

ҚР ДЕНСАУЛЫҚ САҚТАУ МИНИСТРЛІГІ
С.Ж.АСФЕНДИЯРОВ АТЫНДАҒЫ
ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ МЕДИЦИНА УНИВЕРСИТЕТІ



МИНИСТЕРСТВО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РК
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.Д. АСФЕНДИЯРОВА

КАФЕДРА: Денсаулық сақтау саясаты және басқару

Тақырыбы: Дәлелді медицинаны дәрілік заттарды қолдану құралы ретінде. Дәрілік заттарды жарнамалау.

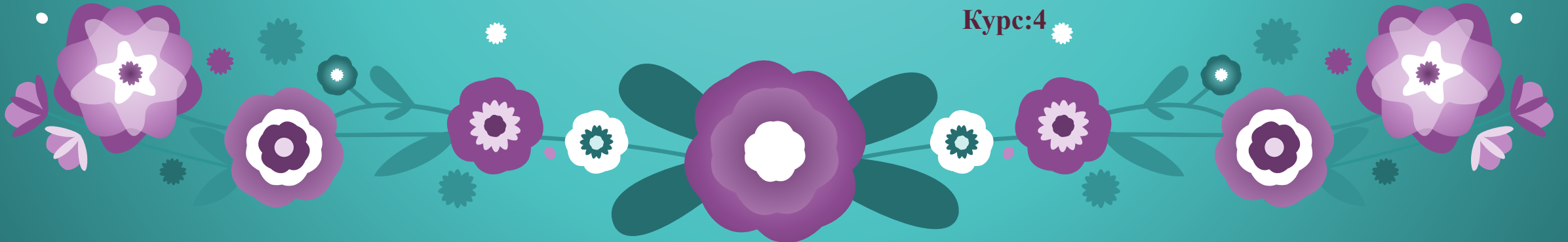
Орындаған: Есім Х.Қ.

Қабылдаған: Джумагазиева О.Ж

Факультет: Фармация

Топ: Фа12-002-02

Курс:4



Жоспар:

❖ *КІРІСПЕ*

□ ДӘЛЕЛДІ МЕДИЦИНАҒА ТҮСІНІК

❖ *НЕГІЗГІ БӨЛІМ:*

□ ДӘЛЕЛДІ ФАРМАЦИЯ

□ **Дәлелді жарнама**

□ **Дәрілік препараттарды жариялаудағы жаңылыс белгілер**

□ **Жарнамалардың дәрігерлерге тигізген әсері**

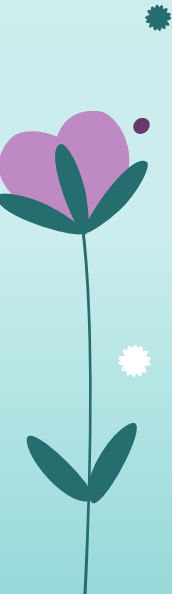
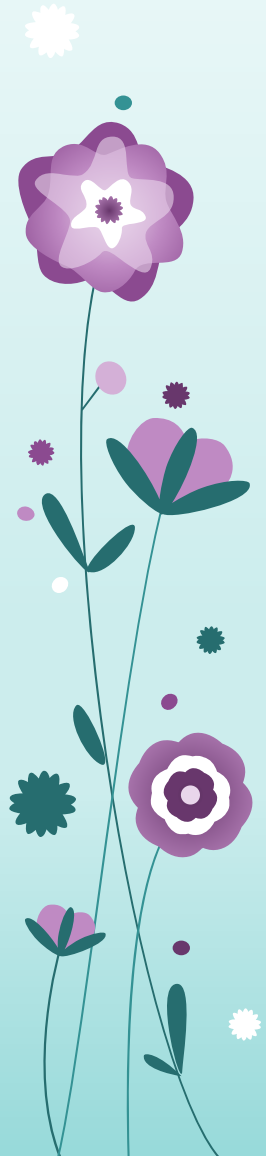
❖ *ҚОРЫТЫНДЫ*

