

4. Atitudinea medicilor și farmaciștilor față de automedicație diferă: acceptă automedicația fără comentarii: 15,20% din farmaciști și 7,47% medici; acceptă cu anumite condiții: 31,30% din medici și 45,94% farmaciști; resping automedicația categoric: 60,94% din medici și 34,79% din farmaciști; 4,07% din farmaciști și 0,29% medici s-au abținut să comenteze această problemă.
5. Principala direcție de optimizare a procesului de automedicație este transformarea automedicației libere, riscante și iresponsabile în una controlată și responsabilă având la bază conceptul de serviciu farmaceutic esențial, realizat de către farmacia comunitară. În acest scop este necesară intensificarea instruirii farmaciștilor practicieni.

Bibliografie

1. Bezverhni Z., Optimizarea serviciilor prestate de farmaciile comunitare în contextul regulilor de buna practica de farmacie, Autoref. tezei de dr. farm. Chișinău 2011. 30 p.
2. Council of Europe. Committee of Ministers. Resolution AP(97)2 on the development of the function of pharmacists and the adaptation of their initial training, adopted by the Committee of Ministers on 30 September 1997 at the 602nd meeting of the Ministers 'Deputies. <http://wcd.coe.int>
3. Cristea Aurelia Nicoleta. Farmacie Clinica Volumul I, Editura medicală, 2007, 428p.
4. Ordinul MS RM nr. 489 din 15.07.2010 „Cu privire la Nomenclatorul serviciilor farmaceutice esențiale și indicatorii de calitate”.
5. Pharma Business. Revista de management farmaceutic., Creșterea rolului de consilier al farmacistului. 2010, p.4
6. Recomandări metodice pentru farmaciști „Servicii farmaceutice esențiale și asigurarea calității lor.” Autori M. Brumarel, Z. Bezverhni, Chisinau, 2010, 59p.
7. Spinei L. Epidemiologie și metode de cercetare. Chișinău, 2006, 224p.

UNELE ASPECTE ALE PROMOVĂRII MEDICAMENTELOR ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Mihail Brumărel, Stela Adauji, Angela Țurcanu

Catedra Farmacie Socială „Vasile Procopișin”, USMF „Nicolae Testemițanu”

Summary

Some aspects of medicines' promotion in the Republic of Moldova

As a result of the analysis of medicines' advertisement on some TV stations in Moldova it has been identified some infringements of the national and the international regulations. So, there is a stimulation of irrational use of medicines, which damages public health.

Rezumat

În rezultatul analizei spoturilor publicitare privind promovarea medicamentelor la unele posturi de televiziune din Republica Moldova s-a constatat că au loc unele încălcări ale legislației în vigoare, precum și a organismelor internaționale, astfel că are loc stimularea utilizării irațională a medicamentelor, prejudiciind astfel sănătatea populației.

Actualitatea

Medicamentele joacă un rol-cheie în asigurarea sau menținerea stării de sănătate a oamenilor, însă, nu întotdeauna ele sunt utilizate rațional.

Utilizarea rațională a medicamentelor presupune utilizarea lor corectă, adecvată și corespunzătoare. Aceasta înseamnă că pacienții administrează medicamente, în doze corespunzătoare, corect, atunci, când este necesar, în perioada de timp relevantă și la cel mai mic

cost pentru ei, și evită medicamente care nu sunt necesare, sau a căror utilizare este puțin probabilă să conducă la beneficii pentru sănătate.

Un factor cheie care determină volumul vânzărilor, inclusiv a medicamentelor este promovarea lor. Însă în cazurile în care prioritatea vânzărilor de medicamente este plasată deasupra priorităților în promovarea sănătății publice, ea poate duce la o utilizare excesivă, și la utilizarea irațională de medicamente. Acestea, la rândul lor, conduc la un risc sporit de reacții adverse și creșterea costurilor sănătății.

Conform estimărilor Organizației Mondiale a Sănătății (OMS) circa 50% din toate medicamentele utilizate în practica medicală sunt prescrise, eliberate sau realizate necorespunzător, iar fiecare al doilea pacient administrează preparatele medicamentoase incorect. Mai mult de 50% din toate țările nu duc o politică de fond pentru a promova utilizarea rațională a medicamentelor. În țările în curs de dezvoltare, mai puțin de 40% dintre pacienții din sectorul de stat și 30% din pacienții din sectorul privat sunt tratați în conformitate cu ghidurile clinice.

