

# نگرش و رفتار مرتبط با استفاده از وسایل حفاظت فردی پیمایش کمی برای تحلیل مخاطب در برنامه بازاریابی اجتماعی ( مطالعه موردی : شرکت متروی اصفهان )

دکتر محسن شمسی

استادیار دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی یاسوج

دکتر سید اکبر نیلی پور طباطبایی

استادیار دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی مالک اشتر اصفهان

محمود شمسی

دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد

## چکیده

**زمینه و هدف:** اطلاع از وضعیت نگرش و رفتار کارکنان مقدمه طراحی یک برنامه اصلاح رفتار اثربخش برای افزایش میزان استفاده از وسایل ایمنی و حفاظت فردی در محیط کار است که مبنای طراحی برنامه های مبتنی بر الگوی بازاریابی اجتماعی است. هدف این مطالعه، شناخت و تحلیل مخاطب برای طراحی این نوع مداخله برای ترغیب کارگران ایستگاه های در دست ساخت مترو به استفاده از وسایل حفاظت فردی است.

**روش تحقیق:** در این مطالعه مقطعی تحلیلی، با مراجعه به تمام ۴۴ نفر کارگر شاغل در دو ایستگاه در حال ساخت مترو و تکمیل پرسشنامه برای سنجش وضعیت نگرش و رفتارهای خودگزارشی و چک لیست مشاهده رفتار برای تعیین وضعیت استفاده از وسایل ایمنی و حفاظت فردی، داده ها جمع آوری و نتایج حاصل تحلیل شد.

**یافته ها:** کارگران شاغل در ایستگاه مترو نسبت به استفاده از وسایل ایمنی و حفاظت فردی در محیط کار خود نگرش نسبتاً مطلوبی داشتند که این نگرش مثبت با سابقه کاری آنها رابطه معنی دار مستقیم داشت. بیشتر کارگران گزارش کردند که همیشه یا بیشتر اوقات از وسایل ایمنی و حفاظت فردی استفاده می کنند و بین گزارش رفتارهای درست با تحصیلات و سابقه کاری رابطه معنی دار معکوس مشاهده شد. مشاهده رفتارهای واقعی گروه هدف نشان داد که استفاده از کلیه وسایل ایمنی وضعیت نامطلوبی دارد. کارگران برخی وسایل حفاظتی شامل کفش ایمنی و لباس کار را بیشتر استفاده می کنند و هیچیک از کارگران دو ایستگاه از کلاه ایمنی، دستکش ایمنی و ماسک به کار نمی بردند.

**نتیجه گیری:** شناسایی و تحلیل وضعیت رفتاری گروه مخاطب، لازمه طراحی مداخله رفتاری اثربخش است و برای طراحی الگوی بازاریابی اجتماعی، تحلیل مخاطب جایگاه ویژه ای دارد. در این مطالعه مشخص شد که با وجود نگرش خوب کارگران نسبت به رفتار مورد نظر و نیز قضاوت مطلوبی که از خود دارند، می تواند رفتار واقعی آنها نامطلوب باشد. توجه به رفتارهای واقعی مخاطبان و اطلاع از دیدگاه های آنان درباره علت انجام این رفتارها، در موفقیت یک مداخله رفتاری نقش مهمی دارد.

**کلید واژه ها:** وسایل ایمنی و حفاظت فردی، نگرش، رفتار، تحلیل مخاطب، بازاریابی اجتماعی، شرکت متروی اصفهان

## مقدمه

هر ساله در جهان، بیش از یک میلیون نفر بر اثر بیماری و حوادث ناشی از کار جان خود را از دست می‌دهند که این وضعیت در کشورهای در حال توسعه از وسعت و شدت بیشتری برخوردار است. در حال حاضر حوادث ناشی از کار به عنوان سومین عامل مرگ و میر در جهان به حساب می‌آید و هر ساله بر تعداد کشته‌شدگان ناشی از حوادث کار افزوده می‌شود (عدل و علوی نیا، ۱۳۹۰).

