

บทที่ ๑

บทนำ



การโฆษณาได้ก่อกำเนิดขึ้นในประเทศไทยเป็นเวลานานแล้ว ตลอดเวลาที่ผ่านมาได้มีการพัฒนาทางเทคนิค และความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนการเลือกใช้สื่อโฆษณาใหม่ ๆ นับตั้งแต่สิ่งตีพิมพ์ วิทยุ เรื่อยมาจนถึงโทรทัศน์ จนปัจจุบันนับได้ว่า การโฆษณาเป็นธุรกิจที่กว้างขวางธุรกิจหนึ่งในประเทศไทย โดยเฉพาะเมื่อมีการจัดตั้งสำนักงานตัวแทนโฆษณาขึ้น เพื่อดำเนินงานด้านนี้โดยตรง

ในอดีตการโฆษณาเป็นไปอย่างเสรี ไม่มีข้อกำหนด กฎหมายควบคุม เมื่อมีการแข่งขันในด้านการตลาดมากขึ้น ผู้ผลิตโฆษณาย่อมต้องหากลยุทธ์ใหม่ ๆ มาใช้เพื่อเอาชนะคู่แข่งกัน ด้วยเหตุนี้จึงมีโฆษณาบางชิ้นที่เป็นไปในรูปของการโอ้อวดเกินความจริง หรือเรียกร้องความสนใจ จนกลายเป็นเสื่อม เสียชื่อเสียงวัฒนธรรมอันดีของชาติ

เมื่อเป็นเช่นนี้ จึงจำเป็นที่รัฐบาลจะต้องยื่นมือเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยการบัญญัติกฎหมายพระราชบัญญัติ ระเบียบ คำสั่ง ต่าง ๆ ขึ้น เพื่อควบคุมให้งานโฆษณาทุกชิ้นเสนอแต่ข้อมูลที่เป็นจริง ไม่หลอกลวง หรือเอาเปรียบประชาชนผู้บริโภค พร้อมกับจัดตั้งคณะกรรมการชุดต่าง ๆ คอยตรวจพิจารณา สอดส่อง ควบคุม การโฆษณาอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อโฆษณาที่มีประสิทธิภาพสูง สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทั้งภาพ และเสียงพร้อมกัน และนับได้ว่ามีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชนและเยาวชนมากที่สุด ในบรรดาสื่อโฆษณาทั้งหมด งานโฆษณาเป็นงานที่ต้องให้ความคิดสร้างสรรค์สูง เมื่อมีข้อกำหนด ควบคุม ย่อมต้องเกิดความกระทบกระเทือน และปฏิกิริยาตามมา ผลกระทบเหล่านี้จะมีบทบาทในการผลิตโฆษณาในอนาคต ซึ่งจะส่งผลไปถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชนผู้บริโภคในอนาคตด้วยเช่นกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อทราบถึงบทบาทของรัฐบาล กฎหมาย พระราชบัญญัติ ระเบียบ คำสั่งต่าง ๆ

อันจะมีผลต่อการควบคุมการผลิตภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ในปัจจุบัน

๒. เพื่อทราบถึงนโยบายและผลงานของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

๓. เพื่อทราบถึงความคิดเห็นของผู้ที่ได้รับความกระทบกระเทือนจากการควบคุมของรัฐบาล ซึ่งได้แก่สำนักงานตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency)

๔. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานของบุคคลฝ่ายต่าง ๆ ทั้งของรัฐบาลและเอกชน (สำนักงานตัวแทนโฆษณา) เพื่อสามารถแก้ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวมมากที่สุด

แนวเหตุผลทฤษฎีที่สำคัญ หรือสมมุติฐาน

๑. บทบาทของรัฐบาลในการออกกฎหมาย พระราชบัญญัติ คำสั่ง และระเบียบต่าง ๆ มีผลกระทบกระเทือนต่อการผลิตภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์

๒. สำนักงานตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) ผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา ถูกจำกัดความคิดสร้างสรรค์ (Creative) ซึ่งเป็นการยากต่อการผลิตภาพยนตร์โฆษณา

๓. การควบคุมของรัฐบาลทำให้ผลผลิตภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ดีขึ้น ไม่เป็นการทำลายศิลปกรรม และวัฒนธรรมอันดีของชาติ

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย

๑. ศึกษาบทบาทของรัฐบาลที่มีต่อการควบคุมโฆษณา ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตภาพยนตร์โฆษณา โดยรวบรวมศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

๒. ศึกษาการดำเนินงานและผลงานของคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ ที่ทำการวิจัยตัดสินและควบคุมการโฆษณาในปัจจุบัน ซึ่งได้แก่ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

๓. ศึกษาความคิดเห็นของผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ (สำนักงานตัวแทนโฆษณา) ที่มีต่อการควบคุมของรัฐ โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของสำนักงานตัวแทนโฆษณา ระยะเวลาสัมภาษณ์ เริ่มตั้งแต่วันที่ ๑๕ มีนาคม ๒๕๒๕ ถึงวันที่ ๑๕ เมษายน ๒๕๒๕ เป็นเวลา ๑ เดือน

๔. สรุป วิเคราะห์ วิจัย พร้อมทั้งชี้แนะ แก่ฝ่ายรัฐบาล และเอกชน ซึ่งได้แก่สำนักงานตัวแทนโฆษณา เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขต่อไป

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑. เพื่อเป็นแนวทางให้สำนักงานตัวแทนโฆษณาพยายามปรับปรุงการผลิตภาพยนตร์โฆษณาให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล

๒. เพื่อให้หน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการควบคุม ได้ทราบถึงปัญหาต่าง ๆ ที่ผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณาประสบอยู่ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการปฏิบัติงานและประสานงานร่วมกัน ในการที่จะแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

๓. เป็นประโยชน์ในการศึกษาเกี่ยวกับการโฆษณา และเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมโดยเฉพาะเยาวชน ในการที่จะได้พบเห็นภาพยนตร์โฆษณา ที่ไม่ขัดต่อศีลธรรมและวัฒนธรรมอันดีของชาติ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย