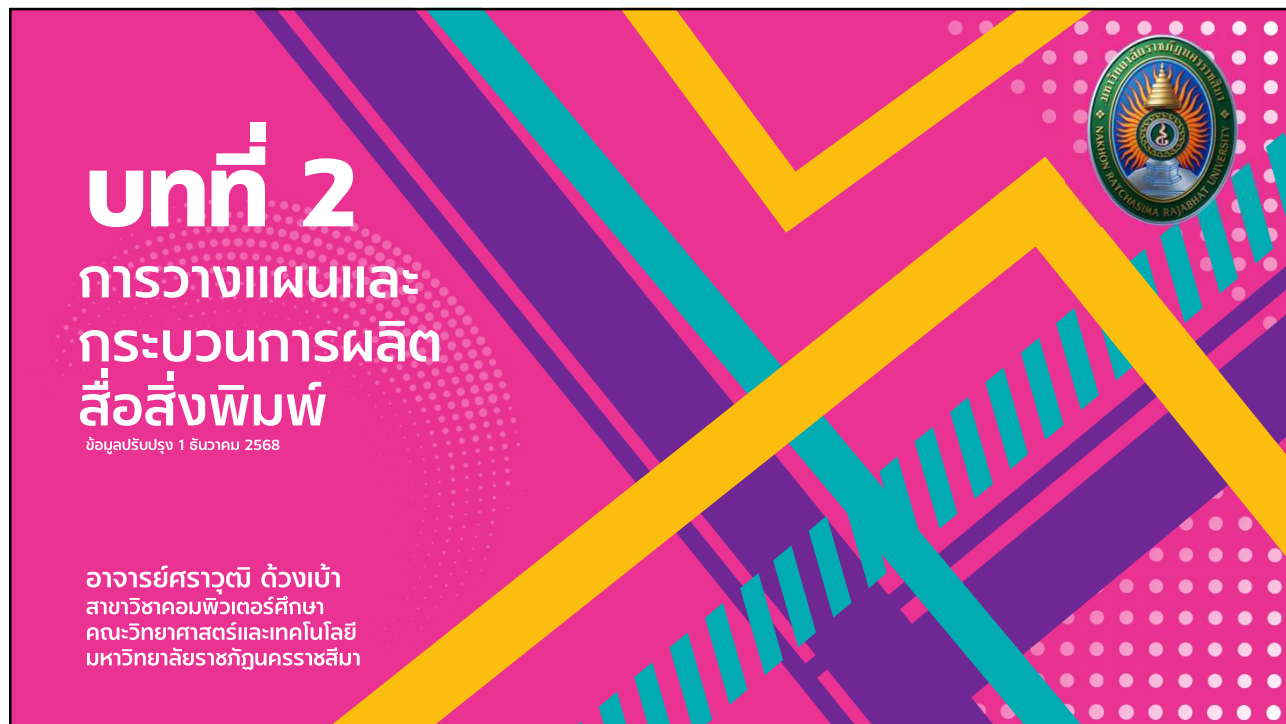




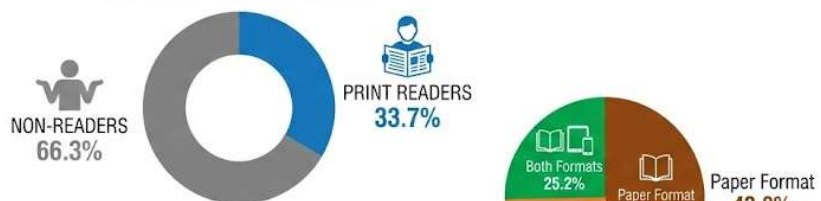


หลักการตอบสนองของกลุ่มเป้าหมาย ต่อสื่อสิ่งพิมพ์ในยุคดิจิทัล

1. พฤติกรรมการเข้าถึงข้อมูลเปลี่ยนไปสู่สื่อออนไลน์
2. ความสะดวกและความรวดเร็วของเทคโนโลยีมีอิทธิพลสูง
3. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีผลต่อการเลือกใช้สื่อ
4. ความต้องการของตลาดเปลี่ยนตามความนิยมสื่อดิจิทัล
5. ผลกระทบต่อผู้ประกอบการสื่อสิ่งพิมพ์สูงกว่าต่อผู้บริโภค

SUMMARY OF THAI PRINT MEDIA CONSUMPTION & TRENDS (NBTC 2019)

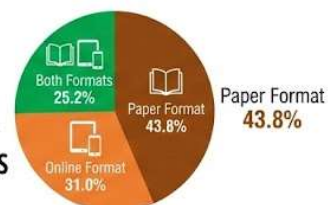
OVERALL READING STATUS



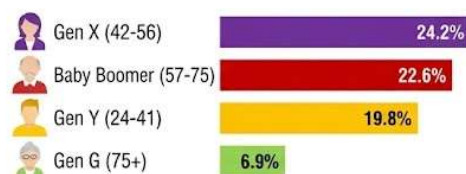
PRINT MEDIA TYPES (Among Readers)



READING FORMATS (Among Readers)



READING PROPORTION BY GENERATION



กฤษฎีกา คงสมพงษ์ (2549)

ชี้ให้เห็นว่า

- ก่อนที่ธุรกิจจะสามารถเอาชนะคู่แข่งได้ ผู้ประกอบการต้องสร้างความพึงพอใจและรักษาความภักดีของลูกค้าให้ได้เสียก่อน
- การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและลูกค้า เป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความผูกพันระยะยาวระหว่างผู้บริโภคและแบรนด์
- สิ่งพิมพ์สามารถสะท้อนความใส่ใจของผู้ประกอบการผ่านสื่อที่จับต้องได้ มีเอกลักษณ์ และช่วยสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน
- สื่อสิ่งพิมพ์ยังคงทำหน้าที่เสริมประสบการณ์ของลูกค้า และช่วยให้ธุรกิจรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างแบรนด์และผู้บริโภคในช่องทางที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นรูปธรรม



ในการดำเนินธุรกิจทุกประเภท หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องพิจารณา คือ **“ลูกค้า”** เนื่องจากลูกค้าเป็นแหล่งรายได้และเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จก้าวหน้าของธุรกิจ

ลูกค้า (customers) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความสัมพันธ์หรือได้รับประโยชน์จากสินค้าหรือบริการของธุรกิจ ดังนั้นเป้าหมายหลักของธุรกิจคือการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจและรักษาลูกค้าไว้



ประเภทของลูกค้า



การจัดประเภทของลูกค้า

การจัดประเภทลูกค้าดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดกฎ 20:80 (Pareto Law) ตามที่ระบุโดย โกลด์ พรประสิทธิ์วิเศษ (2552) กล่าวคือ

- ❖ ลูกค้า 20% จะสร้างรายได้มากถึง 80% ของรายได้ทั้งหมด
- ❖ ลูกค้า 20% นี้เป็นกลุ่มสำคัญที่ต้องได้รับการดูแลในระดับพิเศษ (Privilege Service)
- ❖ ขณะที่ลูกค้าอีก 80% แม้สร้างรายได้เพียง 20% แต่ยังคงต้องได้รับการดูแลตามมาตรฐาน (Standard Service) เพราะมีโอกาสที่จะเพิ่มระดับการซื้อในอนาคต
- ❖ การใช้หลักการนี้เป็นการประเมิน คุณค่าของลูกค้า (Customer Value) และ ศักยภาพลูกค้าในระยะยาว (Customer Lifetime Value) เพื่อสร้างรายได้และกำไร



20

80





แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับ กระบวนการผลิต สื่อสิ่งพิมพ์

กระบวนการ

หมายถึง กิจกรรมที่เชื่อมโยงกัน เพื่อจุดมุ่งหมายในการส่งมอบผลผลิตหรือบริการให้แก่ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งภายในและภายนอก กระบวนการประกอบด้วย คน เครื่องจักร เครื่องมือ เทคนิค และวัสดุ มาทำงานร่วมกันตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ (อนันต์ มุ่งวัฒนา, 2559)

ซึ่งหากนำมารวมใส่การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แล้วนั้น

กระบวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ จึงหมายถึง กิจกรรมการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ที่รวมทั้งการใช้คน เครื่องจักร เครื่องมือ เทคนิค และวัสดุมาใช้ในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ ตั้งแต่กระบวนการก่อนผลิต ระหว่างผลิต และหลังการผลิต ทำให้เกิดสื่อสิ่งพิมพ์ออกมาในรูปแบบต่าง ๆ ที่ตอบโจทย์การใช้งานตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้



กระบวนการต้องมีอะไรถึงประสบความสำเร็จ

- มีระบบงานที่มีประสิทธิภาพ
- มีการป้องกันการเกิดความเสียหายต่อตัวงานและลูกค้า
- การร่วมมือกันอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ
- มีการสร้างคุณค่าต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่าง
- มีความคล่องตัว ปรับตัวอย่างรวดเร็ว ยืดหยุ่น และมีประสิทธิผล



ขั้นตอนการผลิต สิ่งพิมพ์ มี 3 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนก่อนการพิมพ์
(Pre-press / Pre-production)

ขั้นตอนการพิมพ์
(Press / Production)

ขั้นตอนหลังการพิมพ์
(Post-press / Post-production)

ขั้นตอนก่อนการพิมพ์ (Pre-press / Pre-production)

