

A gyógyszerterek versenyképességét befolyásoló fogyasztói motívumok települési dimenziókban

Hortolányi Árpád László

Összefoglalás

A gyógyszerterek egy speciális piacon versenyeznek, ahol mellett, hogy fontos közfeladatokat látnak el, a rentábilis működésük biztosítása is kiemelt stratégiai szempont. A tartós jövedelmezőség elérése érdekében a szereplők – bizonyos kööttségek mellett – ebben a szektorban is áthelyezhetik a működésüket egy centrum régió minősülő területre, azonban ez a lépés jelentős térségeket hagy ellátás nélkül. A kettős elvárás speciális stratégia kidolgozását követeli meg a gyógyszerterektől, mellyel egyszerre biztosíthatják a nyereséges működésüket és az ellátás biztonságát sem sériül. Kutatásomban arra kerestem a választ, hogy a jellegében eltérő települések lakossága vonatkozásában izolálni lehet-e olyan jellemzőket, melyek segíthetik a gyógyszertereket a sikeres versenystratégiájuk kialakításában. A primer kutatás során standard kérdőíves megkérdezéssel tártam fel a gyógyszerter választással kapcsolatos legfontosabb fogyasztói preferenciákat, melyeket a területi dimenziókkal összefüggésben vizsgáltam. Az elemzések eredménye alapján elmondható, hogy a különféle jellemzőkkel rendelkező területek fogyasztói sajátos elvárásokat támasztanak egy gyógyszerterrel szemben, ezért a sikeres működéshez a térség lakosságának igényeit és preferenciáit integráló versenystratégia kialakítására van szükség.

Kulcsszavak: gyógyszerpiac, versenyképesség, fogyasztói preferenciák

JEL: M31, I11

Consumer motives influencing the competitiveness of pharmacies in municipal dimensions

Abstract

Pharmacies compete in a specialized market where, in addition to fulfilling important public duties, ensuring profitability is also a top strategic priority. To achieve long-term profitability, market players can relocate their operations to a central region, subject to certain constraints, but this step leaves significant areas without access to medication. The dual expectation requires pharmacies to develop a specific strategy that simultaneously ensures profitable operations while maintaining the safety of access to medication. In my research, I sought to determine whether there are characteristics that can be isolated, based on population differences in different types of settlements, which can help pharmacies develop a successful competitive strategy. In the primary research, I used standard questionnaire-based inquiries to identify the most important consumer preferences related to pharmacy choice, which I then examined in relation to the territorial dimensions. The analysis shows that consumers in areas with different

characteristics have unique expectations of a pharmacy, therefore, developing a successful competitive strategy requires integrating the needs and preferences of the population in the region.

Keywords: pharmaceutical market, competitiveness, consumer preferences

JEL: M31, I11

Bevezetés

Az emberi élet ciklusainak vizsgálata során az egyik meghatározó indikátor a minőség. Fontos, hogy elsősorban nem a létünk hossza determinálja az életünket, hanem azon belül az egészségben, jól létben eltöltött időtartam. Ahogyan élettani szempontból, úgy közgazdasági megközelítésben is kiemelkedő szerepe van a megfelelő életminőség fenntartásának, hiszen ez döntően befolyásolja a lakosság produktivitását (Kotosz–Lengyel, 2018; Lengyel, 2018). Az egészségi állapot megőrzésében – sok más tényező mellett – kiemelt feladat hárul az egészségügyi ellátó rendszerre, melynek fontos területe a gyógyszerellátás. Ez a mindennapi életünket meghatározó ágazat magába foglalja a teljes gyógyszer vertikumot, vagyis a gyártást, az előállítást, tárolást és a forgalmazást is, tehát mindazt az ipari, logisztikai és kereskedelmi tevékenységet, mely során a termék eljut a végső felhasználóhoz (Simon, 2016). A lakosság és az ágazat közötti közvetlen kapcsolatot a közforgalmú gyógyszertárak képezik, melyek a hazai piacon – mint általában a világ más országaiban is – a gyógykezeléssel kapcsolatos gyógyszerek kiszolgáltatását, a helyes alkalmazásra vonatkozó tájékoztatást, valamint az ezzel kapcsolatos megelőző, felvilágosító és tanácsadói szolgáltatást végzik (Jogtár, 2005). A közgazdaságtan úgy tekint a gyógyszerpiacra, mint a kereskedelem egy különleges területére, ahol a magán és közjavak keverednek (Bordás, 2009; Hindi et al. 2018; Szydło, 2019; Wisell, 2019). A közszolgáltatásként nyújtott vényköteles értékesítés párhuzamosan van jelen a tisztán profitorientált tevékenységekkel. A fogyasztó elemi érdeke a lehető legtokéletesebb ellátás elérése, míg a gyógyszertárnak a közfeladata ellátása mellett szükséges a rentábilis működésének biztosítása is (Szabó-Geletóczki et al., 2022).

Alapvető kérdésként merül fel, vajon szükséges-e a gyógyszertáraknak az eltérő térségekben más és más módon reagálni a fogyasztói igényekre, vagy a szigorú jogi szabályozás és a közszolgáltatás rideg rendszere a vevői elvárások sablonszerű megjelenéséhez vezet. Kutatásomban arra kerestem a választ, hogy kimutatható-e a gyógyszerpiacon az eltérő településformákhoz köthető fogyasztói rétegeknél olyan sajátos elvárás, melyet a gyógyszertárak hasznosítani tudnak versenyképességük növelésében.

