

GRZEGORZ SZYMAŃSKI,

PIOTR JÓZWIAK

Politechnika Łódzka

E-APTEKI NA POLSKIM RYNKU HANDLU INTERNETOWEGO

Apteki internetowe rozwijają się obecnie w bardzo szybkim tempie. Zmniejszające się koszty dostępu do Internetu zwiększają popularność handlu internetowego, w tym e-aptek. Codziennie powstają lub pojawiają się w Internecie nowe witryny związane z medycyną. Badania wskazują, iż w wielu krajach sprzedaż internetowa leków stanowi dużą część całkowitego handlu on-line. Przykładem są Stany Zjednoczone, gdzie jedna z wielkich e-aptek – Drugstore.com, notowana na giełdzie Nasdaq, osiąga kwartalne przychody rzędu 110 mln dolarów i obsługuje miliony klientów. W Polsce apteki internetowe, inaczej nazywane e-aptekami, zaczęły powstawać w 2004 r., po wejściu naszego kraju do Unii Europejskiej. W Polsce jednak sytuacja jest nieco inna. Niestety wciąż ta forma działalności nie cieszy się zbyt dużym zainteresowaniem internautów. Niniejsza publikacja ma za zadanie ustalić przyczyny tej sytuacji.

1. Rozwój polskiego rynku farmaceutycznego

Zdrowie jest jedną z najcenniejszych wartości ludzkości, a zdrowi pracownicy są bardziej wydajni. Każdego dnia medycyna odkrywa nowe fakty

na temat funkcjonowania organizmów, chorób, a także profilaktyki. Potęga koncernów farmaceutycznych jest skutkiem wielu czynników, w szczególności tempa rozwoju w ostatnich dziesięcioleciach, zmiany poglądów społecznych, potrzeb ludzkich. Jedno jest pewne – ludzie chorowali, chorują i będą chorować, dlatego są w stanie zapłacić każdą cenę za zdrowie. Koncerny farmaceutyczne w Polsce mają nawet wpływ na media publiczne dzięki temu, iż są jedną z największych grup reklamodawców. Amerykański koncern Pfizer przejął spółkę Pharmacia Corp. i z kapitalizacją rynkową, w wysokości 255 mld dolarów, został trzecią największą firmą świata¹. Jak podają wyniki najnowszego raportu powstałego przy współpracy PMR i PharmaExpert „Rynek farmaceutyczny i ochrony zdrowia w Polsce 2009”, nie odnotowano wpływu światowego kryzysu finansowego na rynek farmaceutyczny w Polsce. W 2008 r. w cenach detalicznych przekroczył on wartość 24 mld zł, co oznacza wzrost o 11,5% w stosunku do poprzedniego roku. Według przewidywań specjalistów dynamika rynku farmaceutycznego nadal będzie duża i może wynieść w 2010 r. ok. 7%, a w 2011 – 8%². W rzeczywistości wyniki mogą nie być tak optymistyczne, co pokazują notowania za styczeń 2010 r., według których wartość polskiego rynku aptecznego nie tylko nie wzrosła, ale nawet spadła o 7% w porównaniu ze styczniem 2009³. Jako przyczyny można wskazać niską liczbę zachorowań na grypę oraz stosunkowo mroźną zimą, która mogła ograniczyć rozprzestrzenianie się infekcji.

W ciągu najbliższego roku najbardziej dynamicznie rozwijającym się kanałem sprzedaży leków będą apteki internetowe. Aż 80% ankietowanych przewiduje, że dystrybucja poprzez ten kanał będzie się rozwijać szybciej niż cały rynek sprzedaży leków. Wzrastać będzie także sprzedaż leków w sklepach internetowych. Firmy spodziewają się w najbliższym czasie kontynuacji rozwoju nielegalnego handlu lekami w Polsce, gdyż prawnie sprzedaż leków za pośrednictwem Internetu przez podmioty gospodarcze inne niż apteki internetowe jest zakazana. Zamawianie produktów przez Internet staje się obecnie coraz popularniejsze z uwagi na wygodę i obniżenie kosztów,

¹ <http://gospodarka.gazeta.pl/gospodarka/1,33203,1431124.html> (22.02.2010).

