

ภาค 1 ลักษณะของกิจการโฆษณา

บทที่ 1

ความทั่วไป

การโฆษณา เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ เพราะนับตั้งแต่มีการปฏิวัติอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการผลิตขนาดใหญ่ เป็นผลให้มีผลผลิตเป็นจำนวนมาก ทำให้นักธุรกิจต้องพยายามหาตลาดให้กับสินค้าของตน ผู้ผลิตจึงได้ใช้วิธีการต่าง ๆ ที่จะทำให้สินค้าของตนแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งการโฆษณาก็เป็นวิธีการหนึ่ง เพราะการโฆษณาเป็นการสื่อสารเพื่อบอกกล่าวข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า โดยเน้นถึงลักษณะและคุณสมบัติต่าง ๆ ที่ทำให้สินค้านั้นแตกต่างจากสินค้าของคู่แข่ง เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ ความต้องการและทัศนคติที่ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ การโฆษณายังมีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วย เนื่องจากการโฆษณามีส่วนช่วยให้สินค้าขายได้มากขึ้น ก็จะทำให้เกิดการขยายการผลิต ซึ่งจะก่อให้เกิดความต้องการแรงงาน วัตถุดิบ และอุปกรณ์ต่าง ๆ มากขึ้นตามมาด้วย ทำให้เจ้าของแรงงานหรือวัตถุดิบ มีรายได้เพิ่มขึ้น ก็จะมีความสามารถในการซื้อมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งก็ถือว่าเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจประการหนึ่ง

ในการสร้างงานโฆษณา มีองค์การที่เกี่ยวข้องที่สำคัญ คือ บริษัทผู้ผลิตสินค้าหรือบริษัทที่ต้องการโฆษณาสินค้า (Advertisers) กิจการโฆษณาหรือตัวแทนโฆษณา (Advertising Agencies) และสื่อโฆษณา (Advertising Media) ซึ่งในการสร้างงานโฆษณานั้น บริษัทผู้ผลิตสินค้าอาจดำเนินการได้โดยการจัดตั้งแผนกโฆษณาขึ้นจัดทำภายในบริษัท แล้วติดต่อซื้อเนื้อที่และเวลาโฆษณาจากสื่อโฆษณาโดยตรง หรืออาจใช้บริการของกิจการโฆษณาให้สร้างสรรค์ ผลิตและเผยแพร่งานโฆษณาให้โดยจ่ายค่าตอบแทนการให้บริการนั้น

ด้วยเหตุที่การโฆษณามีความสำคัญทั้งต่อองค์การธุรกิจและต่อประเทศ จึงต้องมีการพัฒนาปรับปรุงงานโฆษณาให้ก้าวหน้ามากขึ้น ซึ่งกิจการโฆษณาก็เป็นองค์การหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนางานโฆษณา เพราะเป็นองค์การที่ประกอบไปด้วยผู้เชี่ยวชาญในการสร้างงานโฆษณาค้นต่าง ๆ เช่น ผู้เขียนข้อความโฆษณา นักศิลป์ ผู้วางแผนและเลือกสื่อโฆษณา นักวิจัย เป็นต้น

กิจการโฆษณาก็ได้มีการพัฒนาและขยายตัวมาเป็นลำดับ เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตสินค้าส่วนใหญ่นิยมใช้บริการของกิจการโฆษณามากกว่าที่จะจัดตั้งแผนกโฆษณาขึ้นเอง เพราะ

1. รายจ่ายส่วนใหญ่ ที่บริษัทผู้ผลิตสินค้าจ่ายให้กับกิจการโฆษณานั้น ส่วนใหญ่เป็นรายจ่ายค่าสื่อโฆษณา ในสหรัฐอเมริกา สื่อโฆษณาจะให้คอมมิชชั่นเฉพาะกิจการโฆษณาเท่านั้น ถ้าหากบริษัทผู้ผลิตสินค้ามาซื้อสื่อโฆษณาโดยตรง ก็ต้องจ่ายค่าสื่อโฆษณาทั้งหมดโดยไม่ได้รับคอมมิชชั่น ทำให้บริษัทผู้ผลิตสินค้า มีความรู้สึกว่าได้ใช้บริการของกิจการโฆษณาโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย หรือเสียไม่มากนัก เพราะสื่อโฆษณาคือผู้จ่ายคอมมิชชั่นให้เป็นรายได้ของกิจการโฆษณา

2. การใช้บริการของกิจการโฆษณา จะประหยัดกว่า การที่จะจัดตั้งแผนกโฆษณาขึ้นเอง เพราะจะเป็นการสิ้นเปลืองมากที่จะหาผู้เชี่ยวชาญค้นต่าง ๆ ในการสร้างงานโฆษณา มาประจำอยู่ที่แผนกโฆษณาที่จัดตั้งขึ้น

3. การใช้บริการของกิจการโฆษณา จะได้งานโฆษณาที่ให้ผลดีกว่า เพราะกิจการโฆษณาประกอบด้วยผู้ที่มีความชำนาญและประสบการณ์ในการสร้างงานโฆษณาในค้นต่าง ๆ และในสินค้าหลาย ๆ ประเภท เนื่องจากให้บริการลูกค้ามากมาย จึงทำให้สามารถมองปัญหาได้อย่างมีเหตุมีผลมากกว่า

นิยาม

กิจการโฆษณาเป็นองค์การธุรกิจพิเศษประเภทหนึ่งที่เกิดการพัฒนาและก้าวหน้าทางด้านกิจการโฆษณา ซึ่งสมาคมกิจการโฆษณาแห่งสหรัฐอเมริกา (The American Association of Advertising Agencies) ได้ให้นิยามของกิจการโฆษณาไว้ดังนี้

กิจการโฆษณา คือ

1. องค์การธุรกิจอิสระ (An Independent Business Organization)
2. ประกอบด้วยนักธุรกิจและนักสร้างสรรค์ (Composed of Creation and Business People)
3. ผู้ซึ่งจะพัฒนา จัดเตรียม และทำการเผยแพร่โฆษณาในสื่อโฆษณา (Who Develop, Prepare and Place Advertising In Advertising Media)
4. ให้กับผู้ที่แสวงหาลูกค้าเพื่อขายสินค้าและบริการ (For Sellers Seeking to Find Customers for Their Goods and Services)

นอกจากนี้ กิจการโฆษณาอาจทำกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานโฆษณา อันจะช่วยให้งานโฆษณานั้นสำเร็จลงด้วยดีได้

