

Малочутливою виявилась *Escherichia coli* з зоною затримки росту 15 мм. Абсолютно не чутливими були *Pseudomonas aeruginosa*, *Proteus vulgaris* та грибів *Candida albicans*, що характеризувалось відсутністю зон затримки росту мікроорганізмів навколо лунки [3].

Висновки. Експериментально встановлено протівірусну активність засобу «Оліговір» у відношенні до вірусів грипу А/Вікторія та герпесу типу 1/Вірджинія та антибактеріальну – у відношенні до *Staphylococcus aureus* та *Bacillus subtilis*.

Список літератури

1. Вивчення антивірусної дії потенційних лікарських засобів / А. М. Щербинська, Н. С. Дяченко, С. Л. Рибалко та ін. / Методичні рекомендації. – К., 2000. – 40 с.
2. Державна Фармакопея України / Держ. п-во “Науково-експертний фармакопейний центр”. – 1-е вид. – Х. : РІРЕГ, 2001. – 556с.
3. Дослідження антибактеріальних властивостей субстанцій ламінарії / І. М. Владимірова, Д. Л. Волянський, Т. Л. Клиса, та ін. // *Аннали Мечниковського Інституту*. – 2011. – № 3. – С. 23–26.
4. Зузук Б. М. Ламінарія сахаристая (син. Морская капуста) *Laminaria saccharina* (L.) Lamour (Аналитический обзор) / Б. М. Зузук, Р. В. Куцик // *Провизор*. – 2004. – № 9. – С. 25–31.
5. Патент на винахід № 107846 Україна, МПК А61К 36/03 (2006.01) А61Р 31/04 (2006.01). Спосіб комплексної переробки сланей ламінарії з отриманням засобів з широким спектром терапевтичної дії / І. А. Вишневський, І. М. Владимірова, В. А. Георгіянц, В. М. Кравченко, К. Ю. Ліпакова (Україна) / № а 2013 03144; Заявл. 15.03.2013; Опубл. 25.02.2015, Бюл. № 4.

УДК 339.13.021:659.126:615.2

АНАЛІЗ ДЕЯКИХ ТОРГОВИХ НАЗВ З МЕТОЮ ВИЗНАЧЕННЯ ЇХ ВПЛИВУ НА ПОПУЛЯРНІСТЬ ЛІКАРСЬКИХ ПРЕПАРАТІВ

Волинська К.І., Вишневська Л.І.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

Вступ.

Історично, починаючи з найдавніших часів, ліки готували в аптеках. Найбільше поширення екстемпоральної рецептури отримала в середні віки Європа. Тоді лікарі самі вивчали властивості рослин, мінералів, продуктів тваринного походження і самі були авторами прописів, які найчастіше називалися по імені придумав цю пропис лікаря. З розвитком в Європі алхімії, зросла швидкість накопичення знань в області хімії, ботаніки та мінералогії, багато аптекарі займалися алхімією і разом з цим вивчали властивості використовуваних продуктів. Препарати завжди повинні бути доставлені у формі, де вони можуть бути використані негайно, без додаткових доповнень або виробничих процесів, тобто в готовому вигляді.

У даний час виготовлення ліків – це, як правило, доля деяких муніципальних аптек, які обслуговують населення, і аптек лікувально-профілактичних установ. Приватні аптеки обмежуються реалізацією готових препаратів промислового виробництва.

Завдяки розвитку науки та техніки сьогоденній фармацевтичний ринок стрімко поповнюється новими товарами, що задовольняють потреби споживачів. Купуючи той чи інший лікарський препарат, громадяни рідко аналізують торгову назву товару, однак підсвідомо вибір вже зроблений на користь конкретного бренду. Чому одні торгові назви є більш привабливими для покупців, а інші, навпаки, не мають широкого попиту, і які фактори впливають на їх успіх.

Мета дослідження.

Емпіричні дослідження деяких торгових назв лікарських препаратів з метою визначення їх впливу на популярність.

Матеріалом для емпіричного дослідження послуговували торгові назви лікарських препаратів з Інтернет каталогів міжнародних фармацевтичних компаній *Sanofi Aventis, Sandoz, Belin Chemie, Klosterfrau Healthcare Group, Engelhard Arzneimittel, Europa-Biofarm, i-Health, Bayer, McNeil Consumer Healthcare, GlaxoSmithKline plc., Teva Pharmaceuticals.*

Основні результати.

