Казанский государственный медицинский университет

ПМ 01. Оптовая и розничная торговля лекарственными средствами и отпуск лекарственных препаратов для медицинского и ветеринарного применения

Тема 1.10. Отпуск безрецептурных лекарственных препаратов



МДК 01.02. Розничная торговля лекарственными препаратами и отпуск лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента

Казань, 2026

ПЛАН ЗАНЯТИЯ

1. Общее понятие о безрецептурных лекарственных препаратах.
2. Реклама безрецептурных препаратов.
3. Фармацевтическое консультирование и информирование.
4. Концепция ответственного самолечения.
5. Понятие о валеологии.

1. Общее понятие о безрецептурных лекарственных препаратах

это препараты, состав и действие которых при применении в терапевтических дозах, указанных в инструкции по применению и соблюдаемых пациентами, не вызывает риска развития осложнений или побочных действий
(**over the counter – OTC-препараты**)

- **предназначены** для снятия симптомов неопасных для жизни заболеваний,
- **применяются** в тех клинических ситуациях, когда симптомы заболевания достаточно очевидны, распознаваемы, не требуют уточнения специалиста.

- **эффективность** этой группы препаратов **должна быть доказана** не только клиническими исследованиями, но и продолжительным опытом их практического применения
- обычно в безрецептурную продажу поступают ЛП, практическое применение которых насчитывает **более пяти лет**.



Критерии выбора БЛП

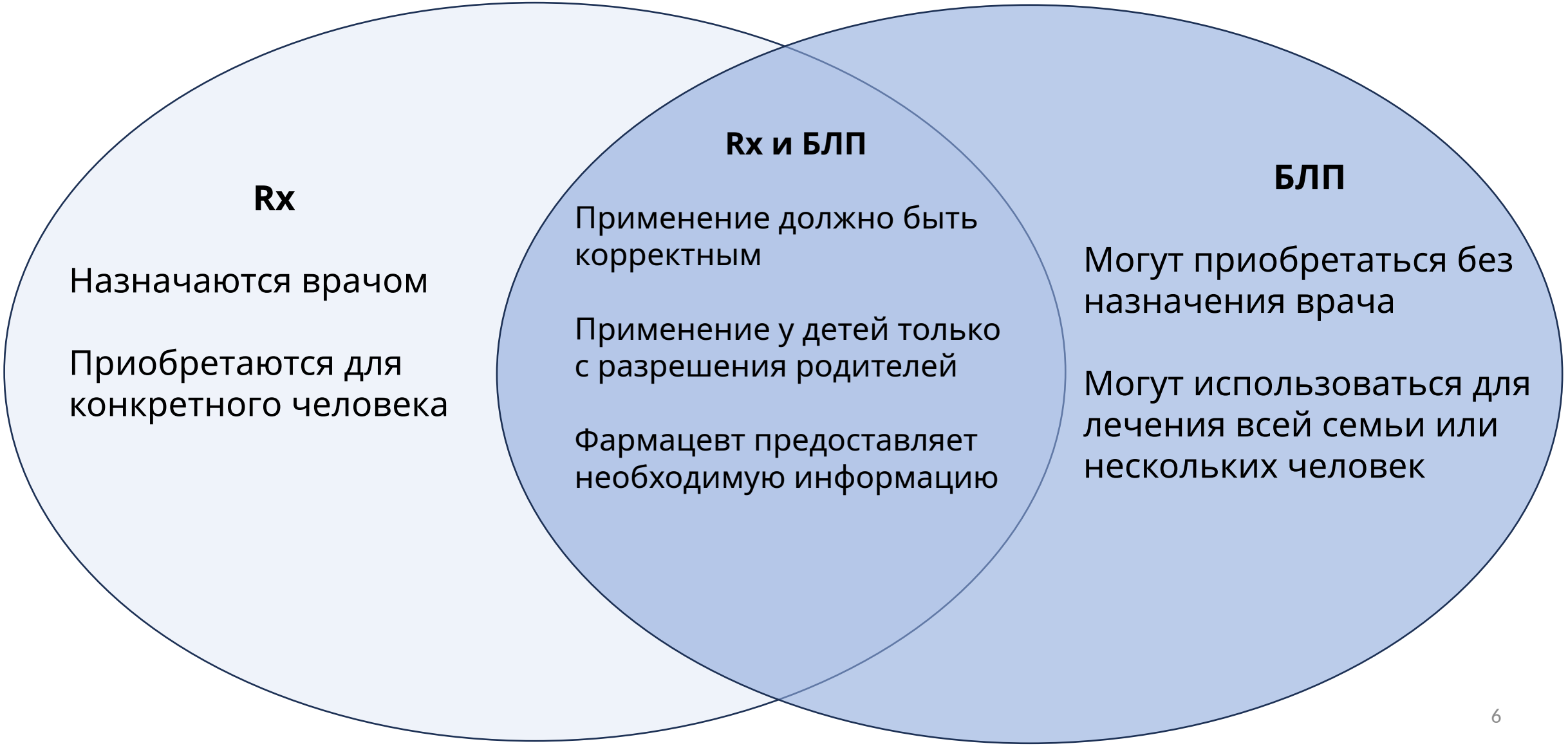
- ✓ Эффективность
- ✓ Безопасность
- ✓ Удобство
- ✓ Цена



