

**ОЦІНКА РОЛІ СУЧАСНИХ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ,
ЩО ОРІЄНТОВАНІ НА СПОЖИВАЧІВ У БОРОТЬБІ
З ФАЛЬСИФІКАЦІЄЮ ЛІКІВ
НА СВІТОВОМУ ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ**

Терещенко О. С.¹, Терещенко Л.В.².

¹Державна служба з лікарських засобів та контролю за наркотиками у
Харківській області, м. Харків, Україна

dls.kh@dls.gov.ua

²Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

socpharm@nuph.edu.ua

Проблема розповсюдження фальсифікованих ліків на світовому фармацевтичному ринку (ФР) залишається актуальною, незважаючи на значні зусилля відповідних органів охорони здоров'я. За даними статистики, лише у 2020 році було вилучено 2451 таких препаратів, що представляють різні фармакотерапевтичні групи. Мапа, на якій представлені випадки вилучення фальсифікованих препаратів у світі вражає своєю різноманітністю. На даний час, до вирішення цього болючого питання у системі фармацевтичного забезпечення налучаються не лише представники професійної спільноти.

Мета дослідження – проведення аналізу сучасних комунікативних стратегій, що орієнтовані на споживачів у боротьбі з фальсифікацією лікарських препаратів (ЛП) на світовому ФР. Об'єктом дослідження стали дані спеціальних інформаційних джерел, які представлені у відкритому доступі за означеною проблематикою. Застосовувалися історичний, порівняльний, логічний та інші методи теоретичних досліджень.

За останніми даними обсяг світового ринку фальсифікованих препаратів оцінюється в діапазоні значень від 200 до 432 мільярдів дол. США. Боротьба з випадками проникнення на внутрішній ФР таких препаратів є одним із пріоритетних напрямків реалізації державної політики у багатьох національних системах охорони здоров'я. Незважаючи на це, означена проблема залишається досить невирішеною, навіть у тих країнах, які характеризуються значними успіхами у сфері регулювання обігу ліків. Систематизуючи дані спеціальної

літератури можна стверджувати, що в останні роки все більшої популярності набувають питання впровадження комунікативних стратегій, які спрямовані саме на споживачів ЛП з метою формування моделі «соціальної підтримки» споживання препаратів, які представлені у аптеках, що функціонують у відповідності до діючих в країні норм й вимог. Тобто, споживачі ЛП стали розглядатися ні як пасивні суб'єкти у процесі просування товарів на ФР, а як активні учасники тих заходів, які здійснюються з метою запобігання проникнення фальсифікованих ліків на ФР. Активна робота у цьому напрямку проводиться в США. Так, наприклад, фармацевтичними виробниками, співробітниками аптек, в т. ч. інтернет-аптек активно поширюється серед споживачів інформація про факти виявлення фальсифікованих товарів на ФР. Використовуються такі комунікативні стратегії, які дозволяють формувати у споживачів негативне ставлення до застосування більш дешевих ліків, які вони можуть придбати на підозрілих інтернет-платформах. Формування моделі соціального схвалення та підтримання престижу споживання ліків, які реалізуються легальними аптеками у споживачів на ФР набуває все більшого значення також й у країнах європейського регіону. Розробка сучасної етики споживання на ФР повинна базуватися на принципах клінічної доказовості, соціальної престижності, законності та існуючих у суспільстві морально-етичних норм поведінки. Свідоме споживання більш дешевих препаратів, які представлені у сумнівних інтернет-аптеках у суспільстві повинно розглядатися як факт потурання незаконній діяльності, що має негативні наслідки. Формування стійких морально-етичних норм щодо споживання лише тих препаратів, які представлені у торгових мережах легальних аптек, у майбутньому, будуть сприяти уникненню ризиків проникненню фальсифікованих ліків на внутрішній ФР.

Таким чином можна стверджувати, що налагодження конструктивного спілкування між споживачами ЛП та представниками професійної спільноти з питань уникнення (не)свідомого споживання фальсифікованих препаратів, можна розглядати як один із перспективних напрямків боротьби з цим негативним явищем на ФР.