

ความหมาย

A.

Account Executive : เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า คือ พนักงานของบริษัทตัวแทนโฆษณาผู้รับผิดชอบการวางแผนและการจัดทำโฆษณาของลูกค้า โดยทำหน้าที่เป็นคณกลางหรือผู้ประสานงานระหว่างบริษัทตัวแทนโฆษณากับบริษัทผู้โฆษณา

Account Director : ผู้บริหารเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า, หัวหน้าของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า

Accuracy : ความถูกต้อง คือ ขอบเขตที่ผลของการสำรวจมีค่าเท่ากับมาตรฐานที่กำหนดไว้หรือเท่ากับค่าที่แท้จริง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผลที่ได้ไม่มีความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างและความคลาดเคลื่อนอื่น ๆ เป็นศัพท์ในด้านการวิจัยโฆษณา

Across the board : รายการที่ออกอากาศในเวลาเดียวกันทุกวัน สัปดาห์ละ 5 วันขึ้นไป

Address : ในเรื่องการประมวลข้อมูลมีความหมายดังนี้

- 1) ตำแหน่งที่ตั้งของข้อมูลที่เก็บไว้โดยใช้ชื่อสัญลักษณ์หรือตัวเลข
- 2) ส่วนหนึ่งของคำสั่งที่สั่งให้ส่วนปฏิบัติการของเครื่องคอมพิวเตอร์ทำงานตามคำสั่ง

Adjacency : ในการกระจายเสียง หมายถึงเวลาที่ใช้ในการโฆษณาก่อนหรือหลังรายการวิทยุหรือโทรทัศน์

Advertiser : ผู้โฆษณา หมายถึง ผู้ที่ประสงค์จะโฆษณาสินค้าหรือการบริการของตนซึ่งตนเองอาจดำเนินการเองหรือไปว่าจ้างบริษัทตัวแทนโฆษณาให้ดำเนินการแทนก็ได้

Advertiser's copies : ตัวอย่างชิ้นงานโฆษณาที่เจ้าของสื่อมอบให้ผู้โฆษณา (Advertiser) เพื่อแสดงให้เห็นว่า งานโฆษณาของเขา (ผู้โฆษณา) ที่ออกมามีรูปร่างประการใด

Advertising : การโฆษณา คือ ปฏิบัติการที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพื่อก่อให้เกิดการเสนอหรือการส่งเสริมสินค้า บริการ และความคิดเห็นขององค์การหรือหน่วยงานซึ่งเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย การโฆษณานี้แตกต่างจากการโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda) และการโฆษณาเผยแพร่ (publicity) ที่ว่าการโฆษณามักจะมีการกล่าวถึงผู้อุปถัมภ์เสมอ

การโฆษณา คือ การเสนอแนะและการส่งเสริมสินค้า บริการ หรือความคิดเห็นต่าง ๆ โดยผ่านสื่อกลางที่มีใช้ตัวบุคคลไปยังผู้บริโภค โดยมีผู้อุปถัมภ์หรือมีผู้ออกค่าใช้จ่ายเสมอ

Advertising agency : ตัวแทนโฆษณา หมายถึง บริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการวางแผน การสร้างสรรค์และการผลิตงานโฆษณา ตลอดจนรับเป็นผู้ทำสัญญาในการใช้สื่อในนามของลูกค้า (บริษัทที่ต้องการโฆษณา)

Advertising agency network : การรวมกลุ่มของบริษัทโฆษณา (10 ถึง 30 บริษัท) เพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยไม่มีการแข่งขันแย่งลูกค้ากันเองในระหว่างสมาชิกของกลุ่ม

Advertising campaign : การรณรงค์โฆษณา ซึ่งเป็นความพยายามของนักโฆษณาที่จะเผยแพร่สื่อโฆษณาของตนโดยมีเป้าหมาย วัตถุประสงค์และระยะเวลาของการรณรงค์อย่างเด่นชัด ตลอดจนมีการประเมินผลว่า ผลจากการรณรงค์โฆษณาชุดดังกล่าวได้รับความสำเร็จมากน้อยเพียงใด

