

Barbara Kusto<sup>1✉</sup>, Marek Wikiński<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

<sup>2</sup>Uniwersytet Technologiczno-Humanistyczny im. Kazimierza Pułaskiego  
w Radomiu

## Rynek sprzedaży produktów leczniczych przez Internet w Polsce

### The market for the sale of medicinal products via the internet

**Synopsis.** Obecnie istnieje wiele kanałów dystrybucji detalicznej produktów leczniczych, przy czym obejmują one zarówno tradycyjne miejsca sprzedaży, jak i sieć Internet. Sprzedaż produktów leczniczych w aptekach czy punktach aptecznych nie budzi poważniejszych kontrowersji prawnych. Wiele wątpliwości i problemów od początku towarzyszy natomiast dystrybucji leków w Internecie. W ostatnich latach rynek sprzedaży leków przez Internet charakteryzuje duża dynamika wzrostu. Według prognoz wartość rynku farmaceutycznego w Polsce ma wzrosnąć do 2027 roku do 54 miliardów złotych, czyli o 25%. Celem opracowania było rozpoznanie najważniejszych regulacji prawnych dotyczących wysyłkowej sprzedaży leków w Polsce oraz przedstawienie rynku sprzedaży leków przez Internet z uwzględnieniem jego rozmiarów i specyfiki. Obowiązujące przepisy prawne nie odpowiadają na wszystkie problemy związane ze sprzedażą wysyłkową leków, zwłaszcza przy wysokim trendzie wzrostowym sprzedaży na tym rynku. Jednym z najważniejszych jest między innymi brak regulacji związanych ze sprzedażą leków na receptę, brak dostatecznego zabezpieczenia interesu konsumentów oraz brak ujednoczenia przepisów dotyczących wymogów transportowych w ramach realizacji obrotu hurtowego i detalicznego.

**Słowa kluczowe:** wysyłkowa sprzedaż leków, Internet, prawo farmaceutyczne, e-apteki

**Abstract.** Currently, there are many retail distribution channels for medicinal products, including both traditional points of sale and the internet. The sale of drugs in pharmacies or pharmacy outlets does not raise serious legal controversies.

---

<sup>1✉</sup> Barbara Kusto – Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach; Katedra Zarządzania; Wydział Prawa i Nauk Społecznych; e-mail: [barbara.kusto@ujk.edu.pl](mailto:barbara.kusto@ujk.edu.pl); <https://orcid.org/0000-0001-6848-2569>

<sup>2</sup> Marek Wikiński – Uniwersytet Technologiczno-Humanistyczny im. Kazimierza Pułaskiego w Radomiu; Katedra Nauk o Państwie i Polityce Społecznej; Wydział Prawa i Administracji; e-mail: [m.wikinski@uthrad.pl](mailto:m.wikinski@uthrad.pl); <https://orcid.org/0000-0002-5569-9205>

However, many concerns and problems accompany the distribution of medicines on the Internet from the beginning. In recent years, the online pharmacy market has been characterised by high growth dynamics. According to forecasts, the value of the pharmaceutical market in Poland is to increase to 54 billion PLN by 2027 (i.e., by 25%). This study aims to discuss the most important legal regulations regarding the mail-order sale of medicines in Poland and to present the online pharmacy market, taking into account its size and specificity. The current legal regulations do not answer all the problems related to mail-order sales of drugs, especially given the high upward trend in sales in this market. One of the most important is the lack of rules about the sale of prescription drugs, the fact that consumer interests aren't well-protected and the fact that there aren't any rules about transport requirements for wholesale and retail trade.

**Key words:** mail order sale of medicines, internet, pharmaceutical law, e-pharmacies

**Kody JEL:** K23, O33, H44

## Wstęp

Obecnie istnieje wiele kanałów dystrybucji detalicznej produktów leczniczych, przy czym obejmują one zarówno tradycyjne miejsca sprzedaży, jak i Internet. Rynek aptek internetowych wykazuje tendencję wzrostową w większości krajów rozwijających się i rozwiniętych w Europie. Trend z trybu offline do online to przyszłość, a apteki internetowe mają duży potencjał wzrostu w krajach Europy Południowej, takich jak Francja, Niemcy, Włochy i Hiszpania. Najszybciej rozwijającym się rynkiem regionalnym są Niemcy ze względu na rosnącą penetrację Internetu i rosnącą świadomość korzyści płynących z zakupów online. Prognozuje się, że w najbliższych latach liczba zwolenników e-zakupów w aptekach będzie wzrastać. Oczekuje się, że w latach 2022–2027 europejski rynek ePharmacy według przychodów będzie rósł w tempie CAGR przekraczającym 17,59% [Europe E-Pharmacy Market... 2022].

