

Polacy, po Amerykanach i Francuzach,
spożywają najwięcej preparatów przeciwbólowych
dostępnych bez recepty



Samoleczenie

Rafał Boruc

Ostatnie lata to dla producentów i sprzedawców parafarmaceutyków w Polsce złoty okres. Branża rozwija się szybciej niż pozostałe segmenty rynku leków. W ciągu roku wydatki na parafarmaceutyki wzrosły o 1/5, podczas gdy popyt na wszystkie medykamenty zwiększył się o 14 proc.

Leki na regałach

Typ sklepu	Tabletki przeciwbólowe (wg miejsca sprzedaży)		Zmiana (pkt proc.)
	kwiecień'02–marzec'03	kwiecień'03–marzec'04	
hipermarkety >2 500 m ²	2,5 proc.	2,4 proc.	0 proc.
supermarkety <2 500 m ²	5,8 proc.	6,3 proc.	0 proc.
duże sklepy spożywcze	7,2 proc.	7,0 proc.	0 proc.
średnie sklepy spożywcze	26,4 proc.	25,1 proc.	-1 proc.
małe sklepy spożywcze	26,0 proc.	31,1 proc.	5 proc.
koski	27,4 proc.	23,2 proc.	-4 proc.
sklepy winno-cukiernicze	1,1 proc.	1,0 proc.	0 proc.
stacje benzynowe	3,5 proc.	4,0 proc.	0 proc.

Materiały źródłowe: AC Nielsen

„ Tylko na 3 grupy wchodzące w skład paraleków Polacy wydali 581 mln zł (wzrost wartości o ok. 20 proc.) „

Ból dla portfela

W minionym roku Polacy wydali na leki 14 mld zł (rok wcześniej niespełna 12 mld zł) – wylicza IMS Health. Przedsiębiorstwa farmaceutyczne powinny być zadowolone z tych wyników. Większość bowiem analityków prognozowała, że sprzedaż leków wzrośnie o 9–10 proc. Kilkunastoprocentowa progresja to znacznie lepszy wynik w stosunku do 2002 r., kiedy to rynek wzrósł zaledwie o 3,5 proc., osiągając jeden z najniższych poziomów od wielu lat. W 2000 r. wartość zakupów zwiększyła się o ponad 22 proc., a w 2001 r. o prawie 9 proc.

Parafarmaceutyki generują mniej więcej dziesiątą część wszystkich wydatków na leki. Według danych firmy MEMRB tylko na 3 grupy wchodzące w skład paraleków – preparaty przeciwbólowe, gastryczne oraz preparaty witaminowe i mineralne – w 2003 r. Polacy wydali 581 mln zł (wzrost wartości o ok. 20 proc.). Do tego trzeba dodać ok. 800 mln zł wydatków na preparaty ziołowe.

Spośród wymienionych trzech grup objętych badaniem MEMRB, zdecydowanie największą tworzą produkty przeciwbólowe. W minionym roku wydaliśmy na nie 375 mln zł, nabywając 900 mln tabletek. Według badań TNS OBOP co 4. Polak zawsze ma przy sobie środki przeciwbólowe, takie jak aspiryna, paracetamol czy apap. Polacy znaleźli się na trzecim miejscu na świecie – po Amerykanach i Francuzach – pod względem spożycia dostępnych

bez recepty preparatów przeciwbólowych (pod względem liczby sprzedanych opakowań leków).

Wiele osób zażywa je nawet kilkanaście razy w miesiącu z powodu bólu głowy, kręgosłupa, stawów lub zębów. Prawie 90 proc. dorosłych rodaków odczuwa jakieś dolegliwości przynajmniej raz w miesiącu. Wiele produktów różni się od siebie wyłącznie nazwą, a nie składnikami. Z sondażu OBOP wynika, że 28 proc. osób zna działanie leków przeciwbólowych z własnego doświadczenia lub z relacji znajomych, a dla 23 proc. badanych jedynym źródłem wiedzy są reklamy. Jedynie 17 proc. ankietowanych uzyskało odpowiednie informacje od lekarzy.

Najbezpieczniejszym dostępnym bez recepty środkiem przeciwbólowym jest paracetamol, zalecany przez Światową Organizację Zdrowia. Znany od 1878 r. lek na ogół jest stosowany w słabych i umiarkowanych dolegliwościach, którym nie towarzyszy stan zapalny. Zalecany jest szczególnie u dzieci poniżej 12. roku życia, karmiących matek, a także u chorych na astmę. Paracetamol jest podstawowym składnikiem ponad 60 preparatów wydawanych bez przepisu lekarza, m.in. acenolu, apapu, panadolu, codiparu, efferalganu i tylenolu.