Advertising council : สภาการโฆษณาได้รับการจัดตั้งและสนับสนุนโดยบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการโฆษณา และมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดดำเนินการเกี่ยวกับการโฆษณาที่เป็นสาธารณประโยชน์ สื่อชนิดต่าง ๆ จะลงพิมพ์กระจายเสียงหรือทำการโฆษณาของสภานี้ จะไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ (ในต่างประเทศ)

Advertising cycle : วัฏจักรของการโฆษณา ซึ่งนักการตลาดโดยทั่วไปจัดแบ่งออกเป็น 3 ระยะด้วยกัน คือ ระยะเริ่มต้นบุกเบิก (pioneering) ระยะแข่งขัน (competitive) และระยะเตือนความทรงจำ (retentive) วัฏจักรของการโฆษณาบางครั้งเรียกกันอีกอย่างหนึ่งคือ ขั้นตอนของการโฆษณา Advertising Stages

Advertising Hall of Fame : การประกาศเกียรติคุณด้านการโฆษณาซึ่งได้รับการสนับสนุนโดยสมาพันธ์โฆษณาแห่งอเมริกา (American-Advertising Federation) โดยทุก ๆ ปี จะมีการคัดเลือกผู้ที่มีผลงานดีเด่นในการเสริมสร้างความก้าวหน้าให้กับการโฆษณาที่มีต่อสังคมและเศรษฐกิจ จำนวน 3 ท่าน การคัดเลือกนี้กระทำโดยสภาซึ่งได้รับเลือกมาจากบุคคลที่มีชื่อเสียงด้านการโฆษณาในทุก ๆ ปีอีกทีหนึ่ง การประกาศเกียรติคุณนี้จัดตั้งขึ้นในปี 1949 ส่วนบุคคลที่จะได้รับการคัดเลือกเพื่อประกาศเกียรติคุณจะต้องถึงแก่กรรมมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี (ในต่างประเทศ)

Advertising Research : การวิจัยโฆษณา โดยทั่วไปจะเกี่ยวข้องกับการวิจัยสื่อโฆษณาหรือการวิจัยด้านการสร้างสรรค์งานโฆษณา การวิจัยสื่อโฆษณาและการวิจัยประสิทธิภาพของการโฆษณา เป็นต้น การวิจัยสื่อโฆษณามีชื่อเรียกว่า Content Research หรือการวิจัยด้านการสร้างสรรค์งานโฆษณา (Creative Research) การวิจัยสื่อโฆษณา (Media Research) และการวิจัยประสิทธิภาพของการโฆษณา (Advertising Effectiveness Research)

Advertising Research Foundation : สมาคมวิจัยโฆษณาประกอบด้วยสมาชิกที่เป็นบริษัทผู้โฆษณา บริษัทตัวแทนโฆษณาสื่อต่าง ๆ บริษัทวิจัย มหาวิทยาลัยและสถานศึกษาวิชาชีพชั้นสูง สมาคมนี้ดำเนินการโดยไม่มุ่งหาผลกำไรและรับผิดชอบในการส่งเสริมให้มีการทำวิจัยและค้นคว้าในสาขาการโฆษณาและการตลาด

Advertising Specialty : ของกำนัลที่มีชื่อบริษัทหรือเครื่องหมายการค้า ซึ่งบริษัทผู้โฆษณา จะแจกให้กับลูกค้า โดยทั่วไปมักมีราคาต่ำ

Advertising weight : น้ำหนักของการโฆษณาหรือปริมาณของการโฆษณาที่ใช้ในการส่งเสริม สินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ปริมาณมากน้อยนี้อาจพิจารณาได้จากระยะเวลาของการลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ ความถี่ของการลงโฆษณาและหรือการโฆษณา ณ จุดขาย เป็นต้น

Affidavit : คำมั่นของสถานีวิทยุหรือโทรทัศน์ว่า จะออกอากาศรายการโฆษณาตามแบบ และจำนวนเวลาที่ได้ระบุไว้ในใบสำคัญ

Affiliate : สถานีวิทยุหรือโทรทัศน์ที่เป็นของสถานีเครือข่าย หรือสถานีที่ออกอากาศโดยใช้รายการของสถานีเครือข่าย (network)