Так само як і загальна мова, фармацевтична лексика постійно розвивається під впливом процесів еволюції та інволюції та є інструментом для точної комунікації лікарів і фармацевтів [2], підпорядковуючись не лише мовним правилам, а й юридичним нормам, розробленим ВООЗ, Міжнародним союзом фундаментальної та прикладної хімії та внутрішньодержавними установами, в Україні – МОЗ та Державним експертним центром МОЗ України.

Назви лікарських засобів є різновидом фармацевтичної термінології. Кожен лікарський препарат має кілька офіційних назв:

- хімічну;
- міжнародну непатентовану;
- торгову (патентовану);
- код АТХ (яким лікарський засіб кодується фахівцями-хіміками);
- фармакологічну групу лікарського засобу (співвідноситься з назвою

ліків за родовидовою ознакою: є родовим поняттям для міжнародної непатентованої назви).

Усі терміни-назви ліків утворюють таксономічну модель [1] (схема 1).

Як видно з рис. 1, торгові назви (ТН1 ТН2, Тn) є комерційними назвами препаратів, що містять загальний активний фармацевтичний інгредієнт, назва якого є тривіальною назвою хімічної сполуки (заміщає наукову хімічну назву лікарської речовини) і зареєстровану ВООЗ під міжнародну непатентовану назву мають відповідне позначення в міжнародній анатомо-терапевтико-хімічній класифікаційній системі (код АТХ) і за свою терапевтичну дію відноситься до певної фармакологічної групи лікарських засобів.

Вони не повинні містити терміноелементи міжнародної непатентованої

назви і не повинні походити від неї. Торгові назви або бренди використовуються виробниками для промоції препарату, його маркетингу та створення рекламних кампаній. Наприклад: *paracetamol* – *Tylenol*, *Panadol*, *Calpol*, *Flutabs*.



Рис. 1. Схема таксономічної моделі термінів (назв лікарських препаратів) у фармацевтичному дискурсі

Міжнародні непатентовані назви є найбільш інформативними, спрощеними версіями хімічних назв і складаються за правилами ВООЗ із використанням запропонованих терміноелементів, часто латинсько-грецького походження. Наприклад: *cefalexin*, *procaine*, *diazepam*, *paracetamol*.

Хімічні назви не використовуються у маркетингу, адже походять від формули діючої речовини і характеризують її структуру, властивості і є складними для споживачів. Наприклад: *N-(4-hydroxyphenyl)acetamide* є хімічною назвою *парацетамолу*.

У дослідженнях Лейчика В. М. номенклатурою можна назвати систему ідентифікації об'єктів, що входять в однорідний ряд на основі свідомо вибраних зовнішніх характеристик цих об'єктів. Використовуючи підхід Лейчика В. М. до сучасної хімічної фармакопеї, слід зазначити, що хімічні назви складають термінологічну систему, оскільки такі назви співвідносяться з поняттями організованої галузі пізнання фармакології й об'єднані своєю важливою рисою, а саме хімічними складовими та формулою, і представляють результат гносеологічної когніції.

Міжнародні непатентовані назви утворюють номенклатурну систему, оскільки такі номени є придуманими на основі хімічних назв, результат секундарної номінації. Вони не пов'язані з конкретним поняттям і об'єднані особливою рисою емпіричного сприйняття, а саме фармакологічною дією чи речовиною.

Торгові назви лікарських препаратів становлять ономастичне поле фармакопеї, оскільки вони індивідуалізують один і той самий об'єкт (препарат з міжнародною непатентованою назвою) серед низки різних виробників, а

також є результатом вторинної номінації.

Наявність декількох спеціальних назв є одним із джерел варіативності в фармацевтичному дискурсі; іншим джерелом є наявність терміноваріантів, які репрезентують назву лікарського препарату в текстах інструкцій, третім є синтетичний характер фармацевтичної термінології: вона базується на термінології різних наук: хімії, ботаніки та фармакогнозії, економіки і маркетингу. Варіативність термінології лікарських засобів призводить на міжнародній маркетинговій арені до можливих номінативних колізій і проблем перекладу термінологічних одиниць, адекватності сприйняття інструкції як широким колом споживачів, так і деякими спеціалістами.

Український препарат *Ібупрофен*, маючи хімічну назву *(RS)-2-[4-(2-Methylpropyl)phenyl]propanoic acid* і міжнародну непатентовану назву *Ibuprofen*, на українському фармацевтичному ринку відомий як *Нурофен*, *Імет*, *Гофен*, а на американському – *Advil*, *Advin*, *Cedaprin*, *Midol*, *NeoProfen*, *Proprinal*, *Ultraprin*.

