



الجمهورية العربية السورية

وزارة التعليم العالي

المعهد العالي لإدارة الأعمال

دراسة اتجاهات المستهلكين نحو تغليف دواء دام بروفين لشركة التراميديكا ودوره في النوايا الشرائية

A study of consumer attitudes towards the packaging of Dam-Profen
medicine for Ultra Medica and its role in purchasing intentions

مشروع أعدّ لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال

الإدارة التنفيذية

إعداد الطالبة

غاليه علاء الفارس

إشراف الدكتورة: ناريمان عمار

العام الدراسي 2020-2022

الإهداء

إلى أبي علاء لدعمه الدائم لي في كل خطوة وتشجيعه لي وعطاءه اللامتناهي

إلى أمي عبير لكونها الملاك الحارس لي ولكل الحب والدعم المستمر

إلى أختي ليلي لكونها النور في حياتي وأعلى ما أملك وتحفيزها الدائم لي

إلى شريك حياتي علي لكل الدعم والحب والعطاء المستمر

الشكر والتقدير

أتوجه بجزيل الشكر للدكتورة نريمان عمار لإشرافها على هذا البحث ولما بذلته من وقت وجهد في توجيهي ومتابعتي وحرصها على تقديم الدعم والعون طوال فترة الإشراف.

الشكر والامتنان لأعضاء لجنة التحكيم لتفضلهم بقبول مناقشة هذا البحث.

ولجميع أساتذتي في المعهد العالي لإدارة الأعمال لكل المعلومات القيمة والتوجيهات.

الفهرس

الإهداء.....	2
الشكر والتقدير	3
الفهرس.....	4
فهرس الجداول.....	7
فهرس الأشكال.....	8
ملخص الدراسة.....	9
Abstract.....	11
الفصل الأول: الإطار التمهيدي	14
1-1: المقدمة	14
2-1: الدراسات السابقة.....	15
3-1: دراسة استكشافية.....	18
4-1: مشكلة الدراسة.....	21
5-1: أهداف الدراسة	24
6-1: أهمية الدراسة.....	25
7-1: منهجية الدراسة وأداة جمع البيانات	25
8-1: محددات الدراسة.....	26
الفصل الثاني: الإطار النظري للبحث.....	27
تمهيد	27
1-2: المنتجات الدوائية.....	27
1-1-2: تعريف المنتجات الدوائية.....	27
2-1-2: تصنيف الأدوية.....	28
2-2: التغليف الدوائي.....	29
1-2-2: مفهوم التغليف الدوائي.....	29
2-2-2: وظائف التغليف	30

32.....	3-2-2: مستويات التغليف
33.....	4-2-2: تعليمات التعبئة والتغليف
34.....	5-2-2: عمليات التعبئة والتغليف
37.....	6-2-2: أبعاد التغليف الدوائي
40.....	7-2-2: التقنيات الجديدة في التغليف الدوائي
43.....	8-2-2: شركة التراميديكا
48.....	الفصل الثالث: الإطار العملي
48.....	المقدمة
48.....	1-3: منهجية البحث
48.....	2-3: مجتمع وعينة الدراسة
48.....	3-3: أداة الدراسة
54.....	4-3: ثبات الاستبيان
55.....	5-3: توصيف أفراد العينة
60.....	6-3: عرض وتحليل بيانات الدراسة ومناقشة النتائج
60.....	1-6-3: تقييم آراء واتجاهات العينة نحو عناصر الغلاف الحالي لدواء دام بروفين
62.....	2-6-3: أثر لون الغلاف الحالي في النية الشرائية لدواء دام بروفين
63.....	3-6-3: أثر تصميم الغلاف الحالي في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفين
65.....	4-6-3: أثر مواد التعبئة والتغليف للغلاف الحالي في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفين
67.....	5-6-3: أثر نوع وحجم الخط للغلاف الحالي في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفين
68.....	6-6-3: أثر وظائف الغلاف الحالي (الحماية وسهولة الاستخدام) في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفين
70.....	7-6-3: أثر المعلومات المطبوعة على الغلاف الحالي في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفين
72.....	8-6-3: تقييم آراء واتجاهات العينة نحو عناصر الغلاف المقترح لدواء دام بروفين
73.....	9-6-3: يوجد أثر للون الغلاف المقترح في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفين
75.....	10-6-3: أثر تصميم الغلاف المقترح في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفين
77.....	11-6-3: يوجد أثر لمواد التعبئة والتغليف للغلاف المقترح على النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفين
78.....	12-6-3: أثر نوع وحجم الخط للغلاف المقترح في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفين
79.....	13-6-3: أثر إضافة ميزة الحماية (العبوة غير قابلة للفتح من قبل الأطفال) في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفين

- 14-6-3: أثر المعلومات المطبوعة على الغلاف المقترح في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن 81
- 7-3: بعض التغييرات المقترحة بناءً على الاتجاهات العالمية الحديثة للتغليف الدوائي 82
- 1-7-3: لصاقة عدم التزوير 82
- 2-7-3: الغلاف الدوائي صديق للبيئة 84
- 8-3: النتائج 86
- 9-3: التوصيات 88
- المراجع 89
- الملاحق 97

فهرس الجداول

جدول 1 - نتائج معامل ألفا كرونباخ لدراسة ثبات الاستبيان.....	54
جدول 2 - التوزيع التكراري لعينة البحث حسب الجنس.....	55
جدول 3 - التوزيع التكراري لعينة البحث حسب العمر.....	56
جدول 4 - التوزيع التكراري لعينة البحث حسب التحصيل العلمي.....	57
جدول 5 - التوزيع التكراري لعينة البحث حسب العمل.....	59
جدول 6 - نتائج اختبار One Sample T.Test للون الغلاف الحالي.....	61
جدول 7 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل الثاني.....	62
جدول 8 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل الثالث.....	64
جدول 9 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل الرابع.....	65
جدول 10 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل الخامس.....	67
جدول 11 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل السادس.....	69
جدول 12 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل السابع.....	71
جدول 13 - نتائج اختبار One Sample T.Test للغلاف المقترح (التساؤل الثامن).....	72
جدول 14 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل التاسع.....	74
جدول 15 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل العاشر.....	75
جدول 16 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل الحادي عشر.....	77
جدول 17 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل الثاني عشر.....	78
جدول 18 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل الثالث عشر.....	80
جدول 19 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل الرابع عشر.....	81
جدول 20 - لمتغير لصاقه عدم التزوير one sample T.Test.....	82
جدول 21 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للصاقه عدم التزوير.....	83
جدول 22 - لمتغير الغلاف صديق للبيئة One sample T.Test.....	84
جدول 23 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للغلاف الصديق للبيئة.....	85

فهرس الأشكال

- الشكل 1 - مبيعات شركة التراميديكا لدواء دام بروفين 400 مغ 22
- الشكل 2 - مقارنة بين مبيعات شركة التراميديكا و يونيفارما لدواء بروفين 400 مغ 23
- الشكل 3 - استخدام الصور المجسمة كسمة تأمين مرئي 42
- الشكل 4 - بعض السمات التأمينية الخفية 43
- الشكل 5 - توزيع الذكور و الإناث في العينة 55
- الشكل 6 - التوزيع التكراري لعينة البحث حسب الفئة العمرية 56
- الشكل 7 - التوزيع التكراري لعينة البحث حسب التحصيل العلمي 58
- الشكل 8 - التوزيع التكراري لعينة البحث حسب العمل 59

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة اتجاهات المستهلكين نحو التغليف الحالي لدواء دام بروفين 400مغ، ومدى تأثيره في النوايا الشرائية للمستهلكين. ومدى فعالية تغيير التغليف الحالي وأثره في النوايا الشرائية، حيث انطلقت من مشكلة البحث وهي انخفاض مبيعات شركة التراميديكا لدواء دام بروفين 400 مغ بشكل ملحوظ وأيضاً بالمقارنة مع المنافسين، واعتمدت بدايةً على دراسة استطلاعية تم تطبيقها من خلال مقابلات معمقة مع 18 من الصيادلة (13 ذكر، 5 إناث) في مدينة دمشق، وإيضاً اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان بشكل أساسي للتحقق من نتائج الدراسة الاستكشافية والحصول على نتائج دقيقة وشاملة أكثر. واشتملت استمارة الاستبيان على جزئين الجزء الأول تضمن معلومات شخصية تم والجزء الثاني تخصيصه لتحليل المتغيرات ، ومن ثم تم تفرغ وتحليل الاستبيان احصائياً بواسطة برنامج (SPSS)، أما عن الشكل العام للبحث فقد بدأ بمقدمة اشتملت على خطة البحث والتي تم فيها توضيح مشكلة البحث وأهميته وهدفه ومنهجيته ومصادر جمع معلوماته، ومن ثم تم الانتقال الى الفصل الثاني (الإطار النظري) وهو عبارة عن أدبيات البحث ذات العلاقة بموضوع الدراسة، والتي تم جمعها من العديد من المصادر، أما الفصل الثالث فقد تم تخصيصه لدراسة الحالة والذي تناولها من أبعادها المختلفة، وقد تم في هذا الفصل تحليل المعلومات الخاصة بالبحث وذلك بالاستناد بصورة أساسية على ما تم جمعه من خلال استمارة الاستبيان التي اعتمدت على عينة مؤلفة من (72) مشتركاً ، وقامت الباحثة أيضاً في هذا الجزء بالإجابة على جميع تساؤلات البحث المتعلقة باتجاهات المستهلكين نحو غلاف المنتج وأثرها في نواياهم الشرائية. وأخيراً توصلت الدراسة لعدد من النتائج والتوصيات.

كانت أهم النتائج: اتجاهات المشاركين بالدراسة نحو الغلاف المقترح كانت إيجابية فيما يتعلق بجميع أبعاد الغلاف (لون الغلاف تصميم الغلاف، نوع وحجم الخط، نوعية مواد التعبئة والتغليف، وظائف الغلاف، والمعلومات المطبوعة على الغلاف)، وكانت إيجابية أيضاً فيما يتعلق بالتغيرات الإضافية التي اقترحت الباحثة تغييرها (الغلاف صديق للبيئة، إضافة لصاقة عدم التزوير).

ومن أهم التوصيات: تغيير تصميم ونوع وحجم الخط بناءً على الغلاف المقترح حيث أنها سترفع من احتمالية الشراء بالنسبة لدواء دام بروفن 400 مع، أما بالنسبة للون فتوصي الدراسة شركة التراميديكا بالتوسع بالدراسة الاستكشافية فيما يتعلق بألوان التغليف، حيث أنه بالرغم من التحسن الملحوظ باتجاهات المعينة المستجوبة بين لون الغلاف الحالي والمقترح إلا أن أثر اللون لم يكن كبيراً مقارنة بمتغيرات أخرى، ومن الممكن لألوان أخرى أن تحقق اتجاهات إيجابية وتأثير أكبر في النوايا الشرائية.

Abstract

This study is aimed to examine consumers' attitudes towards the current packaging of Dam-Profen 400 mg and its impact on consumers' purchasing intentions, and the effectiveness of changing the current packaging and its impact on purchasing intentions. It started from the research problem, which is the significant decrease in the sales of Ultra Medica for Dam-Profen 400 mg, compared to competitors, and it firstly relied on a pilot study that was applied through in-depth interviews with 18 pharmacists (13 males, 5 females) in the city of Damascus. The study mainly relied on the questionnaire tool to verify the results of the pilot study and get more accurate and comprehensive results. The questionnaire consisted of two parts, the first part was for demographics and the second part was devoted to the analysis of variables, and then the questionnaire was statistically inputted and analyzed by the (SPSS) program.

As for the research outline, it began with an introduction that included the research plan, in which the research's problem, importance, purpose, methodology and sources of data collection were clarified. It then moved on to the second chapter (theoretical framework), in which relevant literature to the subject was collected from various sources and reviewed.

The third chapter was devoted to the case study examined from various perspectives. In this chapter, the research information was analyzed by relying mainly on the questionnaire's data collected. The research information is analyzed based mainly on what was collected through the questionnaire that relied on a simple form of (72) participants.

Finally, the study reached a number of results and recommendations.

The most important results were: the study participants' attitudes towards the proposed packaging were positive regarding all dimensions of the packaging (packaging color, packaging design, font size and type, packaging materials type, packaging functions, and printed information on the packaging), and they were also positive with regard to additional changes that were suggested (the packaging is environmentally friendly, in addition to the non-forgery label).

Among the most important recommendations: Changing the design, font size, and type based on the proposed packaging, as it will increase the possibility of purchasing Dam-Profen 400 mg. As for the color, the study recommends Ultra Medica to expand the pilot study regarding packaging colors, as despite the remarkable improvement in the participants' attitudes between the current and proposed packaging color, the effect of

color was not significant compared to other variables, and it is possible that other colors might achieve more positive attitudes and a greater impact on purchasing intentions.

الفصل الأول: الإطار التمهيدي

1-1: المقدمة

في العقود الأخيرة، اتجه العديد من الباحثين إلى دراسة المتغيرات المختلفة التي لها تأثير على تغليف المنتجات وبالتالي تساعد على تحويل المستهلك إلى الشراء، حيث يعتبر التغليف من العناصر القوية والمهمة في إنشاء علاقة متينة بين المنتج والمستهلك، كما يعد التغليف وسيلة لحماية المنتج عند التخزين والتوزيع والبيع والاستخدام من الظروف البيئية المحيطة، وقد لاقى التغليف اهتماماً بالغاً في عمليات إنتاج المستحضرات الدوائية، فهو يلعب دوراً هاماً في الحفاظ على فعالية الأدوية المصنعة، ويساعد على منع التحلل أو التفاعلات في المنتج عندما تتراعى مواد التغليف المناسبة لكل منتج، بالإضافة إلى دورها الرئيسي في خلق الصورة الذهنية للمنتج وفي تقييم المستهلك للمنتج خاصة في حال عدم درايته بالمنتج أو عدم استخدامه من قبل، فالتغليف الدوائي أصبح جزء لا يتجزأ من نظام توصيل الأدوية بالإضافة لكونه عنصر أساسي في المزيج التسويقي الذي يمكن للمصنعين من خلاله تمييز منتجاتهم عن منتجات منافسيهم. كما يلعب التغليف دوراً حاسماً في توفير الأدوية المنقذة للحياة بأشكال جرعات مختلفة مقبولة مثل الأقراص والكبسولات والقطرات وغيرها من الأشكال التي تجذب المستهلك النهائي وتعزز سلوكه الشرائي الإيجابي، فإن تغليف المنتج له تأثير قوي في نوايا الشراء لدى المستهلك خاصة في نقطة البيع. وبصورة أوضح، من ناحية أخرى كثافة حملات التوعية حول كيفية استهلاك المنتجات وكيفية تأثيرها على صحة المستهلك العامة زودت المستهلك في الآونة الأخيرة بالمعرفة حول حقوقه كمستهلك نهائي وبدء المستهلك بالاهتمام بالنواحي الصحية المتعلقة بجميع المواد الطبيعية منها والكيميائية التي يقوم باستخدامها في حياته اليومية.

وبالمثل، استخدام التغليف في الإنتاج الدوائي يعد أداة تسويقية يمكن من خلالها خلق هوية للمنتج أو العلامة التجارية وتصميم غلاف المنتج الدوائي بما يتناسب مع احتياجات المستهلك، وسيزيد من نواياه الشرائية. على سبيل المثال: تصميم عبوة سهلة الاستخدام سيثجع المستهلك على تغيير سلوكه الشرائي لهذا المنتج. اثناء مراجعة مبيعات شركة التراميديكا للصناعات الدوائية (وهي من أكبر الشركات في سوريا وأكثرها نمواً) لاحظت الباحثة انخفاض في مبيعات دواء دام بروفن 400 مغ. فكان هدف هذه الدراسة معرفة سبب انخفاض مبيعات دواء دام بروفن 400 مغ. وبعد مراجعة الدراسات السابقة وإجراء مقابلات معمقة مع عينة من الكادر الصيدلاني، اتضح أن مشاكل مبيعات هذا الدواء عائدة على التغليف. فقد جاءت هذه الدراسة لتدرس أثر تغيير التغليف الدوائي في نوايا المستهلك الشرائية بالاعتماد على دراسة وصفية لمستحضر دواء دام بروفن لشركة التراميديكا في السوق الدوائية السورية.

2-1: الدراسات السابقة

- بحثت دراسة (MB, BM, AB, 2018) في دور العبوات الصيدلانية في السلوك الشرائي، دراسة مطبقة على مستهلكي الأدوية غير الموصوفة (OTC) في بورت هاركورت. يعتمد البحث على المستهلكين الذين يزورون الصيدليات المجتمعية داخل بورت هاركورت. اعتمد البحث على الاستبيان كأداة لتصميم البحث باستخدام مقياس ليكرت المكون من 5 نقاط واستخدامه في هذه الدراسة للحصول على البيانات الأولية من المستجيبين. أظهرت النتيجة أنه بسبب التغيير في نمط حياة المستهلكين يتزايد الاهتمام بالتغليف كأداة لترويج المبيعات ويعتبر محفز لسلوك الشراء وأن العبوات الصيدلانية لها تأثير كبير على سلوك الشراء

لدى المستهلك. على هذا النحو يمكن استنتاج أن العبوة لها دور مهم في الاتصالات التسويقية، خاصة عند نقطة البيع ويمكن التعامل معها كأحد أهم العوامل التي تؤثر على قرار الشراء لدى المستهلك.

