

Фармацевтика за стеклом

Российскому фармрынку предстоит освоить полимерную упаковку

Анастасия Громова, Елизавета Сергиенко, Вероника Цехоня

Мировой стандарт

В настоящее время рынок упаковки для фармацевтической промышленности находится в стадии подъема и относится специалистами к одному из наиболее перспективных и привлекательных для инвестиций. Объем продаж в этом секторе рынка неуклонно растет, и производители медицинской упаковки и упаковочного оборудования с каждым годом увеличивают свои производствен-

ные мощности и вкладывают все больше средств в модернизацию и реорганизацию своего производства.

Американская группа Freedonia, занимающаяся проведением рыночных исследований, предсказывает, что общемировое потребление фармацевтической упаковки будет увеличиваться на 4 % в год и к 2007 году достигнет 22,2 млрд долларов. По данным Freedonia, быстрее всего будет расти сектор blisterной упаковки — на 6,6 % в год до 4,9 млрд



ISMP

долларов в 2007 году. Этому способствует новое европейское законодательство, требующее использования порционной упаковки. Как считают в Freedonia, из-за экономических преимуществ и универсальности пластмассовые бутылки будут все больше применяться в фармацевтике. Ожидается, что их потребление в данном секторе будет увеличиваться на 4,1 % в год и достигнет 4,5 млрд долларов.

По мнению аналитиков, сектор принадлежностей и упаковки с крышками является крупнейшим на рынке упаковки для фармацевтики. Темпы роста в данном секторе должны составить 3 %, и ожидается, что к 2007 году его объем достигнет 6,5 млрд долларов. Как полагают в Freedonia, США останутся крупнейшим рынком, а Китай будет самым быстрорастущим. По оценкам компании, около 80 % фармацевтической упаковки в мире потребляется крупнейшими рынками США, Японии, Китая, Германии и Франции. За этими странами следуют Великобритания, Италия и Швейцария. Согласно прогнозу европейских аналитиков, в 2003–2007 гг. среднегодовой темп прироста продаж фармацевтики в Европе будет равняться 5–6 %.

Однако претендовать на этот лакомый сектор смогут не все компании. Фармацевтические гиганты становятся все более требовательными к упаковке своих товаров: сокращается число постоянных поставщиков, выдвигаются требования сокращения издержек и повышения качества и чистоты продукта. Компании,

Ольга Катруха, Eli Lilly:

Для упаковки лекарственных средств сегодня используются самые современные материалы. В современных тенденциях производства явно прослеживается растущий спрос со стороны фармацевтических компаний на пластиковую упаковку, которая вытесняет стеклянные аналоги. Как и в любом другом технологическом производстве, в сегменте упаковки фармацевтических препаратов происходит усовершенствование технологий, что вполне естественно.

В производстве упаковки Eli Lilly прежде всего руководствуется высокими международными стандартами, которые едины для всех стран, в которых работает компания. Кроме того, каждая из стран предъявляет свои требования к упаковке лекарственных препаратов, которым Eli Lilly строго следует. В России эти правила регламентируются законом «О Лекарственных средствах» и методическими указаниями Министерства Здравоохранения «Графическое оформление лекарственных средств. Общие требования». Согласно всем этим требованиям упаковка должна защищать препарат от вредных воздействий и обеспечивать его сохранность в течение всего срока годности при хранении в предусмотренном для него температурном режиме.

Не менее важно обеспечить уникальность и узнаваемость упаковки для потребителя, чтобы исключить возможность путаницы между препаратами. Так как все предприятия нашей компании находятся за рубежом, мы изготавливаем в России только макет упаковки и затем утверждаем его в регистрационных органах Минздрава. В соответствии с утвержденным макетом изготавливается упаковка препаратов Eli Lilly с описанием на русском языке.

занимающиеся производством упаковки для лекарственных средств (ЛС), активно привлекают инвестиции и объявляют о слияниях.

Другие компании выбрали путь совершенствования своей продукции. Так, West Pharmaceutical Services Inc. недавно представила технологию производства защитной пленки для фармацевтической упаковки. Упаковка с пленкой West FluroTec существенно уменьшит возможность выщелачивания, экстракции или просыпания в результате взаимодействия лекарства с упаковочной пленкой при запечатывании и уменьшит возможность потенциального загрязнения лекарства. Это защитит пациента и сэкономит производителям миллионы долларов. С появлением высокотехнологичных и биотехнологичных лекарств появляется все больше сухих сублимированных препаратов. West FluroTec применяется для упаковки сложной формы, что обычно и требуют сухие препараты в виде пудры или сублимата. Первое время West FluroTec будет использоваться в США, но Donald E. Morel, президент West Pharmaceutical, уверен, что этот материал быстро завоеует рынок благодаря своим качествам и способности минимизировать возможности порчи лекарств и сохранять терапевтические свойства препаратов.