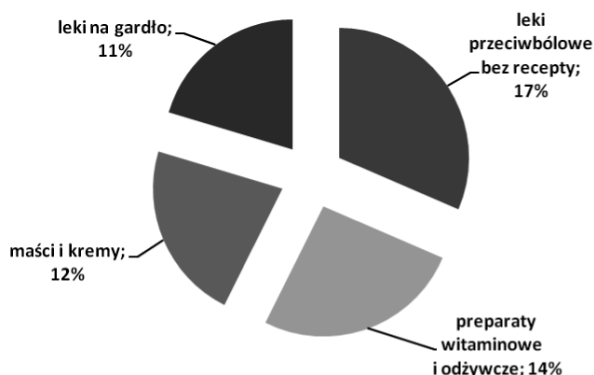
² PMR, KPMG, Polski rynek farmaceutyczny, Kondycja i perspektywy rozwoju do 2011 roku w opinii największych firm farmaceutycznych, 2009, www.research-pmr.com, s. 40.

³ <http://www.rynekzdrowia.pl/Farmacja/IMS-Pierwszy-od-lat-styczniowy-spadek-rynku-lekow,15267,6.html> (22.02.2010).

zarówno po stronie klienta, jak i sprzedawcy, a ponadto daje potencjalnym nabywcom możliwość szybkiego porównania cen i dostępności danego leku u wielu dostawców. Dlatego już nie tylko produkty tanie i odporne na transport są oferowane w sieci (na początku e-handlu książki były najpopularniejszym towarem kupowanym w Internecie). Także sprzęty drogie i wrażliwe na nieodpowiedni transport, jak telewizory oraz leki, stały się częścią dynamicznego rynku internetowego.

2. Polskie apteki internetowe

W Polsce apteki internetowe, coraz częściej utożsamiane z pojęciem e-aptek, zaczęły powstawać w 2004 r., po wejściu Polski do Unii Europejskiej. Działalność takiego przedsiębiorstwa opiera się na sposobie funkcjonowania tradycyjnych aptek oraz punktów aptecznych, oferując tym samym podobne produkty, tj.: leki, suplementy diety oraz kosmetyki w cenach zazwyczaj o 10% do 15% niższych niż w zwykłych, tradycyjnych aptekach. Korzystanie z aptek internetowych z roku na rok staje się coraz bardziej popularne na świecie i zyskuje coraz więcej zwolenników⁴.



Rys. 1. Wykres najpopularniejszych asortymentów kupowanych w e-aptekach

Źródło: opracowanie własne na podstawie: http://www.houseofnumbers.pl/aktualnosci/2009-10-16/internet_realna_apteka_i_kompedium_wiedzy_medycznej_prezentacja_wynikow_badania (22.02.2010).

⁴ <http://www.domzdrowia.pl/cp/page/134,apteka-internetowa> (20.11.2009).

Wyniki badania przeprowadzonego dla projektu IDMnet, House of Numbers i Polskiej Sieci Kobiecej 4clover, zrealizowanego na przełomie lipca i sierpnia 2009 r. przez agencję badawczo-analityczną House of Numbers, pokazują, iż Polacy coraz częściej sięgają po leki, korzystając z zakupów on-line. Ankieta była losowo wyświetlana internautom odwiedzającym różne witryny sieci IDMnet. Łącznie analizie poddano ponad 2000 w pełni wypełnionych kwestionariuszy⁵. Wśród najpopularniejszego asortymentu aptek internetowych klienci wskazywali leki przeciwbólowe (17%) oraz preparaty witaminowe (14%), przy zakupie których, podobnie jak w przypadku kremów i maści, niepotrzebna jest pomoc farmaceuty. Leki bardziej wyspecjalizowane oraz na receptę wciąż są domeną tradycyjnych aptek, gdzie klienci mogą dowiedzieć się o tańszych lekach zastępczych oraz mają pewność, że recepta będzie prawidłowo odczytana, co w przypadku samodzielnego zakupu w e-aptece może przysporzyć problemów. Antybiotyki w Internecie kupuje tylko 6% społeczeństwa, leki na układ krwionośny 2%, podobnie jak polskie leki genetyczne, natomiast leki homeopatyczne zaledwie 1%.

