

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ณ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ซ
บทที่	
1. บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
1.3 สมมติฐานของการศึกษา.....	4
1.4 ขอบเขตของการศึกษา.....	4
1.5 วิธีดำเนินการศึกษา	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.7 บทนิยามศัพท์	5
2. ประวัติความเป็นมา ความหมายแนวคิดทฤษฎี เกี่ยวกับคลื่นความถี่ การทำธุรกิจ และการคุ้มครองผู้บริโภคจากการโฆษณา	7
2.1 ประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับคลื่นความถี่วิทยุชุมชนและระบบเคเบิลทีวี	7
2.1.1 ประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับคลื่นความถี่วิทยุชุมชน	7
2.1.2 ประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับระบบเคเบิลทีวี.....	13
2.2 ความหมายของคลื่นความถี่วิทยุชุมชนและระบบเคเบิลทีวี	18
2.2.1 ความหมายของคลื่นความถี่วิทยุชุมชน	19
2.2.2 ความหมายของระบบเคเบิลทีวี	21
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับคลื่นความถี่วิทยุชุมชน	22
2.4 แนวคิดการกำกับดูแลโทรคมนาคมของรัฐ	27
2.4.1 แนวทางการพัฒนากิจการโทรคมนาคมในแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม	27
2.4.2 หลักเกณฑ์ในการกำกับดูแล	28
2.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการทำธุรกิจ	30
2.5.1 ความหมายของธุรกิจ	31

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2.5.2 ความสำคัญของธุรกิจ	31
2.5.3 หน้าที่ของธุรกิจ	31
2.5.4 ความรับผิดชอบของธุรกิจ	32
2.5.5 จุดมุ่งหมายของการดำเนินธุรกิจ	34
2.5.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประกอบธุรกิจ	34
2.5.7 ประเภทของธุรกิจ	34
2.6 การคุ้มครองผู้บริโภคจากการโฆษณา.....	35
2.6.1 รูปแบบการควบคุมโฆษณาโดยรัฐ	36
2.6.2 การควบคุมโดยองค์กรวิชาชีพ	38
2.6.3 การควบคุมโฆษณาโดยสื่อ	39
2.6.4 การควบคุมโฆษณาโดยองค์กรประชาชน	39
2.7 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการลงโทษ.....	40
2.7.1 ทฤษฎีการลงโทษเพื่อการแก้แค้นทดแทนแก่ผู้กระทำความผิด	44
2.7.2 ทฤษฎีการลงโทษแบบบรรณาธิปไตย.....	45
2.7.3 ทฤษฎีการลงโทษเพื่อแก้ไขปรับปรุงฟื้นฟูผู้กระทำความผิด	46
2.7.4 ทฤษฎีการลงโทษเพื่อปกป้องคุ้มครองสังคม (Social Protection Theory).....	47
3. มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมกำกับการโฆษณาอาหารเสริมสุขภาพ ยา เครื่องสำอาง ผ่านวิทยุชุมชนและ เคเบิลทีวีของไทยและต่างประเทศ	49
3.1 มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมกำกับการโฆษณาอาหารเสริมสุขภาพ ยา เครื่องสำอางผ่านวิทยุชุมชนและ เคเบิลทีวีของไทย.....	49
3.1.1 นโยบายเกี่ยวกับการประกอบกิจการวิทยุชุมชนและเคเบิลทีวี	50
3.1.2 ความหมายของสถานีวิทยุชุมชนและเคเบิลทีวี	54
3.1.3 การขออนุญาตจัดตั้งสถานีวิทยุชุมชนและเคเบิลทีวี	59
3.1.4 มาตรการในการกำกับดูแลสินค้าอาหารเสริม ยา เครื่องสำอาง	61
3.1.5 องค์กรในการควบคุมดูแล.....	78
3.1.6 บุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกับธุรกิจเคเบิลทีวีและวิทยุชุมชน	88

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.1.7 มาตรการในการบังคับใช้กฎหมายและการลงโทษผู้ประกอบการที่ เกี่ยวกับธุรกิจเคเบิลทีวีและวิทยุชุมชน	90
3.2 มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมกำกับการโฆษณาอาหารเสริมสุขภาพ เครื่องสำอางผ่านวิทยุชุมชนและเคเบิลทีวีของต่างประเทศ	98
3.2.1 สหราชอาณาจักร	98
3.2.2 ประเทศสหรัฐอเมริกา.....	105
3.2.3 ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี	117
4. ปัญหาและวิเคราะห์ปัญหาการควบคุมกำกับการโฆษณาอาหารเสริมสุขภาพ ยา และเครื่องสำอาง ผ่านวิทยุชุมชนและเคเบิลทีวี	125
4.1 ปัญหาเกี่ยวกับความหมายของวิทยุชุมชนและเคเบิลทีวี	125
4.2 ปัญหาเกี่ยวกับการควบคุมสถานีออกอากาศวิทยุชุมชนและเคเบิลทีวี ในส่วนของการโฆษณา	129
4.3 ปัญหาเกี่ยวกับการกำกับดูแลสินค้าที่โฆษณาผ่านวิทยุชุมชนและเคเบิลทีวี	138
4.3.1 การกำกับดูแลสินค้าที่โฆษณาประเภทอาหารเสริมสุขภาพ	138
4.3.2 การกำกับดูแลสินค้าที่โฆษณาประเภทยา	140
4.3.3 การกำกับดูแลสินค้าที่โฆษณาประเภทเครื่องสำอาง	141
4.4 ปัญหาเกี่ยวกับเงื่อนไขของสินค้าที่โฆษณาสถานีวิทยุชุมชนและเคเบิลทีวี	147
4.4.1 เงื่อนไขของสินค้าในการโฆษณาอาหารเสริมสุขภาพ	148
4.4.2 เงื่อนไขของสินค้าในการโฆษณายา.....	149
4.4.3 เงื่อนไขของสินค้าในการโฆษณาเครื่องสำอาง	150
4.5 ปัญหาเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมาย	157
5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ	165
5.1 บทสรุป	165
5.2 ข้อเสนอแนะ	168
บรรณานุกรม	175
ประวัติผู้เขียน	183