

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

ผู้ศึกษา วิทยานิพนธ์ : การวิเคราะห์บทบาทของสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา เครื่องดื่มผสม
คาเฟอีนทางวิทยุโทรทัศน์ (AN ANALYSIS OF INFLUENTIAL ROLES OF CONSUMER
PROTECTION INSTITUTES ON TELEVISION ADVERTISEMENT OF CAFFEINE
BEVERAGES) อ.ที่ปรึกษา : รศ.อรรถพร เขียวถาวร, 115 หน้า.
ISBN 974-636-261-5.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์บทบาทในการควบคุมการโฆษณา เครื่องดื่มผสม
คาเฟอีนทางวิทยุโทรทัศน์ของสถาบันที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนศึกษาถึงปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการ
แก้ไขปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว โดยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์

ผลจากการวิจัยพบว่า สถาบันที่มีบทบาทในการควบคุมการโฆษณา เครื่องดื่มผสมคาเฟอีนทาง
วิทยุโทรทัศน์ คือ (1) กองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มี
บทบาทในการตรวจพิจารณาก่อนทำการโฆษณา และตรวจสอบ ติดตาม และกำกับดูแลการโฆษณาหลังการ
ออกอากาศทางวิทยุโทรทัศน์ (2) คณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ
กรมประชาสัมพันธ์ มีบทบาทในการตรวจพิจารณาการโฆษณาก่อนการเผยแพร่ทางวิทยุโทรทัศน์ แต่หลัง
วันที่ 13 ตุลาคม 2537 เป็นต้นมา สถานีวิทยุโทรทัศน์ทุกสถานีมีบทบาทในการตรวจพิจารณาการโฆษณา
ด้วยตนเอง และหากมีปัญหาเกี่ยวกับการโฆษณา คณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์
แห่งชาติ จึงจะเข้าไปดำเนินการ (3) คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการ
คุ้มครองผู้บริโภค มีบทบาทในการตรวจสอบ ติดตาม และกำกับดูแลการโฆษณาหลังการออกอากาศทาง
วิทยุโทรทัศน์และรับคำร้องเรียนจากผู้บริโภคเกี่ยวกับการโฆษณา เครื่องดื่มผสมคาเฟอีน (4) สมาคม
โฆษณารัฐกิจแห่งประเทศไทย มีบทบาทในการควบคุมด้วยการเป็นกรรมการและอนุกรรมการในแต่ละชุด
ของสถาบันภาครัฐ โดยบทบาทของแต่ละสถาบันเป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมายและจรรยาบรรณที่อยู่ใน
ความรับผิดชอบของแต่ละสถาบัน ซึ่งสถาบันดังกล่าว ได้พยายามควบคุมดูแลให้การโฆษณา เครื่องดื่มผสม
คาเฟอีนทางวิทยุโทรทัศน์อยู่ในกฎและระเบียบตามที่กำหนด โดยอาศัยความร่วมมือและการประสานงาน
จากสถาบันที่เกี่ยวข้องทั้ง 4 สถาบัน

สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการควบคุมการโฆษณา เครื่องดื่มผสมคาเฟอีนทางวิทยุ
โทรทัศน์คือ (1) สถาบันที่เป็นกลไกในการควบคุมมีมากและซ้ำซ้อน (2) กระบวนการในการควบคุม
ยุ่งยากและซับซ้อน และ (3) ช่องว่างของกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ และความยืดหยุ่นของคณะกรรมการ
ในบางกรณี ส่วนแนวทางในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรค คือ ควรปรับปรุงหลักเกณฑ์และกำหนดกลไกใน
การควบคุมให้มีความชัดเจนมากกว่าที่เป็นอยู่ ควรมีการประชุมสัมมนาระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็น
ระยะ ๆ มากขึ้นกว่าเดิม และการควบคุมควรมีมาตรฐานที่เหมาะสมเพื่อการตรวจพิจารณาอย่างชัดเจน

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2539

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม