

Фармацевтски маркетинг, информација и реклама

Маркетингот не е вештина на изнајдување на паметни начини како да се ослободиме од произведеното, туку претставува вештина како да се создаде вистинска вредност за купувачот.

Маркетингот е умешност која помага задоволството на потрошувачот да стане уште поголемо.

Четири "П" на маркетингот – статични елементи:

- **Производ (Product)** - што треба потрошувачот да купи.
- **Цена (Price)** - цената што потрошувачот ќе ја плати.
- **Место (Place)** - како и каде производот ќе стигне до потрошувачот.
- **Промоција (Promotion)** - како информацијата за производот се доставува.

Променливи величини на маркетинговата средина се политичките, правните, регулаторните, социјалните, економските, конкурентските односи и друго. Тие фактори не се под контрола на установата, но имаат влијание врз купувачите и менаџерите за маркетинг.

Преобразбата на секој од статичните елементи во инструмент на маркетингот за менаџирање на економската дејност се постигнува со развивање и примена на четири взаемно поврзани политики на маркетингот: на производот, на цените, на пласманот и во комуникациите.

Активности на маркетингот се:

- Утврдување на желбите и потребите на потрошувачите;
- Проценка на конкуренцијата (понудата);
- Избор и проектирање на производот, како и донесување одлука за квалитетот и обликувањето на производот;
- Определување на големината на серијата, оптимални залихи, пакување и начин на транспорт;
- Политика и ниво на цените и услугите;
- Канали на продажба, односно продажна мрежа;
- Комуницирање со потрошувачите и сервисирање на производите.

Маркетинг – концепцијата се заснива на следните елементи:

- Анализа,
- Планирање,
- Примена и
- Контрола.

Маркетингот завзема се поголема примена во здравството и приоритетна цел е да овозможи разбирање на се она што стои позади добар производ, а со тоа и да ги мотивира потрошувачите на здравствени услуги да се одлучат за тој производ односно понудена услуга.

Бидејќи опфаќа група на потрошувачи кои се истовремено и пациенти, значи станува збор за специфична група, основна задача е да ги задоволи нивните интереси, а не да манипулира со нив.

Фармацевтскиот маркетинг е законски регулиран процес. Сите елементи на неговиот инструментариум се регулирани со Законот за лековите и медицинските помагала, Законот за здравствената заштита, нивните подзаконски акти и/или етичките кодекси на производителите и дистрибутерите.

Фармацевтскиот систем произведува и продава услуги, а фармацевтскиот маркетинг е насочен од заболувањата, преку производителите кон пациентот. Пациентот е тој што е на врвот на пирамидата на маркетингот. Неговите заболувања, како и медицинското знаење за нив, одредуваат дали еден лек ќе биде произведен и дали ќе се продаде.

Основната маркетиншка насока на една фармацевтска фирма е кон производството на соодветен лек, кој ќе се продаде на вистинско место во точно определено време.

Целите на маркетингот на фармацевтските производители се:

- Први да воведат на пазарот нов вид на соединенија – тоа дозволува добивање на значајни медицински предности пред конкурентите, развивање на суштински нов пазар и висок поврат на инвестициите за развој на новиот производ;
- Да имаат високи вредности на годишните продажби – тоа е особено продуктивно при воведување на нови лекови, при кои расходите за производство се ниски во однос на патентната цена на лекот и малиот пораст на продажбите дозволуваат голем профит;
- Да освојат голем дел од пазарот – делот на освоениот пазар дава можност да се постигнат повисоки продажби не само на соодветниот производ, туку и на други производи заради воспоставените односи со лекарите.

Законската контрола не може да гарантира етичност на маркетиншките потези на производителите и дистрибутерите на лековите, заради што се донесуваат етички кодекси на нивните асоцијации, кои дополнително влијаат на нивното однесување при маркетингот.

Основните цели на етичките кодекси се:

- Спроведување на саморегулација при користење на праксата на маркетингот во фармацевтскиот сектор;
- Строги барања и ефективна примена на правилата;
- Почитување на високи етички стандарди при соработката помеѓу фармацевтската професија и фармацевтската индустрија во сите фази од создавањето до употребата на лекот, за да се гарантира сигурноста на пациентите и ефикасноста на лекувањето;
- Транспарентност на односите меѓу индустријата и здравствените професионалци.

