

ДЕФІНІЦІЇ ЛІКІВ У СУЧАСНІЙ ФАРМАЦІЇ ТА ФАРМАКОЛОГІЇ

Відповідно до визначення ВООЗ: *лікарська речовина, лікарська субстанція, діюча речовина* - фармакологічно активна речовина, яка використовується для виробництва ліків.

Ліки (лікарський препарат) - речовина у визначеній лікарській формі, яку дозволено до застосування з метою лікування, профілактики або діагностики захворювань. Лікарський препарат може мати кілька назв у відповідності з різними класифікаціями:

- **хімічна** - затверджується відповідно до вимог Міжнародної спілки з чистої й прикладної хімії (IUPAC);

- **міжнародна непатентована назва (МНН)** - назва діючої речовини відповідно до міжнародної анатомо-терапевтичної класифікації (АТС). Непатентована, тому що не є власністю певного виробника й не захищена патентом.

Оригінальний (інноваційний) препарат (innovative - оновлений) - це препарат, створений із вперше отриманої субстанції, що пройшов повний курс доклінічних і клінічних досліджень та захищений патентом на певний термін (найчастіше на 20 років).

Торгова назва (комерційна, фірмова) - це «ім'я», під яким препарат продається на фармацевтичному ринку, захищене патентом, є торговою маркою фірми-виробника й охороняється патентним законодавством.

Генеричний (generis - загальний) препарат (генерик, дженерик або відтворений) є повним терапевтичним еквівалентом інноваційного і випускається після закінчення терміну патентного захисту оригінального препарату.

Генеричний генерик - препарат, торгова назва якого збігається з МНН.

Зонтичний генерик - препарат, торгова назва якого включає МНН і торгову марку або ідентифікатор фірми-виробника (наприклад, преднікарб-Дарниця).

Синоніми (від грец. synonimos - одноіменний) - це торгові назви ліків (генеричних і оригінальних), одержані на основі одного МНН.

Аналоги (від грец. analogos - подібний, схожий) - ліки з однієї фармакологічної групи.

Брендовий препарат (brand - товарний знак) - це оригінальний або генеричний засіб, прибуток від продажу якого складає більше 1 млн. доларів на рік.

Зонтичний (або корпоративний) бренд - коли одна відома марка (бренд) як парасолькою «прикриває» собою кілька різних торгових назв ліків і складається з назви широко відомого МНН і частини назви фірми-виробника.

Брендований генерик (branded generic) - генеричні препарати, прибутки від продажу яких складають більше 1 млн. доларів на рік.

Фармацевтичний бестселер (best - кращий, sell - продавати) - ЛЗ з об'ємом продажів на рік від 500 млн. до 1 млрд. доларів (наприклад, но-шпа в 2009 році).

Блокбастер (blockbuster - потужна бомба, оглушливий успіх) - ЛЗ з об'ємом продажів більше 1 млрд. доларів на рік (наприклад, віагра в 2004 році).

Топ-препарат - препарат, що займає одне з провідних місць у рейтингу протягом певного часу (тиждень, місяць, рік), у визначеному місці (області, країні, світі), за певним показником (той, що найчастіше продається, той, що найчастіше призначається, вітчизняний, імпортований тощо).

Нон-нейм препарат - давно відомий ЛЗ, що продається і під МНН, і під торговими марками, причому виявити, яка назва є оригінальною, неможливо (наприклад, фенобарбітал).

Орфанний препарат або препарат-сирота (orphan - сирота) - ЛЗ, призначений для лікування рідкісних тяжких захворювань (наприклад, муковісцидоз, хвороба Гоше, гемофілія).

Хіральний препарат - ЛЗ, що містить фармакологічно активний стереоізомер речовини (наприклад, S(-) ізомер амлодипіну, який має в 1000 разів більшу спорідненість до рецепторів кальцієвих каналів, ніж R(+) ізомер).