براساس گزارش صندوق تأمین اجتماعی، تا پایان آذرماه سال ۱۳۹۰، تعداد ۲۷۶ نفر بیمه‌شده زن و ۱۴۷۴۳ بیمه‌شده مرد تأمین اجتماعی دچار حادثه ناشی از کار شدند که ۳۴۳۴ نفر از آنان مجرد و ۱۱۵۸۵ نفر متأهل بوده‌اند. بر اساس این گزارش، تعداد ۱۴۲۸۶ مورد (۹۵/۱ درصد) کل آسیب‌دیدگی‌ها در داخل کارگاه‌ها اتفاق افتاد، ۵۹۰ مورد خارج از کارگاه و ۱۴۳ مورد نیز در هنگام رفت و آمد به محل کار روی داده است. ۷۶۲ نفر از بیمه‌شدگان به دلیل استفاده از وسایل بی‌حفاظ، ۵۷۱ نفر به دلیل استفاده از وسایل معیوب، ۸۹۰۷ نفر به دلیل بی‌احتیاطی، ۱۰۶۹ نفر به دلیل عدم رعایت مقررات ایمنی و ۹۱ نفر به دلیل ازدحام و بی‌نظمی تجهیزات دچار خطرات ناشی از کار شده‌اند. نور ناقص، تهویه نامطلوب، لباس خطرناک و عدم آموزش از جمله علل منجر به حوادث ناشی از کار و بی‌احتیاطی بیشترین عامل ایجاد آسیب‌دیدگی در محیط کار بوده است (سازمان تأمین اجتماعی، ۱۳۹۰).

در طی ۶ ماه اول سال ۱۳۸۹، تعداد ۷۷۸ نفر جان خود را در حوادث کار از دست داده‌اند که در مقایسه با مدت مشابه در سال ۱۳۸۸ رشدی برابر با ۱۸/۸ درصد را نشان می‌دهد. عدم رعایت نکات ایمنی، بی‌احتیاطی و عدم استفاده از وسایل ایمنی و حفاظت فردی در بروز این حوادث نقش داشته است. مهم‌ترین علل مرگ‌های ناشی از حوادث کار، سقوط از بلندی، برخورد جسم سخت، برق گرفتگی و سوختگی اعلام شده است (اداره کل کار و تأمین اجتماعی استان اصفهان، ۱۳۹۱).

در سال ۱۳۹۰ تعداد ۱۷۷ نفر در استان اصفهان بر اثر حوادث کار جان خود را از دست دادند که به جز یک نفر، همگی مرد بودند. این رقم در مقایسه با سال ۱۳۸۹ که تعداد فوتی‌های حوادث کار ۱۵۰ نفر بود، ۱۸ درصد افزایش یافته است. نتایج بررسی حوادث ناشی از کار در استان اصفهان در سال ۸۹ نشان می‌دهد که ۴۵ درصد از آمار حوادث ناشی از کار این استان مربوط به حوادث کارگاه‌های ساختمانی است. علت وقوع بیشتر حوادث ساختمانی را می‌توان نداشتن اطلاعات و آگاهی لازم کارفرمایان و پیمانکاران در زمینه مقررات حفاظت فردی و ایمنی کارگاه‌های ساختمانی، عدم نظارت کافی ناظران ساختمانی، نبود الزامات قانونی برای داشتن مهارت‌های فنی حرفه‌ای در بخش کارگاه‌های ساختمانی و نیز عدم شناخت و درک صحیح کارگران در مورد استفاده از وسایل ایمنی و حفاظت فردی دانست (فلین<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۰). استفاده از وسایل ایمنی و حفاظت فردی نقش مهمی در کاهش صدمات و خسارات غیر قابل پیش‌بینی در کارگران ایفا می‌کند. ایمنی را میزان دوری از خطر تعریف کرده‌اند که یک مراقبت نسبی از برخورد با خطرات است (کاتلر<sup>۲</sup> و زالتمن، ۱۹۷۱).

در هر کشوری برای ایمنی و حفاظت فردی قوانینی وجود دارد که میزان شدت و ضعف آن با توجه به میزان توسعه یافتگی کشورها متفاوت است. در ایران نیز قوانینی به این منظور وضع شده است که در قانون کار بصورت ماده‌های متفاوتی درج شده است (ماده ۸۵ قانون کار جمهوری اسلامی ایران). همچنین در قانون کار کشورمان برای کارگران ساختمانی مترو صورت وسایل ایمنی و حفاظت فردی لازم آمده است که این وسایل عبارتند از: دستکش لاستیکی، کفش ایمنی، کلاه ایمنی، ماسک ضد گرد و غبار و در صورت نیاز کمر بند ایمنی (آیین‌نامه استفاده از وسایل ایمنی وزارت کار جمهوری اسلامی ایران). موانع متعددی بر سر راه کارگران برای استفاده از وسایل ایمنی و حفاظت فردی وجود دارد که آنها را از استفاده این وسایل دور کرده است. موانعی مانند: عدم کیفیت مناسب وسایل ایمنی و حفاظتی که در اختیار کارگران قرار می‌گیرد، عدم آموزش صحیح و مناسب به کارگران در جهت تشویق آنها به استفاده از این وسایل ایمنی و حفاظت فردی، همچنین بین

