriyyəti silisium və kimyəvi cəhətdən çökdürülmüş təbaşir və ya kalsium karbonatdır. Qeyd etmək lazımdır ki, təbaşir kifayət qədər aşağı qiymətə diş səthinin keyfiyyətli təmizlənməsini təmin etsə də, onun dezavantajı diş məacununda mövcud olan flüor ionlarının sərbəst kalsium ionları ilə qaçılmaz qarşılıqlı əlaqəsidir ki, bu da həll olunmayan kalsium flüoridinin və nəzarətsiz kalsiumun əmələ gəlməsinə səbəb olur. aktiv flüorun konsentrasiyasının azalması. Lakin silikon dioksid qida və farmakoloji məhsullar üçün bütün təhlükəsizlik tələblərinə cavab verir, diş pastalarının bütün digər komponentləri ilə yaxşı uyğunlaşır və florid tərkibli dərmanların və səthi aktiv maddələrin, antibakterial, vitamin və digər əlavələrin fəaliyyətini azaltmır. [5]

**cədvəl 1.**

Diş məacunları	Ən çox tələb olunan	Ph	Diş məacunlarının tələb nisbəti, %-lə
Colgate	1	7	35
Lacalut	2	6	25
Paradontax	3	8	14
Blend-a-med	4	7	10
Sensodyne	5	6	10
Aquafresh	6	7	6

Pastanın pH dəyəri ilk növbədə ağız boşluğunda turşu-qələvi balansının bərpasına təsir edir. Bakteriyaların təsiri ilə ağızda turşu mühit yarandığından, pH dəyəri nə qədər yüksək olarsa, zərərsizləşdirmə prosesi daha aktiv olur.



Müəyyən edilmişdir ki, tərkibində silisium dioksidi olan məcunlar (bu maddənin sulu məhlulu olan Lacalut pastası istisna olmaqla) tərkibində flüorun bütün faydalı xüsusiyyətlərini neytrallaşdıran kalsium karbonat olanlardan aşındırıcı xüsusiyyətlərə görə üstündür. Bakteriyaların fəaliyyəti nəticəsində əmələ gələn ağız boşluğunun turşu mühitini, pH dəyəri 7,5-dən yüksək olan, lakin 10,5-dən çox olmayan pastalar daha yaxşı neytrallaşdırır. Təhlil edilmiş anketlərə əsasən, seçim tezliyi baxımından ən çox yayılmış Colgate məcunudur (respondentlərin 35% -i tərəfindən seçilir), lakin eyni pastanın keyfiyyətindən məmnunluq 20% -dən çox deyil. Alış tezliyinə görə ikinci yerdə respondentlərin 25%-nin istifadə etdiyi “Lacalut” diş məcunu gəlir, məhsulun keyfiyyətindən razı qalanların payı isə respondentlərin 90 %-dir.

**Nəticə.** Diş macunu bazarı geniş çeşiddə təsnifləşdirilir, tərkibi, təyinatına görə fərqlənir. Diş xəstəliklərinin baş verməməsi üçün ağız boşluğunun gigiyenası mütəmadi olaraq aparılmalıdır. Tərkibində fermentlər olan məcunlar ağız boşluğunun gigiyenik vəziyyətini yaxşılaşdırır. Onlar periodontal xəstəliklərin və kəskin mərhələdə ağız mukozasının müalicəsində ağız gigiyenası üçün istifadə üçün tövsiyə olunur [2]. İnsanın ağız sağlamlığı üçün ən vacib olanı diş minasını gücləndirən və kariyesin inkişafının qarşısını alan floridlərdir. Diş məcunlarının müqayisəli tədqiqatlarına əsasən aydın olur ki, tərkibində silikon dioksid olan diş pastaları (Lacalut macunu istisna olmaqla) aşındırıcı xassələrə görə daha üstündür. Müəyyən edilmişdir ki, ağız boşluğuna qulluğun tezliyinə istifadə edilən gigiyenik vasitələrin keyfiyyəti, satış qiyməti, stomatoloji sağlamlıq üzrə informasiya səviyyəsi, gigiyenik prosedurlara meyllik, maddi durum, ailənin say tərkibi və digər amillər də təsir göstərir.

## ƏDƏBİYYAT

1. Бублий Т.Д. Сравнительная характеристика отбеливающих зубных паст/ Т.Д.Бублий, Н.В. Гасюк// Мир медицины и биологии-2011.
2. Аврамова О.Г. Сравнительная оценка влияния некоторых фторсодержащих зубных паст на состояние полости рта // Стоматология для всех. 2000. № 4.
3. Бужилов Ю.Р. Критерии качества зубной пасты / Ю.Р. Бужилов-М.: Медицина, 2015.
4. Вертухова М. Л. Состав и назначение зубных паст / М.Л. Вертухова - Москва: Гелеос ,2014.

