

KAYSERİ'DE HİZMET SUNAN DOKTORLARIN İLAÇ MÜMESSİLLERİNE YÖNELİK TUTUMLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Yunus DURSUN*
Leyla LEBLEBİCİ KACUR**

ÖZET

Bir çok ülkede olduğu gibi, ilaç reklamlarının yasak olduğu ülkemizde, ilaç firmalarının doktorlara yönelik gerçekleştirdikleri tutundurma faaliyetlerinin büyük bir bölümü ilaç mümessilleri aracılığıyla gerçekleştirilmekte ve firmalar tarafından gerek ilaç mümessilleri gerekse ilaç mümessilleri aracılığıyla gerçekleştirilen tutundurma faaliyetleri için büyük miktarlarda bütçeler ayrılmaktadır. İlaç mümessillerinin firmaları tarafından kendilerinden beklenen görevleri etkin bir şekilde yerine getirebilmeleri ise, herşeyden önce, hedef kitlelerinin, yani, doktorların kendilerine yönelik sahip oldukları tutumlarına bağlıdır. Doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumlarının tespit edilmesi amacıyla yapılan bu araştırmada, Kayseri'de sağlık hizmetleri sunan doktorların genel olarak ilaç mümessillerine yönelik olumlu tutuma sahip oldukları; ancak, hasta bakımına, idari hizmetlere ve eğitim hizmetlerine ayırdıkları zamanlarının artmasının bu tutumları üzerinde negatif etkilerinin bulunduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İlaç mümessilleri, tutumlar

GİRİŞ

İlaç, tüketicisi tarafından seçilemeyen ve prospektüslerinde bulunan yan etkilerin yanı sıra aniden ortaya çıkabilecek ve hatta ölümle sonuçlanabilecek bir takım yan etkilere sahip olmaları nedeniyle önemli bir risk taşıyan ürünlerin başında gelmektedir. Bu nedenle, ilaçların akılcı ve doğru bir şekilde tavsiye edilmesi ve tüketilmesi gerekmektedir. Etkin tedavi aracı olan ilacın bilinçli bir şekilde kullanılmasının sağlanması ise, ancak, hastaya uygun ilacın reçete edilmesi, gerektiği zamanda ve insanların alabileceği fiyatta mevcut olması ve doğru biçimde sunulması ile mümkündür. Dolayısıyla, buradaki en önemli görev doktorlara düşmektedir. Ancak, aynı rahatsızlık için birbirinin eşdeğeri olduğu veya daha iyi etkilere sahip olduğu ileri sürülen çok sayıda ilacın mevcut olması, her gün çeşitli hastalıklar için yeni ilaçlarının kullanıma sunulması, doktorların kendi imkanlarıyla bu ilaçları tanımlarını ve ilaçların kimyasal yapılarında meydana getirilen değişiklikleri yakından izlemelerini ve piyasada bulunan her ilaç hakkında yeterli bilgi sahibi olmalarını zorlaştırmaktadır. Ayrıca, endüstriyel ve tüketim mallarında hedef kitleyi bilgilendirmek amacıyla da kullanılan reklamların, ilaç sektöründe yasaklanmış

* Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü

** Araş. Gör., Erciyes Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü

olması da doktorların, en azından pazara yeni sunulan ilaçlar konusunda bilgiye ulaşabilecekleri kaynakları sınırlandırmaktadır. Bunun bir sonucu olarak, ilaçların tanıtımının doktorlara kişisel olarak yapılması gereği ortaya çıkmaktadır. Başka bir deyişle, kişisel satışın bu sektörde etkin bir şekilde kullanılması kaçınılmaz olmaktadır.

İlaç sektöründe kişisel satış görevlerini üstlenen ilaç mümessilleri, firmaların doktorlarla doğrudan temas kurma, firmanın ürünlerini pazarlama ve doktorların hastalara kendi firmalarının ilaçlarını yazmaları yönünde etkileme gibi çok önemli görevleri yerine getirmektedirler. Yapılan bir araştırmaya göre, 1998 yılında ABD'deki ilaç firmalarının yapmış oldukları toplam 12,7 Milyar Dolarlık tutundurma harcamalarının yüzde 85,9'u numune dağıtımı ve ilaç mümessillerinin doktor ziyaretleri gibi geleneksel tutundurma faaliyetlerine yapılmıştır (Ma ve Cockburn, 2003: 1503). 1989 tarihli bir diğer çalışmaya göre de, gelişmiş ülkelerde ilaç mümessilleri ilaç firmalarının ürünlerinin tutundurulması faaliyetlerinde çok önemli bir rol üstlenmekte ve tutundurma bütçesinin yüzde 50'sinden fazla bir bölümü kişisel satışa ayrılmaktadır (Lexchin, 1989: 664). Bir başka kaynağa göre ise, Kuzey Amerika (ABD ve Kanada) ve İngiltere'deki ilaç sektöründe faaliyette bulunan firmaların tutundurma bütçelerinin üçte birinden daha büyük bölümü satış gücünü desteklemeye ayrılmaktadır (Drug Therapy Bulletin, 1983). Bu rakamlar, ilaç firmalarının doktorlara yönelik tutundurma faaliyetlerinde ve ürünlerini pazara sunmada kişisel satışa verdikleri önemi ortaya koymaktadır.

Ülkemizde de bakıldığında, durumun gelişmiş ülkelerdekinden çok da farklı olmadığı söylenebilir. İlaç sektöründe reklam yasağının bulunduğu da dikkate alındığında, ülkemizde faaliyette bulunan ilaç firmalarının tutundurma faaliyetlerinin çok büyük bir bölümünün ilaç mümessillerine dayandırıldığını söylemek yanlış olmayacaktır.

