vinetur

GLP-1 दवाएँ लेने वालों के आसपास सामाजिक आदतें बदल रहे हैं ब्रिटेन के हर पाँच में से एक वयस्क : अध्ययन

शोध के मुताबिक, इन दवाओं का असर मरीजों से आगे तक पहुंच रहा है : उनके दोस्त कम शराब पी रहे हैं, कम खाना मंगा रहे हैं और खाने-पीने पर केंद्रित बाहर जाने के मौके घटा रहे हैं

सोमवार, 23 नवंबर 2026



बाजार अनुसंधान कंपनी Escalent के नए अध्ययन के मुताबिक, ब्रिटेन में बड़ी संख्या में वयस्क अपने पीने-खाने और सामाजिक मेलजोल के तौर-तरीके इसलिए बदल रहे हैं क्योंकि वे किसी ऐसे व्यक्ति को जानते हैं जो वजन घटाने के लिए GLP-1 दवा ले रहा है, जबकि उन्होंने खुद कभी ये दवाएँ नहीं ली हैं।

Escalent ने कहा कि इन लोगों को वह “इको कंज्यूमर” कहता है और ब्रिटेन में उनकी संख्या कुल वयस्क आबादी के पाँचवें हिस्से तक हो सकती है। अध्ययन में पाया गया कि ब्रिटेन में इनकी संख्या GLP-1 दवा लेने वालों से 2.2 गुना है। इससे संकेत मिलता है कि इन दवाओं का सामाजिक प्रभाव इन्हें लेने वाले लोगों से कहीं आगे तक पहुंच सकता है।

नतीजे शराब का सेवन घटने और खाने-पीने पर केंद्रित सामाजिक आयोजनों में कमी जैसे बदलावों की ओर इशारा करते हैं। ब्रिटेन के उन इको कंज्यूमर में, जिनके साझा आयोजनों में बदलाव आया है, 26% ने कहा कि वे खुद कम शराब पी रहे हैं और 17% ने बताया कि वे GLP-1 दवा लेने वाले अपने परिचित के साथ अब कम बार ड्रिंक के लिए बाहर जाते हैं। अन्य 7% ने कहा कि वे अब मेल-मिलाप के अवसरों पर अलग तरह के पेय लेकर आते हैं।

ये बदलाव शराब तक सीमित नहीं हैं। Escalent ने बताया कि सर्वेक्षण में शामिल 35% लोग GLP-1 दवा लेने वाले व्यक्ति के साथ बाहर खाना खाते समय कम खाना मंगाते हैं, जबकि 27% ऐसी गतिविधियां चुनते हैं जिनका केंद्र खाना-पीना नहीं होता। रिपोर्ट के मुताबिक, 36% लोग मेल-मिलाप के आयोजनों के लिए कम स्नैक्स और दावत की चीजें खरीदते हैं, 21% उन मौकों पर अलग तरह का खाना लेकर आते हैं और 24% दवाएँ लेने वाले अपने परिचितों के लिए अलग तरह के उपहार चुनते हैं।

यह अध्ययन ब्रिटेन के 1,602 और अमेरिका के 1,349 वयस्कों के सर्वेक्षण पर आधारित था। Escalent ने कहा कि यह रुझान उपभोक्ताओं के व्यवहार को बदलने में दोस्तों, सहकर्मियों और व्यापक सामाजिक दायरों के प्रभाव को दर्शाता है—यह केवल दवा लेने वाले लोगों पर दवाओं के सीधे असर तक सीमित नहीं है।

Escalent की यूरोप संबंधी प्रबंध निदेशक Melissa Bane ने कहा कि अब तक कारोबार जगत की प्रतिक्रिया का बड़ा हिस्सा GLP-1 दवा लेने वालों पर केंद्रित रहा है। लेकिन, उनके मुताबिक, यह नजरिया बहुत सीमित हो सकता है, अगर उनके सामाजिक समूह भी अपनी आदतें बदलने लगें—खासकर क्रिसमस के मौसम में, जब दावतों, शराब और उपहारों पर आम तौर पर खर्च बढ़ जाता है।

अगर दवाएँ लेने वालों से उनके आसपास के लोगों तक शराब की मांग में कमी फैलती है, तो इसका व्यापक असर पेय उद्योग पर पड़ सकता है। वाइन, बीयर और स्पिरिट बनाने वाली कंपनियों के साथ-साथ सुपरमार्केट, पब, बार और रेस्तरां के लिए जोखिम यह है कि खर्च में कमी अपेक्षाकृत छोटे मरीज समूह तक सीमित न रहे, बल्कि समूह में होने वाले आयोजनों, उपहारों की खरीदारी और बाहर बिताई जाने वाली शामों में भी दिखे।

यह रिपोर्ट इस बढ़ते प्रमाण में एक और कड़ी जोड़ती है कि GLP-1 दवाएँ खाने-पीने की चीजों की खपत को प्रभावित कर रही हैं। Harpers ने मार्च में बताया था कि दवाओं के इस्तेमाल का संबंध घर पर सेवन के लिए पेय खरीदने पर खर्च में 22% की गिरावट और दवा लेते समय बार, रेस्तरां तथा अन्य परिसर में सेवन वाले ठिकानों पर खर्च में 30% की गिरावट से पाया गया।

Escalent का नया शोध बताता है कि इस अप्रत्यक्ष प्रभाव पर भी अब उतना ही ध्यान देने की जरूरत हो सकती है। ये दवाएँ मरीजों के अपनी जरूरत के लिए खरीदारी करने के तरीके को ही नहीं बदल सकतीं, बल्कि यह भी प्रभावित कर सकती हैं कि उनके दोस्त और परिवारजन पार्टियों में क्या लेकर आते हैं, वे कितनी बार ड्रिंक के लिए मिलते हैं और किस तरह की सामाजिक गतिविधियां चुनते हैं।

Bane ने कहा कि क्रिसमस के आयोजनों से लंबे समय से जुड़ी कुछ चीजें—जिनमें चॉकलेट, शराब, उत्सवी उपहार-टोकरी और खाने के बाद परोसी जाने वाली मिंट की गोलियां शामिल हैं—उन लाखों लोगों के मेन्यू से हट सकती हैं जिन्होंने कभी ये दवाएँ नहीं ली हैं। उन्होंने कहा कि उपभोक्ता ब्रांडों, खुदरा विक्रेताओं और रेस्तरां को यह फिर से सोचना होगा कि वे भोग-विलास, उत्सव और साझा अनुभवों को लेकर बदलती अपेक्षाओं पर कैसे प्रतिक्रिया दें, क्योंकि ये बदलाव सामाजिक नेटवर्क के जरिए फैलकर खरीदारों के बड़े समूह को प्रभावित कर रहे हैं।