

## Vény nélküli gyógyszerek és étrendkiegészítők online vásárlása Szlovákiában

*Online purchase of over-the-counter medicines and dietary supplements in Slovakia*

<sup>1</sup>Szigeti Szilárd [ORCID 0000-0001-7422-6166](https://orcid.org/0000-0001-7422-6166)

<sup>1</sup>Prof. Dr. Józsa László, CSc.

1Selye János Egyetem, Gazdaságtudományi és Informatikai Kar, Komárno

**Levelező szerző: Szigeti Szilárd**, Hradná ul. 21., 94501 Komárno, Szlovákia, tel.: +3620/3899959, e-mail: szilard.szigeti.edu@gmail.com

Tanulmányunk célja megvizsgálni, hogy mennyire fontos a szlovákiai magyar nyelvet beszélő fogyasztóknak a vény nélkül kapható gyógyszerek és étrendkiegészítők gyógyszerertáron kívüli vásárlása, illetve az online rendelés lehetősége, mely házhozszállítással is párosulhat. Egyben azt is vizsgáltuk, hogy kedvező ár és kiszereles befolyásolja-e a vény nélkül kapható készítmény vásárlását. Primer kutatásunk 2022. április-május hónapokban egy magyar nyelvű digitális online önkitöltős kérdőív felhasználásával zajlott nem valószínűségi mintavételi eljárással – hólabda mintavétel módszere. Összesen 523 darab érvényes kitöltés született, melyből 216 felelt meg a kizárási feltételeknek. A válaszadóknak kevésbé fontos a vény nélküli gyógyszer/étrendkiegészítő termék (1) gyógyszerertáron kívül történő megvásárlása (átlag 2,86); (2) online felületen történő rendelése (átlag 2,93), azonban (3) ezen termékek házhoz szállítása online rendelést követően (átlag 3,32) közepesen fontos. Megállapítottuk, hogy az online felületen vény nélkül kapható készítmény vásárlását fontosnak tartó fogyasztó számára fontosabb, hogy az online rendelt vény nélküli gyógyszer/étrendkiegészítőt házhoz szállítsák és számukra fontosabb, hogy kedvező kiszerelesben tudjanak vásárolni. Nem áll fenn kapcsolat a szlovákiai magyar nyelvet beszélő fogyasztó jövedelme és a vény nélküli gyógyszerrel/étrendkiegészítőre fordított havi költség között. Az átlagos havi költség 11-30 euró között mozog mindhárom jövedelemmel rendelkező válaszadói csoportnál. Következtetésünk, hogy az online felületen elérhető vény nélküli készítmények értékesítése során célszerűbb a termék megjelenítése kedvező kiszerelesben és kedvező áron, hogy a vásárló relatív értékben könnyebben értékelje az ár-érték arányt. Ezen felül az online rendelt termék mellé a házhoz szállítás szolgáltatás is javasolt.

*The aim of our study is to investigate the importance for Hungarian-speaking consumers in Slovakia of purchasing over-the-counter medicines and dietary supplements, and of ordering online, which can be combined with home delivery. We also investigated whether low prices and packaging influence the purchase of over-the-counter products. Our primary research was conducted in April-May 2022 using a digital*

*online questionnaire in Hungarian using a non-probability sampling method - snowball sampling method. A total of 523 valid responses were received, of which 216 met the exclusion criteria. Respondents were less concerned about (1) purchasing over-the-counter medicines/dietary supplements outside the pharmacy (mean 2.86); (2) ordering them online (mean 2.93), but (3) having them delivered to their home after ordering online (mean 3.32) was moderately concerned. It was found that for consumers who consider it important to buy an over-the-counter product online, it is more important to have the product delivered to their home and more important to be able to buy it in a convenient package. There is no correlation between the income of Hungarian-speaking consumers in Slovakia and the monthly expenditure on over-the-counter medicines/dietary supplements. The average monthly expenditure ranges between 11-30€ for all three income groups of respondents. Our practical suggestion is that when selling over-the-counter products available online, it may be appropriate to present the product in an attractive, convenient package and at an affordable price, so that the consumer can feel the value for money. In addition, a home delivery service is also recommended with the product ordered online.*

### BEVEZETÉS

A COVID-19 intenzív időszakát követően az a kérdés fogalmazódott meg bennünk, hogy a 2022-es év első felében milyen a fogyasztók hozzáállása a vény nélkül kapható gyógyszerek/étrendkiegészítők vásárlása kapcsán Szlovákiában – az ország magyar nyelvet beszélő lakosai között. A szakirodalom nem taglalja ezen fogyasztói csoport vásárlási magatartását az OTC piacon és érdekes eredmények születhetnek a tekintetben, hogy az online vásárlás lehetősége mennyire fontos. A COVID-19 járvány okán átalakult a fogyasztói magatartás, előtérbe került az online vásárlás és az egészségi állapot megőrzése. A vásárlás kapcsán az (1) online termékrendelést és annak (2) házhoz szállítását, valamint a (3) kiszereles és az (4) ár vásárlást befolyásoló hatását helyeztük jelen tanulmány fókuszába.

A gyógyszerek osztályozhatók (1) vényköteles (azaz orvosi rendelvényre kiadott) Rx jelölésű és (2) vény nélküli (OTC=over-the-counter) termékekre. Utóbbiakat közvetlen

öngyógyítással (azaz a beteg saját kérésére kiszolgáltatta) vagy közvetett öngyógyítással lehet beszerezni, amikor a beteg a szükséges gyógyszer megvásárlása előtt a gyógyszerész útmutatását kérheti [1]. A vényköteles gyógyszerek mellett, minden gyógyszertár forgalmaz vény nélkül kapható gyógyszereket is, amelyet a fogyasztó közvetlenül megvásárolhat, de az egészségbiztosító nem téríti (out of pocket spending) [2].

## SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

Az OTC gyógyszerek és étrendkiegészítők az egészségügyi ellátás fontos részét képezik és számos készítményt foglalnak magukban, mint például az alapvető fájdalomcsillapítók, a köhögés és a megfázás elleni gyógyszerek. Megfelelő használat mellett általánosan elfogadott, hogy a vény nélkül kapható gyógyszerek időt és pénzt takarítanak meg a fogyasztóknak. Az OTC-k jelenlegi értéke az egészségügyi rendszer számára magas [3] és a gyógyszertáron kívüli kiadásuk célja az elérhetőségük növelése. A vény nélkül kapható gyógyszereket elég biztonságosnak tartják ahhoz, hogy a gyógyszertárakon kívül is kaphatók legyenek, amint azt az EU számos országában régóta fennálló gyakorlat is bizonyítja [4]. Nagyon nehéz megbecsülni az online gyógyszertárak és az online vásárlók számát, a forgalmazott gyógyszerek mennyiségét, valamint az ilyen rejtett üzlet által generált bevételt és nyereséget [5]. Szlovákiában minden vényköteles és vény nélkül kapható gyógyszert csak a gyógyszertárak adnak ki; további árucikkeket (kozmetikumok, gyógynövénykészítmények) a lakosság az egészségügyi ellátást nem nyújtó intézményekben (pl. szupermarketekben) is vásárolhat. Ez magyarázhatja, hogy a gyógyszertárlátogatás fő oka az vényköteles vagy OTC gyógyszerek beszerzése [6]. Az étrendkiegészítő szerek (pl. vitaminok, italok, teák) a szupermarketek polcain is fellelhetők. A vény nélkül kapható gyógyszerekre vonatkozó politikák világszerte eltérőek. Számos európai országban a vény nélkül kapható gyógyszerek csak gyógyszertárakban kaphatók [7], és elsősorban rövid távú kezelésre kell őket használni. Egyre nagyobb az érdeklődés az öngyógyítás iránt, amikor a vény nélkül kapható gyógyszerek csoportjába tartozó készítményeket széles körben alkalmazzák [8]. Több oka is van annak, hogy az emberek a vény nélkül kapható gyógyszereket részesítik előnyben a vénykötelesekkel szemben. Többek között a költségek csökkentése, az orvosi rendelésen való megjelenéssel járó idő és fáradtság megtakarítása, a könnyű és azonnali elérhetőség, a kisebb panaszok és a súlyos betegségtől való félelem [1]. Az öngyógyítás magában foglal minden olyan tevékenységet, amelyet egy személy önállóan végez egy betegség megelőzése vagy kezelése céljából, miközben előzőleg egészségügyi szakembertől tanácsot és/vagy iránymutatást kapott. Ide tartozhat a táplálkozási intézkedések, a testmozgás, a rossz szokások elkerülése, valamint a vény nélkül kapható gyógyszerek szedése kisebb egészségügyi problémák kezelésére [2]. Vásárlásuk következetesen a közösségi gyógyszertárakban történik [9] és összefügg az öngyógyizerelés fogalmával – miszerint a fogyasztó a

gyógyszerek kiválasztását és felhasználását a saját maga által felismert tünetek vagy betegségek kezelésére használja anélkül, hogy orvoshoz fordult volna [10]. Ezzel alternatívát kínál a piac az öngyógyításra, és így a polgárok nagyobb felelősséget vállalnak saját egészségükért [8]. Az öngyógyítás iránti növekvő lakossági igények az európai vény nélkül kapható gyógyszerek piacának jelentős bővüléséhez vezettek [11]. A gyógyszerek gyógyszertáron kívüli értékesítése lehetővé teszi az árcsökkentést és a nagyobb elérhetőséget (hosszabb értékesítési idő), de ez nem tudja ellensúlyozni a gyógyszertár által nyújtott szolgáltatásokat - a biztonságos gyógyszeradagolást, a szakszerű tájékoztatást és a jobb gyógyszerkínálatot [8].

## Fogyasztói magatartás

A szakirodalomban már beszámoltak az olyan demográfiai tényezőkről, mint az életkor, a nem, a jövedelem, a foglalkozás és az iskolai végzettség, melyek kihatnak a gyógyszertári vásárlói magatartásra, melyek országspecifikus jellemzőkkel is rendelkeznek [12]. Woźniak-Holecka és munkatársai [13] például az iskolai végzettséget, a jövedelmet, a munkahelyet azonosították, míg Babu [14] az iskolai végzettséget, a jövedelmet, az életkort és a foglalkozást jelölte olyan tényezőknél, melyek befolyásolják az OTC termékekkel kapcsolatos fogyasztói magatartást. Srivastava - Wagh [15] szerint az olyan demográfiai változók, mint az életkor, a jövedelem, az oktatás, a nem, a foglalkozás, a társadalmi osztály és az életszínvonal vannak hatással az OTC-termékekkel kapcsolatos vásárlói magatartásra. A vény nélkül kapható termékek kiválasztásakor fontos szerepet játszanak az olyan befolyásoló tényezők, mint az orvosok, a gyógyszerészek, a barátok és a felhasználók beszámolóit, illetve a márkanév is nagymértékben befolyásolja a vény nélkül kapható gyógyszeripari termékek kiválasztását. Mind az orvosi tényezők - beleértve a vény nélkül kapható gyógyszerekkel kapcsolatos korábbi tapasztalatokat és a gyógyszerész ajánlásait - mind az üzleti tényezők, mint például a név vagy márka ismertsége és a vény nélkül kapható gyógyszer ára, fontos tényezőként befolyásolják a fogyasztók választását a vény nélkül kapható gyógyszerek piacán [12].

A fogyasztók sajátos egészségügyi igényeiknek megfelelően vásárolnak termékeket; a piacot nem szabályozzák olyan szigorúan, mint a vényköteles piacot, ami lehetővé teszi a cégek számára, hogy megválasszák árképzési és kommunikációs stratégiáikat. Másrészt a fogyasztók maguk választhatják ki a számukra legkedvezőbbet [16]. A szakmai közösség azon a véleményen van, hogy a vény nélkül kapható gyógyszereket a gyógyszertárban, gyógyszerész felügyelete mellett kell biztosítani [8].

A fogyasztók vásárlási szándékát befolyásoló tényezőknél jellemző, hogy a drága és az alacsonyabb áron kapható vény nélküli gyógyszerek vásárlása között jelentős preferenciaeltolódás következhet be.

Amikor a fogyasztók tájékoztatva vannak a különböző csomagok áráról, akkor a kedvezményes árú terméket választják. Ellenben, ha a fogyasztó nem rendelkezik árinformációval, akkor a legismertebb vény nélkül kapható gyógyszer márkát választja. Mivel a generikus gyógyszerek ára általában 10-80%-kal alacsonyabb, mint a márkás vény nélkül kapható gyógyszereké, az árinformáció döntő szerepet játszhat a fogyasztók vásárlási magatartásában [11, 17, 18]. Az OTC készítményekkel kapcsolatos vásárlási szándékokra és döntésre belső és külső befolyások hathatnak. A belső hatások magukban foglalják az egyén felfogását, attitűdjét, motivációját, életmódját, tanulását és szerepeit [19]. A gyógyszertárba vetett nagyfokú bizalom, valamint a gyógyszertár/gyógyszerész altruizmusa és gondossága kritikus szempontok a vásárlók számára az OTC-vásárlás során. A bizalom hatására a vásárlók inkább a gyógyszertárban vásárolják meg a gyógyszereket, mint a szupermarketben. A lakosság többsége általában nagyobb bizalomról számol be orvosai iránt [3].

