

## قياس سلوك المستهلك تجاه الأدوية. دراسة أستطلاعية تحليلية لآراء عينة من المستهلكين في بغداد.

جابر حميد حسين

منى تركي الموسوي

سعدون حمود جثير

مركز بحوث السوق وحماية المستهلك

كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة

جامعة بغداد

بغداد

### الخلاصة

يعد موضوع سلوك المستهلك تجاه الأدوية وتحليله ومعرفة أسبابه من المواضيع المهمة بالنسبة لشركات صناعة الأدوية وكذلك للأطباء والصيدالة وللمستهلك ذاته كونه يتعلق بحياة المواطن بشكل مباشر، لذلك حاول الباحثون تناول هذا الموضوع بدراسة استطلاعية تحليلية لآراء عينة مؤلفة من 315 مستهلكاً. وحاول البحث الحصول على إجاباتهم خلال استمارة صممت لهذا الغرض، إذ قسمت الاستمارة إلى خمسة محاور تحدثت عن القدرة الشرائية للمستهلك، الوعي الاستهلاكي والدوائي، توفير الأدوية، الرقابة على الأدوية والتشريعات الحكومية وأخيراً الأسئلة المتنوعة والمقترحات، وتضمن الجزء النظري مفهوم المستهلك وسلوكه الشرائي، والعوامل المؤثرة في سلوك المستهلك، ونظريات سلوك المستهلك، ومراحل عملية الشراء لدى المستهلك ودوافع الشراء لدى المستهلك. أما الجزء العملي فقد تناول تحليل الاستمارة المذكورة أعلاه باستخدام أسلوب التكرارات والنسب المئوية والتكرارات المتجمعة الصاعدة وقد توصل البحث إلى جملة استنتاجات كان من أهمها عدم تناسب أسعار الأدوية مع القدرة الشرائية للمستهلكين وقلة الوعي الصحي والدوائي لدى المستهلكين وضعف الرقابة الصحية الحكومية على الأدوية. كما أوصى البحث جملة من التوصيات كان أهمها ضرورة وجود دعم حكومي لأسعار الأدوية التي تباع في السوق ليتمكن كل المواطنين من شرائها، وضرورة إعادة النظر بالتشريعات القانونية التي تنظم عمل الصيدليات وكيفية تداول الأدوية، كذلك ضرورة انشاء قناة فضائية صحية تديرها وزارة الصحة لنشر الوعي الصحي والدوائي لدى المواطنين بالإضافة إلى ضرورة تفعيل الرقابة الحكومية على الأدوية الموجودة في السوق.

## المقدمة

يحتل موضوع سلوك المستهلك تجاه الأدوية أهمية كبيرة بالنسبة للمنظمات المنتجة للأدوية وكذلك للأطباء والصيادلة وللمستهلك ذاته بسبب حساسية الموضوع كونه يتعلق بحياة المواطن بشكل مباشر، فهي إذا مسألة موت أو حياة، لذلك حاول الباحثون تناول هذا الموضوع بدراسة استطلاعية تحليلية لآراء عينة مؤلفة من 315 مستهلكاً، وحاول البحث الحصول على إجاباتهم من خلال استمارة صممت لهذا الغرض، إذ قسمت الاستمارة إلى خمسة محاور تحدثت عن القدرة الشرائية للمستهلك، الوعي الاستهلاكي والدوائي، توفير الأدوية، الرقابة على الأدوية والتشريعات الحكومية والأسئلة المتنوعة والمقترحات، وتضمن الجزء النظري مفهوم المستهلك وسلوكه الشرائي، العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك، نظريات سلوك المستهلك، مراحل عملية الشراء لدى المستهلك ودوافع الشراء لدى المستهلك، أما الجزء العملي فكان قد تناول تحليل الاستثمارات الثلاث المذكورة أعلاه باستخدام أسلوب التكرارات والنسب المئوية والتكرارات المتجمعة الصاعدة وتوصل البحث إلى جملة من المؤشرات التي يمكن أن يؤسس عليها لإعادة النظر بالتشريعات والقوانين التي تنظم تداول الأدوية وكذلك تنظم عمل الصيدليات والعاملين فيها كذلك ممكن أن تشكل أساس لدراسات مستقبلية لاحقة تخص ذات الموضوع وعلى مستوى القطر ونتمنى إن يحضى هذا الجهد البسيط باهتمام القارئ واهتمام الجهات المسؤولة وان يساهم في حل ولو جزئي للمشكلة القائمة.

## أهمية البحث

بالنظر لأهمية وخطورة الأدوية في حياة المستهلك لذلك تحتل عملية التعامل معها من قبل المستهلك أهمية كبيرة، إذ لازال المواطن بحاجة إلى المزيد من الوعي والإرشاد حول كيفية التعامل مع الأدوية شراءً واستهلاكاً، ومسؤولية توفير الوعي الصحي ومسؤولية تضامنية إذ لا تؤدي من جهة واحدة بل يجب أن تتكاتف الجهود من أجل إرساء ثقافة سليمة لتعامل المواطن مع الأدوية. إن الوضع الاقتصادي والاجتماعي المتردي الذي يعيشه المواطن العراقي أدى إلى زيادة حجم الإرباك الحاصل في تعامل المستهلك مع الأدوية، الأمر الذي يزيد من أهمية تناول هذا الموضوع للوصول إلى السبل الكفيلة التي تضمن حسن التعامل مع الأدوية وتطوير واقع توفير الدواء للمستهلك بأقل جهد وأقل وقت وأقل كلفة وبأفضل جودة.

### أهداف البحث

- يعد هذا البحث من البحوث الاستطلاعية التحليلية، إذ يهدف لتحقيق ما يأتي:
1. عرض أطار مفاهيمي لسلوك المستهلك والعوامل المؤثرة فيه والنظريات التي تحكمه ودوار الشراء وسلوكيات المستهلك أثناء عملية الشراء.
  2. قياس آراء عينة من الصيادلة والأطباء والمستهلكين في بغداد بخصوص السلوك الشرائي والاستهلاكي للمواطن تجاه الأدوية.
  3. تحديد الأنماط الشرائية والاستهلاكية للمستهلك تجاه الأدوية ومحاولة التعرف على أسبابها بهدف تقويمها وإيجاد قواعد علمية لإرساء ثقافة سليمة لكيفية التعامل مع الأدوية من قبل المستهلك.
  4. تحديد الأعباء والمسؤوليات التي تقع على الجهات الرسمية وغير الرسمية والتي تهدف إلى إرساء قواعد السلوك السليم للتعامل مع الأدوية من قبل المستهلك.

### مشكلة البحث

أن الواقع الأمني والاجتماعي والاقتصادي والقانوني الذي يعيشه مجتمعنا العراقي بصورة عامة ومجتمع مدينة بغداد بصورة خاصة ألقى بضلاله على كل جوانب الحياة ومن ضمنها الوضع الصحي للمواطنين، الأمر الذي أدى إلى تدني الخدمات الصحية التي تقدم للمجتمع ومستلزماتها، وبالتالي بات واضحاً وجود قصور في عمليات توفير الدواء للمواطن وأرباك في توزيعه ناجمين عن سوء إدارة الدواء من قبل الجهات العامة المتمثلة بالجهات الصحية والقانونية وكذلك الجهات الخاصة المتمثلة بالصيدليات الأهلية، وانعكس ذلك في سوء تعامل المستهلك مع الأدوية، مما أدى إلى زيادة نسب الإصابات والوفيات، وحالات التسمم، ويمكن تلخيص الجوانب الفكرية لمشكلة البحث من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ما مفهوم سلوك المستهلك ؟
- ما مفهوم رضا المستهلك ؟
- ما أنواع السلوك الشرائي للمستهلك ؟
- ما أدوار الشراء لدى المستهلك ؟
- ما أهداف الشركة من عملية البيع للمستهلك ؟
- ما العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك ؟
- ما نظريات سلوك المستهلك ؟
- ما مراحل عملية الشراء لدى المستهلك ؟
- ما دوافع الشراء لدى المستهلك ؟

### فرضية البحث

يملك المستهلك العراقي وعياً صحياً جيداً يؤهله للتعامل بصورة صحيحة مع الأدوية.

### مصادر البحث

تم الحصول على بيانات الجزء النظري للبحث من المصادر المتوفرة في مكتبة كلية الإدارة والاقتصاد- جامعة بغداد ومكتبة (احمد الصقال) في بغداد، كذلك ما تم الحصول عليه من مقالات عن طريق شبكة الانترنت، أما بيانات الجزء العملي من البحث فقد تم الحصول عليها عن طريق استمارة استبانة صممت لهذا الغرض من قبل الباحثين والمبينة في (الملحق 1).

**مفهوم المستهلك وسلوكه الشرائي:**

يصنف الزبائن إلى نوعين (4):

**1. المستهلك الصناعي:** وهو الشخص الذي يشتري المنتج بهدف تحقيق واحد أو أكثر من الأغراض الآتية:

أ- إعادة بيعه ثانية. ب- إدخاله في صناعة أخرى. ج- تسهيل عمل المنظمة.  
**2. المستهلك الاخير:** وهو الشخص الذي يشتري المنتج لغرض استهلاكه بشكل مباشر لغرض اشباع حاجاته ورغباته المادية والنفسية او حاجات ورغبات افراد عائلته.

ولذلك فان المنظمات التسويقية والصناعية وضعت نصب اهتمامها ضرورة معرفة حاجات ورغبات المستهلك ورائه واقتراحاته فيما يتعلق بالبضائع التي يستخدمها باتجاه تحقيق افضل اشباع له، ولم تكتفي المنظمات التسويقية خصوصاً عند هذا الحد بل ذهب البعض منها الى ابعاد من ذلك عندما تناولت دراستها لنفسية المستهلك وسلوكه اخذة في ذلك مختلف الظروف التي تحيط به من حيث العمر، الدخل، الجنس، الزمان، المكان ..... الخ، إذ إن من الطبيعي ان تختلف رغبة المستهلك في الشراء عن الاخر باختلاف البضاعة عن الأخرى وباختلاف العوامل التي تمت الإشارة إليها، اذ أصبح من الواجب على المنظمات في ان تقوم بدراسة المستهلك والدوافع والعادات التي تحركه باتجاه التعامل مع البضاعة والأسواق، ان رامت البقاء والاستمرار في عملها (2).

لذلك فان دراسة المستهلك وسلوكه أمر اساسي لكسب رضاه، وان نقطة البدء لفهم سلوك المستهلك هو في تحديد المؤثرات القائمة حالياً أو مستقبلاً والتي من شأنها ان تدفع او توجه قرار الشراء، وبطبيعة الحال فان هذا الامر بعموميته على المستهلك لا يختلف من حيث الجوهر بخصوصيته عن المرضى او الافراد الذين يتعاملون مع المنظمات الصحية المختلفة والمؤشرة بالمستشفيات (1).

فالمستهلك (المريض) هو الطرف النهائي الذي يكون بتماس مباشر مع السلعة او الخدمة المقدمة من قبل المنتج سواء كان مصنع او مستشفى وان كان لقرار التعامل الذي يعبر عن السلوك الشرائي والمرهون بعوامل موقفية عدة (12):

#### 1. المحيط المادي Physical surrounding:

يتأثر المحيط المادي للمستشفى بالموقع، الأصوات والضوضاء، الرائحة، الضوء وغيرها من المتغيرات البيئية التي تؤثر في قرار المريض في شراء الخدمة الصحية من هذا المكان او غيره وبالتالي شراء الدواء، لذلك فان المستشفى تحاول جاهدة ان توفر بيئة خاصة من شأنها تسهيل وتشجيع المستهلكين على شراء الخدمة الصحية والأقدام عليها بما متحقق من ملموسية واضحة في تقديمها.

#### 2. المحيط الاجتماعي Social surrounding:

تتمثل بالخصائص والتفاعلات التي يبديها الأصدقاء، الأقارب، الملاك الطبي في لحظة الأقدام على شراء الخدمة الصحية والتي ينجم عنها شراء الدواء مما قد يؤثر سلباً او ايجاباً في السلوك الشرائي المتحقق.

#### 3. البعد الزمني Time dimension:

يؤثر بشكل كبير في قرار الشراء والسلوك الشرائي للمستهلك، حيث ان مقدار الوقت المتاح للتعرف على المنتج او الخدمة الصحية المقدمة للمرضى عامل مهم في تحقيق المعرفة الكافية عن تلك الخدمة، كما ان توقيت تقديم الخدمة فيما اذا كانت صباحاً او مساءً ، او خلال احد ايام الاسبوع او في نهاية الاسبوع .....الخ لها اثر كبير في قرار المريض لشراء الخدمة الصحية من عدمه وبالتالي في قرار شراء الدواء من عدمه.

#### 4. سبب الشراء Purchase reason:

يختلف سبب الشراء للسلعة عما هو عليه للخدمات الصحية وما يتبعها من شراء الادوية، اذ ان الأول قد يكون لإشباع حاجة شخصية أو لأفراد العائلة او غيرهم، بينما الثاني يكون في الغالب للشخص ذاته او للشخص المسؤول عنه، وبالتالي فان سبب الشراء للحالة الثانية يكون واجب لأنه يتعلق بحالة صحية تستوجب المعالجة واتخاذ القرار المناسب للتعامل معها، بينما تكون الحالة الأخرى قابلة للتأجيل او البحث عنها في مكان اخر على الرغم من أهميتها، وعليه يمكن القول بان السلوك الشرائي للخدمة الطبية يكون سبباً واجباً الى حد كبير لدى المرضى او لعوائلهم.

#### 5. مزاج المريض Patient's momentary:

يتعرض المريض الى حالات القلق، الغضب، الخوف، الاجهاد، الرضا....الخ وجميع هذه الحالات من شأنها ان تؤثر على رغبة المريض في استقبال المعلومة الصحية او البحث عنها او تقييمها بالشكل الصحيح والدقيق وبالتالي تاتيها على السلوك الشرائي واتخاذها لقرار الشراء.

### أنواع السلوك الشرائي للمستهلك:

لقد صنف Ansof السلوك الشرائي الى أربعة انواع تبعاً لدرجة التضحية التي يقدمها المستهلك ودرجة الفروقات بين العلامات التجارية المعروضة في السوق (5):

#### 1. السلوك الشرائي المعقد:

يدخل المستهلك في سلوك شرائي معقد عندما يكون مشترك لدرجة عالية في شراء منتج ما، ويعي الاختلافات البارزة وسط العلامات التجارية المعروضة، وهذا عادةً هو الحال عندما تكون السلعة غالية الثمن ولا يتم شرائها باستمرار وان قرار الشراء محفوف بالمخاطر وتعبير عن الذات بدرجة عالية، ولا يعرف المشتري الكثير عن صنف المنتج ويتوجب عليه معرفة الكثير عنه.

#### 2. السلوك الشرائي القابل للتنافر:

في بعض الاحيان يكون المستهلك مشتركاً بدرجة عالية في شرائها ولكنه يرى القليل من الاختلافات في العلامات التجارية المعروضة، ان الاشتراك العال معتمد على حقيقة مفادها ان الشراء هو مكلف وغير متكرر وخطر، وفي هذه الحالة فان المستهلك سينجح في معرفة ما يتوفر ولكنه سيشتري بسرعة نسبياً ، وقد تكون الاستجابة اساساً لسعر جيد او لملائمة الشراء، وبعد قرار الشراء قد يمر المستهلك ببعض التناقض او التنافر الذي ينجم عن ملاحظة خواص مزعجة للسلعة التي اشتراها او سماع أخبار ايجابية عن سلعة مماثلة اخرى، وسيكون المستهلك متيقضاً للمعلومات التي تبرر قراره الشرائي.

#### 3. السلوك الشرائي المعتاد:

يتم الشراء في حالة غياب الفروقات البارزة بين العلامات التجارية المعروضة كشراء السلع النمطية مثل ملح الطعام.

#### 4. السلوك الشرائي الباحث عن التنوع:

تتميز بعض حالات الشراء باختلافات بارزة في العلامات التجارية المعروضة في السوق، وهنا غالباً ما يقوم المستهلك بالكثير من المبادلة او التحول من علامة تجارية الى أخرى لأسباب وعوامل عدة بعضها تعود له شخصياً والبعض الآخر يعود للبيئة المحيطة به او للمنتجات والعلامات التجارية المعروضة في السوق.

#### أدوار الشراء :

حدد Baker الادوار التي يمكن ان يلعبها الأشخاص في قرار الشراء بخمسة أدوار (5):

1. المبادر: هو الشخص الذي يقترح أولاً فكرة شراء سلعة او خدمة ما.
2. المؤثر: هو الشخص الذي تؤثر وجهة نظره او نصيحته في القرار.
3. المقرر: هو الشخص الذي يقرر حول اي جزء من قرار الشراء فيما اذا سيتم الشراء ومتى ولماذا وكيف؟
4. المشتري: هو الشخص الذي يقوم فعلاً بالشراء.
5. المستخدم: هو الشخص الذي يستهلك او يستخدم السلعة او الخدمة.

#### أهداف الشركة من عملية البيع للمستهلك:

فضلا عن تحقيق مستوى عال من المبيعات والارباح فان معظم الشركات وفي ظل الوضع التنافسي الحالي الذي تشهده الاسواق العالمية تهدف الى تحقيق رضا المستهلك وزيادة القيمة المحولة له، ورضا المستهلك يعني تطابق الاداء مع التوقع او تفوقه فاذا ما حصل ان المستهلك اشترى منتجاً ما وكان يتوقع انه يحقق له شيئاً معيناً كونه يمتلك خصائص جودة عالية وبعد الشراء يكون المستهلك امام ثلاث حالات خاضعة للمقارنة:

1. ان يكون اداء المنتج الذي اشتراه اعلى مما توقع وفي هذه الحالة يتحقق اعلى مستويات الرضا وقد عبر عنه البعض بعنصر المفاجأة السارة (المبهجات).
2. ان يتطابق المنتج المشتري مع التوقع وهذا سيحقق رضا المستهلك وهو المطلوب.
3. ان تكون خصائص اداء المنتج المشتري اقل من التوقع وفي هذه الحالة سيكون المستهلك غير راض عن المنتج.

ومن الجدير بالإشارة هنا إلى أن عملية الاحتفاظ بالزبون هي أصعب بكثير من عملية جذب الزبون لأول مرة بسبب التنافس الشديد في السوق وقد حددت كلفة الاحتفاظ بالزبون بستة أضعاف كلفة جذبه، الأمر الذي يدعو المنظمات إلى تبني برامج تسويقية متطورة ومتجددة ومتنوعة باستمرار.

### العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك:

يتأثر السلوك الشرائي للمستهلك بأربع مجاميع من العوامل هي الآتي:

#### 1. العوامل الثقافية:

تمتلك العوامل الثقافية تأثيراً واسعاً على السلوك الشرائي للمستهلك وان الأدوار التي تلعبها ثقافة المشتري وثقافته الفرعية وطبقته الاجتماعية هي ذات أهمية عالية في التأثير في قرار الشراء وكما يتضح في أدناه:

##### أ- الثقافة:

تعبر عن القيم والمعتقدات والادراكات والتفضيلات والسلوكيات التي يمتلكها الشخص والتي ورثها عن عائلته او اكتسبها من محيطه، وهي ذات تأثير كبير في قراراته الشرائية.

##### ب- الثقافة الفرعية:

وهي الثقافة المشتقة من ثقافة أوسع واشمل، وهي أيضاً ممكن ان تتفرع الى ثقافات فرعية أخرى تقدم تعريفاً واشتراكاً أكثر تحديداً لأعضائها وتتضمن الثقافات الفرعية، القوميات، الأديان، المجموعات العرقية والأقاليم الجغرافية.

ج- الطبقة الاجتماعية: في كل مجتمع بالعالم توجد طبقات اجتماعية متفاوتة، وكل طبقة تمتلك خصائص يشترك فيها أعضائها وينعكس ذلك على تشابه سلوكهم وبضمنه السلوك الشرائي.

#### 2. العوامل الاجتماعية:

لها اثراً كبيراً في سلوك الشراء لدى المستهلك وتتضمن جملة من العوامل الفرعية:

##### أ- الجماعات المرجعية:

ينتمي كل فرد الى جماعة مرجعية كالأسرة، الأصدقاء، جماعات العمل، أصدقاء الدراسة... الخ اذ يكون تأثير هذه الجماعات كبيراً في سلوك الشخص الذي ينتمي اليها.

##### ب- العائلة:

تعد المجموعة الأولى التي يتصل بها الفرد وبشكل مستمر ايضاً ، وهذا يعني ان التأثير متبادل بين الفرد وعائلته وبالتالي سينعكس ذلك على قرارات الشراء.

##### ج- الدور والمكانة:

الأدوار التي يمارسها الفرد في حياته والمناصب التي يتقلدها لها الأثر الكبير في تاطير قراراته الشرائية لتتماشى تلك القرارات مع طبيعة الدور الذي يمارسه او المنصب الذي يتقلده.



### 3. العوامل الشخصية:

يتأثر القرار الشرائي بالخصائص التي يمتلكها الشخص كالعمر والوظيفة ونمط الحياة والشخصية والحالة الصحية وغيرها.

### 4. العوامل النفسية:

تتضمن جملة من العوامل التي تؤثر في السلوك الشرائي للمستهلك وكما مبين في ادناه:

#### أ- منظومة الحوافز والدوافع والحاجات:

تعرف الحوافز بأنها قوى خارجية تؤثر في سلوك المستهلك وتدفعه باتجاهات معينة، اما الدوافع فتعرف بأنها قوى داخلية تتأثر بالحوافز والمؤثرات الخارجية وتدفع السلوك باتجاهات معينة لتحقيق إشباع لحاجات الفرد التي عرفت هي الأخرى على انها حالة من النقص والعوز مصحوبة بنوبات قلق واضطراب لا تلبث ان تزول بزوال العامل المؤثر.

#### ب- الانتباه والإدراك:

يعد الاثنان عمليتان عقليتان مؤثرتان في سلوك المستهلك، اذ تؤثر مدركات الشخص الذي يمتلكها في انتباهه للظواهر التي يصادفها في حياته اليومية لكن يعد الانتباه خطوة اولى من ثلاث مراحل تمر بها عملية الإدراك التي تتضمن كذلك التحليل ومن ثم الاستنتاج.

#### ج- التعلم:

الفرد بطبيعته يتعلم من محيطه فهو يتعلم من العائلة ومن المدرسة ومن الأصدقاء وجماعات العمل ، ويمكن القول ان التجارب الحياتية لها دورها الفعال في زيادة تعلم الفرد وهذا بالتأكيد سيؤثر في السلوك الشرائي للمستهلك.

#### د- المعتقدات والاتجاهات:

للمعتقد والانتماء الديني والعنقي اثره في السلوك الشرائي للمستهلك فمواقف المستهلك تجاه اي قضية تتأثر بهذه العوامل كثيراً .

### نظريات سلوك المستهلك:

وصف عقل الزبون بأنه يمثل صندوقاً اسوداً لصعوبة فهم ما يدور فيه ولكن مع ذلك طرحت بعض النظريات أفكاراً في محاولة لتفسير بعض جوانب سلوك المستهلك ومنها:

#### 1. النظرية الاقتصادية:

تعد اولى النظريات في تفسير سلوك المستهلك وكانت أفكارها مستوحاة من أفكار عالم الاقتصاد (Adam Smith) وقد ايد هذه الأفكار من بعده العالم (Alfred Marshall).

