

Tanácsok recept nélkül

a Közép-európaiak inkább fordulnak gyógyszerészükhöz, mint az orvosukhoz

Az emberek inkább fordulnak gyógyszerészükhöz, mint orvosukhoz, amikor a vény nélkül kapható gyógyszerekkel, gyógyhatású készítményekkel (OTC termékekkel) kapcsolatos tanácsokról van szó, derül ki a Taylor Nelson Sofres által végzett 2002. évi OTC termékpiaçi felmérés adataiból. Az orvos maradt a legmegbízhatóbb információforrás azokban az esetekben, amikor a vény nélkül kapható (OTC) termékekről általánosságban van szó, azonban a Közép-európaiak szívesebben fordulnak a gyógyszerészekhez konkrét tanácsért. Az viszont egyáltalán nem meglepő, hogy a szórólapok, illetve más hasonló reklámok bizonyultak a legkevésbé megbízható és elfogadott információforrásnak.

ATNS OTC Tracking kutatása során több, mint 4000 személyt kérdeztek meg a Cseh Köztársaságban, Magyarországon, Lengyelországban és Szlovákiában. Az adatok azt mutatják, hogy a Közép-európaiak 50 százaléka kért vény nélkül kapható termékkel kapcsolatos tanácsot a gyógyszerésztől, míg az orvostól mindössze 38 százaléka. A szlovákok fordultak leggyakrabban vény nélkül kapható termékekkel kapcsolatos általános tanácsért, 45 százaléka orvosát kérdezi meg, 58 százaléka pedig a gyógyszerészt. A magyarok a legönállóbbak ezen a téren: mindössze 33 százaléka kért tanácsot OTC ügyben a gyógyszerésztől és 38 százaléka az orvosától. (1. tábla)

1. tábla					
Kért-e valaha tanácsot vény nélkül kapható termék vásárlása előtt...					
	Magyarország	Cseh Közt.	Lengyelország	Szlovákia	Régió
Gyógyszerésztől?	38%	49%	55%	58%	50%
Orvosától?	33%	32%	40%	45%	38%

A magyarok a legönállóbbak ezen a téren: mindössze 33 százaléka kért tanácsot OTC ügyben a gyógyszerésztől és 38 százaléka az orvosától.

Elsősorban a vitaminok, ásványi anyagok, valamint a megfázás és a köhögés elleni szerek azok a vény nélkül kapható termékek, melyek kapcsán a válaszadók rendszeresen tanácsot kérnek.

Az OTC gyógyszerekkel kapcsolatos általános információk esetében a Közép-európaiak legalább annyira értékelik a saját tapasztalataikat, mint a szakmabeliek által nyújtott tanácsokat. A megkérdezettek 18 százaléka állítja, hogy a saját tapasztalataira támaszkodik az OTC termékek kiválasztásánál. A csehek értékelik legtöbbször a saját tapasztalataikat (23%-uk), és ez az arány a lengyeleknél a legalacsonyabb (13%).

A régióban további fontos információforrásnak számít a barátoktól hallott vélemény, valamint a média reklám. Mindkettőt 17–17%-ban

említették a válaszadók. Itt ismét a csehek és a lengyelek képviselik a két végletet: csak minden tizedik cseh informálódik reklámokból az OTC termékekről, míg a lengyelek közül minden negyedik tesz így.

Az olyan nyomtatott reklámok, mint a gyógyszer-tárakban kirakott szórólapok és brosúrák a legkevésbé népszerű információforrások. A Közép-európaiak mindössze nyolc százaléka szerez információt az OTC termékekről ezekből a nyomtatványokból. (2. tábla)

A HAZAI FELMÉRÉS RÉSZLETES ELEMZÉSE

A régióbeli összehasonlítás után, vizsgáljuk meg részletesebben is a magyarországi szokásokat, lakossági attitűdöket. A részletesebb vizsgálattal alapvetően a demográfiai ismérvek alapján történő jellemzők kiemelését, és ebből adódóan a különböző szegmensek felé irányuló reklám-üzenetek, marketing eszközök alkalmazási feltételeit próbáljuk meghatározni. (4. tábla)

