
1.	1
1.1	3
1.2	7
2.	10
2.1	10
2.2	13
2.3	14
3.	16
4.	17
4.1	17
4.2	20
4.3	20
5.	23
6.	25
6.1	25
6.2	26
6.3	27
7.	28
7.1	28
7.2	33
8.	35

1.

(Gross Domestic Production: GDP)

1

1:



1. (Advertisers)

4

-

-

-

-

2. (Advertising Agency)

3. (Production Houses)

4. (External Facilitators)

5. (Media Organization)

6. (Target Audience)

2 3

outsource

Creative Industry

Creative

Economy

1.1

/	Corresponding CPC
1 (Business Services)	
1F (Other Business Services)	8712
(Advertising Service)	87120

q

(1)

(Worldwide Network Company)

BBDO, McCann

Erickson, Leo Burnett

1

(2)

(Micro-Network Company)

multi-hub creative network

Bartle Bogle Hegarty, Wieden & Kennedy

(3)

(Local Company)

(Standalone Company)

2

q

(1)

(Full Service

Agencies)

(Planning)

(Creation)

(Production)

(Placement)

(Evaluation)

4

Communications)

(2)

(Integrated Marketing

(In House Agencies)

(3)
Creative Boutique

(Limited - Service Agencies)

(4)

(Media Buying Service)

The Advertising Book

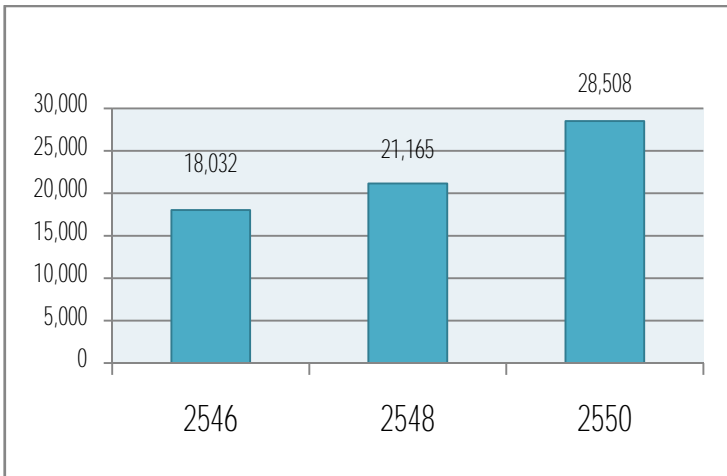
2545

2540

2550 (:)

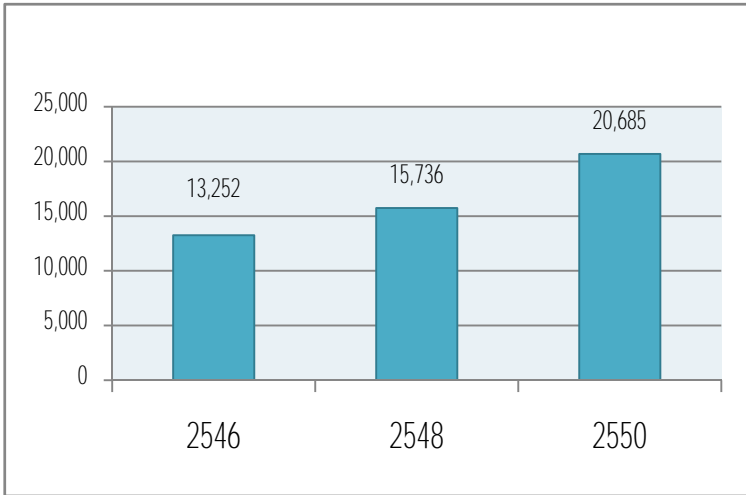
28,508 (0.48
) 20,685 (0.62
) 49,193
2546 - 2550 2 3

2:



:

3:



:

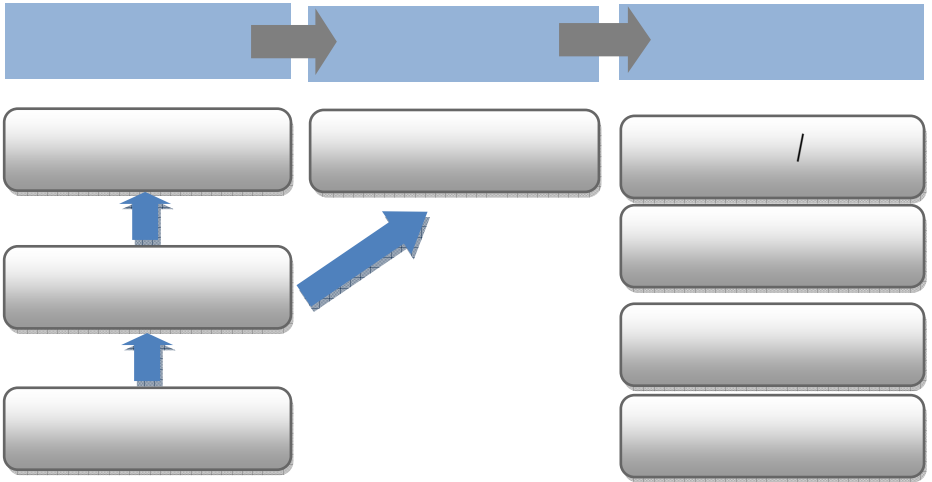
1 - 10
11 - 30
30

1.2

Business)

(Business to

4 :

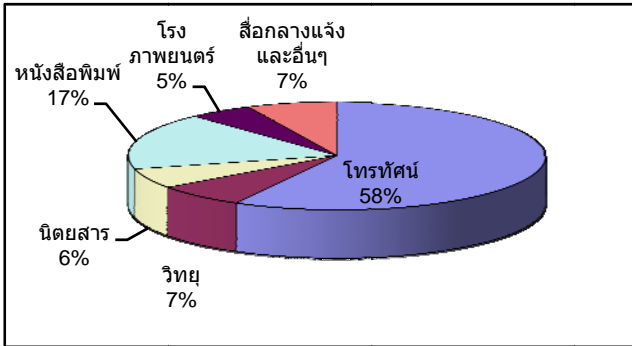


_____ (Media Organisation)

4.77 17.20 6.96 58.13 6.42
6.53

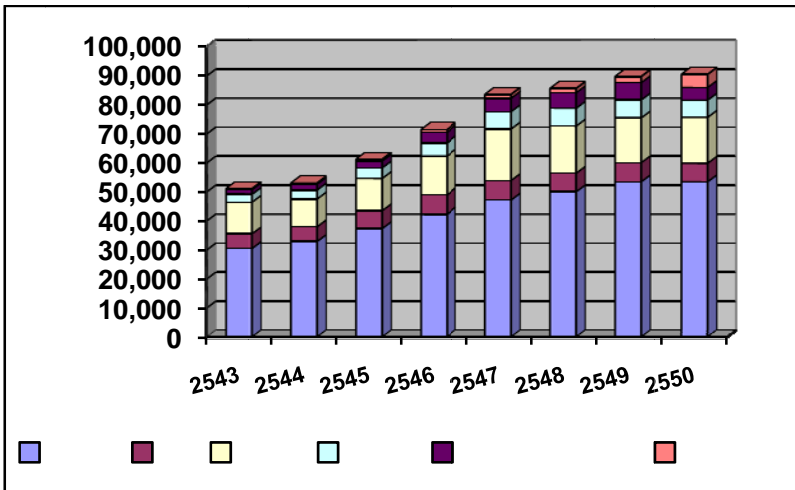
5 :

2550



6 :

()



(Production Houses)

- (External Facilitators)

_____ /
(Business to Business) /
/

2.



