

# Stosowanie leków dostępnych bez recepty i suplementów diety przez osoby dorosłe z województwa świętokrzyskiego

Monika Szpringer<sup>1</sup>, Marzena Olędzka<sup>2</sup>, Justyna Kosecka<sup>3</sup>, Elżbieta Monika Galińska<sup>4</sup>, Jarosław Chmielewski<sup>5</sup>, Bogumił Sobczyk<sup>3</sup>, Magdalena Wawrzeńczyk<sup>6</sup>

<sup>1</sup> Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach, Wydział Nauk o Zdrowiu, Instytut Zdrowia Publicznego, Zakład Profilaktyki Społecznej, Kielce

<sup>2</sup> Polskie Towarzystwo Terapii EMD, Warszawa

<sup>3</sup> Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach, Wydział Pedagogiczny i Artystyczny, Kielce

<sup>4</sup> Zakład Alergologii i Zagrożeń Środowiskowych, Instytut Medycyny Wsi, Lublin

<sup>5</sup> Instytut Ochrony Środowiska – Państwowy Instytut Badawczy w Warszawie

<sup>6</sup> Powszechna Informacja Medyczna sp. z o.o sp.k., Kielce

Szpringer M, Olędzka M, Kosecka J, Galińska EM, Chmielewski J, Sobczyk B, Wawrzeńczyk M. Stosowanie leków dostępnych bez recepty i suplementów diety przez osoby dorosłe z województwa świętokrzyskiego. *Med Og Nauk Zdr.* 2015; 21(2): 163–167. doi: 10.5604/20834543.1152914

## Streszczenie

**Wprowadzenie.** W ostatnich latach możemy dostrzec wzrost konsumpcji leków dostępnych bez recepty oraz różnego rodzaju suplementów diety. Przyczyniają się do tego działania marketingowe firm i koncernów farmaceutycznych, a szczególnie wszechobecna reklama tego rodzaju produktów. Problem rosnącej konsumpcji leków OTC zmusza do podejmowania działań mających na celu racjonalizację ich spożycia.

**Cel pracy.** Celem badań była identyfikacja stosowania przez osoby dorosłe z województwa świętokrzyskiego leków OTC, zagrożeń związanych z ich przyjmowaniem.

**Materiał i metody.** Badanie ankietowe zostało przeprowadzone w okresie od stycznia do marca 2014 roku. Ogółem badaniu poddano 277 osób dorosłych, mieszkańców województwa świętokrzyskiego, w tym 163 kobiety i 114 mężczyzn.

**Wyniki.** Badani zadeklarowali, że leki dostępne bez recepty oraz suplementy diety najczęściej stosują kilka razy w roku (25,27%). Niepokoi fakt, że blisko ¼ badanych kierowała się reklamą. Zdecydowana większość badanych zadeklarowała, że głównym miejscem zakupu leków dostępnych bez recepty i suplementów diety jest apteka (55,60%). Co ciekawe, opinia badanych dotycząca rzetelności informacji podawanych w reklamie leków OTC i suplementów diety była bardzo zróżnicowana. Mężczyźni w porównaniu do kobiet częściej wyrażali się krytycznie w tym zakresie.

**Wnioski.** Z przeprowadzonych badań ankietowych wynika, że badani nie informują lekarzy o stosowanych lekach OTC i suplementach diety i często stosują jednocześnie medykamenty zalecane przez lekarza i te dostępne bez recepty. Istnieje konieczność prowadzenia na szeroką skalę edukacji zdrowotnej w zakresie właściwego przyjmowania preparatów medycznych wydawanych bez recepty.

## Słowa kluczowe

leki dostępne bez recepty, suplementy diety, reklama, osoby dorosłe

## WPROWADZENIE

Leki OTC, z ang. „over the counter”, w dosłownym tłumaczeniu oznaczają leki „ponad ladą”, czyli leki wydawane bez recepty [1]. Leki OTC muszą spełniać wymogi bezpieczeństwa stosowania, a ich użycie musi być proste. Takie medykamenty przeznaczone są do leczenia chorób powszechnie występujących, które można łatwo rozpoznać, o stosunkowo krótkim czasie leczenia. Typowe leki OTC to najczęściej popularne środki przeciwbólowe, środki przeciw przeziębieniu, preparaty na kaszel i katar, na ból gardła, preparaty stosowane w leczeniu bólów mięśniowych i stawowych, leczeniu alergii, a także problemów gastrycznych [2].

