

#نحسبها_سوا

إدارة التوعية



اسم البرنامج	رمضانيات غذاء ودواء
المسار التوعوي	مسار التوعية الموسمية
مدير البرنامج	شقراء الرشيد
نوع الهدف العام للبرنامج	معرفي، سلوكي، مصادر
أهداف البرنامج (SMART)	<ul style="list-style-type: none"> - رفع وعي أفراد المجتمع من خلال حملة إلكترونية تفاعلية تستهدف زيادة عدد التفاعلات مع حسابات الهيئة - تعزيز سلوك حساب السعرات الحرارية في الوجبة الغذائية بشكل صحيح (المستهدف 60%) - توفير مواد توعوية مُتنوعة (انفوجرافات، حقيبة أئمة المساجد التوعوية) حول الغذاء والدواء والأجهزة والمنتجات الطبية ونشرها على منصات التواصل الاجتماعي
الفئة المستهدفة	المستهلكين + أئمة المساجد
استراتيجية التوعية	تواصل، تثقيف
الارتباط بنموذج السمعة	عقلاني: التشريع والرقابة، التميز العلمي، الشراكة الفاعلة عاطفي: الثقة، الحماية
النظريات السلوكية والاجتماعية	Health Belief Model, Socio cognitive theory
مؤشرات المراقبة والتقييم	<p>معرفي - عدد التفاعلات مع حسابات الهيئة</p> <p>سلوكي - القدرة على حساب الاحتياجات اليومية بشكل صحيح (السعرات، الملح، السكر) بنسبة 60%</p> <p>مصادر - توفير عدد 15 انفوجراف توعوي + حقيبة توعوية لأئمة المساجد</p>
الميزانية التقديرية	000
الجدول الزمني للبرنامج (التخطيط، التنفيذ، التقييم)	1 فبراير - 10 أبريل 2024
شركاء البرنامج (داخل الهيئة وخارجها)	الإدارة التنفيذية للاتصال المؤسسي، قطاع الدواء، قطاع الغذاء، قطاع الأجهزة والمنتجات الطبية
عوانق التنفيذ	لا يوجد

مقدمة عن المبادرة

يرتبط الاستهلاك المفرط للسعرات الحرارية، بعدد من المشاكل الصحية ومن أبرزها زيادة الوزن. ومن هذا المنطلق حرصت الهيئة العامة للغذاء والدواء على وضع تشريعات رقابية، وتصميم برامج توعوية، لتعزيز السلوكيات الصحية في حساب السعرات الحرارية المستهلكة خلال اليوم، وذلك للحد من زيادة استهلاكها.

ورغبة من الهيئة العامة للغذاء والدواء في تفعيل مهارات الأفراد في مراقبة السفرة الرمضانية وحساب السعرات الحرارية لها، أطلقت الهيئة المبادرة التوعوية #نحسبها_سوا وهي مبادرة تفاعلية عبر منصة X.

فكرة المبادرة

- تُستعرض سفرة رمضانية لفرد واحد تحتوي على عدد من الأطباق، ويطلب من المتابعين حساب السعرات الحرارية لمكونات هذه السفرة، مع وضع عدد من الخيارات.
- بعد 4 ساعات من فتح مجال التصويت والاختيار، توضع الإجابة الصحيحة، مع صورة توضيحية تفصّل عدد السعرات الحرارية لكل طبق.
- نُفذت المبادرة بواقع أربع مرات خلال شهر رمضان (كل سبت)

الهدف من المبادرة

تهدف المبادرة التوعوية إلى تفعيل سلوك حساب السعرات الحرارية والعناية بالخيارات الصحية في الأكل والشرب وتفعيل المشاركة الطوعية بعيداً عن مُغريات المسابقات والجوائز، كما تهدف إلى قياس مدى التفاعل مع أنشطة التوعية للهيئة من خلال عدد المتفاعلين مع المبادرة .

الأساس النظري للمبادرة

تستند المبادرة على عدد من النظريات السلوكية:

نظرية **Nudge theory** حيث تحفز المشاركة في المبادرة بطريقة لا واعية، سلوك حساب السعرات في الأطباق اليومية للفرد.

نظرية **Socio cognitive theory** حيث سيتمكن الأفراد من بناء تصورات حول أهمية وطريقة حساب السعرات من خلال التفاعل مع المبادرة ورصد تفاعلات المشاركين ومتابعة النتائج النهائية.

