

Недавняя история с «арестом» популярных биодобавок для укрепления мужского здоровья вызвала очередной виток дискуссии о месте БАД в современной фармации и медицине. Специалисты предлагают различные методы наведения порядка на рынке парафармацевтики – от запрета рекламы БАД до приравнивания их по статусу к лекарственным средствам.



Своим взглядом на проблему делится врач-диетолог, семейный врач, научный консультант Приволжского федерального центра оздоровительного питания, доцент НижГМА Алла Поляшова.

Откуда берутся «подделки»

■ После обнаружения в «мужских» БАД незаявленного при регистрации лекарственного вещества тадалафила было принято решение изъять их из аптек. Несколько лет назад аналогичные случаи возникали с БАД для снижения веса. В связи с этим некоторые эксперты предлагают ограничить доступ БАД на российский рынок. Насколько это оправданно?

– Судить на основании этих примеров о БАД как о виде продукции не совсем корректно. Регулярно Роспотребнадзор изымает из магазинов партии некачественного молока или колбасы, но никто не предлагает ограничить продажи этих продуктов, все понимают, что с каждым случаем надо разбираться отдельно. В отношении БАД тоже необходимо выяснять конкретные обстоятельства.

■ Почему вообще возникают такие ситуации?

– Мне неизвестно, что произошло с БАД, вызвавшими нарекания контролирующих органов, но в принципе возможны разные варианты развития событий. Производители популярных марок биодобавок, как и все раскрученные фирмы, рискуют стать жертвами фальсификаторов, так как у нечистых на руку дельцов всегда велик соблазн нажиться за счёт чужой популярности. Бывает и так, что сам производитель на этапе вывода продукта на рынок стремится обеспечить максимальное качество, а затем по мере увеличения оборота начинает искать пути экономии и при этом существенно занижает первоначальную планку. Это касается не только БАД, но и любых других товаров.

Кроме того, в условиях маркетинговых войн не исключены вбросы фальсифицированной продукции со стороны конкурентов с целью дискредитации торговой марки. Но возможны и пиарходы со стороны самого производителя. Например, желая повысить спрос, можно распространить слух о будущем дефиците продукции (в том числе и вызванном санкциями надзорных органов), при этом дефицит возникает

самопроизвольно. Думаю, что многие наблюдали нечто подобное в период эпидемий гриппа, когда основным движущим фактором нехватки некоторых лекарственных препаратов и профилактических средств стали СМИ. И наконец, в маркетинге вполне допустим вариант разогрева популярности продукта путём скандала.

Ограничение – не панацея

■ Не кажется ли вам, что для предотвращения подобных случаев следует ужесточить порядок вывода биологически активных добавок на российский рынок? В частности, обязать производителей проводить при регистрации тот же перечень испытаний, что и для лекарственных средств.

– Не думаю, что эта мера имела бы однозначно позитивные результаты. Например, витаминно-минеральные комплексы, зарегистрированные в США, Швейцарии, Германии в качестве лекарственных средств, при выходе на российский рынок перерегистрируются в биологически активные добавки. Если обязать производителей проходить все этапы, требующиеся для регистрации лекарственного препарата, то мы либо не увидим на отечественных прилавках этой продукции, либо получим её по заоблачным ценам.

■ Вы говорите о препаратах, прошедших весь комплекс исследований в стране происхождения. А как быть с отечественными БАД? Для них клинические испытания не являются обязательными.

– В течение нескольких лет уважающие себя производители по собственной инициативе проводят полный ком-

плекс исследований, включая клинические испытания. Более того, некоторые осуществили перевод своих предприятий на работу в соответствии со стандартами GMP, хотя закон этого и не требует. В специальной литературе постоянно публикуются результаты научных работ по БАД, проводимых учёными с мировым именем. При выборе БАД никто не мешает использовать продукцию добросовестных производителей с подтверждёнными характеристиками.

■ Однако, как вы уже сказали, существует масса способов проникновения на рынок сомнительной продукции. Как поставить заслон на этом пути?

– Считаю целесообразным контролировать качество биодобавок по аналогии с фармацевтическими препаратами, как это делается в центрах по контролю качества и сертификации лекарственных средств. Распространение

такой практики на БАД позволило бы навести порядок в этой сфере и в значительной степени обезопасить потребителя.

К недоверию ведёт незнание

■ Опрос, проведённый НижГМА среди работающих фармацевтов и провизоров, показал, что около половины из них не доверяют БАД. С чем связано столь настороженное отношение профессионалов?

– Причин несколько. Аптеки в первую очередь предназначены для снабжения населения лекарственными препаратами, и львиную долю их выручки

обеспечивает продажа рецептурных лекарственных средств. БАД в этом смысле отступают на второй план. Сказывается и профессиональный скептицизм медицинского и фармацевтического сообщества по отношению к немедикаментозным методам лечения, включающим не только БАД, но и фитотерапию, гомеопатию, ароматерапию и т.д.

■ В чём причина скепсиса?

– Прежде всего в недостатке информации. Учебные программы врачей и фармацевтов предусматривают подробное изучение лекарственных препаратов, при этом БАД и лекарственные травы остаются без должного внимания. В 2014 году появился приказ о создании кафедр нутрициологии в медицинских вузах, но пока они созданы далеко не везде. Имеет значение и то, что врачи в своей деятельности ориентированы на стандарты медицинской помощи, где упор также делается на медикаментозное лечение.

