

Badanie efektywności kampanii "Lepszy start dla Twojego dziecka"

Spis treści

1. Executive summary
2. Wyniki badania – spożywanie alkoholu
3. Świadomość przyszłych matek
4. Kampania "Lepszy start dla Twojego dziecka"

Badanie efektywności
kampanii "Lepszy start dla
Twojego dziecka"

Fabryka Komunikacji
Społecznej

| © TNS

Metodologia badania

Termin realizacji badania

Wszystkie wywiady odbyły się w terminie **8 – 29 września 2010**.
Dwie pierwsze fale badania przeprowadzane były przez Ipsos, kolejne przez TNS OBOP.
Kolejne fale badania realizowano w terminach:
I fala - 20.06 - 01.07.2008
II fala- 15.09 - 26.09.2008
III fala- 16.09 – 01.10 2009

Technika

Badanie zostało przeprowadzone techniką wywiadów bezpośrednich (PAPI) realizowanych we wskazanych placówkach służby zdrowia (tych, w których prowadzona była kampania).

Próba/respondent

Próba miejska miała charakter losowo-kwotowy. W sumie zrealizowano 300 wywiadów, po 100 z kobietami w każdym z trymestrów ciąży.

Kwestionariusz/czas wywiadu

Wywiady zrealizowane na podstawie zaakceptowanego kwestionariusza trwały ok. 15 minut.

W tej fali badania użyto kwestionariusza i metodologii Fabryki Komunikacji Społecznej. Kwestionariusz w porównaniu do poprzedniej fali badania został częściowo zmodyfikowany.

Executive summary

Badanie efektywności kampanii "Lepszy start dla Twojego dziecka"

Executive summary

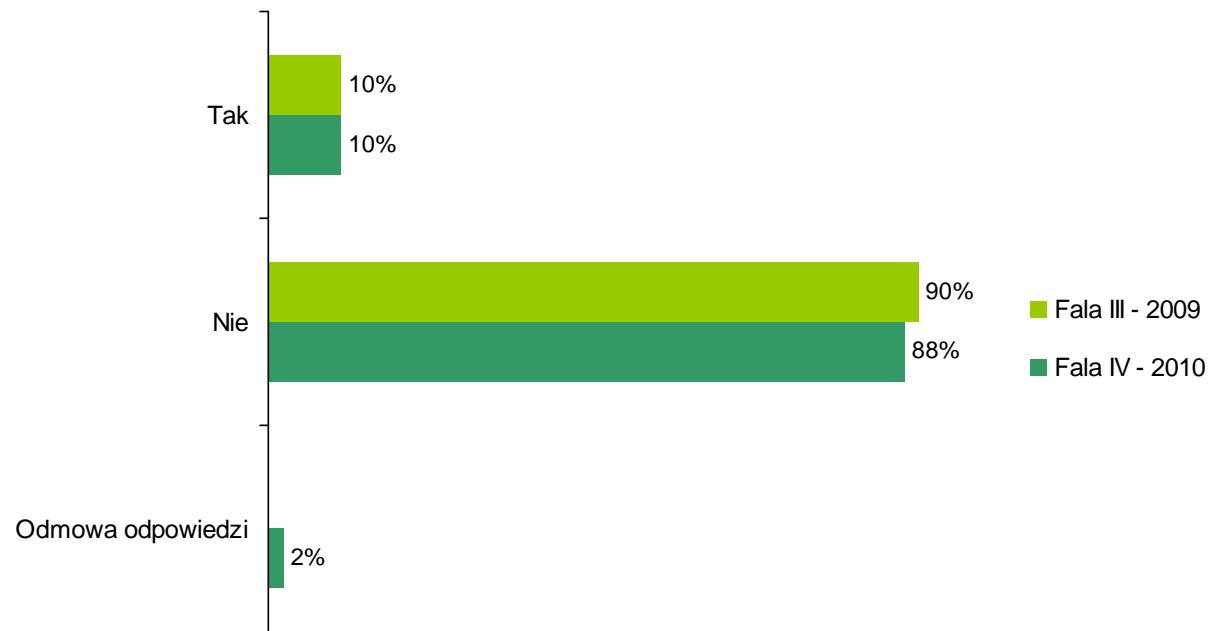
- * Zdecydowana większość przyszłych mam w czasie ciąży nie pije alkoholu, gdyż:
 - kobiety są świadome, że w czasie ciąży nie powinno się spożywać alkoholu,
 - kobiety są przekonane o szkodliwości spożywania alkoholu w czasie ciąży,
 - zauważa się większe zaangażowanie lekarzy w profilaktykę i częstsze przeprowadzanie rozmów z kobietami odnośnie skutków spożywania alkoholu w czasie ciąży.
- * Kampania dotarła do blisko połowy (48%) ankietowanych i można wnioskować o jej pozytywnym wpływie nie tylko na kobiety, ale również na lekarzy. Z deklaracji kobiet, które widziały kampanię, istotnie częściej wynika, że lekarz rekomendował im w czasie ciąży całkowitą abstynencję.
- * Kampania w opinii co dziewiętej respondentki, przyczyniła się do zmiany jej stosunku do spożywania alkoholu w trakcie ciąży.

Wyniki badania – spożywanie alkoholu

Badanie efektywności kampanii "Lepszy start dla Twojego dziecka"

Spożywanie alkoholu w czasie ciąży

Do spożywania alkoholu w czasie ciąży przyznała się co dziesiąta badana kobieta.

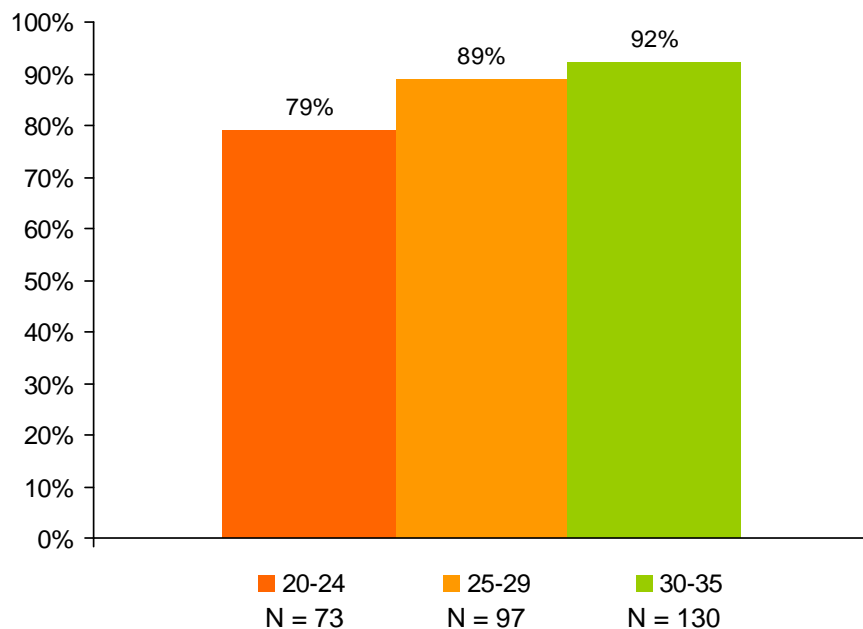


Kiedy ostatni raz piła Pani alkohol?; N=300

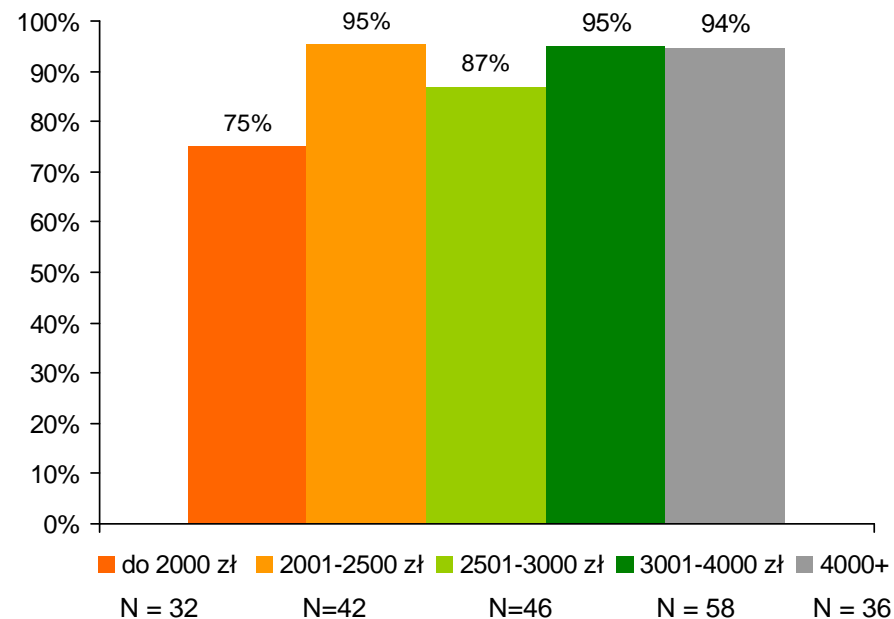
(Tak – w ostatnim czasie, już podczas ciąży; Nie – przed ciążą, jestem abstywentką).

Kobiety nie spożywające alkoholu w ciąży

Wiek



Dochód

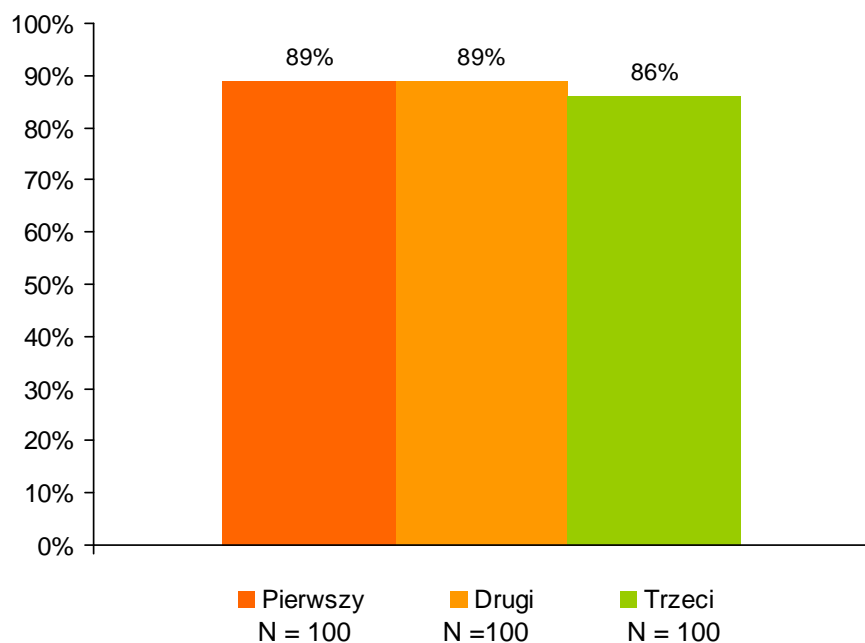


Kiedy ostatni raz piła Pani alkohol: wino, piwo, drinki lub inne alkohole?

Kiedy ostatni raz piła Pani alkohol: wino, piwo, drinki lub inne alkohole?

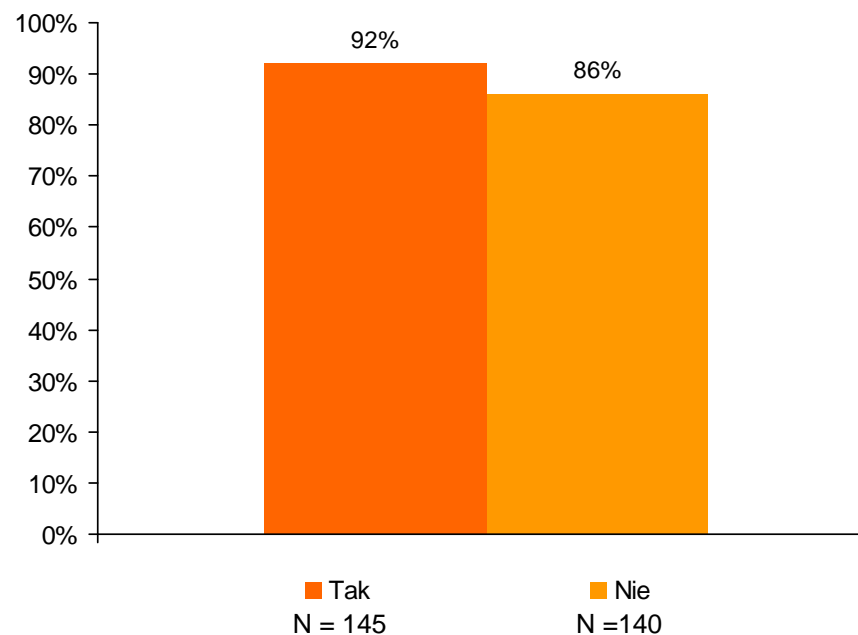
Kobiety nie spożywające alkoholu w ciąży

Trymestr ciąży



Kiedy ostatni raz piła Pani alkohol: wino, piwo, drinki lub inne alkohole?

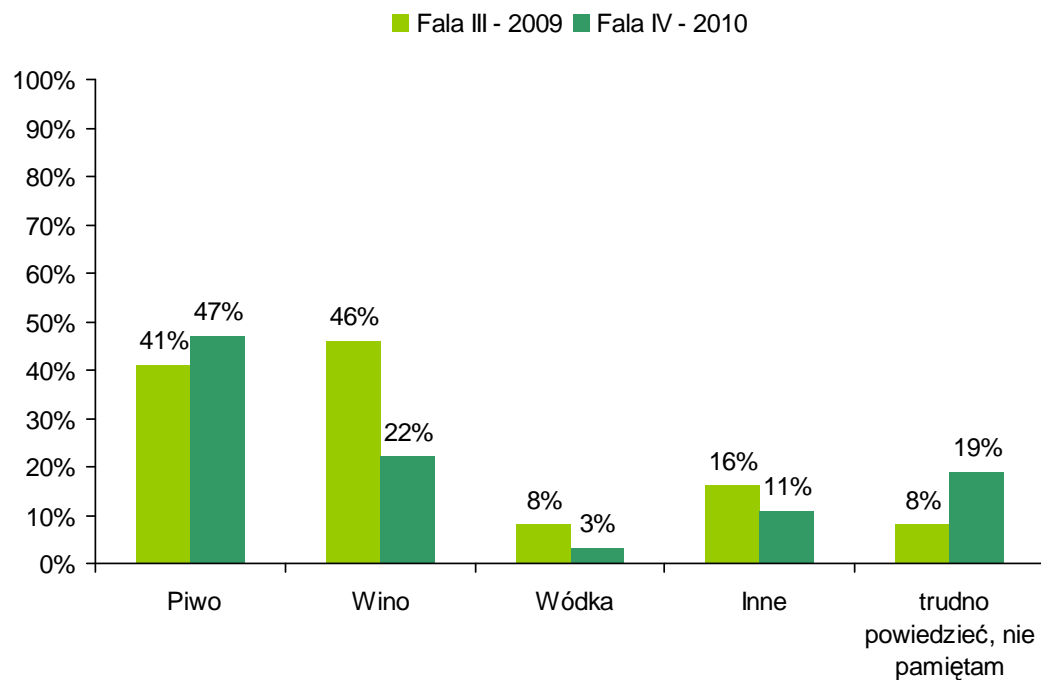
Znajomość kampanii



Kiedy ostatni raz piła Pani alkohol: wino, piwo, drinki lub inne alkohole?

Alkohole spożywane w czasie ciąży

Ciężarne spożywające alkohol wybierały przede wszystkim piwo i wino, rzadziej wódkę.



Jakie napoje zawierające alkohol piła Pani w czasie ciąży?, N=36 (kobiety spożywające alkohol w ciąży)

Spożywanie alkoholu w czasie ciąży

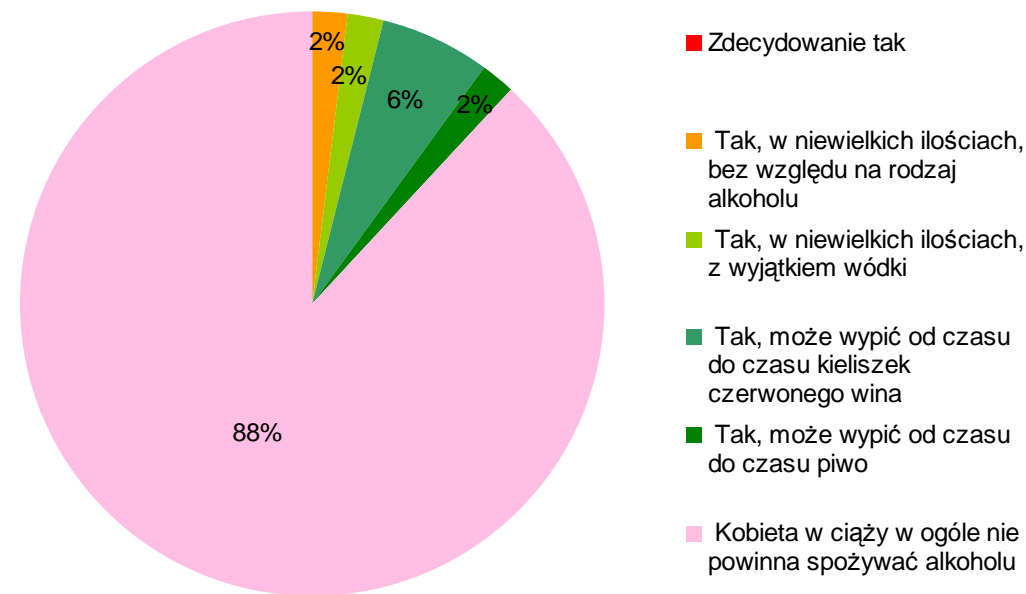
- * Do spożywania alkoholu w czasie ciąży przyznała się co dziesiąta badana kobieta. Odsetek kobiet spożywających alkohol w czasie ciąży nie zmienił się w porównaniu do roku ubiegłego.
 - Kobiety powstrzymujące się od picia alkoholu w czasie ciąży, to częściej kobiety w wieku 30-35 lat.
 - Natomiast po alkohol w czasie ciąży częściej sięgają kobiety zamieszkujące miasta do 200 tys. mieszkańców, niż ciężarne z większych miast.
- * Z deklaracji kobiet wynika, że w czasie ciąży najczęściej sięgają po piwo (47%) lub wino (22%).

Świadomość przyszłych matek

Badanie efektywności kampanii "Lepszy start dla Twojego dziecka"

Spożywanie alkoholu w czasie ciąży

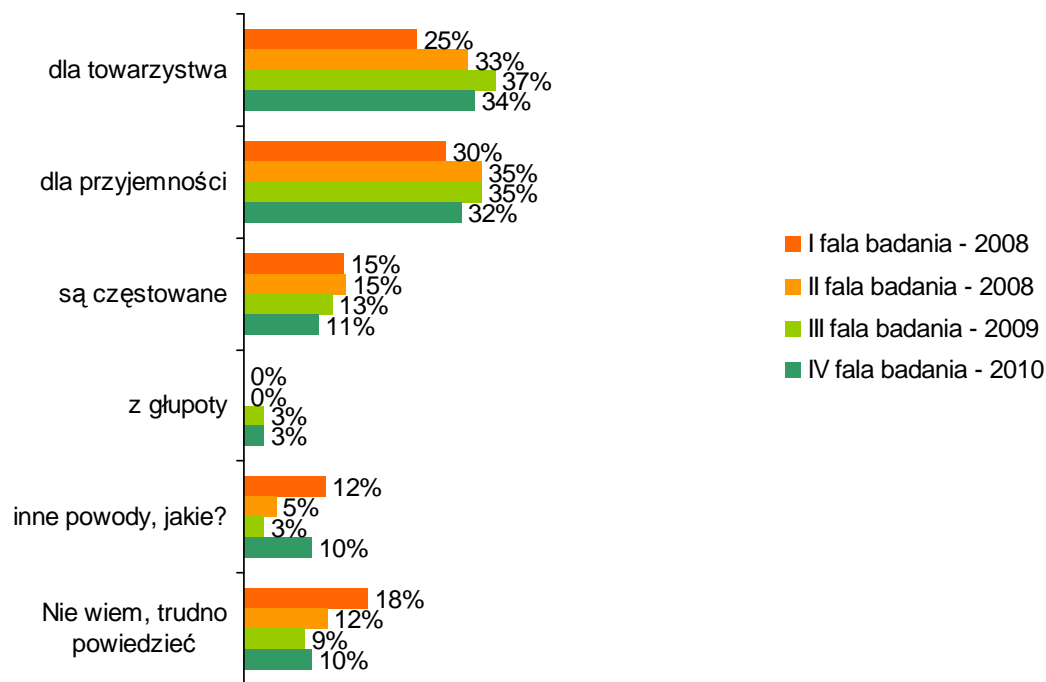
Blisko 9 na 10 ciężarnych kobiet uważa, że kobieta nie powinna spożywać alkoholu w czasie ciąży.



Czy Pani zdaniem kobieta może spożywać alkohol w trakcie ciąży?; N=300

Główne przyczyny sięgania po alkohol

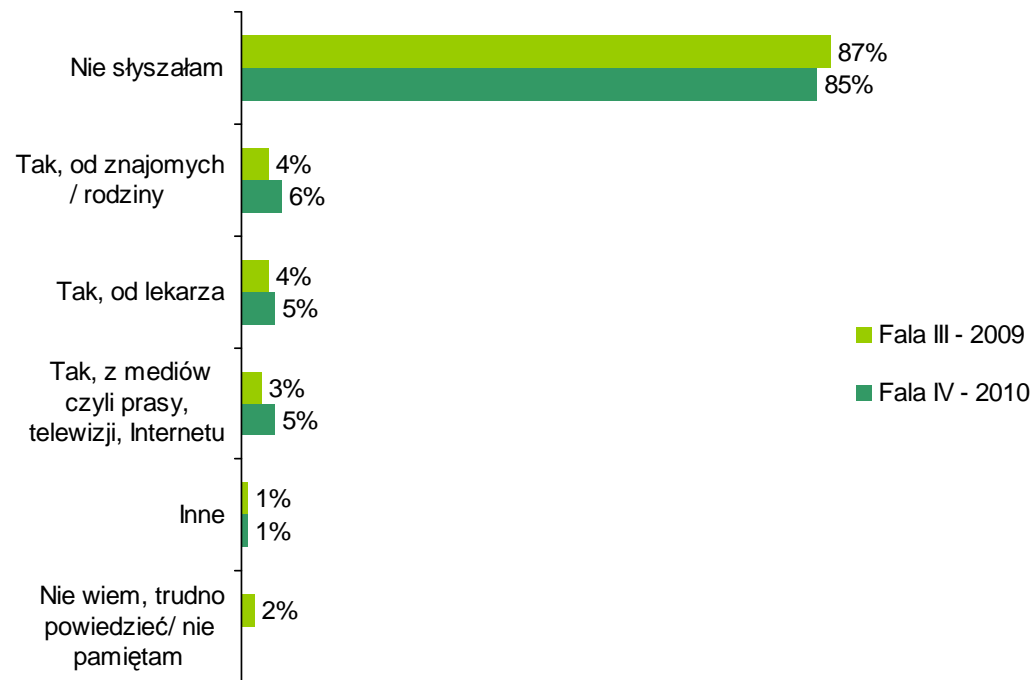
Respondentki uważają, że alkohol w czasie ciąży jest spożywany przede wszystkim dla towarzystwa oraz dla przyjemności.