- هدفت دراسة (Sabah, Ahmad, Arslan and others,2014) ثبات عدد من المنتجات الصيدلانية باستخدام مواد تعبئة مختلفة (الزجاج، رقائق الألمنيوم، البلاستيك والورق وغيرها) كمواضع تعبئة أولية أو ثانوية ولتحديد مدى فعالية هذه المواد في توفير الحماية للمنتج وفي الحفاظ على خصائصه الفيزيائية والكيميائية المرغوبة في ظل ظروف التخزين المقترحة، وبناء عليه تم تقييم العمر الافتراضي للمنتجات المخزنة من مواد تغليف وفحص فعاليتها وخصائص أدائها في الحفاظ على سلامة المنتج لفترة طويلة من التخزين. ولخصت الدراسة لعدد من النتائج:

1- تلعب التعبئة والتغليف الدوائية دوراً مهماً في حماية المنتج الدوائي من التحلل التفاعل، التفكك، تغير الوزن ومحتويات الرطوبة والمتانة الميكانيكية، بناء عليه له الدور الأهم في سلامة الأدوية واستقرارها.

2- يجب ألا تكون مواد التعبئة والتغليف قابلة للتفاعل مع المنتج الدوائي مما قد يؤدي إلى تحلل الدواء مما ينتج عنه تغيرات فيزيائية وكيميائية غير مرغوب فيها إلى جانب بعض التأثيرات السامة التي قد تكون شديدة الخطورة على المريض.

3- يجب أن تكون مواد التعبئة والتغليف مقاومة للظروف البيئية (لا تتقل طعم او روائح).

- بينما دراسة (Saha, Das, and others, 2018) فكان هدفها استعراض مواد التعبئة والتغليف المختلفة وكيفية تفاعلها مع المنتج الدوائي وآلية حماية المنتج الدوائي من الظروف الخارجية.

توصلت الدراسة الى عدد من النتائج:

- 1- تكنولوجيا التعبئة والتغليف تعد ثاني أهم عملية في التصنيع الدوائي بعد التركيب الدوائي.
- 2- مواد التعبئة والتغليف تمنح الحماية للأدوية من الأضرار او التفاعلات بالإضافة الى تحديد الهوية للأدوية او الشركة المصنعة كما أنها تمنح جاذبية للمنتجات وتحسن من امتثال المريض للتعليمات.
- 3- الطلب على مواد التعبئة والتغليف الدوائي يتزايد باستمرار بسبب أثرها الواضح على جودة المنتج الدوائي وزيادة المبيعات.

- هدف دراسة (Khan, Waheed, Ahmad, 2018) هو قياس تأثير تغليف المنتج (أي لون التعبئة والتغليف ومواد التغليف ونمط الخط وتصميم العبوة والمعلومات المطبوعة) على نوايا الشراء لدى المستهلك. تم مسح مستهلكي الأطعمة المعبأة في كراتشي الذين ينتمون إلى الفئة العمرية من 18 إلى 35 عامًا من خلال استبيان مقتبس من الدراسات السابقة. بلغ حجم العينة للدراسة 278، يتكون التحقيق الإحصائي الأولي من تحليلات الموثوقية والصلاحية والطبيعية. تم فحص الفرضيات المطورة تجريبيًا من خلال تحليل الانحدار. تشير النتائج إلى أن تغليف المنتج له تأثير كبير على نوايا الشراء لدى المستهلك، تشير النتائج أيضًا إلى أن مواد التعبئة والتغليف لها التأثير الأقوى على نوايا الشراء لدى المستهلك يليها لون العبوة ونمط الخط وتصميم العبوة والمعلومات المطبوعة.

1-3: دراسة استكشافية

لمعالجة مشكلة انخفاض مبيعات دواء دام بروفن في السوق الدوائية السورية تم العمل على الدراسة الاستكشافية من خلال مرحلتين:

أولاً: تم استقصاء آراء عينة من الصيادلة قوامها 18 صيدلي (13 إناث، 5 ذكور) في دمشق من خلال مقابلات معمقة حول رأيهم عن أسباب انخفاض المبيعات لهذا الدواء، وهل الأدوية المشابهة في التركيب (منتجات منافسة) تعاني من نفس المشكلة، وكانت المدة المستغرقة في إجراء المقابلة تتراوح بين 20 - 30 دقيقة. وكانت أسماء الصيدليات المشاركة بالدراسة كالتالي:

اسم الصيدلية	موقعها
صيدلية الشهبندر	ساحة الشهبندر
صيدلية وفاء خرسة	ساحة عرنوس
صيدلية مهند	مشروع دمر
صيدلية الروضة	ساحة الروضة
صيدلية حازم مهندي	شارع العابد
صيدلية الوفاء	الجسر الأبيض
صيدلية الفاروق	المزرعة

صيدلية القصاع	القصاع
صيدلية الأمان	فايز منصور
صيدلية ميس	المهاجرين
صيدلية عرفة	المهاجرين
صيدلية سيما	أبورمانة
صيدلية مياس ضيا	أبورمانة
صيدلية الشعلان	الشعلان
صيدلية ابن الهيثم	ركن الدين
صيدلية الشام	مالكي
صيدلية الحرش	الميدان
صيدلية الكواكبي	شارع خالد ابن الوليد

وتركزت الأسئلة حول الطلب على دواء دام بروفن وأسباب انخفاض مبيعاته بشكل عام:

وكانت النتائج:

- اتفق معظم المستجوبين (15 من أصل 18) على تدني جودة التغليف للدواء وأن المنتج

يعتبر غير جذاب عند مقارنته بمنتجات منافسة لها نفس التركيبة الدوائية كدواء بروفين لشركة

يونيفارما ودواء آسيا بروفين لشركة آسيا، حيث ان المنافسين لم يعانون من مشكلة في مبيعات الأدوية المشابهة كما الحال في التراميديكا، حيث عبر معظم الصيدالة عن عدم وجود اي فروقات جوهرية بين الأدوية سوى التغليف.

- بينما كانت بقية الآراء (4 من أصل 18) تدور حول مواضيع مختلفة مثل: سياسة الشركة غير مريحة في تبديل الأدوية منتهية أو قريبة الصلاحية، بالإضافة الى عدم توافر الدواء بشكل دوري بالصيدليات.

ثانياً: بناءً على نتائج المرحلة الأولى، وبمراجعة دراسات سابقة تم استعراض مجموعة من الألوان والخطوط على الصيدالة لإجراء تغييرات على الغلاف الدوائي لدواء دام بروفن. حيث اتفق معظمهم (13 من أصل 18) أن دمج لونين هو أكثر جاذبية من لون واحد. و تم اختيار الألوان بناءً على دراسات سابقة. وجاء ترتيب الألوان حسب الآراء كالتالي:

(1) أحمر ورمادي (أعلى نسبة تصويت)

(2) أزرق ورمادي

(3) بني ورمادي

بناءً على الدراسات السابقة، الخطوط المائلة لها نسب نجاح أكبر في المنتجات المتعلقة بالصحة، تم اقتراح ثلاثة أنواع من الخطوط المائلة على العينة المستجوبة وكانت أغلب الإجابات (16 من أصل 18) باتجاه استخدام الخط من نوع (Arial Italic) و(Myriad Pro Italic). وأن تكون الأحرف كبيرة لاسم الدواء.

وبالنسبة لتصميم الغلاف تم تقديم العديد من الاقتراحات وكانت معظمها (12 من أصل 18) تدور حول إعطاء مساحة أكبر لاسم الدواء وإضافة استطبابات الدواء على العبوة الخارجية. وبناءً على ذلك سيتم اقتراح تعديلات على الغلاف.

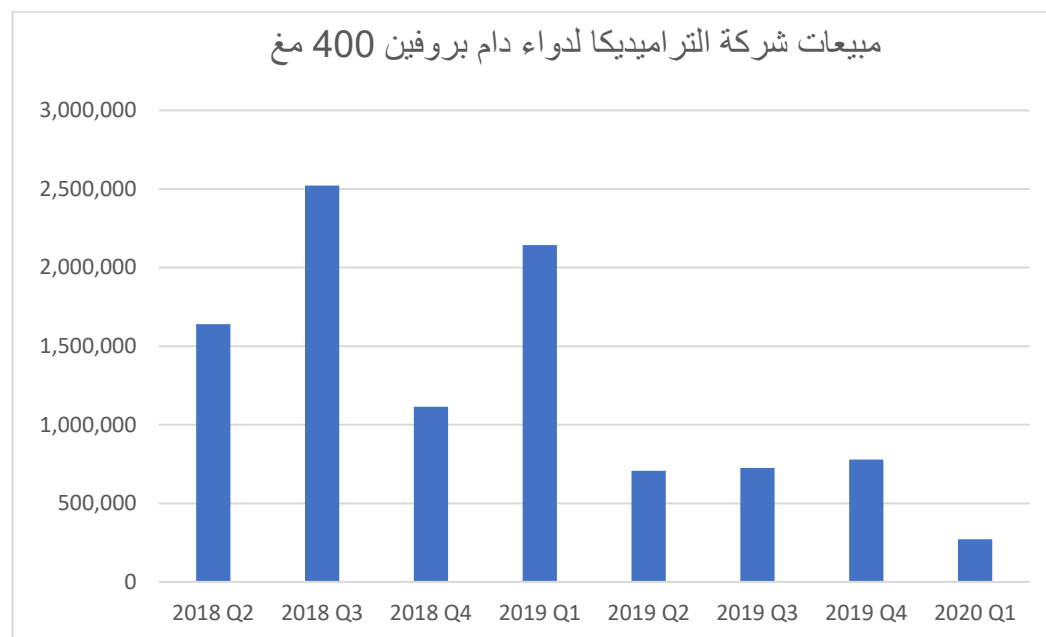
1-4: مشكلة الدراسة

- تكمن مشكلة هذا البحث بتذبذب مبيعات شركة التراميدىكا لدواء دام بروفن 400 مغ في السوق الدوائية السورية بين سنة 2018 و2019، بالإضافة لانخفاض ملحوظ في مبيعات الربع الثاني من سنة 2019 حتى سنة 2020 حيث كانت المبيعات كما يلي بالاعتماد على تقارير موقع ((Advanced Marketing Statistics (AMS):

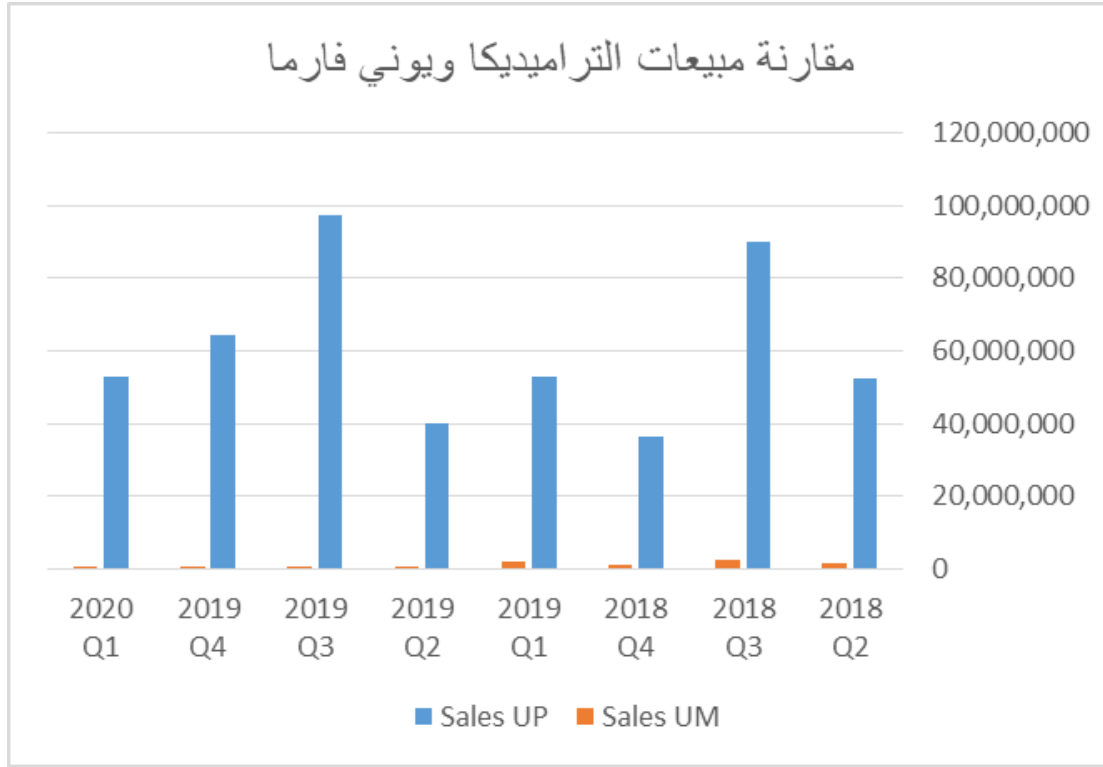
- في الربع الثالث 2018 2,500,000 ل.س وانخفضت بالربع الرابع حتى 1,100,000 ل.س وعادت لمبيعاتها الأصلية تقريباً في الربع الأول من سنة 2019 تقريباً 2,150,000 ل.س، وانخفضت بشكل ملحوظ في الربع الثاني من سنة 2019 حتى 707,000 ل.س وانخفضت أيضاً بشكل أكبر في الربع الأول من 2020 حيث كانت المبيعات فقط 270,000 ل.س.

- بينما شركة يوني فارما و التي تعتبر الرائدة في السوق السورية لدواء بروفين 400 مع كانت مبيعاتها أعلى بكثير حيث كانت مبيعاتها في الربع الثاني من عام 2018 أكثر من 50,000,000 ل.س وارتفعت حتى 90,000,000 في الربع الثالث من سنة 2018، وعلى الرغم من انخفاض مبيعاتها حتى 36,000,000 في الربع الرابع من سنة 2018 الا أنها استعادت مبيعاتها في الربع الأول من سنة 2019 حيث تجاوزت ايضاً الـ 50,000,000

وبالعكس تضاعفت مبيعاتها في الربع الثالث 2019 وتجاوزت الـ 97,000,000 ل.س. وعلى الرغم من انخفاضها بنسبة ملحوظة في الربع الرابع 2019 والربع الأول 2020 إلا أن مبيعاتها لم تنخفض ابداً عن وسطي مبيعات 2018 حيث أنها حافظت على 52,000,000 في 2020 والشكل يوضح المقارنة بينهما:



الشكل 1 - مبيعات شركة التراميديكا لدواء دام بروفين 400 مغ



الشكل 2 - مقارنة بين مبيعات شركة التراميديكا و يونيفارما لدواء بروفين 400 مغ

- وبناء على التحليل السابق والدراسة الاستكشافية التي قامت الباحثة بها ستكون تساؤلات

البحث كالتالي:

- 1- ما هي آراء واتجاهات العينة نحو جميع أبعاد الغلاف الحالي؟
- 2- هل يؤثر لون الغلاف الحالي لدواء دام بروفين في النية الشرائية للمستهلك؟
- 3- هل يؤثر تصميم الغلاف الحالي لدواء دام بروفين في النية الشرائية للمستهلك؟
- 4- هل تؤثر مواد التغليف والتعبئة للغلاف الحالي لدواء دام بروفين في النية الشرائية للمستهلك؟
- 5- هل يؤثر نوع وحجم الخط الموجود على الغلاف الحالي لدواء دام بروفين في النية الشرائية للمستهلك؟

6- هل تؤثر وظائف الغلاف الحالي لدواء دام بروفين (سهولة الاستخدام، الحماية) في النية الشرائية

للمستهلك؟

- 7- هل تؤثر المعلومات المطبوعة على الغلاف الحالي في النية الشرائية للمستهلك؟
- 8- ما هي آراء واتجاهات العينة نحو جميع أبعاد الغلاف المقترح؟
- 9- هل يؤثر لون الغلاف المقترح لدواء دام بروفن في النية الشرائية للمستهلك؟
- 10- هل يؤثر تصميم الغلاف المقترح لدواء دام بروفن في النية الشرائية للمستهلك؟
- 11- هل تؤثر مواد التغليف والتعبئة للغلاف المقترح لدواء دام بروفن في النية الشرائية للمستهلك؟
- 12- هل يؤثر نوع وحجم الخط الموجود على الغلاف المقترح لدواء دام بروفن في النية الشرائية للمستهلك؟
- 13- هل تؤثر إضافة ميزة الحماية (العبوة غير قابلة للفتح من قبل الأطفال) في النية الشرائية للمستهلك؟
- 14- هل تؤثر المعلومات المطبوعة على الغلاف المقترح في النية الشرائية للمستهلك؟
- 15- هل تؤثر التغييرات بالغلاف بحسب الاتجاهات الحديثة للتغليف الدوائي (لصاقة عدم التزوير، الغلاف صديق للبيئة) في النية الشرائية للمستهلك؟

1-5: أهداف الدراسة

هدفت الدراسة بشكل رئيسي للعمل على اختبار أحد الحلول الممكنة لانخفاض مبيعات المنتج الدوائي دام بروفن 400 غ لشركة التراميديكا، باعتبار الترويج للأدوية يخضع للعديد من القيود والضوابط ولا يمكن استخدام أدوات ترويجية كثيرة على سبيل المثال: إعلان تلفزيوني؛ في قطاع الأدوية في الجمهورية العربية السورية.

وبناء عليه قررت الباحثة بناءاً على الدراسة الاستطلاعية العمل على تغيير التغليف لدواء دام بروفين 400 مع ودراسة تأثيره في النية الشرائية التي قد تتولد لديه باستخدام ألوان تغليف مختلفة، مواد تغليف مختلفة، أو نمط خط مختلف وتأثير هذه التغييرات على نواياه الشرائية باعتبار التغليف من أحد اهم العناصر التسويقية التي تساهم في تغيير تقييم المنتج وزيادة جودته المدركة وبالتالي نوايا شرائية إيجابية.

1-6: أهمية الدراسة

أهمية الدراسة التطبيقية

تتجلى أهمية الدراسة في المجال العلمي أو التطبيقي على المجتمع المدروس، من خلال هذه الدراسة يمكن تزويد متخذي القرار في شركة التراميديكا بمعلومات عن كل بعد من أبعاد التغليف من حيث تأثيرها على اتجاهات المستهلك ونواياه الشرائية، وكيف يمكن تصميم الغلاف الدوائي بحيث يكون أكثر جاذبية، كون التغليف أداة ترويجية نادرة الاستخدام في قطاع الأدوية السورية.