وتقوم هذه النظرية على اساس نظرية المنفعة الحدية اذ ان الفرد في سلوكه يسعى الى تعظيم منفعته من خلال اعتماد النقود كمعيار لقياس درجة الرغبة والإشباع المتحقق من السلعة وقد أكدت النظرية على جملة من الافتراضات من أهمها:

أ- ان المستهلك يسعى دائماً الى تعظيم منفعته وإشباع حاجاته من خلال اقل ما يمكن دفعه من النقود.

ب- لديه معلومات متكاملة عن البدائل المتاحة من البضاعة التي يرغب بإشباع حاجته منها.

ج- ان سلوكه الاستهلاكي دائماً رشيد وعقلاني.

ولكن وجهت لهذه النظرية جملة من الانتقادات:

أ- انها خلّت من دراسة العناصر السايكولوجية والفسولوجية التي من شأنها ان تؤثر في سلوك المستهلك.

ب- ليس بالضرورة ان يلم المستهلك بالمعلومات الكاملة عن السوق في ظل تنوع وتعدد الأصناف.

ج- ليس دائماً التصرف الاستهلاكي للمستهلك رشيد وعقلاني فقد يشتري سلعة ما بدافع المباهاة او التقليد ودون الحاجة الحقيقية لها.

د- يكون من الصعب قياس مدى الإشباع المتحقق من البضاعة لدى الفرد لأنها تختلف من شخص لأخر، ومن وقت لأخر ومن مكان لأخر لدى نفس الشخص.

## 2. النظريات السايكولوجية (النفسية):

تقوم هذه النظريات على أساس دراسة العناصر السايكولوجية والفسولوجية في الفرد وما يخلقه من تأثير في سلوكه الشرائي وقد وضعت نماذج عدة في توضيح هذه النظريات ومنها:

### أ- النموذج الاجتماعي لفيلن Veblen:

يرى فيلن ان الإنسان بطبعه يعيش ويعمل على وفق قواعد سلوك عامة تحددها له البيئة الثقافية العامة، ثم البيئات الخاصة والمجموعات التي يحتك بها، وان حاجاته ورغباته وسلوكه تجاه إشباعها يتأثر بقيم هذه الجماعات التي ينتمي اليها.

ومن اشهر الأمثلة التي قدمها Veblen وصفه للطبقة المترفة وشرحه لعاداتها الاستهلاكية، اذ توصل الى ان اغلب عمليات الشراء التي يقوم بها أعضاء تلك الطبقة ليس ورائها حاجات حقيقية تدفعها، ولكن لمجرد تحقيق المظهرية والتفوق او التميز الاجتماعي، وان الهدف الحقيقي لهذا التباهي بالاستهلاك في الكم والكيف وان الطبقات الأخرى تسعى لتقليدها (7)، ومن الأمثلة على ذلك إقامة حفلات لمختلف المناسبات بهدف التميز عن الباقين، ولكن ما يمكن توجيهه من نقد الى هذه النظرية

بان الافراد عموماً ليس بالضرورة ان تكون سلوكياتهم تقليداً للطبقات الاجتماعية الأخرى الأعلى دخلاً لان الفرد أصبح اليوم على مستوى أعلى من النضج والمعرفة.

#### ب- النموذج التعليمي لبافلوف Pavlov:

تقوم هذه النظرية على أساس أن الفرد أو الحيوان يمكنه التعلم من خلال اعتياده على سلوك وعوامل معينة فتصبح بذلك عادةً له يستمر عليها، فقد وجد Pavlov بعد سلسلة من التجارب على الكلاب ان هناك ترابطاً وثيقاً بين التدريب وبين درجة الاستجابة، فقد كان Pavlov يستخدم جرساً يقرعه للكلب قبل ان يقدم له الطعام بصفة متكررة، اذ ارتبط في ذهن الكلب الجرس بالطعام فكان لعابه يسيل بمجرد سماعه صوت الجرس (2).

وهذا النموذج يمكن الاستفادة منه من قبل مندوبي التسويق وذلك خصوصاً بالنسبة للشركات التي تدخل حديثاً الى السوق وتجد هناك منافسة شديدة لبضائعها من قبل شركات أخرى، لذلك يمكن الاعتماد على أساس طرح النماذج المجانية للمستهلكين بهدف تكوين فكرة مناسبة عن المنتج، ومن ثم تعويدهم على شراؤه مستقبلاً وبمرور الوقت يمكن رفع السعر اذ لا يستطيع المستهلك الاستغناء عن البضاعة لتعوده عليها.

#### ج- النموذج النفسي لفرويد Freud:

قامت نظرية فرويد على أساس دراسة نفسية الفرد وانعكاسات ذلك في سلوكه، اذ يبين بان هناك ثلاثة اجزاء لنفسية الإنسان هي الآتي:

1. **اللاشعور أو العقل الباطن:** ويقصد به ذلك الجزء الذي يخزن فيه الفرد دوافعه القوية الملحة، أي المشاعر الحقيقية لرغباته وحاجاته.

2. **الذات أو الانا:** وهو المركز الواعي المخطط للتنفيس عن انفعالاته الداخلية.

3. **الذات العليا أو الشعور الظاهر:** ويقصد به ذلك الجزء الذي تترتب به الغرائز في صورة مقبولة

اجتماعياً لتجنب الشعور بالألم أو الخجل أو الندم، وما يفيدنا من هذا الأمر والعرض لنظرية

فرويد ان المستهلك لا يعبر عن شعوره الحقيقي في عملية الشراء بل هناك مشاعر داخلية يحاول

ان يحققها بسلوك ظاهري.

### مراحل عملية الشراء لدى المستهلك:

تبحث الشركات الذكية عن الزبائن الذين سيشترون منتجها لأول مرة، اذ يتم توجيه أسئلة للمستهلك حول رأيه بالعلامة التجارية وخصائص المنتج وكذلك اسئلة عن معتقداته واتجاهاته وميوله وكذلك اسئلة حول درجة قناعته بالمنتج وما هي التحسينات التي يمكن ان تجرى على المنتج، ومن خلال التجارب التي مرت بها الشركات عبر التاريخ الطويل للتعامل مع المستهلكين يمكن تحديد المراحل التي تمر بها عملية الشراء لدى المستهلكين بخمس مراحل هي كالآتي:

#### 1. أدراك وتحديد المشكلة:

تبدأ عملية الشراء بوجود حاجة لدى المستهلك تحتاج الى إشباع، أي ان هناك خلل وعوز مصحوب باضطراب وقلق ولا بد من التحديد الدقيق لهذه الحاجة بغية البحث عن وسائل إشباعها فالمرضى عندما يتعرض الى وعكة صحية تبدأ لديه الحاجة الى مراجعة الطبيب وبالتالي الحاجة الى شراء دواء لمعالجة تلك الوعكة .

#### 2. البحث عن البيانات:

بهدف التحديد الدقيق للمشكلة يحتاج المستهلك الى البحث عن البيانات وتحليلها وقد يكون ذلك بمساعدة الآخرين لتحويلها الى معلومات تكون نافعة لاتخاذ القرار المناسب لحل المشكلة ، فعندما يمرض الشخص يراجع الطبيب والذي بدوره يجري الفحص الأولي ويستفسر من المريض حول أسباب الوعكة وي طرح عليه اسئلة مختلفة تدور حول الموضوع لتكوين قاعدة بيانات ينطلق منها لمساعدة المريض من خلال وصف العلاج المناسب لحالته المرضية .

#### 3. تقييم البدائل:

عند الوصول لمعرفة سبب المشكلة تطرح بدائل عدة للمعالجة يتم تقييمها على وفق معايير متعددة كالجودة والكفاءة والفاعلية والسعر والوقت وغيرها، أذ ليس بالضرورة دائماً يتم تبني البديل الامثل لان ذلك قد يكون مكلف مالياً مثلاً، فالمرضى قد يشتري الدواء البديل في حالة كون الدواء الاصلي ذا كلفة عالية.

#### 4. قرار الشراء:

هو اختيار احد البدائل من بين مجموعة بدائل في ضوء المعايير التي تم ذكرها في النقطة 3 في أعلاه والتي تتعلق بعضها بظروف المشتري ذاته والبعض الآخر بظروف السلعة المشتراة والآخر بالظروف البيئية الأخرى المحيطة.

## 5. سلوك ما بعد الشراء :

يعبر عن ردود أفعال الزبون تجاه عملية الشراء الذي قام بها وهل هو راض عنها ام أنها كانت دون مستوى التوقع؟ وهنا ينبغي على الشركة ان تهتم بهذا السلوك لأنه يمثل تغذية عكسية يمكن الاستفادة منها مستقبلاً في التطوير والتحسين للمنتج .

## دوافع الشراء لدى المستهلك:

كما وضعنا في فقرة سابقة ان الدوافع تمثل قوى داخلية تدفع السلوك باتجاهات معينة ، وقد صنفت دوافع المستهلك تصنيفات عدة بحسب زاوية النظر اليها وكالاتي:

### 1. دوافع الشراء الاولى والانتقائية:

هي الدوافع التي توجه سلوك المستهلك لشراء سلعة دون أخرى في ضوء تجاربه السابقة كتفضيله شراء الدواء (A) على الدواء (B) كونه قد جرب الأول سابقاً وكان قد أعطى نتائجاً ايجابية من وجهة نظره.

### 2. دوافع الشراء العاطفية والعقلية:

الدوافع العاطفية هي التي تدفع بالمستهلك الى شراء منتج ما قد لا يكون بحاجة حقيقية له بل بسبب حاجة نفسية أو بسبب التقليد أو المباهاة. اما الدوافع العقلية فهي التي تدفع المستهلك لشراء منتج ما بعد دراسة متأنية لجوانب الحاجة الحقيقية والكلفة .

وعادةً ما يؤثر عمر الإنسان وظروفه وسعر المنتج وعوامل البيئة الأخرى في مدى نشاط اي من هذين المجموعتين من الدوافع (13).

### 3. الدوافع النفسية والاجتماعية:

يحصل ان يشتري المستهلك احياناً منتجاً معيناً يعتقد انه يحسن من مكانته الاجتماعية بين زملائه وقد يشبع حاجة نفسية بداخله، كشراء الموظف لبدله جديدة قد يكون ثمنها غال جداً أو من محلات معروفة.

### 4. دوافع المعاملة:

تكرار التعامل مع متجر واحد قد يوطد العلاقة بين البائع والمشتري، وهذا يجعل من المشتري زبوناً دائماً للمتجر على الرغم من وجود متاجر قريبة تباع البضاعة، الا ان التعامل الحسن والعلاقة الطيبة تجعل المشتري يقطع مسافة أطول لزيارة ذلك المتجر.

**وصف عينة البحث:**

اختار البحث عينة عشوائية لوجود درجة عالية من التجانس بين مفردات عينة البحث والجدول 1 يوضح وصف تفصيلي لعينة البحث، وقد تبين أن نسبة 17.1% من المستهلكين مصابين بأمراض مزمنة وأن 82.9% من المستهلكين لا يعانون من الأمراض المزمنة، وقد شملت الإصابات بالأمراض المزمنة أمراض السرطان، ضغط الدم، الحساسية، القرحة، السكري، التهاب المفاصل، الصداع النصفي، التهاب القولون، الغدة الدرقية وفقر الدم الوراثي.

**عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية**

تضمنت الاستبانة الخاصة بالمستهلكين 37 سؤالاً توزعت على خمسة محاور، اختص المحور الأول بالقدرة الشرائية للمستهلك اذ ضم خمسة أسئلة كانت نتائجها كالآتي:

اذ أجاب 37 مستهلكاً أي ما يعادل 18.1% من العينة بنعم على السؤال الذي يشير إلى ان الأدوية تتناسب مع مستوى الدخل الشهري للمستهلك ، في حين أجاب 131 مستهلكاً بكلا أي ما يعادل 41.6% من العينة، بينما أجاب 123 مستهلكاً أي ما يشكل 39% من العينة بأنه يتناسب احياناً مع دخلهم الشهري والتزم 4 مستهلكين الحياد تجاه السؤال والذين يشكلون 1.3% من العينة.