E-apteki to nowoczesny kanał dystrybucji farmaceutyków i informacji o nich oraz nowa forma kształtowania relacji z pacjentami. Ze względu zaś na specyfikę artykułów sprzedawanych w aptekach, duże znaczenie dla funkcjonowania tego typu placówek mają regulacje prawne, które wyznaczają z jednej strony poziom bezpieczeństwa i legalności sprzedaży, z drugiej decydują o dostępności asortymentu i warunkach obrotu. Sprzedaż produktów leczniczych w aptekach, czy punktach aptecznych nie budzi poważniejszych kontrowersji prawnych. Wiele wątpliwości i problemów od początku towarzyszy natomiast dystrybucji leków w Internecie. Kwestia ta została uregulowana po raz pierwszy w Polsce w 2001 roku, później regulacje w tym zakresie ulegały pewnym modyfikacjom.

Celem opracowania było rozpoznanie najważniejszych regulacji prawnych dotyczących wysyłkowej sprzedaży leków w Polsce oraz przedstawienie rynku sprzedaży leków przez Internet z uwzględnieniem jego rozmiarów i specyfiki. Znaczenie tego sektora jest duże, a w najbliższych latach będzie jeszcze wzrastać [Taylor 2016]. Apteki internetowe mogą konkurować ceną i dostępnością produktów, lecz w obszarze jakości obsługi klienta wydaje się, że dominują apteki stacjonarne.

## Materiały i metody

Celem opracowania jest omówienie najważniejszych regulacji prawnych dotyczących sprzedaży leków przez Internet w Polsce oraz przedstawienie rynku sprzedaży leków za pomocą tego kanału z uwzględnieniem jego rozmiarów i specyfiki. Aby osiągnąć założony cel badawczy, przeprowadzono analizę obowiązujących aktów prawnych dotyczących sprzedaży leków przez Internet oraz dokonano analizy rynku tej sprzedaży w Polsce, uwzględniając jego wartość, specyfikę i prognozy na przyszłość. Badania obejmują obszar Polski. Zakres czasowy badań dotyczy lat 2019–2021. W badaniach wykorzystano dane statystyczne pozyskane z licznych raportów dotyczących funkcjonowania branży farmaceutycznej, dane GUS, akty prawne oraz literaturę przedmiotu. W opracowaniu zastosowano metodę monograficzną i porównawczą. Do przedstawienia wyników badań wykorzystano metodę opisową i tabelaryczną.

## Wyniki badań i dyskusja

### Regulacje prawne w zakresie obrotu produktami medycznymi w Polsce

Problematykę dopuszczania do obrotu produktów leczniczych w Polsce określa ustawa z 6.09.2001 r. Prawo farmaceutyczne [Dz.U. z 2022 r. poz. 2301]. Zgodnie z przepisem art. 2 pkt 32 tejże ustawy produktem leczniczym jest substancja lub mieszanina substancji, przedstawiana jako posiadająca właściwości zapobiegania lub leczenia chorób występujących u ludzi, zwierząt lub podawana w celu postawienia diagnozy albo w celu przywrócenia, poprawienia lub modyfikacji fizjologicznych funkcji organizmu poprzez działanie farmakologiczne, immunologiczne lub metaboliczne. Aby produkt leczniczy mógł stanowić legalnie przedmiot sprzedaży na terytorium RP zasadniczo konieczne jest uzyskanie przez tzw. podmiot odpowiedzialny, właściwego pozwolenia na dopuszczenie produktu leczniczego do obrotu. Do maja 2011 roku organem wydającym pozwolenia był minister właściwy do spraw zdrowia, po nowelizacji ustawy Prawo farmaceutyczne zadania te przekazano do kompetencji Prezesa Urzędu Rejestracji Produktów Leczniczych, Wyrobów Medycznych i Produktów Biobójczych.

Według przepisu art. 23a ustawy Prawo farmaceutyczne [Dz.U. z 2022 r. poz. 2301], produkty lecznicze dopuszczone do obrotu, otrzymują jedną z następujących kategorii dostępności: OTC (*over-the-counter* – wydawane bez przepisu lekarza), Rp (wydawane z przepisu lekarza), Rpz (wydawane z przepisu lekarza do zastrzeżonego stosowania), Rpw (wydawane z przepisu lekarza, zawierające środki odurzające lub substancje psychotropowe, określone w odrębnych przepisach) oraz Lz (stosowane wyłącznie w lecznictwie zamkniętym). Obrót produktem leczniczym na rynku związany jest z założonym mechanizmem jego dystrybucji, rozumianym jako proces przemieszczania się tegoż produktu ze sfery wytwarzania do ostatecznych nabywców (pacjentów). Obrót hurtowy realizowany może być niemal wyłącznie przez uprawnione do tego i wyspecjalizowane podmioty (hurtownie farmaceutyczne), a sprzedaż detaliczna produktów leczniczych na receptę, wyłącznie przez apteki. Zgodnie

z wyżej wymienioną ustawą (art. 68–71) uczestnikami obrotu detalicznego produktem leczniczym mogą być jedynie wskazane w tymże akcie normatywnym podmioty. Należą do nich: apteki ogólnodostępne, punkty apteczne oraz placówki obrotu pozaaptecznego (uprawnione do prowadzenia obrotu detalicznego wyłącznie w ograniczonym zakresie). Do tej ostatniej grupy podmiotów zalicza się: sklepy zielarsko-medyczne, sklepy zaopatrzenia medycznego oraz sklepy ogólnodostępne.

