

ABSTRAKT

VLIV REKLAMY NA SPOTŘEBNÍ CHOVÁNÍ NÁVŠTĚVNÍKŮ LÉKÁREN

Autor: Vendula Štěpánová

Konzultant diplomové práce: PhDr. Vladimír Fabera, CSc.

**Zdravotnická psychologie, Katedra sociální a klinické farmacie, Farmaceutická fakulta
v Hradci Králové, Univerzita Karlova v Praze, Česká republika**

Cíl práce: Cílem práce bylo sledovat ovlivnění lidí reklamou na léky. Výzkumná část byla vypracována na základě dotazníku, kde bylo 14 otázek.

Metodika: Navazovala jsem na diplomové práce Krkošové 2000 a Pacasové 2002. Zvolila jsem několik otázek shodných s těmito diplomovými pracemi. Důvodem byla možnost srovnat výsledky z obou prací s mými výsledky. Zbývající otázky byly odlišné. Otázky byly položeny tak, aby jim každý rozuměl a byl schopen na ně odpovědět. Respondent měl na výběr z několika odpovědí, které měl zakroužkovat, popřípadě mohl odpovědět podle svého vlastního uvážení.

Jednotlivé odpovědi jsem potom vyhodnotila.

Výsledky: Výzkumu se zúčastnilo 160 lidí. Z mých výsledků vyplývá, že 80% lidí tvrdilo, že se ovlivnit reklamou během 6 měsíců nenechalo. Ti co se nechali ovlivnit se o daném léku nejčastěji dozvěděli z TV. 39% nedává přednost léku z reklamy před tím, který v reklamě neviděli. 52% uvedlo, že se zajímají o nová léčiva jen tehdy, podle toho o jaký výrobek se jedná. Jen 33% dotazovaných si zjišťuje informace o léku před koupí. Lidé spíše nekonzultují (47%) svůj výběr s nějakým odborníkem. Když konzultují, nejčastěji se ptají svého obvodního lékaře. S lékárníkem konzultuje jen 22% dotazovaných. Na ceně léku záleží 54% dotazovaných. 47% si myslí, že když je lék dražší tak nemusí být kvalitnější. 89% lidí si myslí, že lék z reklamy nemá větší účinnost než lék bez reklamy. Na lék z reklamy si ovšem vzpomnělo 53% dotazovaných.

Nejčastěji lidé uváděli Coldrex a Modafen. Při léčbě chřipky uvedlo jen 11%, že se léčí lékem,co právě viděli v reklamě.

Závěr: Závěrem lze říct, že lidé se snaží, aby je reklama na léky neovlivňovala. Ovšem opak je pravdou. Podvědomě vždy sáhnout po léku z reklamy, ať chtějí nebo nechtějí. Vyplývá to z výsledku, že víc jak polovina lidí si dokázala vzpomenout na lék z reklamy. Lidé reklamou opovrhují, ale podle mých zkušenosti z lékárny, si lidé často kupují léky z reklamy a nad cenou, kvalitou, účinností vůbec nepřemýšlí. Nemají čas si zjišťovat informace a tak sahají po léku, který znají z reklamy. Myslím, že přemýšlejí spíš tak, ať se jí co nejrychleji uleví a uzdraví se a vše ostatní jde stranou.