

อิทธิพลของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ

อิทธิพลของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ

1. ด้านสุขภาพร่างกาย

การเลือกรับสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพทางกาย ทำให้ผู้ผลิตเกิดการแข่งขันโดยมีการทำให้สินค้าของตนที่ผลิตออกมามีคุณภาพและราคาถูก ย่อมเป็นผลดีต่อผู้บริโภคในการเลือกพิจารณาได้ และสามารถเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียก่อนที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการเกี่ยวกับสุขภาพต่างๆ

อิทธิพลของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ

1. ด้านสุขภาพร่างกาย

แต่ถ้าสินค้าบางชนิดมีให้เลือกน้อย ในขณะที่ผู้บริโภคมีความจำเป็นต้องกินและใช้มาก จะเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตสามารถเอา راحتเอาเปรียบได้ง่าย โดยการผลิตสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมาขาย ทำให้ส่งผลต่อสุขภาพทางการ

อิทธิพลของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ

1. ด้านสุขภาพร่างกาย

ดังนั้นสื่อโฆษณาจึงมีอิทธิพลให้คนตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการต่างๆ ซึ่งส่งผลต่อสุขภาพร่างกายของผู้บริโภคโดยตรง

อิทธิพลของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ

2. ด้านสุขภาพจิต

ผลของการเลือกรับสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพจิต คือ ความรู้สึกพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในการบริโภคสินค้าและบริการเกี่ยวกับสุขภาพต่างๆ มีผลอย่างยิ่งต่อสุขภาพจิตของผู้บริโภค



อิทธิพลของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ

2. ด้านสุขภาพจิต

เช่น มีการใช้สินค้าที่มีคุณภาพ มีคุณสมบัติเป็นจริงตามคำโฆษณาย่อมส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ ส่วนสินค้าและบริการต่างๆ ที่ผู้บริโภคเลือกใช้มีคุณภาพไม่เป็นจริงตามที่ผู้ผลิตโฆษณา ส่งผลเสียหายและเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ย่อมทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในสินค้าและบริการต่างๆ

อิทธิพลของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ

2. ด้านสุขภาพจิต

การซื้อสินค้าหรือบริการสุขภาพบางชนิดอาจมีราคาสูง เมื่อได้สินค้าและบริการที่มีคุณภาพไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง ก็จะก่อให้เกิดความเครียดวิตกกังวลหรือเสียใจ



อิทธิพลของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ

3. ด้านสุขภาพสังคม

สื่อที่มีความสร้างสรรค์จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพในทางที่พึงประสงค์ ในขณะที่สื่อที่นำเสนอพฤติกรรมสุขภาพที่ไม่เหมาะสม แต่พยายามนำเสนอว่าเป็นค่านิยมของสังคมที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพในทางที่ไม่พึงประสงค์

อิทธิพลของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ

3. ด้านสุขภาพสังคม

เช่น การโฆษณาอาหารประเภทจานด่วน ซึ่งเป็นอาหารที่มีการแข่งขันในการโฆษณาที่สูงมาก ทั้งที่อาหารเหล่านี้มีปริมาณแคลอรีสูงและมีสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกายในปริมาณต่ำ เด็กหรือเยาวชนที่รับประทานอาหารเหล่านี้มากๆ จึงเสี่ยงต่อการเป็นโรคเบาหวาน โรคหัวใจและโรคมะเร็งบางชนิด

อิทธิพลของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ

4. ด้านสุขภาพปัญญา

สื่อโฆษณามีอิทธิพลต่อสุขภาพทางปัญญา เพราะมีสื่อโฆษณาจำนวนมากที่ใช้กลวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์จูงใจผู้บริโภคให้มีความต้องการสินค้า ส่งเสริมค่านิยมหรือแบบแผนการดำเนินชีวิตที่เป็นวัตถุนิยมแทนที่จะเป็นการใช้ชีวิตแบบพอเพียงตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

อิทธิพลของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ

4. ด้านสุขภาพปัญญา

แนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่เน้นการดำเนินชีวิตตามทางสายกลาง ด้วยความมีเหตุผล ความรู้จักพอประมาณ และมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี เช่น การที่เราจะซื้อสินค้าชิ้นหนึ่งเราจะต้องตัดสินใจอย่างมีเหตุผลที่เหมาะสมว่าสมควรซื้อหรือไม่

อิทธิพลของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ

4. ด้านสุขภาพปัญญา

ดั่งบทกลอนของสุนทรภู่ที่ว่า ”ไม่ควรซื้อถ้อยคำไปพิไรซื้อ ให้
เป็นมือเป็นคราวทั้งคาวหวาน” ความรู้จักพอประมาณคือซื้อใน
จำนวนเท่าที่จำเป็น ในราคาที่เหมาะสม

อิทธิพลของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ

4. ด้านสุขภาพปัญญา

การมี ๓ ภูมิคุ้มกันคือ การมีสติสัมปชัญญะก่อนการตัดสินใจ
ซื้อ ไม่หลงใหลหรือตกเป็นเหยื่อของคำโฆษณา หรือสิ่งจูงใจ
ใดๆ ที่ผู้จำหน่ายนำมาส่งเริ่มการขาย

อิทธิพลของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ

4. ด้านสุขภาพปัญญา

เช่น ของแถม การให้เงินส่วนชิงรางวัล เป็นต้น เพราะจะทำให้เราตัดสินใจซื้อสินค้านั้นด้วยความต้องการทางจิตวิทยา มากกว่าเป็นการตัดสินใจซื้อโดยใช้เหตุผลและปัญญา