Gyógyszertárak a területi dimenziókban

A hazai közforgalmú gyógyszertárakra a nemzetközi példákhoz hasonlóan nemcsak mint egyszerű egészségügyi intézményekre, hanem mindinkább, mint egy adott térség lakosainak egészséggel kapcsolatos szemléletét formáló közösségi terekre kell gondolnunk (Ibrahim, 2018). Tevékenységükkel a gyógyító jellegű szolgáltatásokon túl egyre jobban hozzájárulnak a megelőző és felvilágosító egészségügyi programok sikeréhez, mindemellett aktívan segítik a lakosság tudatos egészségtervezését is (Kleiner et al., 2022).

Magda és szerzőtársai rávilágítanak, hogy egy ország vagy egy régió hosszú távú versenyképességét a városokkal együtt bonyolult rendszerbe olvadva, jelentősen meghatározza a vidék fejlettsége.

Egy térség visszacsúszásának megakadályozása érdekében számos lépést kell megtenni. Ilyen lépések a foglalkoztatás szintjének emelése, a közlekedés és szállítás infrastruktúrájának javítása, a támogató intézményi rendszer fejlesztése, az egészségügyi ellátórendszer biztosítása vagy az oktatás és képzés színvonalának növelés (Magda et al., 2021). Vagyis a megfelelő gyógyszerellátás és ezáltal a kielégítő egészségügyi ellátórendszer működése meghatározó eleme a fejlődés felé vezető útnak.

A vidéki gyógyszertárak és fiókgyógyszertárak kiemelt szerepét jelzi, hogy megszűnésükkel az érintett területen élő lakosságnak sok esetben nagyobb távolságokat kell utazni a megfelelő ellátás érdekében. Az elmúlt évtized statisztikai adataiból látható, hogy a fiókgyógyszertárak száma csökkenő tendenciát mutat, melynek negatív hatása az egyébként is gyengébb infrastruktúrával rendelkező területeket érinti, ahol eleve nem üzemelt közforgalmú gyógyszertár (Czirfusz, 2020).

A vidéki települések sikeréhez jelentős mértékben járul hozzá, hogy azok vezetése hogyan tudja formálni a helyi gazdasági és társadalmi közeget, melynek fontos része az elérhető egészségügyi ellátás is. A gyógyszertárak hiánya egy településen újabb lépésként fogható fel az elvándorlás és ezzel a vidéki népesség csökkenése irányába (Tóth–Káposzta, 2021). A jelenség öngerjesztő folyamatként jelentkezik, hiszen a lehetőségek hiánya miatt elsősorban a jobban képzett és egzisztenciálisan magasabb szinten álló népesség indul el, többnyire a városok irányába, hátrahagyva a kevésbé reagálóképes rétegeket, mely konzerválja, sok esetben felgyorsítja a térség lemaradását. Külön figyelemre méltó, hogy leggyakrabban éppen ennek a hátrahagyott, leszakadó, mobilitásában gyakran gátolt rétegnek lenne a legnagyobb szüksége az elmaradó szolgáltatásokra (Káposzta, 2019).

A hazai területi folyamatokat a gazdaság permanens földrajzi koncentrációja jellemzi. A legelmaradottabb térségekből folyamatos az elvándorlás, miközben a fejlettebb területek népessége nő. Döntően a kisebb települések veszítik el a gazdasági jelentőségüket és népességmegtartó képességüket, elsősorban Észak-Magyarországon és Dél-Dunántúlon. Ezekben a térségekben a területileg szórtnan elhelyezkedő és egyébként is alacsony lakosságszám miatt nehéz és költséges az egészségügyi szolgáltatások személyekhez történő eljuttatása (Ritter, 2018). A gazdasági jelentőségüket veszített régiókból az elmúlt évtizedben megkezdődött az alapvető egészségügyi ellátást nyújtó közforgalmú gyógyszertárak elszívargása is (Vásárhelyi, 2017).

Ugyan a jövedelmezőség kiemelt szempont, de egy közforgalmú gyógyszertár nem tekinthet magára kizárólag profitorientált tevékenységet folytató vállalkozásként, hiszen emellett fontos közfeladatokat kell ellátnia a fogyasztók irányába (Dér, 2017). A jelenlegi finanszírozási rendszerben viszont azt sem engedheti meg magának, hogy tisztán a közfeladatai ellátására koncentrálva a legkisebb településeken veszteséges működés mellett tegye elérhetővé a közvetlen gyógyszerellátást. A magán és közjavak keveredése miatt a verseny és a versenyképesség javítására való törekvés szintén jelen van ezen a piacon is. Ebben a különleges versenyhelyzetben – a piaci átrendeződés folyamatait is figyelembe véve – fontossá válik, hogy egy közforgalmú gyógyszertár jól ismerje a különböző településformákban élő lakosság vele szemben támasztott sajátos elvárásait, valamint egyedi jellemzőit, és azokat figyelembe véve alakítsa ki versenystratégiáját (Kósa et al., 2020). Ennek a stratégiai magatartásnak egyszerre kell biztosítani a gazdaságos működést és megteremtteni azt a környezetet, mely magához vonzza az eltérő adottságokkal rendelkező települések lakosságát úgy, hogy eközben csak a szükséges mélységig közelíti meg őket.

Anyag és módszer

Tanulmányom fő célja feltárni az eltérő településformákhoz köthető lakosság olyan sajátos fogyasztói jellemzőit, melyeket szem előtt tartva a gyógyszertárak tökéletesíthetik versenystratégiájukat. Ennek megfelelően konkrét célként az alábbiakat határoztam meg:

1. a gyógyszerár látogatási szokások és a területi jellemzők összefüggéseinek vizsgálata;
2. a vásárolt termékek és a területi jellemzők kapcsolatának vizsgálata;
3. a legfontosabb vásárlói preferenciák és a területi jellemzők közötti kapcsolat feltárása.

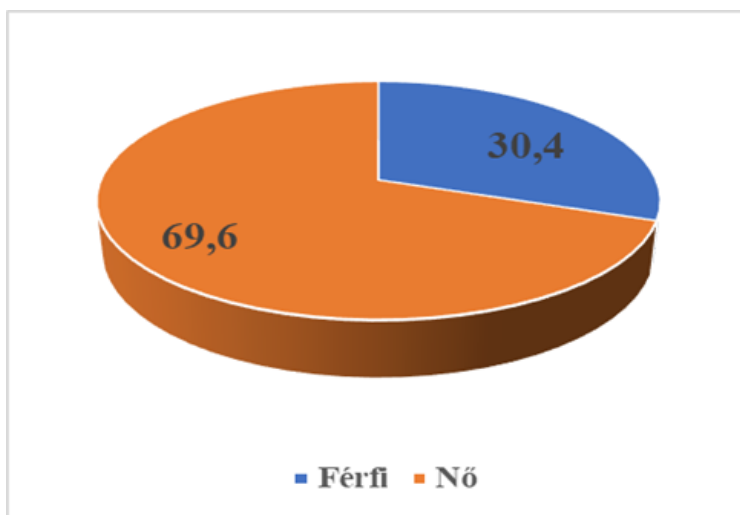
A kutatás nem korlátozódott egy szűkebb területre, vagy régióra, így a célcsoport hazánk teljes népességének azon része volt, mely életkorából adódóan igénybe veheti a gyógyszertárak szolgáltatásait. Alapsokaságként figyelembe vettem a hivatalosan közzétett statisztikai adatok alapján a felmérés kezdő évében 2021-ben Magyarországon élő, magyar állampolgársággal rendelkező 9.730.772 főből (KSH, 2021a) a 15 év feletti lakosságot, mely 8.310.079 fő volt (KSH, 2021b).

A szükséges adatok beszerzése érdekében – a kitűzött célok megvalósításához legjobban illeszkedő kvantitatív módszerként – kérdőíves megkérdezést alkalmaztam. A kérdőívek adatainak feldolgozását az SPSS 27.0.1 verziójú statisztikai programcsomaggal végeztem. A mintákon 95%-os megbízhatósági szinten 5%-os hibahatár mellett vizsgáltam a célkitűzésben szereplő témákat. A kérdőív kérdéseinek döntő részéhez ordinális skálán mért válaszlehetőségek tartoztak, melyek feldolgozásánál a válaszlehetőségek rangsorolásához átlagokat számoltam, a demográfiai jellemzőkkel való összefüggésüket Spearman-féle képlettel vizsgáltam. A névleges skálán mért válaszlehetőségek feldolgozásánál gyakoriságokat számoltam. Az összefüggések vizsgálatához kereszttáblázatokat készítettem és χ^2 próbát végeztem. A feltárt kapcsolatok erősségének vizsgálatához nominális változók esetében Cramer's V, míg ordinális változók esetében Goodman-Kruskal Gamma asszociációs együtthatókat alkalmaztam (Sajtos–Mitev, 2007).

A lekérdezés 2021. november 16. – 2022. január 31. közötti időszakban történt meg. A kutatás során a megkérdezett mintában – tekintettel arra, hogy elsősorban online kérdőív került alkalmazásra – reprezentativitási szempontok nem érvényesülhettek. A visszaérkezett és értékelhető kérdőívek száma 329 darab volt. A válaszadók között 3 fő csupán a kérdések egy kisebb részére tudott érdemben válaszolni, így ezen esetekben a teljes mintanagyságot a 326 főnek tekintettem.

Demográfiai jellemzők

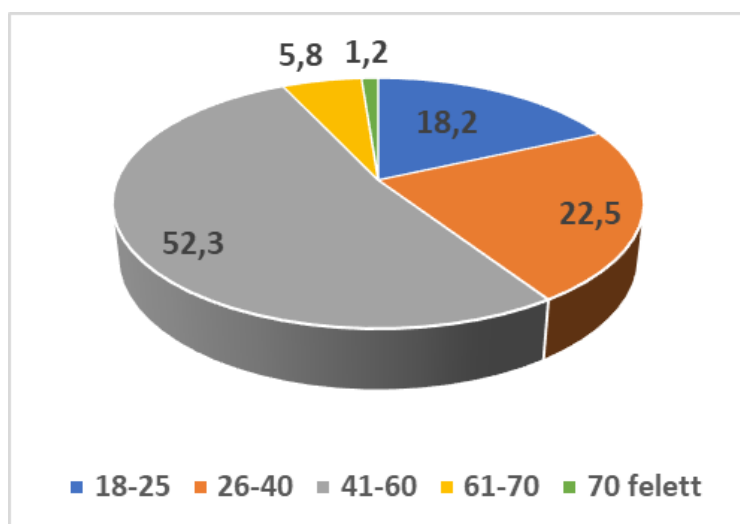
A statisztikai átlagnál lényegesen magasabb volt a nők aránya a válaszadók körében, melyet az 1. ábra is szemléltet. Ez két dologra vezethető vissza, egyrészt a női mintatagok válaszadói hajlandósága a kérdőíves felmérések során lényegesen meghaladja a férfiakét (Tamus, 2011), másrészt a bevásárlás és ezzel együtt a gyógyszerek beszerzése a legtöbb társadalomban, így hazánkban is a család hölgy tagjaira hárul, és ezzel együtt ők tekinthetők releváns véleménnyel rendelkező személyeknek (Aassve et al., 2014).