الإدارات المشاركة في المبادرة

بالتعاون مع إدارة التوعية شاركت الإدارات التالية:



إدارة الإعلام الرقمي: النشر والرصد..

إدارة الاتصال الإعلامي: الأخبار الإعلامية..

إدارة الاتصال والهوية: تصميم المواد..

إدارة السلوكيات التغذوية للمجتمع بقطاع الغذاء: تحديد الأسعار الحرارية لأطباق السُّفر الرمضانية..

آلية تنفيذ المبادرة :

التغطية الإعلامية

إطلاق المبادرة

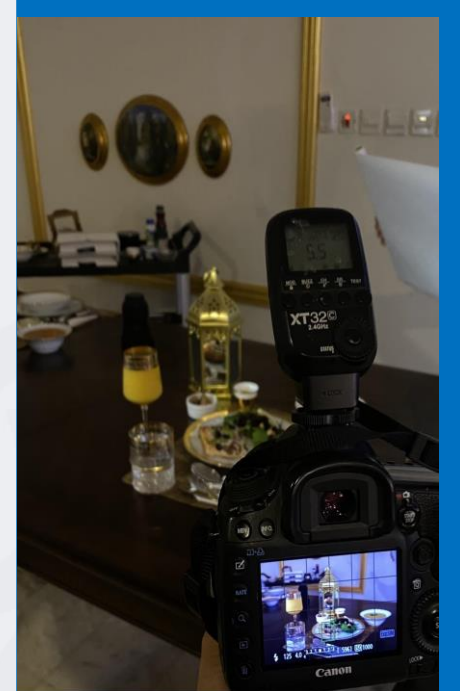
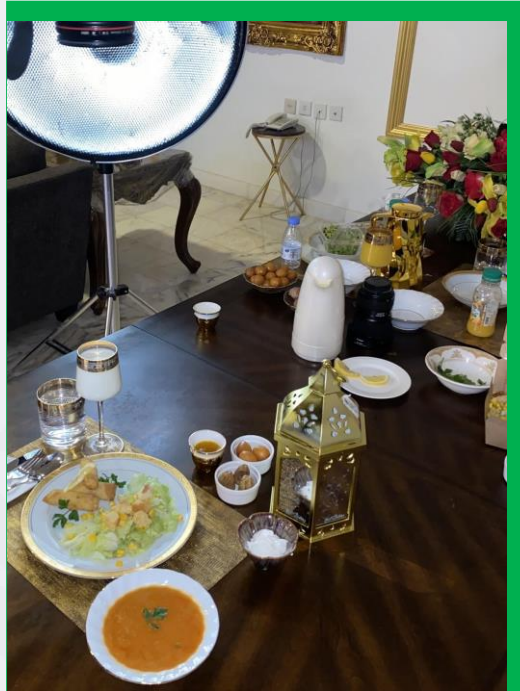
إعلان المبادرة

السفرة	اليوم	التاريخ	الآلية
السفرة الأولى	السبت	16 مارس 2024م	- تُستعرض السفرة الرمضانية بدون توضيح عدد السعرات الحرارية للسفرة.
السفرة الثانية		23 مارس 2024م	- استفتاء (ما هو مجموع السعرات الحرارية لأطباق سفرة رمضان في الصورة؟)
السفرة الثالثة		30 مارس 2024م	- تُستعرض السفرة الرمضانية مع توضيح عدد السعرات الحرارية لـ لكل طبق (تفصيلية)
السفرة الرابعة		6 أبريل 2024م	



جدول تنفيذ المبادرة

كواليس تصوير مُبادرة #نحسبها_سوا





الهئية الصائفة للفضاء والصواء
Saudi Food & Drug Authority

قرباً

#نحسبها_سوا

مبادرة تفاعلية، للتدريب على
حساب السعرات الحرارية
للسفرة الرمضانية

Saudi_FDA | www.sfda.gov.sa



إعلان مُبادرة #نحسبها_سوا

صُور السُّفر الرمضانية

السفرة الأولى ..



السفرة الثانية..



السفرة الثالثة..



السفرة الرابعة..



التفاعل مع مُبادرة #نحسبها_سوا

عدد المشاركين في السفرة الأولى: 463 شخص
نسبة الإجابات الصحيحة: 26%

المشاهدات
68.5K

هيئة الغذاء والدواء @Saudi_FDA · 2d

#نحسبها_سوا مع كل صنف، مجموع السعرات الحرارية: 481 سعرة حرارية.



