

שימוש באנטיביוטיקה בראיה מגדרית ומגזרית

סבטלנה דונסקוי, עדנה בר-רצון, ד"ר שירלי שפירא בן דוד, ד"ר נטלי לרנר, ד"ר חנין קב,
ד"ר אנה אוצ'רטיאנסקי, דנה אייל-גלינקא, ד"ר ביאטריס חמו

רקע

עמידות החיידקים לאנטיביוטיקה מוגדרת על-ידי ארגון הבריאות העולמי כמשבר גלובלי הדורש התגייסות של כלל מערכת הבריאות. מעל 90% מהטיפולים האנטיביוטיים ניתנים בקהילה.
נכון לשנת 2024 ישראל נמצאת במקום ה11 מתוך 28 מדינות אירופה מבחינת היקף השימוש באנטיביוטיקה (low is good).
בישראל נמשכת מגמת העלייה בשימוש באנטיביוטיקה בקהילה, שהחלה ב- 2021 לאחר הירידה החדה בשימוש בשנה הראשונה לפנדמיית הקורונה. מנתוני שימוש מושכל בתוכנית המדדים הלאומית ובארגון נצפה כי למשתנים של מגדר (נשים צורכות יותר) ומגזר (מגזר ערבי) יש השפעה על שיעור השימוש.

מטרה

פיתוח כלים לשיקוף, בקרה, התערבות וניהול הטיפולים האנטיביוטיים בקהילה כחלק מתוכנית לבלימת מגמת עלייה בהיקף השימוש באנטיביוטיקה באוכלוסייה בכלל ובפרט באוכלוסיות עם שיעור גבוה יותר.

שיטות

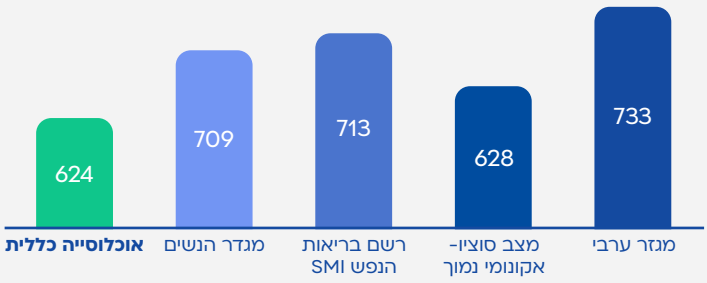
נבנו הכלים הבאים על-ידי צוות רב-מקצועי מתחומי הרפואה, האחיות, הרוקחות, השיווק, הטכנולוגיות והאיכות בשיתוף עם יועצים לתחום המגזרי והמגדרי:

1. מדדי איכות בתחום שימוש מושכל באנטיביוטיקה – היקף הרכישות של תכשירים אנטיביוטיים ל-1000 איש ופרופורציית אנטיביוטיקה רחבת טווח מתוך כלל אנטיביוטיקות.
2. דשבורד מרשמי אנטיביוטיקות לפי סוג התכשיר (אנטיביוטיקה צרת טווח לעומת רחבת טווח), משך הטיפול, ומידת התאמת הטיפול האנטיביוטי לאבחנות נבחרות.
   כל אלה תוך אפשרויות סינון למחוז, מרחב, סוג מרפאה/מוקדים, מומחיות הרופא/ה ועוד. הדשבורד הוא כלי שיקוף ובקרה עבור רופאים ורוקחים קליניים המאפשר למידת עמיתים ומעקב אחר המגמות לאורך זמן.

תוצאות

הכלים שפותחו מאפשרים זיהוי מגמות, פערים בבריאות ובניית תוכניות התערבות בהתאם.
כך נצפה שימוש יותר גבוה במגזר הערבי במגמת 3 שנות מדידה מ2023 ועד 2026. נכון לאפריל 2026, במגזר הערבי היו 733 רכישות ל-1000 איש לעומת 624 רכישות ל-1000 איש באוכלוסייה הכללית. לפי מבחנים סטטיסטיים אשר התבצעו באמצעות Copilot ובהתחשב בגודל האוכלוסייה (n=174,354) פער זה מובהק סטטיסטית (p-value<0.001).

רכישת אנטיביוטיקה ל-1000 איש, אפריל 2026



מסקנות והמלצות

הכלים שפיתחנו אפשרו לזהות ולהאיר את הפערים בצריכת אנטיביוטיקה במגדר (נשים רוכשות יותר) ובמגזר (במגזר הערבי יש יותר רכישות).
בהתאם לממצאים אנו בונים תוכניות התערבות, כגון קמפיין ממוקד למגזר ערבי להעלאת מודעות לשימוש מושכל באנטיביוטיקה, מסע מסרים אישי לשימוש מושכל לרוכשי אנטיביוטיקה, תוך הנגשה שפתית. כמו כן נעמיק במחקר כדי לחקור את הסיבות לפערים.