<sup>1</sup> Flin et al

<sup>2</sup> Katler et al

کارگران وحتى متخصصان و مهندسان بخش مترو درک درست و صحیحی از استفاده از وسایل ایمنی و حفاظت فردی وجود ندارد. به این منظور استفاده از روشهای ابتکاری در فرآیند آموزش در کشورهای مختلف منجر به نتایج مطلوبی شده است که اطلاع از جزییات این روشها و نحوه اجرای آنها به منظور آموختن در سایر کشورها کارگشا خواهد بود.

رابطه رفتارهای غیرایمن با حوادث شغلی و میزان دسترسی و استفاده کارگران از وسایل حفاظت فردی در محیط کار در دو نمونه پژوهش بررسی و ارزیابی شده است ( محمدفام و فاطمی ، ۲۰۰۸ و محمدفام و ذکایی ، ۲۰۰۶ ). بنابراین توجه به دیدگاه های اصلاح رفتار برای ارتقای میزان استفاده از وسایل حفاظت فردی و دستورالعمل های ایمنی در محیط های کار، در کاهش حوادث کار نقش اساسی خواهد داشت. یکی از الگوهای مورد استفاده در اصلاح رفتار افراد و جوامع بازاریابی اجتماعی<sup>۱</sup> است. کانون اصلی اندیشه و عمل بازاریابی نوین بجای جستجوی مشتری برای محصولات تولیدی خود ، تامین رضایت و ایجاد ارزش برای مشتری می باشد تا به سمت محصول تولید شده یا خدمت قابل ارائه جلب گردد. در سال ۱۹۷۱ فلیپ کانتر بازاریابی اجتماعی را برای اولین بار مطرح کرد و با ترکیب مفاهیم بازاریابی تجاری و تبلیغات اصول بازاریابی اجتماعی را بنیان گذاری کرد . به اعتقاد کانتر و زالتمن از اصول بازاریابی تجاری می توان برای فروش یک ایده و رفتار به جامعه استفاده کرد . بطور کلی بازاریابی اجتماعی کاربرد فنون بازاریابی در مسایل اجتماعی می باشد تا در افراد جامعه ، انگیزه انجام عمل یا رفتاری را که برایشان مفید است ، ایجاد کند (شمس و رشیدیان ، ۲۰۱۰). موفقیت های بازاریابی اجتماعی در طراحی و اجرای برنامه های مداخله ای در حل بسیاری از مشکلات سلامت، قابل ردیابی است.

گام اول در طراحی برنامه مبتنی بر بازاریابی اجتماعی، شناسایی ویژگی های فردی و گروهی، دیدگاه ها و نظرات آنها درباره رفتارهای هدف، و انتخاب یک رفتار در اولویت برای انجام مداخله رفتاری است( زاورشتاین<sup>۲</sup> و همکاران ، ۲۰۰۱) . در این پژوهش، وضعیت نگرش و رفتارهای کارگران مترو دو ایستگاه در حال ساخت در شهر اصفهان بررسی شده است تا بر اساس آن مداخله مناسب و مبتنی بر بازاریابی اجتماعی طراحی شود.

