



LEKI TRENDY POPYTU

**Statystyki sprzedaży
aptecznej leków
w ostatnich dwóch
dekadach.**

20 leków na receptę
i suplementów

Ilość i wartość sprzedaży,
ceny oraz asortyment

Wykresy trendów
oraz szczegółowe opisy

LEKI. TRENDY SPRZEDAŻY

RAPORT SPECJALNY OSOZ STATYSTYKI

WSTĘP

- 3 Sprzedaż leków w aptece pozwala zrozumieć dużo więcej niż stan zdrowia Polaków

STATYSTYKI

- 7 Zioła
- 17 Leki przeciwzakrzepowe
- 28 Konopie medyczne
- 36 Środki na zatoki
- 47 Kolagen
- 57 Leki na RZS
- 68 Leki na zgagę
- 78 Paracetamol
- 89 Homeopatia
- 99 Leki na nadciśnienie
- 110 Środki z ashwagandhą
- 120 Leki w menopauzie
- 131 Leki na odchudzanie
- 141 Leki psychotropowe i odurzające
- 152 Leki przeciwnowotworowe
- 162 Na alergie
- 172 Na opryszczkę
- 182 Magnez
- 193 Kosmetyki dla dzieci
- 203 Środki nasenne

Sprzedaż leków w aptece pozwala zrozumieć dużo więcej niż stan zdrowia Polaków

Przeanalizowaliśmy popyt na 20 różnych leków – na receptę, OTC i suplementów diety. Dane z ostatnich dwóch dekad pozwalają lepiej zrozumieć długofalowe trendy zdrowotne oraz zmieniające się mody w profilaktyce.

Kiedy rośnie sprzedaż leków na alergię, zaczyna się sezon pylenia roślin. Kiedy w aptekach pacjenci nagle zaczynają kupować coraz więcej środków na grypę i przeziębienie, jest to pierwszy objaw nowej fali infekcji górnych dróg oddechowych.

Sprzedaż apteczna może być pierwszym wiarygodnym sygnałem zmieniającej się sytuacji epidemiologicznej, wyprzedzając inne metody monitoringu prowadzone przez instytucje zdrowia publicznego. Powód jest prosty – wiele danych do raportów splywa z opóźnieniem, następnie muszą zostać przeanalizowane, a dopiero potem są publikowane. Proces ten może trwać nawet kilka tygodni lub miesięcy. Z kolei anonimowe dane z aptek pokazują czarno na białym, jakie leki są kupowane.

Ale dane z rynku farmaceutycznego trzeba interpretować z ostrożnością. Rosnąca sprzedaż leków na nowotwory nie przekłada się wprost proporcjonalnie na rosnącą zachorowalność. Leczenie odbywa się w większości w szpitalach, a sprze-

daż w aptekach może wynikać z wprowadzenia nowoczesnych terapii do leczenia w warunkach domowych.

Do tego jeszcze dochodzi kwestia dostępności leków, a czasami ich ceny. Jeśli lek jest za drogi, pacjenci wybierają tańsze zamienniki. Około 10% osób rezygnuje z zakupu leku przepisanego przez lekarza na receptę – wynika z badania PEX. W schorzeniach takich jak nowotwór poziom przestrzegania zaleceń terapeutycznych jest wysoki, bo stawką jest życie. Są jednak choroby, w przypadku których pacjent nie wykupuje recepty mimo zaleceń lekarza. Klasycznym przykładem jest nadciśnienie tętnicze, które pacjenta „nie boli”, ale po kryjому i stopniowo wyrządza szkody w organizmie. Szacuje się, że ponad połowa pacjentów z chorobą przewlekłą nie stosuje się do zaleceń terapeutycznych (tzw. adherence).

W niektórych przypadkach to nie recepty przepisane przez lekarza, ale ich realizacja jest najbardziej wiarygodnym miernikiem częstotliwości występowania danej jednostki chorobowej. Tak jest w przypadku łagodniejszych dolegliwości – wielu pacjentów leczy się na własną rękę (tzw. samoleczenie). Nie idą do lekarza, ale od razu do apteki po lek, krem, zioła.

I tu pojawiają się kolejne niuanse. Sprzedaż leków OTC – czyli bez recepty – w Polsce od lat jest na wysokim poziomie. Z danych CBOS wynika, że ponad 68% Polaków przyjmuje leki bez recepty przynajmniej kilka razy w roku. Nie stoją za tym tylko racjonalne przesłanki, czyli chęć wyleczenia choroby albo uzupełnienia niedoborów witamin, ale też szybko zmieniające się mody na suplementy diety. W czasie pandemii COVID-19 mocno wzrosła sprzedaż witaminy D i do dziś utrzymuje się na wysokim poziomie. To samo dotyczy magnezu albo suplementów diety. Ostatnimi hitami sprzedaży są kolagen i kreatyna.

Granica między trendami z TikToka a profilaktyką jest bardzo płynna. Rosnąca sprzedaż suplementów diety dla seniorów w czasie pandemii jest częściowo efektem chęci zadbania o zdrowie. Subiektywne postrzeganie oddziaływania niektórych suplementów nie zawsze musi iść w parze z obiek-

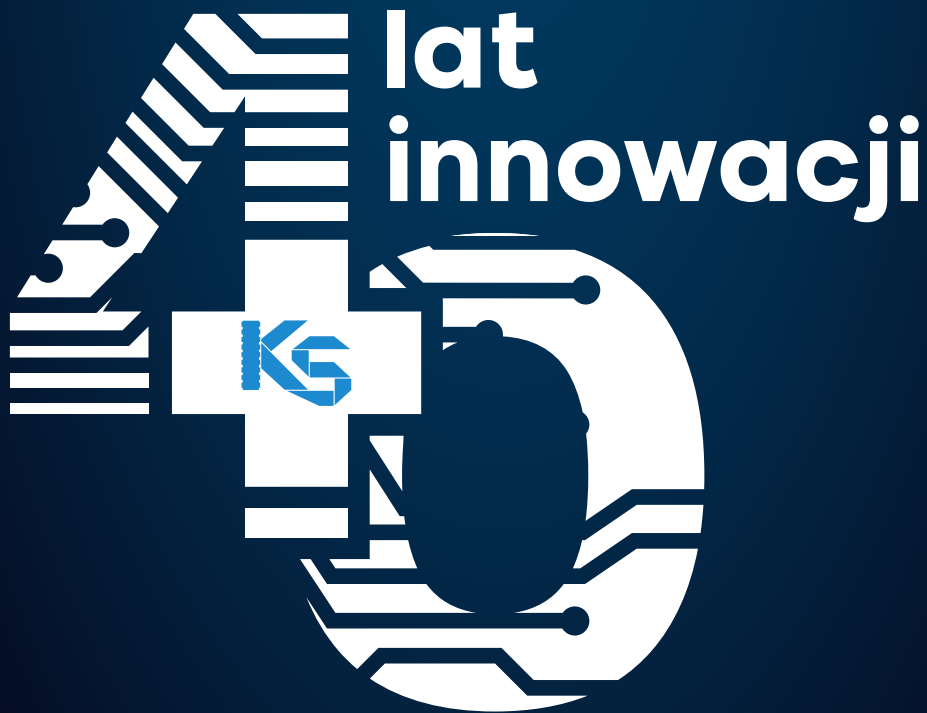
tywnymi dowodami naukowymi. Zdrowie jest sprawą bardzo indywidualną i może nawet zależeć od światopoglądu oraz preferencji politycznych, czego przykładem są szczepionki.

Ale są też sytuacje, kiedy zmiany sprzedaży są sygnałem alarmowym występującej na rynku anomalii. Klasycznym przykładem jest sprzedaż konopi aptecznych. Po tym, jak receptę na nie można było łatwo otrzymać w internecie, sprzedaż gwałtownie wzrosła. Lek trafiał niekoniecznie do osób, które miały wskazania medyczne i go potrzebowały. Dopiero nowe przepisy z 2024 roku ukróciły ten proceder, ale i tak sprzedaż marihuany aptecznej wzrosła 80-krotnie w ciągu zaledwie 7 lat. Wiele nadużyć dotyczy też niestety leków stosowanych w chorobach otyłościowych. Kiedy na rynek trafił popularny agonista receptora GLP-1, popyt gwałtownie wzrósł. Pacjenci z cukrzycą, którzy najbardziej potrzebowali leku, mieli problem z jego zakupem.

Do tego jeszcze dochodzi wiele innych czynników mogących wpływać na sprzedaż: polityka refundacyjna, pojawienie się rewolucyjnych terapii, braki w dostawach (z powodu zaburzeń geopolitycznych, pandemii, zwiększonego popytu), nowe badania naukowe itd.

Sprzedaż leków mówi dużo o zachowaniach zdrowotnych – dużo więcej niż tylko o samym zdrowiu Polaków. To pokazuje nasz raport, w którym zebraliśmy analizy sprzedaży wybranych 20 leków, publikowane co miesiąc w czasopiśmie OSOZ Statystyki. Czasami na sprzedaż wpływają mody, czasami rosnąca profilaktyka, a w niektórych przypadkach – rosnąca skala występowania chorób. Dla jednych lek to nadzieja na powrót do zdrowia, dla drugich – na lepsze samopoczucie. Czasami kupujemy je, bo jesteśmy chorzy, a czasami, bo są reklamowane.

Nasze statystyki obejmują okres ponad 20 lat, co daje jeszcze wnikliwszy wgląd w konsumpcję leków oraz długookresowe trendy. Lektura niniejszego raportu pomoże Państwu lepiej zrozumieć zmieniającą się sytuację zdrowotną i aktualne mody samoleczenia. ●



KAMSOFT Doświadczenie. Zastosowane.

WWW.KAMSOFT.PL

Sprzedaż ziół i środków ziołowych



Polski rynek ziół aptecznych od lat znajduje się w trendzie spadkowym. Liczba sprzedanych opakowań zmniejszyła się w latach 2002–2025 aż o 69%, z 27,5 mln do 8,7 mln. Do 2010 roku była stabilna i wynosiła ok. 25–27 mln opakowań rocznie. Potem powoli zaczęła spadać, a od 2018 roku popyt załamał się. Tylko w latach 2017–2025 spadek wyniósł 50%.

Trend spadkowy sprawia, że wielu producentów wycofuje się z rynku – asortyment zmalał z 2879 preparatów w szczytowym okresie (2007 rok) do ok. 1,2 tys. w 2025 roku. Na sytuację rynku wpływają zmiany w zachowaniach konsumentów. Produkty roślinne coraz częściej trafiają do konsumentów przez sklepy internetowe, drogerie, sklepy zielarskie oraz rynek suplementów diety, a nie przez apteki. Na spadek wpływają również nowe unijne regulacje dotyczące bezpieczeństwa produktów pochodzenia roślinnego. W ostatnich latach wprowadzono limity dla niektórych substancji naturalnie występujących w ziołach, ograniczenia dotyczące oświadczeń zdrowotnych oraz bardziej rygorystyczne wymogi dla suplementów i produktów botanicznych. Od strony produkcyjnej problemem są również rosnące koszty uprawy i przetwarzania. Branża zielarska wskazuje na wysokie ryzyko związane z produkcją wynikające z pogody, wymogów jakościowych oraz kosztów pracy. To napędza wzrosty cen.

WSKAŹNIKI SPRZEDAŻY APTECZNEJ. ROK 2025 | ZMIANA % W STOSUNKU DO ROKU 2002

WARTOŚĆ SPRZEDAŻY



88 488 875 zł

↓ 15%

ILOŚĆ SPRZEDAŻY



8 713 953

↓ 69%

ASORTYMENT



1242

↓ 45%

ŚREDNIA CENA



10,15 zł

↑ 184%

*Inflacja skumulowana w tym okresie: 53%
(1000 zł z 2002 roku jest warte 470 zł w styczniu 2026)*

INFORMACJE DODATKOWE



Wartość globalnego rynku ziół szacuje się na **70–270 mld USD**. Prognozy mówią o wartości 500 mld USD w 2035 roku.



Globalny handel ziołami leczniczymi niemal się **podwoił w ciągu 13 lat**. To jeden z najszybciej rosnących segmentów rynku zdrowia i wellness.



Według WHO **ponad 80% ludzi na świecie korzysta z różnych form medycyny tradycyjnej, w tym z ziół**.

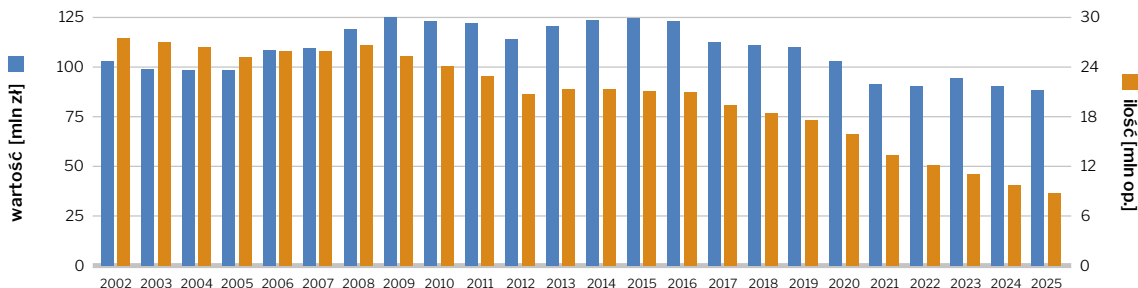


W obrocie znajduje się ponad **3000 gatunków roślin leczniczych**. Większość z nich nadal pochodzi ze zbiorów dziko rosnących roślin, a nie z upraw przemysłowych.



Ponad **25% leków stosowanych we współczesnej medycynie** zawiera substancje pochodzenia roślinnego lub została opracowana na bazie związków odkrytych w roślinach.

SPRZEDAŻ ILOŚCIOWA I WARTOŚCIOWA W LATACH 2002–2025





Ziołolecznictwo ma swoją wielowiekową tradycję. Obecnie na półkach aptecznych można znaleźć zioła jednoskładnikowe w postaci suszu, a także nowoczesne leki roślinne oraz suplementy diety. Kiedyś sprzedawane w dziesiątkach milionów opakowań rocznie, dzisiaj cieszą się o wiele mniejszym popytem.

Opis rynku

Rynek ziół aptecznych w 2002 roku był warty 103,11 mln zł. W kolejnych latach przeplatały się ze sobą wzrosty i spadki.

Tab. 2. Liczba produktów wycofanych z rynku w poszczególnych latach oraz średnia cena dla tych produktów

	Liczba badanych produktów	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2025	233	3,51	3,44	3,49	3,60	3,62	3,72	4,07	4,55	4,55	4,68	4,84	5,02	5,15	5,23	5,27	5,38	5,67	5,94	6,21	6,46	7,07	8,14	9,05	9,57
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2024 a nie będące w ofercie w 2025 roku	11	6,18	6,10	6,16	6,21	6,28	6,45	6,78	7,36	7,58	7,61	7,50	7,36	7,20	6,70	6,63	6,74	5,93	5,41	5,98	7,03	7,46	7,16	9,74	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2023 a nie będące w ofercie w latach 2024–2025	16	3,03	3,22	3,48	3,44	3,19	2,73	3,40	4,33	4,49	5,09	5,63	5,69	5,59	5,60	5,60	5,54	5,73	5,25	5,57	5,23	5,08	5,87		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2022 a nie będące w ofercie w latach 2023–2025	21	3,94	3,81	3,75	4,10	5,89	5,97	5,73	5,52	5,51	5,62	5,47	5,52	5,59	5,73	5,36	5,35	5,54	5,82	6,20	6,72	6,76			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2021 a nie będące w ofercie w latach 2022–2025	24	3,74	3,76	3,61	3,64	3,69	3,76	4,14	4,82	5,28	5,28	5,46	5,50	5,54	5,64	5,37	5,17	5,20	6,88	6,69	7,68				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2020 a nie będące w ofercie w latach 2021–2025	31	3,14	2,87	2,80	2,85	3,45	3,43	3,84	4,65	4,76	4,72	5,13	5,39	5,99	5,23	5,68	6,10	5,69	6,02	6,76					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2019 a nie będące w ofercie w latach 2020–2025	43	3,38	3,47	3,62	3,71	3,89	3,91	4,21	4,27	4,34	4,49	4,85	5,50	5,26	5,19	4,80	5,00	5,55	6,11						
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2018 a nie będące w ofercie w latach 2019–2025	28	3,92	3,73	3,72	3,83	3,76	3,94	4,30	4,88	5,13	5,45	5,98	5,41	6,01	6,25	5,73	6,08	5,00							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2017 a nie będące w ofercie w latach 2018–2025	29	4,45	4,34	4,32	4,33	4,29	4,35	4,22	5,13	4,90	4,59	4,81	5,21	5,17	5,54	6,34	6,11								
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2016 a nie będące w ofercie w latach 2017–2025	14	3,47	3,49	3,60	3,57	3,00	3,00	3,06	3,51	3,41	3,77	3,95	3,53	3,35	3,73	3,37									
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2015 a nie będące w ofercie w latach 2016–2025	10	4,18	3,89	4,11	3,83	4,51	4,59	5,29	6,48	6,86	7,12	7,73	8,38	8,64	7,74										
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2014 a nie będące w ofercie w latach 2015–2025	16	3,94	4,14	4,16	4,73	4,80	5,29	6,20	7,75	5,31	3,91	5,79	6,49	2,02											
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2013 a nie będące w ofercie w latach 2014–2025	14	3,96	3,57	3,77	4,30	4,43	4,41	4,01	4,08	4,11	3,73	5,50	5,73												
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2012 a nie będące w ofercie w latach 2013–2025	20	3,23	3,19	3,16	3,07	3,09	3,09	3,55	4,13	3,88	4,06	4,40													
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2011 a nie będące w ofercie w latach 2012–2025	26	3,79	3,69	3,52	3,49	3,22	3,22	3,67	4,26	5,19	5,87														
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2010 a nie będące w ofercie w latach 2011–2025	35	5,53	4,61	4,79	4,23	3,92	3,56	4,19	5,69	7,77															
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2009 a nie będące w ofercie w latach 2010–2025	42	5,50	4,98	4,92	4,73	4,38	4,56	7,37	5,20																
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2008 a nie będące w ofercie w latach 2009–2025	98	3,59	3,47	3,46	3,59	3,73	3,79	4,09																	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2007 a nie będące w ofercie w latach 2008–2025	42	3,88	3,74	4,24	4,89	4,92	4,71																		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2006 a nie będące w ofercie w latach 2007–2025	40	5,09	5,97	6,67	6,28	6,91																			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2005 a nie będące w ofercie w latach 2006–2025	53	6,07	6,02	5,75	5,72																				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2004 a nie będące w ofercie w latach 2005–2025	21	4,22	5,52	4,52																					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2003 a nie będące w ofercie w latach 2004–2025	32	5,83	8,98																						
Produkty będące w ofercie w 2002 roku a nie będące w ofercie w latach 2003–2025	67	4,22																							

Wykres wielkości sprzedaży preparatów ziołowych zakupionych w aptekach pokazuje wyraźny spadek w analizowanym okresie. W 2002 roku sprzedaż była najwyższa i wyniosła 27,49 mln opakowań. W kolejnych latach przeważały spadki, z których największe przypadają na ostatnie lata – zwłaszcza na 2021 rok (spadek o 15,60%) oraz na 2024 rok (spadek o 12,07%). Wzrosty liczone rok do roku miały miejsce zaledwie 5-krotnie i nie przekraczały 3%. W minionym roku pacjenci zakupili w aptekach 8,71 mln opakowań produktów

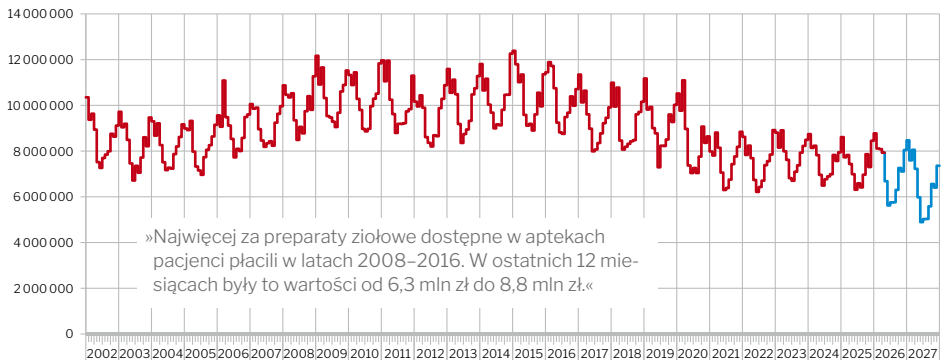
Tab. 3. Roczne zestawienie sprzedaży ziół w latach 2002–2025 oraz prognoza na lata 2026–2027

Rok	Wartość sprzedaży (zł)	Liczba sprzedanych opakowań	Średnia cena za pojedyncze opakowanie (zł)	Wartość sprzedaży na jeden produkt (zł)	Liczba sprzedanych opakowań na jeden produkt	Liczba produktów będących w ofercie	Procentowa zmiana wartości w stosunku do roku poprzedniego	Procentowa zmiana liczby w stosunku do roku poprzedniego
2002	103 113 365	27 489 508	3,75	46 385	12 366	2 223	—	—
2003	99 029 610	27 015 127	3,67	42 447	11 580	2 333	-3,96%	-1,73%
2004	98 500 213	26 443 851	3,72	39 895	10 710	2 469	-0,53%	-2,11%
2005	98 482 610	25 206 238	3,91	36 734	9 402	2 681	-0,02%	-4,68%
2006	108 340 067	25 946 499	4,18	39 948	9 567	2 712	10,01%	2,94%
2007	109 259 140	25 966 047	4,21	37 950	9 019	2 879	0,85%	0,08%
2008	119 104 691	26 693 375	4,46	42 146	9 446	2 826	9,01%	2,80%
2009	125 102 503	25 319 188	4,94	51 272	10 377	2 440	5,04%	-5,15%
2010	123 151 369	24 079 037	5,11	51 897	10 147	2 373	-1,56%	-4,90%
2011	122 106 822	22 934 943	5,32	52 746	9 907	2 315	-0,85%	-4,75%
2012	114 009 974	20 741 459	5,50	50 716	9 227	2 248	-6,63%	-9,56%
2013	120 812 562	21 276 557	5,68	53 623	9 444	2 253	5,97%	2,58%
2014	123 622 121	21 300 489	5,80	49 548	8 537	2 495	2,33%	0,11%
2015	124 806 965	21 056 451	5,93	49 605	8 369	2 516	0,96%	-1,15%
2016	122 878 898	20 950 890	5,87	46 651	7 954	2 634	-1,54%	-0,50%
2017	112 481 081	19 338 945	5,82	42 965	7 387	2 618	-8,46%	-7,69%
2018	111 128 458	18 431 461	6,03	45 826	7 601	2 425	-1,20%	-4,69%
2019	109 855 068	17 579 515	6,25	50 555	8 090	2 173	-1,15%	-4,62%
2020	102 896 574	15 834 289	6,50	52 100	8 017	1 975	-6,33%	-9,93%
2021	91 462 594	13 363 443	6,84	49 925	7 294	1 832	-11,11%	-15,60%
2022	90 182 716	12 123 732	7,44	54 229	7 290	1 663	-1,40%	-9,28%
2023	94 118 510	11 017 865	8,54	63 040	7 380	1 493	4,36%	-9,12%
2024	90 384 357	9 688 349	9,33	66 951	7 177	1 350	-3,97%	-12,07%
2025	88 488 875	8 713 953	10,15	71 247	7 016	1 242	-2,10%	-10,06%
2026	85 441 148	7 792 226	10,96	—	—	—	-3,44%	-10,58%
2027	78 182 609	6 898 801	11,33	—	—	—	-8,50%	-11,47%

ziołowych – o 10,06% mniej niż w roku poprzednim oraz o 68,30% mniej niż w 2002 roku.

Średnia cena za pojedyncze opakowanie preparatu ziołowego wykazywała wyraźny, niemal nieprzerwany trend wzrostowy w ciągu ostatnich 25 lat. W 2002 roku cena była najniższa i wynosiła 3,75 zł. W kolejnych latach przewagę stanowiły wzrosty, z których największy przypadł na 2023 rok i wyniósł 14,84%. Spadki miały miejsce w latach 2003, 2016 i 2017, a największy z nich wyniósł 2,27%. W minionym roku za pojedyncze opakowanie produktu ziołowego zakupionego w aptece trzeba było zapłacić średnio 10,15 zł – była to najwyższa kwota od 2002 roku, o 8,85% wyższa niż w roku

Rys. 1. Wartość sprzedaży ziół w latach 2002–2025 oraz prognoza na lata 2026–2027



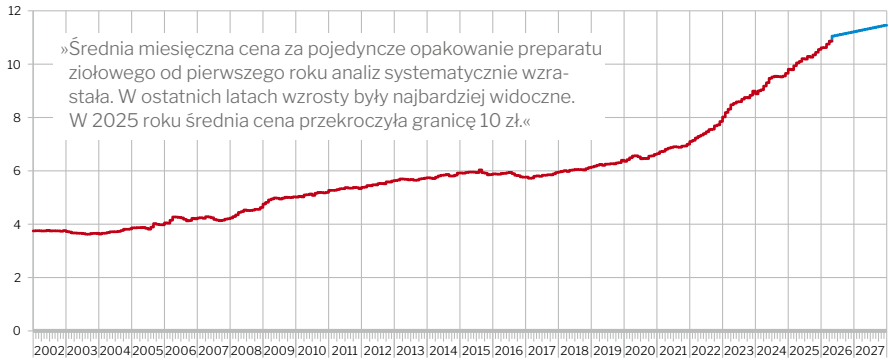
Rys. 2. Liczba opakowań ziół sprzedanych w aptekach w latach 2002–2025 oraz prognoza na lata 2026–2027



poprzednim oraz o 170,72% wyższa niż w pierwszym roku analiz.

Asortyment ziół aptecznych był bardzo liczny w całym okresie analiz. W 2002 roku w ofercie znajdowały się 2223 różne produkty. W kolejnych latach ta liczba sukcesywnie się rozszerzała, osiągając swój rekordowy poziom w 2007 roku, kiedy asortyment liczył 2879 różnych preparatów. Od tego

Rys. 3. Średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie ziół zakupione w latach 2002–2025 oraz prognoza na lata 2026–2027



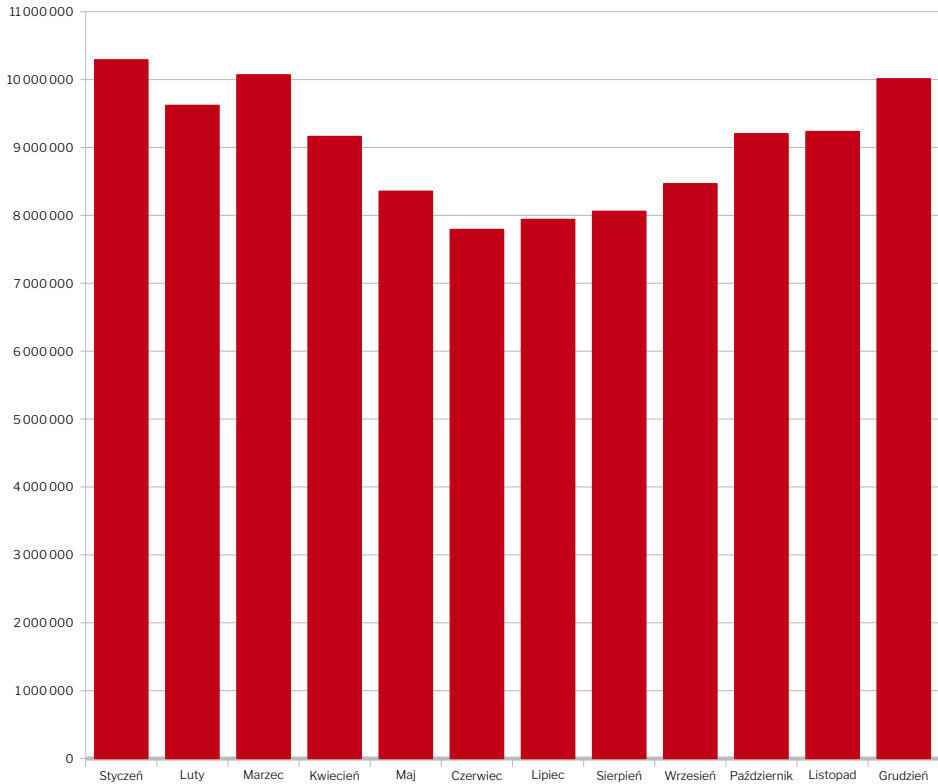
Rys. 4. Liczba różnych opakowań ziół zakupionych w aptekach w latach 2002–2026



czasu widoczna jest długofalowa tendencja spadkowa. W minionym (2025) roku oferta liczyła 1242 produkty – najmniej w całym okresie analizy, o 44,13% mniej niż w pierwszym roku analiz.

Ostatnie lata były okresem spadku zarówno ilości, jak i wartości sprzedaży ziół w aptekach. Wzrosty dotyczyły natomiast średniej ceny. Poniżej znajdują się prognozy dotyczące dystrybucji ziół w aptekach na lata 2026–2027.

Rys. 5. Średnia miesięczna wartość sprzedaży



Trendy przyszłości

Ilość oraz wartość sprzedaży preparatów ziołowych w aptekach spadną zarówno w 2026, jak i w 2027 roku. W pierwszym roku prognozy wolumen sprzedaży wyniesie 7,79 mln opakowań, a w kolejnym – 6,90 mln opakowań. Spadki liczone rok do roku utrzymają się na poziomie zbliżonym do lat ubiegłych i wyniosą kolejno 10,58% oraz 11,47%. Wartość sprzedaży w 2026 roku ukształtuje się na poziomie 85,44 mln zł, natomiast w 2027 roku wyniesie 78,18 mln zł. Wyniki te

oznaczają spadki wartościowe wynoszące odpowiednio 3,44% i 8,50%.

Średnia cena sprzedaży produktów ziołowych nadal będzie rosnąć. Za pojedyncze opakowanie preparatu w 2026 roku pacjenci zapłacą 10,96 zł, a w 2027 roku – 11,33 zł. Wzrosty procentowe liczone rok do roku wyniosą odpowiednio 7,89% i 3,35%.

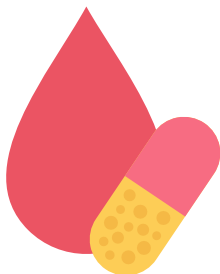
Podsumowanie

Na początku badanego okresu, w 2002 roku, wartość sprzedaży ziół wynosiła ponad 103 mln zł, a pacjenci nabyli wówczas rekordową liczbę opakowań. Przez kolejne lata rynek charakteryzował się odmienną dynamiką ilości i wartości – najwyższy przychód ze sprzedaży odnotowano w 2009 roku, kiedy osiągnął poziom ponad 125 mln zł. Wraz z upływem lat struktura rynku mocno się zmieniła, na co wpływ miał stały wzrost cen – w 2002 roku statystyczne opakowanie kosztowało zaledwie 3,75 zł, o tyle w minionym roku (2025) średnia cena dotarła już do poziomu 10,15 zł. Zgodnie z prognozami na lata 2026–2027, zarówno ilość, jak i wartość sprzedaży będą dalej kurczyć się w tempie od kilku do kilkunastu procent rocznie. Trend rosnący będzie jednak nadal towarzyszył średniej cenie. Należy pamiętać, że wiele ziół i środków leczniczych na ich bazie można kupić poza aptekami – całkowita sprzedaż jest więc większa. Niemniej jednak znaczenie ziół maleje, bo zastępują je inne środki farmaceutyczne. ●

Metodologia prognoz

Prognozy ilości, wartości oraz średniej ceny sprzedaży preparatów ziołowych na lata 2026–2027 zostały przygotowane z wykorzystaniem algorytmu potrójnego wygładzenia. Model algorytmu zakłada, że mechanizmy kształtujące dane w przyszłości będą zachowywać się podobnie jak w danych historycznych.

Sprzedaż leków antykrzepowych



Leki przeciwzakrzepowe (antykoagulanty), nazywane potocznie rozrzedzającymi krew, są w leczeniu pozaszpitalnym najczęściej stosowane w profilaktyce zawałów serca oraz udarów mózgu. To tzw. leki przeciwpłytkowe zawierające kwas acetylosalicylowy, hamujące proces krzepnięcia krwi i w ten sposób zapobiegające powstawaniu groźnych zakrzepów w naczyniach krwionośnych.

We współczesnej medycynie stosuje się podział leków przeciwzakrzepowych na kilka grup, w tym tradycyjne (antagonistów witaminy K) oraz nowoczesne leki celowe. Nowsze preparaty – znane jako NOAC lub DOAC – cechują się bardziej przewidywalnym działaniem i nie wymagają stałego monitorowania parametrów krwi. Leki przeciwzakrzepowe stosuje się u osób z migotaniem przedsionków, po wszczępieniu zastawek i operacjach ortopedycznych czy z przebyłą zakrzepicą. Po zabiegach stosuje się najczęściej formę zastrzyków. O ile leki stosowane wspomagająco w profilaktyce są dostępne bez recepty, to antykoagulanty na receptę (np. w zakrzepicy) wymagają kontroli stosowania pod okiem lekarza ze względu na ryzyko krwotoków. Rosnąca sprzedaż leków z tej grupy jest następstwem coraz szerszego stosowania w zapobieganiu zawałom czy udarom u osób z grup ryzyka. Część stosowana jest w leczeniu szpitalnym, przykładowo w przypadku zatorowości płucnej.

WSKAŹNIKI SPRZEDAŻY APTECZNEJ. ROK 2025 I ZMIANA % W STOSUNKU DO ROKU 2002 _____

WARTOŚĆ SPRZEDAŻY



2 176 026 399 zł

↑ 850%

ILOŚĆ SPRZEDAŻY



37 491 832

↑ 192%

ASORTYMENT



294

↑ 600%

ŚREDNIA CENA

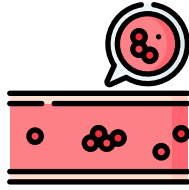


58,84 zł

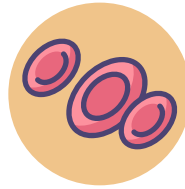
↑ 225%

*Inflacja skumulowana w tym okresie: 53%
(1000 zł z 2002 roku jest warte 470 zł w styczniu 2026)*

INFORMACJE DODATKOWE



Choroby zakrzepowo-zatorowe odpowiadają za około **25%** wszystkich zgonów globalnie.



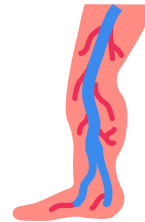
Prowadzą one do śmierci około **100 tys. osób rocznie** w Polsce.



Nowe doustne antykoagulanty (NOAC) wykazały w badaniach klinicznych ok. **19–21% redukcji ryzyka udaru u pacjentów z migotaniem przedsionków** w porównaniu do dotychczasowych metod leczenia.

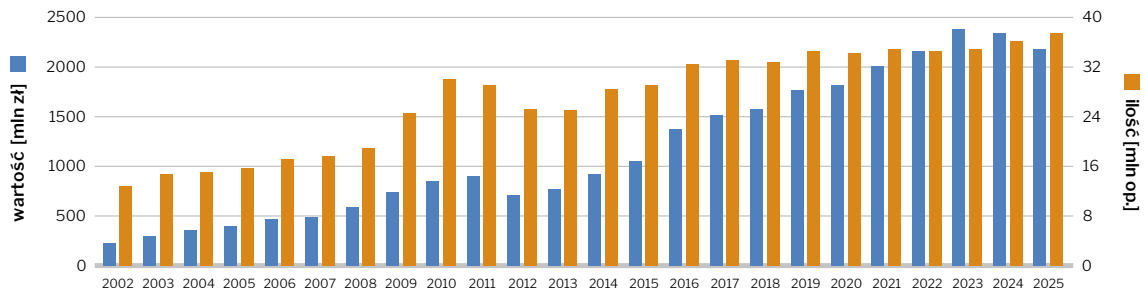


Antykoagulanty stosuje się u dużej części pacjentów, często przewlekłe, co czyni je jednymi z **najczęściej używanych leków w kardiologii**.



Zakrzep, np. w kończynach dolnych, może zablokować tętnicę w płucach lub mózgu, prowadząc do zatorowości płucnej albo udaru. To **stany bezpośrednio zagrażające życiu**.

SPRZEDAŻ ILOŚCIOWA I WARTOŚCIOWA W LATACH 2002–2025





W ostatnich dwóch dekadach sprzedaż leków przeciwzakrzepowych w aptekach potroiła się – wynika z analizy rynku w latach 2002–2025 przeprowadzonej przez OSOZ.

Opis rynku

W latach 2002–2025 ilość sprzedaży leków przeciwzakrzepowych wzrosła z 12,84 mln do 37,49 mln opakowań. Największe wzrosty procentowe miały miejsce w 2009 oraz 2010 roku i wynosiły kolejno 29,42% oraz 22,40%. Kolejnym etapem były okresowe spadki przypadające na lata 2011–2013, z których największy wynosił 13,56%. Ostatnie 12 lat było okresem systematycznych wzrostów sprzedaży leków

Tab. 2. Liczba produktów wycofanych z rynku w poszczególnych latach oraz średnia cena dla tych produktów

	Liczba badanych produktów	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
		Produkty będące w ofercie w latach 2002-2025	17	14,43	17,42	19,35	21,01	22,51	21,16	23,42	25,95	28,03	28,54	26,33	27,45	25,43	26,97	28,02	24,05	20,36	22,59	22,47	23,94	27,14	30,49
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2024 a nie będące w ofercie w 2025 roku	1	488,45	493,69	489,28	489,94	455,81	364,84	282,86	346,72	346,24	346,21	349,07	345,99	342,94	342,35	342,70	340,77	340,01	340,77	340,38	340,77	344,59	357,30	360,25	
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2023 a nie będące w ofercie w latach 2024-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2022 a nie będące w ofercie w latach 2023-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2021 a nie będące w ofercie w latach 2022-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2020 a nie będące w ofercie w latach 2021-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2019 a nie będące w ofercie w latach 2020-2025	1	29,03	29,14	24,49	23,71	23,38	22,04	21,89	21,90	21,83	21,55	21,63	21,08	13,40	4,69	4,70	6,27	1,50	35,24						
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2018 a nie będące w ofercie w latach 2019-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2017 a nie będące w ofercie w latach 2018-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2016 a nie będące w ofercie w latach 2017-2025	1	41,21	42,82	42,52	42,72	39,91	32,99	31,94	32,06	32,06	32,10	33,78	33,77	133,90	31,47	9,99									
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2015 a nie będące w ofercie w latach 2016-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2014 a nie będące w ofercie w latach 2015-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2013 a nie będące w ofercie w latach 2014-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2012 a nie będące w ofercie w latach 2013-2025	1	3,05	3,49	3,54	3,53	3,55	3,54	3,62	3,69	3,39	4,09	4,88													
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2011 a nie będące w ofercie w latach 2012-2025	1	103,88	104,55	101,53	93,37	90,22	73,53	78,92	0,94	60,67	90,22														
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2010 a nie będące w ofercie w latach 2011-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2009 a nie będące w ofercie w latach 2010-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2008 a nie będące w ofercie w latach 2009-2025	2	61,24	56,95	59,09	55,07	35,94	38,30	29,36																	
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2007 a nie będące w ofercie w latach 2008-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2006 a nie będące w ofercie w latach 2007-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2005 a nie będące w ofercie w latach 2006-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2004 a nie będące w ofercie w latach 2005-2025	1	7,94	7,21	6,26																					
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2003 a nie będące w ofercie w latach 2004-2025	0	-	-																						
Produkty będące w ofercie w 2002 roku a nie będące w ofercie w latach 2003-2025	0	-																							

przewyższyły 10%. Spadki wystąpiły trzykrotnie – największy miał miejsce w 2012 roku (wynosił 21,54%). Dwa kolejne pojawiły się w 2024 i 2025 roku. Najwięcej za leki przeciwzapalne pacjenci zapłacili w 2023 roku (2,37 mld zł).

Wartość sprzedaży preparatów z omawianej grupy wykazuje wyraźne wahania sezonowe. Średniomiesięczna wartość sprzedaży wyliczona na podstawie ostatniego kwartalczyka wyniosła od 92,05 mln zł do 102,66 mln zł. Najniższy wynik

Tab. 3. Roczne zestawienie sprzedaży leków przeciwzakrzepowych w latach 2002–2025 oraz prognoza na lata 2026–2027

Rok	Wartość sprzedaży (zł)	Liczba sprzedanych opakowań	Średnia cena za pojedyncze opakowanie (zł)	Wartość sprzedaży na jeden produkt (zł)	Liczba sprzedanych opakowań na jeden produkt	Liczba produktów będących w ofercie	Procentowa zmiana wartości w stosunku do roku poprzedniego	Procentowa zmiana liczby w stosunku do roku poprzedniego
2002	228 868 354	12 838 253	17,83	5 449 247	305 673	42	—	—
2003	300 443 623	14 708 806	20,43	6 828 264	334 291	44	31,27%	14,57%
2004	352 536 944	15 102 221	23,34	7 834 154	335 605	45	17,34%	2,67%
2005	397 973 808	15 715 828	25,32	7 803 408	308 153	51	12,89%	4,06%
2006	468 238 981	17 154 024	27,30	8 073 086	295 759	58	17,66%	9,15%
2007	485 841 003	17 573 939	27,65	7 144 721	258 440	68	3,76%	2,45%
2008	591 247 294	19 004 385	31,11	7 779 570	250 058	76	21,70%	8,14%
2009	740 545 000	24 596 402	30,11	9 031 037	299 956	82	25,25%	29,42%
2010	853 751 630	30 105 086	28,36	9 279 909	327 229	92	15,29%	22,40%
2011	900 852 202	29 107 285	30,95	9 008 522	291 073	100	5,52%	-3,31%
2012	706 834 849	25 159 782	28,09	6 668 253	237 356	106	-21,54%	-13,56%
2013	774 174 938	25 113 046	30,83	7 102 522	230 395	109	9,53%	-0,19%
2014	923 582 992	28 440 191	32,47	7 893 872	243 079	117	19,30%	13,25%
2015	1 052 466 385	29 098 859	36,17	8 995 439	248 708	117	13,95%	2,32%
2016	1 377 169 477	32 454 065	42,43	9 563 677	225 375	144	30,85%	11,53%
2017	1 514 777 259	33 181 687	45,65	9 293 112	203 569	163	9,99%	2,24%
2018	1 579 194 434	32 832 209	48,10	9 456 254	196 600	167	4,25%	-1,05%
2019	1 766 836 666	34 487 445	51,23	10 579 860	206 512	167	11,88%	5,04%
2020	1 822 684 995	34 228 647	53,25	10 914 281	204 962	167	3,16%	-0,75%
2021	2 007 364 169	34 942 105	57,45	12 704 837	221 153	158	10,13%	2,08%
2022	2 157 865 576	34 520 456	62,51	13 486 660	215 753	160	7,50%	-1,21%
2023	2 377 696 171	34 928 374	68,07	14 069 208	206 677	169	10,19%	1,18%
2024	2 337 289 690	36 167 067	64,62	9 274 959	143 520	252	-1,70%	3,55%
2025	2 176 026 399	37 491 832	58,04	7 401 450	127 523	294	-6,90%	3,66%
2026	2 159 585 903	38 214 793	56,51	—	—	—	-0,76%	1,93%
2027	2 263 564 178	38 869 036	58,24	—	—	—	4,81%	1,71%

został odnotowany w lutym, a najwyższy w marcu. Także w październiku i grudniu pacjenci płacili za leki przeciwzakrzepowe średnio ponad 100 mln zł. Analizując dane za pojedyncze miesiące, na uwagę zasługuje marzec 2024 roku, kiedy to wartość sprzedaży była najwyższa i wynosiła 214,51 mln zł.

Za pojedyncze opakowanie leku przeciwzakrzepowego w 2002 roku pacjenci płacili 17,83 zł. Była to najniższa kwota w całym analizowanym okresie. W kolejnych latach średnia cena głównie wzrastała. Największe wzrosty miały miejsce w latach 2003–2004 (o 14,58% i 14,28%) oraz w 2016

Rys. 1. Wartość sprzedaży leków przeciwzakrzepowych w latach 2002–2025 oraz prognoza na lata 2026–2027



Rys. 2. Liczba opakowań leków przeciwzakrzepowych sprzedanych w aptekach w latach 2002–2025 oraz prognoza na lata 2026–2027



roku (o 17,32%). W 2023 roku średnia cena za pojedyncze opakowanie była najwyższa i wynosiła 68,07 zł. Spadki miały miejsce kilkakrotnie, z czego największy (o 10,19%) miał miejsce w 2025 roku.

W pierwszym roku analiz pacjenci mogli wybierać spośród 42 różnych leków o działaniu przeciwzakrzepowym.

Rys. 3. Średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie leku przeciwzakrzepowego zakupionego w latach 2002–2025 oraz prognoza na lata 2026–2027



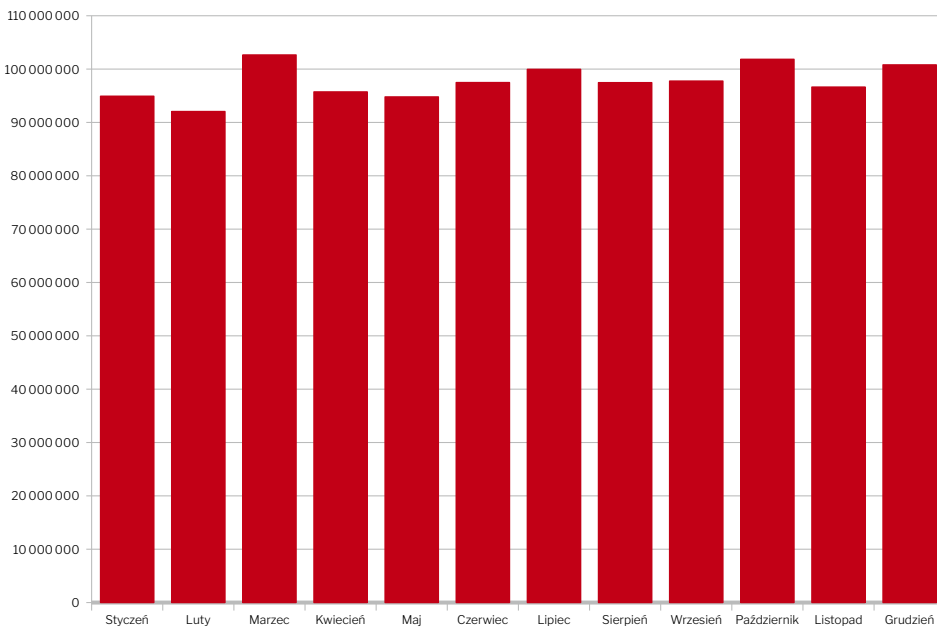
Rys. 4. Liczba różnych opakowań leków przeciwzakrzepowych zakupionych w aptekach w latach 2002–2026



W kolejnych latach asortyment poszerzał się z roku na rok. Wyjątek stanowił jedynie rok 2021, kiedy to liczba produktów będących w ofercie zmniejszyła się o 9. W 2025 roku pacjenci mogli wybierać już spośród 294 różnych leków przeciwzakrzepowych.

W ostatnich latach sprzedaż głównie wzrastała. Podobnie średnia cena i wartość sprzedaży. Jednak w latach 2024–2025 odnotowano spadki średniej ceny oraz wartości sprzedaży.

Rys. 5. Średnia miesięczna wartość sprzedaży



Poniżej przedstawiono prognozy wyliczone na lata 2026–2027.

Trendy przyszłości

Zgodnie z wyliczonymi prognozami trend rosnący na sprzedaży zostanie utrzymany także w najbliższych latach. Ilość sprzedaży leków przeciwzakrzepowych w 2026 i 2027 roku wyniesie kolejno 38,21 mln oraz 38,87 mln opakowań (wzrosty rok do roku wyniosą kolejno 1,93% oraz 1,71%).

W przypadku średniej ceny sprzedaży, w 2026 roku nastąpi spadek wynoszący 2,63%, a w 2027 roku trend spadkowy zostanie przełamany wzrostem o 3,05%. Za pojedyncze opakowanie leku przeciwzakrzepowego w latach 2026–2027 trzeba będzie zapłacić kolejno 56,51 zł oraz 58,24 zł.

Wartość sprzedaży będzie zachowywać się analogicznie jak średnia cena. W 2026 roku prognozowany jest spadek o 0,76%, a w 2027 roku wzrost o 4,81%. W okresie prognoz pacjenci zapłacą za leki o działaniu przeciwzakrzepowym kolejno 2,16 mld oraz 2,26 mld zł.

Podsumowanie

Już w pierwszym okresie analiz rynek leków przeciwzakrzepowych był wart prawie 229 mln zł. W kolejnych latach odnotowano stałe i dynamiczne wzrosty. W 2023 roku pacjenci zapłacili za leki z omawianej grupy najwyższą kwotę – 2,38 mld zł, co stanowi ponad dziesięciokrotny wzrost w porównaniu z rokiem 2002. W ubiegłym roku (2025) pacjenci zakupili w aptekach największą liczbę leków o działaniu przeciwzakrzepowym – 37,49 mln opakowań. Prognozy na najbliższe lata wskazują, że wolumen sprzedaży (liczba opakowań) będzie nadal wzrastać. Z kolei średnia cena za pojedyncze opakowanie i wartość sprzedaży w 2026 roku zanotują jeszcze spadki, po czym w 2027 roku przewidywana jest zmiana trendu oraz niewielki wzrost.

Część leków z tej grupy – głównie stosowanych w profilaktyce zakrzepów albo udarów – dostępna jest bez recepty. Jednak przy przewlekłych schorzeniach, jak migotanie przedsionków, oraz po zabiegach ortopedycznych środki te przepisywane są na receptę i wymagają kontroli stosowania przez lekarza. ●

Metodologia prognoz

Prognoza ilości, wartości oraz średniej ceny sprzedaży leków przeciwzakrzepowych na lata 2026–2027 została przygotowana z wykorzystaniem algorytmu potrójnego wygładzenia. W modelu założono, że mechanizmy kształtujące dane w przyszłości będą zachowywać się podobnie jak w danych historycznych.



CO NOWEGO W E-ZDROWIU?
 Porady | Wywiady | Polityka | Systemy IT | Dane z rynku
 Czytaj blog OSOZ.
 Pobierz bezpłatne poradniki o cyfryzacji i cyberbezpieczeństwie w ochronie zdrowia.
blog.osoz.pl



Sprzedaż konopi medycznych



W 2017 roku weszła w życie ustawa legalizująca stosowanie konopi do celów medycznych, a 17 stycznia 2019 roku pierwsze produkty zawierające susz zostały wprowadzone do sprzedaży w aptekach. Preparaty te są stosowane jako wsparcie terapii m.in. przewlekłego bólu, padaczki lekoopornej czy skutków ubocznych chemioterapii. Wprowadzenie możliwości ich zakupu w aptekach miało na celu zapewnienie pacjentom bezpiecznego i kontrolowanego dostępu do tej nowej terapii. Od tego czasu szybko zaczął rosnąć czarny rynek e-recept na konopie medyczne. Chodzi o tzw. receptomaty, czyli strony internetowe oferujące za opłatą wypisanie e-recepty na podstawie konsultacji on-line. Aby ograniczyć ich działalność, w listopadzie 2024 r. Ministerstwo Zdrowia wprowadziło przepisy zakazujące wypisywania recept na medyczną marihuanę i silne leki opioidowe bez osobistego zbadania pacjenta. Zahamowały one gwałtownie rosnącą sprzedaż – o ile jeszcze w 2024 roku wzrosła ona w porównaniu z rokiem 2023 o 126%, to w 2025 roku, w porównaniu z 2024 rokiem, było to już tylko 32%. Mimo to, w internecie mnoży się od receptomatów, które pomagają znaleźć lekarza, który wypisze pierwszą e-receptę po osobistej wizycie. Kolejne – zgodnie z nowym prawem – mogą być już wystawiane on-line.

WSKAŹNIKI SPRZEDAŻY APTECZNEJ. ROK 2025 | ZMIANA % W STOSUNKU DO ROKU 2019

WARTOŚĆ SPRZEDAŻY



352 586 213 zł

↑ 8385%

ILOŚĆ SPRZEDAŻY



833 621

↑ 8046%

ASORTYMENT



96

↑ 4700%

ŚREDNIA CENA



422,96 zł

↑ 4,17%

*Inflacja skumulowana w tym okresie: 53%
(1000 zł z 2002 roku jest warte 470 zł w styczniu 2026)*

INFORMACJE DODATKOWE



Od listopada 2024 r. wystawienie e-recepty na marihuana medyczną i opioidy musi być poprzedzone osobistą wizytą lekarską.



Po wprowadzeniu nowych przepisów, liczba e-recept na konopie spadła nawet o 50%, ale na krótko. Obecnie sprzedaż rośnie, choć już nie tak dynamicznie



Konopie zawierają składniki psychoaktywne tzw. THC (tetrahydrokannabinol). W Polsce legalny jest tylko CBD, czyli kannabidiol, który nie uzależnia i nie wykazuje cech psychoaktywnych.

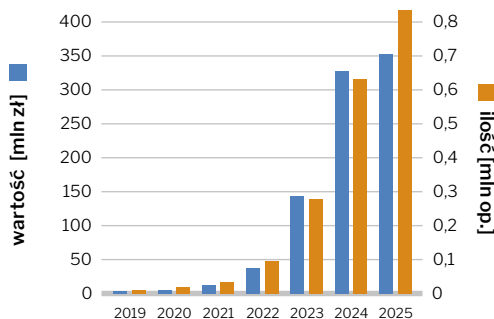


Badania naukowe dowodzą, że marihuana medyczna jest skuteczna w łagodzeniu bólu (np. w SM), w niwelowaniu nudności oraz w poprawie apetytu.



Światowy rynek szacowany jest na ok. 21–27 mld USD i rośnie w tempie 20% rocznie. Najwięcej konopii medycznych sprzedaje się w USA.

SPRZEDAŻ ILOŚCIOWA I WARTOŚCIOWA W LATACH 2019–2025





Od momentu wprowadzenia konopi medycznych do obrotu aptecznego zainteresowanie tą formą leczenia systematycznie rośnie. Jednocześnie rośnie skala nielegalnie wystawianych e-recept. Przeanalizowaliśmy dane sprzedaży z aptek od momentu rozpoczęcia sprzedaży konopi medycznych w aptekach, czyli od 2019 roku.