❖ *ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР*

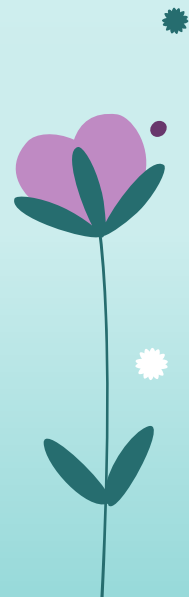
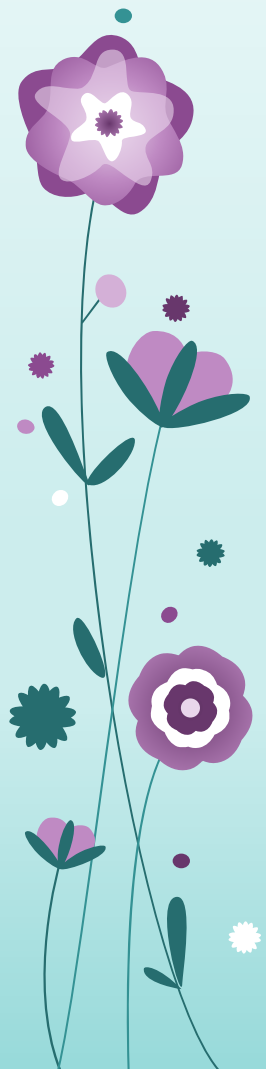
Кіріспе

Дәлелді медицина-дегеніміз дәлелдерге негізделген медицина, ол клиникалық зерттеулер жүргізіп, оларға баға беру және нәтижесін қолдануға бағытталған әдістердің жиынтығы.

Дәлелді медицина 1980 жылдың аяғында дамып, барлық медицина саласында жұмыс істейтіндердің және медициналық көмекті қажет ететіндердің назарын тез аударды.



1960 жылы Генрик Вульф өз тәжірибесінде ДМ-ға “Рациональды медициналық тәжірибе” деп анықтама берді. Қолданылған әдіс, білімді дәрігерлердің немесе медициналық көмекті қажет ететіндердің көз қарасымен-жақсы ғылыми экспериментте тексерілген. Дәрілік заттарды шығаратындар- препараттарының сатылымын жоғарлату үшін, медициналық тәжірибенің жаңа жақтарын немесе әртүрлі материалдарды және аспаптарды қолданады.

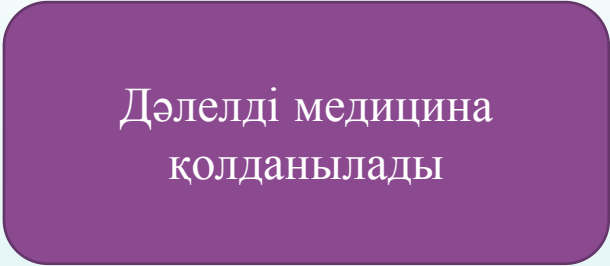


Дәлелді фармацияны қалыптастыру және дамыту:

- *Термин «Дәлелді Фармация» Терминін 2000 ж Кристин Вонк тәжірибеге енгізді;*
- *2001 жылы, Ф. Вайфин Кохран қоғамындағы (Ұлыбритания) «Дәлелді Фармация» Кітабында Дәлелді медицина үшін жанама ретінде Дәлелді фармация дамуының бағыттарын көрсетті.*

Дәлелді фармация (англ. Evidence-based Pharmacy)

- фармакоэкономикалық деректерге негізделген және фармацевтикалық көмекті және дәрілік заттарды қолдану бойынша тиімділігі, қауіпсіздігі туралы сенімді деректерді тиімді фармакотерапия үшін экономикалық пайданы құруға бағытталған қазіргі заманғы фармация бағыты.
- **Міндеті** - жинау, сақтау, бағалау және дәлелді фармакотерапиялық ақпаратты дәрігерлер, фармацевтер, және тұтынушы- пациенттерге ұсыну