Główne przyczyny dynamicznego rozwoju aptek internetowych są takie same jak w większości branż prowadzących działalność handlową w sieci. Podstawową zaletą dla klientów jest mniejszy koszt, zwłaszcza w przypadku kiedy istnieje możliwość odbioru osobistego zakupionych medykamentów. Nie mniej ważny jest czas i permanentna dostępność apteki internetowej. Kolejną z przyczyn powstania e-aptek w Polsce może być fakt uzyskania dodatkowego dofinansowania z Unii Europejskiej na tę formę działalności. W rankingu najpopularniejszych polskich aptek z możliwością zakupu przez Internet liderem w 2008 r. był portal doz.pl, który zanotował ponad 344 tys. odwiedzających. Drugie miejsce zajęła strona domzdrowia.pl z liczbą 265 tys. użytkowników. Na trzecim miejscu znalazła się zaś strona i-apteka.pl (111 tys. internautów)⁶.

Doz.pl (skrót od programu „Dbam o zdrowie”) zaczął sprzedaż leków on-line dopiero w 2008 r. Jego główną zaletą w porównaniu z konkurencją jest możliwość odbioru osobistego zakupionych farmaceutyków

⁵ http://www.houseofnumbers.pl/aktualnosci/2009-10-16/internet_realna_apteka_i_kompendium_wiedzy_medycznej_prezentacja_wynikow_badania (23.02.2010).

⁶ Megapanel PBI/Gemius, grudzień 2008, http://www.gemius.pl/pl/archiwum_prasowe (16.09.2009).

we wskazanej aptece tradycyjnej należącej do programu „Dbam o zdrowie”, których na terenie kraju jest ok. 1,7 tys. Tak zamawiane leki są tańsze niż kupowane w okienku. Już początki handlowej działalności w Internecie były dla firmy bardzo owocne, gdy w czerwcu 2008 r. klienci kupili przez Internet leki za milion zł, mimo że nie zaczęła się jeszcze kampania reklamowa. Atutem nowej e-apteki jest też sposób transportu. Rozporządzenie Ministerstwa Zdrowia nakazuje przewożenie leków m.in. w wydzielonych przestrzeniach z kontrolą temperatury, ponieważ niektóre medykamenty wymagają niższych temperatur. Doz.pl wykorzystuje do tego celu specjalnie przystosowane auta należące do PGF-u. Pacjent ma także możliwość realizacji leków na receptę; w takim przypadku musi wypełnić wirtualną receptę na stronie serwisu, a następnie może ją osobiście przekazać w momencie osobistego odbioru leku. Jeżeli natomiast wybrano opcję wysyłki medykamentu, to odbiera ją osobiście kurier będący farmaceutą i wydaje zamówione lekarstwo⁷. Niestety ta druga opcja obecnie została zawieszona przez wszystkie polskie e-apteki ze względu na zbyt duże koszty⁸.

Druga popularna w Polsce e-apteka to domzdrowia.pl, która już w 2007 r. mogła pochwalić się ponad 29 mln odsłon serwisu, 200 tys. unikalnych użytkowników miesięcznie oraz 35 tys. transakcji o średniej wartości jednostkowej 130 zł⁹. Sama koncepcja internetowego modelu biznesowego powstała w 2004 r., rok później wdrożono sprawny system logistyczny, a w 2006 r. zintegrowano z elektronicznymi systemami płatności. Celem spółki na lata 2008–2013 jest utrzymanie 15-procentowego udziału w internetowym rynku handlu farmaceutykami; w obecnej chwili (luty 2010 r.) cel został osiągnięty, mimo iż powstaje coraz więcej konkurentów. Wśród mocnych stron firmy można znaleźć: znaną markę, uznanie jako pierwszej polskiej apteki on-line oraz sprawną sieć logistyczną. Właściciele apteki upatrują szansy we wciąż dynamicznie rozwijającym się rynku e-commerce oraz zwiększeniu wydatków społeczeństwa na zdrowie i urodę. Celem strategicznym było utrzymanie pozycji lidera, jednak brak możliwości odbioru

