

تبلیغات داروهای خطرناک در

کانال‌های تلگرامی

ایستنا: مسئول آموزش کمیته کشوری تجویز و مصرف منطقی دارو به تبلیغات دارو در فضای مجازی اشاره کرد و افزود: «چطور می‌توان به دارویی که مشخص نیست چه ساختاری دارد و از کجا آمده و یا چه کسانی آن را ساخته و بسته‌بندی کرده‌اند، اعتماد کرد؟»

نوشین محمد حسینی در میزگرد رادیویی با عنوان «کانال‌های تلگرامی و توصیه‌های سلامتی» با اشاره به تجویز و فروش داروها در کانال‌های تلگرامی به مقدار زیاد گفت: «به‌عنوان یک داروساز باید بگویم برای آنکه یک ماده تبدیل به دارو شود، مراحل زیادی را طی می‌کند و در طی این مدت بسیار پیش می‌آید که ماده موثره‌هایی را کشف می‌کنند که موردتوجه هم هستند ولی در طول مطالعات بالینی و آزمایشگاهی متوجه می‌شوند، ضررهای آن بسیار بیشتر است و به همین دلیل این دارو حذف می‌شود.»

وی ادامه داد: «حتی داروهایی وجود دارد که بعد از مطالعات سخت‌گیرانه و بررسی، وقتی بازم به سمت عرضه می‌آیند و از مرحله آزمایشی خارج می‌شوند و در تعداد زیادی انسان مورد استفاده قرار می‌گیرند، با مضراتی مواجه می‌شویم که مجبور می‌شویم این داروها را بازار جمع شوند.» مسئول آموزش کمیته کشوری تجویز و مصرف منطقی دارو و داروسازها با ابراز تردید از اینکه عناوین داروها با آنچه درون آنها است، یکسان باشد، اظهار داشت: «متأسفانه شاهد هستیم در بعضی از موارد، داروهایی که ارائه می‌شود، در داخلشان مواد مخدر، اعتیادآور و همچنین برخی مواد خطرناکی که سال‌ها است از داروسازی دنیا حذف شده‌اند، قرار دارد.»

سیدضیاءالدین مظهري متخصص تغذیه نیز با تصریح بر این موضوع که مسئله تغذیه از سوی افراد سودجو بسیار مورد سوءاستفاده قرار می‌گیرد، اظهار داشت: «این افراد هم جیب مردم را خالی می‌کنند و هم سلامتی‌شان را به خطر می‌اندازند.»

وی با ابراز تأسف از تبلیغات ماهواره‌ای و فرامیزی بیان داشت: «متأسفانه باور این افراد به این تبلیغات خیلی بیشتر از توصیه‌های دلسوزانه داخلی است و به این توجه نمی‌کنند که اگر این داروها چنین محاسنی داشت، حتی یکی از آنها وارد کشور نمی‌شود.»

وی بابیان اینکه در بعد لاغری و چاقی، درآمد‌های میلیارد دلاری برای این داروها وجود دارد، اظهار داشت: «نکنه قابل توجه این است که مکان افراد فروشنده اصلاً مشخص نیست. این‌ها یکسری موتورسوار و پیک هستند که این داروها را تحویل می‌دهند و بعد که افراد دچار عارضه شده‌اند، نمی‌دانند از کجا آنها را پیدا کنند.»

مظهري تصریح کرد: «در رشته پزشکی نباید از عواملی که در بدن عوارض جانبی ایجاد می‌کنند، استفاده شود، بنابراین نباید از عوامل لاغر کننده مانند ژل و کمر بند لاغری و امثال آنها استفاده کنند.»

وی عنوان داشت: «حدود ۶۰ درصد مردم آمریکا چاق هستند و سالانه میلیون‌ها دلار صرف هزینه درمان بیماری‌های مربوط به آن می‌شود؛ سؤال این است که اگر این داروها کارگر بود چرا خود مردم آمریکا از آن استفاده نمی‌کنند. گذشته از این مسئله، حتی اگر این دارو کاملاً واقعی هم باشد، باز هم هر دارویی روی هر فردی مؤثر نیست و حتی آن فرد ممکن است نسبت به دارو حساسیت داشته باشد. تا سال ۱۹۹۷ یک دارو را به‌عنوان داروی مؤثر لاغری می‌شناختند ولی بعد از آن سال مشخص شد، تأثیرات مخربی روی درجه‌های قلب دارد اما همچنان در عطاری‌ها به‌عنوان کنترل اشتها عرضه می‌شود. نمونه دیگر کپسول افلاطون است که هم به افراد لاغر و هم به افراد چاق توصیه می‌شود و اثر هم دارد اما جالب است بدانید در ترکیب آنها از شیشه استفاده می‌کنند.»

