

newsחדשות



מודעות בבריאות מצילה חיים

שלחו להדפסה

ראוי לאפשר את המשך ההשקעה של חברות הפארמה בקידום המודעות של הציבור ובהנגשת המידע לחולים תוך שמירה על כללי אתיקה נאותים
עידית צ'רנוביץ

המשוואה בין מודעות הציבור בתחומי הבריאות השונים להצלחת חיים מוכיחה את עצמה במציאות לאורך שנים. במחקר שנערך בארה"ב על קידום המודעות לאבחון מוקדם של סרטן השד נמצא קשר ישיר בין עריכת קמפיינים להעלאת מודעות למחלה, לבין עליה ניכרת בבדיקות האבחון המוקדם בחודש שלאחר מכן. יותר מכך ממצאי המחקר העלו כי, לאורך שנים, נמצא כי חודש המודעות לסרטן השד הוביל לשינוי התנהגות ולביצוע אבחון מוקדם באופן קבוע ולאורך כל חודשי השנה.

לחצו כאן להגדיל הטקסט

במחקר נוסף שפורסם בשנה החולפת על-ידי משרד הבריאות הבריטי נחשף כי תחום השבץ המוחי סובל מתת אבחון וטיפול קשה. לפי הנתונים במחקר, למעלה מ-40% מבעלי הסיכון ל שבץ מוחי אינם מקבלים טיפול מונע. מסקנות המחקר קובעות כי קידום המודעות לגורמי הסיכון למחלה ואיתור אבחון ומתן טיפול מונע יובילו להפחתה ניכרת של התמותה ומספר אירועי השבץ. זאת לצד חיסכון משמעותי של עשרות מיליוני ליש"ט למערכת הבריאות הבריטית עקב הטיפול באירועי השבץ המוחי ותוצאותיו הכוללות נכויות קשות וריבוי ימי אשפוז.

להעלאת מודעות למחלות בקרב הציבור הרחב יש מטרות יעדים ברורים: החל מהגברת מודעות הציבור הרחב לחשיבות של שמירה על אורח חיים בריא, לגורמי סיכון ולצורך בפניה לאבחון מוקדם. כמו כן, העלאת מודעות למחלות תורמת ליידוע המטופל על מצבי המחלה השונים, ומעניקה למטופל מידע וכלים המסייעים לשמירה על איזון ויציבות המחלה ומניעת הידרדרותה. כמו כן, קמפיינים להעלאת מודעות למחלות מגבירים מודעות לטיפולים קיימים וחדשים ומסייעים במיצוי זכויותיו של המטופל מהמדינה, מהביטוחים המשלימים ומחברות הביטוח, בהתאם לזכאותו. מטרות יעדים אלו נועדו לשרת ולסייע לציבור ולמטופל עצמו, בין אם חלקם מצילים חיים באופן ישיר, בין אם תורמים לשיפור איכות חיי המטופל, ובין אם באמצעות חסכון במשאבים במערכת הבריאות על-ידי מניעה.

בישראל, בדומה למדינות המערב, לחברות הפארמה יש תפקיד חשוב בהעלאת מודעות למחלות ולבריאות הציבור. במקרים רבים מודעות למחלות וקידום אורח חיים בריא התחיל בקמפיינים שהובילו חברות הפארמה בהשקעה רבה באופן ישיר או באמצעות איגודי רופאים וחולים ורק שנים לאחר מכן אומצו ומומנו על-ידי משרדי הבריאות והמדינות.



עידית צ'רנוביץ, מנכ"לית פארמה ישראל

לאחרונה משרד הבריאות הסדיר בנהל את אופן קידום המודעות למחלות על ידי חברות הפארמה הרב לאומיות, זאת מעבר להקפדה על כללי אתיקה בינלאומיים מחמירים של החברות עצמן, לצד כללי אתיקה משותפים שעוגנו בקוד אתי נרחב שגובש ונחתם בין ארגון פארמה ישראל, איגוד לשכות המסחר, התאחדות התעשיינים וההסתדרות הרפואית בישראל.

למה מותר לפרסם דברים שגורמים נזק?

בעוד שעל העלאת מודעות לתרופות, שאת יתרונותיה מניתי לעיל חלה רגולציה כבדה, באופן אבסורדי במדינת ישראל עדיין מותר לפרסם מוצרים שלצד הצריכה שלהם נזקים כבדים לבריאות כמו סיגריות, מוצרי טבק, ואלכוהול, (הגם שעל גבי אריזתם ציון אזהרה), שתייה ממותקת, מוצרי מזון המכילים שומן טראנס ברמה גבוהה שלאחרונה נאסרו לשימוש בארה"ב.

הרגולציה החלה על נוהל העלאת קמפיינים למודעות למחלות הולכת על הגבול הדק שבין שמירה על האינטרס הציבורי לבין הגבלה של זכות הציבור לדעת. רגולציה שלעיתים היא בגדר של "משטרת מחשבות" שעלולה לפגוע בחשיבות של קידום המודעות של הציבור למחלות ולבריאות ובכך לשפוך את התינוק עם המים.

במדינה שבה כל מותג חדש של וודקה או שינוי בעיצוב חפיסת סיגריות זוכה לקמפיין פרסום נרחב, בעולם שבו הניו מדיה מדלגת על כל הגבלת מידע ומאפשרת גישה למידע גלובלי בקליק גם אם אינו מדויק בלשון המעטה, ראוי שלפחות יישמר האיזון העדין של זכות הציבור לדעת בתחום הבריאות ראוי לאפשר את המשך ההשקעה של חברות הפארמה בקידום המודעות של הציבור ובהנגשת המידע לחולים תוך שמירה על כללי אתיקה נאותים.

הכותבת היא מנכ"לית פארמה ישראל ארגון חברות תרופות הרב לאומיות המבוססות מחקר ופיתוח.

נושא הרגולציה על מודעות למחלות יעלה לדין בכנס "פארמה ישראל" שיתקיים השנה במסגרת הוועידה הכלכלית הלאומית של כלכליסט ב-1 בספטמבר במלון דייוויד אינטרקונטיננטל בת"א.

לתוכנית הכנס באתר כלכליסט - [לחצו כאן](#)

[חדשות ב-SMS](#) - עדכונים מחדר החדשות של ynet ישירות לסלולרי שלכם.

תגיות: פארמה | בריאות
חזרה