1. การวางแผนและการออกแบบ
(Planning & Design)

1.1 การกำหนดรายละเอียดเป้าหมายของการ ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

1) การกำหนดวัตถุประสงค์

- กำหนดทิศทางของการผลิต
- การเลือกใช้สื่อให้สอดคล้องกับแผนงานด้านการตลาดและการโฆษณา
- การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (reach)
- การสร้างความถี่ในการรับสาร (frequency)
- การรักษาความต่อเนื่องของการสื่อสาร (continuity)

วัตถุประสงค์ที่ชัดเจนจะช่วยให้การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อเป้าหมายที่กำหนดได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ขั้นตอนก่อนการพิมพ์ (Pre-press / Pre-production)

1. การวางแผนและการออกแบบ (Planning & Design)

2) กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการวิเคราะห์ลูกค้า (The target customers and customer analysis)

- การวิเคราะห์และทำความเข้าใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นองค์ประกอบสำคัญของการดำเนินงานในธุรกิจการผลิตสิ่งพิมพ์ เนื่องจากความต้องการของลูกค้ามีความหลากหลายตามลักษณะงานสื่อ และวัตถุประสงค์ทางการสื่อสารของแต่ละองค์กร การวิเคราะห์เชิงลึกจึงช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองได้ตรงความคาดหวัง เพิ่มความพึงพอใจ และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การประเมินลูกค้าด้วยหลัก **6W's และ 1H** เป็นแนวทางที่ช่วยให้การทำงานมีความเป็นระบบ

การประเมินลูกค้าด้วยหลัก 6W's และ 1H

Who

ลูกค้าเป็นใคร

What

ลูกค้าต้องการผลิตสื่อประเภทใด

Why

เหตุผลที่ลูกค้าตัดสินใจสั่งผลิต

When

ช่วงเวลาที่ลูกค้าสั่งผลิต

Where

สถานที่หรือช่องทางที่ลูกค้าสั่งงาน

Who

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

How

ลูกค้าสั่งผลิตอย่างไร

คิรวิรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546)

ได้นำเสนอการเชื่อมโยงระหว่าง 6W และ 1H เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือที่เรียกว่า 7O's เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ธุรกิจสามารถใช้กลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค การประยุกต์ใช้ 7O's ช่วยให้เข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน และสามารถกำหนดคำถามสำหรับวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคได้ โดยสรุปคำถาม 7 ประการ ดังนี้

คำถาม (6 W และ 1 H)	คำถามที่ต้องการทราบ (7 O's)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) 4 ได้แก่ 1. ประชากรศาสตร์ 2. ภูมิศาสตร์ 3. จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ 4. พฤติกรรม	กลยุทธ์ทางการตลาด (4P) ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ราคาการจัดจำหน่าย และการส่งเสริม การตลาดที่เหมาะสม และสามารถตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้

คำถาม (6 W และ 1 H)	คำถามที่ต้องการทราบ (7 O's)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product-component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategies) ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ 3. ผลิตภัณฑ์ควบ 4. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5. ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างทางการแข่งขัน
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขา ด้านร่างกายและ ด้านจิตวิทยาซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อคือ 1. ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา 2. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม 3. ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้คือ 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategies) 2. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) ประกอบด้วย กลยุทธ์การโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย ส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ 3. กลยุทธ์ด้านราคา (Price strategies) 4. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution strategies)

คำถาม (6 W และ 1 H)	คำถามที่ต้องการทราบ (7 O's)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organization) ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อและผู้ซื้อและผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้คือกลยุทธ์การโฆษณาและกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion Strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the customer buy?)	โอกาสในการซื้อเช่น ช่วงเดือนใด ช่วงวัน และเวลาใด ช่วงโอกาส พิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เช่น ทำการตลาดเมื่อใด จึงสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ

คำถาม (6 W และ 1 H)	คำถามที่ต้องการทราบ (7 O's)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the customer buy?)	ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ร้านขายของชำ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายบริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายโดย พิจารณาว่าจะนำไปสู่คนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the customer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินผลทางเลือก 4. การตัดสินใจซื้อ 5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย การโฆษณาขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์การตลาดทางตรงและจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

ขั้นตอนก่อนการพิมพ์ (Pre-press / Pre-production)

1. การวางแผนและการออกแบบ (Planning & Design)

3) กำหนดงบประมาณ

- ในการผลิตสิ่งพิมพ์ ตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผนตลอดจนผลิตสื่อขึ้นมาหนึ่งชิ้น จะต้องใช้งบประมาณ แล้วงบประมาณที่ใช้จะต้องอยู่ในเกณฑ์ที่รับได้ เพราะมีผลต่อการบริหารจัดการงบประมาณส่วนอื่น ๆ



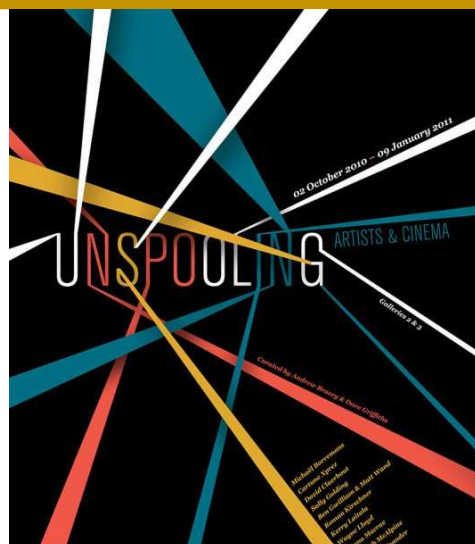
ขั้นตอนก่อนการพิมพ์ (Pre-press / Pre-production)

1. การวางแผนและการออกแบบ (Planning & Design)

1.2 การจัดวางองค์ประกอบศิลป์

การจัดวางองค์ประกอบศิลป์ หรือการจัดวางเลย์เอาต์ (Layout) เป็นกระบวนการจัดวาง ตัวอักษร ภาพ และองค์ประกอบต่าง ๆ บนหน้าต้นฉบับ เพื่อกำหนดรูปแบบของแต่ละหน้าก่อนเข้าสู่กระบวนการพิมพ์

หลักการพื้นฐานของการออกแบบเลย์เอาต์ (Layout) เป็นแนวทางสำคัญในการจัดองค์ประกอบบนหน้าเอกสารหรือสิ่งพิมพ์ เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบ สวยงาม และสามารถสื่อสารสาระสำคัญได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีหลักการสำคัญดังนี้ (อรสา ปานขาว และคณะ, 2559)



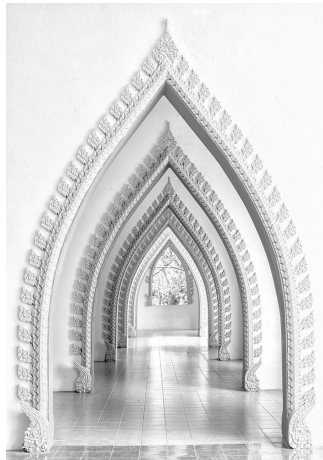
1. การสร้างความสมดุล (Balance)

เป็นหลักการที่ช่วยให้องค์ประกอบต่าง ๆ บนหน้าเกิดความกลมกลืน ไม่เอนเอียงไปด้านใดด้านหนึ่ง สามารถแบ่งเป็น 2 แบบ ได้แก่

ความสมดุลแบบ ซิมเมตริก

(Symmetrical)

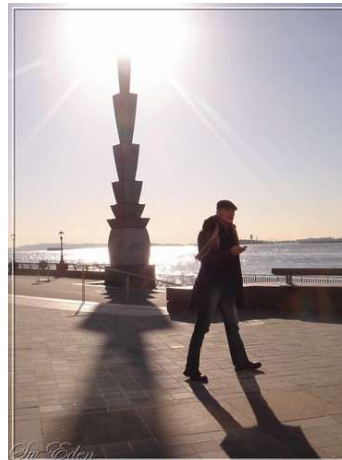
การจัดวางองค์ประกอบทางซ้ายและขวาให้มีน้ำหนักหรือรูปแบบใกล้เคียงกัน ทำให้เกิดความเรียบร้อยและเป็นทางการ



ความสมดุลแบบ อะซิมเมตริก

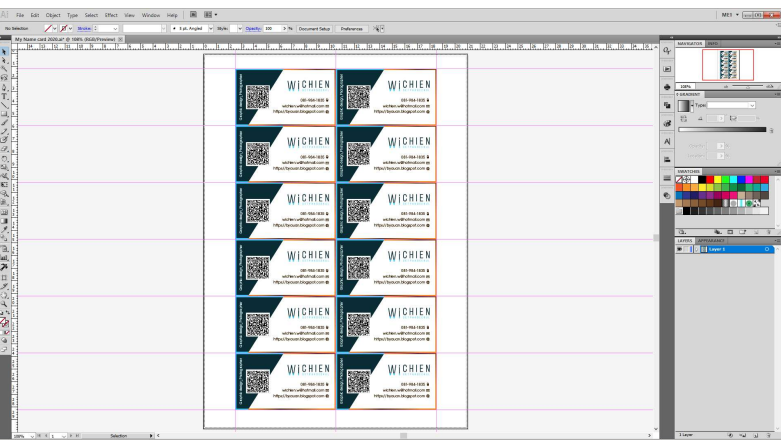
(Asymmetrical)