Leki OTC są dostępne w aptekach oraz punktach obrotu pozaaptecznego (w punktach aptecznych, w sklepach, na stacjach benzynowych). Leki bez recepty mogą być reklamowane m.in. w telewizji, Internecie, radiu, prasie. Informacja

o rodzaju leku (jego formie dostępności) jest umieszczona każdorazowo na opakowaniu. Mylne bywa przekonanie, że leki bez recepty można zażywać bez kontroli ich dawkowania i interakcji z innymi substancjami. Preparaty OTC nie wywołują groźnych skutków ubocznych, co nie oznacza, że skutki niepożądane nie występują. Dlatego też, przed zażyciem jakiegokolwiek lekarstwa, należy przeczytać dokładnie ulotkę i zastosować się do wytycznych. Zbyt duża dawka leku zamiast pomóc, może zaszkodzić. Wykaz leków i miejsc, gdzie mogą być sprzedawane leki OTC, zawarty jest we właściwym rozporządzeniu Ministra Zdrowia, które jest uaktualniane w zależności od potrzeb [3].

Leki dostępne bez recepty są wydawane bez przepisu lekarza, a decyzję o ich stosowaniu podejmuje sam pacjent. W tej sytuacji farmaceuta pełni jedynie rolę doradcy. Jego zadaniem jest udzielenie podstawowych informacji o leku, przede wszystkim o przeciwwskazaniach, sposobie używania i możliwych działaniach niepożądanych. Kupujący ma również prawo poprosić o możliwość uzyskania fachowego doradztwa w zakresie wyboru medykamentów właściwych dla określonych dolegliwości, a także dostosowanych do wieku, płci czy innych leków przyjmowanych przez niego.

Adres do korespondencji: Monika Szpringer, Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach, Wydział Nauk o Zdrowiu, Instytut Zdrowia Publicznego, Zakład Profilaktyki Społecznej, 25-317 Kielce, ul. IX Wieków Kielc 19  
E-mail: mshsprin@poczta.onet.pl

Nadesłano: 28 stycznia 2015; zaakceptowano do druku: 09 marca 2015

Należy jednak pamiętać, że leczenie się na własną odpowiedzialność za pomocą leków OTC nie może być utożsamiane z przejmowaniem przez lekarzy odpowiedzialności za leczenie schorzeń. Taki sposób postępowania prowadzi do narastania zjawiska samoleczenia, które generuje wiele konsekwencji zdrowotnych i ekonomicznych [4].

W ostatnich kilkunastu latach konsumpcja leków OTC znacznie wzrosła. Jedną z przyczyn tego zjawiska są działania marketingowe firm farmaceutycznych. Wszechobecna reklama produktów medycznych zachęca do ich kupowania oraz kreuje potrzeby ich stosowania. Często wprowadza w błąd pacjentów, iż nie jest wymagana konsultacja z lekarzem. Niestety, wielu nabywców informacje zawarte w mass-mediach przyjmuje bezkrytycznie, będąc przekonanym o kluczowym działaniu danego środka na organizm i zdrowie. Leki OTC często są więc traktowane są jako zwykły towar. Ponadto można się spotkać z poglądem, że jeśli dany preparat można kupić wszędzie, to jest on bezpieczny i nie warto czytać ulotki ani dawkować go według zaleceń producenta [5].

W kontekście spożywania leków OTC istotny jest też problem lekomanii oraz sprzedaży tych leków nieletnim. Aptekarz ma prawo odmowy sprzedaży produktu leczniczego, jeśli podejrzewa, że może on zagrozić życiu lub zdrowiu pacjenta. Jednak takiej możliwości nie ma już ekspedientka w drogerii. Nieprzeszkolony personel nie posiada wiedzy niezbędnej do wykrycia interakcji między kupowanymi przez pacjenta preparatami. Sytuacja ta powoduje, że coraz częściej do szpitali zgłaszają się pacjenci cierpiący z powodu nadużywania lub nieodpowiedniego stosowania leków OTC [6].

Rynek leków sprzedawanych bez recepty rośnie w imponującym tempie. Są to tendencje charakterystyczne na rynku globalnym i krajowym. Według amerykańskiej Agencji Żywności i Leków, Amerykanie kupują rocznie około 5 miliardów leków OTC, które mają zaradzić ich problemom zdrowotnym [7]. Zyski ze sprzedaży detalicznej leków OTC kształtują się w Stanach Zjednoczonych co roku na poziomie ponad 17 miliardów dolarów [8]. W Polsce każdego roku Polacy wydają na preparaty OTC ponad 3 miliardy złotych [9]. Wzrost konsumpcji leków OTC związany jest nie tylko z łatwym dostępem do nich oraz traktowaniem ich za całkowicie nieszkodliwe, ale również z ograniczeniami w dostępie do porad lekarzy, którzy zapewniliby fachową pomoc.

