

عنوان مقاله:

بررسی اثربخشی های ترویجی-آموزشی بر میزان کاهش مصرف غذای آماده (مطالعه موردی : ارائه کلیپ ، بروشور و مشاوره به دانش آموزان دبستان سما)

محل انتشار:

فصلنامه تحقیقات نظام سلامت، دوره 11، شماره 2 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

Soma سوما فاتحی پناه - Department of Business Management, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran

Adel عادل صلواتی - Departments of Public Management, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran

Reza رضا شافعی - Department of Marketing Management, Sanandaj Branch, Kurdistan University, Sanandaj, Iran

خلاصه مقاله:

مقدمه: بازاریابی اجتماعی در طی چندین سال گذشته بارها در جهت تاثیرگذاری بر رفتار بهداشتی مورد استفاده قرار گرفته شده است. هدف این مطالعه بررسی اثر ارائه برنامه های ترویجی-آموزشی که شامل بروشور، کلیپ های تبلیغاتی و مشاوره می باشد بر کاهش مصرف غذای آماده دانش آموزان دبستان سما می باشد. روش ها: این مطالعه نیمه تجربی بر روی ۵۶ نفر از دانش آموزان دبستان دخترانه و پسرانه سما در دو گروه آزمایش و کنترل انجام شد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسش نامه ای شامل دو قسمت بود سوالات زمینه ای و سوالاتی در مورد میزان مصرف غذای آماده که با توجه به مطالعات قبلی طراحی شد. این پرسش نامه به صورت پیش آزمون در هر دو گروه تکمیل شد. سپس بر اساس اطلاعات به دست آمده برنامه ترویجی-آموزشی که شامل کلیپ تبلیغاتی و بروشور و مشاوره حضوری بود برای گروه آزمایش طراحی و اجرا شد و پس از سه هفته آزمون ثانویه از هر دو گروه به عمل آمد. بعد از جمع آوری داده ها با استفاده از آزمون فرضیه های مختلف از جمله تحلیل واریانس فرضیه ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. یافته ها: میانگین نمره برنامه های ترویجی آموزشی قبل از آموزش در ۲ گروه اختلاف معنی داری نداشت ($p=0.39$). اما بعد از آموزش میانگین نمره برنامه های ترویجی آموزشی در گروه آزمایش نسبت به گروه کنترل اختلاف معنی داری داشت ($p=0.002$). نتایج نشان دادند که بعد از آموزش بین ارائه کلیپ ($p=0.000$)، ارائه بروشور ($p=0.000$) و دادن مشاوره ($p=0.000$) بر کاهش مصرف غذای آماده در گروه آزمایش ارتباط معنی داری وجود دارد. نتیجه گیری: برنامه های ترویجی آموزشی در مورد کاهش مصرف غذای آماده در رفتار تغذیه ای دانش آموزان تحت مطالعه تاثیر مثبت داشته است. با توجه به پایین بودن سطح آگاهی دانش آموزان مقطع ابتدایی و برای بهبود و اصلاح رفتار تغذیه ای آنان در مورد کاهش مصرف غذای آماده استفاده از برنامه ترویجی آموزشی ضروری به نظر می رسد. واژه های کلیدی: تبلیغات، بازاریابی، بازاریابی اجتماعی، مصرف غذای آماده

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1729948>