Главни принципи и правила зацртани во Етичкиот кодекс се:

- Гарантира обезбедување на точна, објективна и праведна информација за лековите;
- Гарантира независност на здравствените работници и одговорните лица – рационално пропишување и разумна употреба на лековите;
- Поттикнува лојална и етичка конкуренција меѓу компаниите;
- Осигурува реклама и промоција во согласност со Збирниот извештај за карактеристиките на лекот.

Постмаркетиншка контрола на лековите

Заради неможноста да се утврдат сите нескани дејства на лековите за време на клиничките испитувања, спроведени пред добивање на дозвола за употреба, современите закони предвидуваат следење на безбедноста на лековите по пуштањето на лекот во промет, познато како постмаркетиншка контрола на лековите. Суштината

на постмаркетиншката контрола е собирање на податоци за појавата на несакани дејства на лековите, а учесници во тој процес се регулаторните агенции (Агенцијата за лекови, Националниот центар за фармаковигиланца), носителите на одобренјата за пуштање во промет и здравствените работници.

Информација, реклама, огласување

- **Информација** е збир од податоци или знаења за било кој настан, објект или појава. Целта на информацијата е да ја намали неопределеноста на даден објект спрема друг.
- **Фармацевтската информација** вклучува два основни вида на информација:
 - научна фармацевтска информација – се формира во тек на научно истражување, создавање и оценка на лековите и ги содржи условите, содржината и резултатите од тие научни истражувања во форма соодветна за комуникација;
 - информација за лекот – во суштина исто така е научна, но во неа постои задолжителна врска со болниот. Насочена е кон трите категории на корисници: лекари, фармацевти и пациенти и има за цел да даде податоци за одобрените кратки особини лековите одобрени за употреба.
- **Реклама** е информација пласирана во секаква форма и со различни средства за информација, а се однесува на физички или правни лица, стоки, услуги, идеи и е упатена кон одреден круг на потрошувачи со цел да предизвика интерес за нејзиниот објект, за да може истиот да се реализира (да се избере, купи, посети, бара, користи и друго).

Рекламата, огласувањето и информацијата во здравството се регулирани со **Законот за здравствената заштита**:

Забрането е:

- рекламирање во средствата за јавно информирање, на други носачи на огласни и рекламни пораки и на интернет, на лица кои без пропишана стручна подготовка се занимаваат со лекување или со давање медицинска помош.
- рекламирање на здравствената дејност, односно на здравствените установи кое е залажувачко, недостојно или преку кое се вршат споредби со други здравствени дејности или установи.
- ✓ под залажувачко рекламирање на здравствената дејност, односно на здравствените установи се смета рекламирање кое:
 - на кој било начин, вклучувајќи го и претставувањето на здравствените работници, односно на здравствената установа или здравствените услуги, може да ги доведе во заблуда пациентите,
 - ги искористува или би можело да ги искористи пациентите заради нивното неискуство, неинформираност или незнаење, со цел за остварување на профит или
 - содржи нејасности, претерувања или слични содржини кои залажуваат или би можеле да залажуваат.
- ✓ Недостојно рекламирање на здравствената дејност, односно на здравствените установи е рекламирање кое содржи содржини кои се навредливи или кои би можеле да бидат навредливи или кои се во спротивност со моралот.
- ✓ Рекламирање преку кое се вршат споредби со други здравствени дејности или установи е рекламирање на здравствената дејност, односно на здравствените установи кое може да предизвика штета во работењето на други здравствени установи или да има штетно влијание на изборот на здравствената установа.

- ✓ За рекламирање се смета и објавувањето статии во медиумите со цел за промовирање на здравствената дејност, односно промовирање на здравствените работници, односно здравствените установи, освен објавувањето статии со превентивна содржина за јавноста и објавување стручни статии во стручни списанија, книги и публикации, наменети за известување на здравствените установи, односно здравствените работници.

Во случај на рекламирање спротивно на законот, министерството за здравство може да го забрани таквото рекламирање и да ја одземе дозволата за работа на здравствената установа.