1-7: منهجية الدراسة وأداة جمع البيانات

تقوم الدراسة على المنهج الوصفي، حيث تم توزيع الاستبيان على عينة مؤلفة من 73 شخص في الجمهورية العربية السورية مقيمين في مدينة دمشق، من أجل اختبار ودراسة أثر تغيير التغليف

(لون العبوة، تصميم الغلاف، مواد التغليف، المعلومات المطبوعة على الغلاف، نوع الخط، وظائف التغليف) للمنتج الدوائي دام بروفن 400 غ في النوايا الشرائية للمستهلك.

1-8: محددات الدراسة

الحدود المكانية: الاستبيان استهدف من يعرف أو استخدم دواء دام بروفن في الجمهورية العربية السورية.

الحدود الزمانية: الفترة الزمانية المحددة لجمع البيانات والمعلومات ذات الصلة بالبحث والممتدة من (2022/03/07 - 2022/09/7)

كما أنه من غير الضروري أن يكون التغليف من أكثر العوامل المؤثرة في النوايا الشرائية، حيث أنه من الممكن لأدوات تسويقية أو ترويجية أخرى تحقيق نتائج أفضل أو حلول أفضل لمشكلة البحث الأساسية (انخفاض المبيعات).

الفصل الثاني: الإطار النظري للبحث

تمهيد

ستقوم الباحثة في هذا القسم بشرح أهم التعاريف المتعلقة بالأدوية وأنواعها بشكل عام، بالإضافة لأهم ما يتعلق بالتغليف والتغليف الدوائي بشكل خاص ونوعية المواد المستخدمة بالتغليف ووظائف ومستويات التغليف، في النهاية سيتم أيضاً تناول لمحة عن شركة التراميديكا و غلاف دواء دام بروفين 400 مغ.

2-1: المنتجات الدوائية

2-1-1: تعريف المنتجات الدوائية

يُعرَّف الدواء بحسب القانون الأمريكي، (1954) بأنه أي مادة (عدا عن الطعام أو الأجهزة والأدوات) مُعدّة للاستعمال في التشخيص أو الاستشفاء أو التسكين أو العلاج أو الوقاية من المرض، أو تهدف إلى التأثير في بنية الجسم أو وظيفته. بينما يعرف بحسب القانون الأوروبي، (2001) بأنه أي مادة أو مجموعة من مواد التي تعمل على تنشيط، تحسين أو تغيير الوظائف الفيزيولوجية عن طريق الممارسة الدوائية المناعية أو الايضية، أو التشخيص المرضي.

نستنتج من التعاريف العالمية السابقة أن الدواء هو المادة التي تسمح بالتشخيص أو العلاج عند وجود مشاكل في وظائف الانسان.

2-1-2: تصنيف الأدوية

يتم تصنيف الأدوية عادةً حسب معايير عديدة (بحسب وظيفتها، تركيبها الكيميائي، تأثيرها البيولوجي، وغيرها):

1- تصنف الأدوية حسب تأثيرها البيولوجي أو من خلال تأثيرها الدوائي. على سبيل المثال، مضادات الالتهاب والمسكنات ومضادات الفيروسات ومضادات السرطان ومضادات القلق ومضادات الاكتئاب ومضادات الذهان ومضادات ارتفاع ضغط الدم.

(Pharmacological classification of drugs, 2006)

2- من خلال تركيبها الكيميائي، يتم تجميع الأدوية معاً حسب تراكيبها الكيميائية. تتضمن بعض الأمثلة السلفوناميدات والسلفونيل يوريا ومضادات الاكتئاب ثلاثية الحلقات وبيتا لاكتام (البنسلين) وغيرها. جميع الأدوية من مجموعة كيميائية معينة لها نفس الاستخدامات، أو لها نفس الوظيفة. (Kulinskiĭ ,1998)

3- من خلال نظامها المستهدف، يتم تصنيف الأدوية في هذه الفئة وفقاً لهدف معين أو جهاز/عضو مستهدف في الجسم حيث تؤثر عليه. ومن الأمثلة على هذه الفئة: الأدوية التي تعمل على الجهاز القلبي الوعائي، والأدوية التي تعمل على الجهاز العصبي، والأدوية التي تعمل على الجهاز الهضمي. (Imming,2004)

4- من خلال موقع عملها، يتم تصنيف الأدوية وفقاً للأهداف الدوائية (مستقبلات، إنزيمات، دهون الخلية) حيث تتفاعل معظم الأدوية مع الإنزيمات أو المستقبلات لإعطاء تأثيرها البيولوجي وتتفاعل أخرى مع أهداف دوائية أخرى مثل، الأدوية تمنع إنزيم أسيتيل كولينستراز. (Patrick,1995)

2-2: التغليف الدوائي

1-2-2: مفهوم التغليف الدوائي

- تعد تعبئة الأدوية عملية متكاملة وحاسمة من ممارسات التصنيع الجيدة (GMP) لتصنيع الأدوية وتعتبر "الميسر الرئيسي" لتأسيس ثقة المريض في الأدوية.

ويختلف التعامل مع منتجات الأدوية عما هو عليه بالنسبة للمنتجات الأخرى لأهمية هذه الأخيرة وخطورتها على صحة الإنسان. طبيعتها الكيميائية تحتم على المنتج مراعاة التفاعلات الممكن حدوثها عند استعمال نوع معين من التعبئة والتغليف. (Lorenzini G.C et al,2018)

لذا فاستعمال بعض مواد التغليف مقنن حسب تشريعات معينة. إن جانب الحماية والأمان يطغى في حالة تغليف المنتجات على جانب الجذب وإثارة الفضول لدى المستهلك. (Achraf,2021)

بينما كانت وجهة نظر (Alagala, Bagbi, & Shaleye,2018) أن التعبئة والتغليف هي تقنية تغليف المنتجات أو حمايتها للتوزيع والتخزين والبيع والاستخدام. في اللغة الصيدلانية، يمكن اعتبارها مجموعة مختلفة المكونات (مثل الزجاجات، القوارير، الأمبولات، الأغشية، إلخ) التي تحيط بمنتج دوائي من وقت الإنتاج حتى يتم استخدامه. يتطلب التغليف الكثير من الاهتمام في عمليات إنتاج المستحضرات الصيدلانية لأنها تلعب دوراً مهماً في الحفاظ على فعالية الأدوية المصنعة. إنها جذابة للمستخدم النهائي عندما يتم إجراؤه بشكل جيد بطريقة أنيقة، فإنه يجذب النقد أيضاً عند القيام به بشكل غير أخلاقي. وبرأيه أنه في صناعة الرعاية الصحية اليوم، تحول التركيز إلى التعبئة والتغليف الفعال وبالتالي يتم التعرف على عبوات الأدوية كجزء لا يتجزأ من

نظام توصيل الدواء أيضًا كعنصر أساسي في المزيج التسويقي الذي يمكن للمصنعين من خلاله التمييز منتجاتهم من منافسيهم.

- نلاحظ من خلال مراجعة الأدبيات السابقة أن التغليف الدوائي له وظائف متفق عليها من ناحية الحماية من التفاعلات والحفاظ على فعاليته وأنها تخضع لقوانين دولية ومحلية عديدة، وهناك اختلاف في الآراء حول أهمية جاذبيتها للمستهلك النهائي ام لا.

2-2-2: وظائف التغليف

- تلعب التعبئة والتغليف دوراً كبيراً جداً في صناعة المنتجات الدوائية، حيث أنها بالدرجة الأولى يجب أن تحافظ على سلامة المنتج وتوافقه (ألا تتفاعل مع المنتج الدوائي نفسه. وهذا يعني أن اختيار شريحة التغليف يحدد بعوامل مختلفة مثل خصائص المنتج الفيزيائية والكيميائية، واحتياجات المنتج الوقائية ومتطلبات العلامات التجارية أو المتطلبات التسويقية. (Vocational Training Corporation (VTC), 2019) ويتفصيل أكبر يجب أن توفر

مواد التعبئة والتغليف ما يلي:

1- الوظائف الفنية:

حماية المنتج من الاعتداءات الخارجية وتسهيل الحفاظ عليها: التلوث، الرطوبة، درجة الحرارة، الصدمات والروائح. (Achraf, 2021)

الوظائف التجارية:

○ تسهيل عملية البيع من خلال ملائمة الغلاف لاحتياجات المستهلك.

○ التأثير البصري: القدرة على جذب عيون المستهلك عن طريق الألوان، حجم الرموز وحروف الكتابة المستخدمة.

○ التعرف: تسم للمستهلك بربط الدواء على الفور بالفئة المناسبة، وأيضاً السماح له بالتعرف على العلامة التجارية للدواء دون الحاجة إلى قراءة اسمها.

○ وسيلة اتصال وترويج: التموضع في أذهان المستهلكين والمساهمة في صنع صورة العلامة التجارية.

○ إعلام المستهلكين: المكونات، وجود أو عدم وجود مواد تسبب الحساسية أو مسرطنة، طريقة الاستخدام، الجرعات، الآثار الجانبية. (Achraf,2021)

2- الوظائف الإنتاجية:

يجب أن تكون مواد التعبئة والتغليف ضمن حدود إمكانيات الإنتاج، أي أن المواد قادرة على التكيف مع آلات التعبئة والتغليف عالية السرعة وشائعة الاستخدام. حيث أنها يجب أن تكون: (Vocational Training Corporation (VTC),2019)

○ مقاومة للصدمات.

○ سهولة النقل والتخزين.

○ اقتصادية.

○ صديقة للبيئة.

3-2-2: مستويات التغليف

في مجال الرعاية الصحية، تلعب التعبئة والتغليف دوراً حيوياً في الحفاظ على سلامة الأدوية من جميع أنواع التلوث والنمو البكتيري. على عكس السلع الأخرى، تتطلب الأدوية الصيدلانية فحصاً تاماً لتعبئتها بحيث تكون آمنة تماماً لمستهلكيها. بصفة عامة هناك 3 أنواع من مستويات التعبئة والتغليف (Aulton & Taylor, 2013)، مستخدمة من طرف مصنعي الأدوية لجميع أنواع المنتجات الصيدلانية والتي تختلف من الحبوب إلى الكبسولات إلى القارورات.

1- التغليف الأولي

الجزء الأكثر أهمية في تعبئة المنتجات الصيدلانية هو التعبئة الأولية، ما لم يتم وضع العبوة الأولية بشكل صحيح، قد لا تكون متأكداً من أن المنتج الصيدلاني سيتمكن من الاحتفاظ بجودته الأصلية أم لا. يجب أن تكون المواد المستخدمة أثناء عملية التغليف الأولية محايدة ويجب ألا تتفاعل مع المنتج الصيدلاني طوال مدة صلاحيتها. ومع ذلك، إذا فشلت العبوة الأساسية في أداء مهمتها، فستكون مهددة لحياة أولئك المرضى الذين قد يستهلكون المنتج بعد وصفه من طرف الطبيب. عادة ما تكون مصنوعة من مواد غير تفاعلية مثل: PVC والألومنيوم. وبالمثل يتم استخدام البلاستيك عالي الجودة بدلاً من الزجاج للمشروبات السائل، حتى لا تتضرر أثناء نقلها من مكان صنعها إلى مكان شرائها أو استعمالها. (Achraf, 2021)

2- التغليف الثانوي

تصبح المنتجات الصيدلانية جاهزة للخطوة التالية من التعبئة والتي يشار إليها ببساطة باسم التغليف الثانوي. حيث تعتبر العبوة الثانوية مجرد طبقة أخرى من التغليف وتكون عادة مصنوعة من الورق

المقوى. يحتوي على المعلومات اللازمة للتعرف على الدواء، مكوناته، طريقة الاستعمال بالإضافة إلى العلامة التجارية واسم الصانع. (Achraf,2021)

3- التغليف العالي

يعتبر أكثر أهمية لأغراض الشحن والنقل من الناحية النمطية، لا ينظر المستهلكون إلى العبوات العلوية لأنه غالباً ما يتم إزالة مواد التعبئة والتغليف قبل عرض المنتج للبيع في الصيدلية. (Achraf,2021)

2-2-4: تعليمات التعبئة والتغليف

وفقاً لمنظمة الصحة العالمية:

يجب توافر تعليمات التعبئة والتغليف المعتمدة رسمياً لكل منتج، من حيث حجم ونوع التغليف. وبطبيعة الحال يجب أن تشمل على أو تشير إلى:

(أ) اسم المنتج

(ب) وصف لشكله الصيدلاني ولقوته، وكلما أمكن، طريقة الاستعمال

(ج) حجم العبوة معبراً عنه على شكل رقم، ووزن أو حجم المنتج في الحاوية النهائية

(د) قائمة كاملة لجميع مواد التعبئة والتغليف اللازمة لحجم التشغيل القياسي، وتشمل الكميات والأحجام والأنواع، إلى جانب الرمز أو الرقم المرجعي المتعلق بمواصفات كل مادة تعبئة وتغليف

هـ) وكلما أمكن، وجود نماذج أو صور من مواد التعبئة والتغليف المطبوعة وعينات منها، موضح بها مكان وضع رقم التشغيل وتاريخ انتهاء صلاحية المنتج

و) الاحتياطات الخاصة التي يجب مراعاتها، وتشمل فحص منطقة التعبئة والتغليف والمعدات بعناية من أجل التحقق من نظافتها قبل وبعد عمليات التعبئة والتغليف،

ز) وصف لعملية التعبئة والتغليف، وتشمل أي عمليات جانبية هامة والمعدات المستخدمة

ح) تفاصيل الرقابة خلال العمليات مع تعليمات أخذ العينات والحدود المقبولة. (منظمة الصحة العالمية، 2016)

2-5: عمليات التعبئة والتغليف

وفقاً لمنظمة الصحة العالمية عند تطوير برنامج عمليات التعبئة والتغليف، يجب إعطاء اهتمام خاص للتقليل من مخاطر التلوث الانتقالي، وحدوث الخلط أو الاستبدال. ولا يجب تعبئة منتجات مختلفة على مقربة من بعضها ما لم يكن هناك فاصل مادي بينها أو اتباع نظام بديل آخر يوفر نفس الضمانات.

قبل البدء في عمليات التعبئة والتغليف، يجب اتخاذ الخطوات اللازمة لضمان أن منطقة العمل، وخطوط التعبئة والتغليف، وماكينات الطباعة والمعدات الأخرى نظيفة وخالية من أي منتجات، ومواد أو وثائق أخرى سبق استخدامها وليست مطلوبة للعملية الجارية. يجب تنفيذ وتسجيل عملية تصفية خط التعبئة والتغليف وفقاً لإجراء ملائم وقائمة تفقدية Check list.

يجب أن يتم عرض اسم ورقم تشغيل المنتج الذي يجري معالجته في كل محطة أو خط تعبئة أو تغليف.

عادة، يجب أن يتم التوسيم (وضع بطاقة التعريف) في أسرع وقت ممكن بعد التعبئة والختم، إذا تأخر التوسيم، يجب تطبيق إجراءات مناسبة لضمان عدم حدوث أي خلط أو خطأ في التوسيم. يجب فحص وتسجيل الأداء الصحيح لأي عمليات الطباعة (مثل رقم الشفرة أو تواريخ انتهاء الصلاحية) التي تتم منفردة أو في سياق عمليات التعبئة والتغليف. كما يجب الاهتمام بالطباعة اليدوية، والتي يجب أن يعاد فحصها على فترات منتظمة.

يجب بذل عناية خاصة عند استخدام بطاقة التعريف المنفصلة عن بعضها البعض، وعند طباعة مادة إضافية من غير الطريق المعتادة offline ، و في عمليات التعبئة و التغليف اليدوية. وبطبيعة الحال، فإنه من المفضل استخدام بكرة للصق بطاقات التعريف بدلاً من بطاقات التعريف المنفصلة عن بعضها لتجنب الخلط، ويمكن أن يكون التحقق المستمر من جميع بطاقات التعريف بالوسائل الإلكترونية مفيداً لمنع الخلط، غير أنه يجب إجراء عمليات التحقق من أن أي قارئ الشفرة الإلكترونية، أو عداد لبطاقات التعريف، أو ما شابه ذلك من الأجهزة تعمل بشكل صحيح. وعندما يتم وضع بطاقات التعريف يدوياً، يجب أن تتم فحوص الرقابة خلال العمليات على فترات أكثر تكراراً.

يجب أن تشمل المراقبة المستمرة للمنتج خلال عمليات التعبئة والتغليف على الفحوص الآتية على الأقل:

(أ) المظهر العام للعبوات

(ب) ما إذا كانت العبوات الكاملة

ج) ما إذا كان المنتج صحيح ومواد التعبئة والتغليف الصحيحة هي المستخدمة

د) ما إذا كانت طباعة مواد إضافية صحيحة

هـ) الأداء الصحيح لأجهزة مراقبة خط التعبئة والتغليف

يجب عدم إرجاع العينات التي تم أخذها من خط التعبئة والتغليف

المنتجات التي تعرضت لحادثة غير عادية خلال عملية التعبئة والتغليف لا يجب إعادتها إلى

العملية إلا بعد إجراء التحقق المعين والتفتيش والموافقة عليها من جانب الموظفين المكلفين بذلك.

ويجب الاحتفاظ بسجل مفصل عن هذه العملية

يجب دراسة أي اختلاف واضح أو غير عادي تتم ملاحظته خلال حساب التوافق بين كمية المنتج

الكتلي (bulk product) مع كمية مواد التعبئة والتغليف المطبوعة وعدد الوحدات التي تم

إنتاجها، وإيجاد التعليل المناسب لهذا الاختلاف وتسجيله وذلك قبل عملية الإفراج.