مسئول آموزش کمیته کشوری تجویز و مصرف منطقی دارو و داروسازها نیز درباره راه‌های شناخت اصالت داروها اظهار داشت: «در وهله نخست باید تأکید کرد که راه اصلی درمان این است که پزشک دارو را تجویز کند و از مراکز معتبر آن را تهیه کنیم. اما گذشته از آن، یکی از راه‌های شناخت معتبر بودن دارو، استفاده از مراکز اطلاع‌رسانی داروها و سموم هستند که با شماره تلفن ۱۴۹۰ پاسخگوی مردم هستند.»



سومین کنفرانس صنعت پخش و تاثیر آن در افزایش سطح سلامت جامعه مهر ماه برگزار می‌شود

به سوی عملی‌تر شدن صنعت پخش

The Third Conference on Iran Distribution Industry
September, 24-25 2016 / IRIB Conference Center
www.dist-conf.ir

سومین کنفرانس صنعت پخش ایران
۲ و ۳ مهرماه ۱۳۹۵ / مرکز همایش‌های صدا و سیما

پدیده مظفری

سپید: سعید جارودی، دبیر انجمن شرکت‌های صنعت پخش ایران در خصوص سومین کنفرانس صنعت پخش و تاثیر آن در افزایش سطح سلامت جامعه عنوان کرد: «متأسفانه در کشور ما قانون مستقل برای صنعت و نظام توزیع در کشور وجود ندارد و این امر صنعت گران ما را دچار مشکل کرده است.»

دبیر انجمن شرکت‌های صنعت پخش ایران با اشاره به اینکه شرکت‌های پخش ایران در حوزه‌های مختلف دارو، غذا، آرایشی و بهداشتی و غیره در سرتاسر کشور به مردم خدمات ارائه می‌دهد، افزود: «در این زمینه شرکت‌های پخش کمک‌های زیادی به دولت کرده و خواهد کرد تا کشور دچار مشکلی در این زمینه نشود.» جارودی، گفت: «قیمت کالاها که توسط شرکت‌های پخش توزیع می‌شود در سرتاسر کشور ثابت است و یا این امر به دولت در تنظیم بازار کمک می‌کنیم.»

دبیر انجمن شرکت‌های صنعت پخش ایران در پایان گفت: «برای نمونه ویزیتوری که برای بازایابی و فروش به داروخانه یا فروشگاه مراجعه می‌کند به راحتی با دستگاه الکترونیکی که به همراه دارد موجودی انبار را می‌گیرد و به صورت آنلاین کارش را انجام می‌دهد.»

تحولات شگرفی در حوزه صنعت رخ داده است

رئیس هیات‌مدیره شرکت پخش پگاه نیز در این خصوص عنوان کرد: «خوشبختانه در خصوص نوآوری‌های انجام شده تحولات شگرفی در حوزه صنعت انجام شده به طوری که در زمینه‌های مدیریت تامین و لجستیک، مدیریت فروش و ارزیابی و غیره صنعت کم‌کم از روش سنتی خارج و به سمت صنعتی درحال پیشرفت است. از بُعد سلامت نیز صنعت پخش و توزیع، می‌تواند به بهبود عملکرد صنایع تولیدی در حوزه بهداشت و درمان از جمله توزیع دارو و تجهیزات ختم شود و مشکلات این حوزه را نیز برطرف کند.» محمد اسماعیل قدس درباره شعار تن سالم و دل خوش و اهمیت سلامت واقعی محصولات گفت: «بخشی از موضوع این است که آیا کالای سالم تولید می‌کنیم یا خیر. بخشی دیگر این است که آیا مواد اولیه، استانداردهای تولید،

