

บทที่ 1

บทนำ



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การโฆษณานั้นมีจุดกำเนิดที่แน่นอนเมื่อใดไม่มีหลักฐานที่บ่งบอกอย่างแน่ชัดแต่ก็มีหลักฐานยืนยันได้ว่า การโฆษณานั้นมีอายุยืนยาวเท่าๆ กับอารยธรรมของมนุษย์ทีเดียว เมื่อมนุษย์มีวิวัฒนาการทางสังคมที่เจริญขึ้น เริ่มรู้จักค้าขายเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้า มนุษย์ก็เริ่มรู้จักใช้ศิลปะในการโฆษณา โดยการบอกแจ้งข้อมูลของสินค้าให้ลูกค้าได้รับทราบการโฆษณาในยุคแรกๆ จะใช้วิธีง่ายๆ โดยใช้การป่าวประกาศก่อนจะพัฒนามาเป็นการเขียนประกาศ และมีวิวัฒนาการมาเรื่อยๆ จนกระทั่งกลายมาเป็นมาตรฐานการสร้างงานโฆษณาดังเช่นในปัจจุบัน แต่ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาในยุคสมัยใด สิ่งหนึ่งที่ยังคงสืบทอดต่อมาไม่เปลี่ยนแปลง ก็คือ แนวความคิดหรือวัตถุประสงค์ของการโฆษณาที่ต้องการบอกข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยผู้โฆษณาต้องการชักจูงหรือโน้มน้าวจิตใจให้ผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายปฏิบัติตามคำแนะนำในข้อความโฆษณา

อย่างไรก็ดี เมื่อตลาดและธุรกิจเริ่มมีความซับซ้อนขึ้น สิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้นในแวดวงการโฆษณาคือ ตัวแทนโฆษณาที่ทำหน้าที่ในการทำโฆษณาให้กับเจ้าของสินค้า ซึ่งในระยะแรก ตัวแทนโฆษณาอาจจะมีรูปแบบอย่างง่ายๆ คือเป็นบุคคลคนหนึ่งที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการสื่อข้อความที่เจ้าของสินค้าต้องการโฆษณาไปยังผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมาย แต่เมื่ออุตสาหกรรมและรูปแบบในการใช้ชีวิตของคนมีการพัฒนาให้ซับซ้อนขึ้น ตัวแทนโฆษณาก็มีพัฒนาการที่สลับซับซ้อนและขยายตัวใหญ่ขึ้นเพื่อรองรับกับความต้องการของผู้ต้องการโฆษณา จากคนๆ เดียวพัฒนามาเป็นคนกลุ่มหนึ่ง และพัฒนาไปเป็นการตั้งบริษัทโฆษณาในที่สุด เรียกได้ว่าบริษัทตัวแทนโฆษณานั้นมีพัฒนาการควบคู่กับอุตสาหกรรมโฆษณาของโลกอย่างแยกจากกันไม่ได้ และยังมีส่วนช่วยให้การโฆษณากลายเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ประเภทหนึ่งของโลกปัจจุบัน

พัฒนาการของบริษัทตัวแทนโฆษณาในต่างประเทศ

สำนักงานตัวแทนโฆษณาเกิดขึ้นในประเทศอังกฤษเมื่อ ค.ศ. 1800 ส่วนในสหรัฐอเมริกาเกิดขึ้นในปี ค.ศ. 1841 โดย วอลนี พัลเมอร์ (Volney Palmer) ซึ่งเป็นคนแรกที่คิดค่าคอมมิชชั่นจากสื่อหนังสือพิมพ์ อย่างไรก็ตาม ก่อนหน้านี้อีกก็มีการทำงานในลักษณะที่เป็นตัวแทนขายเนื้อที่โฆษณาใน