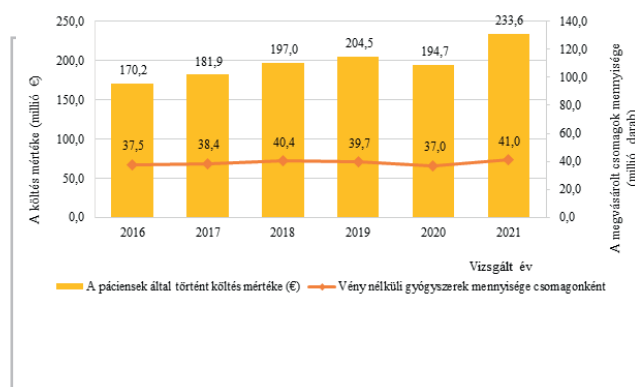
### Szlovákia gyógyszerfogyasztásának jellemzése statisztikai adatok alapján

A vény nélkül kapható gyógyszerek világpiaza 2020-ban több mint 151 milliárd USD-t tett ki, és várhatóan 2021 és 2027 között több mint 5,1%-os kumulatív éves növekedési rátával (CAGR) fog növekedni. A koronavírus járvány kitörése jelentősen befolyásolta a vény nélkül kapható gyógyszerek értékesítését, mivel a világjárvány idején a személyi egészségre fokozott figyelmet fordítottak. Ez jelentősen megnövelte a vitaminokkal együtt a megfázás és influenza elleni termékek fogyasztását. Egyes régiókban azonban korlátozták a vény nélkül kapható gyógyszerek értékesítését a készletek felhalmozódásának ellensúlyozása és az ellátás fenntartása érdekében [20]. Tekintettel arra, hogy a vény nélkül kapható gyógyszerek ki vannak zárva a közfinanszírozott és egyes országokban a magán egészségbiztosítási fedezetből, a cél az egészségügyi kiadások csökkentése azáltal, hogy a finanszírozó az egyéni fogyasztóra hárítanak át egyes költségeket [21]. A 2021-es évre vonatkozó statisztika szerint Szlovákiában a fogyasztók magánfogyasztásra interneten keresztül 9,9%-ban vásárolnak gyógyszereket, mely érték 5,9 százalékponttal magasabb arány, mint a 2012-es évben volt [22]. Szlovákia esetében az OECD jelentésben foglaltak szerint 7,7% a zsebből fizetett lakossági hozzájárulás a gyógyszerek esetén, szemben a 3,7%-os Európai Unió átlaggal. Az állami (közfinanszírozott) gyógyszertámogatás átlagosan 68% a gyógyszerek esetében [23].

Mináriková és munkatársai [6] kutatása rámutatott, hogy a szlovákiai fogyasztók esetében a közösségi gyógyszertár felkeresésének két fő oka a vényköteles gyógyszerek beszerzése és a vény nélkül kapható gyógyszerek vásárlása volt. A gyógyszertár kiválasztását befolyásoló tényezők: (1) gyógyszertár elhelyezkedése (74,1%); (2) jó tapasztalat a gyógyszertárral kapcsolatban (49,3%); (3) képzett és barátságos személyzet (32,1%). Az online gyógyszertárak előnye az ügyfelek számára a csökkentett árak és a logisztikai

hatékonyság. Szlovákiában nem engedélyezett a vényköteles gyógyszerek internetes kiadása, így az internetes gyógyszertárakban rejlő potenciált itt még nem használják ki teljes mértékben [4]. A szakirodalom elemzése alapján úgy tűnik, hogy az online gyógyszertárak az idő múlásával egyre összetettebbé váltak; míg 10 évvel ezelőtt elsősorban életmódgyógyszereket, ma úgy tűnik, hogy gyakorlatilag bármit kínálnak [5].

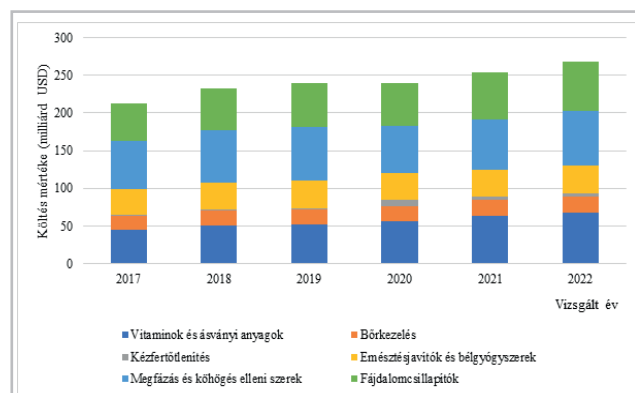
Szlovákiában 2009 óta engedélyezett az OTC készítmények interneten történő kiadása, értékesítése, de kizárólag gyógyszertárak számára, akik a fogyasztók által rendelt készítmények kiadási pontjaként is szolgálnak, továbbá házhozszállítási szolgáltatással egybekötött lehetőségek is kínálkoznak [4].



1. ábra

A vény nélkül kapható gyógyszerek fogyasztásának alakulása a szlovákiai lakosság körében 2016-2021 évek között (Forrás: saját szerkesztés NCZI alapján)

A vény nélkül kapható gyógyszerek fogyasztása az elmúlt években folyamatosan nőtt az országban, és csak 2020-ban csökkent a világjárvány elleni intézkedések következtében (kijárási korlátozások, elérhetetlen készítmények), majd 2021-ben ismét nőtt ezen készítmények vásárlása (lásd. 1. ábra). A szlovákiai polgárok a 2021-es évben 41,0 millió csomag OTC-gyógyszert vásároltak a gyógyszertárakban és 233,6 millió eurót fizettek ki összesen (közel 20,0%-os növekedés a 2020-as évhez viszonyítva). Továbbá a közforgalmú gyógyszertárak 275,0 ezer csomag



2. ábra

Az OTC-gyógyszerek piacának bevételei a világon a 2017-2022-es évek közötti időszakban (forrás: saját szerkesztés statista.com alapján)

étrendkiegészítőt adtak el a polgároknak vény nélkül (2,8%-os növekedés), amelyért 2,7 millió eurót térítettek meg (0,3%-os növekedés) [24].

A világvizsnyolatban történő kitekintés is megerősíti a vény nélkül kapható készítmények kapcsán generált bevételek intenzív növekedését, melyet a 2. ábra szemléltet. A 2022-es évben összesen 268,04 milliárd amerikai dollárból 71,26 milliárd USD megfázás és köhögés elleni szerekre került elköltésre a világon, amit a vitaminok és ásványi anyagok követnek [25].

