

İlaç Sanayiinde Reklam Neden Gereklidir

İngiliz Parlamentosuna mensup bir hekim milletvekili «The Pharmaceutical Industry - A Personal Study: İlaç Endüstrisi - Şahsi bir Etüd» adlı kitabında ilaç reklamı problemini incelemekte ve bu reklamı engellemeye çalışan alternatifli bazı kararların ne kadar hatalı olduklarını açıklamaktadır.

Dr. Wyndham Davies adındaki bu milletvekili kitabında özetle şunları yazmaktadır:

İlaç reklamı hakkında bazı teorik alternatifler vardır. Bunlardan biri hiç ilaç reklamı yapmamak ve yeni bir ilâcın tanıtılması işini, doktorların aralarında ağızdan ağıza geçirdikleri haberleşmeye bırakmaktır. Bu alternatife göre tamamen meslekî olan bu haberleşme, yeni ilâcın mevcudiyetini doktorlara tanıtmaya kâfi gelecektir.

Bu türlü bir politika çok tehlikeli neticeler doğurabilir. Nitekim, İngilterede bu yolla tanıtılmak istenen bir difteri aşısının kâfi miktarda kullanılmaması yüzünden 1930'larda 30.000 kadar tedavisi kabil çocuğun ölüp gitmiş olması bunun en iyi ve en açık mîsalini vermiştir. Halbuki o sıralarda bu aşı, yapılan reklam sayesinde, Kanadada dikkati çekecek kadar fazla kullanılıyordu.

Yine İngilterede II. Chian Harbi sonlarına doğru bazı firmalar, daha emniyetli, alevlenmeyen bir anestezi maddeyi hastanelere sokmaya çalışmışlardır. Ancak bu ilaç fabrikalarının temsilcileri, çok kuvvetli bir reklamla desteklenmedikleri için, hastanelerdeki Senyör ve muhafazakâr anesteziistlerin kloroform yerine başka bir anestezi maddenin kullanılmasına lüzum olmadığı yollu ısrarları karşısında, buna muvaffak olamamışlardır. Bu yüzden, hiçbir topçu hazır-

lığı olmadan, hatta havan toplarıyla dahi himaye edilmeden düşman ateş hattına sevk edilen piyade erilerinden hastaneye getirilen yaralılarından bir çoğu, kloroformun ekseriya serbest bıraktığı adrenalin yüzünden ölüm emahkûm olmuşlardır.

Hiç reklam yapmama veya çok kalitesiz ve cüz'i bir reklamla iktifa etme alternatifini hakkında bukadar söz yeterlidir. Bazı gözlemciler, yeni ilâçların nasıl olsa teknik yayınlarda ve bilimsel konferans raporlarında eleştirileceğini düşünerek bunlar hakkında çok az bir reklamın kâfi geleceğini ifade ederler. Fakat bu gözlemciler unutmuyorlarki, teknik yayınlar daha ziyade bölgesel çıkarları temsil etmektedirler. Yeni bir ilâcı değerlendirirken bu yayınlar çoğu zaman ilâç imalatçısına karşıt bir zihniyetle hareket ederler. Şüphesiz bunlar içinde objektiflikten ayrılmayan, meseleleri olduğu gibi aksettirmeğe çalışanlar da vardır. Bu türlü yayınlar, müktesep hakların veya taraflı fertlerin baskılarına mukavemet edecek kadar özgürlüklerini muhafaza ederler. Fakat bu türlü müstakil teknik yayınlar, imalatçının yeni ilâçlarını yeterli çabuklukla okuyucuların bilgilerine ulaştırmaktan çok uzaktırlar. Evvelâ bu yayınlar, etüd ve yazıların sıra beklemesi yüzünden, söz konusu ilâcın imaliyle okuyuculara duyurulması arasında uzun bir müddet geçirmek durumundadırlar. Bundan başka, bu yayınların okuyucuları, elverişli bir satışı sağlayabilecek çoğunlukta da değildir.

Diğer bir alternatif, reklamın bir devlet dairesi veya ajansı tarafından yapılmasıdır. Bu takdirde yapılacak reklam parasız olarak doktorlara veya ilâçla ilgili bulunan kimselere sirküle edilir. İngilterede Sağlık Bakanlığı tarafından «Prescribers Journal» isimli bir gazete bu maksatla yayınlanmaktadır.

