



A hazai gyógyszeripar megítélése a magyar lakosság körében

"A hazai gyógyszergyártók és tevékenységük ismertsége nagyon alacsony a magyar lakosság körében. Jellemző, hogy sok tévhit él az emberek fejében, a cégekkel kapcsolatos információk felszínesek vagy nem felelnek meg a valóságnak. Súlyos probléma továbbá, hogy nincsen a betegek körében a gyógyszergyártókról kialakult egységes kép, hanem leginkább a média által torzított információkat hallani vissza." - Ezek az állítások az **IIR** idei, gyógyszeripari szekcióban megrendezett *Pharma For* konferenciáján hangzottak el, ahol a szakma neves képviselői találkoztak.

A fenti elszomorító kép alapját egy a napokban, a *Szinapszis Egészségügyi Piackutató és Tanácsadó Kft.* által végzett exkluzív felmérés szolgáltatta. Az országosan reprezentatív mintán végzett piackutatás központi kérdésköre a hazai gyógyszeripar és gyártók megítélésének, ismertségének felmérése, illetve a vállalatokkal kapcsolatos ismeretek feltárása volt.

A kérdés aktualitását leginkább az adja, hogy az iparágat érintő változások következtében egyre hangsúlyosabb szerepet kap a gyógyszeripar és a gyártók lakosságon belüli pozitív megítélése. Az egyik ilyen, és talán legfontosabb változás, hogy a korábbi évek piaci mechanizmusa átalakult: a gyógyszergyártók értékesítési stratégiájában ma már nem csak az orvosok jelentenek potenciális célcsoportot, hanem a betegek is.

Mind a vényköteles, de különösen a vény nélkül kapható gyógyszerek tekintetében a laikusoknak sokkal több "joga" (de meglehetősen kevés információja!) van a gyógyszerek közötti választásban. Ugyanakkor a gyógyszerekről és a gyártókról szükséges, kellő információk hiányában könnyen megeshet, hogy a beteg nem a betegségének leginkább megfelelő terméket emeli le a polcról vagy hamis gyógyszert vásárol.

Másik oldalról a 2007. év reform intézkedéseinek hatására a gyógyszerpiacon a korábbi évek dinamikus növekedése megtorpant, amelynek következtében egyre élesebb harc indult meg az orvosok, a patikusok és nem utolsósorban a laikusok meggyőzésért.

A piaci folyamatokon túl más problémák is nehezítik a gyártók helyzetét. A piackutató cég számos kutatása (legutóbb egy 2008. márciusában végzett reprezentatív felmérése) mutat rá arra, hogy a magyar lakosság egészségtudatossága alacsony, nem ismertek a legfontosabb rizikófaktorok, és az egészség megőrzésének tekintetében hiányzik a tudatos preventív magatartás.

Ezzel összefüggésben kell kiemelnünk, hogy a laikusok egészségügyi témákkal kapcsolatos információigénye alacsony, felmérések szerint csupán minden ötödik lakos érdeklődik proaktívan egészségügyi témák iránt, vagyis az érdeklődés hiánya komoly probléma hazánkban! Fontos azonban megjegyezni, hogy a tudatos prevenció jelei a fiatalabb korosztályoknál (40 év alatt) már megmutatkoznak, esetükben ugyanis nagy igény lenne gyártók által szervezett szűrőprogramokra, egészséggel kapcsolatos szabadtéri rendezvényekre. Sajnálatos tény az is, hogy a gyógyszercégekkel kapcsolatos

információk döntően a médián keresztül jutnak el a lakosság felé, amely információs forrás hitelessége és objektivitása sokszor megkérdőjelezhető.

Az alacsony információs igény illetve a gyártók aktív jelenlétének hiánya miatt nem meglepő, hogy a velük kapcsolatos ismeretek nagyon felszínesek vagy hiányosak. Egy a krónikus betegek körében végzett felmérés szerint, minden második beteg nem tudja megítélni a hazai gyógyszergyártók tevékenységét, mert nem ismeri őket, míg többségük (mintegy 30%-uk) jellemzően negatívan vélekedik tevékenységükről (profitorientált, érdekeit mindig érvényesíteni tudó vállalatoknak tartják őket).

Szintén a nagyfokú információhiányra utal, hogy a gyógyszergyáraktól elvárt és megítélésüket befolyásoló legfontosabb tényezők magához a gyógyszerekhez kapcsolódnak (pl. kedvező ár, megfelelő hatékonyság, jó mellékhatásprofil, részletes, érthető tájékoztatás), és bár egyéb szempontok is kiemelésre kerülnek (pl. aktív kutatás-fejlesztés, szűrőprogramok szervezése), a vállalatok ilyen jellegű tevékenységeiről gyakorlatilag egyáltalán nincs információ a lakosság körében.

A gyógyszergyártók társadalmi szerepvállalása a lakosság megítélése alapján elenyésző, ugyanakkor ez a jószolgálati tevékenység a válaszadók - különösen a fiatalok - számára növeli egy cég megítélését, míg az idősebbek, krónikus betegségben szenvedők inkább a gyógyszerárak támogatásában, csökkentésében várnának segítséget az előállítóktól. A visszajelzések alapján elsődlegesen ingyenes szűrővizsgálatok szervezésében és az egészségügyi ellátórendszer támogatásában kellene szerepet vállalniuk a hazai gyártóknak.

Ahogy a gyártókkal kapcsolatos ismeretek, úgy a konkrét gyógyszercégek ismertsége is nagyon alacsony. A reprezentatív felmérés szerint a legismertebb hazai gyógyszer cég spontán ismertsége 34 százalék, míg a 2. helyen szereplő cégé 27, a 3. helyen szereplő gyártóé pedig mindössze 10 százalék! Általánosságban megállapítható, hogy a válaszadók döntően csak magyar vonatkozású cégeket tudnak felidézni, a külföldi gyártók gyakorlatilag ismeretlenek.

Tapasztalok alapján a válaszadók jelentős többsége sokszor csak a régi gyógyszergyártók nevét ismeri, azt azonban már kevesebben tudják, hogy milyen néven működik jelenleg a vállalat. A gyakorlatban arra is van példa, hogy a laikusok a gyógyszergyártók között kozmetikai céget említenek.

A gyógyszergyárak ismertsége, megítélése a jövőben tehát mindenképpen javításra szorul. Az image növelésének egyik lehetséges módja, hogy a gyógyszergyárak közös fellépéssel, megfelelő, objektív lakossági PR kommunikációt folytatnak, hangsúlyozva a cégek jelentőségét, társadalmi szerepvállalását, K+F munkáját.

Igény lenne továbbá ingyenes szűrőprogramok, felvilágosító programok szervezésére, amelyek pozitív hozadéka egyrészt a gyártóba - és készítményeibe - vetett bizalom erősítése, másrészt az is, hogy egészen más megítélés alá helyezik a vállalatot azáltal, hogy a laikus nem a betegséghez, hanem az egészség megőrzéséhez, a betegség megelőzéséhez kapcsolja a támogató gyógyszer cég nevét.

2008.06.25.

Dr. Szabó András (Cégvezető) - Kiss Katalin (Senior piackutató) Szinapszis Kft.