وقد أجاب 130 مستهلكاً أي ما يساوي 41.3% من العينة بنعم على السؤال الذي يشير الى هل يضطر المستهلك الى شراء الادوية البديلة بسبب ارتفاع أسعار الأدوية الأصلية في حين اجاب 87 مستهلكاً أي ما يعادل 27.6% من لعينة بينما اجاب 88 مستهلكاً أي ما يشكل 27.9% من العينة بان اضطرار المستهلك يكون احياناً وليس على الدوام، والتزم 10 مستهلكين الحياد تجاه السؤال والذين يشكلون 3.2% من العينة.

بينما أجاب 145 مستهلكاً أي ما يعادل 46% من العينة بنعم على السؤال الذي يشير الى ان ارتفاع أسعار الدواء يقلل من عدد مرات مراجعة المستهلك للطبيب، في حين اجاب 100 مستهلكاً بكلا، أي ما يمثل 31.7% من العينة بينما أجاب 64 مستهلكاً والذين يشكلون 20.3% من العينة بان ارتفاع اسعار الدواء يؤدي احياناً الى التقليل من عدد مرات مراجعة المستهلك للطبيب ليكون اجمالي الملتزمين بمضمون العبارة 209 مستهلكاً والذين يشكلون 66.3% من العينة والتزم 6 من المستهلكين الحياد تجاه السؤال والذين يشكلون 1.9% من العينة.

وأجاب 121 مستهلكاً أي ما يساوي 38.4% من العينة بانه يلتزم تماماً بشراء جميع كمية الدواء المكتوبة في وصفة الطبيب، كما اعلن 98 مستهلكاً اي ما يعادل 31.1% من العينة التزامه بذلك، كذلك اكد 83 مستهلكاً والذين يشكلون 26.3% من العينة التزامهم نوعاً ما بمضمون العبارة

ليكون اجمالي ملتزمين بمضمون العبارة 302 مستهلكاً والذين يشكلون 95.8% من العينة، فيما اعلن 6 مستهلكين عدم التزامهم بالعبارة وهو ما يشكل 1.9% من العينة، كما اكد احد المستهلكين والذي يشكل 0.3% من العينة عدم التزامه على الإطلاق بمضمون العبارة ليكون اجمالي غير الملتزمين بمضمون العبارة 7 مستهلكين، اي ما يعادل 2.2% من العينة، والتزم 6 مستهلكين الحياد تجاه العبارة والذين يشكلون 1.9% من العينة.

وقد رأى 261 مستهلكاً والذين يشكلون 82.9% من العينة بان من المهم جداً وجود دعم حكومي لأسعار الأدوية ليتمكن جميع المواطنين من شرائها، في حين رأى 38 مستهلكاً والذين يمثلون 12.1% من العينة ان هذا الامر مهم، بينما رأى 8 مستهلكين آخرين والذين يشكلون 2.5% من العينة ان هذا الامر مهم نوعاً ما ليكون إجمالي عدد المستهلكين الذين أعطوا هذا الأمر أهمية 307 مستهلكاً والذين يشكلون 97.5% من العينة، بينما رأى 3 من المستهلكين والذين يمثلون 1% من العينة ان هذا الأمر غير مهم، ولاحظ اثنان آخران والذين يشكلون 0.6% من العينة ان هذا الامر غير مهم على الإطلاق ليكون إجمالي عدد المستهلكين الذين لم يعيروا أهمية لهذا الأمر 5 مستهلكين الذين يشكلون 1.6% من العينة، فيما التزم الحياد تجاه العبارة 3 من المستهلكين والذين يشكلون 1% من العينة.

#### واختص المحور الثاني بالوعي الاستهلاكي الدوائي وتضمن 18 سؤالاً وكانت نتائجها كالآتي:

اجاب 71 مستهلكاً والذين يمثلون 22.5% من العينة بأنهم يمتلكون وعياً صحياً ودوائياً كبيراً كما اجاب 132 مستهلكاً آخر أي ما يعادل 41.9% من العينة بأنهم يمتلكون وعياً صحياً ودوائياً، كذلك اجاب 101 مستهلكاً والذين يشكلون 32.1% من العينة بأنهم يمتلكون وعياً صحياً ودوائياً نوعاً ما ليكون إجمالي المستهلكين الذين يمتلكون وعياً صحياً ودوائياً 304 مستهلكاً والذين يشكلون 96.5% من العينة، في حين اجاب 6 مستهلكين الذين يشكلون 1.9% من العينة بعدم امتلاكهم للوعي الصحي والدوائي كذلك اجاب 2 من المستهلكين والذين يشكلون 0.6% من العينة بأنهم لا يمتلكون وعياً صحياً ودوائياً على الإطلاق وبذلك يكون إجمالي المستهلكين الذين لا يمتلكون وعياً صحياً ودوائياً 8 مستهلكين والذين يشكلون 2.5% من العينة، في حين التزم 3 من المستهلكين والذين يشكلون 1% من العينة الحياد تجاه العبارة.

واجاب 147 مستهلكاً والذين يمثلون 46.7% من العينة بانهم ملتزمون تماماً بتناول مقادير الدواء كما مقرر من قبل الطبيب، كما اجاب 110 مستهلكاً اخرأ والذين يمثلون 34.9% من العينة بانهم ملتزمون بذات الموضوع، كذلك اجاب 52 مستهلكاً والذين يشكلون 16.5% من العينة بانهم ملتزمون نوعاً ما يتناولون مقادير الدواء كما مقرر من قبل الطبيب ليكون إجمالي عدد المستهلكين الملتزمين بهذا الموضوع 309 مستهلكاً والذين يمثلون 98.1% من العينة.

في حين اكد 3 من المستهلكين عدم التزامه بتناول مقادير الدواء كما مقرر من قبل الطبيب والذين يشكلون 1% من العينة ، كذلك اكد ثلاثة آخرين عدم التزامهم بالموضوع على الإطلاق. وأجاب 113 مستهلكاً والذين يمثلون 35.9% من العينة بأنهم ملتزمون تماماً بتناول الدواء بمواعيد دقيقة وكما مقرر من قبل الطبيب، كما أجاب 118 مستهلكاً والذين يمثلون 37.5% من العينة بأنهم ملتزمون بذات الموضوع، كذلك أكد 67 مستهلكاً بأنه ملتزم نوعاً ما بذات الموضوع ليكون أجمالي الملتزمين بتناول الدواء بمواعيد دقيقة وكما مقرر من قبل الطبيب 298 مستهلكاً والذين يشكلون 94.6% من العينة، في حين أشار 9 من المستهلكين والذين يمثلون 2.9% من العينة انهم لا يلتزمون بتناول الدواء بمواعيد دقيقة وكمال مقرر من قبل الطبيب، كذلك أعلن 3 مستهلكين آخرين والذين يمثلون 1% من العينة انهم لا يلتزمون اطلاقاً بذات الموضوع.



جدول (1) وصف عينة البحث.

| متوسط<br>الدخل<br>الشهري<br>(دينار) | المهنة              |              |        |      | الفئات العمرية   |           |           |           | التحصيل الدراسي |           |         |        |          |     | الحالة الاجتماعية |      |      |       | الجنس |     |
|-------------------------------------|---------------------|--------------|--------|------|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------------|-----------|---------|--------|----------|-----|-------------------|------|------|-------|-------|-----|
|                                     | عاطل<br>عن<br>العمل | اعمال<br>حرة | متقاعد | موظف | 56<br>فما<br>فوق | -46<br>55 | -36<br>45 | -25<br>35 | عليا            | بكالوريوس | اعدادية | متوسطة | ابتدائية | امي | ارمل              | مطلق | اعزب | متزوج | انثى  | ذكر |
| 787500                              | 65                  | 24           | 10     | 216  | 17               | 39        | 84        | 175       | 42              | 180       | 52      | 29     | 6        | 6   | 10                | 8    | 125  | 172   | 181   | 134 |

ليكون أجمالي عدد غير ملتزمين بتناول الدواء بمواعيد دقيقة وكما مقرر من قبل الطبيب 12 مستهلكاً أي ما نسبته 3.9% من العينة، والتزم الحياذ تجاه الفكرة 5 من المستهلكين والذين يشكلون 1.6% من العينة.

وأجاب 59 مستهلكاً والذين يشكلون 18.7% من العينة بأنهم يلجأون دائماً الى قطع العلاج عند إحساسهم بتمائلهم بالشفاء، كما أكد 105 مستهلكا والذين يمثلون 33.3% من العينة انهم يلجأون غالبا الى قطع العلاج عند إحساسهم بتمائلهم بالشفاء، كذلك أشار 123 مستهلكا والذين يشكلون 39% من العينة بأنهم يلجأون الى قطع العلاج أحيانا عند إحساسهم بتمائلهم للشفاء وبذلك يكون عدد من المستهلكين الذين يلجأون الى قطع العلاج عند إحساسهم بتمائلهم للشفاء 287 مستهلكا الى ما يعادل 91.1% من العينة، في حين نفى 25 مستهلكا آخرين والذين يشكلون 7.9% من العينة ان يحدث مثل ذلك السلوك لديهم، والتزم 3 من المستهلكين الحياذ تجاه العبارة والذين يشكلون 1% من العينة.

واكد 17 مستهلكا والذين يمثلون 5.4% من العينة انهم يطلبون دائما من الطبيب المعالج تسجيل ادوية معينة يحتاجونها في الوصفة الطبية، كذلك أشار 51 مستهلكا اخرأ والذين يمثلون 61.2% من العينة انهم يمارسون ذات السلوك غالبا، في حين أكد 128 مستهلكا اخرأ والذين يشكلون 40.6% من العينة بأنهم كذلك يمارسون ذات السلوك ولكن أحيانا، ليكون اجمالي عدد الذين يطلبون من الطبيب المعالج تسجيل أدوية معينة يحتاجونها في الوصفة الطبية 196 مستهلكا أي ما نسبته 62.2% من العينة، فيما اكد 113 مستهلكا والذين يمثلون 35.9% من العينة بان هذا السلوك لا يحدث لديهم، والتزم الحياذ تجاه هذه الفكرة 6 مستهلكاً والذين يشكلون 1.9% من العينة.

وأجاب 24 مستهلكا والذين يمثلون 7.6% من العينة بأن الطبيب يلبي طلبهم دائما في تسجيل أدوية معينة يحتاجونها في الوصفة الطبية، كذلك أكد 63 مستهلكا والذين يشكلون 20% من العينة انهم يلقون نفس الاستجابة من قبل الأطباء ولكن ليست بصورة دائمة بل في اغلب الأحيان، فيما أكد 118 مستهلكا والذين يمثلون 37.5% من العينة انهم يتلقون ذات الاستجابة من قبل الاطباء ولكن أحيانا، ليكون اجمالي الذين يتلقون استجابة الاطباء في تسجيل بعض الأدوية التي يحتاجونها في الوصفة الطبية 205 مستهلكا أي ما يعادل 65.1% من العينة، فيما أكد 85 مستهلكا أي ما يشكل 27% من العينة انهم لا يتلقون استجابة من الاطباء حول ذات الموضوع، والتزم 25 مستهلكا والذين يشكلون 7.9% من العينة الحياذ تجاه ذات الفكرة.