Opis rynku

W 2019 roku produkty zawierające susz z konopi medycznych zadebiutowały na rynku aptecznym. Wówczas pacjenci zakupili zaledwie 10 234 opakowania preparatów zawierających konopie medyczne. W kolejnym roku sprzedaż była już dwukrotnie wyższa. W 2021 roku wzrosła o 71,72%. W 2022 roku ponownie zwiększyła się, i to niemal trzykrotnie. W kolejnym roku wynosiła już 278 403 opakowania. W 2024 roku

Tab. 2. Roczne zestawienie sprzedaży preparatów na zatoki w latach 2019–2025 oraz prognoza na lata 2026–2027

Rok	Wartość sprzedaży (zł)	Liczba sprzedanych opakowań	Średnia cena za pojedyncze opakowanie (zł)	Wartość sprzedaży na jeden produkt (zł)	Liczba sprzedanych opakowań na jeden produkt	Liczba produktów będących w ofercie	Procentowa zmiana wartości w stosunku do roku poprzedniego	Procentowa zmiana liczby w stosunku do roku poprzedniego
2019	4 155 186	10 234	406,01	2 077 593	5 117	2	—	—
2020	5 556 690	20 216	274,86	1 389 172	5 054	4	33,73%	97,54%
2021	12 623 020	34 715	363,62	4 207 673	11 572	3	127,17%	71,72%
2022	37 815 176	94 653	399,51	3 781 518	9 465	10	199,57%	172,66%
2023	143 248 576	278 403	514,54	6 228 199	12 104	23	278,81%	194,13%
2024	327 321 192	630 812	518,89	5 951 294	11 469	55	128,50%	126,58%
2025	352 586 213	833 621	422,96	3 672 773	8 684	96	7,72%	32,15%
2026	494 558 116	1 209 334	408,95	—	—	—	40,27%	45,07%
2027	576 233 199	1 361 757	423,15	—	—	—	16,51%	12,60%

Mimo rosnącej popularności, medyczna marihuana pozostaje kosztowną kuracją. Średnia cena za pojedyncze opakowanie oscyluje w granicach kilkuset złotych. W 2020 roku była najniższa (wynosiła 274,86 zł); z kolei w latach 2023–2024 – najwyższa, bo równa 514,54 zł i 518,89 zł. W pierwszym roku po pojawianiu się konopi medycznych w aptekach średnia cena wynosiła 406,01 zł, a w minionym roku – 422,96 zł.

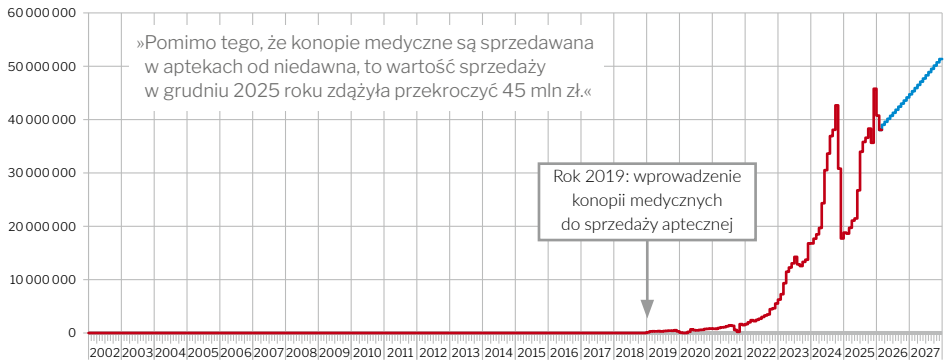
Asortyment rynku konopi medycznych nie jest jeszcze bardzo liczny, choć od początku pojawienia się w aptecce mocno się poszerzył. W 2019 roku pacjenci mogli wybierać spośród zaledwie dwóch produktów. W minionym roku w aptekach było już dostępnych 96 preparatów z omawianej grupy.

Rynek aptecznej marihuany medycznej systematycznie pnie się w górę. W styczniu i lutym bieżącego roku ilość i wartość sprzedaży były ponad dwukrotnie wyższe niż w analogicznych miesiącach roku poprzedniego. Poniższe prognozy pokazują, jaki poziom sprzedaży osiągnie analizowana grupa produktów w 2026 i 2027 roku.

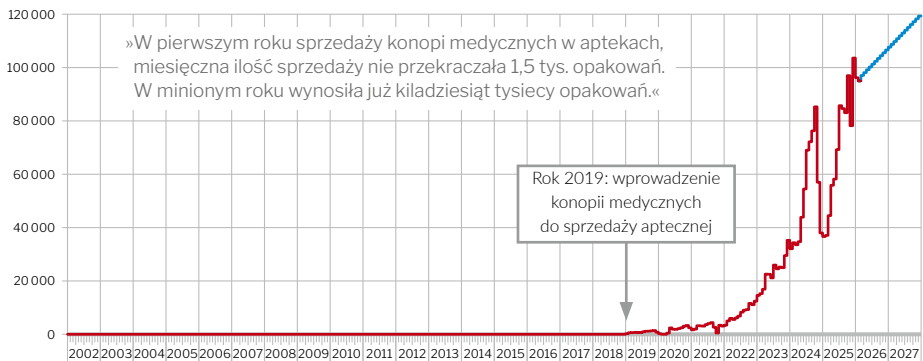
Trendy przyszłości

W latach 2026–2027 prognozowane są dynamiczne wzrosty na rynku konopi medycznych. W pierwszym roku prognoz

Rys. 1. Wartość sprzedaży konopii medycznych w latach 2002–2025 oraz prognoza na lata 2026–2027

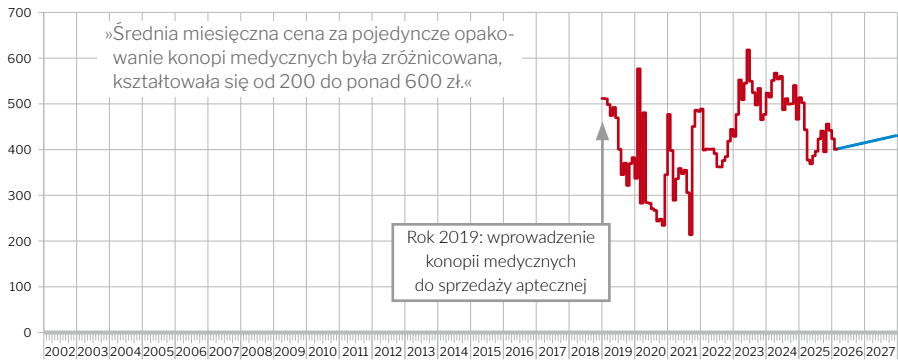


Rys. 2. Liczba opakowań konopii medycznych sprzedanych w aptekach w latach 2002–2025 oraz prognoza na lata 2026–2027

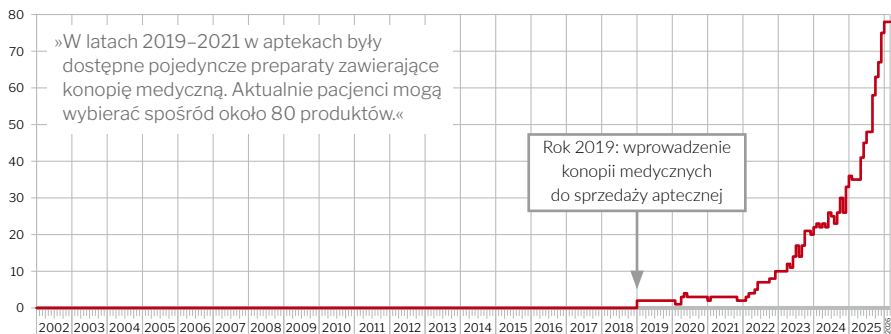


procentowy wzrost ilości sprzedaży (który wyniesie 45,07%) będzie wyższy od wzrostu wartości sprzedaży (40,27%). W aptekach zostanie sprzedane 1,21 mln opakowań preparatów zawierających susz z marihuany medycznej, za które pacjenci zapłacą 494,56 mln zł. W kolejnym roku pacjenci zakupią 1,36 mln opakowań (wzrost o 12,60%), a ich wartość wyniesie 576,23 mln zł (wzrost o 16,51%).

Rys. 3. Średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie konopi medycznych zakupionego w latach 2002–2025 oraz prognoza na lata 2026–2027



Rys. 4. Liczba różnych opakowań konopi medycznych zakupionych w aptekach w latach 2002–2026

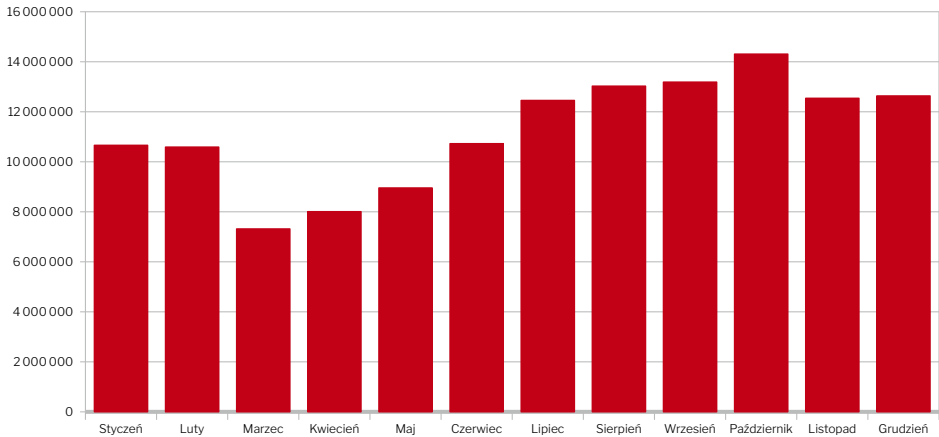


Średnia cena za opakowanie w 2026 roku spadnie o 3,31% do poziomu 408,95 zł, a w kolejnym roku wzrośnie o 3,47% do kwoty 423,15 zł.

Podsumowanie

Rynek marihuany medycznej w Polsce przeżywa prawdziwy boom. Liczba sprzedanych opakowań wzrosła z nieco ponad 10 tys. w pierwszym roku do ponad 800 tys. w minionym

Rys. 5. Średnia miesięczna wartość sprzedaży



roku, co oznacza 80-krotny wzrost w zaledwie 7 lat. Mimo łatwiejszego dostępu rynek wciąż zależy od importu. Bariere zakupową stanowi także brak refundacji oraz cena, która każdego roku analiz wynosiła kilkaset złotych. W minionym roku za pojedyncze opakowanie marihuany medycznej pacjenci płacili ponad 400 zł. Zgodnie z prognozami wyliczonymi na najbliższe lata, zarówno na ilości jak i wartości sprzedaży, widoczne będą dynamiczne wzrosty. Niestety, od momentu wprowadzenia konopi medycznych rośnie ich nielegalny handel w internecie poprzez tzw. receptomaty. Oferują one szybkie konsultacje i wystawienie recepty za opłatą, co powoduje, że konopie trafiają nie tylko do pacjentów, którzy ich potrzebują. ●

Metodologia prognoz

Prognozy ilości i wartości sprzedaży, a także średniej ceny konopi medycznych na lata 2026–2027, zostały przygotowane z wykorzystaniem algorytmu potrójnego wygładzenia. Założenia modelu są takie, że mechanizmy kształtujące dane w przyszłości będą zachowywać się podobnie jak w danych historycznych.

Sprzedaż środków na zapalenie zatok



Zapalenie zatok przynosowych należy do najczęstszych schorzeń górnych dróg oddechowych na świecie. Szacuje się, że przewlekła jego postać dotyczy globalnie około 8–12% populacji dorosłych. W Polsce choruje kilka milionów pacjentów rocznie, przy czym przewlekłe objawy może mieć około 11–12% dorosłych, czyli ponad 3 mln osób. W większości ma podłoże wirusowe, co powoduje, że jej leczenie jest długotrwałe.

Skalę zachorowalności obrazuje analiza sprzedaży. W 2002 roku Polacy kupili w aptekach 10,8 mln opakowań środków stosowanych w leczeniu zapalenia zatok. W 2022 roku wzrosła ona do rekordowego poziomu 60,3 mln. Wysoki poziom utrzymał się do 2025 roku (55 mln). Wartość rynku w 2025 roku wzrosła do najwyższego w historii poziomu 1,56 mld zł. Na półkach aptecznych do wyboru było 457 produktów z tej grupy (dla porównania – w 2002 roku było ich tylko 57). Największe wzrosty odnotowano w latach 2021–2022, kiedy sprzedaż wzrosła o ponad 35%. Jednym z czynników był wariant COVID-19 Omikron BA.5, którego objawy, takie jak zatknięty nos, ból głowy i uczucie ucisku twarzy, przypominały zapalenie zatok, co sprzyjało samoleczeniu i zwiększonemu popytowi na preparaty łagodzące objawy.

WSKAŹNIKI SPRZEDAŻY APTECZNEJ. ROK 2025 I ZMIANA % W STOSUNKU DO ROKU 2004

WARTOŚĆ SPRZEDAŻY



1 557 870 724 zł

↑ 1299%

ILOŚĆ SPRZEDAŻY



55 178 609

↑ 410%

ASORTYMENT



457

↑ 702%

ŚREDNIA CENA

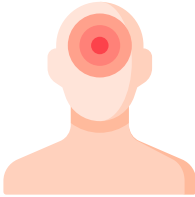


28,23 zł

↓ 174%

Inflacja skumulowana w tym okresie: 53%
(1000 zł z 2002 roku jest warte 470 zł w styczniu 2026)

INFORMACJE DODATKOWE



8–12% populacji świata cierpi na przewlekłe zapalenie zatok przynosowych. W Polsce to ok. 3 mln osób.



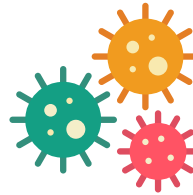
Ostre i przewlekłe zapalenie zatok (rhinosinusitis) jest piątym najczęstszym powodem przepisywania antybiotyków.



Ostre zapalenie zatok (ARS) zwykle ustępuje samoistnie w 7–10 dni. Jeśli objawy utrzymują się dłużej niż 12 tygodni, schorzenie klasyfikuje się jako przewlekłe zapalenie zatok (CRS), które często wymaga dłuższego leczenia..

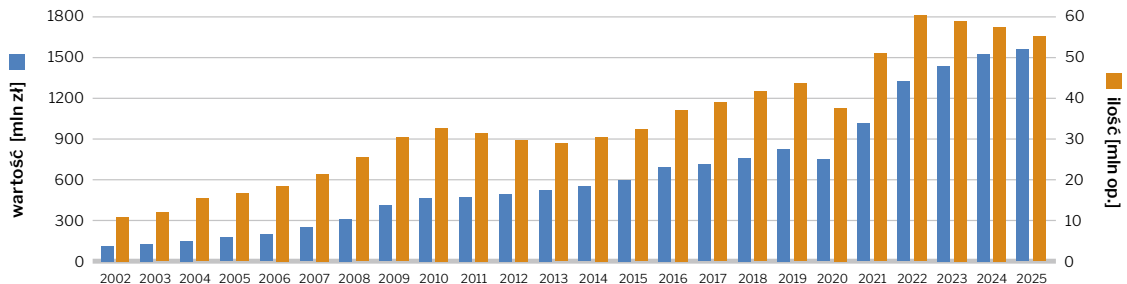


Płukanie solą fizjologiczną (irygacje nosa) może zmniejszyć objawy i poprawić komfort życia, redukując nasilenie symptomów o ok. 20–30%.



90–98% przypadków ostrego zapalenia zatok ma podłoże wirusowe, co oznacza, że antybiotyki w większości sytuacji nie są potrzebne, a infekcja ustępuje samoistnie.

SPRZEDAŻ ILOŚCIOWA I WARTOŚCIOWA W LATACH 2004–2025





Zapalenie zatok to dolegliwość, która często towarzyszy chorobom takim jak przeziębienie, grypa, alergiczny nieżyt nosa (katar sienny) oraz innym infekcjom wirusowym górnych dróg oddechowych. Choroba może jednak przybrać przewlekłą formę i trwać tygodniami albo miesiącami, obniżając jakość życia. Ekspertki OSOZ przeanalizowały sprzedaż produktów stosowanych w zapaleniu zatok, w tym wyrobów medycznych, suplementów diety, leków i środków homeopatycznych.

Opis rynku

Kwota, jaką pacjenci płacili za preparaty stosowane w leczeniu zatok w latach 2002–2025 rosła systematycznie niemal z roku na rok. Największe wzrosty procentowe miały miejsce

Tab. 2. Liczba produktów wycofanych z rynku w poszczególnych latach oraz średnia cena dla tych produktów

	Liczba badanych produktów	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
		Produkty będące w ofercie w latach 2002–2025	27	13,03	13,18	13,27	13,93	13,68	14,92	15,09	15,73	15,16	14,64	16,21	17,16	17,57	17,65	17,66	18,14	18,44	19,59	20,41	21,94	24,43	27,79
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2024 a nie będące w ofercie w 2025 roku	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2023 a nie będące w ofercie w latach 2024–2025	2	14,35	14,32	14,15	14,09	13,74	13,21	13,19	13,42	13,86	14,21	14,86	14,93	16,77	17,24	16,90	16,12	15,38	17,42	21,02	21,33	23,10	24,42		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2022 a nie będące w ofercie w latach 2023–2025	5	13,79	13,65	13,25	12,64	12,43	12,07	12,86	13,41	14,24	14,40	16,26	17,12	17,58	18,17	18,47	19,07	19,34	18,45	22,25	23,43	18,98			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2021 a nie będące w ofercie w latach 2022–2025	1	4,60	4,38	4,72	4,83	4,90	4,90	4,91	4,92	4,80	4,80	4,80	4,80	4,80	4,80	4,80	4,80	4,80	4,80	4,79	4,80				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2020 a nie będące w ofercie w latach 2021–2025	2	13,27	13,07	12,75	12,95	11,72	11,34	10,19	9,39	9,38	9,37	15,21	15,22	17,58	19,81	20,00	20,05	20,06	19,78	28,91					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2019 a nie będące w ofercie w latach 2020–2025	1	19,21	21,31	24,88	26,02	26,07	27,38	27,55	28,35	29,18	30,57	32,82	31,86	34,85	35,41	36,17	36,55	38,51	34,97						
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2018 a nie będące w ofercie w latach 2019–2025	1	20,51	25,74	25,83	25,67	25,83	27,01	27,13	26,64	26,65	25,90	25,50	25,15	25,54	25,85	25,50	25,50	25,50							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2017 a nie będące w ofercie w latach 2018–2025	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2016 a nie będące w ofercie w latach 2017–2025	1	9,51	9,55	9,72	10,03	9,89	10,20	11,45	10,93	10,88	10,59	13,28	13,04	13,68	7,63	3,81									
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2015 a nie będące w ofercie w latach 2016–2025	1	21,05	21,40	25,06	25,60	25,84	25,91	26,01	25,70	25,65	25,00	25,00	39,25	41,09	32,44										
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2014 a nie będące w ofercie w latach 2015–2025	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2013 a nie będące w ofercie w latach 2014–2025	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2012 a nie będące w ofercie w latach 2013–2025	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2011 a nie będące w ofercie w latach 2012–2025	1	5,01	5,02	5,18	5,40	6,01	6,08	7,26	7,48	7,88	2,16														
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2010 a nie będące w ofercie w latach 2011–2025	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2009 a nie będące w ofercie w latach 2010–2025	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2008 a nie będące w ofercie w latach 2009–2025	1	12,03	13,49	15,00	14,30	13,16	12,75	12,05																	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2007 a nie będące w ofercie w latach 2008–2025	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2006 a nie będące w ofercie w latach 2007–2025	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2005 a nie będące w ofercie w latach 2006–2025	1	9,31	9,38	9,28	9,35																				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2004 a nie będące w ofercie w latach 2005–2025	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2003 a nie będące w ofercie w latach 2004–2025	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–							
Produkty będące w ofercie w 2002 roku a nie będące w ofercie w latach 2003–2025	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–							

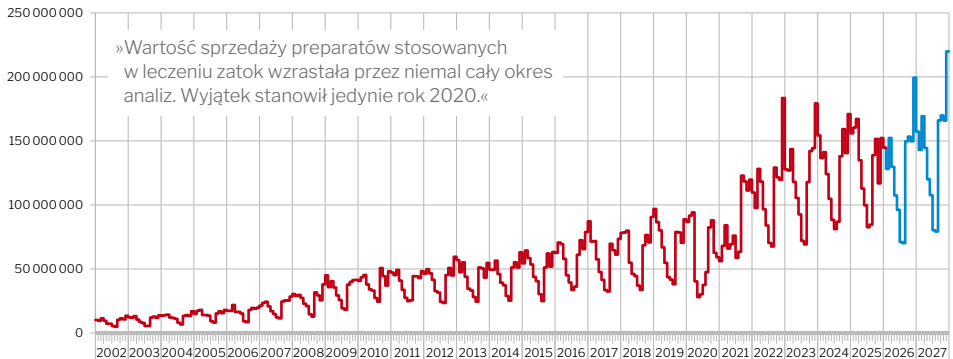
przypadku przeważał trend rosnący. Sprzedaż w pierwszym okresie analiz wynosiła 10,82 mln opakowań. Największe wzrosty miały miejsce w roku 2004 (o 27,68%), a następnie w 2021 (o 35,44%). Największy spadek wystąpił w 2020 roku i wynosił 13,82%, ale w przypadku tej zmiennej także lata 2011–2013 oraz 2023–2025 były okresami spadków. W 2025 roku pacjenci zakupili w aptekach 55,18 mln opakowań. Była to liczba o 4,06% mniejsza niż w roku poprzednim, ale ponad pięciokrotnie większa niż w pierwszym okresie analiz.

Tab. 3. Roczne zestawienie sprzedaży preparatów na zatoki w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2027

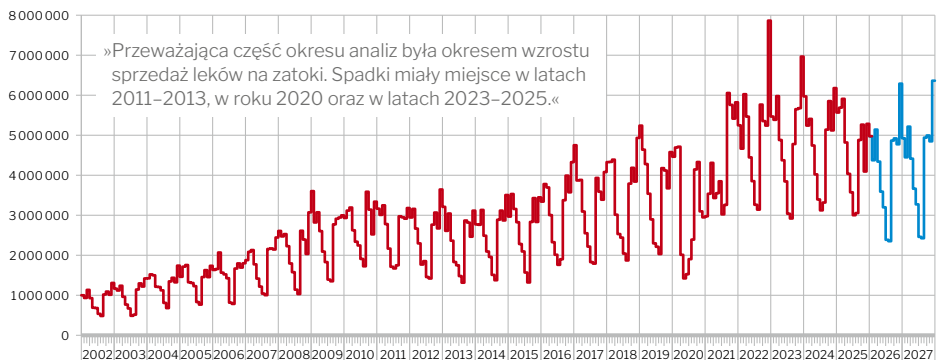
Rok	Wartość sprzedaży (zł)	Liczba sprzedanych opakowań	Średnia cena za pojedyncze opakowanie (zł)	Wartość sprzedaży na jeden produkt (zł)	Liczba sprzedanych opakowań na jeden produkt	Liczba produktów będących w ofercie	Procentowa zmiana wartości w stosunku do roku poprzedniego	Procentowa zmiana liczby w stosunku do roku poprzedniego
2002	111 384 241	10 821 395	10,29	1 954 109	189 849	57	—	—
2003	125 491 096	12 005 637	10,45	1 901 380	181 904	66	12,67%	10,94%
2004	149 055 567	15 329 242	9,72	1 961 257	201 701	76	18,78%	27,68%
2005	175 044 468	16 668 701	10,50	2 108 969	200 828	83	17,44%	8,74%
2006	198 564 200	18 430 729	10,77	1 855 740	172 250	107	13,44%	10,57%
2007	249 265 028	21 464 110	11,61	2 167 522	186 644	115	25,53%	16,46%
2008	312 251 958	25 491 524	12,25	2 478 190	202 314	126	25,27%	18,76%
2009	409 999 071	30 393 628	13,49	2 887 317	214 040	142	31,30%	19,23%
2010	466 759 814	32 675 188	14,28	2 935 596	205 504	159	13,84%	7,51%
2011	474 003 102	31 522 370	15,04	2 576 104	171 317	184	1,55%	-3,53%
2012	496 743 962	29 714 752	16,72	2 268 237	135 684	219	4,80%	-5,73%
2013	523 533 412	28 871 055	18,13	1 990 621	109 776	263	5,39%	-2,84%
2014	552 561 409	30 474 825	18,13	1 737 614	95 833	318	5,54%	5,55%
2015	598 886 199	32 292 640	18,55	1 539 553	83 014	389	8,38%	5,96%
2016	692 883 008	37 093 316	18,68	1 630 313	87 278	425	15,70%	14,87%
2017	712 036 217	38 977 988	18,27	1 585 827	86 811	449	2,76%	5,08%
2018	759 169 138	41 703 098	18,20	1 664 845	91 454	456	6,62%	6,99%
2019	825 237 385	43 687 236	18,89	1 813 709	96 016	455	8,70%	4,76%
2020	748 499 421	37 648 332	19,88	1 705 010	85 759	439	-9,30%	-13,82%
2021	1 014 054 200	50 991 823	19,89	2 233 600	112 317	454	35,48%	35,44%
2022	1 326 064 762	60 333 988	21,98	3 076 716	139 986	431	30,77%	18,32%
2023	1 439 330 140	58 965 235	24,41	3 263 787	133 708	441	8,54%	-2,27%
2024	1 526 236 086	57 515 010	26,54	3 484 557	131 313	438	6,04%	-2,46%
2025	1 557 870 724	55 178 609	28,23	3 408 907	120 741	457	2,07%	-4,06%
2026	1 552 000 289	51 211 605	30,31	—	—	—	-0,38%	-7,19%
2027	1 722 949 449	51 970 392	33,15	—	—	—	11,01%	1,48%

Średniomiesięczna wartość sprzedaży leków na zatoki pokazuje wyraźną sezonowość – najwyższe obroty przypadają na miesiące jesienno-zimowe oraz okres wczesnowiosenny. We wrześniu i w październiku oraz w okresie od grudnia do marca średniomiesięczna wartość sprzedaży przekraczała 60 mln zł. Szczególnie wysoka była w grudniu i wynosiła 71,83 mln zł. W okresie letnim (od czerwca do sierpnia) nie przekraczała natomiast 40 mln zł. Analizując pojedyncze miesiące, na szczególną uwagę zasługuje grudzień 2022, w którym wartość sprzedaży preparatów na zatoki była najwyższa w całym badanym okresie i wynosiła 183,51 mln zł.

Rys. 1. Wartość sprzedaży preparatów na zatoki w latach 2002–2025 oraz prognoza na lata 2026–2027



Rys. 2. Liczba opakowań preparatów na zatoki sprzedanych w aptekach w latach 2002–2025 oraz prognoza na lata 2026–2027

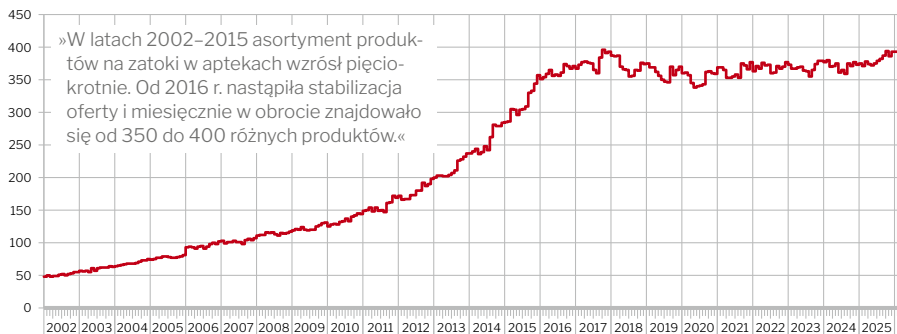


Za pojedyncze opakowanie produktu z omawianej grupy pacjenci płacili w 2002 roku kwotę 10,29 zł. W kolejnych latach widoczne były głównie wzrosty, ale nie obyło się także bez spadków. Największy miał miejsce w 2004 roku (o 6,97%), kolejne, nieznaczne, w 2014 roku oraz w latach 2017–2018. Dla odmiany, w latach 2009, 2012 oraz 2022–2023 średnia cena poszybowała w górę. Wzrosty procentowe wynosiły w tych okresach kolejno 10,13%, 11,17%, 10,52% oraz 11,06%.

Rys. 3. Średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie preparatu na zatoki zakupionego w latach 2002–2025 oraz prognoza na lata 2026–2027



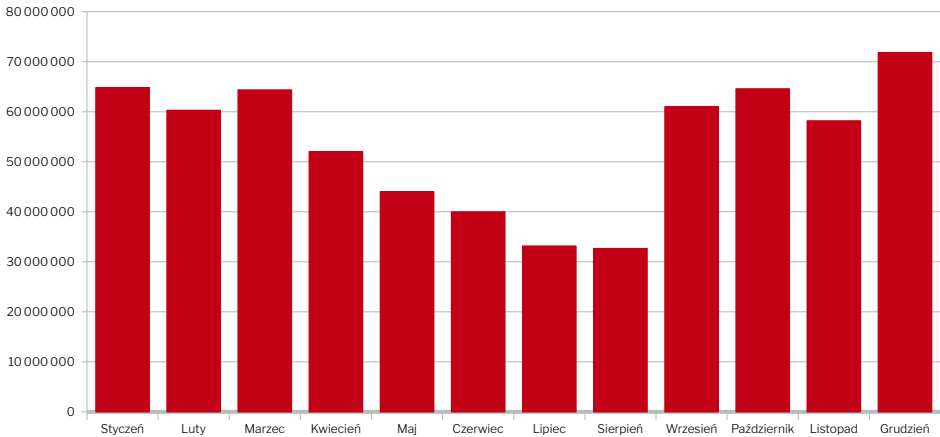
Rys. 4. Liczba różnych opakowań preparatów na zatoki zakupionych w aptekach w latach 2002–2025



Wieloletnie zmiany ukształtowały średnią cenę w roku 2025 na poziomie 28,23 zł. Była to najwyższa średnia kwota, jaką pacjenci musieli zapłacić za pojedyncze opakowanie preparatu na zatoki w całym okresie analiz, o 6,39% wyższa niż w roku poprzednim i o 174,30% wyższa niż w 2002 roku.

Oferta farmaceutycznych produktów na zatoki znacznie poszerzyła się od 2002 roku, kiedy to pacjenci mogli wybierać spośród 57 różnych preparatów. Tylko w samym 2015 roku

Rys. 5. Średnia miesięczna wartość sprzedaży



pojawiło się aż 71 nowych leków na zatoki. W minionym roku asortyment wzrósł do 457 produktów, osiągając tym samym najwyższy poziom na przestrzeni całego okresu analiz.

Ostatnie lata były okresem spadku sprzedaży leków na zatoki oraz wzrostu średniej ceny za pojedyncze opakowanie, a co za tym idzie, wzrostu wartości sprzedaży. Dodatkowo, w styczniu 2026 roku wartość sprzedaży spadła o 7,22% w porównaniu do analogicznego miesiąca roku poprzedniego, a ilość sprzedaży o 10,64%. Jak zatem ukształtuje się rynek produktów na zatoki w najbliższych latach?

Trendy przyszłości

W 2026 roku nastąpi niewielki spadek wartości sprzedaży (o 0,38%) względem 2025 roku, jednak już w 2027 roku prognozowany jest wyraźny wzrost o 11,01%. Oznacza to powrót na ścieżkę dynamicznego wzrostu z ostatnich lat.

Zgodnie z prognozami, w 2026 roku nastąpi także spadek ilości sprzedaży (o 7,19%), a w 2027 roku niewielki wzrost wynoszący 1,48%. W pierwszym i drugim roku prognoz pacjenci

zakupią w aptekach kolejno 51,21 mln i 51,97 mln opakowań preparatów na zatoki.

Średnia cena za pojedyncze opakowanie nadal będzie systematycznie wzrastać, z 28,23 zł w 2025 roku do 30,31 zł w 2026 roku oraz do 33,15 zł w 2027 roku. Wzrosty liczone rok do roku będą równe kolejno 7,34% oraz 9,39%.

Podsumowanie

W 2002 roku pacjenci zakupili w aptekach ponad 10 mln produktów stosowanych w leczeniu zatok. W minionym roku było już ponad 55 mln zł, co oznacza, że statystyczny pacjent zakupił około 1,5 opakowania z analizowanej grupy leków. Wartość sprzedaży wzrosła jeszcze bardziej, z 111 mln w 2002 roku do 1,56 mln zł w 2025 roku. Przedstawione dane nie obejmują obrotu pozaaptecznego, który w przypadku preparatów na zatoki może okazać się istotnie wysoki. Średnia cena za pojedyncze opakowanie niemal w całym okresie analiz pięła się w górę. Zgodnie z wyliczonymi prognozami trend rosnący będzie kontynuowany także w najbliższych latach. W 2026 roku średnia cena za pojedyncze opakowanie preparatu na zatoki przekroczy po raz pierwszy 30 zł.

W analizie największą uwagę przykuwa wzrost sprzedaży o 35% w 2021 roku. Powodów może być kilka. Pierwszym był znaczny skok zachorowań na choroby górnych dróg oddechowych, w tym zapalenie zatok, po zniesieniu obostrzeń związanych z COVID-19. Drugim – duże podobieństwo pierwszych objawów zarażenia koronawirusem do zapalenia zatok, co skłaniało wielu pacjentów do podjęcia samoleczenia w celu łagodzenia bólu zatok i zatkanego nosa. Zwłaszcza objawy dominującej w 2022 roku nowej odmiany COVID-19, czyli Omikron BA.5, przypominały zapalenie zatok. ●





Metodologia prognoz

Prognozy dotyczące ilości i wartości sprzedaży oraz średniej ceny preparatów na zatoki na lata 2026–2027 zostały przygotowane z wykorzystaniem algorytmu potrójnego wygładzenia. Model zakłada, że mechanizmy kształtujące dane w przyszłości będą działać podobnie jak w danych historycznych.

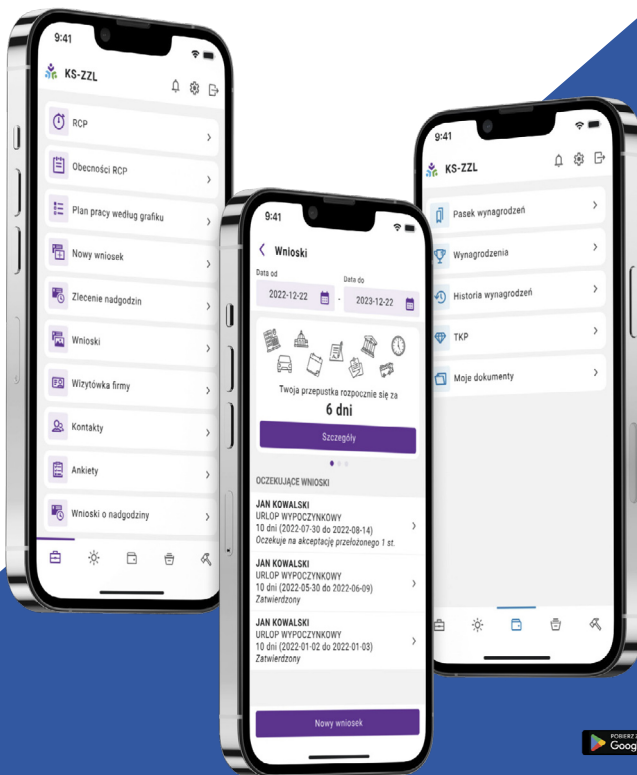
KADRY NA WYCIĄgniĘCIE RĘKI APLIKACJA MOBILNA KS-ZZL

Zarządzaj swoimi sprawami pracowniczymi szybko i wygodnie!

Z aplikacją mobilną KS-ZZL masz wszystko pod kontrolą:

-  **Złóż wniosek urlopowy** w kilka sekund.
-  **Sprawdź pasek wynagrodzeń** i upewnij się, czy wypłata jest już na koncie.
-  **Przeglądaj dokumenty pracownicze** w dowolnym miejscu i czasie.
-  **Sprawdź stan urlopu** – zobacz, ile dni wolnych Ci zostało!

KS-ZZL to intuicyjna aplikacja dla pracowników, która oszczędza czas i ułatwia codzienne zarządzanie kadrą. Aplikacja zintegrowana jest z systemem kadrowo-płacowym firmy KAMSOFT.



Sprzedaż suplementów z kolagenem



Kolagen dostępny w aptekach bez recepty jako suplement diety stymuluje wydzielanie naturalnego kolagenu poprawiającego elastyczność skóry, wzmacniającego włosy i paznokcie oraz zdrowie stawów. Reklamy obiecują, że regularnie przyjmowane suplementy z kolagenem – najczęściej w formie tabletek lub proszku – redukują zmarszczki oraz ból stawów. Jak pokazują dane, z roku na rok cieszą się one coraz większym popytem. W okresie ostatnich 10 lat jego sprzedaż w aptekach wzrosła prawie 4-krotnie. Rekordowy skok nastąpił w 2025 roku, gdy sprzedano już 9,1 mln opakowań, o 3,3 mln więcej niż rok wcześniej (5,8 mln). Za rosnącym popytem rośnie też asortyment. 10 lat temu na półkach aptecznych można było znaleźć jedynie 64 różne suplementy diety zawierające kolagen. W zeszłym roku było to już 728. Tylko w okresie ostatnich 3 lat asortyment powiększył się dwukrotnie. 10 lat temu, rynek ten był warty 88 mln zł, a dziś – 308 mln zł. Jednak dostępne badania nie potwierdzają, że kolagen to cudowny środek spowalniający starzenie się skóry i stawów. Niektóre sugerują wprawdzie niewielką poprawę elastyczności i nawodnienia skóry oraz zdrowia stawów, ale brakuje jednoznacznych dowodów na sens przyjmowania suplementów. Dlatego wielu naukowców jest zdania, że jego popularność to bardziej efekt szumu medialnego i mody.

WSKAŹNIKI SPRZEDAŻY APTECZNEJ. ROK 2025 I ZMIANA % W STOSUNKU DO ROKU 2014

WARTOŚĆ SPRZEDAŻY



308 383 008 zł
 ↑ 15 480 975%

ILOŚĆ SPRZEDAŻY



9 136 368
 ↑ 17 238 330%

ASORTYMENT



728
 ↑ 36 300%

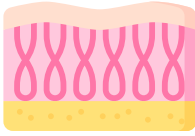
ŚREDNIA CENA



33,75 zł
 ↓ 10%

*Inflacja skumulowana w tym okresie: 53%
 (1000 zł z 2002 roku jest warte 470 zł w styczniu 2026)*

INFORMACJE DODATKOWE



Kolagen z suplementów nie trafia bezpośrednio do skóry i stawów. Organizm rozbija go na aminokwasy, które transportowane są tam, gdzie są najbardziej potrzebne.



Kolagen może zmniejszać zmarszczki, ale efekty są umiarkowane. Pierwsze rezultaty występują dopiero po 8–12 tygodniach.



Kolagen może poprawiać zdrowie stawów, ale najlepsze efekty otrzymuje się w połączeniu z aktywnością fizyczną.

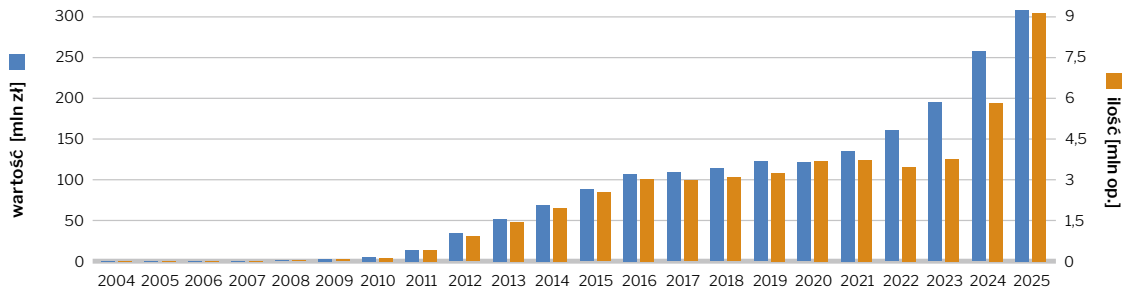


Suplementy kolagenu nie są cudownym środkiem. Jego produkcja w organizmie zależy od diety (np. białka i witaminy C) oraz stylu życia.



Uwaga na jakość. Na rynku są setki produktów z kolagenem. Najlepiej sięgać po te dostępne w aptekach i po konsultacji z lekarzem.

SPRZEDAŻ ILOŚCIOWA I WARTOŚCIOWA W LATACH 2004–2025





Kolagen pełni kluczową rolę w utrzymaniu elastyczności skóry, prawidłowej budowy stawów, kości oraz ścięgien. Wraz z wiekiem jego naturalna produkcja stopniowo maleje, co prowadzi do pogorszenia się kondycji skóry oraz układu ruchu. Na rynku aptecznym dostępne są suplementy w różnych postaciach (kapsułki, proszki, płyny), a wiele z nich zawiera dodatkowo witaminę C, która jest niezbędna w procesie syntezy kolagenu w organizmie człowieka. Ekspertki OSOZ przeprowadzili analizę sprzedaży aptecznej suplementów diety zawierających kolagen na przestrzeni ponad dwóch ostatnich dekad.

Tab. 2. Liczba produktów wycofanych z rynku w poszczególnych latach oraz średnia cena dla tych produktów

	Liczba badanych produktów	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
		Produkty będące w ofercie w latach 2002-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2024 a nie będące w ofercie w 2025 roku	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2023 a nie będące w ofercie w latach 2024-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2022 a nie będące w ofercie w latach 2023-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2021 a nie będące w ofercie w latach 2022-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2020 a nie będące w ofercie w latach 2021-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2019 a nie będące w ofercie w latach 2020-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2018 a nie będące w ofercie w latach 2019-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2017 a nie będące w ofercie w latach 2018-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2016 a nie będące w ofercie w latach 2017-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2015 a nie będące w ofercie w latach 2016-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2014 a nie będące w ofercie w latach 2015-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2013 a nie będące w ofercie w latach 2014-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2012 a nie będące w ofercie w latach 2013-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2011 a nie będące w ofercie w latach 2012-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2010 a nie będące w ofercie w latach 2011-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2009 a nie będące w ofercie w latach 2010-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2008 a nie będące w ofercie w latach 2009-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2007 a nie będące w ofercie w latach 2008-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2006 a nie będące w ofercie w latach 2007-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2005 a nie będące w ofercie w latach 2006-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2004 a nie będące w ofercie w latach 2005-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2003 a nie będące w ofercie w latach 2004-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w 2002 roku a nie będące w ofercie w latach 2003-2025	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

W analogiczny sposób jak ilość sprzedaży kształtowała się także wartość sprzedaży suplementów zawierających kolagen. W 2004 roku pacjenci zapłacili za produkty z omawianej grupy 1992 zł, w 2008 roku niemal 1 mln zł, w 2012 już niemal 34 mln zł, a w 2024 roku ponad 257 mln zł. W całym okresie analiz wartość sprzedaży spadła tylko w 2020 roku i to zaledwie o 0,74%. W minionym roku wartość sprzedaży kolagenu w aptekach wynosiła 308,38 mln zł i była o 19,92% wyższa niż w roku poprzednim.

Tab. 3. Roczne zestawienie sprzedaży suplementów z kolagenem w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2027

Rok	Wartość sprzedaży (zł)	Liczba sprzedanych opakowań	Średnia cena za pojedyncze opakowanie (zł)	Wartość sprzedaży na jeden produkt (zł)	Liczba sprzedanych opakowań na jeden produkt	Liczba produktów będących w ofercie	Procentowa zmiana wartości w stosunku do roku poprzedniego	Procentowa zmiana liczby w stosunku do roku poprzedniego
2002	0	0	—	—	—	0	—	—
2003	0	0	—	—	—	0	—	—
2004	1 992	53	37,53	996	27	2	—	—
2005	43 691	962	45,42	21 845	481	2	2093,84%	1713,13%
2006	114 442	2 599	44,04	57 221	1 299	2	161,94%	170,13%
2007	217 491	5 709	38,09	54 373	1 427	4	90,04%	119,70%
2008	946 570	23 235	40,74	236 643	5 809	4	335,22%	306,97%
2009	2 548 773	56 235	45,32	364 110	8 034	7	169,26%	142,02%
2010	4 933 475	112 010	44,05	548 164	12 446	9	93,56%	99,18%
2011	13 649 043	415 400	32,86	802 885	24 435	17	176,66%	270,86%
2012	33 964 979	906 636	37,46	1 132 166	30 221	30	148,85%	118,26%
2013	51 899 881	1 446 585	35,88	1 235 711	34 443	42	52,80%	59,56%
2014	69 310 078	1 966 866	35,24	1 215 966	34 506	57	33,55%	35,97%
2015	88 074 046	2 525 903	34,87	1 376 157	39 467	64	27,07%	28,42%
2016	107 206 180	3 026 846	35,42	1 232 255	34 791	87	21,72%	19,83%
2017	108 683 297	2 979 222	36,48	1 015 732	27 843	107	1,38%	-1,57%
2018	113 592 048	3 085 717	36,81	752 265	20 435	151	4,52%	3,57%
2019	122 170 239	3 253 251	37,55	649 842	17 305	188	7,55%	5,43%
2020	121 260 635	3 685 750	32,90	561 392	17 064	216	-0,74%	13,29%
2021	134 991 840	3 727 485	36,22	494 476	13 654	273	11,32%	1,13%
2022	160 382 401	3 459 674	46,36	445 507	9 610	360	18,81%	-7,18%
2023	195 033 278	3 754 774	51,94	413 206	7 955	472	21,61%	8,53%
2024	257 159 569	5 818 306	44,20	427 886	9 681	601	31,85%	54,96%
2025	308 383 008	9 136 368	33,75	423 603	12 550	728	19,92%	57,03%
2026	338 244 021	9 425 735	35,89	—	—	—	9,68%	3,17%
2027	375 358 713	10 408 001	36,06	—	—	—	10,97%	10,42%

Średniomiesięczna wartość sprzedaży wyliczona na podstawie danych od 2004 roku pozwala na stwierdzenie, że sprzedaż suplementów kolagenowych nie podlega sezonowości. Najmniej pacjenci płacili za nie w styczniu, lutym oraz czerwcu (6,03 mln zł, 5,97 mln zł oraz 6,07 mln zł). Najwięcej natomiast w miesiącach od sierpnia do października (6,95 mln zł, 6,97 mln zł oraz 7,13 mln zł). W skali pojedynczego miesiąca, najwięcej za preparaty z kolagenem dostępne w aptekach pacjenci wydali w marcu minionego roku, bo aż 27,30 mln zł.

W całym okresie analiz średnia cena za pojedyncze opakowanie raz po raz spadała i rosła. Najniższą wartość przyjęła

Rys. 1. Wartość sprzedaży suplementów z kolagenem w latach 2002–2025 oraz prognoza na lata 2026–2027



Rys. 2. Liczba opakowań suplementów z kolagenem sprzedanych w aptekach w latach 2002–2025 oraz prognoza na lata 2026–2027

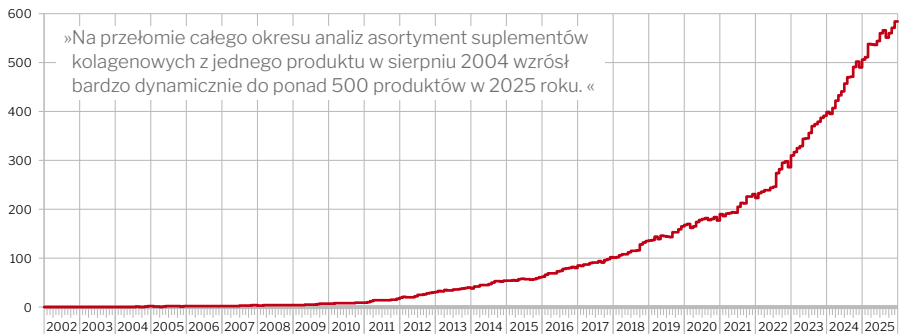


w 2011 oraz 2020 roku, była równa 32,86 zł oraz 32,90 zł. Z kolei najwięcej za pojedyncze opakowanie preparatu z kolagenem pacjenci płacili w 2023 roku, mianowicie 51,94 zł. Największe procentowe spadki miały miejsce w 2011 roku (o 25,40%) oraz w 2025 roku (o 23,63%), a największy wzrost wystąpił w 2022 roku (o 28,01%). W minionym roku za pojedyncze opakowanie suplementu kolagenowego pacjen-

Rys. 3. Średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie suplementu z kolagenem zakupionego w latach 2002–2025 oraz prognoza na lata 2026–2027



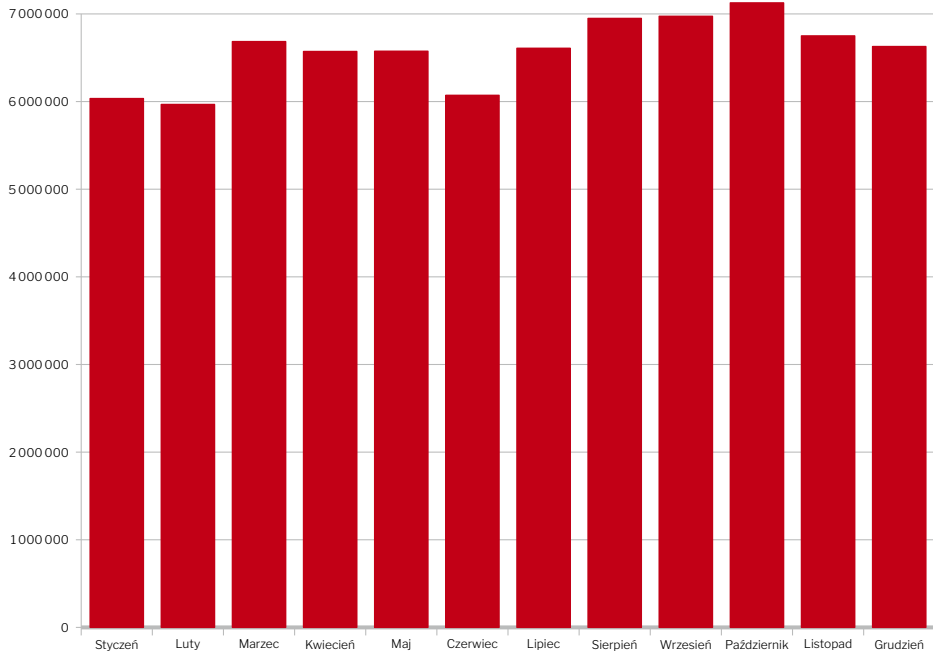
Rys. 4. Liczba różnych opakowań suplementów z kolagenem zakupionych w aptekach w latach 2002–2025



ci płacili 33,75 zł, była to jedna z najniższych średnich cen począwszy od 2004 roku.

Asortyment suplementów z kolagenem w 2004 roku liczył dwa produkty. Na przestrzeni całego okresu analiz ta liczba mocno się zmieniła. W minionym roku wynosiła już 728 różnych preparatów. Najwięcej nowych produktów pojawiło się w latach 2023–2025, kolejno 112, 129 oraz 127 suplementów kolagenowych.

Rys. 5. Średnia miesięczna wartość sprzedaży



Od 2004 roku, zarówno ilość jak i wartość sprzedaży suplementów diety z kolagenem wzrastały z roku na rok, co dobrze obrazują wykresy tych zmiennych. Inaczej było w przypadku średniej ceny, która raz po raz wzrastała oraz malała, lecz zawsze utrzymywała poziom powyżej 30 zł.

Trendy przyszłości

Prognozy ilości sprzedaży wyliczone na najbliższe dwa lata pokazują, że sprzedaż suplementów kolagenowych w aptekach nadal będzie wzrastać. W 2026 roku wzrost wyniesie 3,17%, a w 2027 roku 10,42%.

Podobnie będzie się zachowywała wartość sprzedaży – w przypadku tej zmiennej trend rosnący także

zostanie utrzymany. W pierwszym roku prognoz za produkty kolagenowe zakupione w aptekach pacjenci zapłacą o 9,68% więcej, a w drugim roku prognoz o 10,97% więcej niż w roku poprzednim.

Przełamanie trendu będzie miało za to miejsce w przypadku średniej ceny. Po znaczących spadkach w latach 2024–2025, w 2026 roku przyjdzie pora na wzrost rzędu 6,32%. W kolejnym roku, zgodnie z prognozami będzie można liczyć na niewielki wzrost, bo zaledwie o 0,50%. Tym samym średnia cena w latach 2026 i 2027 będzie wynosiła kolejno 35,89 zł i 36,06 zł.

Podsumowanie

Dwie dekady temu suplementy zawierające kolagen były sprzedawane w aptekach bardzo rzadko. Rozwój technologii oraz badania nad przyswajalnością kolagenu, a także zmiana nastawienia pacjentów doprowadziły do tego, że obecna sytuacja jest całkowicie odmienna. W minionym roku pacjenci zakupili tylko w samych aptekach ponad 9 mln opakowań preparatów z omawianej grupy i zapłacili za nie ponad 300 mln zł. Statystycznie, średnio co czwarty pacjent zakupił jedno opakowanie suplementu kolagenowego i zapłacił za nie średnio 33,75 zł. Co więcej, prognozy pokazują, że w najbliższych latach sprzedaż nadal będzie wzrastać, a w 2027 roku przekroczy 10 mln opakowań. Kolagen jest przykładem popytu napędzanego modą na suplementy. W mediach społecznościowych roi się od influencerów zachwalających kolagen dla zachowania zdrowia skóry oraz stawów. Na jego popyt wpływ ma także coraz powszechniejsze w społeczeństwie dbanie o kondycję skóry oraz chęć zachowania młodego wyglądu. ●

Metodologia prognoz

Prognozy dotyczące ilości i wartości sprzedaży oraz średniej ceny suplementów diety zawierających kolagen na lata 2026–2027 zostały przygotowane z wykorzystaniem modelu podwójnego wykładniczego Browna. W analizie przyjęto założenie stabilnych warunków rynkowych oraz brak wystąpienia nieprzewidywanych zdarzeń mogących istotnie wpłynąć na poziom sprzedaży tej grupy produktów.

Sprzedaż leków na reumatoidalne zapalenie stawów (RZS)



RZS to przewlekła choroba zapalna tkanki łącznej, najczęściej występująca u osób w wieku 30–50 lat. Dotyka głównie kobiet (4-krotnie częściej niż mężczyźni) i zalicza się do tzw. chorób autoimmunologicznych. Według najnowszych danych z 2024 roku, w Polsce na RZS cierpi ok. 400 000 osób. Na całym świecie choroba dotyka ok. 1% społeczeństwa, obecnie to ok. 18 mln osób. Według WHO, do 2050 roku liczba ta może wzrosnąć do 30 mln. Choroba najczęściej atakuje stawy rąk, nadgarstków, stóp, kostek, kolan, barków i łokci. Wcześniej wykryta, może być skutecznie leczona farmakologicznie ze wspomaganiami rehabilitacyjnym. Pierwsze objawy to ból, zmęczenie, zaczerwienione lub opuchnięte stawy (najczęściej symetrycznie, czyli np. obydwie stopy jednocześnie). Analiza danych ekspertów OSOZ wskazuje, że od ponad dwóch dekad pacjenci kupują w aptekach co roku od 10 do 12 mln opakowań leków na RZS. Tylko w jednym roku, sprzedaż przekroczyła 14 mln (2023 r.). Tak stabilny poziom nie oznacza jednak, że liczba chorych pozostaje stała. Trzeba wziąć pod uwagę, że w tym okresie pojawiły się nowe, skuteczniejsze leki wymagające mniejszych dawek (w przeciągu 20 lat asortyment wzrósł 4-krotnie) oraz zwiększyła się dostępność alternatywnych i komplementarnych metod leczenia jak rehabilitacja.

WSKAŹNIKI SPRZEDAŻY APTECZNEJ. ROK 2024 | ZMIANA % W STOSUNKU DO ROKU 2002

WARTOŚĆ SPRZEDAŻY



569 467 830 zł

↑ 393%

ILOŚĆ SPRZEDAŻY



12 828 581

↑ 8,6%

ASORTYMENT



228

↑ 267%

ŚREDNIA CENA

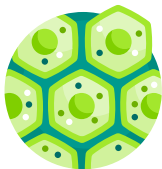


44,39 zł

↑ 353%

*Inflacja skumulowana w tym okresie: 53%
(1000 zł z 2002 roku jest warte 470 zł w styczniu 2026)*

INFORMACJE DODATKOWE



Nowością w leczeniu RZS są tzw. leki biologiczne -preparaty wytwarzane z wykorzystaniem organizmów żywych/ich komponentów działające na konkretne mechanizmy choroby.