Информирање на јавноста за вршењето на здравствената дејност на одделена здравствена установа може да се врши преку објавување во средствата за јавно информирање или на интернет на следниве податоци:

- назив и адреса на здравствената установа, вид на здравствената дејност која ја врши во рамките на мрежата или надвор од неа, ниво на здравствена заштита, дејност и специјалност,
- обученост и квалификации на здравствените работници,
- работно време на здравствената установа,
- фактичко време на чекање,
- ценовник на здравствените услуги и
- лого, односно заштитен знак на здравствената установа.

Овие податоци се објавуваат согласно со дозволата за работа на установата.

Информирањето на јавноста **не смее** да содржи содржини кои не се вистинити.

Во случај на невистинито информирање министерот за здравство може да ја одземе дозволата за работа на здравствената установа.

Огласувањето и информациите за лековите и медицинските помагала се регулирани со Законот за лековите и медицинските помагала и Упатството за начинот на огласување на лековите и медицинските помагала како негов подзаконски акт, како и со Етичкиот кодекс на Фармацевтската комора на Македонија.

Закон за лековите и медицинските помагала

Огласување на лекови е секоја форма на ширење информации за лековите на широката или на стручната јавност за да се промовира пропишувањето на лековите, да се стимулира издавањето на лековите, снабдувањето со лековите, како и нивната продажба и употреба.

Огласувањето на лековите наменето за здравствените работници го прават носителите на одобренијата за ставање во промет преку огласи во стручна литература, стручни периодични списанија и други стручни публикации, како и преку директно давање информации на здравствените работници кои ги пропишуваат или издаваат лековите.

За лековите што се издаваат на лекарски рецепт, огласувањето наменето за здравствените работници е дозволено заради обезбедување информации во согласност со збирниот извештај за особините на лекот или во врска со условите под кои лекот е ставен во промет.

При огласување на лековите забрането е носителите на одобренијата за ставање во промет или правните и физички лица кои вршат активности во нивно име да нудат подароци, директна или индиректна финансиска или материјална корист на лицата кои ги пропишуваат или издаваат лековите, освен ако се од мала вредност и е наменето за вршење на здравствена дејност.

Носителите на одобренијата за ставање во промет им овозможуваат на лицата кои ги пропишуваат или издаваат лековите да добијат дополнителни познавања за новите

лекови и за лековите што се веќе ставени во промет, преку организирање и изведување на промотивни семинари.

Носителите на одобренјата за ставање во промет се должни давањето на информации да го вршат на начин што не ја надминува границата на научно-експертски цели на таквата едукација, организирано исклучиво за добивање нови познавања за лекот и е насочено исклучиво кон лица кои ги пропишуваат или издаваат лековите.

За лековите што се издаваат без лекарски рецепт, може да се пласираат информации за широката јавност за карактеристиките на лекот во согласност со збирниот извештај за особините на лекот или со упатството за пациентот, а огласувањето мора да биде објективно и по претходно одобрение од Агенцијата.

Забрането е огласување на лековите што се издаваат на лекарски рецепт преку медиумите, за широката јавност.

Не е дозволено:

- јавно огласување на лек преку припишување на особини што тој ги нема, пренагласување на неговите позитивни ефекти, претерување во опишувањето на ефектите од лекот на несоодветен начин, споредување со други лекови или на друг начин со кој се доведува во заблуда корисникот на лекот;
- јавно огласување на лек преку обраќање на деца;
- јавно дистрибуирање на бесплатни примероци на лекови;
- јавно огласување на лекови што немаат одобрение за ставање во промет.

Агенцијата ги информира здравствените работници за лековите што добиле одобрение за ставање во промет на следниов начин:

- 1) преку објавување на листа во „Службен весник на Република Македонија“;
- 2) преку објавување регистар на лекови на Република Македонија на начин кој ќе им биде достапен на здравствените работници и
- 3) преку воспоставување и одржување на база на податоци за лековите.

Агенцијата може, ако е потребно да ја информира јавноста за релевантни информации што се од интерес за јавното здравје.

Министерот за здравство го пропишува начинот на огласување на лековите.

Како подзаконски акт е донесено **Упатство за начинот на огласување на лековите и медицинските помагала:**

Огласувањето се врши преку давање на информации за лековите и медицинските помагала на здравствените работници (стручна јавност) или на широката јавност од страна на носителот на одобренјата за ставање на лековите во промет и за запишување на медицинското помагало во регистарот на медицински помагала во Република Македонија (барателот на огласувањето).

