

عنوان مقاله:

شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر در ایجاد فرهنگ استفاده از کالای داخلی در بین دانش آموزان دوره ابتدایی (مطالعه موردی: شهر زاهدان)

محل انتشار:

دومین همایش بین المللی سواد رسانه ای و اطلاعاتی با موضوع خانواده (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

مسعود فاضلی رستم پور - گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

حمیدرضا حسینی دانا - گروه مدیریت رسانه، واحد دماوند، دانشکده آزاد اسلامی، دماوند، ایران

سجاد فرهنگ - گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

زمینه و هدف: یکی از راه های تقویت تولید داخلی به منظور رشد اقتصادی پایدار در کشور، ایجاد نگرش و فرهنگ در بین افراد جامعه به ویژه دانش آموزان است. به این منظور در این پژوهش به شناسایی عوامل تاثیر گذار بر فرهنگ استفاده از کالای داخلی و اولویت بندی آن ها در بین دانش آموزان دوره ابتدایی پرداخته شده است. ابزار و روش ها: روش تحقیق توصیفی-پیمایشی است. ابزار اصلی گردآوری نمونه پرسشنامه می باشد. به منظور تعیین عوامل موثر، از پرسش نامه باز پاسخ (نظرخواهی از 30 نفر از متخصصین تعلیم و تربیت) و برای اولویت بندی، از پرسشنامه مقایسه زوجی (نظرخواهی از 15 نفر از خبرگان) برای استفاده در تکنیک تحلیل سلسله مراتبی با استفاده از نرم افزار EXPERT CHOICE استفاده شده است. یافته ها: نتایج حاصل به ترتیب اولویت عبارتند از: خانواده، معلم، رسانه، سیاست های آموزش و پرورش، محتوای آموزشی و ابزار و امکانات. نتیجه گیری و پیشنهادها: یافته های تحقیق نقش عواملی نظیر خانواده، معلم، رسانه، سیاست های آموزش و پرورش، محتوای آموزشی و ابزار و امکانات را در ایجاد نگرش و فرهنگ حمایت از کالای داخلی، روشن نموده و با توجه به اولویت بندی آن ها ضرورت سرمایه گذاری روی تک تک عوامل را بر حسب اهمیت مشخص می کند که با همگرایی این عوامل هدف عالی احترام به تولید داخل محقق خواهد شد

کلمات کلیدی:

کالای داخلی، فرهنگ، دانش آموز، AHP

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/865238>