Kiedyś RZS było chorobą przewlekłą, obecnie dostępne nowoczesne terapie mogą doprowadzić do długotrwałej remisji choroby.



Dzięki nowym metodom diagnostycznym pacjenci są dzisiaj diagnozowani o wiele wcześniej niż jeszcze kilka lat temu.

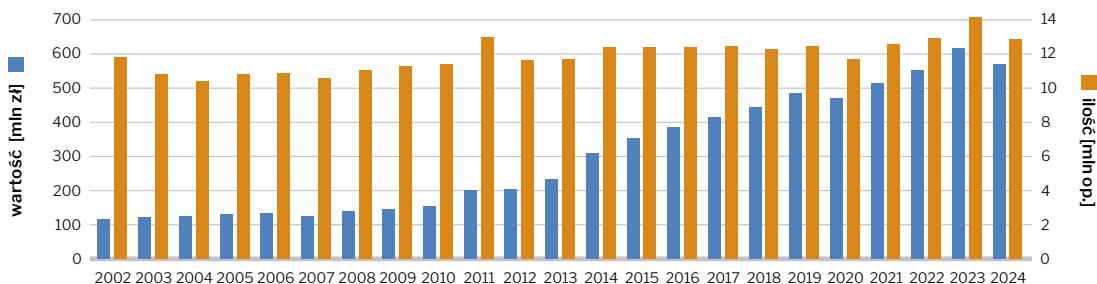


Największe szanse na wyleczenie choroby mają osoby diagnozowane w pierwszych 12 tygodniach od pojawienia się pierwszych dolegliwości.



Aktywność fizyczna i regularne ćwiczenia znacznie poprawiają jakość życia pacjentów z RZS. W leczeniu decydujące jest stosowanie się do zaleceń reumatologa.

SPRZEDAŻ ILOŚCIOWA I WARTOŚCIOWA W LATACH 2002-2024





Reumatoidalne zapalenie stawów to przewlekła choroba autoimmunologiczna, w której układ odpornościowy atakuje własne stawy. Powoduje to stan zapalny, ból i sztywność, a w niektórych przypadkach powoduje trwałe uszkodzenie stawów. Przy odpowiednio dobranym leczeniu, wielu pacjentów prowadzi normalne, aktywne życie. Ekspertki OSOZ przeprowadziły analizę sprzedaży leków na RZS, z wyłączeniem typowych leków przeciwbólowych.

Opis rynku

W 2002 roku sprzedaż leków na reumatoidalne zapalenie stawów wynosiła 11,80 mln opakowań. W 2004 roku ilość sprzedaży była najniższa i osiągnęła 10,42 mln opakowań, a w 2023 roku najwyższa, równa 14,15 mln opakowań. Na

Tab. 2. Liczba produktów wycofanych z rynku w poszczególnych latach oraz średnia cena dla tych produktów

	Liczba badanych produktów	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
		Produkty będące w ofercie w latach 2002–2024	33	18,67	20,51	20,43	19,49	17,94	16,73	17,12	17,16	17,18	16,32	17,95	19,30	23,00	25,23	25,50	24,11	24,81	26,21	26,05	26,86	27,52
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2023 a nie będące w ofercie w 2024 roku	1	45,29	42,67	44,83	35,51	39,85	33,84	34,54	46,31	45,41	44,52	28,96	27,12	25,82	26,60	32,21	33,77	34,25	32,66	35,64	36,59	47,47	51,21	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2022 a nie będące w ofercie w latach 2023–2024	1	6,01	6,01	5,96	5,95	5,93	5,91	5,82	5,83	5,82	8,65	9,55	10,54	17,39	21,02	20,57	20,37	20,01	20,83	20,10	21,05	20,79		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2021 a nie będące w ofercie w latach 2022–2024	1	23,84	24,32	24,10	24,09	22,41	20,38	20,86	20,95	20,96	20,96	22,29	22,09	21,90	21,90	21,90	21,86	21,81	21,79	21,79	21,67			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2020 a nie będące w ofercie w latach 2021–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2019 a nie będące w ofercie w latach 2020–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2018 a nie będące w ofercie w latach 2019–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2017 a nie będące w ofercie w latach 2018–2024	1	34,58	41,34	40,53	40,86	37,69	35,49	35,23	35,04	35,09	35,22	42,22	44,77	45,40	45,41	47,20	46,38							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2016 a nie będące w ofercie w latach 2017–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2015 a nie będące w ofercie w latach 2016–2024	2	6,27	6,27	6,28	6,12	6,19	6,14	6,10	6,13	7,74	8,49	20,80	20,13	19,74	19,58									
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2014 a nie będące w ofercie w latach 2015–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2013 a nie będące w ofercie w latach 2014–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2012 a nie będące w ofercie w latach 2013–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2011 a nie będące w ofercie w latach 2012–2024	1	2,83	2,83	2,80	2,80	2,80	3,11	3,19	3,19	3,20	5,90													
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2010 a nie będące w ofercie w latach 2011–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2009 a nie będące w ofercie w latach 2010–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2008 a nie będące w ofercie w latach 2009–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2007 a nie będące w ofercie w latach 2008–2024	2	38,51	44,82	35,46	38,16	26,70	23,51																	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2006 a nie będące w ofercie w latach 2007–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2005 a nie będące w ofercie w latach 2006–2024	1	8,15	6,65	7,17	6,62																			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2004 a nie będące w ofercie w latach 2005–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2003 a nie będące w ofercie w latach 2004–2024	1	6,36	4,47																					
Produkty będące w ofercie w 2002 roku a nie będące w ofercie w latach 2003–2024	2	11,33																						

utrzymywała stosunkowo wyrównany poziom (115–153 mln zł). W roku 2011, a następnie w 2014 roku miały miejsce istotne wzrosty wynoszące 30,26% oraz 33,06%. Największe spadki miały miejsce w 2007 oraz 2024 roku (6,27% i 7,66%). W 2023 roku pacjenci zapłacili za leki na RZS najwyższą kwotę równą 616,73 mln zł. W minionym roku wartość sprzedaży wynosiła 569,47 mln zł i była o 393,27% wyższa niż w pierwszym roku analiz.

Sprzedaż leków na reumatyzm nie jest sezonowa. Średniomiesięczna wartość sprzedaży wyliczona na podstawie

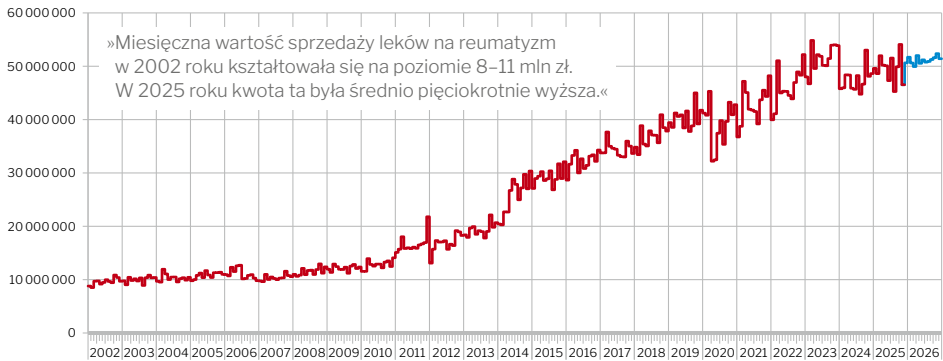
Tab. 3. Roczne zestawienie sprzedaży leków na reumatyzm w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2027

Rok	Wartość sprzedaży (zł)	Liczba sprzedanych opakowań	Średnia cena za pojedyncze opakowanie (zł)	Wartość sprzedaży na jeden produkt (zł)	Liczba sprzedanych opakowań na jeden produkt	Liczba produktów będących w ofercie	Procentowa zmiana wartości w stosunku do roku poprzedniego	Procentowa zmiana liczby w stosunku do roku poprzedniego
2002	115 447 109	11 802 450	9,78	1 862 050	190 362	62	—	—
2003	120 179 894	10 821 293	11,11	1 907 617	171 767	63	4,10%	-8,31%
2004	123 674 224	10 419 785	11,87	2 027 446	170 816	61	2,91%	-3,71%
2005	130 179 898	10 828 155	12,02	1 859 713	154 688	70	5,26%	3,92%
2006	132 977 255	10 881 857	12,22	1 927 207	157 708	69	2,15%	0,50%
2007	124 639 366	10 549 906	11,81	1 780 562	150 713	70	-6,27%	-3,05%
2008	138 445 018	11 058 881	12,52	2 006 450	160 274	69	11,08%	4,82%
2009	145 912 842	11 280 419	12,94	1 998 806	154 526	73	5,39%	2,00%
2010	153 831 234	11 399 522	13,49	1 947 231	144 298	79	5,43%	1,06%
2011	200 384 254	12 987 012	15,43	2 536 510	164 393	79	30,26%	13,93%
2012	202 663 192	11 623 418	17,44	2 329 462	133 603	87	1,14%	-10,50%
2013	232 086 037	11 690 701	19,85	2 469 000	124 369	94	14,52%	0,58%
2014	308 807 865	12 393 570	24,92	2 807 344	112 669	110	33,06%	6,01%
2015	351 952 991	12 391 914	28,40	2 749 633	96 812	128	13,97%	-0,01%
2016	385 773 857	12 367 301	31,19	3 111 079	99 736	124	9,61%	-0,20%
2017	413 284 676	12 444 943	33,21	2 773 723	83 523	149	7,13%	0,63%
2018	442 561 229	12 301 674	35,98	2 836 931	78 857	156	7,08%	-1,15%
2019	483 324 932	12 418 873	38,92	2 843 088	73 052	170	9,21%	0,95%
2020	471 253 854	11 683 054	40,34	2 493 407	61 815	189	-2,50%	-5,93%
2021	513 953 152	12 556 546	40,93	2 482 865	60 660	207	9,06%	7,48%
2022	552 538 285	12 914 183	42,79	2 569 946	60 066	215	7,51%	2,85%
2023	616 731 355	14 154 787	43,57	2 409 107	55 292	256	11,62%	9,61%
2024	569 467 830	12 828 581	44,39	2 497 666	56 266	228	-7,66%	-9,37%
2025	595 762 501	12 816 563	46,48	—	—	—	4,62%	-0,09%
2026	614 316 380	12 749 664	48,18	—	—	—	3,11%	-0,52%
2027	646 741 823	12 926 944	50,03	—	—	—	5,28%	1,39%

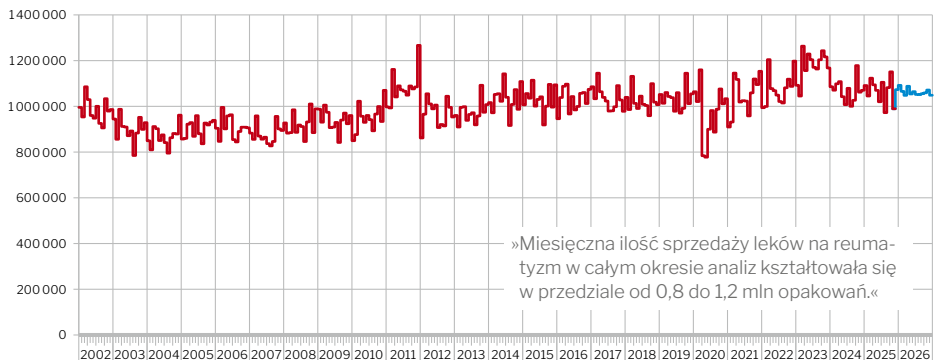
ostatnich 24 lat była najwyższa dla marca (27,54 mln zł) i października (28,29 mln zł). Z drugiej strony, średnio najmniej za leki RZS pacjenci płacili w styczniu (24,39 mln zł), lutym (24,53 mln zł) oraz sierpniu (24,72 mln zł). W skali pojedynczego miesiąca najmniej za leki z omawianej grupy pacjenci zapłacili w lutym 2002 roku – 8,50 mln zł, a najwięcej w marcu 2023 roku – 54,85 mln zł.

Średnia cena za pojedyncze opakowanie leku na reumatoidalne zapalenie stawów niemal w całym okresie analiz systematycznie wzrastała. Jedynie w 2007 roku nastąpił spadek o 3,32%. W pozostałych okresach miały miejsce wyłącznie wzrosty, największy w 2014 roku wynosił 25,51%. W pierw-

Rys. 1. Wartość sprzedaży leków na reumatyzm w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

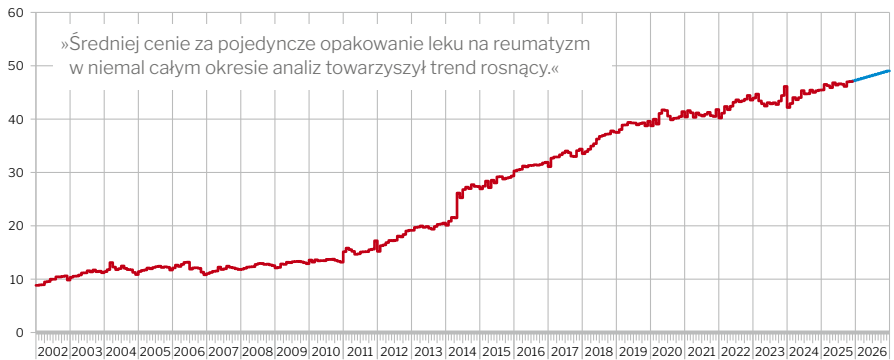


Rys. 2. Liczba opakowań leków na reumatyzm sprzedanych w aptekach w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

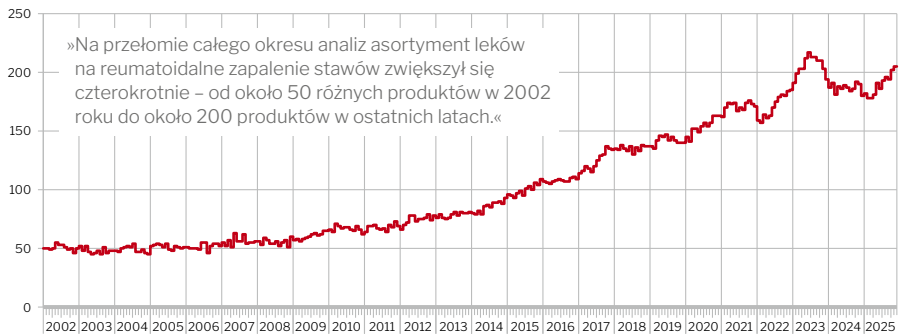


szym roku analiz pacjenci płacili za pojedyncze opakowanie leku z omawianej grupy średnio 9,78 zł. W 2013 roku ta kwota była już ponad dwukrotnie wyższa, a w 2020 roku czterokrotnie wyższa. W minionym roku średnia cena sprzedaży wynosiła 44,39 zł – o 1,88% więcej niż w roku poprzednim oraz o 353,82% więcej niż w pierwszym roku analiz.

Rys. 3. Średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie leku na reumatyzm zakupionego w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

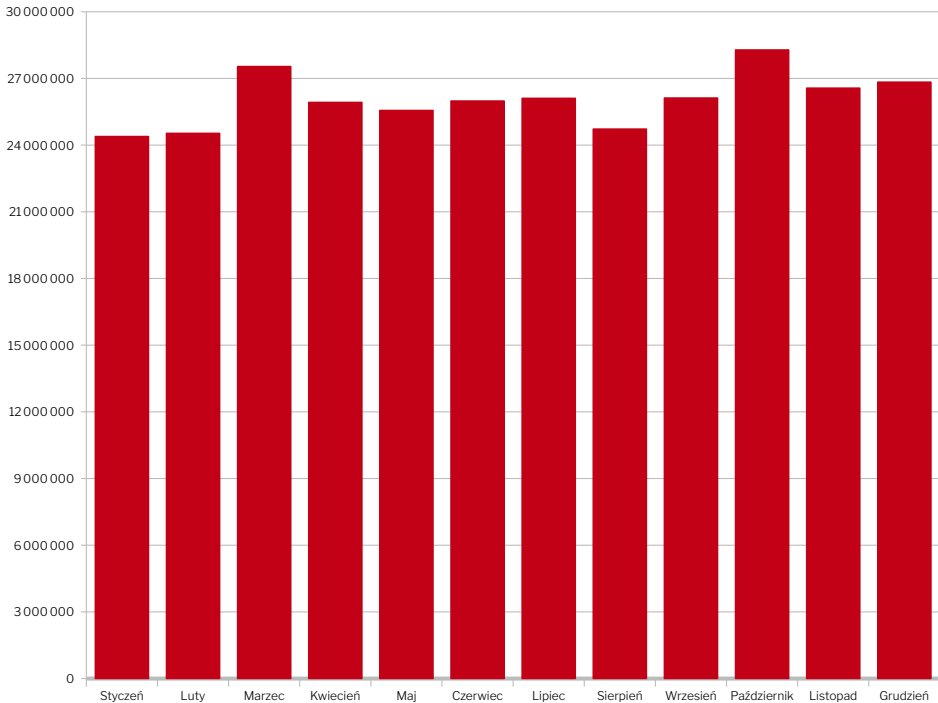


Rys. 4. Liczba różnych opakowań leków na reumatyzm zakupionych w aptekach w latach 2002–2025



Liczbie różnych opakowań leków na reumatyzm dostępnych w aptekach, niemal w całym okresie towarzyszył trend rosnący. W 2002 roku pacjenci mogli wybierać spośród 62 różnych produktów, a w minionym roku już z 228 produktów. W 2023 roku asortyment poszerzył się o największą liczbę leków (41 nowych produktów), a już w kolejnym roku zawęził się najmocniej w całym okresie analiz (o 28 produktów).

Rys. 5. Średnia miesięczna wartość sprzedaży



W ostatnich latach trendy na ilości i wartości sprzedaży ulegały zmianie. Jedynie średnia cena stale wzrastała. Poniżej znajdują się prognozy dla analizowanego segmentu na najbliższe lata.

Trendy przyszłości

Zgodnie z wyliczonymi prognozami, sprzedaż leków na reumatoidalne zapalenie stawów za pełny 2025 rok wyniesie 12,82 mln opakowań (spadek o 0,09%). W 2026 roku sprzedaż wyniesie 12,75 mln opakowań (spadek o 0,52%), a w 2027 roku – 12,93 mln opakowań (wzrost o 1,39%).

Trend na wartości sprzedaży odwróci się po spadku w 2024 roku. W latach 2025–2027 wystąpią wzrosty o 4,62%, 3,11% oraz 5,28% i za leki na RZS pacjenci zapłacą kolejno 595,76 mln zł, 614, 32 mln zł oraz 646, 74 mln zł.

Kontynuowany będzie także trend rosnący na średniej cenie za pojedyncze opakowanie. Za pojedyncze opakowanie w kolejnych latach prognoz pacjenci zapłacą 46,48 zł, 48,18% oraz 50,03 zł (wzrosty o 4,72%, 3,66% i 3,83%).

Podsumowanie

Leki stosowane w leczeniu reumatoidalnego zapalenia stawów oraz powikłań z nim związanych stanowią jeden z kluczowych segmentów całego rynku farmaceutycznego. W 2024 roku pacjenci zakupili w aptekach ponad 12 mln opakowań leków na RZS. Zakładając – zgodnie z dostępnymi statystykami – liczbę chorych na poziomie 400 000 osób, oznacza to, że statystyczny pacjent zakupił aż 30 opakowań rocznie. Ale są i dane mówiące o 1,2 mln pacjentów, co jest już bliżej skorelowane z dużym popytem na leki. W tym scenariuszu, każdy chory zakupił w 2024 roku 10 opakowań leków na RZS. Rynek osiągnął wartość 570 mln zł. Obliczone prognozy pokazują, że w najbliższych latach ta kwota będzie wzrastać. W 2027 roku pacjenci zakupią prawie 13 mln opakowań leków na zapalenie stawów, za pojedyncze opakowanie zapłacą średnio ponad 50 zł, co oznacza, że ten segment rynku farmaceutycznego osiągnie wartość prawie 650 mln zł. ●

Metodologia prognoz

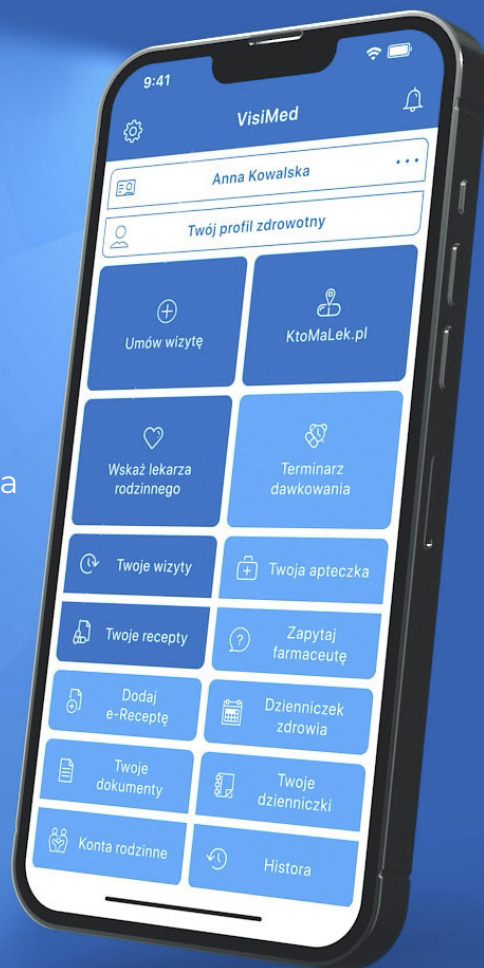
Prognozy dotyczące wolumenu sprzedaży, jej wartości oraz średniej ceny leków stosowanych w leczeniu chorób reumatycznych w latach 2025–2027 opracowano z wykorzystaniem modelu podwójnego wygładzania wykładniczego Browna. W analizie przyjęto założenie stabilnych warunków rynkowych oraz brak wystąpienia nieprzewidzianych zdarzeń mogących istotnie wpłynąć na poziom sprzedaży tej grupy produktów.

Szukasz lekarza lub leku?

Sięgnij po VisiMed

aplikację dla każdego,
kto ceni czas i zdrowie.

- Wyszukaj specjalistów, sprawdzaj terminy, rezerwuj wizyty do lekarza
- Sprawdzaj dostępność i rezerwuj leki w aptece
- Otrzymuj powiadomienia o zażyciu leków
- Realizuj recepty szybko i poufnie
- Monitoruj stan swojego zdrowia
- Zarządzaj zapasami leków w domowej apteczce



Pobierz teraz!

Aplikacja jest dostępna na dwóch platformach mobilnych: iOS i Android. Można ją pobrać zarówno ze sklepu Google Play jak i App Store.

Aplikacja jest darmowa!

Sprzedaż leków na zgagę i nadkwaśność żołądka



Szacuje się, że zgaga dotyka ok. 20–30% dorosłych. W większości przypadków jest następstwem nieprawidłowej diety. Spożywanie tłustych, smażonych, ostrych oraz wysoko przetworzonych potraw obciąża układ trawienny i prowadzi do nadmiernej produkcji kwasu solnego. Podobny efekt daje picie kawy w dużych ilościach, mocnej herbaty czy alkoholu. Do powstawania nadkwaśności i zgagi przyczyniają się również nieregularne, zbyt obfite posiłki, otyłość, palenie papierosów oraz choroby układu pokarmowego, takie jak refluks żołądkowo-przelykowy. W okresie zaledwie 10 lat, sprzedaż leków na zgagę i nadkwaśność żołądka wzrosła o 35%, a w okresie ostatnich 20 lat – aż czterokrotnie. W 2024 roku apteki sprzedały 43 mln opakowań. Rosnąca sprzedaż jest efektem pogarszających się nawyków żywieniowych, ale i intensywnych kampanii leków na niestrawność i zgagę. W oczy rzuca się korelacja między porą roku a popytem – latem jest on najmniejszy, a największy w grudniu, co w dużym stopniu ma związek ze spotkaniami świątecznymi przy obfitym stole. Na uwagę zasługuje też trend ceny. Do czasu pandemii COVID-19, czyli 2019 roku, średnia cena opakowania systematycznie malała i w 2019 roku osiągnęła rekordowo niski poziom 14,36 zł. Potem zaczęła szybko rosnać i do 2024 wzrosła o 25% do poziomu 17,83 zł.

WSKAŹNIKI SPRZEDAŻY APTECZNEJ. ROK 2024 I ZMIANA % W STOSUNKU DO ROKU 2002 _____

WARTOŚĆ SPRZEDAŻY



769 794 156 zł

↑ 283%

ILOŚĆ SPRZEDAŻY



43 179 707

↑ 359%

ASORTYMENT



225

↑ 240%

ŚREDNIA CENA

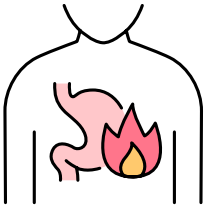


17,83 zł

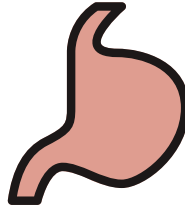
↓ 20%

*Inflacja skumulowana w tym okresie: 50%
(1000 zł z 2002 roku jest warte 506 zł w grudniu 2023)*

INFORMACJE DODATKOWE



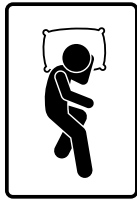
Nadkwaśność żołądka i zgaga nasilają się z wiekiem, występują częściej u kobiet niż u mężczyzn, zwłaszcza u osób z nadwagą i otyłych.



Zgaga jest wywołana też niedokwasowością żołądka. Kiedy poziom kwasu żołądkowego jest za niski, także może powstać refluks.



Cichy refluks, czyli refluks gardłowo-krtaniowy nie objawia się zgagą, ale np. przewlekłym kaszlem, chrypka, bólem gardła.

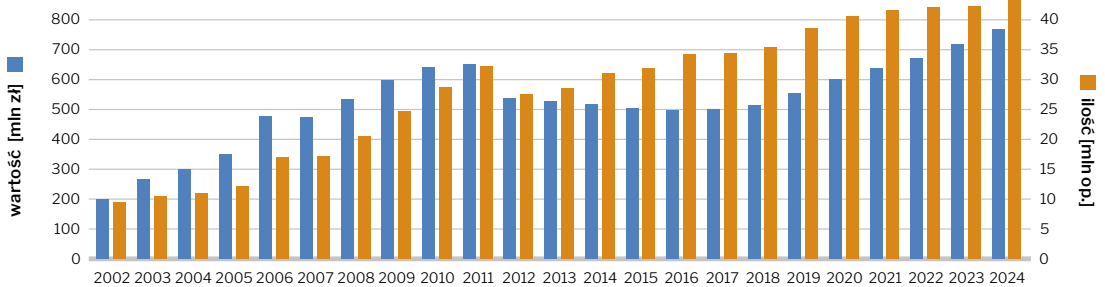


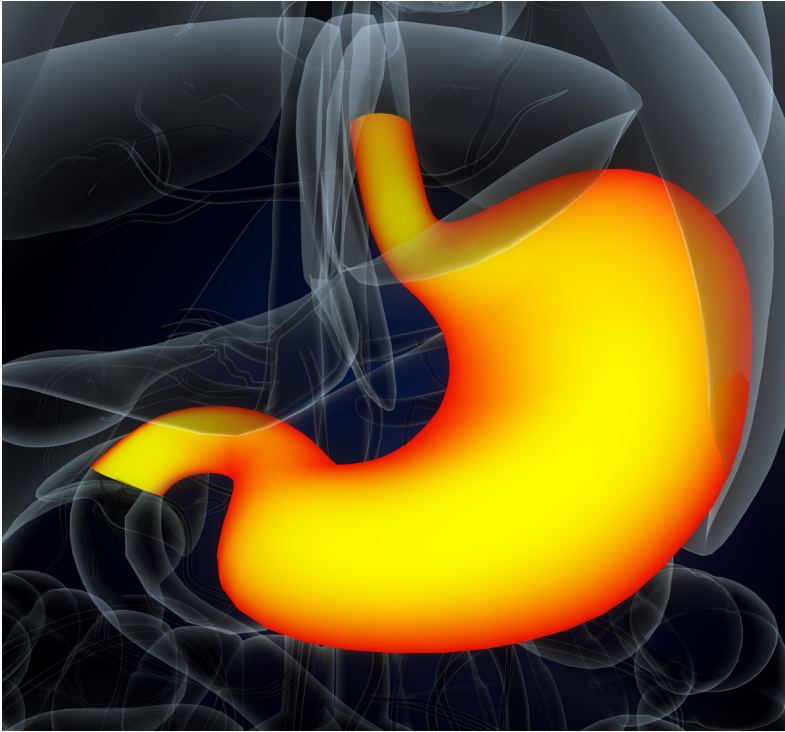
Spanie na lewym boku pomaga zmniejszyć objawy refluksu żołądkowego, bo w tej pozycji przełyk znajduje się wyżej niż żołądek.



Obcisłe w pasie ubrania w tym dżinsy i ciasne paski zwiększają ciśnienie w jamie brzusznej i powodują cofanie się kwasu żołądkowego.

SPRZEDAŻ ILOŚCIOWA I WARTOŚCIOWA W LATACH 2002-2024





Nadkwaśność żołądka oraz zgaga to jedne z najczęściej występujących dolegliwości układu pokarmowego. Ich skala rośnie, co widać w szybkim wzroście sprzedaży produktów pomagających w radzeniu sobie z nimi. Rekordy sprzedaży notowane są w grudniu.

Opis rynku

Sprzedaż preparatów aptecznych na nadkwaśność żołądka i zgagę wzrastała systematycznie z roku na rok przez niemal cały okres analiz. W 2002 roku pacjenci zakupili 9,40 mln opakowań produktów z omawianej grupy leków. W pierwszych latach analiz ilość sprzedaży rosła najszyb-

Tab. 2. Liczba produktów wycofanych z rynku w poszczególnych latach oraz średnia cena dla tych produktów

	Liczba badanych produktów	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
		Produkty będące w ofercie w latach 2002–2024	21	14,26	20,34	25,63	27,17	24,80	25,85	24,12	23,91	22,78	20,88	20,62	19,55	17,80	17,16	15,89	16,27	16,59	16,59	16,94	17,45	18,04
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2023 a nie będące w ofercie w 2024 roku	3	4,96	5,67	5,74	5,60	5,32	5,33	5,29	4,81	4,47	5,15	6,54	7,34	6,72	6,47	6,39	6,39	6,38	6,05	5,80	6,27	12,20	14,48	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2022 a nie będące w ofercie w latach 2023–2024	4	14,14	16,15	11,55	9,96	19,69	8,11	7,92	7,54	6,67	6,58	6,88	7,20	7,59	7,97	8,05	8,48	8,66	10,89	11,24	11,32	12,26		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2021 a nie będące w ofercie w latach 2022–2024	1	41,02	41,39	33,87	32,63	32,39	31,12	23,34	23,50	24,03	23,17	22,58	21,89	13,27	12,89	12,60	12,59	12,59	13,01	12,92	10,57			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2020 a nie będące w ofercie w latach 2021–2024	3	44,08	39,32	31,95	27,16	19,58	23,17	21,77	21,16	20,00	19,61	17,87	18,91	18,13	15,42	11,72	11,55	11,33	10,34	10,43				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2019 a nie będące w ofercie w latach 2020–2024	4	42,62	37,79	35,32	29,64	26,65	24,11	21,04	20,37	20,39	18,40	12,63	12,17	10,67	9,57	7,63	8,51	6,50	12,52					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2018 a nie będące w ofercie w latach 2019–2024	1	10,44	10,92	11,48	12,10	11,86	12,03	13,09	13,30	13,82	14,55	15,12	15,60	15,41	15,32	15,03	14,08	1,86						
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2017 a nie będące w ofercie w latach 2018–2024	1	25,91	26,00	22,27	14,54	14,39	14,25	14,25	14,49	13,32	12,58	8,77	8,34	7,83	7,55	6,84	6,85							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2016 a nie będące w ofercie w latach 2017–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2015 a nie będące w ofercie w latach 2016–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2014 a nie będące w ofercie w latach 2015–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2013 a nie będące w ofercie w latach 2014–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2012 a nie będące w ofercie w latach 2013–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2011 a nie będące w ofercie w latach 2012–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2010 a nie będące w ofercie w latach 2011–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2009 a nie będące w ofercie w latach 2010–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2008 a nie będące w ofercie w latach 2009–2024	1	7,64	6,44	6,02	6,70	12,20	10,57	13,59																
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2007 a nie będące w ofercie w latach 2008–2024	0	–	–	–	–	–	–	–																
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2006 a nie będące w ofercie w latach 2007–2024	2	11,67	11,12	10,69	8,71	8,10																		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2005 a nie będące w ofercie w latach 2006–2024	2	56,80	61,68	64,86	55,10																			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2004 a nie będące w ofercie w latach 2005–2024	1	85,23	139,81	9,00																				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2003 a nie będące w ofercie w latach 2004–2024	1	3,89	6,64																					
Produkty będące w ofercie w 2002 roku a nie będące w ofercie w latach 2003–2024	0	–																						

2003 i 2006, w których wzrosty wynosiły kolejno 32,50% oraz 36,56%. W roku 2012 miał miejsce największy spadek, który wynosił 17,67%. W odróżnieniu do sprzedaży, wartość zakupionych produktów spadła także w roku 2007 i malała w latach 2013–2016, choć spadki były niewielkie i nie przekraczały 3%. W minionym roku pacjenci zapłacili za produkty łagodzące nadkwaśność i zgagę kwotę 769,79 mln zł. Była ona o 7,15% wyższa niż w roku poprzednim i niemal czterokrotnie wyższa niż w 2002 roku.

Tab. 3. Roczne zestawienie sprzedaży leków na nadkwaśność i zgagę w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

Rok	Wartość sprzedaży (zł)	Liczba sprzedanych opakowań	Średnia cena za pojedyncze opakowanie (zł)	Wartość sprzedaży na jeden produkt (zł)	Liczba sprzedanych opakowań na jeden produkt	Liczba produktów będących w ofercie	Procentowa zmiana wartości w stosunku do roku poprzedniego	Procentowa zmiana liczby w stosunku do roku poprzedniego
2002	200 551 977	9 395 570	21,35	3 038 666	142 357	66	—	—
2003	265 734 203	10 385 844	25,59	3 543 123	138 478	75	32,50%	10,54%
2004	300 150 365	10 901 392	27,53	3 898 057	141 577	77	12,95%	4,96%
2005	348 221 372	12 066 353	28,86	4 522 355	156 706	77	16,02%	10,69%
2006	475 520 118	17 006 903	27,96	5 403 638	193 260	88	36,56%	40,94%
2007	473 520 788	17 095 264	27,70	5 637 152	203 515	84	-0,42%	0,52%
2008	532 236 178	20 554 976	25,89	4 752 109	183 527	112	12,40%	20,24%
2009	597 577 451	24 716 698	24,18	5 241 907	216 813	114	12,28%	20,25%
2010	642 255 298	28 778 053	22,32	4 620 542	207 036	139	7,48%	16,43%
2011	652 303 585	32 221 569	20,24	3 977 461	196 473	164	1,56%	11,97%
2012	537 012 216	27 469 403	19,55	3 122 164	159 706	172	-17,67%	-14,75%
2013	525 462 522	28 572 017	18,39	2 780 225	151 175	189	-2,15%	4,01%
2014	516 513 048	31 084 903	16,62	2 170 223	130 609	238	-1,70%	8,79%
2015	504 685 846	31 928 284	15,81	2 068 385	130 854	244	-2,29%	2,71%
2016	498 028 472	34 204 634	14,56	1 872 287	128 589	266	-1,32%	7,13%
2017	500 694 988	34 446 863	14,54	1 918 372	131 980	261	0,54%	0,71%
2018	513 110 399	35 340 258	14,52	1 988 800	136 978	258	2,48%	2,59%
2019	554 327 929	38 607 161	14,36	2 226 217	155 049	249	8,03%	9,24%
2020	600 764 173	40 574 376	14,81	2 556 443	172 657	235	8,38%	5,10%
2021	636 679 143	41 577 638	15,31	2 792 452	182 358	228	5,98%	2,47%
2022	671 204 518	42 108 529	15,94	2 728 474	171 173	246	5,42%	1,28%
2023	718 426 825	42 295 603	16,99	3 070 200	180 750	234	7,04%	0,44%
2024	769 794 156	43 179 707	17,83	3 421 307	191 910	225	7,15%	2,09%
2025	785 157 518	43 743 998	17,95	—	—	—	2,00%	1,31%
2026	798 337 690	45 316 767	17,62	—	—	—	1,68%	3,60%

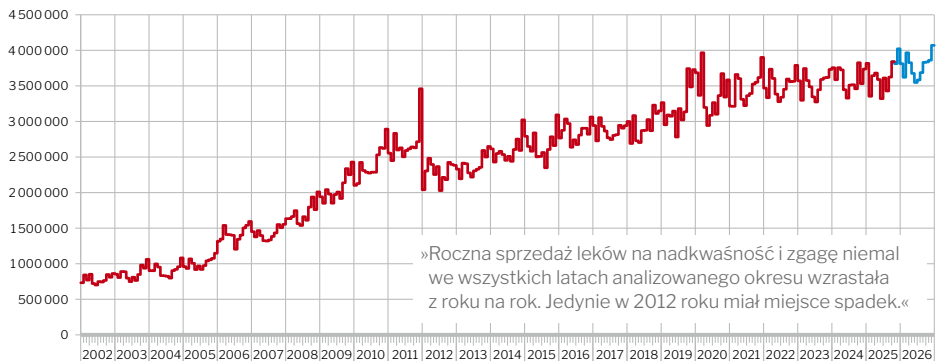
Na podstawie średniomiesięcznej wartości sprzedaży wyliczonej na podstawie całego okresu analiz można stwierdzić, że najmniej za leki stosowane na nadkwaśności żołądka oraz zgagę pacjenci płacili w lutym oraz w okresie wiosenno-letnim (od maja do sierpnia). Średniomiesięczna wartość sprzedaży wyliczona dla tych okresów wynosiła od 41,88 mln zł do 42,40 mln zł. Z kolei najwięcej za produkty z omawianej grupy pacjenci płacili w grudniu – 48,60 mln zł. W skali pojedynczego miesiąca największa wartość sprzedaży miała miejsce w październiku 2025 roku i wynosiła 69,25 mln zł.

Średnia cena za pojedyncze opakowanie preparatu na nadkwaśność i zgagę w 2002 roku wynosiła 21,35 zł. W kolejnym

Rys. 1. Wartość sprzedaży leków na nadkwaśność i zgagę w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

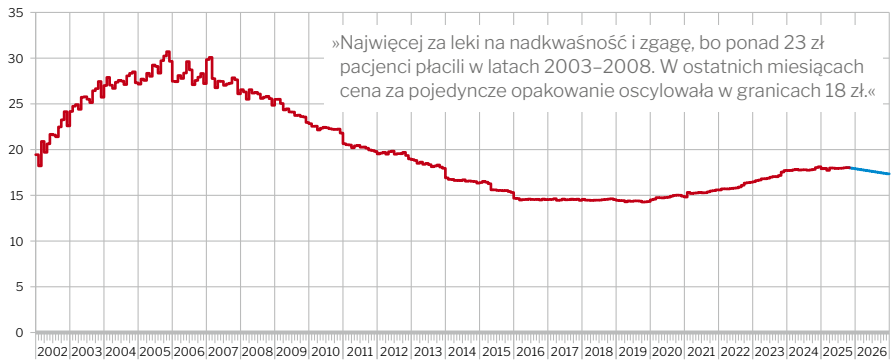


Rys. 2. Liczba opakowań leków na nadkwaśność i zgagę sprzedanych w aptekach w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

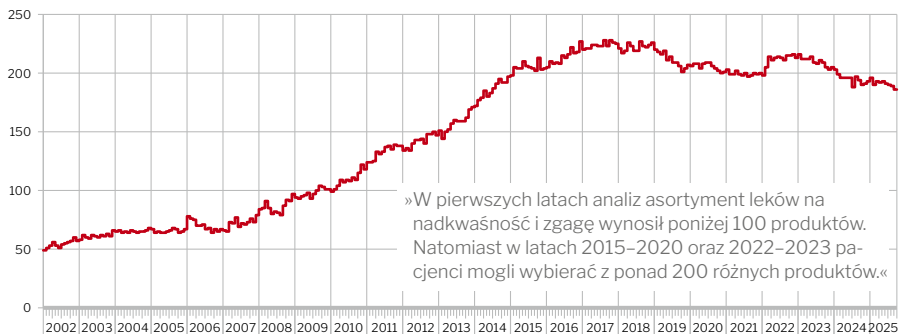


roku miał miejsce największy wzrost w całym analizowanym okresie, o 19,87%. Od 2006 do 2019 roku z roku na rok cena spadała, po czym cena ukształtowała się na najniższym poziomie wynoszącym 14,36 zł. W 2020 roku trend malejący odwrócił się i średnia cena zaczęła ponownie wzrastać. W 2024 roku za pojedyncze opakowanie leku z omawianej grupy pacjenci płacili 17,83 zł, o 4,96% więcej niż w roku poprzednim.

Rys. 3. Średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie leku na nadkwaśność i zgagę zakupionego w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



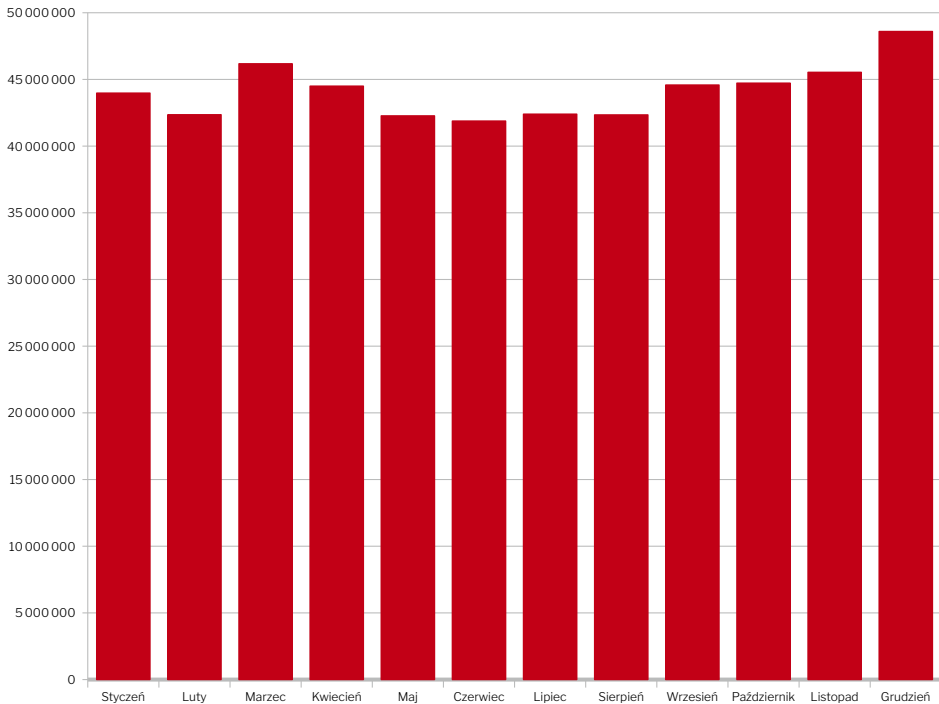
Rys. 4. Liczba różnych opakowań leków na nadkwaśność i zgagę zakupionych w aptekach w latach 2002–2025



Asortyment leków na nadkwaśność żołądka i zgagę w 2002 roku liczył sobie 66 różnych opakowań. W minionym roku pacjenci mogli wybierać spośród 225 opakowań. Najwięcej produktów z omawianej grupy leków (dokładnie 266) można było znaleźć na półkach aptecznych w 2016 roku.

Od 2020 roku rynek produktów na nadkwaśność żołądka i zgagę systematycznie wzrastał. Ekspertki OSOZ obliczyli prognozy sprzedaży na 2025 rok oraz 2026 rok.

Rys. 5. Średnia miesięczna wartość sprzedaży



Trendy przyszłości

W 2025 roku sprzedaż preparatów aptecznych na nadkwaśność żołądka i zgagę wzrośnie o 1,31% i ukształtuje się na poziomie 43,74 mln opakowań. W kolejnym roku wzrost wyniesie 3,60%, a sprzedaż będzie równa 45,32 mln opakowań.

Wzrosty będą miały miejsce także w przypadku wartości sprzedaży. W 2025 pacjenci zapłacą za produkty na nadkwaśność i zgagę o 2,00% więcej niż przed rokiem, a w 2026 roku o 1,68% więcej. Tym samym wartość sprzedaży w pierwszym roku prognoz będzie równa 785,16 mln zł, a w drugim roku 798,34 mln zł.

Średnia cena za pojedyncze opakowanie w 2025 roku wzrosła o 0,68% i ukształtuje się na poziomie 17,95 zł. W kolejnym roku prognoz, za pojedyncze opakowanie leku z omawianej grupy pacjenci będą musieli zapłacić 17,62 zł (o 1,85% mniej niż w roku poprzednim).

Podsumowanie

Sprzedaż preparatów aptecznych na nadkwaśność żołądka i zgagę stanowi istotną część rynku farmaceutycznego. W minionym roku apteki sprzedały ponad 43 mln opakowań produktów. Wartość sprzedaży w 2024 roku wynosiła niemal 770 mln zł, co oznacza, że za pojedyncze opakowanie trzeba było zapłacić średnio prawie 18 zł. Na przełomie całego okresu analiz wartość sprzedaży wzrosła prawie czterokrotnie, podobnie jak ilość sprzedaży. Prognozy na lata 2025–2026 pokazują, że trend rosnący będzie kontynuowany. Analizy potwierdzają, że popyt na leki na nadkwaśność żołądka i zgagę systematycznie rośnie, co może niestety świadczyć o częstszych dolegliwościach układu pokarmowego u pacjentów. Część środków z tej grupy dostępnych jest także w sprzedaży pozaaptecznej, stąd rzeczywista sprzedaż jest znacznie wyższa. Szukając korelacji w ilości sprzedaży z okresami roku, w oczy rzuca się grudzień. Święta sprzyjają obfitym posiłkom i właśnie wtedy Polacy najczęściej sięgają po środki na zgagę i nadkwaśność żołądka. To też w tym okresie najczęściej pojawiają się reklamy tych leków. ●

Metodologia prognoz

Prognozy ilości, wartości i średniej ceny sprzedaży leków na nadkwaśność i zgagę na lata 2025–2026 zostały wyliczone przy zastosowaniu modelu wykładniczego Browna. Założono także, że nie pojawiają się czynniki, które mogłyby spowodować niespodziewane wahania na sprzedaży analizowanej grupy leków.

Sprzedaż leków z paracetamolem



Prawie każdy ma w domowej apteczce lek przeciwbólowy lub przeciwgorączkowy z paracetamolem. W przeciwieństwie do ibuprofenu, nie ma działania przeciwzapalnego. Dlatego dobrze sprawdza się w towarzyszących infekcjom wirusowym bólach głowy, mięśni i gorączce. Jednak jego szybkie działanie ma swoją cenę, wśród których jest m.in. negatywny wpływ na wątrobę.

20 lat temu w aptekach sprzedawano co roku ok. 30 mln opakowań leków z paracetamolem, obecnie to 1,5-krotnie więcej (46 mln w 2024 roku). W tym czasie cena wzrosła 3-krotnie, podobnie jak asortyment. Od ok. 10 lat popyt na paracetamol w Polsce jest wyrównany. Jedynie w 2022 roku – silnym sezonie grypowym – wzrósł jednorazowo do 55 mln. Najwięcej sprzedaje się go w USA, Australii i Kanadzie, a w Europie – we Francji i Danii. Konsumpcja paracetamolu rośnie na świecie w tempie ok. 4% rocznie, napędzana starzejącym się społeczeństwem i rosnącą częstotliwością występowania bólu przewlekłego. Niestety, rośnie też jego spożycie w charakterze środka odurzającego. Także w Polsce od kilku lat notuje się wzrost liczby zatruc w wyniku przedawkowania. Leczenie paracetamolem nie powinno trwać dłużej niż kilka dni, a dopuszczalna dawka to ok. 1 tabletki 500 mg co 4–6 godzin.

WSKAŹNIKI SPRZEDAŻY APTECZNEJ. ROK 2024 | ZMIANA % W STOSUNKU DO ROKU 2002

WARTOŚĆ SPRZEDAŻY



1 213 824 625 zł

↑ 412%

ILOŚĆ SPRZEDAŻY



46 358 174

↑ 43%

ASORTYMENT



304

↑ 316%

ŚREDNIA CENA

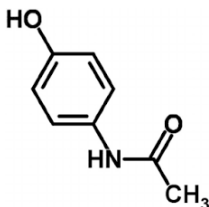


26,18 zł

↑ 240%

*Inflacja skumulowana w tym okresie: 50%
(1000 zł z 2002 roku jest warte 506 zł w grudniu 2023)*

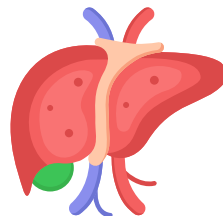
INFORMACJE DODATKOWE



W 2024 roku na całym świecie wyprodukowano 275 ton paracetamolu. Szacuje się, że w 2025 roku globalna sprzedaż tego leku osiągnie wartość 11 mld USD.



Historia paracetamolu sięga 1877 roku. Jednak dopiero od 1950 roku zaczął być powszechnie stosowany jako lek przeciwbólowy.



Paracetamol jest głównie metabolizowany w wątrobie. Zatrucie w 1 fazie objawia się nudnościami, wymiotami, bólem brzucha, zmęczeniem i nadmierną potliwością.

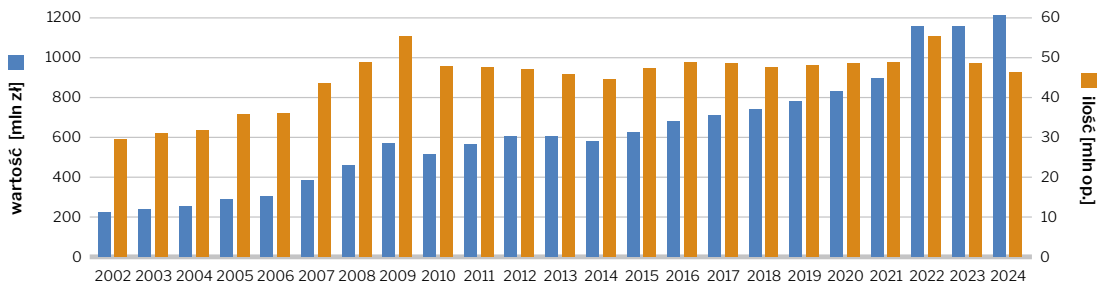


Ok. 500 osób umiera rocznie w USA na skutek niewydolności wątroby po zatruciu paracetamolem. Często są to osoby uzależnione od środków przeciwbólowych.



Także w Polsce rośnie liczba zatruc paracetamolem. Niektóre dane mówią o dwukrotnym wzroście w ostatnich 5 latach.

SPRZEDAŻ ILOŚCIOWA I WARTOŚCIOWA W LATACH 2002-2024





Paracetamol jest jednym z najczęściej stosowanych leków przeciwbólowych oraz przeciwgorączkowych i znajduje się w składzie wielu produktów dostępnych w aptekach bez recepty. Ekspertki OSOZ przeanalizowali rynek paracetamolu od 2002 roku. Wniosek: sprzedaż od lat utrzymuje się na stałym, wysokim poziomie, a 3 lata temu przekroczyła barierę wartości 1 mld zł rocznie.