การจัดวางองค์ประกอบที่มีน้ำหนักต่างกันแต่ยังคงเกิดความสมดุลในเชิงศิลปะ ช่วยเพิ่มความเคลื่อนไหวและความน่าสนใจให้กับงานออกแบบ



2. การจัดระเบียบ (Alignment)

เป็นการวางตำแหน่งของข้อความหรือภาพตามเส้นที่มองเห็นและไม่เห็น หรือบางงานจะใช้เส้นนำสายตา (Guide) เพื่อให้เนื้อหามีความเป็นระเบียบ เกิดแนวสายตาที่ต่อเนื่อง และช่วยให้ผู้อ่านสามารถติดตามข้อมูลได้อย่างชัดเจน



3. การสร้างจุดโฟกัส (Focus)

ใช้เทคนิคต่าง ๆ เช่น
ขนาด สี หรือ
องค์ประกอบกราฟิก
เพื่อเน้นส่วนสำคัญของ
งานออกแบบ ให้ผู้ชม
มองเห็นประเด็นหลักได้
ทันที



4. การใช้พื้นที่ว่าง (Whitespace)

พื้นที่ว่างหรือพื้นที่ที่ไม่มีการวาง
องค์ประกอบ เป็นส่วนที่ช่วยให้สายตา
พักและทำให้องค์ประกอบอื่นโดดเด่น
ยิ่งขึ้น การใช้พื้นที่ว่างอย่างเหมาะสมช่วย
ลดความแออัดและเพิ่มคุณภาพด้านการ
อ่านและการมองเห็น

การประชุมวิชาการและนิทรรศการระดับชาติ
สมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 7
ภายใต้หัวข้อ

**“อุดมศึกษาไทยยุคใหม่
กับการพัฒนาสังคมด้วย Soft Power”**

วันพุธที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ. 2567
จัดโดย สมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี
(การพิจารณาบทความวิจัยและบทความวิชาการได้รับเชิญ ก.พ.ศ. 64 ก.พ.ศ. 65)

รูปแบบการจัดงานประชุมวิชาการ

- การนำเสนอผลงานวิจัยและวิชาการ แบบกระดาษ (Oral Presentation)
จำนวนบทความทั้งหมด 350 บทความ แบ่งเป็น 3 ระยะ
นำเสนอ ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ โดยพิจารณาจากหัวข้อที่ตรงตาม
วัตถุประสงค์ของงานประชุมวิชาการ
- การนำเสนอผลงานวิจัยและวิชาการ แบบโปสเตอร์ (Poster Presentation)
จำนวน 80 บทความ โดยพิจารณาจากหัวข้อที่ตรงตาม
วัตถุประสงค์ของงานประชุมวิชาการ

กลุ่มสาขาผลงาน

- 1) สังคมศาสตร์ ได้แก่ รัฐประศาสนศาสตร์/บริหารศาสตร์/บริหารงานทั่วไป/บริหาร
การคลัง/เศรษฐศาสตร์/การบัญชี/การธนาคาร/การประกันภัย/การคลัง
การต่างประเทศ/การสื่อสารมวลชน/การศึกษาศาสตร์/การศึกษาศาสตร์
การศึกษาศาสตร์/การศึกษาศาสตร์/การศึกษาศาสตร์/การศึกษาศาสตร์
- 2) มนุษยศาสตร์ ได้แก่ ภาษาไทย/ภาษาต่างประเทศ/วรรณคดี
วรรณคดี/วรรณคดี/วรรณคดี/วรรณคดี/วรรณคดี/วรรณคดี/วรรณคดี/วรรณคดี
- 3) สังคมศาสตร์ ได้แก่ สังคมวิทยา/มานุษยวิทยา/จิตวิทยา/สังคมวิทยา
สังคมวิทยา/สังคมวิทยา/สังคมวิทยา/สังคมวิทยา/สังคมวิทยา/สังคมวิทยา/สังคมวิทยา/สังคมวิทยา

ประเภทผู้เข้าร่วมประชุม

ประเภทผู้เข้าร่วมประชุม	อัตราค่าลงทะเบียน
1. บุคคลทั่วไป (นอกเหนือจากบุคลากร)	2,500
2. บุคลากรสายวิชาการ/สายวิชาชีพ/สายวิชาชีพ/สายวิชาชีพ/สายวิชาชีพ/สายวิชาชีพ/สายวิชาชีพ/สายวิชาชีพ	1,500
3. บุคลากรสายวิชาการ/สายวิชาชีพ/สายวิชาชีพ/สายวิชาชีพ/สายวิชาชีพ/สายวิชาชีพ/สายวิชาชีพ/สายวิชาชีพ	1,000
4. บุคลากรสายวิชาการ/สายวิชาชีพ/สายวิชาชีพ/สายวิชาชีพ/สายวิชาชีพ/สายวิชาชีพ/สายวิชาชีพ/สายวิชาชีพ	500

ประกาศ ขยายเวลา

- ส่งผลงานแบบฉบับเต็ม (Full Paper) 8-10 หน้า
(ฉบับสมบูรณ์) 30 วันก่อนหน้า 2567 (ฉบับสมบูรณ์)
- นำเสนอผลงานวิชาการแบบฉบับเต็ม
(ฉบับสมบูรณ์) 2567
- วันสุดท้ายของการประชุมวิชาการแบบฉบับเต็ม
วันที่ 27 พฤษภาคม 2567
- ประกาศผลการพิจารณาบทความ
ทางเว็บไซต์ hso.vnu.ac.th
วันที่ 31 พฤษภาคม 2567
- วันประชุมวิชาการและนิทรรศการระดับชาติ
วันที่ 3 กรกฎาคม 2567

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

นางคุณนภา นิลสี	เบอร์โทรศัพท์ 06-8958-4951
นางสาวศิริกัญญา ประมอญ	เบอร์โทรศัพท์ 09-0973-5541
นางสาวอริยาพร แสงนิมิต	เบอร์โทรศัพท์ 08-0513-5513
นางสาว วรรณิศา วีระบุษ	เบอร์โทรศัพท์ 08-6415-6534

กำหนดบทความและบทความวิชาการ/บทความวิชาการ/บทความวิชาการ/บทความวิชาการ/บทความวิชาการ/บทความวิชาการ/บทความวิชาการ/บทความวิชาการ
ฉบับที่ 1/2567 20 วันก่อนหน้าเปิดรับสมัครงาน/บทความวิชาการ/บทความวิชาการ/บทความวิชาการ/บทความวิชาการ/บทความวิชาการ/บทความวิชาการ/บทความวิชาการ
ฉบับที่ 2/2567 20 วันก่อนหน้าเปิดรับสมัครงาน/บทความวิชาการ/บทความวิชาการ/บทความวิชาการ/บทความวิชาการ/บทความวิชาการ/บทความวิชาการ/บทความวิชาการ

ขั้นตอนก่อนการพิมพ์ (Pre-press / Pre-production)

1. การวางแผนและการออกแบบ (Planning & Design)

1.2 การจัดวางองค์ประกอบศิลป์

การใช้ตัวอักษรและสีในการออกแบบเลย์เอาต์

1. ตัวอักษร (Typography)

- การเลือกแบบอักษรที่เหมาะสมช่วยกำหนดน้ำหนักและความสำคัญของเนื้อหา
- ควรใช้แบบอักษรไม่เกินสองถึงสามชนิดภายในเลย์เอาต์หนึ่งชิ้น เพื่อหลีกเลี่ยงความสับสนและรักษาความเป็นเอกภาพของงานออกแบบ
- ปัจจุบันการพัฒนาแบบอักษรในรูปแบบดิจิทัลทำให้มีให้เลือกใช้งานหลากหลาย ทั้งยังสามารถปรับขนาด น้ำหนัก และรูปแบบได้สะดวกผ่านโปรแกรมต่าง ๆ
- ความหลากหลายของรูปแบบตัวอักษรนำไปสู่คำถามสำคัญในงานผลิตหนังสือว่า **รูปแบบตัวอักษรใดเหมาะสมต่อการใช้เป็นตัวอักษรหลักของเนื้อหา** โดยคำนึงถึงการอ่านต่อเนื่องเป็นเวลานาน และการใช้งานอย่างถูกต้องตามลิขสิทธิ์



รูปแบบลักษณะตัวอักษรในงานออกแบบกราฟิก ประกอบด้วย 4 ประเภท ได้แก่

➤ 1. รูปแบบเซอรัฟ (Serif)

- เป็นแบบอักษรที่มีประวัติความเป็นมาย้อนกลับไปถึงสมัยโรมันโบราณ ซึ่งนิยมใช้สลักอักษรบนสลาปศิลาและอนุสรณ์สถาน
- ลักษณะเด่นของแบบอักษรชนิดนี้คือมีเส้นประดับขนาดเล็กที่ปลายตัวอักษร เรียกว่า เซอรัฟ (Serif) คำว่า serif มาจากภาษาดัตช์คำว่า ชรีฟ (schreef) หมายถึง เส้นหรือขีดที่ปลายตัวอักษร
- การมีเส้นประดับดังกล่าวช่วยเพิ่มความคมชัดและความอ่านง่าย โดยเฉพาะในสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร
- แบบอักษรที่พบได้บ่อย ได้แก่ Times New Roman, Garamond, Freight Text และ Merriweather ซึ่งมักถูกใช้ในงานที่ต้องการความเป็นทางการและความน่าเชื่อถือ

