В настоящее время почти во всех развитых странах наблюдается значительный рост фармацевтического рынка. Существует более 10 тысяч фармацевтических компаний, занятых производством лекарственных препаратов.

По мнению экспертов ВОЗ, практически во всех странах мира увеличилось потребление лекарственных средств. Так, в Северной Америке и Японии оно возросло более чем в 3 раза, в Западной Европе — в 2 раза, в Восточной Европе и Латинской Америке — в 1,5 раза. Несмотря на активную пропаганду против самолечения и его последствий, согласно прогнозам развития фармацевтической промышленности США, в ХХI веке ожидается увеличение доли безцентного потребления лекарственных препаратов. Все эти тенденции характерны и для формируемого отечественного фармацевтического рынка, росту которого во многом способствуют и то, что изменяется централизованная система лекарственного обеспечения и фармацевтические компании получили возможность самостоятельного выхода на фармацевтический рынок. Сокращается привычный арсенал лекарственных средств, и на отечественном рынке появляется большое количество новых зарубежных препаратов.

Однако, по данным сборного перечня международных непатентованных наименований фармацевтических веществ, на рынке существуют десятки тысяч лекарственных средств, многие из которых идентичны или весьма схожи по терапевтическому эффекту, но продаются под различными наименованиями. Нередко отмечаются факты продажи фармацевтическими компаниями опасных для здоровья людей медикаментов, многие из которых после их запрета в одной стране реализуются в другой. Создается ситуация, при которой терапевтический выбор определяется, скорее, «напористостью» рекламы, а не объективными данными. Все это повышает значимость службы фармацевтической информации и требует от нее высокого профессионализма и обязательного соблюдения национального законодательства.

В ряде зарубежных стран распространением информации о лекарственных средствах занимаются в основном фирмы-производители, при этом цена препарата сразу же включает затраты на научно-информационную работу, которые составляют примерно 11—15% от оптовой цены.

В нашей стране сбор и распространение информации о лекарственных средствах традиционно возложены на аптечную службу. Эта работа проводится в трех направлениях: информация для медицинских работников, для
фармацевтов и для населения. Одна-
ко в современных условиях перехода
eкономики на рыночные отношения
необходимо шире привлекать к инфор-
мационной работе заводы-производи-
tели и фирмы-посредники. Врачи долж-
ны обращать особое внимание на
информацию о лекарственных средст-
вах, проявляя большую заинтересо-
ванность, что особенно важно в усло-
vиях внедрения системы медицинско-
го страхования.
Существуют различные методы и
формы организации информационной
работы. Тем не менее необходимо
далеешее совершенствование этого
вида деятельности. Изучение потреб-
ности в информации о лекарственных
средствах среди различных групп по-
требителей, проведенное в 1993—
1994 гг. на базе аптек и лечебных
учреждений г. Казани, показало, что
почти 60 % опрошенных медицинских
работников основным источником ин-
формации о лекарственных средствах
считают сообщения провизоров из
прикрепленных аптек. Вместе с тем на
вопрос: «В достаточном ли объеме
Вы получаете информацию о лекарст-
венных средствах?» — отрицательно
ответили 100 % опрошенных врачей,
96 % аптекальных работников и 69 % на-
селения. Это свидетельствует о ярко
недовольственности информационной
работе, особенно для специалистов,
о дефиците литературы, освещаю-
щей вопросы клинической фарма-
кологии и лекарственной терапии.
На вопрос: «Удовлетворяет ли Вас
качество получаемой фармацевтичес-
ской информации?»—более 70 % опро-
шенных специалистов ответили от-
рицательно. Врачами и провизорами
справедливо ставится вопрос о повы-
шении оперативности поступления ин-
формационных изданий. Необходимо
создание автоматизированных банков
dанных о лекарственных средствах,
включающих экспертные системы на
основе реферирования научных клини-
ческих медицинских журналов, книг,
монографий. Требуется адресная ин-
формация: сведения о предприятиях-
производителях лекарственных препа-
ратов, товарном ассортименте пред-
приятий, ценах, качестве препара-
tов и др.
Органы фармацевтической информа-
ции должны принимать активное
участие в насыщении рынка информа-
ционными товарами и услугами. Так,
подготовку информационных материа-
лов для врачей и специалистов нужно
вести в двух направлениях. Первое —
это широкое информирование спе-
циалистов о том, какие лекарствен-
ные средства зарегистрированы и раз-
решены к медицинскому применению,
какие государственные закупки (по-
ставки) медикаментов осуществлены
или будут произведены в ближайшее
время, каких препаратов не хватает и
чем их можно заменить. Такая инфор-
мация должна быть общеуступной и
публиковать ее необходимо в возмож-
но большом количестве изданий. Вто-
рое — это подготовка более глубокой
научной информации о клинических
особенностях применения препара-
tов, их фармакологических свойствах,
что требуется медицинским работни-
кам.
Особенно важны для ориентации
врачей публикации профессионально
составленных материалов, где бы ин-
формация о новых препаратах дава-
лась в сравнении с уже имеющимися
и хорошо известными лекарственными
средствами.
Особую актуальность сейчас при-
обретает внешнеинформационная и
внешнеэкономическая деятельность
органов фармацевтической информа-
ции. Независимого нашего информа-
ционного и товарного рынков лекарст-
венных средств в их конъюнктурных, эко-
номических и правовых условиях созда-
ет большие трудности для зарубеж-
ных предприятий. Поэтому весьма
перспективны следующие направле-
ния деятельности: создание совмести-
мных предприятий в области информа-
ционной работы, лекарствоведения,
презентации зарубежных фирм, при-
глашения зарубежных специалистов
для обучения наших работников, про-
ведение совместных семинаров и кон-
ференций, подготовка аналитической
информации о различных аспектах
лекарственных средств для зарубеж-
ных фирм, совместная реклама и мар-
кетинговые исследования.
Формирование современного фарма-
цевтического рынка в нашей стране
невозможно без действенной системы
информации, выгодной и производи-
tельно, и продавцу, и покупателю.

Поступила 08.02.95.