



หลักการโฆษณา



บทที่ 2

ประวัติการโฆษณา (History of Advertising)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เมื่อนักศึกษาได้ศึกษาบทนี้แล้วนักศึกษาสามารถ

1. อธิบายลักษณะสื่อโฆษณาที่ใช้ในสมัยก่อนการประดิษฐ์สิ่งพิมพ์ได้
2. อธิบายพัฒนาการและเหตุการณ์ด้านการโฆษณาที่สำคัญ ในประเทศอังกฤษได้
3. อธิบายพัฒนาการและเหตุการณ์ด้านการโฆษณาที่สำคัญในประเทศสหรัฐได้
4. อธิบายพัฒนาการด้านการโฆษณาในประเทศไทยได้



บทนำ (Introduction)

การโฆษณาอันมีมานานแล้วนับเป็นพัน ๆ ปี หากแต่จะให้กำหนดจุดเริ่มต้นที่แน่ชัดของการโฆษณาก็มักจะขึ้นอยู่กับทำให้คำนิยามของการโฆษณาว่าเป็นอย่างไร เช่น ถ้าเราให้คำนิยามของการโฆษณาว่าเป็นการชักชวนผู้อื่นให้เกิดความสนใจหรือนิยมในสิ่งหนึ่ง ก็อาจจะพูดได้ว่าการโฆษณานั้นเกิดขึ้นมาภายหลังที่มีมนุษย์เกิดขึ้นมาในโลกไม่นานนัก จะเห็นได้ว่าการที่ อีฟ (Eve) กินแอปเปิ้ลและแนะนำให้ Adam กินด้วย ตามที่ปรากฏในคัมภีร์ไบเบิลของคริสตศาสนานั้นก็ถือว่าเป็นการโฆษณาเหมือนกัน แต่ที่ควรจะเป็นสื่อการโฆษณาเริ่มมีขึ้นพร้อม ๆ กับการค้าขายแลกเปลี่ยน อย่างไรก็ตามหลักฐานที่ค้นพบโดยนักโบราณคดีอาจกล่าวได้ว่ามีการโฆษณาเกิดขึ้นในสมัยที่เรียกว่ายุคโบราณและสมัยยุคกลาง ในสมัยดังกล่าวที่อาณาจักรของชาวกรีก โรมันและฟินิเซียนกำลังรุ่งเรืองนั้นได้มีการใช้ “ผู้ป่าวประกาศ” (Criers) และ “พ่อค้าเร่” (hawkers) ประกาศค้าขายทาส, สัตว์ใช้งาน เช่น วัว, ควาย ตลอดจนป่าวประกาศเรื่องต่าง ๆ ต่อสาธารณะ การใช้คนร้องประกาศหรือผู้ป่าวประกาศ (criers) นั้นถือได้ว่าเป็นรูปแบบชนิดแรกของการโฆษณา ทั้งนี้เพราะมนุษย์มีการพัฒนาความชำนาญทางการพูดก่อนที่จะพัฒนาทางการอ่านและเขียน ต่อมาภายหลังจึงได้มีการใช้แผ่นป้ายหรือเครื่องหมาย (signboard) มาใช้ แผ่นป้ายในระยะแรก ๆ นี้ส่วนมากทำด้วยหินหรือดินเผาสีแดง (terra Cotta) และทำเป็นรูปภาพหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ เช่น รูปสะโพกวัว, รูปเด็กถูกตีด้วยไม้เรียว เป็นต้น ระยะเวลาลัดมาจกสมัยยุคกลางจนกระทั่งถึงระยะที่มีการประดิษฐ์แท่นพิมพ์ขึ้นใช้ในการโฆษณา มิได้มีการพัฒนาเจริญเติบโตขึ้นเลย มาเริ่มเจริญอีกครั้งหลังจากที่มีการใช้แท่นพิมพ์ในการพิมพ์มากขึ้นและพัฒนาก้าวหน้าไปอย่างมากมาย ภายหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรมและจนกระทั่งถึงสมัยปัจจุบันการโฆษณาจะมีให้เห็นทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่ออื่น ๆ อย่างมากมายหลายรูปแบบและลักษณะอย่างไรก็ดีจะเห็นได้ว่าถึงแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการโฆษณาจากในอดีตที่มีรูปแบบง่าย ๆ และไม่มีพิธีรีตอง มาเป็นรูปแบบที่สลับซับซ้อนและยุ่งยากของสมัยปัจจุบัน แต่หลักการขั้นพื้นฐานของการโฆษณาซึ่งเป็นการนำข่าวสารหรือความคิดเห็นไปยังบุคคลกลุ่มต่าง ๆ เพื่อเปลี่ยนหรือสร้างทัศนคติก็ยังคงเป็นหลักการที่สืบทอดกันมาโดยตลอดโดยมิได้เปลี่ยนแปลงไปเลย

เพื่อที่จะได้เห็นวิวัฒนาการของการโฆษณาได้ดีขึ้นเราจะศึกษาประวัติการโฆษณาในสมัยเริ่มแรกอย่างกว้าง ๆ และจะพิจารณาการโฆษณาในประเทศที่เป็นผู้นำทางด้านนี้ซึ่งได้แก่อังกฤษและสหรัฐอเมริกาและสุดท้ายจะเป็นประวัติและวิวัฒนาการของการโฆษณาในประเทศไทย

การโฆษณาก่อนการประดิษฐ์สิ่งพิมพ์ : ก่อนคริสตศตวรรษที่ 15

(The Pre-printing stage)

เราอาจจะกล่าวได้ว่าเมื่อเริ่มมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนเกิดขึ้นนั้นคงจะมีการโฆษณาในลักษณะใดลักษณะหนึ่งเป็นแน่ และลักษณะของการโฆษณาในขณะนั้นจะขึ้นกับสื่อโฆษณาที่มีอยู่ ซึ่งในสมัยก่อนการประดิษฐ์สิ่งพิมพ์สื่อที่มีใช้อยู่ในขณะนั้น ได้แก่ แผ่นป้าย (sign), ผู้ป่าวประกาศ (criers) และยี่ห้อเครื่องหมายการค้า (brand and trademark)

ผู้ป่าวประกาศ เป็นการโฆษณาที่ใช้เสียงของคนเป็นผู้ป่าวประกาศ เช่น การป่าวประกาศขายทาสและเลี้ยงสัตว์ เช่น วัว, ควาย, ม้า และการป่าวประกาศเมื่อเรือที่บรรทุกสินค้าที่มาติดต่อกำขายแล่นเข้าเทียบท่า เป็นต้น ผู้ป่าวประกาศมักจะเป็นผู้ที่มีเสียงไพเราะและน่าฟังและบางครั้งก็มีการใช้นักดนตรีแสดงควบคู่ไปด้วย หรืออาจจะมีการใช้เขาสัตว์ (horn) เช่น เขาวัวหรือเขาควายเป็นเพื่อเรียกร้องความสนใจให้คนมาซื้อสินค้า การโฆษณาในลักษณะผู้ป่าวประกาศนี้ใช้กันมาหลายสมัย บางสมัยผู้ป่าวประกาศอาจจะเป็นใครก็ได้ บางสมัยผู้ป่าวประกาศจะต้องได้รับใบอนุญาตให้เป็นพนักงานป่าวประกาศ (The town crier) จากรัฐบาล จนมาถึงปัจจุบันที่รูปแบบของการโฆษณาลักษณะนี้ได้เปลี่ยนจากการป่าวประกาศตามสถานที่ต่าง ๆ ในอดีตมาเป็นการป่าวประกาศทางวิทยุและโทรทัศน์