Times
New
Roman

Garamond

สวัสดี

รูปแบบลักษณะตัวอักษรในงานออกแบบกราฟิก ประกอบด้วย 4 ประเภท ได้แก่

➤ 2. แชนส์เซอรัฟ (Sans-serif)

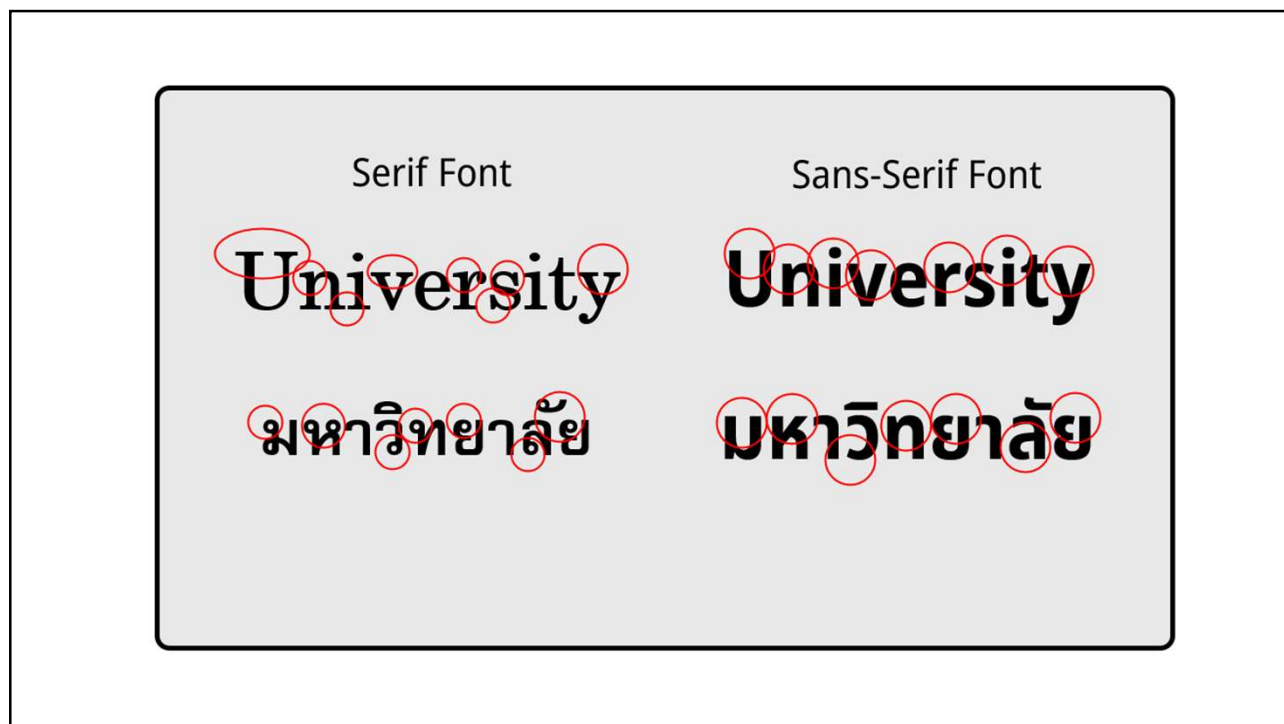
- เป็นแบบอักษรที่ไม่มีเส้นประดับที่ปลายตัวอักษร คำว่า แชนส์ (sans) มาจากภาษาฝรั่งเศส หมายถึง ปราศจาก หรือ ไม่มี
- องค์ประกอบที่เรียบง่ายและไร้เส้นประดับทำให้แบบอักษรกลุ่มนี้ให้ความรู้สึกทันสมัย กระชับ และเป็นมิตรต่อสื่อดิจิทัล
- นิยมใช้บนเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน โพสต์บนสื่อสังคมออนไลน์ และงานนำเสนอ เนื่องจากให้ความชัดเจนและอ่านง่ายบนหน้าจอ
- ตัวอย่างแบบอักษรที่ใช้กันทั่วไป ได้แก่ Arial, Avenir, Gotham, Helvetica และ Proxima Nova ซึ่งเหมาะกับงานออกแบบที่ต้องการความเรียบง่ายและเป็นสมัยใหม่

Arial

CordiaUPC

โน้ต

ซีเอ็มยู



รูปแบบลักษณะตัวอักษรในงานออกแบบกราฟิก ประกอบด้วย 4 ประเภท ได้แก่

➤ 3. รูปแบบตัวเขียน (Script Font)

- เป็นแบบอักษรที่ได้รับการออกแบบให้มีลักษณะคล้ายลายมือมนุษย์
- ตัวอักษรมักมีเส้นเชื่อมและส่วนที่ยื่นออกมา ทำให้เกิดการสัมผัสระหว่างตัวอักษรเมื่อนำมาใช้งาน
- ความอ่านง่ายของตัวพิมพ์ประเภทนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบลายเส้นและสไตล์ของแบบอักษร ซึ่งมีความแตกต่างกันเช่นเดียวกับลายมือของแต่ละบุคคลโดยทั่วไป
- ตัวพิมพ์แบบเขียนลายมือมักอ่านยากกว่าตัวพิมพ์ทั่วไป จึงไม่นิยมใช้ในเนื้อหาปริมาณมาก แต่เหมาะสำหรับงานที่ต้องการความโดดเด่นหรือสื่อสารอารมณ์เฉพาะ เช่น การออกแบบตราสินค้า (Logo) ปกหุ้มข้อ หรือส่วนประกอบที่ต้องการความประณีตและความสวยงามเป็นพิเศษ



รูปแบบลักษณะตัวอักษรในงานออกแบบกราฟิก ประกอบด้วย 4 ประเภท ได้แก่

➤ 4. รูปแบบตัวประดิษฐ์ (Display Font)

- ฟอนต์ประเภทนี้ได้รับการออกแบบให้มีลักษณะโดดเด่น สะดุดตา และสามารถมีรูปแบบที่แปลกใหม่ หรือมีรายละเอียดซับซ้อน
- เหมาะสำหรับงานที่ต้องการเน้นความเด่นชัด เช่น หัวเรื่อง ป้ายโฆษณา หรือส่วนประกอบเชิงกราฟิก อย่างไรก็ตาม
- ไม่เหมาะสำหรับข้อความยาว เนื่องจากอาจทำให้ผู้อ่านรู้สึกอ่านยากและลดทอนความชัดเจนของเนื้อหา



ลองทายประเภทตัวอักษรกัน

รักน้องต้องลืมเธอ

รูปแบบเซอรัฟ
(Serif)

ลองทายประเภทตัวอักษรกัน

ศิลปิน

รูปแบบเซอรัฟ
(Serif)

ลองทายประเภทตัวอักษรกัน

สุขใจ
สบายใจ

รูปแบบเซอรัฟ
(Serif)

ลองท่ายประเภทตัวอักษรกัน

พญานาคไทย

รูปแบบตัวเขียน
(Script Font)

ลองท่ายประเภทตัวอักษรกัน

a b c d e
f g h i j k
l m n o p
q r s t u
v w x y z

แซนส์เซอรัฟ
(Sans-serif)

ลองท่ายประเภทตัวอักษรกัน

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz

รูปแบบตัวเขียน
(Script Font)

ลองท่ายประเภทตัวอักษรกัน

ดวงจันทร์ซ่อนหน้า
อยู่ในเงามืด

รูปแบบตัวเขียน
(Script Font)

ลองทายประเภทตัวอักษรกัน



แซนส์เซอรัฟ
(Sans-serif)

ลองทายประเภทตัวอักษรกัน



รูปแบบตัวประดิษฐ์
(Display Font)

ลองทายประเภทตัวอักษรกัน



รูปแบบตัวประดิษฐ์
(Display Font)

ตัวอักษรในประเภทและ ตัวอักษรสากลที่ใช้แพร่หลาย

- ตัวอักษรที่เลือกใช้ในงานหนังสือต้องมีความชัดเจน อ่านง่าย และเหมาะสมกับเนื้อหา เนื่องจากมีผลต่อประสบการณ์การอ่านของผู้อ่านโดยตรง ตัวอักษรที่นิยมใช้ในงานหนังสือและเอกสารทางวิชาการ มีทั้งตัวอักษรที่พัฒนาขึ้นในประเทศและตัวอักษรสากลที่ใช้แพร่หลาย ดังนี้

ก A a

อังซานิว
(Angsana New)

ก A a

ไทยสารบัญพีเอสเค
(TH SarabunPSK)

ก A a

ไทรนิรมิต
(TH Niramit AS)

ก A a

คอร์เดียนิว
(Cordia New)

(สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนครสวรรค์, 2563)