Наступний препарат, який характеризується варіативністю номінації – *Ревмоксикам*. Хімічна назва – *4-hydroxy-2-methyl-N-(5-methyl-2-thiazolyl)-2H-1,2-benzothiazine-3-carboxamide 1,1-dioxide*, міжнародна непатентована назва зареєстрована як *Meloxicam*. В Україні також відомий як *Моваліс*, *Мелбек*, *Мовіксікам*. На американському ринку – *Mobic*.

Вітчизняний препарат *Сілденафіл*, із міжнародною непатентованою назвою *Sildenafil*, має хімічну назву – *1-[[3-(6,7-dihydro-1-methyl-7-oxo-3-propyl-1H-pyrazolo [4,3- α]pyrimidine-5-yl)-4-phenetyl] sulphonyl]piperazine citrate*. Варіативність номінацій *Сілденафіла* в Україні позначаються як *Візарсин*, *Дженагра*, *Вігранде*. Американський фармацевтичний ринок поповнив свій асортимент такими препаратами як *Viagra*, *Revatio*.

Препарат *Еналапріл*, має хімічну назву *(S)-1-[N-[1-(ethoxycarbonyl)-3-phenylpropyl]-L-alanyl]-L-prolyl*, міжнародна непатентована назва – *Enalapril*. На українському ринку назва препарату варіюється *Берліпріл*, *Ренітек*, *Енап*. В Америці *Еналапріл* відомий як *Vasotec*.

Вітчизняний препарат *Доксазозин* має хімічну назву *1-(4-amino-6,7-dimethoxy-2-quinazolinyl)-4-[(2,3-dihydro-1,4-benzodioxin-2-yl)carbonyl]piperazine* та міжнародну непатентовану назву – *Doxazosin*. Фармацевтичний асортимент *Доксазозина* в Україні має такі аналоги: *Зоксон*, *Доксасандоз*, *Камірен*, *Уромакс*, американський асортимент розширився завдяки бренду – *Cardura*.

Вітчизняний препарат *Кетотифен* з хімічною назвою *4,9-dihydro-4-(1-methyl-4-piperidyliden-10H-benzo[4,5]cyclohepta[1,2-b]tiofen-10-on*. Міжнародна непатентована назва збігається – *Ketotifen*. В Україні відомі аналоги: *Задітен*, *Кромо Сандоз*. В Америці аналогами є *Alaway*, *Zaditor*.

Лоратадин – антигістамінний препарат на фармацевтичному ринку України, з хімічною назвою – *Diethyl ether 4-(8-chloro-5,6-dihydro-11H-benzo[5,6]cyclohepta[1,2-b]pyridin-11-yliden)-1-piperidinecarboxylic acid* та міжнародною непатентованою назвою – *Loratadine*. Український фармацевтичний торговий асортимент поповнився аналогами *Лоратадина*: *Лорфаст*, *Еролін*. В Америці відомі такі препарати – *Agistam*, *Alavert*,

Claritin, Clear-Atadine, Wal-itin.

Левоцитиризин – має хімічну назву 2-(2-{4-[(R)-(4-Chlorophenyl)(phenyl)methyl]piperazine-1-yl}ethoxy) acetic acid та міжнародну непатентовану назву *Levocetirizine*. В Україні відомі інші торгові назви як *Зенаро, Алерон, Алерзин, Зилола*. В американському асортименті відомий *Xyzal*.

Проте хоча і ступінь варіативності торгових назв досить високий, випадки схожості не є поодинокими. Наприклад, *Imuran – Imovane, Reminyl – Amaryl, Benazepril – Benadryl, Qwell – Kwell, Clomid – Glamide, Stadol – Stodal, Flomax – Volmax, Lanoxin – Levoxine*. Тому завдання розробників торгових назв – створити назву, відмінну від вже існуючих, і не призвести до непорозумінь на фармацевтичному ринку [4, 5].

Торгова назва метонімічно заміщає сам продукт [3], тому має розповісти про препарат якомога краще, надати інформацію про терапевтичний ефект, переваги та сприяти продажу і споживанню. Компанія вибирає назву лікарського засобу в залежності від бажаного ефекту і цільової аудиторії. Створення бренду є мистецтвом в сфері маркетингу, тому компанії часто витрачають багато часу і грошей, щоб створити назву, яка була б милозвучною та легкою для запам'ятовування.