จากนิยามข้างต้น ควรจะได้เข้าใจความหมายที่สำคัญ 4 ส่วน คือ

1. เป็นองค์การอิสระ กิจการโฆษณาเป็นองค์การธุรกิจอิสระ คือเป็นอิสระในเรื่องความเป็นเจ้าของ ไม่มีผู้โฆษณา (Advertiser) สื่อโฆษณาและผู้ขายวัสดุเกี่ยวกับการโฆษณาเป็นเจ้าของ การเป็นองค์การธุรกิจอิสระ จะทำให้

1.1 กิจการโฆษณา พิจารณาปัญหาของลูกค้าในฐานะของบุคคลภายนอกที่มีเหตุผล สามารถเสนอข้อคิดเห็นที่จะแก้ปัญหาได้ดียิ่งขึ้น โดยใช้ประสบการณ์ที่พบจากปัญหาของลูกค้าอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ประกอบ

1.2 ความเป็นอิสระจากลูกค้าหรือผู้ต้องการโฆษณาจะทำให้กิจการโฆษณาพยายามหาวิธีที่จะทำการโฆษณาเพื่อให้ธุรกิจของลูกค้าเจริญก้าวหน้า เพราะถ้าหากสร้างงานโฆษณาที่ไม่ได้ผลดี ก็อาจต้องเสียลูกค้ารายนั้นไปได้

1.3 การเป็นอิสระจาก สื่อโฆษณา และผู้ขายวัสดุ ทำให้ไม่มีอคติในการให้บริการลูกค้า ก็จะไม่เลือกใช้เฉพาะสื่อโฆษณา หรือชื่อวัสดุต่าง ๆ จากสื่อหรือผู้ขายที่เป็นเจ้าของ เป็นประจำ โดยไม่คำนึงว่า จะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทผู้โฆษณาหรือไม่ และมากน้อยเพียงใด

2. ประกอบด้วยนักธุรกิจและนักสร้างสรรค์ กิจการโฆษณาประกอบด้วยผู้ที่มีความสามารถในการสร้างสรรค์ มีนักเขียน นักศิลป์ นักวิเคราะห์ตลาด นักจัดแสดงสินค้า นักวิจัย และผู้เชี่ยวชาญ ทางการโฆษณาทุกประเภท และมีนักธุรกิจที่ต้องดำเนินธุรกิจ รับผิดชอบทางด้านการเงินและอื่น ๆ ตลอดจนการประยุกต์ ความชำนาญในการสร้างสรรค์มาใช้ในธุรกิจ เพื่อให้งานโฆษณาของลูกค้าสัมฤทธิ์ผล

3. ผู้ซึ่งจะพัฒนา จัดเตรียม และทำการโฆษณาในสื่อโฆษณา กิจการโฆษณาจะพยายามปรับปรุงการโฆษณา เพื่อให้ธุรกิจของลูกค้าเจริญก้าวหน้า โดยจะต้องมีการจัดเตรียมงานโฆษณาก่อนที่จะทำการโฆษณาและเมื่อมีการโฆษณาแล้ว จะต้องมีการติดตามผลของการโฆษณานั้นว่าบรรลุผลที่ต้องการหรือไม่ สิ่งเหล่านี้เป็นเป้าหมายหลักของกิจการโฆษณา

4. กิจการโฆษณาทำสิ่งที่กล่าวข้างต้นให้กับผู้ขายที่แสวงหาลูกค้าเพื่อขายสินค้าและบริการ

ความเป็นมาของกิจการโฆษณา

การพัฒนาของกิจการโฆษณาในสหรัฐอเมริกาอาจแบ่งได้เป็น 4 ยุค² คือ

1. ยุคแรก ระหว่าง 1841-1865 (Early Growth Period)
2. ยุคการขายส่ง " 1865-1880 (Wholesaler Period)
3. ยุคกึ่งบริการ " 1880-1917 (Semiservice Period)

4 . ยุทธบริการ ระหว่าง 1917-ปัจจุบัน (Service Period)

ยุคแรก

กิจการโฆษณาแรกที่ตั้งในสหรัฐอเมริกาชื่อ Volney B. Palmer ตั้งสำนักงานในฟิลาเดเฟีย ในปี 1841 ต่อมาในปี 1849 ก็ขยายสาขาในนิวยอร์ก บอสตัน และบัลติมอร์ กิจการโฆษณา ที่ตั้งนี้เป็นตัวแทนของหนังสือพิมพ์ ทำหน้าที่ขายเนื้อที่โฆษณาของหนังสือพิมพ์ 1,400 ฉบับทั่วประเทศ

ในยุคนี้ยังไม่มีบัญชีรายชื่อ (Directory) ที่ตั้งสำนักงานของหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ และยังไม่มียุทธการค่าพิมพ์โฆษณา ดังนั้น Palmer จึงเป็นแหล่งที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์แก่ผู้โฆษณา ซึ่งก็เป็นประโยชน์ในการเลือกสื่อโฆษณาของผู้โฆษณา เพราะจะได้ความรู้เกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ทำให้สามารถเลือกสื่อโฆษณาที่สามารถเข้าถึงตลาดที่ต้องการได้ดีที่สุด นอกจากนี้กิจการโฆษณาก็ได้ให้บริการอื่น ๆ สำหรับบริการขายเนื้อที่โฆษณาให้กับหนังสือพิมพ์นั้น จะได้ออมมิชชั่น 20% ของค่าขายเนื้อที่โฆษณาหนังสือพิมพ์นั้น ๆ ซึ่งผู้พิมพ์โฆษณาเองก็พบว่าการขายโดยวิธีนี้จะมีประสิทธิภาพมากกว่าการขายโดยตรง

Palmer เป็นตัวแทนขายเนื้อที่โฆษณาเพียงรายเดียวจนถึงปี 1848 พนักงานคนหนึ่งก็ได้ออกไปตั้งธุรกิจประเภทนี้ ทำให้มีการแข่งขันและเกิดการศักราคากันขึ้น ดังนั้นความสำเร็จของธุรกิจในช่วงนี้จึงขึ้นกับความสามารถของผู้ที่จะต่อรองกับผู้พิมพ์โฆษณาและผู้โฆษณา การที่มีการแข่งขันกันมากขึ้น และมีการศักราคากันนี้ทำให้กำไรของกิจการลดลง ซึ่งนำไปสู่การค้นหาวิธีการใหม่ ๆ ในการแข่งขันที่จะให้มีกำไรเช่นเดิม