แผ่นป้ายหรือเครื่องหมาย เป็นลักษณะหนึ่งของการโฆษณาในระยะเริ่มแรกและเป็นสื่อโฆษณาที่เก่าแก่ชนิดหนึ่ง ซึ่งเกิดขึ้นมาภายหลังการโฆษณาโดยผู้ป่าวประกาศไม่นานนัก เนื่องจากความจำเป็นในการแสดงตัว (identification) ของผู้ขาย แผ่นป้ายหรือเครื่องหมายในสมัยแรก ๆ นั้นส่วนมากทำด้วยหิน หรือดินเผา (terra cotta) ซึ่งมีสีแดงและมักจะทำเป็นรูปสัญลักษณ์ (symbol) ต่าง ๆ เช่น รูปแพะใช้เป็นสัญลักษณ์ของร้านขายนม รูปลาลากไม่เป็นสัญลักษณ์ของร้านขายแป้ง เป็นต้น ป้ายหรือเครื่องหมายนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อบอกหรือโฆษณาให้คนทั่ว ๆ ไปรู้ว่าที่ร้านนั้นขายอะไร ในสมัยแรกจะถูกแกะสลักไว้ตามผนังกำแพงข้างประตูทางเข้า แต่สมัยต่อมาแผ่นป้ายได้ถูกติดตั้งไว้ในลักษณะที่แขวนไว้ในที่สูง ๆ หน้าอาคาร, เหนือทางเดินหรือยื่นออกไปในถนนเพื่อให้ผู้ผ่านไปมาได้เห็นชัดขึ้น

ยี่ห้อและเครื่องหมายการค้า เป็นรูปแบบของการโฆษณาชนิดหนึ่งที่เกิดขึ้น ในสมัยยุคกลางเนื่องจากมีการติดต่อกำขายกับเมืองต่าง ๆ ที่อยู่ไกลออกไปจึงจำเป็นต้องมีการทำเครื่องหมายเพื่อให้ทราบว่าผู้ผลิตเป็นใครหรือเกิดขึ้นเนื่องจากช่างฝีมือ (artisan) ที่มีฝีมือดี ต้องการที่จะทำให้ผลงานของตนมีข้อแตกต่างไปจากผลงานของผู้อื่นเพื่อประโยชน์ของการเป็นที่ยอมรับอาทิเช่นการทำเครื่องหมายส่วนตัวของช่างปั้นลงบนรูปที่เขาทำขึ้น เป็นต้น

การโฆษณาในประเทศอังกฤษ (The Advertising in England)

ในระหว่างคริสต์ศตวรรษที่ 15 การโฆษณาในประเทศอังกฤษไม่ได้แตกต่างไปจากการโฆษณาในยุคโบราณและยุคกลางมากนัก กล่าวคือ ยังคงมีการใช้และแผ่นป้ายโดยไม่ได้มีการทำให้ก้าวหน้าขึ้นถึงแม้ว่าจะมีการทำกระดาษขึ้นใช้และมีโรงงานกระดาษขึ้นในยุโรปในปลายคริสต์ศตวรรษที่ 13 (ปี ค.ศ. 1276) แล้วก็ตาม

ในตอนปลายศตวรรษที่ 15 ได้มีข้อความโฆษณาที่เขียนด้วยมือปรากฏขึ้นข้อความโฆษณาในลักษณะที่เขียนด้วยมือนี้มีลักษณะเป็นแผ่นประกาศ (announcement) และมักจะติดแปะไว้ตามประตูโบสถ์หรือที่ต่าง ๆ แผ่นประกาศเหล่านี้เป็นที่รู้จักกันดีในชื่อของ “Siquis” (อ่านว่า ซี-ควิส) ซึ่งมาจากศัพท์ในภาษาลาตินว่า si Quis ซึ่งมีความหมายว่า “ถ้าใครผู้ใด” เพราะแผ่นประกาศเหล่านี้มักจะขึ้นต้นด้วยคำว่า “ถ้าใครผู้ใดต้องการ” หรือ “ถ้าใครผู้ใดรู้” จนกระทั่งปี ค.ศ. 1640 จึงได้มีการใช้คำว่า “advice” แทนคำว่า “siquis” และมีการใช้คำว่า “advertisement” (ข้อความโฆษณา) เป็นคำนำหน้าของการประกาศเกี่ยวกับการค้าตั้งแต่ปี ค.ศ. 1660 เป็นต้นมา

ในช่วงเดียวกันนี้ได้มีการพิมพ์ใบปลิว (handbill or poster) เป็นภาษาอังกฤษขึ้นโดยนาย William Caxton เพื่อทำการโฆษณาขายหนังสือที่เขาพิมพ์ขึ้นชื่อ Salisburi pye ซึ่งเป็นหนังสือเกี่ยวกับกฎปฏิบัติของพระสงฆ์ในเทศกาลอีสเตอร์ ใบปลิวของ Caxton นี้ถือได้ว่าเป็นโฆษณาภาษาอังกฤษฉบับแรก ในประวัติการโฆษณาและเป็นบรรพบุรุษของการโฆษณากลางแจ้ง (outdoor poster) ในปัจจุบันการใช้ใบปลิวเพื่อการโฆษณานี้เป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายมากในศตวรรษที่ 17 ในศตวรรษที่ 18 ได้มีการใช้ “tradesmen’s cards” โดยพ่อค้าเพื่อการโฆษณาสินค้าของตน

หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษฉบับแรกเกิดขึ้นในปี ค.ศ. 1622 ชื่อ Weekly news หลังจากนั้นอีก 3 ปีจึงได้มีการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์เป็นครั้งแรก หลังจากนั้นก็ได้มีการใช้หนังสือพิมพ์ (printing press) เพื่อการโฆษณากันตลอดมา ทำให้เกิดการพัฒนาและการเจริญเติบโตของการโฆษณาโดยลำดับ เป็นที่น่าสังเกตว่าการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ในระยะเริ่มแรกนี้ยังคงใช้วิธีการที่เคยใช้ในสมัยเก่ากล่าวคือ ข้อความโฆษณาเป็นไปในลักษณะของการประกาศ มากกว่าจะเป็นการโฆษณาในลักษณะชักชวนเช่นในปัจจุบัน

พัฒนาการของการโฆษณาในประเทศอังกฤษเป็นไปอย่างช้า ๆ และเกือบหยุดชะงักลงเมื่อรัฐบาลอังกฤษได้ออกกฎหมายเพื่อเก็บภาษีจากหนังสือพิมพ์และจากการโฆษณาในปี ค.ศ. 1712 การเก็บภาษีนี้อำนาจรัฐบาลใช้เป็นเครื่องมือในการปิดปากหนังสือพิมพ์ซึ่งสมัยนั้นกำลังวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลกันอย่างหนัก ภาษีนี้อำนาจรัฐบาลให้หนังสือพิมพ์หลายฉบับต้องปิดตัวเองไป หนังสือพิมพ์

และการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์เริ่มเจริญเติบโตอีกครั้งหนึ่งเมื่อรัฐบาลอังกฤษยกเลิกภาษี
ดังกล่าวในตอนกลาง ศตวรรษที่ 19

การโฆษณาในสหรัฐอเมริกา (The Advertising in United States)

ในระยะเริ่มแรกการโฆษณาในสหรัฐไม่อยู่ในระดับที่ก้าวหน้าเหมือนในอังกฤษ ซึ่ง
อาจเป็นเพราะว่าการตกเป็นอาณานิคมของอังกฤษเป็นเวลาหลายปี และการติดต่อค้าขาย
ไม่เจริญเท่าเมืองแม่ ความเจริญของการโฆษณาจึงมีไม่มากนัก หนังสือพิมพ์ฉบับแรกของ
สหรัฐมีชื่อว่า Boston Newsletter ได้รับการจัดพิมพ์ขึ้นเมื่อวันที่ 24 เมษายน 1704 โดยมี
ข้อความโฆษณาปรากฏอยู่ด้วย เป็นที่น่าสังเกตว่าการโฆษณาของอเมริกันในสมัยนี้มี
รูปแบบเหมือนกับการโฆษณาในประเทศอังกฤษ คือ มีลักษณะเป็นการประกาศ อาทิเช่น
การประกาศให้รางวัลแก่ผู้ที่จับทาสที่หลบหนีไปกลับคืนมา การประกาศขายที่ดินเป็นต้น
อย่างไรก็ดีในอีก 25 ปีต่อมาการโฆษณาเจริญเติบโตขึ้นอย่างมาก โดยการนำของเบนจามิน
แฟรงคลิน (Benjamin Franklin) ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นบิดาแห่งการโฆษณาของอเมริกา Franklin
ได้ทำประโยชน์ให้กับการเจริญเติบโตของการโฆษณาในอเมริกาเป็นอย่างมาก เขาเป็น
เจ้าของหนังสือพิมพ์ Pennsylvania Gazette และสนับสนุนการโฆษณาโดยตลอด เขาเป็น
ผู้ที่เดินทางไปประเทศอังกฤษเพื่อเสนอต่อสภาสมาคมุญให้ยกเลิกภาษีเกี่ยวกับการโฆษณา
ในอเมริกา และประสบความสำเร็จโดยอังกฤษยินยอมยกเลิกภาษีการโฆษณาในอาณานิคม
อเมริกา ในเดือนมีนาคม 1766 ทั้ง ๆ ที่ภาษีนี้ไม่ได้ถูกยกเลิกในประเทศอังกฤษเองด้วย

ในต้นทศวรรษที่ 19 การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ในอเมริกาเจริญรุ่งเรืองขึ้นอย่างมาก
เพราะมีหนังสือพิมพ์จำนวนมากขึ้นและจำนวนตีพิมพ์มีมากขึ้น การเจริญเติบโตของหนังสือพิมพ์
ในระยะนั้นทำให้มีผู้หันมาใช้สื่อประเภทนี้เพื่อการโฆษณากันมากขึ้น และทำให้การโฆษณา
เจริญเติบโตขึ้นอีกก้าวหนึ่ง อย่างไรก็ตามข้อความโฆษณาส่วนมากยังอยู่ในลักษณะของการ
ประกาศอยู่นั่นเอง เช่น ประกาศขายสินค้าจำพวกเสื้อผ้า กาแฟ เนยแข็ง เหล้าองุ่น ประกาศ
เกี่ยวกับทาสหลบหนี เป็นต้น

ต่อมาในสมัยสงครามกลางเมือง (Civil war) ในสหรัฐอเมริกา (ค.ศ. 1861-65) การ
โฆษณามีบทบาทที่เพิ่มขึ้นจากเดิม คือ การโฆษณาได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการเกณฑ์
คนเข้ารับราชการทหารในกองทัพ การประมูลเพื่อสร้างอาวุธสงคราม การออกพันธบัตรรัฐบาล
เพื่อระดมเงินกู้จากประชาชน เมื่อสงครามกลางเมืองสิ้นสุดลงแล้ว มีองค์ประกอบหลายประการ
ที่ทำให้การโฆษณาได้รับการพัฒนาให้เจริญขึ้น เช่น การคิดค้นและประดิษฐ์สิ่งต่าง ๆ ได้สำเร็จ,
การขยายตัวของประชากร, การขยายเส้นทางคมนาคม (ถนนและรถไฟ) เพื่อการสร้าง

อาณานิคมใหม่, การขยายอุตสาหกรรมไปทางตะวันตก และการขยายตลาดการค้าไปยังสถานที่หรือเมืองที่อยู่ไกลออกไป เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ย่อมต้องทำให้เกิดการเจริญก้าวหน้าของการโฆษณาตามไปด้วย นับได้ว่าการโฆษณาในอเมริกาในช่วงระยะหลังจากที่มีหนังสือพิมพ์ฉบับแรกเกิดขึ้นจนถึงระยะเวลาก่อนศตวรรษที่ 20 มีการเปลี่ยนแปลงและเจริญก้าวหน้าอยู่ตลอดเวลาเมื่อเปรียบเทียบกับกาโฆษณาในประเทศอังกฤษ

ต้นศตวรรษที่ 20 เป็นระยะที่เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงแนวความคิดด้านการโฆษณาไปจากเดิมที่มุ่งประกาศเรื่องราวต่าง ๆ หันมาใช้วิธีการและเทคนิคต่าง ๆ ที่มุ่งเพื่อการชักชวนให้คนเกิดความเชื่อถือและคล้อยตาม ตัวแทนโฆษณาซึ่งก่อนหน้านี้เป็นเพียงคนกลางระหว่างผู้โฆษณากับสื่อโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ได้เพิ่มบริการใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าของตนอยู่เรื่อย ๆ มีการนำวิธีการที่มีหลักการและเหตุผล (scientific method) เช่น การวิจัยตลาด, การวิเคราะห์ลูกค้า, การประเมินผลโฆษณาเข้ามาใช้ในการแก้ปัญหาด้านการโฆษณา หลังจากที่ยุทธศาสตร์ครั้งที่ 2 ยุติลง เป็นที่ยอมรับกันในสหรัฐอเมริกาว่าการโฆษณาเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งขององค์การธุรกิจในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมที่ทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นและชักชวนให้มีการบริโภคผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อความสะดวกสบายในการดำรงชีวิตและเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และยังถูกนำมาใช้โดยกลุ่มต่าง ๆ ที่มีชนักรธุรกิจ เช่น กลุ่มศาสนา, พรรคการเมือง, กลุ่มแรงงานและอื่น ๆ ในการชักชวนเพื่อส่งเสริมค่านิยมทางสังคมและเศรษฐกิจอย่างแพร่หลาย