หนังสือพิมพ์อยู่แล้ว บุคคลพวกแรกที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางซื้อขายเนื้อที่โฆษณาในนิตยสารได้แก่ บรูซไปรษณีย์ ในสมัยอาณานิคม ในเมืองหลายเมือง ชิ้นงานโฆษณาที่จะลงในหนังสือพิมพ์ของอาณานิคมจะถูกส่งไปที่ที่ทำการไปรษณีย์โดยบรูซไปรษณีย์จะเป็นผู้รับข้อความที่ผู้โฆษณาต้องการส่งไปลงหนังสือพิมพ์เมืองอื่น ทั้งนี้ โดยได้รับอนุญาตอย่างถูกต้องจากผู้บริหารงานไปรษณีย์ในขณะนั้น เมื่อ ค.ศ. 1727 วิลเลียม แบริดฟอร์ด (William Bradford) เจ้าของหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ฉบับแรกของอาณานิคมนิวยอร์ก ตกลงให้บรูซไปรษณีย์ชื่อ ริชาร์ด นิโคลส์ (Richard Nichols) เป็นผู้รับงานโฆษณาสำหรับหนังสือพิมพ์ เดอะ นิวยอร์ก กาสเซท (The New York Gazette) ในอัตราโฆษณาที่ใช้อยู่ทั่วไปในเวลานั้น

ระยะต่อมา ก็ได้มีการพัฒนาเป็นสำนักงานตัวแทนโฆษณา รูปแบบของการทำงานก็คือ เป็นนายหน้าของหนังสือพิมพ์ขายเนื้อที่โฆษณาให้ลูกค้า ต่อมาเปลี่ยนเป็นซื้อเนื้อที่โฆษณาจากหนังสือพิมพ์เป็นอัตราเหมา แล้วนำไปขายต่อให้ผู้ต้องการลงโฆษณาในราคาสูง ในขณะนั้นเป็นแต่เพียงการซื้อขายเนื้อที่เฉยๆ ไม่มีบริการสร้างสรรค์หรือวางแผนการตลาดให้ลูกค้าอย่างในปัจจุบัน ประมาณ ค.ศ. 1890 ผู้ผลิตสินค้าหรือขายบริการ ซึ่งคือผู้โฆษณา มีความรู้มากขึ้น ตลาดใหญ่ขึ้น และงบโฆษณาสูงขึ้น สำนักงานตัวแทนก็เพิ่มบริการให้แก่ลูกค้ามากขึ้น เช่น เขียนข้อความโฆษณาให้ บริการด้านสร้างสรรค์ หารูปภาพประกอบ เลือกตัวพิมพ์ ผลิตชิ้นโฆษณาให้สำเร็จเรียบร้อย และบางครั้งก็ยังให้บริการวิเคราะห์ตลาดด้วย แต่ทั้งนี้เป็นการทำอย่างง่ายๆ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ถ้าจะเปรียบเทียบกับมาตรฐานของการสร้างงานโฆษณาในปัจจุบัน

พอเริ่มย่างเข้าศตวรรษที่ 20 สำนักงานตัวแทนโฆษณาก็เริ่มให้บริการที่เป็นหน้าที่ของตนอย่าง ที่ปฏิบัติกันอยู่ทุกวันนี้คือ บริการครบวงจรที่เรียกว่า Full-Service Agency คือ บริการศึกษาตลาด วางแผนกลยุทธ์ ผลิตงานสร้างสรรค์ วางแผนสื่อและติดต่อซื้อสื่อ ตลอดจนทำโครงการรณรงค์โฆษณา ให้สมบูรณ์แบบ ทั้งนี้โดยคิดค่าบริการจากลูกค้าและค่าคอมมิชชั่นจากสื่อโฆษณา (มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาธิราช, 2531)