ยุคการขายส่ง

George P. Rowell ผู้ตั้งกิจการโฆษณาในปี 1865 ได้นำวิธีการใหม่ ๆ มาใช้ในการแข่งขัน โดยทำสัญญากับหนังสือพิมพ์ 100 ฉบับ ให้ขายเนื้อที่โฆษณาหนึ่งคอลัมน์ให้เขาในแต่ละอาทิตย์ เป็นเวลา 1 ปี การทำสัญญาเช่นนี้ทำให้ผู้พิมพ์โฆษณาลดราคาให้แก่ Rowell

อย่างมาก เพราะเป็นการซื้อในปริมาณมากและแน่นอน นอกจากนี้เขายังได้รับคอมมิชชั่น 25% อีกด้วย แล้วเขาก็ขายเนื้อที่โฆษณา 1 คอลัมน์นี้ไว้แก่ผู้ต้องการโฆษณา ราคาที่เขาขายนี้ไม่จำเป็นต้องเป็นอัตราเดียวกัน และไม่จำเป็นจะต้องเป็นราคาที่เขาซื้อจากผู้พิมพ์โฆษณาหักด้วยคอมมิชชั่น 25% วิธีการนี้ได้รับความสำเร็จอย่างดี สิ่งสำคัญของความสำเร็จคือ หลักของการซื้อในปริมาณมาก ๆ และขายต่อทีละน้อย ๆ

ตลอดยุคนี้ ตัวแทนยังคงเป็นผู้ขายเนื้อที่โฆษณาของผู้พิมพ์โฆษณา ซึ่งอาจทำได้ในหลาย ๆ ลักษณะ มีแบบหนึ่งคือ มีสิทธิที่จะขายเนื้อที่โฆษณาของสิ่งพิมพ์ฉบับหนึ่งแก่ผู้เดียว ด้วยเหตุนี้กิจการโฆษณาหนึ่งก็ควบคุมการโฆษณาในสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวกับศาสนา อีกกิจการหนึ่งก็ควบคุมการโฆษณาในหนังสือเกี่ยวกับการบ้านการเรือน เป็นต้น ผู้ที่ต้องการโฆษณาในสิ่งพิมพ์ที่ถูกควบคุมก็ถูกบีบบังคับให้ติดต่อซื้อเนื้อที่โฆษณา โดยผ่านกิจการโฆษณา ซึ่งเปรียบเหมือนผู้ขายส่งแก่ผู้เดียวของสิ่งพิมพ์นั้น ๆ

ยุคสิ่งบริการ

งานของกิจการโฆษณาในเรื่องการขายส่งเนื้อที่โฆษณาเริ่มหมดไป เมื่อผู้พิมพ์โฆษณาได้เริ่มตั้งแผนกขายเนื้อที่โฆษณาของตนเอง บางแห่งก็ขายโดยตรงให้แก่ผู้ประสงค์จะโฆษณา บางแห่งก็ขายให้แก่กิจการโฆษณาทั่วไป ดังนั้น กิจการโฆษณาจึงถูกบังคับให้เปลี่ยนความสนใจไปจากการขายเนื้อที่โฆษณาให้แก่ผู้พิมพ์โฆษณา เป็นการซื้อเนื้อที่โฆษณาให้แก่ผู้ต้องการโฆษณา

ในยุคนี้ กิจการโฆษณาก็เริ่มสนใจที่จะสร้างงานโฆษณาให้ผู้โฆษณา กิจการโฆษณาแรกที่มีชื่อเสียงทางด้านสร้างสรรค์งานโฆษณาคือ Lord and Thomas ซึ่งมีผู้เขียนข้อความโฆษณาที่มีชื่อเสียง 2 คน คือ John E. Kennedy และ Claude Hopkins³ โดย Kennedy เชื่อว่าการโฆษณาเป็นการขายทางสิ่งพิมพ์ (Advertising was Salesmanship in Print) และพยายามที่จะให้เหตุผลว่าทำไมคนจึงนิยมซื้อสินค้าที่มีการโฆษณา งานแรกของ Kennedy เมื่อเข้าทำงานกับบริษัทนี้ในปี 1898 คือ สร้างสรรค์งานโฆษณาให้กับเครื่องซักผ้าแบบใหม่ โดยเขียนคำว่า "ท่านถูกล่ามไว้กับดั่งซักผ้าหรือ" อยู่เหนือรูป แม่บ้านที่มีสีหน้าไม่พอใจต่อการถูกล่ามไว้กับดั่งไม้ซักผ้า พร้อมกับงานโฆษณาของเขา แสดงถึงผู้ที่นั่งอยู่

บนเก้าอี้โยกอย่างสบายอารมณ์ ขณะที่หมุนข้อเหวี่ยงของเครื่องซักผ้า โดยมีข้อความโฆษณาเน้นถึง
การทำงานของเพลาลและเวลาที่เครื่องประหยัดได้

Claude Hopkins เข้าทำงานในบริษัท Lord and Thomas ในปี 1907
เขาเคยทำงานด้านศิลปะมาก่อน ภายหลังจากเข้าทำงานกับบริษัทนี้ได้ 1 ปี เขาเขียนข้อความ
โฆษณาได้เงินเกือบ \$200,000 เขามีความเข้าใจผู้บริโภคและรวมงานโฆษณาเข้าในงาน
ทางการตลาด ลูกค้ายรายแรกของเขาในเรื่องนี้คือ Campbell's Pork & Beans เขาเริ่มงาน
โดยจากการวิจัย เขาพบว่า 94% ของแม่บ้านชาวอเมริกันอบตัวเอง ดังนั้น การรณรงค์โฆษณา
ของ Hopkins จึงมุ่งกักตักต่อการเตรียมทุกอย่างด้วยตนเอง โดยเตือนแม่บ้านว่าต้องใช้เวลา
ถึง 16 ชั่วโมง ในการเตรียมตัวและไค้ตัวที่กรอบอยู่ข้างบนและที่ละเอียดอยู่ข้างล่าง และมีการ
โฆษณาที่จะให้คนซื้อสินค้านี้ ไม่ว่าจะเป็นคราไค้มันควบคู่ไปค้ย การโฆษณาโดยเน้นถึงความ
ต้องการของผู้บริโภคนี้ให้ผลค้มาก และในการแข่งขันกับคู่แข่งอื่น เขาได้โฆษณาทำหยาให้ผู้บริโภค
ทดลองใช้สินค้าของบริษัทนี้ นอกจากนี้เขาค้จัดให้มีการจำหน่ายไปตามภัคตาคารต่าง ๆ แล้วโฆษณา
ให้ผู้บริโภครู้ว่าภัคตาคารต่าง ๆ เลือกใช้สินค้าตรา Campbell ทั้งนี้เพราะ Hopkins รู้ถึง
ความสำคัญของการพัฒนาโครงการรณรงค์โฆษณาที่เน้นถึงความค้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก

Hopkins ยังทำการโฆษณาสินค้าใหม่ ค้ือ นมระเหยของ Campbell ค้ย
โดยใช้เทคนิคที่นิยมใช้บ่อย ๆ ค้ือ แนะนำให้แม่บ้านซื้อนมกระบ้องละ 10 เซ็นต์ เป็นการทดลองใช้
และในการรณรงค์เพื่อแย่งตลาดในนิวยอร์กกับคู่แข่งอื่น เขาทำการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์เพียง 1
วัน โดยแทรกอุปบองที่จะนำไปแลกนมได้ 1 กระบ้องจากร้านค้าปลีกทั่วไป การโฆษณานี้เป็นการ
จูงใจให้คนทดลองใช้สินค้าโดยไม่ทำให้ภาพพจน์ของสินค้าเสียไป และยังทำให้ร้านค้าปลีกเริ่มสั่ง
สินค้าครานี้มาเก็บไว้สนองความค้องการของผู้บริโภค จากการรณรงค์เพื่อเข้าสู่ตลาดนิวยอร์กครั้งนี้
เขาได้ข้องทางการจำหน่ายถึง 97% มีลูกค้า 1,460,000 คน นำอุปบองมาแลกสินค้า จากการโฆษณา
เพียงครั้งเดียว โปรแกรมโฆษณานี้มีต้นทุน \$175,000 ก็ค้คืนมาภายในเวลาไม่ถึง 9 เดือน และ
Campbell ก็ค้ตลาดนิวยอร์ก

นี่เป็นการเปลี่ยนแปลงลักษณะการให้บริการของกิจการโฆษณาไปอีกรูปแบบหนึ่ง

ยุคบริการ

ในปี 1917 แนวความคิดเกี่ยวกับการให้บริการเริ่มมีมากขึ้น เพราะไม่เพียงแต่จะเขียนข้อความโฆษณา จัดทำโฆษณาให้ผู้โฆษณาเท่านั้น ยังมีบริการอื่น ๆ อีกมาก ในยุคนี้กิจการโฆษณาหลายแห่งได้ก้าวไปสู่ตำแหน่งที่ปรึกษาทางการตลาดและการโฆษณาด้วย โดยมีบริการทั่วไป คือ การวิจัยตลาด การทดสอบ สื่อการโฆษณา การจัดแสดงสินค้า เป็นต้น

การให้บริการด้านการตลาดเพิ่มขึ้นนี้ทำให้อาณาเขตของกิจการโฆษณามีความมั่นคงขึ้น จนถึงระดับที่ทำให้สื่อโฆษณาค้นมาซึ่งกิจการโฆษณาในฐานะที่เป็นช่องทางแรก (Primary Channel) ที่จะขายเวลาและเนื้อที่โฆษณา

ประเภทของกิจการโฆษณา _____

กิจการโฆษณาอาจแยกตามประเภทของลูกค้า⁴ ได้ดังนี้

1. กิจการโฆษณาสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Goods Agencies)

กิจการโฆษณาประเภทนี้มีมากที่สุดและมีลูกค้าหลายประเภท ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค ที่มุ่งหมายจะขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภค รายได้ส่วนใหญ่ของกิจการประเภทนี้ได้จากค่าคอมมิชชั่นที่ได้รับจากสื่อการโฆษณา ในการซื้อเนื้อที่และเวลาโฆษณา

อย่างไรก็ตาม กิจการประเภทนี้อาจรับทำโฆษณาเกี่ยวกับสินค้าอุตสาหกรรมโดยตั้งแผนกสินค้าอุตสาหกรรมขึ้นโดยเฉพาะ

2. กิจการโฆษณาสำหรับสินค้าอุตสาหกรรม (Industrial Goods Advertising Agencies)

กิจการที่มีความเชี่ยวชาญในสินค้าอุตสาหกรรม ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็น ผู้ที่ต้องการขายสินค้าอุตสาหกรรม เครื่องมือเครื่องจักร อุปกรณ์ และอื่น ๆ ให้แก่ผู้ผลิตหรือผู้เกี่ยวข้องกับ การอุตสาหกรรม

กิจการโฆษณาประเภทนี้จะมีกลยุทธ์การโฆษณาแตกต่างจากกิจการโฆษณา สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค 2 ประการคือ

2.1 สิ่งกระตุ้นให้สนใจสินค้าที่เลือกใช้ในการโฆษณาสินค้าประเภทนี้ จะต้องให้มีอิทธิพลต่อช่างเทคนิค ซึ่งอาจเป็นฝ่ายจัดซื้อของบริษัทใดบริษัทหนึ่งก็ได้ การซื้อสินค้า ประเภทนี้ผู้ที่ต้องต้องการรู้ว่าสินค้านี้จะทำอะไรให้กับเขาได้บ้าง เช่น เวลาทำงานที่ประหยัดได้ ลดต้นทุนการผลิต ฯลฯ ผู้ซื้อต้องมีการเปรียบเทียบกับสินค้าของกลุ่มแข่งขัน ดังนั้น การมีความรู้ทาง เทคนิค มีประสบการณ์ ทางด้านนี้มากพอที่จะวิเคราะห์และใช้ประโยชน์ในการสร้างงานโฆษณา จะมีความสำคัญมากในการโฆษณาประเภทนี้ เพราะการมีความรู้และประสบการณ์จะทำให้สามารถ เขียนข้อความโฆษณาหรือถ่ายทอดจุดสำคัญที่จะใช้ในการ เขียนข้อความโฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 สื่อโฆษณาที่ใช้ การโฆษณาสินค้าอุตสาหกรรมมักจะปรากฏใน สิ่งพิมพ์ทางการค้าและอุตสาหกรรม เช่น นิตยสารที่ผู้บริหารที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อเป็นผู้อ่าน สิ่งพิมพ์เหล่านี้อัตราค่าโฆษณาจะต่ำกว่า นิตยสารสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค จึงทำให้ค่าคอมมิชชั่น ที่ได้รับจากการขายเนื้อที่โฆษณาจึงน้อยมาก แม้วางงานในการจัดเตรียมการโฆษณาจะมีเท่า ๆ กัน การเตรียมงานโฆษณาสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค นอกจากนิตยสารแล้ว สื่อโฆษณาอื่น ๆ ก็มี แยกตลาดอีก การโฆษณาทางไปรษณีย์เพื่อขายโดยตรง และคู่มือการใช้สินค้านั้น ๆ ฯลฯ ซึ่งสื่อ เหล่านี้ไม่มีค่าคอมมิชชั่น ดังนั้น รายได้จากคอมมิชชั่นจึงไม่เพียงพอที่จะใช้ในการดำเนินกิจการ ด้วยเหตุนี้กิจการโฆษณาจึงเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการบริการจากลูกค้าซึ่งจะเรียกเก็บเป็น รายเดือน รายปี หรือกำหนดเวลาตามที่ตกลงกัน