2.1

8

(Talent)

/ /

1 ชื่อเสียงในด้านความคิดสร้างสรรค์

2 ความรู้และความสามารถในการจัดหาสื่อการโฆษณาที่มีความหลากหลายแต่กลมกลืนให้แก่ลูกค้า

3 คุณภาพของการให้บริการแก่ลูกค้า

(Integrated Marketing Communications)

(QoS – Quality of Services)

(Professional Ethics)

4. ความสามารถในการครอบคลุมพื้นที่ หรือ ความได้เปรียบใน
ด้านกายภาพ (Geographic Coverage)

5. ความหลากหลายของวัฒนธรรม (Cultural Diversity) หรือ
ความเชื่อหลัก (Core Belief)

"

"

(One size fits all)

คู่มือ หรือ แนวปฏิบัติอันเป็นเลิศ (Best Practices

Guidelines)

(Compliance)

(Cross-Cultural Management)

(Cross-Culture & Beliefs)

2.2

/

2.3

47.2

25

25

13

26.0

55.1

25

4

7.6

16.1

25

14

3.

q

q

q

q

q

3) 3 1,000 3

200

4)

q

1)

2)

(1)

(200)

50

500

25,000

3)

()

3

500

5,000

250,000

4)

4.2

4.3

(Initial Investment)

q

1) (Creative Man)

(Pitching)

Clio Awards, New York Festival, Cannes Awards
Ad Fest Asia Pacific Advertising
Festival

13,000 - 18,000
20,000

2) IT

18,000 - 25,000

3)

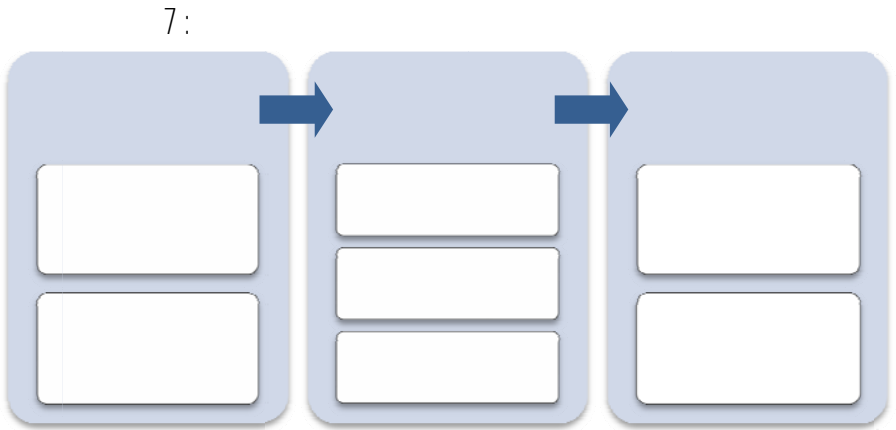
10,000 - 18,000

q

q

q

5.



q

q

-

-

▪

▪

▪

■

-

q

(Story Board)

q

q

(Production House)

q

q

6.

6.1

- 1) (Initial Investment)
- 2) (Operating Expenses)
- 3)

1:

-	65,000
	750,000 - 1,000,000 100
	10,000 - 20,000
	150,000

6.2

(Operating Expenses)

2:

			()
	15,000	2	30,000
IT	18,000	3	54,000
	15,000	3	45,000

3:

()	
	10,000
	1,500
	500
	1,000
	5,000
	2,500
	80,000
()	

6.3

q

4 :

1.	60
2.	35
3.	5

:

(Hour Rate), (Daily Rate),
(Month Rate)

7.



7.1

1.
-

2.

-

3.

-

4.	
-	
	/

CRM

5.

-

6.

-

q

q

(Market Segmentation)

q

7.2

q

Above the line

q

q

q

q

1

1

(Advertising Theme) 1

8.

1)

2)

3)

4)

5)

6)