นอกจากจะมีการขยายตัวในแง่ของขอบข่ายและระบบการทำงานที่ซับซ้อนมากขึ้นแล้ว บริษัทตัวแทนโฆษณาก็ยังขยายตัวในแง่ของปริมาณด้วย กล่าวคือ เกิดมีบริษัทตัวแทนโฆษณามากขึ้นในเมืองใหญ่ที่เป็นศูนย์กลางการค้าเพื่อที่จะรับกับธุรกิจการค้าต่างๆ ที่ขยายตัวสูงขึ้นเรื่อยๆ ในปัจจุบันนี้ ประเทศสหรัฐอเมริกาที่เป็นต้นกำเนิดของธุรกิจตัวแทนโฆษณามีบริษัทตัวแทนโฆษณาใหญ่น้อยอยู่เป็นหมื่นๆ บริษัท บริษัทตัวแทนโฆษณาส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเมืองนิวยอร์ก ซึ่งเป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้าเกือบทุกประเภท เป็นเมืองใหญ่อันดับหนึ่งของประเทศ ทั้งนี้ก็เพื่อความสะดวกในการติดต่อธุรกิจกับบริษัทลูกค้า (คือเจ้าของสินค้าหรือบริการที่มาร่วมจ้างให้บริษัทตัวแทนโฆษณาวางแผนงานโฆษณาให้) และการติดต่อกับบริการที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ที่มักจะตั้งอยู่ในเมืองศูนย์กลางธุรกิจ เช่น โรงพิมพ์ สตูดิโอที่

ถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาและสื่อมวลชนทั้งหลาย และเนื่องจากประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศใหญ่จึงมีศูนย์กลางการค้าอยู่หลายเมือง บริษัทตัวแทนโฆษณาจึงมีกระจายอยู่ตามเมืองใหญ่อื่นๆ เช่น ชิคาโก ลอสแอนเจลิส ดัลลัส แต่นิววยอร์กก็เป็นเมืองที่มีบริษัทตัวแทนโฆษณาตั้งอยู่มากที่สุด จนได้ชื่อว่าเป็นเมืองหลวงของธุรกิจการโฆษณา บางครั้งบริษัทตัวแทนโฆษณายังอาจเลือกที่ตั้งที่ใกล้เคียงกันกับบริษัทลูกค้ารายใหญ่ๆ ของตน เช่น บริษัท แมคแคน อิริกสัน (McCann-Erickson) ก็มีสำนักงานขนาดใหญ่อยู่ที่เมือง แอตแลนตา รัฐจอร์เจีย ซึ่งเป็นที่ตั้งของบริษัท โคคาโคลา (Coca-Cola) ที่เป็นลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทนี้ บริษัท บีบีดีโอ (BBDO) ก็เปิดสำนักงานที่เมืองมินนิอาโพลิส เมืองใหญ่ของรัฐมินนิโซตา ซึ่งเป็นที่ตั้งของลูกค้ารายใหญ่คือ 3M บริษัท แคมเบล อีเวล (Campbell-Ewald) ตัวแทนโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์หลายยี่ห้อ ก็เปิดสำนักงานขึ้นที่เมือง ดีทรอยท์ รัฐมิชิแกน ซึ่งเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์ของประเทศ

กิจการโฆษณายังขยายตัวอย่างรวดเร็วในประเทศอื่นๆ ทั่วโลก เช่น หลายประเทศในยุโรป และในประเทศญี่ปุ่น นอกจากนี้ ยังพบว่าบริษัทตัวแทนโฆษณามีอยู่ในเกือบทุกประเทศทั่วโลก แม้แต่ในประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งก็รวมถึงประเทศไทยเราด้วย

การโฆษณาในประเทศไทย

การโฆษณาหรือ “ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการแจ้งข่าวสารให้ประชาชนทราบว่ามีอะไรขายและกระตุ้นให้มีการซื้อเกิดขึ้น” เป็นแนวความคิดของตะวันตก มีวิวัฒนาการทั้งทางด้านวิชาชีพและวิชาการจากกลุ่มประเทศตะวันตก โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศสหรัฐอเมริกาตามที่กล่าวถึงไปแล้วข้างต้น และได้เผยแพร่เข้ามาสู่ประเทศไทยโดยการนำมาของชาวตะวันตกเช่นกัน