กิจการโฆษณาประเภทนี้ บางครั้งก็มีการโฆษณาสินค้าอุปโภคบริโภคด้วย เหมือนกัน

3. กิจการโฆษณาสำหรับบริษัทการเงิน (Financial Advertising Agencies)

กิจการนี้ต้องมีความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับการปฏิบัติของธนาคาร การบริหารบริษัทการเงิน หลักการลงทุนในหลักทรัพย์ การปฏิบัติงานของตลาดหุ้น กฎหมายเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัทการเงิน และภาษาที่ใช้ในวงการนี้ ฯลฯ

การโฆษณา ธนาคารพาณิชย์และการลงทุน บริษัทการเงิน มักจะเป็นในรูปการโฆษณา ถึงบริการค้ำต่าง ๆ ที่ธนาคารนั้นจัดให้แก่ลูกค้าของธนาคาร เช่น บริการด้านการค้าระหว่างประเทศ เช็คเดินทางและอื่น ๆ สำหรับบริษัทเพื่อการลงทุน ก็อาจโฆษณาในเรื่องการให้คำแนะนำในการลงทุน เป็นต้น

การโฆษณาค้ำนี้ต้องการความรวดเร็วและความถูกต้องอย่างมาก เพราะการดำเนินงานของสถาบันการเงิน มีข้อจำกัดทางกฎหมาย และต้องมีจริยธรรมมากกว่าธุรกิจอื่น ๆ ความรวดเร็วในการโฆษณาค้ำมหาชน มีความจำเป็นมากเพราะการเปลี่ยนแปลงในตลาดเงินเป็นไปอย่างรวดเร็ว และบ่อยครั้งที่การเปลี่ยนแปลงนี้เกิดขึ้นโดยไม่มีสิ่งใดบอกล่วงหน้า

4. กิจการโฆษณาระหว่างประเทศ

บริษัทต่าง ๆ นอกจากจะขายสินค้าภายในประเทศแล้ว ยังมีการส่งสินค้าไปขายในต่างประเทศด้วย กิจการโฆษณาภายในประเทศหนึ่ง จะทำงานเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าในต่างประเทศได้หลายวิธีดังนี้

4.1 ติดต่อลงโฆษณาในสื่อโฆษณาที่ต้องการในต่างประเทศโดยตรง คือถ้าเราต้องการจะลงโฆษณาในสิ่งพิมพ์ฉบับใด ก็ติดต่อกับบรรณาธิการของสิ่งพิมพ์ฉบับนั้นโดยตรง

4.2 ให้บริการในต่างประเทศโดยตั้งสาขาในต่างประเทศ แต่ละสาขาจะมีความสามารถในการจัดทำโฆษณาให้กับลูกค้าในท้องถิ่นนั้น ลูกค้าในประเทศคนหรือประเทศอื่นที่ต้องการโฆษณาในประเทศนั้น หรือร่วมมือในการจัดทำโฆษณาให้กับลูกค้าของสำนักงานใหญ่หรือสาขาอื่น

4.3 ใช้บริการของกิจการโฆษณาที่อยู่ในประเทศที่ตนต้องการโฆษณา วิธีนี้ กิจการโฆษณาจะต้องเตรียมงานโฆษณาแล้วส่งไปพิมพ์โฆษณาในประเทศนั้น ในกรณีที่ข้อความโฆษณา จะต้องเขียนเป็นภาษาพื้นเมือง กิจการโฆษณาในประเทศนั้นจะเป็นผู้เปลี่ยนเป็นภาษาพื้นเมืองเอง

4.4 ใช้บริการของกิจการโฆษณาที่มีความชำนาญในการโฆษณาในต่างประเทศ ในกรณีนี้กิจการโฆษณาที่มีความชำนาญในการโฆษณาสินค้าส่งออกจะทำหน้าที่เหมือนแผนกต่างประเทศ ของกิจการโฆษณาภายในประเทศ การที่กิจการโฆษณาใช้บริการของกิจการโฆษณาที่มีความชำนาญ ในการโฆษณาในต่างประเทศ เพราะไม่ต้องการมีรายจ่ายในการตั้งสาขาทั่วโลก แต่ก็สามารถให้บริการและให้ความสะดวกในเรื่องการโฆษณาในต่างประเทศให้แก่ลูกค้าได้

นอกจากที่กล่าวมาแล้ว กิจการโฆษณาอาจแยกประเภทตามความชำนาญในการใช้ สื่อโฆษณาก็ได้ เช่น กิจการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ กิจการโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ หรือนิตยสาร ฉบับใดฉบับหนึ่ง เป็นต้น กิจการโฆษณาที่มีความชำนาญเฉพาะด้านนี้จะกระจายต้นทุนที่เกิดขึ้นไปให้ ลูกค้าได้ ต่ำกว่ากิจการทั่วไป

กิจการโฆษณาที่มีความชำนาญเฉพาะด้านนี้ มีข้อดีที่บริษัทผู้โฆษณานิยมใช้ เพราะเป็น ผู้ที่มีความชำนาญพิเศษในด้านหนึ่ง มากกว่ากิจการโฆษณาที่รับงานทุกด้าน