Критерии соответствия БЛП

- активное и вспомогательные вещества в составе должны обладать **низкой токсичностью**;
- действующие вещества должны быть допустимы для использования в качестве самопомощи **без дополнительных консультаций** специалистов;
- **минимальное количество побочных действий**;
- **отсутствие риска** физиологического **привыкания**; отсутствие **взаимного угнетения** при употреблении с другими препаратами и продуктами питания.

Сходство и отличие Rx и БЛП



2. Реклама безрецептурных препаратов



Задача – информирование + обеспечение известности

- рекламодатель не должен вводить в заблуждение потребителей;
- реклама не должна пропагандировать игнорирование медицинской помощи и допускается только в пределах показаний, содержащихся в инструкции;
- информация должна быть полной, достаточной для потребителя и точной.



Не рекомендуется

- использовать при рекламе лекарств не только образ врача/провизора, но и белый халат вообще;
- использовать ссылки на известных персон;
- абсолютизировать лечебные свойства препаратов, преподнося их как панацею;
- говорить о природном происхождении лекарства как гарантии его безопасности;
- призывать к употреблению искусственных продуктов, побуждая к отказу от кормления грудью;
- адресовать рекламу лекарств детям до 14 лет.



Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) рекомендует исключительно грудное вскармливание в первые 6 месяцев жизни и его продолжение в течении как можно более долгого периода. Детское молочко NAN® 3 OPTIPRO® разработано с учетом пищевых потребностей здоровых детей старше 1 года и не должно применяться для кормления детей более младшего возраста. Не является заменителем грудного молока. Необходима консультация специалиста. Товар зарегистрирован. ®Владелец товарных знаков: Société des Produits Nestlé S.A. (Швейцария).

Краснодарское УФАС признало ненадлежащей рекламу рецептурного препарата

Новости и анонсы

позавчера в 17:31 Раиса Хамзевна Фаткулова



Алина Зорина

Краснодарское УФАС России признало ненадлежащей рекламу препарата «Гипосарт», распространявшуюся в сентябре—октябре 2025 года на сайте «Клик.ру». Рекламодатели и рекламораспространитель — «Клик.ру» и «ФК Пульс» — признаны нарушившими Закон о рекламе, сообщили в ведомстве.

Поводом стала жалоба, поступившая в УФАС. Служба установила, что лекарственное средство отпускается по рецепту. Согласно действующему законодательству, реклама рецептурных препаратов допускается только в местах проведения медицинских и фармацевтических выставок, семинаров, конференций и подобных мероприятий, а также в специализированных печатных изданиях для медработников. Распространение такой рекламы в интернете запрещено.

Нарушители прекратили распространение спорной рекламы в ходе рассмотрения дела, поэтому предписание о прекращении нарушения законодательства служба выдавать не стала. Ведомство рассмотрит вопрос о привлечении компаний к ответственности по КоАП РФ.