Według danych GUS, w roku 2006 tylko 2% gospodarstw domowych nie kupowało leków. Można zatem stwierdzić, że konsumpcja leków stanowi zjawisko masowe [10]. Agencja IMS Health Polska podaje, że w okresie od stycznia do października 2007 rynek leków i produktów OTC w porównaniu do analogicznego okresu w roku 2006 wzrósł o 15,9%. Jednocześnie pojawiają się głosy o ich nadmiernym spożyciu i nie zawsze racjonalnym korzystaniu. Według danych CBOS, w okresie: kwiecień 2007 – kwiecień 2008 zdecydowana większość respondentów, bo ponad ¾, kupowało leki dostępne bez recepty, z czego 28% dokonywało zakupu kilkakrotnie, niemal tyle samo (27%) czyniło to wielokrotnie, zaś 1/5 dokonywała zakupów sporadycznie [11]. Leki OTC stanowią rozwojowy segment rynku farmaceutycznego. Zyskują na tym przede wszystkim punkty sprzedaży pozaaptecznej. Według raportu „Zwyczaże zakupowe Polaków związane z nabywaniem leków” przygotowanego przez TNS OBOP, co piąta osoba kupująca leki bez recepty dokonała zakupu poza apteką [12].

Problem rosnącej konsumpcji leków OTC zmusza do podejmowania działań mających na celu racjonalizację ich

spożywania. Niektóre kraje europejskie zakazują lub ograniczają sprzedaż leków bez recepty poza aptekami. W Niemczech sprzedaż leków poza apteką jest całkowicie zakazana. W sklepach ogólnodostępnych można nabyć jedynie suplementy diety. W Wielkiej Brytanii można kupić jednorazowo maksymalnie dwa opakowania środków przeciwbólowych. Niemożliwy jest na przykład jednoczesny zakup syropu z paracetamolem dla dziecka, preparatu z paracetamolem na grypę i tabletek z paracetamolem na ból głowy. We Francji leki bez recepty są sprzedawane tylko w aptekach. Ponadto nie są eksponowane na półkach aptecznych, ale udostępniane na życzenie pacjenta. W Czechach, podobnie jak na Słowacji, sprzedaż leków poza apteką jest nielegalna, a na stacjach benzynowych dostępne są jedynie suplementy diety [13].

## CEL PRACY

Celem przeprowadzonych badań była ocena skali zjawiska konsumpcji leków OTC i suplementów diety przez osoby dorosłe z województwa świętokrzyskiego, zagrożeń związanych z ich przyjmowaniem.

## MATERIAŁ I METODY

Badania zostały przeprowadzone z wykorzystaniem metody sondażu diagnostycznego, w ramach której zastosowano technikę ankietowania. Jako narzędzie badawcze posłużył stworzony na potrzeby badania autorski kwestionariusz ankiety. Anonimowe badanie ankietowe zostało przeprowadzone w okresie od stycznia do marca 2014 roku. Ogółem badaniu poddano 277 osób dorosłych mieszkańców województwa świętokrzyskiego, w tym 163 kobiety i 114 mężczyzn.

Anonimowy kwestionariusz ankiety zawierał 25 zamkniętych pytań, z czego pięć pierwszych dotyczyło podstawowych danych społeczno-demograficznych. Druga część kwestionariusza zawierała pytania dotyczące między innymi częstości i rodzajów stosowanych leków i suplementów diety, zachowywania przez badanych właściwych zasad ostrożności związanych z używaniem farmaceutyków i środków spożywczych.

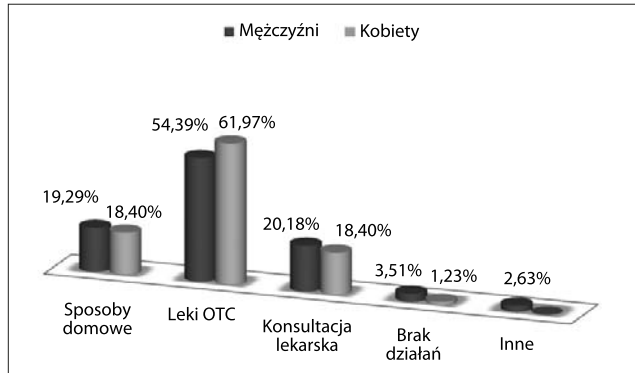
W badaniu w sposób szczególny skupiono się na kwestiach związanych z bezpieczeństwem prowadzenia terapii/suplementacji bez konsultacji lekarskiej oraz na wpływie reklamy na decyzje o nabyciu i używaniu preparatów wpływających na zdrowie. Ponadto starano się uzyskać informację, jaki rodzaj środków stosowany jest przez ankietowanych najczęściej, w jakich miejscach zwykle je nabywają oraz czy informują lekarza o stosowanych lekach OTC i suplementach diety.

