

# ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ ОБ ОРИГИНАЛЬНЫХ И ДЖЕНЕРИЧЕСКИХ ПРЕПАРАТАХ

**Т.В. Потупчик<sup>1\*</sup>**, канд. мед. наук, **О.Ф. Веселова<sup>1</sup>**, канд. мед. наук,  
**Л.С. Эверт<sup>2,3</sup>**, докт. мед. наук, **Е.В. Окладников<sup>1</sup>**, канд. мед. наук,  
**И.В. Гацких<sup>1</sup>**, **Т.П. Шалда<sup>1</sup>**, **С.Е. Стороженко<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Красноярский государственный медицинский университет им. проф. В.Ф. Войно-Ясенецкого;  
660022, Красноярск, ул. партизана Железняк, д. 1

<sup>2</sup>НИИ медицинских проблем Севера; 660022, Красноярск, ул. партизана Железняк, д. 3 «Г»

<sup>3</sup>Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова, Медико-психолого-социальный институт;  
655004, Республика Хакасия, Абакан, ул. Хакасская, д.68

\*E-mail: potupchik\_tatyana@mail.ru

Результаты проведенного исследования показали, что недостаточно осведомлены об оригинальных и дженерических препаратах 33,3–60,0% населения, 30,4% врачей, 57,1% медсестер, 63% студентов медицинского вуза и 21,2% студентов фармацевтического колледжа. При покупке препаратов безрецептурного отпуска наиболее важными критериями выбора служат совет фармацевта в аптеке и стоимость лекарственного препарата, медицинские работники руководствуются также знаниями о терапевтической эквивалентности препаратов, полученными в научных статьях.

**Ключевые слова:** лекарственный препарат, оригинальный препарат, дженерик, биоэквивалентность.

Эффективность и безопасность оригинальных препаратов, представляющих собой лекарственное средство, содержащее впервые полученную фармацевтическую субстанцию или новую комбинацию фармацевтических субстанций, подтверждены результатами доклинических и клинических исследований. Воспроизведенные лекарственные препараты (дженерики), являющиеся копиями оригиналь-

ных препаратов, сегодня широко используются во всем мире. Они составляют около половины объема лекарств в Европе. Объем продаж дженериков в России достигает 80–95%. [1–3]. Различия в скорости растворения и всасывания препарата, изменение его биодоступности и биоэквивалентности могут привести к токсическим или аллергическим явлениям [4], снижению эффективности лечения.

С осведомленности потребителя о лекарственных препаратах начинается его ответственное отношение к лечению. В ходе опросов было установлено, что при выборе безрецептурных препаратов важным источником информации служит реклама, 77% потребителей прислушиваются к советам фармацевтов [5]. По статистике лишь 20% больных грамотно принимают лекарства, назначенные врачом.

Цель исследования – определить осведомленность и факторы, влияющие на выбор при покупке оригинальных препаратов и дженериков, среди различных категорий населения и медицинских работников.

**Экспериментальная часть**

В ходе исследования проводилось анкетирование по 3 видам анкет: для населения, медицинских работников и студентов медицинских учебных заведений. Полученные из анкет сведения заносились в электронную базу данных. Статистическая обработка осуществлялась с применением программы «Statistika 5.5 for Windows». Статистическая значимость различий для качественных (бинарных) признаков оценивалась по критерию  $\chi^2$  Пирсона.

В исследовании приняли участие 455 человек, из них: 155 – население, 150 – медицинские работники, 150 – студенты медицинских учебных заведений. Среди населения были следующие объекты исследования: рабочие – 24,5%, служащие – 41,3%, инженерно-технические работники (ИТР) – 12,9%, руководители – 11,6%, пенсионеры – 9,7%. Это были люди разного возраста и образования, высшее образование имели 62,6% опрошенных.

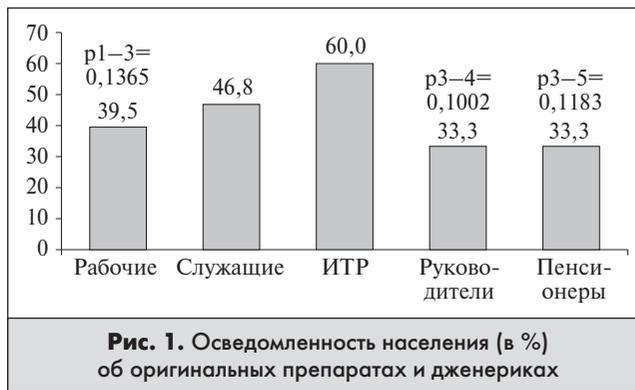
Как видно из рис. 1, наиболее осведомлены в области оригинальных препаратов и дженериков служащие (60%), наименее – руководители и пенсионеры (33%). Служащие (32,8%) чаще считают, что дженерики отличаются по цене, руководители (5,8%) – реже. По мнению 20% ИТР дженерики отличаются по вспомогательным веществам, гораздо реже так думают рабочие (5,3%). 20% пенсионеров полагают, что дженерики отличаются по эффективности лечебного эффекта.