จะเห็นได้ว่าในช่วงหลังของศตวรรษที่ 20 นี้ การโฆษณาได้รับการพัฒนาให้ก้าวหน้าไปอย่างมาก ความพยายามในการยกระดับฐานะของธุรกิจโฆษณามีลักษณะเป็นวิชาชีพประสบความสำเร็จอย่างน่าพอใจ ในปัจจุบันธุรกิจโฆษณามีแนวโน้มในการรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ได้มีการพยายามทั้งในด้านผู้ที่อยู่ในวงการโฆษณาที่ทำการควบคุมตนเอง และในด้านการออกกฎหมายที่จะควบคุมและจัดการโฆษณาที่หลอกลวงหรือไม่เป็นความจริงให้หมดไป ซึ่งถ้าสามารถทำได้สำเร็จจะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมากแก่ทุก ๆ ฝ่ายที่อยู่ในสังคมนั้น ๆ

การโฆษณาในประเทศไทย (The Advertising in Thailand)

คนไทยรู้จักทำการค้าขายมาตั้งแต่สมัยโบราณและยังได้รับการส่งเสริมจากชนชั้นปกครองให้ประชาชนทำมาค้าขายกับชาติอื่น ๆ ด้วยดังจะเห็นได้จากศิลาจารึกของพ่อขุนรามคำแหงตอนหนึ่งว่า “เบื้องดินนอนเมืองสุโขทัย มีตลาดปสาน มีพระอจณ มีประสาท มีป่าหมากพร้าว ป่าหมากกลาง มีไร่ไถนา มีถิ่นฐาน มีบ้านใหญ่บ้านเล็ก” คำว่าปสาน แปลว่า ตลาดที่มีห้องหรือร้านเป็นแถวติดต่อกันมาจากภาษาเปอร์เซียว่า “ปาซาร์”¹ ซึ่งข้อความนี้แสดงว่าคนไทยรู้จักการค้าขายกันมาตั้งแต่โบราณ และเป็นการค้าขายที่เปิดเป็นร้านขายของอยู่ตลอดเวลา และ

จากหลักศิลาจารึกหลักเดียวกันนี้มีข้อความที่แสดงว่าชนชั้นปกครองในสมัยนั้นมีส่วนช่วยส่งเสริมการค้าขายเป็นอย่างมาก โดยยกเลิกภาษีที่เก็บจากสัตว์และสิ่งของที่นำเข้าและออกจากสุโขทัย ดังจะเห็นได้จากข้อความตอนหนึ่งที่ว่า “เมื่อชั่วพ่อขุนรามคำแหงเมืองสุโขทัยนี้ดี ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว เจ้าเมืองบ่เอาจกอบในไพร่ลู่ทาง เพื่อนจูงวัวไปค้า ขี่ม้าไปขาย ใครจักใคร่ค้าช้าง ค้า ใครจักใคร่ค้าม้า ค้า ใครจักใคร่ค้าเงิน ค้าทอง ค้า ไพร่ฟ้าหน้าใส” คำว่า จกอบ หรือจกอบ หรือจกอบเป็นภาษาเขมรแปลว่าภาษีชนิดหนึ่ง ที่เก็บแก่ผู้นำสัตว์หรือข้าวของไปเที่ยวขายในที่ต่าง ๆ หรือหมายความถึงภาษีที่เก็บแต่สัตว์และสิ่งของซึ่งนำมาจำหน่าย² ซึ่งการส่งเสริมให้มีการค้าขายมากขึ้นดังกล่าวนี้มีส่วนทำให้การโฆษณา ซึ่งเป็นสิ่งที่ผูกพันกับการค้าอย่างใกล้ชิดขยายตัวเพิ่มความสำคัญขึ้นด้วย

การโฆษณาในสมัยแรก ๆ น่าจะอยู่ในลักษณะของการใช้เสียงป่าวประกาศเสียมากกว่า เพราะว่าประชาชนยังไม่ค่อยรู้หนังสือ และต่อมาเมื่อการแข่งขันทางการค้าขายมีมากขึ้น จึงมีการใช้เครื่องหมายหรือแผ่นป้าย (sign) และตราयीหือและเครื่องหมายการค้ากันบ้าง โดยเฉพาะในด้านการค้าระหว่างประเทศ สื่อดังกล่าวข้างต้นถูกนำมาใช้ในการโฆษณาเรื่อยมา ตั้งแต่สมัยสุโขทัย สมัยกรุงศรีอยุธยาจนถึงสมัยปัจจุบันโดยมิได้พัฒนาให้ก้าวหน้าไปกว่าเดิมมากนัก

การโฆษณาในประเทศไทยที่มีลักษณะใกล้เคียงกับที่เราคุ้นเคยในปัจจุบันเริ่มมีขึ้นเป็นครั้งแรกในตอนต้นปีพ.ศ. 2407 ในสมัยของรัชกาลที่ 4 แห่งราชวงศ์จักรี เป็นการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อโฆษณาที่สำคัญและมีส่วนช่วยให้การโฆษณาในเมืองไทยก้าวหน้าไปอย่างมาก ดังนั้นการที่จะศึกษาวิวัฒนาการของการโฆษณาในประเทศไทยจะศึกษาได้จากวิวัฒนาการของหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย

การพิมพ์หนังสือเป็นภาษาไทยเริ่มมีขึ้นในระยะเวลาใกล้เคียงกับการเข้ามาในเมืองไทยของ Dr. Dan Beach Bradley M.D. และคณะซึ่งเป็นมิชชันนารีอเมริกันเมื่อประมาณปีพ.ศ. 2380 ต่อมาหมอบรัดเลย์ หรือที่คนไทยสมัยนั้นเรียกว่า หมอบลัดเลได้ตั้งโรงพิมพ์เพื่อพิมพ์หนังสือไทยขึ้น ในระยะแรกใช้เพื่อพิมพ์คำสอนศาสนาในปีพ.ศ. 2382 พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดฯให้จ้างโรงพิมพ์หมอบลัดเลพิมพ์หมายประกาศห้ามสูบบุหรี่ จำนวน 9,000 ฉบับ³ นับเป็นหนังสือราชการชิ้นแรกที่ใช้วิธีการพิมพ์ ต่อมาในปีพ.ศ. 2387 หมอบลัดเลได้ออกหนังสือพิมพ์เล่มแรกขึ้นในประเทศไทย ชื่อ “หนังสือพิมพ์ บางกอกเรคอร์ดเดอร์ (Bangkok Recorder)” พิมพ์เป็นภาษาไทยออกเป็นรายปักษ์อยู่ประมาณ 2 ปี ก็เลิกไปและได้ออกใหม่อีกครั้งหนึ่งเมื่อปีพ.ศ. 2407 ในสมัยรัชกาลที่ 4 ออกเป็นภาษาไทยและเป็นรายปักษ์และมีหนังสือพิมพ์อื่น ๆ ออกมาอีกหลายฉบับที่ล้วนเป็นของชาวต่างชาติที่มาจากยุโรปและอเมริกาทั้งนั้น และในระยะนี้เอง

ที่ได้เริ่มมีการโฆษณาสินค้าทางหนังสือพิมพ์เป็นครั้งแรก ซึ่งโฆษณาทางหน้าหนังสือพิมพ์
ชิ้นแรกเป็นโฆษณาของหมอบลัดเลที่โฆษณาหม้อสวนอุจจาระ ลงในหนังสือพิมพ์บางกอก
รีคอร์เดอร์ เมื่อปีพ.ศ. 2407 มีข้อความดังนี้

“เครื่องสูบน้ำล้างท้อง”

ข้าพเจ้าผู้เจ้าของหนังสือนี้มีเครื่องสูบน้ำสำหรับล้างท้อง 12 สำรับ ได้ซื้อมาจากเมือง
อเมริกัน มาถึงได้ 4 วัน 5 วันแล้ว สูบน้ำนั้นเป็นของอย่างดีมีรู้อุสเสียเลย ใส่ไว้ในหีบไม้เมออดโตนิงามตีนัก
จะขายสำรับละ 8 เหรียญ ถ้าผู้ใดต้องการเชิญท่านมาซื้อโดยเร็ว ของนั้นมีน้อยดอก คงจะหมด
เร็วแล้ว”⁴

โฆษณาข้างต้นเป็นโฆษณาที่ไม่ได้เสียค่าใช้จ่าย โฆษณาชิ้นแรกที่ต้องเสียค่าใช้จ่าย
ในการซื้อสื่อเป็นโฆษณาของอุรือชื่ออุบ่างกอกดอกกำปนี ลงพิมพ์ในหนังสือพิมพ์เล่มเดียว
กันนี้โดยเสียค่าโฆษณาครั้งละ 2 เหรียญ (3 เหรียญ เท่ากับ 5 บาท) โฆษณาชิ้นนี้มีลักษณะ
เป็นการประกาศเพื่อแจ้งให้ทราบ และเป็นโฆษณาที่มีข้อความสั้น ๆ ไม่มีภาพซึ่งเป็นลักษณะ
ของโฆษณาในระยะนั้น โฆษณาของอุรือมีข้อความดังนี้

อุบ่างกอกดอกกำปนีคือเจ้าของอุใหม่

อุแห่งนี้เพิ่งทำแล้ว พร้อมใจจะรับเรือใหญ่ย่อยทุกอย่าง เชิญให้ท่านเจ้าของเรือแลนายเรือ
ทั้งหลายจงพิจารณาอุใหม่นี้ คงจะเห็นว่าเป็นอุดีกว่าอุทั้งปวงในบรูระประเทศนี้ จะได้แก้เรือ
ซ่อมแปลงเสียใหม่โดยสะดวก ที่อุนั้นยาวได้ 300 ฟุตและคงจะให้ยาวกว่านั้นอีก โดยกว้าง
ได้ 100 ฟุต ฤก 15 ฟุต ที่ปากอุมีประตูเรียกว่าไกซัน ถ้าจะปิดมิดได้โดยเร็ว มีเขื่อนสองฟาก
กว้างขวางแข็งแรงนัก กำปนีเล็กกำปนีใหญ่จอดอาศัยอยู่ปากอุได้ในทุกเวลาไม่เป็นอันตรายเลย
แลมีเครื่องจักรสำหรับยกเสากระโดง แลหม้อน้ำสำหรับกลไฟแข็งแรงนัก อุนั้นพร้อมด้วย
เครื่องสูบน้ำไปด้วยกำลังกลไฟมีแรงมาก เพื่อจะได้สูบน้ำให้ออกได้โดยเร็วได้ ไม่ว่าน้ำขึ้นน้ำลง
พร้อมด้วยเครื่องใช้ในการนำเรือใบและเรือกลไฟ แลการนั้นมีนายที่เป็นชาติยุรบ ได้เคยทำการเช่น
นั้นหลายปี จึงชำนาญในการเหล่านั้นทุกอย่าง และลูกจ้างสำหรับอุนั้นเป็นคนเลือกมาแต่ฮ่องกง
และวิมุกุทั้งนั้นเป็นคนชำนาญในการนั้น พวกกำปนีของอุนั้นปรารถนาที่จะให้คนทั้งหลาย
พิเคราะห์ดูว่าอุนี้ตั้งอยู่ที่มีไม้สักบริบูรณ์แลลูกด้วย อนึ่งอุนี้จักรเสียไม้เพื่อจะได้การเร็ว
หมอนที่รองเรือสูงสี่ฟุต แลจะชักออกเมื่อใดก็ชักได้โดยสะดวกไม่ต้องเสียอะไรในการเปลี่ยนหมอน
นั้น อนึ่งพวกกำปนีแห่งอุนั้นจะรับรุระคิดในการที่จะลงทุนแปลงเรือแลจะรับเหมาเอาการนั้น
เรือไม้หรือเรือเหล็กก็ดี แลจะรับต่อเรือใบเรือกลไฟทุกการใด ๆ ที่ในการช่างต่อเรือ ซ่อมแปลงเรือไม้
แลเหล็ก แลของอื่น ๆ ที่จะต้องซื้อนั้นเราจะขายให้ตามราคาตลาดกรุงเทพฯนี้ อนึ่งเรือทั้งหลาย

ที่จะเข้าอยู่นั้นจะมาจอดที่ท่าแห่งกำปนีฤาที่เขื่อนนอกอยู่นั้น ไม่ต้องเสียเงินกว่าที่ผู้ที่เป็นนายการ จะสั่งให้เลื่อนออกจากที่นั่นเมื่อใด อนึ่งกบัตินแห่งเรือทั้งหลายเมื่อจะออกจากอยู่นั้น ต้องเขียนชื่อ ตัวลงที่ท้ายซีแห่งอยู่นั้นเสียก่อนจึงออกได้ อนึ่งแต่บัดนาหนังสือที่จะฝากมาถึงอยู่นั้น ต้องฝากไปถึง มิสเตอร์เฮาวาด กว่าจะได้เปลี่ยนเป็นอย่างนั้น บัดนี้ มิสเตอร์เฮาวาดเป็นนายกองนั้นเป็น เจ้ากระทรวงในการที่จะใช้เงินกับเงินแต่ผู้เดียว”⁶

หนังสือพิมพ์ในระยะที่เจ้าของเป็นชาวต่างชาตินี้มีการโฆษณากันทุกฉบับ ครั้นต่อมา หนังสือพิมพ์บางฉบับยกเลิกไป การออกหนังสือพิมพ์จึงมาอยู่ในมือของเชื้อพระวงศ์และขุนนาง ชั้นสูง ซึ่งกลุ่มบุคคลเหล่านี้ไม่สนใจเรื่องรายได้ของหนังสือพิมพ์จึงทำให้มีการโฆษณาทาง หนังสือพิมพ์น้อยลง จนหลายปีต่อมาการออกหนังสือพิมพ์ได้มาอยู่ในมือของสามัญชน และ มีการดำเนินงานเป็นแบบธุรกิจมากขึ้น หนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ ใช้เนื้อที่ในการโฆษณามากขึ้น กว่าหนังสือพิมพ์ยุคแรก ๆ มาก แต่ข้อความโฆษณายังมีลักษณะของประกาศแจ้งความ และมีแต่ข้อความสั้น ๆ เช่น ในสมัยแรก ๆ แม้ว่าจะมีภาพประกอบบ้าง แต่ก็ยังเป็นภาพเขียน ซึ่งเป็นภาพที่ใช้กันมาจนถึงระยะ 10 ปีแรกของพุทธศตวรรษที่ 25 และเมื่อมีหนังสือพิมพ์มากฉบับ ขึ้น ผู้ที่ทำหนังสือพิมพ์คงจะให้บริการหลาย ๆ อย่างแก่ผู้โฆษณาด้วย เช่น รับเขียนภาพ, เขียนข้อความ เป็นต้น จนภายหลังเมื่อมีสำนักงานโฆษณาเข้ามาดำเนินงานในประเทศไทย และกิจการหนังสือพิมพ์ก็พัฒนาไปทางด้านบริการข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์มากขึ้น และ ลดบริการที่ให้แก่ผู้โฆษณาลง บริการจัดทำโฆษณาก็ยิ่งขยายตัวและเพิ่มความสำคัญขึ้น อย่างมากจนถึงปัจจุบัน