Z jakiego powodu, kobiety w ciąży sięgają po napoje zawierające alkohol?; N=300

Komunikacja o pozytywnym wpływie alkoholu

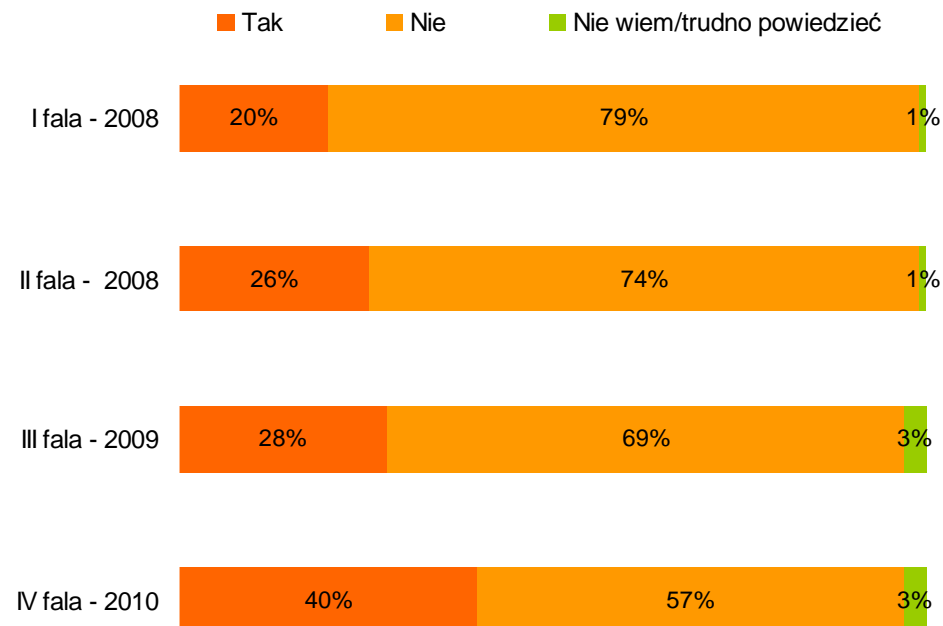
Większość respondentek nie spotkała się z komunikowaniem faktu, że alkohol może mieć pozytywny wpływ na zdrowie kobiety w ciąży.



Czy słyszała Pani o pozytywnym wpływie alkoholu na zdrowie kobiety w czasie ciąży?; N= 300

Konsultacje z lekarzem

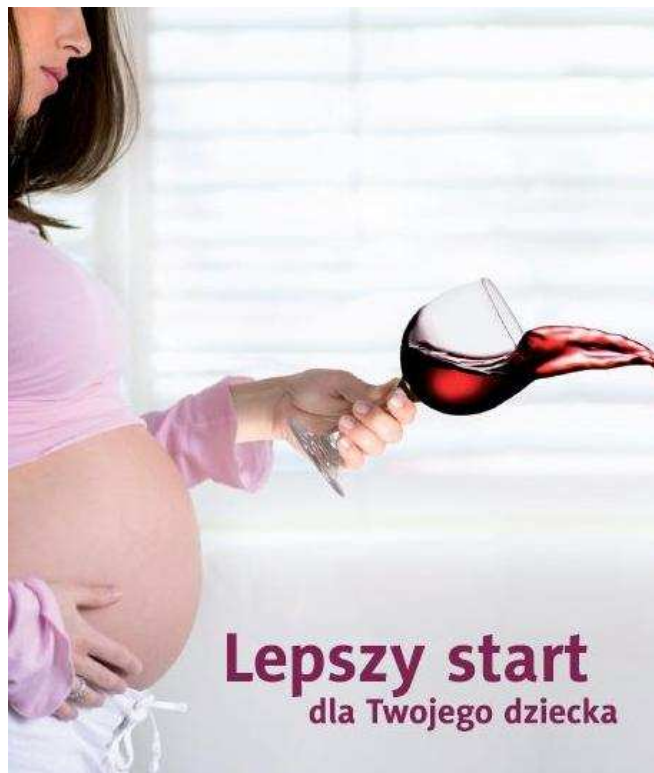
Stale rośnie liczba lekarzy rozmawiających z pacjentkami na temat picia alkoholu w czasie ciąży, jednak nadal te kwestie poruszane są przez mniejszą część środowiska lekarskiego (40%).



Czy lekarz rozmawiał z Panią na temat spożywania alkoholu w czasie ciąży?; N=300

Świadomość przyszłych matek

- * 88% badanych kobiet jest przekonanych, że kobiety w ciąży w ogóle nie powinny spożywać alkoholu.
- * Zdaniem przyszłych mam, kobiety w ciąży spożywają alkohol przede wszystkim dla towarzystwa (34%) i przyjemności (32%). Najważniejsze powody sięgania po alkohol nie zmieniają się, co potwierdza zbliżony wynik w falach poprzednich.
- * Większość badanych kobiet (85%) nie słyszała, aby w swoim otoczeniu, mediach, czy przez lekarzy komunikowano, że alkohol ma pozytywny wpływ na zdrowie ciężarnych. Zbliżony, lecz nieco wyższy wynik odnotowano w fali poprzedniej (87%). Sporadycznie kobiety słyszą o pozytywnym wpływie alkoholu od znajomych lub rodziny (6%), lekarza (5%) lub z mediów (5%).
- * Do wzrostu świadomości zagrożeń związanych ze spożywaniem alkoholu przyszłych mam przyczyniają się m.in. coraz częściej przeprowadzane przez lekarzy rozmowy odnośnie spożywania alkoholu w czasie ciąży (40%). Jednak nadal zdarzają się sporadyczne sytuacje, gdy lekarze zalecają spożywanie niewielkich ilości alkoholu kobietom w ciąży (2%).