Nawet pobieżna analiza stworzonego w prawie farmaceutycznym modelu obrotu produktów leczniczych świadczy o tym, iż obrót ten jest dotknięty głęboko ingerującymi instrumentami reglamentacji [Stankiewicz 2014]. Powyższe instrumenty oddziałują zarówno na podmioty uczestniczące w obrocie, jak i sam model obrotu jako taki. Przewiduje się bowiem, iż w obrocie produktem leczniczym obligatoryjnie powinny uczestniczyć hurtownie farmaceutyczne (na poziomie obrotu hurtowego) oraz apteki (na poziomie obrotu detalicznego). Poddanie powyższym wymogom reglamentacyjnym obrotu produktem leczniczym ma w swoim założeniu realizować jeden z elementów zapewnienia bezpieczeństwa farmaceutycznego, jakim jest dostęp do produktu leczniczego niesfałszowanego i odpowiedniej jakości. W art. 65 ustawy Prawo farmaceutyczne [Dz.U. z 2022 r. poz. 2301.] wskazano, iż obrót produktami leczniczymi może być prowadzony wyłącznie na zasadach określonych w tej ustawie.

Obecnie istnieje wiele kanałów dystrybucji detalicznej produktów leczniczych, przy czym obejmują one zarówno tradycyjne miejsca sprzedaży leków (głównie poprzez ogólnodostępne apteki), jak i – od kilku już lat – Internet. Wiele wątpliwości i problemów od początku towarzyszy dystrybucji produktów leczniczych w Internecie. Mimo że tradycyjne formy sprzedaży leków są nadal najpowszechniejsze i z nich właśnie najczęściej korzystają pacjenci, to od lat zauważalna jest tendencja przenoszenia tego rodzaju działalności do Internetu. Jednakże przepisy Prawa farmaceutycznego do dnia 1 maja 2007 roku nie dopuszczały legalnej sprzedaży internetowej produktów leczniczych. Co więcej, przepis art. 68 ust. 3 Prawo farmaceutyczne [Dz.U. z 2022 r. poz. 2301] w sposób wyraźny zabraniał prowadzenia wysyłkowej sprzedaży produktów leczniczych w ramach obrotu detalicznego [Świerczyński 2008]. Prawo Unii Europejskiej<sup>3</sup> oraz zachodzące zmiany na rynku obrotu produktów leczniczych w państwach członkowskich spowodowały, że również w Polsce dostrzeżono możliwość skorzystania z zalet, jakie posiada internetowa forma dokonywania zakupów produktów leczniczych. Polski ustawodawca mając na uwadze powyższe, dokonał w marcu 2007 roku nowelizacji Prawa farmaceutycznego [Dz.U. 2007 r. Nr 75, poz. 492], zmieniając m. in. wspomniany przepis art. 68 ust. 3 Prawo farmaceutyczne i umożliwiając prowadzenie wysyłkowej sprzedaży produktów leczniczych sprzedawanych bez recepty przez apteki ogólnodostępne i punkty apteczne. Podkreślić trzeba jednak, że nowy przepis i tak zakazywał sprzedaży wysyłkowej produktów wydawanych z przepisu lekarza. Kolejne zmiany w obowiązujących przepisach zostały wprowadzone od 4 maja 2015 r. Obecnie internetowa sprzedaż produktów leczniczych jest uregulowana w przepisach Prawo farmaceutyczne [Dz.U. z 2022 r. poz. 2301] oraz Rozporządzeniu Ministra Zdro-

---

<sup>3</sup> Por. [Dz.Urz. UE L Nr 136, s. 85, Dz.Urz. UE L Nr 136, s. 34, Dz.Urz. UE L Nr 136, s. 58].

wia z dnia 26 marca 2015 r. w sprawie wysyłkowej sprzedaży produktów leczniczych [Dz.U. 2015 poz. 481.].

Na podstawie art. 68 ust. 3 ustawy Prawo Farmaceutyczne [Dz.U. z 2022 r. poz. 2301] dopuszcza się prowadzenie przez apteki ogólnodostępne i punkty apteczne wysyłkowej sprzedaży produktów leczniczych. Taką sprzedaż mogą prowadzić także placówki obrotu pozaaptecznego. Sprzedaż wysyłkowa może dotyczyć wyłącznie produktów leczniczych wydawanych bez recepty, czyli bez przepisu lekarza – OTC (*over-the-counter*). Wysyłka produktu leczniczego musi odbywać się w warunkach zapewniających jakość produktu leczniczego oraz bezpieczeństwo jego stosowania. Szczegółowe warunki wysyłkowej sprzedaży produktów leczniczych wydawanych bez przepisu lekarza określają przepisy rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 26 marca 2015 roku w sprawie wysyłkowej sprzedaży produktów leczniczych. Zgodnie z przepisem § 6 ust. 1 pkt 2 tegoż rozporządzenia zamieszcza się wyraźnie widoczne tzw. wspólne logo.