فرمول‌های ساخت، آزمایشگاه، قرنطینه، نحوه نگهداری، رسیدن تا دست مصرف‌کننده و غیره را هم رعایت می‌کنیم یا خیر. واقعیت این است که ما همه تلاش خود را می‌کنیم تا کالای مضر در جامعه یافت نشود. وقتی روی کالا، میزان نمک و شکر و چربی نوشته می‌شود، یعنی وزارت بهداشت در حال آموزش فرهنگی مردم است. مردم باید از خرید برندهای نامعتبر دوری کنند و یاد بگیرند که فرمول تغذیه روی محصولات را هم بخوانند. ما همه ضوابط را رعایت می‌کنیم، اما اختیار انتخاب مصرف با خریدار کالا است.» قدس در پایان به محورهای مورد بحث در سومین کنفرانس صنعت پخش نیز اشاره کرد و افزود: «مدیریت تامین و لجستیک، مدیریت فروش و ارزیابی، محیط کلان و نقش آن در نظام پخش و توزیع و مقایسه نظام توزیع سنتی و نوین از جنبه‌های مختلف، از دیگر موضوعات مطرح شده در این کنفرانس خواهد بود.»

عضویت ۶۷۰ شرکت در انجمن صنعت ایران

رئیس هیات‌مدیره انجمن صنعت پخش ایران هم در این زمینه عنوان کرد: «لسفنه وجودی انجمن شرکت‌های صنعت پخش ایران از مشکلات روبرویی با وزارت اقتصاد و دارایی در سال ۱۳۷۴ در رابطه با ثبت کد اقتصادی مشتریان در برگه فاکتورهای شرکت‌های پخش، شکل گرفت.»

وی افزود: «مامورین دارایی با مراجعه به شرکت‌ها، برگه‌های مالیاتی سنگینی برای آنها صادر کردند. همچنین مدیران عامل ۱۳ شرکت پخش بزرگ کشور در یک تصمیم متفقا به وزارت دارایی مراجعه و با تعامل با معاونت وزیر وقت، موفق به رفع مشکل مالیاتی به‌وجود آمده شدند.» مصطفی خدایی تصریح کرد: «این موفقیت باعث شد مدیران شرکت‌های پخش به فکر ایجاد این تشکل بیفتند که در سال ۱۳۷۸ این امر تحقق یافت و اکنون ۶۷۰ شرکت عضو این انجمن هستند که یکی از تشکل‌های بزرگ کشور است.»

وی گفت: «طی دو کنفرانس قبلی سعی انجمن در شناساندن صنعت پخش به مسئولین نهادهای دولتی بود که با همکاری سازمان غذا و داروی در کمیسیون ماده ۲۰ سازمان غذا و داروی نماینده دائمی و در هیات نمایندگان اتاق ایران دارای نماینده ثابت هستیم و با همکاری معاونت

اقتصادی وزارت صنعت معدن تجارت در صدد تدوین لایحه قانونی خاص صنعت پخش هستیم.» خدایی افزود: «در تعامل درون سازمانی با ایجاد ۹ کمیته تخصصی در زمینه‌هایی همچون منابع انسانی، آموزش، حقوقی، مالی، شعب انجمن، تحقیق و توسعه، دارویی، غذایی و آرایشی بهداشتی، فن‌آوری اطلاعات، نسبت به‌روزرسانی اطلاعات اعضاء و اقدامات لازم در تعامل با نهادهای دولتی و دفاع از حقوق اعضاء، جلسات متعددی برگزار می‌شود. همچنین این انجمن با ایجاد ۱۴ شعبه در مراکز استان‌ها و انتشار فصلنامه صنعت پخش و ایجاد سامانه پایگاه الکترونیکی در توسعه این صنعت کوشا هستند.»

رفتار مصرف‌کننده در حال تغییر است

محمود محمدیان عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی نیز در این خصوص گفت: «صنعت پخش ایران در فضای پیش رو می‌خواهد در جایی عمیق شیره بزند و اگر آماده نباشد، قافیه را به دیگران می‌بازد. ما نباید آفتدر جوگیر عملیات شویم که فضای کلی را نیین و تحلیل نکنیم.»

وی به چالش‌های پیش روی صنعت پرداخت و افزود: «پخش، عملیاتی سخت، توان‌فرسا و نیازمند برنامه‌ریزی است که در فضای پیش رو سخت‌تر هم می‌شود.»

