

АНАЛИЗ ВЫБОРА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИМИ РАБОТНИКАМИ КОНКРЕТНЫХ ТОРГОВЫХ НАИМЕНОВАНИЙ ПРИ ОТПУСКЕ РЕЦЕПТУРНЫХ ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ

И. В. Ручкин, Л. Ю. Яковлев, Е. Е. Чупандина

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 05.06.2014 г.

Аннотация. Развитие законодательной базы, регулирующей сферу обращения лекарственных средств, актуализировало проблему выбора конкретного торгового наименования в рамках выпи-сываемого международного непатентованного. В настоящей работе изучены основные факторы, влияющие на предпочтения как потребителей, так и фармацевтических работников при отпуске ле-карственных препаратов.

Ключевые слова: торговое наименование, международное непатентованное наименование, от-пуск лекарственных препаратов, рецептурные лекарственные препараты

Abstract. Development of legislative framework governing the field of medicines, actualized the problem of choosing a particular trade name. In this paper we studied the main factors influencing the preferences of both consumers and pharmaceutical workers at Rx drugs' sales.

Keywords: Particular trade name, international nonproprietary names, sales of drugs, Rx drugs.

В соответствии с основополагающим нор-мативно-правовым актом, регулирующим охра-ну здоровья граждан РФ (Федеральный закон от 21.11.2011 №323-ФЗ), неотъемлемым правом каждого гражданина является право на реализа-цию качественных, безопасных и доступных ле-карственных препаратов (ЛП) (ст. 18). При этом общепринятыми критериями доступности явля-ются экономическая доступность (по цене) и фи-зическая доступность (по наличию) [1].

Одним из важных направлений государствен-ной политики в сфере обращения лекарственных средств (ЛС) является повышение их доступ-ности. В последние годы особую озабоченность вызывает сложившаяся на фармацевтическом рынке ситуация, характеризующаяся обилием воспроизведенных лекарственных препаратов с неподтверждёнными характеристиками био- и те-рапевтической эквивалентности [2]. В то же вре-мя их цена подчас отличается в разы. В данных

условиях обеспечение непредвзятого, обосно-ванного (базирующегося на стандартах оказания медицинской помощи и др. документах) подхода к выбору ЛП для оказания медицинской помощи является одной из первоочередных задач.

Следует отметить, что на этапе назначения и выписывания медицинскими работниками ЛП того или иного международного непатентованно-го наименования (МНН) порядок выбора опреде-ляется Федеральным законом от 21.11.2011 №323-ФЗ, согласно которому он должен происходить на основе стандартов медицинской помощи (ст. 37, 79, 88). Более того, в соответствии с п. 3 приказа Минздрава России от 20.12.2012 №1175н, назна-чение ЛП медицинским работником фактически должно осуществляться только по МНН.

На этапе же отпуска ЛП гражданам из ап-течных организаций возникает проблема выбора конкретного торгового наименования (ТН) в рам-ках выписанного МНН. Правовое регулирование данного аспекта на настоящий момент сводится к запрету неполного и (или) недостоверного ин-

формирования населения о наличии препаратов с одинаковым МНН и их ценах, в т.ч. сокрытия такой информации (п. 2 ст. 74 Федерального закона №323-ФЗ; п.4 ч.1 ст. 67.1 Федерального закона №61-ФЗ). Очевидно, что положение п. 2.11 приказа Минздравсоцразвития РФ от 14.12.2005 №785 о синонимической замене отсутствующего в аптечной организации ЛП теперь неприменимо, т.к. синонимическая замена представляет собой предложение другого торгового наименования вместо выписанного.

Таким образом, вопрос рекомендации конкретного торгового наименования из всех представленных по данному МНН в аптечной организации, полностью переходит в компетенцию фармацевтического работника. Хотя решение о приобретении ЛП остается за конечным потребителем, очевидно, что он, в силу отсутствия специальных знаний фактически может ориентироваться лишь на цену препарата и случайным образом приобретенные сведения о его эффективности и безопасности.