Gerek ilaç sektöründe büyük ölçüde ilaç mümessilleri aracılığıyla yapılan tutundurma faaliyetleri için yapılan yüksek harcamalar gerekse ilaç mümessillerinin ilaçların tutundurulmasında taşıdıkları önem göz önünde bulundurulduğunda, doktorların ilaç mümessillerine yönelik düşüncelerinin ve tutumlarının ortaya konulmasında büyük yararlar vardır. Bu düşünce ve tutumların ortaya konulması, bir yandan, doktorlarla ilaç mümessilleri arasındaki ilişkilerin geliştirilmesinde yol gösterici bilgiler sağlarken; diğer yandan da, kişisel satış faaliyetlerinin daha etkin ve daha sağlıklı bir yapıya kavuşturulmasıyla, bu konudaki çeşitli çevrelerin eleştirilerinin azalmasına ve eleştiriye konu nedenlerin, kısmen de olsa, ortadan kaldırılmasına yardım edebilecektir.

I. DOKTORLARIN İLAÇ MÜMESSİLLERİNE YÖNELİK BAKIŞI VE ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

İlaç mümessilleri doktorları etkileyerek çalıştıkları firmaların ürünlerini reçetelerinde yazmalarını sağlayarak, eczanelere ilaç satışı yapan satıcılardır. Reçete ile satışına izin verilen ilaç ve tedavilerin reklamı yapılamadığı için, ilaç mümessilleri ilaç tanıtımında önemli görevler düşen kişilerdir.

Toplumda karşılıklı ilişki içindeki tüm bireyler gibi doktorların da ilaç mümessillerine yönelik olumlu ve olumsuz bir takım tutum içinde olmaları mümkündür. Yapılan araştırmalara göre, doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumları çeşitli faktörlerden olumlu veya olumsuz etkilenmektedir. Aşağıda da ifade edildiği gibi, doktorların tutumları ilaç mümessillerinden aldıkları bilgi, eğitici destek ve katkılar, ürünlerini tanıtmak için kullandıkları satış teknikleri ve yaşları ve hasta sayıları gibi faktörlerden etkilenebilmektedir.

Doktorların ilaç mümessillerinin sağladığı bilgi ve eğitim desteği konusundaki düşünceleri, ilaç mümessillerine yönelik tutumlarını etkileyebilmektedir. Bu konudaki literatür incelendiğinde hem olumlu hem de olumsuz görüşlerin ve bulguların bulunduğu görülmektedir. A.B.D.'de yapılan ve doktorların ilaç mümessillerine yönelik olumlu ve olumsuz tutumlarının incelendiği bir araştırmada, doktorların tutumlarının ilaç mümessillerinden aldıkları bilgi ve eğitici destekten etkilendiği ortaya konulmuştur (Andaleeb ve Tallman, 1995). Ferguson (1989) tarafından doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla yapılan bir başka araştırmada da, bir çok doktorun yeni ilaçlar konusunda yeterli bilgiye sahip olmadan tıp eğitimlerini tamamladıklarını; dolayısıyla da, ilaç mümessillerinin doktorların bu konudaki bilgi eksikliklerinin giderilmesi konusunda yardımcı olabileceklerini ileri sürmektedir. Benzer şekilde, Wilson (1990) ilaç mümessillerinin yeni ilaçlar konusunda doktorlara bilgiler sunarak ve eğiterek, onların hastalarını nasıl daha iyi tedavi edebilecekleri konusunda yardımcı olabileceklerini söylemektedir. Doktorların ilaçlar hakkında başvurabilecekleri bilgi kaynaklarının araştırıldığı bir başka araştırmada da, ilaç mümessillerinden sağlanan bilgilerin, tıp dergileri ve tıbbi konferanslar ve sempozyumlardan sonra, en önemli üçüncü bilgi kaynağı olduğu ortaya konulmuştur (Huston, 1993). Griffith (1999) ise çalışmasında, ilaç mümessillerinin verdikleri bilgiler ve eğitim sayesinde doktorların işyüklerinin azaldığı, maliyetlerin düştüğü ve kalitenin arttığı üzerinde durmuştur. İlaç mümessillerinin diğer kaynaklardan daha hızlı bilgi sağlayabildiğini, ilaç firmalarının elemanlarını bu konuda yetiştirmesi gerektiğini belirtmiştir.

Bununla birlikte, ilgili literatür incelendiğinde, ilaç mümessillerinin doktorlara bilgi ve eğitim sağlamaları konusunda olumsuz görüşlerin ve bulguların da olduğu görülmektedir. Örneğin, Waud (1992), ilaç mümessillerinin doktorların bilgisine herhangi bir olumlu katkı sağlamadığını, ilaç mümessillerinin yaptıkları şeyin ilaçları satmaya çalışmaktan başka bir şey olmadığını, buna karşılık, maliyetlerde bir artışa neden olduklarını; bu nedenle, ilaç sektöründe kişisel satışın yasaklanması gerektiğini ileri sürmektedir. McKinney vd. (1990) tarafından yapılan bir araştırmanın bulguları da, doktorların ilaç mümessillerinin bilgi ve eğitim desteğine yönelik olarak olumsuz tutuma sahip olduklarını ortaya koymuştur.

Doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumlarının olumlu veya olumsuz olmasını belirleyen faktörlerden birisi de, ilaç mümessillerinin satış tarzlarıdır. Satış elemanlarının başarısını etkileyen faktörlerden önemli birisi de, müşterinin isteklerini, beklentilerini ve ihtiyaçlarını anlayabilip, bunlara uygun çözümler önerbilmesine ve ilişkilerinde güvenilir ve dürüst olabilmesine bağlıdır. Huston (1993)'a göre, doktorların bir bölümü, ilaç mümessillerinin sundukları bilgileri yanlış bilgiler olarak değerlendirmekte ve satış tarzlarını agresif bulmakta; ve ayrıca, ilaç mümessillerinin söylediklerine fazla güven duymamaktadırlar. Benzer şekilde, Andaleeb ve Tallman (1995) tarafından yapılan araştırmanın bulguları da, doktorların ilaç mümessillerinin tarzını, agresif bulduklarını, ürünlerini satmaktan başka bir şey düşünmediklerini; dolayısıyla da, bu konuda ilaç mümessillerine yönelik olumsuz bir tutuma sahip olduklarını göstermektedir. Ziegler vd. (1995)'nin yaptığı bir çalışmada, 10 doktordan 4'ünün ilaç mümessillerinin verdiği bilgileri belirli bir ilacı yazmak için inandırıcı buldukları ortaya çıkmıştır. İlaç mümessillerinin sunuşları genellikle rahat ve teknik olmasına rağmen, doktorlar ilaç mümessillerinin verdikleri bilgilerin içtenlikle verilmesini ve sadece ilaçların klinik yararları ve uygulamalarıyla sınırlı olmasını istemektedirler. Yüksel (1996) tarafından yapılan bir çalışmada, ilaç mümessillerinin doktorların ilaç tavsiye etme kararlarında etkisi olmadığı; ancak, ilaç isminin yazılı olduğu hediye ve eşantyonların, araştırmaya katılan doktorların yarısı tarafından ilacın ismini hatırlatıcı bir etkiye sahip olduğu; ilaçları tanıtıcı nitelikteki broşürlerin ise cevaplayıcıların büyük bölümünün ilaç tavsiye etme kararında etkili olduğu bulunmuştur.

Shaughnessy ve Slawson (1996)'un yaptığı araştırmaya göre, Amerika'da her 15 pratisyen doktora bir ilaç mümessili düşmektedir. Bazı doktorların numuneleri ve hediyeleri hoş karşılamasına rağmen, önemli bir kısmı ise mümessillerin tanıtım yapmalarını reddetmektedirler. Bununla birlikte ilaç mümessillerinin tavsiyeleri ve davranışları ölçülü olduğu zaman çok meşgul bir doktor için bile değerli bir bilgi kaynağı olmaktadır. İlaç mümessilleriyle olan iletişim sırasında doktorların önem verdikleri hususlardan birisi verilen bilgilerin güvenilirliği diğeri ise, bilgilerin doğruluğudur (Shaughnessy ve Slawson 1996: 1494). İlaç mümessilleri tarafından verilen bilgilerin doktorlar tarafından değerlendirilmesi güvenilirlik, kabul edilebilirlik, etkililik ve ilacın fiyatı gibi faktörlere bağlıdır. Bu özelliklerden fiyat dışındaki özellikler iyi bir satışçıda bulunması gereken özelliklerle paralellik göstermektedir.

Firmaların ilaç mümessilleri aracılığıyla veya doğrudan doktorların mesleğiyle ilgili konferanslar veya araştırma projeleri için sağladıkları maddi katkılar da, doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumlarını olumlu etkileyebilmektedir. Huston (1993) ve Andaleeb ve Tallman (1995 ve 1996) tarafından yapılan araştırmalar, bu tür katkı ve desteklerin olması halinde doktorların satış mümessillerine ve firmalara yönelik daha olumlu tutumlar geliştirdiklerini göstermiştir.

Doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumları üzerinde etkili olabilen bir diğer faktör de meslektaşlarının ilaç mümessillerine yönelik tutumlarıdır. Kişilerin belirli kişilere, olaylara veya nesnelere yönelik tutumları ait oldukları grupların tutumlarından etkilenmektedir. McKinney vd. (1990)'ne göre meslektaşlar dok-

torlar için birer model görevi görmekte ve doktorların hastalara yazacakları ilaçları etkileyebilmektedir. İlaç mümessilleri, doktorları kendi firmalarının ilaçlarını hastalara yazmaları konusunda ikna ederek, meslektaş etkisi yoluyla, diğer doktorların da benzer akışkanlıkları edinmelerini sağlayabilirler. Andaleeb ve Tallman (1995) tarafından yapılan araştırmada, meslektaşların ilaç mümessillerine yönelik tutumlarıyla araştırmaya katılan doktorların tutumları arasında pozitif bir ilişki bulunmakla beraber; bu ilişkinin düzeyi istatistiksel olarak anlamlı sayılabilecek ölçüde yüksek bulunmamıştır.

Ayrıca, bazı yazarlar tarafından, doktorların kendilerine ait bir muayenehaneye sahip olup olmalarının, meslekteki hizmet süresinin ve günlük hasta sayısının da ilaç mümessillerine yönelik tutumlarını etkileyebileceği ileri sürülmektedir. Andaleeb ve Tallman (1995) kendilerine ait bir muayenehanesi bulunan doktorların, muayenehanesi olmayıp bir hastanede hizmet sunan doktorlara göre, ilaç mümessillerine yönelik daha olumlu tutum geliştirmelerinin beklenebileceğini ileri sürmektedir. Yine bu araştırmanın bir diğer bulgusuna göre, hasta sayısı fazla olan doktorların, hasta sayısı daha az olan doktorlara göre, ilaç mümessillerine yönelik daha olumlu tutuma sahip olduklarını görülmektedir. Meyer (1988) yapmış olduğu bir araştırmada, meslekte 23 yıldan fazla hizmet vermekte olan doktorların hastalarına yazmış oldukları ilaçların yaklaşık olarak %85'inin tıp eğitimini tamamladıktan sonra pazara sunulan ilaçlar olduğunu; bu ilaçlar konusunda tıp eğitimleri sırasında herhangi bir formal eğitim almadıklarını belirtmektedir. Bu nedenle de, uzun yıllardır meslekte hizmet sunan doktorların, meslekte daha yeni doktorlara göre, ilaç mümessillerine yönelik daha olumlu tutuma sahip olmaları beklenilebilir.

