ความหมายของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ

ความหมายของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ

สื่อที่มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสินค้าหรือ บริการต่างๆ ที่เกี่ยวกับสูขภาพโดยผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสาร นิตยสาร แผ่นพับ รวมทั้งการ โฆษณาผ่านสื่อมวลชนต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุ และโทรทัศน์ เป็นต้น

ความหมายของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพ

รวมทั้งสื่อในลักษณะอื่นๆ เช่น ป้ายโฆษณา ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้บริโภครับรูข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพเพื่อกระตุ้นจูง

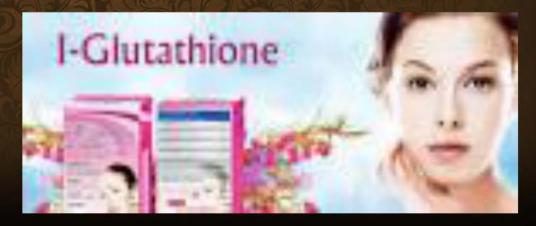
ใจให้ผู้บริโภคซื้อหรือใช้สินค้าหรือบริการนั้น



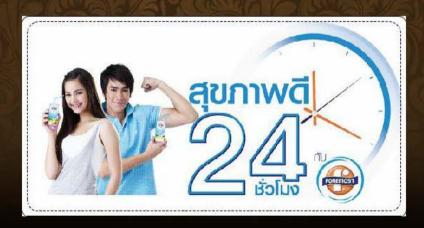
สื่อโฆษณานับว่ามีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก กล่าวคือ ในการที่จะพิจารณาเลือกซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือ ใช้บริการเกี่ยวกับสุขภาพ ผู้บริโภคมักจะเสาะหาข้อมูล เกี่ยวกับสินค้าจากแหล่งต่างๆ รวมทั้งจากสื่อโฆษณา

ดังนั้นข้อความเชิญชวนตามสื่อโฆษณารูปแบบที่ หลากหลาย จึงมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจของผู้บริโภคใน การตัดสินใจซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์ และใช้บริการสูขภาพนั้นๆ





ดังนั้นจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการพิจารณาสื่อ โฆษณาให้ละเอียดรอบคอบว่ามีการให้ข้อมูลที่เป็นจริงหรือมี โฆษณาชวนเชื่อเกินจริงหรือไม่



เนื่องจากหากขาดการพิจารณาอย่างรอบคอบ เชื่อถือ ข้อความบนสื่อโฆษณาโดยปราศจากการใตร่ตรอง ประกอบ กับใช้ความต้องการ ความอยากใด้และความปรารถนาของ จิตใจเป็นตัวนำทางในการเลือกสินค้ามากกว่าความ สมเหตุสมผลจะทำให้ได้รับสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการ สุขภาพที่ไม่สมประโยชน์ และอาจเกิดผล

ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพใช้กล ยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบที่หลากหลายในการจูงใจให้ ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการของตน การโฆษณา ประชาสัมพันธ์จัดเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอโดยผ่านสื่อหลาย ประเภท

1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสาร นิตยสาร แผ่นพับ และ

โปสเตอร์





2. สื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์





3. สื่อบุคคล เช่น ครู แพทย์ พยาบาล วิทยากร ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้นำชุมชน อาสาสมัคร นักเรียน นักศึกษา ดารา และผู้มีชื่อเสียงในสังคม

4. สื่ออินเตอร์เน็ต เช่น เกมส์ออนใลน์ และเว็บไซต์





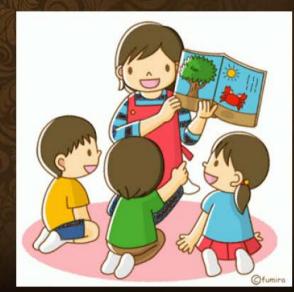
5. สื่อกิจกรรม เช่น การจัดแถลงข่าว การพา สื่อมวลชนเยี่ยมชมโรงงาน เป็นต้น





6. สื่ออื่นๆ เช่น สื่อวีดิทัศน์ สื่อซีดี แนะนำสินค้า สื่อ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง สื่อโฆษณาเคลื่อนที่

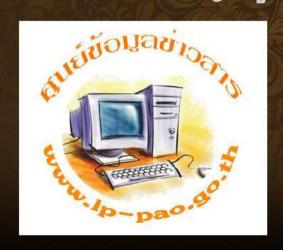




1. ผู้ส่งสาร (Sender) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ใน การเสนอข่าวสารโดย การพูด การ เขียน การแสดงท่าทางแก่ผู้รับสาร ซึ้งผู้ส่งสารจะต้องเป็นผู้ที่มีทักษะใน การสื่อสารเป็นอย่างดี



2. ข่าวสาร (Massage) คือ ข้อมูลหรือสารที่ถูก ส่งผ่านช่องทางสื่อ โดยการพูด การเขียน และรูปภาพ ข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ส่งสารต้องการส่งไปยังผู้รับข่าวสาร





3. ช่องทางสื่อ (Channel) คือ ช่องทางที่นำ ข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสาร เช่น หนังสื่อพิมพ์ วารสาร โทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อบุคคล เป็นต้น





4. ผู้รับข่าวสาร (Receiver) คือบุคคลหรือกลุ่ม บุคคลที่ได้รับข่าวสารจากผู้ส่งสารโดยการฟัง ดู และอ่าน ผู้รับข่าวสารต้องเป็นผู้ที่มีความเข้าใจในข่าวสารที่ผู้ส่งสาร



ส่งมาให้

