

## Öntudatra ébredő betegek változó igények

[http://www.weborvos.hu/egeszsegpolitika/ontudatra\\_ebredo\\_betegek\\_valtozo\\_igenyek/159490/](http://www.weborvos.hu/egeszsegpolitika/ontudatra_ebredo_betegek_valtozo_igenyek/159490/)

**A korábbi intim orvos-beteg viszony felbomlott, az egyoldalú kommunikáció két-, majd több-oldalú partneri viszonyra alakult.**

- Az utóbbi évtizedben átalakulóban van a betegek fogyasztása és -magatartása – mondja beszélgetésünk elején **Dr. Csépe Andrea**, a Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola docense, majd mindjárt hozzá is teszi – a generációkra visszavezethető intim orvos-beteg viszony felbomlott. Az egyoldalú kommunikáció kétoldalú, több-oldalú partneri viszonyra alakult. Az információs boom korában – az internet térhódításával, a média hatására – a betegekhez mind több információhoz jut el. Szerencsére az egészségmegőrzés és az egészségtudatosság egyre inkább előtérbe kerül. Betegszervezetek, betegjogi mozgalmak tevékenykednek. A bébi-boom korosztály öregedésével pedig egy új fogyasztói kör, az (ön) tudatos beteg született.

- Amit mond, az még akkor is dicséretes, ha másutt a miénknél régebb óta megvalósult történetről van szó. És vélhetően megannyi görönggyel „karakott” idáig vezető útról. Legendásan nagy mifelénk a porosz utas orvos-beteg kommunikáció közötti szakadék.

- Míg az 1970-es években is a beteg fő információforrása a körzeti orvos volt, a kommunikációs paletta mára kitért. A háziorvosi körzetesítése, a betegkártya-szám növekedésével a háziorvos és betegek közötti több generációra visszavezethető intim viszony felbomlott. Az orvos-beteg intim kapcsolatán alapuló orvoslás négy szereplős fogyasztási sémává bővült: tagja a szolgáltatást igénybe vevő beteg, az orvosi ellátást nyújtó egészségügyi szolgáltató, az ellátást a betegnek megvásároló finanszírozó és a lakosság egészségének felelőséget viselő állam. A *Pervention Magazine* (2002) felméréséből kiderült, hogy a fogyasztók orvosukkal noha jó viszonyt ápolnak, mégis egyharmaduk a kezelés és diagnosztizálás terén kételkedik orvosában, helyteleníti döntéseit, azaz a múltban megszokott bizalom kevésbé tapasztalható napjainkban.

- A GKI-EKI Egészségügy kutató Intézet idén ezres mintán készült elemzése kimutatta, hogy a magyar betegek magányosak, elveszettnek és kiszolgáltatottnak érzik magukat a hazai egészségügyi rendszerben.

- A betegek negatív megítélése az orvos-beteg kommunikáció szakadékára is utal. Tény, hogy a magyar valóságban sokszor napi 50-70 beteg kérdését az orvosnak részletesen megválaszolni képtelenség, gyakorlatilag csak a sok éves rutin, a született empátia segíthet a doktornak abban, hogy rekordidő alatt a rengeteg páciensnél a lényeges dolgokra ráérezzen, a megfelelő terápia elfogadására, használatára, gyógyszerbeszedésre rábeszélje. Miután ezekre alig-alig marad idő, a citált felmérésből kiderül, a betegek fele maga „maga veszi kézbe az ellátásának megszervezését, a múltban passzív beteg az egészségügyi ellátórendszer aktív szereplőjévé kezd válni hazánkban is”.

- A népesség előregedésével viszont új fogyasztói csoport született.