وأجاب 37 مستهلكا أي ما يعادل 11.7% من العينة بأنهم يجدون صعوبة دائما في قراءة وفهم تأشيريات بعض الصيادلة على اغلفة الدواء لغرض استخدامه، كذلك أكد تلك الصعوبة ولكن غالباً 63 مستهلكا والذين يمثلون 20% من العينة، كما أكد تلك الصعوبة ولكن أحيانا 118 مستهلكا والذين

يشكلون 37.5% من العينة، ليكون إجمالي عدد المستهلكين الذين يجدون صعوبة في قراءة وفهم تأشيريات بعض الصيادلة على اغلفة الدواء لأغراض استخدامه 218 مستهلكاً والذين يمثلون 69.2% من العينة، في حين ذكر 85 مستهلكاً آخرى بأنهم لا يجدون صعوبة في فهم تلك التأشيريات والذين يشكلون 27% من العينة، والتزم 12 مستهلكاً آخرى والذين يمثلون 3.8% من العينة الحياد تجاه ذات الفكرة.

وأكد 261 مستهلكاً أي ما يعادل 82.9% من العينة ان أشارات الصيدلاني الواضحة على اغلفة الدواء تسهل عملية تناول الدواء بصورة صحيحة، بينما نفى 13 مستهلكاً آخرى والذين يشكلون 4.1% من العينة ان يكون لإشارات الصيدلاني الواضحة على اغلفة الدواء دور في تسهيل عملية تناول الدواء بصورة صحيحة، وأكد 31 مستهلكاً والذين يشكلون 9.8% من العينة ان تلك الإشارات تساعد احياناً في تسهيل تناول الدواء، في حين التزم 10 مستهلكين والذين يمثلون 3.2% من العينة الحياد تجاه الفكرة.

وأجاب 273 مستهلكاً أي ما يساوي 86.7% من العينة انه من الضروري جداً وجود بيانات كاملة على الغلاف الخارجي للعبوة كاسم الدواء ومكوناته واسم الشركة المصنعة وبلد المنشأ وشروط الحفظ، كما أكد 24 مستهلكاً أي ما يشكل 7.6% من العينة على ضرورة وجود تلك البيانات، وكذلك أكد 12 مستهلكاً أي ما يعادل 3.8% من العينة ان وجود تلك البيانات ضروري نوعاً ما ليكون إجمالي عدد المستهلكين الذين أكدوا على ضرورة وجود تلك البيانات 309 مستهلكاً والذين يشكلون 98.1% من العينة، في حين أكد 6 مستهلكين والذين يشكلون 1.9% من العينة ان وجود تلك البيانات غير ضروري.

وتباينت آراء عينة البحث بخصوص أي البيانات التي تهم المستهلكين، فقد أكد 61 مستهلكاً والذين يمثلون 19.4% من العينة بانه الذي يهمهم من البيانات اسم الدواء، بينما أكد 39 مستهلكاً والذين يشكلون 12.4% من العينة بن الذي يهمهم من البيانات مكونات الدواء، فيما أكد 7 مستهلكين والذين يمثلون 2.2% من العينة ان الذي يعينهم من البيانات اسم الشركة المصنعة، بينما أكد 9 مستهلكين والذين يمثلون 2.9% من العينة بأن الذي يعينهم من البيانات عنوان الشركة المصنعة، وقد ذكر 6 مستهلكين والذين يمثلون 1.9% من العينة ان الذي يهمهم من البيانات شروط الحفظ، فيما ذكر 28 مستهلكاً والذين يشكلون 8.9% من العينة ان الذي يعينهم من البيانات بلد المنشأ، بينما أكد 147 مستهلكاً والذين يشكلون 46.7% من العينة ان الذي يعينهم من البيانات تاريخ الصلاحية والنفاد. وأجاب 82 مستهلكاً والذين يمثلون 26% من العينة بنعم عندما سألوا هل سبق وان اوضح لك الطبيب الآثار الجانبية للدواء الموصوف لك، في حين اجاب 109 مستهلكاً أي ما يعادل 34.6%

من العينة بعدم قيام الطبيب بتوضيح تلك الآثار لهم، فيما أكد 109 مستهلكاً آخرين ان الطبيب احياناً يوضح لهم تلك الآثار وبذلك يكون اجمالي المستهلكين الذين أيدوا قيام الطبيب بتوضيح الآثار الجانبية للدواء الموصوف لهم 191 مستهلكاً، أي ما يشكل 60.6% من العينة، بينما التزم 15 مستهلكاً والذين يشكلون 4.8% من العينة الحياد تجاه الفكرة.

وأجاب 21 مستهلكاً والذين يشكلون 6.7% من العينة بأنهم راضين جداً عن البرامج الإعلامية التي تقوم بها وزارة الصحة لنشر الوعي الصحي وإشاعة الأساليب الصحيحة للتعامل مع الأدوية، كذلك كان 56 مستهلكاً والذين يمثلون 17.8% من العينة راضين عن تلك البرامج، كما أكد ان هناك 76 مستهلكاً والذين يشكلون 24.1% كانوا راضين نوعاً ما عن تلك البرامج ليكون اجمالي المستهلكين الراضين عن البرامج الإعلامية لوزارة الصحة 153 مستهلكاً والذين يشكلون 48.6% من العينة، فيما لم يكن راضي عن تلك البرامج 59 مستهلكاً والذين يمثلون 18.7% من العينة، كذلك لم يرضى على الاطلاق على تلك البرامج 82 مستهلكاً والذين يمثلون 26% من العينة ليكون اجمالي غير الراضين عن تلك البرامج 141 مستهلكاً والذين يمثلون 44.7%، بينما التزم الحياد تجاه العبارة 21 مستهلكاً والذين يمثلون 6.7% من العينة.

وقد أجاب 167 مستهلكاً والذين يشكلون 53% من العينة بنعم حول السؤال الذي يشير الى هل ان وجود الاشكال والصور على الغلاف الخارجي للدواء يسهل من فهمك لكيفية الاستخدام الصحيح له، بينما أجاب 39 مستهلكاً والذين يمثلون 12.4% من العينة بأن وجود تلك الاشكال والصور لا يسهل من فهم المستهلك للاستخدام الصحيح للدواء، فيما أكد 104 مستهلكاً والذين يشكلون 33% من العينة ان وجود تلك الاشكال والصور على غلاف الدواء يسهل احياناً من فهم المستهلك لكيفية الاستخدام الصحيح للدواء، وبذلك يكون اجمالي الذين يتفقون مع العبارة 271 مستهلكاً والذين يمثلون 86% من العينة، فيما التزم الحياد تجاه العبارة 5 مستهلكين والذين يشكلون 1.6% من العينة، وقد أجاب 52 مستهلكاً والذين يشكلون 16.5% من العينة بأنهم يلجأون دائماً إلى شراء الأدوية من الصيدليات دون استشارة الطبيب، وأكد 81 مستهلكاً والذين يمثلون 25.7% من العينة إنهم يلجأون غالباً إلى شراء الأدوية من الصيدليات دون استشارة الطبيب، بينما أكد 158 مستهلكاً والذين يشكلون 50.2% من العينة إنهم يلجأون أحياناً إلى شراء الأدوية من الصيدليات دون استشارة الطبيب، وبذلك يكون إجمالي عدد المستهلكين الذين يلجأون إلى شراء الأدوية من الصيدليات دون استشارة الطبيب 291 مستهلكاً والذين يشكلون 92.4% من العينة، بينما أكد 20 مستهلكاً والذين يشكلون 6.3% من العينة إنهم لا يشترون الأدوية دون استشارة الطبيب، بينما التزم 4 مستهلكين والذين يمثلون 1.3% من العينة الحياد تجاه العبارة.

وأجاب 164 مستهلكاً والذين يشكلون 52.1% من العينة بأنهم يقرأون التعليمات الموجودة داخل علب الدواء دائماً، كما أن 57 مستهلكاً والذين يمثلون 18.1% من العينة يقرأون التعليمات الموجودة داخل علب الدواء غالباً، بينما يقرأ أحياناً تلك التعليمات 64 مستهلكاً والذين يمثلون 20.3% من العينة ليكون إجمالي الذين يقرأون التعليمات الموجودة داخل علب الدواء 285 مستهلكاً والذين يمثلون 90.5% من العينة، بينما لا يقرأون تلك التعليمات 23 مستهلكاً والذين يشكلون 7.3% من العينة، والتزم 7 مستهلكين والذين يشكلون 2.2% من العينة الحياد تجاه العبارة.

وأجاب 55 مستهلكاً والذين يشكلون 17.5% من العينة بأن الطبيب دائماً يتأكد من مطابقة الدواء الذي يشتريه المريض مع الوصفة الطبية التي يسجلها الطبيب، فيما أكد 79 مستهلكاً والذين يمثلون 25.1% من العينة إن الطبيب يتأكد غالباً من الوصفة الطبية التي يسجلها للمريض.

فيما أكد 131 مستهلكاً والذين يمثلون 41.6% إن الطبيب يتأكد أحياناً من مطابقة الدواء مع الوصفة الطبية التي يسجلها للمريض، وبذلك يكون إجمالي المستهلكين الذين أجابوا بأن الطبيب يتأكد من مطابقة الدواء مع الوصفة الطبية التي يسجلها للمريض 265 مستهلكاً والذين يمثلون 84.1% من العينة، بينما أكد 41 مستهلكاً والذين يمثلون 13% من العينة بأن الطبيب لا يتأكد من مطابقة الدواء مع الوصفة الطبية التي يسجلها، وقد التزم الحياد تجاه العبارة 9 مستهلكين والذين يمثلون 2.9% من العينة.

وقد أجاب 43 مستهلكاً والذين يشكلون 13.7% بأنهم قد سبق وأن اشتروا أدوية من باعة الأرصفة في الأسواق، بينما أكد 260 مستهلكاً والذين يشكلون 82.5% من العينة بأنهم لم يسبق إن اشتروا أدوية من باعة الأرصفة في الأسواق، بينما التزم الصمت تجاه العبارة 12 مستهلكاً والذين يشكلون 3.8% من العينة.

وأجاب 17 مستهلكاً والذين يمثلون 5.4% من العينة بأنهم يستخدمون دائماً الأعشاب الطبية كوقاية أو علاج من الأمراض، وأكد 44 مستهلكاً والذين يمثلون 14% من العينة إنهم يستخدمون غالباً الأعشاب الطبية كوقاية أو علاج من الأمراض، كما أكد 168 مستهلكاً والذين يشكلون 53.3% من العينة بأنهم يستخدمون أحياناً الأعشاب الطبية كوقاية أو علاج من الأمراض، وبذلك يكون إجمالي المستهلكين الذين يستخدمون الأعشاب الطبية كوقاية أو علاج من الأمراض 229 مستهلكاً والذين يشكلون 72.7% من العينة، بينما أكد 80 مستهلكاً والذين يشكلون 25.4% من العينة بأنهم لا يستخدمون الأعشاب الطبية كوقاية أو علاج من الأمراض بينما التزم 6 مستهلكين والذين يمثلون 1.9% من العينة الحياد تجاه العبارة المذكورة.

وكان 32 مستهلكاً أي ما نسبته 10.2% من العينة مقتنعين جداً باستخدام الأعشاب الطبية كوقاية أو علاج من الأمراض، كما كان 105 مستهلكاً أي ما نسبته 33.3% من العينة مقتنعين باستخدام الأعشاب الطبية كوقاية أو علاج من الأمراض، كذلك فإن 133 مستهلكاً والذين يمثلون 42.2% من العينة كانوا مقتنعين نوعاً ما باستخدام الأعشاب الطبية كوقاية أو علاج من الأمراض وبذلك يكون إجمالي المستهلكين المقتنعين باستخدام الأعشاب الطبية كوقاية أو علاج من الأمراض 270 مستهلكاً والذين يمثلون 85.7% من العينة، بينما كان 25 مستهلكاً والذين يشكلون 7.9% من العينة غير مقتنعين بمضمون العبارة، كذلك هناك 10 مستهلكين والذين يشكلون 3.2% من العينة غير مقتنعين على الإطلاق بمضمون العبارة، فيما التزم الحياد تجاه العبارة 10 مستهلكين آخرين.