## WYNIKI

Badania zostały przeprowadzone wśród grupy 277 dorosłych osób zamieszkałych na terenie województwa świętokrzyskiego. Kobiety stanowiły 58,84% (n=163), zaś mężczyźni 41,16% (n=114) ogółu badanych. Wśród kobiet zdecydowana większość zadeklarowała zamieszkiwanie terenów wiejskich (63,80%), natomiast blisko 60% mężczyzn deklarowało zamieszkiwanie w mieście (58,77%).

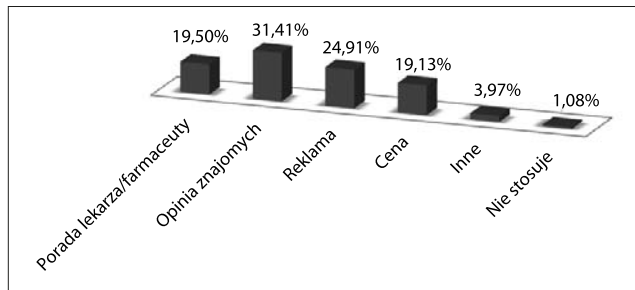
Jeżeli chodzi o strukturę badanych ze względu na wiek, najlicniejszą grupę ankietowanych zarówno wśród kobiet, jak i wśród mężczyzn stanowiły osoby w przedziale wiekowym

18–29 lat, najmniej licznie reprezentowaną grupę stanowili badani powyżej 60. roku życia. Biorąc pod uwagę strukturę ankietowanych pod względem poziomu wykształcenia, wśród kobiet dominowało wykształcenie wyższe (34,97%), a mężczyźni najczęściej zadeklarowali posiadanie wykształcenia średniego (35,96%). W pierwszej kolejności poproszono badanych o wyrażenie swojej opinii na temat ich postępowania w sytuacji pojawienia się bólu lub innych dolegliwości somatycznych. Leki dostępne bez recepty w przypadku pojawienia się bólu, dolegliwości lub odczucia choroby stosuje aż 54,39% mężczyzn i 61,97% kobiet. Ponadto niepokoi fakt, że jedynie ¼ badanych chce się najpierw konsultować ze specjalistą ( $\chi^2=6,69$ ) (ryc. 1).



Rycina 1. Sposób postępowania badanych w sytuacji pojawienia się bólu lub innych dolegliwości somatycznych

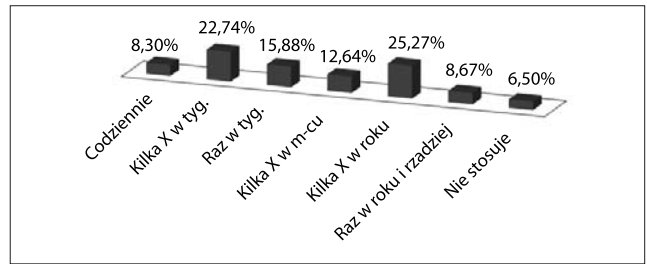
Badanych poproszono o wyrażenie swojej opinii na temat najważniejszego czynnika, którym kierują się podczas zakupu leków dostępnych bez recepty lub suplementu diety. Największy odsetek badanych podczas wyboru leku OTC lub suplementu diety kierował się opinią swoich znajomych (31,41%). Blisko ¼ badanych kierowała się reklamą ( $\chi^2=24,42$ ) (ryc. 2).



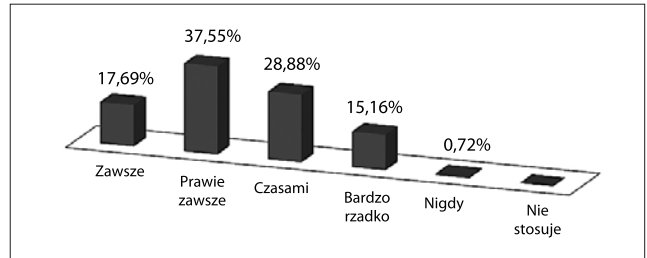
Rycina 2. Najważniejszy czynnik wpływający na wybór leku OTC lub suplementu diety w opinii badanych

Badani zapytani: „Jak często stosuje Pan/Pani suplementy diety?”, najczęściej zadeklarowali, że tego rodzaju produkty stosują kilka razy w roku (25,27%). Niestety, odsetek osób, które nie stosują suplementów diety wyniósł zaledwie 6,50% (n=18). Ponadto codziennie tego rodzaju preparaty stosuje 8,30% badanych ( $\chi^2=24,78$ ) (ryc. 3).