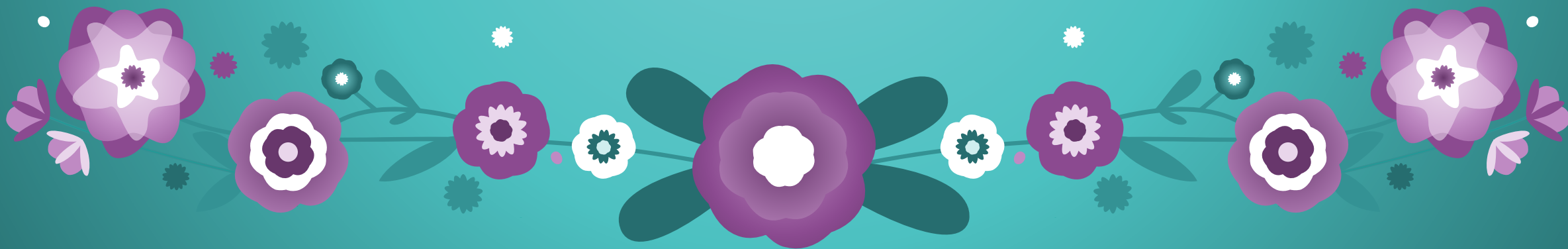


Дәлелді медицина
қолданылады

- ✓ Препараттарды тіркеуге алуда шешім қабылдауда
- ✓ Емдеу жұмыстары бойынша рекомендация жасағанда
- ✓ Емдеу стандартын жасағанда және емдеу схемасы жайлы шешім қабылдауда
- ✓ Профилактика программасы бойынша шешім қабылдағанда:
вакцинация, скрининг
- ✓ Дәрілік зат өндірісінде өндірушілерге жаңа препарат алуда және маркетингте қолданылады
- ✓ Денсаулықты сақтау жүйесінің зерттеулерінде

Жарнама

Жарнама (реклама) (франц. Reclame, лат. Reclamo –жар саламын)- тауарлардың, қызмет көрсетудің тұтынушылық қасиеті туралы ақпарат беру және оған деген сұранысты көбейту мақсатында таратылатын хабарлама. Жарнама көпшілік ақпарат құралдары (теледидар, радио, газет, интернет, плакаттар, т.б.) арқылы жүзеге асатын коммуникацияның ақылы түрі болып табылады.



Бұл дәлелденген!

ДМ тұралы буклет және журналдарда “Бұл зерттелген”, “Дәлелді медицина”, “Сенімді дәлел”, деген жарнамалар шыға бастады. “Дәлелді медицина” фразасынан басқасын естімегендер үшін бұл қабылдау жақсы жұмыс істеген, бірақ сатушыларға аз жәрдем берді. Шынымен де, адамдардың көбісі бұл ұранды естігеннен кейін тек дәлелденген препараттарды сатып алуға тырысты, сондықтанда бұл сатушыларға кедергі келтірді. Бірақ адамдардың арасында, тәжірибеде дәлелденді, бірақ шын мәнінде түкке тұрғысыз заттар жайындағы жарнамаға сенуге дайындар да аз емес.

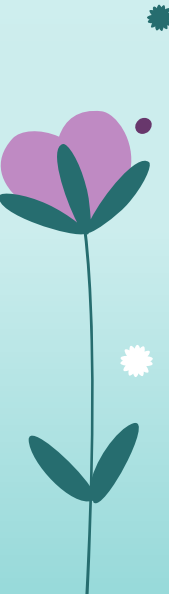
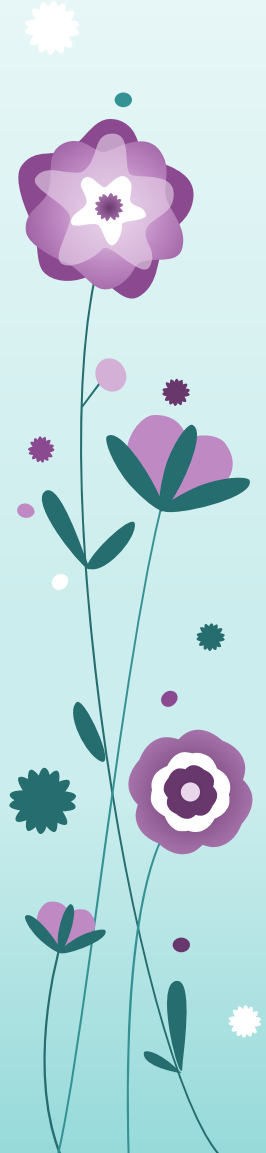
Дәлелді жарнама

80 жылдары, ДМ-ның қалыптасуының және дәрігерлердің ақпаратқа деген құрметінің есебінен, жарнама жариялауды өзгертуге талап жоғарлады. Жарнамаға мұндай талаптар ДДСҰ және IFPMA (Дүние жүзілік Фармацевтикалық өндіріс федерациясы) тарапынан қойылады.