## ADATOK ÉS MÓDSZEREK

A szakirodalmi háttér ismerete alapján az a kérdés fogalmazódott meg bennünk, hogy a COVID-19 intenzív időszakát követően a 2022-es év első felében milyen a fogyasztók hozzáállása a vény nélkül kapható gyógyszerek/étrendkiegészítők vásárlása kapcsán. A vásárlás esetében kitértünk az online (interneten) realizálható termékrendelésre és annak házhoz szállítására. Ezen kívül azt is vizsgáltuk, hogy a kiszérelés és az ár befolyásolja-e a vásárlást, valamint annak formáját. Hipotézisvizsgálatunk (H1) során függő változóként a vény nélküli gyógyszer/étrendkiegészítő kedvező kiszérelésének fontosságát, független változóként pedig a válaszadók által jegyzett gyógyszerháron kívül történő vény nélküli gyógyszer/étrendkiegészítő vásárlás fontosságát vizsgáltuk. H2 hipotézisünknel függő változóként a vény nélküli gyógyszer/étrendkiegészítő házhoz szállításának fontosságát, illetve független változóként a válaszadók által jegyzett gyógyszerháron kívül történő vény nélküli gyógyszer/étrendkiegészítő vásárlás fontosságát elemeztük. H3 hipotézisnél a függő a vény nélküli gyógyszerre/étrendkiegészítőre megadott átlagos havi költség, míg független változóként a válaszadók egyéni havi nettó jövedelme volt vizsgálva. A fogyasztók közül kutatásunk célcsoportja Szlovákia magyar nyelvet beszélő lakosai voltak.

Primer kutatásunk 2022. április-május hónapokban egy magyar nyelvű digitális online kérdőív felhasználásával zajlott nem valószínűségi mintavételi eljárással – hólabda mintavétel módszere. A minta nem reprezentatív, azonban trendek felismerhetők a kapott eredményeket vizsgálva. Összesen 523 darab érvényes kitöltés született a kiküldött 700 darab kérdőívre (így a válaszadási arány 74,7%) melyből 216 felelt meg a kizárási feltételeknek: 18. életév betöltése; magyar nyelv ismerete; Szlovákiában tartózkodik életvitelszerűen; a kérdőív kitöltése során értékelhető válaszok. A kérdőív elején a válaszadók az általános demográfiai kérdésekre, ezt követően a vény nélküli gyógyszerek/étrendkiegészítők marketingje kapcsán megfogalmazott kérdésekre, majd a vásárlási magatartás kapcsán összeállított kérdéssorra és végül „Információk a vény nélküli gyógyszerekről/étrendkiegészítőkről és azok megvásárlásáról” témakörben összeállított kérdésekre adtak válaszokat. Zárt kérdésekkel, félig zárt kérdésekkel és Likert-skálás kérdésekkel (beosztása: 1-5 intervallum) dolgoztunk. Likert-skálás kérdéseinknél 1-5 skálát alkalmaztunk, ahol 1=Egyáltalán nem fontos, 5=Nagyon fontos értékek közül választhattak a kitöltők.

## Kutatási kérdések:

Fontos-e a szlovákiai magyar nyelvet beszélő fogyasztónak, hogy gyógyszerháron kívül vásárolhasson, online rendelhessen vény nélküli gyógyszert/étrendkiegészítőt?

Fontos-e a szlovákiai magyar nyelvet beszélő fogyasztónak, hogy a vény nélküli gyógyszert/étrendkiegészítőt házhoz szállítsák?

Befolyásolja-e a kedvező ár és kiszérelés a vény nélküli kapható készítmény vásárlását?

## Hipotézisvizsgálat

Kutatási kérdéseink alapján három hipotézis került felállításra:

**H1: A gyógyszerháron kívül vásárló fogyasztó számára fontosabb, hogy vény nélküli gyógyszereket/étrendkiegészítőket kedvező kiszérelésben és kedvező (akciós) áron tudja megvásárolni.**

**H2: Az online felületen vény nélkül kapható készítmény vásárlásakor a fogyasztó számára fontosabb, hogy az online rendelt vény nélküli gyógyszer/étrendkiegészítőt házhoz szállítsák.**

**H3: Kapcsolat áll fenn a szlovákiai magyar nyelvet beszélő fogyasztó jövedelme és a vény nélküli gyógyszerre/étrendkiegészítőre fordított havi költség között.**

## Statisztikai módszertan

A digitális adatok feldolgozása, rendszerezése és tisztítása Microsoft Excel szoftverrel történt, az adatelemzést IBM SPSS Statistics 24 szoftverrel hajtottuk végre. Eredményeink  $p < 0,001$  és  $p < 0,05$  szignifikanciaszint alatt minősültek szignifikánsnak. A kérdőív kitöltő válaszadók általános jellemzőinek vizsgálata leíró statisztikai analízissel történt. Gyakoriság értékeket is felhasználtunk. A nominális és ordinális változókat keresztábra elemzéssel a válaszok között kapcsolat feltárására végeztük, ahol a Phi, Cramer-V és a Pearson-féle Khi-négyzet próba, továbbá Spearman-féle korrelációs elemzés és a Gamma mutató értékeit is vizsgáltuk. A kapott eredményeket táblázatos formában összegeztük.

## EREDMÉNYEK

### A minta jellemzői

A mintára vonatkozó főbb általános leíró statisztikai értékeket a demográfiai adatok elemzése alapján az 1. táblázatban összegeztük. A táblázatban feltüntetésre kerültek Szlovákia Statisztikai Hivatala által jegyzett, a 2021. évre vonatkozó statisztikai adatok, melyek az állandó lakhellyel rendelkező lakosokra vonatkoznak 2021.12.31. dátummal [26]. Az  $N=216$  elemszámú minta vonatkozásában normalitásvizsgálatot végeztünk (a jövedelmi csoportokra vonatkoztatva) – Shapiro-Wilk teszt, mely eredményeképpen megállapítottuk, hogy adataink szignifikánsak, tehát nem

normális eloszlásúak (df=216; p=0,00; ferdeség=0,124; csúcosság=-0,200).