Bu konuyla ilgili yapılan araştırmaların ışığı altında Kayseri'de hizmet sunan doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumlarının ortaya konulmaya çalışıldığı bu araştırmada aşağıdaki hipotezler % 5 önem düzeyinde test edilmeye çalışılacaktır:

- H₁: İlaç mümessillerinin gerekliliğine inanan doktorlar, inanmayanlara göre, ilaç mümessillerine yönelik daha olumlu tutuma sahiptirler.
- H₂: Doktorlar, ilaç mümessillerinin bilgi ve eğitim desteği sağladıklarına inanmaları halinde, onlara yönelik daha olumlu tutumlar geliştirirler.
- H₃: Doktorlar, ilaç mümessillerinin satış tarzlarını agresif bulmadıkları takdirde, onlara yönelik daha olumlu tutumlar geliştirirler.
- H₄: İlaç mümessillerinin ve firmalarının bilimsel toplantılara ve araştırma projelerine sağladıkları katkılar, doktorların ilaç mümessillerine yönelik daha olumlu tutum geliştirmelerine hizmet eder.
- H₅: Doktorlar, meslektaşlarının ilaç mümessillerine yönelik olumlu tutumlara sahip olduklarını düşünürlerse, kendi tutumları da olumlu olur.
- H₆: Kendisine ait bir muayenehanesi olan doktorlar, muayenehanesi olmayanlara göre, ilaç mümessillerine yönelik daha olumlu tutum geliştirirler.

H₇: Meslekteki hizmet süresi daha uzun olan doktorlar, ilaç mümessillerine yönelik daha olumlu tutum geliştirirler.

H₈: Hasta sayısı fazla olan doktorlar, ilaç mümessillerine yönelik daha olumlu tutum geliştirirler.

II. YÖNTEM

Doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumlarını ortaya koymak amacıyla yapılan bu çalışmada tanımlayıcı araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan veriler, bir anket aracılığıyla toplanmıştır. Anket formu, Kayseri'deki Erciyes Üniversitesi Hastaneleri, Devlet Hastanesi, SSK Hastanesi, özel hastane ve poliklinikler ve özel muayenehanelerinde hizmet sunan doktorlar arasından tesadüfi olarak seçilen doktorlar üzerinde uygulanmıştır. Örnek grubun seçilmesinde, öncelikle anakitleyi oluşturan ve Kayseri'de hizmet sunan doktorların tam bir listesi elde edilmeye çalışılmıştır. Bu listenin oluşturulmasında Erciyes Üniversitesi Personel Daire Başkanlığı'ndan ve Kayseri Tabip Odası kayıtlarından yararlanılmıştır. Toplam 824 doktordan meydana gelen anakitleden örnek birimlerin seçilmesinde ise, ardışık örnekleme yöntemine başvurulmuş ve hazırlanan listeden kişiler tesadüfi olarak örnek grubuna seçilmiştir. Ardışık örneklemede örnek büyüklüğü önceden belirlenmemekte; ancak, anketlerin uygulanması gruplar halinde gerçekleştirilmekte ve ilave edilen her verinin örnek grubu ortalamalarını ve standart sapmalarını anlamlı ölçülerde değiştirip değiştirmediği kontrol edilmekte; eğer değerlerdeki değişimler anlamlı düzeylerde ise, örnekleme devam edilmektedir. İlk olarak 50 doktor üzerinde anket uygulaması yapılmış, daha sonra 25'erli ve son olarak da 10'arlı gruplar halinde anket uygulaması sürdürülmüştür. Yapılan analizlerle örnek ortalamalarındaki ve standart sapmalarındaki değişimlerin sonuçları etkilemeyecek düzeye indiği anlaşıldığında örnekleme işlemine son verilmiştir. Sonuç olarak, 129 kişi (anakitlenin yüzde 15.7) üzerinde anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan cevaplayıcıların profili Tablo 1'de verilmiştir.

Anket başlıca iki bölümden meydana gelmiştir. Birinci bölümde doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumlarını ölçmek amacıyla toplam 24 adet beşli Likert-tipi (5= kesinlikle katılıyorum, ..., 1= kesinlikle katılmıyorum) ifade yer almıştır. Bu ifadelerden beşi araştırmanın bağımlı değişkenleri olup, aşağıdaki ifadeleri içermektedir:

- İlaç mümessilleri sevilen kimselerdir
- İlaç mümessilleriyle bir araya gelmekten hoşlanırım.
- İlaç mümessillerinin çalışmalarında önemli katkıları vardır.
- Beni ziyaret eden ilaç mümessillerinin bir çoğu ile dostça ilişkiler içindeyiz.
- İlaç mümessillerinin çoğunluğu güvenilir insanlardır.