- A fejlett országokban a népesség előregedésének lehetünk szemtanúi, ami valóban új fogyasztó megteremtését jelenti. 1996-ban az amerikai népesség egyharmada 50 éves korosztályba került, s akik jövőre 65 esztendősek lesznek. A bébi boom korosztály jelenleg még egészséges és fitt. Körükben azonban kezdenek a krónikus betegségek jelentkezni, 2011 után pedig az egészségügyi rendszer elsőszámú vevőivé lesznek. Úgy jellemzik őket, mint a vevő-orientált, különösen mobilis, bizalmatlan, önközpontú és információ-additív vevő (Coile és Trusko). A diagnosztikai, -terápiás módszerek bővülésével már elvárásokkal lép fel az egészségügyi ellátással szemben, annak racionálisabb és gazdaságosabb szükségét, a piaci résztvevők közötti kapcsolat módosulását generálja.

És akkor ott vannak a felnövő fogyasztói társadalom gyermekei, akik a médián felnevelkedve márkákban, és azokhoz kapcsolódó emóciókban, érzetekben gondolkodnak. Egyben jogokkal rendelkező öntudatos fogyasztóknak tekintik magukat és kérdőjeleznek meg bármely döntést, terápiát. Az internet gyermekeként a nemzetközi portálokon pillanatok alatt találnak maguknak információkat és terápiákat.

- Szerencsére azért mindehhez az egészségtudatos magatartás fejlődése is társul.

- Valóban, az 1980-as évektől a fitness, a diéta, a jóga, az alternatív gyógymódok, a természetgyógyászat stb. terjedésével szerepet kapott az egészségtudatosság és az egészségmegőrzés. Az amerikai Élelmiszer és Gyógyszerellenőrző Hivatal (FDA) egy 2006-os tanulmányban kijelentette, hogy az amerikai lakosok részvétele egészségügyi döntésekben növekvő trendet mutat, amire gyorsan „rárepültek” a fogyasztási cikkek gyártói. Így került piacra a Danone Bifidus essensis joghurt, a 100% Hohes C narancs juice, a Flóra szívbarát margarin, a relaxáló, egészségvédő Pickwick tea stb. A gyógyszeripar azonban a kutatás-fejlesztést nem számítva, viszonylag mozdulatlan maradt a betegek igényeinek követésében.

- A folyamat követésében az internet térhódítása viszont máig rendkívül komolyan szerepet játszik...  
- Tény, hogy a fogyasztói igényváltozást az egészségüggyel széles körben foglalkozó média érdeklődése követte, a lakosságnak az egészségtudatosság felé tett lépéseit támogatta, napjainkban az emberek az internetet az egészséggel kapcsolatos információk fő forrásaként használják. A Price WaterhouseCoopers 2000-es felmérése szerint az internet 25 százaléka egészségügyi információkat tartalmazott. A Harris Interactive felmérésben az internetezők háromnegyede – az amerikai felnőttek csaknem fele – online kutat egészségügyi információk iránt és az internetet a betegségről, a készítményről, a gyártóról való tájékozódáson túl, a gyógyszerrendelésre és orvosi konzultációra is használják.

A Boston Consulting Group 2001-ben végzett felmérésben az internetre felrakott egészségügyi információ hatását mérte, s kiderült, az orvos-beteg párbeszédre ösztönzőleg hatnak, mivel a válaszadók 74 százalékát az orvosnál több kérdés felvetésére sarkallta, 36 százalék egyes specifikus betegségről informálódott.

- Hazánkban a Szinapszis 2010-es kutatása alapján a 15-24 éves korosztály 80 százaléka, a 15-69 éves korosztály 49 százaléka rendszeresen internetezik.  
- A felmérés tanúsága szerint a felnőttek 53 százaléka aktívan érdeklődik egészségügyi információk iránt, az internetezők 62 százaléka olvas egészségügyi információkat a neten. A világhálón nő fel a fiatalabb generáció, más nyelvet beszél és ért, ami újabb kihívást teremt az egészségügyi szolgáltatók számára. Az internet, mint médium szabályozásának kérdése sem várthat magára, mert a beteg igénye a kontrollált egészségügyi információhoz való hozzáférés.

2010-07-28 09:13

Forrás: Weborvos - Krasznai Éva