От 66,7 до 100% различных групп населения принимают лекарства без назначения врача. Основанием для выбора лекарства при безрецептурном отпуске у 60% пенсионеров является стоимость препарата, на рекламу обращают внимание чаще рабочие (13,2%) и служащие (11,3%), совсем не доверяют рекламе ИТР и пенсионеры, советом фармацевта в аптеке пользуются все категории населения – от 60 до 73,4%.

37% студентов медицинского вуза и 78,8% студентов фармацевтического колледжа ( $p < 0,0001$ ) придерживаются правильного суждения о том, что дженерики – это копии оригинальных препаратов. 15% студентов медицинского вуза и фармацевтического колледжа ошибочно считают, что дженерики – это впервые синтезированные, прошедшие полный цикл доклинических и клинических исследований лекарственные средства, защищенные патентом. Рассматривают дженерики как препараты-аналоги 45,6% студентов медицинского вуза и значительно меньше – 5,8% студентов фармацевтического колледжа (рис. 2). Для студентов медицинского вуза выбор оригинального или дженерического лекарственного препарата зависит в 58,7% случаев от стоимости, в 23,9% – от информации, полученной из научных статей, и в 21,7% – от совета фармацевта. У студентов фармацевтического колледжа на выбор влияют: совет фармацевта (62,5%), стоимость (59,6%), информация, полученная из научных статей (21,1%).

Среди опрошенных медицинских работников 94,7% провизоров и 100% фармацевтов уверены в своих знаниях, что такое оригинальный препарат и дженерик; для врачей, научных сотрудников и медсестер – число осведомленных соответственно равно 97,5, 90,9 и 90,5%. Однако правильный ответ на вопрос, что такое дженерик, дали только 69,6% врачей и 42,9% медсестер. Большинство медицинских работников (за исключением медсестер) считают, что оригинальные препараты и дженерики различаются по цене. По мнению 63,2% провизоров, 60% фармацевтов, 60,8% врачей, 45,5% научных сотрудников и 33,3% медсестер, дженерики отличаются только по торговому названию. О различиях в эффективности лечебного эффекта дженериков и оригинальных препаратов заявили 47,4% провизоров, 70% фармацевтов, 54,4% врачей, 36,4% научных сотрудников, 52,4% медсестер. Существует неправильный взгляд будто дженерик отличается от оригинального препарата по международному непатентованному названию (МНН), его поддерживают 10,5% провизоров, 10% фармацевтов, 7,6% врачей, 18,2% научных сотрудников, 4,8% медсестер (рис. 3).

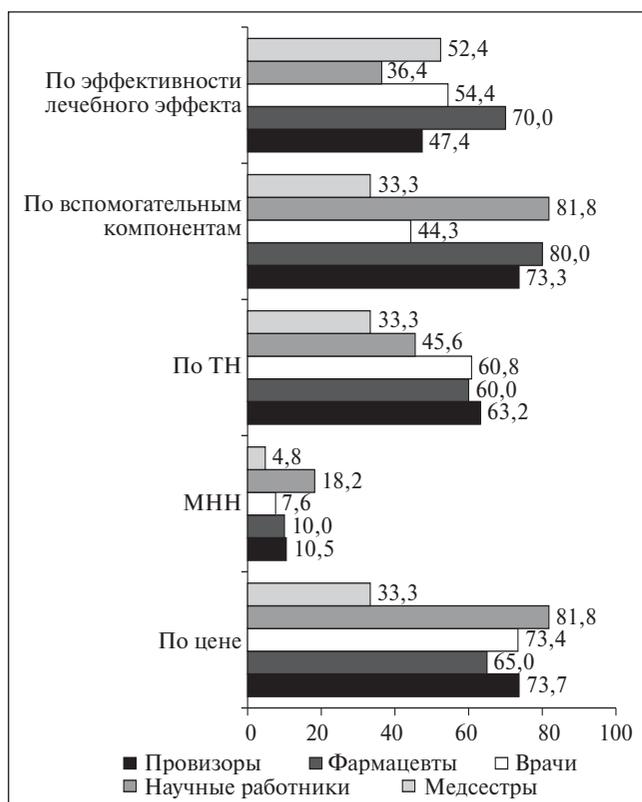
Половина врачей при покупке оригинального или дженерического лекарственного препарата ориентируется на его стоимость, 6,3% – на рекламу, 27,9% – на формулярный список, 24% – на советы коллег, 2,9% – на мнения фармацевта и 5,1% – иных



**Рис. 1.** Осведомленность населения (в %) об оригинальных препаратах и дженериках



**Рис. 2.** Информированность студентов (в %) о дженериках



**Рис. 3.** Осведомленность различных категорий опрошенных (в %) об отличиях дженериков от оригинальных препаратов. МНН – международное непатентованное название, ТН – торговое название

лиц. Научные сотрудники при покупке оригинального или дженерического лекарственного препарата руководствуются: 72,7% – стоимостью препарата и 81,9% – информацией из научных статей, посвящен-

ных результатам изучения терапевтической эквивалентности препаратов.