การโฆษณาของไทยนั้นก็คงจะมีมาแต่ครั้งโบราณ นับตั้งแต่คนไทยเริ่มมีสินค้า มีคนขายและมีคนซื้อแต่เพิ่งเริ่มมีหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษรปรากฏให้ศึกษาค้นคว้ากันได้ ในสมัยรัตนโกสินทร์นี้เอง การโฆษณาสินค้าของคนไทยในสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ก็คือการร้องขายสินค้าของบรรดา พ่อค้าแม่ค้าทั้งหลาย ซึ่งจะบอกขายสินค้าของตนไปยังลูกค้าได้โดยตรงเนื่องจากสมัยนั้นคนไทยยังมีจำนวนไม่มากนัก มีชีวิตความเป็นอยู่อย่างเรียบง่าย อยู่กันเป็นชุมชนเล็กๆ ผู้ซื้อสินค้าสามารถเปรียบเทียบคุณภาพและราคาสินค้าต่างๆ ได้ด้วยตัวเอง โดยอาศัยการบอกกล่าวจากผู้ขายโดยตรง รูปแบบของการโฆษณาสินค้าในลักษณะนี้ก็ยังคงสืบทอดมาจนกระทั่งในปัจจุบันนี้ ดังจะเห็นได้จากหาบเร่ รถเข็น และพัฒนามาเป็นรถบรรทุกขนาดเล็กที่เรียกกันว่า รถกระบะหรือรถปิคอัพติดลำโพงขยายเสียงแล่นไปตามแหล่งชุมชนและที่อยู่อาศัย เพื่อขายสินค้าทั่วไปทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

ต่อมาเมื่อประชากรเพิ่มขึ้น ชุมชนขยายใหญ่มากขึ้น มีการประกอบธุรกิจการค้าประเภทต่างๆ เพิ่มขึ้น การโฆษณาในความหมายของ “การสื่อสารในระดับมวลชนเพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ” ก็ได้เริ่มขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทยและพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาของสื่อประเภทต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุและโทรทัศน์ เป็นต้น ดังนั้น การโฆษณาจึงมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับระบบของการสื่อสารมวลชนตั้งแต่ยุคแรกๆ และมีวิวัฒนาการที่เกื้อกูลต่อความเจริญก้าวหน้าของกันและกันตลอดมา การเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นในระบบสื่อสารมวลชนจะส่งผลกระทบต่อวงการโฆษณาเช่นเดียวกัน (ธนัญญา ประภาสะโนบล, 2527 : 9)

จุดกำเนิดของบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทย

สำหรับธุรกิจโฆษณาในลักษณะของบริษัทตัวแทนโฆษณาเริ่มขึ้นเมื่อประมาณ 70 กว่าปีมาแล้ว โดยในปลายรัชสมัยรัชกาลที่ 6 ได้มีเหตุการณ์สำคัญอย่างหนึ่งของวงการโฆษณาไทยเกิดขึ้น นั่นคือ ได้มีบริษัทที่รับจ้างทำงานโฆษณาเกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2467 คือ บริษัทสยามแอดเวอร์ไทซิง (จากการสัมภาษณ์ ม.ร.ว. พรธณภณ สวัสดิวัตน์ หลานตาของพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน) ดำเนินงานในลักษณะของบริษัทโฆษณาท้องถิ่น (Local Advertising Agency) ผู้ก่อตั้งและเป็นเจ้าของบริษัทสยามแอดเวอร์ไทซิง ก็คือ พระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน นั่นเอง แต่ทรงให้ฝรั่งเป็นผู้จัดการ เพราะในขณะนั้น พระองค์ทรงเป็นผู้บัญชาการกรมรถไฟหลวง และทรงเน้นงานโฆษณากิจการรถไฟเป็นพิเศษ เนื่องมาจากสาเหตุที่ประเทศสยามและประเทศมลายู ได้มีทางรถไฟเดินเชื่อมถึงกันเรียบร้อยในปี พ.ศ. 2467 เมื่อทรงทำงานโฆษณาให้กับทางราชการก็ทรงเห็นว่า ควรจะมีบริษัทที่รับทำงานโฆษณาให้กับฝ่ายเอกชนบ้าง จึงทรงตั้งบริษัทสยามแอดเวอร์ไทซิงขึ้น นับว่าเป็นบริษัทโฆษณาแห่งแรกของประเทศไทย ลูกค้าไทยที่ใช้บริการของบริษัทนี้เป็นครั้งแรก ได้แก่ ห้างนายเลิศ ซึ่งเป็นบริษัทที่มีสินค้าหลายประเภท นอกจากนี้ กรมพระกำแพงเพชรฯ ยังได้ทรงถ่ายทำภาพยนตร์สารคดีเกี่ยวกับกิจการอุตสาหกรรมของไทยในสมัยนั้นไว้หลายเรื่อง เช่น โรงงานสบู่ของบริษัทสยามอินดัสตรี ผู้ผลิตสบู่ ชันไลท์ และในสมัยต่อมาก็คือ บริษัทลีเวอร์บราเธอร์ จำกัด เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การเกิดของบริษัทสยามแอดเวอร์ไทซิง ย่อมแสดงให้เห็นว่าการโฆษณาในสมัยนั้นเจริญรุ่งเรือง จนกระทั่งมีผู้คิดทำธุรกิจเกี่ยวกับการโฆษณาขึ้นในรูปของบริษัทการค้า ซึ่งคงจะถือได้ว่าเป็นต้นกำเนิดของธุรกิจโฆษณาในขอบเขตที่กว้างขึ้น โดยเปลี่ยนจากการที่ผู้ผลิตหรือผู้แทนจำหน่ายสินค้าติดต่อโดยตรงกับเจ้าของสื่อเพื่อลงโฆษณา มาเป็นการมีตัวกลางรับจัดทำโฆษณาและติดต่อกับสื่อให้ (ธนัญญา ประภาสะโนบล, 2527 : 25)

แบบแผนของการโฆษณาและบริษัทตัวแทนโฆษณาได้ถูกปรับปรุงแก้ไขให้ทันสมัย และ

ได้วิวัฒนาการมาเป็นลำดับ แต่ต้องมาสะดุดหยุดลงไปพักใหญ่เมื่อเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 (ราว พ.ศ. 2482-2488) จนกระทั่งเศรษฐกิจได้กลับฟื้นตัวขึ้นมาหลังสงคราม “การโฆษณา” รวมไปถึงธุรกิจบริษัทตัวแทนโฆษณาจึงได้หวนกลับฟื้นตัวขึ้นมาใหม่อีกครั้ง

เป็นที่น่าสังเกตว่าพัฒนาการของบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทยแทบจะเรียกได้ว่าถือกำเนิดและมีวิวัฒนาการมาพร้อมกับอุตสาหกรรมโฆษณาในประเทศไทยแต่การเก็บบันทึกข้อมูลที่มีเจาะเฉพาะพัฒนาการของบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทยกลับไม่ค่อยได้รับความสำคัญเท่าที่ควร มักจะถูกบันทึกไว้เป็นเพียงเสี้ยวหนึ่งของประวัติความเป็นมาของการโฆษณาในประเทศไทยเท่านั้น จึงถือเป็นเรื่องน่าเสียดายไม่น้อย เพราะยังมีบุคลากรอาวุโสมากมายที่เคยคร่ำหวอดอยู่กับบริษัทตัวแทนโฆษณาในยุคแรกๆ สามารถให้ข้อมูลที่น่าสนใจ ควรค่าแก่การเก็บบันทึกเอาไว้เป็นข้อมูลอันเป็นประโยชน์ จึงเป็นเรื่องน่าสนใจศึกษาและเก็บบันทึกพัฒนาการของบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทยเอาไว้ว่าเป็นทางการ