Огласувањето на лек односно медицинско помагало може да се врши преку:

- 1) огласување во јавните медиуми, преку интернет, огласување на јавни места и други видови на огласување наменето за широката јавност (доставување на огласен материјал по пошта, посети и друго),
- 2) промоција на лекот односно медицинското помагало на здравствените работници кои го пропишуваат лекот односно медицинското помагало и тоа со непосредно информирање во стручните списанија и други облици на промоција,
- 3) давање на бесплатни примероци на лек односно медицинско помагало на лица од редот на стручната јавност,
- 4) спонзорирање на научни и промотивни собири во кои учествуваат лица од редот на стручната јавност.

Дадените информации за лекот или медицинското помагало треба да бидат вистинити и научно докажани.

Огласувањето наменето за стручната јавност се врши со цел да се добијат информации за правилна и рационална употреба на лекот односно медицинското помагало и со почитување на етичките норми и треба да биде во согласност со одобреното упатство за пациентот и збирниот извештај за особините на лекот и со одобреното упатство за пациентот-корисникот.

Огласувањето наменето за широката јавност на лек или на медицинско помагало се врши во согласност со одредбите на Законот за лековите и медицинските помагала и тоа само за лековите односно за медицинските помагала што се издаваат без лекарски рецепт, по добивање на одобрение за огласување од Агенцијата за лекови и треба да се врши преку пораки кои содржат јасна информација дека производот што се огласува е лек, односно медицинско помагало и истите не треба да го доведуваат пациентот во заблуда.

Пораката треба да содржи најмалку:

- 1) име на лекот односно медицинското помагало, односно меѓународно незаштитено име за лек што содржи само една активна супстанција,
- 2) начин на употреба и податоци што се неопходни за правилна употреба на лекот односно на медицинското помагало,
- 3) видливо, читливо и разбирливо напишано, нацртано или говорно предупредување за пациентот-корисникот, дека внимателно треба да го прочита упатството за употреба на лекот односно на медицинското помагало и да се консултира со лекар или со фармацевт за можниот ризик, и за несаканите реакции на лекот односно на медицинското помагало.

Во пораката предупредувањето треба да гласи: **"Пред употреба внимателно да се прочита упатството! За индикациите, ризикот од употребата и несаканите дејства на лекот односно медицинското помагало консултирајте се со Вашиот лекар или фармацевт"** и да биде означено со појака боја во однос на другиот дел од пораката во рамка со големина најмалку од една десетина од пораката, напишана со големина на букви за да може нормално да се воочи и да не се направи превид.

При огласување на лек односно медицинско помагало наменето за широката јавност преку средствата за јавно информирање **не треба** да се користат информации кои што може да го наведат пациентот-корисникот дека:

- лекот односно медицинското помагало нема несакани реакции,
- пред земање на лекот односно пред користење на медицинското помагало не е потребно да се консултира лекар, земањето на лекот односно медицинското помагало гарантира успех во лекување на болеста,
- лекот односно медицинското помагало е добро да се зема и кога нема знаци на болест, односно дека го подобрува здравјето,
- лекот односно медицинското помагало заради своето природно потекло не е штетен и дека е делотворен,
- лекот односно медицинското помагало претставува прехранбен, козметички или друг производ за широка потрошувачка,
- лекот добил одобрение за ставање во промет, односно дека во наредниот период ќе добие одобрение за ставање во промет, односно дека медицинското помагало е запишано или ќе биде запишано во регистарот на медицински помагала во Република Македонија,
- со земање на лекот односно медицинското помагало може да се избегне лекарски преглед, односно совет или оперативен зафат,
- одреден лек односно медицинско помагало е подобар од другите лекови односно медицински помагала и дека препорачаниот лек односно медицинско помагало може да замени друг лек односно медицинско помагало,

- ако не го земаат лекот односно медицинското помагало здравјето на лицата ќе биде нарушено, освен во случаи на соопштенија или кампањи на Министерството за здравство (спречување на епидемии, епизотии), во согласност со Законот.