1. ábra: Teljes minta megoszlása nemek szerint (%)

Forrás: Saját kutatás, 2022, N = 329 fő

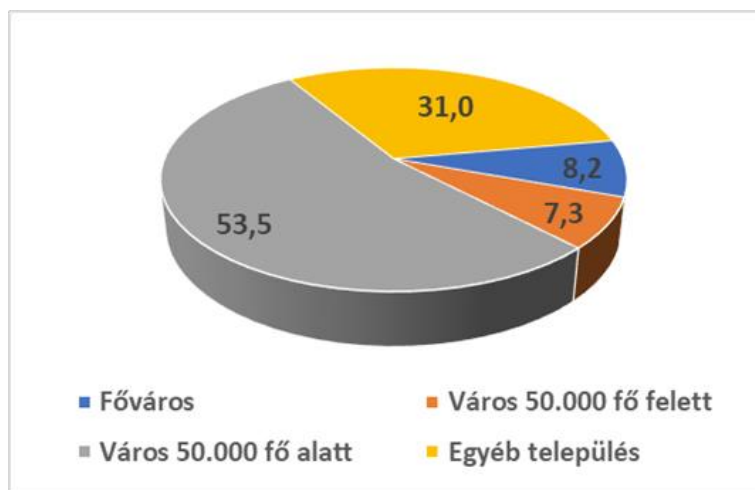
Életkor tekintetében a válaszadók megoszlása a statisztikai átlaghoz képest módosult, 41-60 éves korosztály a mintában erősen felülreprezentált. (2. ábra) A 70 év feletti korosztályt tudatosan választottam külön. Ezt a csoportot kevésbé rugalmasnak, mobilitásában jobban gátolt, az új elektronikus lehetőségeket visszafogottabban alkalmazó, ugyanakkor a gyógyszerek beszerzésében gyakoribb vásárlónak tekintetem. A fiatalabb korosztályok válaszadási hajlandósága a témában nagyobb-nak mutatkozott a kutatásom során, mely adódhatott az online formából.



2. ábra: A teljes minta életkor szerinti megoszlása (%)

Forrás: Saját kutatás, 2022, N = 329 fő

A válaszadók jellemzően az 50.000 fő alatti városokban és egyéb vidéki településeken éltek. A mintában a statisztikai átlagtól hasonló mértékű eltéréssel szerepeltek a főváros 8,2%-os (statisztikai átlag: 16,4%) és az 50.000 fő feletti lakossal rendelkező települések 7,3%-os (statisztikai átlag: 16,7%) mutatójokkal (NVI, 2023). (3. ábra)

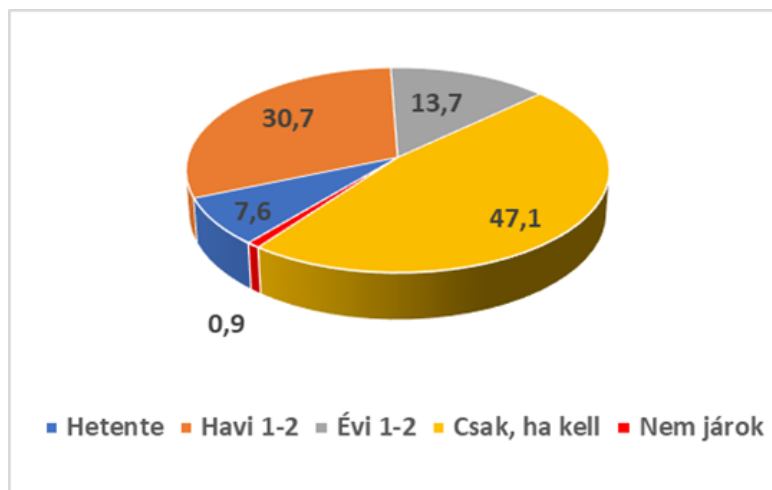


3. ábra: A teljes minta lakhely szerinti megoszlása

Forrás: Saját kutatás, 2022, N = 329 fő

Összefüggések vizsgálata

Az alapvető statisztikai elemzéseken túl számos összefüggést is megvizsgáltam, melyek közül csak a kutatás szempontjából legfontosabbakat emelem ki. Ennek megfelelően a következőkben a gyógyszerárba járás rendszerességének, a látogatott gyógyszertárak távolságának, a vásárolt termékek jellegének és a legfontosabb személyes preferenciák jellemzőinek összefüggéseit elemzem az eltérő településformákhoz köthető lakosság vonatkozásában.

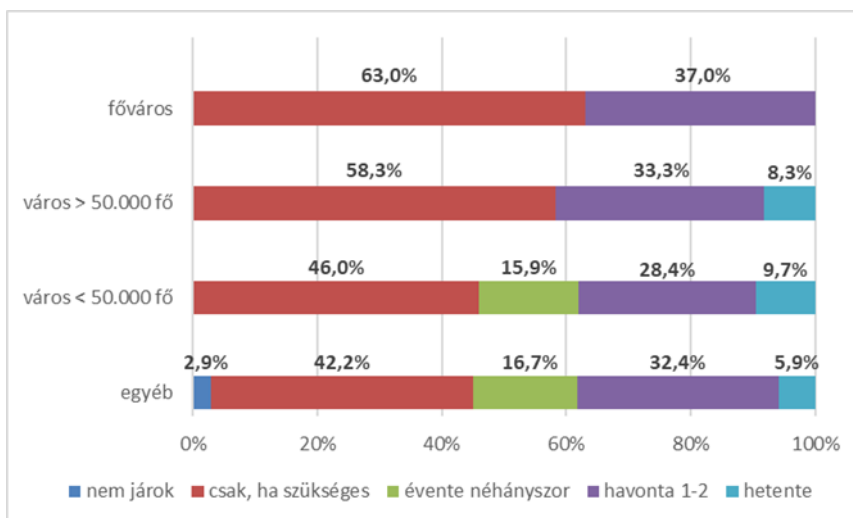


4. ábra: A gyógyszerárba járás gyakorisága (%)