Spożycie środków przeciwbólowych zwiększa się na całym świecie. Polska nie jest pod tym względem wyjątkiem. Amerykanie zażywają co roku ponad 80 mld tabletek aspiryny, a na wszystkie leki przeciwbólowe przeznaczają rocznie ponad

Z koszykiem po witaminy

Typ sklepu	Witaminy i minerały (wg miejsca sprzedaży)		Zmiana (pkt proc.)
	kwiecień'02–marzec'03	kwiecień'03–marzec'04	
hipermarkety >2 500m ²	48,7 proc.	47,5 proc.	-1 proc.
supermarkety <2 500m ²	16,8 proc.	18,6 proc.	2 proc.
duże sklepy spożywcze	10,4 proc.	9,5 proc.	-1 proc.
średnie sklepy spożywcze	14,6 proc.	13,7 proc.	-1 proc.
małe sklepy spożywcze	7,8 proc.	9,7 proc.	2 proc.
sklepy winno-cukiernicze	0,5 proc.	0,4 proc.	0 proc.
stacje benzynowe	1,2 proc.	0,7 proc.	0 proc.

Materiały źródłowe: AC Nielsen

4 mld dolarów. Polacy na ten cel wydają 100 mln dolarów. Daje to 2,5 dolara rocznie na rodaka, kwotę może niezbyt dużą, ale systematycznie rosnącą. Decyduje o tym nie tylko powszechna dostępność farmaceutyków w sklepie, na stacji benzynowej lub w supermarkecie, ale także niewłaściwa opieka lekarska. Pacjenci często narzekają, że lekarze zajmują się leczeniem choroby, a nie zwracają uwagi na towarzyszące jej dolegliwości. Zaledwie co 5. Polak jest zadowolony z kuracji przeciwbólowej. To prawie 2,5 razy niższy odsetek niż w Unii Europejskiej, gdzie satysfakcję z takiego leczenia deklaruje 62 proc. pacjentów – wykazują badania firmy Mundipharma (wzięło w nich udział 46 tys. Europejczyków z 16 krajów).

a Niemiec nawet 8 razy więcej. Mamy więc kogo gonić. Popyt na leki roślinne związany będzie z nasilającą się tendencją do tzw. samoleczenia.

Wolny handel, czyli rynek pozaapteczny i pozaszpitalny, generuje 1/3 całego segmentu parafarmaceutyków. Z badań firmy MEMRB wynika, że na środki przeciwbólowe, gastro, preparaty witaminowe i minerały dostępne w ogólnej sieci handlowej (w sumie 121 preparatów) przeznaczaliśmy w ubiegłym roku 250 mln zł. Dodając do tego ok. 200 mln zł przeznaczonych w wolnym handlu na preparaty ziołowe, wychodzi ok. 450 mln zł wydawanych rocznie na paraleki w ogólnodostępnej sieci handlowej.

W krajach Unii Europejskiej 30–60 proc. wszystkich leków sprzedaje się poza aptekami. W Polsce

” Polskie aptekarstwo ma archaiczny model. W większości krajów Europy Zachodniej apteki wyglądają zupełnie inaczej ”

Wolny handel

Drugi pod względem wielkości segment tworzą witaminy i minerały. Według MEMRB w ubiegłym roku kupując 600 mln tabletek wydaliśmy na nie 190 mln zł. Trzeci, zdecydowanie najmniejszy segment tworzą preparaty gastryczne. Wydatki na poziomie niespełna 20 mln zł i spożycie 60 mln tabletek nie są zbyt imponujące

Preparaty roślinne stanowią największą część rynku paraleków. W ubiegłym ów segment przekroczył wartość 800 mln zł. Analitycy przewidują, że zainteresowanie tego rodzaju preparatami będzie rosło. Statystyczny Polak przeznaczą w ciągu roku na leki ziołowe 5 dolarów. Mieszkaniec Unii Europejskiej wydaje na ten cel 4 razy więcej,

ten odsetek nie przekracza 4 proc. W Niemczech nie obowiązują żadne wykazy, zawierające wybrane preparaty. O tym, czy dany lek można sprzedawać bez recepty i poza apteką decyduje się już w momencie jego rejestracji. W Stanach Zjednoczonych aż 1/3 medykamentów sprzedaje się w sieciach super- i hipermarketów. Tyle samo przypada na małe sklepy spożywcze oraz placówki specjalistyczne. Łątwo zatem obliczyć, że aptekarze nie mają tam łatwego życia – zaspokajają 1/3 popytu na preparaty zdrowotne. W porównaniu z nimi nasi aptekarze na razie znajdują się w komfortowej sytuacji – kontrolują ok. 85 proc. rynku (ok. 10 proc. medykamentów trafia bezpośrednio do szpitali).

