سیویلیکا - ناشر تخصصی مقالات کنفرانس ها و ژورنال ها
گواهی ثبت مقاله در سیویلیکا
CIVILICA.com

عنوان مقاله:
دیدگاه های رانندگان تاکسی تهران در زمینه رفتارهای خطرناک رانندگی

محل انتشار:
دومین همایش جامعه ایمن شهر تهران (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:
محسن شمس - *دکترای پزشکی، دانشجوی دکترای تخصصی آموزش بهداشت*

داود شجاعی زاده - *متخصص آموزش بهداشت، استاد دانشکده بهداشت دانشگاه علوم پزشکی تهران*

سیدرضا مجدزاده - *متخصص اپیدمیولوژی، استاد دانشکده بهداشت دانشگاه علوم پزشکی تهران*

آرش رشیدیان - *متخصص مدیریت و سیاست گذاری سلامت، استادیار دانشکده بهداشت دانشگاه عل*

خلاصه مقاله:
اساس الگوی بازاریابی اجتماعی پژوهش تکوینی است که شامل تحلیل مخاطب، بازار و کانال است. در این مطالعه برای طراحی برنامه کاهش رفتارهای خطرناک رانندگی رانندگان تاکسی تهران مبتنی بر بازاریابی اجتماعی، نظرات و دیدگاه های آنان در باره رفتارهای خطرناک رانندگی گردآوری شده است. روش کا ر: مطالعه از نوع کیفی پدیده شناسی بود و طی چهار جلسه بحث گروهی متمرکز با حضور 42 نفر راننده تاکسی خطی شهرتهران، نظرات آنان درباره اجزای مربوط به تحلیل مخاطب، تحلیل بازار و تحلیل کانال، استخراج، دسته بندی و تحلیل شد. یافته ها: از دیدگاه شرکت کنندگان، اقدام مناسب برای کاهش رفتارهای خطرناک رانند گی در رانندگان تاکسی تهران، انتقال پیام ترغیب کننده برای افزایش تمرکز آنان با استفاده از فضای داخل تاکسی و مراکز تجمع رانندگان با کمک رسانه های نوشتاری و سرپرستان خطوط تاکسیرانی به عنوان رهبران فکری تأثیرگذار بر رانندگان معرفی شد. نتیجه گیری: توجه به اصل مخاطب محوری، اساس برنامه های بازاریابی اجتماعی را تشکیل می دهد. استفاده از پیام های ترغیب کننده در داخل تاکسی و محل های تجمع آ ن ها برای افزایش تمرکز در رانندگی و استفاده از سرپرستان خطوط به عنوان رهبران فکری، نظرات گروه هدفی است که اساس طراحی برنامه را شکل خواهد داد.

کلمات کلیدی:
رفتارهای خطرناک رانندگی، بازاریابی اجتماعی، پژوهش تکوینی، رانندگان تاکسی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:
https://civilica.com/doc/163256