ปัญหาคำวิจัย

1. บริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทยมีจุดกำเนิดและมีพัฒนาการอย่างไร
2. มีปัจจัยเงื่อนไขใดบ้างที่มีผลกระทบต่อพัฒนาการของบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทย และในลักษณะเช่นไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาให้ทราบถึงพัฒนาการของบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2488 จนถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2540
2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อพัฒนาการของบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

มุ่งศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพัฒนาการของบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทย ตั้งแต่ยุคฟื้นตัวของธุรกิจโฆษณาหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 (ประมาณปีพ.ศ. 2488) จนถึงเดือนมิถุนายน ปีพ.ศ. 2540 (ก่อนเศรษฐกิจยุคฟองสบู่แตก)

ข้อสันนิษฐานในการวิจัย

1. พัฒนาการของบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทยมีผลมาจากแรงผลักดันทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี วัฒนธรรม และการตลาด
2. การเข้ามาของบริษัทตัวแทนโฆษณาต่างชาติมีผลทำให้การขยายตัวของบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทยมีการขยายตัวรวดเร็วมากขึ้น

นิยามศัพท์

พัฒนาการ หมายถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องหรือการเคลื่อนไหวไปตามสภาพของสังคม โดยผ่านช่วงเวลาหนึ่งไปสู่ช่วงเวลาหนึ่ง โดยการเปลี่ยนแปลงจะเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น

การโฆษณา หมายถึงการสื่อสารในระดับมวลชน (Mass communication) เพื่อบอกข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยผู้โฆษณาต้องการชักจูงหรือนำมาจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายผู้รับสารปฏิบัติตามคำแนะนำในข้อความโฆษณา ทั้งนี้ผู้โฆษณาต้องจ่ายค่าบริการในการสื่อสารข้อความเหล่านั้นให้กับเจ้าของสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือนิตยสาร และผู้รับสารจะต้องทราบว่าใครคือผู้โฆษณาสินค้าหรือบริการนั้นๆ จากข้อความโฆษณาด้วย

อุตสาหกรรมโฆษณา หมายถึงการประกอบธุรกิจขนาดใหญ่ในแขนงการโฆษณาที่ต้องใช้แรงงาน แรงสมอง และเงินทุนจำนวนมากในการดำเนินงานเพื่อผลิตวัสดุโฆษณาต่างๆ ให้ได้เกิดมีการโฆษณาขึ้นมา

ผู้โฆษณา หมายถึงเจ้าของสินค้าหรือเจ้าของกิจการต่างๆ ที่ต้องการส่งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไปยังกลุ่มเป้าหมาย

สื่อโฆษณา หมายถึงสื่อที่ทำการส่งข่าวสารต่างๆ ไปยังผู้บริโภคหรือประชาชนโดยทั่วไป ซึ่งได้แก่หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสารฯ โดยเจ้าของสื่อก็จะคิดค่าเนื้อที่หรือค่าเวลาจากผู้โฆษณาตามอัตราที่กำหนดไว้เป็นค่าโฆษณา

บริษัทตัวแทนโฆษณา หมายถึงบริษัทที่รับจ้างทำงานโฆษณาให้แก่ลูกค้า มีหน้าที่วางแผนและดำเนินการโฆษณาให้กับบริษัทหรือหน่วยงานที่เป็นลูกค้าของตน กิจกรรมที่เกี่ยวข้องจึงรวมถึงการออกแนวความคิดสร้างสรรค์ในการโฆษณา การผลิตวัสดุโฆษณา การวางแผนสื่อโฆษณา ตลอดจนการติดตามวัดผลการโฆษณา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการเก็บบันทึกประวัติศาสตร์เกี่ยวกับพัฒนาการของบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทย
2. เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพัฒนาการของบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทย
3. เพื่อเป็นการวางแนวทางแก่บุคคลที่สนใจและต้องการศึกษาในเรื่องลักษณะเดียวกันนี้ต่อไป