## روش تحقیق

در این مطالعه مقطعی تحلیلی، برای جمع آوری اطلاعات از نگرش و رفتارهای خود گزارشی و مشاهده ای کارگران مترو شهر اصفهان از پرسشنامه خود ساخته ای برای سنجش نگرش و رفتار خود گزارشی کارگران مترو و چک لیستی برای مشاهده و ثبت استفاده یا عدم استفاده از وسایل ایمنی و حفاظت فردی کارگران استفاده شده است. این بررسی در ماههای بهمن و اسفند سال ۱۳۹۰ در دو ایستگاه در حال ساخت مترو شهر اصفهان ( ایستگاه میدان شهید علیخانی و میدان شهید مفتح ملک شهر ) انجام شده است. پرسشنامه شامل سه بخش ، مشخصات دموگرافیک، مشخصات نگرشی و رفتارهای خود گزارشی در ۲۸ آیتم طراحی شد. روایی محتوای پرسشنامه با استفاده از نظر کارشناسان و مهندسان شاغل در قطار شهری اصفهان ، و همچنین خبرگان دانشگاهی تعیین شد. برای پایایی پرسشنامه ، تعداد ۱۰ عدد از پرسشنامه ها بصورت تصادفی انتخاب شدند و سپس برای آنها آلفا کرونباخ محاسبه شد که با رفع اشکالات ، مقدار آن برابر ۰/۷۳ محاسبه گردید. تعیین متغیر های دموگرافیک پرسشنامه با استفاده از نظرات کارشناسان و مهندسان قطار شهری شاغل در دو ایستگاه انجام گرفت و سئوالات نگرشی نیز طرح شد. رفتارهای استفاده از وسایل ایمنی و حفاظت فردی که در بخش عملکرد خود گزارشی مورد سوال قرار گرفته بود ، حاصل بررسی متون علمی و مطالعات انجام شده در حوزه ایمنی و سلامت کارگران بود.

چک لیست بررسی رفتارهای مشاهده ای در استفاده از وسایل ایمنی و حفاظت فردی در بین کارگران شاغل در مترو شهر اصفهان نیز در ۱۰ آیتم طراحی شد . بخش های طراحی شده در این چک لیست نیز حاصل متون و مطالعات انجام شده در حوزه ایمنی و سلامت ، نظرات کارشناسی متخصصان و مهندسان ناظر و دفتر فنی در ایستگاه های مترو و همچنین مفاد آئین نامه های وزارت کار و امور اجتماعی کشور بود . با مراجعه حضوری در هر دو ایستگاه مورد مطالعه و ارایه پرسشنامه به

<sup>1</sup> Social Marketing

<sup>2</sup> Zwarenstein

کارگران در طی بهمن و اسفند ماه سال ۱۳۹۰، داده های مربوط به ویژگی های دموگرافیک، نگرشی و رفتارهای خود گزارشی آنان جمع آوری گردید و تنها در جایی که افراد دارای سواد خواندن و نوشتن نبودند، افراد آموزش دیده اقدام به انتقال نظرات و پاسخ های افراد در پرسشنامه می کردند. پس از اتمام فرایند تکمیل پرسشنامه ها، افراد آموزش دیده دیگری جهت تکمیل چک لیستهای رفتاری انتخاب شدند. که این افراد بطور نامحسوس و غیر علنی وارد ایستگاه های مترو شدند تا وضعیت واقعی استفاده از وسایل ایمنی و حفاظت فردی را در بین کارگران ثبت کنند. همچنین از آنها خواسته شد که زمان و تاریخ دقیق را در بالای چک لیست ها درج کنند. زمان مشاهده در ایستگاه میدان شهید علیخانی بین ساعت ۱۰:۳۰ تا ۱۱:۳۰ و در ایستگاه میدان شهید مفتاح بین ساعت ۱۱:۳۰ تا ۱۲:۳۰ بود. داده های توصیفی با استفاده از آماره های توصیفی مانند فراوانی، انحراف معیار، میانگین و تحلیل داده ها با استفاده از محاسبه ضریب همبستگی و رگرسیون لجستیک مورد تحلیل قرار گرفت.

## یافته ها

نتایج حاصل از تحلیل پرسشنامه ها و چک لیست های تکمیل شده در چند محور زیر قابل ارائه است:

### ۱- ویژگی های دموگرافیک گروه هدف

متغیر های جمعیتی موثر بر نگرش و رفتار کارگران مترو شامل: سن، تحصیلات، سابقه کاری، سابقه کاری در بخش مترو، میزان ساعات کار در روز و شیفت های کاری روزانه بود. بررسی تفاوت بین کارگران با در نظر گرفتن سطح اطمینان ۹۵ درصد انجام شد. جدول شماره ۱ ویژگی های جمعیتی را در گروه هدف کارگران مترو نشان می دهد.