เมื่อประมาณกลางปีพ.ศ. 2471 เริ่มมีการออกอากาศทางวิทยุกระจายเสียงเป็น ครั้งแรกในประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการเผยแพร่ข่าวของรัฐบาล ต่อมาได้มีการปรับปรุง และพัฒนาสถานีวิทยุกระจายเสียงตลอดจนเครื่องรับให้มีคุณภาพดีขึ้น และมีการจัดตั้งสถานี วิทยุกระจายเสียงขึ้นมาหลายสถานีจนถึงประมาณปลายปีพ.ศ. 2482 จึงเริ่มมีการโฆษณา ทางวิทยุเกิดขึ้น และก็ได้มีการสร้างสถานีวิทยุเพื่อการค้า ขึ้นเป็นครั้งแรกคือสถานีวิทยุ ไทยโทรทัศน์ที่ดำเนินการอยู่ได้เพราะมีรายได้จากการขายเวลาให้ผู้ที่ต้องการโฆษณา สถานีวิทยุประเภทนี้ได้ถูกจัดตั้งเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนในปัจจุบันมีสถานีประเภทนี้ทั่วประเทศ ประมาณ 150 สถานี เพราะว่าผู้โฆษณานิยมออกโฆษณาทางวิทยุมาก สถานีนี้มียาได้สูง จึงดึงดูดให้มีสถานีประเภทนี้มีจำนวนมากขึ้น ซึ่งเป็นส่วนช่วยให้การโฆษณาพัฒนาและ ขยายออกไปอย่างมาก จนกลางปีพ.ศ. 2498 จึงได้เริ่มมีการแพร่ภาพทางโทรทัศน์ในประเทศไทย และมีการขายเวลาให้แก่ผู้โฆษณา จนต่อมาก็กลายเป็นสื่อโฆษณาที่ได้รับความนิยมจากผู้โฆษณามาก เพราะเห็นว่าการโฆษณาทางโทรทัศน์ได้ผลดีกว่า และคุ้มค่ามากกว่า ซึ่งการ

เข้ามาของโทรทัศน์นี้เอง ทำให้การโฆษณาถึงขยายตัวไปอย่างมาก ซึ่งท่านพบเห็นอยู่แล้วในปัจจุบัน

ด้านสำนักงานโฆษณานั้นน่าจะเข้ามาดำเนินงานตั้งแต่ต้นสมัยรัชกาลที่ 7 แห่งราชวงศ์จักรีแต่คงจะดำเนินกิจการอย่างอื่น ๆ ด้วยจนเมื่อปีพ.ศ. 2494 บริษัทไกรกแอตเวอร์ไทซิงจำกัด และคาเธีย์แอตเวอร์ไทซิงจำกัด เข้ามาเปิดดำเนินงานให้บริการในการจัดทำโฆษณา และในปี 2496 ก็มีบริษัทแกรีนแอนด์ดี (ประเทศไทย) จำกัด เข้ามาอีกรายหนึ่ง และหลังจากนั้นก็ยังมีรายอื่น ๆ อีกหลายรายเข้ามาเปิดให้บริการในประเทศไทย แต่อย่างไรก็ตามการดำเนินงานของสำนักงานโฆษณาก็ค่อนข้างจะเปลี่ยนแปลงอยู่เรื่อย ๆ ตามสภาพการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและสังคม จำนวนสำนักงานโฆษณารัฐกิจจึงมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จนในปัจจุบันมีกิจการที่จดทะเบียนดำเนินธุรกิจสำนักงานโฆษณามากกว่า 40 แห่ง ทั้งที่เป็นของคนไทยและเป็นสาขาของบริษัทในต่างประเทศ ซึ่งสำนักงานเหล่านี้มีส่วนช่วยในการพัฒนาและการขยายตัวของการโฆษณาในเมืองไทยอย่างมาก จนการโฆษณามีลักษณะเช่นที่เห็นอยู่ในปัจจุบัน

สรุปวิวัฒนาการของการโฆษณา

(The modern period of development to present)

เมื่อพิจารณาจากวิวัฒนาการของการโฆษณาตั้งแต่สมัยแรกเริ่มมาจนถึงปัจจุบัน จะเห็นว่าแนวความคิดหรือปรัชญาของการโฆษณาได้มีการเปลี่ยนแปลงเรื่อยมา ทั้งนี้เพราะว่าการขยายตัวของการโฆษณาดำเนินไปพร้อม ๆ กับการขยายตัวของเศรษฐกิจและสังคม ดังนั้นแนวความคิดด้านการโฆษณาในระยะใดระยะหนึ่งจะสะท้อนให้เห็นระดับการพัฒนาของสังคมในขณะนั้น เช่นแนวความคิดด้านการโฆษณาในประเทศไทยซึ่งเป็นสังคมที่กำลังพัฒนาจะสะท้อนให้ทราบถึงระดับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย แต่อย่างไรก็ตามนักการศึกษาควรจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจแนวความคิดด้านการโฆษณาตั้งแต่แรกเริ่มถึงปัจจุบัน เพื่อว่าจะได้อ่านหรือดูหรือฟังโฆษณาด้วยความเข้าใจ และสามารถจัดทำหรือสร้างงานโฆษณาได้อย่างประสพผลสำเร็จ

แนวความคิดในสมัยเริ่มแรกของการโฆษณา : เป็นการให้ข้อมูลข่าวสาร

(The concept of advertising in early era : To Inform)

ในสมัยเริ่มแรกที่มีการโฆษณานั้น การค้าขายหรือธุรกิจต่าง ๆ ยังเป็นแบบง่าย ๆ การผลิตสินค้าทำอยู่ในรูปของอุตสาหกรรมในครอบครัวผลิตสินค้าที่ครอบครัวตนมีความถนัด