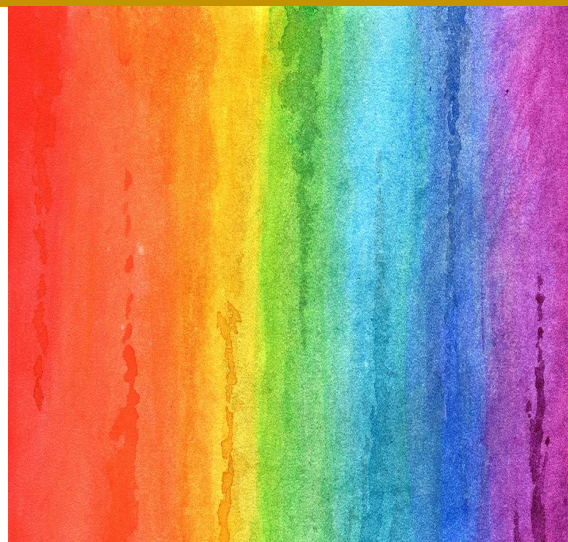
ขั้นตอนก่อนการพิมพ์ (Pre-press / Pre-production)

1. การวางแผนและการออกแบบ (Planning & Design)

1.2 การจัดวางองค์ประกอบศิลป์

สี (Color)

สี (Color) เป็นองค์ประกอบที่มีผลต่ออารมณ์และการรับรู้ของผู้อ่าน การเลือกใช้สีอย่างเหมาะสมช่วยเสริมการสื่อสารทำให้เนื้อหาดึงดูดและตีความได้ชัดเจน

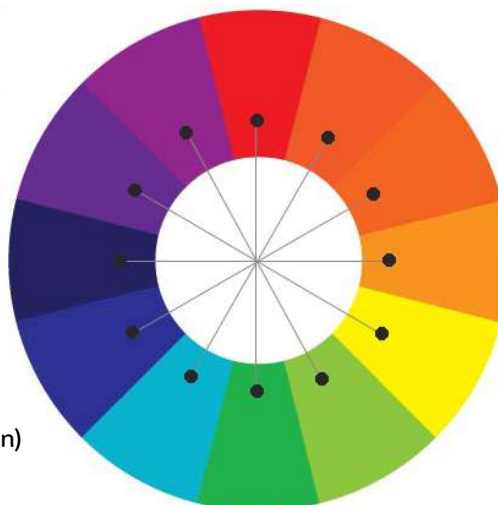


คู่สีตรงข้าม

เป็นสีที่อยู่ตำแหน่งตรงข้ามกันบนวงจรสี จึงก่อให้เกิดความตัดกันอย่างชัดเจน

เมื่อต้องการตรวจสอบว่าสองสีเป็นคู่สีตรงข้ามอย่างแท้จริงหรือไม่ สามารถทดสอบโดยการนำสีทั้งสองมาผสมกัน หากได้สีกลาง แสดงว่าสีนั้นมีองค์ประกอบของแม่สีทั้งสามและเป็นสีที่ตัดกันอย่างแท้จริงตามหลักการของวงจรสี

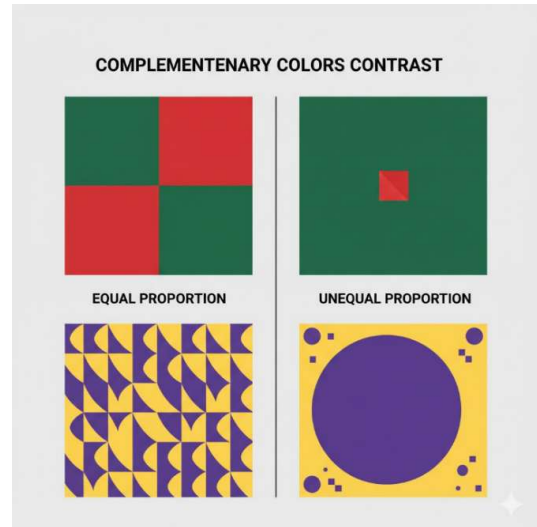
1. เหลือง (Yellow) กับ ม่วง (Violet, Purple)
2. แดง (Red) กับ เขียว (Green)
3. น้ำเงิน (Blue) กับ ส้ม (Orange)
4. ส้มเหลือง (Yellow-Orange) กับ ม่วงน้ำเงิน (Blue-Green)
5. ส้มแดง (Red-Orange) กับ เขียวน้ำเงิน (Blue-Green)
6. เขียวเหลือง (Yellow-Green) กับ ม่วงแดง (Red-Violet)



สีตรงข้ามช่วยสร้างความรู้สึกดัดกันและเพิ่มความโดดเด่นให้แก่ผลงาน ตามหลักทฤษฎีสี มักใช้อัตราส่วนประมาณร้อยละ 80 ต่อ 20 เพื่อให้เกิดสมดุลระหว่างสีหลักและสีที่เน้น

หากต้องการลดความรุนแรงของคู่สีตรงข้ามหรือทำให้ภาพมีความสบายตายิ่งขึ้น **อาจเติมสีขาวหรือสีดำลงในองค์ประกอบ** ซึ่งช่วยให้ภาพดูนุ่มนวลและลดความรู้สึกดัดกันของสีได้

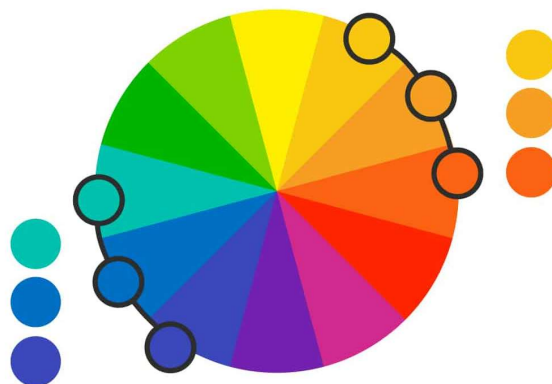
การใช้สีตรงกันข้าม เป็นเทคนิคที่ทรงพลังในการออกแบบ ซึ่งมีทั้งข้อดีที่ช่วยเสริมงาน และข้อควรระวังที่อาจทำให้งานดูไม่สบายตาได้



สีข้างเคียง

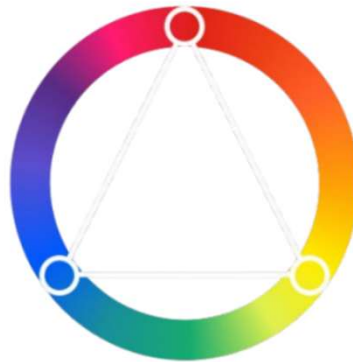
สีข้างเคียงเป็นการเลือกใช้สามสีที่อยู่ติดกันบนวงล้อสี โดยมักกำหนดสีหลักหนึ่งสีและใช้สีที่อยู่ข้างเคียงอีกสองสีเพื่อสร้างความกลมกลืน ตัวอย่างเช่น

สีส้มเหลือง สีส้ม และสีส้มแดง ซึ่งมีสีส้มเป็นส่วนร่วม ทำให้เมื่อนำมาใช้ร่วมกันสามารถสร้างความเรียบง่ายและเข้ากันได้เป็นอย่างดี



สีแบบไตรแอดิก (Triadic)

เป็นการใช้สีสามสีที่เว้นระยะเท่า ๆ กันบนวงล้อสี ทำให้เกิดความสมดุลและความสดใสในการมองเห็น โดยมักเลือกสีหลักหนึ่งสีและใช้สีอีกสองสีเป็นสีเน้นในอัตราส่วน 60:30:10 ซึ่งช่วยสร้างคอนทราสต์ที่ชัดเจนโดยไม่ทำให้การออกแบบดูหนาหรือหนักเกินไป โทนสีนี้เหมาะสำหรับงานออกแบบที่ต้องการความโดดเด่นและมีพลังทางสายตา



2. การเตรียมไฟล์งาน (File Preparation)

ขั้นตอนก่อนการพิมพ์ (Pre-press / Pre-production)

2. การเตรียมไฟล์งาน (File Preparation)

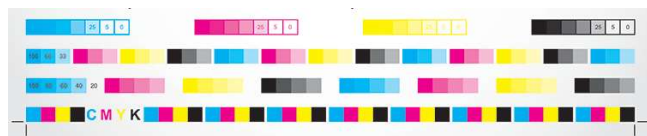
1. ระบบสีสำหรับงานพิมพ์ (Color Mode)

การ จัด ทำ ลั ง พื ม พ์ ร ว ม ถึ ง ลั อ
อิเล็คทรอนิกส์ทั่วไปจะนิยมใช้ระบบสี
2 รูปแบบประกอบด้วย CMYK และ
RGB โดยมีรายละเอียดดังนี้

CMYK

เป็นระบบสีที่ใช้ในงานพิมพ์เป็นหลัก เช่น หนังสือ
นิตยสาร โปสเตอร์ แผ่นพับ กล่องบรรจุภัณฑ์ และงาน
ไวนิล โดยระบบสี CMYK ประกอบด้วยสี Cyan (ฟ้า),
Magenta (แดงอมม่วง), Yellow (เหลือง), และ Key
(ดำ)

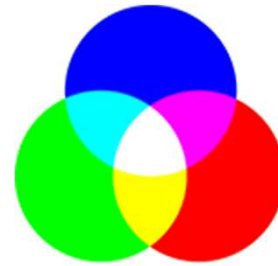
ซึ่งแตกต่างจากระบบสี RGB ที่ใช้สำหรับการแสดงผล
บนจอภาพ ความเข้าใจระบบสี CMYK มีความสำคัญ
ต่อการออกแบบกราฟิก เพราะหากไม่คำนึงถึงอาจ
ส่งผลต่อความถูกต้องของสีเมื่องานพิมพ์จริง