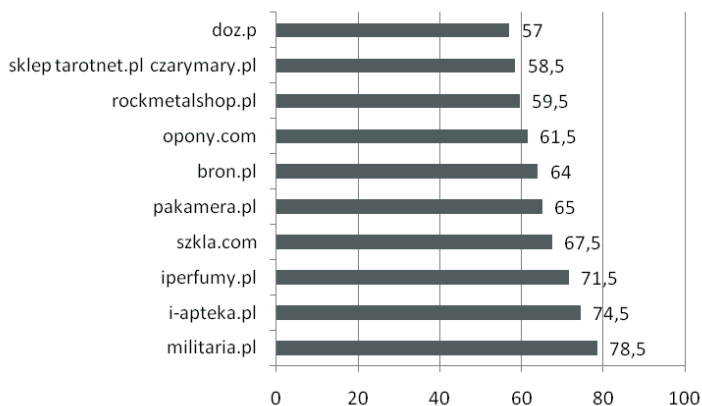
⁷ <http://www.doz.pl> (22.02.2010).

⁸ <http://www.doz.pl> (22.02.2010).

⁹ http://www.domzdrowia.pl/relacje_inwestorskie/domzdrowia%20pl_NC16June (23.02.2010).

osobistego w sieci aptek wydaje się być główną przyczyną straty tej pozycji na rzecz doz.pl. Domzdrowia.pl co prawda umożliwia odbiór osobisty, ale tylko w jednej aptece, która nie znajduje się w dużym mieście, lecz w podkrakowskim Zabierzowie.

Trzecim liderem internetowego rynku farmaceutycznego jest i-apteka.pl, która została uruchomiona w Internecie w grudniu 2005 r. i jest drugą po Domzdrowia.pl najstarszą e-apteką w Polsce. Jej główną zaletą jest profesjonalna strona, która w rankingu sklepów internetowych za 2009 r., przeprowadzanym cyklicznie przez portal Money.pl oraz tygodnik „Wprost”, zajęła 2. miejsce w klasyfikacji sklepów specjalistycznych. Oceniane były takie cechy jak: liczba produktów w sklepie, jakość opisu towarów¹⁰, przejrzystość formularzy, możliwość reklamacji, dostępne formy płatności, jakość obsługi czy nawet możliwość negocjacji cen. W sumie brano pod uwagę 60 kryteriów, przyznając maksymalną liczbę punktów – 90 dla każdej kategorii. Na 10. pozycji tego rankingu uplasowała się także strona doz.pl, co pokazuje, że sukces popularności jest powiązany także z podejściem nastawionym na zadowolenie klienta nie tylko z oferty, ale i z jakości obsługi.



Rys. 2. Wykres rankingu polskich sklepów internetowych w kategorii „sklepy specjalistyczne i erotyka”

Źródło: opracowanie własne na podstawie:

<http://ranking.money.pl/2009/#spec> (22.02.2010).

¹⁰ A. Walter, *Witryny nie do ukrycia. Jak zbudować stronę, którą znajdzie każda wyszukiwarka*, Gliwice 2009, s. 98.

3. Badanie nastawienia polskiego społeczeństwa informacyjnego do zakupów leków przez Internet

W internetowej ankiecie przeprowadzonej przez autorów publikacji wzięli udział 104 losowo wybranych użytkowników Internetu, wśród których 53,84% stanowiły kobiety (56), można więc przyjąć równomierne rozłożenie respondentów w zależności od płci. 75% to osoby mieszkające w dużych miastach o populacji powyżej 50 tys., a 51,92% to osoby w wieku 26–40 lat.

