

الآية

(فتوكل علي الله إنك علي الحق
المبين)

صدق الله العظيم

سورة النمل الآية (78)

الإهداء

إلي من تحت أقدامها تكمن الجنة

إلي أمي الحنون

إلي من جعل مشواري العلمي ممكناً

إلي أبي الرحيم .

إلي كل من أكن له كل ود وإحترام

إليهم جميعاً أهدي بحثي هذا راجية الله الإطالة بأعمارهم ليروا

ثمرة جهدهم ومساندتهم لي ..

لا حرمني الله منهم

شكر ب تقدير

الحمد لله رب العالمين فالشكر للمولي عز وجل من قبل ومن بعد .
أهدي أسمى آيات الشكر والعرفان لجامعة البحر الأحمر ذلك الصرح العلمي
الشامخ الذي أتاح لي فرصة دراسة الماجستير .
وأتقدم بالشكر الجزيل لجميع أعضاء هيئة التدريس بجامعة البحر الأحمر
علي ما قدموه لي طيلة فترة الدراسة بالجامعة .

كما أتقدم بجزيل الشكر والتقدير والعرفان لكل من ساعدني في تقديم بحثي
هذا وأشرف بعلمه وخبرته ولم يبخل بوقته وتوجيهاته ونصائحه المستمرة .

كما أتقدم بالشكر للدكتور مجدي محمد حمد النيل الذي أشرف علي هذا البحث
بملاحظاته القيمة وتوجيهاته السامية حيث أضاف لي الكثير من علمه ،نسأل
الله أن يتقبل منه ذلك العمل الجليل ويجعله في ميزان حسناته ويجزيه عني
خير الجزاء .

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين

الباحث

ج

فهرس المحتويات

رقم متسلسل	الموضوع	رقم الصفحة
1	الآية	أ
2	الإهداء	ب
3	الشكر والعرفان	ج
4	مستخلص الدراسة باللغة العربية	د
5	مستخلص الدراسة باللغة الإنجليزية	هـ
6	فهرس المحتويات	و
7	فهرس الجداول	ط
8	فهرس الأشكال	ك
9	فهرس الملاحق	ل
الفصل الأول : أساسيات الدراسة		
1	المقدمة	2
2	مشكلة الدراسة	2
3	فرضيات الدراسة	3
4	أهمية الدراسة	4
5	أهداف الدراسة	4
6	منهجية الدراسة	5
7	مصادر جمع البيانات	5
8	حدود الدراسة	5
9	محددات الدراسة	6
10	المصطلحات الإجرائية	6
11	متغيرات الدراسة	8
12	هيكل الدراسة	9
13	الدراسات السابقة	10
14	المقارنة بين الدراسات السابقة ودراسة الباحث	15
الفصل الثاني (الإطار النظري)		

المبحث الأول		
15	الترويج	17
16	العوامل المؤثرة في تحديد عناصر المزيج الترويجي	18
17	عناصر الإعلان	19
18	مبادئ الإعلان في السوق الدولية	20
19	أنواع الإعلان	21
20	وسائل الإعلان و	23
21	العوامل المؤثرة في إختيار وسيلة الإعلان	27
22	تخطيط البرنامج الاعلاني	28
23	مستويات الإعلان	30
24	عوامل نجاح تحرير الإعلان	31
25	تكاليف الإعلان	32
المبحث الثاني		
26	الترويج والإعلان الدوائي	34
27	تحديات التسويق الصيدلاني	35
28	كيف يتم ترويج الأدوية	35
29	الإعلان المباشر للزبون	36
30	الإطار الزمني لتطوير الإعلان المباشر	38
31	إرتباط الإعلان والتسويق الصيدلاني	40
32	تأثير الإعلان المباشر علي الزبائن	40
33	أنواع الإعلانات المباشرة للزبائن	44
المبحث الثالث : سلوك المستهلك		
34	مقدمة	46
35	تعريف سلوك المستهلك	46
36	تطور ونشأة سلوك المستهلك	48
37	أنواع سلوك المستهلك	48
38	دوافع سلوك المستهلك	49
39	أهمية دراسة سلوك المستهلك	51
40	العوامل المؤثرة علي سلوك المستهلك	52
41	مرحلة عملية الشراء لدي المستهلك	59
42	الخاتمة	60
الفصل الثالث : الدراسة الميدانية		
المبحث الاول		