Wspólne logo określają przepisy rozporządzenia wykonawczego Komisji (UE) nr 699/2014 z dnia 24 czerwca 2014 roku [Dz.Urz. UE L 184 z 25.6.2014, s. 5] w sprawie projektu wspólnego logo umożliwiającego identyfikację osób oferujących ludności produkty lecznicze w sprzedaży na odległość oraz w sprawie technicznych, elektronicznych i kryptograficznych wymogów umożliwiających sprawdzenie autentyczności wspólnego logo [Komisja Europejska 2014]. Precyzyjnie opisuje to R. Stankiewicz [2016] „(...) wspólne logo ma na celu zapewnienie pomocy przy ustalaniu stron internetowych, które legalnie oferują produkty lecznicze w sprzedaży na odległość. Takie wspólne logo jest rozpoznawalne w całej Unii Europejskiej. Pod takim wspólnym logo znajduje się flaga państwa członkowskiego, określająca miejsce zamieszkania lub siedzibę podmiotu oferującego produkty lecznicze w sprzedaży na odległość oraz napis w języku danego państwa członkowskiego, który informuje o potrzebie kliknięcia (lewy przycisk myszki) we wspólne logo. Kliknięcie w omawiane wspólne logo będzie automatycznie odsyłało do strony potwierdzającej, że dana apteka ogólnodostępna lub punkt apteczny działa legalnie, czyli jest upoważniona do oferowania ludności produktów leczniczych w sprzedaży na odległość – przez Internet, czyli w drodze usług społeczeństwa informacyjnego”.

Opisane powyżej wspólne logo łączy stronę internetową funkcjonującą legalnie apteki ogólnodostępnej lub punktu aptecznego z właściwym dla tej apteki lub punktu wpisem w Krajowym Rejestrze Zezwoleń na Prowadzenie Aptek Ogólnodostępnych, Punktów Aptecznych oraz Rejestrze Udzielonych Zgód na Prowadzenie Aptek Szpitalnych i Zakładowych, o którym mowa w art. 107 ust. 5 tej ustawy [Stankiewicz 2016]. Jeżeli na stronie internetowej oferującej produkty lecznicze nie ma opisanego powyżej wspólnego logo lub kliknięcie w znaczek przypominający wspólne logo nie odsyła do Rejestru Aptek, nie należy dokonywać zakupu produktu leczniczego. Taki zakup jest bowiem niezwykle ryzykowny, gdyż podmiot działa nielegalnie [Wspólne logo...].

Jednym z występujących problemów prawnych związanych z prowadzeniem internetowej sprzedaży produktów leczniczych w literaturze przedmiotu, jest niepodleganie internetowej sprzedaży produktów leczniczych unormowaniom Ustawy z dnia 30.5.2014 r. o prawach konsumenta [Dz.U. z 2020 r. poz. 287], co powoduje, że pacjentom nie przysługuje prawo odstąpienia od umowy sprzedaży na zasadach określonych



w art. 27 i nast. tej ustawy. Innym problemem są przepisy regulujące warunki transportu w ramach sprzedaży wysyłkowej. Są dużo mniej restrykcyjne od przepisów regulujących te same kwestie w ramach obrotu hurtowego, co powoduje, że interes pacjenta nie jest zabezpieczony w pełni. Innym problemem, często zgłaszanym, zwłaszcza w trakcie pandemii SARS-CoV-2, jest brak możliwości sprzedaży przez Internet leków na receptę. W literaturze wyraźnie dominują dwa stanowiska. Jedno przemawiające za utrzymaniem statusu quo. Takie stanowisko zajmuje m.in. R. Stankiewicz [2016]. Odmienne poglądy prezentują zwolennicy zmiany prawa m.in. Z. Więckowski, który stwierdza, że „zakreślony w polskim porządku prawnym, szeroki zakres środków porozumiewania się na odległość, winien zostać ograniczony do jednego, w przypadku realizacji sprzedaży wysyłkowej produktów leczniczych. W tym momencie, jedynym relatywnie bezpiecznym dla pacjentów, jak i realizującego zamówienie, kanałem sprzedaży winna być sprzedaż leków za pośrednictwem strony internetowej danej placówki i temu sposobowi winny być poświęcone obowiązujące rozwiązania prawne” [Więckowski 2016].