هيئة الغذاء والدواء @Saudi_FDA

ما هو مجموع السعرات الحرارية لأطباق سفرة رمضان في الصورة؟
#نحسبها_سوا
#الغذاء_والدواء

Translate post



هيئة الغذاء والدواء @Saudi_FDA · 2d

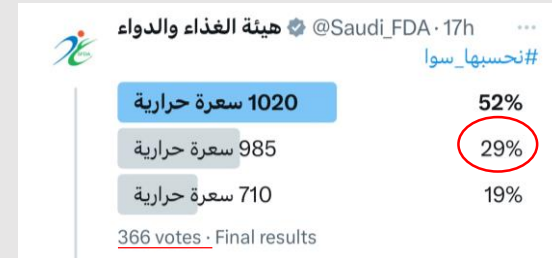
#نحسبها_سوا

1018 سعرة حرارية	39%
890 سعرة حرارية	35%
481 سعرة حرارية	26%

463 votes · Final results

عدد المشاركين في السفرة
الثانية: 366 شخص
نسبة الإجابات الصحيحة: 29 %

الملاحظات
53.9K



عدد المشاركين في السفرة الثالثة:
210 شخص
نسبة الإجابات الصحيحة: 37 %

الملاحظات
58K

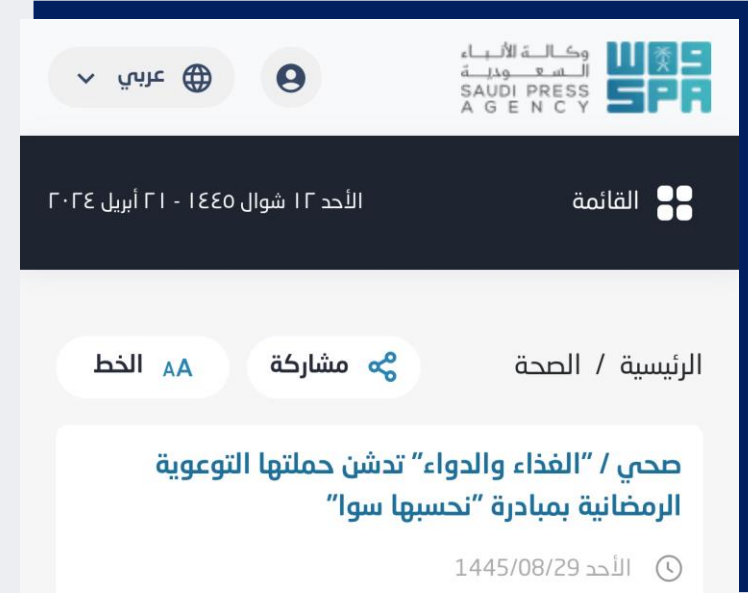


عدد المشاركين في السفرة
الرابعة: 347 شخص
نسبة الإجابات الصحيحة: 38 %

المشاهدات
49.3K



التغطية الإعلامية



بعض التعليقات حول الحملة التوعوية :

... **Bari Alqahtani** • الأول ١ يوم
LLM | Medical law | Social care | Regulation...

amazing work done by **SFDA** **هيئة الغذاء والدواء** in enhancing the awareness of the healthy food market and measurement and appropriateness of care for community's needs as well as assessing the impact of the new methods of scientific research in their latest initiatives.

i cannot be more proud than seeing the benefits of the digital awareness methods and becoming a huge part of this and other initiatives. i am waiting for more success in future.

as **Naif Alshahrani** has stated that , i am quoting here :

" Awareness is based on demonstrative foundations and systematic steps from the moment of thinking about the topic to the selection of channels, the formulation and presentation of content, through the application of theories of behavior and influence."

he also strongly recommends that digital awareness become a role player in helping people understand the importance of their health .

Thank you **Naif Alshahrani** , **Adel Alnasser** for sharing this insightful work ...

A @OqCnr **Follow** ...

ما فهمت

Translate post

8:22 PM · 16/03/2024 From Earth · 49 Views

بروف. أحمد الميمان @Dr_ahma... · 24m ...

يقولون لك الاتي: قدامك أطباق أكل... كل طبق نحسب له سعرات حرارية معينة، كمية الطاقة حقتة... فيبغونك تحسبن او تتوقعين كل طبق كم عدد سعراته الحرارية ...

