

บทคัดย่อ

T 151062

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและรวบรวมรายชื่อของสิ่งพิมพ์สาขาวิชาการโฆษณา ซึ่ง ตีพิมพ์ในประเทศไทยระหว่าง พ.ศ. 2500-2542 เพื่อนำรายชื่อของสิ่งพิมพ์สาขาวิชาการโฆษณาที่สำรวจและรวบรวมได้มาจัดทำเป็นบรรณนิทัศน์ เพื่อจัดทำระบบฐานข้อมูลรายชื่อของสิ่งพิมพ์สาขาวิชาการโฆษณาโดยใช้โปรแกรมไมโครซอฟต์แอคเซส (Microsoft Access) และเพื่อศึกษาถึงพัฒนาการของสิ่งพิมพ์สาขาวิชาการโฆษณาในประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิจัยเอกสาร เก็บรวบรวมข้อมูลเฉพาะสิ่งพิมพ์สาขาวิชาการโฆษณาระหว่างปี พ.ศ. 2500-2542 จากหอสมุดแห่งชาติและห้องสมุดสถาบันการศึกษาต่างๆ จำนวน 23 แห่ง

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

สิ่งพิมพ์มีจำนวนทั้งหมด 680 รายการ เมื่อแบ่งตามประเภทของสิ่งพิมพ์พบว่า สิ่งพิมพ์ประเภทวิทยานิพนธ์มีมากที่สุด ถึง 403 รายการ รองลงมา คือ หนังสือ 207 รายการ วารสาร 35 รายการ รายงานการวิจัย 30 รายการ และรายงานการประชุม สัมมนา อบรม 5 รายการ และเมื่อแยกตามหัวเรื่องนั้น พบว่า หัวเรื่องที่มีจำนวนสิ่งพิมพ์มากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ พฤติกรรมผู้บริโภค-จิตวิทยา 174 รายการ การโฆษณาโดยทั่วไป 89 รายการ การตลาดและการส่งเสริมการขาย 82 รายการ พฤติกรรมผู้บริโภคทั่วไป 72 รายการ กลยุทธ์การโฆษณา 47 รายการ หัวเรื่องที่มีน้อยที่สุด ซึ่งมีเพียง 1 รายการ ได้แก่ การโฆษณาระหว่างประเทศ คนสูงอายุ บุรุษ พฤติกรรมผู้บริโภค-สังคมวิทยา

สำหรับบรรณนิทัศน์นั้น ได้แยกตามประเภทของสิ่งพิมพ์ก่อน แล้วจึงแยกตามหัวเรื่อง ภายในแต่ละหัวเรื่องเรียงตามลำดับปี พ.ศ. และจัดทำบรรณนิทัศน์ผู้แต่งไว้ด้วย ส่วนระบบฐานข้อมูล อิเลคทรอนิกส์ ซึ่งใช้โปรแกรมไมโครซอฟต์แอคเซสจัดทำนั้น สามารถสืบค้นได้ทั้งจากชื่อผู้แต่ง ชื่อเรื่อง หัวเรื่อง ประเภทของสิ่งพิมพ์ ปี พ.ศ. ที่ตีพิมพ์ และเลขหมู่หนังสือ

ในด้านของพัฒนาการของสิ่งพิมพ์สาขาวิชาการโฆษณานั้น พบว่าในช่วง 2 ทศวรรษแรกมีจำนวนสิ่งพิมพ์ไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือและมักกล่าวถึงความรู้ทั่วๆไปด้านการโฆษณา เนื้อหาของสิ่งพิมพ์ช่วงทศวรรษแรกเป็นการแปลและเรียบเรียงจากตำราต่างประเทศ แต่ช่วงทศวรรษที่สองเริ่มมีสิ่งพิมพ์ที่แต่งโดยนักวิชาการและนักวิชาชีพไทย ทศวรรษที่สามและสี่มีจำนวนสิ่งพิมพ์เพิ่มสูงมาก เริ่มมีสิ่งพิมพ์ประเภทวิทยานิพนธ์ เนื้อหาเริ่มมีความหลากหลายมากขึ้น มีทั้งที่แต่งโดยนักวิชาการและนักวิชาชีพไทย และที่แปลและเรียบเรียงจากต่างประเทศ ในช่วงทศวรรษสุดท้ายมีสิ่งพิมพ์วิทยานิพนธ์เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นการศึกษาด้านพฤติกรรมผู้บริโภค