Forrás: Saját kutatás, 2022, N = 329 fő

Ahogy azt a 4. ábra is szemlélteti a teljes mintában a legnagyobb létszámmal (47,1%) azok képviselték magukat, akik csak abban az esetben látogatnak el a gyógyszerárba, ha az nagyon szükséges. Területi összefüggésekben vizsgálva a gyógyszerbeszerzés gyakoriságát szignifikáns kapcsolat volt kimutatható a település jellege és a gyógyszerárba járás gyakorisága között. A kapcsolat erőssége a gamma asszociációs együttható negatív 0,05-ös értéke alapján ellentétes irányú és nem túl erős. A települések méretének növekedésével jellemzően egyre ritkábban keresték fel a gyógyszerárakat a válaszadók. Az 5. ábrán látható, hogy a fővárosban volt a legmagasabb az aránya azoknak

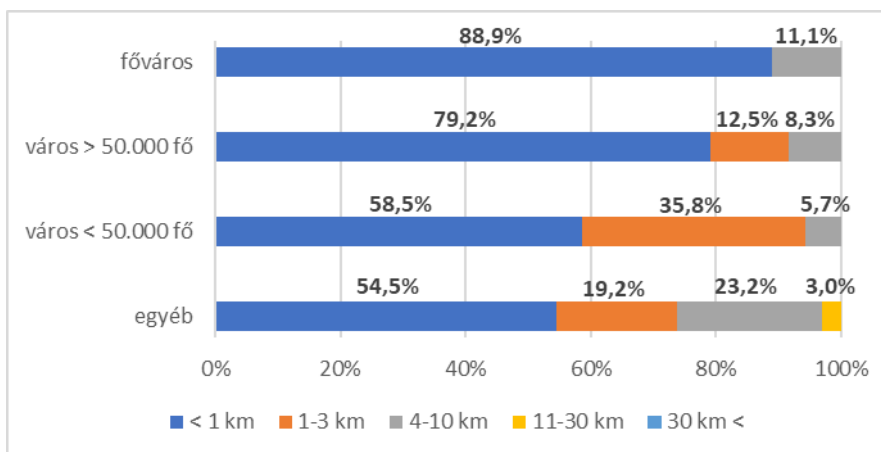
a válaszadóknak, akik rendszertelenül, csak szükség esetén keresik fel a patikákat, ugyanakkor a kisebb településeken megjelent a „hetente járok” válasz is.



5. ábra: Gyógyszertár látogatás gyakorisága települési szinteken (%)

Forrás: Saját kutatás, 2022, N = 329 fő

Igen szignifikáns és nem meglepő módon fordított irányú kapcsolatot találtam a települések nagysága és az elérhető gyógyszertárak távolsága között. (6. ábra) A település méretének növekedésével együtt rövidült a távolság a legközelebbi patika és a válaszadó lakóhelye között. Az ellátás hozzáféréseinek egyszerűségét tekintve a nagyobb városok lakossága volt kedvezőbb helyzetben.

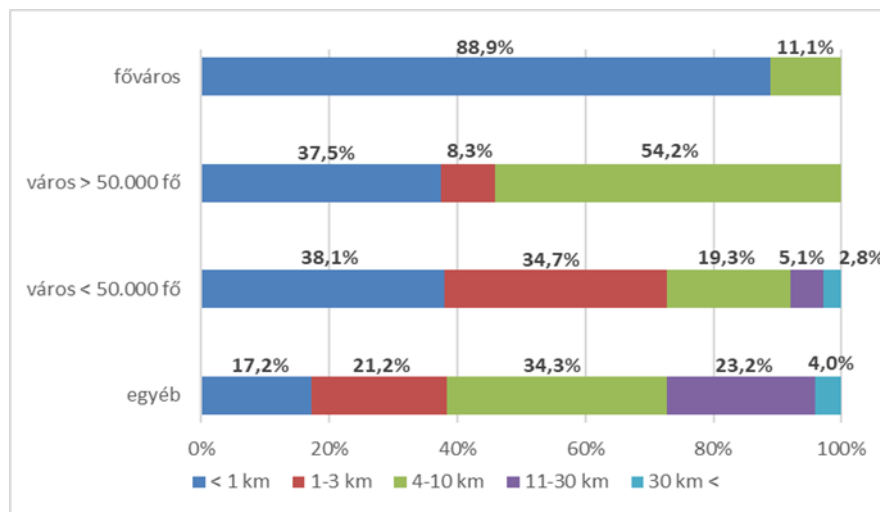


6. ábra: Legközelebb elérhető gyógyszertár települési szintek szerint (%)

Forrás: Saját kutatás, 2022, N = 329 fő

Meglepő eredményt tapasztaltam a leggyakrabban látogatott gyógyszertárak és a lakhely vonatkozásában elvégzett összefüggésvizsgálat során. Először is, szintén szignifikáns és emellett negatív 0,475-ös gamma értékkel közepes mértékű, fordított irányú kapcsolat volt kimutatható. A várakozásoknak megfelelően a település méretének növekedésével csökkent az a távolság melyet megtesznek a fogyasztók a gyógyszerbeszerzés céljából. Ugyanakkor érdekes volt látni, hogy míg a fővárosban minden válaszadó a legközelebb elérhető gyógyszertárat választotta, addig a kisebb településekre ez nem volt jellemző. (7. ábra) A település méretének csökkenésével együtt egyre többen

kerestek fel távolabbi gyógyszertárakat is, akár még olyan irreális távolságot is megjelölve, mint a 30 km-nél nagyobb. A település méretének csökkenésével együtt kevésbé volt befolyásoló tényező a távolság, valamint a gyors elérés, és mint azt később látjuk, a fogyasztónál egyre inkább a választék nagysága kezdett el dominálni.