عقب الانتهاء من عملية التعبئة والتغليف، يجب التخلص من مواد التعبئة والتغليف المرمزة coded

وغير المستخدمة والخاصة بتشغيلة ما، كما يجب تسجيل بيانات عملية التخلص هذه. يجب اتباع

إجراءات التحقق المطلوبة والموثقة قبل إرجاع المواد غير المستخدمة، وذلك في حالة إرجاع المواد

المطبوعة وغير المرمزة uncoded إلى المخزون (منظمة الصحة العالمية، 2016).

2-2-6: أبعاد التغليف الدوائي

- تلعب الألوان دوراً مهماً في التغليف الدوائي كما في المنتجات الاستهلاكية الأخرى. حيث أنه بحسب (Rouillet and Droulesrs, 2005) لعبت قوة مظهر الدواء والتوقعات المرتبطة بها دوراً فعالاً في نجاح العلاج منذ الأيام الأولى للطب.

وأيضاً بحسب (Buckalew and Coffield, 1982)، مظهر الدواء (الشكل، واللون) له تأثير في اعتقادات وتوقعات المرضى وله تأثير أيضاً في العلاج.

2-2-6-1: الألوان

يمكن أن يكون للون عبوات الأدوية تأثير كبير على تصور المستهلك للفعالية وسرعة تأثير الدواء والسعر. اللون هو جزء لا يتجزأ من التعبئة والتغليف، وهو أحد العوامل الأساسية التي تؤثر على قرارات الشراء (Philips, 2015). كما جاء في البحث المقدم في برنامج أكسفورد للأعمال والاقتصاد، "يمكن أن يكون اللون وسيلة فعالة لإنشاء صورة العلامة التجارية والحفاظ عليها في أذهان العميل" (More, 2009). من المفاجئ أن عدد قليل من الدراسات تتناول الألوان للعبوة الخارجية وأثرها في تقييمات المستهلك، وكان الاهتمام الأكبر في الأدبيات العلمية السابقة بألوان الحبوب وتأثيرها في توقعات المريض. ولكن بحسب تجربة على ستة ألوان إلى جانب الرمادي، قام بها (Droulesrs and Rouillet, 2005) وتم تقسيم الألوان إلى فئتين: ألوان فاتحة: (أصفر، أخضر، برتقالي، رمادي) وألوان داكنة: (أحمر وازرق وبني). وتم دراسة تأثيرات الألوان على ثلاثة متغيرات، فعالية الدواء، تقدير السعر، التأثيرات الجانبية.

تبين أن اللون الأحمر والبنّي والأزرق تعتبر أو تقدر فعاليتها أعلى وسعرها أعلى، قد تسبب تأثيرات جانبية أكثر ولكن تعتبر معالجتها أفضل من اللون الأصفر، الأخضر، الأورانج والرمادي. وفي سياق التسويق، يميل المستهلكون إلى شراء المنتجات التي عندما تجذب التغليف انتباههم. (Aslam,2006)، وأيضاً اثبتت دراسات سابقة لون العبوة أو حتى لون التعبئة الداخلي يؤثر على تصورات المستهلكين حول العلامات التجارية وهي من أهم عوامل التنافسية التي تعمل الشركات على تمييز علاماتها التجارية من خلالها. (Aydin & Özer,2005)

2-2-6-2: نوع وحجم خط الغلاف

يعتبر نوع الخط المستخدم على أغلفة المنتجات بشكل عام من أحد أهم القرارات التي يجب دراستها بعناية لأنه بحسب (Marumbwa and Mutsikiwa, 2013) أنه أحد أهم العناصر المؤثرة في الاتصال الفعال، ولن يكون الاتصال فعالاً إلا إذا تم استخدام المحتوى الصحيح مع أنماط الخطوط الصحيحة. في المقابل وجد (Nayer,2021) أن أنماط الخطوط هي الأقوى تأثيراً في نوايا الشراء لدى المستهلك متبوعاً بلون وشكل تغليف المنتج. ومن أهم التجارب التي أثبتت هذه المعلومات: تجربة (Parmar,2012). لقد وجد أن نمط خط Garamond يميل إلى الاستخدام في المنتجات الفاخرة، في حين تم استخدام نمط الخط الغامق للمنتجات الاقتصادية (Lupton,2004). بالإضافة إلى ذلك، يُستخدم نمط الخط المائل في المنتجات المتعلقة بالصحة (Smith & Taylor,2004). وبحث سابق آخر يقترح أن أسلوب الخط يحفز النتائج السلوكية (Lockshin & Corsi,2012). يميل المستهلكون إلى الاستجابة بسرعة أكبر عندما يتماشى

نمط الخط مع الرسالة (Silayoi & Speece,1989; Lewis & Walker,2007)، وبالتالي:

يعزز نمط الخط المناسب وضوح المنتج.

كما تلعب الطباعة دوراً كبيراً في تصميم العبوات لأنها تساعد في الحفاظ على التوازن بين العناصر النصية والعناصر المرئية. نظراً لأن العبوة تحتوي على الكثير من المعلومات حول المنتج، فمن الصعب كتابة الحد الأدنى من النص. بدلاً من ذلك، ما يمكننا فعله هو تصوير النص بطريقة جمالية بحيث يمكن أن يكمل تصميم العبوة في حالة التغليف، فإن حجم الخط مهم للغاية. في الغالب هناك الكثير من المعلومات حول المنتج في العبوة. لذلك، من المهم جداً وجود أحجام خطوط يمكن قراءتها على المواد المطبوعة. (Mukherjee,2019)

حجم الخط ككل وحجم الخطوط فيه لهما تأثير كبير على التصميم. تكون المعلومات الأساسية مرئية إذا كان حجم النقطة على الأقل 192 نقطة وأكثر، ويجب أن يكون النص الثانوي بين 24 و55 نقطة، والثالث عادة ما يكون من 8 إلى 10 نقاط. (Suleman,2016)

2-2-6-3: المواد الداخلة في التغليف الدوائي

توفر الحزمة الصيدلانية ختم محكم يحمي المنتج الدوائي. يعتبر الزجاج والبلاستيك والمعادن والمطاط مكوناً رئيسياً في نظام إغلاق الحافظات. أنواع مختلفة من الزجاج والبلاستيك والمعدن تستخدم مواد التعبئة والتغليف لتصميم الحافظات ولضمان الإغلاق المحكم. اختيار هذه المواد يعتمد على المنتجات التي سيتم تخزينها في الحاوية. الإغلاق هو أيضاً جزء مهم العبوات الدوائية وهي تلامس مباشر مع المنتج الدوائي. لذا يجب اختيار الحاوية ومواد الإغلاق بعناية والتي لا تؤثر على الفعالية العلاجية للمنتجات (Nasa,2014)، وفي سياق التسويق، تعتبر مواد التغليف

أول ما يتواصل معه المستهلك ويعكس جودة المنتج نفسه لذلك يقوم المستهلكين باختيار أدوية ذات مواد تغليف عالية الجودة. (Burke et al, 2001)

وكأساليب تسويقية جديدة تقوم شركات الأدوية العالمية بالوقت الحالي باستخدام مواد التغليف الصديقة للبيئة لدعم نوايا المستهلك الشرائي. (Lau et al ,2002; Gross et al,2000)

بحسب دراسات سابقة يوجد لمواد التغليف أثر مباشر في النوايا الشرائية وأثر غير مباشر من خلال الجودة المدركة. (Holt, Quelch & Taylor,2004)

2-2-7: التقنيات الجديدة في التغليف الدوائي

هناك العديد من التقنيات الحديثة التي يمكن إتباعها لتطوير عملية التغليف الدوائي، حيث سنتناول في بحثنا هذا تقنية التغليف المضادة للتزييف انطلاقاً من أهميتها وتأثيرها الكبير على العملية ككل.

I تقنيات التغليف المضادة للتزييف:

يقصد بالتزييف إنتاج منتجات وعبوات مماثلة للأصل وبيع المنتجات المقلدة كمنتجات أصلية، التزييف مشكلة تتعلق بأمان المنتج، ومن أنواع التزييف الدوائي:

(1) الازدواجية: أي نسخ الملصقات والتغليف والمنتجات والتعليمات ومعلومات الاستخدام.

(2) الاستبدال: وضع منتجات دوائية ذات جودة منخفضة في عبوات دوائية أصلية أو معاد استخدامها.

(3) التلاعب: عن طريق تغيير العبوات / الملصقات.

4) عمليات الاسترجاع والاحتيايل المتعلقة بالضمان يتم التعامل معها على أنها سرقة العلامة التجارية.

II حلول تقنية لمكافحة التزييف الدوائي:

المصادقة على إنشاء قانون أو مطابقة شيء ما حقيقي، حيث أن المصادقة أمر في غاية الأهمية، وذلك لأن استخدام الأدوية المزيفة يمكن أن تكون ضارة بصحة وسلامة المرضى، واستخدامها قد يؤدي إلى فشل العلاج أو حتى الموت. وتم المصادقة عموماً من خلال ملامح علنة أو سرية على المنتج.

1. السمات العلنية (المرئية) (Features) Visible (Overt)

تستخدم السمات العلنية لمساعدة المستخدمين على إثبات موثوقية العبوة، وهذه السمات تكون مرئية، ولكنها معقدة ومكلفة في حالة إعادة الإنتاج. كما أنها تتطلب تأمين قوي في إجراءات التوريد والمناولة والتخلص من النفايات لتجنب التحويل غير المصرح به، وهي مصممة ليتم تطبيقها بطريقة لا يمكن إعادة استخدامها أو إزالتها دون تشويه أو تحكم في العبوة. لهذا السبب يمكن إدراج الميزات العلنية ضمن ميزة مقاومة العبث لمزيد من الأمان وهي تشمل على مواد تغطية متغير بصرياً مع تغير الألوان، وأحبار متغيرة لونياً بالحرارة thermochromic ، والعلامات المائية، الباركود، التصوير الهولوجرامي وغيرها.

يبين شكل (3) استخدام الصور المجسمة كسمة تأمين مرئية والتي يمكن للمستهلك العادي التعرف عليها بصرياً دون الحاجة لأجهزة خاصة. (Zadbuke et al,2013)



الشكل 3 - استخدام الصور المجسمة كسمة تأمين مرئي

2. السمات السرية (الخفية) Covert (Hidden) Features

الأساس المنطقي للسمات التقنية الخفية هو مساعدة مالك العلامة التجارية للتعرف على المنتجات المقلدة، بينما المستهلك العادي ليس لديه القدرة على التعرف على وجود هذه السمات وذلك لأنه لا يمتلك الأجهزة الخاصة للتأكد من ذلك. وينبغي أن تكون السمات السرية من الصعب كشفها أو نسخها دون المعرفة المتخصصة. وتشتمل السمات السرية على الجزيئات المجهرية من الألوان والعلامات المحددة المطبوعة مع تركيبات الألوان. ويعتبر الغرض من السمات السرية هو تمكين صاحب العلامة التجارية نحدد المنتجات المزيفة. وكذلك فإن الجمهور العام يكون على دراية من وجود هذه السمات ولا تملك وسائل للتحقق من ذلك، وينبغي ألا يكون من السهل الكشف عن تلك السمات السرية أو نسخها بدون معرفة متخصصة.

يبين الشكل (4) بعض السمات التأمينية الخفية. (Zadbuke et al,2013)



الشكل 4 - بعض السمات التأمينية الخفية

8-2-2: شركة التراميديكا

1-8-2-2: لمحة عن شركة التراميديكا

منذ نشأتها عام 1955، عندما بدأت التراميديكا بأخذ مكانتها في عالم الصناعات الدوائية في سوريا، بنيت على أساس حماسها وتأكيد لها على العمل الحثيث لتطوير صناعة علوم الحياة.

الآن شركة التراميديكا هي من أكبر الشركات وأسرعها نمواً في سوريا وذلك من خلال متابعتها الدائمة لأحدث وسائل التكنولوجيا التي تتماشى مع المتطلبات والأنظمة العالمية للصناعة

(شهادة التصنيع الجيد GMP - شهادات ISO)

وذلك من خلال أقسامها المتعددة:

- المنشأة الصناعية.

- قسم التسويق.

- شبكة المبيعات والعمليات التجارية.

2-2-8-2: رؤية شركة التراميديكا

"من خلال الجودة والتركيز على الأدوية النوعية، نسعى في شركة التراميديكا للصناعات الدوائية أن نبقى الأفضل محلياً وأن ندخل المنافسة عربياً وإقليمياً بقوة وجدارة، والعمل على التطوير المستدام باتباع أحدث معايير وطرق التصنيع الصيدلاني الجيد مع الحفاظ على البيئة وضمان صحة وسلامة الموظفين."

2-2-8-3: رسالة شركة التراميديكا

"رسالتنا في التراميديكا للصناعات الدوائية مساعدة الآخرين في الحصول على حياة صحية أفضل من خلال توفير وتطوير دواء عالي الجودة بالاعتماد على البحث والتطوير وأحدث ما وصلت إليه الصناعة الدوائية، والحفاظ على الموارد الطبيعية وحماية البيئة من التلوث، مع توفير بيئة عمل مثالية تتحقق فيها شروط الصحة والسلامة المهنية ويسودها روح التعاون بين الأفراد."

2-2-8-4: خطوط الإنتاج في شركة التراميديكا

1. خط إنتاج المضغوطات والمضغوطات الملبسة بالقلم.
2. خط إنتاج التحاميل (المستقيمية والمهبلية).
3. خط إنتاج الكبسول الجيلاتيني الصلب.
4. خط إنتاج المحاليل المعدة للحقن (أمبول).
5. خط إنتاج الشرابات والمعلقات.
6. خط إنتاج المراهم والكريمات.

2-2-8-5: التصنيفات الدوائية ومنتجات شركة التراميديكا

1. الصادات الحيوية
2. ادوية البدانة
3. خافضات سكر الدم
4. الأدوية القلبية والوعائية
5. الأدوية العصبية والنفسية
6. المسكنات ومضادات الالتهاب
7. أدوية الجهاز الهضمي
8. أدوية الجهاز التنفسي
9. أدوية العظام والعضلات
10. أدوية الجهاز البولي
11. الأدوية الجلدية
12. الفيتامينات والمعادن
13. المتممات الغذائية

2-2-8-6: دام بروفن (أيبوبروفين)

إن دواء دام بروفن مسجل تحت رقم الترخيص 254 لسنة 2014. والمصنف من المسكنات ومضادات الالتهاب. تصنع شركة التراميديكا ثلاثة عيارات لدواء دام بروفين (200،400،600)

مغ وفقاً للنشرة الطبية لدواء ايبوبروفين والذي يعتبر التركيب العلمي لدواء دام بروفن ينتمي الایبوبروفین إلى مجموعة من العلاجات تسمى مضادات الالتهاب غير الستيرويدية بالإنجليزية: (Nonsteroidal Anti-Inflammatory Drug, NSAID)، والتي تعمل على تثبيط إنتاج البروستاغلاندين بالإنجليزية: (prostaglandins) وهي المواد التي يطلقها الجسم كاستجابة للمرض أو الإصابة. بالإمكان اعطائه بدون وصفة طبية إذ يعتبر من أدوية Over the Counter تعمل حبوب ايبوبروفين على تثبيط البروستاغلاندين من خلال تثبيط الإنزيمات المسؤولة عن إنتاجها وهي إنزيمات الأكسدة الحلقية (بالإنجليزية: Cyclooxygenases) التي تسبب الالتهابات والألم في الجسم، ويوجد نوعين من هذا الإنزيم، وهما: COX1، و COX2.

يملك دواء إيبوبروفين مفعولاً وتأثيراً:

○ خافضاً للحرارة.

○ مضاداً للالتهاب.

يمكن استخدام الأيبوبروفين من قبل البالغين والأطفال الذين لا تقل أعمارهم عن 6 أشهر.

تختلف استخدامات ايبوبروفين باختلاف الشكل الصيدلاني، ومن أهم استخدامات دواء ايبوبروفين ما يلي:

○ مسكن للألم الخفيف إلى المتوسط

○ خافض للحرارة والحمى

○ تقليل الالتهاب

○ تسكين ألم الأسنان.

○ تسكين ألم الدورة الشهرية وتخفيف أعراض عسر الطمث

2-2-8-7: غلاف دواء دام بروفين



كما هو موضح على الغلاف، دواء دام بروفين يتكون من اللون الأبيض والبنفسجي والازرق. بالنسبة للمعلومات المتوفرة على الغلاف فهي الاسم التجاري (Dam-Profen)، الاسم العلمي (Ibuprofen)، التركيز الدوائي (400) مغ، وعدد الحبات (20)، والشركة المصنعة (Ultra Medica). بالنسبة لمواد تغليف الدواء الخارجي فهي بشكل أساسي مكونة من الورق المقوى، بالنسبة للتغليف الداخلي فهو مكون من مادة البلاستيك والالمنيوم.

وبناء على ما سبق، وانطلاقاً من أهمية كل من التغليف الدوائي والنية الشرائية، فإن هذه الدراسة ستدرس أثر تغيير التغليف الدوائي على النية الشرائية، وذلك بالاعتماد على دواء دام بروفين لشركة التراميديكا في السوق الدوائية السورية كدراسة وصفية، والاستفادة من النتائج التي سيتم التوصل إليها وتطبيقها على المنتج المدروس لتحسين مبيعاته.

الفصل الثالث: الإطار العملي

المقدمة

يحتوي هذا القسم وصف لمجتمع الدراسة و أداة الدراسة و وصف لآراء أفراد العينة و من ثم تحليل للبيانات التي تم جمعها من خلال الاستبيان، باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS ، و من ثم عرض النتائج و التعقيب عليها، و عرض أهم النتائج في الختام

3-1: منهجية البحث

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي الإحصائي لتحديد العلاقة بين المتغيرات و قياس أثرها من خلال تطبيق مبادئ التحليل الإحصائي على المتغيرات.

3-2: مجتمع وعينة الدراسة

101 شخصاً من مختلف الخلفيات الثقافية في سوريا أجابوا على الاستبيان تم استقصاء 28 إجابة منهم لعدم معرفتهم أو استعمالهم للدواء، لتكون العينة مكونة من 73 شخص لديهم خبرات متنوعة من التعليم، وقد تم تحصيل الإجابات كاملة من أجل استخدامها في التحليل الإحصائي.