		Válaszadók		Szlovákia populációja (18 év betöltött egyének) 2021*
		N	%	%
Nem	Férfi	46	21,3%	48,9%
	Nő	170	78,7%	51,1%
Kor-csoport	21-29 év	74	34,3%	11,1%
	30-39 év	59	27,3%	15,1%
	40-49 év	40	18,5%	16,1%
	50-59 év	35	16,2%	12,9%
	60-69 év	8	3,7%	12,6%
Legmagasabb iskolai végzettség	Főiskolai vagy egyetemi diploma	135	62,5%	13,0%
	Gimnáziumi érettségi	22	10,2%	27,9%
	Szakközépiskolai érettségi	48	22,2%	N/A
	Szaktuningsképző	11	5,1%	22,9%
Családi állapota	Elvált/Özvegy	17	7,9%	15,1%
	Hajadon/Nőtlen	50	23,1%	44,7%
	Házas/Nős	95	44,0%	39,8%
	Párkapcsolatban élők	54	25,0%	N/A
Lakhely	A főváros 25 km-es vonzáskörzete	9	4,2%	N/A
	Falu	96	44,4%	N/A
	Főváros	24	11,1%	N/A
	Kisváros	71	32,9%	N/A
	Nagyváros	16	7,4%	N/A
Havi nettó jövedelem (egyéni)	nincs önálló havi jövedelem	18	8,3%	N/A
	kevesebb mint 400 euró	14	6,5%	N/A
	401 € - 700 €	50	23,1%	N/A
	701 € - 1000 €	68	31,5%	N/A
	1001 € - 1300 €	34	15,7%	N/A
	1301 € - 1600 €	14	6,5%	N/A
1601 € felett	18	8,3%	N/A	
Tisztában van a vény nélküli gyógyszerek fogalmával?	Igen	211	97,7%	N/A
	Nem	5	2,3%	N/A

\* Az állandó lakhellyel rendelkező lakosok száma 2021.12.31. dátumhoz.  
Forrás: Statistical Office of the Slovak Republic 2022

### 1. táblázat

A minta jellemzői (forrás: saját szerkesztés)

## Vény nélküli gyógyszerek/étrendkiegészítők online vásárlása

A kutatás rámutatott, hogy a válaszadók 35,6%-a 11-20 € közötti összeget, 30,6%-a 0-10 €, 17,6%-a 21-30 €, 10,6% 31-50 € közötti összeget és 5,5% 51 € feletti összeget költ vény nélküli gyógyszerre/étrendkiegészítőre. Megvizsgálva a „Milyen gyakran rendel online (interneten keresztül) vény nélküli gyógyszert/étrendkiegészítőt?” kérdésre adott válaszokat, arra jutottunk, hogy a válaszadók 2,3%-a vásárol csak online felületen ilyen termékeket, míg 28,2%-uk csak gyógyszertárban vásárol. A válaszadók 17,6% nyilatkozott úgy, hogy „elég gyakran” és 51,9% „ritkán” rendel online (interneten keresztül) vény nélküli gyógyszert/étrendkiegészítőt.

A 2. táblázatban foglaltuk össze az öt kérdésre kapott válaszok kalkulált átlag értékeit, melyek szerint elmondható, hogy a válaszadók számára közepestől kevésbé fontos a vény nélküli gyógyszer/étrendkiegészítő termék (1) gyógyszertáron kívül történő megvásárlása (átlag 2,86); (2) online felületen történő rendelése (átlag 2,93), azonban (3) ezen termékek házhoz szállítása online rendelést követően (átlag 3,32) közepesen fontos. Az említett termékek (4) kedvező kiszerezésben történő vásárlása (átlag 3,86); és (5) a kedvező (akciós) ár (átlag 4,01) szintén fontos. Ezen eredményekből azt a következtetést vonjuk le, hogy a vásárlás helyszínének és módjának érezhetően kisebb fontosságot tulajdonítanak, mint a kedvező árak és kiszerezésnek – azaz, megjelenik az érzékenység és felmerül az ár-érték arány kérdése is. Ezen válaszokat a hipotéziseink vizsgálata során további mélységben elemezzük.

Az öt kérdésre kapott válaszok (független változó) és a korcsoport (függő változó) kapcsolatát is megvizsgáltuk keresztábra elemzéssel és megállapítottuk, hogy egyetlen esetben sincs szignifikáns kapcsolat (p>0,05). Általánosságban az fogalmazhatjuk meg, hogy látszik arra tendencia, hogy a fiatalabb korcsoportba tartozó válaszadók, ha már online rendelnek vény nélkül kapható készítményt, akkor fontos számukra, hogy ezen terméket házhoz is szállítsák.

### H1 hipotézis vizsgálata

Hipotézisvizsgálatunk (H1) során keresztábra elemzéseket is végeztünk, ahol függő változóként a vény nélküli gyógyszer/étrendkiegészítő kedvező kiszerezésének fontosságát, független változóként pedig a válaszadók által jegyzett gyógyszertáron kívül történő vény nélküli gyógyszer/étrendkiegészítő vásárlás fontosságát vizsgáltuk. A keresztábra elemzésben mindkét változónk ordinális mérési szintű, ezért a Gamma mutató értékét és a Spearman-korrelációt vizsgáltuk.

Felállított alternatív hipotézisünk vizsgálatát két részre bontottuk (1) kedvező kiszerezés, (2) kedvező (akciós) ár hatásának vizsgálata.

(1) A gyógyszertáron kívül vásárló fogyasztó számára fontosabb, hogy vény nélküli gyógyszereket/étrendkiegészítőket kedvező kiszerezésben tudja megvásárolni – szignifikáns, pozitív irányú gyenge kapcsola-

N=216	Mennyire fontos Önnek, hogy <b>gyógyszertáron kívül</b> vény nélküli gyógyszert/étrendkiegészítőt vásárolhasson?	Mennyire fontos Önnek, hogy <b>online felületen</b> vény nélküli gyógyszert/étrendkiegészítőt rendelhessen?	Mennyire fontos Önnek, hogy <b>online (interneten keresztül) rendelt vény nélküli gyógyszert/étrendkiegészítőt házhoz szállítsák?</b>	Mennyire fontos Önnek, hogy a vény nélküli gyógyszereket/étrendkiegészítőket <b>kedvező kiszereleésben</b> tudja megvásárolni?	Mennyire fontos Önnek, hogy a vény nélküli gyógyszereket/étrendkiegészítőket <b>kedvező (akciós) áron</b> tudja megvásárolni?
Átlag	<b>2,86</b>	<b>2,93</b>	<b>3,32</b>	<b>3,86</b>	<b>4,01</b>
Medián	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00
Szórás	1,41	1,39	1,50	1,19	1,15
Ferdeség	0,05	0,05	-0,38	-0,82	-1,07
Csúcosság	-1,18	-1,18	-1,25	-0,16	0,44

## 2. táblázat

A vény nélküli gyógyszer/étrendkiegészítő termék vásárlás fontosságának szempontjai (forrás: saját szerkesztés)

lat áll fenn (lásd 4. táblázat): ( $p=0,047$ , ahol  $p<0,05$ ; Gamma=0,158; Spearman-korrelációs együttható=0,138).