#### واختص المحور الثالث بتوفير الأدوية وتضمن ثلاثة أسئلة كانت نتائجها كالآتي:

أجاب 88 مستهلكاً أي ما نسبته 27.9% من العينة بأنهم يبذلون دائماً جهداً كبيراً في الحصول على جميع الأدوية التي يصفها الطبيب لحالتهم الصحية بسبب عدم توفر جميعها أو بعضها في الصيدلية الواحدة، كما أكد 84 مستهلكاً والذين يمثلون 26.7% من العينة بأنهم غالباً ما يبذلون جهداً كبيراً في الحصول على جميع الأدوية التي يصفها الطبيب لحالتهم الصحية بسبب عدم توفر جميعها أو بعضها في الصيدلة الواحدة، فيما أكد 120 مستهلكاً والذين يمثلون 38.1% من العينة بأنهم أحياناً يبذلون الجهد المذكور، ليكون إجمالي الذين يبذلون الجهد المذكور من المستهلكين 292 مستهلكاً والذين يشكلون 92.7% من العينة، بينما أكد 16 مستهلكاً والذين يمثلون 5.1% من العينة بأنهم لا يبذلون الجهد المذكور، والتزم الحياد تجاه هذه العبارة 7 من المستهلكين والذين يمثلون 2.2% من العينة.

وأجاب 264 مستهلكاً أي ما نسبته 83.8% من العينة بأنهم يفضلون إعادة العمل بنظام الصيدليات الخافرة وإعلانها بوسائل الإعلام يومياً لتسهيل حصولهم على الدواء طوال الوقت، ولم يؤيد إعادة العمل بهذا النظام 23 مستهلكاً والذين يشكلون 7.3% من العينة، في حين التزم الحياد تجاه العبارة 28 مستهلكاً والذين يمثلون 8.9% من العينة.

وأجاب 139 مستهلكاً والذين يمثلون 44.1% من العينة بأنهم يؤيدون فسخ المجال للقطاع الخاص بتوفير الأدوية، بينما لا يفضل 131 مستهلكاً أي ما نسبته 41.6% من العينة فسخ المجال للقطاع الخاص بتوفير الأدوية، في حين التزم الحياد تجاه العبارة 45 مستهلكاً والذين يمثلون 14.3% من العينة.

واختص المحور الرابع بالرقابة على الأدوية والتشريعات الحكومية وتضمن 8 أسئلة، إذ كانت نتائج إجابات العينة حولها كالآتي:

أجاب 20 مستهلكاً أي ما نسبته 6.3% من العينة بأنهم مطمئنين جداً إلى إن الأدوية المتوفرة في الصيدليات قد خضعت للرقابة من قبل وزارة الصحة، كذلك أكد 34 مستهلكاً والذين يشكلون 10.8% من العينة إنهم مطمئنين بأن الأدوية المتوفرة في الصيدليات قد خضعت للرقابة من قبل وزارة الصحة، كما أكد 104 مستهلكاً أي ما يعادل 33% من العينة بأنهم مطمئنين نوعاً ما لذات الموضوع ليكون إجمالي عدد المستهلكين المطمئنين لرقابة وزارة الصحة على الأدوية 158 مستهلكاً أي ما يعادل 50.1%، بينما كان 90 مستهلكاً أي ما يساوي 28.6% من العينة غير مطمئنين لرقابة وزارة الصحة على الأدوية الموجودة في الصيدليات، كذلك كان 58 مستهلكاً والذين يشكلون 18.4% من العينة غير مطمئنين على الإطلاق لرقابة وزارة الصحة على الأدوية الموجودة في الصيدليات، ليكون أجمالي غير المطمئنين لرقابة وزارة الصحة على الأدوية الموجودة في الصيدليات 148 مستهلكاً والذين يشكلون 47% من العينة، في حين التزم الحياد تجاه الفكرة 9 مستهلكين والذين يمثلون 2.9% من العينة.

وأجاب 40 مستهلكاً أي ما نسبة 12.7% من العينة بأنهم يحتاجون دائماً إلى وصفة طبية ليحصلوا على دوائهم من الصيدلية، وأكد 59 مستهلكاً والذين يشكلون 18.7% من العينة بأنهم يحتاجون غالباً إلى وصفة طبية ليحصلوا على دوائهم من الصيدلية، فيما أكد 158 مستهلكاً والذين يمثلون 50.2% من العينة بأنهم يحتاجون أحياناً إلى وصفة طبية ليحصلوا على دوائهم من الصيدلية ليكون أجمالي الذين أكدوا حاجتهم لوصفة طبية للحصول على الدواء من الصيدلية من المستهلكين 257 مستهلكاً والذين يشكلون 81.6% من العينة في حين أكد 55 مستهلكاً والذين يمثلون 17.5% من العينة بأنهم لا يحتاجون لوصفة طبية للحصول على الدواء من الصيدلية، والتزام الحياد تجاه العبارة 3 مستهلكين والذين يشكلون 1% من العينة.

وقد أكد 229 مستهلكاً والذين يمثلون 72.7% من العينة بأنه تتوفر دائماً صيدلية قريبة منهم عند حاجتهم للدواء، بينما أكد 78 مستهلكاً والذين يشكلون 24.8% من العينة بأنه لا تتوفر دائماً صيدلية قريبة منهم عند حاجتهم للدواء، بينما التزم الحياد تجاه العبارة 8 مستهلكين والذين يمثلون 2.5% من العينة.

وقد أكد 108 مستهلكاً والذين يشكلون 34.3% من العينة بأنهم يعتقدون أن العاملين في الصيدليات لديهم التأهيل الكافي لصرف الدواء، فيما أكد 144 مستهلكاً والذين يمثلون 45.7% من

العينة بأنهم لا يعتقدون أن العاملين في الصيدليات لديهم التأهيل الكافي لصرف الدواء، بينما التزم الحياض تجاه العبارة 63 مستهلكاً والذين يمثلون 20% من العينة.

وأجاب 67 مستهلكاً أي ما نسبة 21.3% من العينة بأنه دائماً يصرف الصيدلي جزء من الوصفة الطبية للمريض وحسب ما يتوفر لديه من أدوية، وأكد 106 مستهلكاً والذين يمثلون 33.7% من العينة بأن هذا الموضوع غالباً ما يحصل معهم، فيما أكد 127 مستهلكاً والذين يشكلون 40.3% من العينة بأنه يصرف الصيدلي أحياناً جزء من الوصفة الطبية وحسب ما متوفر لديه من أدوية ليكون أجمالي المتفقين مع العبارة 300 مستهلكاً والذين يمثلون 95.2% من العينة.

فيما نفى 9 مستهلكين والذين يشكلون 2.9% من العينة قيام الصيادلة بصرف جزء من الوصفة الطبية وحسب ما متوفر لديهم من أدوية، فيما التزم الحياض تجاه العبارة 6 من المستهلكين والذين يمثلون 1.9% من العينة.

ورأى 213 مستهلكاً أي ما نسبة 67.6% من العينة بأنه من الضروري جداً أن تحوي علب الدواء المصروفة من الصيدليات على ورقة تعليمات مكتوبة باللغة العربية، فيما رأى 67 مستهلكاً والذين يشكلون 21.3% من العينة بأن وجود ورقة التعليمات المكتوبة باللغة العربية ضروري في علب الدواء، ورأى 24 مستهلكاً والذين يشكلون 7.6% من العينة أن وجود تلك الورقة ضروري نوعاً ما، ليكون أجمالي عدد المستهلكين الذين يرون ضرورة وجود ورقة التعليمات المكتوبة باللغة العربية في علب الدواء، في حين رأى 6 مستهلكين والذين يمثلون 1.9% من العينة بأن وجود تلك الورقة غير ضروري، كما رأى 5 مستهلكين آخرين والذين يشكلون 1.6% من العينة أن وجود تلك الورقة غير ضروري على الإطلاق ليكون أجمالي عدد المستهلكين الذين يرون بأن لا ضرورة لوجود ورقة تعليمات مكتوبة باللغة العربية في علب الدواء 11 مستهلكاً والذين يمثلون 3.5% من العينة.

وكان 51 مستهلكاً والذين يمثلون 16.2% من العينة مقتنعين جداً بكفاءة الأدوية المصنعة محلياً المتوفرة في الصيدليات حالياً، كما أن هناك 105 مستهلكاً والذين يشكلون 33.3% من العينة مقتنع بذات الموضوع، كذلك فإن هناك 98 مستهلكاً والذين يمثلون 31.1% من العينة مقتنع نوعاً ما بالموضوع ذاته، ليكون أجمالي عدد المستهلكين المقتنعين بكفاءة الأدوية المصنعة محلياً والمتوفرة في الصيدليات حالياً 254 مستهلكاً والذين يشكلون 80.6% من العينة، في حين لم يقتنع بهذا الموضوع 34 مستهلكاً والذين يمثلون 10.8% من العينة، ولم يقتنع على الإطلاق 16 مستهلكاً والذين يمثلون 5.1% من العينة ليكون أجمالي عدد الذين لم يقتنعوا بكفاءة الأدوية المصنعة محلياً 50 مستهلكاً والذين يشكلون 8.6% من العينة، بينما التزم الحياض تجاه العبارة 11 مستهلكاً والذين يمثلون 3.5% من العينة وكان 19 مستهلكاً والذين يمثلون 6% من العينة مقتنعين جداً بكفاءة الأدوية المستوردة المتوفرة



في الصيدليات حالياً، كما ان هناك 98 مستهلكاً والذين يشكلون 31.1% من العينة مقتنعين بذات الموضوع، كذلك فان هناك 128 مستهلكاً الذين يمثلون 40.6% من العينة مقتنعين نوعاً ما بالموضوع ذاته ليكون إجمالي المقتنعين بكفاءة الأدوية المستوردة المتوفرة في الصيدليات حالياً 245 مستهلكاً والذين يمثلون 77.8% من العينة، في حين كان 43 مستهلكاً والذين يمثلون 13.7% من العينة غير مقتنعين بالموضوع ذاته، كذلك فان هناك 16 مستهلكاً والذين يشكلون 5.1% من العينة غير مقتنعين على الإطلاق بالموضوع ذاته ليكون إجمالي غير المقتنعين بكفاءة الأدوية المستوردة المتوفرة في الصيدليات حالياً 59 مستهلكاً والذين يمثلون 18.8% من العينة، في حين التزم الحياد تجاه العبارة 11 مستهلكاً والذين يشكلون 3.5% من العينة.

**واختص المحور الخامس بالأسئلة المتنوعة والمقترحات وضم ثلاثة أسئلة كانت نتائج إجاباتها كالآتي:**

أجاب 136 مستهلكاً والذين يمثلون 43.2% من العينة بأنهم سبق وان تعرضوا هم أو احد أفراد عوائلهم أو أصدقائهم إلى حالات مرضية بسبب الاستخدام الخاطئ للدواء، بينما نفى ذلك 152 مستهلكاً والذين يشكلون 48.3% من العينة، والتزم الحياد تجاه العبارة 27 مستهلكاً والذين يمثلون 8.6% من العينة.

أما بخصوص المقترحات التي طلب من العينة ذكرها لتتمية سلوك سليم للمستهلك للتعامل مع الأدوية فقد ذكرت مقترحات شبيهه بما ذكره الصيادلة والاطباء.

وأجاب 115 مستهلكاً أي ما يعادل 36.5% من العينة بان أكثر أنواع الأدوية التي يستهلكونها هي المضادات الحيوية، بينما أكد 43 مستهلكاً أي ما يعادل 13.7% من العينة يستهلكون أدوية الحساسية، في حين أشار 3 مستهلكين والذين يمثلون 1% من العينة بأنهم يستهلكون الأدوية الجنسية، بينما أكد 124 مستهلكاً والذين يشكلون 39.4% من العينة بأنهم يستهلكون الأدوية السرطانية، بينما أكد 30 مستهلكاً والذين يشكلون 9.5% من العينة بأنهم يستهلكون بالدرجة الأساس المسكنات والمهدئات.