2. tábla					
Milyen módon informálódik az OTC termékekről?					
	Magyarország	Cseh Közt.	Lengyelország	Szlovákia	Régió
Reklámok (TV, magazinok, stb.)	21%	10%	23%	15%	17%
A háziorvostól	19%	17%	17%	19%	18%
Saját tapasztalat alapján	17%	23%	13%	17%	18%
Barátoktól / ismerősöktől	17%	20%	15%	17%	17%
A gyógyszerésztől	15%	19%	18%	19%	18%
Gyógyszertári szórólapokból	6%	7%	9%	11%	8%

3. tábla					
Mennyire tartja megbízhatónak az alábbi információforrásokat?					
	Magyarország	Cseh Közt.	Lengyelország	Szlovákia	Régió
A háziorvost	4,73	4,54	4,60	4,35	4,52
A gyógyszerészt	4,59	4,42	4,44	4,28	4,40
Saját tapasztalat	4,55	4,63	4,56	4,22	4,45
Barátok / ismerősök	3,62	3,98	3,93	3,55	3,72
Gyógyszertári szórólapokat	3,62	3,67	3,73	3,40	3,53
Reklámokat (TV, magazinok, stb.)	3,32	3,20	3,19	2,91	3,12

Arra a kérdésre válaszolva, hogy mely információforrást találják a legmegbízhatóbbnak: a Közép-európaiak az orvosokat értékelték a legmagasabbra 4,52-es átlag osztályzattal: Ezt szorosan követi a saját tapasztalat 4,45-ös osztályzattal (az értékelés egy ötfokozatú skálán történt, ahol az 5-ös osztályzat jelentette a „legmegbízhatóbb” kategóriát). A táblázat végén ismét csak a reklám és a reklámyomtatványok szerepelnek: 3,12, illetve 3,53 átlaggal. (3. tábla)

4. tábla	
Általában honnan szerzi be információit a vény nélkül kapható patikai termékekről?	
	említette (%)
reklámokból (TV, újságok, stb)	34
orvostól / háziorvostól:	30
saját tapasztalatok alapján:	28
barátoktól / ismerősöktől:	27
patikustól	24
patikai prospektusokból, szóróanyagokból	9
NT / NV	5

5. tábla

Általában honnan szerzi be információit a vény nélkül kapható patikai termékekről?

	8 általános	szakmunkásképző, szakiskola	befejezett középiskola	főiskola, egyetem
orvostól / háziorvostól:	35	28	30	39
reklámokból (TV, újságok, stb.)	29	35	45	38
barátoktól / ismerősektől:	22	35	28	37
patikustól	20	25	29	36
saját tapasztalatok alapján:	27	34	27	33
patikai prospektusokból, szóróanyagokból	6	6	15	17
Egyéb helyről	2	3	2	0
NT / NV	11	5	2	2

A magyarok az OTC termékekkel összefüggő információikat első sorban reklámokból, illetve azoknak valamilyen mutációjából szerzik be. Második helyen állnak a háziorvosok, és mivel ez egy többválaszos kérdés volt, valószínű, hogy a reklámhatás nem rögtön a vásárlásban jelentkezik, hanem előbb a háziorvos megkeresése, és a tőle való tanácsok, javaslatok kérése következik.

Meglehetősen sokan – a válaszadók több mint egynegyede – saját tapasztalataikra hagyatkoznak az OTC termékekkel kapcsolatban, de sokan bízzák magukat e tekintetben barátaikra, ismerőseikre is.

Nézzük meg ezek után néhány demográfiai ismérv szerinti bontásban is, hogy milyen arányban befolyásolják a döntéseket a különböző források. (5. tábla)

Mint látható, a legmagasabb iskolai végzettséggel rendelkezők elsősorban az orvosoktól (valószínűleg a szintén magas arányt tükröző reklám-ismeret alapján) szerzik be információikat, ugyanakkor az alacsonyabb iskolai végzettségűek közül minden tízedik válaszadó nem tudott forrást megnevezni. Ez nyilván abból (is) adódik, hogy a kevésbé iskolázottak ritkábban fogyasztanak OTC termékeket, mint a magasabb végzettségűek. (6. tábla)

Az életkori bontás szerinti adatokat ismertető táblázatból jól kitűnik, hogy a fiatalabbak fogékonyabbak a reklámok iránt, de azért az 50–59 éves korosztály harmada is figyelemmel kíséri az OTC termékek reklámjait. A barátok, ismerősök véleménye a 35–44 évesek számára a leginkább mérvadó. (7. tábla)

6. tábla

Általában honnan szerzi be információit a vény nélkül kapható patikai termékekről?

