

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ การพัฒนาเนื้อหาข้อมูลคำเตือนในโฆษณาขายยากรณีศึกษา การโฆษณาขายยาพาราเซตามอลทางสื่อสิ่งพิมพ์

ผู้เขียน นายเกรียงไกร ยังฉิม

ปริญญา เกษศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการเกษตรกรรม)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หทัยกาญจน์ เขาวนพูนผล อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
อาจารย์ ดร.พิศตรวีภา สุวรรณพรหม อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหารูปแบบเนื้อหาข้อมูลคำเตือนที่เหมาะสมในโฆษณาขายยา โดยอาศัยกรณีศึกษาจากการโฆษณาขายยาพาราเซตามอลทางสื่อสิ่งพิมพ์ การศึกษานี้แบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ เพื่อสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อข้อมูลคำเตือนที่นำเสนอในโฆษณาขายยาของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ ขอนแก่น และนนทบุรี โดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบจำลองโฆษณาขายยาพาราเซตามอลทางสื่อสิ่งพิมพ์จำนวน 3 แบบที่มีข้อมูลคำเตือนแตกต่างกัน ได้แก่ ข้อมูลคำเตือนแบบทั่วไป แบบกึ่งเฉพาะเจาะจง และแบบเฉพาะเจาะจง เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนเมื่อมีการวัดซ้ำ (Repeated Measure ANOVA) ทำการเปรียบเทียบความเหมาะสมเพียงพอของการนำเสนอข้อมูลคำเตือนของแบบจำลองโฆษณาขายยาทั้ง 3 แบบ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการกำหนดเป็นประเด็นและสร้างแนวคำถามในการศึกษาระยะที่ 2 ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสนทนากลุ่มของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาขายยา ได้แก่ ผู้ผลิตสื่อ

โฆษณา ผู้ควบคุมการโฆษณาขายยา และนักวิชาการ ในประเด็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของการนำเสนอข้อมูลคำเตือนที่บังคับใช้ในปัจจุบันและรูปแบบของการนำเสนอข้อมูลคำเตือนที่เหมาะสมทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

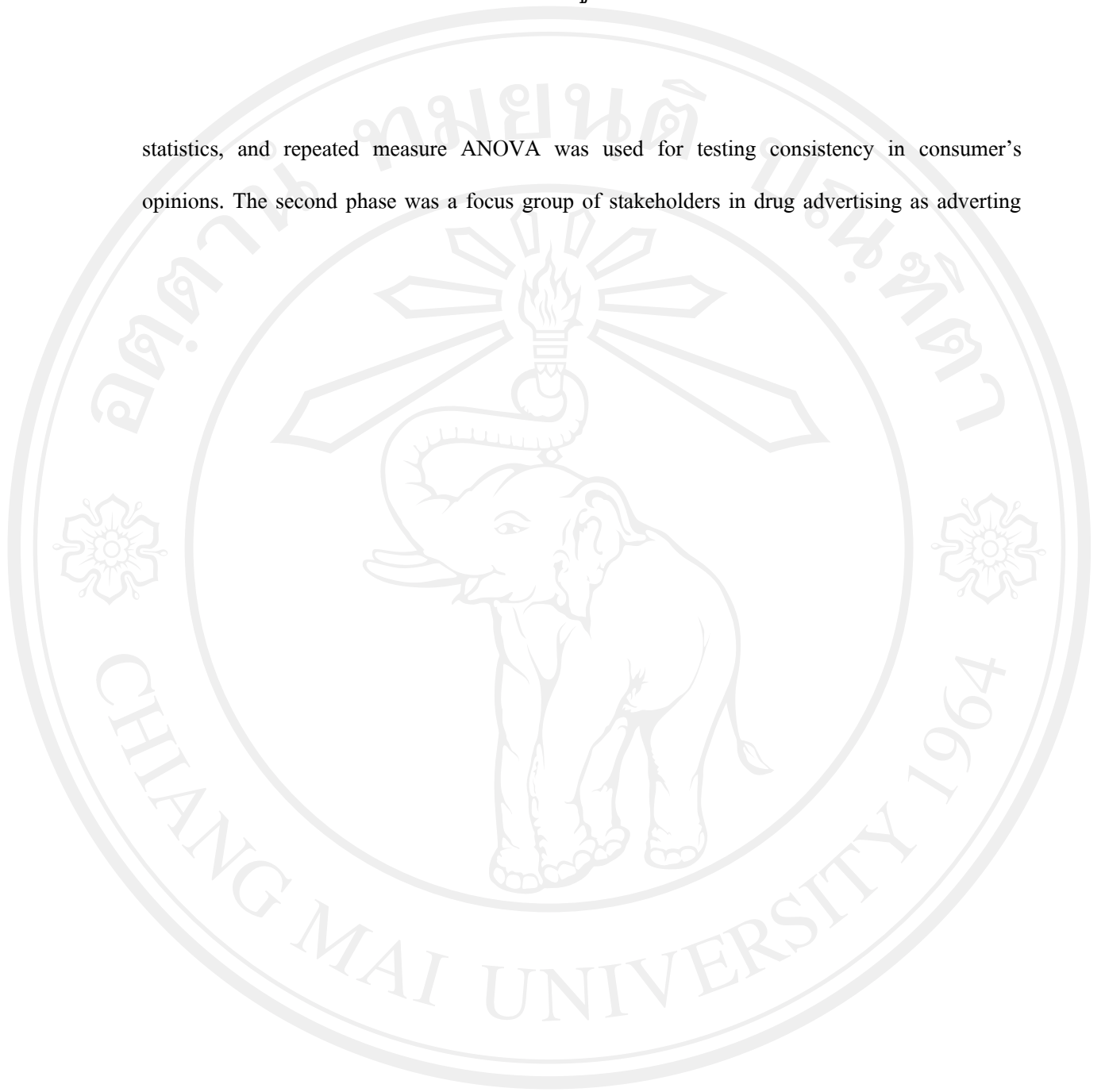
ผลการศึกษา พบว่า จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 480 ราย เมื่อให้กลุ่มตัวอย่างประเมินความเหมาะสมเพียงพอของแบบจำลองโฆษณาที่ละแบบ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า การนำเสนอข้อมูลคำเตือนแบบเฉพาะเจาะจงมีความเหมาะสมเพียงพอ (ร้อยละ 91.0) และเมื่อให้กลุ่มตัวอย่างทำการเปรียบเทียบการนำเสนอข้อมูลคำเตือนในโฆษณาฯ ทั้ง 3 แบบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 73.6) เห็นว่าการนำเสนอข้อมูลคำเตือนควรเป็นแบบเฉพาะเจาะจง และมีความเหมาะสมเพียงพอมากกว่าการนำเสนอข้อมูลคำเตือนแบบกึ่งเฉพาะเจาะจงและแบบทั่วไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกๆด้าน ($p\text{-value} < 0.05$) ได้แก่ ด้านการให้ข้อมูลประโยชน์และความเสี่ยงจากการใช้ยา ด้านการส่งเสริมการใช้ยาอย่างเหมาะสม ด้านการเพิ่มความระมัดระวังในการใช้ยา เป็นต้น ข้อเสนอแนะจากการสนทนากลุ่มและข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นพบว่า การนำเสนอข้อมูลคำเตือนแบบทั่วไปซึ่งเป็นไปตามกฎหมายกำหนดในปัจจุบันนั้น ไม่เหมาะสมเพียงพอ การนำเสนอข้อมูลคำเตือนในโฆษณาขายยาควรเป็นแบบเฉพาะเจาะจง ที่มีคำสำคัญที่ชัดเจน และเป็นคำเตือนที่เฉพาะเจาะจงไปในแต่ละกลุ่มยา เพื่อเตือนให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์มากที่สุด