В связи с этим целью настоящей работы выступило определение наиболее значимых факторов, влияющих на выбор лекарственного препарата фармацевтическим работником.

Для достижения поставленной цели нами были разработаны два типа анкет: для фармацевтических работников и для потребителей, по которым было проведено анкетирование 150 фармацевтических работников аптечных организаций г. Воронежа и 200 потребителей. Оба типа анкет состояли из двух блоков: блока сведений о респонденте и блока вопросов по выяснению факторов, влияющих на выбор ЛП.

Анкетированию подвергали только тех потребителей, которые приобретали ЛП на основании врачебного назначения. Из опрошенных потребителей 68% являлись женщинами, 32% - мужчинами. Средний возраст составил 48 лет. По социальному статусу респонденты преимущественно относились к работающим и учащимся (71%), также весомой была доля пенсионеров (26%), доля безработных составила всего 3%. Месячный доход потребителей в среднем составил 15-20 тыс. руб., из них на приобретение ЛП затрачивали 300-500 р.

Назначение врача в виде оформленного рецептурного бланка имели при себе 5% опрошенных; в виде письменного назначения не на рецептурном бланке – 75%; в виде устных рекомендаций врача – 20%.

Анализ выполнения медицинскими работниками требования по назначению ЛП по МНН показал, что при использовании рецептурных бланков МНН указывалось в 100% случаев, при выписке не на рецептурных бланках – в 68%, при устных рекомендациях – в 22,5%. Таким образом, необходимость в выборе конкретного ЛП в рамках выписанного МНН возникла в 60,5% случаев от общего числа рассмотренных.

Данной категории респондентов было предложено ранжировать в порядке убывания значимости следующие факторы, влияющие на выбор ЛП: рекомендация фармацевтического работника, ценовая доступность препарата, имеющиеся собственные предпочтения. За первое место фактору присваивалось 3 балла, за второе – 2, за третье – 1. Суммарное количество баллов по ответу на данный вопрос – 6. Процент значимости каждого из факторов рассчитывался как отношение суммы баллов по нему к общей сумме баллов. Для ценовой доступности препарата данный показатель составил 53%, для рекомендации фармацевтического работника – 35%, для имеющихся собственных предпочтений – 12%. Таким образом, при выборе в рамках одного МНН ценовая доступность ЛП для потребителей оказалась наиболее важным фактором, превосходя рекомендации фармацевтических работников в 1,5 раза, а имеющиеся собственные предпочтения – в 4,4 раза.

При ответе на вопрос, осознает ли потребитель разницу между понятиями «международное непатентованное» и «торговое наименование», свою осведомленность декларировали 17,5% и лишь 9,5% заявили о своей готовности самостоятельно решать, препарат под каким именно торговым наименованием они приобретут.

При анкетировании фармацевтических работников опросу подвергались только осуществляющие отпуск ЛП потребителям. Было установлено, что 98% из них являются женщинами. Средний возраст составил 34 года, стаж профессиональной деятельности – 10-12 лет; у подавляющего большинства не было квалификационной категории (97%), все имели действующий сертификат специалиста.

В качестве вариантов факторов, влияющих на рекомендацию конкретного ТН, были предложены:

- стоимость;
- информация, полученная:
- от коллег;
- от представителей компаний-производителей;

- при участии в мероприятиях по повышению квалификации;
- из профессиональной литературы;
- личный опыт;
- известность бренда.

Ранжирование и определение процента значимости проводилось аналогично анкете потребителей. Результаты представлены на рис. 1.



Рис. 1. Значимость факторов, влияющих на рекомендацию конкретного торгового наименования, %.

Как видно, стоимость ЛП является ведущим по важности фактором, как и при опросе потребителей. Однако в данном случае роль этого фактора не столь однозначна, а его величина может иметь противоречивое влияние.