محمدیان اظهار کرد: «رفتار مصرف‌کننده ما در حال تغییر است. کم‌کم مردم روش‌های قدیم خود را کنار می‌گذارند و خود را با روش‌های تازه همراه می‌کنند، یعنی به جای رفتن به سمت کالا، کاری می‌کنند کالا سمت آنها بیاید.» وی به نقش ارتقای دانش در شرکت‌های صنعت پخش اشاره و خاطر نشان کرد: «تحقق این مهم در ارتقای سطح دانش مدیران و پیشرفت این شرکت‌ها بسیار تاثیرگذار است.»

محمدیان ادامه داد: «می‌بایست با بالا بردن سطح دانش شرکت‌های پخش برای خروج از فعالیت سنتی آنها کلاس‌های آموزشی بیزینس و ویزیتوری برگزار شود که یکی از این راه‌ها برگزاری کنفرانس‌های این‌چنینی است.»

وی در پایان به چالش منابع نیروی انسانی هم اشاره کرد و گفت: «متأسفانه نگاه‌ها به شرکت‌های پخش منفی است و باید کلیه دستگاه‌ها همچون بانک‌ها، بیمه‌ها و شرکت‌های مختلف در این عرصه با صنعت پخش همکاری کنند تا شاهد

پیشرفت و ارتقای این شرکت‌ها و ارائه خدمات بهتر به مردم باشیم.»

خدمات‌رسانی صنایع تولیدی بی‌بدیل است

حسین همتی مدیرعامل پخش پرآور پخش سپاهان هم در این زمینه اظهار کرد: «صنعت توزیع و پخش که در کشور رسالت بزرگی را به دوش دارد، می‌تواند با کمک‌های عمدتاً غیر مالی دولت، اشکالات موجود در این صنعت را برطرف کرده و به عنوان یکی از منابع کشور که نقش عمده‌ای در موضوعات مختلف و از جمله اشتغال دارد توجه ویژه‌ای کند.»

وی با بیان اینکه می‌توان از ظرفیت‌های موجود در آن بهره‌برداری کرد، گفت: «همچنین می‌توان از پتانسیل بخش‌های صادراتی در تمامی حوزه‌ها و از جمله ظرفیت‌های موجود در صنعت پخش استفاده کرد.»

همتی افزود: «بدیهی است که هرگونه حرکت سازنده به مدد کارگروهي و استفاده از همه ظرفیت‌های موجود امکان‌پذیر خواهد بود.» مدیرعامل پخش پرآور پخش سپاهان در پایان عنوان کرد: «کمک‌دهی و خدمت‌رسانی به صنایع تولیدی برای جذب تولید و توزیع بنا به آنچه در ماهیت این صنعت است، خود خدمت بی‌بدیل است.»

سیدابراهیم هاشمی، دبیراجرایی همایش سومین کنفرانس صنعت پخش ایران نیز اظهار کرد: «با توجه به اهمیت نقش صنعت پخش در فرآیند تولید تا مصرف، سومین کنفرانس با هدف استفاده از تجربیات اساتید خارجی و داخلی با رویکرد بهبود فضای کسب و کار در این صنعت برگزار می‌شود.»

وی افزود: «کوچکترین اشتباه در شرکت‌های توزیع پخش مستقیماً با سلامت مردم در ارتباط است و باعث صدمات زیادی در کشور خواهد شد. فعالیت حوزه صنعت پخش بسیار گسترده و کار پیچیده‌ای است و مستقیماً با اقلام و کالاهای سلامت‌محور سر و کار دارد و تاثیر مستقیمی بر سلامت تغذیه جامعه دارد.» عضو هیئت‌مدیره انجمن شرکت‌های صنعت پخش ایران در پایان گفت: «امید است با برگزاری این کنفرانس‌ها، بستر مناسبی برای بهبود فضای علمی و اجرایی شرکت‌های پخش فراهم شده و نقش بی‌بدیل این صنعت در ارتقای سلامت جامعه مشخص شود.»

۸۰ درصد ایرانی‌ها کمبود ویتامین D دارند

باشگاه خبرنگاران جوان: یک متخصص تغذیه و رژیم‌درمانی گفت: «مصرف خودسرانه از مکمل‌ها و قرص‌های ویتامینی در برخی موارد نه‌تنها مفید نیست بلکه موجب بروز عوارض مسمومیتی نیز می‌شود.»