3. Фармацевтическое консультирование и информирование

Фармацевтическая помощь - система обеспечения лекарственного лечения, которая позволяет достичь результатов, улучшающих качество жизни потребителя, при этом фармацевт наравне с врачом берёт на себя долю ответственности за здоровье клиента.

Фармацевтическая опека — это более узкое понятие, которое подразумевает **комплексную программу взаимодействия фармацевта и клиента** в течение всего периода лекарственной терапии — от момента отпуска препарата до полного окончания его действия.



<u>Фармацевтическое информирование</u> – предоставление информации посетителям аптечной организации при отпуске рецептурных или безрецептурных ЛП, назначенных врачом.

<u>Фармацевтическое консультирование</u> – оказание помощи покупателю <u>в</u> <u>подборе</u> ЛП рецептурного/безрецептурного отпуска с предоставлением информации, ориентированной на **персональные потребности** покупателей.

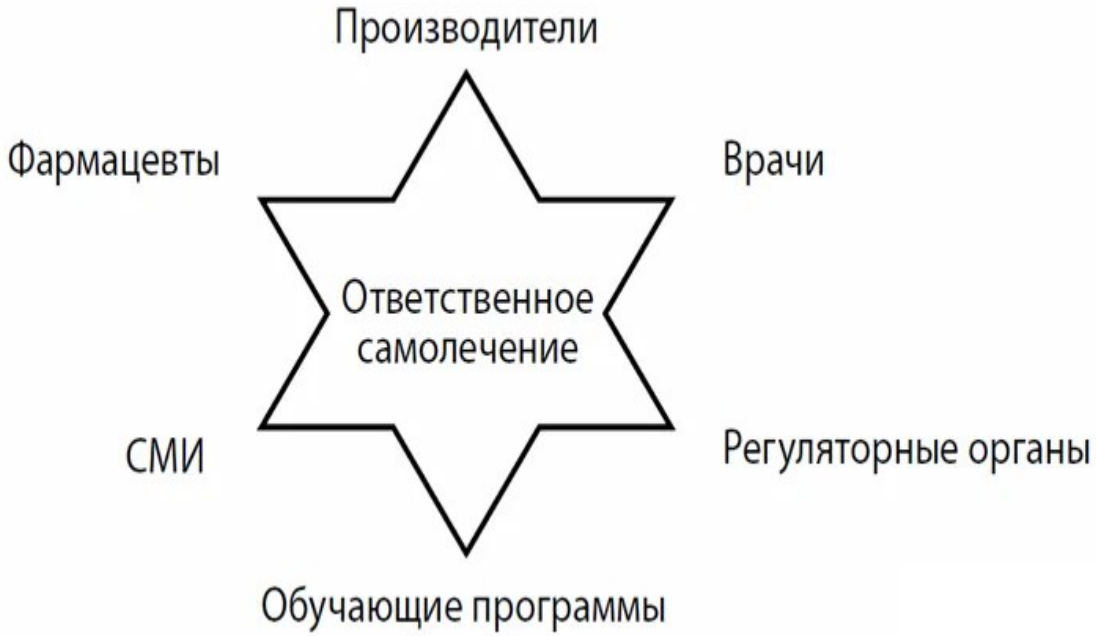
В Правилах НАП (Приказ МЗ РФ **№ 259н** от 29.04.2025) закреплена обязанность аптечной организации обеспечивать фармацевтическое консультирование с предоставлением информации

- о правилах отпуска,
- способах приёма,
- режимах дозирования,
- терапевтическом действии, противопоказаниях,
- лекарственных и пищевых взаимодействиях,
- правилах хранения в домашних условиях.

Приказ Минтруда РФ от 31 мая 2021 г. **N 349н** "Об утверждении профессионального стандарта «Фармацевт» закрепляет трудовую функцию «консультирование»

АЛГОРИТМ

1. установить, для лечения какого именно симптома приобретается ЛП;
2. определить на основании опроса потребителя, не является ли данный симптом проявлением заболевания, требующего обязательного вмешательства врача;
3. определить фармакотерапевтическую группу препаратов для лечения данного симптома;
4. выбрать среди ЛП определенной группы оптимальный препарат для данного потребителя;
5. предоставить потребителю надлежащую информацию о выбранном препарате и условиях его рационального применения.



