

ОЦІНКА СТАВЛЕННЯ ПРОВІЗОРІВ/ФАРМАЦЕВТІВ ДО РЕКЛАМИ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ

*Кобець М. М., Кобець Ю. М.**

доцент кафедри менеджменту та маркетингу у фармації

* доцент кафедри менеджменту та маркетингу у фармації

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Проведено опитування фахівців (провізорів/фармацевтів) з метою виявлення їх ставлення до реклами лікарських засобів (ЛЗ) на базі аптек м. Харкова та м. Горлівка (Донецької обл.). В опитуванні прийняли участь 50 фахівців. З них посаду провізора займають 50%, посаду фармацевта – 22%, провізора-інтерна – 8%. В ході досліджень встановлено, що з новими доповненнями до Закону України «Про рекламу» та з переліком ЛЗ, заборонених до рекламування, які відпускаються без рецепта, ознайомлені тільки 85% опитаних фахівців. 80% респондентів все ж таки приймають подарунки від медичних представників і лише 20% фахівців не приймають. Згідно з «обмеженнями для медичних і фармацевтичних працівників під час здійснення ними професійної діяльності» їм забороняється одержувати неправомірну вигоду. Нами було встановлено, що це обмеження дотримується в неповному ступені: 30% фахівців отримують від медичних працівників поповнення рахунку, 20% – отримують ручки та блокноти, 15% – різні сувеніри, 10% – сертифікати на подарунки та 5% – матеріальну винагороду. Фахівцям було запропоновано визначитися, як вони ставляться до інтернет-реклами. 50% респондентів відносяться позитивно до інтернет-реклами в соціальних мережах, 45% – до реклами на форумах, 53% – до реклами в блогах. 30% негативно відносять до інтернет-реклами в соціальних мережах, 25% – до реклами на форумах та 27% – до реклами в блогах. До реклами в соціальних мережах байдуже 20% респондентам, 30% – до реклами на форумах, 20% – до реклами в блогах. Щоб знизити рівень самолікування реклама ЛЗ повинна підлягати більш ретельному контролю зі сторони держави.