Исто така **не треба** да се користат:

- наводи дека лекот односно медицинското помагало се наоѓаат или ќе се вклучат во листата на лекови односно медицински помагала што се пропишуваат и издаваат на товар на средствата на Фондот за здравствено осигурување,
- наводи за цената на лекот односно медицинското помагало,
- препораки за особините на лекот односно медицинското помагало што го поттикнува користењето на лекот односно медицинското помагало,
- препораки упатени од лице кое заради својата популарност може да влијае на користење на лекот односно на медицинското помагало,
- истории на болестите или прикажување на дијагностички постапки што можат да доведат до погрешно самолекување или самодијагноза,
- непримерни, вознемирувачки или заведувачки изрази или сликовито прикажување на промени во човековото тело предизвикани од болеста, со повредување или со делување на одреден лек односно медицинско помагало на човековото тело или делови на телото,
- податоци или заклучоци за делотворноста на лекот односно медицинското помагало што се предмет на клиничко испитување во земјата или во странство,
- лични податоци за болеста на одредено лице или група на лица, за дијагнозата, за терапевтските постапки што се применети во постапката на лекување, како и за лекот односно медицинското помагало што се употребени во постапката на лекување на одредено лице или група на лица.

Огласувањето наменето за стручната јавност се врши со цел запознавање со особините на лекот односно медицинското помагало, за стручната јавност да се стекне со сознание за нивното терапевтско делување.

Ако огласувањето се врши преку промоција на лекот односно медицинското помагало носителот на одобрението го наведува податокот за датумот на добивање на одобрението за ставање во промет или за датумот на последната измена на одобрението, како и ажурирани, релевантни и верно пренесени податоци со наведување на точниот извор и литература од каде се земени информациите.

Промоцијата на лекот односно медицинското помагало може да содржи и податоци за продажната цена на лекот односно медицинското помагало.

Огласувањето се врши во пишана, сликовита, звучна, електронска или било која друга форма, задолжително со информирање за начинот на издавање на лекот односно медицинското помагало.

Пристапот до стручните информации од страна на носителот на одобрението треба да се ограничи само на лицата од стручната јавност.

Промоцијата на лек односно медицинско помагало за стручната јавност се врши **од страна на здравствени работници со завршен медицински, стоматолошки или фармацевтски факултет**, кои се обучени за основните клиничко-фармаколошки знаења во областа на лековите и со потребни познавања во областа на медицинските помагала за кои се врши промоцијата.

При промоцијата на лекот односно медицинското помагало промоторите можат да нудат на стручната јавност само предмети што се од мала вредност, односно чија вредност е симболична и што имаат поврзаност со медицинската или фармацевтската пракса.

При огласувањето преку промоција на лекот односно медицинското помагало **не треба** да се:

- поттикнува пропишување, издавање, набавка, препорачување на употреба или купување на лекот односно медицинското помагало преку нудење и давање на награда во вид на пари, давање на подароци или давање и овозможување на било каква друга имотна и неимотна корист, односно ветување или давање на некое повластување или награда,
- поттикнува стручната јавност дека еден лек односно медицинско помагало може да се замени со друг лек односно медицинско помагало од иста терапевтска група, без за тоа да постојат јасни медицински индикации,
- изнесуваат тврдења или заклучоци за дејството на лекот односно медицинското помагало што се предмет на клинички испитувања во земјата или во странство,
- врши промоција на лек односно медицинско помагало кои се во постапка на промена на збирниот извештај за особините на лекот и на упатството за пациентот-корисникот,
- користат збирен извештај за особините на лекот и упатство за пациентот-корисникот во текст чија големина на буквите е помала од 3 мм, односно да се користи друг начин на печатење што оневозможува лесно читање и разбирање на текстот,
- објавуваат информации преку медиумите што се користат во постапката на огласување на здравствените установи, односно специјализираните продавници,
- намалува значењето на предупредувањето за мерките на претпазливост или за несаканите реакции на лекот односно медицинското помагало што се наведени во одобриениот збирен извештај за особините на лекот, како и во упатството за употреба,
- намалуваат терапевтските вредности на некој друг лек односно медицинско помагало што имаат одобрение за ставање во промет или на кој било друг начин да се поттикнува сомнеж во вредноста на друг лек односно медицинско помагало,
- користат Министерството за здравство, Агенцијата за лекови, односно други лица кои учествуваат во постапката на испитување и ставање во промет на лекот односно медицинското помагало,
- користат материјали што се заштитени со било кој облик на заштита на интелектуална сопственост без предходна согласност од сопственикот на тие права,
- користат разгледници или други облици на пишани пратки чија содржина може да биде достапна или читлива на други лица освен на стручната јавност и
- да се користат телефон, телефакс, електронска пошта или други електронски медиуми на лицата кои спаѓаат во редот на стручната јавност без нивна јасно изразена предходна согласност, а кои на тој начин се огласуваат или се информираат во своето работење.