В этой связи фармацевтическим работникам дополнительно задавался вопрос, чем они руководствуются при выборе ценовой категории лекарственного препарата при осуществлении рекомендаций потребителям.

Всегда предлагают самый дорогостоящий препарат 23% опрошенных, самый доступный – 9%, средней ценовой категории – 45%, пытаются определить покупательную способность потребителя по его внешнему виду – 5%, уточняют ценовые предпочтения – 18%.

Вместе с тем, наряду со стоимостью препарата, существенное влияние на выбор потребителя может оказать и количество предложенных альтернатив. По результатам анкетирования, предлагают потребителю единственный препарат, соответствующий выписанному МНН, 62% фармацевтических работников; 2-3 варианта предлагают 33%, более трех вариантов – 5%.

Таким образом, типовая схема рекомендаций потребителям может быть представлена следующим образом (рис. 2):



Рис. 2. Типовая схема рекомендаций по выбору ЛП в рамках МНН

При исследовании представленности в аптеках-респондентах (79) оригинальных и воспроизведенных препаратов нами была изучена группа входящих в перечень ЖНВЛП ингибиторов АПФ. Результаты представлены в таблице 1.

Как видно, хотя бы одна альтернатива по каждому МНН присутствовала во всех организациях. Представленность альтернатив подтвердила результаты опроса и показала, что в своих рекомендациях фармацевтические работники, как правило,

Таблица 1

Представленность препаратов ИАПФ в аптечных организациях

МНН	Доля (%) аптечных организаций, имеющих в ассортименте				
	Оригинальный ЛП	Общее количество альтернатив			
		Одна	Две	Три	Четыре и более
Эналаприл	57	100	93	85	28
Лизиноприл	0	100	39	10	0
Каптоприл	73	100	62	6	0
Периндоприл	92	95	27	3	0

отталкиваются от имеющегося у них в распоряжение ассортимента, предлагая пациенту количество альтернатив, пропорциональное его широте.

альтернатив исходит из широты ассортимента, отдавая предпочтение препаратам средней ценовой категории.

ВЫВОДЫ

1. Подавляющее большинство потребителей нуждаются в рекомендации фармацевтических работников по выбору препаратов в рамках выпущенного МНН.

2. Наиболее значимыми факторами, влияющими на выбор лекарственного препарата фармацевтическим работником, являются его стоимость, известность бренда и личный опыт.

3. Большая часть фармацевтических работников в количестве предлагаемых посетителю

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Музыра Ю.А., Лидер М.Б. Практика оценки доступности фармацевтической помощи и перспектив ее развития на территориальном уровне / Ю.А. Музыра, М.Б. Лидер // Вестник Росздравнадзора. — 2010. — №2. — С. 54-60.

2. Тельнова Е.А. О задачах Росздравнадзора по совершенствованию контрольно-надзорной деятельности в здравоохранении / Е.А. Тельнова // Вестник Росздравнадзора. — 2012. — №6. — С. 6-16.

Ручкин Иван Владимирович — аспирант кафедры управления и экономики фармации и фармакогнозии ВГУ; e-mail: ruchkin.vrn@yandex.ru

Ruchkin Ivan V. — post graduate student, management and economics of pharmacy and pharmacognosy department, VSU; e-mail: ruchkin.vrn@yandex.ru

Яковлев Лев Юрьевич — аспирант кафедры фармацевтической химии и фармацевтической технологии ВГУ; e-mail: luyakovlev@yandex.ru

Yakovlev Lev Y. — post graduate student, management and economics of pharmacy and pharmacognosy department, VSU; e-mail: luyakovlev@yandex.ru

Чупандина Елена Евгеньевна — зав. кафедрой управления и экономики фармации и фармакогнозии Воронежского государственного университета, д.фарм.н., доцент; e-mail: chupandina@vsu.ru

Chupandina Elena E. — head of the department of management and economics of pharmacy and pharmacognosy of Voronezh State University, doctor of pharmaceutical science, Associate Professor; e-mail: chupandina@vsu.ru