RGB

เป็นระบบสีที่ใช้สำหรับงานที่แสดงผลบนหน้าจอ เช่น เว็บไซต์ สื่อโฆษณาออนไลน์ หรืออีเมลทางการตลาด โดยไม่เน้นการพิมพ์

งานกราฟิกจึงต้องพิจารณารูปแบบการใช้งานก่อน เลือกระบบสี ระบบสี RGB มีช่วงสีที่กว้างกว่าระบบ CMYK สามารถแสดงสีได้หลายล้านเฉด ประกอบด้วย Red (แดง), Green (เขียว), และ Blue (น้ำเงิน) โดยแต่ละสีสามารถกำหนดค่าได้ตั้งแต่ 0–255 หรือแสดงเป็นรหัสสีแบบ Hex เช่น #00aeeef



ขั้นตอนก่อนการพิมพ์ (Pre-press / Pre-production)

2. การเตรียมไฟล์งาน (File Preparation)

2. ความละเอียด (Resolution)

- ❖ การเตรียมไฟล์งานเพื่อส่งพิมพ์ควรตรวจสอบรายละเอียดของงานให้ครบถ้วน เพื่อให้ได้งานพิมพ์ที่สวยงาม คมชัด และตรงตามสเปกที่กำหนด
- ❖ ความละเอียดของภาพหรือ Resolution เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความคมชัดของงานพิมพ์ โดยวัดเป็น dots per inch (DPI) หรือ pixels per inch (PPI) ซึ่งค่าความละเอียดสูงขึ้นย่อมให้ภาพคมชัดมากขึ้น ขึ้นอยู่กับคุณภาพของภาพต้นฉบับ



Resolution

วี เมานท์ แอนด์ ทริม (2567) มี
แนวทางการกำหนดความละเอียด
สำหรับงานพิมพ์ทั่วไป ดังนี้

• ความละเอียด 150 dpi

เหมาะกับการเน้นตัวอักษรมากและมี
รูปภาพน้อย เช่น ใบปลิว แผ่นพับ ตัวหนังสือใหญ่และ
เด่นชัด

• ความละเอียด 350 dpi +

เหมาะกับการพิมพ์ที่ต้องการความคมชัดสูง
เช่น นิตยสาร โปสเตอร์ขนาดใหญ่ สมุดภาพ และงาน
พิมพ์คุณภาพสูง

• ความละเอียด 300 dpi

เหมาะกับการที่มีรูปภาพจำนวนมาก เช่น
โบรชัวร์ แค็ตตาล็อก โปสเตอร์ นิตยสาร และแผ่นพับ
สินค้าที่เน้นภาพสวยงาม ให้รายละเอียดสูงและสีสัน
คมชัด

สำหรับงานพิมพ์ขนาดใหญ่ สามารถกำหนดความละเอียดเบื้องต้นได้ดังนี้
(ศราวภูมิ ดั่งงั่ว, 2563)

ความละเอียดน้อยกว่าหรือเท่ากับ 70 dpi
เหมาะสำหรับงานที่มี ขนาดใหญ่กว่า 300×500 เซนติเมตร

ความละเอียด 100 dpi
เหมาะสำหรับงานที่มีขนาด 200×300 เซนติเมตร
แต่ไม่เกิน 300×500 เซนติเมตร

ความละเอียด 150 dpi
เหมาะสำหรับงานที่มีขนาด 100×100 เซนติเมตร
แต่ไม่เกิน 200×300 เซนติเมตร

ความละเอียด 300 dpi
เหมาะสำหรับงานที่มีขนาดต่ำกว่า 100×100 เซนติเมตร

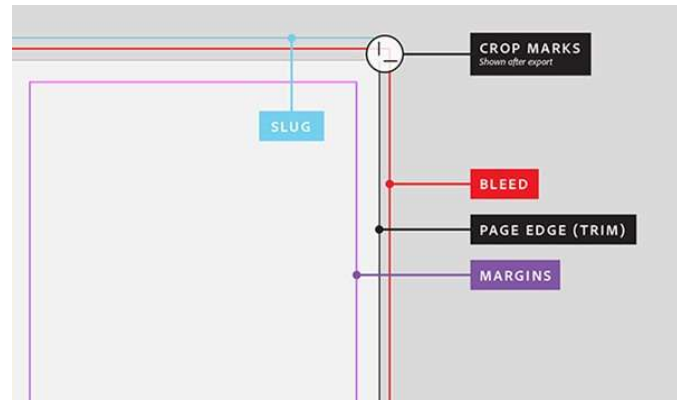
จึงสรุปได้ว่างานที่มีขนาดใหญ่
อยู่แล้ว มากกว่า 100 x 100
เซนติเมตร
จะใช้เวลาละเอียด dpi น้อย
กลับกัน ถ้างานที่มีขนาดเล็กจะใช้
dpi ที่สูงกว่า

ขั้นตอนก่อนการพิมพ์ (Pre-press / Pre-production)

2. การเตรียมไฟล์งาน (File Preparation)

3. ระยะปลอดภัย (Safety Margin) และระยะตัดตก (Bleed)

- ❖ ระยะขอบปลอดภัยและระยะตัดตกเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเตรียมไฟล์งานพิมพ์เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดจากขั้นตอนการตัดกระดาษ ซึ่งอาจมีความคลาดเคลื่อนประมาณ 3 มิลลิเมตร ดังนั้นการกำหนดพื้นที่ดังกล่าวจึงช่วยให้องค์ประกอบของงานไม่ถูกตัดหายและทำให้งานพิมพ์มีความเรียบร้อย



1) ระยะขอบปลอดภัย (Safety Margin)

ควรวางตัวอักษร โลโก้ หรือองค์ประกอบสำคัญอื่นให้ห่างจากขอบชิ้นงานอย่างน้อย 3 มิลลิเมตร เพื่อป้องกันไม่ให้อายุ่งสำคัญถูกตัดออกในกรณีที่เครื่องตัดกระดาษคลาดเคลื่อนเข้ามาในพื้นที่งาน

2) ระยะตัดตก (Bleed)

ควรขยายพื้นที่สีพื้นหรือภาพให้เกินขนาดจริงของงานออกไปทุกด้านประมาณ 3 มิลลิเมตร เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดขอบขาวหลังการตัด เนื่องจากหากมีการตัดคลาดเคลื่อน สีหรือภาพที่เผื่อไว้จะช่วยให้งานดูสมบูรณ์และไม่มีรอยของกระดาษปรากฏ



ขั้นตอนก่อนการพิมพ์ (Pre-press / Pre-production)

2. การเตรียมไฟล์งาน (File Preparation)

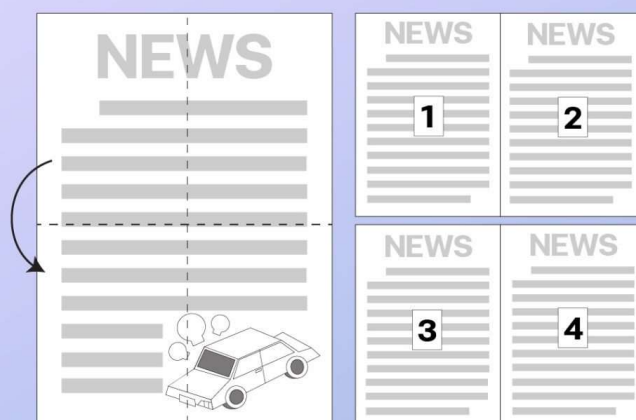
4. การนับหน้ายก

- ❖ กระดาษหน้ายก หมายถึง จำนวนหน้าของหนังสือที่ได้จากการพับแผ่นกระดาษพิมพ์ซึ่งมีขนาดมาตรฐานที่โรงพิมพ์ใช้ในการผลิตสิ่งพิมพ์ เพื่อให้งานพิมพ์มีสัดส่วนที่ถูกต้อง และภาพประกอบมีความสมบูรณ์
- ❖ กระดาษที่ใช้โดยทั่วไปเป็นกระดาษขนาดหนึ่งในสี่ของกระดาษมาตรฐาน 43×31 นิ้ว เมื่อผ่านกระบวนการพิมพ์และการพับแล้วจะได้ขนาดประมาณ 15.5×21.5 นิ้ว

การคำนวณจำนวนหน้ายก ขึ้นอยู่กับจำนวนครั้งที่พับแผ่นพิมพ์ โดยการพับหนึ่งครั้งเท่ากับการแบ่งแผ่นพิมพ์ออกเป็น 4 หน้า เรียกว่า “สิ่งพิมพ์ขนาด 4 หน้ายก” และเมื่อพับสองครั้งจะได้ 8 หน้า เรียกว่า “สิ่งพิมพ์ขนาด 8 หน้ายก”

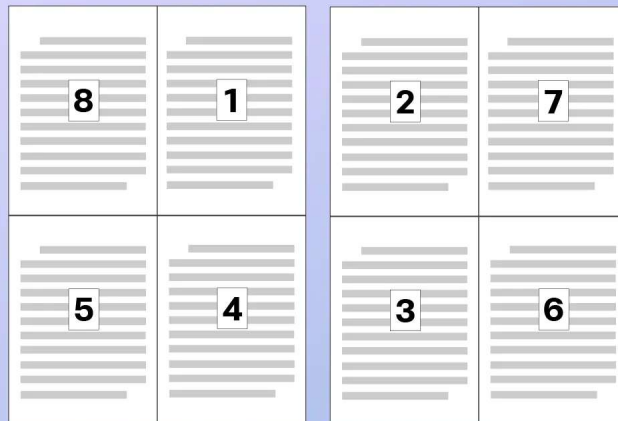
การคำนวณหน้ายก

พับ 1 ครั้ง = 4 หน้า = สิ่งพิมพ์ขนาด 4 หน้ายก



การคำนวณหน้ายก

พับ 2 ครั้ง = 8 หน้ายก = สั่งพิมพ์ขนาด 8 หน้ายก



3. การพิสูจน์อักษร (Proofing)