Цель внедрения концепции — повышение эффективности системы здравоохранения за счёт снижения нагрузки на врачей, расширение возможностей пациентов для контроля хронических заболеваний, а также формирование у населения ответственного отношения к своему здоровью.

4. Концепция ответственного самолечения

Ответственное самолечение (ВОЗ) — это способность людей, семей и сообществ сохранять здоровье, предотвращать болезнь, поддерживать здоровье и справляться с болезнью и инвалидностью с или без поддержки медицинского работника.



Ключевые аспекты концепции:

- **Профилактика.** ЗОЖ.
- **Самодиагностика и оценка состояния.** Анализ симптомов и оценка степени риска.
- **Рациональное использование БЛП.** Лёгкие недомогания, профилактика.
- **Роль фармацевтов.** Консультирование.
- **Ограничение периода самолечения.** Не более 3–7 дней. Иначе необходимо обратиться к врачу.
- **Ограничения.** Неизвестные симптомы, серьезные проблемы, требующие вмешательства врача.

Плюсы ответственного самолечения

- **Снижение нагрузки на систему здравоохранения**.
- **Увеличение доступности медицинской помощи** для населения, проживающего в отдалённых районах.
- **Расширение возможностей пациентов для контроля хронических заболеваний.** Например, пациенты с сахарным диабетом могут самостоятельно контролировать уровень сахара и принимать назначенные врачом препараты.
- **Экономический эффект.** Замена части обращений к врачам ответственным самолечением может привести к значительной экономии средств.
- **Повышение ответственности граждан за сохранение своего здоровья**.

Минусы ответственного самолечения

- **Неправильная самодиагностика и маскировка симптомов.**
- **Упущенное время и риск осложнений.**
- **Опасные лекарственные взаимодействия.**
- **Тяжёлые побочные (в т.ч. аллергические) реакции.**
- **Неправильная дозировка или передозировка.**
- **Развитие устойчивости к лекарству.**
- **Недооценка рисков.** Часто потребители считают безрецептурные препараты безвредными и не учитывают потенциальные риски.

5. Понятие о валеологии

Валеология (от лат. *valeo* — быть здоровым и *logos* — учение) — это межнаучное направление, которое комплексно изучает индивидуальное здоровье человека, его резервы и пути формирования, сохранения и укрепления в конкретных условиях жизни.

Предмет – индивидуальное здоровье, резервы здоровья человека и здоровый образ жизни.

Объект — практически здоровый человек или тот, кто находится в состоянии предболезни.

Главное отличие валеологии от профилактических медицинских дисциплин – фокусируется на здоровье и здоровом человеке, тогда как медицина изучает болезнь и больного, а гигиена — среду обитания и условия жизнедеятельности человека.

“

Здоровье — это вершина, на которую человек должен подняться сам



- Израиль Ицкович Брехман (основатель валеологии)



Ключевые положения ЗОЖ

1. Правильное, сбалансированное питание.
2. Физическая активность.
3. Соблюдение режима дня.
4. Укрепление иммунитета.
5. Эмоциональный настрой.
6. Отказ от вредных привычек.
7. Гигиенический уход.
8. Постепенность и системность.



Казанский государственный медицинский университет

Контрольные вопросы

1. Дайте определение понятию «безрецептурные лекарственные препараты»?
2. В чем основное значение данной группы ЛП?
3. Чем объясняется рост продаж БЛП?
4. Каковы критерии выбора БЛП?
5. Каким критериям должен соответствовать БЛП?
6. Каковы механизмы регулирования рынка рекламы БЛП?
7. Каковы правила торговли БЛП?
8. Какие навыки должен приобретать фармацевт для успешной работы?
9. Какую информацию должен давать фармацевт при отпуске ЛП?