Tablo 1: Cevaplayıcıların Profili

Cinsiyete göre dağılım	Sıklık	Yüzde	Meslekteki hizmet süresi	Sıklık	Yüzde
Bay	108	83.7	5 ve daha az	32	24,8
Bayan	21	16.3	6-10	37	28,7
Toplam	129	100.0	11-15	32	24,8
Yaşa göre dağılım	Sıklık	Yüzde	16-20	13	10,1
30'dan küçük	43	33.3	21-25	11	8,5
31-40	61	47.3	25'den fazla	4	3,1
41-50	21	16.3	Toplam	129	100,0
51 ve üstü	4	3.1	İhtisası olup olmadığı	Sıklık	Yüzde
Toplam	129	100.0	Uzman	53	41,1
Günlük ortalama hastası	Sıklık	Yüzde	Pratisyen	76	58,9
10 ve daha az	45	34.9	Toplam	129	100,0
11-20	33	25.6	Haftalık ortalama ilaç mükessili ziyareti sayısı	Sıklık	Yüzde
21-30	16	12.4	5 ve daha az	74	57,4
31-40	9	7.0	6 ve 10 arası	42	32,6
41 fazla	26	20.2	11 ve 15 arası	4	3,1
Toplam	129	100.0	16 ve daha fazla	9	7,0
Özel muayenehanesi	Sıklık	Yüzde	Toplam	129	100,0
Var	20	15,5			
Yok	109	84,5			
Toplam	129	100,0			

Birinci bölümde yer alan diğer 19 ifade ise araştırmanın bağımsız değişkenlerini oluşturmuştur. Anket formunda yer alan beş bağımsız değişken, her bir değişkeni ölçmek için kullanılan ifadeler ve bu değişkenlerin güvenilirlik katsayıları Tablo 2'de verilmiştir.

İkinci bölümde ise, araştırmaya katılan doktorların mezun oldukları okul ve mezun oldukları yıl, ihtisas aldıkları fakültenin adı ve mezuniyet yılı, yaşları, cinsiyetleri, çalıştıkları kurum, bir muayenehaneleri olup olmadığı, günlük ortalama hasta sayıları, bir haftada doktorları ziyarete gelen ilaç mükessili sayısı ve bir günde zamanlarının ne kadarını hasta bakımına, öğretime, araştırmaya ve idari işlere ayırdıkları ile ilgili sorular yer almıştır.

Hazırlanan anket formu 12 doktor üzerinde önteste tabi tutulmuş ve yanlış anlaşılan, anlaşılmayan sorular ve ifadeler öntest sonucunda düzeltilerek anket formuna son hali verilmiştir.

Toplanan veriler SPSS paket programı kullanılarak korelasyon ve regresyon analizlerine tabi tutulmuştur. Veriler analiz edilmeden önce, her bir cevaplayıcı için bağımlı değişkenlerin ve Tablo 2'de verilen her bir grubun grup ortalamaları hesaplanmış ve bu ortalamalar analizde kullanılmıştır.

Tablo 2: Bağımsız Değişkenler

1. İlaç Mümessillerinin Gerekliliğine İnanma (alfa güvenilirlik katsayısı= 0,51)

İlaç mümessillerinin faaliyetlerinin yasaklanmasının gerektiğine inanıyorum.*

İlaç mümessilleriyle görüşmenin bir zaman kaybından başka bir şey olmadığını düşünüyorum.*

2. Satış Tarzı (alfa güvenilirlik katsayısı= 0,61)

İlaç mümessilleri, ürünleri hakkında bilgi vermekten çok ürünlerini satmakla ilgilenirler.*

İlaç mümessilleri tarafından kullanılan pazarlama teknikleri, ihtiyaç duyduğum bilgileri sağlama açısından yetersiz kalmaktadır.*

Genellikle, ilaç mümessillerinin kendi firmalarının ürünlerini tavsiye etmem için beni etkilemeye çalıştıklarını düşünürüm.*

İlaç mümessilleri, ilaç tanıtımında belirli kalıplar dışına çıkamamakta, kendilerini geliştirmek için çaba harcamamaktadırlar.*

İlaç mümessillerinin doktorların ilgisini çekmek için daha yaratıcı teknikler kullanması gerekir.*

Doktorlar ürünlerini agresif satış teknikleriyle tanıtmaya çalışan ilaç mümessilleriyle görüşmeyi fazla istememektedirler.*

Doktorların yoğun olduğu göz önüne alınırsa, ilaç mümessillerinin doktorlarla görüşme yapacakları zamanı iyi seçmeleri gerekmektedir.

3. Finansal Katkı Sağlama (alfa güvenilirlik katsayısı= 0,62)

İlaç mümessilleri mesleğimle ilgili konferanslara katılmamda önemli maddi katkılar sağlamaktadırlar.

İlaç mümessilleri doktorların eğitim programlarının devamı için önemli maddi destekler sağlarlar.

4. Bilgi ve Eğitim Desteği (alfa güvenilirlik katsayısı= 0,53)

İlaç mümessilleri piyasaya yeni çıkan ürünler konusunda doktorlara doğru ve önemli bilgiler sağlamaktadırlar.

İlaç mümessilleri ilaçlar konusunda istediğim bilgileri sağlamada yetersiz kalmaktadırlar.*

İlaç mümessillerinin ilaçlar konusundaki bilgilerine yeni ve önemli bir şeyler eklediklerini düşünmüyorum.*

İlaç mümessilleri ilaçlar konusunda yapılan ve benim ulaşmakta zorluk çektiğim araştırma sonuçları hakkında bilgiler sağlamaktadırlar.

İlaç mümessillerinin ilaçlar hakkında verdikleri bilgiler yanlış ve yanıltıcıdır.*

İlaç mümessilleri doktorlara piyasadaki mevcut ilaçlar hakkında doğru ve yararlı bilgiler sağlamaktadırlar.

5. Meslektaşların Yaklaşımı (alfa güvenilirlik katsayısı= 0,67)

Tanıdığım pek çok doktor ilaç mümessillerini görmekten hoşnut olurlar.

Genel olarak, doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumları olumsuzdur.*

* Ölçek ters çevrilmiş ve ifadeler olumlu hale getirilmiştir.