### جدول ۱- توزیع فراوانی ویژگی های جمعیتی کارگران گروه هدف

متغیرهای دموگرافیک	تعداد	درصد
<b>گروه سنی</b>		
کمتر از ۲۵ سال	۱۰	۲۲/۷
۲۵-۳۵ سال	۱۸	۴۱
۳۶-۴۵ سال	۶	۱۳/۶
بالتر از ۴۵ سال	۱۰	۲۲/۷
جمع *	۴۴	۱۰۰
<b>تحصیلات</b>		
بی سواد	۴	۹
خواندن و نوشتن	۵	۱۱/۴
پنجم ابتدایی	۸	۱۸
سوم راهنمایی	۱۰	۲۲/۷
دیپلم	۹	۲۰/۴
فوق دیپلم	۳	۶/۸
لیسانس	۵	۱۱/۴
جمع *	۴۴	۹۹/۷
<b>رسته کاری</b>		
کارگری	۳۴	۷۷/۲
اکیب های اجرایی	۵	۱۱/۴
تکنسین و مهندسین	۵	۱۱/۴

۱۰۰	۴۴	جمع
		سابقه کاری
۷	۳	کمتر از یکسال
۱۸	۸	یک تا سه سال
۲۵	۱۱	چهار تا شش سال
۲۵	۱۱	هفت تا ده سال
۲۵	۱۱	بیشتر از ده سال
۱۰۰	۴۴	جمع
		سابقه کار در مترو
۲۵	۱۱	کمتر از یکسال
۳۸/۶	۱۷	یک تا دو سال
۳۶/۴	۱۶	سه تا پنج سال
۱۰۰	۴۴	جمع*
		میزان ساعت کاری در مترو
۲۵	۱۱	۴ تا ۸ ساعت
۷۵	۳۳	بیشتر از ۸ ساعت
۱۰۰	۴۴	جمع*

## ۱-۲- وضعیت نگرش گروه هدف

بخش سوالات نگرشی پرسشنامه شامل ۱۳ سوال بود که با در نظر گرفتن نگرانی ها و منافع حاصل از استفاده وسایل ایمنی و حفاظت فردی کارگران طراحی شده بود. بررسی پاسخ ها نشان داد که کارگران نگرش نسبتا خوبی نسبت به استفاده از وسایل ایمنی و حفاظت فردی دارند. که نتایج تحلیل این پاسخ ها در ایستگاه در جدول شماره ۲ آمده است.

## جدول ۲- وضعیت نگرش کارگران مترو درباره استفاده از وسایل حفاظت فردی

جمع	دامنه نمرات	
۴۰/۵۰(۵/۶۹)	۱۳-۶۵	سوالات نگرشی
۱۵(۴/۷۴)	۷-۲۸	خودگزارشی
۴(۱/۶۴)	۰-۱۰	مشاهده ای

## ۱-۳- رفتار خود گزارشی گروه هدف :

در سوالاتی که به بررسی وضعیت استفاده از وسایل ایمنی و حفاظت فردی از دیدگاه خود کارگران مطرح شده بود، از آنان خواسته شد تا درباره استفاده خود از وسایل ایمنی و حفاظت فردی قضاوت کنند. این بخش شامل ۷ سوال بود و پاسخ ها نشان داد که تصویری که از وضعیت خود در استفاده از وسایل ایمنی و حفاظت فردی دارند چگونه است. استفاده از ماسک ایمنی و کمر بند ایمنی بر طبق گزارش خود کارگران در پایین ترین سطح قرار داشت. نتایج حاصل از این رفتار را در جدول شماره ۳ مشاهده می کنید.

جدول ۳ - ارتباط همبستگی بین متغیرهای دموگرافیک در کارگران مترو  
در درباره استفاده از وسایل حفاظت فردی

متغیر	گروه سنی	تحصیلات	رسته کاری	سابقه کاری	سابقه کار در مترو	تعداد ساعت کار در روز
گروه سنی	-	۰/۱۶۹	۰/۲۴۷	۰/۰۰۲	۰/۰۰۸	۰/۵۹۲
تحصیلات	-	-	۰/۰۰۲	۰/۵۱۸	۰/۶۴۸	۰/۶۳۹
رسته کاری	-	-	-	۰/۸۹۱	۰/۳۹۸	۰/۳۱۶
سابقه کاری	-	-	-	-	۰/۰۰۳	۰/۱۰۵
سابقه کار در مترو	-	-	-	-	-	۰/۲۶۲
تعداد ساعت کار در روز	-	-	-	-	-	-