Cele mai grave consecințe ale utilizării iraționale a medicamentelor sunt: *Creșterea permanentă a rezistenței la preparatele antimicrobiene.* Utilizarea în exces și irațională a antibioticelor duce la creșterea rezistenței antimicrobiene, în consecință un număr tot mai mare de medicamente devin ineficiente în tratamentul bolilor infecțioase. Rezistența duce la un curs prelungit al bolii, prelungirea tratamentului în staționar, deseori se soldează cu un final letal. *Apariția reacțiilor adverse la medicamente și la erori de medicație.* Reacțiile adverse la medicamente cauzate de abuz în utilizarea lor, reacțiile alergice pot duce la agravarea bolii și iarăși deseori se soldează cu un final letal. *Subminarea încrederii pacienților în sistemul de sănătate.* Utilizarea excesivă a unui număr limitat de medicamente poate duce la lipsa lor, sau realizarea lor la prețuri inaccesibile care au ca rezultat subminarea încrederii pacienților. Rezultatele nesatisfăcătoare sau negative în procesul tratamentului, cauzate de utilizarea necorespunzătoare a medicamentelor, de asemenea pot submina încrederea.

Obiectivele

În contextul celor expuse mai sus și reieșind din faptul că un rol deosebit în utilizarea medicamentelor îl are procesul de promovare a lor către publicul larg am stabilit scopul lucrării: Analiza și aprecierea din punct de vedere a conținutului a publicității medicamentelor către publicul larg la diverse canale de televiziune și corespunderea publicității cerințele normelor legislative în vigoare ale Republicii Moldova, recomandărilor OMS și Directivelor Uniunii Europene în acest domeniu. Ca rezultat al realizării scopului studiului ne-am propus de a propune unele recomandări autorităților de reglementare din Republica Moldova pentru a îmbunătăți activitățile de promovare a medicamentelor către publicul larg.

Material și metode

Studiul dat reprezintă o cercetare selectiv-discriptivă. Datele primare, conținutul spoturilor publicitare, au fost acumulate prin metode de observare directă, cronometrare și înregistrare.

Rezultate și discuții

Care sunt recomandările organismelor internaționale și prevederile legislației naționale în cei ce țin de publicitatea față de medicamente pentru publicul larg. În Uniunea Europeană a fost adoptată *Directiva Consiliului din 31 martie 1992 "Cu privire la publicitate pentru medicamentele de uz uman" (92/28/EES)*, prevederile căreia au stat la baza legislațiilor naționale a țărilor membre a UE de la 1 ianuarie 1993.

Conform ei Publicitatea medicamentelor pentru publicul larg ar trebui să asiste în luarea deciziilor inteligente cu privire la utilizarea medicamentelor OTC, care în mod oficial sunt propuse pentru realizare. În elaborarea materialelor promoționale ar trebui să fie luate în considerare dorința legitimă a oamenilor să primească informații cu privire la sănătatea lor, însă abuzul asupra tendinței oamenilor de a avea grijă de sănătatea lor nu ar trebui să persiste. Nu

sunt admise pentru publicitate medicamentele, pe bază de prescripție medicală sau utilizate în tratamentul pacienților cu boli grave, care pot fi prescrise doar de un medic calificat.

Legea Republicii Moldova nr. 1227-XIII din 06.27.1997 Cu privire la publicitate, dă următoarea definiție a publicității: publicitate (reclamă) - informație publică despre persoane, mărfuri (lucrări, servicii), idei sau inițiative (informație publicitară, material publicitar) menită să suscite și să susțină interesul public față de acestea, să contribuie la comercializarea lor și să ridice prestigiul producătorului.

Legea interzice publicitate neloială, înșelătoare, publicitate lipsită de etică. Publicitatea aceluiasi produs poate fi plasată nu mai mult de două ori cu durata de nu mai mare de două minute într-o oră de emisie TV (prevedere în vigoare și pentru medicamente).

Nemijlocit pentru medicamente publicitatea este reglementată de Legea Cu privire la medicamente prin care interzice publicitatea medicamentelor, ce nu sunt înregistrate în Republica Moldova, stabilește că publicitatea medicamentelor trebuie să întrunească următoarele cerințe: să fie veridică, obiectivă și bazată pe documente oficiale, să nu stimuleze populația la folosirea excesivă a medicamentelor, să nu producă o impresie exagerată despre compoziția și originea medicamentului sau calitățile lui medicale, este interzisă publicitatea medicamentelor prin care consumatorului i se sugerează că administrarea lor ii va ameliora starea sănătății, iar renunțarea la ele se va solda cu agravarea ei, publicitatea care afirmă că medicamentul nu are reacții adverse sau care îndeamnă să nu fie consultat medicul iar informația despre medicamente nu trebuie să inducă în eroare consumatorul.

Tabel

Frecvența spoturilor publicitare la medicamente pentru publicul larg
la unele posturi de televiziune.

Canalul de televiziune	Medicamentele promovate	Frecvența promovării după perioade	
		01-17.12.2010	01-17.04.2011
NIT	Nurofen forte	13	10
	Nurofen pentru copii	10	9
	Rennie	-	45
	Mezym forte	-	34
	Najatox	-	24
N4	Nurofen răceală și gripă	19	-
	Rennie	-	38
	Mezym forte	-	34
PRO TV	Otilin	4	-
	Tribelus	4	11
PRIME	Bromhexin Berlin-Chemie	7	2
	Mezym forte	-	13
	Triferment	-	15
HTB	Nurofen forte	15	13
	Nurofen răceală și gripă	11	-
	Kamistad baby	-	12
	Fastum Gel	-	10
MOLDOVA 1	Mezym forte	5	10
	Cystone	-	12
	Liv 52	-	12

Pentru a aprecia în ce măsură sunt respectate prevederile legislative privind publicitatea medicamentelor către publicul larg la diverse canale televizate, a fost monitorizată apariția

reclamei la televizor la următoarele canale: „NIT”, „Moldova 1”, „Prime”, „HTB”, „N 4”, „PRO TV Chișinău”. Monitorizarea a fost efectuată între orele 18⁰⁰ și 20⁰⁰, timp considerat de maximă audiență, în perioadele: 1 - 17 decembrie 2010, când publicitatea se consideră a fi mai scumpă, deoarece are loc stimularea auditoriului înainte de Sărbătorile de Crăciun și Anul Nou, și 1 - 17 aprilie 2011, atunci când se apropie un număr mare de sărbători, și îi face pe ofertanții de reclamă să se evidențieze, cu toate că consumul de medicamente nu este direct condiționat de evenimentele menționate. Spoturile publicitare, prezentate la această oră sunt mai scumpe, însă gradul de influență asupra publicului este cel mai mare.

În funcție de perioada anului de apariție a spotului publicitar nomenclatura medicamentelor se modifică.

În timpul supus monitorizării la posturile de televiziune respective au fost reclamate 12 medicamente în luna decembrie 2010 și 18 medicamente în luna aprilie 2011.

Frecvența spoturilor publicitare pentru diverse medicamente este prezentată în tabel.

Costul spoturilor publicitare sunt în dependență de mai mulți factori: ora de emisie, durata publicității, arealul de acoperire a postului de televiziune și variază între 60 și 1250 € pentru un minut.

Cu cât arealul de acoperite al postului de televiziune este mai mare, cu atât el este mai atractiv pentru furnizorul de publicitate, și cu atât prețul publicității este mai mare.

Conform clasificării ATC 23,0 % din medicamentele reclamate fac parte din grupa A - tractul digestiv și metabolism, 18 % din grupa N – analgezice și medicamente pentru tratamentul organelor respiratorii, mai puține din cele mediatizate au fost din grupa medicamentelor antiinflamatorii și antireumatice, și altele.

Cele mai multe produse reclamate aparțin producătorilor Berlin-Chemie AG (Menarini Group) și Reckitt Benckiser Healthcare International Ltd.

Frecvența spoturilor publicitare pentru medicamente la diverse canale de televiziune este diferită. Numărul medicamentelor supuse publicității a fost cel mai mare la canalele NIT și N4, picul la ambele canale fiind în luna aprilie.