№ 1/2025

səh.117-122

5. Герасименко Е.В. Новое в рациональной индивидуальной гигиене полости рта в детском возрасте /Е.В.Герасименко// Современная стоматология.- 2009. -№2.

6. Боровский Е.В., Суворов К.А. Профилактическая направленность при лечении пациентов с кариесом зубов. Стоматология. 2011

7. Изотова Е. А. Дифференцированный подход к рекомендуемым средствам индивидуальной гигиены у детей / Е. А. Изотова, А. П. Петрова//Бюллетень медицинских интернет-конференций. - 2014. - Т. 4. -№ 5.

8. Киюн И. Д. Сравнительное исследование отбеливающих зубных паст с умеренной абразивностью/И.Д. Киюн // Молодой ученый. - 2015.- №6.

9. Еловикова, Т. М. Статистический анализ влияния гигиенического состояния полости рта на стоматологическое здоровье будущих врачей / Т. М. Еловикова, Н. С. Абрамова, А. С. Кощев // Обеспечение демографической безопасности при решении актуальных вопросов хирургической стоматологии и челюстно-лицевой хирургии : сборник трудов Национального конгресса с международным участием «Паринские чтения 2016». Минск, 5-6 мая 2016 г. - Минск : Издательский центр БГУ, 2016

УДК 613.2

### РЫНОЧНЫЙ МАРКЕТИНГ СРЕДСТВ ГИГИЕНЫ ПОЛОСТИ РТА И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НАСЕЛЕНИЕМ

<sup>1</sup>Сеймур Мамедов, <sup>2</sup>Рафиq Чобанов

Азербайджанский Медицинский Университет

<sup>1</sup>semistans57@gmail.com, <sup>2</sup>[rafiqcobanov6@gmail.com](mailto:rafiqcobanov6@gmail.com)

**Резюме.** В статье показано поддержание здоровья зубов важно не только для нормального функционирования полости рта и длительного сохранения зубных рядов, но и для защиты здоровья организма в целом, а также дан анализ продаж. По данным Всемирной организации здравоохранения, среди причин заболеваний человека 20% составляют наследственные факторы, 25% — условия окружающей среды и 55% — связанные с образом жизни. Проведен анализ продаж зубной пасты на азербайджанском рынке, его результаты показывают, что лидерами продаж на местном рынке являются Lacalut, Colgate, Paradontax, Blend-a-med, Sensodyne, Aquafresh. Опрос населения выявил как возможности, так и барьеры для роста рынка гигиенических товаров на уровне сегмента зубных паст. Исследование проводилось в два этапа. На первом этапе зубные пасты оценивались по составу, типу абразива и показателю рН. На втором этапе использовался набор международных анкет, 500 анкет были розданы на 8 рынках, в том числе в 4 супермаркетах.

**Ключевые слова:** гигиена, фактор риска, полость рта, здоровье зубов, зубная паста, маркетинговый анализ, потребительские предпочтения.

UDC613.2

### MARKET MARKETING OF DENTAL HYGIENE PRODUCTS AND THEIR USE BY THE POPULATION

<sup>1</sup>Seymur Mammadov, <sup>2</sup>Rafiq Cobanov

Azerbaijan Medical University

<sup>1</sup>semistans57@gmail.com, <sup>2</sup>[rafiqcobanov6@gmail.com](mailto:rafiqcobanov6@gmail.com)

**Summary.** In the article, maintenance of dental health (SS) is important not only for the normal functioning of the oral cavity and the long-term maintenance of tooth rows, but also for the protection of the health of the body in general, and a sales analysis was given. According to the World Health

*Organization, among the causes of human diseases, 20% are hereditary factors, 25% are environmental conditions, and 55% are lifestyle-related. An analysis of the sale of toothpaste in the Azerbaijani market was carried out, the results of which show that the sales leaders in the local market are Lacalut, Colgate, Paradontax, Blend-a-med, Sensodyne, Aquafresh. The population survey revealed both opportunities and barriers to the growth of the hygiene products market at the level of the toothpaste segment. The research was conducted in two stages. At the first stage, toothpastes were evaluated according to their composition, abrasive type and pH indicator. In the second stage, a set of international questionnaires was used, 500 questionnaires were distributed in 8 markets, including 4 supermarkets.*

**Keywords:** *hygiene, risk factor, oral cavity, dental health, toothpaste, marketing analysis, consumer preferences*

Redaksiyaya daxilolma: 29.11.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025