3-3: أداة الدراسة

لجمع آراء أفراد عينة الدراسة تم استخدام استبيان الكتروني محكم من قبل مشرفة البحث، تم بناءه وفقاً للدراسات السابقة التي اعتمد عليها الباحثين خلال تحديد أهداف الدراسة وتم الاعتماد على الدراسة الاستكشافية لاقتراح تغيرات في الغلاف. كانت أسئلة الاستبيان موجهة وفق مقياس ليكرت

Likert الخماسي (1) غير موافق بشدة، (2) غير موافق، (3) حيادي، (4) موافق، (5) موافق بشدة و قسم الاستبيان إلى تسعة محاور بالاعتماد على تقرير (Waheed et al,2012) وعلى الدراسة الاستكشافية. ويتناول الاستبيان قسم عن آراء و اتجاهات المستجوبين حول أبعاد الغلاف الحالي و قسم عن آراء و اتجاهات المستجوبين حول أبعاد الغلاف المقترح.

الاستبيان الموزع كان مقسم إلى المحاور التالية:

المحور الأول: المعلومات الشخصية: وهو الذي يختص بالتعرف على بعض المعلومات الشخصية و الديموغرافية للمجيبين عن الاستبيان و يتضمن 5 عبارات.

الجنس

العمر

المؤهل العلمي

العمل

هل تعرف أو قمت باستخدام مسكن الألم دام بروفين من قبل؟

المحور الثاني: هذا المحور مخصص لمعرفة وقياس اتجاهات المستهلكين نحو لون الغلاف الحالي بآراء واتجاهات المستجوبين في لون الغلاف الحالي ويتضمن 3 عبارات.

يعجبني لون الغلاف لهذا الدواء

لون الغلاف لهذا المنتج يساعدني على تمييز هذا الدواء عن بقية الأدوية

يمكنني تذكر هذا الدواء عندما أرى لون مشابه

المحور الثالث: هذا المحور مخصص لمعرفة وقياس اتجاهات المستجيبين نحو تصميم الغلاف الحالي و يتضمن 3 عبارات.

تصميم الغلاف (الشكل الخارجي) لهذا الدواء مهم في التغليف والتعبئة

تصميم الغلاف (الشكل الخارجي) لهذا الدواء يساعدني على تمييز هذا الدواء عن بقية الأدوية

تصميم الغلاف (الشكل الخارجي) لهذا الدواء يبني تصوراً في ذهني حوله

المحور الرابع: هذا المحور مخصص لمعرفة وقياس اتجاهات المستجيبين نحو مواد التعبئة والتغليف للغلاف الحالي (نوعية المواد المصنوع منها الغلاف) و يتضمن عبارتان.

نوعية مواد التعبئة والتغليف لهذا الدواء تعني أن جودة الدواء أفضل

لا تهمني جودة مواد التعبئة والتغليف لهذا الدواء

المحور الخامس: هذا المحور مخصص لمعرفة وقياس اتجاهات المستجيبين نحو المعلومات المطبوعة للغلاف الحالي و يتضمن 3 عبارات.

أنا أقرأ المعلومات المطبوعة على غلاف هذا الدواء

أقوم بتقييم هذا الدواء بناء على المعلومات المطبوعة على غلافه

أشعر أن المعلومات المطبوعة على غلاف هذا الدواء مهمة

المحور السادس: هذا المحور مخصص لمعرفة وقياس اتجاهات المستجوبين نحو نوع وحجم

الخط للغلاف الحالي ويتضمن عبارتان.

يعجبني نوع الخط المستخدم على غلاف هذا الدواء

حجم الخط المستخدم يساعدي في تذكر هذا الدواء

المحور السابع: هذا المحور مخصص لمعرفة وقياس اتجاهات المستجوبين نحو وظائف الغلاف

الحالي ويتضمن عبارتان.

طريقة تغليف هذه الدواء تؤمن الحماية اللازمة له

طريقة تغليف هذا الدواء تجعله سهل الاستخدام

المحور الثامن: تم تصميم هذا البعد بناء على الدراسة الاستكشافية وتم اقتراح تغييرات من

الممكن أن تحسن اتجاهات المستهلكين نحو الغلاف و يتضمن 8 عبارات.

أفضل لو كانت تعبئة هذه الدواء في عبوة بدل الظرف (كما هو مبين في الصورة)



أفضل لو كان التغليف الدوائي لهذا الدواء مقاوم لفتحه من قبل الأطفال (كما هو مبين في

الصورة)



أفضل لو كان الغلاف الدوائي لهذا الدواء صديق للبيئة

أفضل لو كان التغليف الدوائي لهذا الدواء يحوي على لصاقة تدل على عدم تزويره

أفضل لو كان لون الغلاف مختلف (كما هو مبين في الصورة)



أفضل لو كان الخط المستخدم على الغلاف مختلف (كما هو مبين في الصورة)



أفضل لو كان تصميم الغلاف (الشكل الخارجي) مختلف كما هو مبين في الصورة



المعلومات المضافة عن الاستطباعات على الغلاف المقترح تهمني (كما هو مبين في الصورة)



المحور التاسع: في هذا المحور تم عرض الغلاف الحالي والمقترح على المستجوبين وسؤالهم عن نواياهم الشرائية.

من المحتمل جداً أن أشتري هذا الدواء بتغليفه الحالي



من المحتمل جداً أن أشتري هذا الدواء بتغليفه الجديد (المقترح)



3-4: ثبات الاستبيان

لقياس مدى ثبات أداة الدراسة استخدمت الباحثة معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) للتأكد من ثبات أداة الدراسة على عينة مكونة من 73 شخص يعرفون دواء (دام بروفن) أو قاموا باستخدامه. والجدول التالي يوضح معاملات ثبات أداة الدراسة.

المحور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
اللون	3	0.85
تصميم الغلاف	3	0.84
نوعية مواد التعبئة والتغليف	2	0.81
المعلومات المطبوعة	2	0.87
نوع الخط	2	0.89
وظائف الغلاف	2	0.8

جدول 1 - نتائج معامل ألفا كرونباخ لدراسة ثبات الاستبيان

يبين الجدول قيم معامل ألفا كرونباخ للاستبيان، وبينت النتائج أن ثبات المحاور تراوح بين 0.8 و0.89. وهذا يدل أن الاستبيان يحوي على درجة عالية من الثبات.

3-5: توصيف أفراد العينة

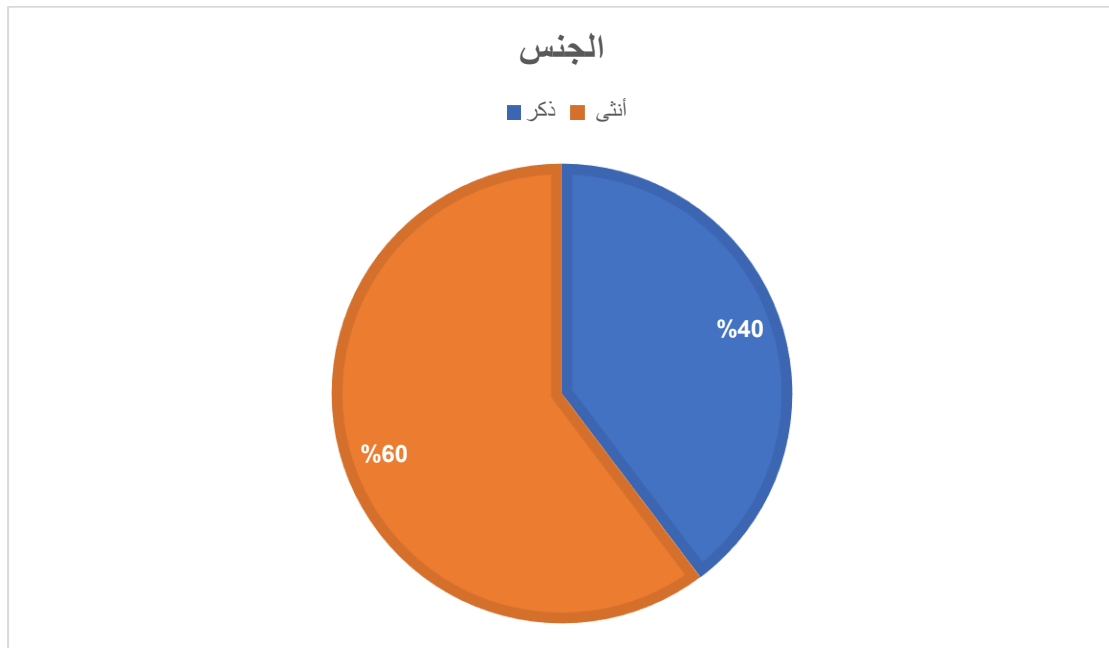
التوزيع التكراري النسبي لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب خصائصهم الديمغرافية

1- الجنس

الجنس:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أنثى	44	60.3	60.3	60.3
	ذكر	29	39.7	39.7	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

جدول 2 - التوزيع التكراري لعينة البحث حسب الجنس



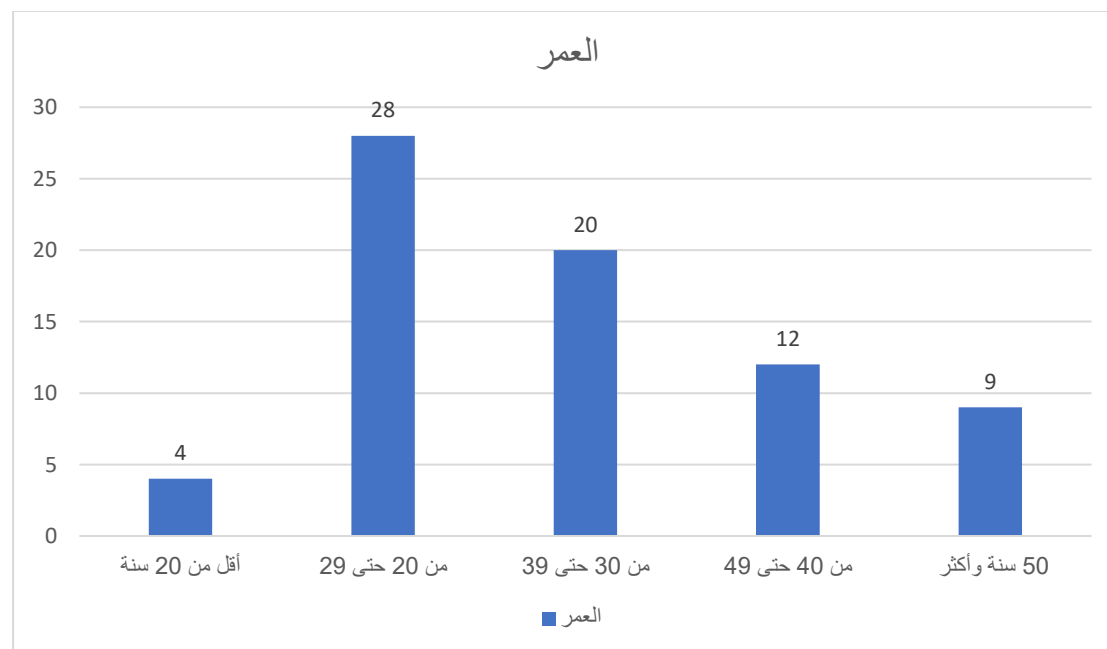
الشكل 5 - التوزيع النسبي للذكور والإناث في العينة

كما هو مبين في الجدول والشكل عدد الإناث المشاركين 44 بينما كان عدد الذكور 29 مما يجعل نسبة الإناث أكبر 60% بالنسبة إلى الذكور 40%.

2- الفئات العمرية

		العمر:			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من 20 سنة	4	5.5	5.5	5.5
	من 20 حتى 29	28	38.4	38.4	43.8
	من 30 حتى 39	20	27.4	27.4	71.2
	من 40 حتى 49	12	16.4	16.4	87.7
	50 سنة وأكثر	9	12.3	12.3	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

جدول 3 - التوزيع التكراري لعينة البحث حسب العمر



الشكل 6 - التوزيع التكراري لعينة البحث حسب الفئة العمرية

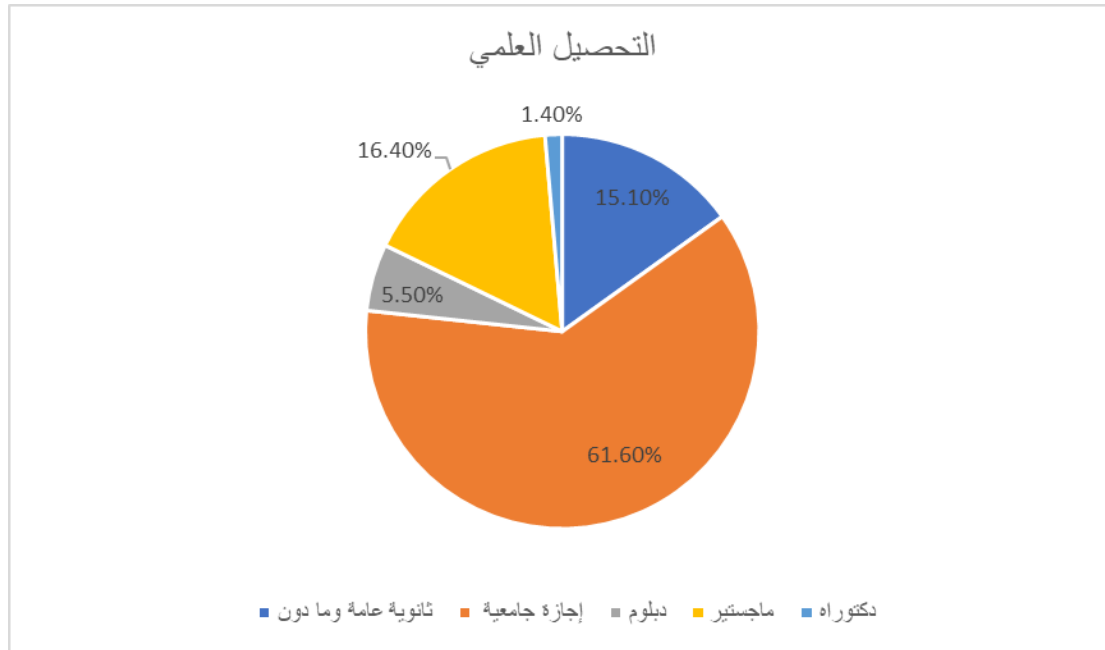
كما هو مبين في الجدول والشكل السابق نسبة الفئة العمرية من (20 إلى 29) سنة هي الأكبر بين الفئات العمرية حيث بلغت نسبتها 38.4% ثم تليها الفئة العمرية من (30-39) سنة بنسبة 27.4% ثم تليها الفئة العمرية (40-49) سنة بنسبة 16.4% و من ثم نسبة (50 سنة و أكثر) 12.3% وأخيراً الفئة العمرية أقل من 20 سنة بنسبة 5.5%.

3- التحصيل العلمي

المستوى التعليمي:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ثانوية عامة وما دون	11	15.1	15.1	15.1
	إجازة جامعية	45	61.6	61.6	76.7
	دبلوم	4	5.5	5.5	82.2
	ماجستير	12	16.4	16.4	98.6
	دكتوراه	1	1.4	1.4	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

جدول 4 - التوزيع التكراري لعينة البحث حسب التحصيل العلمي



الشكل 7 - التوزيع النسبي لعينة البحث حسب التحصيل العلمي

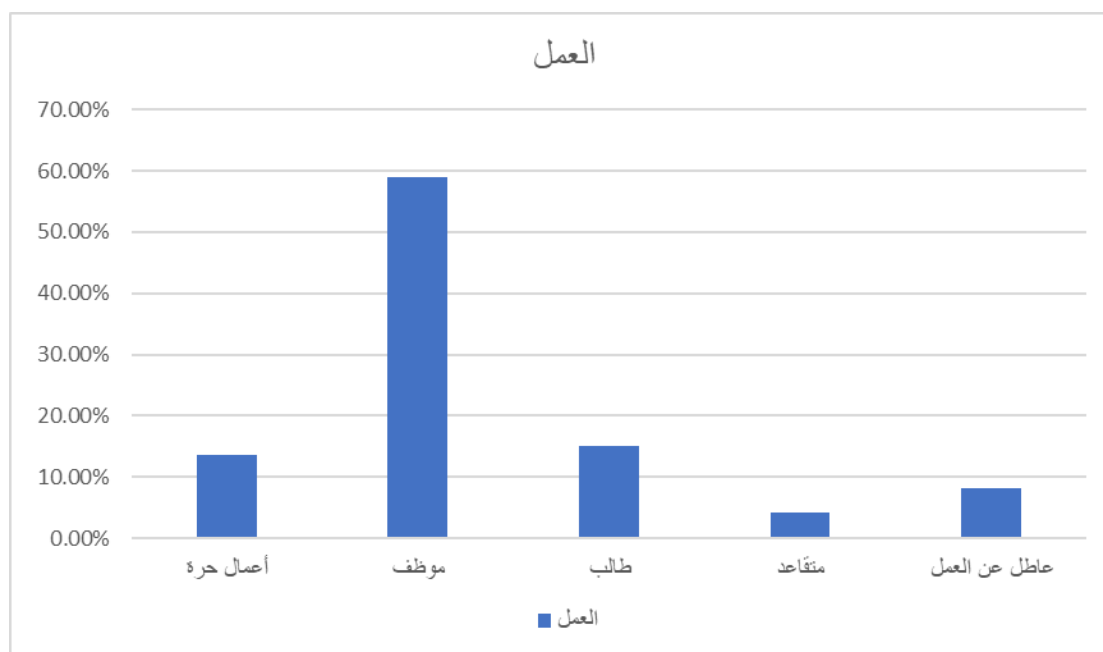
كما هو مبين في الشكل والجدول أعلاه فإن النسبة الأكبر من العينة كانوا من حملة الإجازة الجامعية بنسبة 61.6% تليه حملة الماجستير بنسبة 16.4% ثم تليها فئة حملة الثانوية العامة وما دون بنسبة 15.1% ثم حملة الدبلوم بنسبة 5.5% وأخيراً حملة الدكتوراه بنسبة 1.4%.

