



## **Égészséggazdasági Monitort indít a GfK Hungária és a TÁRKI**

A GfK Hungária és a TÁRKI Társadalomkutatási Intézet közös kutatásában a hazai égészséggazdaság nyomon követését célozza meg

**Budapest, 2010. november 17. – A GfK Hungária és a TÁRKI Társadalomkutatási Intézet 2011 januárjában induló közös, folyamatos kutatása valamennyi döntéshozó, piaci szereplő számára pontos képet nyújt az egyes termék- és szolgáltatáscsoportok méretéről, jellemzőiről, a közfinanszírozott és magánfinanszírozott szolgáltatások igénybe vételének dinamikájáról, ezen szolgáltatások elfogadottságáról, a lakosság égészséggel kapcsolatos attitűdjeinek, szokásainak, viselkedésének változásáról.**

Korunk egyik legfontosabb trendje, hogy az égészséggazdaság a gazdaság motorjává válik, amelynek háttérében a biotechnológia és az idegtudományok állnak. Emellett a lakosság számára egyre inkább előtérbe kerül a teljes égészség iránti igény kielégítése, biztosítva a testi-lelki-szellemi jólétünket.

A fogyasztás fontos szeletévé válik az égészség célú fogyasztás, amely messze túlmutat a hagyományos égészségügyi szolgáltatások igénybevételén. Egyre hangsúlyosabb lesz a fogyasztók által szubjektíven megélt égészség növelése, kielégítése, szemben a hagyományos égészségügy orvostudományi ismeretekre alapozott szolgáltatásával. A trend erejét és jelentőségét jól mutatja az az előrejelzés, miszerint az Amerikai Egyesült Államokban a század második felére a teljes GDP felét az égészségfogyasztás teszi ki, és ennek csupán mintegy harmada lesz a közfinanszírozott égészségügyi ellátás.

Ebben a gyorsan változó folyamatban a GfK Hungária és a TÁRKI Társadalomkutatási Intézet 2011 januárjában induló közös, folyamatos kutatása a teljes hazai égészséggazdaság nyomon követését célozza meg. A vizsgálatorozat pontos képet ad valamennyi döntéshozó, piaci szereplő számára az egyes termék- és szolgáltatáscsoportok méretéről, jellemzőiről, a közfinanszírozott és magánfinanszírozott szolgáltatások igénybe vételének dinamikájáról, ezen szolgáltatások elfogadottságáról, a lakosság égészséggel kapcsolatos attitűdjeinek, szokásainak, viselkedésének változásáról.

***Az Égészséggazdasági Monitor az alábbi három nagy témakört vizsgálja:***

### **1. Égészségügyi és égészséggel kapcsolatos szolgáltatások igénybe vétele, ezekkel kapcsolatos ügyfél- illetve betegelégedettség**

Különböző közfinanszírozott, magán- és alternatív ellátások, égészségturizmus, tanfolyamok, kurzusok, szabadidős szolgáltatások.

### **2. Égészséges életvitelt szolgáló termékek**

Élelmiszerek, étkezés, ruházat, műszerek, eszközök, gyógyszerek, étrend-kiegészítők, kozmetikumok, tartós fogyasztási cikkek.

### **3. Tájékozódás, információ, közösségi média**

A hagyományos égészségügyi ellátási formákon kívüli szolgáltatások térnyerését jól mutatják a nemrégiben befejezett előzetesen elvégzett közös felmérések, illetve a korábban megvalósított hasonló témájú kutatások alábbi eredményei.

2003-ban a lakosság 51 százalékának már az volt a véleménye, hogy az egészségügyi intézmények magánosításával javulna a kezelések minősége. Most a 2010 októberét megelőző 12 hónapban már a magyar 15 év feletti lakosság 40 százaléka vett igénybe valamilyen **magán egészségügyi szolgáltatást**.

Tíz éve **vitaminokat** legnagyobb részt gyógyszertárban szereztünk be, de 2009-ben a teljes vitaminfogyasztásra fordított pénz 40 százalékát már a patikákon kívül költöttük el. Emellett míg a gyógyszertárban egy vásárlás során átlagosan 1920 forintot költöttünk vitaminra, az interneten és közvetlen gyártói értékesítésen keresztül ennél sokkal többet, 12337 forintot.