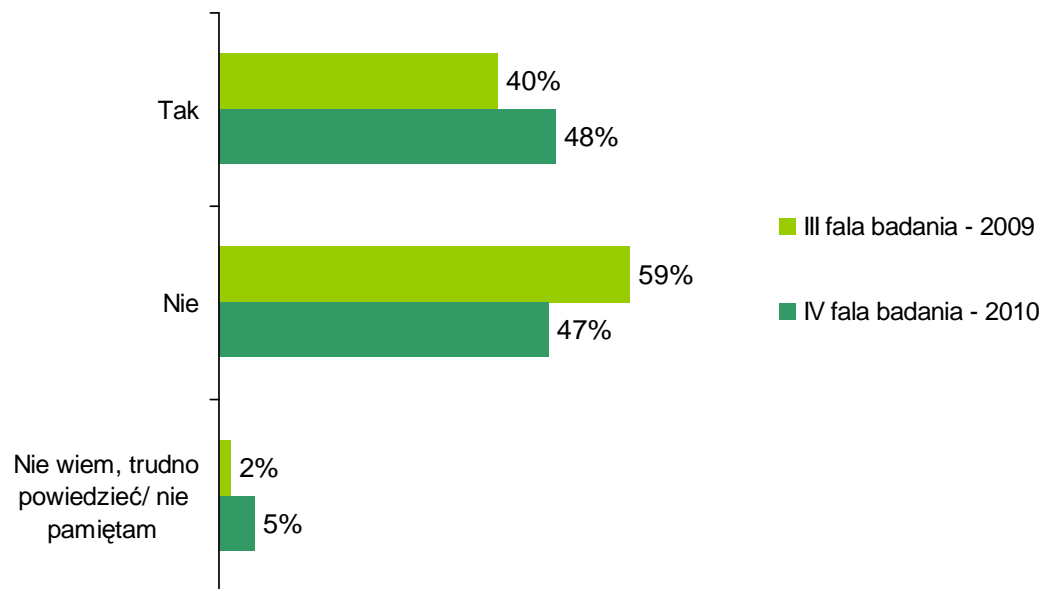


Kampania "Lepszy start dla Twojego dziecka"

Badanie efektywności kampanii "Lepszy start dla Twojego dziecka"

Dotarcie kampanii

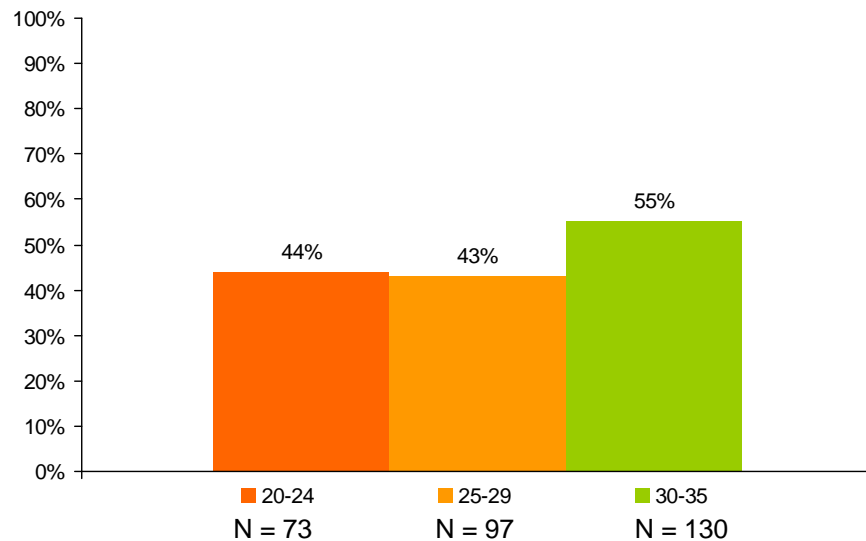
Kampania dotarła do 48% kobiet w ciąży.



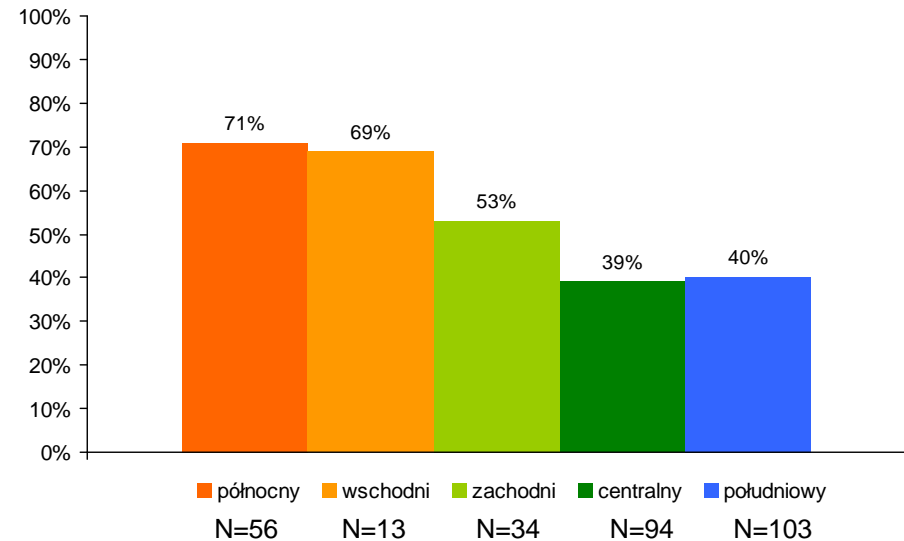
Czy zetknęła się Pani z kampanią społeczną informującą kobiety o szkodliwości spożywania alkoholu w czasie ciąży pod tytułem „Lepszy start dla Twojego dziecka” ?, N= 300

Dotarcie kampanii

Wiek



Region

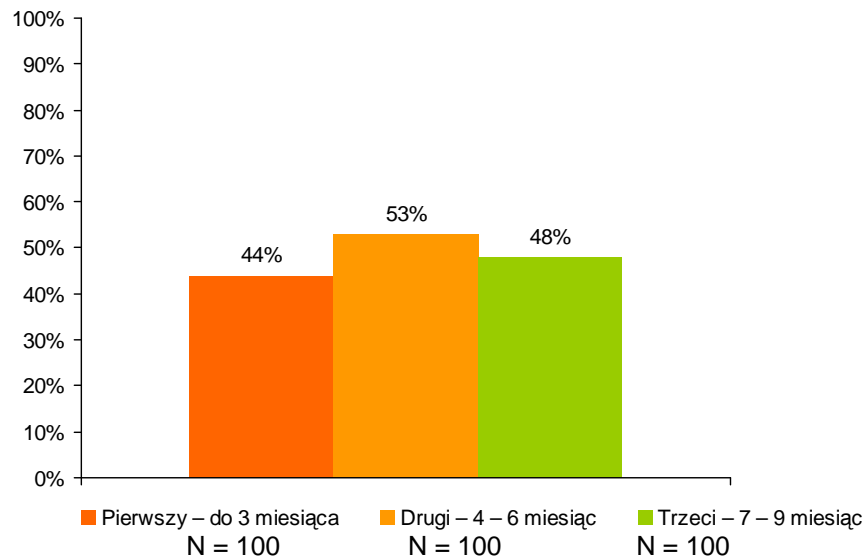


Czy zetknęła się Pani z kampanią społeczną informującą kobiety o szkodliwości spożywania alkoholu w czasie ciąży pod tytułem „Lepszy start dla Twojego dziecka” ? Odp. TAK