ขนาดของกิจการโฆษณา _____

กิจการโฆษณามีทั้งขนาดเล็ก คือประกอบไปด้วยบุคคลเพียง 2 - 3 คนขึ้นไป จนถึง กิจการโฆษณาขนาดใหญ่ ที่มีจำนวนพนักงานเป็นพัน ๆ คน การจัดขนาดของกิจการโฆษณานั้นนอกจาก จะพิจารณาจำนวนคนที่ทำงานในบริษัทแห่งนั้นแล้ว ยังพิจารณาจำนวนยอดเงินเรียกเก็บ (Billing) ด้วย แต่ไม่ว่าจะเป็นกิจการโฆษณาขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กก็ตาม ก็มีหน้าที่ให้บริการแก่บริษัทผู้ผลิต สินค้า ซึ่งโดยทั่วไป กิจการโฆษณาขนาดใหญ่มักจะจ่ายเงินเดือนและให้ผลตอบแทนในรูปแบบอื่น ๆ แก่ พนักงานมากกว่ากิจการโฆษณาขนาดเล็ก จึงมักจะมีบุคคลที่มีความสามารถและมีประสบการณ์มากกว่า และกิจการโฆษณาขนาดใหญ่ จะให้บริการด้านต่าง ๆ ได้มากกว่า และเนื่องจากกิจการโฆษณาขนาดใหญ่มีลูกค้ามากมาย จึงมีประสบการณ์ในการโฆษณาสินค้าหลาย ๆ ประเภท ซึ่งจะเป็นประโยชน์ใน การนำไปปรับใช้ในการโฆษณาต่าง ๆ ได้ ส่วนกิจการโฆษณาขนาดเล็กนั้น โดยทั่วไปจะให้ความ

สนใจแก่ลูกค้ามากกว่ากิจการโฆษณาขนาดใหญ่ และกิจการโฆษณาขนาดเล็กไม่มีคณะกรรมการ หรือ มีน้อยกว่า บางครั้งจึงทำงานได้รวดเร็วกว่ากิจการโฆษณาขนาดใหญ่

กิจการโฆษณาของบริษัทผู้โฆษณา (The House Agency)⁵

กิจการโฆษณานี้ เป็นกิจการโฆษณาที่บริษัทผู้โฆษณารายใหญ่ได้จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการ ตำนการโฆษณาแก่บริษัทตน โดยมีสมมติฐานว่า กิจการโฆษณาที่จัดตั้งขึ้นนี้ สามารถดำเนินงานต่าง ๆ ได้เท่าเทียมกับกิจการโฆษณาภายนอก⁶ แต่จะเสียค่าใช้จ่ายต่ำกว่า คือไม่เสียคอมมิชชั่นที่สื่อโฆษณา ให้ไป แต่อย่างไรก็ตาม สื่อโฆษณาหลายประเภทในสหรัฐอเมริกา ก็ปฏิเสธที่จะให้คอมมิชชั่นแก่กิจการ โฆษณาประเภทนี้

ข้อดีของกิจการโฆษณาประเภทนี้ นอกจากประหยัดค่าใช้จ่ายได้แล้ว กิจการประเภทนี้ จะมีความใกล้ชิดกับลูกค้ามากกว่า เนื่องจากเป็นบริษัทในเครือเดียวกัน จึงรู้ปัญหาของบริษัทลูกค้า ได้ดีกว่า นอกจากนี้ ก็จะให้บริการได้ดีกว่ากิจการโฆษณาภายนอก คือ สามารถให้บริการได้เร็วกว่า หรือให้บริการทุกอย่างที่บริษัทลูกค้าต้องการได้ เนื่องจากมีลูกค้านรายเดียวหรือเป็นลูกค้านรายใหญ่ของ กิจการโฆษณานั้น

ข้อเสียของการจัดตั้งกิจการโฆษณาประเภทนี้ คือ กิจการโฆษณานี้อาจจะไม่มอง ปัญหาของลูกค้าในลักษณะของบุคคลภายนอก ทำให้การพิจารณาแก้ปัญหาไม่ได้ผลเท่าที่ควร และ การที่มีลูกค้าเพียงรายเดียวหรือน้อยรายนี้ ทำให้ไม่มีการแข่งขันกับกิจการโฆษณาอื่นในการให้ บริการลูกค้า ทำให้ขาดความกระตือรือร้นที่จะพัฒนางานโฆษณาได้ นอกจากนี้ยังทำให้ขาดประสบการณ์ ในการแก้ปัญหาทางตำนานการโฆษณาของอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่จะได้จากการมีลูกค้าอื่น ๆ

อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีกิจการโฆษณาประเภทนี้ที่ได้รับความนิยมสำเร็จในการจัดทำโฆษณา ให้แก่บริษัทผู้จัดตั้งเป็นอย่างดี นอกจากนี้ กิจการโฆษณาประเภทนี้บางแห่ง อาจใช้บริการของกิจการ โฆษณาที่จัดขึ้นมาเพื่อให้บริการเฉพาะด้านต่าง ๆ อีกต่อหนึ่งก็ได้

กิจการโฆษณาที่ให้บริการเฉพาะด้าน _____

เมื่อไม่นานมานี้ งานด้านต่าง ๆ ที่จัดทำภายในกิจการโฆษณาได้ถูกนำไปจัดทำภายนอกกิจการโฆษณามากขึ้น โดยองค์การที่มีความชำนาญเฉพาะด้านรับไปจัดทำต่อ ดังนั้น จึงได้เกิดกิจการโฆษณาประเภทที่ให้บริการเฉพาะด้านขึ้น ที่สำคัญ มี

กิจการโฆษณาที่ให้บริการด้านสร้างสรรค์ (Creative Boutiques) _____

เป็นกิจการโฆษณาขนาดเล็กที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการด้านสร้างสรรค์ การพัฒนาของกิจการโฆษณาประเภทนี้อาจแยกได้ 2 ลักษณะ 7 คือ กิจการโฆษณาที่ให้บริการด้านสร้างสรรค์โดยตรง คือ หาแนวคิดในการสร้างสรรค์ เขียนข้อความโฆษณา บทโฆษณาทางวิทยุและโทรทัศน์ จัดทำผังโฆษณา หาแนวคิดด้านศิลป์ ฯ และกิจการโฆษณาที่รับผลิตงานโฆษณา (The Production House) ซึ่งส่วนใหญ่รับผลิตงานโฆษณาทางวิทยุและโทรทัศน์

กิจการโฆษณาประเภทนี้ ได้รับความสนใจจากบริษัทผู้โฆษณาที่มีแผนกโฆษณาหรือมีกิจการโฆษณาของตนเอง แต่ไม่มีความชำนาญในด้านการสร้างสรรค์ ก็จะทำงานสร้างสรรค์มาให้กิจการโฆษณาประเภทนี้จัดทำ เนื่องจากเห็นว่าประหยัดกว่าและความสามารถที่เลือกบุคคลให้เหมาะกับงานได้ ยิ่งกว่านี้ ก็อาจได้ผลงานรวดเร็วและบางครั้งก็ได้ผลงานที่ดีที่น่าสนใจ นอกจากนี้ กิจการโฆษณาที่มีงานมากก็อาจมาใช้บริการของกิจการโฆษณาประเภทนี้ เพื่อแบ่งเบาภาระงานที่ต้องรับผิดชอบ