	15–24 év	25–34 év	35–44 év	45–54 év	55–59 év
reklámokból (TV, újságok, stb.)	46	45	44	44	34
barátoktól / ismerősektől:	34	33	40	28	32
saját tapasztalatok alapján:	17	27	36	30	26
patikustól	17	33	33	30	25
orvostól / háziorvostól:	20	29	27	35	29
patikai prospektusokból, szóróanyagokból	6	13	15	10	9
Egyéb helyről	3	3	1	1	1
NT / NV	11	3	1	2	7

7. tábla

Általában honnan szerzi be információit
a vény nélkül kapható patikai termékekről?

	Nő	Férfi
reklámokból (TV, újságok, stb.)	35	37
saját tapasztalatok alapján:	27	32
patikustól	22	28
barátoktól / ismerősöktől:	30	27
orvostól / háziorvostól:	26	26
patikai prospektusokból, szóróanyagokból	7	12
Egyéb helyről	3	1
NT / NV	8	4

A nemek közötti különbségek nem igazán nagyok, de azért megfigyelhető néhány figyelemreméltó eltérés. Mint a táblán látható a magyar férfiak önbizalma nagyobb, mint a nőké: 32 százalékuk támaszkodik a saját tapasztalataira. Ugyanakkor a férfiak valamivel nagyobb arányban hagyatkoznak a gyógyszerészekre is, noha – egy korábbi felmérésünkből kiderült – a gyógyszerek több, mint 70%-a hölgy, tehát a férfiak a tanácsadás terén szívesen fordulnak a „szakértőnek tartott patikushölgyekhez”.

A továbbiakban azt vizsgáltuk, mennyire tekintik megbízhatónak a magyarok a különböző információ-forrásokat az OTC termékek kiválasztása, beszerzése tekintetében. (8. tábla)

Mint látható az emancipáció ebben az esetben csaknem teljes mértékben érvényesült, hiszen nincsenek szignifikáns különbségek a férfiak és nők válaszai között. Ennél talán meglepőbb az a tény, hogy a források megbízhatónak tartása tekintetében isko-

lai végzettség és életkor szerint sem találtunk jelentős eltéréseket. (9., 10. tábla)

A két „elsődleges”, és az OTC reklámokban külön is hangsúlyozott információforrás tekintetében feltűnő a férfiak „önfejűsége”, vagy talán túlzott önbizalma. Míg a nők csaknem negyven százaléka kért már tanácsot háziorvosától, illetve csaknem felük kikérte gyógyszerésze véleményét, addig ez a férfiak esetében mindkét információforrás igénybevétele esetében 25% körül található. Egy kissé talán még az is jellemző, hogy a férfiak inkább a patikust kérdezik, mintsem, hogy orvosukhoz fordulnának. (11. tábla)

Az iskolai végzettség szintje és a személyes tanácsadás igénybevétele meglehetősen szoros korrelációt mutat. Ugyanakkor azt is érdemes megfigyelni, hogy az iskolai végzettség növekedésével egyre nagyobb szerepet kapnak a gyógyszerészek, míg a háziorvosok megkérdezése csak a diplomásokra igazán jellemző.

8. tábla

Mennyire tekinti megbízhatónak az alábbi információ-forrásokat
a recept nélkül kapható patikai termékek esetében?