III. BULGULAR

Araştırmaya katılan doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla korelasyon ve regresyon analizine başvurulmuştur.

Belirlenen 16 değişken ile doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumları arasında yapılan korelasyon analizinin sonuçları Tablo 3'de verilmiştir. Tablo incelendiğinde, belirlenen 16 değişkenden 6'sı ile ilaç mümessillerine yönelik tutum arasında istatistiksel olarak anlamlı korelasyonlar bulunduğu görülmektedir. İlaç mümessillerinin gerekliliğine inanma, satış tarzını uygun bulma, ilaç mümessilleri tarafından sağlanan katkılar ve ilaç bilgi ve eğitim desteği ile doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumları arasında pozitif ve anlamlı korelasyonlar bulunmaktadır. Başka bir deyişle, ilaç mümessillerinin gerekli olduğuna inanan, ilaç mümessillerinin kullandığı satış tekniklerini agresif bulmayan, verdikleri bilgileri doğru ve güvenilir bulan, yaptığı çalışmalarda ilaç mümessilleri veya firmalarının önemli finansal katkılar sağladığını düşünen doktorlar ilaç mümessillerine yönelik olumlu bir tutum sergilemektedir.

Tablo 3: İlaç Mümessillerine Yönelik Tutum ve Seçilen Değişkenler Arasındaki Korelasyonlar.

Bağımsız değişkenler	İlaç mümessillerine yönelik tutum	p
	Korelasyon katsayısı (r)	
İlaç mümessillerinin gerekliliği	0,433	0,000
İlaç mümessillerinin satış tarzı	0,416	0,000
İlaç mümessillerinin sağladığı finansal katkılar	0,3610	0,000
İlaç mümessillerinin bilgi ve eğitim desteği	0,5170	0,000
Meslektaşların yaklaşımı	0,0120	0,895
Fakülteden mezuniyet süresi (yıl)	0,1050	0,236
Uzmanlık süresi (yıl)	0,0480	0,589
Günlük ortalama hasta sayısı	-0,1750	0,047
Haftada ziyaret eden İlaç mümessili sayısı	-0,1160	0,189
Hasta bakımına ayırdığı zaman (%)	-0,0360	0,684
Öğretime ayırdığı zaman (%)	-0,0840	0,343
Araştırmaya ayırdığı zaman (%)	-0,0240	0,786
İdari işlere ayırdığı zaman (%)	-0,0780	0,381
Muayenehane (0= yok, 1= var)	0,1860	0,035
Yaş	0,0960	0,282
Cinsiyet	-0,0460	0,603

Ayrıca, doktorların günlük ortalama hasta sayıları ve muayenehanelerinin bulunup bulunmaması ile ilaç mümessillerine yönelik tutum arasında da istatistiksel olarak anlamlı korelasyonlar bulunmaktadır. Bu korelasyon katsayıları incelendiğinde, günlük hasta sayısı arttıkça, muhtemelen doktorun ilaç mümessiline zaman ayırmak istememesi nedeniyle, ilaç mümessillerine yönelik olumsuz tutum geliştirdikleri görülmektedir. Diğer taraftan, Tablo 3’den, bir muayenehanesi bulunan doktorların, ilaç mümessillerine yönelik daha olumlu tutum geliştirdikleri anlaşılmaktadır. Burada da, doktorların ilaçlar konusunda bilgi gereksinimlerini ilaç mümessilleri aracılığıyla gidermelerinin etkisinin olduğu söylenilebilir.

Belirlenen diğer değişkenler ile doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumları arasında ise istatistiksel olarak anlamlı korelasyonlar bulunamamıştır.

Doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumlarında belirlenen değişkenlerin etkilerini ortaya koymak amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları ise Tablo 4’de verilmiştir. Regresyon modeli bağımlı değişkendeki değişimin %56’sını açıklamakta olup, model istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 4: Regresyon Analizi Sonuçları.

	B	Std. Hata	Std. B	t	p
İlaç mümessillerinin gerekliliği	0,262	0,060	0,316	4,406	0,000
İlaç mümessillerinin satış tarzı	0,152	0,062	0,174	2,452	0,016
İlaç mümessillerinin sağladığı finansal katkılar	0,172	0,048	0,241	3,552	0,001
İlaç mümessillerinin bilgi ve eğitim desteği	0,492	0,096	0,364	5,133	0,000
Meslektaşların yaklaşımı	0,151	0,090	0,109	1,671	0,098
Fakülteden mezuniyet süresi (yıl)	0,037	0,038	-0,369	-0,967	0,336
Uzmanlık süresi (yıl)	0,020	0,014	0,176	1,405	0,163
Günlük ortalama hasta sayısı	-0,001	0,002	0,034	0,430	0,668
Haftada ziyaret eden ilaç mümessili sayısı	-0,002	0,010	-0,013	-0,177	0,860
Hasta bakımına ayırdığı zaman (%)	-0,022	0,009	0,619	2,305	0,023
Öğretime ayırdığı zaman (%)	-0,021	0,010	0,320	2,120	0,036
Araştırmaya ayırdığı zaman (%)	-0,017	0,010	0,322	1,713	0,090
İdari işlere ayırdığı zaman (%)	-0,026	0,010	0,433	2,605	0,010
Muayenehane (0= yok, 1=var)	0,195	0,142	0,098	1,376	0,172
Yaş	0,009	0,034	0,093	0,261	0,794
Cinsiyet	-0,049	0,130	-0,025	-0,377	0,707

$R^2=0,562$ Ayarlanmış $R^2=0,500$ $F=8,994$ Anlamlılık Düzeyi= 0.000

Tablo incelendiğinde, belirlenen sekiz araştırma hipotezinden üçünün araştırma bulgularıyla desteklendiği anlaşılmaktadır. Bulgular;

