

คำนำ

สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรี คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อประกอบการฝึกงานภายนอก (วส.๔๕๐) ซึ่งผู้เขียนได้นำเสนอในหัวข้อ "กบว. คคม. อย. คู่ปรับกับนักโฆษณา" เกิดจากความคิดที่ว่า ปัจจุบันการโฆษณาเป็นระบบธุรกิจที่กำลังเข้ามามีบทบาทอย่างมากในวงการธุรกิจปัจจุบัน สินค้าและบริการต่าง ๆ จะประสบผลสำเร็จได้ ส่วนหนึ่งต้องอาศัยยุทธวิธีทางการโฆษณาเข้ามาเกี่ยวข้อง นอกจากเกี่ยวข้องในด้านการขายแล้ว การโฆษณายังสามารถส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันเป็นอย่างมาก จึงได้เกิดมีการตั้งหน่วยงานหรือองค์กรทั้งภาครัฐบาลและเอกชนขึ้นมาให้ทำการควบคุมการโฆษณา เพื่อคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้บริโภค และจากการที่ไม่มีความเข้าใจในระบบการทำงานของมันและกันอย่างดีพอ ทำให้เกิดปัญหาข้อขัดแย้งระหว่างทั้งสองฝ่ายคือ ผู้ประกอบการโฆษณาและหน่วยงานที่ทำการควบคุมอยู่เสมอ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ได้นำเสนอหลักการดำเนินงานของหน่วยงานที่ทำการควบคุมการทำงานของผู้ประกอบการโฆษณา โดยเน้นกรณีศึกษาที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เพื่อให้ทุก ๆ ฝ่ายมีความกระจ่างและเข้าใจในระบบการทำงานเป็นอย่างดี เป็นการช่วยลดข้อขัดแย้งและการสูญเสียที่จะเกิดขึ้นจากการทำงานที่ผิดพลาด สารนิพนธ์ฉบับนี้อาจจะไม่สมบูรณ์ที่เดียว แต่ผู้เขียนหวังว่าคงจะเป็นประโยชน์ต่อนักศึกษาและผู้สนใจทั่วไป หากมีข้อผิดพลาดบกพร่องใด ๆ ผู้เขียนยินดีอ้อมรับด้วยความเต็มใจ

จันทร์จิรา เขียวนางงศ์ษา

มีนาคม ๒๕๓๒