

У Вас зазвонил телефон...



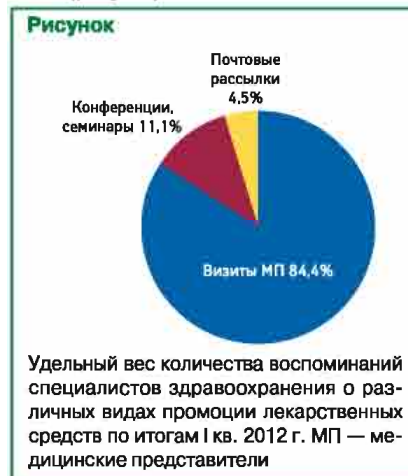
В условиях стремительного темпа, которым характеризуется развитие медицинской и фармацевтической науки, в профессии врача есть одна насущная потребность — постоянное, буквально ежедневное повышение своей профессиональной квалификации. Для этого существуют целые академии последипломного образования, проводятся курсы повышения квалификации, а также различные научно-практические мероприятия — конгрессы, симпозиумы, семинары и конференции. В их ходе врачи-практики получают новую информацию в той или иной области медицины, знакомятся с мнением ведущих отечественных и зарубежных экспертов, обмениваются опытом с коллегами, узнают о новых продуктах и подходах к диагностике и лечению. Однако и этого мало. Но где найти время на процесс непрерывного профессионального усовершенствования?

Если многие работают на 1,5 ставки, часами трудятся в операционных, бегают по участку до позднего вечера? И в таком цейтноте необходимо еще умудриться найти время для семьи.

Вот здесь на помощь и приходят медицинские представители — это сотрудники фармацевтических компаний, зачастую с высшим медицинским образованием, имеющие за плечами не один год работы в практическом здравоохранении, хорошо знающие проблемы, с которыми сталкиваются в своей повседневной работе врачи, и готовые предложить им самый современный и эффективный путь их решения. За время визита, который длится несколько минут, врач может узнать о результатах последних проведенных в мире исследований, об открытиях в медицине и фармации, о новых препаратах, их ценах и доступности для пациента. Учитывая низкий уровень финансирования государством медицинской отрасли, в том числе и образовательных программ для врачей, именно производители лекарственных средств играют основную роль в усовершенствовании профессиональных навыков. Соответственно, львиную долю затрат по информационно-образовательной работе берут на себя основные драйверы развития медицины — фармацевтические компании.

Среди всех мероприятий, проводимых фармацевтическими компаниями, которые направлены на продвижение лекарственных

препаратов, по данным системы исследования рынка «PharmXplorer»/«Фармстандарт» компании «Proxima Research», разработанных на основании данных телефонного опроса компании «Морион», наибольшую долю по воспоминаниям врачей в I кв. 2012 г. занимают визиты медицинских представителей (рисунок).



Стоит отметить, что в исследовательском проекте по изучению активности фармкомпаний принимают участие и мно-

гие читатели журнала «Український медичний часопис». Исследование проводится компанией «Морион» ежемесячно в режиме телефонного анкетирования среди врачей 17 специальностей стационаров и поликлинического звена в 30 крупнейших городах Украины. Во время телефонного разговора с врачом оператор нашего call-центра задает несколько вопросов, касающихся их практической деятельности и взаимодействия с медицинскими представителями.

Полученные данные статистически обрабатываются и в обобщенном (обезличенном) виде используются для подготовки аналитических публикаций, статей и т.д. Результаты опроса служат основой для формирования целостной картины о процессах, происходящих на фармацевтическом рынке, а также основных тенденциях медицины в разрезе специальностей.

