

عنوان مقاله:

تغییر برای سلامتی؛ یک مداخله بازاریابی اجتماعی پایین دستی برای کاهش مصرف غذاهای آماده در بین دانش آموزان

محل انتشار:

فصلنامه تحقیقات نظام سلامت، دوره 19، شماره 4 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

اصغر شهادتی - Assistant Professor, School of Literature and Humanities, Yasouj University, Yasouj, Iran

یوسف زرنگاریان - Assistant Professor, School of Literature and Humanities, Yasouj University, Yasouj, Iran

زهرا مهری - PhD Student, Hazrat Fatemeh School of Nursing and Midwifery, Shiraz University of Medical Sciences, Shiraz, Iran

خلاصه مقاله:

مقدمه: یکی از مشکلات حوزه سلامت، افزایش گرایش به مصرف غذاهای آماده است. شواهد نشان از تغییرات سریع ساختار مصرف غذا و شیوع چاقی در کشورهای در حال توسعه دارد. بازاریابی اجتماعی به عنوان یک چارچوب تغییر رفتار، کارایی خود را در بهبود جامعه به ویژه کاهش مصرف گرایبی نشان داده است. پژوهش حاضر با هدف کاهش مصرف غذاهای آماده در بین دانش آموزان، اقدام به طراحی و پیاده سازی یک پویش بازاریابی اجتماعی نمود. روش ها: این مطالعه از نوع پیش آزمون- پس آزمون با گروه شاهد بود که بر روی ۳۵۲ نفر از دانش آموزان مقطع متوسطه اول شهر یاسوج در بازه زمانی ۲۰ مهر تا ۲۵ دی سال ۱۳۹۷ و با روش نمونه گیری دو مرحله ای تصادفی ساده انجام شد. این پویش مبتنی بر یک مدل ده مرحله ای طراحی و اجرا گردید. طراحی آمیخته مداخله نیز بر مبنای یک پژوهش تکوینی صورت گرفت. یافته ها: کاهش معنی داری در دو متغیر رفتاری میزان مصرف و روند مصرف در گروه آزمون پس از اجرای مداخله در مقایسه با گروه شاهد ($P < 0.05$) و در مقایسه با مقادیر این متغیرها پیش از انجام مداخله ($P < 0.01$) وجود داشت. سایر شاخص های ارزیابی پویش مانند آگاهی از پویش با ۱/۸۱ درصد، یادآوری پیام ها با ۴/۷۹ درصد، تدوین برنامه غذایی هفتگی با ۶۰/۰ درصد، توانایی محاسبه شاخص توده بدنی (Body mass index یا BMI) با ۷/۶۷ درصد و تعیین سقف ماهانه مصرف با ۹/۳۸ درصد نیز حاکی از موفقیت قابل قبول پویش بود. نتیجه گیری: تحقیق حاضر با بهره گیری از رویکرد بازاریابی اجتماعی و طراحی آمیخته مناسب مبتنی بر پژوهش ترکیبی، می تواند به عنوان الگوی موثری برای کاهش مصرف غذاهای آماده در بین دانش آموزان مورد استفاده قرار گیرد.

کلمات کلیدی:

Social marketing, Health campaigns, Fast foods, Students
اجتماعی، پویش های سلامتی، غذاهای آماده، دانش آموزان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1848514>