При номінації лікарського препарату фармацевтична дія, діюча речовина, фармакологічний ефект не завжди позначаються елементами класичних, а відображаються словотворчими елементами національних мов: *Биструмгель, Кедровіт, Туквеол, Черника-форте, Длянос, Uricalm, Ginkgold Eyes, AZO Cranberry, Herbalife, Nervenruh, Baldriparan*. Змістовний компонент даних номінацій, представлений для вітчизняного споживача, є додатковим джерелом інформації, а для іноземних користувачів і навіть для медичного персонала такі назви є перепорою для розуміння властивостей чи складу препарату.

Висновки.

Фармацевтична лексика, яка є базовою для інструкцій лікарських засобів, постійно розвивається під впливом процесів еволюції медицини. Назви лікарських засобів є різновидом фармацевтичної термінології. Кожен лікарський препарат має кілька офіційних назв: хімічну, міжнародну непатентовану, торгову (патентовану). Як виявилось у ході дослідження, наявність декількох спеціальних назв є одним із джерел варіативності в фармацевтичному дискурсі, іншим джерелом є наявність терміноваріантів, які репрезентують назву лікарського препарату в текстах інструкцій. При формуванні потужного бренду слід зважати як на лінгвістичні, семантичні, фонетичні, так і культурні та екстралінгвістичні фактори, що впливають на популярність препарату.

Список літератури

1. Боцман А. В. Репрезентація адресованості у фармацевтичних текстах – англомовних інструкціях до вживання лікарських препаратів // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики: Зб. наук. пр. К.: Вид-во Київського нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка, 2015. – Вип. 7. – С. 15–30.
2. Зацний Ю. А. Історично-етимологічні параметри елементів медичної терміносистеми / Ю. А. Зацний, А. В. Янков // Філологічні трактати.

Мовознавство. – 2015. – Т. 7. – Вип. 1. – С. 32–38.

3. Ясавеева Э. Р. Вариативность имени собственного в рекламной дискурсии / Э. Р. Ясавеева // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2007. – Т.1. – № 8. – С. 21–23.

4. Державний реєстр лікарських засобів України, Міністерство охорони здоров'я України. – 2017. – <http://www.drlz.com.ua/>.

5. Поиск лекарств в аптеках, [Tabletki.ua](https://tabletki.ua) – 2017. <https://tabletki.ua>.

УДК: 378:615.1

**СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ
УКРАЇНИ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ
РОЗРОБКИ ТА ПРОМИСЛОВОГО ВПРОВАДЖЕННЯ
ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ**

Воскобойнікова Г.Л., Федорук В.В.,

Гончаренко Д., Дуюн А., Приходько В., Сюрєнко О.

ПАТ «Фармак», м. Київ, Київський Міжнародний університет

Актуальність здійснення системного аналізу розвитку фармацевтичного ринку України для визначення перспектив фармацевтичної розробки та промислового впровадження лікарських засобів, удосконалення методів регулювання фармацевтичної діяльності обґрунтовується необхідністю насичення фармацевтичного ринку якісними, безпечними, ефективними і доступними лікарськими засобами, встановлення ефективних засобів контролю якості, виробництва, системи реалізації, реєстрації лікарських засобів на території України, підтримки національного виробника.

Результати системного аналізу розвитку фармацевтичного ринку України для визначення перспектив фармацевтичної розробки та промислового впровадження лікарських засобів можуть суттєво вплинути на якість лікарського забезпечення населення. Раціональне позиціонування на фармацевтичному ринку, створення гарантій захисту прав національних виробників, підвищення стандартів якості лікарських засобів безпосередньо впливають на захистом прав споживачів лікарських засобів. Системний аналіз розвитку фармацевтичного ринку також надає можливість визначення впливу на його специфіку економічних, соціальних, геополітичних факторів, особливості розвитку фармацевтичного ринку з огляду на статистику захворюваності, ефективні стандарти фармацевтичного обслуговування, проективного прогнозування страхових послуг.

Методи дослідження: системно-оглядовий, бібліографічний, ретроспективного аналізу, системного аналізу.

Системний аналіз включає: теоретичний аналіз наукових джерел маркетингові дослідження – відбір, обробку та аналіз інформативних даних про ситуацію на фармацевтичному ринку груп препаратів цілеспрямованої фармакотерапії з метою зменшення ризику підприємницької діяльності і прийняття відповідно обґрунтованих маркетингових рішень.