Agate line : หน่วยสำหรับวัดเนื้อที่โฆษณาในหนังสือพิมพ์ 1 agate line กว้าง 1 คอลัมน์ สูง 1/14 นิ้ว

Agency Commission : ส่วนลดที่สื่อจ่ายให้แก่บริษัทตัวแทนโฆษณาที่ซื้อเวลาหรือเนื้อที่ของสื่อ นั้น ๆ ในนามของบริษัทผู้โฆษณา โดยทั่วไปจะลดให้ 15%

Agricultural Publishers Association : สมาคมผู้พิมพ์ผู้โฆษณาหนังสือด้านการเกษตร สมาชิกประกอบด้วยบริษัทที่พิมพ์หนังสือและวารสารการเกษตร ซึ่งเป็นสมาชิกของสำนักงานตรวจสอบจำนวนตีพิมพ์ (Audit Bureau of Circulation) หน้าที่ความรับผิดชอบคือ การพัฒนาการใช้ประโยชน์จากหนังสือและวารสารการเกษตร (ในต่างประเทศ)

Aided recall : วิธีของการค้นคว้าวิจัยชนิดหนึ่งที่ใช้คำถามหรือสิ่งต่าง ๆ อาทิ ฉลากสินค้า เพื่อช่วยเตือนความทรงจำของผู้ตอบเกี่ยวกับสิ่งที่เคยผ่านสายตามาก่อน

Air check : การอัดเทปขณะที่กำลังออกอากาศรายการหรือกำลังโฆษณาสินค้า เพื่อนำมาตรวจสอบดูว่าตรงตามที่ต้องการหรือไม่

Allotment : ในด้านการโฆษณากลางแจ้ง หมายถึง จำนวนแผ่นป้ายของการโฆษณาชนิดหนึ่งที่มีอยู่ในตลาดหรือบริเวณเป้าหมายนั้น

Alternate sponsorship : บริษัทผู้โฆษณา 2 บริษัทอุปถัมภ์รายการออกอากาศเดียวกัน โดยผลัดกันอุปถัมภ์กันคนละ 1 สัปดาห์ เช่น สัปดาห์แรก บริษัท ก. ได้สิทธิโฆษณา สัปดาห์ต่อมา บริษัท ข. ได้สิทธิโฆษณา สลับกันไปสลับกันมา

American Advertising Federation : สหพันธ์โฆษณาแห่งอเมริกาเป็นการรวมตัวกันของสโมสรและสมาคมโฆษณาในท้องถิ่นต่าง ๆ โดยมีสมาชิกที่ประกอบด้วยบริษัทผู้โฆษณา บริษัทตัวแทนโฆษณา สื่อโฆษณา ผู้จัดหาอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการโฆษณา และบุคคลที่สนใจต่ออุตสาหกรรมการโฆษณา

American Association of Advertising Agencies (AAAA) : สมาคมบริษัทตัวแทนโฆษณารับผิดชอบในการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินธุรกิจของบริษัทตัวแทนโฆษณา การส่งเสริมให้กิจการโฆษณาเกิดความก้าวหน้าและการให้บริการในลักษณะต่าง ๆ แก่สมาชิก

American Business Press. Inc. : สมาชิกประกอบด้วยบริษัทหนังสือพิมพ์และวารสารการค้าอิสระ ซึ่งได้รับการรับรองจำนวนตีพิมพ์จากหน่วยงานตรวจสอบที่ไม่มุ่งผลกำไร และซึ่งยอมรับในข้อบัญญัติเกี่ยวกับการตีพิมพ์ของสมาคม หน้าที่รับผิดชอบคือ การปรับปรุงบริการของหนังสือและวารสารการค้าและตลอดจนส่งเสริมให้มีการใช้หนังสือและวารสารการค้าธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

American Marketing Association : สมาคมการตลาดของสหรัฐอเมริการับผิดชอบในการพัฒนาวิชาการด้านการตลาดให้ก้าวหน้าอยู่เสมอ สมาชิกของสมาคมประกอบด้วยนักวิชาการ ผู้ที่ทำงานวิจัย และผู้บริหารด้านการตลาด