4. العمل

العمل:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أعمال حرة	10	13.7	13.7	13.7
	موظف	43	58.9	58.9	72.6
	طالب	11	15.1	15.1	87.7
	متقاعد	3	4.1	4.1	91.8
	عاطل عن العمل	6	8.2	8.2	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

جدول 5 - التوزيع التكراري لعينة البحث حسب العمل



الشكل 8 - التوزيع النسبي لعينة البحث حسب العمل

كما هو مبين في الجدول والشكل السابق نسبة الموظفين هي الأكبر 58.9% ثم تليها فئة الطلاب بنسبة 15.1% ثم تليها فئة الأعمال الحرة 13.7% ومن ثم فئة العاطلين عن العمل 8.2% وأخيراً المتقاعدين بنسبة 4.1%.

3-6: عرض وتحليل بيانات الدراسة ومناقشة النتائج

3-6-1: تقييم آراء واتجاهات العينة نحو عناصر الغلاف الحالي لدواء دام بروفين

في هذه الفقرة سنقوم بالإجابة عن التساؤل الأول للبحث من خلال توضيح اتجاهات المستجوبين نحو عناصر الغلاف الحالي لدواء دام بروفين وذلك من خلال اختبار One Sample T.Test، وكانت نتائج الاختبار كالآتي:

المتغير	P Value	T.Value	Mean
لون الغلاف	0.001	-20.121	1.8
تصميم الغلاف	0.204	-1.283	2.9
وظائف الغلاف (حماية، سهولة استخدام)	0.001	3.498	3.3
نوع وحجم الخط	0.001	-6.514	2.1
نوع مواد التعبئة والتغليف	0.895	-0.132	2.9

المعلومات المطبوعة	0.001	8.73	3.84
--------------------	-------	------	------

جدول 6 - نتائج اختبار One Sample T.Test للون الغلاف الحالي

نلاحظ من الجدول السابق تقارب متوسط اتجاهات المستجوبين بالنسبة للون الغلاف (1.8) ونوع وحجم الخط (2.1)، وهي أقل من الحياد (3)، ونلاحظ أيضاً ان قيمة الـ T.Value سلبية للون الغلاف (-20.121) و نوع وحجم الخط (-6.514)، أي كانت الاتجاهات سلبية نحو لون الغلاف ونوع وحجم الخط للتغليف الحالي. وبالتالي المشاركون بالبحث لم يكونوا راضين عن لون الغلاف الحالي وعن نوع وحجم الخط. وبالنسبة لتصميم الغلاف ونوع مواد التعبئة والتغليف فتساوت متوسطات اتجاهات المستجوبين (2.9)، ونلاحظ أيضاً ان قيمة الـ T.Value سلبية لتصميم الغلاف (-1.283) و نوع مواد التعبئة و التغليف (-0.132)، أي كانت الاتجاهات سلبية نحو تصميم الغلاف ونوع مواد التعبئة والتغليف الحاليين. وبالتالي المشاركون بالبحث لم يكونوا راضين عن تصميم الغلاف الحالي ونوع مواد التعبئة والتغليف الحاليين. أما بالنسبة لوظائف الغلاف فعبر المستجوبين عن اتجاهات حيادية أو إيجابية لحد ما وذلك لأن متوسطات اتجاهات المستجوبين بالنسبة لوظائف الغلاف كانت أعلى من الحياد ولكن بنسبة بسيطة جداً (3.3)، ونلاحظ أيضاً ان قيمة الـ T.Value إيجابية (3.498)، وهذا يعني ان اتجاهات المستهلكين نحو وظائف الغلاف الحالي كانت جيدة وحقت مستوى مقبول من الرضا. بينما كانت اتجاهات العينة إيجابية نحو المعلومات المطبوعة على الغلاف الحالي حيث كانت متوسطات اتجاهات المستجوبين (3.84) وهي اقرب للإيجابية، ونلاحظ أيضاً ان قيمة الـ T.Value ايجابية (8.73)، ويمكن أن نعزي ذلك لأن استطبابات الدواء معروفة للعامة.

3-6-2: أثر لون الغلاف الحالي في النية الشرائية لدواء دام بروفن

تم استخدام معامل الانحدار الخطي البسيط Simple Linear Regression للتحقق من أثر لون الغلاف الحالي على النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن 400 مغ، ويوضح الجدول الآتي نتيجة الاختبار:

معامل الارتباط (R)	ADJUSTED (R ²)	معامل التحديد (R ²)	B0 (Constant)	B1	F	مستوى دلالة الاختبار (Sig)
0.455	0.196	0.207	0.804	0.980	18.15	0.001

جدول 7 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للسؤال الثاني

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة الدلالة الإحصائية تبلغ (0.001) أي أصغر من قيمة الدلالة عند مستوى 0.05 وبالتالي: يوجد أثر لـ لون الغلاف الحالي في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن، و يدل معامل الارتباط (R) و البالغ قيمته (0.455) على وجود علاقة متوسطة بين (لون الغلاف الحالي والنوايا الشرائية) وبلغت قيمة معامل التحديد (R²) والتي تبلغ قيمته (0.196) وقد بلغت قيمة (R²) ADJUSTED (0.207) يعني أن عنصر لون الغلاف الحالي قادر على تفسير (21%) من التغيرات التي تطرأ في النوايا الشرائية عند مجتمع الدراسة المذكور، و تعود باقي

التغيرات إلى عوامل ومتغيرات أخرى، و من خلال الجدول يتضح لنا بأن معادلة الانحدار من الشكل التالي :

$$Y=0.804+0.980x$$

حيث (Y تدل على المتغير التابع (النوايا الشرائية)).

(X) تدل على المتغير المستقل (لون الغلاف الحالي لدواء دام بروفن 400 مغ).

نستنتج من الاختبار السابق أن تغيير لون الغلاف الحالي له تأثير مهم في نوايا الشراء حيث أن نسبة 21% تعتبر جيدة بالنسبة لمتغير واحد، والدراسات المعمقة على الألوان ممكن ان تحسن مبيعات الشركة بشكل كبير.

3-6-3: أثر تصميم الغلاف الحالي في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن

تم استخدام معامل الانحدار البسيط Simple Linear Regression للتحقق من وجود أثر لـ تصميم الغلاف الحالي على النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن، و يوضح الجدول الآتي نتيجة الاختبار:

معامل الارتباط (R)	ADJUSTED (R ²)	معامل التحديد (R ²)	B0 (Constant)	B1	F	مستوى دلالة الاختبار (Sig)
0.493	0.232	0.243	0.923	0.582	22.74	0.001

جدول 8 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل الثالث

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة الدلالة الإحصائية تبلغ (0.001) أي أصغر من قيمة الدلالة عند مستوى 0.05 وبالتالي: يوجد أثر لـ تصميم الغلاف الحالي في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن، و يدل معامل الارتباط (R) و البالغ قيمته (0.493) على وجود علاقة متوسطة بين (تصميم الغلاف الحالي والنوايا الشرائية)، وبلغت قيمة معامل التحديد (R²) والتي تبلغ قيمته (0.243) وقد بلغت قيمة ADJUSTED (R²): (0.232) يعني أن عنصر لون الغلاف الحالي قادر على تفسير (23%) من التغيرات التي تطرأ في النوايا الشرائية عند مجتمع الدراسة المذكور، و تعود باقي التغيرات إلى عوامل ومتغيرات أخرى، و من خلال الجدول يتضح لنا بأن معادلة الانحدار من الشكل التالي :

$$Y=0.923+0.582x$$

حيث (Y تدل على المتغير التابع (النوايا الشرائية)) .

(X) تدل على المتغير المستقل (تصميم الغلاف الحالي لدواء دام بروفن 400 مغ).

نلاحظ أن تصميم الغلاف الحالي له أثر مرتفع في النوايا الشرائية للمستجوبين وتحسين وتطوير التصميم من الممكن أن يحقق نتائج ومبيعات أفضل لشركة التراميدكا.

3-6-4: أثر مواد التعبئة والتغليف للغلاف الحالي في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن

تم استخدام معامل الانحدار البسيط Simple Linear Regression لاختبار هذه الفرضية وذلك للتحقق من وجود أثر ل مواد التعبئة والتغليف على النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن، ويوضح الجدول الآتي نتيجة الاختبار:

معامل الارتباط (R)	ADJUSTED (R ²)	معامل التحديد (R ²)	B0 (Constant)	B1	F	مستوى دلالة الاختبار (Sig)
0.430	0.174	0.185	1.025	0.524	16.14	0.001

جدول 9 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للسؤال الرابع

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة الدلالة الإحصائية تبلغ (0.001) أي أصغر من قيمة الدلالة عند مستوى 0.05 وبالتالي: يوجد أثر لـ مواد التعبئة والتغليف للغلاف الحالي في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن، ويدل معامل الارتباط (R) والبالغ قيمته (0.430) على وجود علاقة متوسطة بين (مواد التعبئة والتغليف للغلاف الحالي والنوايا الشرائية)، وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) والتي تبلغ قيمته (0.185) وقد بلغت قيمة $ADJUSTED(R^2)$: (0.174) يعني أن عنصر مواد التعبئة والتغليف للغلاف الحالي قادر على تفسير (17%) من التغيرات التي تطرأ في النوايا الشرائية عند مجتمع الدراسة المذكور، وتعود باقي التغيرات إلى عوامل ومتغيرات أخرى، ومن خلال الجدول يتضح لنا بأن معادلة الانحدار من الشكل التالي:

$$Y = 1.025 + 0.524x$$

حيث (Y) تدل على المتغير التابع (النوايا الشرائية)).

(X) تدل على المتغير المستقل (مواد التعبئة والتغليف للغلاف الحالي لدواء دام بروفن

400 مغ).

نلاحظ أن تأثير مواد التعبئة والتغليف في النوايا الشرائية كانت منخفضة بالنسبة للمتغيرات السابقة هذا يعني أن مواد التعبئة والتغليف ليست من أولوية شركة التراميديكا في خطة تغيير وتحسين غلافها الدوائي لحل مشكلة انخفاض المبيعات.

3-6-5: أثر نوع وحجم الخط للغلاف الحالي في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن

تم استخدام معامل الانحدار البسيط Simple Linear Regression للتحقق من وجود أثر ل
نوع وحجم الخط المستخدم على الغلاف الحالي في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن،
ويوضح الجدول الآتي نتيجة الاختبار:

معامل الارتباط (R)	ADJUSTED	معامل التحديد (R^2)	B0 (Constant)	B1	F	مستوى دلالة الاختبار (Sig)
0.561	0.305	0.315	1.421	0.543	32.639	0.001

جدول 10 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل الخامس

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة الدلالة الإحصائية تبلغ (0.001) أي أصغر من قيمة الدلالة عند مستوى 0.05 وبالتالي: يوجد أثر لـ لون وحجم الخط المستخدم في الغلاف الحالي على النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن، و يدل معامل الارتباط (R) و البالغ قيمته (0.561) على وجود علاقة متوسطة بين (نوع وحجم الخط المستخدم في الغلاف الحالي والنوايا الشرائية) وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) والتي تبلغ قيمته (0.315) وقد بلغت قيمة $ADJUSTED(R^2)$:

(0.305) يعني أن عنصر نوع وحجم الخط للغلاف الحالي قادر على تفسير (30%) من التغيرات التي تطرأ في النوايا الشرائية عند مجتمع الدراسة المذكور، و تعود باقي التغيرات إلى عوامل ومتغيرات أخرى، و من خلال الجدول يتضح لنا بأن معادلة الانحدار من الشكل التالي :

$$Y=1.421+0.543x$$

حيث (Y تدل على المتغير التابع (النوايا الشرائية)) .

(X) تدل على المتغير المستقل (نوع وحجم الخط لغلاف دواء دام بروفن 400 مغ).

نلاحظ أن نوع وحجم الخط من أكثر المتغيرات تأثيراً في النية الشرائية، وهي نتيجة متوقعة لأن نوع وحجم الخط من أكثر العوامل المساعدة في تمييز المنتجات والمساعدة في حفظ المستهلكين لأسمائها، ومن المتوقع أن تؤثر بشكل كبير في نواياهم الشرائية.

3-6-6: أثر وظائف الغلاف الحالي (الحماية وسهولة الاستخدام) في النية الشرائية للمستهلك

لدواء دام بروفن

تم استخدام معامل الانحدار البسيط Simple Linear Regression للتحقق من وجود أثر لوظائف الغلاف الحالي على النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن، ويوضح الجدول الآتي نتيجة الاختبار:

معامل الارتباط (R)	ADJUSTED (R ²)	معامل التحديد (R ²)	B0 (Constant)	B1	F	مستوى دلالة الاختبار (Sig)
0.244	0.046	0.059	1.434	0.349	4.49	0.038

جدول 11 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتعامل مع السداس

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة الدلالة الإحصائية تبلغ (0.038) أي أصغر من قيمة الدلالة عند مستوى 0.05 وبالتالي: يوجد أثر لوظائف الغلاف على النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن، و يدل معامل الارتباط (R) و البالغ قيمته (0.244) على وجود علاقة ضعيفة بين (نوع وحجم الغلاف الحالي والنوايا الشرائية) وبلغت قيمة معامل التحديد (R²) والتي تبلغ قيمته (0.059) وقد بلغت قيمة ADJUSTED(R²): (0.046) يعني أن عنصر لون الغلاف الحالي قادر على تفسير (4%) من التغيرات التي تطرأ في النوايا الشرائية عند مجتمع الدراسة المذكور، و تعود باقي التغيرات إلى عوامل ومتغيرات أخرى، و من خلال الجدول يتضح لنا بأن معادلة الانحدار من الشكل التالي:

$$Y=1.434+0.349x$$

حيث (Y تدل على المتغير التابع (النوايا الشرائية)) .

(X) تدل على المتغير المستقل (وظائف الغلاف الحالي لدواء دام بروفن 400 مغ).

نستنتج أن وظائف الغلاف لها تأثير طفيف في النوايا الشرائية، ومن الممكن أن تكون هذه النتيجة عائدة إلى أن المستهلكين اعتادوا على توفير الغلاف الدوائي لميزة حماية الأدوية من الرطوبة أو التحلل. ومن وجهة نظر ثانية، يخضع التغليف الدوائي للكثير من الإجراءات والسياسات المتبعة من قبل وزارة الصحة لذلك من المحتمل أن المستهلكين لا يعيرون اهتمام لموضوع حماية الأدوية كما في منتجات أخرى (كالأغذية مثلاً).

أما بالنسبة لسهولة الاستخدام فمن الممكن تفسير الأثر المنخفض في النوايا الشرائية بأن غلاف الدواء الحالي مألوف (تقليدي) وبالتالي لن يكون من العوامل الرئيسية المؤثرة في النوايا الشرائية.

3-6-7: أثر المعلومات المطبوعة على الغلاف الحالي في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام

بروفن

تم استخدام معامل الانحدار البسيط Simple Linear Regression للتحقق من وجود أثر للمعلومات المطبوعة على الغلاف على النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن، ويوضح الجدول الآتي نتيجة الاختبار:

معامل الارتباط (R)	ADJUSTED (R ²)	معامل التحديد (R ²)	B0 (Constant)	B1	F	مستوى دلالة الاختبار (Sig)
0.10	-0.014	0.001	2.640	-0.013	0.007	0.931

جدول 12 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل السابع

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة الدلالة الإحصائية تبلغ (0.931) أي أكبر من قيمة الدلالة عند مستوى 0.05 وبالتالي: لا يوجد أثر للمعلومات المطبوعة على الغلاف الحالي على النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن. حيث أن المعلومات المطبوعة ليس لها تأثير في تقييمات المستهلكين أو نواياهم الشرائية لدواء دام بروفن.

يمكننا تفسير النتيجة السابقة بأن الدواء معروف بالنسبة للعامة، حيث ان استطبباته الدوائية واستخداماته كمسكن للألم معروفة ولا يحتاج المستهلك لمعرفة معلومات إضافية عن المنتج.

3-6-8: تقييم اراء واتجاهات العينة نحو عناصر الغلاف المقترح لدواء دام بروفين

بينما كانت نتائج اختبار One Sample T.Test للغلاف المقترح:

المتغير	P Value	T.Value	Mean
لون الغلاف	0.001	21.647	4.6
تصميم الغلاف	0.001	10.229	4.1
نوع وحجم الخط	0.001	9.436	4.2
خاصية الحماية (مقاومة للفتح من قبل الاطفال	0.001	14.09	4.3
نوع مواد التغليف	0.001	20.79	4.4
المعلومات المطبوعة	0.001	16.19	4.2

جدول 13 - نتائج اختبار One Sample T.Test للغلاف المقترح (التساؤل الثامن)

نلاحظ من الجدول السابق تقارب متوسط اتجاهات المستجوبين، حيث أن جميع متوسطات اتجاهات المستجوبين كانت أعلى من 4 أي كانت اتجاهات المشاركين في الدراسة جميعها إيجابية بنسب متفاوتة. حيث لون الغلاف المقترح كانت متوسطات الإجابات (4.6) وكانت قيمة T.Value: (21.647) وهي تعتبر نسبة عالية وتدل على تحسن كبير في تقييم المستهلكين للدواء. يليه نوع مواد التغليف كانت متوسطات الإجابات (4.4) وكانت قيمة الـ T.Value

(20.79) وهذا يدل على تحسن كبير في تقييقات المستجوبين مقارنة بالغلاف الحالي. يليه وظائف الغلاف (خاصية الحماية) كانت متوسطات الإجابات (4.3) وكانت قيمة الـ T.Value (14.09) وتدل ايضاً على تحسن ملحوظ في اتجاهات المستهلكين. أما نوع وحجم الخط والمعلومات المطبوعة فكانت اتجاهات العينة نحوها أقل من المتغيرات الأخرى حيث كانت (4.2) وكانت قيمة الـ T.Value لنوع وحجم الخط (9.436) و (16.19) للمعلومات المطبوعة وبالرغم من ذلك فهي تدل ايضاً على تحسن في اتجاهات المستجوبين. و أخيراً كانت متوسطات الإجابات بالنسبة لتصميم الغلاف (4.1) وكانت قيمة الـ T.Value (10.229) و هو تحسن في اتجاهات المستهلكين بالمقارنة مع الغلاف الحالي.