Niespełna 1/5 badanych zawsze przed zastosowaniem nowego leku lub suplementu diety zapoznaje się z treścią dołączonej ulotki, a blisko 38,0% czyta ją prawie zawsze. Niestety, co trzeci ankietowany tylko czasem sięga do treści zawartych w załączonej informacji, a niespełna 1% nigdy nie wykonuje tej czynności ( $\chi^2=13,86$ ) (ryc. 4).

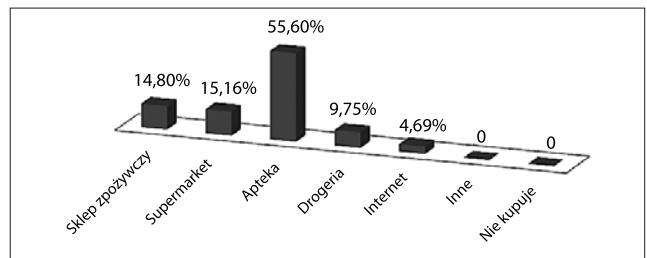


Rycina 3. Częstotliwość stosowania suplementów diety przez badanych



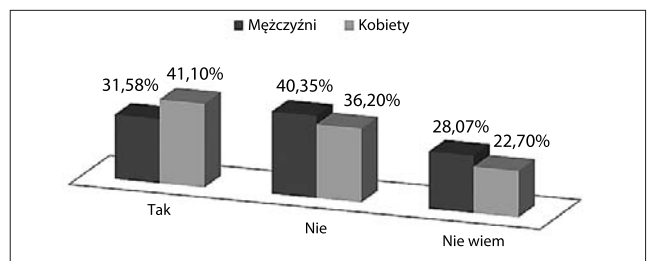
Rycina 4. Czytanie ulotki informacyjnej przed zastosowaniem leku OTC lub suplementu diety przez badanych

Zdecydowana większość badanych zadeklarowała, że głównym miejscem zakupu leków dostępnych bez recepty i suplementów diety jest apteka (55,60%). Natomiast drugim co do częstości miejscem są różnego rodzaju sklepy, w tym centra handlowe (15,16%) i sklep spożywczy (14,80%). Co ciekawe, nie było osoby, która zadeklarowała brak zakupu leków OTC lub suplementów diety ( $\chi^2=3,72$ ) (ryc. 5).



Rycina 5. Miejsca zakupu przez badanych leków OTC lub suplementów diety

Opinia badanych dotycząca rzetelności informacji podawanych w reklamie leków OTC i suplementów diety była bardzo zróżnicowana. Ciekawy okazał się fakt, że mężczyźni, w porównaniu do kobiet, częściej wyrażali się krytycznie w tym zakresie. W tym przypadku aż 40,35% mężczyzn nie wierzy w rzetelność informacji przekazywanych w reklamach produktów leczniczych lub suplementów diety. Kobiety częściej niż mężczyźni mają zaufanie do informacji przekazywanych za pośrednictwem mass mediów ( $\chi^2=2,71$ ) (ryc. 6).



Rycina 6. Opinia badanych dotycząca rzetelności informacji podawanych w reklamie leków OTC i suplementów diety