American Newspaper Publishers Association : สมาคมผู้พิมพ์ผู้โฆษณาหนังสือพิมพ์แห่งอเมริกามีหน้าที่รับผิดชอบในการให้บริการต่อสมาชิกและส่งเสริมความก้าวหน้าของธุรกิจหนังสือพิมพ์รายวัน สมาชิกของสมาคมนี้ประกอบด้วยผู้พิมพ์ผู้โฆษณาหนังสือพิมพ์รายวันในสหรัฐอเมริกา

American Research Bureau : สำนักงานวิจัยของสหรัฐอเมริกา สำนักงานนี้ทำการวิจัยความนิยมรายการโทรทัศน์ โดยใช้วิธีให้ผู้รับชมทำบันทึกประจำวันว่าชมรายการไหนบ้าง โดยใช้ระบบ “Arbitron”

Amplitude modulation (AM) : วิธีการส่งสัญญาณวิทยุมาตรฐานโดยที่ความแรงของคลื่นสัญญาณที่ส่งออกไปถูกเปลี่ยนให้เหมาะหรือสอดคล้องกับเสียงที่เกิดขึ้นในครั้งแรก

Angled poster panel : แผ่นป้ายโฆษณากลางแจ้งที่ติดตั้งให้อยู่ในลักษณะที่เกิดเป็นมุมโดยตั้งให้ด้านหนึ่งของแผ่นป้ายเอียงไปทางด้านหลังประมาณ 6 ฟุต หรือมากกว่านั้น เพื่อให้ยานยนต์ที่กำลังเคลื่อนไหวย่อมมองเห็นได้

Animation : การทำให้วัตถุที่คงที่มีการเคลื่อนไหว

- 1) ในการโฆษณา ณ จุดซื้อ หมายถึง การตั้งแสดงสินค้าโดยการทำให้สินค้านั้นมีการเคลื่อนไหว
- 2) ในการโฆษณากลางแจ้ง การเคลื่อนไหวของชิ้นส่วนต่าง ๆ ของแผ่นป้ายโฆษณาที่ใช้ไฟฟ้าปิดเปิดสลับกัน
- 3) ในด้านโทรทัศน์ หมายถึง วิธีการในการผลิตการ์ตูนที่ใช้ในการทำให้ภาพวาดนิ่งเคลื่อนไหวได้

Announcement : การออกอากาศรายการโฆษณาสั้น ๆ ของสถานีวิทยุหรือสถานีโทรทัศน์ นอกเหนือจากรายการใดรายการหนึ่ง มีความหมายเหมือนกับคำว่า spot หรือ spot announcement

Answer print (TV) : फिल्मหนังโฆษณาที่สมบูรณ์แล้ว ซึ่งเป็นฟิล์มที่รวมเสียงพูดเสียงดนตรี และภาพเพื่อใช้ในการออกอากาศ ฟิล์มนี้จะได้รับการจัดทำขึ้นมาหลาย ๆ ชุด เพื่อแจกจ่ายไปยังสถานีโทรทัศน์และโรงภาพยนตร์ต่าง ๆ

Appeal, Advertising appeal : สิ่งที่คุณโฆษณาใช้เป็นเครื่องจูงใจ ผู้คาดหวังให้เกิดทัศนคติและความรู้สึกเห็นคล้อยตามตน

Appropriation, advertising, Advertising appropriation : จำนวนเงินที่จัดสรรไว้สำหรับการโฆษณา

Apron : ชิ้นส่วนจำพวกไม้หรือวัสดุอื่น ๆ ขัดสานหรือถักกันเป็นตารางในตอนล่างของป้ายโปสเตอร์หรือภาพเขียนเพื่อให้ดูสวยงาม

Arbitron reports : เป็นระบบของการวัดอัตราความนิยมที่มีต่อรายการทางวิทยุโทรทัศน์ และวิทยุกระจายเสียง ซึ่งริเริ่มดำเนินการโดยบริษัท Arbitron จนเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปในเวลาต่อมา

Area of Dominant Influence (ADI) : เขตอิทธิพลของสถานีโทรทัศน์ (แบ่งตามสภาพภูมิประเทศ) ซึ่งหมายรวมถึงเมืองต่าง ๆ ที่ชมรายการของสถานีโทรทัศน์ของตนมากกว่ารายการของสถานีโทรทัศน์แห่งอื่น ๆ เขตอิทธิพลนี้จะนำมาใช้ในการตัดสินใจขยายตลาดของสถานี