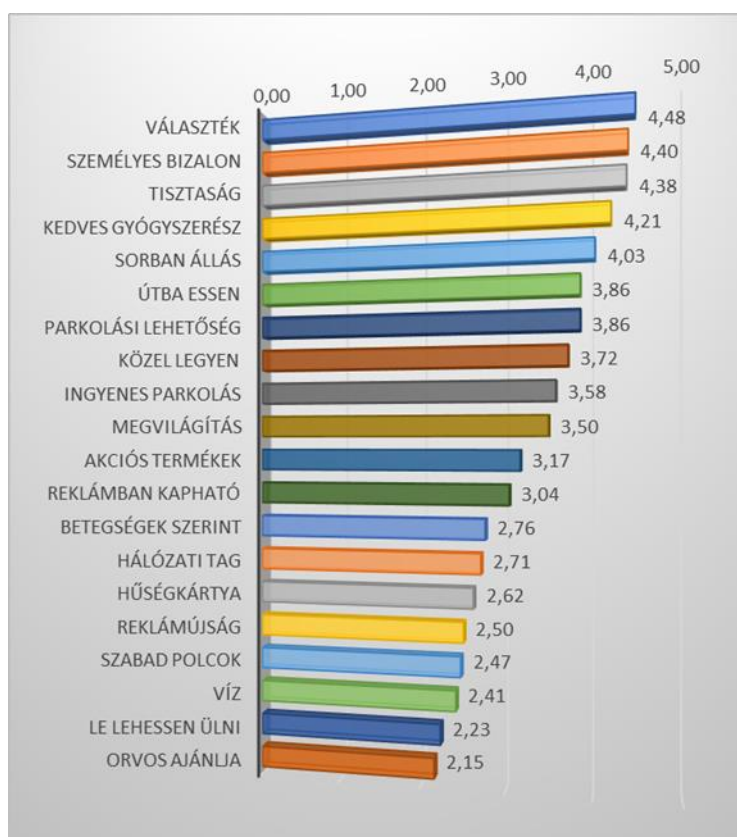
7. ábra: Leggyakrabban felkeresett gyógyszertár távolsága települések szerint (%)

Forrás: Saját kutatás, 2022, N = 329 fő

A kutatásban megkíséreltem feltárni, hogy kimutatható-e kapcsolat a patikákban árult legfontosabb termékcsoporthoz – vényköteles gyógyszerek, OTC készítmények, vitaminok és kozmetikumok – beszerzésének gyakorisága, valamint a településformák között. Az egyes termékek figyelembevételével elvégzett összefüggésvizsgálatok során az alábbi megállapításokat tettem:

- A vényköteles gyógyszerek és az OTC készítmények vonatkozásában igen erős ellentétes irányú kapcsolat volt kimutatható a vásárlás gyakorisága és a település jellege között. Az ilyen gyógyszerkészítmények beszerzését jellemzően a kisebb településeken jelölték gyakrabban célként.
- A vitaminok beszerzése és a településforma között is szignifikáns, ellentétes irányú kapcsolatot sikerült feltárni, azonban messze nem olyan erős mértékűt, mint a gyógyszerek vonatkozásában. A vitaminok beszerzése már a nagyobb településeken is közelítette a vidéki szintet.
- Ugyanakkor a kozmetikumok esetében egyértelműen erős és azonos irányú kapcsolatot sikerült azonosítani. Ezt a termékcsoporthoz a település méretének növekedésével gyakrabban vásárolták a válaszadók.

A kutatás során vizsgáltam a gyógyszertár választással kapcsolatos legfontosabb fogyasztói preferenciákat. A válaszadók átlagosan olyan tényezőket tartottak fontosnak, mint a választék nagyságát, a gyógyszerész iránti bizalom, vagy például a tisztaság. (8. ábra)



8. ábra: Fogyasztói preferenciák a gyógyszertár választásban (átlag)

Forrás: Saját kutatás, 2022, N = 326 fő

A válaszadók által felállított preferencia sorrendben szereplő összetevők vonatkozásában külön-külön vizsgáltam a területi dimenziók összefüggéseit. A kapott eredmények közül néhány jelentősebbet emelek ki, először az ellentétes irányú, majd az azonos irányba mutató szignifikáns kapcsolatokat bemutatva.

Viszonylag erős ellentétes irányú kapcsolatot tártam fel a lakóhely nagysága és a parkolás között. Minél kisebb településen élt egy válaszadó, annál fontosabb volt számára, hogy parkolni tudjon a gyógyszertár közelében és mindezt ingyen tehesse meg. Természetesen a nagyobb távolságok miatt gyakrabban használnak a vidéken élők gépjárművet, hogy eljussanak a választott patikába, vélhetően ezzel magyarázható ez a kiemelt elvárás.

Szintén az ellentétes irányú és közepesenél valamivel gyengébb ($\gamma = 0,141$) kapcsolattal rendelkező elvárások közé volt sorolható, hogy útba essen a gyógyszertár. A választék nagysága és a gyógyszerész kedvessége iránti igény ugyancsak a település méretének csökkenésével fordított arányban nőtt.

Fontos általános válaszadói preferenciaként jelentkezett a sorban állás hossza, melyről feltételeztem, hogy lakhelytől függetlenül kiemelt szempont. Ezzel szemben az összefüggésvizsgálat rávilágított, hogy elsősorban a kisebb települések lakói számára volt fontos tényező a hosszabb várakozás elkerülése és a lakóhely méretének növekedésével ennek egyre kisebb lett a súlya.