Prowadzenie apteki nad Wisłą do niedawna było na tyle lukratywnym biznesem, że nowe pla-

Rynkowi giganci

Producenci leków (wg sprzedaży ilościowej)			
Lp.	Ogółem Polska, 2003	Sprzedaż w mln tabletek	Sprzedaż w mln PLN
MEMRB Market		1 556	581
	przeciwbólowe	57,6 proc.	64,5 proc.
	gastro	3,8 proc.	3,1 proc.
	witaminy i minerały	38,6 proc.	32,4 proc.
1	Ogółem US Pharmacia PGV	19,6 proc.	21,6 proc.
2	Ogółem GSK PGV	14,9 proc.	15,5 proc.
3	Ogółem Polpharma PGV	12,9 proc.	10,2 proc.
4	Ogółem Polfa Kutno PGV	4,7 proc.	3,8 proc.
5	Ogółem Kruger PGV	3,7 proc.	2,5 proc.
6	Ogółem F. Hoffman La Roche PGV	3,3 proc.	3,1 proc.
7	Ogółem Bayer PGV	3,3 proc.	7,0 proc.
8	Ogółem Pliva PGV	3,2 proc.	1,2 proc.
9	Ogółem Boots Healthcare PGV	3,1 proc.	4,2 proc.
10	Ogółem Polski Lek PGV	2,9 proc.	1,0 proc.
	Inni	28,4 proc.	29,9 proc.

Materiały źródłowe: MEMRB

Producenci leków (wg sprzedaży wartościowej)			
Lp.	Ogółem Polska, 2003	Sprzedaż w mln tabletek	Sprzedaż w mln PLN
MEMRB Market		1 556	581
	przeciwbólowe	57,6 proc.	64,5 proc.
	gastro	3,8 proc.	3,1 proc.
	witaminy i minerały	38,6 proc.	32,4 proc.
1	Ogółem US Pharmacia PGV	19,6 proc.	21,6 proc.
2	Ogółem GSK PGV	14,9 proc.	15,5 proc.
3	Ogółem Polpharma PGV	12,9 proc.	10,2 proc.
4	Ogółem Bayer PGV	3,3 proc.	7,0 proc.
5	Ogółem Boots Healthcare PGV	3,1 proc.	4,2 proc.
6	Ogółem Polfa Kutno PGV	4,7 proc.	3,8 proc.
7	Ogółem F. Hoffman La Roche PGV	3,3 proc.	3,1 proc.
8	Ogółem Lederle PGV	1,5 proc.	2,7 proc.
9	Ogółem Pharmavit PGV	2,1 proc.	2,5 proc.
10	Ogółem Kruger PGV	3,7 proc.	2,5 proc.
	Inni	30,9 proc.	26,9 proc.

Materiały źródłowe: MEMRB

cówki powstawały jak grzyby po deszczu. Doszło do tego, że w najbardziej atrakcyjnych rejonach nastąpił przesył (ktoś obliczył, że tylko przy ul. Marszałkowskiej w Warszawie działa ponad 30 aptek). Część aptekarzy zaczęła mieć kłopoty finansowe. Wtedy pojawił się pomysł aptekarskiego lobby rodem z poprzedniego systemu, by ograniczyć pozwolenia na prowadzenie tego biznesu.

Farmaceutyczny self-service

Tymczasem polskie aptekarstwo ma archaiczny model. W większości krajów Europy Zachodniej apteki wyglądają zupełnie inaczej. Bardziej przypominają sklepy samoobsługowe – parafarmaceutyki znajdują się tam na półkach. O tym, że klient znajduje się w aptece przypomina jedynie okienko, w którym wydaje się leki na receptę. Co więcej, za oceanem sprzedaż tradycyjna traci pole – najszybciej rośnie sprzedaż paraleków przez Internet.

Liberalizacja polskiego rynku przebiega dość wolno. Do listopada 2001 r. poza apteką można

było sprzedawać ok. 600 preparatów (z tego ponad pół tysiąca środków mogły oferować jedynie specjalistyczne sklepy zielarsko-drogerijne, a na sklepy spożywcze przypadają kilkadziesiąt specyfików). Dzisiaj lista wydłużyła się do 2,1 tys. medykamentów.

