

ИЗМЕРВАНЕ НА ВЛИЯНИЕТО НА ЛЕКАРСТВЕНАТА ПРОМОЦИЯ ВЪРХУ ЗДРАВНИТЕ СПЕЦИАЛИСТИ

Ц. Митков, Г. Петрова, Т. Бенишева-Димитрова

MEASUREMENT OF THE INFLUENCE OF DRUG PROMOTION ON HEALTHCARE PROFESSIONALS

Tz. Mitkov, G. Petrova, T. Benisheva-Dimitrova

Резюме: Настоящият литературен преглед систематизира научните проучвания в областта на измерването на влиянието на лекарствената промоция върху здравните специалисти. Анализирани са влиянието на различни промоционални мерки върху лекарите, като мостри, работа на медицинските представители, влияние на научните списания и др. В заключение се налага извода, че това е проблем, който е от изключителна важност, както за здравните специалисти, така и за образователните институции, тъй като промоцията често е комерсиално ориентирана, не обективна и е необходимо целенасочено обучение на здравните специалисти, за да може да се реагира адекватно на промоционалните мерки и да се запази обективността и критичността на възприемането им.

Ключови думи: лекарствена промоция, фармацевтичен маркетинг, медицински представители, лекарствена информация

Summary: The current literature review systematized the scientific studies that attempts measuring the influence of the medicinal promotion on healthcare professionals. There are analyzed promotional measures as samples, medical representatives, scientific journals, articles etc. In conclusion is evident that this is very important problem for the healthcare professionals, as well as for the educational institutions, because of the commercial orientation of the promotion. The lack of objectiveness in some cases requires educating health professionals for critical thinking towards the promotional measures.

Key words: Pharmaceuticals promotion, pharmaceutical marketing, medical representatives, pharmaceuticals information