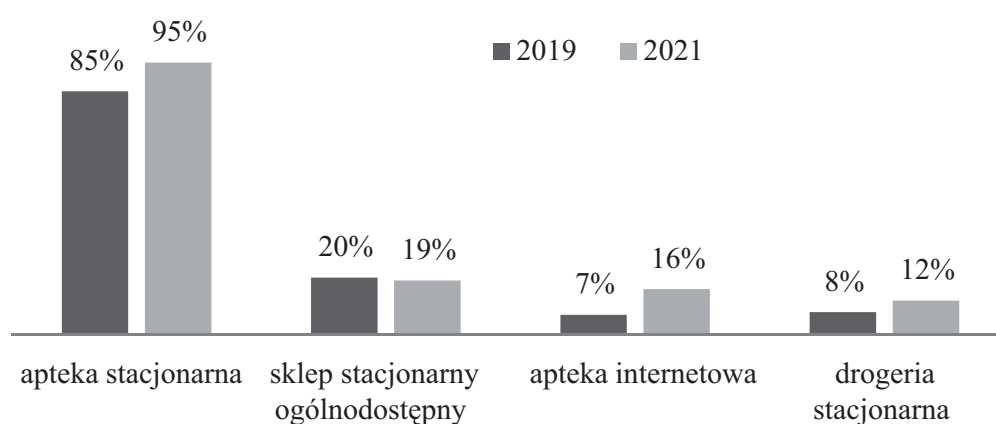
Według danych GUS [2021] w końcu 2021 roku w Polsce działalność prowadziło 11,9 tys. aptek (ogólnodostępnych i zakładowych) oraz 1,1 tys. punktów aptecznych. Liczba aptek ogólnodostępnych zmniejszyła się o 1,6% w porównaniu z rokiem poprzednim, Sprzedaż wysyłkową produktów leczniczych z wykorzystaniem strony internetowej realizowały 164 apteki i 4 punkty apteczne. Apteki wysyłkowe (internetowe) stanowiły w połowie sierpnia 2021 roku zaledwie 1,70% wszystkich aptek w Polsce.

### Sprzedaż leków przez Internet w Polsce

Z uwagi na regulacje prawne w aptecznym sektorze e-commerce w Polsce funkcjonuje głównie klasyczny model e-sprzedaży, opierający się na zamówieniu produktów w e-aptece i ich dostawie lub odbiorze osobistym. Rynek ten charakteryzuje duża dynamika wzrostu. Według Polskiego Związku Producentów Leków Bez Recepty (*Polish Association of Self Medication Industry* – PASMI) wartość całego rynku aptecznego w 2021 roku wyniosła 39,8 mld zł – liczona w cenach detalicznych brutto. Na tę kwotę składa się sprzedaż leków na receptę (Rx) oraz produktów dostępnych bez recepty (OTC) w aptekach stacjonarnych oraz w aptekach wysyłkowych (internetowych) w tym: leki OTC, suplementy diety, odżywki dla dzieci i dorosłych, artykuły medyczne oraz kosmetyki. W porównaniu z 2020 roku wartość ta jest wyższa o 6,5%. Jednym z największych zaskoczeń na rynku sprzedaży leków była jednak dynamika rozwoju segmentu e-commerce – wzrosty osiągnęły poziom kilkudziesięciu procent (43%). Według prognoz z Raportu PMR [2022] wartość rynku farmaceutycznego w Polsce ma wzrosnąć do 2027 roku do 54 mld złotych (wzrost o prawie 11 mld złotych, czyli 25%). Pomimo, iż sprzedaż w aptekach stacjonarnych jest znacząco większa niż w segmencie e-commerce, to warto odnotować, że od 2016 roku odsetek osób, które dokonały zakupu w aptece internetowej, wzrósł z 2 do 16%, a prognozy przewidują wciąż rosnącą tendencję. Apteki wysyłkowe (w polskim prawie nie funkcjonuje pojęcie apteki internetowej. Mamy sformułowanie, które dotyczy apteki prowadzącej wysyłkową sprzedaż produktów leczniczych) z dnia na dzień stają się coraz popularniejsze. Co trzeci Polak, który robi zakupy w Internecie (34%) deklaruje, że kupował w sieci produkty farmaceutyczne, a 24 % ankietowanych

planuje takie zakupy w przyszłości [E-commerce... 2019]. Do grona aptek internetowych zaliczają się również platformy działające w modelu *click&collect*, w których większość zamówień jest składana przez Internet, ale odbierana w aptece tradycyjnej.

Dla porównania w 2005 roku udział sprzedaży aptek wysyłkowych w całkowitym obrocie farmaceutykami na rynku polskim był stosunkowo niewielki – wynosił 0,5%, co odpowiadało wartościowo około 90 mln zł [Rudawska i Soboń 2011]. W 2006 roku łączne przychody sieciowych sprzedawców leków sięgnęły już 250 mln. Jak wynika z danych Związku Pracodawców Aptecznych Pharmanet w 2020 roku apteki wysyłkowe odpowiadały za 3–4% rynku leków bez recepty, co pozwala szacować wartość sprzedaży na 550–650 mln zł rocznie [PharmNET]. Dynamika wzrostu sprzedaży w tej formie jest więc bardzo duża. Na rysunku 1 przedstawiono miejsca zakupu leków OTC w Polsce w 2019 i 2021 roku.



Rysunek 1. Miejsca zakupu leków w Polsce

Figure 1. Places to buy medicines in Poland

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Raport PMR... 2022].