Area sample : ตัวอย่างที่ใช้ในการคำนวณความน่าจะเป็นซึ่งได้สุ่มมาจากพื้นที่หรือบริเวณที่ได้กำหนดไว้ (เป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling))

Arrears : ผู้บอกรับหนังสือพิมพ์ที่ยังมีรายชื่ออยู่ในบัญชีชื่อผู้บอกรับหนังสือ ถึงแม้ว่าระยะเวลาการบอกรับของเขาจะหมดอายุไปแล้ว

Art Director : ผู้กำกับฝ่ายศิลป์หรือบุคคล ผู้ซึ่งเป็นผู้สร้างสรรค์ความคิดในการทำสื่อโฆษณาขึ้นมา

Association of Industrial Advertisers : สมาคมของผู้โฆษณาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สมาชิกสามัญของสมาคมนี้ประกอบด้วยบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจเกี่ยวกับการโฆษณาของบริษัทที่ผลิตสินค้าอุตสาหกรรม หน้าที่ของสมาคมนี้คือ การปรับปรุงการโฆษณาและวิธีการทางการตลาดที่เกี่ยวข้องของสินค้าอุตสาหกรรม ตลอดจนการใช้การโฆษณาและวิธีการด้านการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

Association of National Advertisers : สมาคมผู้โฆษณาแห่งชาติ สมาชิกของสมาคมนี้ประกอบด้วยบริษัทขนาดใหญ่ที่มีขอบเขตการโฆษณาทั่วประเทศ หรือในบางภูมิภาค สมาคมนี้ตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากการโฆษณาในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการขายและเครื่องมือของผู้บริหารให้มีประสิทธิภาพ

Audience : จำนวนประชากรทั้งหมดที่ได้รับข่าวสารจากการโฆษณาผ่านสื่อชนิดใดชนิดหนึ่งหรือจากสื่อหลาย ๆ ชนิดรวมกัน

Audience accumulation : จำนวนประชากรสะสมที่สื่อโฆษณาเข้าถึง ซึ่งเพิ่มขึ้นจากจำนวนเงินเดิมภายหลังจากที่ผู้โฆษณาได้เพิ่มปริมาณการโฆษณาทางสิ่งพิมพ์หรือโดยการออกอากาศแล้ว

Audience breakdown หรือ Share of audience : จำนวนหรือสัดส่วนของผู้ที่มีเครื่องรับโทรทัศน์หรือวิทยุที่รับชมหรือฟังรายการของสถานีใดสถานีหนึ่ง

Audience composition : สัดส่วนของประชากรกลุ่มต่าง ๆ ที่จัดกลุ่มตามอายุ เพศ รายได้ และอื่น ๆ ที่สื่อโฆษณาหรือข่าวสารจากการโฆษณาเข้าถึง

Audience duplication : บุคคลที่สื่อโฆษณาได้เข้าถึงแล้วครั้งหนึ่ง ต่อมาได้มีสื่ออื่นเข้าถึงและเกิดความซ้ำซ้อนกันขึ้นอีก