### الاستنتاجات

بناءً على النتائج التي توصل لها البحث يمكن إن نستنتج ما يأتي:

1. عدم تناسب أسعار الأدوية مع مستويات دخول المستهلكين، إذ أن أسعار معظم الأدوية تفوق القدرة الشرائية للمستهلك الامر الذي يدفع معظم المستهلكين إلى شراء الأدوية البديلة وترك الأصلية رغم علمه بانخفاض كفاءة الأدوية البديلة في العلاج، كذلك يؤدي ذلك إلى التقليل من حالات مراجعة المريض للطبيب رغم شعوره بالمرض وخاصةً في بعض الحالات المرضية التي يمكن تأجيلها لبعض الوقت.
2. إن إلغاء الحصة الدوائية التي كانت مقررة للصيديات الاهلية من قبل وزارة الصحة ساهم في رفع اسعار الأدوية في السوق.
3. لا يمتلك المستهلك العراقي وعياً صحياً ودوائياً جيداً فهو لا زال يجهل العديد من الجوانب التي تتعلق بكيفية التعامل مع الأدوية.
4. هناك التزام من قبل المرضى بمقادير الدواء ومواعيد تناوله كما مقرر من قبل الطبيب، كما ان معظم المرضى علاجهم عند احاسهم بتمائلهم بالشفاء.
5. يطلب معظم المرضى من الأطباء المعالجين تسجيل أدوية معينة يحتاجون اليها وقد أثبتت الدراسة بان معظم الأطباء يلبون هذه الطلبات، كما إن معظم الصيدليات تصرف أدوية بدون وصفة طبية وان المريض قد لا يحتاج إلى وصفة طبية للحصول على معظم الأدوية من تلك الصيدليات.
6. كما أوضحت نتائج البحث إن المستهلك يجد صعوبة في قراءة وفهم تأشيريات بعض الصيادلة على اغلفة الدواء لاستخدامه، لذلك فهو بحاجة إلى اشارات واضحة للصيادلة على اغلفة الدواء لتسهيل عملية تناوله بصورة صحيحة من قبل المريض، كذلك فالمريض بحاجة لوجود بيانات كاملة على الغلاف الخارجي للعبوة كاسم الشركة وعنوانها والبلد المصنع وشروط الحفظ، بالإضافة إلى ضرورة وجود الأشكال والصور على الغلاف الخارجي للدواء لتسهيل من فهم المريض لكيفية الاستخدام الصحيح للدواء.
7. أثبتت نتائج البحث إن معظم الأطباء يصارحون مرضاهم بالآثار الجانبية للدوية التي يصفونها لهم، كما إن معظم الأطباء يتأكدون من مطابقة الدواء الذي يشتريه المريض مع الوصفة الطبية.
8. ضعف البرامج الاعلامية التي تقوم بها وزارة الصحة، إذ انها برامج قاصرة وغير قادرة على اشاعة الاساليب الصحيحة للتعامل مع الأدوية من قبل المستهلك.
9. قيام معظم المستهلكين بشراء الأدوية من الصيدليات دون استشارة الأطباء بسبب ضعف الوعي الصحي والدوائي.

10. كما تبين أن معظم المستهلكين يقرأون ورقة التعليمات الموجود داخل علب الدواء، ولذلك يرى معظم أفراد العينة انه من الضروري أن تحوي الأدوية المستوردة ورقة تعليمات مكتوبة باللغة العربية ليتسنى لهم فهم كيفية الاستعمال الصحيح للدواء.
11. هناك العديد من المعوقات التي تواجه توفير الدواء في الصيدليات الأهلية وكذلك في المؤسسات الحكومية الصحية.
12. العديد من المستهلكين يشترون أدوية من باعة الأرصفة.
13. العديد من المستهلكين يقتنون الأعشاب الطبية وإن معظمهم مقتنعين بها باستخدامها كوقاية أو علاج من الأمراض.
14. أثبتت نتائج البحث أن المريض يبذل جهداً كبيراً في الحصول على جميع الأدوية التي يصفها الطبيب لحالته المرضية بسبب عدم توفر جميعها أو بعضها في الصيدلة الواحدة.
15. أكد معظم أفراد العينة على ضرورة إعادة العمل بنظام الصيدليات الخافرة وإعلانها بوسائل الأعلام يومياً لتسهيل حصول المريض على الدواء طوال الوقت.
16. لم يؤيد أفراد العينة فسخ المجال للقطاع الخاص باستيراد الأدوية.
17. ضعف الرقابة الحكومية الحالية على الأدوية مما جعل معظم المستهلكين غير مطمئنين من معظم الأدوية الموجودة حالياً في الصيدليات.
18. أكد معظم أفراد العينة بأن معظم الصيدليات الأهلية لا تمتلك الرخص الرسمية الصادرة من الجهات المختصة لممارسة المهنة، كما أكدوا إن معظم العاملين في تلك الصيدليات لا يمتلكون المؤهلات العلمية والقانونية لممارسة العمل في تلك الصيدليات.
19. إن معظم المستهلكين مقتنعين بكفاءة الأدوية المستوردة والأدوية المصنعة محلياً بدرجة عالية.
20. أكدت نتائج البحث عدم صحة الفرضية لعدم توفر الوعي الصحي الجيد لدى المستهلك العراقي بما يؤهله للتعامل الصحيح مع الأدوية.

### التوصيات

- بناءً على الاستنتاجات التي توصل لها البحث يوصي بما يأتي:
1. ضرورة وجود دعم حكومي لأسعار الأدوية لعدم وجود تناسب بين تلك الأسعار والقدرة الشرائية للمستهلك، ويتم ذلك عن طريق وزارة المالية بالتنسيق مع وزارة الصحة.
  2. ضرورة إعادة الحصة الدوائية التي كانت مقررة للصيدليات الأهلية من قبل وزارة الصحة ليساهم ذلك في استقرار أسعار الأدوية وضمان تمكن كل المستهلكين من الحصول على الأدوية.

3. بهدف زيادة الوعي الصحي والدوائي للمستهلك ينبغي ان يتم:
  - أ- إنشاء قناة فضائية صحية تدار من قبل وزارة الصحة بالتنسيق مع وزارة الاعلام وشبكة الاعلام العراقي تعمل على زيادة الوعي الصحي والدوائي لدى المستهلكين.
  - ب- إعادة النظر بالمناهج للمراحل الدراسية المختلفة وضرورة احتوائها على دروس ارشاد وتوعية ونصح لزيادة الوعي الصحي والدوائي لدى المواطنين، ويتم ذلك من قبل وزارتي التربية والتعليم العالي والبحث العلمي.
  - ج- حصر استيراد الأدوية من مناشيء عالمية معروفة مشهود لها بالكفاءة والخبرة والثقة، ويتم ذلك من قبل وزارة الصحة بالتنسيق مع الجهات الأمنية.
  - د- منع بيع الأدوية على الأرصفة، ويتم ذلك من قبل وزارة الصحة بالتنسيق مع الجهات الأمنية ايضاً .
- هـ القضاء على ظاهرة الغش في صناعة وتداول الأدوية وسن عقوبات رادعة بحق المتلاعبين بالأدوية، ويتم ذلك من قبل وزارتي الصحة والعدل ومجلس القضاء الأعلى بالتنسيق مع الأجهزة الأمنية.
4. ضرورة تكاتف جهود الجهات الحكومية مع وزارة الصحة لتسهيل عمل توفير الأدوية من المناشيء المحلية والأجنبية بما يضمن وصول الدواء الى المواطن بالجودة والكمية والكلفة والوقت المناسب ومن مصدر التوريد المناسب.
5. ضرورة إعادة العمل بنظام الصيدليات الخافرة وإعلانها في وسائل الاعلام يومياً لتسهيل حصول المرضى على الدواء طوال الوقت، ويتم ذلك من قبل وزارة الصحة بالتنسيق مع نقابة الصيادلة.
6. عدم فسخ المجال للقطاع الخاص بتوفير الأدوية لانعدام ثقة المستهلكين بهذا القطاع وكذلك ضعف الرقابة الحكومية عليه.
7. ضرورة تفعيل الرقابة الحكومية على الأدوية تداولاً وجودةً واسعاراً ، كذلك ضرورة زيادة الرقابة على الصيدليات وخاصةً فيما يتعلق بحصولها على التراخيص اللازمة لممارسة المهنة، بالإضافة إلى الرقابة على الشروط الواجب توافرها في العاملين في هذه الصيدليات، وضرورة التأكيد على امتلاكهم للمؤهلات اللازمة للعمل في هذا القطاع لزيادة اطمئنان المواطن من ناحية الادوية التي يتناولها، ويتم ذلك من قبل وزارة الصحة بالتنسيق مع نقابة الصيادلة والأجهزة الأمنية والقانونية والقضائية.

8. أعادة النظر بالتشريعات التي تنظم عمل الصيدليات وكذلك تشريعات تداول الادوية، بما يضمن توزيع علمي لاماكن تواجد الصيدليات، ويتم ذلك من قبل وزارة الصحة بالتنسيق مع نقابة الصيادلة والأجهزة القضائية والقانونية.
9. ضرورة قيام وزارة الصناعة بالتنسيق مع وزارتي الصحة والمالية بزيادة أعداد معامل وشركات صناعة الأدوية وتوسيع الخطوط الإنتاجية وزيادة طاقاتها الإنتاجية للشركات القائمة، لما تتمتع به الأدوية المحلية من كفاءة وسمعه طيبة لدى المستهلكين.

### المصادر

1. البكري، ثامر ياسر. (2005). تسويق الخدمات الصحية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن.
2. البكري، ثامر ياسر. (2006). التسويق - أسس ومفاهيم معاصرة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن.
3. Armstrong, G. and Kotler, P. (2005). Principles of Marketing. Prentice-Hall. Inc.
4. Baker, M.; Brown, J.; Brownlie, A. J.; Douglas, C.; Keith, D.; Jennifer, L.; Kennedy, A.; Kinsey, J. and Parkinson, S. T. (2000). Marketing Theory and Practice. London, Macmillan Press Ltd.
5. Narayana, P. S and Boa, P.C. K. (1993). An Introduction to Marketing Management. Isted, Sarjeet Publications, Delhi.
6. Pride, W. and Ferrell, O. C. (2000). Marketing Concept and Strategies. 2<sup>ed</sup> ed., Houghton Mifflin Company.
7. Wilson, D. F. (2008). Why Divide Consumer and Organizational Buyer Behavior. 42 (1). 780-796.

## الملحق (1) أستمارة الاستبانة

عزيزي المستهلك الكريم :

تحية طيبة :

هذه الاستمارة التي بين يديك نهدف من خلالها الى معرفة وتحديد السلوك الشرائي والاستهلاكي تجاه الأدوية المتوفرة في السوق المحلية، لذا يرجى التفضل بقراءة فقراتها جيداً والإجابة بدقة بوضع علامة (X) في حقل الإجابة المناسبة (تأشير إجابة واحدة لكل سؤال)، وتأكد بان المعلومات التي ستدلي بها لا تحتاج لذكر اسمك وإنها تستخدم لأغراض البحث العلمي حصراً ، وان الآراء التي تطرحها ستلقى الاهتمام الكبير ويعول عليها كثيراً في إنجاز بحثنا الموسوم (قياس سلوك المستهلك تجاه الأدوية من وجهة نظر المستهلك - دراسة استطلاعية تحليلية في بغداد) ، إذا ما علمت ان الهدف الأساسي من البحث الارتقاء بالواقع الصحي وإيجاد أفضل السبل لتعامل المريض مع الدواء وزيادة وتحسين الخدمات المقدمة للمجتمع، شاكرين تعاونكم معنا خدمة لبلدنا العراق العزيز...مع التقدير

### المحور الأول : القدرة الشرائية للمستهلك

- س1. هل ان أسعار الأدوية تتناسب مع مستوى دخلك الشهري ؟  
 نعم ..... كلا ..... أحيانا ..... لا رأي.....
- س2. هل تضطر إلى شراء الأدوية البديلة بسبب ارتفاع أسعار الأدوية الأصلية؟  
 نعم ..... كلا ..... أحيانا ..... لا رأي.....
- س3. هل تعتقد ان ارتفاع أسعار الدواء يقلل من عدد مرات مراجعتك للطبيب ؟  
 نعم ..... كلا ..... أحيانا ..... لا رأي.....
- س4. هل تلتزم بشراء جميع كمية الدواء المكتوبة في وصفة الطبيب ؟  
 التزم تماماً ..... التزم ..... التزم نوعاً ما ..... لا التزم .....
- س5. ما درجة أهمية وجود دعم حكومي لأسعار الأدوية ليتمكن جميع المواطنين من شرائها؟  
 مهم جداً ..... مهم ..... مهم نوعاً ما ..... لا رأي.....
- غير مهم ..... غير مهم على الإطلاق ..... لا رأي.....