ขั้นตอนก่อนการพิมพ์ (Pre-press / Pre-production)

3. การพิสูจน์อักษร (Proofing)

- ❖ การพิสูจน์อักษรมีความสำคัญอย่างยิ่งในการป้องกันข้อผิดพลาดก่อนการพิมพ์จริง ซึ่งงานพิสูจน์อักษรเป็นการอ่านตรวจแก้ความถูกต้องของเนื้อหา ความภาพประกอบ และรูปแบบการจัดหน้า และใช้เครื่องหมายพิสูจน์อักษรในการแก้ไข

การพิสูจน์อักษร ใช้ 2 รูปแบบ

3.1 การพิสูจน์อักษรแบบดิจิทัล (Digital Proof) ตรวจสอบงานพิมพ์บนหน้าจอ

3.2 การพิสูจน์อักษรแบบสิ่งพิมพ์ (Hard Proof) พิมพ์งานออกมาตรวจสอบก่อนพิมพ์จริง



(สุดารัตน์ บัวศรี, ม.ป.ป.)

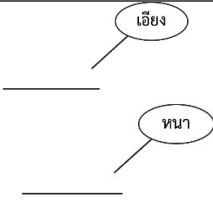
เครื่องหมายในการตรวจร่างหนังสือ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ

X	เอาออก (กรณีสระ วรรณยุกต์ หรือคำสั้น ๆ โดยเขียนทับ สระ วรรณยุกต์ หรือ คำสั้น ๆ ที่ต้องการเอาออก)	3) เพื่อ ประเมินความพึงพอใจของ
_____	ตัด/เอาออก (กรณีเป็นประโยค หรือคำยาว ๆ)	โปรดอย่าแก้ไขด้วยตัวเอง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.75$, S.D. = 0.51) และมีความพึงพอใจทุก ด้านอยู่ในระดับมากที่สุดโดยเฉลี่ยแล้วจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านเนื้อหาสาระด้านข้อมูล เป็นโอกาสให้แสดงความคิดเห็น ซึ่งการ สอบข้อเท็จจริง ($\bar{X} = 4.78$, S.D. = 0.49) รองลงมาเป็นเรื่องความพึงพอใจด้านความเหมาะสม ($\bar{X}$ = 4.75, S.D. = 0.50) และด้านความถูกต้องของข้อมูล ซึ่งเรื่องนี้อาจกล่าวถึงและชี้แจงได้

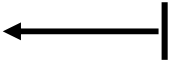
เครื่องหมายในการตรวจร่างหนังสือ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (ต่อ)

	เว้นวรรค	ะผลสัมฤทธิ์ ร้อยละ 70 มี
	เพิ่มข้อความหรือตัวอักษร	หนังสือ 3) ด้านบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม และ:
	เลื่อนให้ชิดกัน หรือ ไม่เว้นวรรค	การพัฒนาสารสนเทศ คือ กระบวนการสร้างหรือปรับปรุง ระบบสารสนเทศให้สามารถแก้ไขปัญหาและตอบสนองความ ต้องการขององค์กร โดยมีขั้นตอนหลักที่เรียกว่า วงจรการพัฒนา ระบบ

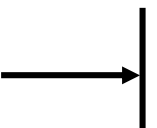
เครื่องหมายในการตรวจร่างหนังสือ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (ต่อ)

	ให้ใช้ตัวเอนเอียง หรือตัวหนา จะให้ลักษณะเดียวกัน	ผลสัมฤทธิ์ (2543). รูปแบบหรือแนวทางการจัดการเรียนรู้ที่เสริมสร้างคุณลักษณะดี ประถมศึกษา. โรงพิมพ์คุรุสภา ลาดพร้าว. ชาติการ. (2559). แผนพัฒนาการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ ฉบับที่ 1) กระทรวงศึกษาธิการ. สุรินทร์. (2531). การวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา. ฉบับการพิมพ์. ทอง. (2543). เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิ ทยาลัย
	ไม่ต้องย่อหน้า	ผลการวิเคราะห์ค่าหาค IOC พบว่า 1) ข้อสรุป มีข้อความที่สอดคล้อง 0.67-1.00 จำนวน 15 ข้อ

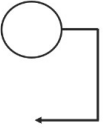
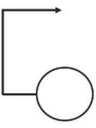
เครื่องหมายในการตรวจร่างหนังสือ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (ต่อ)

	เลื่อนชิดกันซ้าย	1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 1.1 ประชากร คือ นักเรียน จังหวัดนครราชสีมา ปีการศึกษา 2568 จั 1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียน เมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 2 ห้องเรียน 2. ตัวแปรที่ศึกษา 2.1 ตัวแปรอิสระ
	เยื้อง / ย่อหน้าเข้าไปทางขวา	ตารางที่ 4.4 ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษา โปสเตอร์ด้วยโปรแกรม Canva

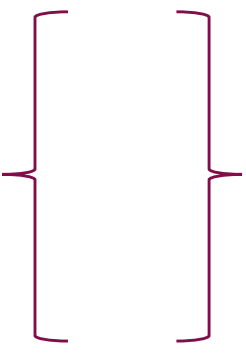
เครื่องหมายในการตรวจร่างหนังสือ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (ต่อ)

	ย่อเข้ามาให้ตรงแนว	2.1 คุณลักษณะของการเรียนรู้แบบอินเทอร์แอคทีฟ การเรียนรู้แบบอินเทอร์แอคทีฟ (Interact) เน้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่กับเนื้อหา ครู และเพื่อน เดียว แต่สามารถทดลอง วิเคราะห์ ตอบสนอง และสะท้อน เรียนรู้ในลักษณะนี้ช่วยให้ผู้เรียนเกิดความสนใจและมีแรงจูง ใจในการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี ผู้เรียนสามารถคลิก เลื เลือกการนำเสนอ ทำให้เกิดการเรียนรู้ด้วยการลงมือทำจ กิจกรรมร่วมกัน ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดทักษะการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Laurillard, 2013; 2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้แบบอินเทอร์แอคที ฟที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้แบบอินเ
	สลับเอาบรรทัดล่างขึ้นมาแทน บรรทัดด้านบนลงไปด้วย	โรงเรียนบ้านพลกรัง (เดช ตรวจสอบและแก้ไขเครื่อง วิจิตรในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ศาสตร์วิชาวอกแก้วข้าพเจ้า นี้สำเร็จไปได้ด้วยดี ขอขอบคุณ บั เวลาตอนแบบสอบถามให้ใช้ ที่มีส่วนช่วยเหลือในการเกิ ผลสำเร็จของ การศึกษา อบรมสั่งสอน ไ

เครื่องหมายในการตรวจร่างหนังสือ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (ต่อ)

?	สงสัยความถูกต้องของคำหรือข้อความ ให้ไปตรวจสอบอีกครั้ง	2.3.5 นำแบบทดสอบที่ผ่านการทดลองที่จากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มทดลองที่ไม่ใช่บุคลากรเชื่อมั่นในเครื่องมือ <i>และดำเนินการดังนี้...</i> 2.4 แบบประเมินความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการค้นหาข้อมูล ที่ประยุกต์ใช้ Microsoft Word
	ย้ายคำจากบรรทัดบนลงมาบรรทัดต่อไป	การพัฒนากระบวนสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์ เพื่อนำเสนอการดูแลผู้ป่วยแบบองค์รวม โดยผู้ป่วยสามารถใช้เพื่อการศึกษาและติดตามตัวเองได้
	ย้ายคำจากบรรทัดล่างขึ้นไป	สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (2562) ได้วิเคราะห์

เครื่องหมายในการตรวจร่างหนังสือ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (ต่อ)

	ตรวจสอบการจัดบรรทัดให้กระจายกันหน้ากันหลังของเอกสาร	และผลสัมฤทธิ์ทางการพิมพ์สัมผัสที่ดีขึ้น นำเสนอ ควรจัดทำแบบฝึกหัดหรือกิจกรรม ให้ความรู้ ศักยภาพของตนเองได้ โดยสร้างแรง เปิดใจ ยอมรับความท้าทาย และพร้อมที่ สมรรถนะการพิมพ์สัมผัสให้มีความ และการพิมพ์ที่เหมาะสมต่อการพิมพ์สัมผัส <i>ใจ ใจ ใจ</i>
---	---	---

ขั้นตอนการพิมพ์ (Press / Production)

1. ระบบการพิมพ์หลัก (Printing Systems)

ขั้นตอนการพิมพ์ (Press / Production)

1. ระบบการพิมพ์หลัก (Printing Systems)

ระบบการพิมพ์ออฟเซต (Offset Printing)