Opis rynku

W latach 2002–2009 sprzedaż paracetamolu systematycznie wzrastała z roku na rok. W 2002 roku była najniższa i wynosiła 29,37 mln opakowań. W 2007 roku miał miejsce najwyższy wzrost wynoszący 20,76%. W 2009 roku ilość

Tab. 2. Liczba produktów wycofanych z rynku w poszczególnych latach oraz średnia cena dla tych produktów

	Liczba badanych produktów	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
		Produkty będące w ofercie w latach 2002–2024	36	7,81	7,95	8,09	8,37	8,54	8,79	9,08	9,73	10,00	10,86	11,34	11,35	10,90	11,20	11,54	11,95	12,75	13,34	14,55	15,23	16,92
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2023 a nie będące w ofercie w 2024 roku	4	5,58	5,85	6,22	6,21	5,44	5,26	3,96	1,38	1,46	1,75	2,40	2,13	1,43	2,75	2,46	2,83	4,61	5,41	3,94	10,45	14,47	14,07	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2022 a nie będące w ofercie w latach 2023–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2021 a nie będące w ofercie w latach 2022–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2020 a nie będące w ofercie w latach 2021–2024	7	6,33	6,32	6,27	6,32	6,46	6,23	6,25	6,46	6,22	6,55	7,03	6,83	7,35	7,56	8,81	9,69	9,79	10,34	9,79				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2019 a nie będące w ofercie w latach 2020–2024	1	4,41	4,20	3,90	3,87	4,06	3,97	3,90	4,31	4,14	4,07	4,20	4,20	4,20	4,20	4,20	4,20	4,20	4,20	4,20				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2018 a nie będące w ofercie w latach 2019–2024	1	9,26	9,51	12,11	14,91	13,46	15,50	15,53	13,41	15,81	15,84	15,56	15,63	15,48	16,23	16,08	15,27	12,49						
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2017 a nie będące w ofercie w latach 2018–2024	1	32,47	31,82	18,18	4,40	35,39	22,46	27,04	28,86	21,56	39,00	40,56	42,74	42,52	41,77	38,61	37,38							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2016 a nie będące w ofercie w latach 2017–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2015 a nie będące w ofercie w latach 2016–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2014 a nie będące w ofercie w latach 2015–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2013 a nie będące w ofercie w latach 2014–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2012 a nie będące w ofercie w latach 2013–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2011 a nie będące w ofercie w latach 2012–2024	1	2,49	2,47	2,48	2,46	2,40	2,37	2,42	2,40	2,30	2,42													
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2010 a nie będące w ofercie w latach 2011–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2009 a nie będące w ofercie w latach 2010–2024	1	6,79	7,09	7,16	6,97	6,67	6,59	6,94	6,25															
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2008 a nie będące w ofercie w latach 2009–2024	1	14,66	15,13	15,93	15,54	13,35	13,24	16,38																
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2007 a nie będące w ofercie w latach 2008–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2006 a nie będące w ofercie w latach 2007–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2005 a nie będące w ofercie w latach 2006–2024	1	4,13	4,55	4,63	4,69																			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2004 a nie będące w ofercie w latach 2005–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2003 a nie będące w ofercie w latach 2004–2024	1	5,06	5,85																					
Produkty będące w ofercie w 2002 roku a nie będące w ofercie w latach 2003–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–

Wartość sprzedaży w pierwszych latach analiz kształtowała się podobnie jak ilość sprzedaży. W 2002 roku wynosiła 225,66 mln zł. W latach 2007–2009 miały miejsce znaczące wzrosty wynoszące kolejno 27,07%, 19,60% oraz 23,95%. W 2009 roku zanotowano największy spadek wynoszący 9,32%. W kolejnych latach przeważały wzrosty. Największy z nich miał miejsce w 2022 roku i wynosił 29,23%, wówczas wartość sprzedaży paracetamolu zakupionego w aptekach po raz pierwszy przekroczyła 1 mld zł. W 2024 roku pacjenci zapłacili za omawianą grupę leków 1,21 mld zł – o 5,00%

Tab. 3. Roczne zestawienie sprzedaży paracetamolu w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

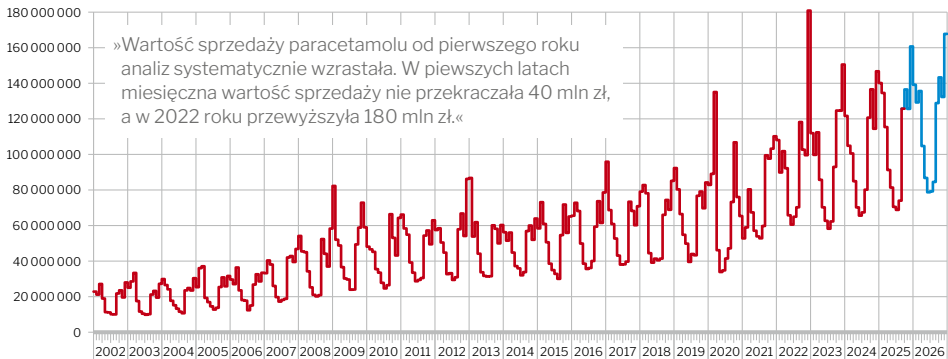
Rok	Wartość sprzedaży (zł)	Liczba sprzedanych opakowań	Średnia cena za pojedyncze opakowanie (zł)	Wartość sprzedaży na jeden produkt (zł)	Liczba sprzedanych opakowań na jeden produkt	Liczba produktów będących w ofercie	Procentowa zmiana wartości w stosunku do roku poprzedniego	Procentowa zmiana liczby w stosunku do roku poprzedniego
2002	225 659 202	29 374 725	7,68	3 091 222	402 393	73	—	—
2003	237 640 916	30 985 854	7,67	3 168 546	413 145	75	5,31%	5,48%
2004	251 177 366	31 820 582	7,89	2 822 218	357 535	89	5,70%	2,69%
2005	289 551 907	35 646 018	8,12	2 838 744	349 471	102	15,28%	12,02%
2006	301 321 103	35 930 299	8,39	2 449 765	292 116	123	4,06%	0,80%
2007	382 878 740	43 390 525	8,82	2 991 240	338 988	128	27,07%	20,76%
2008	457 909 336	48 848 918	9,37	3 270 781	348 921	140	19,60%	12,58%
2009	567 561 499	55 323 156	10,26	3 996 912	389 600	142	23,95%	13,25%
2010	514 686 927	47 715 091	10,79	3 408 523	315 994	151	-9,32%	-13,75%
2011	564 666 598	47 625 102	11,86	3 263 969	275 290	173	9,71%	-0,19%
2012	602 444 821	46 995 528	12,82	2 924 489	228 134	206	6,69%	-1,32%
2013	603 500 898	45 853 493	13,16	2 623 917	199 363	230	0,18%	-2,43%
2014	580 406 221	44 391 833	13,07	2 258 390	172 731	257	-3,83%	-3,19%
2015	626 766 368	47 229 935	13,27	2 321 357	174 926	270	7,99%	6,39%
2016	679 763 501	48 713 884	13,95	2 288 766	164 020	297	8,46%	3,14%
2017	709 760 797	48 447 086	14,65	2 381 748	162 574	298	4,41%	-0,55%
2018	741 239 786	47 619 910	15,57	2 529 829	162 525	293	4,44%	-1,71%
2019	780 429 669	48 041 532	16,24	2 558 786	157 513	305	5,29%	0,89%
2020	831 858 615	48 436 436	17,17	2 858 621	166 448	291	6,59%	0,82%
2021	893 599 515	48 864 207	18,29	3 191 427	174 515	280	7,42%	0,88%
2022	1 154 808 166	55 273 789	20,89	3 849 361	184 246	300	29,23%	13,12%
2023	1 156 033 902	48 503 380	23,83	3 918 759	164 418	295	0,11%	-12,25%
2024	1 213 824 625	46 358 174	26,18	3 992 844	152 494	304	5,00%	-4,42%
2025	1 324 514 728	47 386 485	27,95	—	—	—	9,12%	2,22%
2026	1 410 207 081	47 433 713	29,73	—	—	—	6,47%	0,10%

więcej niż w roku poprzednim oraz o 412,29% więcej niż w 2002 roku.

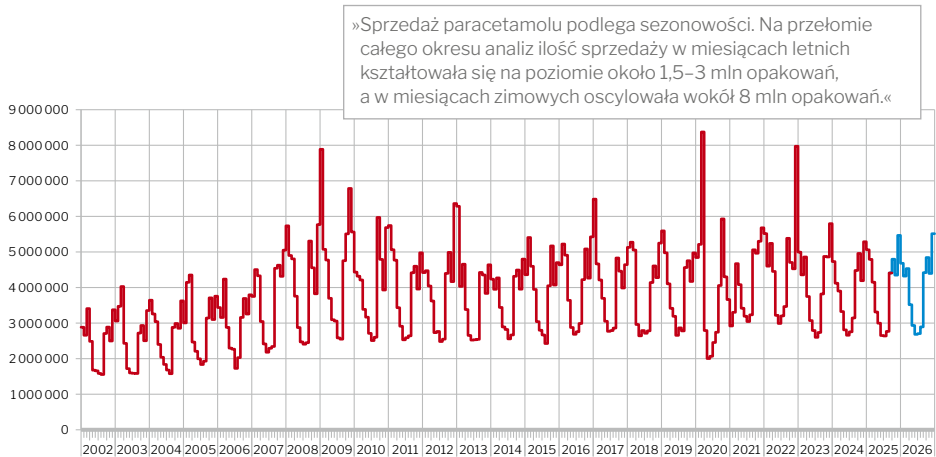
W sezonie letnim pacjenci płacili za leki zawierające paracetamol najniższą kwotę w całym roku. Dla lipca średniomiesięczna wartość sprzedaży wyliczona na podstawie ostatnich 24 lat była najniższa i wynosiła 33,79 mln zł. W miesiącach jesienno-zimowych była najwyższa, zwłaszcza w grudniu, kiedy to wynosiła 73,49 mln zł. W skali pojedynczego miesiąca, najwięcej za zakupiony paracetamol pacjenci zapłacili w grudniu 2022 roku – 180,88 mln zł.

Średnia cena za pojedyncze opakowanie paracetamolu niemal w całym okresie analiz systematycznie wzrastała

Rys. 1. Wartość sprzedaży paracetamolu w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

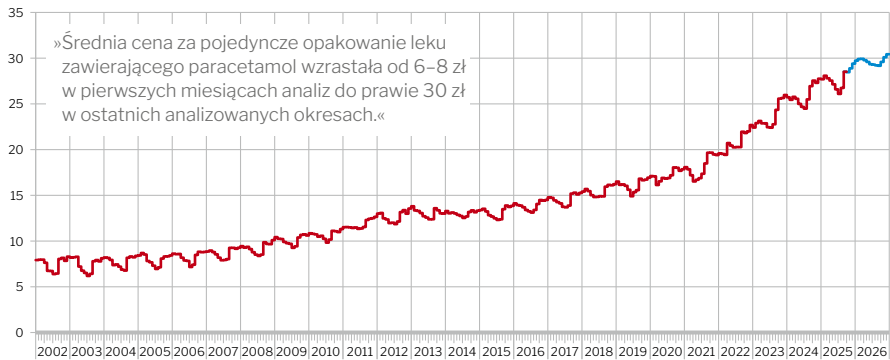


Rys. 2. Liczba opakowań paracetamolu sprzedanych w aptekach w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

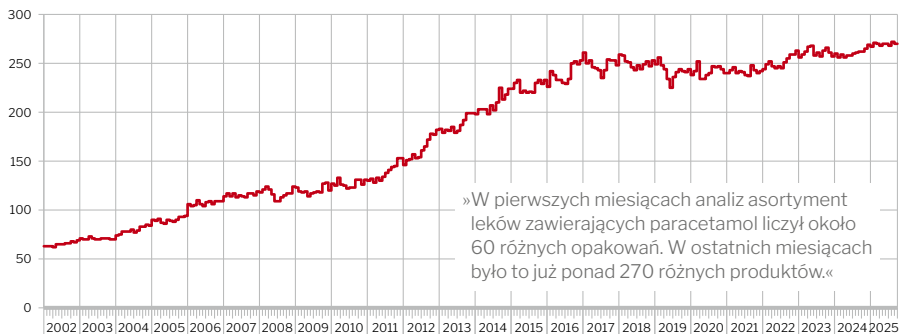


z roku na rok. W pierwszym roku analiz wynosiła 7,68 zł. W 2023 roku, a następnie w 2014 roku miały miejsce niewielkie spadki wynoszące kolejno 0,17% oraz 0,66%. W pozostałych okresach cena wzrastała. Największe wzrosty miały miejsce w latach 2022–2023 i wynosiły 14,25% oraz 14,08%. W minionym roku średnia cena sprzedaży wynosiła 26,18 zł

Rys. 3. Średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie paracetamolu zakupionego w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



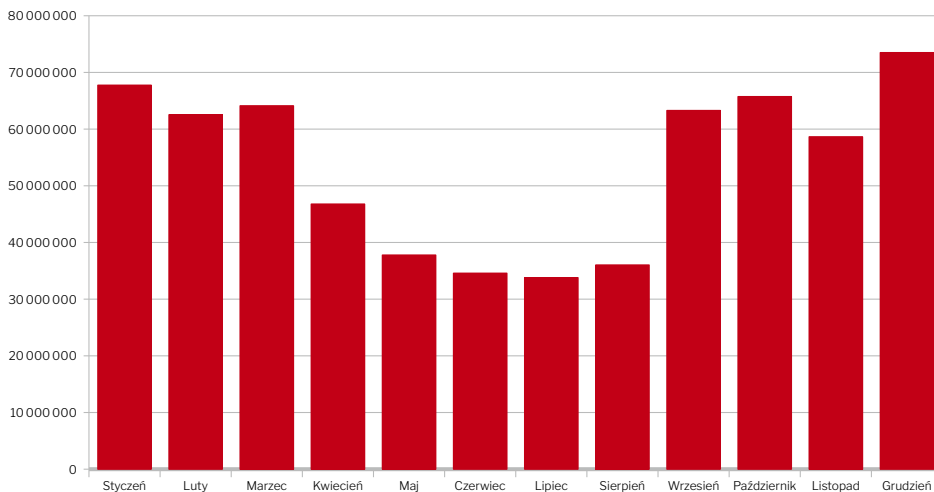
Rys. 4. Liczba różnych opakowań paracetamolu zakupionych w aptekach w latach 2002–2025



i była o 9,86% wyższa niż w roku poprzednim oraz o 210,26% wyższa niż w 2002 roku.

W pierwszym roku analiz pacjenci mogli wybierać spośród 73 różnych produktów zawierających paracetamol i dostępnych w aptekach. Do 2017 roku asortyment stale się poszerzał. Najwięcej nowych produktów (33) pojawiło się na półkach aptecznych w 2012 roku. W 2019 roku liczba produktów z paracetamolem była najwyższa i wynosiła 305 różnych opakowań, a w minionym roku wyniosła 304 opakowania.

Rys. 5. Średnia miesięczna wartość sprzedaży



W 2022 roku sprzedaż paracetamolu osiągnęła drugi najwyższy wynik w całym okresie analiz. W kolejnych dwóch latach miały miejsce spadki. Wartość sprzedaży wzrastała natomiast nieprzerwanie od 2015 roku. Poniżej znajdują się prognozy na pełny rok 2025 oraz na rok 2026.

Trendy przyszłości

W 2025 oraz 2026 roku sprzedaż paracetamolu ukształtuje się na zbliżonym poziomie. W pierwszym roku prognoz wyniesie 47,39 mln opakowań, a w kolejnym 47,43 mln opakowań. Wzrosty liczone rok do roku wyniosą kolejno 2,22% oraz 0,10%.

Na wartości sprzedaży wzrosty będą zdecydowanie większe. Wyniosą kolejno 9,12% oraz 6,47%, co spowoduje, że wartość sprzedaży paracetamolu w 2025 roku ukształtuje się na poziomie 1,32 mld zł, a w 2026 roku – 1,41 mld zł.

Wzrosty będą miały miejsce także w przypadku średniej ceny za pojedyncze opakowanie leku zawierającego paracetamol.

W kolejnych latach prognoz wyniosą kolejno 6,75% oraz 6,36%. Tym samym w 2025 roku pacjenci zapłacą za pojedyncze opakowanie paracetamolu 27,95 zł, a w 2026 roku – 29,73 zł.

Podsumowanie

Zgromadzone dane statystyczne pokazują, że paracetamol jest jednym z najczęściej stosowanych leków w Polsce. W minionym roku sprzedaż wynosiła ponad 46 mln opakowań, co oznacza, że statystyczny pacjent zakupił ponad jedno opakowanie leku z paracetamolem. Średnia cena pojedynczego opakowania wynosiła ponad 26 zł, a wartość sprzedaży omawianej grupy leków przewyższyła 1,2 mld zł. Dodatkowo prognozy wyliczone na 2025 i 2026 rok pokazują, że zarówno ilość, jak i wartość sprzedaży w najbliższych latach będą wzrastać. Trend rosnący będzie kontynuowany także w przypadku średniej ceny za pojedyncze opakowanie.

Sprzedaż paracetamolu jak w lustrze odbija sytuację epidemiologiczną, bo pacjenci sięgają po niego najczęściej aby zbić gorączkę oraz pozbyć się bólu głowy i mięśni w czasie infekcji wirusowych jak grypa czy przeziębienie. O ile w ostatnich 10 latach sprzedaż utrzymywała się na stałym poziomie 46 – 48 mln opakowań rocznie, to w 2022 roku obserwujemy bezprecedensowy wzrost do 55 mln opakowań. Wynika to z bardzo silnego sezonu grypowego, który powrócił wraz ze zniesieniem zasad dystansu społecznego wprowadzonych wraz z pandemią COVID-19. Liczba chorych w sezonie grypy 2022–2023 wyniosła prawie 5,8 mln. Należy pamiętać, że całkowita sprzedaż paracetamolu jest jeszcze większa, bo środki z nim dostępne są też poza aptekami. ●

Metodologia prognoz

Prognozy dotyczące sprzedaży paracetamolu w latach 2025 i 2026 zostały wyliczone przy zastosowaniu modelu wykładniczego Browna. Założono także, że nie pojawiają się czynniki, które mogłyby spowodować niespodziewane wahania na sprzedaży analizowanej grupy leków.

RAPORT SPECJALNY

42

APLIKACJE

DLA ZDROWIA

CZASOPISMO O CYFRYZACJI OCHRONY ZDROWIA

OSOZ

RAPORT SPECJALNY

ISSN 1897-5828



POBIERZ ZA DARMO



SPRAWDŹ
NOWE WYDANIE
OSOZ

42

APLIKACJE DLA ZDROWIA

Wizyta lekarska i leki
Choroby przewlekłe
Monitoring zdrowia
Zdrowe nawyki
Fitness i sport
Dobry nastrój
Edukacja
Dieta

POLECAMY
VISIMED

Umawiaj wizyty.
Rezerwuj leki.
Zarządzaj zdrowiem.

STR. 12

Sprzedaż środków homeopatycznych



Homeopatia to jedna z najbardziej kontrowersyjnych metod leczenia. Wynaleziona w 1796 roku i stosowana na całym świecie nigdy nie doczekała się potwierdzenia skuteczności w badaniach naukowych (oprócz efektu placebo). Mimo to, ma swoje grono zwolenników, a każdy kraj inaczej podchodzi do stosowania środków z tej grupy. W Polsce leki homeopatyczne nie są refundowane przez NFZ, a Naczelna Izba Lekarska od lat stoi na stanowisku, że ich stosowanie jest niezgodne z aktualną wiedzą medyczną – lekarze nie mogą stosować metod bezwartościowych zdrowotnie, jaką jest homeopatia. Ale niektóre kraje nadal refundują stosowanie homeopatii, w tym m.in. Austria, Niemcy, Szwajcaria, czy Francja. Światowy rynek leków homeopatycznych wyceniany jest na ok. 10 mld USD i rośnie w tempie 12% rocznie, napędzany zwłaszcza sprzedażą w krajach rozwijających się jak Ameryka Południowa. W Polsce można mówić o końcu popularności homeopatii – w okresie 20 lat sprzedaż spadła pięciokrotnie i trend malejącego popytu nadal się utrzymuje. W 2024 roku Polacy kupili w aptekach 3,12 mln opakowań środków homeopatycznych. Mimo dużych wzrostów cen, wartość sprzedaży także szybko topnieje. Wiodącymi producentami są Boiron, Hyland, Heel, Hahnemann.

WSKAŹNIKI SPRZEDAŻY APTECZNEJ. ROK 2024 | ZMIANA % W STOSUNKU DO ROKU 2002

WARTOŚĆ SPRZEDAŻY



87 114 381 zł

↓ 47%

ILOŚĆ SPRZEDAŻY



3 120 788

↓ 80%

ASORTYMENT



1151

↓ 65%

ŚREDNIA CENA



27,91 zł

↑ 160%

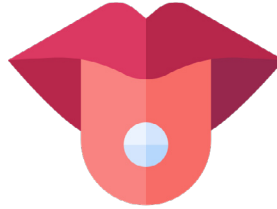
*Inflacja skumulowana w tym okresie: 50%
(1000 zł z 2002 roku jest warte 506 zł w grudniu 2023)*

INFORMACJE DODATKOWE



W homeopatii środki lecznicze są często rozcieńczane tak wiele razy, że prawdopodobnie nie pozostaje ani jedna cząsteczka pierwotnej substancji czynnej.

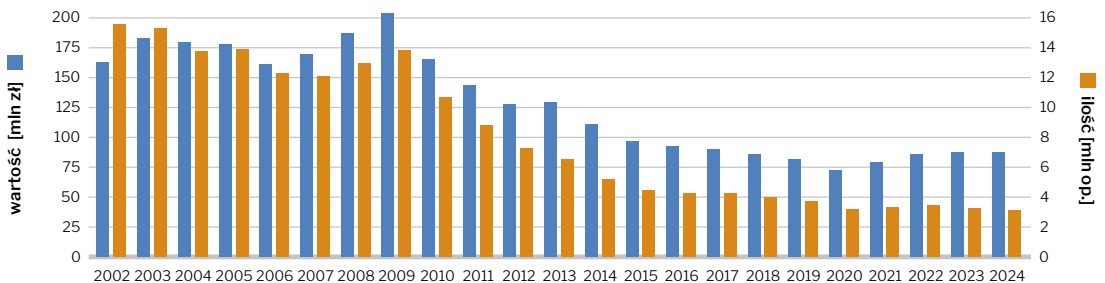
Na przykład, rozcieńczenie 30C (powszechnie sprzedawana postać) oznacza, że substancja została rozcieńczona w stosunku 1:100, trzydzieści razy z rzędu – można to porównać do rozcieńczenia jednej kropli substancji w objętości wody większej niż cała woda, jaka występuje w znanym wszechświecie.



Produkty homeopatyczne przygotowuje się najczęściej na bazie takich roślin jak czerwona cebula, arnika (zioło górskie), trujący bluszcz, belladonna (czerwień sosnowa) i pokrzywa; minerałów, jak np. biały arsen oraz zwierząt, np. zmiażdżone całe pszczoły.

Najpopularniejszą formą są cukrowe granulki, które umieszcza się pod językiem. Składają się one głównie z mieszanki laktozy i sacharozy.

SPRZEDAŻ ILOŚCIOWA I WARTOŚCIOWA W LATACH 2002–2024





Pomimo wielu kontrowersji, leki homeopatyczne cieszą się popularnością w wielu krajach, w tym również w Polsce. Eksperti OSOZ przeanalizowali ten rynek na przestrzeni ostatnich 24 lat i wyodrębnili kilka wyraźnych trendów.

Opis rynku

W 2002 roku w aptekach sprzedano 15,53 mln opakowań leków homeopatycznych, najwięcej w całym analizowanym okresie. W kolejnych latach, z roku na rok, sprzedaż głównie spadała. Najbardziej znaczące spadki miały miejsce w latach 2010–2015, a największy z nich wyniósł 22,72% (w 2010 roku). Wzrosty występowały sporadycznie, a największe

Tab. 2. Liczba produktów wycofanych z rynku w poszczególnych latach oraz średnia cena dla tych produktów

	Liczba badanych produktów	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
		Produkty będące w ofercie w latach 2002–2024	92	8,96	10,22	10,84	10,94	11,28	12,36	12,71	13,20	13,47	14,06	15,19	16,64	18,68	19,83	19,69	19,66	19,79	20,20	21,23	22,75	23,74
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2023 a nie będące w ofercie w 2024 roku	3	18,91	20,51	23,67	25,13	25,69	26,49	27,05	27,56	28,97	24,98	21,10	30,73	26,27	22,51	20,29	21,11	18,18	18,02	18,18	27,21	26,53	38,62	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2022 a nie będące w ofercie w latach 2023–2024	10	8,06	8,42	9,08	10,67	10,55	11,46	15,31	20,27	22,06	20,63	22,65	24,21	24,69	24,63	35,00	36,16	38,07	39,01	39,89	39,79	20,99		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2021 a nie będące w ofercie w latach 2022–2024	4	14,70	15,51	18,07	20,04	20,54	20,56	18,57	19,25	20,47	22,70	26,35	28,26	24,96	28,96	27,43	25,17	26,15	26,59	35,95	43,84			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2020 a nie będące w ofercie w latach 2021–2024	7	15,96	20,36	23,92	22,51	22,63	24,57	26,77	31,26	31,49	43,05	49,16	57,06	53,23	55,69	57,31	56,23	54,11	34,14	46,53				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2019 a nie będące w ofercie w latach 2020–2024	13	10,07	10,12	10,94	10,94	10,82	11,27	12,06	12,28	13,59	14,16	17,35	19,09	20,64	20,17	21,27	22,47	23,88	18,90					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2018 a nie będące w ofercie w latach 2019–2024	11	12,42	13,79	14,82	15,56	16,00	16,94	17,82	19,23	20,33	21,38	23,33	19,60	19,77	22,37	26,65	21,64	21,09						
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2017 a nie będące w ofercie w latach 2018–2024	16	8,99	9,28	9,88	9,76	9,92	9,32	10,48	10,89	11,63	12,64	13,77	15,12	15,63	15,01	16,34	14,27							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2016 a nie będące w ofercie w latach 2017–2024	25	7,63	8,53	9,70	9,54	10,31	10,78	12,90	15,55	13,86	14,30	14,98	15,79	16,56	13,87	9,37								
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2015 a nie będące w ofercie w latach 2016–2024	58	10,46	14,44	17,49	17,70	19,63	21,05	22,55	23,76	24,43	25,07	25,72	26,40	25,97	26,49									
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2014 a nie będące w ofercie w latach 2015–2024	91	11,94	12,53	13,74	13,20	13,14	13,67	14,09	14,78	16,06	16,83	19,39	17,62	11,87										
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2013 a nie będące w ofercie w latach 2014–2024	72	20,22	21,56	25,39	27,75	37,09	30,89	32,75	36,33	41,05	51,69	52,12	45,54											
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2012 a nie będące w ofercie w latach 2013–2024	101	18,72	19,77	20,80	20,29	20,53	20,57	21,02	28,42	40,38	51,24	32,99												
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2011 a nie będące w ofercie w latach 2012–2024	124	18,35	17,93	18,96	18,93	19,89	21,10	23,55	26,94	28,70	27,56													
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2010 a nie będące w ofercie w latach 2011–2024	99	10,40	11,25	12,51	12,97	13,49	14,68	15,38	18,28	19,18														
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2009 a nie będące w ofercie w latach 2010–2024	80	13,91	15,58	17,56	17,11	15,97	17,34	18,06	19,29															
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2008 a nie będące w ofercie w latach 2009–2024	109	13,69	15,98	17,77	18,05	19,34	22,92	23,76																
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2007 a nie będące w ofercie w latach 2008–2024	167	15,46	18,67	19,13	17,19	18,10	21,89																	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2006 a nie będące w ofercie w latach 2007–2024	230	14,45	12,21	14,50	13,34	13,08																		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2005 a nie będące w ofercie w latach 2006–2024	149	7,59	8,72	9,87	7,75																			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2004 a nie będące w ofercie w latach 2005–2024	80	14,78	17,90	16,84																				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2003 a nie będące w ofercie w latach 2004–2024	104	17,29	16,09																					
Produkty będące w ofercie w 2002 roku a nie będące w ofercie w latach 2003–2024	269	15,31																						

największy spadek wynoszący 18,56%. Najistotniejszy wzrost miał natomiast miejsce w 2003 roku i wyniósł 12,30%.

W 2020 roku pacjenci zapłacili za leki homeopatyczne najniższą kwotę, równą 72,07 mln zł. W minionym roku wartość sprzedaży wyniosła 87,11 mln zł – była o 0,01% niższa niż w roku poprzednim oraz o 46,53% niższa niż w 2002 roku.

Średniomiesięczna wartość sprzedaży leków homeopatycznych była najwyższa w miesiącach jesienno-zimowych. Dla miesięcy od stycznia do marca oraz od września do grudnia

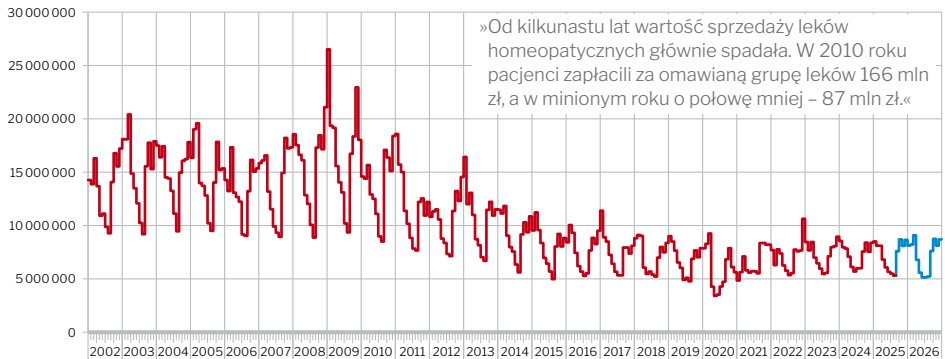
Tab. 3. Roczne zestawienie sprzedaży leków homeopatycznych w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

Rok	Wartość sprzedaży (zł)	Liczba sprzedanych opakowań	Średnia cena za pojedyncze opakowanie (zł)	Wartość sprzedaży na jeden produkt (zł)	Liczba sprzedanych opakowań na jeden produkt	Liczba produktów będących w ofercie	Procentowa zmiana wartości w stosunku do roku poprzedniego	Procentowa zmiana liczby w stosunku do roku poprzedniego
2002	162 932 398	15 532 728	10,49	50 334	4 798	3 237	—	—
2003	182 975 004	15 313 186	11,95	50 629	4 237	3 614	12,30%	-1,41%
2004	179 137 971	13 748 502	13,03	52 533	4 032	3 410	-2,10%	-10,22%
2005	177 610 504	13 905 157	12,77	39 373	3 082	4 511	-0,85%	1,14%
2006	160 761 323	12 256 135	13,12	52 778	4 024	3 046	-9,49%	-11,86%
2007	169 115 694	12 111 655	13,96	70 056	5 017	2 414	5,20%	-1,18%
2008	186 650 832	12 965 302	14,40	71 679	4 979	2 604	10,37%	7,05%
2009	203 327 426	13 824 912	14,71	67 483	4 588	3 013	8,93%	6,63%
2010	165 585 030	10 684 204	15,50	56 226	3 628	2 945	-18,56%	-22,72%
2011	143 089 110	8 826 551	16,21	55 013	3 394	2 601	-13,59%	-17,39%
2012	127 272 600	7 261 744	17,53	58 036	3 311	2 193	-11,05%	-17,73%
2013	129 231 877	6 514 002	19,84	69 182	3 487	1 868	1,54%	-10,30%
2014	110 661 970	5 197 777	21,29	65 480	3 076	1 690	-14,37%	-20,21%
2015	96 859 321	4 420 969	21,91	71 801	3 277	1 349	-12,47%	-14,94%
2016	92 184 014	4 225 274	21,82	78 255	3 587	1 178	-4,83%	-4,43%
2017	90 136 502	4 222 742	21,35	80 695	3 780	1 117	-2,22%	-0,06%
2018	85 631 797	3 953 857	21,66	85 889	3 966	997	-5,00%	-6,37%
2019	81 937 225	3 737 867	21,92	82 681	3 772	991	-4,31%	-5,46%
2020	72 071 612	3 166 212	22,76	70 245	3 086	1 026	-12,04%	-15,29%
2021	79 060 957	3 300 090	23,96	70 339	2 936	1 124	9,70%	4,23%
2022	85 686 540	3 438 624	24,92	76 987	3 090	1 113	8,38%	4,20%
2023	87 126 216	3 278 411	26,58	76 899	2 894	1 133	1,68%	-4,66%
2024	87 114 381	3 120 788	27,91	75 686	2 711	1 151	-0,01%	-4,81%
2025	87 089 341	3 007 144	28,96	—	—	—	-0,03%	-3,64%
2026	86 457 987	2 904 097	29,77	—	—	—	-0,72%	-3,43%

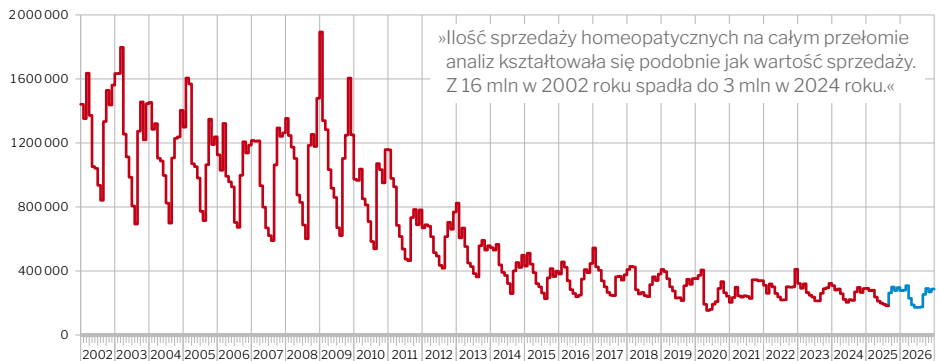
przekraczała 11 mln zł. Najwyższa była jednak dla stycznia i wynosiła 12,77 mln zł. W pozostałych miesiącach (od kwietnia do sierpnia) średniomiesięczna wartość sprzedaży dla każdego kolejnego miesiąca była coraz niższa. W sierpniu była najniższa i wyniosła 6,99 mln zł.

Średnia cena za pojedyncze opakowanie produktu homeopatycznego dostępnego w aptece w 2002 roku wynosiła 10,49 zł i była najniższa w całym okresie analiz. Niemal we wszystkich kolejnych latach wzrastała licząc rok do roku. Wyjątkiem był tylko rok 2005 oraz lata 2016–2017, kiedy to spadki sięgnęły 2,16%. W pozostałych latach cena wzrastała. Największe wzrosty miały miejsce w 2003 oraz w 2013 roku

Rys. 1. Wartość sprzedaży leków homeopatycznych w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



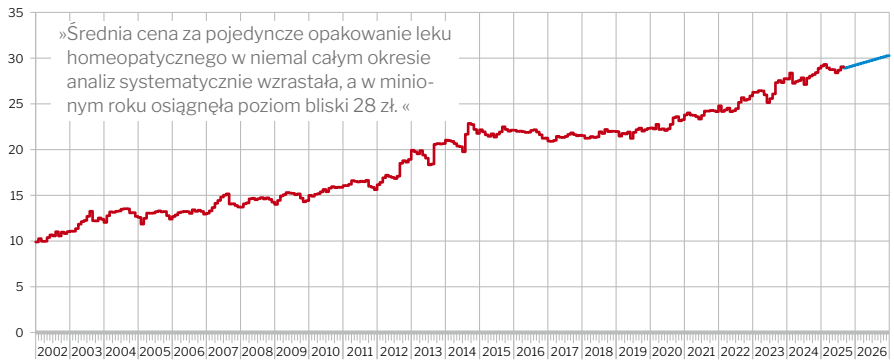
Rys. 2. Liczba opakowań leków homeopatycznych sprzedanych w aptekach w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



i wynosiły kolejno 13,91% oraz 13,20%. W 2024 roku średnia cena ukształtowała się na poziomie 27,91 zł. Była o 5,04% wyższa niż w poprzednim roku oraz o 153,35% wyższa niż w pierwszym roku analiz.

Asortyment leków na homeopatię był liczny w każdym roku analiz. Najwięcej różnych produktów z omawianej grupy można było znaleźć na półkach aptecznych w 2005 roku,

Rys. 3. Średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie leku homeopatycznego zakupionego w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



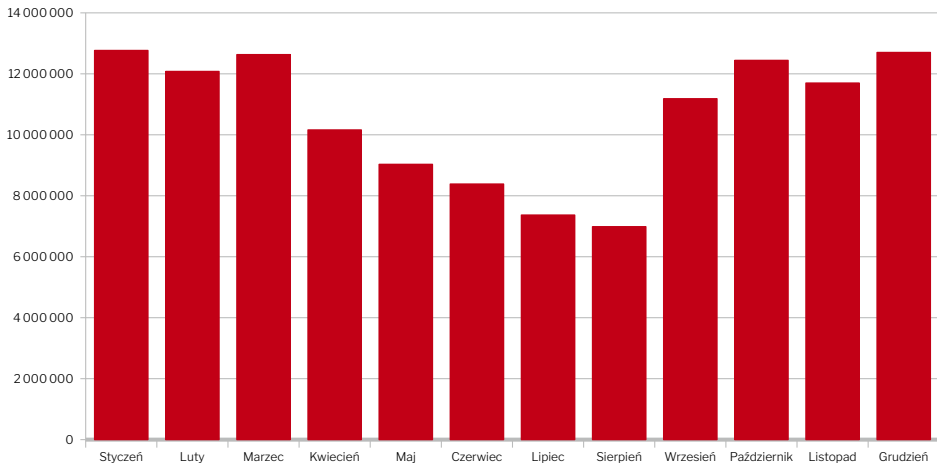
Rys. 4. Liczba różnych opakowań leków homeopatycznych zakupionych w aptekach w latach 2002–2025



dokładnie 4511 różnych opakowań. W ostatnich latach asortyment był znacznie mniej liczny, zwłaszcza w 2018 i 2019 roku, gdy liczył 997 i 991 różnych produktów.

Od kilkunastu lat ilość i wartość sprzedaży leków homeopatycznych spada. Wzrasta za to średnia cena za pojedyncze opakowanie zakupione w aptece. Poniżej znajdują się prognozy na lata 2025–2026.

Rys. 5. Średnia miesięczna wartość sprzedaży



Trendy przyszłości

Obliczone prognozy pokazują, że sprzedaż leków homeopatycznych w aptekach w latach 2025–2026 nadal będzie spadać. W 2025 roku ilość sprzedaży wyniesie 3,01 mln opakowań i będzie o 3,64% niższa niż w roku poprzednim. W kolejnym roku spadek będzie podobny, wyniesie 3,43%, a sprzedaż ukształtuje się na poziomie 2,90 mln opakowań.

Podobnie będzie w przypadku wartości sprzedaży. Pierwszy rok prognoz będzie oznaczał spadek o 0,03% i wartość sprzedaży na poziomie 87,09 mln zł. Drugi rok prognoz przyniesie ze sobą spadek o 0,72% oraz wartość sprzedaży równą 86,46 mln zł.

Inaczej będzie w przypadku średniej ceny, która będzie wzrastać, tak jak w ostatnich latach. W 2025 roku wzrost wyniesie 3,75%, a w 2026 roku – 2,80%. Tym samym w kolejnych latach prognoz cena za pojedyncze opakowanie leku homeopatycznego będzie równa 28,96 zł i 29,77 zł.

Podsumowanie

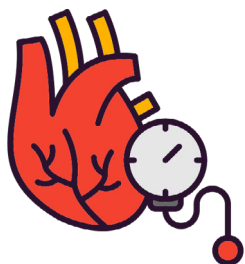
Stosowanie leków homeopatycznych jest formą medycyny alternatywnej, która opiera się na zasadzie pamięci wody. Zgodnie z nią, substancje, które w dużych dawkach szkodzą, w niewielkich dawkach mogą leczyć. Korzyści tej metody nie udało się udowodnić w badaniach naukowych (poza efektem placebo).

Statystyki pokazują wyraźnie, że popularność leków homeopatycznych mocno spada, a w raz z nią sprzedaż i asortyment. W 2002 roku apteki sprzedawały ponad 15 mln opakowań, a w 2024 roku – pięć razy mniej. Także trzykrotny spadek zanotowała liczba produktów dostępnych na półkach aptecznych. Z kolei niemal trzykrotnie wzrosła w tym okresie cena – podwyżki mają zrekompensować producentom straty wynikające z malejącego popytu. Nic nie wskazuje, że te trendy się odwrócą. Spadki będą kontynuowane, choć już nie w takim tempie jak wcześniej, i w ten sposób sprzedaż utrzyma się w okolicach 3 mln opakowań. Jedno jest pewne: moda na homeopatię przeminęła bezpowrotnie. ●

Metodologia prognoz

Prognozy sprzedaży leków homeopatycznych na lata 2025 i 2026 zostały wyliczone przy zastosowaniu modelu wygładzenia wykładniczego Browna. Dodatkowo założono, że nie pojawią się żadne czynniki, które mogłyby spowodować niespodziewane wahania na sprzedaży analizowanej grupy leków.

Sprzedaż leków na nadciśnienie



W Polsce na nadciśnienie tętnicze (hipertensję) choruje ok. 11 mln Polaków (42% mężczyzn i 33% kobiet), w tym nawet połowa osób w wieku powyżej 65 r.ż. Z roku na rok liczba ta rośnie. O chorobie mówi się, gdy pomiar ciśnienia przekracza 140/90 mmHg (dla pomiarów domowych 135/85 mmHg). Choroba może rozwijać się latami, nie dając żadnych objawów i jest często diagnozowana, gdy dojdzie do zawału serca albo udaru. Szacuje się, że co drugi pacjent nie wie, że jest chory. Ciśnienie krwi można obniżyć zmieniając styl życia, w tym ograniczając spożycie soli, uprawiając sport (minimum 30 minut ruchu dziennie), unikając siedzącego trybu życia, redukując masę ciała i zdrowo się odżywiając. Choroba kilkakrotnie zwiększa ryzyko udaru oraz zawału serca, dlatego czasami konieczne jest zastosowanie leków obniżających ciśnienie krwi. Aby były skuteczne, muszą być jednak zażywane regularnie. Niestety, szacuje się że nawet połowa pacjentów z hipertensją nie stosuje się do zaleceń lekarza. Według danych NFZ, co czwarty pacjent nie wykupuje przepisanej recepty. Ponad 90 tysięcy Polaków umiera co roku z powodu chorób układu krążenia wywołanych nadciśnieniem tętniczym. Według danych WHO, 1,28 mld osób na świecie ma hipertensję. Tylko 1 na 5 osób ma regularnie kontrolowane ciśnienie. Co roku choroba prowadzi do 10,8 mln zgonów, którym można by zapobiec. Do tego dochodzą miliony pacjentów, którzy w wyniku udaru lub zawału serca doznają znacznego ubytku na zdrowiu.

WSKAŹNIKI SPRZEDAŻY APTECZNEJ. ROK 2024 | ZMIANA % W STOSUNKU DO ROKU 2008

WARTOŚĆ SPRZEDAŻY



155 783 774 zł

↑ 34%

ILOŚĆ SPRZEDAŻY



5 873 920

↑ 24%

ASORTYMENT



80

↓ 8%

ŚREDNIA CENA



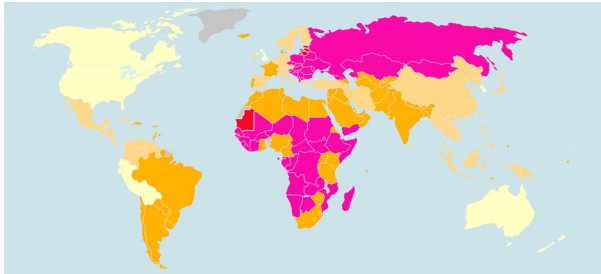
26,52 zł

↓ 8%

Inflacja skumulowana w tym okresie: 111%
(1000 zł z 2002 roku jest warte 473 zł w sierpniu 2025)

INFORMACJE DODATKOWE

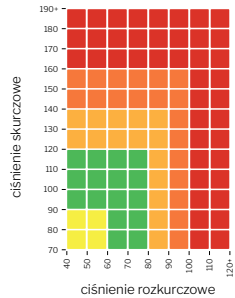
% mężczyzn z nadciśnieniem tętniczym. Polska należy do krajów o wysokiej częstości występowania m.in. ze względu na dietę bogatą w sól.



Częstotliwość występowania nadciśnienia:

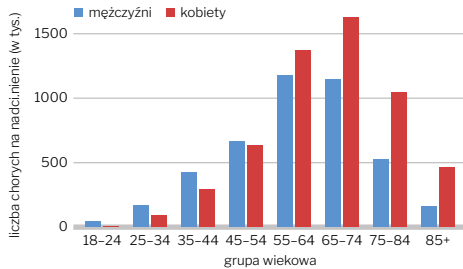
<20% 20-24,9% 25-29,9% 30-34,9% >35% brak danych albo nie dotyczy

Tabela ciśnienia. Granicą dla normalnego ciśnienia jest 140/90 mmHg.

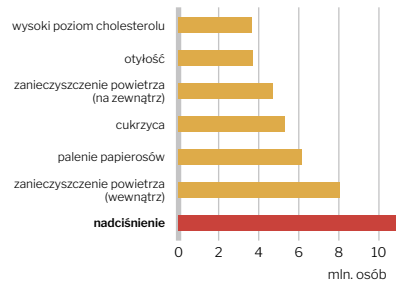


niskie w normie stan przednadciśnieniowy nadciśnienie faza 1 nadciśnienie faza 2

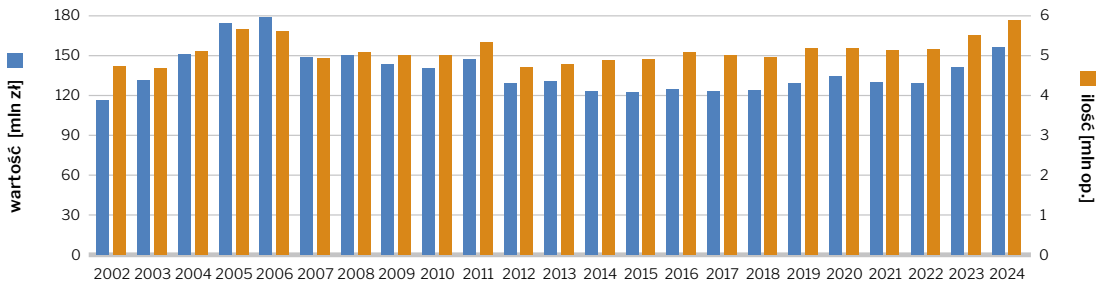
Liczba osób chorych na nadciśnienie tętnicze wg płci i grup wiekowych (NFZ, 2018 r.)



Liczba zgonów na świecie z powodu różnych czynników ryzyka (w mln. osób, 2021 r.)



SPRZEDAŻ ILOŚCIOWA I WARTOŚCIOWA W LATACH 2002-2024





Nadciśnienie to jedna z najczęściej występujących chorób na całym świecie. Nielezione może prowadzić do poważnych powikłań, jak na przykład zawał serca czy udar mózgu. Jeśli zmiana stylu życia nie spowoduje obniżenia ciśnienia, lekarz może zalecić leki. Te pomagają skutecznie obniżyć ciśnienie tętnicze i utrzymać je na bezpiecznym poziomie. Ekspertki OSOZ przeanalizowali sprzedaż leków z tej grupy sprzedawanych w aptekach (grupa ATC C02).

Opis rynku

W pierwszym roku analiz, czyli w 2002 roku, sprzedaż leków na nadciśnienie osiągnęła 4,72 mln opakowań. W kolejnym roku spadła o 1,08% i ukształtowała się na najniższym poziomie 4,67 mln opakowań. W następnych latach wzrosty

Tab. 2. Liczba produktów wycofanych z rynku w poszczególnych latach oraz średnia cena dla tych produktów

	Liczba badanych produktów	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
		Produkty będące w ofercie w latach 2002–2024	21	32,91	35,50	34,10	33,99	32,42	29,58	28,14	26,69	26,11	25,56	25,95	25,68	23,33	23,21	22,86	22,93	23,44	23,43	24,65	24,32	23,63
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2023 a nie będące w ofercie w 2024 roku	1	77,53	80,66	84,05	111,11	124,01	119,28	127,62	127,69	159,24	140,04	89,85	102,00	86,22	88,72	87,13	87,40	82,50	85,47	84,32	77,52	78,69	80,98	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2022 a nie będące w ofercie w latach 2023–2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2021 a nie będące w ofercie w latach 2022–2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2020 a nie będące w ofercie w latach 2021–2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2019 a nie będące w ofercie w latach 2020–2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2018 a nie będące w ofercie w latach 2019–2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2017 a nie będące w ofercie w latach 2018–2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2016 a nie będące w ofercie w latach 2017–2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2015 a nie będące w ofercie w latach 2016–2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2014 a nie będące w ofercie w latach 2015–2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2013 a nie będące w ofercie w latach 2014–2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2012 a nie będące w ofercie w latach 2013–2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2011 a nie będące w ofercie w latach 2012–2024	1	9,17	8,43	7,02	8,38	8,79	7,60	5,54	5,34	4,85	4,49													
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2010 a nie będące w ofercie w latach 2011–2024	2	34,96	35,90	35,54	35,64	33,10	30,82	30,61	30,60	25,18														
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2009 a nie będące w ofercie w latach 2010–2024	1	6,56	6,18	7,15	10,44	13,66	16,24	18,58	28,44															
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2008 a nie będące w ofercie w latach 2009–2024	3	11,09	12,45	11,85	10,44	3,91	22,46	24,65																
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2007 a nie będące w ofercie w latach 2008–2024	2	8,21	8,44	8,13	8,06	3,10	7,39																	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2006 a nie będące w ofercie w latach 2007–2024	1	26,00	25,99	25,71	23,75	35,21																		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2005 a nie będące w ofercie w latach 2006–2024	1	12,83	13,29	13,20	12,26																			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2004 a nie będące w ofercie w latach 2005–2024	4	66,08	12,70	15,99																				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2003 a nie będące w ofercie w latach 2004–2024	7	22,11	11,79																					
Produkty będące w ofercie w 2002 roku a nie będące w ofercie w latach 2003–2024	7	16,83																						

w całym okresie analiz, które wynosiły kolejno 13,08%, 14,67% oraz 15,59%. Tym samym, w 2006 roku wartość sprzedaży ukształtowała się na poziomie 178,54 mln zł i była najwyższa w całym okresie analiz. W roku 2007 miał natomiast miejsce największy spadek wynoszący 16,69%. Kolejny duży spadek wystąpił w 2012 roku i był równy 12,38%. W pozostałych latach, podobnie jak w przypadku ilości sprzedaży, także i dla wartości sprzedaży przeplatały się ze sobą wzrosty i spadki. W minionym roku, za leki na nadciśnienie zakupione w aptekach pacjenci zapłacili 155,78 mln zł – o 10,16% więcej niż w roku poprzednim oraz o 21,65% więcej niż w 2002 roku.

Tab. 3. Roczne zestawienie sprzedaży leków na nadciśnienie w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

Rok	Wartość sprzedaży (zł)	Liczba sprzedanych opakowań	Średnia cena za pojedyncze opakowanie (zł)	Wartość sprzedaży na jeden produkt (zł)	Liczba sprzedanych opakowań na jeden produkt	Liczba produktów będących w ofercie	Procentowa zmiana wartości w stosunku do roku poprzedniego	Procentowa zmiana liczby w stosunku do roku poprzedniego
2002	116 257 079	4 721 453	24,62	1 336 288	54 270	87	—	—
2003	131 469 052	4 670 239	28,15	1 565 108	55 598	84	13,08%	-1,08%
2004	150 757 860	5 110 111	29,50	1 816 360	61 568	83	14,67%	9,42%
2005	174 267 094	5 664 636	30,76	2 292 988	74 535	76	15,59%	10,85%
2006	178 538 289	5 612 675	31,81	2 445 730	76 886	73	2,45%	-0,92%
2007	148 734 161	4 928 681	30,18	2 253 548	74 677	66	-16,69%	-12,19%
2008	150 100 444	5 074 357	29,58	2 345 319	79 287	64	0,92%	2,96%
2009	143 541 452	5 015 013	28,62	2 658 175	92 871	54	-4,37%	-1,17%
2010	140 517 351	5 001 177	28,10	2 465 217	87 740	57	-2,11%	-0,28%
2011	147 218 753	5 332 682	27,61	2 582 785	93 556	57	4,77%	6,63%
2012	128 994 300	4 698 765	27,45	2 687 381	97 891	48	-12,38%	-11,89%
2013	130 660 540	4 789 935	27,28	2 512 703	92 114	52	1,29%	1,94%
2014	123 115 605	4 891 836	25,17	2 122 683	84 342	58	-5,77%	2,13%
2015	122 370 014	4 894 546	25,00	2 224 909	88 992	55	-0,61%	0,06%
2016	124 615 873	5 081 212	24,52	2 009 933	81 955	62	1,84%	3,81%
2017	122 714 990	4 997 490	24,56	2 045 250	83 291	60	-1,53%	-1,65%
2018	124 030 098	4 944 153	25,09	1 722 640	68 669	72	1,07%	-1,07%
2019	128 780 573	5 190 041	24,81	1 813 811	73 099	71	3,83%	4,97%
2020	133 964 242	5 187 342	25,83	1 860 614	72 046	72	4,03%	-0,05%
2021	129 767 233	5 125 032	25,32	1 642 623	64 874	79	-3,13%	-1,20%
2022	129 180 035	5 168 940	24,99	1 502 093	60 104	86	-0,45%	0,86%
2023	141 414 718	5 517 724	25,63	1 836 555	71 659	77	9,47%	6,75%
2024	155 783 774	5 873 920	26,52	1 947 297	73 424	80	10,16%	6,46%
2025	170 299 484	6 231 546	27,33	—	—	—	9,32%	6,09%
2026	171 573 115	6 312 874	27,18	—	—	—	0,75%	1,31%

Średniomiesięczna wartość sprzedaży wyliczona na podstawie ostatnich dwudziestu czterech lat pokazuje, że sprzedaż leków na nadciśnienie nie podlega sezonowości. Najwięcej za leki z omawianej grupy pacjenci płacili w marcu, październiku i grudniu. Średniomiesięczna wartość sprzedaży dla tych miesięcy wynosiła kolejno 12,24 mln zł, 12,18 mln zł oraz 12,19 mln zł. W styczniu, lutym i sierpniu pacjenci płacili najmniej za leki na nadciśnienie – średnio 11,06 mln zł, 11,00 mln zł oraz 10,92 mln zł. Najwięcej za omawianą grupę leków pacjenci zapłacili w 2006 roku, szczególnie w marcu – 18,82 mln zł.

Asortyment leków na nadciśnienie w pierwszych i w ostatnich latach analiz był wyrównany i liczył około 80 opakowań.

Rys. 1. Wartość sprzedaży leków na nadciśnienie w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



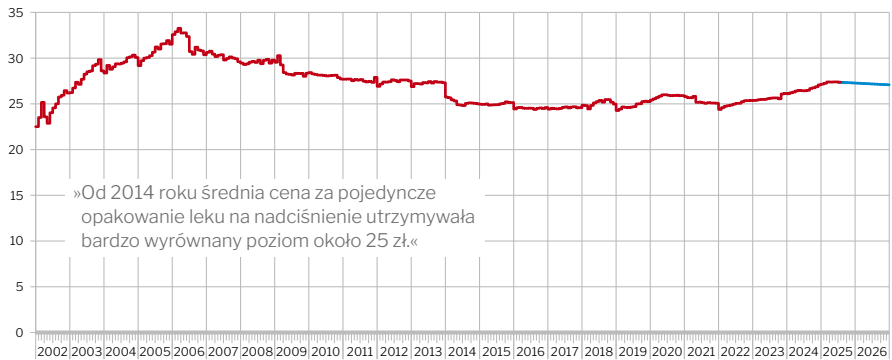
Rys. 2. Liczba opakowań leków na nadciśnienie sprzedanych w aptekach w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



Najmniej różnych leków na nadciśnienie pacjenci mieli do wyboru w 2012 roku – 48 produktów, a najczęściej w 2002 oraz 2022 roku – kolejno 87 i 86 produktów.

Średnia cena za pojedyncze opakowanie leków na nadciśnienie w pierwszym roku analiz wynosiła 24,62 zł. W kolejnych latach wzrastała. Największy wzrost miał miejsce w 2003 roku i wyniósł 14,32%. W 2006 roku średnia cena była

Rys. 3. Średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie leku na nadciśnienie zakupionego w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



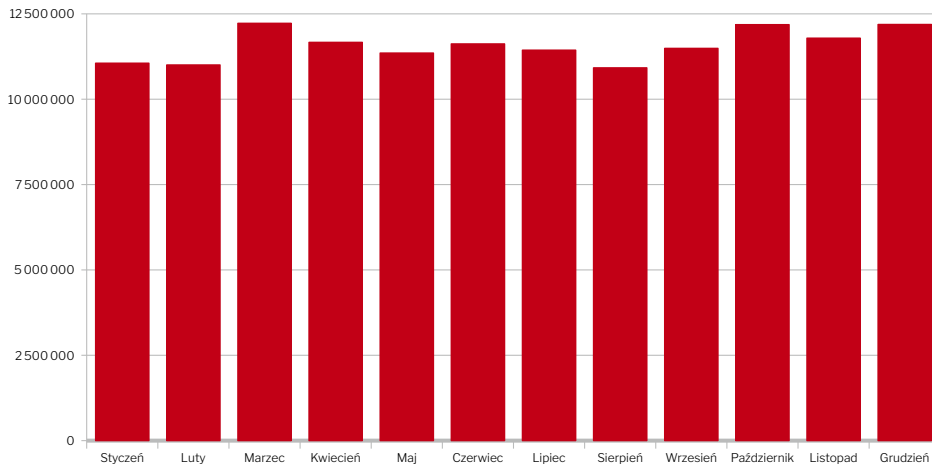
Rys. 4. Liczba różnych opakowań leków na nadciśnienie zakupionych w aptekach w latach 2002–2025



najniższa i wynosiła 31,81 zł. Następnie, w latach 2007–2016 z roku na rok stopniowo spadała i w 2016 roku była najniższa (24,52 zł). W ostatnich latach miały miejsce wzrosty. W 2024 roku średnia cena wynosiła 26,52 zł i była o 3,48% wyższa niż w roku poprzednim oraz o 4,09% wyższa niż w pierwszym okresie analiz.

Ostatnie lata były okresem wzrostu zarówno ilości, jak i wartości sprzedaży leków na nadciśnienie. Także dane za pierwszy

Rys. 5. Średnia miesięczna wartość sprzedaży



kwartał 2025 roku są wyższe niż dane z analogicznego okresu roku poprzedniego. Poniżej znajdują się prognozy na pełny rok 2025 oraz na rok 2026.

Trendy przyszłości

Zgodnie z wyliczonymi prognozami, sprzedaż leków na nadciśnienie w najbliższych latach nadal będzie wzrastać. W 2025 roku ukształtuje się na poziomie 6,23 mln opakowań, co oznacza, że wzrost wyniesie 6,09%. W kolejnym roku wzrost będzie niższy (1,31%), a ilość sprzedaży będzie równa 6,31 mln opakowań.

Także wartość sprzedaży będzie wzrastać. W pierwszym roku prognoz wzrost będzie wyższy i wyniesie 9,32%, a w drugim roku niższy i równy 0,75%. Tym samym wartość sprzedaży w 2025 roku będzie równa 170,30 mln zł, a w 2026 roku – 171,57 mln zł.

Nieco inaczej będzie kształtować się średnia cena, która w pierwszym roku prognoz wzrośnie o 3,04% do poziomu

27,33 zł, a w kolejnym roku spadnie o 0,55% i wyniesie 27,18 zł.

Podsumowanie

Sprzedaż leków na nadciśnienie od 2002 roku utrzymywała się na wyrównanym poziomie. W minionym roku pacjenci zakupili w aptekach największą liczbę opakowań wynoszącą 5,87 mln opakowań, co oznacza, że średnio co szósty pacjent zakupił jedno opakowanie.

Wartość rynku leków na nadciśnienie w 2024 roku wyniosła 155,78 mln zł, a prognozy pokazują, że w najbliższych latach nadal będzie wzrastać. Średnia cena, jaką pacjenci płacili za pojedyncze opakowanie w pierwszych latach analiz była wyższa i sięgała prawie 32 zł, jednak od 2014 roku malała i kształtowała się w okolicach od 24,50 zł do 26,50 zł.

Analizowana grupa ATC C02 obejmuje leki działające obwodowo, w tym leki adrenolityczne (blokujące receptory α -adrenergiczne, np. prazosyna) i pochodne guanidyny (np. guanetetyna). Inne leki na nadciśnienie obejmują inhibitory ACE, sartany, blokery kanałów wapniowych, leki moczopędne i β -blokery, które nie wchodzą w skład grupy ATC C02, lecz są powszechnie stosowane w leczeniu tej choroby. Są to leki dostępne tylko na receptę. W aptekach dostępne są też środki bez recepty, które jednak mają o wiele słabsze działanie i przy hipertencji (ciśnienie krwi równe lub większe niż 140/90 mmHg) mogą być nieskuteczne. Zawierają one najczęściej potas, magnez i wapń lub wyciągi roślinne np. z miłorzębu japońskiego, głogu, jemioli. ●

Metodologia prognoz

Prognozy na lata 2025 i 2026, o których mowa w artykule, zostały wyliczone przy zastosowaniu modelu wykładniczego Browna. Przy wyliczeniu założono dodatkowo, że nie pojawiają się żadne czynniki, które spowodują niespodziewane wahania na sprzedaży aptecznych produktów na nadciśnienie.



Dbaj o zdrowie z aplikacją

VisiMed



visimed.osoz.pl

Sprzedaż ashwagandhy



Błyskawiczna kariera ashwagandhy jest książkowym przykładem na zmieniającą się modę na suplementy diety i powrót do medycyny tradycyjnej. Przed 2008 rokiem mało kto wiedział o jej istnieniu. Kiedy do aptek trafił pierwszy produkt zawierający korzeń witanii ospalej (polska nazwa), popyt był minimalny. W pierwszym roku Polacy kupili zaledwie 314 opakowań. Dzisiaj na półkach aptecznych jest 203 produktów ashwagandhy – od tabletek, proszku i nalewek do kosmetyków – i kupujemy ich 6400 razy więcej, a dokładnie ponad 2 mln opakowań rocznie. Największy skok nastąpił w latach 2014–2015, kiedy sprzedaż potroїła się. O ile wartość tego rynku w 2008 roku wyniosła jedynie 2 302 zł, obecnie to jeden z najchętniej kupowanych suplementów, na który co roku wydajemy 65 mln zł. Za rosnącą popularnością stoją przede wszystkim media społecznościowe, w których szybko rozeszła się informacja o dobroczynnych właściwościach korzenia, w tym m.in. poprawie nastroju i redukcji lęku. Ale korzeń ashwagandhy jest hitem na całym świecie. Wartość sprzedaży szacuje się na ok. 1,9 mld USD rocznie i rośnie on w tempie ok. 9–10% rocznie. Najsilniej w USA (dzięki m.in. rosnącej sprzedaży suplementów diety, także dla sportowców), w Chinach, Indiach i Japonii. Ashwagandha jest jednym z najważniejszych ziół w tradycyjnej medycynie indyjskiej, czyli Ajurwedzie. Przypisuje się jej właściwości odmładzające, wzmacniające układ odpornościowy i równoważące poziom energii.

WSKAŹNIKI SPRZEDAŻY APTECZNEJ. ROK 2024 | ZMIANA % W STOSUNKU DO ROKU 2002

WARTOŚĆ SPRZEDAŻY



65 025 798 zł
 ↑ 2 824 844%

ILOŚĆ SPRZEDAŻY



2 008 155
 ↑ 639 313%

ASORTYMENT



203
 ↑ 20 200%

ŚREDNIA CENA



32,38 zł
 ↑ 341%

*Inflacja skumulowana w tym okresie: 52%
 (1000 zł z 2002 roku jest warte 476 zł w marcu 2025)*

INFORMACJE DODATKOWE



Stosowana od 3000 lat w Ajurwedzie. To jedno z najstarszych ziół. Tradycyjnie była stosowana na bezsenność, zapalenie stawów i ukąszenia węży.



Jest adaptogenem. W przeciwieństwie do podobnych środków, które pobudzają lub uspokajają, Ashwagandha równoważy stan organizmu.



Ma wiele zalet. Wspomaga funkcje poznawcze i pamięć, działa neuroprotektoryjne, wspiera wzrost mięśni, zwiększa poziom testosteronu.

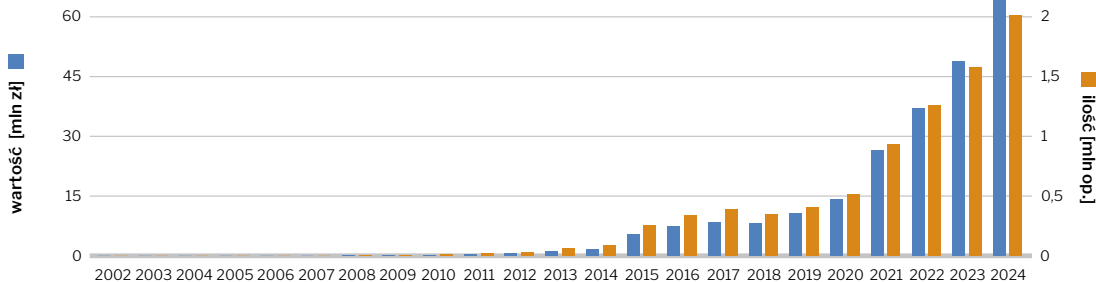


Ponad 90% upraw jest w Indiach. Naturalnie rośnie w suchych rejonach Indii, Nepalu i Sri Lanki. Największym eksporterem są Indie.



Uwaga na jakość. Wybieraj produkty z min. 5% aktywnego składnika czyli witanolidów, posiadające testy na obecność metali ciężkich, najlepiej z upraw eko.

SPRZEDAŻ ILOŚCIOWA I WARTOŚCIOWA W LATACH 2002-2024





Ashwagandha to roślina znana również jako żeń-szeń indyjski. Posiada właściwości adaptogenne, przywracając równowagę w organizmie w sytuacjach stresowych, wspiera układ nerwowy, odpornościowy i hormonalny, zwłaszcza w sytuacjach napięcia emocjonalnego i nadmiernego zmęczenia. W ostatnich latach zyskała ogromną popularność na rynku suplementów diety, szczególnie wśród osób poszukujących naturalnych sposobów na redukcję stresu, poprawę koncentracji i wzmocnienie odporności. Eksperti OSOZ przeanalizowali sprzedaż ashwagandhy w aptekach od 2008 roku.

Tab. 2. Liczba produktów wycofanych z rynku w poszczególnych latach oraz średnia cena dla tych produktów

	Liczba badanych produktów	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
		Produkty będące w ofercie w latach 2002-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2023 a nie będące w ofercie w 2024 roku	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2022 a nie będące w ofercie w latach 2023-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2021 a nie będące w ofercie w latach 2022-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2020 a nie będące w ofercie w latach 2021-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2019 a nie będące w ofercie w latach 2020-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2018 a nie będące w ofercie w latach 2019-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2017 a nie będące w ofercie w latach 2018-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2016 a nie będące w ofercie w latach 2017-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2015 a nie będące w ofercie w latach 2016-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2014 a nie będące w ofercie w latach 2015-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2013 a nie będące w ofercie w latach 2014-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2012 a nie będące w ofercie w latach 2013-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2011 a nie będące w ofercie w latach 2012-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2010 a nie będące w ofercie w latach 2011-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2009 a nie będące w ofercie w latach 2010-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2008 a nie będące w ofercie w latach 2009-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2007 a nie będące w ofercie w latach 2008-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2006 a nie będące w ofercie w latach 2007-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2005 a nie będące w ofercie w latach 2006-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2004 a nie będące w ofercie w latach 2005-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w latach 2002-2003 a nie będące w ofercie w latach 2004-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produkty będące w ofercie w 2002 roku a nie będące w ofercie w latach 2003-2024	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

miały miejsce znaczne wzrosty w porównaniu do roku poprzedniego. W 2022 roku sprzedaż omawianej grupy leków przekroczyła 1 mln opakowań (a dokładnie 1,26 mln zł), a w minionym roku sprzedaż przekroczyła już 2 mln opakowań (2,01 mln opakowań). Jedynie w 2018 roku ilość sprzedaży spadła o 10,45%.

Wartość sprzedaży w 2008 roku wyniosła symboliczne 2 302 zł. Rok później pacjenci zapłacili za ashwaganhę prawie 40 razy więcej (89 232 zł). Już w 2013 roku wartość sprzedaży

Tab. 3. Roczne zestawienie sprzedaży ashwagandhy w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

Rok	Wartość sprzedaży (zł)	Liczba sprzedanych opakowań	Średnia cena za pojedyncze opakowanie (zł)	Wartość sprzedaży na jeden produkt (zł)	Liczba sprzedanych opakowań na jeden produkt	Liczba produktów będących w ofercie	Procentowa zmiana wartości w stosunku do roku poprzedniego	Procentowa zmiana liczby w stosunku do roku poprzedniego
2002	0	0	—	3 434 737	116 365	0	—	—
2003	0	0	—	3 155 950	103 008	0	—	—
2004	0	0	—	2 423 875	77 850	0	—	—
2005	0	0	—	2 006 444	63 542	0	—	—
2006	0	0	—	1 730 949	55 307	0	—	—
2007	0	0	—	1 802 485	59 524	0	—	—
2008	2 302	314	7,34	1 989 092	65 143	1	—	—
2009	89 232	6 140	14,53	1 965 860	63 222	1	3776,11%	1858,52%
2010	221 809	14 695	15,09	2 063 318	67 439	1	148,57%	139,33%
2011	325 566	19 535	16,67	1 830 708	58 793	1	46,78%	32,93%
2012	496 366	28 554	17,38	1 531 929	52 480	2	52,46%	46,17%
2013	1 049 893	64 760	16,21	1 418 861	49 578	2	111,52%	126,80%
2014	1 544 810	86 229	17,92	1 345 567	49 799	4	47,14%	33,15%
2015	5 369 647	252 340	21,28	1 174 039	43 506	6	247,59%	192,64%
2016	7 502 734	342 421	21,91	1 245 845	46 468	13	39,72%	35,70%
2017	8 498 636	391 587	21,70	1 229 808	44 867	19	13,27%	14,36%
2018	8 055 469	350 651	22,97	1 254 550	44 944	32	-5,21%	-10,45%
2019	10 636 255	407 913	26,07	1 175 772	43 346	48	32,04%	16,33%
2020	14 101 519	518 071	27,22	1 111 915	40 817	54	32,58%	27,01%
2021	26 408 860	934 739	28,25	1 044 320	37 229	64	87,28%	80,43%
2022	36 995 108	1 261 851	29,32	1 072 088	35 838	98	40,09%	34,99%
2023	48 851 660	1 579 086	30,94	1 164 678	36 120	164	32,05%	25,14%
2024	65 025 798	2 008 155	32,38	1 134 394	33 707	203	33,11%	27,17%
2025	68 003 920	2 061 823	32,98	—	—	—	4,58%	2,67%
2026	78 664 718	2 319 474	33,91	—	—	—	15,68%	12,50%

przekroczyła 1 mln zł (wynosiła 1,05 mln zł), a w 2019 roku przekroczyła 10 mln zł (wynosiła 10,64 mln zł). W minionym roku pacjenci zapłacili za ashwagandę zakupioną w aptekach 65,03 mln zł. Wzrost wartości sprzedaży w całym okresie był bardzo dynamiczny. Jedynie w 2018 roku, podobnie jak w przypadku ilości sprzedaży, miał miejsce spadek, który wyniósł 5,21%.

Średniomiesięczna wartość sprzedaży wyliczona na podstawie całego okresu analiz pokazuje, że najczęściej za ashwagandę pacjenci zapłacili w styczniu (1,08 mln zł), marcu (1,04 mln zł), kwietniu (1,00 mln zł) oraz w grudniu (1,01 mln zł). Najmniej – w lipcu (0,77 mln zł), sierpniu (0,82 mln zł) oraz wrześniu (0,88 mln zł). W skali pojedynczego miesiąca,

Rys. 1. Wartość sprzedaży ashwagandhy w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



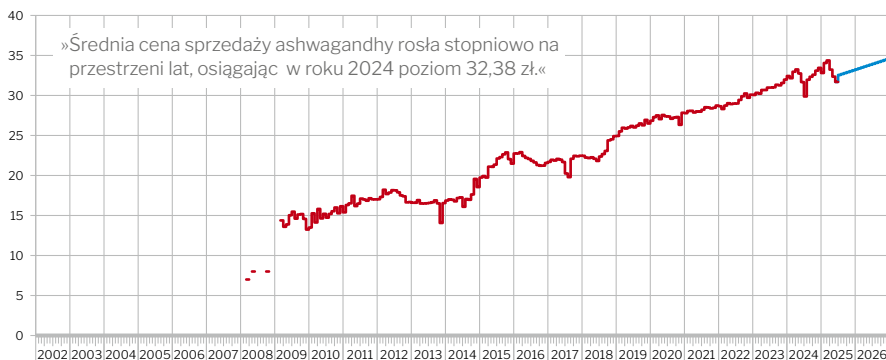
Rys. 2. Liczba opakowań ashwagandhy sprzedanych w aptekach w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



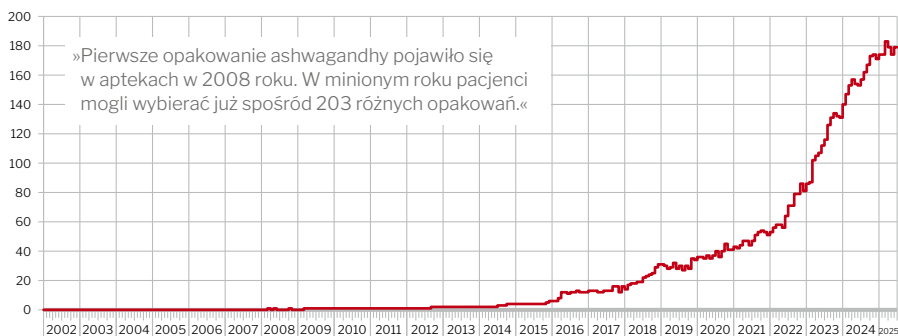
to w styczniu 2025 roku wartość sprzedaży była największa i wynosiła 6,21 mln zł.

Średnia cena za pojedyncze opakowanie ashwagandhy wzrosła w całym okresie analiz ponad czterokrotnie. W 2008 roku wynosiła 7,34 zł. W kolejnym roku była już prawie dwa razy droższa i wynosiła 14,53 zł. Z roku na rok następowały głównie wzrosty. Jedynie w 2013 roku miał miejsce spadek

Rys. 3. Średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie ashwagandhy zakupionego w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



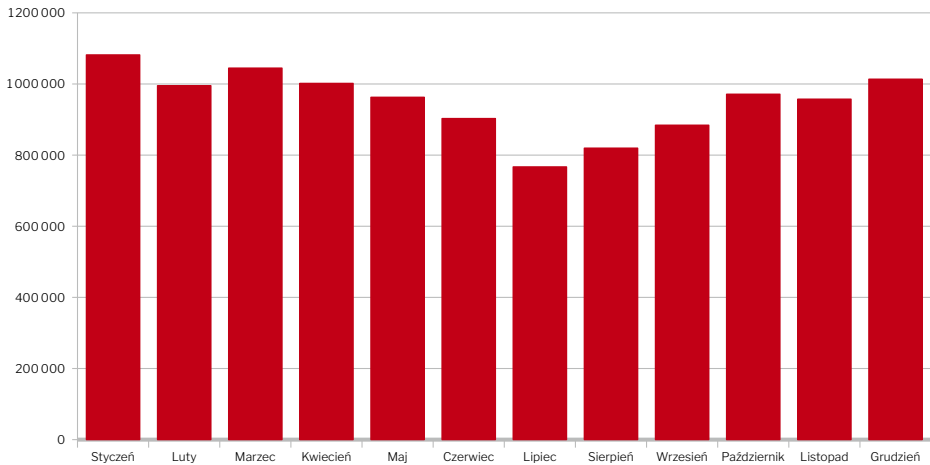
Rys. 4. Liczba różnych opakowań ashwagandhy zakupionych w aptekach w latach 2002–2025



wynoszący 6,74% oraz kolejny, w 2017 roku wynoszący 0,95%. W minionym roku za pojedyncze opakowanie ashwagandhy zakupionej w aptecce pacjenci płacili średnio 32,38 zł (o 4,67% więcej niż w roku poprzednim).

W całym analizowanym okresie sprzedaż ashwagandhy dynamicznie wzrastała z roku na rok. Jednak dane za pierwsze półrocze 2025 roku pokazują, że ilość sprzedaży mocno wyhamowała. Wzrost do analogicznego okresu roku poprzedniego

Rys. 5. Średnia miesięczna wartość sprzedaży



wynosił nieco ponad 3%. Poniżej znajdują się prognozy na pełne lata 2025 i 2026.

Trendy przyszłości

Wartość sprzedaży prognozowana na 2025 rok wyniesie 68,00 mln zł i będzie o 4,58% wyższa niż w roku poprzednim. W kolejnym roku prognozowany jest wzrost o 15,68%, co poskutkuje wartością sprzedaży na poziomie 78,66 mln zł.

Podobnych wzrostów należy spodziewać się na ilości sprzedaży. W 2025 roku pacjenci zakupią 2,06 mln opakowań ashwagandhy, a w 2026 roku – 2,32 mln opakowań. Wzrosty procentowe liczone rok do roku wyniosą kolejno 2,67% oraz 12,50%.

Zgodnie w wyliczonych prognozach wzrastać będzie także średnia cena za pojedyncze opakowanie. W 2025 roku za pojedyncze opakowanie żeń-szenia indyjskiego pacjenci zapłacą 32,98 zł (wzrost o 1,86%). W kolejnym roku prognozowana cena wyniesie 33,91 zł (wzrost o 2,83%).

Podsumowanie

Sprzedaży ashwagandhy dynamicznie rosła na przestrzeni całego okresu analiz – od zaledwie 314 opakowań w 2008 roku do 2,01 mln opakowań w 2024 roku. Wzrostowi sprzedaży towarzyszyła także rosnąca średnia cena sprzedaży, a co za tym idzie, wartość sprzedaży. W minionym roku pacjenci płacili za pojedyncze opakowane ashwagandhy 32,38 zł, a wartość wszystkich opakowań sprzedanych w aptekach wynosiła 65,03 mln zł. Prognozowane ilości sprzedaży na lata 2025–2026 będą wzrastać w porównaniu do lat poprzednich, choć wzrosty nie będą już tak znaczące jak dotychczas.

Rzeczywista sprzedaż jest jednak dużo większa, bo niniejsza analiza nie obejmuje sprzedaży pozaaptecznej, w internecie, drogeriach i marketach. Ashwagandha to przykład zmieniających się trendów na suplementy diety – lek znany jest od tysięcy lat, do Polski trafił dopiero w 2008 roku i niemal od razu stał się popularnym suplementem na zmęczenie i stres – rzadko kiedy w 8 lat sprzedaż suplementów wrasta 1000-krotnie. Kampanie promocyjne i popularność w mediach społecznościowych w kolejnych latach podkreślały jego popularność i tak po 16 latach od premiery sprzedaż osiągnęła 2 mln opakowań. Jednak trendy mogą szybko minąć i na to wygląda, że ashwagandha swoje największe wzrosty ma za sobą. ●

Metodologia prognoz

Do wyliczenia prognozy ilości, wartości i średniej ceny ashwagandhy w latach 2025–2026 zastosowano model wygładzenia wykładniczego Browna. Przy wyliczeniu założono dodatkowo, że nie pojawią się żadne czynniki, które spowodują niespodziewane wahania na sprzedaży prognozowanej grupy produktów.

Leki na menopauzę



W Polsce jest ok. 19,5 mln Polek i 18,2 mln mężczyzn. Liczba kobiet w wieku przekwitania – czyli w wieku 44–56 lat – szacowana jest na ok. 3–4 mln (ok. 15–21%). W związku ze starzeniem się społeczeństwa szacuje się, że do 2030 roku już co czwarta Polka będzie w okresie menopauzy. W skali globalnej to ok. 500 mln kobiet. Według WHO, co roku ok. 47 mln kobiet wkracza w wiek menopauzalny. 75–80% doświadcza objawów, przy czym najczęstszymi są uderzenie gorąca. Lista symptomów zawiera aż ponad 30 pozycji, od najczęstszych jak poty nocne, zmiany nastroju i zaburzenia snu, do rzadkich jak zmiany odczuwania smaku albo dzwonienie w uszach.

Na przestrzeni ostatnich 20 lat, sprzedaż leków stosowanych w łagodzeniu objawów menopauzy wzrosła z 3,5 mln opakowań rocznie w 2004 roku do 4,7 mln w 2024 roku, czyli o 34%. Ten przyrost jest znacznie szybszy niż wzrost liczby Polek w wieku menopauzy. Może to świadczyć o tym, że kobiety coraz częściej sięgają do po środki z tej grupy. Choć zainteresowanie terapią hormonalną utrzymuje się na poziomie ok. 4% kobiet, w ofercie znajduje się wiele innych środków, w tym naturalnych suplementów diety. Za popytem idzie rosnąca oferta. W 2004 roku na półkach aptecznych było 46 różnych środków stosowanych w przekwitaniu, a w 2024 roku prawie 3 razy więcej – 140. Dobrą informacją jest w miarę stabilna cena. Według danych globalnych, popyt na nie rośnie w tempie ok. 5% rocznie, napędzany głównie sprzedażą na rynkach rozwijających się.

WSKAŹNIKI SPRZEDAŻY APTECZNEJ. ROK 2024 | ZMIANA % W STOSUNKU DO ROKU 2002 _____

WARTOŚĆ SPRZEDAŻY



158 815 095 zł

↑ 32%

ILOŚĆ SPRZEDAŻY



4 719 018

↑ 15%

ASORTYMENT



140

↑ 300%

ŚREDNIA CENA



33,65 zł

↑ 14%

*Inflacja skumulowana w tym okresie: 52%
(1000 zł z 2002 roku jest warte 476 zł w marcu 2025)*

INFORMACJE DODATKOWE

4 najczęstsze objawy menopauzy i jaki proc. kobiet ich doświadcza

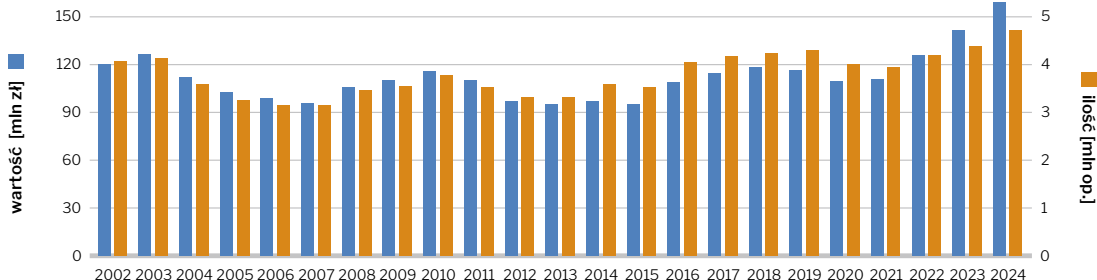


Ok. 4% Polek stosuje hormonalną terapię zastępczą (HTZ). W krajach Europy Zachodniej to ok. 10-30%.

Korzyści płynące z hormonalnej terapii zastępczej (HTZ) zazwyczaj przewyższają jej negatywne strony, a ryzyko poważnych skutków ubocznych HTZ jest bardzo niskie. Starsze badania sugerowały wiele ryzyk zdrowotnych związanych z HTZ, co powodowało spadek ich przepisywania przez lekarzy. Obecnie pogląd ten uznaje się za nieaktualny.

W okresie klimakterium spada poziom estrogenów. Dlatego zaleca się dietę bogatą w fitoestrogeny – naturalne składniki roślinne, które naśladują działanie estrogenów. Ich źródłem są: soja i produkty sojowe (tofu, tempeh), kiełki sojowe, orzechy włoskie, siemię lniane, nasiona słonecznika, fasola. Ich jedzenie może łagodzić niektóre objawy menopauzy.

SPRZEDAŻ ILOŚCIOWA I WARTOŚCIOWA W LATACH 2002-2024





Menopauza, to naturalny, ale także często trudny okres w życiu każdej kobiety, wiążący się z wieloma zmianami hormonalnymi. Towarzyszą im między innymi uderzenia gorąca, nocne poty, bezsenność, drażliwość, wahania nastroju, czy przyrost masy ciała. Razem wzięte powodują obniżenie komfortu codziennego życia. W tym okresie pomocne mogą okazać się specjalistyczne leki i preparaty apteczne łagodzące wspomniane wcześniej objawy. Aktualnie pacjentki mogą zastosować hormonalną terapię zastępczą (HTZ) lub środki roślinne. Wybór sposobu leczenia powinien zostać dobrany do stanu zdrowia oraz indywidualnych potrzeb. Ekspertki OSOZ przeanalizowały sprzedaż leków na menopauzę dostępnych w aptekach od 2002 roku.

Tab. 2. Liczba produktów wycofanych z rynku w poszczególnych latach oraz średnia cena dla tych produktów

	Liczba badanych produktów	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
		Produkty będące w ofercie w latach 2002–2024	18	32,96	34,39	34,33	34,65	31,65	30,49	30,90	31,85	31,14	31,58	29,95	30,15	28,61	28,13	28,10	28,69	29,37	27,23	26,39	27,12	27,23
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2023 a nie będące w ofercie w 2024 roku	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2022 a nie będące w ofercie w latach 2023–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2021 a nie będące w ofercie w latach 2022–2024	5	23,95	24,14	23,55	23,15	22,84	22,34	25,25	22,84	22,83	22,79	20,84	20,46	19,79	18,79	18,80	18,16	19,02	19,75	20,02	19,49			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2020 a nie będące w ofercie w latach 2021–2024	3	40,92	41,72	36,81	35,41	32,23	29,09	28,53	28,19	28,05	27,71	26,32	22,66	19,09	19,51	21,14	18,35	20,07	18,59	17,78				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2019 a nie będące w ofercie w latach 2020–2024	1	47,89	47,75	47,25	47,20	44,08	40,87	40,75	40,92	40,98	40,33	41,71	41,34	39,18	39,18	39,17	39,18	39,17	38,21					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2018 a nie będące w ofercie w latach 2019–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2017 a nie będące w ofercie w latach 2018–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2016 a nie będące w ofercie w latach 2017–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2015 a nie będące w ofercie w latach 2016–2024	1	25,02	25,11	24,86	24,84	22,69	24,47	29,22	30,90	33,10	34,85	35,92	41,11	48,07	47,98									
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2014 a nie będące w ofercie w latach 2015–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2013 a nie będące w ofercie w latach 2014–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2012 a nie będące w ofercie w latach 2013–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2011 a nie będące w ofercie w latach 2012–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2010 a nie będące w ofercie w latach 2011–2024	1	15,69	16,11	15,93	15,91	15,82	13,55	4,00	2,66	2,30														
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2009 a nie będące w ofercie w latach 2010–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2008 a nie będące w ofercie w latach 2009–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2007 a nie będące w ofercie w latach 2008–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2006 a nie będące w ofercie w latach 2007–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2005 a nie będące w ofercie w latach 2006–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2004 a nie będące w ofercie w latach 2005–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2003 a nie będące w ofercie w latach 2004–2024	1	49,17	47,87																					
Produkty będące w ofercie w 2002 roku a nie będące w ofercie w latach 2003–2024	0	–																						

poprzednim oraz o 7,31% wyższa niż w pierwszym roku analiz i wynosiła 4,72 mln opakowań.

Wartość sprzedaży kształtowała się w podobny sposób, jak ilość sprzedaży. W 2002 roku pacjenci zapłacili za leki na menopauzę zakupione w aptekach 120,22 mln zł. W latach 2004–2007 miały miejsce istotne spadki, po których wartość sprzedaży spadła do 95,53 mln zł. Jednak największy spadek procentowy miał miejsce w 2012 roku i wyniósł 12,14%. Po kolejnym spadku w 2013 roku, wartość sprzedaży ukształtowała się na najniższym poziomie wynoszącym 95,06 mln zł.

Tab. 3. Roczne zestawienie sprzedaży leków na menopauzę w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

Rok	Wartość sprzedaży (zł)	Liczba sprzedanych opakowań	Średnia cena za pojedyncze opakowanie (zł)	Wartość sprzedaży na jeden produkt (zł)	Liczba sprzedanych opakowań na jeden produkt	Liczba produktów będących w ofercie	Procentowa zmiana wartości w stosunku do roku poprzedniego	Procentowa zmiana liczby w stosunku do roku poprzedniego
2002	120 215 811	4 072 787	29,52	3 434 737	116 365	35		
2003	126 238 010	4 120 311	30,64	3 155 950	103 008	40	5,01%	1,17%
2004	111 498 259	3 581 102	31,14	2 423 875	77 850	46	-11,68%	-13,09%
2005	102 328 640	3 240 626	31,58	2 006 444	63 542	51	-8,22%	-9,51%
2006	98 664 068	3 152 520	31,30	1 730 949	55 307	57	-3,58%	-2,72%
2007	95 531 688	3 154 748	30,28	1 802 485	59 524	53	-3,17%	0,07%
2008	105 421 872	3 452 566	30,53	1 989 092	65 143	53	10,35%	9,44%
2009	110 088 183	3 540 432	31,09	1 965 860	63 222	56	4,43%	2,54%
2010	115 545 805	3 776 584	30,60	2 063 318	67 439	56	4,96%	6,67%
2011	109 842 501	3 527 609	31,14	1 830 708	58 793	60	-4,94%	-6,59%
2012	96 511 531	3 306 217	29,19	1 531 929	52 480	63	-12,14%	-6,28%
2013	95 063 682	3 321 698	28,62	1 418 861	49 578	67	-1,50%	0,47%
2014	96 880 790	3 585 533	27,02	1 345 567	49 799	72	1,91%	7,94%
2015	95 097 122	3 524 017	26,99	1 174 039	43 506	81	-1,84%	-1,72%
2016	108 388 474	4 042 678	26,81	1 245 845	46 468	87	13,98%	14,72%
2017	114 372 168	4 172 616	27,41	1 229 808	44 867	93	5,52%	3,21%
2018	117 927 728	4 224 772	27,91	1 254 550	44 944	94	3,11%	1,25%
2019	116 401 426	4 291 281	27,13	1 175 772	43 346	99	-1,29%	1,57%
2020	108 967 623	4 000 019	27,24	1 111 915	40 817	98	-6,39%	-6,79%
2021	110 697 914	3 946 262	28,05	1 044 320	37 229	106	1,59%	-1,34%
2022	125 434 264	4 193 025	29,91	1 072 088	35 838	117	13,31%	6,25%
2023	140 926 080	4 370 470	32,25	1 164 678	36 120	121	12,35%	4,23%
2024	158 815 095	4 719 018	33,65	1 134 394	33 707	140	12,69%	7,98%
2025	168 969 076	4 792 613	35,26	—	—	—	6,39%	1,56%
2026	177 167 887	4 872 326	36,36	—	—	—	4,85%	1,66%

Największe wzrosty miały miejsce w roku 2016 (13,98%) oraz w latach 2022–2024 (13,31%, 12,35%, 12,69%). W minionym roku pacjenci zapłacili za leki na menopauzę 158,82 mln zł – była to najwyższa kwota w całym okresie analiz.

Średnia miesięczna wartość sprzedaży wyliczona na podstawie danych od 2002 roku pozwala wywnioskować, że sprzedaż leków na menopauzę nie podlega sezonowości. Średniomiesięczna wartość sprzedaży jest najmniejsza w lutym i wynosi 8,86 mln zł, a największa w lipcu oraz październiku z wartościami kolejno 9,71 mln zł oraz 9,75 mln zł. W skali pojedynczego miesiąca, najmniej za leki na menopauzę pacjenci zapłacili w styczniu 2012 roku (6,44 mln zł), a najwięcej w październiku 2024 roku (14,46 mln zł).

Rys. 1. Wartość sprzedaży leków na menopauzę w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

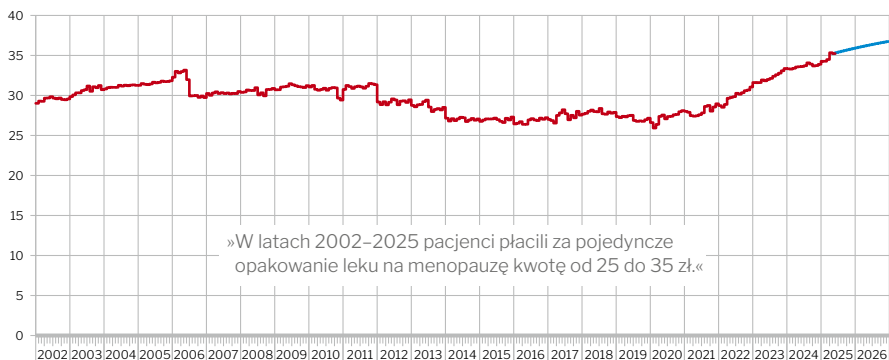


Rys. 2. Liczba opakowań leków na menopauzę sprzedanych w aptekach w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



Średnia cena sprzedaży w całym okresie analiz także utrzymywała się na wyrównanym poziomie. W pierwszym roku analiz wynosiła 29,52 zł. W kolejnych latach przeplatały się ze sobą spadki i wzrosty. Największy spadek miał miejsce w 2012 roku i wyniósł 6,25%. Największy wzrost miał natomiast miejsce w 2023 roku i był równy 7,79%. W 2016 roku średnia cena była najniższa i wynosiła 26,81 zł. W 2024

Rys. 3. Średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie leku na menopauzę zakupionego w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



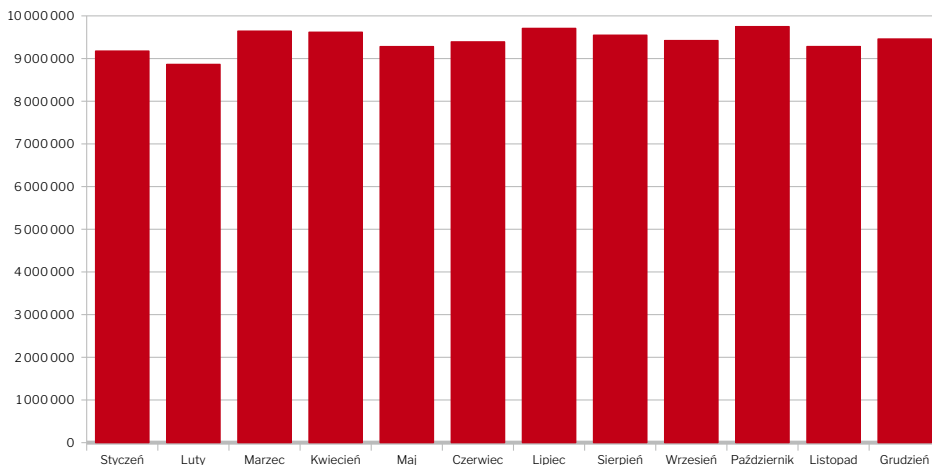
Rys. 4. Liczba różnych leków na menopauzę zakupionych w aptekach w latach 2002–2025



roku średnia cena wzrosła o 4,37% w porównaniu do roku poprzedniego i ukształtowała się na najwyższym poziomie równym 33,65 zł.

Asortyment leków na menopauzę jest nieliczny. W 2002 roku pacjenci do wyboru mieli 35 różnych produktów. Przez cały okres analiz ta liczba systematycznie wzrastała o kilka nowych produktów każdego roku. Jedynie w 2007 roku i 2020 roku asortyment nieznacznie się skurczył. W 2024 roku

Rys. 5. Średnia miesięczna wartość sprzedaży



pacjenci mogli wybierać spośród 140 różnych preparatów na menopauzę.

Od 2022 roku rynek leków na menopauzę wzrastał w porównaniu do roku poprzedniego. Wzrosty dotyczyły zarówno ilości, wartości, jak i średniej ceny sprzedaży. Także w pierwszych miesiącach 2025 roku widoczny był wzrost do analogicznego okresu roku poprzedniego. Poniżej znajdują się prognozy sprzedaży na pełne lata 2025–2026.

Trendy przyszłości

Zgodnie z wyliczonymi prognozami, w latach 2025–2026 trend rosnący na rynku leków na menopauzę będzie kontynuowany. W 2025 roku pacjenci zakupią w aptekach 4,79 mln opakowań produktów z omawianej grupy. W 2026 roku sprzedaż wyniesie 4,87 mln opakowań. Wzrosty liczone rok do roku wyniosą kolejno 1,56% oraz 1,66%.

Wzrosty na wartości sprzedaży będą nieco wyższe. W kolejnych latach prognoz wyniosą kolejno 6,39% oraz

4,85%. W 2025 roku pacjenci zapłacą za leki na menopauzę 168,97 mln zł, a w 2026 roku 177,17 mln zł.

Wzrastać będzie także średnia cena. W kolejnych latach prognoz wyniesie 35,26 zł i 36,36 zł. Wzrosty liczne rok do roku wyniosą 4,76% i 3,14%.

Podsumowanie

W aptekach dostępnych jest około 140 leków hormonalnych i niehormonalnych wspomagających łagodzenie lub zwalczanie objawów związanych z występowaniem menopauzy. W 2024 roku zostało sprzedanych 4,7 mln opakowań takich produktów. Szacowana liczba kobiet w Polsce w okresie 45–55 lat wynosiła około 3 mln, co oznacza, że statystyczna pacjentka w okresie występowania menopauzy zakupiła 1,5 opakowania leku z omawianej grupy.

Wartość sprzedaży rynku produktów na menopauzę wynosiła 158,8 mln zł, a za pojedyncze opakowanie trzeba było zapłacić kwotę równą 33,65 zł. Prognozy wyliczone na najbliższe lata pokazują, że zarówno ilość, jak i wartość sprzedaży będą stopniowo wzrastać. Jak interpretować te dane? Sam wzrost ilości sprzedaży nie świadczy o tym, że proporcjonalnie rośnie popyt na te środki. Na rynek wprowadzane są coraz to nowocześniejsze leki, które trzeba zażywać w mniejszych dawkach. ●

Metodologia prognoz

Do wyliczenia prognozy ilości, wartości i średniej ceny leków oraz innych preparatów na menopauzę w latach 2025–2026 zastosowano model wygładzenia wykładniczego Browna. Przy wyliczeniu założono dodatkowo, że nie pojawiają się żadne czynniki, które spowodują niespodziewane wahania na sprzedaży prognozowanej grupy produktów.



Wszystko o e-zdrowiu

Praktyczne porady
Informacje z rynku zdrowia
Inspirujące wywiady

BLOG 

OSOZ

blog.osoz.pl

ZESKANUJ KOD,
aby przejść do bloga



Leki na odchudzanie



9 mln dorosłych Polaków jest otyłych – wynika z ostatnich danych GUS. Prawidłową masę ciała ma 40% społeczeństwa, 30% jest otyłych, a kolejne 30% ma nadwagę. Z roku na rok problem się zaostrza – odsetek osób z nadmierną masą ciała rośnie w tempie ok. 1% rocznie (w 2014 r. – 53%, w 2019 r. – 57%). Według NFZ, problem nadmiernej masy ciała dotyczy już 10 proc. małych dzieci (1–3 lat), 30% dzieci w wieku wczesnoszkolnym i 22% młodzieży do 15. roku życia. Nadmierną masę ciała mają częściej mężczyźni (65,7%) niż kobiety (45,9%).

To niepokojące, bo zbyt wysoka waga ciała odpowiada za 2/3 zgonów. Jest czynnikiem ryzyka m.in. chorób układu sercowo-naczyniowego (zawał serca, udar mózgu), cukrzycy typu 2, hiperlipidemii, nadciśnienia tętniczego, stłuszczenia wątroby oraz niektórych nowotworów. Walka z otyłością wymaga wyrzeczeń i dyscypliny, dlatego wiele osób sięga po leki wspomagające. Hitem ostatnich lat jest lek stosowany w cukrzycy, który okazał się także skutecznym środkiem na odchudzanie. Chodzi o dostępny na receptę Ozempic. Z danych z 2024 roku wynika, że popyt na niego wzrósł o 1350% zaledwie w okresie 3 lat. Według MZ, refundacja Ozempicu w roku 2022 wynosiła 8,7 mln zł, a w 2023 r. już ponad 31 mln zł. W tym czasie liczba sprzedanych opakowań leku (dawka 0,5 mg) wzrosła z 34 681 opakowań do 108 tys.

WSKAŹNIKI SPRZEDAŻY APTECZNEJ. ROK 2024 | ZMIANA % W STOSUNKU DO ROKU 2002

WARTOŚĆ SPRZEDAŻY



1 497 805 170 zł

↑ 3160%

ILOŚĆ SPRZEDAŻY



18 428 670

↑ 144%

ASORTYMENT



550

↑ 614%

ŚREDNIA CENA



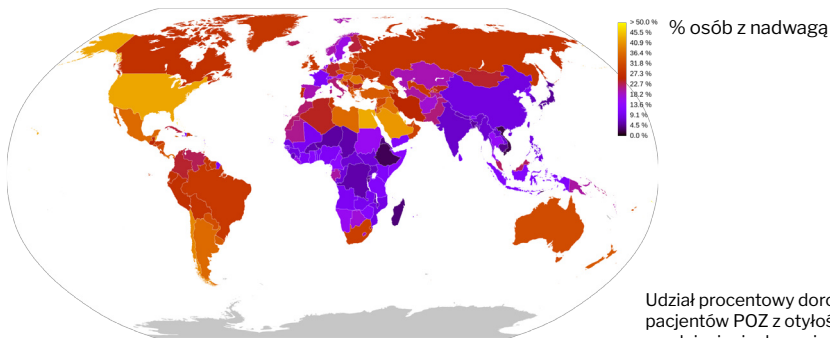
81,28 zł

↑ 1084%

*Inflacja skumulowana w tym okresie: 52%
(1000 zł z 2002 roku jest warte 476 zł w marcu 2025)*

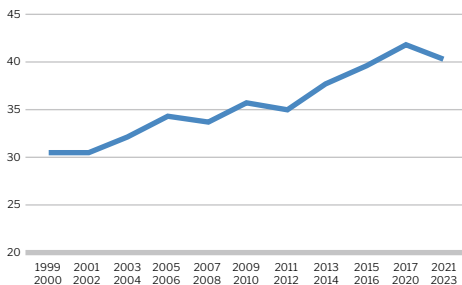
INFORMACJE DODATKOWE

Kraje według otyłości (WHO, 2022)

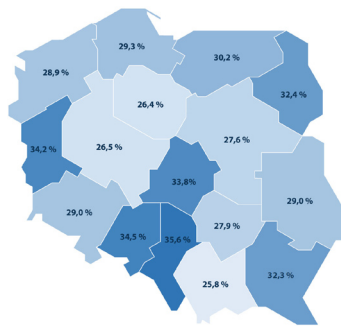


Udział procentowy dorosłych pacjentów POZ z otyłością, w odniesieniu do pacjentów, którym sprawozdano masę ciała i wzrost w 2022 r.; wyliczenia na potrzeby kontroli NIK

W latach 2000–2023 liczba osób otyłych (20+ lat) w USA zwiększyła się z 30,5% do 40,5% – o 10%.

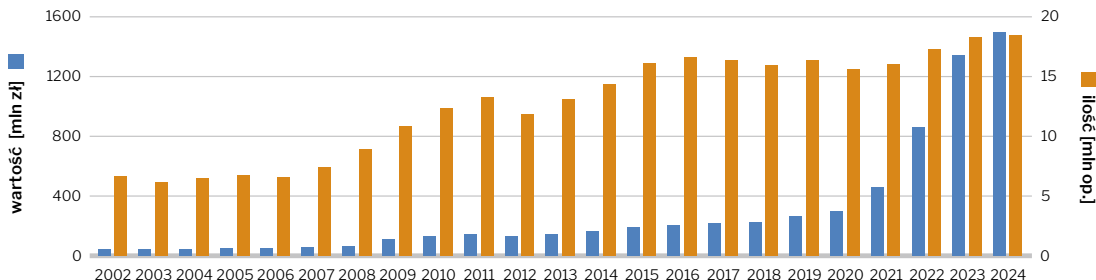


Źródło: National center for Health Statistics, National Health and Nutrition Examination Surveys



Źródło: opracowanie własne NIK na podstawie danych NFZm

SPRZEDAŻ ILOŚCIOWA I WARTOŚCIOWA W LATACH 2002-2024





Nadmierne spożycie kalorii, brak aktywności fizycznej, ale także czynniki genetyczne, zaburzenia hormonalne, choroby oraz czynniki psychologiczne to najważniejsze przyczyny występowania nadwagi. Walka z tym problemem często nie należy do łatwych. Wymaga bowiem zmiany nawyków, stosowania się do diety i intensyfikacji aktywności fizycznej. Dlatego wiele osób szuka pomocy w lekach. Na rynku aptecznym dostępnych jest wiele produktów na odchudzanie. Są to zarówno leki na receptę, jak i produkty dostępne od ręki, które m.in. zmniejszają apetyt, zwiększają uczucie sytości, wspomagają redukcję masy ciała oraz blokują wchłanianie tłuszczów w jelitach. To także produkty o działaniu przeczyszczającym oraz popularne ostatnio roztwory stosowane głównie w leczeniu cukrzycy, lecz mające też działanie wspomagające odchudzanie.

Tab. 2. Liczba produktów wycofanych z rynku w poszczególnych latach oraz średnia cena dla tych produktów

	Liczba badanych produktów	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
		Produkty będące w ofercie w latach 2002–2024	29	7,03	6,99	7,02	6,76	7,40	7,34	7,03	7,39	7,69	8,33	9,02	9,77	9,86	9,75	9,45	9,67	9,87	9,95	9,79	10,65	12,37
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2023 a nie będące w ofercie w 2024 roku	1	3,49	1,59	1,64	2,33	2,35	2,55	2,63	2,32	2,58	2,47	2,69	2,79	2,72	2,79	3,22	3,18	3,79	3,90	4,67	4,46	5,60	8,73	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2022 a nie będące w ofercie w latach 2023–2024	1	1,69	1,76	1,74	1,75	1,88	1,86	1,97	2,58	2,91	3,05	3,06	3,41	3,52	3,66	3,79	3,71	4,99	4,62	4,31	4,56	5,12		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2021 a nie będące w ofercie w latach 2022–2024	3	4,03	3,93	3,79	3,89	3,93	3,95	4,05	4,19	4,65	5,71	7,69	8,92	10,30	12,36	12,74	13,71	14,16	13,83	12,05	8,04			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2020 a nie będące w ofercie w latach 2021–2024	3	5,21	8,13	9,51	9,72	11,57	9,52	6,58	7,96	16,21	18,01	18,33	17,42	17,89	18,45	18,65	18,92	19,05	19,20	19,22				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2019 a nie będące w ofercie w latach 2020–2024	2	8,00	7,15	6,44	6,85	9,14	10,09	10,95	11,15	13,58	13,89	15,06	17,75	17,23	16,96	17,30	17,61	16,55	11,04					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2018 a nie będące w ofercie w latach 2019–2024	1	2,45	2,45	2,43	2,45	2,42	2,90	3,34	3,80	4,39	5,24	5,54	5,43	5,57	5,79	4,78	6,17	5,95						
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2017 a nie będące w ofercie w latach 2018–2024	1	2,68	2,57	2,60	2,61	2,62	2,95	3,26	3,67	4,50	4,98	5,48	5,32	5,71	6,86	6,81	6,96							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2016 a nie będące w ofercie w latach 2017–2024	2	6,01	6,35	6,95	6,95	7,08	7,05	7,16	9,21	10,59	10,73	11,08	11,80	9,01	11,87	10,77								
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2015 a nie będące w ofercie w latach 2016–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–								
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2014 a nie będące w ofercie w latach 2015–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–								
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2013 a nie będące w ofercie w latach 2014–2024	1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–								
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2012 a nie będące w ofercie w latach 2013–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–								
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2011 a nie będące w ofercie w latach 2012–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–								
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2010 a nie będące w ofercie w latach 2011–2024	3	10,03	10,42	10,21	10,00	10,03	10,21	9,82	10,33	9,59														
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2009 a nie będące w ofercie w latach 2010–2024	1	4,63	4,61	4,60	4,65	4,84	4,56	4,63	5,02															
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2008 a nie będące w ofercie w latach 2009–2024	2	4,48	4,82	4,93	4,98	10,32	19,28	14,89																
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2007 a nie będące w ofercie w latach 2008–2024	0	–	–	–	–	–	–	–																
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2006 a nie będące w ofercie w latach 2007–2024	0	–	–	–	–	–	–	–																
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2005 a nie będące w ofercie w latach 2006–2024	0	–	–	–	–	–	–	–																
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2004 a nie będące w ofercie w latach 2005–2024	0	–	–	–	–	–	–	–																
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2003 a nie będące w ofercie w latach 2004–2024	0	–	–	–	–	–	–	–																
Produkty będące w ofercie w 2002 roku a nie będące w ofercie w latach 2003–2024	0	–	–	–	–	–	–	–																

spadała, a następnie wzrastała. W 2024 roku pacjenci kupili w aptekach 18,43 mln opakowań produktów wspomagających odchudzanie – o 0,74% więcej niż w roku poprzednim oraz o 176,07% więcej niż w pierwszym okresie analiz.

Wykres wartości sprzedaży leków na odchudzanie kształtował się całkowicie odmiennie niż wykres ilości sprzedaży. W 2002 roku pacjenci zapłacili za leki na odchudzanie zakupione w aptekach 45,86 mln zł. Niemal we wszystkich kolejnych latach miały miejsce wzrosty. Jedynie w 2003 i 2012 roku wystąpiły spadki (8,87% i 9,12%). Pierwszy

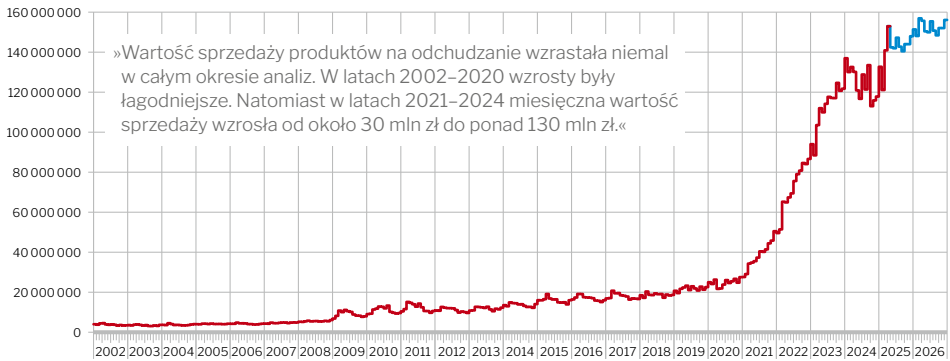
Tab. 3. Roczne zestawienie sprzedaży leków na odchudzanie w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

Rok	Wartość sprzedaży (zł)	Liczba sprzedanych opakowań	Średnia cena za pojedyncze opakowanie (zł)	Wartość sprzedaży na jeden produkt (zł)	Liczba sprzedanych opakowań na jeden produkt	Liczba produktów będących w ofercie	Procentowa zmiana wartości w stosunku do roku poprzedniego	Procentowa zmiana liczby w stosunku do roku poprzedniego
2002	45 855 020	6 626 416	6,92	595 520	86 057	77		
2003	41 787 022	6 169 639	6,77	459 198	67 798	91	-8,87%	-6,89%
2004	45 118 804	6 489 475	6,95	433 835	62 399	104	7,97%	5,18%
2005	49 730 982	6 772 278	7,34	452 100	61 566	110	10,22%	4,36%
2006	50 919 135	6 568 483	7,75	427 892	55 197	119	2,39%	-3,01%
2007	56 097 230	7 418 275	7,56	456 075	60 311	123	10,17%	12,94%
2008	66 305 924	8 912 922	7,44	518 015	69 632	128	18,20%	20,15%
2009	108 841 457	10 843 421	10,04	771 925	76 904	141	64,15%	21,66%
2010	131 169 020	12 308 582	10,66	790 175	74 148	166	20,51%	13,51%
2011	147 032 990	13 284 404	11,07	902 043	81 499	163	12,09%	7,93%
2012	133 624 253	11 880 076	11,25	767 955	68 276	174	-9,12%	-10,57%
2013	141 890 174	13 077 783	10,85	746 790	68 830	190	6,19%	10,08%
2014	163 234 941	14 360 712	11,37	766 361	67 421	213	15,04%	9,81%
2015	191 998 553	16 079 016	11,94	783 668	65 629	245	17,62%	11,97%
2016	203 927 361	16 614 857	12,27	769 537	62 698	265	6,21%	3,33%
2017	215 052 069	16 325 823	13,17	759 901	57 688	283	5,46%	-1,74%
2018	223 968 206	15 900 017	14,09	699 901	49 688	320	4,15%	-2,61%
2019	261 062 817	16 364 089	15,95	690 642	43 291	378	16,56%	2,92%
2020	298 007 253	15 579 640	19,13	770 045	40 257	387	14,15%	-4,79%
2021	461 497 001	15 990 630	28,86	1 174 293	40 689	393	54,86%	2,64%
2022	858 638 871	17 272 942	49,71	1 969 355	39 617	436	86,06%	8,02%
2023	1 341 025 828	18 293 414	73,31	2 782 211	37 953	482	56,18%	5,91%
2024	1 497 805 170	18 428 670	81,28	2 723 282	33 507	550	11,69%	0,74%
2025	1 698 501 142	18 551 216	91,56	—	—	—	13,40%	0,66%
2026	1 827 246 319	19 015 466	96,09	—	—	—	7,58%	2,50%

znaczny wzrost procentowy miał miejsce w 2009 roku i wyniósł 64,15%, jednak szczególnie znaczące wzrosty pojawiły się w latach 2021–2023 i sięgały 86,06% (w 2022 roku). Po zmianach z ostatnich lat wartość sprzedaży w 2024 roku wynosiła 1,50 mld zł – była o 11,69% wyższa niż w roku poprzednim oraz ponad 30 razy wyższa niż w pierwszym roku analiz.