\* از نظر آماری معنی دار است (P-value ۰/۰۵)

۴-۱- ارتباط بین ویژگی های جمعیتی در بین کارگران مترو :

آزمون استقلال و محاسبه مقدار P برای بررسی رابطه بین متغیرهای جمعیتی پرسشنامه نشان داد که در هر دو گروه منتخب از کارگران مترو ، سن افراد با سابقه کاری آنها و سن افراد با سابقه کاری کارگران در مترو و همچنین سابقه کاری کارگران با سابقه کار آنها در مترو ارتباط معنی داری دارد. ارتباط سن با سابقه کاری نشان داد که بیش از ۷۷ درصد از کارگران بین ۴-۶ سال و ۱۰-۷ سال سابقه کاری داشتند که بیشتر مربوط به گروه سنی ۲۵-۳۵ سال و ۴۵-۳۶ سال می باشد. ارتباط سن با سابقه کاری در مترو نیز نشان داد که گروه سنی بین ۲۵-۳۵ سال با بیشترین فراوانی دارای سابقه کاری بین ۳-۵ سال در بخش مترو دارند. همچنین ارتباط بین سابقه کاری کارگران با سابقه کاری آنها در بخش مترو نشان داد که بیشتر کارگرانی که بین ۴-۶ سال سابقه کاری دارند در بخش مترو بین ۳-۵ سال سابقه کاری دارند و آنهایی که بیشتر از ۷ سال سابقه کار دارند تنها ۱-۲ سال سابقه کار در مترو دارند.

۵-۱- ارتباط بین سایر بخشهای پرسشنامه

با استفاده از تحلیل واریانس ، تاثیر هر متغیر جمعیتی ( سن ، تحصیلات ، سابقه کاری، سابقه کار در مترو و میزان ساعات کار در روز ) بر هر یک از موارد نگرشی ، خود گزارشی و مشاهده ای بین کل کارگران هر دو ایستگاه در جدول شماره ۴ و ۵ آمده است.

جدول ۴ - وضعیت ضریب همبستگی بین متغیرهای دموگرافیک،  
نگرش و رفتارهای خود گزارشی و مشاهده ای در زمینه استفاده از وسایل حفاظت فردی

متغیر	گروه سنی	تحصیلات	رسته کاری	سابقه کاری	سابقه کار در مترو	میزان ساعت کاری
نگرش	-۰/۰۱	۰/۱۶۹	۰/۱۱۴	۰/۰۷۵	۰/۰۳۳	۰/۲۶۴
رفتار خود گزارشی	-۰/۳۲۹*	-۰/۳۲۴*	-۰/۰۷۲	۰/۰۰۳	-۰/۰۱۱	۰/۱۳۹
رفتار مشاهده ای	۰/۱۳	-۰/۳۴۱*	۰/۲۵۵	-۰/۱۴۳	۰/۱۱۳	-۰/۲۴۶

\* از نظر آماری در سطح ۰/۰۵ معنی دار است

جدول ۵- وضعیت ضریب همبستگی بین نگرش و رفتارهای خود گزارشی و مشاهده ایدر باره استفاده از وسایل حفاظت فردی

نام متغیر	نگرش	رفتار خودگزارشی	رفتار مشاهده ای
نگرش	-	-۰/۱۷	*۰/۱۴۳
رفتار خود گزارشی	-		۰/۰۰۱
رفتار مشاهده ای	-	-	-

\* از نظر آماری در سطح ۰/۰۵ معنی دار است.

