

دراسة استطلاعية ... الاشاعة والخداع التسويقي في ظل ازمة كورونا فيروس

COVID_19

المدرس الاء نبيل عبد الرزاق

اجرت وحدة استطلاع الراي في مركز بحوث السوق وحماية المستهلك دراسة استطلاعية عن الاشاعة والخداع التسويقي في ظل ازمة كورونا فيروس COVID_19 اعدھا فريق عمل من المركز، وهدفت الدراسة الى تسليط الضوء عن دور وسائل الاعلام المحلية في نشر التوعية واساليب الوقاية من فيروس كورونا وهل هناك اساليب لبث الشائعات وترويج معلومات طبية غير صحيحة خلال هذه الازمة ومدى وجود غش تجاري في الادعاء بأن مطهرات معينة مخصصة لقتل الفيروس وايضا مدى وجود غش في المواد المستخدمة في تصنيع المطهرات وهل فعلا هناك حملة لتسويق لبعض المنتجات للوقاية من فيروس كورونا مثل الكمادات، الكفوف، المواد الغذائية والفيتامينات، بالإضافة الى معرفة مدى علم المستهلكين بوجود منتجات انتشرت على أنها تعقم الهواء حول الشخص بينما في حقيقة الامر لم يتم اثباتها علميا لحد الان وهل هناك ارتفاع في أسعار المستلزمات الطبية والمطهرات والسلع الغذائية.

وتوصلت الدراسة الى نتائج عدة اهمها ان هناك دور كبير وفعال لوسائل الاعلام المحلية في نشر التوعية واساليب الوقاية من فيروس كورونا، وكانت هناك اساليب لبث الشائعات وترويج معلومات طبية غير صحيحة خلال هذه الازمة وهذا بطبيعة الحال يستوجب من الجهات ذات العلاقة مؤسسات حكومية و وسائل اعلام متنوعة والمتخصصين بالجامعات العراقية ومنظمات المجتمع المدني تقديم الافكار والمقترحات الكفيلة بمعالجة مثل تلك الظواهر بهدف ايصال المعلومة الصحيحة وعدم التراخي بمعاينة المروجين للإشاعات والمعلومات الطبية الخاطئة، وتبين ان هناك منتجات مغشوشة متوفرة في الاسواق المحلية يتم الترويج لها من قبل ضعاف النفوس بانها لها القدرة لمعالجة فيروس كورونا، لذا لا بد من تفعيل دور الجهات الرقابية للكشف عن تلك المواد، ومحاسبة المتسببين بانتشارها بالأسواق، وأيضاً هناك غش في المواد المستخدمة في تصنيع المطهرات، بالإضافة الى ان هناك حملة لتسويق لبعض المنتجات للوقاية من فيروس كورونا مثل الكمادات، الكفوف، المواد الغذائية والفيتامينات رغم عدم قدرتها على الحماية، وهناك منتجات انتشرت على

أنها تعقم الهواء حول الشخص بينما في حقيقة الامر لم يتم اثباتها علميا لحد الان، وتوصلت الدراسة الى ان هناك ارتفاع في أسعار المستلزمات الطبية والمطهرات والسلع الغذائية وهذا بطبيعة الحال يستلزم من الجهات الرقابية مراقبة الاسواق في مثل هكذا ظروف، للسيطرة على مستوى الاسعار، ومحاولة ترسيخ ثقافة تقديم الشكاوى من قبل المستهلكين الى الجهات المختصة لأخذ دورها بمحاسبة ضعاف النفوس من الذين يستغلون اوقات الازمات.

وخلص الدراسة الى جملة من التوصيات هي:

- تشجيع المستهلكين على تقديم الشكاوى في حال تم اثبات ان هناك غش تجاري في المواد المستخدمة في تصنيع المطهرات.

- ضرورة العمل على تفعيل دور جمعية حماية المستهلك لمراقبة السوق في ظل ازمة جائحة فيروس كورونا المستجد من خلال القيام بحملات توعية للمستهلكين بحقوقهم.

- عدم مبالغة الشركات المصنعة للمطهرات في عرض مزايا منتجاتها ان لم تتوفر هذه المزايا فيها اصلا.

- فرض العقوبات على الشركات التسويقية التي يثبت عنها ممارسة الخداع التسويقي في ظل ازمة جائحة كورونا المستجد من اجل تقليل هذه الممارسات اللاأخلاقية واستغلال الازمات الصحية.

- التوقف عن الترويج لمنتجات يعتقد انها تعقم الهواء حول الشخص الا بعد ان يتم اثباتها علميا وعدم استغلال الازمات الصحية وخداع الافراد.