ได้ครั้งละไม่มากนัก ผลผลิตขึ้นมาเท่าใดก็ขายได้หมดในหมู่บ้านหรือในเมืองนั้น ๆ โดยไม่ต้องส่งไปขายที่อื่น และการแข่งขันในทางธุรกิจยังไม่มาก สภาพสังคมก็เป็นสังคมแบบง่าย ๆ ทุกคนในสังคมหนึ่ง ๆ รู้จักกันหมด มีการติดต่อค้าขายระหว่างกลุ่มหรือสังคมต่าง ๆ ไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะเป็นในรูปของการที่พ่อค้ากว้านซื้อสินค้าต่าง ๆ ในกลุ่มของตัวเอง แล้วนำไปขายในกลุ่มหรือสังคมหรือเมืองอื่น ๆ และขากลับก็ซื้อสินค้าของเมืองนั้น ๆ กลับมาขายที่เมืองของตนด้วย ดังนั้นการโฆษณาในสมัยแรก ๆ จึงไม่มีความสลับซับซ้อน เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารว่ามีอะไรขาย อยู่ที่ไหน หรือบางแห่งอาจจะเพิ่มสรรพคุณของสินค้าลงไปด้วย การโฆษณาในระยะนี้อยู่ในรูปของการติดตั้งเครื่องหมาย (sign) ไว้บนตัวอาคาร หรือที่หน้าร้าน หรือในที่สาธารณะ หรือการใช้คนป่าวประกาศ (The Town Crier) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ที่อาจจะไปซื้อสินค้าให้ไปที่ร้านหรือสถานที่ที่มีสินค้าที่โฆษณาวางขายอยู่ เมื่อมาถึงร้านแล้วจะเป็นหน้าที่ของพนักงานและการจัดแสดงสินค้าในการทำให้ลูกค้าซื้อสินค้า และเมื่อมีการคิดค้นและผลิตสิ่งพิมพ์ได้สำเร็จ มีคนรู้หนังสือมากขึ้นการใช้เครื่องหมายและคนป่าวประกาศในการโฆษณาก็ลดความสำคัญลง นักธุรกิจส่วนใหญ่หันมาใช้สิ่งพิมพ์ในการโฆษณากันมากขึ้น เพราะเข้าถึงเป้าหมายได้มากกว่าวิธีเก่า แต่อย่างไรก็ตามเนื้อหาของสาระของข้อความโฆษณาก็บอกเพียงว่ามีสินค้าอะไรขายอยู่ที่ไหน มีประโยชน์อย่างไรบ้าง

ดังนั้นในระยะเริ่มแรกของการโฆษณา นักธุรกิจถือว่าการโฆษณานี้เป็นงานที่ไม่ค่อยมีความสำคัญนักทางด้านการขาย นั่นคือใช้เป็นเครื่องมือในการให้ข่าวสารแก่เป้าหมายหรือผู้ที่อาจจะไปซื้อสินค้าเกี่ยวกับสินค้า สถานที่ที่ขายสินค้า และสรรพคุณสินค้า ในด้านการเตรียมและสร้างงานโฆษณานั้น ๆ ดำเนินการโดยผู้ที่ต้องการขายสินค้าหรือเจ้าของสินค้านั่นเอง

แนวความคิดในระยะเปลี่ยนแปลง : ยังเป็นการให้ข่าวสาร

(The concept of advertising in changing era : To Inform)

ภายหลังจากที่ได้มีการปฏิวัติอุตสาหกรรมในยุโรปและสหรัฐอเมริกา ความสามารถในการผลิตสินค้าต่าง ๆ มีมากขึ้น มีผู้ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันหลายรายมากขึ้น มีสินค้าชนิดต่าง ๆ มากขึ้น นั่นคือธุรกิจมีการแข่งขันกันมากขึ้น ทางด้านสังคมก็มีการขยายตัวมากขึ้น ประชากรมีจำนวนมากขึ้น และกระจายอยู่ห่าง ๆ กัน การขนส่งและคมนาคมทำได้สะดวกรวดเร็วขึ้น มีการคิดค้นเครื่องมือที่สามารถใช้ติดต่อสื่อสารกับคนจำนวนมากได้สำเร็จ และถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลาย นักธุรกิจก็หันมาใช้บริการของสื่อที่สามารถติดต่อกับมวลชน ซึ่งก็คือการโฆษณากันมากขึ้น ธุรกิจโฆษณามีการขยายตัวมากขึ้นตามไปด้วย

ในระยะนี้ผู้ที่อยู่ในวงธุรกิจยอมรับว่าการโฆษณาเป็นงานอย่างหนึ่งทางด้านการขาย และในการจะประสพผลสำเร็จในการโฆษณาจะต้องมีการประสานความพยายามกับทุกปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการขายอย่างใกล้ชิด ซึ่งในการโฆษณาแต่ละครั้งจะไม่เพียงแต่พิจารณาเฉพาะปัจจัยเกี่ยวกับศิลปะ ซึ่งก็คือข้อความโฆษณา ผังโฆษณา และตัวอักษรในข้อความโฆษณาเท่านั้น แต่จะพิจารณาถึงผลิตภัณฑ์ที่จะทำการโฆษณาลักษณะ, อำนาจซื้อ และที่อยู่อาศัยของผู้ที่จะซื้อด้วย

การจัดเตรียมและสร้างการโฆษณาในระยะนี้มีสำนักงานโฆษณาเข้ามาช่วยอย่างมาก นอกจากนี้ยังได้มีการจัดตั้งองค์การต่าง ๆ ทางด้านการโฆษณา เช่น สมาคมสำนักงานโฆษณา สมาคมผู้โฆษณา สำนักงานตรวจสอบจำนวนตีพิมพ์ สมาพันธ์โฆษณา เป็นต้น ซึ่งองค์การเหล่านี้มีส่วนผลักดันให้ธุรกิจโฆษณามีลักษณะเป็นวิชาชีพและมีการยกระดับจรรยาของธุรกิจโฆษณาให้สูงขึ้น

ในระยะหัวเลี้ยวหัวต่อที่กำลังมีการเปลี่ยนแปลง เช่น ในช่วงนี้แม้ว่าจะมีแนวความคิดใหม่ที่พิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ทางด้านผู้ที่อาจจะซื้อก็ตาม แต่ก็เกินไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งข่าวสารให้เป้าหมายเพื่อให้เป็นที่รู้จักและคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์ เมื่อต้องการใช้ก็อาจจะทดลองใช้ตรายี่ห้อที่ตัวคุ้นเคยก่อน นั่นคือในระยะนี้นักธุรกิจทำการโฆษณาผลิตภัณฑ์ของตนก็เพื่อเป็นการติดต่อให้ข่าวสารแก่เป้าหมายผู้ที่อาจจะกลายเป็นลูกค้าของตนเกี่ยวกับการมีอยู่ สถานที่ที่จำหน่าย และคุณภาพของผลิตภัณฑ์

แนวความคิดของการโฆษณาในปัจจุบัน : การชักจูงใจ

(The concept advertising at present : To Persuade)

ในปัจจุบันนี้เป็นที่ยอมรับกันว่าการโฆษณาเป็นส่วนประกอบสำคัญที่จะขาดไม่ได้ในการที่องค์การธุรกิจจะประสพผลสำเร็จ เหมือนเช่นกิจกรรมด้านการผลิต การเงิน การจัดจำหน่าย และอื่น ๆ

ตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่สองเป็นต้นมา ความสามารถในการผลิตสินค้าต่าง ๆ มีมากขึ้น ปริมาณสินค้าก็มีมากขึ้น จึงเกิดความจำเป็นที่ต้องขายสินค้าให้ได้หมดโดยเร็ว การโฆษณาจึงถูกนำมาใช้เพื่อเป็นตัวเร่งโดยการชักจูงใจ (persuasion) ให้คนบริโภคสินค้าในปริมาณที่สมดุลกับการผลิต เพื่อให้ผู้ผลิตมีรายได้จากการขายและนำไปลงทุนผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ต่อไป ดังนั้นการโฆษณาในระยะนี้จึงเป็นการชักชวนให้ผู้บริโภคใช้ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นในอนาคต เพื่อที่ว่าจะได้เกิดมีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ผลิตขึ้น

สำหรับในสังคมที่พัฒนาแล้วประชาชนทั่ว ๆ ไปมีความเป็นอยู่ดี และการศึกษาดู การโฆษณาของธุรกิจต่าง ๆ จะมุ่งที่ตัวสินค้าหรือคุณภาพในการใช้งานของสินค้าน้อยลง และจะเน้นหนักไปทางด้านความสามารถหรือความชำนาญที่ดำเนินธุรกิจประเภทนั้น ๆ มา อย่างประสพผลสำเร็จเป็นเวลานาน หรืออาจจะเรียกอีกอย่างว่าเป็นการโฆษณาสถาบันนั้น เอง และจะมุ่งเน้นคุณภาพในการตอบสนองทางด้านจิตวิทยาของสินค้ามากขึ้น แต่หลักใหญ่ ๆ แล้วเป็นการชักจูงใจให้ลูกค้าหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้โฆษณา

บทสรุป (Conclusions)

นักโบราณคดีค้นพบหลักฐานบางอย่างที่อาจกล่าวได้ว่าการโฆษณามีขึ้นในสมัย ยุคโบราณ และสื่อโฆษณาที่ใช้กันอยู่ในยุคนั้นจนถึงคริสต์ศตวรรษที่ 15 มีผู้ป่าวประกาศ แผ่นป้าย หรือสัญลักษณ์ที่ทำด้วยหินหรือดินเผาสีแดง และยี่ห้อหรือเครื่องหมายการค้า

ในประเทศอังกฤษในปลายคริสต์ศตวรรษที่ 15 นาย William Caxton ได้จัดพิมพ์ใบปลิว เพื่อทำการโฆษณาขายหนังสือของตน ซึ่งใบปลิวนี้ถือได้ว่าเป็นโฆษณาภาษาอังกฤษฉบับแรก และเป็นบรรพบุรุษของการโฆษณากลางแจ้ง ต่อมาในปีค.ศ. 1665 มีการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ เป็นครั้งแรก และในปีค.ศ. 1712 รัฐบาลของประเทศอังกฤษออกกฎหมายเพื่อเก็บภาษีจาก หนังสือพิมพ์และจากการโฆษณา จึงทำให้การโฆษณาในอังกฤษเกือบหยุดชะงักลง จนกระทั่ง ในกลางคริสต์ศตวรรษที่ 19 รัฐบาลของอังกฤษจึงได้ยกเลิกภาษีดังกล่าว

ในประเทศสหรัฐมีการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์เป็นครั้งแรกในปีค.ศ. 1704 ผู้ที่ มีบทบาททำให้การโฆษณาในประเทศสหรัฐพัฒนาไปอย่างมาก คือ เบนจามิน แฟรงคลิน จะได้รับการยกย่องว่าเป็นบิดาแห่งการโฆษณาของสหรัฐ โดยเป็นผู้ที่เดินทางไปประเทศอังกฤษ เพื่อเสนอต่อสภาสามัญให้ยกเลิกภาษีโฆษณาในสหรัฐและประสบความสำเร็จ โดยอังกฤษ ยอมยกเลิกภาษีการโฆษณาในอาณานิคมอเมริกาในเดือนมีนาคม ค.ศ. 1766 ต่อมาในช่วง สงครามกลางเมืองในสหรัฐ ได้มีการนำการโฆษณาไปใช้เพื่อประโยชน์แก่กองทัพและรัฐบาล เมื่อสงครามยุติลงการโฆษณาจึงถูกกลุ่มอื่น ๆ นำไปใช้ประโยชน์ด้วย

ในประเทศไทยมีการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์เป็นครั้งแรกในปีพ.ศ. 2407 ทางวิทยุ ในปีพ.ศ. 2482 และในปีพ.ศ. 2498 มีการโฆษณาทางโทรทัศน์

กิจกรรมท้ายบท (Questions)

- จงอธิบายลักษณะของสื่อโฆษณาที่ใช้ในสมัยก่อนคริสตศตวรรษที่ 15
- การที่รัฐบาลอังกฤษออกกฎหมายเพื่อเก็บภาษีจากหนังสือพิมพ์ และจากการโฆษณา มีผลกระทบต่อวงการโฆษณาในประเทศนั้นอย่างไร
- เบนจามิน แฟรงคลิน มีบทบาทต่อการโฆษณาในประเทศสหรัฐอเมริกาอย่างไร
- จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องเพียงข้อเดียว
 - แผ่นป้ายที่ทำด้วยหินหรือดินเผาสีแดง เป็นสื่อโฆษณาที่ใช้อยู่ในหัวข้อใด
 - ในประเทศไทยระยะแรกเริ่มโฆษณา
 - ในประเทศอังกฤษภายหลังการประดิษฐ์สิ่งพิมพ์
 - ในสมัยก่อนการประดิษฐ์สิ่งพิมพ์
 - ในประเทศจีนภายหลังการติดค้นกระดาษพิมพ์
 - การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศไทยมีขึ้นเป็นครั้งแรกในสมัยรัชกาลใด
 - รัชกาลที่ 2
 - รัชกาลที่ 3
 - รัชกาลที่ 4
 - รัชกาลที่ 5
 - โฆษณาชิ้นแรกในประเทศไทยคือ โฆษณาสินค้าใด
 - หนังสือพิมพ์
 - ตู้ต่อเรือ
 - บริษัทเดินเรือ
 - เครื่องสูบน้ำล้างห้อง

เชิงอรรถ

1. ชุนวิจิตรมาตรา ประวัติการค้าไทย พระนคร บำรุงสาส์น 2516 หน้า 33
 2. เล่มเดียวกัน หน้า 37
 3. สุภาพันธุ์ บุญสะอาด ประวัติหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย กรุงเทพมหานคร บรรณกิจ 2517
 4. รายงานคณะกรรมการศึกษาเรื่องอิทธิพลของการโฆษณาสินค้า โดยกรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐกิจ โรงพิมพ์ ร.ส.พ. นครหลวงกรุงเทพธนบุรี 2515 หน้า 27
 5. สุกัญญา ตีรวนิช ประวัติหนังสือพิมพ์ในประเทศไทยภายใต้ระบอบสมบูรณาญาสิทธิราช (พ.ศ. 2325-2475) ไทยวัฒนาพานิช 2520 หน้า 13
 6. รายงานคณะกรรมการศึกษาเรื่องอิทธิพลของการโฆษณาสินค้าโดยกรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐกิจ หน้า 28-29
-