3-6-9: يوجد أثر للون الغلاف المقترح في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن

تم استخدام معامل الانحدار البسيط Simple Linear Regression للتحقق من وجود أثر ل لون الغلاف المقترح على النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن، و يوضح الجدول الآتي نتيجة الاختبار:

معامل الارتباط (R)	ADJUSTED (R ²)	معامل التحديد	B0	B1	F	مستوى دلالة الاختبار (Sig)
--------------------	----------------------------	---------------	----	----	---	----------------------------

			(Consta nt)	(R ²)		
0.022	5.468	0.340	2.814	0.072	0.058	0.267

جدول 14 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل التاسع

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة الدلالة الإحصائية تبلغ (0.022) أي أصغر من قيمة الدلالة عند مستوى 0.05 وبالتالي: يوجد أثر لـ لون الغلاف المقترح على النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن، ويدل معامل الارتباط (R) والبالغ قيمته (0.267) على وجود علاقة ضعيفة بين (لون الغلاف المقترح والنوايا الشرائية) وبلغت قيمة معامل التحديد (R²) والتي تبلغ قيمته (0.072) وقد بلغت قيمة ADJUSTED(R²): (0.058) يعني أن عنصر لون الغلاف المقترح قادر على تفسير (5%) من التغيرات التي تطرأ في النوايا الشرائية عند مجتمع الدراسة المذكور، وتعود باقي التغيرات إلى عوامل ومتغيرات أخرى، ومن خلال الجدول يتضح لنا بأن معادلة الانحدار من الشكل التالي:

$$Y=2.814+0.340x$$

حيث (Y تدل على المتغير التابع (النوايا الشرائية)).

(X) تدل على المتغير المستقل (لون الغلاف المقترح لدواء دام بروفن 400 مغ).

يمكن تفسير نتيجة الاختبار بأن تغيير اللون للغلاف المقترح اعتمد على الدراسة الاستكشافية التي ضمت عينة صغيرة من المستجوبين (18) وبالتالي يمكن لدراسات معمقة أن تحقق نتائج أفضل من خلال اقتراح ألوان أخرى بناءً على عينة أكبر وعدد أكبر من الدراسات السابقة.

3-6-10: أثر تصميم الغلاف المقترح في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن

تم استخدام معامل الانحدار البسيط Simple Linear Regression لاختبار هذه الفرضية وذلك للتحقق من وجود أثر لـ تصميم الغلاف المقترح على النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن، ويوضح الجدول الآتي نتيجة الاختبار:

معامل الارتباط (R)	ADJUSTED (R ²)	معامل التحديد (R ²)	B0 (Constant)	B1	F	مستوى دلالة الاختبار (Sig)
0.737	0.537	0.543	1.762	0.637	84.464	0.001

جدول 15 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل العاشر

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة الدلالة الإحصائية تبلغ (0.001) أي أصغر من قيمة الدلالة عند مستوى 0.05: يوجد أثر لـ تصميم الغلاف المقترح على النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن، ويدل معامل الارتباط (R) و البالغ قيمته (0.737) على وجود علاقة قوية بين (تصميم الغلاف المقترح والنوايا الشرائية) ، وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) والتي تبلغ قيمته (0.243) وقد بلغت قيمة $ADJUSTED(R^2)$: (0.537) يعني أن عنصر تصميم الغلاف المقترح قادر على تفسير (53%) من التغيرات التي تطرأ في النوايا الشرائية عند مجتمع الدراسة المذكور، و تعود باقي التغيرات إلى عوامل ومتغيرات أخرى، و من خلال الجدول يتضح لنا بأن معادلة الانحدار من الشكل التالي :

$$Y=1.762+0.637x$$

حيث (Y تدل على المتغير التابع (النوايا الشرائية)) .

و (X) تدل على المتغير المستقل (تصميم الغلاف لدواء دام بروفين 400 مع).

نلاحظ أن العلاقة قوية بين تصميم الغلاف والنوايا الشرائية أي ان أثر التصميم أصبح أعلى في النوايا الشرائية، وهذا قد يدل على تحسن ملحوظ في تصميم الغلاف، وهذا لأن التصميم الحالي يفسر فقط 23% وارتفعت النسبة لـ 57% وهذا تحسن ملحوظ جداً في تصميم الغلاف بشكل عام.

3-6-11: يوجد أثر لمواد التعبئة والتغليف للغلاف المقترح على النية الشرائية للمستهلك لدواء

دام بروفن

تم استخدام معامل الانحدار البسيط Simple Linear Regression للتحقق من وجود أثر لمواد التعبئة والتغليف على النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن، ويوضح الجدول الآتي نتيجة الاختبار:

معامل الارتباط (R)	ADJUSTED (R ²)	معامل التحديد (R ²)	B0 (Constant)	B1	F	مستوى دلالة الاختبار (Sig)
0.006	-0.014	0.001	4.387	-0.005	0.003	0.957

جدول 16 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل الحادي عشر

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة الدلالة الإحصائية تبلغ (0.957) أي أكبر من قيمة الدلالة عند مستوى 0.05 وبالتالي: لا يوجد أثر لمواد التعبئة والتغليف للغلاف المقترح في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن. حيث أن نوعية مواد التعبئة والتغليف المقترحة لم تؤثر بشكل إيجابي على النوايا الشرائية للغلاف المقترح.

3-6-12: أثر نوع وحجم الخط للغلاف المقترح في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن

تم استخدام معامل الانحدار البسيط Simple Linear Regression للتحقق من وجود أثر ل
نوع وحجم الخط المستخدم على الغلاف المقترح في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن،
ويوضح الجدول الآتي نتيجة الاختبار:

معامل الارتباط (R)	ADJUSTED (R ²)	معامل التحديد (R ²)	B0 (Constant)	B1	F	مستوى دلالة الاختبار (Sig)
0.759	0.570	0.576	1.999	0.569	96.554	0.001

جدول 17 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل الثاني عشر

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة الدلالة الإحصائية تبلغ (0.001) أي أصغر من قيمة الدلالة
عند مستوى 0.05 وبالتالي يوجد أثر للون وحجم الخط المستخدم في الغلاف المقترح على النية
الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن، ويدل معامل الارتباط (R) و البالغ قيمته (0.759) على
وجود علاقة قوية بين (نوع وحجم الخط المستخدم في الغلاف المقترح والنوايا الشرائية) وبلغت قيمة
معامل التحديد (R²) والتي تبلغ قيمته (0.576) وقد بلغت قيمة ADJUSTED(R²): (0.570)

يعني أن عنصر نوع وحجم الخط للغلاف المقترح قادر على تفسير (57%) من التغيرات التي تطرأ في النوايا الشرائية عند مجتمع الدراسة المذكور، و تعود باقي التغيرات إلى عوامل ومتغيرات أخرى، و من خلال الجدول يتضح لنا بأن معادلة الانحدار من الشكل التالي:

$$Y=1.999+0.569x$$

حيث (Y) تدل على المتغير التابع (النوايا الشرائية)).

(X) تدل على المتغير المستقل (نوع وحجم الخط لغلاف دواء دام بروفن 400 مغ).

يمكن تفسير التحسن الملحوظ بالعلاقة بين نوع وحجم الخط والنية الشرائية بأنه بحسب الدراسات السابقة يعتبر نوع الخط المائل مناسب في مجال الصحة ويحقق نتائج أفضل.

3-6-13: أثر إضافة ميزة الحماية (العبوة غير قابلة للفتح من قبل الأطفال) في النية الشرائية

للمستهلك لدواء دام بروفن

تم استخدام معامل الانحدار البسيط Simple Linear Regression للتحقق من وجود أثر لوظائف الغلاف المقترح على النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن، ويوضح الجدول الآتي نتيجة الاختبار:

معامل الارتباط (R)	ADJUSTED (R ²)	معامل التحديد (R ²)	B0 (Constant)	B1	F	مستوى دلالة الاختبار (Sig)
0.024	-0.014	0.001	4.474	0.024	0.40	0.843

جدول 18 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل الثالث عشر

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة الدلالة الإحصائية تبلغ (0.843) أي أكبر من قيمة الدلالة عند مستوى 0.05 وبالتالي: لا يوجد أثر لوظائف الغلاف في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن. حيث أن التغييرات على وظائف الحماية المقترحة لم تؤثر بشكل إيجابي (لا يوجد علاقة معنوية) بينها وبين النوايا الشرائية للغلاف المقترح.

يمكن تفسير هذه النتيجة أن المستهلكين اعتادوا على وضع الأدوية والمستحضرات الكيميائية بعيداً عن متناول الأطفال، فتعتبر إضافة هذه الخاصية غير مجدية كثيراً بالنسبة لهم.

3-6-14: أثر المعلومات المطبوعة على الغلاف المقترح في النية الشرائية للمستهلك لدواء دام

بروفن

تم استخدام معامل الانحدار البسيط Simple Linear Regression للتحقق من وجود أثر ل
المعلومات المطبوعة على الغلاف على النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن، و يوضح الجدول
الآتي نتيجة الاختبار:

معامل الارتباط (R)	ADJUSTED (R ²)	معامل التحديد (R ²)	B0 (Constant)	B1	F	مستوى دلالة الاختبار (Sig)
0.146	0.008	0.021	3.634	0.172	1.556	0.216

جدول 19 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للتساؤل الرابع عشر

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة الدلالة الإحصائية تبلغ (0.216) أي أكبر من قيمة الدلالة
عند مستوى 0.05 وبالتالي: لا يوجد أثر للمعلومات المطبوعة في النية الشرائية للمستهلك لدواء
دام بروفن. حيث أن المعلومات المطبوعة ليس لها تأثير في تقييمات المستهلكين أو نواياهم
الشرائية لدواء دام بروفن.

3-7: بعض التغييرات المقترحة بناءً على الاتجاهات العالمية الحديثة

للتغلب الدوائي

3-7-1: لصاقة عدم التزوير

اقترحت الباحثة على العينة المستجوبة إضافة لصاقة على المنتج الدوائي تدل على عدم تزويره.

ولمعرفة اتجاهات العينة نحو إضافة لصاقة عدم التزوير استخدمت الباحثة اختبار

One Sample T.Test، وكانت النتائج كما يلي:

المتغير	P Value	T.Value	Mean
لصاقة عدم التزوير	0.001	22.868	4.5

جدول 20 - لمتغير لصاقة عدم التزوير one sample T.Test

نلاحظ من الجدول السابق أن اتجاهات العينة نحو وجود لصاقة عدم تزوير الدواء كانت ايجابية

بالمقارنة مع متغيرات البحث الأخرى وذلك لأن المتوسط الحسابي كان أعلى من 3.

تم استخدام معامل الانحدار البسيط Simple Linear Regression لاختبار هذه الاتجاهات

ويوضح الجدول الآتي نتيجة الاختبار:

معامل الارتباط (R)	ADJUSTED (R ²)	معامل التحديد (R ²)	B0 (Constant)	B1	F	مستوى دلالة الاختبار (Sig)
0.249	0.049	0.062	2.820	0.341	4.702	0.033

جدول 21 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للصادقة عدم التزوير

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة الدلالة الإحصائية تبلغ (0.033) أي أصغر من قيمة الدلالة عند مستوى 0.05 وبالتالي وجود أثر للصادقة عدم التزوير على النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن، ويدل معامل الارتباط (R) والبالغ قيمته (0.249) على وجود علاقة ضعيفة بين (وجود لصادقة عدم التزوير والنوايا الشرائية) وبلغت قيمة معامل التحديد (R²) والتي تبلغ قيمته (0.062) وقد بلغت قيمة ADJUSTED (R²): (0.049) يعني أن عنصر لصادقة عدم التزوير المقترح قادر على تفسير (4%) من التغيرات التي تطرأ في النوايا الشرائية عند مجتمع الدراسة المذكور، و تعود باقي التغيرات إلى عوامل ومتغيرات أخرى، و من خلال الجدول يتضح لنا بأن معادلة الانحدار من الشكل التالي :

$$Y=2.820+0.341x$$

حيث (Y تدل على المتغير التابع (النوايا الشرائية)).

(X) تدل على المتغير المستقل (لصاقة عدم التزوير).

ويمكن تفسير هذه النتيجة بسبب انتشار ظاهرة الادوية المزورة وبالتالي هذه اللصاقة ستكون بمثابة ضمان يثبت مصدر الدواء.

2-7-3: الغلاف الدوائي صديق للبيئة

اختبرت الباحثة مدى تفضيل العينة المستجوبة فيما إذا كان الغلاف الدوائي لدام بروفن صديق للبيئة.

ولمعرفة اتجاهات العينة نحو اضافة تصميم غلاف صديق للبيئة استخدمت الباحثة اختبار One Sample T.Test، وكانت النتائج كما يلي:

المتغير	P Value	T.Value	Mean
الغلاف صديق للبيئة	0.001	14.875	4.4

جدول 22 - لمتغير الغلاف صديق للبيئة One sample T.Test

نلاحظ من الجدول السابق أن اتجاهات العينة نحو تصميم غلاف صديق للبيئة كانت إيجابية بالمقارنة مع متغيرات البحث الأخرى وذلك لأن المتوسط الحسابي كان أعلى من 3.

تم استخدام معامل الانحدار البسيط Simple Linear Regression لاختبار هذه الاتجاهات ويوضح الجدول الآتي نتيجة الاختبار:

معامل الارتباط (R)	ADJUSTED (R ²)	معامل التحديد (R ²)	B0 (Constant)	B1	F	مستوى دلالة الاختبار (Sig)
0.004	-0.014	0.001	4.388	-0.004	0.001	0.971

جدول 23 - نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للغلاف الصديق للبيئة

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة الدلالة الإحصائية تبلغ (0.971) أي أكبر من قيمة الدلالة عند مستوى 0.05 وبالتالي لا يوجد أثر للغلاف لكون الغلاف صديق للبيئة على النية الشرائية للمستهلك لدواء دام بروفن.

ويمكن أن تفسر هذه النتيجة بأن وعي المستهلكين بالحفاظ على البيئة متدني بسبب عدم انتشار حملات التوعية بأهمية الحفاظ على البيئة أو أن أثر القرارات الشرائية في الحفاظ عليها مهم جداً.

3-8: النتائج

1- توصلت الدراسة إلى أن اتجاهات المستجوبين نحو الغلاف الحالي كانت سلبية فيما يتعلق

بجميع المتغيرات (لون الغلاف، تصميم الغلاف، نوع وحجم الخط، نوعية مواد التعبئة

والتغليف) ما عدا وظائف الغلاف كانت أقرب إلى الحياد والمعلومات المطبوعة على

الغلاف كانت أقرب للإيجابية.

1- من أهم النتائج أيضاً أن اتجاهات المشاركين بالدراسة نحو الغلاف المقترح كانت إيجابية

فيما يتعلق بجميع أبعاد الغلاف (لون الغلاف تصميم الغلاف، نوع وحجم الخط، نوعية

مواد التعبئة والتغليف، وظائف الغلاف، والمعلومات المطبوعة على الغلاف)، وكانت

إيجابية أيضاً فيما يتعلق بالتغييرات الإضافية التي اقترحت الباحثة تغييرها (الغلاف صديق

للبيئة، إضافة لصاقة عدم التزوير).

2- توصلت الباحثة الى لون الغلاف الحالي والمقترح يؤثر في النية الشرائية للمستهلك النهائي

مع وجود أثر أكبر للغلاف الحالي من الغلاف المقترح.

3- توصلت نتائج البحث إلى أن تصميم الغلاف المقترح والحالي لدواء دام بروفن 400 مغ

له أثر معنوي إيجابي في النوايا الشرائية للمستهلكين. مع وجود أثر أكبر للغلاف المقترح

من الغلاف الحالي.

4- من أهم نتائج البحث عدم وجود أثر معنوي إيجابي لمواد التعبئة والتغليف للغلاف المقترح

لدواء دام بروفن 400 مغ في النوايا الشرائية للمستهلكين. بينما مواد التعبئة والتغليف

للغلاف الحالي كان لها أثر في النوايا الشرائية للمستجوبين.

5- لخصت نتائج البحث أن نوع وحجم الخط للغلاف الحالي والمقترح لدواء دام بروفن 400

مغ له أثر معنوي إيجابي في النوايا الشرائية للمستهلكين. مع وجود أثر أكبر للغلاف المقترح من الغلاف الحالي.

6- من أهم نتائج البحث وجود أثر معنوي إيجابي لوظائف التغليف لدواء دام بروفن 400 مغ

في النوايا الشرائية للمستهلكين بالنسبة للغلاف الحالي، بينما لم يكن هناك أثر لوظائف الحماية للغلاف المقترح.

7- لخصت النتائج عدم وجود أثر معنوي للمعلومات المطبوعة على غلاف دواء دام بروفن

400 مغ في النوايا الشرائية للمستهلكين، بالنسبة للغلاف الحالي والمقترح.