۲- نتایج چک لیست های بررسی رفتار مشاهده ای در گروه هدف

چک لیست طراحی شده شامل ۱۰ آیتم شامل : کفش ایمنی در اختیار داشت ، در هنگام کار کردن کفش ایمنی پوشیده بود ، لباس مخصوص کار در اختیار داشت ، لباس مخصوص کار پوشیده بود ، کلاه ایمنی در اختیار داشت ، کلاه ایمنی پوشیده بود ، ماسک در اختیار داشت، در هنگام کار ماسک استفاده می کرد ، دستکش در اختیار داشت ، در هنگام کار دستکش پوشیده بود ، بیان شده بود . این بخش ها با توجه به بررسی متون در حوزه ایمنی و سلامت کارگران و نظر کارشناسان در بخش مترو و مفاد آئین نامه کار بود . برای تکمیل آن از چند نفر از افراد آموزش دیده استفاده شد که در اسفند ماه سال ۱۳۹۰ وارد مترو شدند و تک تک افراد را زیر نظر گرفتند و چک لیست ها را تکمیل کردند . در مجموع تعداد ۵۰ عدد چک لیست تکمیل شد. این چک لیست ها در فاصله زمانی بین ۱۰:۳۰ تا ۱۲:۳۰ صبح تکمیل شدند. بیشترین مورد استفاده از وسایل ایمنی و حفاظت فردی مربوط به استفاده از کفش ایمنی و دستکش بود که در گروه هدف مورد استفاده قرار گرفته شده بود.. اما بطور یکنواخت هیچ کارگری از کلاه ایمنی و ماسک ضد گرد و غبار و لباس کار مناسب استفاده نمی کرد.

بحث و نتیجه گیری

صنعت ساختمان یکی از اشتغال زاترین صنعت های کشور می باشد لذا توجه به بحث ایمنی و سلامت کارگران در این صنعت از اهمیت بالایی برخوردار است. کارگاه های ساختمانی یکی از کانون های اصلی خطر برای کارگران به شمار می روند که بطور مثال می توان به کارگاه های ساختمانی ایستگاه های مترو در حال ساخت اشاره نمود. کارگران مترو ، بخشی از جامعه بزرگ کارگری کشور هستند که زمان زیادی از فعالیت روزانه خود را به کار در ایستگاه های مترو در حال ساخت در زیر زمین می گذرانند. اصلاح رفتار عدم استفاده آنها از وسایل ایمنی و حفاظت فردی می تواند تاثیر مطلوبی بر کاهش حوادث و خطرات جانی برای آنها داشته باشد.

گام نخست در این کار ، طراحی و اجرای برنامه های اصلاح رفتار و دیدگاه کارگران در مورد وسایل ایمنی و حفاظت فردی می باشد. برداشتی که آنها از استفاده این وسایل برای خود دارند و رفتار واقعی آنها در استفاده از وسایل ایمنی موجب می شود که در برنامه های آموزشی اهداف رفتاری درست و صحیح تعیین شود. در مطالعات اخیر مشخص شد که بین ویژگی های جمعیتی کارگران منتخب در گروه هدف ارتباط معنی داری وجود دارد. این ارتباط نشان داد که سن کارگران بر تعداد ساعات کاری آنها در طول روز تاثیر گذار است. همچنین مشخص شد که سن بر سابقه کاری افراد موثر است و همچنین میزان تحصیلات کارگران در سابقه کاری آنها در مترو موثر بوده است.

در مطالعات انجام شده مشخص شد که گروه سنی کارگران با سوالات نگرشی در پرسشنامه و همچنین سطح تحصیلات ، سن ، رسته کاری ، و سابقه کاری در مترو در رفتارهای خود گزارشی ارتباط معنی دار معکوس داشته است. عبارت دیگر یعنی

هر چه سن کارگران بیشتر باشد و تحصیلات آنها کمتر و سابقه کاری آنها در مترو پایین تر ، گزارش آنها از رفتارهای خود گزارشی خود مثبت تر می شود. مشاهده رفتار استفاده از وسایل ایمنی و حفاظت فردی کارگران مورد مطالعه نشان داد که آنها از کلاه ایمنی و ماسک ضد گرد و غبار و لباس مخصوص کار استفاده نمی کنند. نگرش مطلوب و مناسب رفتارهای خود گزارشی کارگران با آنچه که از رفتارهای مشاهده ای کارگران ، دیده شد ، در تناقض آشکار قرار داشت و این تناقض نشان می دهد که به رغم شناخت کافی گروه مخاطب از رفتارهای خطرناک و پیامدهای عدم استفاده از وسایل ایمنی ، عدم استفاده از وسایل ایمنی به وفور دیده می شود که عواملی بجز دانش کم و نگرش غلط موجب این رفتار می گردد. بنظر می رسد انجام مطالعات کیفی مناسب بتواند دلایل خوبی برای این گونه رفتارها در اختیار مجریان و طراحان برنامه های اصلاح رفتار قرار دهد. برگزاری کلاسهای آموزشی مداوم به کارگران ، استفاده از فرصتهای مناسب آموزشی در محیط کار و کمک گرفتن از وسایل ارتباط جمعی برای آگاه ساختن کارگران از خطرات ناشی از عدم استفاده از وسایل ایمنی می تواند به اصلاح رفتاری کارگران بینجامد. این حقیقت که در هر ایستگاه هیچ فردی مسئول بخش ایمنی و سلامت کارگران وجود نداشت ، قابل اهمیت بود . این نقص در ظاهر بی اهمیت است ولی در اصل می تواند موجب این شود که کارگران برای رفتار های خود ناظری نبینند و در جهت آموزش و اصلاح رفتار با کندی حرکت مواجه شوند.