Игра в догонялки

Большинство отечественных лекарств расфасовывается в стеклянную тару. Популярными остаются недорогие тубы для кремов и мазей. Однако все более уверенные позиции на рынке занимает удобная и недорогая пластиковая упаковка.

На сегодняшний день российское фармацевтическое производство еже-

Тамара Юковлева, ООО «Крка-Рус»:

Для нас выбор упаковки напрямую зависит от свойств препарата и условий его хранения и осуществляется непосредственно при разработке лекарства. На мой взгляд, пока еще нельзя говорить о полном вытеснении стеклянной упаковки пластиковой, поскольку существуют лекарственные средства, хранение которых возможно только в стекле. И до тех пор, пока будут существовать такие препараты, будет существовать и стеклянная упаковка. К тому же пластиковую упаковку сложно утилизировать. Этот важный вопрос требует рассмотрения и решения.

Важнейшая функция упаковки — способность защитить лекарственное средство, а затем уже удобство использования, легкость и защита от подделок. Для своих лекарств мы используем блистерную упаковку, которая разрабатывается на фармацевтическом заводе КРКА в Словении. Она полностью соответствует свойствам наших препаратов.

годно потребляет более 1 млрд шт. ампул и 120 млн шт. флаконов. Эта потребность на 70 % удовлетворяется за счет стеклянной тары и упаковки отечественного производства, которые (особенно ампулы) имеют весьма низкое качество. Объем российского фармынка в 10–15 раз меньше объема фармацевтических рынков в развитых странах, таких как США, Япония, Германия, и более половины отечественного рынка занимают импортные препараты. Последние, конечно, упаковываются в импортную упаковку.

На российском рынке сложилась типичная ситуация: с одной стороны, российская упаковка дешевая, но низкокачественная, с другой — российским производителям ЛС не по карману качественная и дорогая импортная упаковка. Компании, перешедшие на западные технологии производства лекарств, предпочитают использовать иностранную упаковку: или импортировать ее из-за рубежа, или строить собственное производство по западным стандартам.

Крупнейшими поставщиками фармацевтической стеклотары в Россию яв-

ляются Германия (более половины всего объема поставок ампул и четверть поставок флаконов), Украина и Польша. Российским импортерам известны также серьезные поставщики из Голландии, Чехии, Словакии, Италии.

Говоря о роли внешнеторговых поставок в удовлетворении потребности российских фармпроизводителей в стеклянной медицинской таре и упаковке, нельзя не упомянуть и тот факт, что при всех сложностях рынка и наличии дефицита качественной продукции объем экспорта медицинского стекла из России превышает объем импорта. География экспорта и география импорта, конечно, не совпадают — получателями российской продукции за рубежом являются преимущественно Казахстан, Киргизия, Грузия, Армения, Монголия. Очевидно также, что качество ввозимой и вывозимой продукции разное.

К тому же импортная упаковка удовлетворяет не только техническим, но и эстетическим требованиям, и требованиям безопасности. Упаковка может и должна содействовать защите от подделки. Для этого есть масса средств: надежность повышает голографическая наклейка, выполненная при помощи электронно-лучевой литографии. При возросшей фальсификации лекарств ее все чаще применяют для маркировки продукции. Сам рисунок голограммы достаточно сложно подделать, к тому же она может содержать многоуровневые микротесты для определения подлинности, в т. ч. и читаемые только при помощи специального оптического прибора.

Любая упаковка призвана привлечь покупателя. Над дизайном упаковок для фармацевтических препаратов, выпускаемых крупными фирмами, трудятся сегодня целые коллективы художников, что недоступно российским производителям.

Специалисты считают, что без развития самой отечественной фармацевтической индустрии невозможно развитие индустрии фармацевтической упаковки. ■

Анна Волкова, компания «Нижфарм»:

Мы используем различные упаковочные материалы: первичная упаковка для супозиторий — контурная ячейковая, для мазей — тубы, для других фасовок (капсулы, таблетки) мы используем блистеры, пластиковую тару. В качестве вторичной для всех видов продукции используется картонная упаковка.

При выборе упаковки для препаратов мы, в первую очередь, учитываем удобство ее использования. Например, учитываем модификацию бушонов (крышек на тубе), увеличиваем их размеры, чтобы человек с патологией мелких суставов смог легко открыть мазь. При разработке вторичной упаковки необходимо учитывать феномен розничного самообслуживания, который означает, что покупатель в типичном магазине или аптеке оказывается лицом к лицу с множеством товаров. В таком случае упаковка стимулирует покупку именно в тот момент, когда потребитель делает выбор (если препарат отпускается без рецепта). И наконец, упаковка — это эффективное средство донесения информации до потребителя.

Современная упаковка лекарственного препарата должна защищать лекарственное средство от подделок и различных повреждений и представлять информацию потребителям. Упаковка продукта — важный осязаемый элемент, который неотделим от всего комплекса маркетинговых коммуникаций.