Исто така, не треба на стручната јавност да и се нуди парична или друг вид на корист со цел поттикнување на пропишувањето, издавањето, набавката, односно потрошувачката на лек односно на медицинско помагало.

Огласувањето на лек односно медицинско помагало може да се врши од страна на барателот на огласувањето преку **спонзорирање на научни и промотивни собири**, стручни предавања, конгреси, семинари, како и други стручни настани на кои учествува стручната јавност (стручни настани) кои се едукативни и во согласност со научните достигнувања.

Содржините на стручните настани треба да бидат ограничени само на главната тема на настанот и заради која се организира стручниот настан, а сите други содржини на стручниот настан имаат пропратен карактер во однос на главната цел на настанот.

Под спонзорирање на стручните настани не се смета плаќање на трошоците на пропратните манифестации како што се: туристички патувања, спортски и други слични манифестации што немаат карактер на стручен настан.

Под спонзорирање се смета покривање на неопходните трошоци за пат, сместување и плаќање на задолжителните трошоци за учество на стручниот настан (котизација) за деновите на траење на стручниот настан .

Огласувањето и информацијата за лековите е третирано и со **Етичкиот кодекс на фармацевтите:**

Фармацевтот во однос на јавниот интерес, дава информации за услугите кои се достапни во здравствените установи кои се во согласност со Добрата Фармацевтска Практика, Законот за здравствената заштита и Законот за лековите и медицинските помагал, а не учествува, ниту ги поддржува реклами и кампањи кои не се во согласност со законите и кои може да доведат до заблуда на јавноста.

Фармацевтот не учествува во рекламирање на здравствената дејност, односно здравствени установи кое е залажувачко, недостојно или преку кое се вршат споредби со други здравствени дејности или установи.

Информациите кои се од јавен интерес фармацевтот се вистинити, точни, релевантни и независни и ги дава на начин така што не се добива комерцијален впечаток, ниту доведува до заблуда.

Користена литература:

Azzopardi L., Lecture Notes in Pharmacy Practice, Pharmaceutical Press, 2010

Закон за здравствената заштита (Службен весник на РМ бр. 43 од 29 март 2012 година)

Закон за Здравствената заштита, Сл. весник 43/2012

Закон за лековите и медицинските помагала (Службен весник на РМ бр. 106 од 05.09.2007 година)

Закон за лековите и медицинските помагала, Сл.весник 106/2007; 88 /2010;2011; 11 /2012

Лабан-Божиќ О., Оријентација на фармацију у пракси, Београд, Крагујевац, 2005

Луис М., Тампаро К. „Медицинско право, етика и биоетика” Академски печат, Скопје, 2010

Михајловиќ Г. и други, Ја Фармацеут, Земун, 2003

Петрова Г. и други, Социјална фармација и фармацевтично законодателство, Софија, 2010

Петрова Г. и други Социјална фармација и фармацевтично законодателство Инфо фарма ЕООД, Софија, 2010

PGEU AND EAHN JOINT STATEMENT ON THE DEVELOPMENT OF THE PHARMACY PROFESSION, December 2012

Werheimer A.I. Smith M.C. Pharmacy Practice, Social and Behavioural Aspects, 3rd ed. Williams&Wilkins, Baltimore, 1998

Податоци превземени од интернет

nfc.ff.ukim.edu.com Фармакоинформативен центар

www.emea.europa.eu/ Европска агенција за лековите

www.farmaceutskakomora.com Фармацевтска комора на Македонија

www.moh.gov.mk Министерство за здравство <http://www.moh-hsmp.gov.mk/>

www.moh-hsmp.gov.mk Проект за управување со здравствен сектор на Проектната единица на Светска банка

www.who.int Светска Здравствена Организација

27.06.2016

Проф.д-р Бистра Ангеловска