A reklámozott termékek elérhetősége és a település jellege között szintén szignifikáns és ellentétes irányú kapcsolatot tártam fel. A település méretének csökkenésével vált egyre fontosabbá, hogy a reklámokban hirdetett termékek valóban kaphatóak legyenek, a nagyobb települések lakói ezt kevésbé várták el.

Az azonos irányú kapcsolatok között az egyik legerősebb a gyógyszerár közelsége volt 0,111 gamma értékkel. Minél nagyobb településen élt egy válaszadó, annál fontosabb volt számára, hogy ne kelljen nagyobb távolságot megtennie a gyógyszertárig.

A település méretével együtt a gyógyszertár megjelenésével kapcsolatos elvárások is megnövekedtek. Egyre fontosabb preferenciává vált a válaszadó számára a világos eladótér (gamma 0,128), a szabadpolcra kihelyezett áruk (gamma 0,090) és a betegcsoportonként bemutatott termékek (gamma 0,082).

Kevésbé tartották fontosnak a kisebb települések lakói a patikák által nyújtott akciókat és ugyanígy a gyógyszerészek szakértelme sem jelent meg itt kiemelt preferenciaként. Ugyanakkor a település méretének növekedésével ezek a szempontok is hangsúlyosabbá váltak.

Olyan marketingkommunikációs eszközökre, mint a reklámújság, illetve a hűségkártya egyértelműen a nagyobb városok lakói voltak a fogékonyabbak és a település méretének csökkenésével ezen eszközök szerepe is jelentéktelenebbé vált.

Következtetések és javaslatok

Kutatásomban arra kerestem a választ, hogy a jellegében eltérő települések lakossága vonatkozásában izolálni lehet-e olyan jellemzőket, melyek segíthetik a gyógyszertárakat a sikeres versenystratégiájuk kialakításában.

A vizsgálat eredményeit figyelembe véve első megállapításként kijelenthetem, hogy a település méretének csökkenésével fordított arányban változik a gyógyszertár látogatás gyakorisága. A kisebb települések lakossága nagyobb rendszerességgel keresi fel a patikákat, azonban ez a fogyasztói szokás a település méretének növekedésével jelentősen csökken. Ugyanakkor minél kisebb egy település, annál nagyobb távolságot hajlandóak a lakosai megtenni a jobb ellátás érdekében. Ez a magatartás egyértelmű igényt jelez a minőségi szolgáltatás irányába, hiszen gyakran a legközelebbi gyógyszertárat is figyelmen kívül hagyva keresnek fel távolabbi egységeket a vidéki fogyasztók. A település méretének növekedésével együtt a könnyen elérhető és egymással versenyző gyógyszertárak száma is növekszik, ezért mindinkább a legközelebbi patikákat keresik a lakosok.

Egyértelmű és szignifikáns kapcsolatot tudtam kimutatni abban a vonatkozásban, hogy a gyógyszertárakban az egyes termék kategóriákat milyen jellegű településeken vásárolják nagyobb valószínűséggel. Ennek megfelelően a vényköteles gyógyszerek és a vény nélkül kapható OTC készítmények beszerzése a település méretének csökkenésével növekszik, míg a kozmetikumokat inkább a nagyobb városokban vásárolják.

A kutatás szempontjából a legátfogóbb vizsgálatot a gyógyszertárakkal kapcsolatos fogyasztói preferenciák területi dimenziókban történő elemzése igényelte. Az összefüggés vizsgálatok elvégzésével szignifikáns kapcsolatokat sikerült feltárni az egyes preferenciák és a települések mérete között. Ennek megfelelően, egyértelműen lehetőség nyílik a lakosság területi sajátosságainak figyelembevételével alakítani az eltérő térségekben üzemelő gyógyszertárak versenystratégiáját.

Az elemzések eredménye alapján elmondható, hogy a különféle jellemzőkkel rendelkező területek lakossága sajátos elvárásokat támaszt egy gyógyszertárral szemben. Az adott térség lakosságának igényeit és preferenciáit ismerve olyan szolgáltatást tud nyújtani egy patika, mellyel akár nagyobb távolságokról is magához tudja csalogatni a vevőket. A választék nagysága például, vagy a gyors és kényelmes szolgáltatás igénybevétele olyan hívószó lehet, mely eléri a távolabbi fogyasztókat is. Ugyanakkor a kutatás rávilágít arra is, hogy bizonyos elvárások inkább a centrum régiókban jelentkeznek kiemelkedő szinten, így azokat kisebb súllyal kell figyelembe venni vidéki térségekben, melyekkel jelentős erőforrások takaríthatók meg.