Klienci wybierają tę formę sprzedaży głównie dlatego, iż podstawową zaletą kupowania w sieci jest mniejszy koszt. W aptece online można znaleźć te same produkty, co w aptece stacjonarnej, ale w niższych cenach. Nie mniej ważny jest czas i permanentna dostępność apteki internetowej. Asortyment nie ogranicza się jedynie do parafarmaceutyków, ale obejmuje również suplementy diety, sprzęt medyczny, olejki eteryczne, kosmetyki i dermokosmetyki, a także zdrową żywność i zioła. Do przeglądania oferty ze strony apteki wystarczy komputer PC, laptop, a nawet telefon komórkowy – strona internetowa apteki online działa na każdym urządzeniu i jest responsywna, dlatego zakupy są bardzo wygodne i skracają czas potrzebny na poszukiwanie poszczególnych leków. Ceny wielu produktów dostępnych w e-aptkach są nawet o 40% niższe od cen w placówkach tradycyjnych. Powyższe oszczędności wynikają przede wszystkim z ogromnej konkurencji pomiędzy internetowymi aptekami, które dość często obniżają swoje ceny, kusząc tym samym klientów unikatowymi promocjami. Dokonując zakupów w sieci, klient powinien być jednak ostrożny, ponieważ kwota, jaką planuje przeznaczyć na dany produkt, może znacząco różnić się w zależności od wybranej apteki.

W lipcu 2021 roku w Centrum Systemów Informacyjnych Ochrony Zdrowia (CSIOZ) zarejestrowanych jako wysyłkowe było 332 apteki, z czego 153 aktywnie prowadziło sprzedaż wysyłkową (148 aptek wysyłkowych i 5 platform w modelu *click&collect* opartych na hurtowniach; liczba aptek podawana przez GUS różni się od liczby podawanej przez CSIOZ; tabela 1).

Tabela 1. Liczba aptek prowadzących sprzedaż wysyłkową w Polsce w latach 2011–2021  
Table 1. Number of pharmacies offering mail delivery in Poland in 2011–2021

Liczba aptek	lata			
	2011	2016	2019	2021
zarejestrowanych w CSIOZ	180	300	326	332
Aktywne apteki internetowe	165	197	157	153

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Centrum Systemów...].

Biorąc pod uwagę przestrzenne rozmieszczenie aktywnych aptek prowadzących sprzedaż wysyłkową, to zdecydowanymi liderami są województwa łódzkie (28 aptek) i mazowieckie (25 aptek). W pozostałych województwach liczba e-aptek jest mniejsza, waha się od kilku do kilkunastu podmiotów (rys. 2).

Liderami wśród aptek prowadzących sprzedaż internetową są takie apteki jak:

Cefarm24.pl, I-apteka.pl, Tanie-leczenie.pl, Wapteka.pl, Aleleki.pl, Apteka-melissa.pl, Aptekagemini.pl, E-zikoapteka.pl, Doz.pl i Feromony [Ranking: najlepsze...]. Najchętniej kupowanymi produktami przez pacjentów przez Internet są przede wszystkim leki bez recepty. Aż 8 na 10 Polaków spośród osób kupujących w Internecie przynajmniej raz dokonało zakupu leku OTC przez Internet. Do najpopularniejszych produktów z tej grupy zalicza się leki przeciwbólowe, leki antyhistaminowe i leki na przeziębienie. Spora grupa leków OTC to również preparaty przeznaczone dla osób chorujących na serce czy schorzenia układu pokarmowego. Dużą popularnością cieszą się również preparaty wzmacniające odporność, a także suplementy diety zawierające witaminy i minerały. Spora grupa konsumentów kupuje także przez Internet dermokosmetyki oraz produkty do pielęgnacji. Szeroką grupę docelową aptek internetowych tworzą młodzi rodzice. Wygoda kupowania przez Internet takich produktów jak pieluszki jednorazowe, emolienty, kosmetyki do pielęgnacji niemowląt i mleko modyfikowane znacząco wpływa na popularność aptek internetowych wśród tych klientów. Jednak nie tylko młode osoby są grupą docelową aptek online. Seniorzy, którzy z roku na rok coraz aktywniej dokonują zakupów w sieci, również zyskują na e-zakupach farmaceutycznych. W dobie pandemii zmniejszają ryzyko infekcji pozostając w domu i dokonując zakupów zdalnie. Ponadto, taka forma zakupu leków ułatwia dbanie o to, aby w domowej apteczce znajdowały się wszystkie niezbędne środki. Z tych względów dokonywanie zamówień w aptekach online jest nie tylko oszczędnością czasu, ale również pieniędzy, których klienci nie wydają na kolejne opakowanie leku czy suplementu, który już znajduje się w domu [Apteki internetowe...].

Z badań ankietowych przeprowadzonych przez pracowników Wydziału Organizacji i Zarządzania Politechniki Łódzkiej we współpracy z firmą Opiniac na grupie 24 800 polskich użytkowników Internetu na przełomie maja i czerwca 2016 roku wynika, że głównymi klientami segmentu aptecznego są kobiety, zarówno formy tradycyjnej,





Rysunek 2. Przestrzenne rozmieszczenie e-aptek w Polsce w 2021 r.