IFPMA(Дүние жүзілік Фармацевтикалық өндіріс федерациясы) кодекстерінде, жарнамада дәрілік заттарды таныстыру тұралы мынадай ескертулер талап етіледі:

- Сатылымдағы аты
- Қабылданған аты
- Шығарылған өнім үшін жауапты компанияның аты, адресі немесе агенті
- Көрсеткіштердің жеңіл формулировкасы



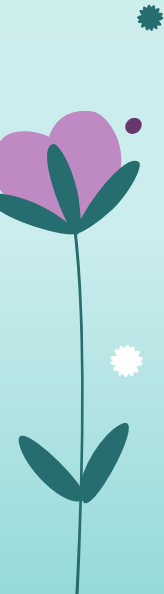
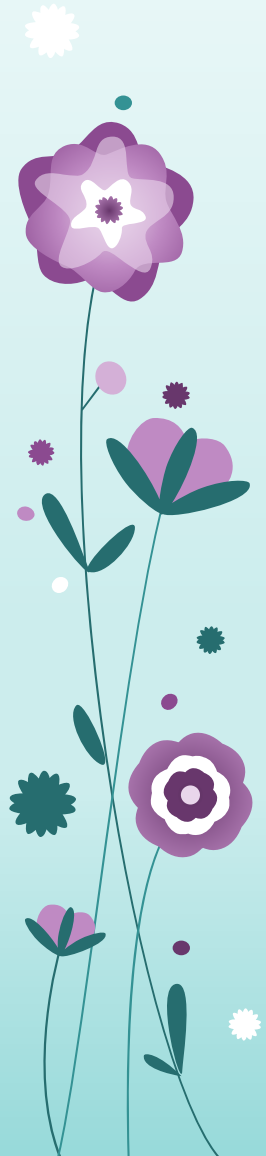
ДДСҰ бұл талабтарға қосымша жарнамада мынадай ақпараттар болуы қажет деп санайды:

- Жанама әсерлері және маңызды асқынулары
- Кері көрсеткіштері және ескертулер
- Басқа дәрілік заттар мен әсер етуінің негізі
- Негізгі әдебиеттерге сілтеме



- **Дәрілік заттарды жарнамалау**

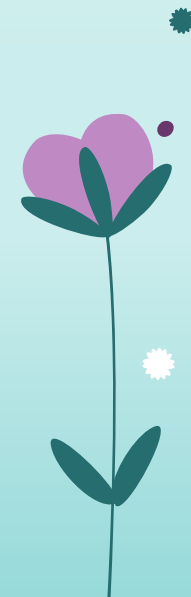
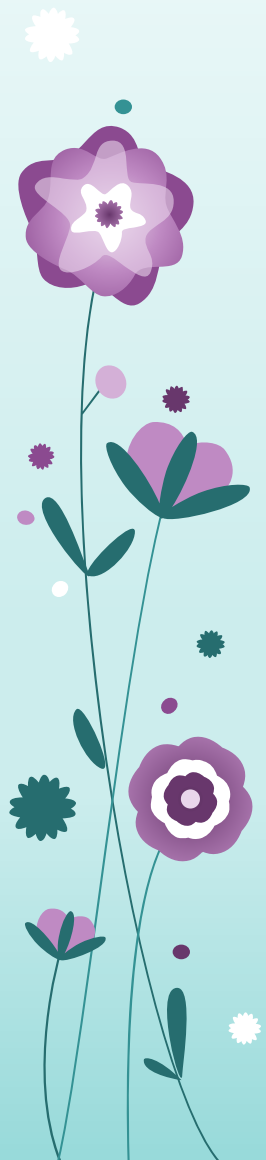
- **"Қазақстан Республикасында дәрілік заттардың жарнамасына рұқсаттар беру ережесін бекіту туралы" Қазақстан Республикасы Денсаулық сақтау министрінің 2004 жылғы 18 тамыздағы № 640 бұйрығында көрсетілген.**



Дәрілік заттардың жарнамасына қойылатын жалпы талаптар

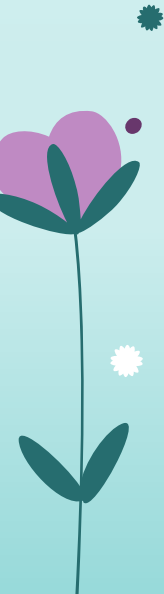
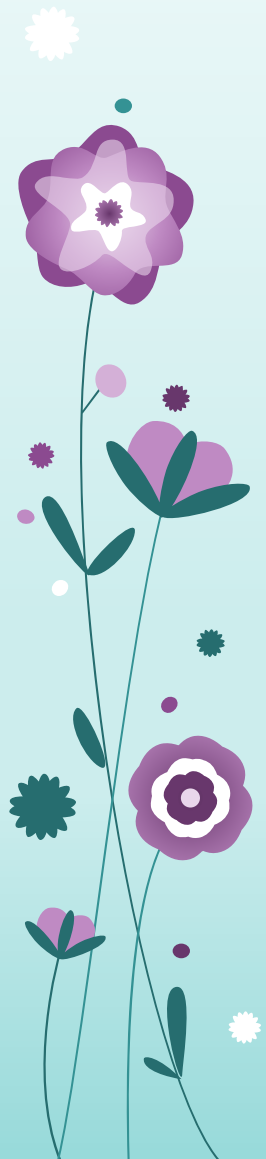
- жарнамалатын зат дәрілік зат болып табылатыны және медицинада қолданылатыны айқын түсінікті болатындай нысанда ұсынылуы қажет.
- ұтымды қолданылуына ықпал етуі, дәрілік зат туралы дұрыс ақпарат беруі, терапиялық қасиеттерін асыра көрсетпеуі тиіс.
- Жарнаманың нысанына қарамастан, дәрілік заттың жарнамаланатын қасиеттері клиникалық зерттеулерде алынған және қолдану жөніндегі нұсқаулықта көрсетілген деректерге сәйкес келуі тиіс.

- Дәрігерлердің рецептері бойынша босатылатын құрамында есірткі құралдары, психотроптық заттар, прекурсорлар бар дәрілік заттар және дәрілік заттардың жарнамасы тек қана медицина және фармацевтика қызметкерлеріне арналып есептелген мамандандырылған басылымдарда жүзеге асырылуы мүмкін.
- дәрілік заттардың жарнамасына мемлекеттік органның рұқсатын бергеннен кейін ғана жарнаманы орналастыруға құқылы.



Дәрілік заттардың жарнамасы

- Мамандарға арналған жарнама
- Халық арасында таратылатын жарнама

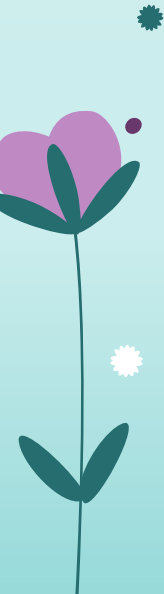
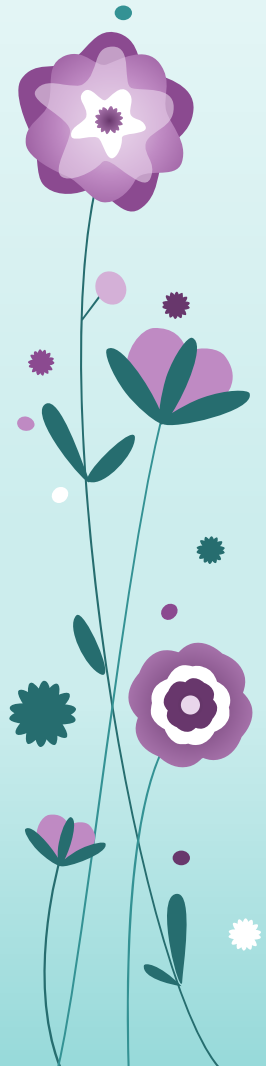


Мамандарға арналған жарнамада міндетті түрде мына мәліметтері болуы тиіс:

- 1) дәрілік заттың сауда атауы;
- 2) халықаралық атауына сәйкес белсенді заттың атауы;
- 3) белсенді заттың (заттар) мөлшерлеуге ұстауы (шығарылу нысаны);
- 4) қолдану жөніндегі нұсқаулыққа сәйкес негізгі қолдану көрсетімдер;
- 5) қолдану жөніндегі нұсқаулыққа сәйкес негізгі жанама құбылыстары мен жағымсыз реакциялары;
- 6) өндірушінің және/немесе сауда өкілінің аты, мекен-жайы;
- 7) дәрілік затты босату санаты;
- 8) қолдану сызбасы;
- 9) қарсы көрсетімдері, ескертулер мен аталған дәрілік затты сақтықпен қолдану қажеттігі жөніндегі ақпарат;
- 10) басқа дәрілік заттармен өзара әрекеттесу.

- *Дәрілік заттардың халыққа арналған жарнамасы ұғымды тілде жазылуы керек және дәрілік заттарды дұрыс қолдануға қажетті мынадай ақпараттар болуы тиіс:*

- 1) сауда атауы;
- 2) негізгі қолдану көрсетімдері;
- 3) қолдану тәсілі мен мөлшері;
- 4) дәрілік заттарды қолдану жөніндегі нұсқаулықтың (аннотация-қосымша) анық әрі көрнекі ұсыным;
- 5) өндірушінің немесе сауда өкілінің аты мен мекен-жайы.



Дәрілік препараттарды жариялаудағы жаңылыс белгілер

- Қоғамдық жарнама (транспорттар, қоғамдық орындарда)
- Денсаулық сақтау specialistтеріне бағытталған жарнамалар(уәкілетті органдағы медицина қызметкерлердің жарнамаға түсуі)
- Жаңа шыққан дәрілерді, образецтерді тегін ұсыну
- Дәрінің тез арада сатылуын спонсорлау, дәрігерлер мен фармацевттерді осы шаруаларға араластыру
- Ғылыми конгресстерде дәрігерлердің қатысуын спонсорлау
- Жаңа дәрінің тез сатылуы үшін фармацевттерге, дәрігерлерге финанстық, әлде басқа да материалдық кепілдіктерді ұсыну



Лицензиясы жоқ тұлғаның жарнамасы

Медициналық қызметпен айналысуға лицензиясы жоқ тұлғалардың көрсететін қызметтерін жарнамалауға тыйым салынады.

Көрсетілетін қызметтердің, дәрілік заттардың, медициналық мақсаттағы бұйымдар мен медициналық техниканың сарапшы органның жарнама материалына алдын ала сараптамасынан кейін уәкілетті органның рұқсаты негізінде жүргізіледі



- **Тіпті қарапайым жарнамалар, басқа адамдар сияқты дәрігерлерге де әсерін тигізді. Олар жарнаманы пайдалы ақпараттардың қайнар көзі деп есептеді. Соңғы 20 жылдары жүргізілген күрделі зерттеулер оның қауіптілігін анықтады. Өйткені жарнамада қажет емес ақпараттарды хабарлайды және маңызды сұрақтарға жауап бермейді.**
- **Дәрігерлер де жарнамаға сенгендіктен, ал жарнамада толық ақпарат берілмегендіктен, ДМ дәрігерлерді жарнамадағы ақпараттарды сыншыл пайдалануға ғана емес, сонымен қатар терапиялық және диагностикалық зерттеулерді үйретті.**

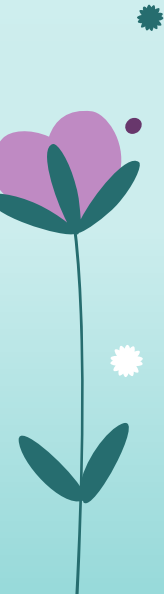
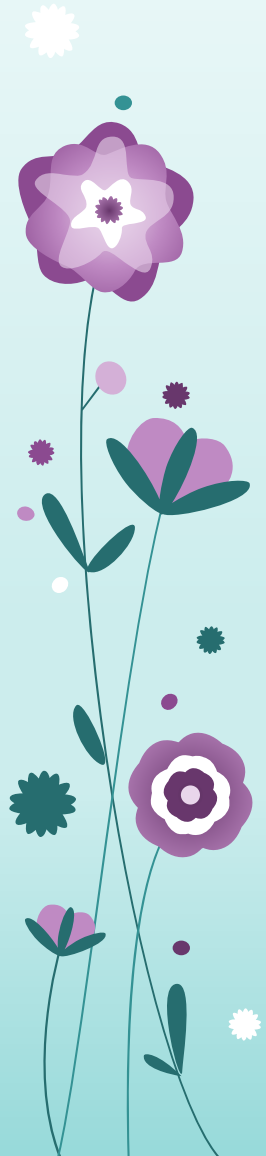


Қорытынды

- ДМ күрделі зерттеулер арқылы дәлелденген дәрілік заттарды қолдану науқастарды емдеуде жақсы нәтиже көрсетті. Дәрігерлер және медициналық көмекті қажет ететіндер үшін тиімді нәтиже береді.
- Дәрілік препараттарды жаңылыс белгілері бойынша жарнамалау өте орынсыз. Кез келген препаратты алмас бұрын, міндетті түрде дәрігерді нұсқауы бойынша қабылдаған жөн.
- Өзін өзі емдеу соңында екі есе шығынды, денсаулықтың төмендеуінің салдары болып табылады. Жарнамаға сеніп, дәрілерді нұсқаусыз қабылдаудан аулақ болыңыз.

Пайдаланган әдебиеттер:

- ❖ www.eso-online.ru
- ❖ www.coollady.ru
- ❖ www.tar.uz
- ❖ Батюшин, М.М. Нефрология: основы доказательной терапии : учебное пособие / М.М. Батюшин ; под ред. В.П. Терентьева. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2005. - 348 с. 616.6 Б-289 Аб/науч



**НАЗАРЛАРЫҢЫЗГА
РАХМЕТ !!!**