### المحور الثاني : الوعي الاستهلاكي الدوائي

- س1. هل تمتلك وعياً صحياً ودوائياً ؟

- امتك وعيا كبيرا ..... امتك ..... امتك نوعا ما ..... لا امتك .....
- لا امتك على الإطلاق ..... لا رأي .....  
 س2. هل تلتزم بتناول مقادير الدواء كما مقرر من قبل الطبيب ؟  
 التزم تماما ..... التزم ..... التزم نوعا ما .....  
 لا التزم ..... لا التزم على الإطلاق ..... لا رأي .....  
 س3. هل تلتزم بتناول الدواء بمواعيد دقيقة وكما مقرر من قبل الطبيب ؟  
 التزم تماما ..... التزم ..... التزم نوعا ما .....  
 لا التزم ..... لا التزم على الإطلاق ..... لا رأي .....  
 س4. هل تلجأ الى قطع العلاج عند إحساسك بتمائك للشفاء ؟  
 دائما ..... غالبا ..... أحيانا ..... لا يحدث ..... لا رأي .....  
 س5. هل تطلب من الطبيب المعالج تسجيل أدوية معينة تحتاجها في الوصفة الطبية ؟  
 دائما ..... غالبا ..... أحيانا ..... لا يحدث ..... لا رأي .....  
 س6. هل يليي الطبيب طلبك في تسجيل أدوية معينة تحتاجها في الوصفة الطبية ؟  
 دائما ..... غالبا ..... أحيانا ..... لا يحدث ..... لا رأي .....  
 س7. هل تجد صعوبة في قراءة وفهم تأشيريات بعض الصيادلة على اغلفة الدواء لاستخدامه من قبلك ؟  
 دائما ..... غالبا ..... أحيانا ..... لا يحدث ..... لا رأي .....  
 س8. هل ان أشارات الصيدلاني الواضحة على اغلفة الدواء تسهل عملية تناولك للدواء بصورة صحيحة ؟  
 نعم ..... كلا ..... أحيانا ..... لا رأي .....  
 س9. هل ترى ضرورة لوجود بيانات كاملة على الغلاف الخارجي للعبوة كأسم الدواء ومكوناته والشركة المصنعة وعنوانها و بلد المنشأ وشروط الحفظ وتاريخ الصلاحية والنفاز ؟  
 ضروري جدا ..... ضروري ..... ضروري نوعا ما .....  
 غير ضروري ..... غير ضروري على الإطلاق ..... لا رأي .....  
 - اذا كان جوابك ضروري جدا او ضروري فأذكر أكثر شيء يهيك من البيانات لتقرأها؟(تأشير إجابة واحدة)  
 اسم الدواء ..... مكوناته ..... أسم الشركة المصنعة .....  
 عنوان الشركة المصنعة ..... شروط الحفظ ..... بلد المنشأ .....

- تاريخ الصلاحية والنفاد ..... أخرى تذكر.....
- س10. هل سبق وان أوضح لك الطبيب الآثار الجانبية للدواء الموصوف لك ؟  
 نعم ..... كلا ..... أحيانا ..... لا رأي .....  
 س11. ما مدى رضاك عن البرامج الإعلامية التي تقوم بها وزارة الصحة لنشر الوعي الصحي وإشاعة الأساليب الصحيحة للتعامل مع الأدوية من قبل المستهلكين ؟  
 راض جدا ..... راض ..... راض نوعا ما .....  
 غير راض ..... غير راض على الإطلاق ..... لا رأي .....  
 س12. هل ان وجود الأشكال والصور على الغلاف الخارجي للدواء يسهل من فهمك لكيفية الاستخدام الصحيح له ؟  
 نعم ..... كلا ..... أحيانا ..... لا رأي .....  
 س13. هل تلجأ إلى شراء الأدوية من الصيدليات دون استشارة الطبيب ؟  
 دائما ..... غالبا ..... أحيانا ..... لا يحدث ..... لا رأي .....  
 س14. هل تقرأ ورقة التعليمات الموجودة داخل علب الدواء ؟  
 دائما ..... غالبا ..... أحيانا ..... لا يحدث ..... لا رأي .....  
 س15. هل يتأكد الطبيب من مطابقة الدواء الذي تشتريه مع الوصفة الطبية التي سجلها لك ؟  
 دائما ..... غالبا ..... أحيانا ..... لا يحدث ..... لا رأي .....  
 س16. هل سبق وان اشتريت دواء من باعة الأرصفة في الأسواق ؟  
 نعم ..... كلا ..... لا رأي .....  
 س17. هل تستخدم الأعشاب الطبية كوقاية او علاج من الأمراض ؟  
 دائما ..... غالبا ..... أحيانا ..... لا يحدث ..... لا رأي .....  
 س18. ما مدى قناعتك باستخدام الأعشاب الطبية كوقاية او علاج من الأمراض ؟  
 مقتنع جدا ..... مقتنع ..... مقتنع نوعا ما .....  
 غير مقتنع ..... غير مقتنع على الإطلاق ..... لا رأي .....

### المحور الثالث : توفير الأدوية

- س1. هل تبذل جهد كبير في الحصول على جميع الأدوية التي يصفها الطبيب لحالتك المرضية بسبب عدم توفر جميعها أو بعضها في الصيدلية الواحدة ؟  
 دائما ..... غالبا ..... أحيانا ..... لا يحدث ..... لا رأي .....



س2. هل تفضل إعادة العمل بنظام الصيدليات الخافرة وإعلانها بوسائل الإعلام يومياً لتسهيل حصولك على الدواء طوال الوقت ؟

نعم ..... كلا ..... لا رأي .....

س3. هل تفضل فسخ المجال للقطاع الخاص بتوفير الدواء ؟

نعم ..... كلا ..... لا رأي .....

المحور الرابع : الرقابة على الأدوية والتشريعات الحكومية .

س 1. هل أنت مطمئن الى ان الأدوية المتوفرة في الصيدليات قد خضعت للرقابة من قبل وزارة الصحة ؟

مطمئن جداً ..... مطمئن ..... مطمئن نوعاً ما .....

غير مطمئن ..... غير مطمئن على الإطلاق ..... لا رأي .....

س2. هل تحتاج الى وصفة لتحصل على دوائك من الصيدلية؟

دائماً ..... غالباً ..... أحياناً ..... لا يحدث ..... لا رأي .....

س3. هل تتوفر دائماً صيدلة قريبة منك عند حاجتك للدواء؟

نعم ..... كلا ..... لا رأي .....

س4. هل تعتقد ان العاملين في الصيدليات لديهم التأهيل الكافي لصرف الدواء؟

نعم ..... كلا ..... لا رأي .....

س5. هل يصرف الصيدلي جزء من وصفتك الطبية وحسب ما متوفر لديه من أدوية ؟

دائماً ..... غالباً ..... أحياناً ..... لا يحدث ..... لا رأي .....

س6. هل من الضروري ان تحوي علب الدواء المصروفة من الصيدليات على ورقة تعليمات مكتوبة باللغة العربية؟

ضروري جداً ..... ضروري ..... ضروري نوعاً ما .....

غير ضروري ..... غير ضروري على الإطلاق ..... لا رأي .....

س7. ما مدى اقتناعك بكفاءة الأدوية المصنعة محلياً المتوفرة في الصيدليات حالياً ؟

مقتنع جداً ..... مقتنع ..... مقتنع نوعاً ما .....

غير مقتنع ..... غير مقتنع على الإطلاق ..... لا رأي .....

س8. ما مدى اقتناعك بكفاءة الأدوية المستوردة المتوفرة في الصيدليات حالياً ؟

مقتنع جداً ..... مقتنع ..... مقتنع نوعاً ما .....

غير مقتنع ..... غير مقتنع على الإطلاق ..... لا رأي .....

**المحور الخامس : الأسئلة المتنوعة والمقترحات**

1- هل تعرضت أنت أو احد افراد عائلتك او احد أصدقائك الى حالة مرضية بسبب الاستخدام الخاطيء للدواء؟

نعم ..... كلا ..... لا ادري .....

2- ما هي مقترحاتك نحو تنمية سلوك سليم للمستهلك للتعامل مع الأدوية ؟  
أ-

ب-

ج-

3- ما هي أكثر أنواع الأدوية التي تستهلكها باستمرار ؟ ( تأشير إجابة واحدة)  
المضادات الحيوية ..... أدوية الحساسية ..... الأدوية الجنسية .....  
الأدوية السرطانية ..... المسكنات والمهدئات ..... الفيتامينات .....  
أخرى تذكر .....

**البيانات الديموغرافية:**

1. العمر : 25 - 35 سنة ..... 36 - 45 سنة ..... 46 - 55 سنة .....

56 سنة فأكثر .....

2. الجنس : ذكر ..... أنثى .....

3. الحالة الاجتماعية : متزوج ..... أعزب ..... مطلق ..... أرمل .....

4. التحصيل الدراسي : لا يقرأ ولا يكتب ..... ابتدائية ..... متوسطة .....  
إعدادية ..... بكالوريوس ..... شهادة عليا .....

5. المهنة : .....

6. هل تعاني من مرض مزمن ؟ نعم ..... كلا .....

الكره .....

7. الدخل الشهري ..... دينار عراقي

## **Measuring consumer behavior toward drugs – Analytical study for sample of consumer in Baghdad**

**Sa'doon H. Jtheer**  
**College of Administration and**  
**Economic**  
**University of Baghdad**

**Muna T. Al-Mosssawi      Jabber H. Hussen**  
**Center for Market Researches and Consumer**  
**Protection**  
**University of Baghdad**

### **Abstract**

The subject of consumer behavior toward drugs and analyzing it and trying know its reasons is considered to be one of the important subject for firm involved in drug industry physicians pharmacists, and the consumer himself since it directly related to the life of citizen therefore, the researchers have tried to handle this subject and analytical exploiters study for the opinions of sample of 315 consumers, and the research tried to get into five pivots talked about the purchasing power of the consumer, the consuming and dedicative providing drugs, the control of drugs, and the governmental legislations and finally diverse questions and suggestions, and the theoretical part consider the concept of consumer and his purchasing behavior and the factors affecting the consumer behavior, the theories of consumer behavior the phases of purchasing process for consumer and his purchasing drives.

The practical part analyzed the questionnaire mentioned through wing the frequencies techniques, percentages and the upper accumulated frequencies.

The researches reached several findings and conclusions which were the most important of them is the un appropriate ness of the price with the purchasing power of the consumers and the lack of the meditative and health consciousness of consumers and the workers of the governmental health supervise on drugs.

The research presented several recommendations which were the most important of them is the government support for the prices of the drugs sold in the market to enable all the citizens, and the necessity for reconsidering the legislations that regulate the tasks of pharmacies and the ways of buying drugs, and the necessity for establishing a health satellite channel managed by the Ministry of Health to spread the health and meditative consciousness of the consumers in addition to the necessity of activating the governmental supervision of drugs in the Iraqi market.