## DYSKUSJA

W dzisiejszych czasach zagrożenia płynące z nadmiernego i nieuzasadnionego stosowania leków OTC oraz suplementów diety stanowią poważny problem zdrowia publicznego. W badaniach własnych wykazano, że decyzja o zakupie danego produktu leczniczego jest uzależniona od wielu czynników. Wśród nich badani najczęściej wskazywali na: opinię znajomych (31,41%), reklamę (24,91%), poradę lekarza lub farmaceuty (19,50%), cenę (19,13%) oraz inne czynniki (3,97%). W badaniach przeprowadzanych na losowo wybranych pacjentach poznańskich aptek przez M. Waszyk-Nowaczyk i M. Simona głównym czynnikiem wyboru była porada farmaceuty (45,7%). Niespełna 15% badanych przyznało, że decydując się na kupno danego leku w szczególności bierze pod uwagę poradę członka rodziny lub znajomego, a tylko 4,3% zadeklarowało, że największy wpływ na wybór produktu leczniczego ma reklama [14]. Inne badania przeprowadzone przez Zarzeczną-Baran i wsp. wskazują, że ankietowani najczęściej wybierali leki pod wpływem opinii farmaceuty (62%) oraz po zapoznaniu z opinią rodziny lub przyjaciół (54%). Ponadto co drugi badany jako czynnik wyboru wskazał na reklamę [15]. Badania przeprowadzone w grupie uczniów szkół policealnych (w wieku 19–45 lat) w Zabrze wykazały, że konsumenci wybierając preparaty witaminowo-mineralne głównie kierowali się składem danego produktu (67%), a następnie ceną (50%). Tylko 18% wybrało reklamę jako główny motyw zakupu witamin i minerałów [16]. Uczestnicy badania prowadzonego przez Ulatowską-Szostak uznali, że największy wpływ na wybór medykamentów bez recepty ma przyzwyczajenie (39,6%). Kolejnymi ważnymi czynnikami okazały się: cena produktu (22,3%), reklama (15,2%), opinie znajomych (14,9%) oraz marka producent (7,6%) [3].

Analizując uzyskane wyniki badań własnych, należy zauważyć, że prezentowane przez badanych zachowania związane z przyjmowaniem leków OTC i suplementów diety często są nieprawidłowe i mogą stanowić zagrożenie dla zdrowia. Jednym z nich może być zbyt częste sięganie po leki bez recepty. W przypadku odczucia choroby, bólu lub innych dolegliwości aż 54,39% badanych używało produkty lecznicze OTC, a tylko co piąty stosował znane sposoby domowe lub konsultował się ze specjalistą i podejmował zaleconą przez niego terapię. Nieco inne wyniki uzyskano w badaniach przeprowadzanych przez Zarzeczną-Baran. Uzyskane wyniki badań wykazały, że ankietowani preferowali stosowanie naturalnych środków (31%) oraz wizyty u lekarza (30%). Prawie co piąty ankietowany przyznał, że pierwszą czynnością w sytuacji złego samopoczucia czy odczucia choroby jest sięgnięcie po dostępne bez recepty medykamenty [15]. Zupełnie inaczej deklarowali ankietowani w badaniu Ulatowskiej-Szostak, gdzie 83% badanych w przypadku pojawienia się objawów choroby udawała się do lekarza [3].

Na podstawie uzyskanych wyników badań własnych można stwierdzić, że częstotliwość używania leków OTC oraz suplementów diety jest zbyt wysoka. W badaniach własnych 9,0% ankietowanych zadeklarowało codzienne stosowanie leków OTC, a 8,3% badanych przyznało się do codziennego spożywania suplementów diety. Kilka razy w tygodniu medykamentów wydawanych bez przepisu lekarza używało nieco ponad 23,0%, natomiast co czwarty sięgał po nie kilka razy w miesiącu. Badani najczęściej deklarowali, że suplementy stosują tylko kilka raz w ciągu roku (25,27%). W badaniach Bażydło i wsp. wskazano, że kilka razy w miesiącu leki OTC

używało 43% osób w wieku 18–40 lat i prawie co trzeci ankietowany w wieku 41–60 lat. Kilka razy w tygodniu takie preparaty stosowała 1/5 osób w wieku powyżej 61 lat [17]. Z kolei badania prowadzone przez Lebedzińską i wsp. podkreślają powszechność stosowania suplementów diety przez studentów. Zgodnie z nimi codzienną suplementację deklarowało od 25,8% do 9,0% ankietowanych [18].

Za niepokojące należy również uznać zachowania badanych związane z bezpieczeństwem stosowania leków OTC i suplementów diety. W badaniach własnych tylko niespełna 18,0% badanych przyznało, że zawsze zapoznaje się z treścią załączonej ulotki przed zastosowaniem nowego preparatu. Co trzeci czyta zawarte w niej informacje tylko czasami, a ponad 15,0% wykonuje tę czynność bardzo rzadko. W badaniach Marii Pączkowskiej do nieczytania ulotek przyznało się 9,0% ankietowanych, natomiast 70,0% deklarowało, że zawsze zapoznaje się z ich treścią [19].

Uzyskane wyniki badań własnych wskazują, że apteka to najbardziej popularne miejsce zakupów leków OTC i suplementów diety. Chętnie takie produkty nabywano w sklepach spożywczych i supermarketach, natomiast co dziesiąty takich zakupów dokonywał przez Internet. Podobne wyniki w swych badaniach uzyskała Ulatowska-Szostak. Ponad 31% mężczyzn i 28% kobiet przyznało, że zaopatruje się w medykamenty w punktach poza aptecznych. Poza apteką najchętniej leki kupowano w supermarketach (32,6%), sklepach osiedlowych (21,7%), kioskach (19,1%) oraz na stacjach benzynowych (18,3%) [3]. Zbliżone wyniki uzyskała Hartman i wsp. w badaniu nad miejscem zakupów leków OTC na przeziębienie. Zdecydowanie najczęściej badani kupowali takie preparaty w aptece (99%). Często także takich zakupów dokonywali w sklepach zielarskich (31%), supermarketach i hipermarketach (25%), sklepach osiedlowych (22%), drogeriach i stacjach benzynowych (14%) oraz przez Internet (5%) [20].

Niepodważalnym faktem jest coraz większy wpływ reklamy na decyzje związane z zakupem i przyjmowaniem leków OTC i suplementów diety. Potwierdziło się to w wynikach badań własnych, w których ponad połowa kobiet i 42% mężczyzn zadeklarowało zakup leku lub suplementu diety pod wpływem reklamy. Są to wyniki zbliżone do wyników uzyskanych w badaniu przez Ulatowską-Szostak, gdzie prawie 50% badanych kupiła farmaceutyki kierując się reklamą [3]. Z kolei w badaniach Chanieckiej i wsp. ponad połowa respondentów deklarowała, że nigdy nie zdecydowała się na stosowanie środków medycznych, kierując się reklamą. Tylko 26,5% mężczyzn i 35,1% kobiet przyznało, że zdarzyła się im taka sytuacja [21].

## WNIOSKI

Przeprowadzone ankietowe badania pozwoliły na sformułowanie następujących wniosków:

1. Znaczny odsetek badanych stosuje leki OTC częściej niż raz w tygodniu.
2. Głównym miejscem zakupu leków dostępnych bez recepty jest apteka, co stwarza możliwość skonsultowania decyzji o stosowaniu medykamentów z farmaceutą.
3. Badani zadeklarowali, że wybierając leki OTC i suplementy diety, często kierują się reklamą, pomimo że są świadomi, iż zawarte w przekazach reklamowych informacje nie zawsze są rzetelne.

4. Ankietowani nie informują lekarzy o stosowanych lekach OTC i suplementach diety i często stosują jednocześnie medykamenty zalecone przez lekarza i te „na własną rękę”. Podłoża tego problemu można szukać w zbyt małym zainteresowaniu się specjalistów tą kwestią w trakcie przeprowadzania wywiadu, co może negatywnie wpływać zarówno na sam proces leczenia, jak i na zdrowie człowieka.
5. Nie ulega wątpliwości, że istnieje konieczność prowadzenia na szeroką skalę edukacji zdrowotnej w zakresie właściwego przyjmowania preparatów medycznych wydawanych bez recepty oraz zagrożeń związanych z ich przyjmowaniem.