В зависимости от специальности врача активность взаимодействия с медицинскими представителями имеет свои особенности. Например, лекарственное средство, которое активно промотировали среди урологов, практически не предлагалось у психиатров и, соответственно, не назначалось ими, и наоборот. Для наглядности предлагаем вашему вниманию

Таблица 1

Топ-5 брендов лекарственных средств по количеству воспоминаний о назначениях среди врачей различных специальностей по итогам I кв. 2012 г.

| Специальность | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------|------------------|--------------------|------------------|----------------|---------------------|
| Терапевты/семейные врачи | АУГМЕНТИН | БЕРЛИПРИЛ | КАРДИОМАГНИЛ | БИСОПРОЛОЛ | КОНКОР |
| Гинекологи | ДУФАСТОН | УТРОЖЕСТАН | СУМАМЕД | ЦЕФТРИАКСОН | ГЕКСИКОН |
| Педиатры | СУМАМЕД | АУГМЕНТИН | ЦЕФОДОКС | ГРОПРИНОЗИН | ЛАЗОЛВАН |
| Неврологи | АКТОВЕГИН | ЦЕРАКСОН | ДИКЛОБЕРЛ | ЦЕРЕБРОЛИЗИН | КАВИНТОН |
| Хирурги | ЦЕФТРИАКСОН | ДЕКСАЛГИН | ДЕТРАЛЕКС | КЛЕКСАН | ДИКЛОБЕРЛ |
| Кардиологи | КАРДИОМАГНИЛ | КОНКОР | БИСОПРОЛОЛ | АТОРИС | БИ-ПРЕСТАРИУМ |
| Анестезиологи | РЕФОРТАН | ДЕКСАЛГИН | РЕОСОРБИЛАКТ | ЦЕФТРИАКСОН | ЦИБОР |
| Ортопеды/травматологи | ДИКЛОБЕРЛ | ДЕКСАЛГИН | МОВАЛИС | НИМЕСИЛ | ЦЕФТРИАКСОН |
| Отоларингологи | СИНУПРЕТ | АУГМЕНТИН | ЦЕФОДОКС | НАЗОНЕКС | ФЛЕМОКЛАВ |
| Психиатры | ГАЛОПЕРИДОЛ | КЛОКСОЛ | РИСПЕРОН | СОЛЕРОН | ЦИПРАЛЕКС |
| Дерматологи/венерологи | ЛОКОИД | ЭЛОКОМ | КУТИВЕЙТ | ЭРИУС | АЛЕРОН |
| Урологи | ОМНИК | КАНЕФРОН | ФОКУСИН | ЦЕФТРИАКСОН | ОФЛОКСИН |
| Эндокринологи | ДИАБЕТОН | ГЛЮКОФАЖ | СИОФОР | АМАРИЛ | L-ТИРОКСИН |
| Офтальмологи | ТРАВАТАН | ФЛОКСАЛ | ВИГАМОКС | ТОБРЕКС | ТОБРАДЕКС |
| Гастроэнтерологи | КРЕОН | КОНТРОЛОК | ГЕПТРАЛ | УРСОФАЛЬК | ОМЕЗ |
| Аллергологи/пульмонологи | СЕРЕТИД | АУГМЕНТИН | БЕРДУАЛ | СИМБИКОРТ | ЛАЗОЛВАН |
| Онкологи | ДОКСОРУБИЦИН | ЦИСПЛАТИН | КАРБОПЛАТИН | ЦИКЛОФОСФАН | ПАКЛИТАКСЕЛ |
| В целом | АУГМЕНТИН | ЦЕФТРИАКСОН | АКТОВЕГИН | СУМАМЕД | КАРДИОМАГНИЛ |

Таблиця 2

Топ-3 спеціалізованих медичних видань по кількості воспоминаний лікарів об їх читанні в разрізє спеціальностей по ітогам I кв. 2012 г.