Figure 2. Spatial distribution of e-pharmacies in Poland in 2021

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Głowiak 2021].

jak i sektora e-commerce. Internauci bardzo często dokonują zakupów w e-aptekach (85%), doceniając głównie łatwość złożenia zamówienia oraz zadowolenie z obsługi klienta. We wskazanych badaniach respondenci wyżej ocenili apteki internetowe od tradycyjnej formy sprzedaży, nawet na płaszczyźnie obsługi klienta, gdzie wiedza i doświadczenie farmaceuty stanowi istotną determinantę przewagi klasycznej apteki. Uzyskane wyniki pozwalają na wnioskowanie utrzymania się wzrostowego trendu sprzedaży i popularności aptek internetowych [Szymański 2018]. Dokonywanie farmaceutycznych zakupów online jest zdecydowanie wygodne, a przy zachowaniu podstawowej uważności. Również bezpieczne. Z badań wynika, że kupującymi produkty farmaceutyczne przez Internet są częściej kobiety (41% z nich wskazało na zakup tego typu towarów w porównaniu z 27% wskazań wśród mężczyzn), osoby w wieku powyżej 50 lat (44% w porównaniu z 16% dla grupy wiekowej 15–24 lata) oraz z wyższym wykształceniem (46% w porównaniu z 21% wśród osób z wykształceniem niższym). Do kupowania farmaceutyków na zagranicznych stronach przyznaje się 7% badanych. Markami najczęściej podawanymi przez ankietowanych są: DOZ – Dbam o Zdrowie (wymienia ją 9% osób), Apteka Gemini (4%) oraz Ziko (1%) [E-commerce... 2022].

## Wnioski

Segment sprzedaży produktów leczniczych na odległość wpisał się na trwałe w krajowy rynek handlu produktami medycznymi. Co więcej prognozy wskazują, że w najbliższych latach będzie postępował znaczący wzrost sprzedaży w tym kanale. Należy zatem wskazać istotne problemy prawne związane z prowadzeniem internetowej sprzedaży produktów leczniczych. Dodatkowych rozwiązań wymagają kwestie prawne dotyczące ochrony praw konsumentów, czy też brak ujednoczenia przepisów dotyczących wymogów transportowych. Przepisy dotyczące wymogów transportowych powinny być identyczne w ramach realizacji obrotu hurtowego i detalicznego. Najważniejszą kwestią jest jednak dopuszczenie do sprzedaży leków na receptę. Autorzy opracowania postulują zmiany w tym zakresie. Ponadto, zdaniem autorów można rozpocząć rozważania na temat podjęcia konsultacji społecznych mających na celu dyskusję o możliwości dokonania stosownych zmian prawa, umożliwiającego – wszystkim funkcjonującym aptekom (a nie tylko internetowym) – dostarczanie leków „pod drzwi”, zwłaszcza w czasie pandemii. Można sobie wyobrazić dostawę leków z lokalnej apteki „pod drzwi” (przy zachowaniu odpowiednich warunków transportowych), a za jakiś czas nawet dostawę leków dronem, wprost do łóżka pacjenta. Możliwości organizacyjno-techniczne dostaw „pod drzwi” już istnieją, stosowne uregulowania prawne, można uchwalić, jednakże, nie jest to wszystko w stanie zmienić faktu, że najlepszym jest bezpośredni kontakt pacjenta z farmaceutą.

## Bibliografia

- Apteki internetowe coraz popularniejsze - jakie leki coraz częściej kupują Polacy?, rynekapteki.pl, [źródło elektroniczne] <https://www.rynekapteki.pl/farmakologia/apteki-internetowe-coraz-popularniejsze-jakie-leki-coraz-czesciej-kupuja-polacy,41811.html> [dostęp: 21.12.2022].
- Centrum Systemów Informacyjnych Ochrony Zdrowia, Ministerstwo Zdrowia, [źródło elektroniczne] <http://www.archiwum.mz.gov.pl/rozwoj-i-inwestycje/informatyzacja-w-ochronie-zdrowia/centrum-systemow-informacyjnych-ochrony-zdrowia/> [dostęp: 22.12.2022].
- Dyrektywa 2004/27/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 31 marca 2004 r. zmieniającej dyrektywę 2001/83/WE w sprawie wspólnotowego kodeksu odnoszącego się do produktów leczniczych stosowanych u ludzi (Dz.Urz. UE L Nr 136).
- Dyrektywa 2004/28/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 31 marca 2004 r. zmieniająca dyrektywę 2001/82/WE w sprawie wspólnotowego kodeksu odnoszącego się do weterynaryjnych produktów leczniczych (Dz.Urz. UE L Nr 136).
- E-commerce w Polsce 2019, Gemius dla e-Commerce Polska, [źródło elektroniczne], <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/raport-e-commerce.html> [dostęp: 18.12.2022].
- E-commerce w Polsce 2022, Gemius, [źródło elektroniczne], <https://www.gemius.pl/reklamodawcy-aktualnosci/raport-e-commerce-2022-juz-dostepny.html> [dostęp: 18.12.2022].
- Europe E-Pharmacy Market – Industry Outlook & Forecast 2022–2027, 2022, [źródło elektroniczne], [https://www.reportlinker.com/p06244044/Europe-E-Pharmacy-Market-Industry-Outlook-Forecast.html?utm\\_source=GNW](https://www.reportlinker.com/p06244044/Europe-E-Pharmacy-Market-Industry-Outlook-Forecast.html?utm_source=GNW) [dostęp: 24.01.2023]
- Głowiak G., 2021: Ile jest aptek internetowych w Polsce?, Eapteki.info, [źródło elektroniczne] <https://eapteki.info/ile-jest-aptek-internetowych-w-polsce> [dostęp: 22.12.2022].