- (2) A gyógyszertáron kívül vásárló fogyasztó számára fontosabb, hogy vény nélküli gyógyszereket/étrendkiegészítőket kedvező (akciós) áron tudja megvásárolni - nincs szignifikáns kapcsolat (lásd 3. táblázat): ( $p=0,203$ , ahol  $p>0,05$ ; Gamma=0,101; Spearman-korrelációs együttható=0,085).

A H1 alternatív hipotézist nem fogadjuk el, mivel bár a gyógyszertáron kívül vásárló fogyasztó számára fontosabb, hogy vény nélküli gyógyszereket/étrendkiegészítőket kedvező kiszereleésben tudja megvásárolni, azonban nem fontosabb, hogy ezt kedvező (akciós) áron tegye.

## H2 hipotézis vizsgálata

H2 hipotézisünk keresztábra elemzésében függő változóként a vény nélküli gyógyszer/étrendkiegészítő házhoz szállításának fontosságát, illetve független változóként a válaszadók által jegyzett gyógyszertáron kívül történő vény nélküli gyógyszer/étrendkiegészítő vásárlás fontosságát vizsgáltuk. A keresztábra elemzésben mindkét változónk ordinális mérési szintű, ezért a Gamma mutató értékét és a Spearman-korrelációt vettük figyelembe. Szignifikáns,

pozitív irányú erős kapcsolat áll fenn (lásd 4. táblázat): ( $p=0,000$ , ahol  $p<0,001$ ; Gamma=0,619; Spearman-korrelációs együttható=0,592). Megállapítjuk, hogy az online felületen vény nélkül kapható készítmény vásárlását fontosnak tartó fogyasztó számára fontosabb, hogy az online rendelt vény nélküli gyógyszer/étrendkiegészítőt házhoz szállítsák.

## H3 hipotézis vizsgálata

Következő keresztábra elemzésünkben a H3 hipotézist vizsgáltuk. Függő változóként az átlagos havi költést vény nélküli gyógyszerre/étrendkiegészítőre, független változóként pedig a válaszadók havi nettó jövedelmét vizsgáltuk. A keresztábra elemzésben mindkét változónk nominális mérési szintű, ezért a Pearson-féle Khi-négyszet próbát hajtottuk végre.

A válaszadók havi nettó jövedelme és az átlagos havi költés vény nélküli gyógyszerre/étrendkiegészítőre között nincs szignifikáns kapcsolat (lásd 4. táblázat): ( $p=0,058$ , ahol  $p>0,05$ ;  $r=0,237$ ; Cramer V=0,168; kontingencia együttható értéke 0,231).

A statisztikai eredmények alapján a H3 alternatív hipotézist elutasítjuk és megállapítjuk, hogy nem áll fenn kapcsolat a szlovákiai magyar nyelvet beszélő fogyasztó jövedelme és a vény nélküli gyógyszerre/étrendkiegészítőre

<b>H1: Gyógyszertáron kívül vény nélküli gyógyszer/étrendkiegészítő vásárlás* Kedvező kiszereleés</b> (Két ordinális változó vizsgálata)	N=216	Érték	Std. hiba	Szignifikanciaszint
	Gamma	0,158	0,079	<b>0,047</b>
	Spearman-korreláció	0,138	0,079	<b>0,043</b>
<b>H1: Gyógyszertáron kívül vény nélküli gyógyszer/étrendkiegészítő vásárlás* Kedvező (akciós) ár</b> (Két ordinális változó vizsgálata)	N=216	Érték	Std. hiba	Szignifikanciaszint
	Gamma	0,101	0,079	0,203
	Spearman-korreláció	0,085	0,068	0,211
<b>H2: Online felületen vény nélküli gyógyszer/étrendkiegészítő rendelés* Házhoz szállítás</b> (Két ordinális változó vizsgálata)	N=216	Érték	Std. hiba	Szignifikanciaszint
	Gamma	0,619	0,055	<b>0,000</b>
	Spearman-korreláció	0,592	0,054	<b>0,000</b>

## 3. táblázat

A vény nélküli gyógyszer/étrendkiegészítő termék vásárlást befolyásoló tényezők vizsgálata (forrás: saját szerkesztés)

TOTAL (N=216)	Átlagos havi költség vény nélküli gyógyszerre/étrendkiegészítőre			
	0-10 €	11-30 €	31 € felett	Összesen
Havi nettó jövedelem:				
nincs önálló havi jövedelem	4,6%	2,8%	0,9%	8,3%
kevesebb mint 400 € - 700 €	10,6%	15,3%	3,7%	29,6%
701 € - 1300 €	13,4%	25,9%	7,9%	47,2%
1301 € felett	1,9%	9,3%	3,7%	14,8%
<b>Összesen</b>	<b>30,6%</b>	<b>53,2%</b>	<b>16,2%</b>	
Két nominális változó vizsgálata				
		Érték	df	Szignifikancia-szint
	Pearson Khi-négyzet	12,167	6	<b>0,058</b>
	Phi	0,237		
	Cramer V	0,168		
	Kontingencia együttható	0,231		

### 3. táblázat

A vény nélküli gyógyszer/étrendkiegészítő termék vásárlást befolyásoló tényezők vizsgálata (forrás: saját szerkesztés)

fordított havi költség között. A táblázatból kiolvasható, hogy az átlagos havi költséget vény nélküli gyógyszerre/étrendkiegészítőre 11-30 euró között mozog mindhárom jövedelemmel rendelkező válaszadói csoportnál. Az önálló havi jövedelemmel nem rendelkező válaszadók száma alacsony és 4,6%-uk 0-10 euró között költ. Amennyiben a mintából eltávolítjuk a jövedelemmel nem rendelkező válaszadókat (n=18) és a fenti szempontok alapján megismételjük a statisztikai próbát, hasonlóképpen nincs szignifikáns kapcsolat: (pjövedelem=0,372, ahol  $p > 0,05$ ; rjövedelem=0,209; Cramer Vjövedelem=0,148; a kontingencia együttható értéke 0,205).