După numărul de spoturi publicitare în decembrie 2010, la NIT, cel mai promovat a fost medicamentul Nurofen forte, iar în luna aprilie 2011 Rennie, utilizat pentru simptome cauzate de aciditate crescută de suc gastric: arsuri la stomac, plenitudine de stomac.

Pe postul de televiziune N4 , în luna decembrie cel mai frecvent a fost reclamat Nurofen pentru răceală și gripă, în aprilie, Rennie.

Pe postul de televiziune PRO TV în decembrie 2010, mai des decât alte medicamente au fost Otilin și Tribelus, în aprilie frecvența pentru Tribelus a fost de 11 ori.

Pe postul PRIME în aprilie 2011 a fost cel mai frecvent reclamat Mezym forte, și Triferment.

Pe postul NTV de cele mai multe ori atât în decembrie 2010 cât și aprilie 2011 a fost promovat Nurofen forte.

Pe postul Moldova1 au fost publicitate mult mai puține medicamente decât pe alte posturi, dar a fost promovat Mezym forte în ambele trimestre ale anului.

Analizând conținutul spoturilor publicitare pentru medicamentele din perioadele menționate mai sus, precum și pentru alte medicamente, ce nu au nimerit în perioadele de monitorizare s-au constatat o serie de încălcări ale prevederilor legislative în vigoare și recomandărilor organismelor internaționale privind publicitatea medicamentelor pentru publicul larg.

Astfel medicamentul **Nurofen Forte** conține un număr mare de contraindicații și efecte secundare: amețeli, anxietate, insomnie, confuzie, insuficiență cardiacă, dificultăți de respirație, și diverse reacții alergice și este contraindicat la pacienții cu insuficiență renală severă. Medicamentul **Mezym forte** provoacă deseori reacții alergice. Publicitatea acestor medicamente pentru publicul larg este absolut irațională. Informația din spotul publicitar pentru medicamentul

Triferment este pronunțată rapid și nu conține recomandarea de a consulta medicul sau farmacistul în caz de necesitate.

Se evidențiază necorespunderi recomandărilor *articolului VIII (Publicitatea) a Directivei Europene 2001/83/CE, conform căreia publicitatea nu trebuie:*

- ✓ *să stimuleze utilizarea excesivă a medicamentelor* - (publicitatea pentru **Rinzasip**, în care familia selectează medicamentul după preferință);
- ✓ *să creeze impresia, că nu este necesară consultația sau intervenția medicului, în particular, presupunerea diagnozei posibile* - (publicitatea pentru **Prostamol-Uno**, recomandat la tratarea maladiilor sistemului urogenital, prostatei, contraindicat în maladiile hepatice, tractului gastro-intestinal, care poate duce la micșorarea potenței);
- ✓ *să conțină imagini, scheme sau fotografii ce reflectă modificările în organismul uman survenite în urma maladiei, deteriorările sau acțiunile medicamentelor asupra corpului sau părților lui* - (publicitatea pentru **Chondroitin**, unde schematic este prezentată coloana vertebrală, demonstrându-se cum dispare procesul inflamator în urma aplicării gelului pe porțiunea);
- ✓ *să fie destinată exclusiv copiilor, accentuând calitățile gustative* - (publicitatea pentru **Nurofen pentru copii**, efectele adverse ale căruia sunt tulburări digestive, durere de stomac, greață, reacții alergice: agravarea astmului bronșic sau erupții cutanate. Rareori pot să apară: echimoze, ulcer, hemoragii digestive sau scaun de culoare închisă, cu aspect lucios);
- ✓ *să inspire că efectul tratamentului medicamentos este garantat fără apariția efectelor adverse* - (publicitatea pentru **Nurofen**, efectele adverse ale căruia sunt durere sau disconfort gastric, greață, ulcer gastric, scaun colorat în negru, erupții cutanate, mâncărime, acutizarea astmului bronșic, respirație șuierătoare inexplicabilă sau dificultăți în respirație, tulburări hepatice și renale, dureri de cap, somnolență, amețeli și tulburări ale auzului, și, rareori, descuamarea pielii, umflarea feței).

Deseori informația din spoturile publicitare conține o supraapreciere a efectelor terapeutice a medicamentului reclamat.