62	الدواء في السودان	1
المبحث الثاني		
68	إجراءات الدراسة	2
68	منهج الدراسة	3
68	أداة الدراسة	4
70	صدق وثبات أدوات الدراسة	5
المبحث الثالث		
71	تحليل البيانات الشخصية	6
المبحث الرابع		
75	تحليل البيانات الأساسية	7
92	إختبار الفرضيات	8
100	ANOVA تحليل	9
101	نتائج اختبار الفرضيات	10
الفصل الرابع : النتائج والتوصيات		
103	المقدمة	1
103	النتائج الخاصة	3
104	النتائج العامة	4
105	التوصيات	5
107	المراجع والمصادر	6

فهر ح داول

رقم الصفحة	الموضوع	رقم الجدول
70	محاور الدراسة	الجدول رقم(1-3)
70	معامل الثبات الكلي للإستبانة	الجدول رقم(2-3)
71	تحليل بيانات النوع	الجدول رقم(3-3)
72	تحليل بيانات الفئة العمرية	الجدول رقم(4-3)
73	تحليل بيانات المؤهل العلمي	الجدول رقم(5-3)
74	تحليل بيانات الحالة الإجتماعية	الجدول رقم(6-3)
75	تحليل بيانات العبارة الأولى	الجدول رقم(7-3)
76	تحليل بيانات العبارة الثانية	الجدول رقم(8-3)
77	تحليل بيانات العبارة الثالثة	الجدول رقم(9-3)
78	تحليل بيانات العبارة الرابعة	الجدول رقم(10-3)
79	تحليل بيانات العبارة الخامسة	الجدول رقم(11-3)
80	تحليل بيانات العبارة السادسة	الجدول رقم(12-3)
81	تحليل بيانات العبارة السابعة	الجدول رقم(13-3)
82	تحليل بيانات العبارة الثامنة	الجدول رقم(14-3)
83	تحليل بيانات العبارة التاسعة	الجدول رقم(15-3)
84	تحليل بيانات العبارة العاشرة	الجدول رقم(16-3)
85	تحليل بيانات العبارة الحادية عشر	الجدول رقم(17-3)
86	تحليل بيانات العبارة الثانية عشر	الجدول رقم(18-3)
87	تحليل بيانات العبارة الثالثة عشر	الجدول رقم(19-3)
88	تحليل بيانات العبارة الرابعة عشر	الجدول رقم(20-3)
89	تحليل بيانات العبارة الخامسة عشر	الجدول رقم(21-3)
90	تحليل بيانات العبارة السادسة عشر	الجدول رقم(22-3)
91	تحليل بيانات العبارة السابعة عشر	الجدول رقم(23-3)

92	الوصف الأحصائي لأثر الإعلان المباشر علي الوعي الصحي	الجدول رقم(24-3)
93	إختبار (T) للفرضية الأولى	الجدول رقم(25-3)
94	الوصف الأحصائي لأثر مصدر المعلومة علي الوعي الصحي	الجدول رقم(26-3)
95	إختبار (T) للفرضية الثانية	الجدول رقم(27-3)
96	الوصف الأحصائي لأثر الوعي الصحي علي قرار الشراء	الجدول رقم(28-3)
97	إختبار (T) للفرضية الثالثة	الجدول رقم(29-3)
98	الوصف الأحصائي لأثر ^ط ي الدخل علي قرار الشراء	الجدول رقم(30-3)
99	إختبار (T) للفرضية الرابعة	الجدول رقم(31-3)
100	ANOVA تحليل التباين	الجدول رقم(32-3)