Для медсестер выбор при покупке оригинального или дженерического лекарственного препарата зависит в 71,4% случаев от стоимости, в 14,3% – от формулярного списка и совета фармацевта, в 4,8% – от информации из научных статей, представляющих результаты терапевтической эквивалентности препаратов.

### Выводы

1. Согласно результатам исследования, недостаточно осведомлены в области оригинальных и дженерических препаратов 33,3–60% населения, 30,4% врачей, 57,1% медсестер, 63% студентов медицинского вуза и 21,2% студентов фармацевтического колледжа.

2. При покупке препаратов безрецептурного отпуска наиболее важными критериями выбора служат совет фармацевта в аптеке и стоимость лекарственного препарата; медицинские работники руководствуются также результатами изучения терапевтической эквивалентности препаратов, описанными в научных статьях.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Белоусов Ю.Б. Дженерики – мифы и реалии. Ремедиум. 2003; 4: 4–9.
2. Герасимов В.Б., Лукьянов С.В. Еще раз к вопросу о дженериках. Фармацевтический вестник. 2004;18 (339): 28–9.
3. Панюшин Р.Л. Оригинальные и дженериковые препараты: единство или борьба противоположностей? Фармацевтический вестник. 2003; 16: 23.
4. Schneider A., Wessjohann L.A. Сравнение профилей примесей в фармацевтических препаратах методом ВЭЖХ – МС/МС. I Всероссийская конференция: Современные методы химико-аналитического контроля фармацевтической продукции. Москва, 1–4 декабря. Абстракт. 2009; 173–174.
5. Хачатурян Д.Р. Пять причин для выбора оригинальных препаратов. Аптечное дело. 2010; 3: 12–13.

Поступила 3 декабря 2014 г.

## AWARENESS OF BRAND NAME AND GENERIC DRUGS

T.V. Potupchik<sup>1</sup>, MD; O.F. Veselova<sup>1</sup>, MD; L.S. Evert<sup>2,3</sup>, MD; E.V. Okladnikov<sup>1</sup>, MD; I.V. Gatskikh<sup>1</sup>; T.P. Shalda<sup>1</sup>; S.E. Storozhenko<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Prof. V.F. Voino-Yasenetsky Krasnoyarsk State Medical University; 1, Partisan Zheleznyak St., Krasnoyarsk 660022

<sup>2</sup>Research Institute for Medical Problems of the North, Krasnoyarsk, 3F, Partisan Zheleznyak St., Krasnoyarsk 660022

<sup>3</sup>Medical and Psychosocial Institute, N.F. Katanov Khakass State University; 68 Khakasskaya St., Abakan, Republic of Khakassia 655004

### SUMMARY

The results of a conducted questionnaire survey were used to study awareness and factors influencing the choice of brand name and generic medicines by different population categories, healthcare workers, and medical students. The study has shown that there is inadequate awareness of brand name and generic drugs among the population (33.3–60.0%), physicians (30.4%), nurses (57.1%), and students of a medical university (63%) and those of a pharmaceutical college (21.2%). When buying over-the-counter medicines, the population uses the most important choice criteria, such as a pharmacist's advice and the cost of a drug; healthcare workers are also guided by the knowledge of the therapeutic equivalence of drugs, which have been obtained in scientific articles.

**Key words:** drug, brand name drug, generic drug, bioequivalence.

### REFERENCES

1. Belousov Yu.B. Generics – Myths and Realities. Remedium, 2003; 4: 4–9 (in Russian).
2. Gerasimov V.B., Luk'yanov S.V. Once again the question of generics. Farmatsevticheskiy vestnik, 2004;18(339): 28–29 (in Russian).
3. Panyushin R.L. Original and generic drugs: the unity and struggle of opposites? Farmatsevticheskiy vestnik, 2003;16: 23 (in Russian).
4. Schneider A., Wessjohann L.A. Comparing the profiles of impurities in pharmaceuticals by LC – MS / MS. I Vserossiyskaya konferentsiya: Sovremennye metody khimiko-analiticheskogo kontrolya farmatsevticheskoy produktcii. Moskva, 1–4 dekabrya. Abstrakt. 2009; 173–174.
5. Khachatryan D.R. Five reasons to select the original drugs. Aptechnoe delo, 2010; 3: 12–13 (in Russian).