- ilaç mümessillerinin gerekliliğine inanan doktorların onlara yönelik daha olumlu tutuma sahip olduklarını ve H₁ hipotezinin desteklendiğini,
- ilaç mümessillerinin bilgi ve eğitim desteği sağladıklarına inanan doktorların onlara yönelik daha olumlu tutumlar geliştirdiklerini ve H₂ hipotezinin desteklendiğini,
- Doktorların, ilaç mümessillerinin satış tarzlarını agresif bulmadıklarını, dolayısıyla da, tutumlarının olumlu olduğunu ve H₃ hipotezinin desteklendiğini,
- İlaç mümessillerinin ve firmalarının bilimsel toplantılara ve araştırma projelerine sağladıkları katkıların, doktorların ilaç mümessillerine yönelik daha olumlu tutum geliştirmelerine hizmet ettiğini ve H₄ hipotezinin desteklendiğini göstermektedir.

Diğer hipotezler ise, araştırmanın bulguları ile doğrulanamamıştır ve ilgili değişkenlerin, doktorların tutumları üzerindeki etkileri istatistiksel olarak anlamlı değildir.

Tablo 4’deki standardize edilmiş regresyon katsayıları incelendiğinde, doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumları üzerinde en büyük etkiye sahip iki değişkenin, sırasıyla, doktorların “hasta bakımına” ve “idari işlere” toplam zamanlarının yüzde olarak ne kadarlık kısmını ayırdıkları olduğu görülmektedir. Araştırmaya göre, doktorlar, ortalama olarak zamanlarının yüzde 59,2’sini hasta bakımına, yüzde 15,2’sini araştırma faaliyetlerine, yüzde 13,1’ini eğitim-öğretim faaliyet-

lerine ve yüzde 11,7'sini de idari görevlere ayırmaktadır. Doktorların hasta bakımı ve idari işler için ayırdıkları sürelerin artması ise, ilaç mümessillerine yönelik tutumlarını olumsuz etkilemektedir.

Üçüncü derecede etkili değişken ise, doktorların, ilaç mümessillerinin bilgi ve eğitim destekleri konusundaki inançlarıdır. İlaç mümessillerinin bilgi ve eğitim desteği sağladığına inanma, doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumlarını olumlu yönde etkilemektedir.

Doktorların eğitim faaliyetleri için ayırdıkları zamanın artması ise ilaç mümessillerine yönelik tutumlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Bu zaman arttıkça, belki de, ilaç mümessillerine ayrılan zamanı bir kayıp olarak görme nedeniyle, tutum da olumsuz yönde gelişmektedir.

Doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumları üzerinde etkili olan diğer değişkenler ise, ilaç mümessillerinin gerekliliğine, ilaç mümessillerinin ve firmalarının finansal katkı sağladıklarına inanma ve satış tarzlarını kabul edilebilir bulmadır.

SONUÇ

Bir çok ülkede olduğu gibi, ilaç reklamlarının yasak olduğu ülkemizde, ilaç mümessilleri ilaç firmalarının doktorlara ulaşmalarında, onları bilgilendirmede ve kendi firmalarının ilaçlarının hastalara yazılması konusunda ikna etmede önemli görevler üstlenmişlerdir. Firmaların doktorlara yönelik gerçekleştirdikleri tutundurma faaliyetlerinin büyük bir bölümü ilaç mümessilleri aracılığıyla gerçekleştirilmekte ve firmalar tarafından gerek ilaç mümessilleri gerekse ilaç mümessilleri aracılığıyla gerçekleştirilen tutundurma faaliyetleri için büyük miktarlarda bütçeler ayrılmaktadır. İlaç mümessillerinin firmaları tarafından kendilerinden beklenen görevleri etkin bir şekilde yerine getirebilmeleri ise, herşeyden önce, hedef kitlelerinin, yani, doktorların kendilerine yönelik sahip oldukları tutumlardan etkilenebilmektedir.

Kayseri'de sağlık hizmeti sunan doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumlarının belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada önemli bazı bulgular ortaya konulmuştur. Araştırmanın ortaya koyduğu bulgulardan birisi, ilaç mümessillerinin özellikle yeni ürünler konusunda kendilerine önemli bilgiler sağladıklarına inanmaları, doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumlarını olumlu yönde etkilediğidir. Bu bulgu Huston (1993) ve Andaleeb ve Tallman (1995) tarafından yapılan araştırmaların bulgularıyla da benzerlik göstermektedir. Huston (1993) yapmış olduğu çalışmada doktorların ilaç mümessillerinden sağlanan bilgileri, tıp dergileri ve tıbbi konferanslar ve sempozyumlardan sonra, en önemli üçüncü bilgi kaynağı olarak gördüklerini ortaya koymuştur. Benzer şekilde, Andaleeb ve Tallman (1995) da bulgularında, doktorların ilaç mümessillerini yararlı bir bilgi kaynağı olarak gördüklerini tespit etmişlerdir.

Doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumlarını etkileyen diğer bir faktör ise, ilaç mümessilleri ve firmaları tarafından bilimsel çalışmalar, konferanslara katılma vs. için sağlanan finansal katkılardır. Araştırmanın bulguları, ilaç mümess-

sillerinin ve firmalarının bu tür finansal katkı sağladığına inanan doktorların ilaç mümessillerine yönelik olumlu tutum geliştirdiklerini göstermektedir. Huston (1993) ve Andaleeb ve Tallman (1995 ve 1996) tarafından yapılan araştırmalar da, bu tür katkı ve desteklerin olması halinde doktorların satış mümessillerine ve firmalara yönelik daha olumlu tutumlar geliştirdiklerini göstermekte, Kayseri’de yapılan bu araştırmanın sonuçlarını desteklemektedir.