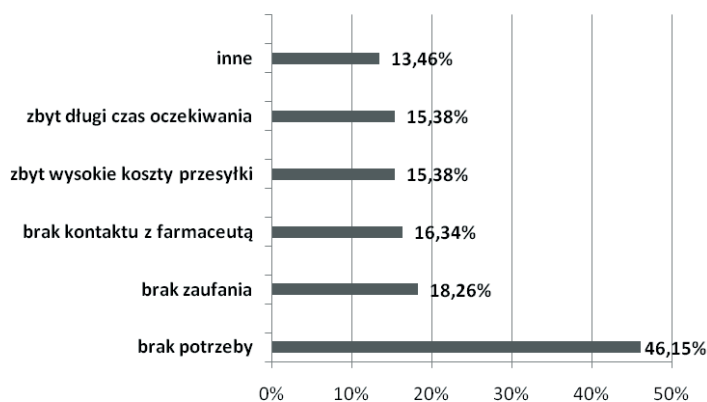
Odpowiedzi na pierwsze pytanie potwierdzają dynamikę polskiego handlu w Internecie, gdyż zaledwie ok. 18% ankietowanych nie robiło nigdy zakupów w tym medium i są to w ponad 90% osoby w wieku powyżej 40 lat, czyli internauci, którzy znajomości obsługi komputera i Internetu nie uczyli się w szkołach, a jedynie na kursach dokształcających lub samodzielnie z pomocą znajomych. 81,73% ankietowanych słyszało o możliwości zakupu leków przez Internet, ale tylko ok. 10% kupowało leki w ten sposób więcej niż dwa razy, a 74,03% wcale nie korzystało z tej formy handlu. Ten wynik nie ma odzwierciedlenia w badaniach przeprowadzonych przez IDMnet, z których wynika, iż 43% badanych kupowało leki i środki paramedyczne online¹¹. Dlatego należałoby znacznie zwiększyć grupę badawczą, aby zweryfikować tezę, czy polskie społeczeństwo informacyjne jest nastawione pozytywnie do zakupu farmaceutyków przez Internet. Główną wskazywaną przez respondentów przyczyną braku zainteresowania e-aptekami był brak takiej potrzeby – 46,15%, brak zaufania – 18,26% oraz brak kontaktu z farmaceutą – 16,36% (rysunek 3).

Wyniki te jednoznacznie pokazują, że polskie społeczeństwo nie należy do innowacyjnych, szukających nowych, lepszych metod, przywiązuje się raczej do istniejących poprawnie działających rozwiązań, a wykorzystuje nowości w przypadku gdy stają się one w innych krajach normą¹². Natomiast osoby kupujące leki w Internecie jako podstawowy czynnik, który zachęcił je do tej formy zakupów, wybierały niższą cenę i wygodę zakupu, co potwierdza fakt, że ceny leków w e-aptekach są o 10–15% tańsze w porównaniu z cenami w tradycyjnych aptekach. Ponad 80% ankiet-

¹¹ <http://www.houseofnumbers.pl/aktualnosci> (23.02.2010).

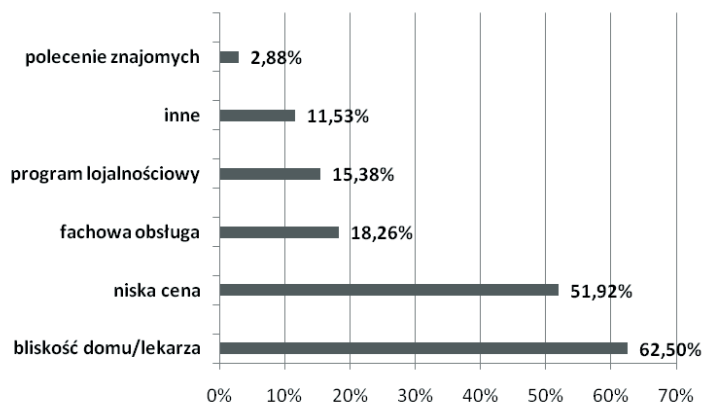
¹² M. Dutko, *E-biznes. Poradnik praktyka*, Gliwice 2010, s. 162.

