

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

ปณัฏฐา จันทรฉาย : การโฆษณาที่ฝ่าฝืนพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.

2522 (THE VIOLATION OF ADVERTISING PROVISION UNDER THE CONSUMER

PROTECTION ACT OF 1979) อ. ที่ปรึกษา: อาจารย์ ดร.ม.ล. วิภูธร จิระประวัติ,

อ.ที่ปรึกษาร่วม : รศ. สุขุม ศุภนิตย์ ; 86 หน้า. ISBN 974-635-653-4

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง 1) ลักษณะโฆษณาที่ฝ่าฝืนพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ระหว่างพ.ศ. 2535-2538 2) ความคิดเห็นของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมโฆษณาที่มีต่อการควบคุมโฆษณาโดยคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 และ3) สาเหตุและแนวทางการแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น โดยใช้วิธีการศึกษาแนวคำวินิจฉัยของคณะกรรมการติดตามสอดส่องและวินิจฉัยการโฆษณาและสัมภาษณ์แบบเจาะลึกคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาและนักสร้างสรรค์โฆษณา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ลักษณะที่โฆษณามักฝ่าฝืนคือการใช้ข้อความเกินจริงและข้อความที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ซึ่งโดยมากมักเป็นโฆษณาเครื่องมือสื่อสารและเป็นโฆษณาของบริษัทที่มีขนาดเล็ก 2) ปัญหาในการบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 อย่างไม่มีประสิทธิภาพมากเท่าที่ควรเกิดจากความล่าช้าจากการปฏิบัติงานของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา รวมถึงบุคลากรไม่เพียงพอ งบประมาณจำกัด และภาษากฎหมายซึ่งต้องใช้การตีความ ตลอดจนนักสร้างสรรค์งานโฆษณาซึ่งไม่ศึกษากฎข้อบังคับและไม่ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของผู้ควบคุมด้วย

กล่าวโดยสรุป การแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นมีแนวทางดังต่อไปนี้ 1) แยกสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคออกเป็นเอกเทศและยกระดับให้เท่ากรมกองเพื่อสามารถเพิ่มอัตราบุคลากรตลอดจนงบประมาณในการพัฒนาเครื่องมือและระบบการปฏิบัติงาน 2) ฝ่ายผู้ควบคุมการโฆษณาและฝ่ายผู้ประกอบการธุรกิจควรมีการร่วมมือกันจัดการสัมมนาพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น 3) ฝ่ายผู้ประกอบการโฆษณาควรเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษากฎข้อบังคับและหลีกเลี่ยงการทำโฆษณาฝ่าฝืนกฎข้อบังคับเหล่านั้นด้วย

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์

สาขาวิชา ปรัชญา

ปีการศึกษา 2538

ลายมือชื่อนิสิต Sawatt Junchai

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา อ. วิภูธร จิระประวัติ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม รศ. สุขุม ศุภนิตย์