

СӨЖ

Дәлелді медицина дәрілік препараттарды насихаттау құралы ретінде. Дәрілік препараттарды жаңылыс жарнамалаудың белгілері.

Дайындаған: Сералиева Ж.К. , Туремурат Г.,
Салихова Ж.

101 топ

Кіріспе

- Соңғы он жылдықта денсаулық сақтау саласында «Дәлелді медицина» бағыты зор орын алуда. **Дәлелді медицина (ДМ)** – бұл жеке науқасқа емдік әс-әрекеттерінің тиімділігі сапалы ғылыми зерттеулерде дәлелденген жағдайда ғана қолдану қағидасын сақтаумен ерекшеленетін медицина тәжірибесінің бір түрі.
- **ДМ** – бұл науқас мүддесіне қолдануға арналған іздеу, салыстыру, қорытындылау арқылы алынған және кеңінен таралған дәлелдерге негізделген медицина бөлігі. (**Evidence -Based Medicine Working Group, 1993**).



ДМ негізгі постулат

- *Әрбір клиникалық шешім қатаң дәлелденген ғылыми дәлелдемелерге сүйене отырып жасалуы керек!*

ДӘРІЛІК ДЕРТТЕРДІҢ ДАМУЫНА ӘКЕЛЕТІН СЕБЕПТЕР:

- Ел арасында дәрілерді қабылдаудың көбейіп кетуінен.
- Дәрілерді жеңіл табудан адамдардың өзін - өзі емдеудің кең тарап кетуінен.
- Дәрілердің жағымсыз әсерлері туралы ел арасында медициналық ақпараттардың болмауы немесе тым аз болуынан.
- Ауруларды емдеу үшін көптеген дәрілерді орынсыз тағайындаудан.



ДӘРІЛЕРДІ ТАҢДАУДАҒЫ АЛҒЫШАРТТАР:

Бүгінгі қоғамдағы дәрігерлердің адам денсаулығын емдеу жолындағы қайшылық- дәрі тағайындау, яғни көптеген фармацевтикалық фирмалардың жарнамалауындағы дәрілердің таңдауға түсуі болып табылады. Сондықтан ең бірінші фарм.қ компаниялардан дәріні сатып алмастан бұрын оның фармакодинамикасы мен фармакокинетикасын, тасымалдануы мен биожеткіліктігін, жағымсыз әсерлерін айқындап алу керек.



ФАРМАКОПАНИЯНЫҢ ДӘРІЛІК ПРЕПАРАТТАРДЫ ШЫҒАРУДАҒЫ ТАЛАПТАР

- Дәрілік препараттардың физиологиялық механизмі, және оның эффективтілігі.
- Препараттың максимальды эффективтілігін анықтау үшін бір топ пациенттермен бірлесіп жұмыс істеу
- Препаратты плацебомен салыстыру, терапевтикалық дозасын бақылау.
- Барлық салыстырылған зерттеулерге диаграмма құру, рандомизацияланған бақылау құру.
- Салыстыру барысында кездескен қателіктер мен жағымсыз теріс әсерлерді есепке алу.

-
- Максимальды визуальды эффект арқылы график құру, ол график сызықтық, логарифмдік шкалалар арқылы дұрыс құрылу керек.
 - Басқа дәрілер эффектілерімен салыстыру.
 - Классикалық иерархия құру арқылы рандомизацияланған бақылау жүргізу, когортты, кездейсоқ зерттеулер арқылы жүйелік метаанализ құру.
 - Препаратты пайдаланған кем дегенде үш адамнан сауалнама алу
 - Препаратты сатылымға шығарар алдында тексерілгенін және бағасын көрсету керек.

ФАРМАЦЕВТИКАЛЫҚ ФИРМАЛАР МЕН ҚОҒАМ АРАСЫНДАҒЫ БАЙЛАНЫС:

1. Дәрігер немесе тұтынушы фармацевтикалық компанияның өкілімен белгіленген уақытта бару, тек өзіне өзін қызықтырған препарат жайында сөйлесу.
2. Әңгіме барысына бақылау жасау, өзіне керекті мәлімет жөнінде ғана сөйлесу.
3. Препарат жайында белгілі журналдарға шығарылған мәліметтер бар екенін сұрау.
4. Осы препаратты пайдалану жөнінде маманнан кеңес сұрау.
5. Компаниядан дәрінің қауіпсіздігі жөніндегі талаптар:
 - Қауіпсіздігі: жағымсыз әсер қалдыратын қасиеттері жайында
 - Тасымалдануы: Организмге енгізгеннен кейінгі мүшелерге таралып, сіңуі.
 - Эффективтілігі: басқа препараттармен салыстырғандағы жоғарғы көрсеткіштер

ЖАРНАМАНЫҢ НЕГІЗГІ ТҮРЛЕРІ:

БАҒЫТЫ БОЙЫНША:

- ТҰТЫНУШЫЛЫҚ ТАУАРЛАР ЖАРНАМАСЫ
- БИЗНЕС ЖАРНАМАСЫ

ТАРАЛУЫ БОЙЫНША:

- ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ЖАРНАМА.
- ҰЛТТЫҚ ЖАРНАМА.
- АЙМАҚТЫҚ ЖАРНАМА.
- БЕЛГІЛІ МАҚСАТҚА ЖАРНАМА.

ТАРАЛУЫ ЖОЛДАРЫ БОЙЫНША:

- БАСПАХАНАЛЫҚ ЖАРНАМА
- РАДИО ЖАРНАМА
- ТЕЛЕДИДАРЛЫҚ ЖАРНАМА
- ТАСЫМАЛДАУШЫЛЫҚ ЖАРНАМА
- АРНАЙЫ ЖАРНАМА

МАҚСАТЫНА ҚАРАЙ:

- ТАУАРЛЫҚ ЖӘНЕ ҚЫЗМЕТТІК ЖАРНАМА
- КОММЕРСИЯЛЫҚ ЖАРНАМА
- КОММЕРСИЯЛЫҚ ЕМЕС ЖАРНАМА

- ✘ ДӘРІ-ДӘРМЕК ЖАРНАМАСЫ МЕМЛЕКЕТТІК БАҚЫЛАУДА БОЛАДЫ, ЯҒНИ БҰЛ БЕЛГІЛІ БІР ДЕНСАУЛЫҚ САҚТАУ ОРГАНДАРЫ МЕН ҚАДАҒАЛАНАДЫ. ДӘРІ -ДӘРМЕКТЕРДІҢ ТІРКЕЛМЕГЕНІ, ДӘРІГЕР РЕЦЕПТІМЕН БЕРІЛЕТІНІ ЖАРНАМАҒА ШЫҒАРЫЛМАЙДЫ. ДӘРІ-ДӘРМЕК АЙНАЛЫМДА ЖҮРУІН ДДСҰ НОРМАЛАРЫ АРҚЫЛЫ ҚАТАҢ БЕЛГІЛЕНЕДІ.

Саудалық атауы

Мақұлданған атауы

**Дәлелдемелермен
бекітілген**

**Препарат
таралуына
жауапты
компаниялардың
атауы мен мекен -
жайы**

**Ақпарат сұралым
бойынша қол
жетімді**

ДДСҰ бойынша жарнамада болуы қажет ақпараттар:

Жағымсыз әсері мен асқынулары

Қарсы көрсеткіштер мен ескертулер

Басқа препараттармен бірге әсер етуі

Сілтемелер әдебиеттерге сәйкес келуі

ДЗ жарнамасының дұрыс емес белгілері:

- **ДЗ әсер ету механизмі ғана көрсетілсе;**
- **1-2 пациентте эффективтілігі бақыланса;**
- **Науқас дәріні қабылдағанға дейін нашар болып, қабылдаған соң жақсы сезінсе;**
- **Ешқандай науқаста жағымсыз әсері байқалмаса;**
- **Барлық науқаста жақсы эффект байқалса;**
- **Өте жақсы препарат!!! Басқа дәрілермен салыстырымы жоқ???**
- **Мәліметтер жарияланбаған(тек фирма мәліметтері бар);**
- **РБС болмауы.**