Huston (1993) ve Andaleeb ve Tallman (1995)’in bulgularının aksine, Kayseri’de sağlık hizmeti sunan doktorların ilaç mümessillerinin satış tarzlarını kabul edilebilir buldukları görülmekte ve bu sonuç kısmen de olsa, Ziegler vd. (1995)’nin bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Ziegler vd. (1995) tarafından yapılan araştırmada, 10 doktordan 4’ünün ilaç mümessillerinin verdiği bilgileri belirli bir ilacı yazmak için inandırıcı buldukları ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde, Andaleeb ve Tallman (1996) tarafından yapılan diğer bir araştırmada da, ilaç mümessillerinin satış tarzlarının doktorlar tarafından negatif olarak algılanmadığı ortaya konulmuştur.

Diğer taraftan, doktorların hasta bakımına, idari işlere ve eğitim faaliyetlerine ayırdıkları zamanın artması, ilaç mümessillerine yönelik tutumlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Burada, doktorların zaman yetersizliği sorunuyla karşı karşıya kalmaları; dolayısıyla da, muhtemelen ilaç mümessillerine ayıracak zamanlarının olmamasının ve/veya ilaç mümessillerine ayırdıkları zamanı bir kayıp olarak değerlendirmelerinin bir etkisinin olduğu söylenilebilir.

Genel olarak bakıldığında, doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumlarının olumlu olduğu söylenilebilir. Ancak, bu araştırmanın ana kitlesini Kayseri’deki doktorların oluşturması nedeniyle, araştırma sonuçlarını genelleştirirken dikkatli olmakta fayda vardır. Benzer nitelikteki araştırmaların, farklı bölgelerde uygulanması ve sonuçlarının karşılaştırılması, doktorların ilaç mümessillerine yönelik tutumlarını daha net bir şekilde anlamaya yardımcı olacaktır. Ayrıca, bu araştırma sadece doktorlar üzerinde yapılmıştır. Bu konuda ilgili diğer gruplar üzerinde de, örneğin eczaneler, bir uygulama yapılabilir. Benzer şekilde, ilaç mümessillerinin doktorlarla ilgili düşünceleri incelenebilir ve bulunan sonuçlar karşılaştırılabilir. Benzeri bir araştırma ise, doktorların ilaçla ilgili tüm tutundurma çabalarına yönelik tutumlarıyla ilgili yapılabilir böylece ilaç sektöründe en uygun ve yararlı tutundurma yöntemi belirlenebilir.

KAYNAKÇA

- ANDALEEB, S. S. and R. F. TALLMAN (1995), "Physician Attitudes Toward Pharmaceutical Sales Representatives" **Health Care Management Review**, 20 (3), pp. 68-76.
- ANDALEEB, S. S. and R. F. TALLMAN (1996), "Relationships of Physicians with Pharmaceutical Sales Representatives and Pharmaceutical Companies: An Exploratory Study" **Health Marketing Quarterly**, 13 (4), pp.79-89.
- FERGUSON, R. P. (1989), "Training the Resident to Meet the Detail Men" **The Journal of The American Medical Association**, (261), pp. 992-93.
- "Getting Good Value From Drug Reps" **Drug Therapy Bulletin**, 21 (1983), pp. 13-15.
- GRIFFITH; D. (1999), "Reasons For Not Seeing Drug Representatives" **British Medical Journal**, 319 (7202), pp. 69-70.
- HUSTON, P. (1993), "Doctors Want More Industry-Sponsored Meetings" **Medical Marketing and Media**, 28 (March), pp. 48-53.
- LEXCHIN, J. (1989), "Doctors and Detailers: Therapeutic Education or Pharmaceutical Promotion?" **International Journal of Health Services**, 19 (4), pp. 663-79.
- MA, J. AND L. M. COCKBURN (2003), "A Statistical Analysis of the Magnitude and Composition of Drug Promotioning the United States in 1998" **Clinical Therapeutics**, 25 (5), pp. 1503-1517
- MCKINNEY, P.W., D. SCHIEDERMAYER, N. LURIE, D. SIMPSON, J. GOODMAN, and E. RICH (1990), "Attitudes of Internal Medicine Faculty and Residents toward Professional Interaction with Pharmaceutical Sales Representatives" **The Journal of The American Medical Association**, 264 (13), pp. 1693-97.
- MEYER, R. B. (1988), "Improving Medical Education in Therapy" **Annals of Internal Medicine**, 108 (January), pp. 145-47.
- SHAUGHNESSY, A. F., and D. C. SLAWSON (1996), "Pharmaceutical Representatives: Effective If Used with Caution" **British Medical Journal**, 312 (7045), s.1494.
- WAUD, D. (1992), "Pharmaceutical Promotions - A Free Lunch?" **The New England Journal of Medicine**, 327 (5), pp. 351-53.
- WILSON, G. J. (1990), "Training Sales Reps 1990s Style" **Medical Marketing and Media**, 25 (11), pp. 17-28.
- YÜKSEL, C. A. (1996), "Hekimlerin İlaç Tercihinde Pazarlamanın Önemi ve Seçim Kararlarında Etkili Pazarlama Vasıtalarının Belirlenmesine Yönelik Pilot Araştırma," **Yönetim**, 7 (25), ss. 26-41.
- ZIEGLER, M. G., P. LEW and B. C. SINGER (1995), "The Accuracy of Drug Information from Pharmaceutical Sales Representatives," **JAMA, The Journal of The American Medical Association**, 273 (16), pp.1296-1298.