towanych wydaje średnio miesięcznie poniżej 100 zł na leki, a głównym powodem wyboru konkretnej apteki tradycyjnej jest jej bliskość miejsca zamieszkania lub przychodni lekarskiej (62%) (rysunek 4). Podobnie jak w przypadku e-aptek czynnik niskiej ceny także w tradycyjnych aptekach jest jednym ze znaczących przy wyborze konkretnego punktu aptecznego. Wysoka pozycja odpowiedzi „bliskość apteki” potwierdza popularność internetowej apteki doz.pl, która swoją pozycję uzyskała głównie dzięki wykorzystaniu sieci aptek tradycyjnych, gdzie internauci mogą odebrać osobiście zakupione w sieci farmaceutyki, oszczędzając czas i niwelując koszty dostawy. Doz.pl wprowadzając odbiór w tradycyjny sposób, zlikwidowała cztery z pięciu głównych powodów braku zainteresowania zakupem w e-aptkach (rysunek 3). Zwiększyła zaufanie oraz wprowadziła kontakt z farmaceutą przy odbiorze medykamentów, który jest bardzo często potrzebny przy wyborze leków przeciwbólowych lub odczytaniu recept. Tym samym zniwelowała czas oczekiwania na lek do czasu potrzebnego tradycyjnej aptece na sprowadzenie lekarstwa z hurtowni w przypadku jej braku na stanie, a także zlikwidowała koszt dostawy. Jedynym, ale najważniejszym czynnikiem hamującym rozwój handlu lekami w Polsce jest, według respondentów, brak potrzeby.



Rys. 3. Wykres wyników odpowiedzi na pytanie o przyczyny braku zainteresowania zakupami leków przez internet

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 4. Wykres wyników odpowiedzi na pytanie o przyczyny wyboru konkretnej apteki

Źródło: opracowanie własne.

Ponad połowa ankieterowanych – 59,61% przyznaje się, że szukała informacji o usługach medycznych w Internecie, ponadto ponad 87% skorzystałoby z możliwości wyznaczania lub zapisów do lekarzy za pomocą Internetu, w tym 56,6% zdecydowanie. Pozostali respondenci, których internetowa forma kontaktu ze służbą zdrowia nie zachęca, to osoby w wieku powyżej 40 lat, natomiast młodzież i internauci z przedziału wiekowego 26–40 lat chętnie skorzystaliby z takiej możliwości. Usługi i służba medyczna, podobnie jak inne sektory publiczne, powinny w niedługim czasie wyjść naprzeciw pacjentom i wprowadzić możliwość załatwiania wielu spraw z wykorzystaniem Internetu. Dostarczenie obywatelom usług i informacji publicznych przy udziale nowych technologii zwane jest e-government¹³. W Polsce rozwój informatyzacji jest bardzo powolny, a w ostatnich latach można zaobserwować nawet stagnację. Do tej pory udało się wdrożyć znikomą liczbę działających sprawnie systemów, główne napotymane problemy to ochrona danych osobowych oraz dokumentów instytucji, a także brak aktywizacji społeczeństwa, jednak najważniejszą przeszkodą wydają się koszty zaprojektowania i wdrożenia platformy internetowej. Wśród publicznych e-usług działających w Polsce można znaleźć

¹³ http://www.e-mentor.edu.pl/artukul_v2.php? numer=7&id=100 (25.02.2010).