Średniomiesięczna wartość sprzedaży wyliczona na podstawie danych z całego okresu analiz przyjmuje wyrównane wartości niemal we wszystkich miesiącach roku i wynosi średnio od 24,26 mln zł w czerwcu do 26,88 mln zł w styczniu. Jedynie w maju i kwietniu jest wyższa i wynosi 29,64 mln zł oraz 30,12 mln zł. W skali pojedynczego miesiąca, najwięcej

Rys. 1. Wartość sprzedaży leków na odchudzanie w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



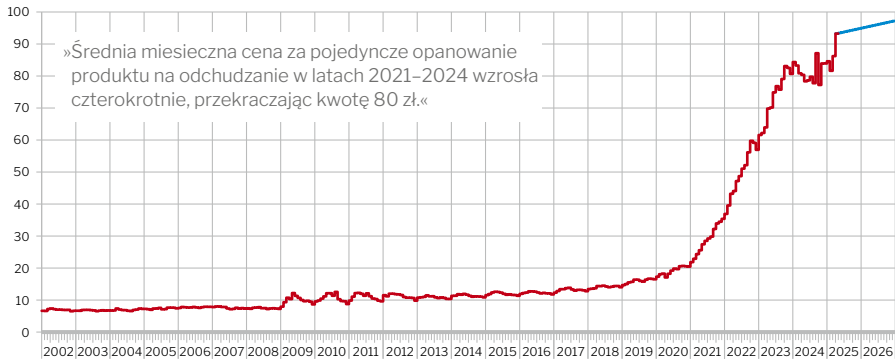
Rys. 2. Liczba opakowań leków na odchudzanie sprzedanych w aptekach w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



leków na odchudzanie pacjenci zakupili w kwietniu bieżącego roku – 1,64 mln opakowań i zapłacili za nie najwyższą jak dotychczas kwotę – 152,97 mln zł.

Wzrost na wartości sprzedaży jest efektem znacznego wzrostu średniej ceny. W 2002 roku, za opakowanie leku na odchudzanie zakupionego w aptecce pacjenci płacili średnio 6,92 zł. Podobny poziom ceny utrzymywał się do 2008 roku.

Rys. 3. Średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie leku na odchudzanie zakupionego w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



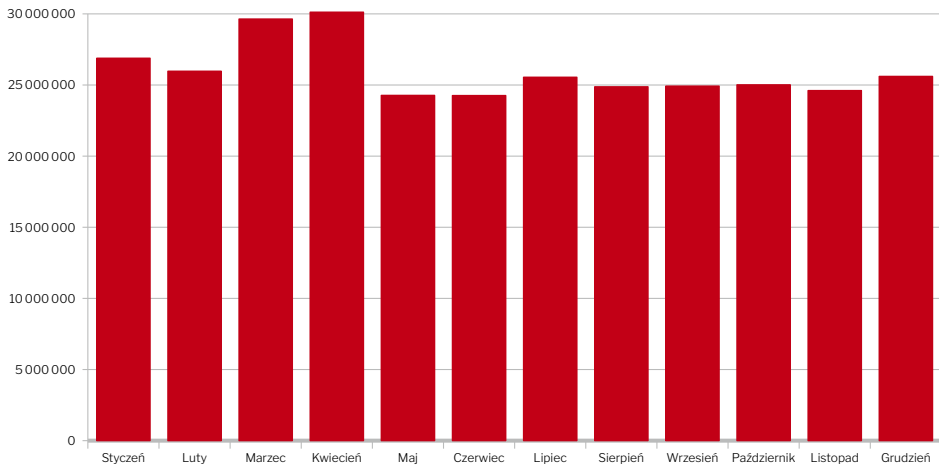
Rys. 4. Liczba różnych leków na odchudzanie zakupionych w aptekach w latach 2002–2025



W latach 2009–2019 cena głównie wzrastała (poza rokiem 2012), ale największe wzrosty przypadają na lata 2021–2023 (kolejno 50,88%, 72,24% i 47,47%). Tym samym w 2024 roku średnia cena ukształtowała się na poziomie 81,28 zł i była ponad 10 razy wyższa niż w pierwszym analizowanym okresie.

Na przełomie analiz znacznie wzrósł także asortyment apteczny leków na odchudzanie. W pierwszym roku analiz pacjenci mieli do wyboru 77 różnych produktów wspomagających odchudzanie, natomiast w minionym roku – 550 produktów.

Rys. 5. Średnia miesięczna wartość sprzedaży



Najwięcej nowych produktów pojawiło się na rynku w 2019 roku (58 produktów).

W latach 2021–2023 można było zaobserwować ogromny wzrost średniej ceny sprzedaży, a co za tym idzie, także i wartości sprzedaży leków na odchudzanie. W minionym roku rynek już nieco wyhamował. Poniżej znajdują się prognozy sprzedaży na lata 2025–2026.

Trendy przyszłości

W latach 2025–2026 rosnący trend sprzedaży leków na odchudzanie zostanie utrzymany, choć wzrosty procentowe nie będą wysokie. W 2025 roku sprzedaż wzrośnie o 0,66% i ukształtuje się na poziomie 18,55 mln zł. W kolejnym roku prognoz ilość sprzedaży wzrośnie o 2,50% i będzie równa 19,02 mln zł.

Większych wzrostów można spodziewać się na średniej cenie za pojedyncze opakowanie, a co za tym idzie, na wartości sprzedaży leków wspomagających odchudzanie. W 2025 roku

pacjenci zapłacą za statystyczne opakowanie leku z omawianej grupy 91,56 zł (wzrost o 12,65%), a w roku następnym – 96,09 zł (wzrost o 4,95%). Wartość sprzedaży w pierwszym roku prognoz wzrośnie o 13,40% do kwoty 1,70 mld zł, a w 2026 roku o kolejne 7,58% do kwoty 1,83 mld zł.

Podsumowanie

Wielu pacjentów borykających się z problemem nadwagi decyduje się na zakup środków wspomagających odchudzanie. W minionym roku, apteki sprzedały ponad 18 mln takich produktów – statystycznie co drugi pacjent zakupił jedno opakowanie. Była to liczba 3-krotnie większa niż w 2002 roku. Średnia cena w 2024 roku wynosiła 81,28 zł i była ponad 10 razy wyższa niż w pierwszym okresie analiz. Wzrost średniej ceny przełożył się na wzrost wartości sprzedaży, która zaledwie od roku 2021 roku wzrosła z prawie 0,5 mld zł do niemal 1,5 mld zł. Prognozy pokazują, że w najbliższych latach trend rosnący zostanie zachowany. Boom na tym rynku napędzają środki stosowane w cukrzycy. Są one coraz częściej przepisywane osobom borykającym się z chorobą otyłościową. Wiele recept na te środki pochodzi jednak z tzw. receptomatów, gdzie uzyskanie recepty jest znacznie łatwiejsze i odbywa się praktycznie bez konsultacji lekarskiej. Analiza pokazuje, że rynek środków na odchudzanie rośnie i będzie rósł, bo jednocześnie rośnie liczba osób z nadwagą i otyłych. ●

Metodologia prognoz

Do wyliczenia prognozy ilości, wartości i średniej ceny preparatów stosowanych na odchudzanie w latach 2025-2026 zastosowano model wykładniczego Browna. Przy wyliczeniu założono dodatkowo, że nie pojawią się żadne czynniki, które spowodują niespodziewane wahania na sprzedaży prognozowanej grupy produktów.

Leki psychotropowe i odurzające



Wykazują działanie nasenne, uspokajające i przeciwlękowe, ale mogą też uzależniać. Dlatego wypisywanie recept na leki psychotropowe i odurzające podlega specjalnym przepisom. W październiku 2024 roku zostały one dodatkowo zastrzone po aferze z receptomatami, czyli stronami internetowymi, gdzie receptę można otrzymać nawet w kilka minut, bez konsultacji lekarskiej, czasami tylko na podstawie prostego formularza i opłatą kilkudziesięciu złotych. Szczególnymi restrykcjami objęte zostały leki z grupy opioidów jak fentanyl, morfina i oksykodon oraz marihuana medyczna. Teraz mogą być przepisane tylko po osobistym zbadaniu pacjenta przez lekarza. Nowe przepisy doprowadziły do spadku recept na marihuanę medyczną aż o 50%. Potwierdzają to analizy OSOZ. W latach 2020–2023, czyli od momentu, kiedy wprowadzono e-recepty – w efekcie czego w internecie zaczęły mnożyć się „receptomaty” – sprzedaż leków z grupy psychotropowych i odurzających wzrosła o 10%, z 30,2 mln opakowań do 33,1 mln. Była to największa sprzedaż od w okresie ostatnich 25 lat. W 2024 roku poziom sprzedaży wrócił do poziomu trendów wieloletnich i uplasował się na poziomie 30,4 mln opakowań. Jednocześnie po raz pierwszy sprzedaż wartościowa przekroczyła granicę 1 mld zł, podwajając się w zaledwie okresie 7 lat. Powodem są szybko rosnące ceny leków z tej grupy. Największy poziom sprzedaży występuje od października do marca, kiedy objawy chorób psychicznych mogą się zaostrzać.

WSKAŹNIKI SPRZEDAŻY APTECZNEJ. ROK 2024 | ZMIANA % W STOSUNKU DO ROKU 2002 _____

WARTOŚĆ SPRZEDAŻY



1 183 207 820 zł

↑ 290%

ILOŚĆ SPRZEDAŻY



30 467 498

↓ 18%

ASORTYMENT



488

↑ 253%

ŚREDNIA CENA

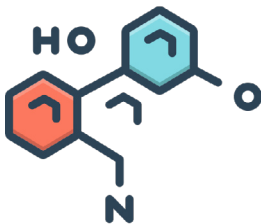


38,84 zł

↑ 380%

*Inflacja skumulowana w tym okresie: 52%
(1000 zł z 2002 roku jest warte 476 zł w marcu 2025)*

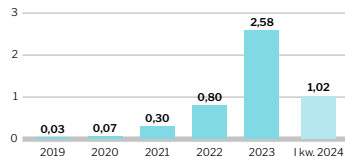
INFORMACJE DODATKOWE



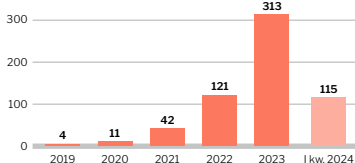
Sprzedaż opioidoidów bez refundacji wzrosła z 1,3 mln w 2019 r. do 1,8 mln w 2023 r. W tym samym czasie ich sprzedaż na recepty refundowane utrzymywała się na podobnym poziomie (5,8 mln w 2019 r. i 5,6 mln w 2023 r.). Jeszcze większe wzrosty zanotowała medyczna marihuana – o ile w 2019 r. jej sprzedaż wynosiła 0,03 tony, to w 2023 r. już 2,58 t, czyli 83 razy więcej. Za tak dużym wzrostem stoją tzw. receptomaty, czyli strony internetowe, gdzie w 15 minut można otrzymać receptę za opłatą, bez konsultacji lekarskiej.

Popyt na marihuanę medyczną w Polsce

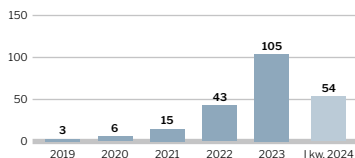
Sprzedaż marihuany medycznej (w tonach)



Liczba zrealizowanych recept (w tysiącach)



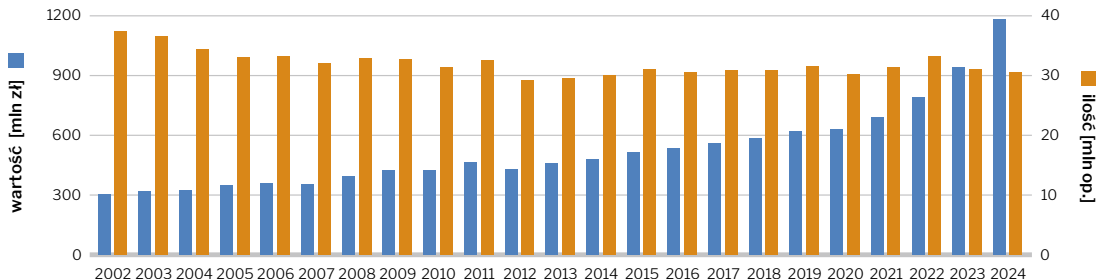
Liczba pacjentów, którym wystawiono receptę (w tysiącach)



Wszystko wskazuje na to, że receptomaty szybko znalazły sposób na obejście wprowadzonych w październiku 2024 roku przepisów. Liczba recept na fentanyl w marcu 2025 r. w porównaniu z lutym zwiększyła się o 5,5 proc., a na morfinę i oksykodon o 8,5 proc. Wzrost dla recept na medyczną marihuanę wyniósł 23 proc., do 44,3 tys. recept.

Źródło: Centrum e-Zdrowia

SPRZEDAŻ ILOŚCIOWA I WARTOŚCIOWA W LATACH 2002-2024





Leki psychotropowe i odurzające to substancje wpływające na pracę ośrodkowego układu nerwowego. Najczęściej są stosowane w leczenie stanów depresyjnych oraz różnego rodzaju psychoz (jak np. schizofrenia); do stabilizowania nastroju, redukcji nasilonego lęku; w zaburzeniach snu oraz funkcji poznawczych i koncentracji. Eksperti OSOZ przeanalizowali ich sprzedaż od 2002 roku.

Opis rynku

Na początku warto wspomnieć, że mowa o lekach, które zostały ujęte w wykazie substancji psychotropowych, środków odurzających oraz nowych substancji psychoaktywnych. Są to produkty podlegające ścisłej kontroli – ich produkcja, przetwarzanie, udostępnianie i posiadanie są regulowane ustawą o przeciwdziałaniu narkomanii.

Wartość sprzedaży środków odurzających i substancji psychotropowych już w pierwszym okresie analiz, czyli 2002

Tab. 2. Liczba produktów wycofanych z rynku w poszczególnych latach oraz średnia cena dla tych produktów

	Liczba badanych produktów	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
		Produkty będące w ofercie w latach 2002–2024	69	7,76	8,51	9,12	10,19	10,49	10,36	10,84	11,47	11,64	12,17	12,58	12,80	12,71	12,58	13,19	12,93	13,22	13,48	14,37	14,84	16,12	18,06
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2023 a nie będące w ofercie w 2024 roku	4	12,62	14,29	15,24	17,28	17,91	17,99	18,25	18,38	18,98	18,25	17,48	17,92	18,70	19,12	19,50	19,95	19,22	19,29	18,99	16,45	20,05	19,32		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2022 a nie będące w ofercie w latach 2023–2024	6	12,25	13,40	14,58	15,21	14,21	14,83	15,28	15,51	15,46	15,57	15,72	15,96	15,89	15,57	15,57	16,31	19,95	19,85	20,01	22,35	27,15			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2021 a nie będące w ofercie w latach 2022–2024	3	5,61	5,53	6,22	10,18	13,25	8,25	6,79	6,13	7,93	13,15	15,80	18,39	21,14	21,29	19,28	20,09	22,84	47,58	45,66	45,94				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2020 a nie będące w ofercie w latach 2021–2024	3	7,16	8,22	8,39	6,88	6,89	6,98	8,39	8,93	9,34	10,07	10,38	10,79	10,99	11,53	12,06	12,68	12,97	13,10	14,33					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2019 a nie będące w ofercie w latach 2020–2024	1	6,31	6,38	6,37	6,36	6,32	6,28	6,23	6,25	6,27	6,38	6,47	6,48	6,32	6,59	6,73	7,04	6,97	6,74						
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2018 a nie będące w ofercie w latach 2019–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–						
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2017 a nie będące w ofercie w latach 2018–2024	1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–						
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2016 a nie będące w ofercie w latach 2017–2024	1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–						
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2015 a nie będące w ofercie w latach 2016–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–						
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2014 a nie będące w ofercie w latach 2015–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–						
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2013 a nie będące w ofercie w latach 2014–2024	1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–						
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2012 a nie będące w ofercie w latach 2013–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–						
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2011 a nie będące w ofercie w latach 2012–2024	1	22,11	8,50	15,21	6,17	10,18	5,01	6,09	14,27	19,80	5,13														
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2010 a nie będące w ofercie w latach 2011–2024	4	13,76	14,11	18,05	25,53	25,49	16,36	19,47	16,38	14,94															
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2009 a nie będące w ofercie w latach 2010–2024	2	32,18	52,57	67,86	48,76	68,68	61,26	54,17	60,23																
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2008 a nie będące w ofercie w latach 2009–2024	2	22,75	22,19	19,66	26,37	9,118	171,07	169,22																	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2007 a nie będące w ofercie w latach 2008–2024	0	–	–	–	–	–	–	–																	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2006 a nie będące w ofercie w latach 2007–2024	1	40,41	39,01	38,64	58,38	38,64																			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2005 a nie będące w ofercie w latach 2006–2024	1	158,53	158,53	156,92	156,92																				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2004 a nie będące w ofercie w latach 2005–2024	2	84,94	22,28	94,64																					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2003 a nie będące w ofercie w latach 2004–2024	1	66,87	64,53																						
Produkty będące w ofercie w 2002 roku a nie będące w ofercie w latach 2003–2024	2	183,61																							

Ilość sprzedaży omawianej grupy produktów aptecznych kształtowała się w nieco odmienny sposób niż wartość sprzedaży. W 2002 roku pacjenci zakupili 37,32 mln opakowań środków odurzających i substancji psychotropowych. Była to największa liczba w całym okresie analiz. W kolejnych latach, raz po raz przeplatały się ze sobą spadki oraz wzrosty, a sprzedaż utrzymywała wyrównany poziom. Największy spadek miał miejsce w 2012 roku i wyniósł 10,21%. W jego wyniku sprzedaż ukształtowała się na minimalnym poziomie wynoszącym 29,22 mln opakowań. W pozostałych okresach

Tab. 3. Roczne zestawienie sprzedaży leków psychotropowych i odurzających w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

Rok	Wartość sprzedaży (zł)	Liczba sprzedanych opakowań	Średnia cena za pojedyncze opakowanie (zł)	Wartość sprzedaży na jeden produkt (zł)	Liczba sprzedanych opakowań na jeden produkt	Liczba produktów będących w ofercie	Procentowa zmiana wartości w stosunku do roku poprzedniego	Procentowa zmiana liczby w stosunku do roku poprzedniego
2002	300 890 342	37 322 936	8,06	2 180 365	270 456	138		
2003	318 382 311	36 547 575	8,71	2 165 866	248 623	147	5,81%	-2,08%
2004	324 116 067	34 466 471	9,40	2 025 725	215 415	160	1,80%	-5,69%
2005	348 347 775	33 115 732	10,52	2 098 481	199 492	166	7,48%	-3,92%
2006	358 650 525	33 182 431	10,81	2 073 124	191 806	173	2,96%	0,20%
2007	352 050 109	32 108 812	10,96	1 945 028	177 397	181	-1,84%	-3,24%
2008	391 927 351	32 919 340	11,91	1 857 476	156 016	211	11,33%	2,52%
2009	424 937 005	32 652 064	13,01	1 995 009	153 296	213	8,42%	-0,81%
2010	422 469 129	31 400 904	13,45	1 937 932	144 041	218	-0,58%	-3,83%
2011	463 261 730	32 544 109	14,23	1 962 973	137 899	236	9,66%	3,64%
2012	431 138 564	29 219 858	14,75	1 819 150	123 291	237	-6,93%	-10,21%
2013	458 204 640	29 512 147	15,53	1 796 881	115 734	255	6,28%	1,00%
2014	478 831 010	30 074 877	15,92	1 674 234	105 157	286	4,50%	1,91%
2015	513 926 085	30 995 393	16,58	1 538 701	92 801	334	7,33%	3,06%
2016	533 420 834	30 462 931	17,51	1 340 253	76 540	398	3,79%	-1,72%
2017	560 885 055	30 862 208	18,17	1 341 830	73 833	418	5,15%	1,31%
2018	582 421 287	30 793 633	18,91	1 291 400	68 279	451	3,84%	-0,22%
2019	617 391 661	31 527 330	19,58	1 288 918	65 819	479	6,00%	2,38%
2020	629 020 605	30 253 137	20,79	1 388 566	66 784	453	1,88%	-4,04%
2021	689 961 175	31 424 142	21,96	1 483 787	67 579	465	9,69%	3,87%
2022	791 698 146	33 179 452	23,86	1 728 599	72 444	458	14,75%	5,59%
2023	942 070 257	31 109 128	30,28	2 052 441	67 776	459	18,99%	-6,24%
2024	1 183 207 820	30 467 498	38,84	2 424 606	62 433	488	25,60%	-2,06%
2025	1 256 609 896	30 035 333	41,84	—	—	—	6,20%	-1,42%
2026	1 351 820 424	29 949 523	45,14	—	—	—	7,58%	-0,29%

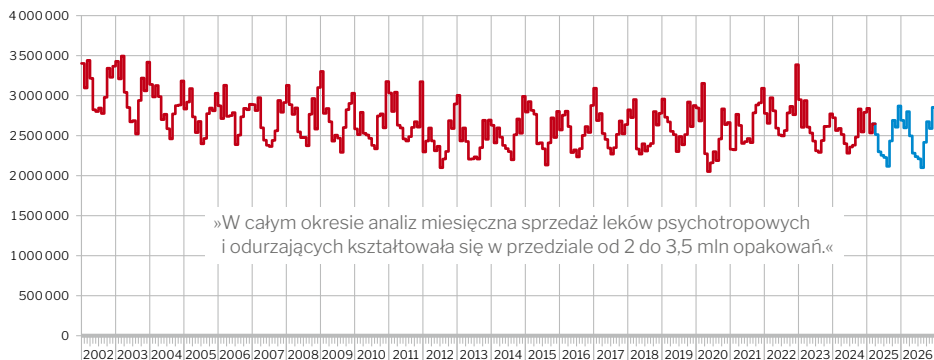
zmiany kształtowały się w przedziale od –6,24% do +5,59%. W minionym roku pacjenci zakupili 30,47 mln opakowań leków psychotropowych i odurzających, o 2,06% mniej niż w roku poprzednim oraz o 16,65% mniej niż w pierwszym roku analiz.

W podobny sposób jak wartość sprzedaży kształtowała się także średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie leku psychotropowego lub odurzającego. W 2002 roku wynosiła 8,06 zł, a w kolejnych latach systematycznie wzrastała. W latach 2003–2022 wzrosty wynosiły od 1,44% (w 2007 roku) do 11,86% (w 2005 roku). Jednak najszybsze tempo wzrostu przypadło na ostatnie lata. W 2023 wzrost wyniósł 26,91%, a w 2024 roku – 28,24%. W minionym roku za po-

Rys. 1. Wartość sprzedaży leków psychotropowych i odurzających w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



Rys. 2. Liczba opakowań leków psychotropowych i odurzających sprzedanych w aptekach w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



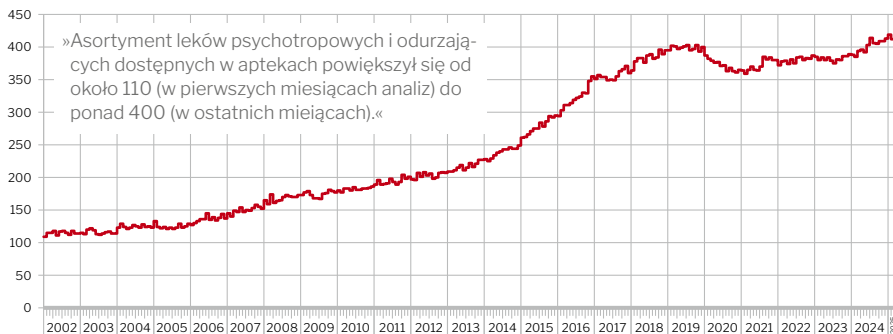
jedyncze opakowanie produktu odurzającego lub substancji psychotropowej pacjenci płacili 38,84 zł – o 275,63% więcej niż w pierwszym roku analiz.

Średniomiesięczna wartość sprzedaży wyliczona na podstawie danych z ostatnich 24 lat była najwyższa w marcu (47,52 mln zł), październiku (47,71 mln zł) i grudniu (48,79 mln zł). Z kolei najniższe wartości pojawiły się w mie-

Rys. 3. Średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie leku psychotropowego lub odurzającego zakupionego w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



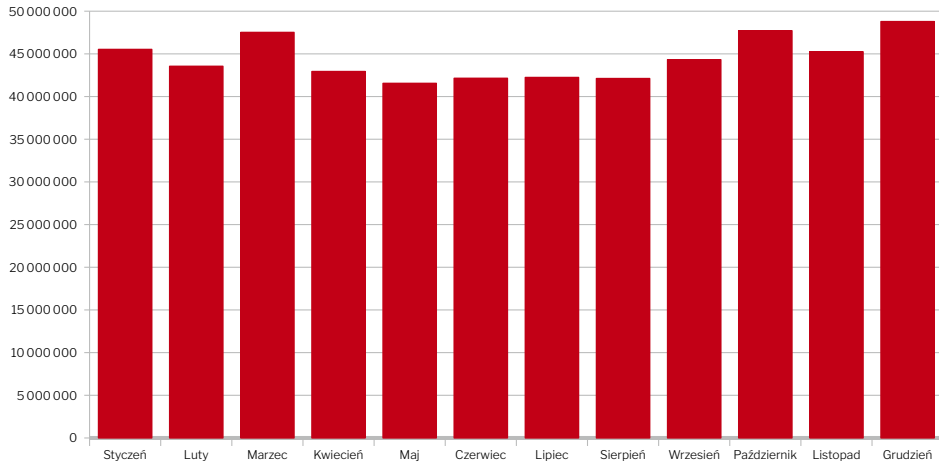
Rys. 4. Liczba różnych leków psychotropowych i odurzających zakupionych w aptekach w latach 2002–2025



siącach od kwietnia do sierpnia (od 41,55 mln zł do 42,94 mln zł). W skali pojedynczego miesiąca najmniej za leki psychotropowe i odurzające pacjenci zapłacili w maju 2002 (22,29 mln zł), a najwięcej w październiku 2024 (122,58 mln zł).

Na przelomie całego okresu analiz znacząco wzrósł także asortyment omawianej grupy produktów dostępnych w aptekach. W pierwszym roku analiz pacjenci mogli wybierać spośród 138 produktów, a w minionym roku już spośród 488 produktów. Z roku na rok pojawiało się od kilku do kilkudziesięciu

Rys. 5. Średnia miesięczna wartość sprzedaży



nowych produktów. Jedynie w 2020 roku na półkach aptecznych pojawiło się mniej produktów niż w roku poprzednim.

Prawie w całym okresie analiz wartość sprzedaży oraz średnia cena leków psychotropowych i odurzających wzrastały z roku na rok. Ilość sprzedaży utrzymywała natomiast wyrównany poziom. Wartość sprzedaży za pierwszy kwartał 2025 roku była o 10,29% wyższa niż w analogicznym okresie roku poprzedniego. Ilość sprzedaży była wyższa o 2,21%. Poniżej znajdują się prognozy na pełny 2025 rok oraz 2026 rok.

Trendy przyszłości

1,26 mld zł oraz 1,35 mld zł – to kwoty, jakie pacjenci zapłacą za leki psychotropowe i odurzające w prognozowanym okresie. W 2025 wartość sprzedaży wzrośnie więc o 6,20%, a w 2026 roku o 7,58%.

Średnia cena za pojedyncze opakowanie, podobnie jak wartość sprzedaży, nadal będzie rosła. W 2025 i 2026 roku nastąpią wzrosty wynoszące kolejno 7,73% i 7,89%. Średnia cena ukształtuje się w tych latach na poziomie 41,84 zł i 45,14 zł.

Zgodnie z prognozami, na ilości sprzedaży pojawią się spadki. W pierwszym roku prognoz spadek wyniesie 1,42%, a w drugim 0,29%. Ilość sprzedaży ukształtuje się na poziomie 30,04 mln opakowań w 2025 roku oraz 29,95 mln opakowań w 2026 roku.

Podsumowanie

W minionym roku wartość sprzedaży leków psychotropowych i substancji odurzających po raz pierwszy od ponad 20 lat przekroczyła kwotę 1 mld zł – pacjenci zapłacili za tę grupę produktów aptecznych kwotę 1,18 mld zł. Sprzedaż od wielu lat kształtuje się w granicach około 30 mln opakowań. Oznacza to, że w minionym roku statystyczny pacjent zakupił około 0,8 opakowania leku psychotropowego lub odurzającego i wydał na to kwotę 31,55 zł. Mógł przy tym wybierać spośród 488 produktów, które można było znaleźć na półkach aptecznych.

Interpretując zmiany ilości sprzedaży należy wziąć pod uwagę kilka elementów. Za spadkiem ilości sprzedaży z 37,3 mln opakowań w 2002 roku do 30,4 mln w 2024 roku, a więc o 23%, może stać kilka przyczyn. Warto zwrócić uwagę, że w tym czasie asortyment zwiększył się z 138 do 488 różnych produktów. Pacjenci mają więc dostęp do szerszej palety leków. W tym czasie zwiększyła się także ich skuteczność i pojawiły się nowej generacji terapie wymagające niższych dawek i częstotliwości stosowania. W związku z tym malejąca liczba sprzedawanych opakowań nie może być interpretowana jako malejąca liczba chorych. Wręcz przeciwnie – dostępne statystyki mówią o rosnącym występowaniu dolegliwości psychicznych, które jeszcze bardziej nasiliły się podczas pandemii COVID-19. Niepokojący jest gwałtowny wzrost cen – obecnie za jedno opakowanie pacjenci płacą dwa razy więcej niż przed pandemią koronawirusa. Wzrosty cen w tym okresie są jednak powszechne i wynikają z zaburzenia łańcucha dostaw oraz rosnącej inflacji. ●

Metodologia prognoz

Do wyliczenia prognozy ilości, wartości i średniej ceny leków psychotropowych i środków odurzających na lata 2025–2026 zastosowano model wygładzenia wykładniczego Browna. Przy wyliczeniu założono dodatkowo, że nie pojawiają się żadne czynniki, które spowodują niespodziewane wahania na sprzedaży prognozowanej grupy produktów.

Nie trać czasu na szukanie leków po aptekach

- skorzystaj z serwisu

 **KtoMaLek.pl**



KtoMaLek.pl Sprawdzamy dostępność leków w 10 266 aptekach

- 1** Podaj lokalizację
Powiedz nam gdzie jesteś, poszukamy leku w Twojej okolicy.
Wpisz miasto lub ulicę (np.: Katowice, 1 Maja 133)
Miejsce, ulica
lub udostępnij lokalizację
- 2** Wskaż leki
Wykaż leki, a następnie wybierz aptekę.
- 3** Zarezerwuj leki
3562 rezerwacje w wybranej aptece.
- 4** Odbierz leki
Odbierz leki w aptece i zapłać przy odbiorze.

**Sprawdzamy
dostępność
leków w ponad
11 000 aptek!**

➤ Oszczędzaj czas

Dowiedz się, w której najbliższej aptece dostępny jest potrzebny Ci lek. Zarezerwuj go on-line.

➤ Uzyskaj wsparcie Farmaceuty on-line

Jeśli masz pytania dotyczące leku, sposobu zażywania, interakcji - zapytaj farmaceutę.

➤ Miej KtoMaLek zawsze pod ręką

Pobierz bezpłatną aplikację KtoMaLek lub VisiMed, wyszukuj i rezerwuj leki kiedy chcesz.



Leki przeciwnowotworowe



Co roku chorobę nowotworową diagnozuje się u ok. 170 tys. Polaków. Z danych Krajowego Rejestru Nowotworów wynika, że obecnie z chorobą żyje ponad 1,17 mln, czyli 440 na 100 000 populacji. Nowotwory są drugą przyczyną przedwczesnej śmierci w Polsce, zaraz po chorobach układu krążenia, odpowiadając za 25% wszystkich zgonów (100 tys. rocznie). Prawdopodobieństwo zachorowania rośnie z wiekiem – prawie 75% diagnozowanych nowotworów dotyczy osób w wieku 60+. Od połowy lat 60. XX wieku liczba zachorowań i zgonów nowotworowych zwiększyła się około 2,5 razy. Mężczyźni najczęściej chorują na raka płuc i prostaty, kobiety – raka piersi. Są też dobre wiadomości. Spada występowanie niektórych rodzajów raka jak np. żołądka, jelita grubego czy szyjki macicy. Prawie we wszystkich rodzajach nowotworów systematycznie zwiększa się wskaźnik przeżyć 5-letnich. Chorzy w Polsce mogą liczyć na najnowocześniejsze metody leczenia. Mimo to, nadal umieramy na raka częściej niż pacjenci w krajach Europy Zachodniej. Według raportu OECD, Polska ma wskaźnik umieralności o około 15% wyższy niż średnia Unii Europejskiej. Jednym z największych wyzwań jest bardzo późna wykrywalność choroby, zmniejszająca rokowania. Ocenia się, że ok. 40% przypadków nowotworów można zapobiegać poprzez modyfikację stylu życia i unikanie czynników ryzyka.

WSKAŹNIKI SPRZEDAŻY APTECZNEJ. ROK 2024 | ZMIANA % W STOSUNKU DO ROKU 2002

WARTOŚĆ SPRZEDAŻY



259 285 698 zł

+ 85%

ILOŚĆ SPRZEDAŻY



1 949 323

+ 46%

ASORTYMENT



142

+ 36%

ŚREDNIA CENA



133,01 zł

+ 26%

*Inflacja skumulowana w tym okresie: 52%
(1000 zł z 2002 roku jest warte 476 zł w marcu 2025)*



Pod względem mechanizmu działania, leki przeciwnowotworowe podzielić można na kilka kategorii. Pierwsza z nich to leki cytostatyczne, które działają na szybko dzielące się komórki nowotworowe, uszkodzając ich DNA lub zaburzając ich rozwój. Są stosowane w chemioterapii klasycznej. Kolejna grupa to terapie celowe nakierowane na specyficzne białka lub mechanizmy w komórkach nowotworowych. Z kolei immunoterapia, pobudza działanie układu immunologicznego do walki z nowotworem. Terapia hormonalna jest stosowana w nowotworach hormonozależnych. Ostatnia grupa, radiofarmaceutyki, to leki zawierające substancje promieniotwórcze pozwalające zwalczać szkodliwe komórki nowotworowe. Ekspertki OSOZ przeanalizowały sprzedaż tych leków w aptekach.

Opis rynku

W pierwszym roku analiz sprzedaż leków przeciwnowotworowych wynosiła 1,33 mln opakowań. Już w 2003 roku miał

Tab. 2. Liczba produktów wycofanych z rynku w poszczególnych latach oraz średnia cena dla tych produktów

	Liczba badanych produktów	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
		Produkty będące w ofercie w latach 2002–2024	12	134,30	137,83	153,91	181,39	100,83	101,37	94,98	76,83	61,43	50,82	43,12	47,83	42,07	38,77	36,32	35,51	32,88	27,92	24,62	22,45	21,32
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2023 a nie będące w ofercie w 2024 roku	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2022 a nie będące w ofercie w latach 2023–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2021 a nie będące w ofercie w latach 2022–2024	1	26,79	26,68	26,35	22,82	22,72	22,59	22,49	22,68	22,66	22,66	22,13	21,94	21,74	21,74	19,58	19,58	19,58	18,87	18,88	18,87			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2020 a nie będące w ofercie w latach 2021–2024	2	238,88	185,57	220,26	108,90	93,95	56,60	69,26	68,92	99,84	113,83	99,91	78,50	81,22	97,64	279,21	291,92	305,07	328,81	303,47				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2019 a nie będące w ofercie w latach 2020–2024	1	174,39	211,35	202,87	192,58	180,48	168,45	148,94	198,09	224,95	199,63	205,58	189,83	174,90	162,33	147,41	137,81	138,80	141,65					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2018 a nie będące w ofercie w latach 2019–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2017 a nie będące w ofercie w latach 2018–2024	1	34,58	41,34	40,53	40,86	37,69	35,49	35,23	35,04	35,09	35,22	42,22	44,77	45,40	45,41	47,20	46,38							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2016 a nie będące w ofercie w latach 2017–2024	1	493,91	467,78	463,02	396,13	373,86	373,49	372,74	372,07	373,24	347,61	273,64	269,18	238,01	237,70	248,55								
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2015 a nie będące w ofercie w latach 2016–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2014 a nie będące w ofercie w latach 2015–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2013 a nie będące w ofercie w latach 2014–2024	1	17,71	31,54	32,91	33,14	29,33	28,58	28,44	27,70	26,96	27,24	10,00	20,95											
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2012 a nie będące w ofercie w latach 2013–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2011 a nie będące w ofercie w latach 2012–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2010 a nie będące w ofercie w latach 2011–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2009 a nie będące w ofercie w latach 2010–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2008 a nie będące w ofercie w latach 2009–2024	1	106,13	104,49	102,24	100,05	98,98	97,46	85,01																
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2007 a nie będące w ofercie w latach 2008–2024	2	38,51	44,82	35,46	38,16	26,70	23,51																	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2006 a nie będące w ofercie w latach 2007–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2005 a nie będące w ofercie w latach 2006–2024	2	2332,86	95,83	135,47	777,10																			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2004 a nie będące w ofercie w latach 2005–2024	3	14,11	40,02	75,48																				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2003 a nie będące w ofercie w latach 2004–2024	5	439,85	138,28																					
Produkty będące w ofercie w 2002 roku a nie będące w ofercie w latach 2003–2024	8	55,95																						

Wartość sprzedaży w 2002 roku wynosiła 139,65 mln zł. Podobnie jak w przypadku ilości sprzedaży, w 2003 roku miał miejsce znaczący spadek wynoszący 34,81%. Kolejny istotny spadek wyniósł 41,06% i miał miejsce w 2012 roku. Jego wynikiem było ukształtowanie się wartości sprzedaży na najniższym poziomie 64,99 mln zł. W kolejnych latach występowały głównie wzrosty – największe w latach 2013 oraz 2014 roku wyniosły kolejno 28,51% oraz 26,74%. Kwota, jaką pacjenci przeznaczali w 2024 roku na leki przeciwnowotworowe była znacznie wyższa niż w roku poprzednim (o 24,19%)

Tab. 3. Roczne zestawienie sprzedaży leków przeciwnowotworowych w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

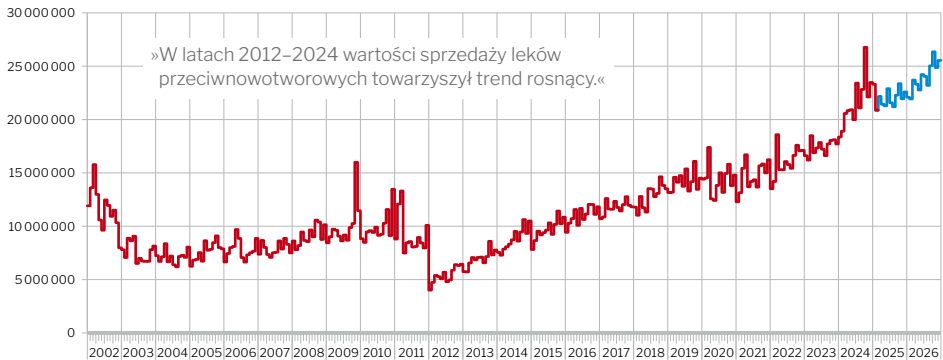
Rok	Wartość sprzedaży (zł)	Liczba sprzedanych opakowań	Średnia cena za pojedyncze opakowanie (zł)	Wartość sprzedaży na jeden produkt (zł)	Liczba sprzedanych opakowań na jeden produkt	Liczba produktów będących w ofercie	Procentowa zmiana wartości w stosunku do roku poprzedniego	Procentowa zmiana liczby w stosunku do roku poprzedniego
2002	139 652 405	1 329 529	105,04	1 342 812	12 784	104		
2003	91 045 126	739 669	123,09	1 000 496	8 128	91	-34,81%	-44,37%
2004	85 472 040	655 971	130,30	982 437	7 540	87	-6,12%	-11,32%
2005	91 886 144	627 667	146,39	1 178 027	8 047	78	7,50%	-4,31%
2006	93 796 368	843 555	111,19	1 250 618	11 247	75	2,08%	34,40%
2007	94 711 898	806 494	117,44	1 457 106	12 408	65	0,98%	-4,39%
2008	109 814 876	956 232	114,84	1 355 739	11 805	81	15,95%	18,57%
2009	119 965 503	1 083 016	110,77	1 499 569	13 538	80	9,24%	13,26%
2010	118 531 568	1 175 061	100,87	1 852 056	18 360	64	-1,20%	8,50%
2011	110 272 286	1 222 003	90,24	1 645 855	18 239	67	-6,97%	3,99%
2012	64 990 422	1 057 389	61,46	866 539	14 099	75	-41,06%	-13,47%
2013	83 520 285	1 349 853	61,87	960 003	15 516	87	28,51%	27,66%
2014	105 851 654	1 642 142	64,46	1 080 119	16 757	98	26,74%	21,65%
2015	116 483 696	1 563 676	74,49	889 189	11 936	131	10,04%	-4,78%
2016	132 560 612	1 609 052	82,38	953 673	11 576	139	13,80%	2,90%
2017	141 466 288	1 693 513	83,53	949 438	11 366	149	6,72%	5,25%
2018	153 506 896	1 743 229	88,06	936 018	10 629	164	8,51%	2,94%
2019	170 419 349	1 854 965	91,87	1 262 366	13 740	135	11,02%	6,41%
2020	172 661 980	1 790 209	96,45	1 298 210	13 460	133	1,32%	-3,49%
2021	176 201 837	1 842 673	95,62	1 249 658	13 069	141	2,05%	2,93%
2022	192 568 481	1 963 131	98,09	1 365 734	13 923	141	9,29%	6,54%
2023	208 786 490	1 941 476	107,54	1 480 755	13 769	141	8,42%	-1,10%
2024	259 285 698	1 949 323	133,01	1 825 956	13 728	142	24,19%	0,40%
2025	264 920 781	1 957 329	135,35	—	—	—	2,17%	0,41%
2026	287 060 345	2 036 794	140,94	—	—	—	8,36%	4,06%

i wynosiła 259,29 mln zł. Jednocześnie była to najwyższa wartość sprzedaży w całym okresie analiz.

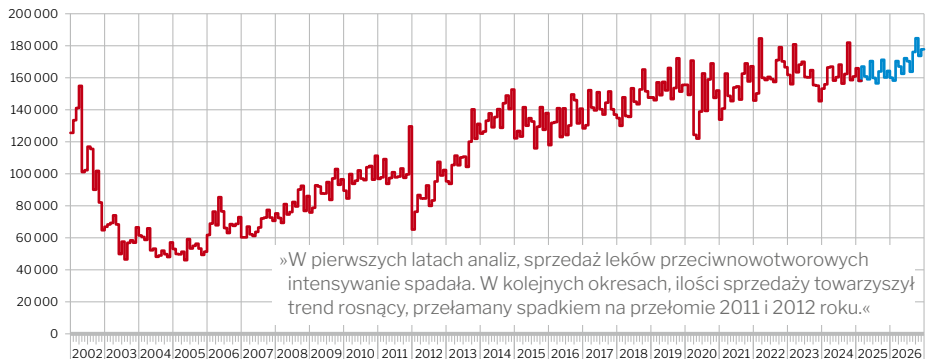
Średniomiesięczna wartość sprzedaży wyliczona na podstawie danych z ostatnich 24 lat pokazuje że sprzedaż leków przeciwnowotworowych nie podlega żadnym wahaniom sezonowym, co odzwierciedla charakter choroby. Najwięcej za leki z omawianej grupy pacjenci płacili w marcu, październiku oraz grudniu – średnio ponad 11,5 mln zł. W skali pojedynczego miesiąca, największa wartość sprzedaży miała miejsce w październiku 2024 roku i wynosiła 26,77 mln zł, zaś najmniejsza w styczniu 2012 roku – 4,01 mln zł.

Średnia cena za pojedyncze opakowanie leku przeciwnowotworowego w pierwszym roku analiz wynosiła 105,04 zł.

Rys. 1. Wartość sprzedaży leków przeciwnowotworowych w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

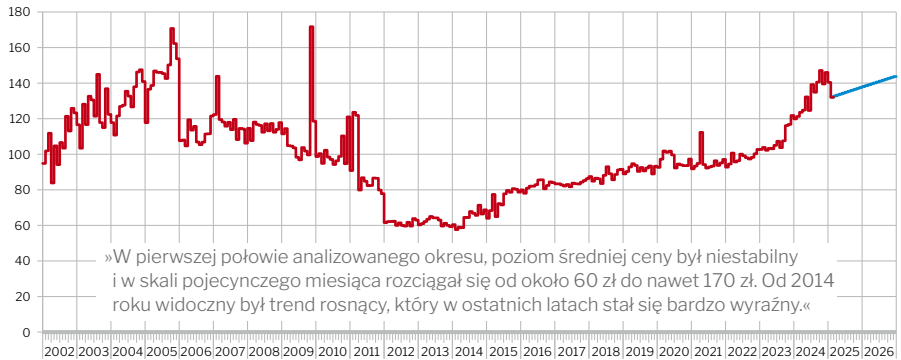


Rys. 2. Liczba opakowań leków przeciwnowotworowych sprzedanych w aptekach w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

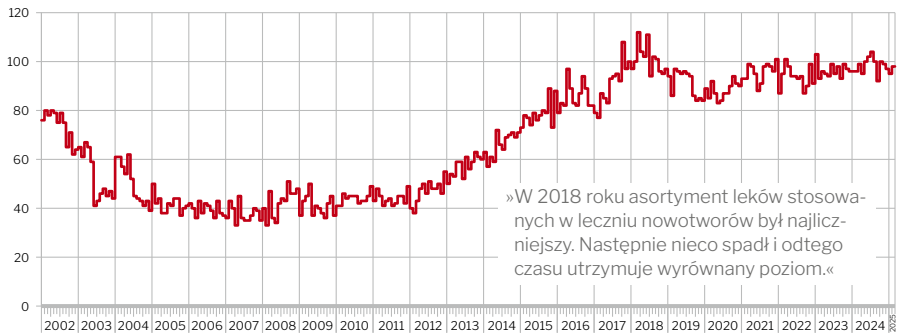


W latach 2003–2005 znacząco rosła, w wyniku czego ukształtowała się na najwyższym poziomie – 146,39 zł. Natomiast w latach 2006–2012 spadała, po czym osiągnęła wartość najniższą – 61,46 zł. W 2013 roku trend malejący odwrócił się i od tego czasu średnia cena pięła się w górę. Największe spadki miały miejsce w 2006 oraz 2012 roku i wynosiły kolejno 24,05% oraz 31,89%. W minionym roku

Rys. 3. Średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie leków przeciwnowotworowych w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



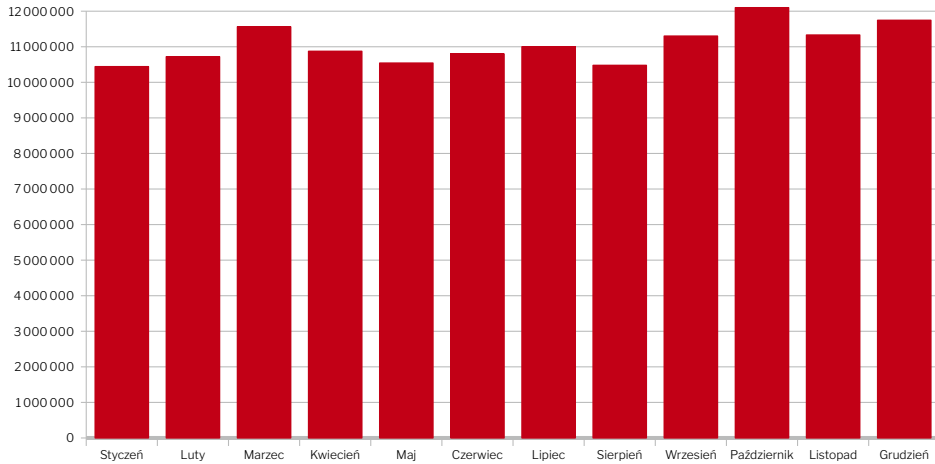
Rys. 4. Liczba różnych opakowań leków przeciwnowotworowych dostępnych w aptekach w latach 2002–2025



miał miejsce największy wzrost procentowy liczony rok do roku – wyniósł 23,69%. Za pojedyncze opakowanie leku przeciwnowotworowego pacjenci płacili średnio 133,01 zł.

Asortyment leków przeciwnowotworowych dostępnych w aptekach w latach 2002–2024 kształtował się w przedziale od 64 (w 2010 roku) do 164 (w 2018 roku). W minionym roku, na półkach aptecznych dostępne był 142 produkty z omawianej grupy.

Rys. 5. Średnia miesięczna wartość sprzedaży



Przez ostatnią dekadę, z roku na rok pacjenci płacili coraz więcej za leki przeciwnowotworowe. Także na ilości sprzedaży i średniej cenie przeważały wzrosty, a spadki pojawiały się sporadycznie. Poniżej znajdują się prognozy sprzedaży analizowanej grupy leków na lata 2025–2026.

Trendy przyszłości

Zgodnie z prognozami wyliczonymi na najbliższe lata, wartość sprzedaży leków przeciwnowotworowych w 2025 roku wzrośnie o 2,17% w porównaniu do roku poprzedniego i ukształtuje się na poziomie 264,92 mln zł. W kolejnym roku wzrost będzie większy i wyniesie 8,36%, a pacjenci zapłacą za omawianą grupę leków kwotę 287,06 mln zł.

W prognozowanym okresie wzrastać będzie także ilość sprzedaży. W pierwszym roku prognoz wzrost wyniesie 0,41%, a w drugim – 4,06%. Sprzedaż w latach 2025–2026 wyniesie kolejno 1,96 mln opakowań o 2,04 mln opakowań.

Trend wzrostowy utrzyma się także w przypadku średniej ceny. W 2025 roku pacjenci zapłacą za statystyczne opakowa-

nie leku przeciwnowotworowego średnio 135,35 zł, a w 2026 roku – 140,94 zł. Wzrosty wyniosą kolejno 1,76% oraz 4,13%.

Podsumowanie

Sprzedaż leków przeciwnowotworowych od kilku lat kształtuje się na wyrównanym poziomie, a w 2024 roku wynosiła 1,95 mln opakowań. Przeglądając się danych historycznym można jednak zauważyć, że w okresie ostatnich 20 lat wzrosła ona trzykrotnie. W analizowanym okresie systematycznie rosła liczba zachorowań na raka w Polsce, zarówno u kobiet jak i u mężczyzn. Jednak zaprezentowane dane nie odzwierciedlają sytuacji epidemiologicznej. Duża część leków stosowana jest w leczeniu szpitalnym, z kolei przedstawione statystyki pokazują jedynie sprzedaż w aptekach ogólnodostępnych. Nie obejmuje też innych metod terapeutycznych jak np. operacji albo radioterapii. Do tego w okresie ostatnich 20 lat nastąpił ogromny postęp w terapiach lekowych – samo zwiększenie sprzedaży w aptekach może świadczyć np. o przesunięciu leczenia ze szpitali do warunków ambulatoryjnych. Jest jeszcze jeden istotny element wpływający na trendy – wartość sprzedaży leków z tej grupy jest uzależniona mocno od polityki refundacyjnej. Od 2002 roku systematycznie dodawano nowe terapie na listę leków refundowanych, dzięki czemu poprawiała się dostępność leczenia dla pacjentów. Widać to także po rosnącym asortymencie tych leków w aptekach. Przez ostatnie 20 lat ceny utrzymywały się na wyrównanym poziomie, a w niektórych latach czasami spadały w wyniku negocjacji z firmami farmaceutycznymi.

Prognozy pokazują, że w najbliższych latach trend rosnący na sprzedaży leków przeciwnowotworowych będzie kontynuowany, choć sytuacja będzie zależała mocno od polityki refundacyjnej i postępów w pracach nad nowymi lekami. ●

Metodologia prognoz

Do wyliczenia prognozy ilości, wartości i średniej ceny leków przeciwnowotworowych na lata 2025–2026, zastosowano model wygładzenia wykładniczego Browna. Przy wyliczeniu założono dodatkowo, że nie pojawią się żadne czynniki, które spowodują niespodziewane wahania na sprzedaży prognozowanej grupy produktów.

Leki łagodzące alergie



Alergie dotyczą ok. 10%-30% ludzi na świecie. To najczęściej występująca choroba przewlekła w Europie – ponad 150 milionów Europejczyków cierpi na jedną z przewlekłych chorób alergicznych i liczba ta ciągle rośnie. Choć w większości przypadków objawy sprowadzają się do wysypki skórnej albo kataru siennego, dla 20% pacjentów alergia jest chorobą znacznie obniżającą jakość życia. Na astmę nadal choruje 235 mln osób na świecie, a z jej powodu co roku umiera 400 tys. osób.

Polskie Towarzystwo Alergologiczne szacuje, że nawet 50% Polaków może doznawać różnych form alergii. Oficjalne dane mówią o 12 mln chorych, w tym 4 mln na astmę i 8 mln z alergicznym nieżytem nosa wywołanym uczuleniem na pyłki roślin. W okresie pylenia – od marca do lipca – w aptekach sprzedaje się najwięcej leków na alergie. Badanie przeprowadzone przez Uniwersytet w Manchesterze wykazało, że częstość występowania kataru siennego wzrosła w ciągu ostatnich 20 lat o 33%. Alergie pokarmowe występują rzadziej i dotyczą ok. 1% społeczeństwa. Najczęściej uczulają białka mleka krowiego, jaja, zboża i orzechy.

WSKAŹNIKI SPRZEDAŻY APTECZNEJ. ROK 2024 | ZMIANA % W STOSUNKU DO ROKU 2002

WARTOŚĆ SPRZEDAŻY



431 768 989 zł

+ 97%

ILOŚĆ SPRZEDAŻY



20 836 425

+ 40%

ASORTYMENT



197

+ 87%

ŚREDNIA CENA



20,72 zł

+ 40%

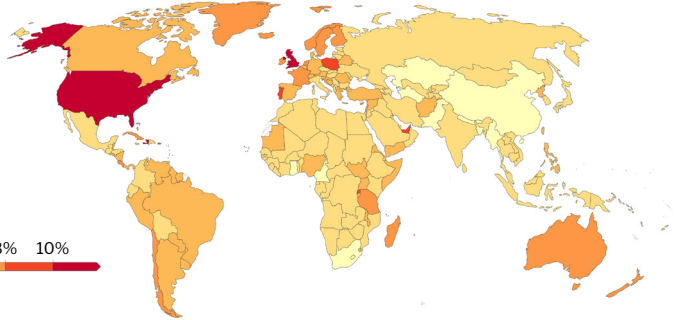
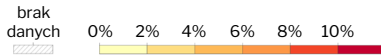
*Inflacja skumulowana w tym okresie: 31,53%
(1000 zł z 2002 roku jest warte 760 zł w lutym 2025)*

INFORMACJE DODATKOWE

Zachorowalność na astmę.

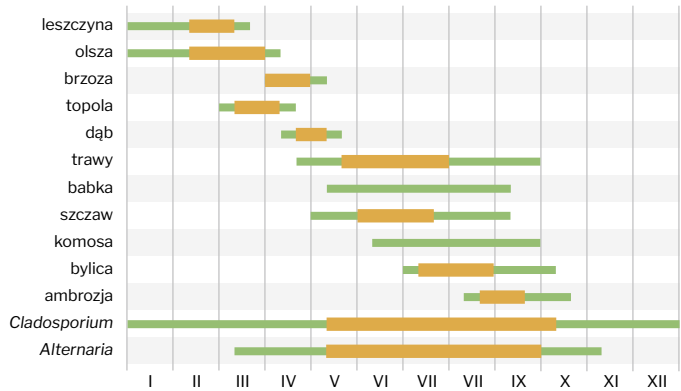
Procent społeczeństwa z astmą. Wysoka występowalność choroby w Polsce wynika z dużego zanieczyszczenia powietrza.

Źródło: IHME, Global Burden of Disease 2024

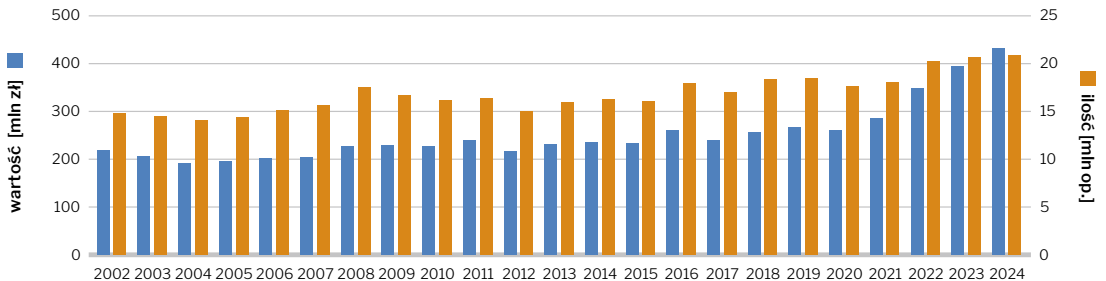


Kalendarz pylenia roślin w Polsce. Sezon rozpoczyna się zazwyczaj z końcem lutego i trwa do sierpnia. Jednak zmiany klimatu powodują przesunięcia tego okresu.

Źródło: Ośrodek Badania Alergenów Środowiskowych



SPRZEDAŻ ILOŚCIOWA I WARTOŚCIOWA W LATACH 2002-2024





Termin „alergia” po raz pierwszy został użyty w 1906 roku przez wiedeńskiego pediatrę Clemensa Petera von Pirqueta. Dziś szacuje się, że w krajach wysoko rozwiniętych problem dotyczy około 30% społeczeństwa. W Polsce popyt na leki łagodzące objawy alergii od lat rośnie – wynika z autorskiej analizy OSOZ.

Opis rynku

Od pierwszego roku analiz, aż do 2020 roku wartość sprzedaży produktów na alergię zakupionych w aptekach utrzymywała się na stosunkowo wyrównanym poziomie. W 2002 roku wynosiła 218,60 mln zł, natomiast w 2020 roku – 260,95 mln zł. W tym przedziale czasowym spadki przeplatały się ze wzrostami. W 2008 roku oraz 2016 roku miały miejsce dwa największe wzrosty wynoszące kolejno 11,22% oraz 11,32%. Natomiast w 2012 roku wystąpił największy spadek procentowy (o 10,09%). Ostatnie lata to czas

Tab. 2. Liczba produktów wycofanych z rynku w poszczególnych latach oraz średnia cena dla tych produktów

	Liczba badanych produktów																								
		2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2024	20	13,40	13,16	12,85	13,31	12,97	13,45	12,92	13,79	14,01	14,33	14,13	14,27	15,24	15,79	15,52	15,79	15,88	16,53	17,35	17,64	17,74	18,53	19,87	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2023 a nie będące w ofercie w 2024 roku	3	9,23	10,87	12,31	13,29	14,29	12,72	13,13	12,87	12,62	12,63	8,71	8,22	8,36	8,35	8,25	8,21	8,57	11,24	11,17	8,22	8,89	10,00		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2022 a nie będące w ofercie w latach 2023–2024	2	14,81	14,45	12,93	12,84	12,81	12,75	12,19	12,44	12,83	13,57	20,03	20,68	20,47	21,37	22,23	22,44	22,78	23,45	23,90	24,07	24,28			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2021 a nie będące w ofercie w latach 2022–2024	2	9,61	9,80	10,00	9,78	11,19	8,40	8,60	9,31	10,36	9,81	10,02	9,60	9,27	9,47	9,68	9,70	9,48	10,14	9,02	23,98				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2020 a nie będące w ofercie w latach 2021–2024	2	20,72	22,35	23,37	23,41	24,96	22,85	23,82	27,52	29,01	31,30	16,91	17,76	19,04	20,14	20,73	25,18	21,54	21,31	23,21					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2019 a nie będące w ofercie w latach 2020–2024	3	11,71	13,09	14,63	14,38	12,06	13,23	15,55	15,53	15,21	15,22	15,62	16,71	19,74	18,22	22,05	22,82	23,35	18,15						
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2018 a nie będące w ofercie w latach 2019–2024	1	22,47	22,82	22,46	22,25	21,98	21,79	21,83	21,39	19,88	19,39	16,68	17,57	20,37	17,76	18,49	21,19	12,37							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2017 a nie będące w ofercie w latach 2018–2024	1	19,42	19,47	19,08	19,21	17,40	19,18	20,82	19,27	19,11	19,14	19,59	19,41	19,20	19,21	19,89	19,09								
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2016 a nie będące w ofercie w latach 2017–2024	1	9,51	9,55	9,72	10,03	9,89	10,20	11,45	10,93	10,88	10,59	13,28	13,04	13,68	7,63	3,81									
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2015 a nie będące w ofercie w latach 2016–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–										
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2014 a nie będące w ofercie w latach 2015–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–											
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2013 a nie będące w ofercie w latach 2014–2024	1	6,20	6,28	6,49	6,58	6,53	6,33	6,87	7,07	7,44	7,52	5,02	3,47												
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2012 a nie będące w ofercie w latach 2013–2024	1	11,76	12,41	12,35	11,85	11,61	11,82	11,90	12,16	11,94	10,69	10,17													
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2011 a nie będące w ofercie w latach 2012–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–															
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2010 a nie będące w ofercie w latach 2011–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–																
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2009 a nie będące w ofercie w latach 2010–2024	2	31,81	36,65	36,84	36,72	41,05	40,58	40,47	36,91																
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2008 a nie będące w ofercie w latach 2009–2024	3	30,40	30,01	29,31	28,86	29,59	28,65	15,13																	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2007 a nie będące w ofercie w latach 2008–2024	3	20,57	20,41	20,05	17,27	15,42	14,30																		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2006 a nie będące w ofercie w latach 2007–2024	4	41,07	42,09	41,39	41,06	40,35																			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2005 a nie będące w ofercie w latach 2006–2024	6	8,07	8,41	8,51	8,31																				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2004 a nie będące w ofercie w latach 2005–2024	3	30,71	30,71	29,03																					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2003 a nie będące w ofercie w latach 2004–2024	0	–	–																						
Produkty będące w ofercie w 2002 roku a nie będące w ofercie w latach 2003–2024	3	28,75																							

natomiast wzrost na całym okresie analiz – 39,47%. Największe wzrosty procentowe – analogicznie jak w przypadku wartości sprzedaży – miały miejsce w 2008, 2016 i 2022 roku (kolejno 11,97%, 11,67% oraz 12,17%). Największy spadek wystąpił w 2012 roku i wynosił 8,31%.

Zgromadzone dane sugerują, że wartość sprzedaży produktów na alergię charakteryzuje się wahaniami okresowymi. Zdecydowanie najczęściej za omawiany asortyment apteczny pacjenci płacili w miesiącach od marca do lipca, zwłaszcza w czerwcu (okresy pylenia roślin). Średniomiesięczna

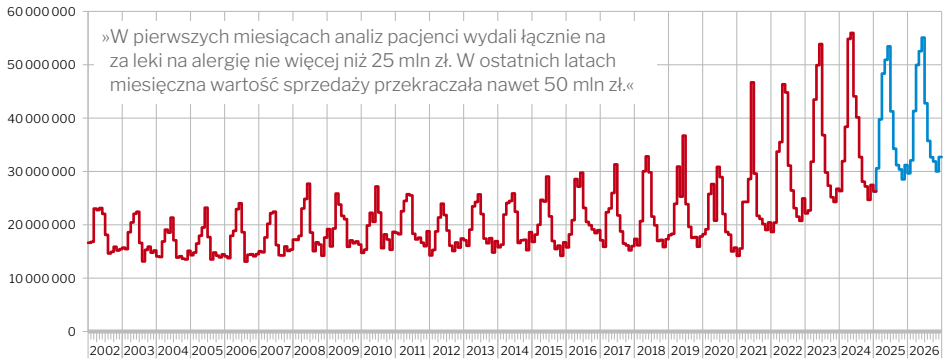
Tab. 3. Roczne zestawienie sprzedaży produktów na alergię w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

Rok	Wartość sprzedaży (zł)	Liczba sprzedanych opakowań	Średnia cena za pojedyncze opakowanie (zł)	Wartość sprzedaży na jeden produkt (zł)	Liczba sprzedanych opakowań na jeden produkt	Liczba produktów będących w ofercie	Procentowa zmiana wartości w stosunku do roku poprzedniego	Procentowa zmiana liczby w stosunku do roku poprzedniego
2002	218 600 226	14 821 239	14,75	2 081 907	141 155	105		
2003	205 627 201	14 467 098	14,21	1 939 879	136 482	106	-5,93%	-2,39%
2004	191 229 090	14 055 982	13,60	1 692 293	124 389	113	-7,00%	-2,84%
2005	194 812 490	14 408 983	13,52	1 464 756	108 338	133	1,87%	2,51%
2006	200 819 568	15 075 465	13,32	1 544 766	115 965	130	3,08%	4,63%
2007	203 512 874	15 612 169	13,04	1 602 464	122 930	127	1,34%	3,56%
2008	226 351 691	17 480 599	12,95	1 714 786	132 429	132	11,22%	11,97%
2009	229 507 566	16 732 157	13,72	1 928 635	140 606	119	1,39%	-4,28%
2010	227 323 237	16 110 679	14,11	1 671 494	118 461	136	-0,95%	-3,71%
2011	239 576 250	16 325 390	14,68	1 652 250	112 589	145	5,39%	1,33%
2012	215 409 900	14 968 612	14,39	1 313 475	91 272	164	-10,09%	-8,31%
2013	230 925 208	15 942 707	14,48	1 312 075	90 584	176	7,20%	6,51%
2014	235 620 272	16 277 554	14,48	1 253 299	86 583	188	2,03%	2,10%
2015	234 036 267	16 098 000	14,54	1 164 360	80 090	201	-0,67%	-1,10%
2016	260 522 438	17 976 151	14,49	1 252 512	86 424	208	11,32%	11,67%
2017	240 067 541	17 038 737	14,09	1 116 593	79 250	215	-7,85%	-5,21%
2018	255 613 973	18 398 769	13,89	1 253 010	90 190	204	6,48%	7,98%
2019	265 649 729	18 431 561	14,41	1 348 476	93 561	197	3,93%	0,18%
2020	260 953 577	17 662 814	14,77	1 366 249	92 475	191	-1,77%	-4,17%
2021	285 598 474	18 029 733	15,84	1 543 776	97 458	185	9,44%	2,08%
2022	347 301 701	20 223 203	17,17	1 837 575	107 001	189	21,60%	12,17%
2023	394 077 087	20 671 024	19,06	2 010 597	105 464	196	13,47%	2,21%
2024	431 768 989	20 836 425	20,72	2 191 721	105 769	197	9,56%	0,80%
2025	446 150 445	21 221 928	21,02	—	—	—	3,33%	1,85%
2026	466 404 258	21 967 689	21,23	—	—	—	4,54%	3,51%

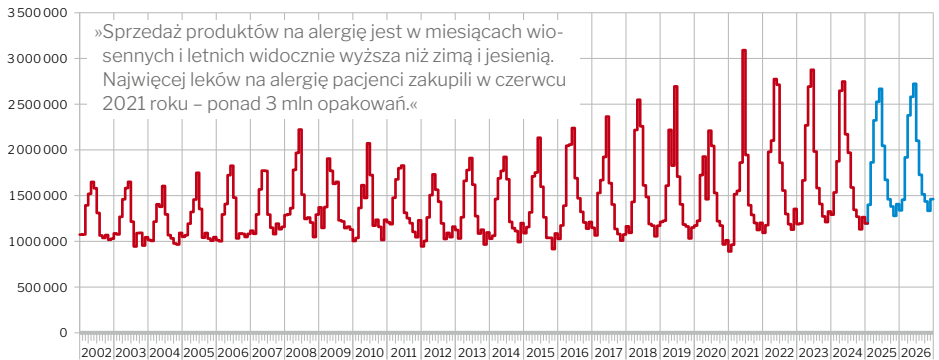
wartość sprzedaży w tych miesiącach kształtowała się na poziomie ponad 22 mln zł, a dla czerwca wynosiła 29,92 mln zł. Średniomiesięczna wartość sprzedaży wyliczona dla pozostałych miesięcy nie przekraczała 19 mln zł. W skali pojedynczego miesiąca, najwięcej za leki na alergię pacjenci zapłacili w maju 2024 roku – 55,97 mln zł.

Średnia roczna cena w latach 2002–2020 była bardzo wyrównana i kształtowała się na poziomie od 12,95 zł (w 2008 roku) do 14,77 zł (w 2020 roku). W ostatnich latach (2021–2024) – podobnie jak w przypadku ilości i wartości sprzedaży – wykres przedstawiający średnią cenę wyraźnie piął się w górę. Wzrosty wynosiły od 7,22% (w 2021 roku) do 11,01% (w 2023 roku). W minionym roku pacjenci płacili

Rys. 1. Wartość sprzedaży produktów na alergię w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



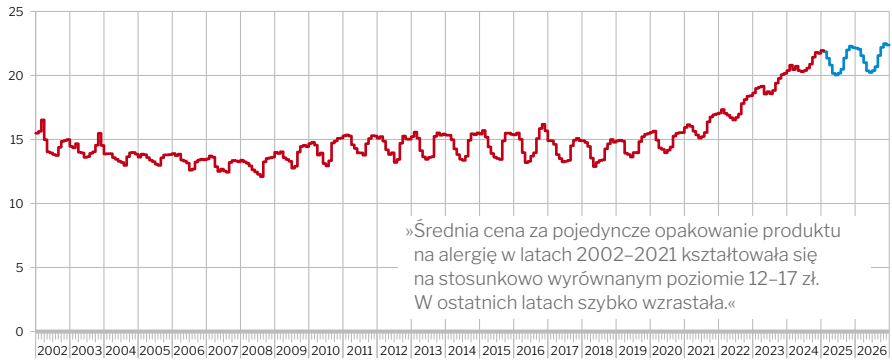
Rys. 2. Liczba opakowań produktów na alergię sprzedanych w aptekach w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



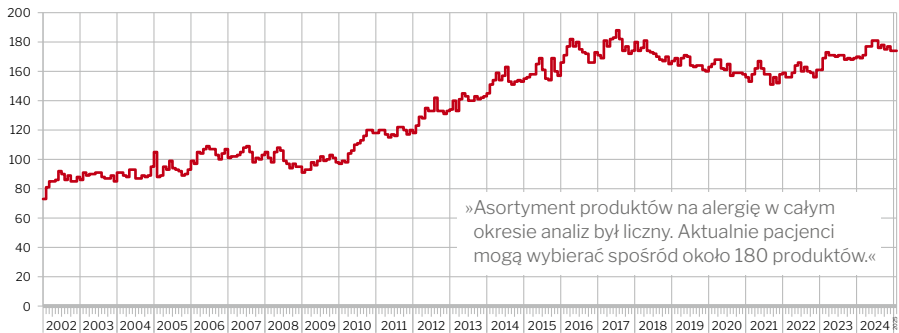
za leki na alergię najwyższą cenę w całym okresie analiz – 20,72 zł (o 8,69% więcej niż w poprzednim roku oraz o 29,26% więcej niż w pierwszym roku analiz).

Asortyment produktów pomagających zwalczyć objawy alergii był w całym okresie analiz liczny. Już w 2002 roku pacjenci mogli wybierać spośród ponad 100 produktów.

Rys. 3. Średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie produktu na alergię w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



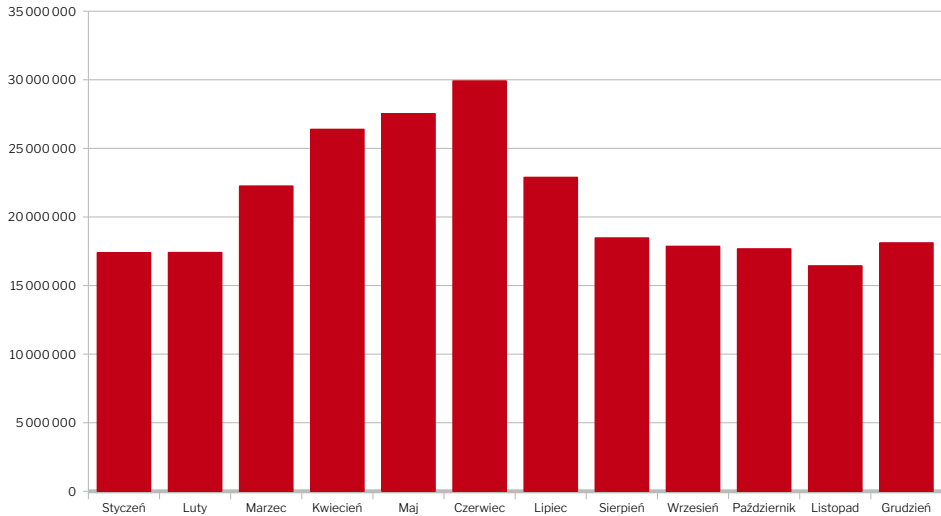
Rys. 4. Liczba różnych produktów na alergię dostępnych w aptekach w latach 2002–2024



W 2017 roku asortyment był najliczniejszy – 215 różnych produktów. W minionym roku, na półkach aptecznych można było znaleźć 197 różnych produktów na alergię.

Od 2021 roku, zarówno ilości, wartości jak i średniej cenie za pojedyncze opakowanie produktu na alergię towarzyszyły wzrosty. Poniżej znajdują się prognozy pokazujące, jak omawiany rynek kształtuje się w najbliższych dwóch latach.

Rys. 5. Średnia miesięczna wartość sprzedaży



Trendy przyszłości

Zgodnie z obliczeniami, w najbliższych latach możemy spodziewać się kontynuacji trendu wzrostowego na ilości i wartości sprzedaży leków na alergię. W 2025 roku sprzedaż omawianej grupy produktów aptecznych osiągnie 21,22 mln opakowań, a w 2026 roku – 21,97 mln opakowań. Wzrosty liczone rok do roku wyniosą kolejno 1,85% oraz 3,51%.

Wartość sprzedaży w pierwszym roku prognoz ukształtuje się na poziomie 446,15 mln zł, co będzie oznaczało wzrost o 3,33% w porównaniu do roku poprzedniego. W drugim roku prognoz, wzrost procentowy będzie równy 4,54%, a wartość sprzedaży ukształtuje się na poziomie 466,40 mln zł.

Wzrastać będzie także średnia cena, choć wzrosty będą niewielkie. W 2025 roku, za pojedyncze opakowanie leku na alergię pacjenci będą płacić średnio 21,02 zł (wzrost o 1,45%). W 2026 roku średnia cena – zgodnie z wyliczonymi prognozami – będzie równa 21,23 zł (wzrost o 0,99%).

Podsumowanie

Dane statystyczne pokazują skalę problemu alergii w naszym kraju. W minionym roku, statystycznie sześciu na dziesięciu pacjentów zakupiło w aptece jedno opakowanie produktu na alergię. Sprzedaż wynosiła ponad 20 mln opakowań, a wartość sprzedaży ponad 431 mln zł. Za pojedyncze opakowanie pacjenci płacili średnio 20,72 zł.

Prognozy wyliczone na 2025 i 2026 rok sugerują, że trend rosnący z ostatnich lat zostanie utrzymany. Sprzedaż w 2026 roku wyniesie już prawie 22 mln opakowań, a wartość sprzedaży przekroczy 466 mln zł. Leki na alergię to ogromny rynek, którego wartość wyniosła w 2024 r. 431 mln zł. Trzeba zaznaczyć, że niektóre środki z tej grupy dostępne są także w sprzedaży pozaaptecznej, a więc sumaryczna sprzedaż jest jeszcze większa. Zakładając trendy epidemiologiczne w zakresie występowania alergii, popyt na środki łagodzące skutki alergii będzie nieustannie rósł. Jak na razie nic nie wskazuje, że mógłby się on załamać w wyniku np. wynalezienia leków lub szczepionek likwidujących źródło alergii, czyli nadreakcję organizmu na alergeny. ●

Metodologia prognoz

Do wyliczenia ilości, wartości i średniej ceny produktów na alergię zastosowano model wygładzenia wykładniczego Browna. Założono dodatkowo, że nie pojawią się żadne czynniki, które spowodują niespodziewane wahania na sprzedaży prognozowanej grupy produktów.

Leki na opryszczkę



Światowa Organizacja Zdrowia szacuje, że ok. 3,8 miliarda ludzi w wieku poniżej 50 lat (64%) na całym świecie jest zakażonych wirusem opryszczki pospolitej typu 1 (HSV-1), który wywołuje opryszczkę wargową. Nosicielami wirusa typu 2 (HSV-2), będącego przyczyną opryszczki narządów płciowych, jest ok. 520 milionów ludzi w wieku 15–49 lat (13%). Epizody choroby często pojawiają się w efekcie osłabionej odporności organizmu, w stanach stresu i zmęczenia. Nawracająca opryszczka wargowa dotyka około jednej trzeciej populacji, pacjenci zwykle doświadczają od 1 do 6 epizodów rocznie. Infekcje te pojawiają się na granicy brodawki wargowej w około 90% przypadków w postaci owrzodzenia i pęcherzyków wypełnionych treścią surowiczą zawierającą wirusy. Przed pojawieniem się zmian skórnych 60% pacjentów doświadcza uczucia mrowienia, swędzenia i pieczenia. Zastosowanie leczenia w tej fazie może powstrzymać pojawienie się pęcherzy. Gojenie rozpoczyna się w ciągu 72 do 96 godzin.

Kremy i leki przeciwwirusowe pomagają pozbyć się objawów, ale nie powodują wyleczenia. Zawierają one trzy podstawowe substancje czynne: acyklowir, famcyklowir i walacyklowir. Nie ma też szczepionki przeciwko HSV-1 albo HSV-2. Dane globalne wskazują, że sprzedaż leków na opryszczkę w latach 2024–2030 będzie rosła w tempie 3,2% rok do roku.

WSKAŹNIKI SPRZEDAŻY APTECZNEJ. ROK 2023 | ZMIANA % W STOSUNKU DO ROKU 2002

WARTOŚĆ SPRZEDAŻY



173 111 661 zł

+ 725%

ILOŚĆ SPRZEDAŻY



5 454 058

+ 176%

ASORTYMENT



33

+ 153%

ŚREDNIA CENA



31,74 zł

+ 199%

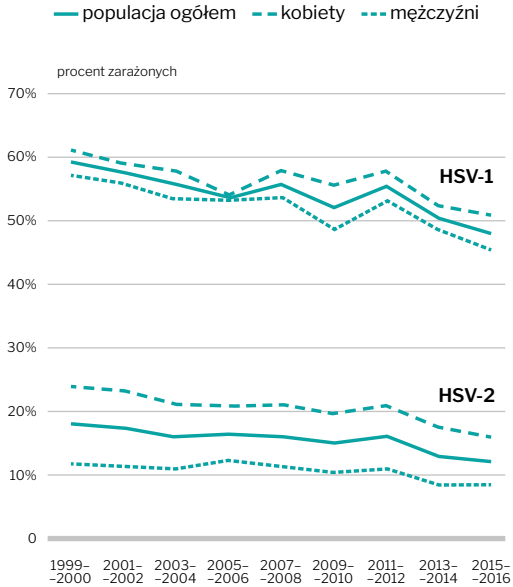
*Inflacja skumulowana w tym okresie: 103%
(1000 zł z 2002 roku jest warte 491 zł w grudniu 2024)*

INFORMACJE DODATKOWE

Maleje liczba osób zarażonych HSV-1 i HSV-2.

Od 1999 do 2016 roku nosicielstwo wirusa opryszczki w USA spadło o 10 p.p.

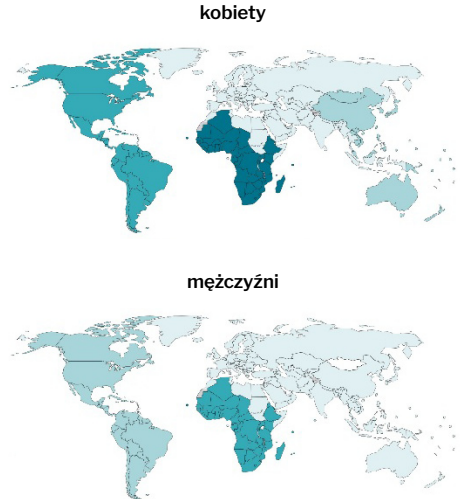
Źródło: CDC



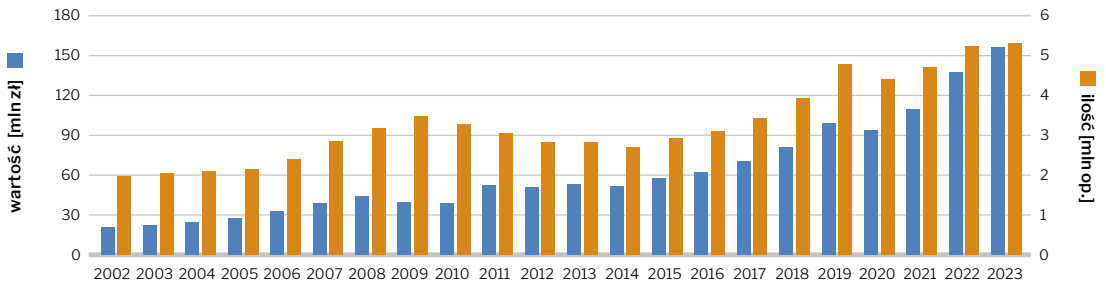
Mapa obrazująca % społeczeństwa zarażonych wirusem opryszczki narządów płciowych (HSV-2) u kobiet i mężczyzn.

Źródło: WHO

częstotliwość %: ■ 41-50; ■ 21-40; ■ 11-20; ■ 0-10



SPRZEDAŻ ILOŚCIOWA I WARTOŚCIOWA W LATACH 2002-2023





Około 80% ludzi jest nosicielami wirusa opryszczki pospolitej HSV, odpowiedzialnego za powstawanie opryszczki. Z objawami dolegliwości – najczęściej w postaci miejscowego wykwitu skórniego – boryka się mniej więcej połowa zakażonych. Opryszczka nie jest groźna dla zdrowia, ale boli, krwawi i nie prezentuje się najlepiej. W jej szybszym pozbyciu się pomagają kremy i leki przeciwwirusowe. Ekspertki OSOZ przeanalizowały ich sprzedaż w aptekach.

Opis rynku

W pierwszych latach analiz – od 2002 do 2009 roku – sprzedaż produktów na opryszczkę wzrastała systematycznie z roku na rok. W 2002 roku wynosiła 1,97 mln opakowań, a w 2009 – już 3,48 mln opakowań. W 2007 roku miał miejsce największy wzrost w tym przedziale czasowym, który wyniósł 18,89%. W latach 2010–2014 ilość sprzedaży spadała z roku na rok, od 0,07% do 7,32%. Lata 2015–2024 były okresem ponownych wzrostów, za wyjątkiem roku 2020, w którym to nastąpił największy spadek w całym okresie

Tab. 2. Liczba produktów wycofanych z rynku w poszczególnych latach oraz średnia cena dla tych produktów

	Liczba badanych produktów	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
		Produkty będące w ofercie w latach 2002–2024	5	9,58	10,40	11,31	12,26	13,60	13,87	14,12	10,67	11,23	17,68	18,53	19,88	21,34	22,04	23,14	24,42	25,25	24,90	25,08	24,45	24,74
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2023 a nie będące w ofercie w 2024 roku	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2022 a nie będące w ofercie w latach 2023–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2021 a nie będące w ofercie w latach 2022–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2020 a nie będące w ofercie w latach 2021–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2019 a nie będące w ofercie w latach 2020–2024	2	13,77	14,00	13,79	14,54	15,19	14,92	30,55	38,84	39,63	39,18	38,34	30,17	28,37	28,15	27,96	26,08	4,26	0,82	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2018 a nie będące w ofercie w latach 2019–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2017 a nie będące w ofercie w latach 2018–2024	1	34,01	32,63	32,16	30,46	21,39	30,27	31,01	31,51	30,61	29,56	29,66	27,84	29,00	28,12	27,12	20,18	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2016 a nie będące w ofercie w latach 2017–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2015 a nie będące w ofercie w latach 2016–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2014 a nie będące w ofercie w latach 2015–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2013 a nie będące w ofercie w latach 2014–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2012 a nie będące w ofercie w latach 2013–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2011 a nie będące w ofercie w latach 2012–2024	2	17,12	16,22	16,49	17,58	17,64	17,34	17,46	17,17	15,87	17,22	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2010 a nie będące w ofercie w latach 2011–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2009 a nie będące w ofercie w latach 2010–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2008 a nie będące w ofercie w latach 2009–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2007 a nie będące w ofercie w latach 2008–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2006 a nie będące w ofercie w latach 2007–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2005 a nie będące w ofercie w latach 2006–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2004 a nie będące w ofercie w latach 2005–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2003 a nie będące w ofercie w latach 2004–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Produkty będące w ofercie w 2002 roku a nie będące w ofercie w latach 2003–2024	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–

spadki – największy w 2009 roku wynoszący 10,22%. Natomiast w 2011 roku miał miejsce największy wzrost w całym okresie analiz wynoszący 35,26%. W latach 2015–2024 wartość sprzedaży ponownie wzrosła (poza rokiem 2020). W minionym roku wartość sprzedaży wyniosła 173,11 mln zł – o 10,55% więcej niż w 2023 roku oraz o 646,80% więcej niż w 2002 roku.

Sprzedaż produktów na opryszczkę podlega sezonowości. Średniomiesięczna wartość sprzedaży wyliczona na podstawie danych od 2002 roku pokazuje, że najwięcej za omawia-

Tab. 3. Roczne zestawienie sprzedaży magnezu w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026

Rok	Wartość sprzedaży (zł)	Liczba sprzedanych opakowań	Średnia cena za pojedyncze opakowanie (zł)	Wartość sprzedaży na jeden produkt (zł)	Liczba sprzedanych opakowań na jeden produkt	Liczba produktów będących w ofercie	Procentowa zmiana wartości w stosunku do roku poprzedniego	Procentowa zmiana liczby w stosunku do roku poprzedniego
2002	20 968 824	1 974 543	10,62	1 612 986	151 888	13		
2003	22 521 457	2 034 807	11,07	1 876 788	169 567	12	7,40%	3,05%
2004	24 725 549	2 083 585	11,87	1 766 111	148 828	14	9,79%	2,40%
2005	27 394 282	2 148 449	12,75	1 826 285	143 230	15	10,79%	3,11%
2006	32 924 761	2 400 208	13,72	2 351 769	171 443	14	20,19%	11,72%
2007	38 769 011	2 853 537	13,59	2 423 063	178 346	16	17,75%	18,89%
2008	44 213 982	3 175 327	13,92	2 327 052	167 122	19	14,04%	11,28%
2009	39 696 979	3 476 056	11,42	1 804 408	158 003	22	-10,22%	9,47%
2010	38 799 955	3 264 527	11,89	2 042 103	171 817	19	-2,26%	-6,09%
2011	52 480 683	3 044 795	17,24	2 499 080	144 990	21	35,26%	-6,73%
2012	50 725 855	2 821 802	17,98	2 305 721	128 264	22	-3,34%	-7,32%
2013	52 847 343	2 819 727	18,74	2 642 367	140 986	20	4,18%	-0,07%
2014	51 561 987	2 694 878	19,13	2 713 789	141 836	19	-2,43%	-4,43%
2015	57 630 780	2 922 262	19,72	2 744 323	139 155	21	11,77%	8,44%
2016	62 103 381	3 099 170	20,04	3 105 169	154 959	20	7,76%	6,05%
2017	70 446 543	3 429 047	20,54	2 709 482	131 886	26	13,43%	10,64%
2018	80 807 075	3 927 021	20,58	2 885 967	140 251	28	14,71%	14,52%
2019	98 672 937	4 775 576	20,66	3 946 917	191 023	25	22,11%	21,61%
2020	93 691 048	4 395 501	21,32	3 470 039	162 796	27	-5,05%	-7,96%
2021	109 676 329	4 713 728	23,27	4 062 086	174 583	27	17,06%	7,24%
2022	137 124 313	5 227 371	26,23	4 285 135	163 355	32	25,03%	10,90%
2023	156 594 856	5 305 903	29,51	4 893 589	165 809	32	14,20%	1,50%
2024	173 111 661	5 454 058	31,74	5 245 808	165 274	33	10,55%	2,79%
2025	196 896 602	5 977 808	32,94	—	—	—	13,74%	9,60%
2026	207 300 160	6 141 606	33,75	—	—	—	5,28%	2,74%

ne produkty pacjenci płacili w okresie jesienno-zimowym, zwłaszcza w grudniu – średnio 6,94 mln zł. Najmniej za produkty na opryszczkę pacjenci płacili w okresie letnim, zwłaszcza w czerwcu (średnio 4,82 mln zł). Te dane potwierdzają fakt, że działanie wirusa HSV najczęściej obserwuje się w momencie osłabienia organizmu, przemęczenia, spadku odporności.

Średniej cenie za pojedyncze opakowanie produktu na opryszczkę niemal w całym okresie analiz towarzyszył trend rosnący. Spadki miały miejsce jedynie w 2007 roku (o 0,96%) oraz w 2009 roku (o 17,98%). W pozostałych latach miały miejsce wzrosty, największy – w 2011 roku – wynosił 45,02%. W pierwszym roku analiz cena kształtowała się na poziomie

Rys. 1. Wartość sprzedaży produktów na opryszczkę w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



Rys. 2. Liczba opakowań produktów na opryszczkę sprzedanych w aptekach w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



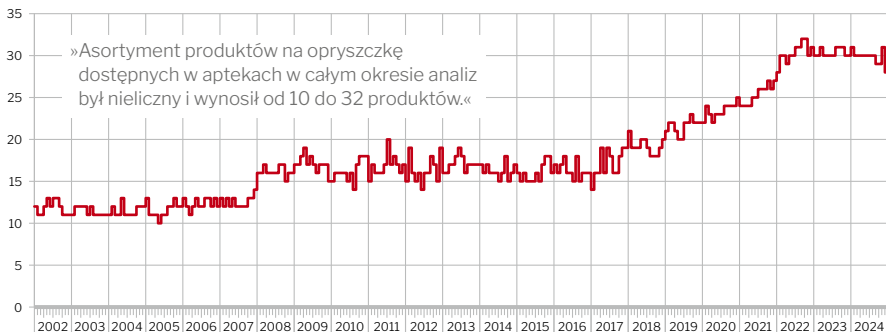
10,62 zł. W 2016 roku po raz pierwszy przekroczyła 20 zł, a w minionym roku wynosiła już 31,74 zł i była najwyższa w całym okresie analiz (o 7,54% wyższa niż w 2023 roku i o 177,91% wyższa niż w 2002 roku).

Asortyment produktów na opryszczkę dostępnych w aptekach w całym okresie analiz był nieliczny. W skali roku pa-

Rys. 3. Średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie produktu na opryszkę w latach 2002–2024 oraz prognoza na lata 2025–2026



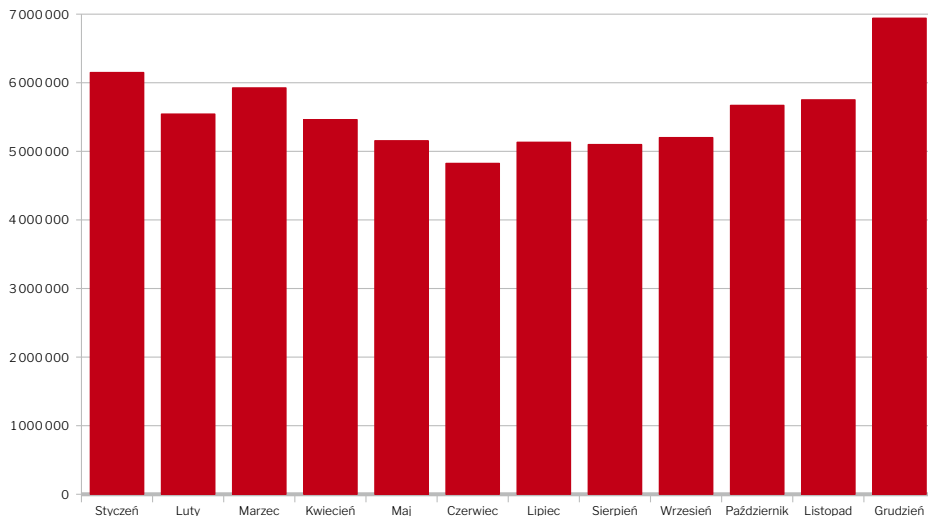
Rys. 4. Liczba różnych opakowań produktów na opryszkę dostępnych w aptekach w latach 2002–2024



ojenci mogli wybierać spośród 12 do 33 produktów. Najwięcej nowych produktów pojawiło się na rynku farmaceutycznym w 2017 roku i 2022 roku (kolejno 6 i 5 nowych opakowań).

Od kilku lat, ilość i wartość sprzedaży produktów na opryszkę, z roku na rok systematycznie wzrastały. Rosła także średnia cena. Poniżej znajdują się prognozy na lata 2025–2026.

Rys. 5. Średnia miesięczna wartość sprzedaży



Trendy przyszłości

196,90 mln zł oraz 207,30 mln zł – to kwoty, jakie zgodnie z prognozami zapłacą pacjenci za produkty na opryszczkę w 2025 oraz 2026 roku. Trend rosnący z ostatnich lat zostanie zachowany. Wzrost w pierwszym roku analiz wyniesie 13,74%, a ten w roku następnym – 5,28%.

Podobnie jak wartość sprzedaży, będzie kształtować się także ilość sprzedaży. W 2025 roku wzrośnie o 9,60% i wyniesie 5,98 mln opakowań. W 2026 roku wzrośnie o kolejne 2,74% i ukształtuje się na poziomie 6,14 mln opakowań.

Lata 2025–2026 będą także okresem wzrostu średniej ceny. W 2025 roku, za pojedyncze opakowanie leku na opryszczkę pacjenci zapłacą średnio 32,94 zł. W 2026 roku cena wzrośnie do 33,75 zł.

Podsumowanie

W minionym roku, pacjenci zapłacili za produkty na opryszczkę zakupione w aptekach 173,11 mln zł. Była to

kwota ponad ośmiokrotnie wyższa, niż w pierwszym roku analiz (2002). Ilość sprzedaży wynosiła 5,45 mln opakowań. Oznacza to, że średnio co 7 pacjent zakupił jedno opakowanie produktu z omawianej grupy. Średnia cena za pojedyncze opakowanie wynosiła 31,74 zł i była najwyższa w całym okresie analiz.

Prognozy pokazują, że w najbliższych latach omawiana część rynku farmaceutycznego nadal będzie wzrastać. W 2026 roku wartość sprzedaży przekroczy 200 mln zł. Statystyczny pacjent zapłaci za produkty na opryszczkę około 5,50 zł. Warto wspomnieć, że leki zawierające aktywne składniki przeciwwirusowe dostępne są na receptę tylko w aptekach. W drogeriach można znaleźć np. plastry i kosmetyki masekujące, kremy na pękające usta (także często reklamowane jako na opryszczkę) i środki zawierające np. naturalne olejki, przykładowo z drzewa herbacianego. Opryszcza występuje w dwóch najczęstszych wariantach – jako wargowa i narządów płciowych. W obydwu przypadkach można stosować leczenie kremami lub lekami antywirusowymi.

Zakładając, że liczba osób zarażonych opryszczką pozostaje na stałym poziomie (tak samo jak liczba ludności), trend rosnący można wytłumaczyć rosnącą świadomością w zakresie możliwości leczenia albo narastającym występowaniem epizodów opryszczki. ●

Metodologia prognoz

Prognozy – ilości, wartości sprzedaży, a także średniej ceny sprzedaży produktów na opryszczkę – zostały wyliczone przy zastosowaniu modelu wygładzenia wykładniczego Browna. Przy wyliczeniu założono, że nie będą miały miejsca żadne nieprzewidziane wzrosty lub spadki, które mogłyby w istotny sposób zaburzyć trend sprzedaży.

Sprzedaż suplementów z magnezem



Apteczna sprzedaż środków z magnezem utrzymywała się przez lata na stałym średnim poziomie ok. 5 mln opakowań rocznie. Ale od 2016 roku zaczęła szybko rosnąć i w 2021 roku przekroczyła 12 mln opakowań. Poziom ten utrzymywał się aż do 2024 roku. Za tak dynamicznym wzrostem stoją m.in. intensywne kampanie reklamowe środków z magnezem. Równoległe ceny utrzymywały się na wyrównanym poziomie. Dopiero od 2022 roku, wraz z szalejącą inflacją, zaczęły one szybko rosnąć o ok. 3 zł/opakowanie rocznie. Magnez od lat jest liderem w kategorii suplementów diety. Podczas pandemii COVID-19 i do dnia dzisiejszego dogoniła go jednak witamina D. Na kolejnych miejscach są środki wzmacniające odporność organizmu oraz probiotyki. Od lat spada z kolei sprzedaż multiwitamin.

Rynek środków z magnezem rośnie na całym świecie. Jest to stosunkowo tani suplement diety pozycjonowany w reklamach jako posiadający wszechstronne korzyści zdrowotne, uspokajający, ułatwiający zasypianie, wzmacniający system nerwowy oraz „dodający energii”. Prognozy sugerują, że popyt na suplementy z magnezem będzie nadal rósł w związku ze starzejącym się społeczeństwem i większą świadomością znaczenia profilaktyki chorób serca.

WSKAŹNIKI SPRZEDAŻY APTECZNEJ. ROK 2023 | ZMIANA % W STOSUNKU DO ROKU 2002

WARTOŚĆ SPRZEDAŻY



309 852 697 zł

+ 189%

ILOŚĆ SPRZEDAŻY



12 167 832

+ 73%

ASORTYMENT



59

- 50%

ŚREDNIA CENA



25,46 zł

+ 125%

*Inflacja skumulowana w tym okresie: 50%
(1000 zł z 2002 roku jest warte 506 zł w grudniu 2023)*

INFORMACJE DODATKOWE



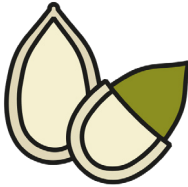
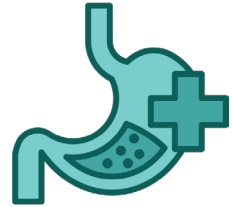
Globalna wartość rynku suplementów z magnezem osiągnęła w 2023 roku 16 mld USD i rośnie w tempie ok. 8% rocznie.

Maksymalna zalecana dzienna dawka magnezu dla dorosłych wynosi 420 mg dla mężczyzn i 320 mg dla kobiet.



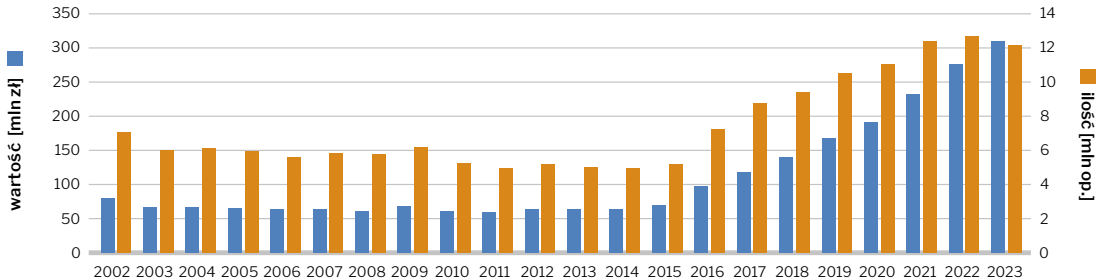
60% osób nie przyjmuje zalecanej dziennej dawki magnezu, głównie z powodu nieprawidłowej diety.

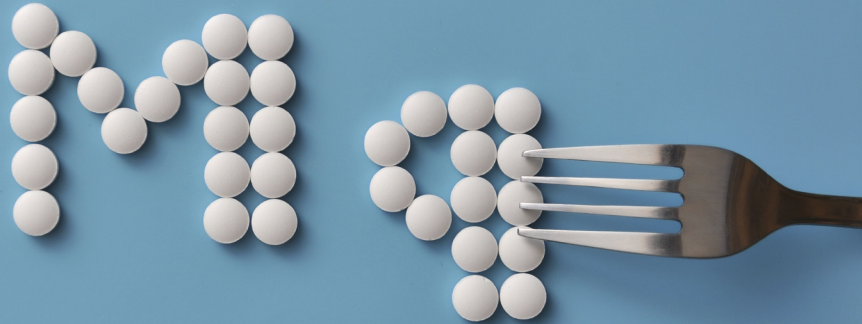
Organizm wchłania ok. 30–40% magnezu z suplementów. Nie powinno się go zażywać więcej niż 350 mg dziennie.



Najwięcej magnezu mają pestki dyni, nasiona chia, gotowany szpinak, migdały, czarna fasola, orzechy.

SPRZEDAŻ ILOŚCIOWA I WARTOŚCIOWA W LATACH 2002–2023





Magnez, nazywany pierwiastkiem życia, odgrywa ważną rolę w procesach zachodzących w organizmie. Prawidłowy poziom Mg w diecie zmniejsza ryzyko nadciśnienia tętniczego, choroby niedokrwiennej, arytmii i zawału serca, cukrzycy i depresji; poprawia pamięć i koncentrację, reguluje pracę tarczycy, wspomaga leczenie astmy, poprawia trawienie, wzmacnia układ odpornościowy, bierze udział w procesie budowy kości i zębów. Choć zdrowia dieta zaspokaja zapotrzebowanie na magnez, producenci suplementów diety kuszą klientów m.in. obietnicami wzmocnienia układu nerwowego. Eksperti OSOZ przeanalizowali sprzedaż suplementów diety z magnezem.

Tab. 2. Liczba produktów wycofanych z rynku w poszczególnych latach oraz średnia cena dla tych produktów

	Liczba badanych produktów	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
		Produkty będące w ofercie w latach 2002–2023	12	10,29	10,05	9,64	9,93	10,51	9,64	9,80	10,56	11,38	11,44	11,68	12,05	12,06	12,79	12,37	12,31	12,77	13,65	14,20	14,42
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2023 a nie będące w ofercie w 2023 roku	2	1,83	2,03	1,84	1,92	1,98	2,07	2,47	2,77	2,93	3,00	3,02	3,22	3,29	3,61	3,38	2,99	2,96	3,05	3,26	3,99	3,44	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2021 a nie będące w ofercie w latach 2022–2023	1	9,79	9,78	9,75	9,67	9,61	9,90	9,67	10,14	11,18	11,44	11,52	11,69	13,04	14,52	14,68	13,08	15,35	13,49	16,05	13,03		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2020 a nie będące w ofercie w latach 2021–2023	4	11,70	12,37	12,65	12,74	13,18	13,83	12,92	12,51	11,47	10,61	4,66	5,03	4,79	4,25	4,19	4,42	4,70	4,79	11,80			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2019 a nie będące w ofercie w latach 2020–2023	3	6,00	5,50	7,34	7,27	7,33	6,79	6,02	5,87	4,91	6,62	7,10	7,32	8,84	7,84	6,75	4,76	7,23	4,32				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2018 a nie będące w ofercie w latach 2019–2023	2	5,66	5,34	5,71	6,65	4,87	3,72	3,46	3,60	4,45	3,72	4,81	5,55	5,97	8,45	5,28	5,46	7,58					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2017 a nie będące w ofercie w latach 2018–2023	2	5,62	5,07	4,18	2,15	2,11	1,86	1,08	0,43	0,98	0,88	2,19	2,57	7,01	1,90	1,10	4,30						
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2016 a nie będące w ofercie w latach 2017–2023	2	3,04	6,28	2,93	1,55	0,72	0,51	0,49	0,28	0,26	0,71	0,28	1,02	3,49	2,58	1,19							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2015 a nie będące w ofercie w latach 2016–2023	3	5,22	6,05	6,32	5,99	4,14	1,36	0,70	0,55	0,95	1,49	4,53	5,28	1,27	1,83								
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2014 a nie będące w ofercie w latach 2015–2023	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–								
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2013 a nie będące w ofercie w latach 2014–2023	2	4,30	3,74	2,71	0,91	0,53	0,77	0,36	0,30	0,37	0,64	0,84	22,52										
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2012 a nie będące w ofercie w latach 2013–2023	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–										
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2011 a nie będące w ofercie w latach 2012–2023	1	0,35	0,64	0,43	2,02	0,31	0,19	0,20	0,19	0,19	0,24												
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2010 a nie będące w ofercie w latach 2011–2023	2	12,52	11,96	11,69	11,59	11,62	12,52	14,19	14,55	14,66													
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2009 a nie będące w ofercie w latach 2010–2023	5	4,47	6,31	3,24	3,10	2,23	0,70	0,64	0,54														
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2008 a nie będące w ofercie w latach 2009–2023	5	12,74	17,01	4,82	3,63	4,46	4,70	1,98															
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2007 a nie będące w ofercie w latach 2008–2023	0	–	–	–	–	–																	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2006 a nie będące w ofercie w latach 2007–2023	1	11,55	7,81	16,70	26,21	27,64																	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2005 a nie będące w ofercie w latach 2006–2023	8	7,63	7,95	8,51	9,05																		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2004 a nie będące w ofercie w latach 2005–2023	2	21,33	19,53	34,42																			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2003 a nie będące w ofercie w latach 2004–2023	1	7,77	46,11																				
Produkty będące w ofercie w 2002 roku a nie będące w ofercie w latach 2003–2023	2	18,93																					

się na poziomie 309,85 mln zł. Wzrost na przełomie całego okresu analiz wynosił 289,22%.

Wykres ilości sprzedaży magnezu w badanym okresie analiz kształtował się w podobny sposób jak wykres wartości sprzedaży. W latach 2003–2015 pacjenci kupili w aptekach od 4,97 mln opakowań (2011 rok) do 6,15 mln opakowań magnezu (2009 rok). W 2016 roku miał miejsce największy wzrost wynoszący 40,22%. Także w kolejnych latach sprzedaż rosła rok po roku. Dopiero w minionym roku nastąpiło odwrócenie trendu, sprzedaż spadła o 4,22% w porównaniu

Tab. 3. Roczne zestawienie sprzedaży magnezu w latach 2002–2023 oraz prognoza na lata 2024–2025

Rok	Wartość sprzedaży (zł)	Liczba sprzedanych opakowań	Średnia cena za pojedyncze opakowanie (zł)	Wartość sprzedaży na jeden produkt (zł)	Liczba sprzedanych opakowań na jeden produkt	Liczba produktów będących w ofercie	Procentowa zmiana wartości w stosunku do roku poprzedniego	Procentowa zmiana liczby w stosunku do roku poprzedniego
2002	79 608 723	7 049 238	11,29	680 416	60 250	117		
2003	66 229 391	5 985 492	11,06	463 143	41 857	143	-16,81%	-15,09%
2004	66 656 433	6 144 319	10,85	438 529	40 423	152	0,64%	2,65%
2005	65 285 240	5 922 213	11,02	402 995	36 557	162	-2,06%	-3,61%
2006	63 047 174	5 599 255	11,26	354 198	31 456	178	-3,43%	-5,45%
2007	63 534 532	5 832 669	10,89	345 296	31 699	184	0,77%	4,17%
2008	61 357 369	5 771 949	10,63	319 570	30 062	192	-3,43%	-1,04%
2009	68 129 663	6 154 893	11,07	405 534	36 636	168	11,04%	6,63%
2010	61 444 013	5 253 094	11,70	363 574	31 083	169	-9,81%	-14,65%
2011	59 111 939	4 966 295	11,90	371 773	31 235	159	-3,80%	-5,46%
2012	63 513 369	5 167 427	12,29	423 422	34 450	150	7,45%	4,05%
2013	64 109 704	4 996 940	12,83	393 311	30 656	163	0,94%	-3,30%
2014	63 419 327	4 974 357	12,75	422 796	33 162	150	-1,08%	-0,45%
2015	69 680 542	5 164 260	13,49	523 914	38 829	133	9,87%	3,82%
2016	98 026 721	7 241 357	13,54	837 835	61 892	117	40,68%	40,22%
2017	118 472 039	8 740 382	13,55	1 128 305	83 242	105	20,86%	20,70%
2018	140 197 409	9 410 310	14,90	1 669 017	112 028	84	18,34%	7,66%
2019	167 389 003	10 509 699	15,93	2 293 000	143 968	73	19,40%	11,68%
2020	191 619 553	11 039 403	17,36	2 947 993	169 837	65	14,48%	5,04%
2021	231 848 616	12 398 945	18,70	4 067 520	217 525	57	20,99%	12,32%
2022	276 056 824	12 703 431	21,73	4 929 586	226 847	56	19,07%	2,46%
2023	309 852 697	12 167 832	25,46	5 251 741	206 234	59	12,24%	-4,22%
2024	342 576 089	12 263 450	27,93	—	—	51	10,56%	0,79%
2025	361 268 567	12 297 497	29,38	—	—	—	5,46%	0,28%
2026	383 510 740	12 528 385	30,61	—	—	—	6,16%	1,88%

do 2022 roku i ukształtowała się na poziomie 12,17 mln opakowań.

W lutym i grudniu pacjenci płacili najmniej za magnez zakupiony w aptekach. Wskazuje na to średniomiesięczna wartość sprzedaży wyliczona na przełomie całego okresu analiz, która dla tych miesięcy wynosiła kolejno 9,16 mln zł oraz 9,43 mln zł. Najwięcej za magnez z apteki pacjenci płacili w miesiącach od sierpnia do października – kolejno 10,35 mln zł, 10,48 mln zł oraz 10,58 mln zł.