Az **információkeresésben, tájékozódásban** is jelentős változásokat figyelhetünk meg. Az internet szerepe egyre nő, az elmúlt hónapban a 15 év feletti lakosság 14 százaléka tájékozódott valamilyen orvosi rendelésről a világhálón, 21 százalék pedig valamilyen gyógyszeréről vagy gyógyhatású készítményről.

Az **egészséggel kapcsolatos viselkedésváltozásra** példa, hogy a magyar felnőtt lakosság étkezési tudatossága jelentősen változott az elmúlt évtizedben. Míg 1999-ben a lakosság 47 százaléka egyáltalán nem foglalkozott azzal, hogy olyan ételeket fogyasszon, amelyekkel csökkenti vagy tartja a súlyát, 2009-ben ez az arány már csak 40 százalék volt.

Az Egészséggazdasági Monitor jól mutatja majd többek között, hogy a magyar lakosság mely csoportjai foglalkoznak a megelőzéssel. Pontosan miket tesznek ennek érdekében, mennyit költenek, ki befolyásolja őket ebben, és mit gondolnak, milyen hatással vannak az egyes szolgáltatások és termékek az egészségükre. Folyamatában tudjuk vizsgálni, hogy a különböző, ma még egymással nem versenyző termékcsoportok és márkák miként válnak versenytársakká, és hogyan tudnak előnyhöz jutni a fogyasztóknál. Látni fogjuk, hogy az információk közül melyek a legbefolyásosabbak és a leghatékonyabbak az egészséghez kapcsolódó fogyasztások területén. Útmutatást tudunk adni, hogy a fogyasztók gondolkodását és szokásait mely területeken lehet a legjobban formálni az egészséges életmód érdekében.

Az egészségfogyasztás ma már szinte minden termékköre és szolgáltatásfajtára kiterjed, egyre nő az egészséget támogató költségeink, ráfordításaink aránya. Ebben a folyamatban fontosnak tartjuk, hogy hiteles viszonyítási pontot, alapmérést biztosítsunk az egészséggazdaság valamennyi szereplője számára.

#### **További információ:**

Tavaszi Tilda

**B&P** Braun&Partners Magyarország

Tel.: (+36-1) 269-1676

Mobil: (+36-30) 231-5358

Fax: (+36-1) 269-2504

E-mail: [tilda.tavaszi@braunpartners.hu](mailto:tilda.tavaszi@braunpartners.hu)

**Csatlakozzon a GfK Hungáriához a Facebookon!** [www.facebook.com/gfkhungaria](http://www.facebook.com/gfkhungaria)

#### **A GfK Csoport**

A GfK Csoport lényegi tudást kínál az iparban, kiskereskedelemben, szolgáltató szektorban és a média területén működő vállalatok számára a piaci döntések meghozatalához. Információk tárházát kínálja és tanácsadó szolgáltatást nyújt három fő szektorban: Custom Research, Kereskedelem és Technológia, valamint Média. A világ negyedik legnagyobb piackutató vállalata 100 országban több mint 10 000 alkalmazottal áll ügyfelei rendelkezésére, közülük közel 100-an Magyarországon dolgoznak. A GfK Csoport forgalma 2009-ben 1,16 milliárd eurót tett ki. További információért keresse fel honlapunkat a [www.gfk.com](http://www.gfk.com) címen, vagy kövessen minket twitteren: [www.twitter.com/gfk\\_group](http://www.twitter.com/gfk_group).

## **A TÁRKI Társadalomkutatási Intézet**

A TÁRKI Társadalomkutatási Intézet Zrt. országosan és nemzetközi viszonylatban a társadalom-és piackutatásban elismert kutatóintézet, köszönhetően az 1985-ös alapítása óta eltelt időszakban végzett, a társadalom átalakulásának átfogó folyamataival foglalkozó empirikus kutatásainak, továbbá a szakmailag egyedülálló és széles körben hozzáférhető adatbankjának. A TÁRKI-ban folyó kutatások kiterjednek a társadalmi rétegződés, munkaerőpiac, jövedelemeloszlás, fogyasztási- és életstílus-minták, valamint gazdasági attitűdök vizsgálatára. Tevékenységünk döntő hányada alkalmazott társadalomkutatás. Amennyiben további információt szeretne, kérjük, keresse fel weblapunkat a [www.tarki.hu](http://www.tarki.hu) címen.