

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРАКТИЧНИХ АСПЕКТІВ РОБОТИ МЕДИЧНИХ ПРЕДСТАВНИКІВ

Пастухова О. А., Шевченко Є. О.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

socpharm@nuph.edu.ua

На сьогодні провідні фармацевтичні компанії ставлять перед собою завдання не тільки щодо створення та виробництва ефективних та безпечних лікарських засобів (ЛЗ), але й формуванню розгалуженої мережі по просуванню та збуту своєї продукції. Найчастіше реалізацією політики компанії щодо розподілу ЛЗ серед потенційних споживачів для збільшення об'ємів продажів займаються медичні працівники (МП).

Враховуючи актуальність персональних продажів для будь-якої фармацевтичної компанії, метою нашої роботи стало дослідження практичних аспектів діяльності МП.

За допомогою реклами й інформування працівників охорони здоров'я, МП повідомляють лікарів про нові препарати, їх механізм дії, переваги, схеми лікувань, рекомендації і відгуки авторитетних експертів. Стосовно пацієнтів, які неспроможні зорієнтуватись у виборі ЛЗ, вони найчастіше перекладають цю відповідальність на фармацевта. Останні часто плідно співпрацюють з МП, тим самим сприяючи просуванню саме тих ЛЗ, які радять МП.

В таких ситуаціях необхідна регулююча діяльність МП та цього «невидимого» зв'язку між фармацевтами та МП. Фармацевтичним компаніям слід все більше поширювати не лише знання фармакокінетики та фармакодинаміки «своїх» препаратів, а перш за все розповсюджувати наукові знання про здоровий спосіб життя, методи і способи профілактики захворювань, зосереджувати все більше увагу на підвищення медичної освіченості пацієнтів шляхом проведення освітніх програм, медичних конгресів та форумів.