

A gyógyszeres adherencia vizsgálata a fogyasztói timework szemszögéből

Understanding Medication Adherence Through the Lens of Consumer Timework

KUN ZSUZSANNA

Egyetemi adjunktus, Neumann János Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Üzleti
Kommunikáció Tanszék
kun.zsuzsanna@nje.hu

SIMON JUDIT

Professzor emerita, Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing- és Kommunikációtudományi
Intézet, Marketingmenedzsment Tanszék
judit.simon@uni-corvinus.hu

Hivatkozás

Kun Zsuzsanna, Simon Judit (2026), Understanding Medication Adherence Through the Lens of Consumer Timework. In: Szalkai Zsuzsanna – Bíró-Szigeti Szilvia – Iványi Tamás – Kelemen-Erdős Anikó (szerk.): Tudományágak kaleidoszkópja – a marketing, mint transzdiszciplináris terület – Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXXI. Nemzetközi Konferenciájának Absztrakt- és Tanulmánykötete. Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar: Budapest. ISBN 978-615-112-035-4, pp. 26–26. DOI: 10.62561/EMOK-2025

Absztrakt

A tanulmány a fogyasztói „timework” szemüvegén keresztül vizsgálja a krónikus betegek gyógyszeres adherenciáját. PLS-SEM segítségével vizsgáltuk ötszáz multimorbid beteg kérdőíves adatait, hogy feltárjuk, hogy a gyógyszereszedéssel kapcsolatos hiedelmek (szükségesség és kétségek) illetve a pénzügyi nehézségek hogyan hatnak a nem megfelelő gyógyszereszedésre. A diagnózis óta eltelt idő moderálja ezeket a hatásokat: a pénzügyi teher erőteljesebb hatást mutat a betegség korai szakaszában, míg a szükségességbe vetett hit hatása pedig idővel gyengül. A gyógyszeres adherencia tehát időben dinamikusan változó folyamatként kerül értelmezésre, hangsúlyozva az idő-dimenzió figyelembevételét a személyre szabott terápia kialakítása során.

Kulcsszavak: gyógyszeres adherencia, egészségügyi marketing, fogyasztói timework, egészségmagatartás, betegviselkedés, PLS-SEM

Abstract

In this study, medication adherence among chronically ill patients is examined through the lens of consumer timework. Survey data from 500 multimorbid patients were analyzed using PLS-SEM to assess how psychological medication beliefs (necessity and concerns) and financial burden are associated with medication non-adherence. Time since diagnosis is a moderator of these relationships: financial burden is found to have a stronger effect in earlier stages, while the impact of necessity beliefs weakens over time. Medication adherence is conceptualized as a temporally dynamic process, highlighting the importance of time-sensitive, patient-tailored interventions.

Keywords: consumer timework, health-care marketing, health behaviour, patient behaviour, medication adherence, time since diagnosis, PLS-SEM