

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ХАРАКТЕРИСТИКИ ІННОВАЦІЙНОСТІ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ

Слободянюк М. М., Самборський О. С.^{*}, Самборська М. І.^{**}

'Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

^{*}ДВНЗ «Івано-Франківський національний медичний університет», м. Івано-Франківськ,
Україна

^{**}ТОВ аптека «Центрорія», м. Івано-Франківськ, Україна

Вступ. Активне використання сучасних технологій виробництва лікарських засобів (ЛЗ), маркетингових комунікацій, брэндингу та методів управління започаткували основи масового заповнення ринку ліків різноманітними ЛЗ, які по своїй суті та ступеню відмінності можуть суттєво відрізнятись один від одного, або мати незначні відмінності. У медичній та фармацевтичній практиці використовуючи для ліків поняття «інноваційні», «оригінальні» або «брэнди», «генеричні» або «біосиміляри», часто трактують їх на власний розсуд, змішуючи їх суть, підходи вибору та ступінь новизни. Уже сьогодні навіть звичайні упаковки ліків визначаються виробниками як «оригінальні». Оригінальність уже не виступає як найвищий рівень інноваційності, суттєвої відмінності та першості.

Метою роботи є теоретичне узагальнення особливостей характеристик та підходів до визначення інноваційності лікарських засобів.

Методи дослідження – сучасні методи наукових досліджень: системний аналіз, історичний, логічний та порівняльний методи.

Результати дослідження. Згідно класичних літературних даних нами узагальнено, що основними факторами економічного та соціального зростання держави слугують нововведення (інновації). Загалом нововведення можуть бути технічні, включаючи продуктові, організаційні, юридичні, соціальні тощо. Довгий час сутність поняття «інноваційність» як нововведення у фармації для ЛЗ сприймалось в основному як технічні або продуктові, тобто створення нових ЛЗ. Бурхливий науково-технічний розвиток у фармації привів до активного використання всіх видів нововведень не лише щодо самого ЛЗ, а й до упаковки, торгових назв, системи просування, стимулювання збуту й споживання та ін. Нами на прикладі окремих ЛЗ проаналізовано категорії інноваційності ЛЗ в сучасних умовах. Так, наприклад, встановлено, що на основі субстанції дротаверину в 1961 р. було вперше розроблено таблетки «Но-шпа». Прийнявши дротаверин як новий оригінальний ЛЗ і його в лікарській формі таблетках – теж приймаємо як оригінальний ЛЗ. Пройшло вже дуже багато часу і як сьогодні можна характеризувати такий ЛЗ? Чим відрізняються сучасні генеричні версії дротаверину? І головне – склад та технології таблеток «Но-шпа» є стабільними протягом 55 років, чи виробник удосконалював їх, налаштовуючись до сучасних можливостей? Аналіз складу таблеток різних виробників на основі дротаверину показує близькість допоміжних речовин, що у великій мірі відображає для споживача на емоційному рівні не лише фармацевтичну еквівалентність, а й біоеквівалентність, ефективність та безпечність. Що купує сьогодні споживач? Можемо стверджувати, що споживач купуючи здоров'я, вибирає гарантію, стабільність, якість, ефективність та безпечність ліків через назву, торгову назву ЛЗ, яка стала гарантом, брэндом. Уже сьогодні виробники ЛП, пропонуючи купляти саме оригінальний препарат, мають на увазі справжню продукцію саме цього виробника (і оригінальність заводської упаковки, і справжність самого препарату). Використання передових технологій та носіїв, нанотехнологій дозволить незабаром отримувати лікарські форми дротаверину (як і з інших активних субстанцій) направленої дії щодо органів-мішеней. Які теж будуть оригінальні з точки зору інноваційності.

Висновки. Сучасні фармацевтичні технології потребують обґрунтованого узагальнення, розширення та уточнення сутності «інноваційні лікарські засоби» для використання у науковій та практичній діяльності.