(Skála 1–5-ig, ahol 1=egyáltalán nem, 5=teljes mértékben)

	saját tapasztalatok	barátok / ismerősök	orvos / háziorvos	patikus	reklámok	patikai szóróanyagok
Nők	4,5	3,7	4,5	4,6	3,4	3,6
Férfiak	4,6	3,5	4,6	4,6	3,3	3,7
Átlag	4,5	3,6	4,5	4,6	3,3	3,6

9. tábla

Mennyire tekinti megbízhatónak az alábbi információ-forrásokat a recept nélkül kapható patikai termékek esetében?
(Skála 1–5-ig, ahol 1=egyáltalán nem, 5=teljes mértékben)

Iskolai végzettség szerinti átlag	saját tapasztalatok	barátok / ismerősök	orvos / háziorvos	patikus	reklámok	patikai szóróanyagok
8 általános, vagy kevesebb	4,6	3,5	4,8	4,5	3,2	3,4
Szaktanulmányozó, szakiskola	4,5	3,8	4,8	4,7	3,4	3,7
Befejezett középiskola	4,5	3,6	4,7	4,6	3,4	3,9
Befejezett főiskola, egyetem	4,6	3,6	4,6	4,5	3,1	3,6
Átlag	4,5	3,6	4,7	4,6	3,3	3,6

10. tábla

Mennyire tekinti megbízhatónak az alábbi információ-forrásokat a recept nélkül kapható patikai termékek esetében?
(Skála 1–5-ig, ahol 1=egyáltalán nem, 5=teljes mértékben)

A válaszadó életkora szerinti átlag	saját tapasztalatok	barátok / ismerősök	orvos / háziorvos	patikus	reklámok	patikai szóróanyagok
15–24 év	4,7	4,0	4,7	4,5	3,5	4,0
25–34 év	4,5	3,7	4,7	4,7	3,5	3,6
35–44 év	4,7	3,7	4,6	4,5	3,4	3,8
45–54 év	4,7	3,6	4,8	4,6	3,4	3,8
55–59 év	4,6	3,8	4,8	4,8	3,1	3,6
60+	4,4	3,4	4,7	4,6	3,2	3,3
Átlag	4,5	3,6	4,7	4,6	3,3	3,6

Tulajdonképpen ez valahol így is van rendjén, mert az emberek többsége a gyógyszertárakban akaratlanul is gyakrabban ütközik az OTC termékek

reklámjaiba, ismertetőibe, és valóban egyszerűbb helyben tanácsot kérni. Ugyanakkor azért, célszerű lenne meghallgatni a háziorvos véleményét is. Még

11. tábla

Kért már tanácsot recept nélkül kapható patikai termékek esetében?

A válaszadók neme szerinti bontásban	Háziorvosától		Patikusától	
	igen	nem	igen	nem
Nő	40	58	47	52
Férfi	25	72	27	72

12. tábla

Kért már tanácsot recept nélkül kapható patikai termékek esetében?

A válaszadó iskolai végzettsége szerinti bontásban	Háziorvosától		Patikusától	
	igen	nem	igen	nem
8 általános, vagy annál alacsonyabb	31	67	29	71
Szaktanácsadó, szakiskola	31	67	38	61
Befejezett középiskola/felsőfokú tanfolyam	34	62	47	52
Befejezett főiskola, egyetem	47	50	52	48

akkor is, ha ez külön utánjárást, még ha esetleg csak egy telefonszám jelent. (12. tábla)

Az életkor kategóriákat tekintve azt tapasztalhatjuk, hogy a 45–54 év közöttiek azok, akik a leginkább „aggódónak” tekinthetők, ennél a korcsoportnál fordul elő a legnagyobb gyakorisággal az, hogy kértek már tanácsot a háziorvosuktól OTC termék vásárlására vonatkozóan. Ugyanakkor a gyógyszerészeknél a 35–44 év közöttiek kérnek tanácsot a legmagasabb arányban, vagy fogadják el javaslatot, véleményt. A válaszokból az is kitűnik, hogy a 60 év feletti korosztály több, mint egyharmada szívesebben fordul a háziorvosához, ha OTC termék vásárlását fontolgatja.