| Спеціальність | 1 | 2 | 3 |
|--------------------------|---|------------------------------|---|
| Терапевти/сімейні лікарі | НОВОСТИ МЕДИЦИНЫ И ФАРМАЦИИ | УКРАЇНСЬКИЙ МЕДИЧНИЙ ЧАСОПИС | ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ |
| Гінекологи | ЗДОРОВЬЕ ЖЕНЩИНЫ | З ТУРБОТОЮ ПРО ЖІНКУ | УКРАЇНСЬКИЙ МЕДИЧНИЙ ЧАСОПИС |
| Педіатри | ЗДОРОВЬЕ РЕБЕНКА | УКРАЇНСЬКИЙ МЕДИЧНИЙ ЧАСОПИС | НОВОСТИ МЕДИЦИНЫ И ФАРМАЦИИ |
| Неврологи | INTERNATIONAL NEUROLOGICAL JOURNAL | УКРАЇНСЬКИЙ МЕДИЧНИЙ ЧАСОПИС | ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ |
| Хірурги | ХІРУРГІЯ УКРАЇНИ | УКРАЇНСЬКИЙ МЕДИЧНИЙ ЧАСОПИС | КЛІНІЧНА ХІРУРГІЯ |
| Кардіологи | ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ | УКРАЇНСЬКИЙ МЕДИЧНИЙ ЧАСОПИС | НОВОСТИ МЕДИЦИНЫ И ФАРМАЦИИ |
| Анестезіологи | МЕДИЦИНА НЕОТЛОЖНЫХ СОСТОЯНИЙ | УКРАЇНСЬКИЙ МЕДИЧНИЙ ЧАСОПИС | БІЛЬ, ЗНЕБОЛЮВАННЯ І ІНТЕНСИВНА ТЕРАПІЯ |
| Ортопеди/травматологи | ОРТОПЕДИЯ, ТРАВМАТОЛОГИЯ И ПРОТЕЗИРОВАНИЕ | УКРАЇНСЬКИЙ МЕДИЧНИЙ ЧАСОПИС | ТРАВМА |
| Отоларингологи | ЖУРНАЛ ВУШНЫХ, НОСОВИХ І ГОРЛОВИХ ХВОРОБ | УКРАЇНСЬКИЙ МЕДИЧНИЙ ЧАСОПИС | НОВОСТИ МЕДИЦИНЫ И ФАРМАЦИИ |
| Психіатри | НЕЙРО NEWS: ПСИХОНЕВРОЛОГИЯ И НЕЙРОПСИХИАТРИЯ | УКРАЇНСЬКИЙ МЕДИЧНИЙ ЧАСОПИС | НОВОСТИ МЕДИЦИНЫ И ФАРМАЦИИ |
| Дерматологи/венерологи | УКРАЇНСЬКИЙ ЖУРНАЛ ДЕРМАТОЛОГІ, ВЕНЕРОЛОГІ, КОСМЕТОЛОГІ | УКРАЇНСЬКИЙ МЕДИЧНИЙ ЧАСОПИС | ДЕРМАТОЛОГІЯ ТА ВЕНЕРОЛОГІЯ |
| Урологи | УРОЛОГИЯ | УКРАЇНСЬКИЙ МЕДИЧНИЙ ЧАСОПИС | ЗДОРОВЬЕ МУЖЧИНЫ |
| Ендокринологи | INTERNATIONAL JOURNAL OF ENDOCRINOLOGY | УКРАЇНСЬКИЙ МЕДИЧНИЙ ЧАСОПИС | ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ |
| Офтальмологи | ОФТАЛЬМОЛОГИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ | ВЕСТНИК ОФТАЛЬМОЛОГИИ | НОВОСТИ МЕДИЦИНЫ И ФАРМАЦИИ |
| Гастроентерологи | СУЧАСНА ГАСТРОЕНТЕРОЛОГІЯ | НОВОСТИ МЕДИЦИНЫ И ФАРМАЦИИ | УКРАЇНСЬКИЙ МЕДИЧНИЙ ЧАСОПИС |
| Алергологи/пульмонологи | ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ | УКРАЇНСЬКИЙ МЕДИЧНИЙ ЧАСОПИС | НОВОСТИ МЕДИЦИНЫ И ФАРМАЦИИ |
| Онкологи | КЛИНИЧЕСКАЯ ОНКОЛОГИЯ | ОНКОЛОГИЯ | ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ |
| В цілому | УКРАЇНСЬКИЙ МЕДИЧНИЙ ЧАСОПИС | НОВОСТИ МЕДИЦИНЫ И ФАРМАЦИИ | ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ |

топ-5 брендів лікарських засобів по кількості воспоминаний о назначеннях среди лікарів різних спеціальностей по ітогам I кв. 2012 г. (табл. 1).

Активність фармацевтичних компаній також визначається частотою відвідування лікарів медичними представителями, організації конференцій, семінарів для лікарів.