ข้อจำกัดของการใช้บริการของกิจการโฆษณาประเภทนี้ คือ กิจการโฆษณาประเภทนี้ มักจะไม่มีความรู้หรือไม่มีประสบการณ์ในสินค้าใดสินค้านิ่งโดยเฉพาะ และมักจะมีทรัพยากรจำกัด ทำให้ให้บริการได้จำกัด เนื่องจากมักจะมีคนทำงานเพียง 2 - 3 คนเท่านั้น

กิจการโฆษณาที่ให้บริการด้านสื่อโฆษณา (Media Services) _____

เป็นกิจการโฆษณาอีกประเภทหนึ่งที่ตั้งขึ้นมาเพื่อให้บริการด้านการซื้อสื่อโฆษณา โดยเฉพาะ การซื้อเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์ กิจการโฆษณาประเภทนี้เกิดขึ้นและพัฒนาขึ้นมาเพื่อ

สนองความต้องการร่วมกับกิจการโฆษณาของบริษัทผู้โฆษณาและกิจการโฆษณาที่ให้บริการเฉพาะ
 ด้านสร้างสรรค์ ทั้งนี้เพราะกิจการโฆษณาของบริษัทผู้โฆษณา อาจทำงานทุกด้าน ยกเว้นการซื้อ
 สื่อโฆษณาก็ได้ หรือบริษัทที่ให้บริการของกิจการโฆษณาที่ให้บริการทุกด้านนั้น อาจให้บริการทุกด้าน
 ยกเว้นบริการด้านการซื้อสื่อโฆษณาก็ได้ แล้วมาให้บริการของกิจการโฆษณาประเภทนี้แทน

ข้อดีของกิจการโฆษณาประเภทนี้ ก็คือ ราคาสื่อที่ซื้อจากกิจการโฆษณาประเภทนี้
 มักจะถูกกว่า ราคาสื่อโฆษณาทั่วไป และให้โอกาสบริษัทผู้โฆษณาที่จะเลือกซื้อสื่อโฆษณาเมื่อต้องการได้

ส่วนข้อเสีย ก็คือว่า การให้บริการของกิจการโฆษณาประเภทนี้ มักจะเสียค่าใช้จ่าย
 มากกว่า การให้บริการของกิจการโฆษณา และการให้บริการของกิจการโฆษณาประเภทนี้อาจทำให้
 การวางแผนโครงการรณรงค์โฆษณาทั้งโครงการเสียไป หรือต้องแยกวางแผนเป็นเรื่อง ๆ ไป

ข่ายความร่วมมือของกิจการโฆษณา (Advertising Agency Network), _____

กิจการโฆษณาใหญ่มีการเปิดสาขาของตนในภาคต่าง ๆ ที่สำคัญของประเทศ ซึ่งทำให้
 มีความสะดวกในการดำเนินงานและทำให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้มากขึ้น แต่กิจการโฆษณา
 เล็ก ๆ ไม่อาจทำเช่นนี้ได้ แม้ว่าจะมีความต้องการอย่างเดียวกัน ซึ่งอาจเป็นเพราะขาดเงินทุน
 หรือความสามารถในการบริหารงานที่ดี แต่กิจการโฆษณาเล็ก ๆ ก็แก้ปัญหานี้ด้วยการจัดข่ายงาน
 ของกิจการโฆษณา ซึ่งเป็นการร่วมมือของกิจการโฆษณาที่ตั้งในภาคต่าง ๆ โดยที่กิจการเหล่านี้
 จะไม่มีการแข่งขันกันเอง แต่จะมีการให้บริการเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารและข้อมูลในด้าน
 ต่าง ๆ เช่น วิธีการดำเนินงาน ต้นทุนการดำเนินงาน เป็นต้น และมีการแลกเปลี่ยนบริการ คือ
 การเชื่อมเยียนลูกค้าแทนกัน การสำรวจกิจกรรมของกลุ่มแข่งขัน การทำสัญญากับสื่อโฆษณาในท้องถิ่น
 นั้นแทน เป็นต้น นอกจากนี้ ก็มีการพบปะแลกเปลี่ยนความรู้กันเป็นประจำด้วย วิธีนี้ทำให้กิจการ
 โฆษณาเล็ก ๆ ที่เป็นสมาชิกของข่ายงานนี้สามารถแข่งขันกับกิจการโฆษณาขนาดใหญ่ได้

สมาคมกิจการโฆษณาของสหรัฐอเมริกา (American Association of Advertising Agencies หรือ AAAA) _____

เป็นสมาคมทางการค้าของธุรกิจประเภทกิจการโฆษณา ตั้งขึ้นในปี 1917 โดยคำแนะนำของสื่อโฆษณา เพื่อทำหน้าที่เป็นโฆษกของกิจการโฆษณาของประเทศ

วัตถุประสงค์ที่สำคัญของสมาคมนี้⁸ มี

1. บังคับ ปรับปรุง และทำให้ธุรกิจค้ำกิจการโฆษณามั่นคงขึ้น
2. พัฒนาการโฆษณาให้ก้าวหน้าโดยให้ความช่วยเหลือเกี่ยวกับการอบรมพนักงาน ส่งเสริมการวิจัยค้ำงานโฆษณา ตั้งกฎมาตรฐาน จรรยาบรรณให้สมาชิกปฏิบัติ และให้ความร่วมมือกันระหว่างสถาบันทางการโฆษณา
3. ให้บริการแก่สมาชิก ในสิ่งที่สมาชิกไม่อาจทำเองได้ หรือทำไม่ได้ดี เท่าหรือเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่า ถ้าให้สมาคมทำ ให้ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุนของกิจการโฆษณา กฎหมาย ภูมิ้องการทำบัญชี และอื่น ๆ