## منابع

- 1 Adl J, Alavinia SM. Knowledge, accessibility and applicatoin of protective equipment by production- Line workers at two important factories of sabzewar. Scientific Journalism University Of Medical Sciences, 2 (40 – 41): 34- 38. [Persian]
- 2 -Daftare Amar va Mohasebate Eghtesadi va Ejtemaee, Sazmane Tamine 3 - Ejtemaee Jomhori Eslami Iran. Available at: <http://www.tamin.ir/NSite/FullStory/News/?Serv=5&Id=2361>. Ordibehesht 17, 1391.
- 3 -Edareye Kole Taavon, Kar va Tamine Ejtemaee, Ostane Esfahan. Available at: <http://isfahan.mcls.gov.ir/newsdetail-24694-fa.html>. Ordibehesht 18, 1391. . [Persian]
- 4-Flin R, Mearns K, Connor P, and Bryden R, Measuring safety climate: identifying the common features. Safety Science, 2000, 34 (1-3): 177-192.
- 5-Kotler P, Zaltman G. Social marketing: an approach to planned social change. J Mark 1971; 35(3):3-12.
- 6 -Mohammadfam, I, Fatemi F. Evaluation of the relationship between unsafe acts and occupational accidents in a vehicle manufacturing. Iran Occupational Health Journal. 2008; 5 (3) :44-50. [Persian]
- 7 Mohammadfam, I; Zokaei HR, Simaee N. Epidemiological evaluation of fatal occupational accidents and estimation of related human costs in Tehran. Tabib-e- Shargh, 2006; 8 (4): 299-307. [Persian]
- 8 Shams M, Rashid an A, Shojaeezadeh D, Majdzadeh R, Montazeri A. Risky Driving behaviors among taxi drivers in Tehran: Attitudes, self reported and observational behaviors. Payesh Journal, 2010, 9 (4):403- 416. [Persian]
- 9 Zwarenstein M, Reeves S, Barr H, Hammock M, Koppel I, Atkins J. Interprofessional education: effects on professional practice and health care outcome . Cochrane Database of System Rev 2001, Issue 1.



# **Attitudes and Behaviors Related to Using Personal Protective Equipments: A Quantitative Survey for Audience Analysis in Social Marketing Intervention (Case Study: Isfahan Metro)**

## **Abstract**

**Background and Aim:** Knowing about labors' views about usage of personal protective equipments (PEPs) and measuring the attitudes and behaviors related to this subject, is necessary to design an effective intervention for increasing usage of them. In this study, we aimed to identify and analysis of target audience for designing a social marketing- based intervention to persuade labors for using PEPs in their work settings.

**Method:** In this cross-sectional analytical study, an attitude and self- reported behaviors questionnaire and an observational checklist were used to measure labors' attitudes and behaviors related to usage of PEPs. Then, the collected data was analyzed.

**Results:** Labors have relatively desired attitudes toward using PEPs. This attitude was associated with their work history. Most labors reported that they always or usually had used PEPs while working. The desired self reported behaviors were associated with literacy level and work history. During observation, we explore that PEPs usage was not good at all. Some PEPs were used more and safety helmets, gloves and shoes were never used by them.

**Conclusion:** Identifying and analyzing audience is necessary to design an effective behavior change intervention. Audience analysis plays an important role in designing a social marketing intervention. In this study, we showed that regardless of having desired attitude and self-reported behaviors, people might have risky behaviors. So, we must to notice to virtual behaviors and their causes to have a successful program.

**Keywords:** Personal Protective Equipments, Attitude, Behaviors, Audience Analysis, Social Marketing, Isfahan Metro