■ Так, может быть, проще вообще отказаться от БАД в пользу фармацевтических препаратов?

– У БАД и ЛС несколько разные задачи. БАД применяются в первую очередь для профилактики и общего оздоровления организма. В отличие от лекарственных препаратов, имеющих чёткую «точку приложения», БАД, как правило, оказывают комплексное благотворное воздействие на организм за счёт улучшения обменных процессов. Результат от БАД, как правило, небыстрый, но зато более длительный и устойчивый. БАД практически лишены побочных эффектов, за исключением случаев индивидуальной непереносимости. Благодаря грамотному применению БАД можно на долгие годы сохранить здоровье и творческую активность. Такой подход направлен не на болезнь, а на больного, как и заветал Гиппократ.



Фото Legion-media

лучший контролёр?

верить – не верить, быть или не быть

■ **Но зачастую о БАД говорят применительно к конкретным заболеваниям. Так можно лечить ими или нельзя?**

– БАД может применяться в комплексном лечении ряда заболеваний как для обеспечения синергетического эффекта с основным лечением, так и для нивелирования побочных эффектов терапии. Так, классикой стало назначение пребиотиков и пробиотиков при проведении антибактериального лечения. В отдельных случаях по усмотрению лечащего врача некоторые БАД могут быть использованы в качестве препаратов для лечения с изменением стандартных рекомендаций, поскольку в БАД действующие вещества содержатся в количествах, которые значительно меньше терапевтических доз. Но, повторюсь, такое решение может принимать только врач под личную ответственность.

Направить рекламу по адресу

■ **Зачастую решение купить БАД принимается пациентом не по совету врача, а под влиянием рекламы. Считаете ли вы целесообразным запретить рекламу БАД, как это неоднократно предлагалось?**

– Пациент не должен лечить себя сам, это дело врача. Не предлагаю выписывать рецепты на БАД, но рекомендации

специалистов получить необходимо. Есть тонкости, разобраться в которых обычному потребителю сложно. Помимо того, что приходится защищаться от фальсификатов, следует помнить о несовместимости некоторых действующих веществ, учитывать сопутствующих приём лекарств, особенности питания, конституцию и много других факторов.

Не считаю, что реклама биологически активных добавок и лекарственных средств должна быть направлена на неподготовленную аудиторию. А вот для профессионального сообщества информацию о препаратах и БАД целесообразно доносить максимально полно и оперативно.

■ **Какую роль в продвижении информации о БАД должны выполнять дистрибьюторы продукта? Не секрет, что иногда ради повышения продаж они готовы преподнести пациенту обычный витаминный комплекс как панацею от всех болезней.**

– Здесь вопрос снова упирается в добросовестность компании-производителя и дистрибьютора. Фирмы, заботящиеся о своей репутации, такими вещами не занимаются. Более того, они направляют своих консультантов на обучение по нутрициологии.

■ **Тем не менее консультанты остаются заинтересованными лицами в процессе общения с потребителями. Где пациент может получить независимую консультацию по БАД?**

– Сейчас по всей стране созданы Центры оздоровительного питания, где работают специалисты-диетологи и нутрициологи. Консультация длится в среднем около полутора часов, так как требует детального выяснения всех обстоятельств. В результате пациенту в индивидуальном порядке подбирается комплекс микронутриентов, даются рекомендации по изменению питания и образа жизни.

■ **Получается, что гарантом качества биологически активных добавок является в первую очередь добросовестность производителя, а это не самый объективный фактор. Как сделать ситуацию более контролируемой?**

– Для этого потребуются соответствующие изменения законодательства. Было бы целесообразно предусмотреть проведе-

ние контроля обращающихся на рынке БАД по аналогии с лекарственными веществами, сузить аудиторию рекламы БАД до специалистов, дополнить учебные программы медицинских и фармацевтических вузов подробным изучением микронутриентов, сделать обязательной профессиональную подготовку по нутрициологии лиц, занимающихся продажей БАД. И конечно, требуется формирование приверженности здоровому образу жизни среди населения.



Елена Смирнова

ФОСФОМИЦИН ЭСПАРМА



ФОСФОМИЦИН ЭСПАРМА – антибиотик широкого спектра действия для лечения бактериальных инфекций мочевыводящих путей различной локализации;

- Острые неосложненные инфекции мочевыводящих путей;
- Бессимптомная бактериурия;
- Профилактика инфекций мочевыводящих путей после хирургического вмешательства и трансуретральных диагностических исследований.

Основная часть выводится почками – создает высокие концентрации в моче.

Курс лечения цистита 1 день (1 пакетик однократно).

esparma

www.esparma.ru



* Г.С. Перепанова, Р.С. Козлов, В.А. Руднов, Л.А. Синякова «Антимикробная терапия и профилактика инфекций почек, мочевыводящих путей и мужских половых органов», Федеральные клинические рекомендации, Москва 2015.

Регистрационный номер ЛП-003099 от 20.07.2015

115114, г. Москва, ул. Летниковская, д. 16, оф. 306
Тел.: +7 (499) 579-33-70, Факс: +7 (499) 579-33-71

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. ПЕРЕД УПОТРЕБЛЕНИЕМ НЕОБХОДИМО ОЗНАКОМИТЬСЯ С ИНСТРУКЦИЕЙ ИЛИ ПОЛУЧИТЬ КОНСУЛЬТАЦИЮ СПЕЦИАЛИСТА