Thesis	Developing of Warning Information Content in Drug Advertising: A Case Study of Paracetamol Printed Advertisement		
Author	Mr. Kriangkrai Youngchim		
Degree	Master of Pharmacy (Pharmacy Management)		
Thesis Advisory Committee	Asst. Prof. Dr. Hathaikan Chowwanapoonpohn	Advisor	
	Lect. Dr. Puckwipa Suwannaprom	Co-advisor	

ABSTRACT

This study aimed to find out the appropriate warning information content in drug advertising, a case study of paracetamol printed advertising. The study was divided into 2 phases. The first was a descriptive study to survey consumer's opinions about warning information content and needs in drug advertising in Chiangmai, Khonkaen and Nonthaburi provinces, focused on a comparison between a general warning information content and a specific warning information content. Accidental sampling technique was used for sample selection. Structural interview was used for collecting consumer's opinions. The paracetamol printed advertisements were designed in 3 formats with different in warning information content as a general warning, a brief specific warning, and specific warning information content. All formats of warning information content were presented to studied participants. Data were analyzed by descriptive

statistics, and repeated measure ANOVA was used for testing consistency in consumer's opinions. The second phase was a focus group of stakeholders in drug advertising as advertising



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

media productions, drug advertising regulators and academicians. The issues in focus group were about an appropriate of present warning information content and an appropriate format of warning information content in drug advertising. The data were analyzed by content analysis.

The results showed that when consumers considered each warning information content one by one, they mentioned that specific warning information content with complete statement of warning was the most appropriate (91.0%). When consumers compared all formats of warning information content altogether, 73.6% of consumers mentioned that warning information content in drug advertising should be in specific format with complete statements. Moreover, the repeated measured ANOVA showed that specific warning information content with complete warning statements was significantly more appropriated in terms of advantage, benefit, disadvantage, harmful, adverse effect, rational drug used, and awareness, comparing with other formats (p -value < 0.05). The opinions from the focus group and consumers showed that general warning information content was inappropriate. Warning information content in drug advertising should be in specific format with explicit important statement and specific for each drug for the most usefulness of consumers.