Astfel, expresia (l. rusă) “**Мезим - для желудка незаменим**”, face impresia pentru consumator că medicamentul este de neînlocuit, pe când în realitate sunt un șir de analogi similari după componență și acțiune. Expresia nu corespunde nici locului acțiunii în organism. Conținând fermenți ai pancreasului î-și începe acțiunea terapeutică în duoden.

Informația din spotul publicitar despre medicamentul **Coldexphan** invocă că preparatul are o acțiune rapidă, ce înlătură simptomele răcelii și gripei. În realitate însă medicamentul manifestă multiple efecte adverse și prezintă risc în rezultatul utilizării lui excesive.

Analizând publicitatea pentru medicamente la unele posturi de televiziune din Republica Moldova se constată că spoturile publicitare și informația textuală oferă publicului larg o informație insuficientă despre medicamente:

- nu se atenționează despre restricții, inclusiv *în combinație cu alte medicamente, în dependență de vârstă, de doză, condiționări despre starea organismului, contraindicații, maladii cronice, etc.*);
- nu se atenționează despre posibilele efecte adverse;
- informația este direcționată spre o automedicație necontrolată;
- deseori creează impresia despre lipsa necesității consultării medicului;
- nu se atenționează că pentru administrarea unor medicamente este necesară consultația medicului.

Concluzii și recomandări

1. Baza legislativă privind reglementarea publicității la medicamentelor în Republica Moldova necesită o perfecționare cu includerea recomandărilor este OMS și Directivele Consiliului Europei în acest domeniu.
2. Analiza spoturilor publicitare pentru medicamente la canalele de televiziune, demonstrează că ele stimulează utilizarea irațională a medicamentelor, prejudiciind astfel sănătatea populației.
3. Asupra utilizării raționale a medicamentelor o influență benefică o are complexul de măsuri, cum ar fi supravegherea și instruirea furnizorilor de servicii medicale, de educație a consumatorilor de medicamente, aprovizionarea adecvată cu medicamente, influența separată a oricărei dintre aceste măsuri are doar un impact limitat.

Bibliografie

1. Directiva Consiliului Comunității Europene din 31 martie 1992 "Cu privire la publicitate pentru medicamentele de uz uman" (92/28/EES). Art. 8.
2. Legea cu privire la medicamente, nr. 1409-XIII din 17.12.97 cu modificările ulterioare. Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 52-53 din 11.06.1998
3. Legea cu privire la publicitate, nr. 1227-XIII от 27.06.97. Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 67 din 16.10.1997
4. World Health Organization (1988). Ethical criteria for medicinal drug promotion. Geneva, WHO

ANALIZA CHELTUIELILOR PENTRU STABILIREA TARIFELOR LA PREPARAREA FORMELOR MEDICAMENTOASE EXTEMPORALE ÎN FARMACIA UNIVERSITARĂ "VASILE PROCOPÎȘIN"

Stela Adauji, Mihail Brumărel, Olesea Tarnovschi

Catedra Farmacie Socială „Vasile Procopișin”, USMF „Nicolae Testemițanu”

Summary

The analysis of expenditures regarding tariffs for compounding of extemporaneous medicines in University Pharmacy „Vasile Procopișin”

As a result of detailed analysis of Compounding medicines department activity using variable indicators, a considerable growth of production volume of extemporaneous medicines according to the individual prescriptions was determined, which constitutes 86% in 2010 compared to 2008. Taxa laborum for compounding of extemporaneous medicines according to individual prescriptions, as well as medicines in stock, taking into consideration expenditures occurred in 2010 has been calculated and proposed for implementation.

Rezumat

În rezultatul analizei detaliate a activității secției Forme magistrale după diverși indicatori, s-a constatat o creștere considerabilă a volumului de preparare a formelor medicamentoase conform prescripțiilor individuale cu 86% în anul 2010 față de 2008. A fost calculată și propusă pentru implementare în secția Forme magistrale a farmaciei universitare "Vasile Procopișin" Taxa Laborum la prepararea formelor medicamentoase conform rețetelor magistrale și sub formă de elaborări, luând în considerație cheltuielile suportate în anul 2010.

Actualitatea

Sistemul farmaceutic din Republica Moldova reprezintă un domeniu specific al economiei, ce include producerea, realizarea, păstrarea și distribuirea produselor farmaceutice și