A következőkben azt tekintjük át, milyen jellegű OTC termékkel kért már tanácsot a válaszadók valamelyike a háziorvosától, illetve a gyógyszerésztől. (13. tábla)

Mint a 14. táblán látható, egyértelműen a fájdalomcsillapítók és a megfázás elleni termékek azok a

vény nélkül kapható gyógyhatású készítmények, melyekkel kapcsolatban a válaszadók a leggyakrabban kikérik háziorvosuk, illetve gyógyszerészükhöz véleményét. A táblázatban szereplő adatok természetesen átfedéseket is tartalmaznak, tehát teljes mértékben nem választható külön, mely termékek-nél fordulnak inkább háziorvosukhoz a megkérdezettek, és mely esetekben kérdezik meg kizárólag gyógyszerészüket. Az adatok azonban jól tükrözik, hogy az OTC termékkel összefüggő tanácsadás kérése mindkét hozzáértő szakember esetében csaknem azonos válaszadói arányt mutat. Természetesen kivételek néhány esetben észlelhetők, például az ízületi fájdalmakra, az izomfájdalmakra, a gyomorbántalmak kezelésére alkalmas OTC termékek tekintetében.

Az „egyéb” kategóriában mintegy tízfajta készítményt jelöltek meg a megkérdezettek, ezek azonban nehezen beazonosíthatóak, illetve egyenkénti gyakoriságuk elenyészőnek tekinthető.

13. tábla

Kért már tanácsot recept nélkül kapható patikai termékek esetében?

A válaszadó életkora szerinti átlag	Háziorvosától		Patikusától	
	igen	nem	igen	nem
15–24 év	21	78	28	71
25–34 év	32	66	45	55
35–44 év	34	65	47	51
45–54 év	38	59	43	57
55–59 év	30	65	39	61
60+	35	61	30	69

14. tábla

Mely recept nélkül kapható gyógyszeres termékekről kért már tanácsot?

OTC termékek megnevezése / leírása	Háziorvosától	Patikusától
fájdalomcsillapítók	16	13
megtázas elleni termékek	14	15
köhögéscsillapítók	11	10
vitaminok, ásványi anyagok	8	7
ízületi fájdalmak kezelésére szolgáló termékek	7	4
lázcsillapítók	7	6
orrcseppek	5	5
izomfájdalmak / zúzódások kezelésére szolgáló termékek	5	3
gyomorbántalmak kezelésére szolgáló termékek (pl. gyomorégés)	5	4
hasmenés elleni szerek	3	3
hashajtók	2	2
fertőtlenítők	2	3
bőrsérülések kezelésére szolgáló szerek (égés, horzsolás, stb.)	2	4
irritációk / allergia kezelését segítő (viszketéscsillapítók, stb.)	2	2
gombásodás kezelésére szolgáló termékek	2	4
visszér kezelésére szolgáló termékek	1	1
egyéb	18	13

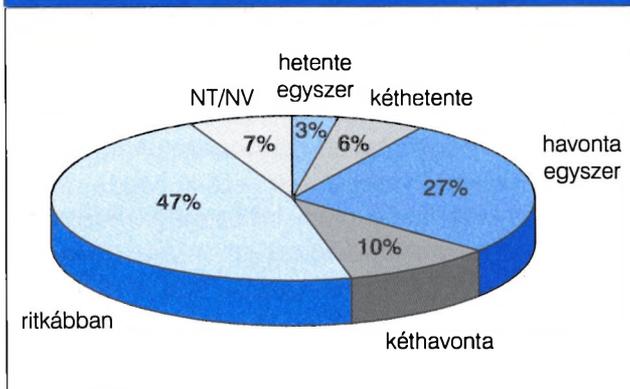
A nemzetközi adatokat figyelembe véve a magyarok valamelyest kevesebb „betegség” enyhítésére, gyógyítására szolgáló szer esetében fordulnak háziorvosukhoz, gyógyszerészükhöz, mint a régió többi országának polgárai. Tehát ez az összehasonlítás is

igazolja a magyarok nagyobb önállóságát, vagy ha úgy tetszik, makacsságát, önfejlését.

A szerző a Taylor Nelson Sofres munkatársa

1. ábra

Milyen gyakran jár Ön patikába?



2. ábra

Az utóbbi 3 hónapban vitt-e haza a patikából prospektust, terméktájékoztatót, vagy egyéb tájékoztató anyagot?