możliwość rejestracji pojazdów – w siedmiu województwach urzędy udzielają informacji on-line oraz wyznaczają terminy rejestracji za pośrednictwem Internetu¹⁴. Inny przykładem jest możliwość rozliczania się z podatku od osób fizycznych. W 2009 r. Ministerstwo Finansów uruchomiło usługę składania zeznań PIT drogą elektroniczną bez konieczności posiadania płatnego certyfikatu kwalifikowanego. Mniej sprawnie działa możliwość składania zgłoszeń on-line na policję, w 2004 r. tylko dwa województwa (kujawsko-pomorskie oraz śląskie) pilotażowo uruchomiły przyjmowanie zgłoszeń poprzez Internet. Po kolejnych sześciu latach rusza projekt e-policja – w połowie 2010 r. ok. 40 jednostek policji zostanie objętych elektronicznym obiegiem dokumentów, nie wiadomo jeszcze, czy będzie możliwość szybkiego zgłaszania przestępstw, w chwili obecnej z pewnością będzie można złożyć wniosek o przyznanie licencji pracownika ochrony albo ubiegać się o pozwolenie na broń¹⁵. Dużo lepiej prezentują się uczelnie wyższe – w prawie każdej państwowej uczelni istnieje możliwość zarejestrowania się studentów lub kandydatów do systemu informatycznego. W szkołach podstawowych, gimnazjach i średnich wprowadzono elektroniczne dzienniki, dzięki którym rodzice mogą sprawdzać na bieżąco oceny dzieci. Rozwój usług poprzez Internet w Polsce z pewnością wpłynie także na zwiększenie popularności e-aptek.

Podsumowanie

Polskie e-apteki wytyczają przyszły kierunek dynamicznego rozwoju kolejnego sektora e-commerce. Doz.pl uzyskała pozycję lidera jedynie dzięki udostępnieniu klientom sieci aptek, gdzie mogą odbierać leki zamówione przez Internet. Wystąpienie aż dwóch internetowych aptek w rankingu e-sklepów w kategorii „sklep specjalistyczny” świadczy o profesjonalnym podejściu do e-klienta i trosce o jego zadowolenie i sprawną obsługę. Najbliższe lata, wydaje się, nie przyniosą zbyt dużej zmiany w popularności internetowego handlu lekami, ale z pewnością powstanie wiele e-aptek próbujących wykorzystać internetową niszę w Polsce.

¹⁴ Tamże.

¹⁵ http://trojmiasto.gazeta.pl/trojmiasto/1,35636,7435459,E_Policja_czyli_Unia_zaplaci_za_pomorskie_infokioski.html (26.02.2010).

Literatura

1. Dutko M., *E-biznes. Poradnik praktyka*, Gliwice 2010.
2. <http://gospodarka.gazeta.pl>.
3. <http://trojmiasto.gazeta.pl>.
4. <http://www.domzdrowia.pl>.
5. <http://www.doz.pl>.
6. <http://www.e-mentor.edu.pl>.
7. <http://www.gemius.pl/pl>.
8. <http://www.houseofnumbers.pl>.
9. <http://www.rynekzdrowia.pl>.
10. PMR, KPMG, *Polski rynek farmaceutyczny, Kondycja i perspektywy rozwoju do 2011 roku w opinii największych firm farmaceutycznych*, 2009, www.research-pmr.com.
11. Walter A., *Witryny nie do ukrycia. Jak zbudować stronę, którą znajdzie każda wyszukiwarka*, Gliwice 2009.

PHARMACIES ON THE POLISH INTERNET MARKET

Summary

E-pharmacies are growing very fast now. In the Internet many every day the new web sites about health medicines arise. Research show that in many countries Internet sale of medicines constitutes important part of the total on-line trade. United States are an example, where one of largest e-pharmacies is Drugstore.com is quoted on Nasdaq stock exchange. This company is achieving quarterly incomes about 110 million dollars and is supporting millions of customers. In Poland on-line chemists were made in 2004 by the access of Poland to the European Union. Unfortunately still the Internet trade of medicines isn't gaining so great share with too interest of internet users.

Translated by Grzegorz Szymański, Piotr Józwiak