



คำนิยาม

การโฆษณา

หรือการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตามนิยามของ WHO / AMA / AANA

CENTRE FOR ALCOHOL STUDIES





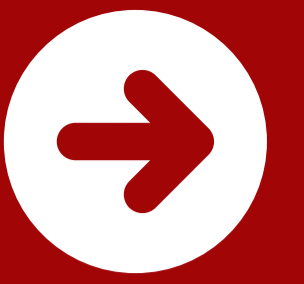
การโฆษณาหรือการตลาด เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

คือ “การสื่อสารเพื่อการค้าหรือการกระทำใน
รูปแบบต่าง ๆ รวมถึงการโฆษณา การส่งเสริม
การขาย และการให้ทุนอุปถัมภ์ ซึ่งออกแบบ
เพื่อหวังผล/ส่งผล หรือมีแนวโน้มว่าจะส่งผล
ในการเพิ่มการจดจำและความดึงดูดของสินค้า
และ/หรือการเพิ่มการบริโภคเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์/ยี่ห้อที่อยู่ใน
ท้องตลาดหรือผลิตภัณฑ์/ยี่ห้อใหม่”



นิยามโดย
องค์การอนามัยโลก (WHO)





การโฆษณาหรือการตลาด เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

คือ “การจ่ายเงินในรูปแบบต่างๆ ของ
ผู้อุปถัมภ์ (Sponsor) เพื่อส่งเสริมการขาย
สินค้าบริการหรือสนับสนุนแนวความคิด
โดยระบุผู้อุปถัมภ์”



นิยามโดย

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (AMA)





การโฆษณาหรือการตลาด เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

คือ “สารใดที่เผยแพร่ ออกอากาศ ตีพิมพ์โดยผ่านสื่อใดหรือกิจกรรมใดที่กระทำโดย หรือเป็นตัวแทนของผู้โฆษณาหรือนักการตลาด โดยผู้โฆษณาหรือนักการตลาดสามารถควบคุมได้ และสารนั้นๆ สามารถดึงดูดความสนใจของสาธารณชนในลักษณะการที่ส่งเสริมสินค้า การบริการ บุคคล องค์กร หรือพฤติกรรมใด ทั้งทางตรงและทางอ้อม”



นิยามโดย

The Australian Association of National Advertisers (AANA)