สมาคมนี้มีสมาชิกแรกตั้งจำนวน 111 กิจการ ในปัจจุบันมีสมาชิกประมาณ 350 บริษัท แต่กักรอบกลุ่ม $\frac{3}{4}$ ของงานโฆษณาที่ทำโดยกิจการโฆษณาในอเมริกา การสมัครเป็นสมาชิกของสมาคมนี้ กิจการโฆษณาจะต้องกรอกใบสมัครมาตรฐาน ที่มีรายการเกี่ยวกับชื่อผู้เป็นเจ้าของ ชื่อลูกค้าปัจจุบัน ลูกค้าที่เสียไปในระยะ 2 ปีที่ผ่านมา และอื่น ๆ กิจการโฆษณาที่จะสมัครเป็นสมาชิกนี้จะต้องมีคุณสมบัติตามที่สมาคมกำหนด ทั้งนี้โดยไม่ว่าถึงขนาด ปริมาณงาน แต่จะต้องมีประสบการณ์มากพอที่จะทำงานได้อย่างมั่นคง คือจะต้องทำงานมาไม่น้อยกว่า 2 ปี เป็นต้น

กิจการโฆษณาในประเทศไทย _____

จากหลักฐานที่ปรากฏพบว่า กิจการโฆษณาแรกที่ตั้งขึ้นในประเทศไทยคือ บริษัทสยามแอดเวอร์ไทซิง ตั้งในปี 2467 เป็นกิจการที่ดำเนินงานโดยชาวต่างประเทศ ในภายหลังได้เลิกกิจการไป เนื่องจากฐานะทางการเงินไม่ดี สำหรับบริษัทของคนไทยที่เริ่มใช้บริการของกิจการโฆษณาก็คือ บริษัทนายเลิศ ทั้งนี้เพราะเดิมบริษัทนายเลิศขายสินค้าหลายประเภท ต่อมา

ในปี 2494 ก็มีกิจการโฆษณาของชาวต่างประเทศ 2 บริษัท ได้เข้ามาเปิดกิจการในประเทศไทย คือ บริษัทไกรกแอคเวอร်ไทยซึ่ง จำกัด และบริษัทคาเธีย์แอคเวอร်ไทยซึ่งจำกัด โดยใช้สื่อโฆษณาที่มี อยู่ในสมัยนั้น ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวิทยุกระจายเสียง

จากการเติบโตทางเศรษฐกิจทำให้กิจการค้าภายในประเทศขยายตัว บริษัทที่มี ขอบข่ายงานธุรกิจระหว่างชาติเกิดขึ้นมากมาย ประกอบกับต่างประเทศได้หันมาลงทุนในประเทศไทย เพิ่มขึ้น

ในปี 2496 บริษัทแกรนแอนคีย์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นกิจการโฆษณาขนาดใหญ่ ของสหรัฐอเมริกา ได้เข้ามาเปิดสาขาในประเทศไทย บริษัทนี้ในปัจจุบันได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัทเคนยอนแอนคีย์เอ็คคาร์ท (ประเทศไทย) จำกัด หลังจากนั้นไม่นานนัก กิจการโฆษณาที่มีขอบข่าย งานทั่วโลก ก็ได้ทยอยเข้ามาเปิดสาขาในประเทศไทย อาทิเช่น บริษัทโอกลิว์แอนคีย์เมเธอร์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทลิงก์แมคคานน์แอรริคสันจำกัด บริษัทลินทาสจำกัด บริษัทเท็คเบทส์จำกัด บริษัทมาร์กทินจำกัด บริษัทลิโอเปอร์เนตต์จำกัด บริษัทสยามนิปปอนคอร์ปอเรชั่นจำกัด ในช่วงเวลา ดังกล่าวนี้น คนไทยก็เริ่มมีความรู้ความชำนาญในด้านการโฆษณาก็ได้เปิดกิจการโฆษณาขึ้นอีกหลายแห่ง เช่น บริษัทฟาร์อีสแอคเวอร်ไทยซึ่งจำกัด บริษัทมิชชั่นอาร์ตแอคเวอร်ไทยซึ่งจำกัด บริษัทไฟร์สตาร์- มาร์เก็ตติ้งจำกัด บริษัทโปรเกรสซิฟพลิซิติ จำกัด บริษัทดีทแฮล์มโฆษณาจำกัด บริษัทสหโฆษณาจำกัด บริษัทเบรนส์จำกัด เป็นต้น จากการที่มีกิจการโฆษณาเกิดขึ้นอย่างมากมาย ทำให้มีการแข่งขันด้าน ผลงานโฆษณาอย่างมาก แต่อย่างไรก็ดี กิจการโฆษณาที่ประสบผลสำเร็จมักเป็นกิจการโฆษณาของ ชาวต่างประเทศ ทั้งนี้เพราะกิจการโฆษณาของคนไทยยังไม่เป็นที่เชื่อถือของบริษัทต่าง ๆ เท่าที่ควร

สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย

สมาคมนี้ตั้งมาประมาณ 22 ปีแล้ว มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ผดุงเกียรติ สร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกันในระหว่างสมาชิก
2. แลกเปลี่ยนความรู้ในระหว่างสมาชิก ติดต่อประสานงานกับสถาบัน การโฆษณาและสถาบันที่เกี่ยวข้องทั้งในและนอกประเทศ

3. เผยแพร่คุณค่าของการโฆษณา ดึงดูดจัดให้มีการหารือประสานงานเพื่อประสิทธิภาพของงานโฆษณา และให้คำแนะนำทางการโฆษณาตามความต้องการของสถาบันต่าง ๆ
4. เพิ่มพูนมาตรฐานในวิชาและอาชีพโฆษณา
5. ดำเนินการอื่นใดเพื่อประโยชน์ในวิชาชีพโฆษณาและสมาคมนี้ไม่เกี่ยวข้องกับ การเมือง

สมาคมนี้มีสมาชิกทั้งประเภทบุคคลและสถาบัน ผู้ที่เป็นสมาชิกของสมาคมจะต้อง ปฏิบัติตามข้อบังคับของสมาคม

คำถามท้ายบท _____

1. "กิจการโฆษณาเป็นธุรกิจที่มีความชำนาญพิเศษ" ท่านเห็นด้วยกับคำกล่าวนี้หรือไม่ จงให้เหตุผลประกอบ และอธิบายด้วยว่า กิจการโฆษณามีความชำนาญพิเศษด้านใด อย่างไร และความชำนาญพิเศษนี้เป็นที่ต้องการหรือไม่ อย่างไร
2. การโฆษณาสินค้าอุปโภคบริโภคและการโฆษณาสินค้าอุตสาหกรรม มีข้อแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
3. กิจการโฆษณาที่สมบูรณ์แบบ กิจการโฆษณาของบริษัทผู้โฆษณา และกิจการโฆษณาที่ให้บริการเฉพาะด้าน มีสิ่งที่คล้ายคลึงกัน และแตกต่างกันในด้านใด อย่างไรบ้าง