نظريا، كل وجبة لها سعرات معروفة تقديريا ونحن لازم نعرف عدد السعرات حقات كل وجبة علشان نوزن أكلنا وشرينا خصوصا حقين الحمية

7

خالد @misfirkhaled · 21h ...

فخورين بكم كمراجع لأي منتج يتم تداوله في السعودية
والحمد لله أن كثير من الدول تعتمد مقاييس الهيئة السعودية للغذاء والدواء

25

Oriental Chefs @orientalchefs **Follow** ...

شكراً لهيئة الغذاء والدواء على الإرشادات القيمة والتوصيات المفيدة قبيل شهر **#رمضان** ، تذكير قيم بأهمية الصحة والرفاهية خلال هذا الشهر المبارك.

Translate post

سلمان الحقييل @salmanH... · 14/03/2024 ...

الله يعطيكم العافية على اهتمامكم المستمر

24

husein mohammed @h... · 10/03/2024 ...

شكراً لنشر الوعي

22

somaia @somaiazk · 2d ...

شكراً لكم..
وننتظر المزيد من الفوائد الصحية المهمة القيمة

1 271

ابراهيم @ibrahim1995Q **Follow** ...

ابدعتم بنشر الوعي

بن نواف @saudhawaf15 **Follow** ...

مشكورين على التوعية

نتائج المبادرة التوعوية

النتائج:

النتائج بشكل عام تظهر ضعف في قدرة المستهلكين على حساب الأسعار بشكل جيد (تم تحقيق 32.5%، والمُستهدف 60%)..

تذبذبت نسبة الإجابات الصحيحة بين 26% إلى 38 %

رقم السفرة	عدد المشاركين	نسبة الإجابات الصحيحة
السفرة الأولى	463 شخص	26%
السفرة الثانية	366 شخص	29%
السفرة الثالثة	210 شخص	37%
السفرة الرابعة	347 شخص	38%
الإجمالي	1386 شخص	32.5%

مؤشرات إيجابية للمبادرة:



انسجام المبادرة مع الأبعاد العقلانية
والعاطفية لنموذج السمعة بهدف
تعزيز سمعة الهيئة..

التصوير الفوتوغرافي الاحترافي
للسُفر الرمضانية، كان عنصر
جذب للمبادرة*..

اهتمام عدد من المتخصصين
الصحيين والرياضيين والإعلاميين
بالمبادرة..

* التصوير بمجهود داخلي قام به الزملاء بإدارة الإعلام الرقمي.

التحديات والمعوقات:

الانخفاض التدريجي في عدد المشاهدات من السفارة الأول (68.5 ألف مشاهدة) إلى السفارة الأخيرة (49.3 ألف مشاهدة)

السبب المتوقع:

- قد يكون توقيت نشر انفوجرافات المبادرة الساعة 8 مساءً في شهر رمضان غير مناسب.

- قلة التسويق للمبادرة.

التوصيات:

تطوير البرامج التوعوية (مبادرة "نحسبها سوا") أظهرت وجود ضعف في الوعي حول طريقة حساب السعرات الحرارية، مما يؤكد ضرورة تطوير آليات التوعية حول طرق حساب السعرات الحرارية وتوفير مصادر ووسائل توعوية وتعليمية مناسبة.

أهمية التسويق للأعمال التوعوية، وإبراز الجهود فيها، ولعل من المناسب اعتماد نظرية التسويق الاجتماعي Social Marketing كنظرية أساسية مصاحبة للعمل التوعوي في الهيئة وذلك من أجل ابتكار أفكار تسويقية للبرامج التوعوية.

التوصيات:



التفاعل مع المبادرة يؤكد على أهمية التوعية الرقمية باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وللوصول لعدد أكبر من المستفيدين من الضروري تنوع قنوات التوعية الرقمية وزيادة جاذبية المحتوى التوعوي للفئات المستهدفة.

تخصيص موارد مالية لترويج حملات الهيئة التوعوية على وسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى تغطية تكاليف التسويق الأخرى مثل الاستعانة بالمؤثرين. (علمًا بأن تكلفة مبادرة "نحسبها سوا" صفر ريال)

تعزيز مساهمة قادة الهيئة في دعم التسويق للحملات التوعوية عن طريق الادلاء بالتصاريح، أو المشاركة والتفاعل مع الحملات بالإعجاب أو إعادة النشر، أو زيارة الأجنحة، أو النشر – الخاص والعام- بخصوصها وغيرها من أنواع الدعم.

شكراً