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	المو	ي	رقم الشكل
8	متغيرات الدراسة		الشكل (1-1)
28	خطوات تخطيط البرنامج الاعلاني		الشكل (1-2)
39	قانون إدارة الغذاء والدواء لتنظيم الإعلان الصيدلاني		الشكل (2-2)
40	أجزاء عملية التسويق والإعلان الصيدلاني		الشكل (3-2)
43	كيف تساعد الإعلانات في رفع الوعي الصحي عند الزبائن		الشكل (4-2)
44	أنواع الإعلان المباشر للزبائن		الشكل (5-2)
57	هرم ماسلو للحاجات		الشكل (6-2)
66	إعلان بنادول أدفانس		الشكل (1-3)
67	إعلان معجون أسنان فروميولا		الشكل (2-3)
71	تحليل بيانات النوع		الشكل (3-3)
72	تحليل بيانات الفئة العمرية		الشكل (4-3)
73	تحليل بيانات المؤهل العلمي		الشكل (5-3)
74	تحليل بيانات الحالة الاجتماعية		الشكل (6-3)

فهرس ءـرق

رقم متسلسل	الموضوع	رقم الصفحة
1	ملحق الصور	112
2	الإستبيان	114
3	نتيجة أسئلة الإستبيان	118

المسـل

هدفت الدراسة لمعرفة أثر الإعلان الدوائي المباشر علي القرارات الشرائية للمستهلكين بولاية البحر الأحمر.

ولتحقيق أهداف الدراسة كان من الضروري معرفة إن كان هنالك أثراً للوعي الصحي بأبعادة (الوعي بالفوائد ، الوعي بالمخاطر الوعي بالتأثيرات الجانبية والوعي بالتدخلات الدوائية) علي القرارات الشرائية للمستهلكين .

وكذلك مدي تأثير مصدر المعلومات الطبية والعامل الاقتصادي المتمثل في مستوى الدخل علي تلك القرارات الشرائية .

وتم استخدام المنهج الوصفي ودراسة الحالة لتتبع الظاهرة محل البحث وتوصيفها وتكونت عينة الدراسة من (100) فرداً من المستهلكين للدواء بولاية البحر الأحمر ولإختبار صحة الفرضيات إستخدم الأستبيان(21فقرة) كأداة مناسبة لتجميع البيانات والمعلومات ،تم أختبار الفرضيات بأستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS) وإستخدام إختبار (T).

وبعد إجراء تحليل بيانات الدراسة وفرضياتها توصلت الدراسة إلي عدد من النتائج أهمها :

- وجود أثر ذو دلالة إحصائية للإعلان المباشر ومصدر المعلومة الطبية علي وعي الزبون في ولاية البحر الأحمر .
- وجود أثر ذو دلالة إحصائية لوعي الزبون الطبي ومستوي دخله علي قرارته الشرائية في ولاية البحر الأحمر .

وأهم توصيات الدراسة :

- الأهتمام بمحتوي الإعلانات ووضع لجنة لمراقبتها بالإضافة لعمل دورات تدريبية لمندوبي التسويق في شركات الأدوية وضرورة تفعيل قانون يحكم وينظم الإعلان المباشر في السودان بما يتناسب مع التشريعات الدوائية ومصلحة المستهلكين أو الزبائن الصحية.

Abstract

د

The study aimed at revealing the Impact of Direct-to-customer Advertising on consumers purchasing decision in Port Sudan Province market.

The study sample consists of (100) individuals from the customers. In order to achieve the objectives of the study, the researcher designed a questionnaire consisting of 21 paragraphs to gather the primary information from study sample. The Statistical Package for Social Sciences (SPSS)

Program and (t) Test was used to analyze and examine the hypothesis, and the results achieved are:

There is a significant statistical impact of Healthcare awareness on consumer purchasing decision, perceived benefits and perceived side-effect on consumer decision.

There is also a significant statistical impact of Drug-Drug interaction and source of Healthcare information and economic factor on consumers purchasing decision.

But there is no significant statistical impact of perceived severity.

The most important recommendations of the study:

Give attention to the content of the advertising and put up a committee to monitor it and make training courses for representatives of pharmaceutical companies in marketing, and the need to activate the law governs and

regulates the direct advertising in Sudan in accordance with the pharmaceutical legislation and the interests of customers.