8- توصلت الدراسة إلى أن لون ووظائف الغلاف ونوع وحجم الخط المستخدم على غلاف

دواء دام بروفن 400 مغ كانت من أهم المتغيرات المؤثرة في النوايا الشرائية بالنسبة للغلاف الحالي ولكن كانت اتجاهات أفراد العينة سلبية وبالتالي سينعكس ذلك بشكل سلبي على النوايا الشرائية.

9- توصلت الدراسة إلى أن لون وتصميم الغلاف ونوع وحجم الخط المستخدم على غلاف

دواء دام بروفن 400 مغ كانت من أهم المتغيرات المؤثرة في النوايا الشرائية بالنسبة للغلاف المقترح ولكن كانت اتجاهات أفراد العينة إيجابية وبالتالي ستعكس بشكل إيجابي على النوايا الشرائية.

10- توصلت الدراسة إلى أن إضافة لصاقة عدم التزوير إلى الغلاف المقترح له أثر

إيجابي في النوايا الشرائية.

11- لخصت نتائج البحث أن تصميم غلاف صديق للبيئة ليس له أثر في النوايا

الشرائية.

3-9: التوصيات

1- تغيير تصميم ونوع وحجم الخط بناءً على الغلاف المقترح حيث أنها سترفع من

احتمالية الشراء بالنسبة لدواء دام بروفن 400 مغ.

2- توصي الدراسة شركة التراميديكا بالتوسع بالدراسة الاستكشافية فيما يتعلق بألوان

التغليف، حيث أنه بالرغم من التحسن الملحوظ باتجاهات المعينة المستجوبة بين لون

الغلاف الحالي والمقترح إلا أن أثر اللون لم يكن كبيراً مقارنة بمتغيرات أخرى، ومن

الممكن لألوان أخرى أن تحقق اتجاهات ايجابية وتأثير أكبر في النوايا الشرائية.

3- يوصي البحث عدم تغيير مواد التعبئة والتغليف لأن التغيير المقترح في مواد التعبئة

والتغليف بالرغم من أنه حقق نتائج إيجابية إلا أنه لم يؤثر في النوايا الشرائية، ويمكننا

القول أن مواد التعبئة والتغليف ليست أحد العوامل المؤثرة في النوايا الشرائية.

4- من المجدي إضافة لصاقة عدم التزوير على الغلاف المقترح لدواء دام بروفن 400

مغ.

5- توصي الدراسة بعدم تغيير أو إضافة معلومات مطبوعة بما يتعلق بالاستطبابات

الدوائية لغلاف دواء دام بروفن 400 مغ. وذلك لعدم وجود أثر ملحوظ لها في النوايا

الشرائية.

6- كما توصي الدراسة بعدم تغيير مواد التعبئة والتغليف المستخدمة في دواء دام بروفن

400 مغ حيث أن اتجاهات العينة المستجوبة بالنسبة للغلاف الحالي كانت أفضل

من الغلاف المقترح.

المراجع

- Alagala, Bagbi, & Shaleye. (2018). The Pharma Innovation. *Impact of Pharmaceutical Packaging on Consumer Buying Behaviour of Otc Drugs in Port Harcourt, Nigeria*. <https://doi.org/10.22271/tpi>
- Farris, P. W., et al. (2010). Marketing metrics: The definitive guide to measuring marketing performance, Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (1999). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Naghavi Alhosseini, Solmaz Sadat; Danai, Habibollah; and Nassaji Kamrani, Mehdi (2015) "Impact of Innovation Variables on Quality of Pharmaceutical Products Packaging," *Journal of Applied Packaging Research*: Vol. 7: No. 3, Article 1. Available at: <https://scholarworks.rit.edu/japr/vol7/iss3/1>
- Marsh, D. E. S. (2020, March). – لمحة عامة عن الأدوية العامة وتسمية الأدوية - الإرشادي إصدار المُستخدم MSD دليل الأدوية. Retrieved August 10, 2022, from <https://www.msdmanuals.com/ar/home/>
- Mishra. (n.d.). *Rethinking the role of packaging design in drug development*. Rethinking The Role Of Packaging Design In Drug

Development. Retrieved August 8, 2022, from

<https://www.pharmaceuticalonline.com/doc/rethinking-the-role-of->

[packaging-design-in-drug-development-](https://www.pharmaceuticalonline.com/doc/rethinking-the-role-of-packaging-design-in-drug-development-0001#:~:text=Packaging%20is%20an%20important%20component,safety%20of%20the%20pharmaceutical%20products.)

[0001#:~:text=Packaging%20is%20an%20important%20component,s](https://www.pharmaceuticalonline.com/doc/rethinking-the-role-of-packaging-design-in-drug-development-0001#:~:text=Packaging%20is%20an%20important%20component,safety%20of%20the%20pharmaceutical%20products.)

[afety%20of%20the%20pharmaceutical%20products.](https://www.pharmaceuticalonline.com/doc/rethinking-the-role-of-packaging-design-in-drug-development-0001#:~:text=Packaging%20is%20an%20important%20component,safety%20of%20the%20pharmaceutical%20products.)

- Manoj. (2011). *Review on: The pharmaceutical packaging.*

PharmaTutor. Retrieved August 6, 2022, from

<https://www.pharmatutor.org/articles/the-pharmaceutical-packaging->

[article.](https://www.pharmatutor.org/articles/the-pharmaceutical-packaging-article.)

- Mensah, J., Oppong, P. K., & Addae, M. (2022). Effect of Packaging on Perceived Quality and Brand Loyalty: The Mediating Role of Brand Association in Over-the-Counter Market. *Open Journal of Business and Management*, 10, 297–313.

<https://doi.org/10.4236/ojbm.2022.10101>

- Pilchik, R. (2001). Pharmaceutical Blister Packaging, Part I Rationale and Materials.

- World Health Organization. (2016, January). ضمان الجودة للمستحضرات

الصيدلانية "الدوائية": خلاصة وافية من الدلائل الإرشادية والمواد ذات العلاقة. الجزء الثاني:

ممارسات التصنيع الجيد والتفتيش. World Health Organization. Retrieved

August 11, 2022, from <https://apps.who.int/iris/handle/10665/206391>

- Zadbuke N, Shahi S, Gulecha B, Padalkar A, Thube M. Recent trends and future of pharmaceutical packaging technology. J Pharm Bioallied Sci. 2013 Apr;5(2):98–110. doi: 10.4103/0975–7406.111820. PMID: 23833515; PMCID: PMC3697200.
- DIRECTIVE 2001/83/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 6 November 2001 on the Community code relating to medicinal products for human use, 2001, Official Journal of the European Communities. L: 311/76, P: 6.
- A GUIDELINE ON CHANGING THE CLASSIFICATION FOR THE SUPPLY OF A MEDICINAL PRODUCT FOR HUMAN USE, 2006, European commission, P: 4–7.
- Pharmacological classification of drugs with doses and preparations fourth edition, KDTripathi, 2006, 3ed edition.
- Patrick (1995). An introduction to medicinal chemistry, Graham Chapter–1.
- Kulinskiĭ LS1, Kolesnichenko LS. (1998) Classification of drugs by biochemical mechanism of action, Vopr Med Khim. Mar–Apr;44 (2):179–84.

- Imming PI, Buss T, Dailey LA, Meyer A, Morck H, Ramadan M, Rogosch T. (2004) A classification of drug substances according to their mechanism of action; Pharmazie,
- Lennernas, H. (2003) Clinical pharmacokinetics of atorvastatin. Clinical pharmacokinetics 42, 1141–60.
- Martin, P.D.; Warwick, M.J.; Dane, A.L.; Brindley, C.; Short, T. (2003) Absolute oral bioavailability of rosuvastatin in healthy white adult male volunteers. Clinical therapeutics 25, 2553–63.
- Garnett, W.R. (1995) Interactions with hydroxymethylglutaryl-coenzyme A reductase inhibitors. American journal of health-system pharmacy: AJHP: official journal of the American Society of Health-System Pharmacists 52, 1639–45.
- Radulovic, L.L.; Cilla, D.D.; Posvar, E.L.; Sedman, A.J.; Whitfield, L.R. (1995) Effect of food on the bioavailability of atorvastatin, an HMG-CoA reductase inhibitor. Journal of clinical pharmacology 35, 990–4.
- Pan, H.Y.; DeVault, A.R.; Brescia, D.; Willard, D.A.; McGovern, M.E.; Whigan, D.B.; Ivashkiv, E. (1993) Effect of food on pravastatin pharmacokinetics and pharmacodynamics. International journal of clinical pharmacology, therapy, and toxicology 31, 291–4.

- Michalets, E.L. (1998) Update: clinically significant cytochrome P-450 drug interactions. *Pharmacotherapy* 18, 84–112.
- Jacobsen, W.; Kuhn, B.; Soldner, A.; Kirchner, G.; Sewing, K.F.; Kollman, P.A.; Benet, L. Z.; Christians, U. (2000) Lactonization is the critical first step in the disposition of the 3-hydroxy-3-methylglutaryl-CoA reductase inhibitor atorvastatin. *Drug metabolism and disposition: the biological fate of chemicals* 28, 1369–78.
- Vickers, S.; Duncan, C.A.; Vyas, K.P.; Kari, P.H.; Arison, B.; Prakash, S.R.; Ramjit, H.G.; Pitzemberger, S. M.; Stokker, G.; Duggan, D. E. (1990) In vitro and in vivo biotransformation of simvastatin, an inhibitor of HMG CoA reductase. *Drug metabolism and disposition: the biological fate of chemicals* 18, 476–83.
- Lennernas, H.; Fager, G. (1997) Pharmacodynamics and pharmacokinetics of the HMG-CoA reductase inhibitors. Similarities and differences. *Clinical pharmacokinetics* 32, 403–25.
- Kostapanos, M.S.; Milionis, H.J.; Elisaf, M.S. (2010) Rosuvastatin-associated adverse effects and drug-drug interactions in the clinical setting of dyslipidemia. *American Journal of cardiovascular drugs: drugs, devices*.

- Lorenzini G.C., Mostaghel R., Hellstrom D, 2018, Drivers of pharmaceutical packaging innovation: A customer–supplier relationship case study. *J. Bus.Res.* 2018;88:363–370.
- Buckalew, Louis W., and Kenneth E. Coffield (1982a), "An Investigation of Drug Expectancy as Function of Capsule Color and Size and Preparation Form," *Journal of Clinical Psychopharmacology*, 2, 4, 245–248.
- Rouillet and Droulesrs, 2005, Pharmaceutical Packaging Color and Drug Expectancy, *Advances in consumer research. Association for Consumer Research (U.S.)* 32(1):164–171.
- Underwood, R. L., (2003). The Communicative Power of Product Packaging: Creating Brand Identity via Lived and Mediated Experience. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 11(1), 62–76.
- Gross, R. A., & Kalra, B. (2002). Biodegradable polymers for the environment. *Science*, 297(5582), 803–807.
- Holt, D. B., Quelch, J. A., & Taylor, E. L. (2004). How global brands compete. *Harvard Business Review*, 82(9), 68–75.
- Lau, O. W., & Wong, S. K. (2000). Contamination in food from packaging material. *Journal of Chromatography A*, 882(1–2), 255–270.

- Nasa, 2014, A REVIEW ON PHARMACEUTICAL PACKAGING MATERIAL, World Journal of Pharmaceutical Research, SJIF Impact Factor 5.045 Volume 3, Issue 5, 344–368, P: 5–6.
- Aydin, S., & Özer, G. (2005). The analysis of antecedents of customer loyalty in the Turkish mobile telecommunication market. *European Journal of Marketing*, 39(7/8), 910–925.
- Aslam, M. M. (2006). Are you selling the right colour? A cross-cultural review of color as a marketing cue. *Journal of Marketing Communications*, 12(1), 15–30.
- Suleman, A. (2016, February 24). Science of typography in packaging designs. ZD Blog. Retrieved August 21, 2022, from <https://www.zilliondesigns.com/blog/science-of-typography-in-packaging/>
- Mukherjee, P. (2019, September 26). Importance of typography in packaging design. LinkedIn. Retrieved August 21, 2022, from https://www.linkedin.com/pulse/importance-typography-packaging-design-priyankar-mukherjee?trk=read_related_article-card_title
- Dr Arif Sabah, Iqbal Ahmed, Adeel Arsalan, Aysha Arif, Sidra Tanwir, Atta Abbas, Farrukh Rafiq Ahmed, 2014, Features, Functions and selection of Pharmaceutical Packing Materials, *International Journal of*

- Puja Saha, Krishan, Rumpa Das, Pratik Swarup Das, 2018, Pharmaceutical Packaging Technology: A Brief Outline, Research Journal of Pharmaceutical Dosage Forms and Technology, Volume: 2. Issue: 1. Page N. 16–21
- Khan, M. M., & Waheed, S. (2018, December 17). Product packaging and consumer purchase intentions. Market Forces. Retrieved August 2022, from https://www.academia.edu/37999101/Product_Packaging_and_Consumer_Purchase_Intentions

الملاحق

الاستبيان



صورة - 1 دام بروفن 400 مغ

المحور الأول: المعلومات الشخصية

الجنس

1- ذكر

2- أنثى

العمر

1- أقل من 20 سنة

2- من 20 حتى 29

3- من 30 حتى 39

4- من 40 حتى 49

5- 50 سنة وأكثر

المستوى التعليمي

- 1- دكتوراه
- 2- ماجستير
- 3- دبلوم
- 4- إجازة جامعية
- 5- ثانوية عامة وما دون

العمل

- 1- أعمال حرة
 - 2- موظف
 - 3- طالب
 - 4- متقاعد
 - 5- عاطل عن العمل
- هل تعرف أو قمت باستخدام مسكن الألم دام بروفين من قبل؟

1- نعم

2- لا

المحور الثاني: اللون

يعجبني لون الغلاف لهذا الدواء

1- غير موافق بشدة

2- غير موافق

3- حيادي

4- موافق

5- موافق بشدة

لون الغلاف لهذا المنتج يساعدني على تمييز هذا الدواء عن بقية الأدوية

1- غير موافق بشدة

2- غير موافق

3- حيادي

4- موافق

5- موافق بشدة

يمكنني تذكر هذا الدواء عندما أرى لون مشابه

1- غير موافق بشدة

2- غير موافق

3- حيادي

4- موافق

5- موافق بشدة

المحور الثالث: تصميم الغلاف

تصميم الغلاف (الشكل الخارجي) لهذا الدواء مهم في التغليف والتعبئة

1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

تصميم الغلاف (الشكل الخارجي) لهذا الدواء يساعدني على تمييز هذا الدواء عن بقية الأدوية

1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

تصميم الغلاف (الشكل الخارجي) لهذا الدواء يبني تصوراً في ذهني حوله

1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

المحور الرابع: مواد التعبئة والتغليف (نوعية المواد المصنوع منها الغلاف)

نوعية مواد التعبئة والتغليف لهذا الدواء تعني أن جودة الدواء أفضل

1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

لا تهمني جودة مواد التعبئة والتغليف لهذا الدواء

1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

المحور الخامس: المعلومات المطبوعة

أنا أقرأ المعلومات المطبوعة على غلاف هذا الدواء

1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

أقوم بتقييم هذا الدواء بناء على المعلومات المطبوعة على غلافه

1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

أشعر أن المعلومات المطبوعة على غلاف هذا الدواء مهمة

1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

المحور السادس: نوع الخط

يعجبني نوع الخط المستخدم على غلاف هذا الدواء

1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

حجم الخط المستخدم يساعدني في تذكر هذا الدواء

1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

المحور السابع: وظائف الغلاف

طريقة تغليف هذه الدواء تؤمن الحماية اللازمة له

1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

طريقة تغليف هذا الدواء تجعله سهل الاستخدام

1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

المحور الثامن: تغيرات على الغلاف

أفضل لو كانت تعبئة هذه الدواء في عبوة بدل الظرف (كما هو مبين في الصورة)



1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

أفضل لو كان التغليف الدوائي لهذا الدواء مقاوم لفتحه من قبل الأطفال (كما هو مبين في

الصورة)



1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

أفضل لو كان الغلاف الدوائي لهذا الدواء صديق للبيئة

1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

أفضل لو كان التغليف الدوائي لهذا الدواء يحوي على لصاقة تدل على عدم تزويره

1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

أفضل لو كان لون الغلاف مختلف (كما هو مبين في الصورة)



1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

أفضل لو كان الخط المستخدم على الغلاف مختلف (كما هو مبين في الصورة)



1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

أفضل لو كان تصميم الغلاف (الشكل الخارجي) مختلف كما هو مبين في الصورة



1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

المعلومات المضافة عن الاستطباعات على الغلاف المقترح تهمني (كما هو مبين في الصورة)



1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

المحور التاسع: نوايا الشراء

من المحتمل جداً أن أشتري هذا الدواء بتغليفه الحالي



1-غير موافق بشدة

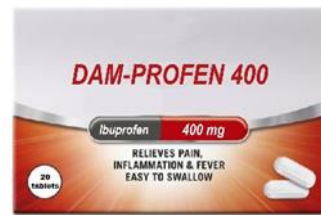
2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

من المحتمل جداً أن أشتري هذا الدواء بتغليفه الجديد (المقترح)



1-غير موافق بشدة

2-غير موافق

3-حيادي

4-موافق

5-موافق بشدة

اسئلة الدراسة الاستطلاعية

- 1- ما رأيك بنوعية وجودة دواء دام بروفن؟
- 2- هل الدواء متوفر بشكل دائم في صيدليتك؟
- 3- هل الطلب على دواء بروفين مرتفع أم لا؟
- 4- هل تقترح الدواء على المرضى؟
- 5- هل تغليف الدواء ذات جودة عالية؟ هل يحمي الدواء من البيئة المحيطة؟
- 6- ما هي الأسباب المباشرة برأيك لانخفاض المبيعات على دام بروفن؟
- 7- هل ألوان غلاف دام بروفن جذابة برأيك؟
- 8- هل المعلومات المطبوعة على الغلاف كافية برأيك؟
- 9- ما هي الحلول برأيك وماهي التغييرات التي من الممكن ان تحسن من مبيعات الدواء؟