

\* **С.Д.Асфендияров атындағы Қазақ Ұлттық Медицина  
Университеті**

**СӨЖ**

**Тақырыбы: Дәлелді медицина және маркетинг**

**Орындаған: Убайдуллаев.С.А**

**Топ: ЖМ 13-30-01**

**Тексерген:**

**Алматы 2016**

# \* Жоспар

*I. Кіріспе.*

*Дәлелді медицинаның даму тарихы.*

*II. Негізгі бөлім:*

*1. Дәлелді медицина маркетингі .*

*2. Дәлелді медицинаның негізгі базасы.*

*III. Қорытынды.*

*IV. Пайдаланылған әдебиеттер.*

**«...Кез келген білім ақыл ой  
таразысында тартылмаса дәлелді  
бола алмайды, сондықтан ақиқат  
білім бола алмайды»**

**Абу Али Ибн Сина**

- \* дегеніміз бұл нақты науқасты емдеу үшін жақсы клиникалық зерттеулерді дәл және шын жүректен қолдану.
- \* Ғылыми ақпараттарды жинаудың жаңа технологиясы, критикалық талдауы, интерпретациясы.

**\* Дәлелді  
медицина**

# Терминология

Алғаш рет 1990 жылы канадалық Мак-мастер университетінің ғалымдарының бір тобы клиникалық тәжірибесі бар ғылыми мәліметтерді және пациенттердің жеке қалауын жеке медицина бөліміне топтастыруды ұсынды.

Бұл ғылыми-тәжірибелік бөлім қол жетерлік, тығыз және объективті ақпараттардың бүкіл әлемде жүргізілетін клиникалық зерттеулердің заманауи және дәлелденген, яғни қандай да бір емдеу әдісі немесе дәрілік заттарды қолданудың артықшылығын дәлелдейтін, оны "**Evidence-Based Medicine**" (ЕВМ) немесе «ғылыми дәлелденген медицина " (НДМ) деп атайды.

# Дәлелді медицина: пайда болуының алғышарттары

Бұл заңдылық

Ақпаратты болу үшін,  
күніне 20 мақалалар оқу  
қажет

1. Ақпараттар ағымы:  
жылына 4 000 000 астам  
мақалалар  
20 мыңнан астам  
медициналық журналдар
2. Телекоммуникация  
торабының дамуына  
байланысты медициналық  
ақпараттармен алмасу  
көбеюде: әрбір екі жылда  
екі еселенеді

3. Науқас талаптарының  
өсуі
4. Денсаулық сақтау  
шығындарының өсуі
5. Білімнің тез ескіруі
6. Клиникалық зерттеулер  
нәтижелері мен  
қорытындыларының  
қарама қайшылықтары.





\* Фармацевтическая индустрия - это бизнес, который требует своего продвижения. Для этого используется множество средств, в частности, реклама. Она может быть направлена как на потребителя, так и на лечащего врача. Фармпредставители ходят на встречи с врачами с целью продвижения своей продукции и с расчётом на то, что врач не знает основ эпидемиологии и типов клинических исследований. Можно выделить 10 подсказок фармацевтической компании: как выставить препарат в наилучшем свете.

- \* Придумать правдоподобный механизм действия.
- \* При планировании клинического испытания выбрать группу пациентов, клинические характеристики и длительность испытания, при которых эффективность препарата максимальна.
- \* По возможности сравнивать с препаратом плацебо.
- \* Включать результаты пилотных экспериментов в диаграммы полных исследований, для ощущения большого количества людей.
- \* Не упоминать об испытаниях, в которых наблюдались смертельные исходы или побочные эффекты.
- \* Нарисовать графики, не подписывая оси и не указывая шкалы.
- \* Создавать «зависающие» сравнения (лучше - но лучше чего?).
- \* Перевернуть иерархию доказательств, чтобы неконтролируемый опыт превосходил по доказательности РКИ.
- \* Называть известных клиницистов, использующих ваш препарат.



Науқас өзінің ауруы кезінде қандай дәрілерді қолдануға болатынын қандай дәрілерді болмайтынын осы Дәлелдік медицинада жіргізілетін зерттеулердің нәтижесінде біле алады.

Дәлелді медицинаның арнайы тексеру әдістерінен өткен дәрілерге халық сенім білдіреді және еш қорықпай қолдана алады.

## Дәлелді медицинаның фармакотерапиядағы рөлі:

Қазіргі уақытта дәрілік препараттар тез жаңарып отырғандықтан, жаңа дәрілерге зерттеу-тексеру жұмыстары да қарқынды жүргізілуде. Зерттеудің мақсаты – қолданылысқа сапалы әрі пайдалы дәрілерді сұрыптап алып, сапасыз зиянды әсерлері бар препараттарды халық арасында тұтынылуын тоқтату.

**\* Дәлелді медицина – бұл денсаулық сақтауды ұйымдастыру және ауруды емдеу, диагностикасы, алдын алу шаралары бойынша ғылыми-дәлелденген шешімдер қабылдауға мүмкіндік беретін медициналық ақпараттық технология.**

**\* ДМ қолдану алгоритімі**

## \* **С.Ж. Асфендияров атындағы ҚазҰМУ ДМО**

1992 жылы Оксфордта Кохран атымен аталған орталық ашылды, сол жылы Дж. Чалмер Кохран Ассоциациясын ұйымдастырды, ол әртүрлі елдерде бір бірімен байланысатын тор ретінде қызмет етеді.

Ассоциация құрылымында әртүрлі клиникалық бөлімдерді талдау және топтастыру үшін мультидисциплинарлы топтар (мысалы инсульт), салалар (мысалы педиатрия), әдістемелік көзқарастар (мысалы, статистикалық әдіс) ұйымдастырылуда. Әртүрлі шолу топтарының қызығушылығы және тораптары бойынша (мысалы, кәсіпкерлер торабы) координация бөлімі бар.

Ассоциацияның мақсаты: барлық рандомизирленген бақыланатын сынақтар регистрі негізінде жүйелік шолуды дайындайды.

2009 жылдың жиырма тоғызыншы қыркүйегінде **С.Ж. Асфендияров** атындағы ҚазҰМУ дәлелді медицина орталығы құрылды.

Жылдан жылға ДМ орталықтарының сапасы артып отыр, әсіресе біздің елімізде .

Бұл дегеніміз медицина саласының да алдыңғы орындарынан көрінуінен ДМ орталықтарының жұмысы тек қана білімін берумен шектелмейді ,сонымен қатар адамдарға жаңа заманауи медициналық көмек қорсетуі, жаңа технологиялар мен жұмыс жасау. Сапалы білімді арттыру өз нәтижесін беріп отыр .

**Қорытынды .**



# ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР:

- Флетчер Р. Клиническая эпидемиология. Основы доказательной: Пер. с англ. М. Медиа сфера, 2004-264с.
- Власов. ВВ. Введение в доказательную медицину. М. Медиа сфера, 2004-264с
- [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru)
- [www.nur.kz](http://www.nur.kz)
- [www.google.kz](http://www.google.kz)
- Нугманова Д. С. Курс лекций «доказательная медицина». Алматы, АГИУВ, 31.03.08-25.04.08.