Średnia cena za pojedyncze opakowanie magnezu zakupione w 2002 roku wynosiła 11,29 zł. W kolejnych latach pojawiały się niewielkie spadki, największy w 2007 wyniósł 3,26%. W większości okresów przeważały jednak wzrosty. Największe

Rys. 1. Wartość sprzedaży magnezu w latach 2002–2023 oraz prognoza na lata 2024–2025



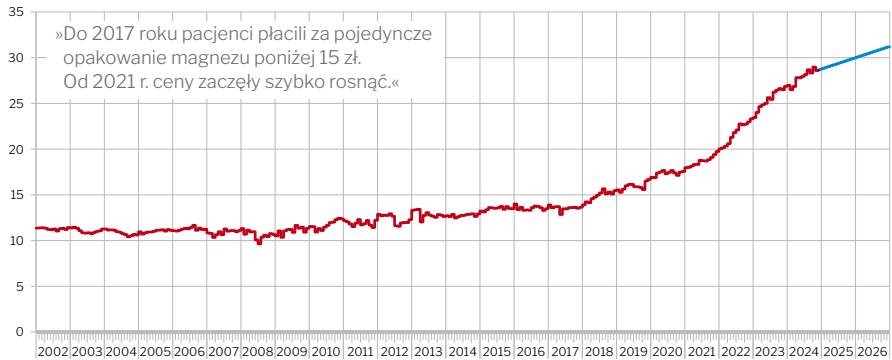
Rys. 2. Liczba opakowań magnezu sprzedanych w aptekach w latach 2002–2023 oraz prognoza na lata 2024–2025



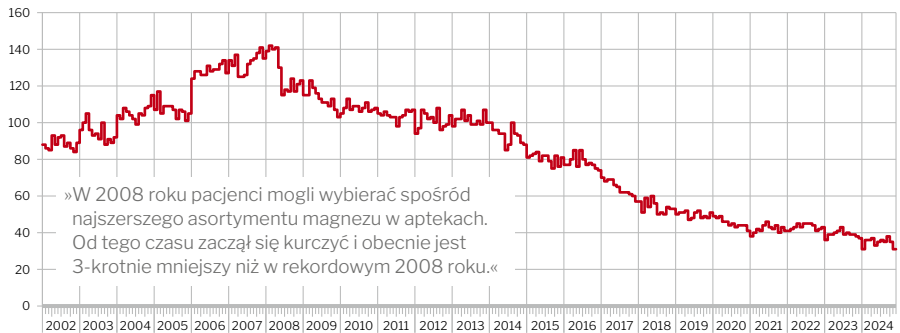
miały miejsce w 2022 i 2023 roku, wynosiły kolejno 16,21% oraz 17,18%, a w ich wyniku średnia cena w minionym roku ukształtowała się na poziomie 25,46 zł – była o 125,49% wyższa niż w pierwszym okresie analiz.

Asortyment produktów aptecznych z magnezem skurczył się na przełomie okresu analiz. W 2002 roku pacjenci mogli wy-

Rys. 3. Średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie magnezu w latach 2002–2023 oraz prognoza na lata 2024–2025

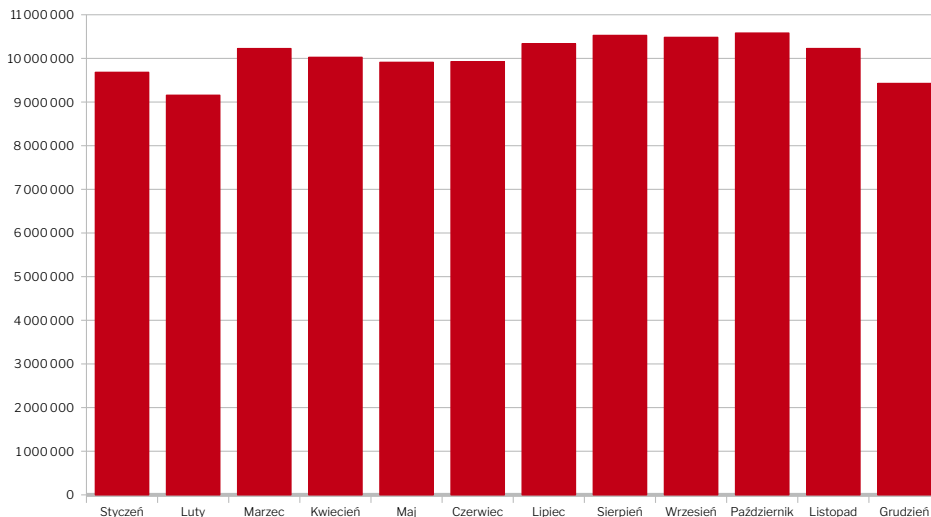


Rys. 4. Liczba różnych opakowań magnezu dostępnych w aptekach w latach 2002–2023



bierać spośród 117 różnych opakowań magnezu. W kolejnych latach, aż do 2008 roku, liczba produktów wzrastała i ukształtowała się na maksymalnym poziomie 192 opakowań. Od tego czasu asortyment się kurczył i w 2023 roku liczył sobie już tylko 59 różnych opakowań, o 49,57% mniej niż w pierwszym roku.

Rys. 5. Średnia miesięczna wartość sprzedaży



Trendy przyszłości

Zgodnie z prognozami, w latach 2024, 2025 i 2026 popyt na magnez w aptece będzie rósł. Wzrosty wartości sprzedaży będą równe analogicznie 10,56%, 5,46% oraz 6,16%. Tym samym wartość sprzedaży za cały 2024 rok będzie równa 342,58 mln zł, w 2025 roku – 361,27 mln zł, a w 2026 roku – 383,51 mln zł.

W najbliższych latach wzrastać będzie także sprzedaż, lecz tempo wzrostu będzie już mniej dynamiczne. W 2024 roku sprzedaż będzie równa 12,26 mln opakowań, a w kolejnych dwóch latach – 12,30 mln opakowań oraz 12,53 mln opakowań. Wzrosty wyniosą więc kolejno 0,79%, 0,28% oraz 1,88%.

W okresie prognoz wzrastać będzie także cena. W 2024 roku pacjenci będą zaplacać średnio 27,93 zł (wzrost o 9,70%), w 2025 roku średnia cena będzie równa 29,38 zł (wzrost o 5,16%), a w 2026 – 30,61 zł za pojedyncze opakowanie magnezu (wzrost o 4,20%).

Podsumowanie

W 2024 roku pacjenci wydali na suplementy diety zawierające magnez ponad 342 mln zł, kupując ponad 12,2 mln opakowań. Magnez dziś należy do jednych z najchętniej kupowanych suplementów diety, zaraz obok witaminy D. Prognozy wyliczone na lata 2025–2026 pokazują, że analizowany rynek będzie nadal rósł, zarówno pod względem ilości i wartości sprzedaży. Pacjenci mogą wybierać spośród 60 różnych produktów. Gwałtowny wzrost sprzedaży obserwowany od 2016 roku można skorelować z intensywnymi kampaniami reklamowymi środków z tej grupy. Analizując dane należy pamiętać, że suplementy diety z magnezem są szeroko dostępne poza aptekami, np. w marketach i drogeriach. ●

Metodologia prognoz

Prognozy ilości i wartości sprzedaży, a także średniej ceny leków i suplementów diety zawierających magnez w 2024, 2025 i 2026 roku wyliczono przy zastosowaniu modelu wykładniczego Browna. Założono także, że nie będą miały miejsca żadne nieprzewidziane wzrosty lub spadki, które mogłyby w istotny sposób zaburzyć trend sprzedaży.

- » Eksperti OSOZ prognozują, że w latach 2025–2026 popyt na magnez będzie rósł, ale nieznacznie, bo o ok. 0,3–1,9% rocznie. Nic nie wskazuje na to, aby został pokonany rekord sprzedaży z lat 2021–2022, choć trudno wykluczyć losowe i trudne do przewidzenia zmiany wynikające np. z trendów żywieniowych. «

KAMSOFT



Pracuj mobilnie z aplikacją

WIZYTA LEKARSKA

Dlaczego warto?



Elastyczność i komfort: Realizuj wizyty z dowolnego miejsca i o dowolnym czasie na smartfonie, tablecie lub laptopie.



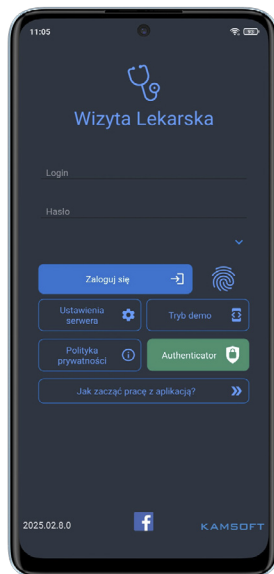
Pełna obsługa EDM: Szybko wystawiaj e-Recepty, e-Skierowania, e-ZLA i e-ZWM zgodnie z przepisami.



Sprawniejsze wizyty: Przyspiesz tworzenie dokumentacji medycznej dzięki dyktowaniu mowy oraz kopiowaniu danych z poprzednich wizyt w tym wywiadów i badań przedmiotowych.



Bezpieczeństwo terapii: Korzystaj z BLOZ i precyzyjnego zapisu dawkowania leków dla bezpieczeństwa pacjentów.



kamssoft.pl/wizyta-lekarska



Zeskanuj kod QR, pobierz wersję demo

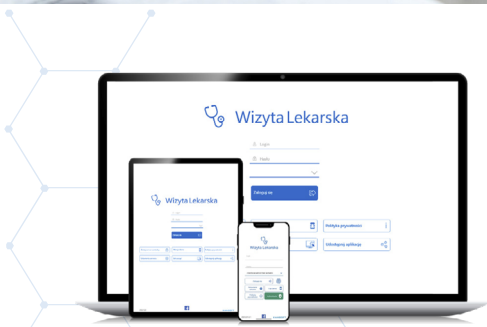
i przekonaj się, jak prosta może być Twoja praca.



Kontakt

+48 32 209 07 05
medycyna@kamssoft.pl
www.kamssoft.pl

Zeskanuj kod QR i pobierz aplikację



Sprzedaż kosmetyków dla dzieci



Popyt na kosmetyki dla dzieci w aptekach szybko rósł do 2019 roku i nic nie wskazywało na to, że może się to zmienić. Jednak pandemia COVID-19 oraz rosnąca inflacja (w okresie 2020–2024 ceny tego asortymentu wzrosły aż o 20%) doprowadziły do załamania sprzedaży, które utrzymuje się do dziś. Rodzice coraz chętniej kupują kremy, zasyпки, pudry, chusteczki nawilżane albo oliwki poza apteką, najczęściej w drogeriach albo sklepach internetowych. Na to nakłada się kryzys demograficzny: w pierwszej połowie 2024 roku urodziło się ok. 126,5 tys. dzieci, czyli o blisko 12,5 tys. mniej (10%) niż w tym samym okresie w roku 2023.

Czy rynek się odbije? Niemal 14-procentowy spadek w latach 2022–2023 oraz słabe dane sprzedaży z 2024 roku na to nie wskazują. Do tego od czasu pandemii liczba urodzeń spada gwałtownie, a sytuację zaostrzyła niepewność w związku z wojną w Ukrainie. Stagnacja lub trend malejący mogą utrzymywać się przez kilka następnych lat.

Inaczej wygląda globalna sprzedaż w tej kategorii, która – według prognoz Statista – ma rosnąć w tempie 6,27% w latach 2024–2029. Napędza ją sprzedaż w USA (1,66 urodzeń/kobietę) oraz Indiach (2,01 urodzeń/kobietę). Dla porównania – w Polsce wskaźnik urodzin wynosi ok. 1,1.

WSKAŹNIKI SPRZEDAŻY APTECZNEJ. ROK 2023 | ZMIANA % W STOSUNKU DO ROKU 2002

WARTOŚĆ SPRZEDAŻY



113 201 487 zł

+ 700%

ILOŚĆ SPRZEDAŻY



3 799 479

+ 103%

ASORTYMENT



635

+ 260%

ŚREDNIA CENA



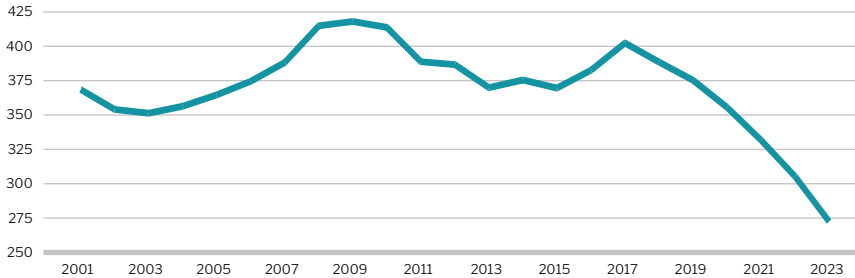
29,79 zł

+ 297%

*Inflacja skumulowana w tym okresie: 50%
(1000 zł z 2002 roku jest warte 506 zł w grudniu 2023)*

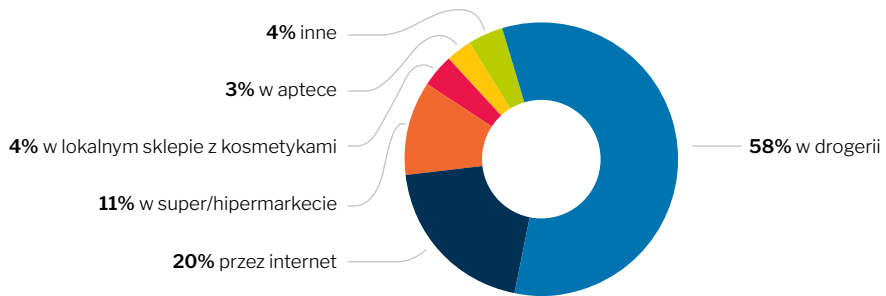
INFORMACJE DODATKOWE

Liczba urodzeń w Polsce w latach 2001–2023 (tys.)

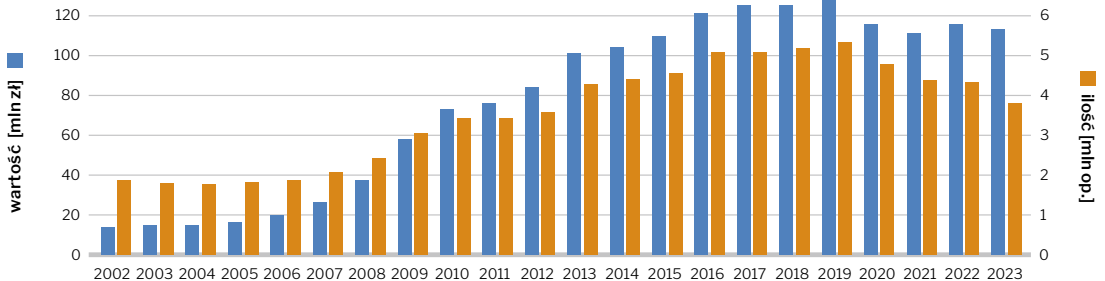


źródło: Główny Urząd Statystyczny

Gdzie najczęściej kupujemy kosmetyki?

źródło: <https://wirtualnekosmetyki.pl/badania-rynkowe/gdzie,-za-ile-i-jakie-kosmetyki-kupuja-polacy-> (Badanie Payback)

SPRZEDAŻ ILOŚCIOWA I WARTOŚCIOWA W LATACH 2002–2023





Skóra dzieci wymaga odpowiedniej pielęgnacji przy użyciu delikatnych produktów. Te można kupić w aptece, a wśród nich są między innymi kosmetyki do mycia ciała i włosów, balsamy, produkty chroniące przed promieniowaniem UVA i UVB, oliwki, pudry i zasyпки, chusteczki nawilżane oraz pasty do zębów. Ekspertci OSOZ przeanalizowali ich sprzedaż.

Tab. 2. Liczba produktów wycofanych z rynku w poszczególnych latach oraz średnia cena dla tych produktów

	Liczba badanych produktów	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
		Produkty będące w ofercie w latach 2002–2023	18	6,74	6,88	7,12	7,31	7,95	8,11	8,35	9,00	10,05	9,84	10,30	9,97	10,43	10,26	10,64	11,19	11,57	11,85	12,07	13,25
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2021 a nie będące w ofercie w 2023 roku	10	5,49	5,48	5,44	5,92	6,94	7,30	8,47	7,39	7,85	9,28	9,82	10,16	9,93	9,19	9,80	9,21	8,41	8,48	8,65	13,43	13,23	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2022 a nie będące w ofercie w latach 2022–2023	2	7,23	7,89	8,09	6,68	8,35	9,52	19,30	13,12	5,65	5,96	5,57	5,45	5,10	4,79	5,19	4,78	4,28	4,69	6,40	4,80		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2020 a nie będące w ofercie w latach 2021–2023	5	9,36	9,66	9,49	10,44	10,79	10,60	10,96	11,37	11,55	12,09	12,72	13,45	11,85	13,07	12,04	12,71	2,94	3,14	1,58			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2019 a nie będące w ofercie w latach 2020–2023	6	12,07	11,39	10,93	12,91	11,90	11,70	11,80	12,73	13,00	13,30	13,12	13,13	12,92	13,16	13,44	13,27	14,80	14,79				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2018 a nie będące w ofercie w latach 2019–2023	3	9,40	9,49	10,21	10,46	10,81	11,10	11,27	12,65	12,88	13,35	14,36	13,69	13,38	13,68	12,79	10,27	15,17					
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2017 a nie będące w ofercie w latach 2018–2023	1	8,05	8,25	9,65	8,92	9,58	11,88	12,93	15,00	12,47	6,02	6,34	6,19	6,57	6,97	6,76	6,49						
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2016 a nie będące w ofercie w latach 2017–2023	3	15,20	20,13	24,45	26,82	24,79	39,63	35,76	44,23	50,38	34,72	41,50	49,08	20,69	33,21	45,54							
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2015 a nie będące w ofercie w latach 2016–2023	2	8,42	8,75	8,60	8,29	9,01	9,64	9,74	10,20	10,40	11,20	12,04	10,74	10,91	10,78								
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2014 a nie będące w ofercie w latach 2015–2023	4	9,13	11,33	11,44	10,76	11,60	12,73	11,62	13,49	10,86	8,89	8,43	7,82	9,96									
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2013 a nie będące w ofercie w latach 2014–2023	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–									
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2012 a nie będące w ofercie w latach 2013–2023	3	7,53	7,27	7,06	8,02	8,18	5,91	6,07	4,79	7,75	16,37	17,81											
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2011 a nie będące w ofercie w latach 2012–2023	3	10,59	11,04	11,07	10,74	11,67	13,57	15,57	10,47	11,73	9,51												
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2010 a nie będące w ofercie w latach 2011–2023	5	4,66	7,53	17,64	11,95	17,02	4,92	6,61	11,17	15,94													
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2009 a nie będące w ofercie w latach 2010–2023	3	3,20	3,25	3,34	3,23	7,01	4,45	7,49	6,27														
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2008 a nie będące w ofercie w latach 2009–2023	8	9,35	9,28	8,49	8,83	6,83	7,45	10,23															
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2007 a nie będące w ofercie w latach 2008–2023	1	5,96	6,01	6,41	6,98	6,70	7,80																
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2006 a nie będące w ofercie w latach 2007–2023	3	23,27	19,82	20,09	20,50	24,51																	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2005 a nie będące w ofercie w latach 2006–2023	3	11,95	15,32	15,59	56,07																		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2004 a nie będące w ofercie w latach 2005–2023	0	–	–	–																			
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2003 a nie będące w ofercie w latach 2004–2023	2	3,44	4,37																				
Produkty będące w ofercie w 2002 roku a nie będące w ofercie w latach 2003–2023	5	6,08																					

W 2020 roku trend rosnący odwrócił się i sprzedaż zaczęła spadać. W minionym roku miał miejsce największy spadek wynoszący 11,96%. Sprzedaż ukształtowała się na poziomie 3,80 mln opakowań i była o 103,66% wyższa, niż w 2002 roku.

Wartość sprzedaży kosmetyków dla dzieci kształtowała się w przybliżony sposób, jak ilość sprzedaży. Z tą różnicą, że systematycznie rosła już od pierwszego roku analiz, aż do 2017 roku. Największe wzrosty miały miejsce w latach 2007–2009. Wynosiły kolejno 33,46%, 42,70% oraz 54,46%. W 2019 roku wartość sprzedaży była najwyższa i wyniosła 127,71 mln

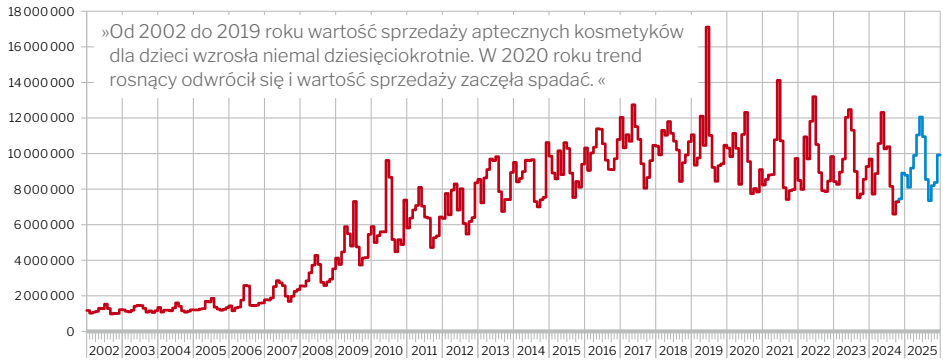
Tab. 3. Roczne zestawienie sprzedaży kosmetyków dla dzieci w latach 2002–2023 oraz prognoza na lata 2024–2025

Rok	Wartość sprzedaży (zł)	Liczba sprzedanych opakowań	Średnia cena za pojedyncze opakowanie (zł)	Wartość sprzedaży na jeden produkt (zł)	Liczba sprzedanych opakowań na jeden produkt	Liczba produktów będących w ofercie	Procentowa zmiana wartości w stosunku do roku poprzedniego	Procentowa zmiana liczby w stosunku do roku poprzedniego
2002	14 001 289	1 865 598	7,50	79 553	10 600	176		
2003	14 695 921	1 795 650	8,18	68 353	8 352	215	4,96%	-3,75%
2004	14 880 117	1 764 765	8,43	60 243	7 145	247	1,25%	-1,72%
2005	16 519 114	1 817 390	9,09	54 881	6 038	301	11,01%	2,98%
2006	19 729 162	1 858 322	10,62	57 021	5 371	346	19,43%	2,25%
2007	26 330 237	2 056 834	12,80	71 941	5 620	366	33,46%	10,68%
2008	37 572 300	2 425 318	15,49	97 338	6 283	386	42,70%	17,92%
2009	58 033 083	3 049 693	19,03	142 587	7 493	407	54,46%	25,74%
2010	72 809 701	3 434 346	21,20	178 455	8 418	408	25,46%	12,61%
2011	75 808 456	3 430 665	22,10	166 612	7 540	455	4,12%	-0,11%
2012	84 198 682	3 569 354	23,59	167 393	7 096	503	11,07%	4,04%
2013	100 971 709	4 272 698	23,63	181 278	7 671	557	19,92%	19,71%
2014	104 235 859	4 414 027	23,61	183 191	7 758	569	3,23%	3,31%
2015	109 563 908	4 559 550	24,03	180 501	7 512	607	5,11%	3,30%
2016	121 387 212	5 066 185	23,96	191 161	7 978	635	10,79%	11,11%
2017	125 352 022	5 081 353	24,67	197 716	8 015	634	3,27%	0,30%
2018	125 008 185	5 172 390	24,17	190 852	7 897	655	-0,27%	1,79%
2019	127 713 778	5 323 858	23,99	188 091	7 841	679	2,16%	2,93%
2020	115 481 244	4 780 718	24,16	167 122	6 919	691	-9,58%	-10,20%
2021	111 090 005	4 380 790	25,36	161 000	6 349	690	-3,80%	-8,37%
2022	115 612 208	4 315 820	26,79	176 507	6 589	655	4,07%	-1,48%
2023	113 201 487	3 799 479	29,79	178 270	5 983	635	-2,09%	-11,96%
2024	108 181 821	3 299 377	32,79	—	—	—	-4,43%	-13,16%
2025	112 378 544	3 418 093	32,88	—	—	—	3,88%	3,60%

zł. W 2020 roku miał miejsce pierwszy i jednocześnie największy spadek w całym analizowanym okresie, który wyniósł 9,58%. W minionym roku wartość sprzedaży także spadła o 2,09% i ukształtowała się na poziomie 113,20 mln zł. Tym samym była o 708,51% wyższa niż w pierwszym okresie analiz.

Średniomiesięczna wartość sprzedaży wyliczona na podstawie ostatnich dwudziestu trzech lat pozwala na wysunięcie wniosku, że kwota, jaką pacjenci płacą za kosmetyki dla dzieci, podlega sezonowości. We wrześniu średniomiesięczna wartość jest najniższa i wynosi 5,26 mln zł, w październiku i listopadzie również nie przekracza 5,8 mln zł. Najwięcej za kosmetyki dla dzieci pacjenci płacą w miesiącach od maja do

Rys. 1. Wartość sprzedaży kosmetyków dla dzieci w latach 2002–2023 oraz prognoza na lata 2024–2025



Rys. 2. Liczba opakowań kosmetyków dla dzieci sprzedanych w aptekach w latach 2002–2023 oraz prognoza na lata 2024–2025



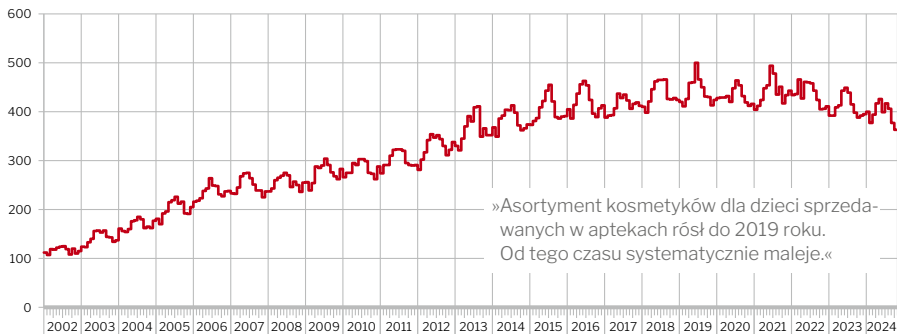
lipca, zwłaszcza w czerwcu – średnio 8,07 mln zł. Analizując pojedyncze miesiące, w czerwcu 2019 pacjenci zapłacili za omawiane produkty apteczne najwyższą kwotę równą ponad 17 mln zł.

Średnia cena za pojedyncze opakowanie aptecznego kosmetyku dla dzieci wzrosła czterokrotnie w latach 2002–2023.

Rys. 3. Średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie kosmetyku dla dzieci w latach 2002–2023 oraz prognoza na lata 2024–2025

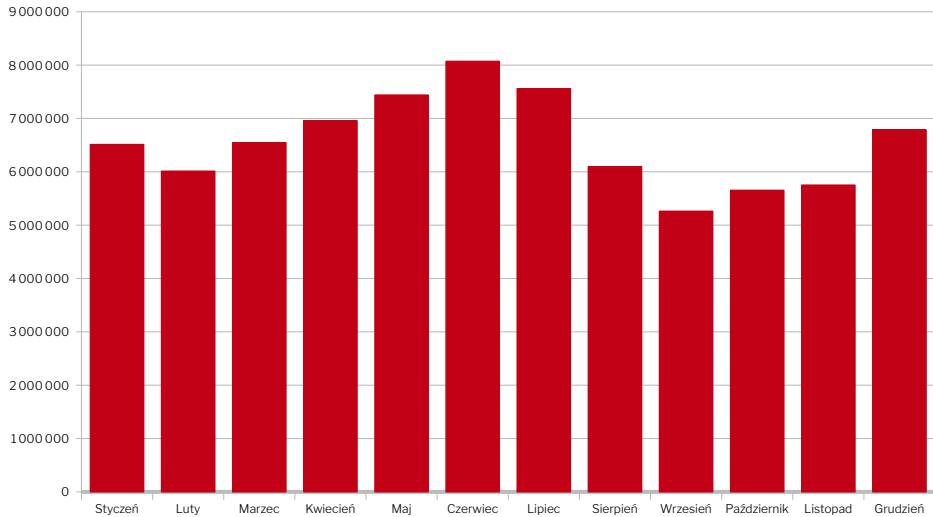


Rys. 4. Liczba różnych kosmetyków dla dzieci dostępnych w aptekach w latach 2002–2023



W 2002 roku wyniosła 7,50 zł i była najniższa w całym okresie analiz. W kolejnych latach z roku na rok głównie rosła, zwłaszcza w latach 2007–2009, kiedy to wzrosty wyniosły po ponad 20%. Niewielkie spadki miały miejsce w 2014, 2016, 2018 i 2019, z których największy wynosił 2,03%. W 2023 roku, za pojedyncze opakowanie kosmetyku dla dzieci pacjenci płacili 29,79 zł. Była to najwyższa kwota na przełomie ostatnich 23 lat, o 11,22% wyższa niż w 2022 roku.

Rys. 5. Średnia miesięczna wartość sprzedaży



W analizowanym okresie asortyment kosmetyków dla dzieci mocno się poszerzył. W pierwszym okresie analiz pacjenci mogli wybierać spośród 176 różnych produktów. W latach 2005–2006 oraz 2011–2013 na półkach aptecznych pojawiło się najwięcej nowych kosmetyków dla dzieci, w zależności od roku od 45 do 54. W 2020 roku asortyment był najliczniejszy i wyniósł 691 różnych produktów. Od tego czasu z roku na rok kurczy się.

Do 2019 roku rynek aptecznych kosmetyków dla dzieci powiększał się. Z roku na rok rosła ilość i wartość sprzedaży. Od 2020 roku trend ten uległ zmianie. Poniżej znajdują się prognozy ilości i wartości sprzedaży za pełny rok 2024 oraz za rok 2025.

Trendy przyszłości

W pierwszym roku prognoz, czyli 2024 roku, wartość sprzedaży spadnie o 4,43% i ukształtuje się na poziomie 108,18 mln

zł. Natomiast w 2025 roku będzie miał miejsce wzrost o 3,88%, a wartość sprzedaży będzie wynosiła 112,38 mln zł. Podobnie będzie kształtowała się także ilość sprzedaży. W 2024 roku spadnie o 13,16%, a w 2025 roku wzrośnie o 3,60%. Tym samym w pierwszym roku prognoz będzie równa 3,30 mln opakowań, a w kolejnym – 3,42 mln opakowań.

Średnia cena za pojedyncze opakowanie kosmetyku dla dzieci w 2024 roku wyniesie 32,70 zł (wzrost w porównaniu do roku poprzedniego o 10,05%). W 2025 roku także wzrośnie, ale zaledwie o 0,27% i będzie równa 32,88 zł.

Podsumowanie

Rynek kosmetyków aptecznych dla dzieci wzrastał do 2019 roku. W ostatnich latach widać jednak, że popularność tej części asortymentu aptecznego spadała. Niemniej jednak, w minionym roku pacjenci zakupili 3,8 mln opakowań kosmetyków dla dzieci o wartości 113 mln zł w średniej cenie około 30 zł. Prognozy pokazują, że w 2024 roku spadki na ilości i wartości sprzedaży zostaną zachowane, ale w 2025 roku można liczyć na zmianę trendu.

Czy to pandemia COVID-19 spowodowała trwały spadek sprzedaży aptecznej kosmetyków dla dzieci? Na pewno tak, jednak pod uwagę trzeba wziąć także inne czynniki jak np. rosnącą ofertę w drogeriach i marketach czy przesunięcie zakupów na kanały internetowe (co zresztą przyspieszyła pandemia). Ulubione marki rodzice mogą też kupić na popularnych portalach zakupowych, a inflacja wymusiła poszukiwanie tańszych ofert i marek. Na zmiany zachowań zakupowych nakłada się niekorzystna demografia i spadek liczby dzieci w Polsce. ●

Metodologia prognoz

Do wyliczenia prognoz ilości i wartości sprzedaży kosmetyków dla dzieci w 2024 oraz 2025 roku zastosowano model wykładniczego Browna. Założono także, że nie będą miały miejsca żadne gwałtowne wzrosty lub spadki, które mogłyby w istotny sposób zaburzyć trend sprzedaży.

Sprzedaż leków na sen



Szacuje się, że 78 proc. Europejczyków ma trudności z przespaniem całej nocy, a Polacy są w czołówce najgorzej śpiących narodów – subiektywną bezsenność zgłasza aż 50% osób. W grupie wiekowej 60–79 lat bezsenność dotyczy 3 na 4 osób. Śpimy też gorzej niż przed pandemią – wynika z raportu STADA Health. Nowością jest, że problem zaczyna dotyczyć młodych osób, które nie powinny mieć problemu z nocnym odpoczynkiem. Według badań przeprowadzonych na Collegium Medicum Uniwersytetu Jagiellońskiego, z zaburzeniami snu boryka się aż 40% młodzieży w wieku od 15 do 19 lat.

Bezsennność to światowe wyzwanie związane ze zmianami trybu życia. Około 237 mln osób na całym świecie cierpi na bezsenność. Problem 40% częściej dotyka kobiet niż mężczyzn. U 10% osób doświadczających problemów ze snem rozwija się przewlekła bezsenność wymagająca leczenia. Bezsennność ma negatywny wpływ na zdrowie – obniża odporność organizmu, prowadzi do zaburzeń samopoczucia i nastroju, zwiększa ryzyko wypadków drogowych i w miejscu pracy. O bezsenności mówi się, gdy zaburzenia snu występują minimum 3 razy w tygodniu w okresie 1 miesiąca.

WSKAŹNIKI SPRZEDAŻY APTECZNEJ. ROK 2023 | ZMIANA % W STOSUNKU DO ROKU 2002

WARTOŚĆ SPRZEDAŻY



341 591 177 zł

+144%

ILOŚĆ SPRZEDAŻY



18 771 337

-10%

ASORTYMENT



137

-174%

ŚREDNIA CENA



18,20 zł

+169%

*Inflacja skumulowana w tym okresie: 50%
(1000 zł z 2002 roku jest warte 506 zł w grudniu 2023)*

INFORMACJE DODATKOWE

**Likwidacja przyczyn.**

Leczenie bezsenności zaczyna się od zmiany trybu życia, co pomaga w większości przypadków.

Leki bez recepty.

Na problemy ze snem pomagają ziołowe środki uspokajające, melatonina oraz leki przeciwhistaminowe.

**Higiena snu.**

Jednakowa pora snu, unikanie kofeiny i alkoholu, optymalna temperatura sypialni, relaks i subtelne światło przed snem.

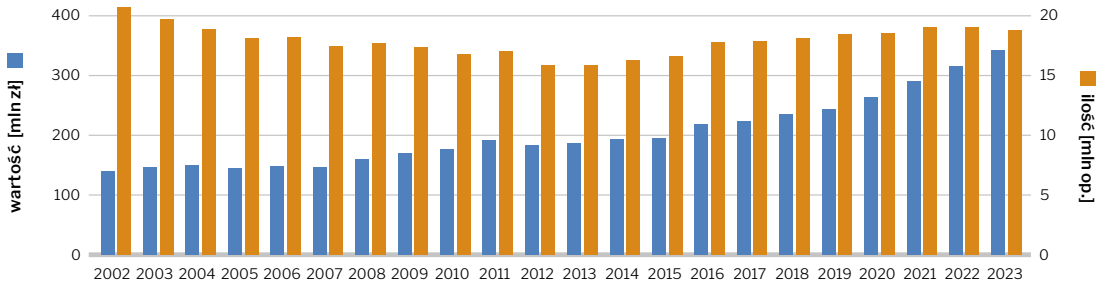
Sen jako priorytet.

8-godzinny sen powinien być na pierwszym miejscu przed pracą i obowiązkami, bo wpływa na zdrowie fizyczne i psychiczne.

**Niebieskie światło.**

To tylko jedna z przyczyn problemów ze snem. Monitoruj, kiedy śpisz lepiej, a co powoduje nieprzespane noce.

SPRZEDAŻ ILOŚCIOWA I WARTOŚCIOWA W LATACH 2002-2023





Szacuje się, że z bezsennością boryka się nawet jedna trzecia Polaków. Przyczyn może być wiele: stres, nadmiar emocji, zmiana strefy czasowej, praca zmianowa, drzemki w ciągu dnia, lęk przez bezsennością, doskwierający ból, choroby somatyczne jak np. bezdech senny oraz inne. Czy śpimy coraz gorzej? Ekspertki OSOZ przeanalizowały sprzedaż leków na sen od 2002 do 2023 roku.

Tab. 2. Liczba produktów wycofanych z rynku w poszczególnych latach oraz średnia cena dla tych produktów

	Liczba badanych produktów	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
		Produkty będące w ofercie w latach 2002–2023	33	6,63	7,24	7,69	7,63	7,71	7,94	8,40	9,02	9,56	10,16	10,43	10,78	10,75	10,69	11,31	11,50	11,91	11,97	12,85	13,12
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2023 a nie będące w ofercie w 2023 roku	3	11,80	11,84	11,25	10,93	11,00	10,51	11,21	11,88	12,60	14,12	16,67	17,72	13,99	16,02	8,18	9,14	12,76	14,67	18,20	18,64	6,06	
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2021 a nie będące w ofercie w latach 2022–2023	1	4,02	3,84	4,62	4,23	4,37	4,40	5,17	5,04	5,65	5,99	9,55	7,20	6,96	6,43	6,74	6,52	6,24	6,60	4,99	7,91		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2020 a nie będące w ofercie w latach 2021–2023	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2019 a nie będące w ofercie w latach 2020–2023	1	17,83	1,25	0,74	6,62	6,65	0,21	0,06	0,07	0,07	0,11	0,11	0,17	0,19	0,42	0,39	1,40	0,31	0,17				
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2018 a nie będące w ofercie w latach 2019–2023	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2017 a nie będące w ofercie w latach 2018–2023	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2016 a nie będące w ofercie w latach 2017–2023	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2015 a nie będące w ofercie w latach 2016–2023	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2014 a nie będące w ofercie w latach 2015–2023	1	18,49	18,95	20,58	22,32	21,73	20,89	21,81	20,75	21,70	20,88	20,24	30,52	45,35									
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2013 a nie będące w ofercie w latach 2014–2023	1	5,18	5,18	5,23	5,21	5,11	5,05	5,05	5,21	5,38	4,99	5,24	1,97										
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2012 a nie będące w ofercie w latach 2013–2023	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–										
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2011 a nie będące w ofercie w latach 2012–2023	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–										
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2010 a nie będące w ofercie w latach 2011–2023	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–										
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2009 a nie będące w ofercie w latach 2010–2023	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–										
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2008 a nie będące w ofercie w latach 2009–2023	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–										
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2007 a nie będące w ofercie w latach 2008–2023	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–										
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2006 a nie będące w ofercie w latach 2007–2023	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–										
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2005 a nie będące w ofercie w latach 2006–2023	1	12,60	12,69	13,12	13,09																		
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2004 a nie będące w ofercie w latach 2005–2023	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–										
Produkty będące w ofercie w latach 2002–2003 a nie będące w ofercie w latach 2004–2023	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–										
Produkty będące w ofercie w 2002 roku a nie będące w ofercie w latach 2003–2023	0	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–										

przekraczającą 200 mln zł, a w 2022 kwotę ponad 300 mln zł. W 2023 roku wartość sprzedaży wynosiła 341,59 mln zł, była najwyższa w całym okresie analiz, o 144,10% wyższa niż w roku 2002.

Ilość sprzedanych opakowań przez cały okres analiz była wyrównana. W 2002 roku była najwyższa i wynosiła 20,72 mln opakowań. W latach 2003–2009 oraz 2016–2022 osiągnęła wartość pomiędzy 17,36 mln opakowań i 19,75 mln opakowań. Natomiast w latach 2010–2015 była najniższa i wynosiła od 15,85 mln opakowań (w 2013 roku) do 17,07 mln opakowań

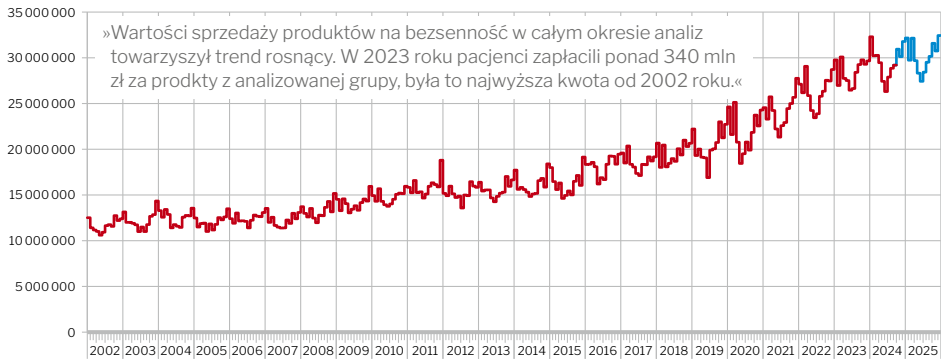
Tab. 3. Roczne zestawienie sprzedaży produktów na bezsenność w latach 2002–2023 oraz prognoza na lata 2024–2025

Rok	Wartość sprzedaży (zł)	Liczba sprzedanych opakowań	Średnia cena za pojedyncze opakowanie (zł)	Wartość sprzedaży na jeden produkt (zł)	Liczba sprzedanych opakowań na jeden produkt	Liczba produktów będących w ofercie	Procentowa zmiana wartości w stosunku do roku poprzedniego	Procentowa zmiana liczby w stosunku do roku poprzedniego
2002	139 939 024	20 715 947	6,76	2 798 780	414 319	50		
2003	145 918 325	19 748 637	7,39	2 653 060	359 066	55	4,27%	-4,67%
2004	149 955 968	18 912 475	7,93	2 677 785	337 723	56	2,77%	-4,23%
2005	144 476 055	18 115 081	7,98	2 222 709	278 694	65	-3,65%	-4,22%
2006	148 608 568	18 244 520	8,15	2 064 008	253 396	72	2,86%	0,71%
2007	146 687 849	17 429 426	8,42	1 930 103	229 335	76	-1,29%	-4,47%
2008	159 072 437	17 731 250	8,97	2 039 390	227 324	78	8,44%	1,73%
2009	169 074 474	17 356 347	9,74	2 140 183	219 701	79	6,29%	-2,11%
2010	176 854 339	16 783 308	10,54	2 080 639	197 451	85	4,60%	-3,30%
2011	191 145 567	17 069 966	11,20	2 123 840	189 666	90	8,08%	1,71%
2012	182 543 739	15 891 265	11,49	1 984 171	172 731	92	-4,50%	-6,91%
2013	186 827 363	15 854 162	11,78	2 008 896	170 475	93	2,35%	-0,23%
2014	192 826 400	16 257 438	11,86	1 947 741	164 217	99	3,21%	2,54%
2015	195 224 136	16 584 927	11,77	1 758 776	149 414	111	1,24%	2,01%
2016	217 800 481	17 797 799	12,24	1 714 964	140 140	127	11,56%	7,31%
2017	223 043 680	17 837 074	12,50	1 628 056	130 198	137	2,41%	0,22%
2018	234 740 178	18 137 510	12,94	1 688 778	130 486	139	5,24%	1,68%
2019	244 314 565	18 468 895	13,23	1 757 659	132 870	139	4,08%	1,83%
2020	263 202 572	18 561 423	14,18	1 880 018	132 582	140	7,73%	0,50%
2021	289 735 756	19 075 387	15,19	1 957 674	128 888	148	10,08%	2,77%
2022	315 648 209	19 058 598	16,56	2 176 884	131 439	145	8,94%	-0,09%
2023	341 591 177	18 771 337	18,20	2 493 366	137 017	137	8,22%	-1,51%
2024	354 786 459	18 280 778	19,41	—	—	—	3,86%	-2,61%
2025	362 366 745	18 117 891	20,00	—	—	—	2,14%	-0,89%

(w 2011 roku). W minionym roku pacjenci zakupili w aptekach 18,77 mln opakowań leków na bezsenność, o 1,51% mniej niż w roku poprzednim oraz o 9,39% mniej niż w 2002 roku.

W skali pojedynczego miesiąca najmniej za leki na bezsenność pacjenci zapłacili w maju 2002 roku (10,60 mln zł), a najwięcej w styczniu 2024 roku (32,30 mln zł). Średniomiesięczna wartość sprzedaży wyliczona na podstawie ostatnich 22 lat pokazuje, że najmniej za leki na bezsenność pacjenci płacili w miesiącach od maja do lipca – średnio od 16,04 mln zł do 16,42 mln zł. Najwięcej zaś w styczniu, marcu oraz grudniu – od 18,10 mln zł do 18,56 mln zł.

Rys. 1. Wartość sprzedaży produktów na bezsenność w latach 2002–2023 oraz prognoza na lata 2024–2025

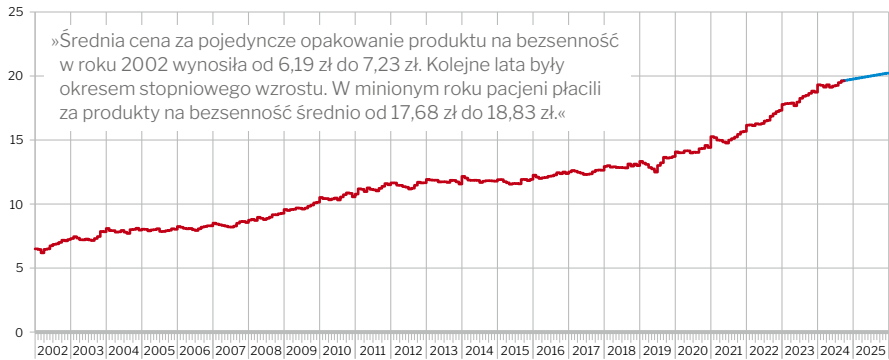


Rys. 2. Liczba opakowań produktów na bezsenność sprzedanych w aptekach w latach 2002–2023 oraz prognoza na lata 2024–2025

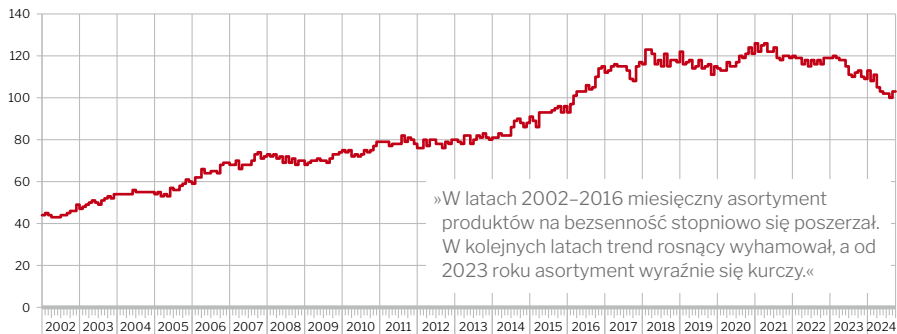


Średnia cena za pojedyncze opakowanie produktu na bezsenność kształtowała się w całym okresie analiz podobnie jak wartość sprzedaży. W 2002 roku była najniższa i wynosiła 6,76 zł. W kolejnych latach wzrosty wynosiły od 0,59% (w 2005 roku) do 9,88% (w 2023 roku). W minionym roku średnia cena była najwyższa (18,20 zł) i była o 169,39% wyższa niż w pierwszym okresie analiz.

Rys. 3. Średnia cena sprzedaży za pojedyncze opakowanie produktu na bezsenność w latach 2002–2023 oraz prognoza na lata 2024–2025

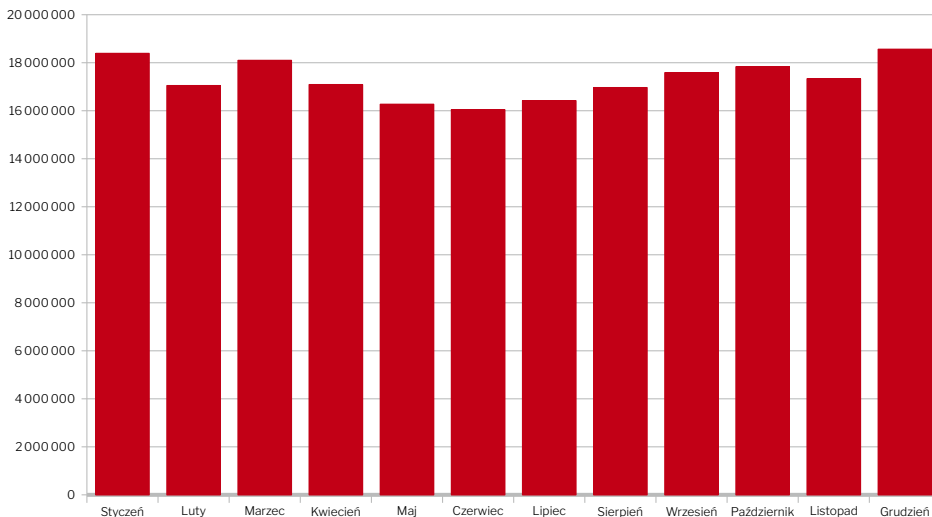


Rys. 4. Liczba różnych produktów na bezsenność dostępnych w aptekach w latach 2002–2023



W analizowanym okresie poszerzył się także asortyment produktów na bezsenność. W 2002 roku pacjenci mogli wybierać spośród 50 różnych produktów. W 2015 roku asortyment liczył już ponad 100 produktów, a w minionym roku pacjenci mogli wybierać spośród 137 produktów. Najwięcej nowych produktów pojawiło się na półkach aptecznych w latach 2015–2017 (kolejno 12, 16 i 10).

Rys. 5. Średnia miesięczna wartość sprzedaży



Ostatnie dwa lata były okresem spadków na ilości sprzedaży oraz wzrostów na wartości sprzedaży i średniej cenie. Poniżej znajdują się prognozy pokazujące, na jakim poziomie rynek ukształtuje się w roku 2024 i 2025.

Trendy przyszłości

Prognozy wyliczone na pełny rok 2024 rok oraz na rok 2025 pokazują, że trend spadkowy na ilości sprzedaży zostanie utrzymany. W 2024 roku pacjenci zakupią w aptekach 18,28 mln opakowań produktów na bezsenność (spadek o 2,61%). W kolejnym roku ilość sprzedaży będzie równa 18,12 mln opakowań (spadek o 0,89%).

Średnia cena będzie natomiast wzrastać. W pierwszym roku będzie prognoz o 6,65%, a w drugim o 3,05%. W 2024 roku za pojedyncze opakowanie leków na bezsenność pacjenci zapłacą średnio 19,41 zł, a w 2025 roku – 20,00 zł.

Wzrost cen pociągnie za sobą wzrosty na wartości sprzedaży. W 2024 roku pacjenci zapłacą za produkty na bezsenność zakupione w aptekach kwotę 354,79 mln zł, a w 2025 roku – 362,37 mln zł. Wzrosty liczone rok do roku wyniosą kolejno 3,86% oraz 2,14%.

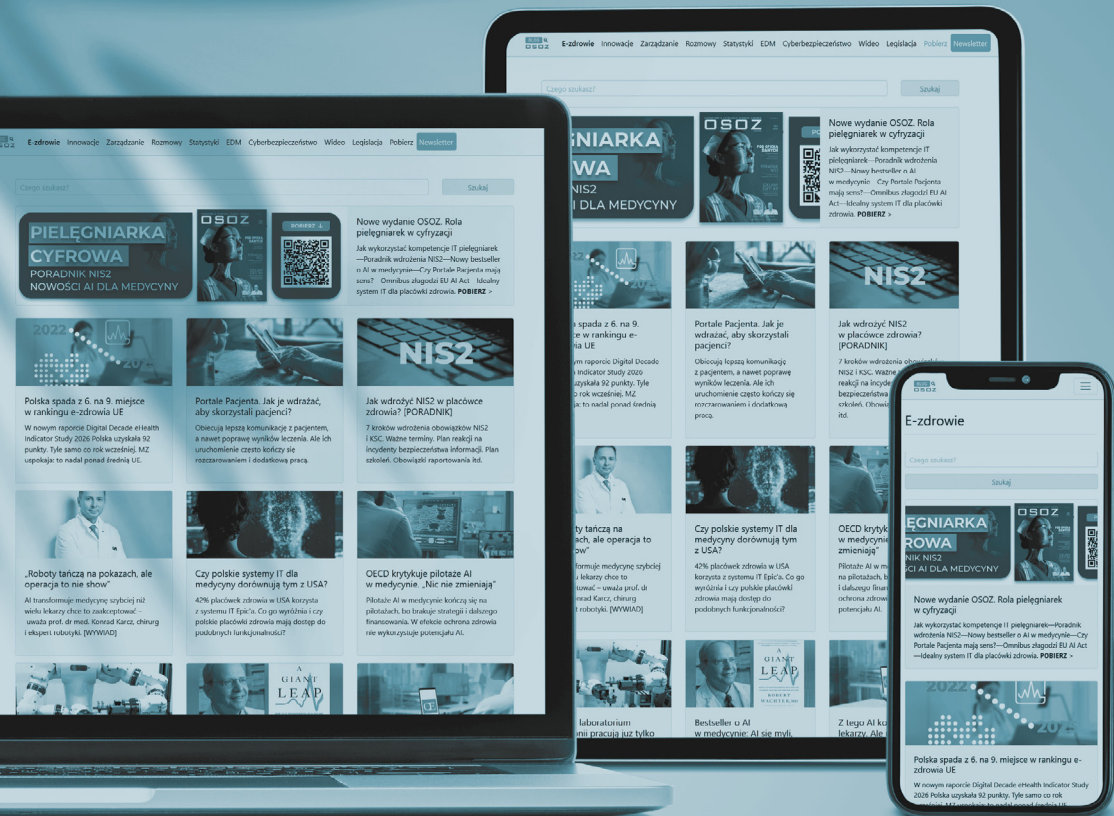
Podsumowanie

W minionym roku apteki sprzedały prawie 19 mln opakowań leków stosowanych w leczeniu bezsenności. Pokazuje to, że problem związany z omawianym zagadnieniem jest ogromny; statystycznie co drugi pacjent zakupił jedno opakowanie produktu na bezsenność. Średnia cena za pojedyncze opakowanie wynosiła 18,20 zł. Cały rynek osiągnął wartość ponad 340 mln zł. To kwota 2,5 razy wyższa niż w pierwszym roku analizowanego okresu.

W ostatnich dwóch latach sprzedaż leków na bezsenność nieco wyhamowała i zgodnie z prognozami, podobnie będzie także w najbliższych latach. Natomiast nadal wzrastać będzie średnia cena za pojedyncze opakowanie oraz wartość rynku produktów na bezsenność. Paradoksalnie, gdy w 2020 roku sprzedaż większości leków spadła – ze względu na pandemię i izolację społeczną – popyt na leki na sen nie zmniejszył się drastycznie. Ponadto, sprzedaż apteczna nie stanowi 100% sprzedaży leków na bezsenność bez recepty – są one dostępne także w drogeriach i marketach (przykładowo leki ziołowe oraz melatonina). Trzeba też uwzględnić, że w okresie ostatnich 20 lat pojawiły się skuteczniejsze środki, co może wpływać na liczbę kupowanych opakowań. ●

Metodologia prognoz

W celu wyliczenia prognoz sprzedaży produktów na bezsenność w roku 2024 oraz 2025 zastosowano model wygładzenia wykładniczego Browna. Założono także, że nie będą miały miejsca żadne gwałtowne wzrosty lub spadki, które mogłyby w istotny sposób zaburzyć trend sprzedaży.



Wszystko o e-zdrowiu

Praktyczne porady
Informacje z rynku zdrowia
Inspirujące wywiady

BLOG 
OSOZ
blog.osoz.pl

ZESKANUJ KOD,
aby przejść do bloga



OTWARTY SYSTEM OCHRONY ZDROWIA

OSOZ

Wydawca:
KAMSFT S.A.
40-235 Katowice, ul 1 Maja 133
tel. +48 32 209-07-05
fax +48 32 209-07-15
e-mail: czasopismo@osoz.pl

Redaktor naczelny: Artur Olesch



Jesteśmy partnerem
European Connected Health Alliance

Zespół redakcyjny:
Zygmunt Kamiński,
Agnieszka Golec,
Aleksandra Kurowska,
Katarzyna Płoskonka,
Bożena Wojnarowicz-Głuszek.

Współpracownicy:
Jarosław Frąckowiak,
Monika Grabska,
Łukasz Stopa,
Karolina Szuścik.

Skład i łamanie: Piotr Chamera

Przedruk, kopiowanie, skracanie, wykorzystanie
tekstów (lub ich fragmentów) publikowanych
w czasopiśmie OSOZ bez zgody wydawcy
KAMSFT S.A. jest zabronione.

Redakcja nie odpowiada za treść reklam,
ogłoszeń i artykułów sponsorowanych.