Niestety, ciągle nie wszystkie sklepy mają w swej ofercie parafarmaceutyki. Widać jednak dość szybki postęp. 3 lata temu sprzedawał je co trzeci sklep. Dzisiaj sprzedaż numeryczna przekracza 50 proc., a ważona dochodzi do 70 proc. Częstotliwość handlowania paralekami rośnie wraz z wielkością placówki i miejscowości, w której funkcjonuje.

Według badań firmy AC Nielsen, najlepiej sprzedają się opakowania zawierające 6 tabletek. Tworzą one niespełna 2/3 sprzedaży. Jednak stopniowo coraz większą popularność zdobywają większe opakowania. Stało się to możliwe po liberalizacji przepisów. W ciągu dwóch lat opakowania zawierające 10 tabletek zwiększyły swój ilościowy stan posiadania z 2,7 do ponad 10 proc. Wartościowo poprawiły się 6,6 do 22 proc. Rośnie też popularność opakowań zawierających 12 tabletek.

Preparaty witaminowe najlepiej sprzedają się w dużych obiektach spożywczo-przemysłowych, dużych sklepach spożywczych, supermarketach i domach towarowych. Zupełnie inną specyfikę ma handel środkami przeciwbólowymi. Te najlepiej sprzedają się w kioskach, niewielkich i średnich sklepach spożywczo-przemysłowych – na te kanały dystrybucji przypada 80 proc. ilości sprzedawanych preparatów przeciwbólowych. Udział hiper- i supermarketów rośnie, ale dzisiaj nie przekracza jeszcze 10 proc. ilościowej sprzedaży. Dla obu kategorii wspólnym mianownikiem jest koncentracja popytu w dużych ośrodkach miejskich. Leki poza apteką najczęściej nabywają członkowie rodzin uzyskujących ponadprzeciętne dochody, gospodarstw inteligentnych i pracujących na własny rachunek.

uzupełniającymi terapię. Podobnie jak na całym świecie i na polskim rynku jest ich coraz więcej. Parafarmaceutyki często nazywa się *niby-lekami*. Ich skład oparty jest często na starych, stosowanych od dziesiątek lat recepturach. W przeciwieństwie do klasycznych leków, parafarmaceutyki nie są zarejestrowane i nie przeszły naukowych badań. Stosuje się je w pierwszych etapach leczenia, gdy chory sam może sobie je zafundować. Do parafarmaceutyków zalicza się, m.in. niektóre środki przeciwbólowe, przeciwpriepiębieniowe, gastryczne, mieszanki ziołowe, preparaty wielowitaminowe, wielowitaminowe połączone z wyciągami z roślin i preparaty mineralne, a także kosmetyki zawierające substancje powszechnie uznawane za lecznicze.

” Leki poza apteką najczęściej nabywają członkowie rodzin uzyskujących ponadprzeciętne dochody, gospodarstw inteligentnych i pracujących na własny rachunek ”

Szansa wzrostu

Między producentami parafarmaceutyków panuje ostra konkurencja. Rynek jest dość rozdrobniony. Trzej najwięksi producenci wg MEMRB – US Pharmacia, GlaxoSmithKline oraz Polpharma – posiadają niespełną połowę zarówno ilościowej, jak i wartościowej sprzedaży. Przy tym ta pierwsza firma ma prawie tyle samo udziałów w rynku, co dwie pozostałe razem wzięte. Za czołową trójką znajduje się grupa 7 średnich producentów, z udziałami od 1 proc. do 5 proc. Pozostałe niespełna 30 proc. rynku należy jednak do kilkadziesiątu najmniejszych wytwórców.

Polska jest największym rynkiem farmaceutycznym w Europie Środkowowschodniej. Na leki wydajemy 2 razy więcej niż Rosjanie, 40 proc. tego, co wszyscy mieszkańcy naszego regionu. Ciągle jednak jesteśmy zacofani w stosunku do krajów zachodnich. Na szczęście zbliżamy się do nich.

Jakie są perspektywy dla parafarmaceutyków? Analitycy uważają, że branża powinna się rozwijać w przyzwoitym tempie. Powodów ku temu jest kilka – nasze społeczeństwo się starzeje, rośnie świadomość zdrowotna i coraz więcej ludzi kupuje leki. W związku z wejściem do Unii Europejskiej należy spodziewać się wzrostu zamożności społeczeństwa. Ponadto w Polsce średnia wartość spożycia leków jest o ponad połowę niższa niż w Europie Zachodniej. Szacuje się, że w bieżącym roku sprzedaż paraleków zwiększy się o 8–10 proc.

Czym są parafarmaceutyki?