## PIŚMIENICTWO

1. Harrington P, Shepherd M.D. Analysis of the Movement of Prescription Drugs to Over-the-Counter Status. *J Managed Care Pharm.* 2002; 8(6): 499–508.
2. Jasińska M, Orszulak-Michalak D. Leki OTC – wybrane aspekty bezpieczeństwa farmakoterapii. Część pierwsza – niesteroidowe leki przeciwzapalne. *Aptekarz Polski* 2010; 43/21, [http://www.aptekarzpolski.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=614&Itemid=66](http://www.aptekarzpolski.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=614&Itemid=66) (dostęp: 2015.01.28).
3. Ulatowska-Szostak E. Opinie pacjentów (klientów aptek) na temat wybranych zagadnień związanych z poza-apteczną sprzedażą leków OTC. *Probl Hig Epidemiol.* 2008; 89(2): 264–268.
4. Soller R. Evolution of self-care with over-the-counter medications. *Clin Ther.* 1998; 20(supplement C): 134–140.
5. Bond Ch. The over-the-counter pharmaceutical market – policy and practice. *Eurohealth* 2008; 14(3): 19–24.
6. Ulatowska-Szostak E. Sposoby ograniczania wydatków na leki przez pacjentów aptek ogólnodostępnych. *Probl Hig Epidemiol.* 2010; 91(1): 143–147.
7. The Food and Drug Administration (USFDA). Report 1999.
8. The Nielsen Corporation. Results of research, Report 2002.
9. Miączyński P. Polacy łykają coraz więcej leków. *Gazeta Wyborcza* 2006, 106: 13.
10. Wydatki gospodarstw domowych na ochronę zdrowia. W: *Ochrona zdrowia w gospodarstwach domowych w 2006 r. Informacje i opracowania statystyczne.* GUS 2007; 48.
11. Wyniki badań ankietowych „Korzystanie z leków i ich dostępność”. Badanie przeprowadzono metodą wywiadów bezpośrednich na reprezentatywnej próbie dorosłych mieszkańców Polski, liczącej 1136 osób. Centrum Badania Opinii Społecznej; 2008.
12. Wyniki badań ankietowych „Zwyczaje zakupowe Polaków związane z nabywaniem leków”. Badanie przeprowadzono na reprezentatywnej próbie 1003 Polaków w wieku 15 lat i więcej. Omnibus; 2007.
13. Kokot MJ. Leki nie tylko z apteki. *Manager Apteki* 2012; 7: 6.
14. Waszyk-Nowaczyk M, Simon M. Czym kieruje się pacjent dokonując wyboru preparatów OTC w aptece? W: *Krajewski-Siuda K (red.). Samoleczenie.* Warszawa: Instytut Sobieskiego 2012; 199–204.
15. Zarzeczna-Baran M, Bandurska E, Pęgiel-Kamrat J, Lewandowska A. Wpływ reklamy na zakup leków dostępnych bez recepty. *Ann Acad Med Gedan.* 2013; 43:77–87.
16. Kościółek A, Hartman M, Spiołek K, Kania J, Pawłowska-Góral K. Ocena czynników wpływających na zakup i stosowanie preparatów witaminowo-mineralnych przez uczniów szkół policealnych. *Bromatologia i Chemia Toksykologiczna* 2011; 3: 987–992.
17. Bażydło M, Żułtak-Bączkowska K, Zaremba-Pechman L, Rotter I, Karakiewicz B. Analiza stosowania leków OTC bez konsultacji z lekarzem w poszczególnych grupach wiekowych oraz ocena zapotrzebowania na edukację zdrowotną w tym zakresie. *Fam Med. Prim Care Rev.* 2010; 12(2): 127–130.
18. Lebedzińska A, Szpakow A, Hinc A, Filon J, Szefer P, Karczewski J. Suplementacja witaminami i biopierwiastkami diety studentów polskich i białoruskich (Gdańsk, Grodno, Białystok). *Żyw Człow.* 2009; XXXVI (1): 55–60.
19. [www.csioz.gov.pl/file.php?s=cD8zOA](http://www.csioz.gov.pl/file.php?s=cD8zOA) (dostęp: 2014.02.18).
20. Hartman M, Lichtański P, Klimacka-Nawrot E, Duda-Raszewska E, Błońska-Fajfrowska B. Miejsce zakupu leków OTC na przeziębienie. W: *Krajewski-Siuda K (red.).* Warszawa: Instytut Sobieskiego; 2012: 205–214.
21. Chaniecka K.A, Czerw A. Płeć a postrzeganie reklamy telewizyjnej leków OTC. *Hygeia Public Health* 2013; 48(4): 509–514.

# Use of OTC medicines and dietary supplements by adult inhabitants of Kielce Region

## Abstract

**Introduction.** During the last several years there has been a growth in consumption of so called *over-the-counter drugs* as well as of various dietary supplements. This is the consequence of marketing activities by pharmaceutical corporations and companies and, in particular, the omnipresent advertisement of such products. The issue of growing consumption of the OTC drugs calls for undertaking actions aimed at rationalization of the use of such medicaments.

**Aim.** The purpose of the study was to identify the attitudes of adults from the Świętokrzyskie voivodeship towards the use of OTC drugs, related risks upon the consumption.

**Material and methods.** The study was conducted between January and March 2014. In total, it comprised 277 adult inhabitants of the Świętokrzyskie region, of whom there were 163 women and 114 men.

**Results.** The study participants indicated that they use OTC drugs and dietary supplements several times a year, which was the most frequent reply (25.27%). It is alarming that advertisement is the only source of information for 75% of the respondents. A significant majority of the people surveyed declared that they usually buy OTC drugs and dietary supplements in pharmacies (55.60%). What is interesting, opinions of the respondents varied as regards the reliability of information about OTC drugs and supplements provided in advertisements. Men were more critical in this respect than women.

**Conclusions.** The conducted surveys reveal that the respondents fail to inform their doctors about the OTC drugs and supplements they use. Thus, they often take those medicaments along the ones prescribed by a doctor. Also, it is necessary to provide comprehensive instructions as regards the safe use of OTC drugs and supplements.

## Key words

OTC drugs, dietary supplements, advertisement, adults, consumption