

Svetovno zdravstvo v rokah ilumunatov

<http://www.dnevnik.si/novice/slovenija/1042310...> so poročali o ljubljanskem UKC, ki je s farmacevtsko družbo GSK sklepal zaupne pogodbe. Medtem ko je UKC pri ostalih donacijah za izobraževanje zdravnikov uporabljal enoten vzorec pogodb, pogodbe z GSK vsebujejo posebna določila.

V UKC pravijo, da gre za poslovno skrivnost in da ima donator pravico, da izrazi željo, da je njegova donacija tajna.

Ob tej novici sem se spomnil na knjigo z naslovom Medicina v primežu podkupnin.

Avtor Hans Weiss je v njej opisal šokantno razkritje delovanja farmacevtske industrije, ki si s podkupovanjem zdravnikov zagotavlja velikanske dobičke.

Obiskoval je predavanja za farmacevtske predstavnike, pozneje pa je odprl (zgolj na papirju) svetovalno podjetje.

To mu je omogočilo stike z vplivnimi direktorji klinik ter dostop do internih simpozijev, skrivnih dokumentov in najnovejših študij.

Weiss se je v farmacevtsko industrijo vtihotapil pod lažnim imenom – vse do izida knjige ni izdal svoje prave identitete.

Citiram nekaj odlomkov iz knjige:

J.M., vodja trženja podjetja za svetovanje Cegedim, je povedal:

„Če zdravnika povabite na simpozij, začne takoj predpisovati več zdravil!“ Če želimo, da bo učinek deloval dlje, je nujno, da neposredno po povabilu farmacevtski zastopnik pogosteje obišče tega zdravnika.

Če to izrazimo v številkah, prinese to do 28 odstotkov več tržnega deleža.

Po V.L., nekem visoko rangiranem Bayerjevem prodajnem menedžerju, gre za to, „da odkrijemo, na katere zdravnike lahko vplivamo.

Vsi drugi so nezanimivi.

Osredotočamo se na 25 odstotkov zdravnikov – te obiščejo naši zastopniki. Tako ustvarimo denar. Vsi drugi nas ne zanimajo!“

Še neki Bayerjev človek, C.G., direktor Sales Excellence, nazorno opisuje uresničevanje tega koncepta.

„Zdravnike je treba strogo razvrstiti glede na njihov potencial predpisovanja zdravil in obiskati samo tiste, ki imajo največji potencial. Vse drugo je zapravljanje.“

S primerno spretnostjo lahko farmacevtski koncerni dosežejo prvorazredne prodajne uspehe tudi z „drugorazrednimi“ ali „neugodnimi“ zdravili.

V raziskavi Blockbuster Pharmaceutical Launches iz leta 2006 je bilo opisano neko zdravilo z „mogočimi usodnimi stranskimi učinki“.

V industriji porabniških dobrin ne bi imel izdelek, ki bi bil tako negativno opisan, na trgu nobene možnosti, nihče ga ne bi kupil.

Toda v farmacevtski panogi veljajo druga pravila.

Farmacevtski koncern poveča sredstva za trženje tega problematičnega zdravila in jih dvigne na 557 milijonov dolarjev. Od tega porabijo 75 milijonov dolarjev samo za to, da vplivne zdravnike pritegnejo na stran podjetja.

V še eni raziskavi Cutting Edgea iz leta 2005 se je dalo prebrati, kako je nekemu farmacevtskemu koncernu uspelo, da je uspešno prodajal neko zdravilo, ki je bilo označeno kot neugodno.

Odgovorni produktni menedžerji so namenili dvakrat toliko denarja kot po navadi za zdravniške oblikovalce mnenja in med uvajanjem zdravila na trg so s tem uspeli med zdravniki vzbuditi pozitivna pričakovanja in se „izogniti mnogim kritičnim vprašanjem glede varnosti zdravila“.

V isti raziskavi piše dobesedno naslednje:

„Prav model podobe izkušene, izurjene komercializacije uporablja tržno iznajdljivost in globoke žepe, da drugorazredno zdravilo dvigne v prodajno uspešnico.“

Ali je na plačilnih seznamih farmacevtskih koncernov samo manjšina zdravnikov, ki ustvarjajo javno mnenje? Nikakor!

Raziskava dokumentira nasprotno.

Veliki koncerni plačujejo po vsem svetu okoli 16.500 zdravnikov za to, da tako ali drugače razširjajo sporočila njihovih podjetij.

Iz še ene raziskave Cutting Edgea se je dalo razbrati, koliko zdravnikov z mednarodnim ugledom je na seznamu honorarjev velikih koncernov: v povprečju jih je na podjetje 259!

Veliki farmacevtski koncerni dajejo povprečno letno 61 milijonov dolarjev, največji pa do 300 milijonov dolarjev.“

MATERIAL ZA KRITIKO

1. Resnica o farmacevtskih podjetjih, avtorice Marcie Agnelli

http://www.rtv slo.si/odprtikop/knjiga_mene_briga/resnica-o-farmacevtskih-podjetjih/

Kaj v predgovoru knjige meni naš bivši zdravstveni minister Dušan Keber o umazanih cenah zdravil:

<http://www.zazdravje.net/aktualno.asp?novica=623>

2. dr. Lidija Gajski objavila je knjigo "Lijekovi ili priča o obmani".

<http://www.slobodnadalmacija.hr/Hrvatska/tabid/66/articleType/ArticleView/articleId/59140/Default.aspx>

<http://www.rtvsllo.si/slike/photo/120581>

3. Medicina v primežu podkupnin, Avtor knjige novinar Hans Weiss, se je prelevil v mnogolično osebo, prevzel je vlogo tako farmacevtskega zastopnika kot udeleženca zdravniških kongresov, tako akviziterja za pridobivanje poskusnih bolnikov – človeških poskusnih kuncev za klinične raziskave o učinkovitosti zdravil, kot agenta za servisiranje obširnih baz podatkov, ki jih potrebuje farmacija. Spustil se je v samo jedro metod farmacevtskih korporacij. Med svojim tveganim potovanjem je spoznal tako kupljive kot nepodkupljive zdravnike, spoznaval je metode, s katerimi farmacija ustvarja nova obolenja ali pa po svoji tržnih zamislih kreira nove bolnike, prakse, v katerih se prodaja zgolj zdravljenje simptomov, ne pa tudi samega obolenja, ob vsem tem pa brezobzirno ravnanje...

http://www.rolan.si/katalog/34070/Medicina_v_primezu_podkupnin_trda_vezava <http://www.jana.si/kolumne/anton-komat/Umetnost-prezivetja.html>

4. Posnetek iz hrvaške TV2 :

Na Rubu Znanosti - John Virapen - Nuspojava Smrt

Šokantna saznanja i ispovest Johna Virapena, farmaceutskog insajdera i autora knjige "Nuspojava: Smrt". U kojoj je otkrio politiku, korupciju i masovnu manipulaciju, velikih svetskih farmaceutskih kompanija!

<http://www.youtube.com/watch?v=DI3OKEpMvKE>

5.

<http://www.ednevnik.si/entry.php?w=TheInfoWarrior&id=168178>

6. Za ponarejanje raziskav in podkupovanje zdravnikov GlaxoSmithKline prisiljen plačati 3 milijarde dol..GlaxoSmithKline je priznali krivdo za tri kazenske ovadbe.

<http://wearechange.si/za-ponarejanje-raziskav-in-podkupovanje-zdravnikov-glaxosmithkline-prisiljen-placati-3-milijarde-dolarjev/>