

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อ | (1) |
| กิตติกรรมประกาศ | (3) |
| สารบัญตาราง..... | (7) |
| สารบัญภาพประกอบ | (8) |
| บทที่ | |
| 1. บทนำ..... | 1 |
| ความสำคัญและที่มาของปัญหา | 1 |
| ปัญหานำการวิจัย | 14 |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... | 14 |
| ขอบเขตการวิจัย | 14 |
| นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง | 15 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 16 |
| 2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 17 |
| แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของการโฆษณาที่มีต่อสังคม..... | 17 |
| แนวคิดเกี่ยวกับการควบคุมโฆษณาในสถานการณ์ปัจจุบัน..... | 24 |
| แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมของการโฆษณา | 40 |
| ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม | 43 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 54 |

| | |
|---|-----|
| 3. ระเบียบวิธีวิจัย | 57 |
| วิธีการศึกษา | 57 |
| กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา..... | 58 |
| เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล..... | 60 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล | 61 |
| 4. ผลการศึกษา..... | 62 |
| ส่วนที่ 1 การศึกษาความเป็นมา พัฒนาการ และการดำเนินงานของสมาคม โฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับกลไกการควบคุมตนเองของ อุตสาหกรรมโฆษณาไทย | 62 |
| ส่วนที่ 2 การศึกษาความตระหนักถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ในการโฆษณาของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโฆษณาไทย . | 71 |
| ส่วนที่ 3 การศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม โฆษณาไทย ที่มีต่อกลไกการควบคุมตนเองของอุตสาหกรรมการ โฆษณาไทย..... | 90 |
| ส่วนที่ 4 การศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานเพื่อควบคุมตนเอง ของอุตสาหกรรมโฆษณาไทย | 106 |
| 5. สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ..... | 116 |
| สรุปผลการศึกษา..... | 116 |
| อภิปรายผลการศึกษา | 129 |
| ข้อจำกัดในการศึกษา..... | 138 |
| ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโฆษณาไทย | 138 |
| ข้อเสนอแนะสำหรับศึกษาวิจัยในอนาคต | 139 |

| | |
|-----------------------|-----|
| ภาคผนวก | 140 |
| บรรณานุกรม..... | 151 |
| ประวัติการศึกษา | 159 |