Czy zetknęła się Pani z kampanią społeczną informującą kobiety o szkodliwości spożywania alkoholu w czasie ciąży pod tytułem „Lepszy start dla Twojego dziecka” ? Odp. TAK

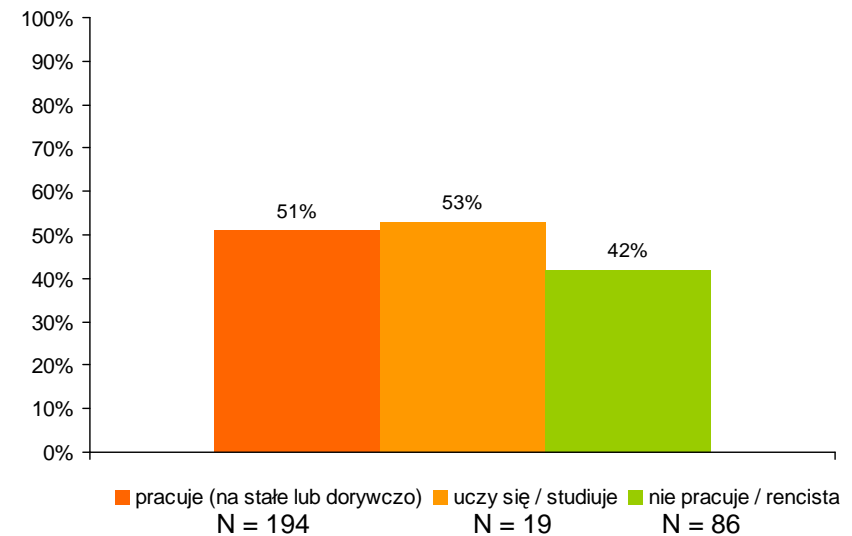
Dotarcie kampanii

Trymestr ciąży



Czy zetknęła się Pani z kampanią społeczną informującą kobiety o szkodliwości spożywania alkoholu w czasie ciąży pod tytułem „Lepszy start dla Twojego dziecka” ? Odp. TAK

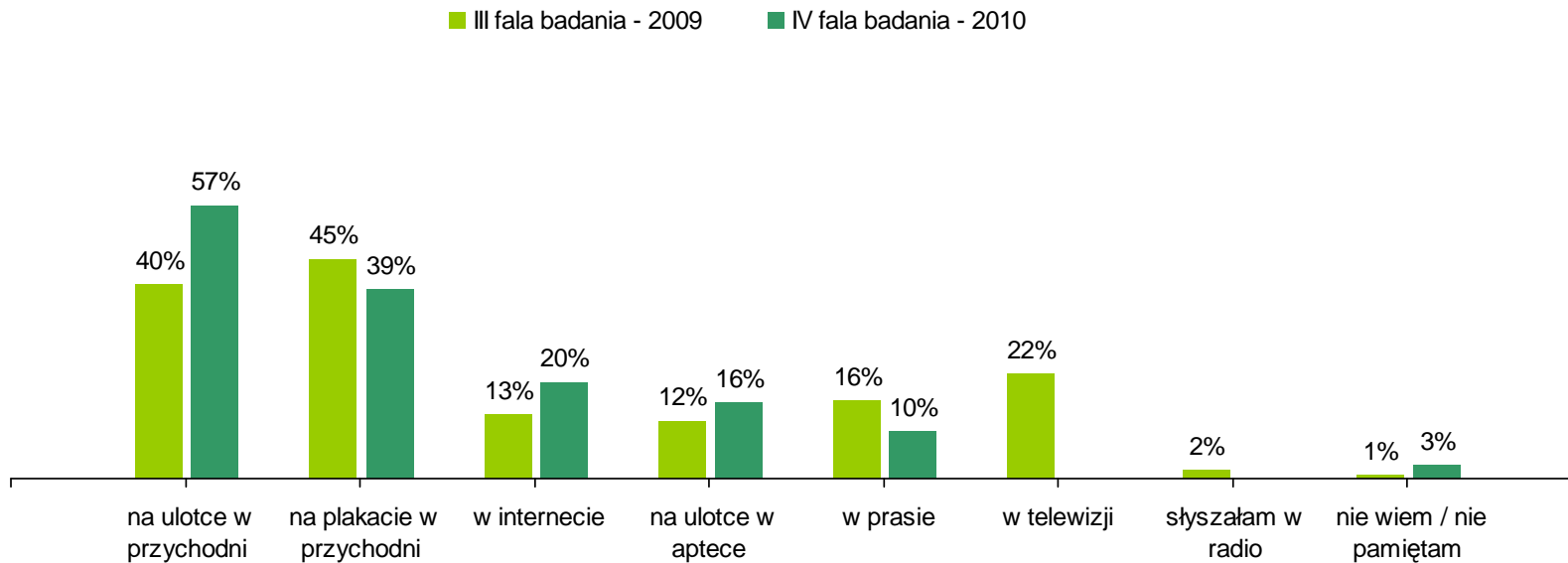
Sytuacja zawodowa



Czy zetknęła się Pani z kampanią społeczną informującą kobiety o szkodliwości spożywania alkoholu w czasie ciąży pod tytułem „Lepszy start dla Twojego dziecka” ? Odp. TAK

Dotarcie kampanii - media

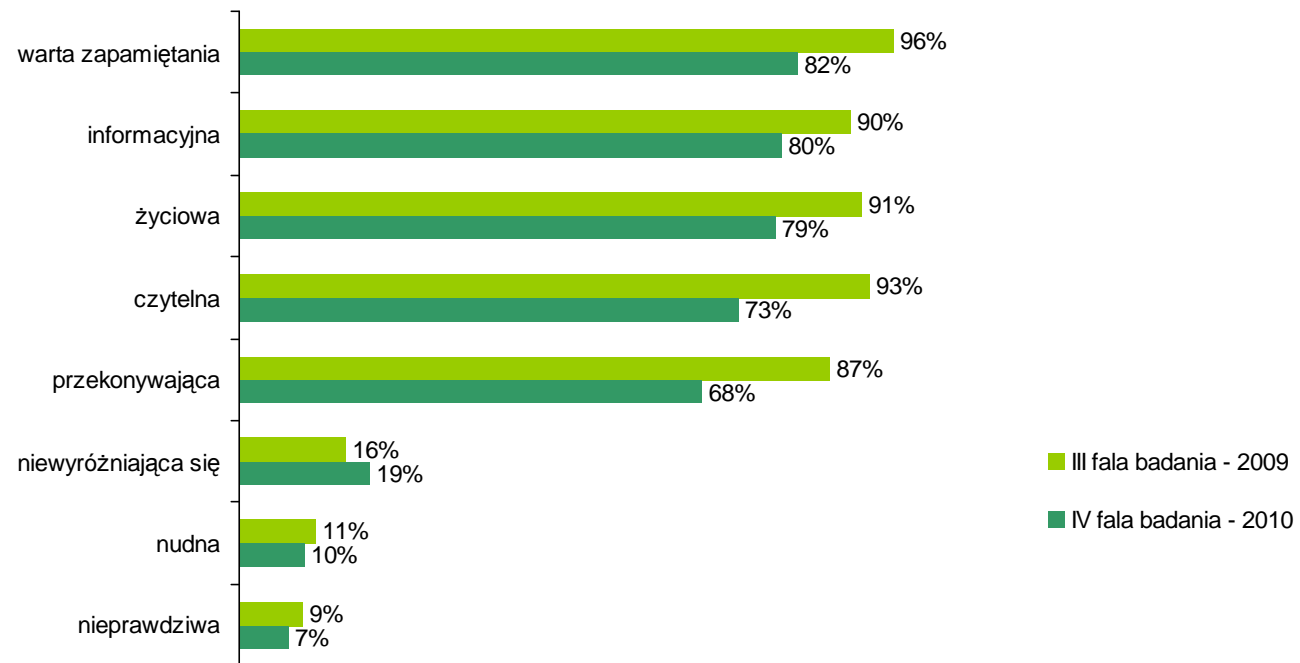
Kobiety ciężarne kampanię „Lepszy start dla Twojego dziecka” widziały przede wszystkim na ulotkach i plakatach w przychodni.



Gdzie Pani widziała tę kampanię?; N=145 (kobiety mające kontakt z kampanią)

Ocena kampanii

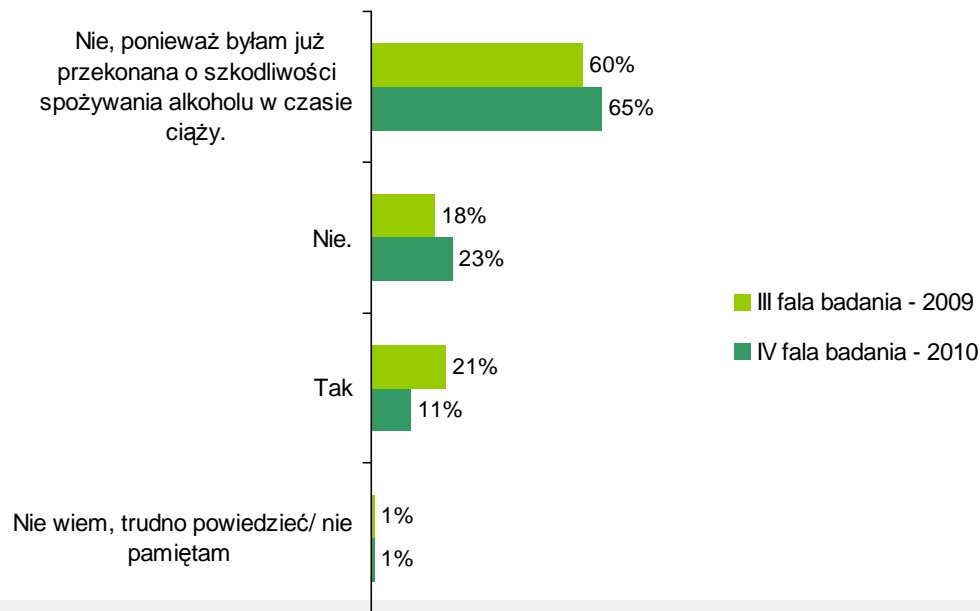
Według badanych kampania jest przede wszystkim warta zapamiętania, informacyjna, życiowa i czytelna.



Które ze stwierdzeń pasuje do kampanii? (TOP2 BOXES); N= 300

Deklarowana zmiana stosunku do spożywania alkoholu

Co 9 ciężarna deklaruje, że pod wpływem kampanii zmienił się jej stosunek do spożywania alkoholu w czasie ciąży.



Czy w wyniku zetknięcia się z przekazem niniejszej kampanii zmienił się Pani stosunek do spożywania alkoholu w czasie ciąży?; N= 300

Dotarcie i ocena kampanii

- * Przekaz kampanii dotarł do 48% grupy docelowej i jest to nieco większy odsetek kobiet w ciąży, niż w poprzednim roku (40%).
- * Istotnie częściej kontakt z kampanią deklarują kobiety z miast od 200 do 500 tys. mieszkańców (59%).
- * Przyszłe mamy kampanię widziały przede wszystkim na ulotkach (57%) i plakatach w przychodniach (39%). Podobnie jak w 2009 roku, te dwa kanały komunikacji okazały się najbardziej efektywne.
- * Kampania jest postrzegana przez kobiety przede wszystkim jako warta zapamiętania (82%) i informacyjna (80%). Ponadto jak w zeszłym roku najmniej kobiet uznało ją za nieprawdziwą (7%) i nudną (10%).
- * Kampania oceniona została głównie jako warta zapamiętania 82%, informacyjna 80% oraz życiowa 79%.
- * 11% deklaruje, że pod wpływem kampanii zmieniło swój stosunek do picia alkoholu w czasie ciąży. Jest to niższy odsetek niż w 2009 roku (21%).

Dziękuję