Одільним блоком можна виділити питання, касаючі каналів комунікації як джерел інформації для лікарів: читання спеціалізованих медичних видань і їх інтернет-версій, отримання інформації о препаратах по поштових розсилках по електронній пошті. (табл. 2).

Для успішного ринкового розвитку будь-яка фармкомпанія испытывает необхо-

димость в достоверной и надежной обратной связи с врачами. Благодаря этому компания становится ближе к врачу, понимает его потребности в области повышения профессиональной компетенции и знаний.

С помощью такого рода информации фармкомпания получает прозрачные сведения о восприятии, востребованности и доверии врачей к конкретным препаратам, и в зависимости от полученных результатов она может корректировать свои усилия в образовательных программах и развивать новые проекты, направленные на повышение информационной осведомленности врачей в сфере современных разработок в медицине. То есть, развивать навыки профессиональной аудитории и шагать в ногу со временем.

Таким образом, фармкомпания и врач нуждаются друг в друге. Первые стремятся донести новую необходимую актуальную информацию о новшествах в фармацевтической индустрии, а вторые в повседневной врачебной практике — назначать эффективные современные препараты пациентам, тем самым обеспечивая их эффективной и безопасной терапией.

Наше издание и дальше будет информировать читателей о промоциональной активности фармацевтических компаний, о новых брендах, предпочтениях в назначении тех или иных препаратов среди врачей различных специальностей.

*Пресс-служба
«Украинского медицинского журнала»*

Реферативна інформація

Шоколадопрофілактика серцево-судинних подій



Метаболічний синдром (МС) представляє собою комплекс взаємозв'язаних факторів ризику розвитку серцево-судинних захворювань і сахарного діабета 2-го типу. Ці фактори включають дисглікемію, підвищене артеріальне тиск, підвищений рівень тригліцеридів, низький рівень холестерину ліпопротеїнів високої щільності і ожиріння (в більшій ступені — абдомінальне). Сучасно, поданим різним авторам, поширеність МС серед осіб у віці старше 30 років досягає в промислово розвинутих країнах 10–20% і продовжує рости швидкими темпами, питання профілактики кардіоваскулярних подій у таких пацієнтів особливо актуальні.

Згідно з результатами дослідження австралійських учених, опублікованого в «British Medical Journal», одним з ефективних і недорогих способів профілактики серцево-судинних подій (серцеві приступи, інфаркт міокарда) у осіб з МС є вживання чорного шоколаду (вміст какао-бобів $\geq 60\%$). Припускається, що цей ефект обумовлений обилієм в какаобобах флавоноїдів, цитопротекторний ефект котрих обумовлен їх антиоксидантними властивостями.

Учасниками дослідження стали 2013 пацієнтів з підтвердженим МС, що належать до групи високого кардіова-

скулярного ризику, однак без діагностованих серцево-судинних захворювань і діабета на момент початку дослідження. Всі учасники мали підвищене артеріальне тиск і не приймали антигіпертензивної терапії.

Путем математичного моделювання дослідники установили, що при умові 100% комплаєнса щоденне вживання чорного шоколаду способно передотвратити 70 нефатальних і 15 фатальних кардіоваскулярних подій серед 10 тис. осіб з МС впродовж 10 років. Навіть якщо комплаєнс знизиться до 80%, кількість передотвращених серцево-судинних подій залишиться досить високим — 55 і 10 на 10 тис. осіб впродовж 10 років відповідно. Подсчитано, що 40 австралійських доларів (32 дол. США) на людину в рік можуть бути ефективно витрачені правительством на шоколадопрофілактику, в тому числі на освітні кампанії і субсидування чорного шоколаду серед осіб з високим кардіоваскулярним ризиком.

Zomer E., Owen A., Magliano D.J. et al. (2012) The effectiveness and cost effectiveness of dark chocolate consumption as prevention therapy in people at high risk of cardiovascular disease: best case scenario analysis using a Markov model. *BMJ*, 344: e3657.

BMJ-British Medical Journal (2012, May 31) Dark chocolate could prevent heart problems in high-risk people. *ScienceDaily* (www.sciencedaily.com/releases/2012/05/120531200822.htm).

*Аліна Жигунова
© Alexcoolok/Dreamstime.com/Dreamstock.ru*