- Audience exposure** : สำหรับแผ่นป้ายโฆษณากลางแจ้ง หมายถึง จำนวนผู้พบเห็นแผ่นป้ายดังกล่าว ซึ่งนำมาใช้ในการศึกษาผู้พบเห็นสื่อโฆษณาประเภท Transit Advertising ด้วยเช่นกัน และมีความหมายเช่นเดียวกันข้างต้น
- Audience flow** : จำนวนผู้ชมหรือผู้ฟังรายการโทรทัศน์หรือวิทยุรายการใดรายการหนึ่งที่มีมากขึ้นหรือน้อยลงเนื่องจากรายการที่ออกอากาศก่อนหน้ารายการนั้นเป็นสาเหตุ
- Audience measurement** : การศึกษาวิจัยเพื่อหาจำนวนและลักษณะของบุคคลที่สื่อชนิดต่าง ๆ เข้าถึงหรือที่ได้รับข่าวสารจากการโฆษณา
- Audience, pass-along** : ผู้ที่อ่านเพียงบางส่วนของสิ่งพิมพ์และไม่ได้เป็นผู้อ่านคนแรก ผู้อ่านที่ได้รับการส่งต่อมา
- Audience, primary, Primary audience** : ผู้ที่บอกรับสิ่งพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่งซึ่งจะได้รับสิ่งพิมพ์นั้นก่อนคนอื่น ๆ หรือหมายถึงผู้อ่านของสิ่งพิมพ์ที่จัดพิมพ์ขึ้นมาเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง
- Audience Research** : การวิจัยผู้รับสื่อโฆษณา ซึ่งโดยทั่วไปเป็นการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะของผู้รับสื่อ จำนวนผู้รับสื่อ, พฤติกรรมการรับสื่อ และรายการที่ได้รับความนิยมจากผู้รับสื่อ เป็นต้น
- Audience survey** : การสำรวจผู้รับสื่อเพื่อประมาณจำนวนประชากรที่สื่อโฆษณาชนิดต่าง ๆ เข้าถึง ซึ่งเป็นวิธีการวิจัยผู้รับสื่อโฆษณาวิธีหนึ่ง
- Audimeter** : เครื่องมือประเภทเครื่องไฟฟ้าติดตั้งไว้ที่เครื่องรับโทรทัศน์ เพื่อใช้บันทึกการรับรายการจากเครื่องรับนั้น ซึ่งเครื่องมือนี้จะทำงานทันทีในขณะที่มีการเปิดโทรทัศน์
- Audio** : ส่วนเสียงของรายการวิทยุ, โทรทัศน์หรือของรายการโฆษณา

Audit : การตรวจสอบจำนวนตีพิมพ์หรือจำนวนจำหน่ายของสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ซึ่งจัดทำโดยหน่วยงานอิสระ

Audit Bureau of Circulations : สำนักงานตรวจสอบจำนวนตีพิมพ์เป็นหน่วยงานอิสระที่ประกอบด้วยสมาชิกที่เป็นบริษัทหนังสือพิมพ์วารสาร บริษัทผู้โฆษณาและบริษัทตัวแทนโฆษณาที่อยู่ในสหรัฐและแคนาดา มีหน้าที่ในการตรวจสอบความถูกต้องและจัดทำรายงานข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนตีพิมพ์ออกจำหน่ายของหนังสือพิมพ์ที่เป็นสมาชิกตลอดจนให้บริการด้านการตลาดด้านอื่น ๆ

Audit report : รายงานที่จัดทำโดยสำนักงานตรวจสอบจำนวนตีพิมพ์ เพื่อแสดงว่าสิ่งพิมพ์หนึ่ง ๆ ได้จัดพิมพ์ขึ้นอย่างถูกต้องและตรงตามจำนวนที่ได้แจ้งไว้

Authentication : ประกาศนียบัตรรับรองจำนวนตีพิมพ์ที่สำนักงานตรวจสอบออกให้แก่หนังสือพิมพ์และนิตยสาร (ต่างประเทศ)

Automation : การดำเนินการต่าง ๆ ด้วยระบบอัตโนมัติ

Availability : 1) ในด้านการกระจายเสียง หมายถึง โอกาสที่จะซื้อเวลาได้ตามความประสงค์
2) ในด้านการโฆษณากลางแจ้ง หมายถึง จำนวนหน่วยที่เจ้าของสื่อโฆษณากลางแจ้งได้เปิดโอกาสให้ผู้โฆษณามาโฆษณาได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด

Average audience : จำนวนนาฬิกาเฉลี่ยที่ครัวเรือนได้เปิดเครื่องรับโทรทัศน์ เพื่อชมรายการซึ่งออกอากาศโดยสถานีเครือข่าย (network)

Average paid : จำนวนตีพิมพ์เฉลี่ยที่ถือว่าเป็นจำนวนตีพิมพ์ของหนังสือเล่มนั้นที่นำมาใช้ในการคำนวณรายจ่ายต่าง ๆ จำนวนตีพิมพ์เฉลี่ยคำนวณได้จากการหารจำนวนเล่มทั้งหมดที่ขายหนังสือได้ในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ด้วยจำนวนที่พิมพ์ออกจำหน่ายทั้งหมด