Hivatkozott források

- Aassve, A. – Fouchi, G. – Mencarini, L. (2014): Desperate Housework: Relative Resources, Time Availability, Economic Dependency, and Gender Ideology Across Europe. *Journal of Family Issues*, 35(8), 1000–1022. <https://doi.org/10.1177/0192513X14522248>
- Bordás, M. (2009): A gyógyszerpiac szabályozásának versenypolitikai kérdései. *Egészségügyi Gazdasági Szemle*, 47(3), 39–47.
- Czirfusz, M. (ed.) (2020): Területi kihívások és területi politikák Magyarországon. 2010-2020. Budapest: Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Regionális Kutatások Intézete. p. 134.
- Dér, P. (2017): A közforgalmú gyógyszertár szerepe az adherencia növelésében. *Gyógyszerészet*, 61(12), 736–743.
- Hindi, A. M. K. – Schafheutle, E. I. – Jacobs, S. (2018): Patient and public perspectives of community pharmacies in the United Kingdom: A systematic review. *Health Expectations*, 21(2), pp. 409–428. <https://doi.org/10.1111/hex.12639>
- Ibrahim, M. I. M. (2018): Assessment of Medication Dispensing and Extended Community Pharmacy Services. in Ibrahim, M. I. M. –Wertheimer, A. I. – Babar, Z. U. D. (eds) *Social and Administrative Aspects of Pharmacy in Low- and Middle-Income Countries*. Academic Press, pp. 295–309. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-811228-1.00018-2>.
- Jogtár (2005): Az emberi alkalmazásra kerülő gyógyszerekről és egyéb, a gyógyszerpiacot szabályozó törvények módosításáról. *Magyar Közlöny* 100. [2005. évi XCV. törvény, (hatályos: 2005.07.15.)]. pp. 5555–5567. Elérhető: <https://njt.hu/jogszabaly/2005-95-00-00>. (Letöltve: 2023. 03. 28.).
- Káposzta, J. (2019): A regionális térszerkezet változásainak kapcsolatrendszere. *Studia Mundi – Economica*, 6(3), 18–28. <https://doi.org/10.18531/Studia.Mundi.2019.06.03.18-28>
- Kleiner, D. – Somogyi, O. – Petlickij, F. H. – Meskó, A. – Szilvay, A. – Zelkó, R. – Hankó, B. (2022): Implementation of a personal health planning program and health promotion in the community pharmacies. *Heliyon*, 8(7), p. e09900. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09900>
- Kósa, I. – Kincses, GY. – Soós, GY. – Grózly, CS. – Hohmann, J. (2020): A betegszerep felértékelődése a 21. századi egészségügyi ellátásban: öngondoskodás támogatása, egészség-magatartás fejlesztése komplex ellátási rendszerben. *Magyar Tudomány*, 181(7), 968–982. <https://doi.org/10.1556/2065.181.2020.7.13>
- Kotosz, B. – Lengyel, I. (2018): A humán erőforrások és azon belül az egészségügy szerepe a visegrádi országok régióinak gazdasági növekedésében. In Lengyel I. (ed.) *Térségek növekedése és fejlődése: egészségipari és tudásalapú fejlesztési stratégiák*. Szeged: JATEPress, pp. 52–81.
- KSH (2021a): A népesség, népmozgalom főbb mutatói. Központi Statisztikai Hivatal. Elérhető: https://www.ksh.hu/stadat_files/nep/hu/nep0001.html (Letöltve: 2023. 03. 31.).
- KSH (2021b): A népesség összetétele főbb korcsoportok szerint, eltartottsági ráták, öregedési index. Központi Statisztikai Hivatal. Elérhető: https://www.ksh.hu/stadat_files/nep/hu/nep0004.html (Letöltve: 2023. 03. 31.)
- Lengyel, I. (2018): Az Inelligens szakosodási stratégiák alapjai, különös tekintettel az egészségiparra. In Lengyel I. (ed.) *Térségek növekedése és fejlődése: egészségipari és tudásalapú fejlesztési stratégiák*. Szeged: JATEPress, pp. 11–35.

- Magda S. – Bujdosó, Z. – Szűcs, Cs. – Holló, E. (2021): Merre tovább magyar vidék, magyar falu?. *Gazdálkodás*, 65(6), pp. 492–516. https://doi.org/10.53079/GAZDALKODAS.65.6.t.pp_492-516
- NVI (2023): Települések lakosság- és választópolgár száma. Nemzeti Választási Iroda. Elérhető: <https://www.valasztas.hu/telepulesek-lakossag-es-valasztopolgarszama> (Letöltve: 2023.04.04.)
- Ritter, K. (2018): Special features and problems of rural society in Hungary. *Studia Mundi – Economica*, 5(1), pp. 98–112. <https://doi.org/10.18531/Studia.Mundi.2018.05.01.98-112>
- Sajtos, L. – Mitev, A. Z. (2007): SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv. Budapest: Alinea. p. 402.
- Simon, J. (2016): Marketing az egészségügyben. Budapest: Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789630597807>
- Szabó-Geletóczki, R., – Kozma, T. – Póniusz, M. (2022): Market Changes in the Pharmaceutical Industry. *Acta Universitatis Sapientiae, European and Regional Studies*, 22(1), 50–72. <https://doi.org/10.2478/auseur-2022-0009>
- Szydło, W. (2019): Oversight of National Pharmacies Market Regulations Exercised by the Court of Justice of the European Union. in BILGIN, M. H. – DANIS, H. – DEMIR, E. – CAN, U. (eds) *Eurasian Economic Perspectives*. Cham: Springer International Publishing (10, 2), pp. 237–246.
- Tamus, A. (2011): A marketingkutatás gyakorlata. Budapest: Saldó Kiadó (Bologna-Könyvsorozat (BA, Bsc)). p. 306.
- Tóth, T. – Káposzta, J. (2021): Successful Management of Settlements to Boost Rural Development. *European Countryside*, 13(4), 819–833. <https://doi.org/10.2478/euco-2021-0044>
- Vásárhelyi, C. (2017): Lesz eladhatatlan patika? - Vidéki gyógyszerárak a szakadék szélén. *Gyógyszerár*, 16(4), 21.
- Wisell, K. (2019): The Liberalization Experiment Understanding the political rationales leading to change in pharmacy policy. Uppsala: Acta Universitatis Upsaliensis.

Szerző(k)

Hortolányi Árpád László

ORCID [0000-0002-5231-3143](https://orcid.org/0000-0002-5231-3143)

PhD-hallgató

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, Gazdaság- és Regionális Tudományi Doktori Iskola

E-mail: hortolanyi.arpad@szonart.hu

A folyóiratra a Creative Commons 4.0 standard licenc alábbi típusa vonatkozik:

[CC-BY-NC-ND-4.0.](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