- GUS, 2021: Apteki i punkty apteczne w 2021 r., [źródło elektroniczne], <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/zdrowie/zdrowie/apteki-i-punkty-apteczne-w-2021-roku,15,6.html> [dostęp: 18.12.2022].
- Komisja Europejska, 2014: Kupowanie leków w internecie: Komisja wprowadza logo, które zapewni konsumentom bezpieczeństwo, Bruksela, [źródło elektroniczne] [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pl/IP\\_14\\_712](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pl/IP_14_712) [dostęp: 23.01.2023].
- Ranking: najlepsze apteki internetowe, rynekapteki.pl, [źródło elektroniczne] <https://www.rynekapteki.pl/marketing-i-zarzadzanie/ranking-najlepsze-apteki-internetowe,11363.html> 2015 [dostęp: 21.12.2022].
- Raport PMR – Dystrybucja na rynku farmaceutycznym w Polsce 2022. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2022–2027, 2022, [źródło elektroniczne], <https://www.pmrmarketexperts.com/pmr-wartosc-dystrybucji-farmaceutycznej-w-polsce-w-2021-r-wyniosla-56-mld-zl/> [dostęp: 18.12.2022].
- Rozporządzenie wykonawcze komisji (UE) NR 699/2014 z dnia 24 czerwca 2014 r. w sprawie projektu wspólnego logo umożliwiającego identyfikację osób oferujących ludności produkty lecznicze w sprzedaży na odległość oraz w sprawie technicznych, elektronicznych i kryptograficznych wymogów umożliwiających sprawdzenie autentyczności wspólnego logo, Dz.Urz. UE L 184 z 25.6.2014.
- Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 26 marca 2015 r. w sprawie wysyłkowej sprzedaży produktów leczniczych (Dz.U. 2015 poz. 481).
- Rudawska I., Soboń M., 2011: E-apteka jako nowa forma handlu na rynku farmaceutycznym. Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Zeszyty Naukowe, 175, 260.
- Stankiewicz R., 2014: Model racjonalizacji dostępu do produktu leczniczego. Zagadnienia publicznoprawne, C.H. Beck, Warszawa.
- Stankiewicz R., 2016: Sprzedaż produktów leczniczych przez Internet, [w:] R Stankiewicz (red.), Instytucje Rynku Farmaceutycznego, Wolters Kluwer, Warszawa.
- Szymański G., 2018: Istota i rozwój aptek internetowych jako trend współczesnej rzeczywistości gospodarczej – implikacje dla procesu zarządzania, Przegląd Organizacji, 9(944), 45.
- Świerczyński M., 2008: Obrót produktami leczniczymi oraz wymagania dotyczące podmiotów prowadzących obrót, [w:] M. Krekora, M. Świerczyński, E. Traple, Prawo farmaceutyczne, Wolter Kluwer, Warszawa, 523–527.
- Taylor D., 2016: The Pharmaceutical Industry and the Future of Drug Development, [w:] R.E. Hester, R.M. Harrison (red.), Pharmaceuticals in the Environment, The Royal Society of Chemistry, Cambridge – London, 23–28.
- Ustawa z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne (Dz.U. z 2022 r. poz. 2301).
- Ustawa z dnia 30 marca 2007 r. o zmianie ustawy – Prawo farmaceutyczne oraz o zmianie niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2007 r. nr 75, poz. 492).
- Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2020 r. poz. 287).
- Więckowski Z., 2016: Sprzedaż leków na odległość – regulacje krajowe, Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny 8(5), 72.
- Wspólne logo – czyli jak rozpoznać internetową aptekę istniejącą w rzeczywistości?, Główny Inspektorat Farmaceutyczny, [źródło elektroniczne] <https://archiwum.gif.gov.pl/pl/aktualnosci/1330,Wspolne-logo-czyli-jak-rozpoznać-internetowa-apteke-istniejaca-w-rzeczywistosci.html> [dostęp: 15.12.2022].
- Związek Pracodawców Aptecznych [PharmaNET], [źródło elektroniczne] <https://pharmanet.org.pl/> [dostęp: 20.12.2022].