## MEGBESZÉLÉS

Kutatásunk során választ kaptunk a felállított kutatási kérdésekre, miszerint a válaszadók számára középestől kevésbé fontos a vény nélküli gyógyszer/étrendkiegészítő termék (1) gyógyszerháron kívül történő megvásárlása (átlag 2,86); (2) online felületen történő rendelése (átlag 2,93), azonban (3) ezen termékek házhoz szállítása online rendelést követően (átlag 3,32) közepesen fontos. A vény nélkül kapható termékek kiválasztásakor fontos szerepet játszanak mind az orvosi tényezők, beleértve a korábbi tapasztalatokat és a gyógyszerész ajánlásait, de az üzleti tényezők, mint például a név vagy márka ismertsége és a vény nélkül kapható gyógyszer ára [12]. Jelen szakirodalmi állítás a Szlovákiában élő magyar nyelvű fogyasztókra is igaz, hiszen a termékek (4) kedvező kiszerelésben történő vásárlása (átlag 3,86); és (5) a kedvező (akciós) ár (átlag 4,01) szintén fontos. Ezen eredményekből azt a következtetést vonjuk le, hogy a vásárlás helyszínének és módjának érezhetően kisebb fontosságot tulajdonítanak, mint a kedvező árak és kiszerelésnek – azaz, megjelenik az árérzékenység és felmerül az ár-érték arány kérdése is. Bár a gyógyszerháron kívül vásárló fogyasztó számára fontosabb, hogy vény nélküli gyógyszereket/étrendkiegészítőket kedvező kiszerelésben tudja megvásárolni, azonban nem fontosabb, hogy ezt kedvező (akciós) áron tegye. A szakirodalomban megfogalmazott állítást, miszerint az árinformáció döntő szerepet

játszhat a fogyasztók vásárlási magatartásában [11, 17, 18] alá tudjuk támasztani vizsgálatunkkal.

Látszik a tendencia, hogy a fiatalabb korcsoportba tartozó válaszadók, ha már online rendelnek vény nélkül kapható készítményt, akkor fontos számukra, hogy ezen terméket házhoz is szállítsák. Megállapítjuk, hogy az online felületen vény nélkül kapható készítmény vásárlását fontosnak tartó fogyasztó számára fontosabb, hogy az online rendelt vény nélküli gyógyszert/étrendkiegészítőt házhoz szállítsák.

Az eredmények alátámasztják a szakirodalomban is jegyzett jellemzőket, melyek kihatnak a gyógyszerházi vásárlói magatartásra vény nélküli gyógyszer, vagy étrendkiegészítő vásárlása esetén és országspecifikus jellemzőkkel is bírnak. A demográfiai tényezők közül az életkor, a nem, a jövedelem, az életszínvonal, a foglalkozás, a munkahely és az iskolai végzettség vannak leggyakrabban jegyezve [12, 13, 14, 15]. Nem áll fenn kapcsolat a szlovákiai magyar nyelvet beszélő fogyasztó jövedelme és a vény nélküli gyógyszerre/étrendkiegészítőre fordított havi költség között. Az átlagos havi költség 11-30 euró között mozog mindhárom jövedelemmel rendelkező válaszadói csoportnál.

Kutatásunk limitációi a minta homogenitása (a fiatal korú válaszadók aránya magasabb az idősebb generáció válaszadóinak arányánál; a nemek aránya is eltér az országos arányoktól; a felsőfokú végzettséggel rendelkező válaszadók aránya kiemelkedően magas). A jövőben célszerű lenne a kutatást egy reprezentatív mintán megismételni, hogy a szlovákiai magyar nyelvet beszélő lakosságra vonatkoztatható következtetéseket tudjunk levonni. Továbbiakban egyéb statisztikai elemzésekkel mélyrehatóbb következtetéseket kaphatunk a mintáról.

## IRODALMI HIVATKOZÁSOK

- [1] Habash R, Al-Dmour H: Factors influencing the intention to buy over-the-counter medicines: empirical study. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 2020. 14(2), 305-323. <https://doi.org/10.1108/IJPHM-07-2019-0050>
- [2] Grebenar D, Nham E, Likic R: Factors influencing pharmacists' over-the-counter drug recommendations. *Postgraduate Medical Journal*, 2020. 96(1133), 144–148. <https://doi.org/10.1136/postgradmedj-2019-136969>
- [3] Chan V, Tran H: Purchasing Over-the-counter medicines from Australian pharmacy: What do the pharmacy customers value and expect? *Pharmacy Practice*, 2016. 14(3), 782. doi: 10.18549/PharmPract.2016.03.782
- [4] Szalayová A, Skybová K, Kandilaki D, Szalay T: Analýza lekárenského trhu na Slovensku a v Českej republike. Vývoj za posledných 10 rokov. Health Policy Institute, Bratislava, 2014. ISBN 978-80-971727-1-8 [Slovak]
- [5] Orizio G, Merla A, Schulz PJ, Gelatti U: Quality of Online Pharmacies and Websites Selling Prescription Drugs: A Systematic Review. *J Med Internet Res.*, 2011. 13(3)e74. <https://doi.org/10.2196/jmir.1795>
- [6] Mináriková D, Malovecká I, Foltán V: Consumer satisfaction with pharmaceutical care in Slovak community pharmacies / Spokojnosť klientov lekární s lekárenskou starostlivosťou na Slovensku. *European Pharmaceutical Journal*, 2015. 62(1), 25-30. <https://doi.org/10.2478/afpuc-2014-0015>
- [7] Kennedy JG: Over the counter drugs. *BMJ*, 1996. 312(7031):593-4.
- [8] Strapková A: VOĽNOPREDAJNÉ LIEKY VO FARMAKOTERAPII. *Via Practica*, 2007. 4(4), 162-164. [Slovak]
- [9] Haramiova Z, Kobliskova Z, Soltysova J: Purchase of prescription and OTC medicines in Slovakia: factors influencing patients' expectations and satisfaction. *Braz J Pharm Sci.* 2017. 53(1). <https://doi.org/10.1590/s2175-97902017000116035>
- [10] Malik M, Tahir MJ, Jabbar R et al.: Self-medication during Covid-19 pandemic: challenges and opportunities. *Drugs & Therapy Perspectives*: 2020. 36(12), 565–567. <https://doi.org/10.1007/s40267-020-00785-z>
- [11] Aufegger L, Yanar C, Darzi A, Bicknell C: The risk-value trade-off: price and brand information impact consumers' intentions to purchase OTC drugs. *Journal of Pharmaceutical Policy and Practice*, 2021. 14(1), 11. <https://doi.org/10.1186/s40545-020-00293-5>
- [12] Kevrekidis D, Mináriková D, Markos A: Effects of Demographic Characteristics and Consumer Behavior in the selection of Retail Pharmacies and Over-the-Counter Medicine. *European Pharmaceutical Journal*, 2021. 68(2), 27-40. <https://doi.org/10.2478/afpuc-2021-0017>
- [13] Woźniak-Holecka J, Grajek M, Siwozad K, Mazgaj K, Czech E: Consumer behavior in OTC medicines market. *Przeglad Epidemiologiczny*, 2012. 66(1), 157–160.
- [14] Babu MM: Factors contributing to the purchase of Over The Counter (OTC) drugs in Bangladesh: An Empirical study. *The Internet Journal of the Third World Medicine*, 2007. 6(2). DOI:10.5580/1017
- [15] Srivastava RK, Wagh S: Factors impacting consumer purchase behaviour for pharmaceutical products, *International Journal of Healthcare Management*, 2017. 13(2), 113-121. DOI: 10.1080/20479700.2017.1348004
- [16] Battistoni E, Colladon AF, Puglia P: Exploiting the Potential Value of Over-the-Counter Drugs through Brand Equity: An Analytic Network Process Approach. *International Journal of Engineering Business Management*, 2014. 6. doi:10.5772/59157
- [17] Kohli E, Buller A: Factors influencing consumer purchasing patterns of generic versus brand name over-the-counter drugs. *Southern Medical Journal*, 2013. 106(2), 155–160. <https://doi.org/10.1097/SMJ.0b013e3182804c58>
- [18] Dunne SS, Dunne CP: What do people really think of generic medicines? A systematic review and critical appraisal of literature on stakeholder perceptions of generic drugs. *BMC Medicine*, 2015. 13(173). <https://doi.org/10.1186/s12916-015-0415-3>
- [19] Dawson S, Kim M: External and internal trigger cues of impulse buying online. *Direct Marketing: An International Journal*, 2009. 3(1), 20-34. <https://doi.org/10.1108/17505930910945714>
- [20] Ugalmugale S, Swain R: Global market insights: over-the-counter drugs market share 2019–2025 trends growth report. <https://www.gminsights.com/industry-analysis/over-the-counter-otc-drugs-market> (megtekintve: 2022. 10.15.)
- [21] Creyer EH, Hrsistodoulakis I, Cole CA: Changing a drug from Rx to OTC status: the consumer behavior and public policy implications of switch drugs. *Journal of Product & Brand Management*, 2001. 10(1), 52-64. <https://doi.org/10.1108/10610420110382821>
- [22] Štatistický úrad Slovenskej republiky: Slovenská republika v číslach 2022, 2022. Bratislava, ISBN 978-80-8121-862-0 [https://slovak.statistics.sk/wps/wcm/connect/470f3c5f-5b10-40ed-81c5-1f57613d9afb/SR\\_v\\_cislach\\_2022.pdf?MOD=AJPERES&-CACHEID=ROOTWORKSPACE-470f3c5f-5b10-40ed-81c5-1f57613d9afb-ogdoISS](https://slovak.statistics.sk/wps/wcm/connect/470f3c5f-5b10-40ed-81c5-1f57613d9afb/SR_v_cislach_2022.pdf?MOD=AJPERES&-CACHEID=ROOTWORKSPACE-470f3c5f-5b10-40ed-81c5-1f57613d9afb-ogdoISS) (megtekintve: 2022. 10. 30.) [Slovak]
- [23] OECD/European Observatory on Health Systems and Policies: Slovensko: Zdravotný Profil Krajiny 2021, 2022. OECD Publishing, Paris. [https://ec.europa.eu/health/system/files/2022-01/2021\\_chp\\_sk\\_slovak.pdf](https://ec.europa.eu/health/system/files/2022-01/2021_chp_sk_slovak.pdf) (megtekintve: 2022. 11. 19.) [Slovak]
- [24] NCZI: Spotreba humánných liekov a zdravotníckych pomôcok v Slovenskej republike 2021, [https://data.nczisk.sk/statisticke\\_vystupy/top\\_100\\_liekov/spotreba\\_liekov/Spotreba\\_liekov\\_a\\_zdravotnickych\\_pomocok\\_v\\_SR\\_2021\\_Sprava\\_k\\_publikovany\\_m\\_vystupom.pdf](https://data.nczisk.sk/statisticke_vystupy/top_100_liekov/spotreba_liekov/Spotreba_liekov_a_zdravotnickych_pomocok_v_SR_2021_Sprava_k_publikovany_m_vystupom.pdf) (megtekintve: 2022. 10. 31.) [Slovak]
- [25] Statista.com: OTC Pharmaceuticals – Slovakia, <https://www.statista.com/outlook/cmo/otc-pharmaceuticals/slovakia#revenue> (megtekintve: 2023. 02. 22.) [English]
- [26] Statistical Office of the Slovak Republic: 2022. [statdat.statistics.sk](https://statdat.statistics.sk) (megtekintve: 2022. 10. 26.) [Slovak]



[14] Az Abbvie 2023 elején a J.P. Morgan Healthcare konferencián tartott vállalati prezentációjában már 5 Mrd dollárra emelte a Vraylar peak sales várakozását 2027-re (<https://investors.abbvie.com/presentations>, megtekintve: 2023. 01. 10.)

[15] [https://www.gedeonrichter.com/-/media/sites/hq/documents/investors/announcements/2022/20220311\\_bus\\_cariprazine\\_abbvie/rch220311er02h.pdf](https://www.gedeonrichter.com/-/media/sites/hq/documents/investors/announcements/2022/20220311_bus_cariprazine_abbvie/rch220311er02h.pdf), (megtekintve 2023.01.22.)

## A SZERZŐK BEMUTATÁSA



**Szigeti Szilárd** a komáromi Selye János Egyetem Gazdaságtudományi és Informatikai Kar PhD. hallgatója. Közgazdaságtan és menedzsment szakon, továbbá a Semmelweis Egyetemen egészségügyi szakmenedzserként szerzett mesterdiplomát. A Semmelweis Egyetem Egészségtu-

dományi Kar Egészségügyi szervező alapképzési szakon indult tudományos kutatási érdeklődése. Magyarországi egészségügyi intézményeknél szerzett szakmai gyakorlattal rendelkezik, kutatási szakterülete az egészségügyi marketing és menedzsment, valamint HR témakörök.



**Prof. Dr. Józsa László**, CSc. a Selye János Egyetem Gazdaságtudományi és Informatikai Kar, továbbá a Széchenyi István Egyetem egyetemi tanára. Hazai és nemzetközi folyóiratok szerkesztő bizottsági tagja, továbbá számos tudományos publikáció és könyv szerzője marketingstratégia, a

marketinghatékonyság mérése témakörben. Főbb kutatási területe a marketingstratégia; értékesítési rendszerek; a marketingtervezés folyamatának és meghatározó tényezőinek vizsgálata.

# IME

INNOVÁCIÓ | MENEDZSMENT | EGÉSZSÉGÜGY

## IME Adatvezérelt egészség és kiberbiztonság konferencia

2023. május 11. Béke Hotel