

المتوسط الحسابي (الانحراف المعياري)

الإناث	الذكور	n=513		
(0.757) 3.31	(0.812) 3.24	(0.781) 3.28	المطويات والملصقات	تعرض المستهلك للإعلانات الدوائية
(0.861) 3.11	(0.860) 2.97	(0.879) 3.05	التلفاز	التي تستهدف المستهلك مباشرة في
(0.924) 2.69	(0.848) 2.83	(0.874) 3.05	الجراند	وسائل الإعلام في الأردن؟
(1.011) 2.63	(0.938) 2.64	(0.979) 2.63	المجلات	(1=بائسًا، 2=نادرًا، 3=أحيانًا،
(1.020) 2.61	(0.910) 2.59	(0.974) 2.60	الحملات الطيبة	4=غالبًا) والفروق الجندرية
(1.133) 2.19	(1.115) 2.33	(1.126) 2.25	الإنترنت	
(0.934) 2.09	(0.920) 2.17	(0.928) 2.13	الراديو	
(1.095) 1.62	(1.129) 1.74	(0.871) 1.67	تجعلني أقل اعتماداً على الطبيب وتشخيصه والعلاج	الاتجاهات نحو الإعلانات الدوائية
(1.005) 2.38	(1.009) 2.37	(0.798) 2.37	لا تعطي معلومات متوازنة عن فوائد الدواء ومضاره	التي تستهدف المستهلك مباشرة
(1.262) 2.19	(1.175) 2.35	(0.852) 2.26	تشجع على تسويق الدواء قبل التأكد من سلامته/فاعليته	(1=غير موافق، 2=لا أعلم،
(1.007) 2.39	(0.948) 2.40	(0.719) 2.40	تعتبر أحد أسباب ارتفاع سعر الدواء	3=موافق) والفروق الجندرية
(0.993) 2.59	(0.927) 2.60	(0.698) 2.60	تسبب شراء أدوية غير ضرورية ويستغنى عنها	
(1.100) 2.38	(1.083) 2.30	(0.855) 2.35	تعتبر مصدرًا جيدًا للتعرف على الأعراض والعلاج	
(1.010) 2.52	(1.083) 2.45	(0.816) 2.49	تساعد على مناقشة المرض/الدواء مع الطبيب /الصيدلي	
-	-	(0.366) 3.55	زيارة الطبيب	أبرز مصادر المستهلك للحصول على
-	-	(0.954) 2.79	قراءة النشرات الداخلية لأدوية المنزل	المعلومة حال شعوره بأعراض مرضية
-	-	(1.024) 2.76	زيارة مركز صحي	(1=بائسًا، 2=نادرًا، 3=أحيانًا،
-	-	(0.878) 2.60	استشارة صيدلاني	4=غالبًا)
-	-	(.999)0 2.54	استشارة العائلة أو أصدقاء هم تجارب مرضية	
-	-	(0.990) 2.53	استشارة الطبيب على برامج التلفاز أو المذياع	
-	-	(1.006) 2.52	قراءة كتاب طبي حول المرض الذي تشكو منه	
-	-	(0.978) 2.23	قراءة مقالات الجرائد والمجلات والمنشورات	
-	-	(0.938) 2.00	الاعتماد على الطب العربي أو الطب البديل	
-	-	(1.018) 1.97	البحث في مواقع إلكترونية على الإنترنت	
-	-	% 42.3	النساء أكثر من الرجال	الفئة الأكثر استهدافاً من الإعلانات
-	-	% 3.1	الرجال أكثر من النساء	الدوائية التي تستهدف المستهلك
-	-	% 30.6	النساء والرجال بشكل متساوي	مباشرة والفروق الجندرية
-	-	% 24.0	لست متأكدًا	
(1.266) 2.44	(1.220) 2.25		اعتقاد العينة بالفئة التي تستهدفها الإعلانات الدوائية	
*0.82	*0.87	% 94.1	النساء أكثر تأثرًا بالإعلانات الدوائية من الرجال	أسباب استهداف النساء أكثر من
*0.85	*0.77	% 89.1	النساء أكثر تعرضاً للوسائل التي تعرض فيها الإعلانات	الرجال والفروق الجندرية (*=1 نعم،
*0.75	*0.79	% 86.9	أكثر هذه الإعلانات متعلقة بأدوية خاصة بالنساء	0=لا)
*0.78	*0.63	% 79.0	النساء هن المسؤولات عن الرعاية الصحية في الأسرة	
*0.70	*0.66	% 75.9	النساء تتردد على الصيدليات أكثر من الرجال	
-	-	% 75.2	الذين يطلبون من الطبيب وصف الدواء	بناء على رؤية أو سماع إعلان دوائي
-	-	% 24.8	الذين لم يطلبوا من الطبيب وصف الدواء	
-	-	% 51.2	يرفض الطبيب وصف الدواء	
-	-	% 48.8	يستجيب الطبيب ويصف الدواء	
-	-	% 91	يتم المراجع بسعاع الاسم التجاري	عند تعرضه لإعلان دوائي
-	-	% 9	لا يتم المراجع بسعاع الاسم التجاري	