Brak jednoznacznej definicji parafarmaceutyków. Jedni nazywają je lekami, inni substancjami

Apteka w sklepie

Obowiązujące od listopada 2001 r. rozporządzenie ministra zdrowia w sprawie obrotu detalicznego środkami farmaceutycznymi i materiałami medycznymi poza aptekami precyzyjnie wylicza, gdzie, co i jak wolno sprzedawać. Zgodnie z przepisami parafarmaceutyki można kupić w 5 różnych sklepach: zielarsko-medycznych, zielarsko-drogeryjnych, tzw. punktach aptecznych, zwykłych sklepach i specjalistycznych medycznych. Każdy z nich musi spełnić określone wymagania. Leki i parafarmaceutyki mogą okazać się wrażliwe, więc wymagają określonych warunków, m.in. sanitariatów, wentylacji, urządzeń umożliwiających mierzenie wilgotności i temperatury. Przepisy wymagają nie tylko tego, żeby pomieszczenia łatwo było sprzątać, ale też żeby farmaceutyki przechowywane były oddzielnie od innych produktów. Ważne, żeby sprzedawca przestrzegał zaleceń producenta.

Od początku 2002 r. nie można otwierać nowych sklepów zielarsko-drogeryjnych. Te, które działają, będą istnieć do końca 2005 r. Lista parafarmaceutyków dostępnych w sklepach zielarsko-medycznych liczy 1 663 pozycje. Sklepy zielarsko-drogeryjne – lista dopuszczonych do sprzedaży preparatów jest bardzo zbliżona do listy ze sklepów zielarsko-medycznych. Pełny spis liczy 1 393 pozycje. Rozporządzenie podaje zestawienie środków, które nie mogą być sprzedawane detalicznie w aptekach. Jest ich 273. Na regale w sklepie może się znaleźć najwyżej 121 artykułów. Sklepy specjalistyczne – na liście jest 79 pozycji. W sumie lista obejmuje ponad 2 tys. produktów.



„ Nie ma czytelnych reguł, jakie substancje mogą być dostępne bez recepty.
Nie do końca wiadomo też, jakie można kupić poza apteką.
Regulacje unijne powinny wymóc wprowadzenie klarowniejszych reguł ”

**Więcej zdrowia – Kuba Guzowski,
kierownik działu badań IMS:**

– Historia rynku parafarmaceutyków rozpoczęła się pod koniec 1993 r. wraz z rozporządzeniem otwierającym im drogę do telewizji. Od tego czasu rynek rozwija się dość burzliwie, aby stać się 5.–6. rynkiem Europy. Rynek ten jest – w przeciwieństwie do czołowych rynków Unii Europejskiej – jeszcze nie do końca dojrzały, podatny na zawirowania gospodarcze, z dość nielojalnymi i nieobliczalnymi klientami. Zależy od zachorowań na ostre choroby infekcyjne – gdy nie występują, wpada w stagnację, czego dowodem były lata 2001–02. Z kolei 2003 r. – z powodu epidemii grypy – był dla rynku bardzo udany. Również z powodu grypy najważniejsze są jesień, zima i początek wiosny. Jest to rynek zdecydowanie miejski, większość istotnych produktów sprzedaje się w aglomeracjach. Wieś – jako uboższa – kupuje mniej i taniej.

Nie ma żadnych przeszkód w dystrybucji parafarmaceutyków, natomiast istnieją pewne ograniczenia w detalu, związane z samą formą funkcjono-

wania aptek, które są nieduże, nieprzyjazne klientowi, z kolejkami, bez samoobsługi. Sytuację powinno zmienić połączenie aptek w sieci i pojawienie się tzw. drugstore'ów. O ile samo stosowanie produktów bez recepty na trwale zagościło wśród Polaków, o tyle dynamika ich rozwoju jest niepewna na tyle, na ile niepewna jest sytuacja gospodarcza Polski – od niej zależy rozwój tego rynku. O ile będzie wzrastała zamożność, to i rynek będzie rosł, rzecz jasna wartościowo. Wydaje się, że szczególną rolę odegra dystrybucja pozaapteczna (hipermarkety, kioski, stacje benzynowe). Już 40 proc. obrotu wartościowego preparatów przeciwbólowych dokonuje się w wolnym handlu. Jednak poza apteką będzie można kupić stosunkowo niewiele kategorii produktów i ten kanał dystrybucyjny nie powinien zaszkodzić tradycyjnemu kanałowi aptecznemu.

Do rozwoju rynku potrzebne są czytelne regulacje prawne, a tych jak dotąd brakuje. Nie ma czytelnych reguł, jakie substancje mogą być dostępne bez recepty. Nie do końca wiadomo też, jakie można kupić poza apteką. Regulacje unijne powinny wymóc wprowadzenie klarowniejszych reguł. ■