

УДК 339.13

Садовий Василь

Sadovyi Vasyl

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМИ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ
FEATURES OF ADVERTISEMENT OF MEDICINAL PRODUCTS

В сучасних умовах розвитку медичного ринку великого значення для підприємств набуває система просування ліків на ринок. Тому основними завданнями просування продукції для ТОВ «Тернофарм» є: ознайомлення з лікарським препаратом або торгівельною маркою і привернення до них уваги фахівців; зафіксування у свідомості фахівців ексклюзивної пропозиції лікарського препарату; створення позитивного іміджу торгівельної марки лікарського препарату з метою викликати довіру до неї з боку лікарів, які в майбутньому будуть призначати пацієнтам ліки; надання інформації про властивості і переваги лікарських препаратів, нейтралізація реклами конкурентів; впізнавання упаковки або торгівельних знаків; формування стратегії підприємства для введення нових лікарських препаратів.

У зв'язку з цим особливого значення для підприємств фармацевтичної галузі набуває реклама лікарських засобів.

Закон України «Про рекламу» визначає рекламу, як інформацію про особу чи товар, розповсюджену в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначену сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару [1].

На сьогодні виробники взагалі, та ТОВ «Тернофарм» зокрема, не дають забути споживачам про свої товари та постійно нагадують про них у різноманітних засобах інформації: на телебаченні, радіо, друкованих ЗМІ, зовнішній рекламі на білбордах, буклетах, листівках, Internet, сувенірній

продукції і т.д. Для методів просування лікарських засобів ТОВ «Гернофарм також характерними є доповіді на наукових конференціях та семінарах; надання інформації фахівцям про препарати; надання інформації споживачам в аптеках за допомогою різноманітних банерів, брошур, листівок про товар (упаковку, показання до застосування тощо).

Для реклами лікарських засобів та медичних виробів, на відміну від реклами інших товарів, передбачені особливі вимоги та додаткові обмеження.

Отже, чинним законодавством України (ч.1 ст.21 Закону України «Про рекламу», ч.4 ст.26 Закону України «Про лікарські засоби») дозволяється реклама: ліків, медичних виробів і методів профілактики, які дозволено використовувати в Україні; ліків та засобів, які відпускаються без рецепта і не внесені до переліку лікарських засобів, які є забороненими для реклами [1; 2].

Також законодавством [1; 2] забороняється реклама: ліків, використання та продаж яких дозволяється тільки за рецептом, а також внесених до переліку ліків, заборонених для реклами; допінгових засобів для застосування в спорті.

Перелік посилань:

1. Закон України «Про рекламу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>
2. Закон України «Про лікарські засоби» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/123/96-%D0%B2%D1%80>