Ancak, devletin ilâç reklâmı yapması, reklâmın müessiriyet bakımından yeterli olup olmayacağı hususu bir yana, firmaların yükünü çekmesi gereken reklâm masraflarının vergi ödeyenler üzerine yükletilmesinden başka bir mana ifade edemez. Bunun moral bakımından doğru olup olmadığını tartışmaya yol açabileceği gibi, firmaların kendi fonlarına göre elverişli bir şekilde ayırıp reklâma tahsis ettikleri paralarla yapılacak hizmetin doktorlara sağlayacağı fayda, devletin bu şekilde bir reklâmla sağlayacağı faydadan çok daha üstün olacaktır.

Bu alternatif incelenirken şöyle bir soru da akla gelmektedir: Yeni ilâçlar hakkındaki bilgileri devlete kim verecek ve nasıl verecektir

Devlet teşkilâtında yeni bir ilâcın kıymetini takdir edecek olanlar birkaç eksperden ibarettir. Bu eksperlerin yapacağı hatalar, çok ağır ve tamiri imkânsız sonuçlar doğurabilir. Halbuki kendi reklâmını yapan bir firmanın kıymet takdirinde yapacağı hatalar, diğer firmaların ezici rekabeti karşısında, bahis konusu ilâcın ve zararlı sonuçlarının kısa zamanda ortadan kalkmasına sebep olur.

Bundan başka bu türlü bir reklâm sistemi, ilâç imalatçıları, devlet teşkilâtı nezdinde kendi ilâçlarının müdafasını yapmak üzere bir takım takipçiler aramaya zorlayacaktır. Bu yolla yapılacak baskıları küçümsemek lâzımdır. Politik düzenin tabii sonuçları için firmaları ayıplamak da doğru değildir. Zira onlar, kendi ilâçlarının farmakolojik mânada hakikaten üstün vasıflı olduklarına inanmış kuruluşlardır...

Bütün diğer sanayi gibi ilâç sanayiinin de lâzım geleni yaptığı iddia edilen Sovyet Rusyada ilâç reklâmı bulmak güçtür. Ancak, devlet neşriyatı içinde çe-

şitli sanayi mamullerine ait bir sürü materyale tesadüf etmek mümkündür.

Gerçekten, «Harvard Business Review» dergisinin Eylül-Ekim 1962 sayısında şöyle bir havadis göze çarpmakta idi: «Rus İşleri» etüdyanlarından iki öğrencinin, Sovyet Sağlık Bakanlığı tarafından neşredilen «Medical Worker» Gazetesinin 4 Nisan 1961 tarihli nüshasında dile getirdikleri sekiz şikâyetin hepsinde de, yeni mamuller hakkındaki bilgi noksanlığından yakınılmakta idi. Bu şikâyetler arasında en önemlileri şunlardır :

- a) Yeni ilâç hakkındaki bilgiler karışık ve düzensiz şekilde verilmektedir. Bundan ötürü hekimler, bu yeni ilâçları öğrenip kullanamamaktadırlar.
- b) Eski ve modası geçmiş ilâçlar yerine daha müessir olan yenilerinin getirilmesi işlemleri çok yavaş yürütülmektedir.
- c) Hekmilere ve eczacılara yeni ilâçlar hakkında çok zayıf bilgiler verilmektedir; verilen bilgiler de geliş güzel ve tesadüfidir.
- d) Hekimler, bileşik müstahzarlar hakkında bilgi sahibi olmadıklarından, eczanelerde ilâç hazırlamak için çok fazla vakit kaybedilmektedir.

Yukarıdaki düşünceler, ilâç reklâmı yokluğu veya noksanlığı alternatifleri ile ilâcın devlet neşriyatı ile duyurulması alternatifinin yetersizliklerini ve sakıncalarını kâfi şekilde belirtmektedir. Bu itibarla, ilâç imalatçısı firmaların gayri meşru rekabet hakkındaki mevzuat çerçevesi içinde normal ilâç reklâmı yapımlarından daha yararlı ve halk sağlığı bakımından daha emniyetli bir alternatif düşünülemez.