لادن گیاهی در خصوص مصرف مکمل‌ها و ویتامین‌ها به‌صورت قرص و آمپول در افراد عادی، بیان کرد: «در یک فرد سالم بدون هیچ بیماری و سوتغذیه، مصرف ویتامین نه‌تنها ذخیره نمی‌شود بلکه بدون فایده رساندن به بدن، دفع می‌شود.» وی افزود که عمل جراحی داشته‌اند و همچنین افراد دارای شرایط خاص را نیازمند تأمین ویتامین به‌جز مواد غذایی خوانند و گفت: «ویتامین این افراد با دریافت غذایی رفع نمی‌شود و نیاز به مصرف مکمل‌های قرص و آمپول دارند که باید با دستور پزشک از این مکمل‌ها مصرف شود.»

این متخصص تغذیه و رژیم‌درمانی با اشاره به اثرات زیان‌آور مصرف سرخود ویتامین‌های محلول در چربی، تصریح کرد: «مصرف خودسرانه آمپول‌ها و مکمل‌های ویتامین‌های A, E, D, K (محلول در چربی) عوارض مسمومیتی داشته و در صورت کمبود این نوع ویتامین‌ها تأمین آنها فقط از طریق مواد غذایی ممکن نیست.»

وی ادامه داد: «با توجه به کمبود ویتامین D در ۸۰ درصد جمعیت ایرانی با سنین متفاوت، تأمین آن به‌صرف استفاده از ماهی روغنی، تخم‌مرغ و کره امکان‌پذیر نبوده و باید طبق تجویز پزشک از قرص‌ها یا آمپول‌های آن برای رفع نیاز بدن استفاده کرد.» وی مصرف گوشت، حبوبات و سبزی‌ها را منابع خوبی برای تأمین آهن بدن در افراد عادی مفید دانست و ادامه داد: «کمبود آهن نیز مانند دیگر ویتامین‌ها تنها با مصرف مواد غذایی ممکن نیست و مصرف سرخود آهن نیز به‌خصوص در آقایان به دلیل ناتوانی در دفع آهن، موجب تجمع آن شده و اثرات سوتی روی بدن دارند.»

پذیرش ۵۰۰ دانشجوی طب سنتی

تسنیم: رئیس دانشکده طب سنتی دانشگاه علوم پزشکی تهران با اشاره به پذیرش ۵۰۰ دانشجوی طب سنتی گفت: «توسعه کمی و کیفی شرکت‌های دانش‌بنیان، مقدمه و زیرساخت احیای منطقی دانش طب ایرانی و داروسازی سنتی است.»

حسین رضایی زاده درباره دوره‌های طب سنتی اظهار کرد: «از سال ۱۳۸۶ که دوره دکترای تخصصی طب سنتی و از سال ۱۳۸۷ که دوره دکترای تخصصی داروسازی سنتی به‌عنوان دو رشته تخصصی برای پزشکان و داروسازان عمومی وارد عرصه دانشگاه شد، چشم‌انداز روشنی برای احیا و ارتقای علمی این دانش به وجود آمد.»

وی ادامه داد: «بر این اساس تاکنون بیش از ۱۵ گروه و دانشکده در دانشگاه‌های مختلف کشور به وجود آمده و بیش از ۵۰۰ دانشجوی دکترای تخصصی وارد این دوره‌ها شده یا فارغ‌التحصیل شده‌اند؛ کتاب‌های بسیار زیادی تصحیح، بازنویسی و تألیف شده و تعداد بسیار قابل‌توجهی مقاله به زبان‌های فارسی و انگلیسی نیز نوشته‌شده و تعامل خوبی با کشورهای شرقی و اروپایی برای معرفی طب ایرانی به سایر کشورهای جهان برقرار شده است.»

رضایی زاده، ورود پزشکان و متخصصان و داروسازان و همگامی آنها با پیش تولید و صنعت و همچنین توسعه کمی و کیفی شرکت‌های دانش‌بنیان را مقدمه و زیرساخت یک حرکت بزرگ و بنیادین برای احیای منطقی دانش طب ایرانی و داروسازی سنتی دانست.

وی تصریح کرد: «مهم‌ترین نقش جشنواره، علاوه بر اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی برای مردم و علاوه بر حساس کردن مسئولان و سیاست‌گذاران و جلب‌توجه آنها به ظرفیت‌های علمی و اقتصادی نهفته در دل طب ایرانی و داروسازی سنتی به‌عنوان یک دانش بومی و ملی، آشنایی پژوهشگران این عرصه با یکدیگر و با توانمندی‌های داخلی مهم‌ترین دستاورد این جشنواره خواهد بود.»