- ❖ เป็นกระบวนการพิมพ์ที่เหมาะสมสำหรับงานปริมาณมากและต้องการคุณภาพสูง
- ❖ ต้นทุนต่อหน่วยลดลงเมื่อจำนวนพิมพ์เพิ่มขึ้น
- ❖ กระบวนการพิมพ์อาศัยการถ่ายทอดภาพจากแม่พิมพ์ไปยังผ้าอย่างแล้วจึงถ่ายทอดลงบนวัสดุพิมพ์ ทำให้ได้ชิ้นหมึกที่บางสม่ำเสมอ และให้รายละเอียดที่คมชัด โดยเฉพาะงานภาพสกรีนที่ต้องการความละเอียดสูง ผลลัพธ์ที่ได้มีความใกล้เคียงต้นฉบับและมีความคลาดเคลื่อนต่ำ อีกทั้งไม่มีรอยเว้าหรือรอยนูนที่ผิวงานเช่นในระบบเลตเตอร์เพรส
- ❖ การควบคุมคุณภาพของงานพิมพ์ออฟเซตจำเป็นต้องอาศัยทักษะของผู้ควบคุมเครื่องพิมพ์ในการปรับสมดุลน้ำและหมึกเพื่อให้ได้ชิ้นหมึกที่เหมาะสมและรักษาความอืดของสีตามมาตรฐาน



ข้อดีและข้อจำกัดของการพิมพ์แบบออฟเซต

ข้อดีของการพิมพ์แบบออฟเซต	ข้อจำกัดของการพิมพ์แบบออฟเซต
1. ให้คุณภาพงานพิมพ์สูง ภาพพิมพ์มีความคมชัด สีสันตรงตามต้นฉบับ และควบคุมการถ่ายโอนหมึกได้แม่นยำ เหมาะสำหรับงานที่ต้องการความละเอียด เช่น โบรชัวร์ หนังสือ และแคตตาล็อก 2. ประหยัดต้นทุนเมื่อพิมพ์จำนวนมาก ต้นทุนต่อหน่วยลดลงเมื่อจำนวนพิมพ์เพิ่มขึ้น จึงเหมาะสำหรับงานที่ต้องการปริมาณมาก เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และแผ่นพับ 3. รองรับวัสดุพิมพ์หลากหลาย สามารถพิมพ์บนกระดาษหลายประเภท รวมถึงวัสดุพิเศษ เช่น พลาสติกหรือวัสดุผิวมัน 4. ให้สีที่สม่ำเสมอ งานพิมพ์มีความคงที่ของสีในทุกแผ่น แม้พิมพ์จำนวนมากต่อเนื่อง	1. มีค่าใช้จ่ายเริ่มต้นสูง ต้องใช้งบประมาณในการทำแม่พิมพ์และตั้งเครื่องมากกว่าการพิมพ์ดิจิทัล จึงไม่เหมาะกับงานจำนวนน้อย 2. ใช้เวลาเตรียมงานมาก ต้องเตรียมแม่พิมพ์และปรับตั้งเครื่องก่อนพิมพ์จริง ทำให้ไม่เหมาะกับงานเร่งด่วน 3. การแก้ไขทำได้ยาก หากเกิดข้อผิดพลาดต้องปรับหรือทำแม่พิมพ์ใหม่ ทำให้เสียเวลาและเพิ่มต้นทุน 4. ไม่คุ้มค่าสำหรับงานพิมพ์ปริมาณน้อย เนื่องจากต้นทุนเตรียมงานสูงกว่าการพิมพ์ดิจิทัล



ขั้นตอนการพิมพ์ (Press / Production)

1. ระบบการพิมพ์หลัก (Printing Systems)

ระบบการพิมพ์ดิจิทัล (Digital Printing)

- ❖ เป็นกระบวนการพิมพ์ที่รับข้อมูลจากคอมพิวเตอร์ส่งตรงสู่เครื่องพิมพ์โดยไม่ต้องใช้แม่พิมพ์
- ❖ เหมาะสำหรับงานจำนวนน้อย งานเร่งด่วน หรือชิ้นงานที่ต้องปรับเปลี่ยนข้อมูลเฉพาะบุคคล
- ❖ ระบบนี้สามารถผลิตงานได้รวดเร็วและรองรับงานที่ต้องการความยืดหยุ่น เช่น งานแบบ Print on Demand และงานที่มีข้อมูลแตกต่างกันในแต่ละชิ้น (Variable Data)



เทคโนโลยีการพิมพ์ดิจิทัลที่ใช้ในอุตสาหกรรม พิมพ์บรรจุภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

1. เทคโนโลยีการพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์โฟโตกราฟี
(Electrophotography)



2. เทคโนโลยีการพิมพ์พ่นหมึก
(Inkjet Printing Technology)



ประเภทของหมึกพิมพ์ในระบบอิงค์เจ็ท แบ่งได้เป็น 4 ประเภท ตามลักษณะการใช้งาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

หมึกฐานน้ำ
(Water-based Inkjet Ink)

หมึกฐานน้ำมัน
(Solvent Inkjet Ink)

หมึกฐานกาว
(Latex Inkjet Ink)

หมึกยูวี
(UV Inkjet Ink)

ขั้นตอนการพิมพ์
(Press / Production)

2. วัสดุใช้พิมพ์ (Substrates/Paper)

ขั้นตอนการพิมพ์
(Press / Production)

2. วัสดุใช้พิมพ์ (Substrates/Paper)

1. ประเภทกระดาษสำหรับงานพิมพ์

- ❖ กระดาษเป็นวัสดุพื้นฐานสำคัญในกระบวนการผลิตหนังสือ แม้ปัจจุบันจะมีรูปแบบการอ่านทั้งหนังสือเล่มและหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) แต่สำนักพิมพ์ยังคงผลิตทั้งสองรูปแบบควบคู่กัน เนื่องจากตอบสนองความต้องการของผู้อ่านที่หลากหลาย
- ❖ การเลือกใช้กระดาษสำหรับงานพิมพ์หนังสือแต่ละเล่มจะแตกต่างกันตามความเหมาะสมของงาน ความสวยงาม การใช้งานจริง และต้นทุนการผลิต
- ❖ กระดาษแต่ละชนิดจึงมีคุณลักษณะเฉพาะและรองรับงานพิมพ์ที่แตกต่างกัน ทั้งในด้านการพิมพ์เนื้อหา ตัวหนังสือ ภาพประกอบ รวมถึงความทนทานของเล่มหนังสือ



(สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2567)

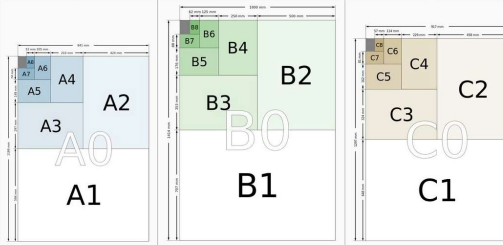
ขั้นตอนการพิมพ์ (Press / Production)

2. วัสดุพิมพ์ (Substrates/Paper)

มาตรฐาน ขนาดกระดาษ ในระบบ ISO 216

Dimensions of A, B and C Series

Size	A series formats		B series formats		C series formats	
	(mm)	(in)	(mm)	(in)	(mm)	(in)
0	841 × 1189	33.1 × 46.8	1000 × 1414	39.4 × 55.7	917 × 1297	36.1 × 51.1
1	594 × 841	23.4 × 33.1	707 × 1000	27.8 × 39.4	648 × 917	25.5 × 36.1
2	420 × 594	16.5 × 23.4	500 × 707	19.7 × 27.8	458 × 648	18.0 × 25.5
3	297 × 420	11.7 × 16.5	353 × 500	13.9 × 19.7	324 × 458	12.8 × 18.0
4	210 × 297	8.3 × 11.7	250 × 353	9.8 × 13.9	229 × 324	9.0 × 12.8
5	148 × 210	5.8 × 8.3	176 × 250	6.9 × 9.8	162 × 229	6.4 × 9.0
6	105 × 148	4.1 × 5.8	125 × 176	4.9 × 6.9	114 × 162	4.5 × 6.4
7	74 × 105	2.9 × 4.1	88 × 125	3.5 × 4.9	81 × 114	3.2 × 4.5
8	52 × 74	2.0 × 2.9	62 × 88	2.4 × 3.5	57 × 81	2.2 × 3.2
9	37 × 52	1.5 × 2.0	44 × 62	1.7 × 2.4	40 × 57	1.6 × 2.2
10	26 × 37	1.0 × 1.5	31 × 44	1.2 × 1.7	28 × 40	1.1 × 1.6



ขั้นตอนการพิมพ์ (Press / Production)

2. วัสดุพิมพ์ (Substrates/Paper)

2. ชนิดกระดาษ

❖ กระดาษปอนด์

- ❖ เป็นกระดาษพิมพ์เขียนที่ผลิตจากเยื่อเคมีซึ่งมีสัดส่วนเยื่อใยสั้นสูง ทำให้เนื้อกระดาษแน่นและผิวเรียบ
- ❖ มีความทึบแสงที่เหมาะสมต่อการพิมพ์และรองรับการซึมของหมึกได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ❖ น้ำหนักมาตรฐานอยู่ที่ 50–120 กรัมต่อตารางเมตร (gsm)
- ❖ รูปแบบที่ใช้กันมากคือกระดาษ A4 ซึ่งมีความหนา 70–120 แกรม
- ❖ ช่วง 70–80 แกรมเป็นความหนาที่พบทั่วไปในท้องตลาดเหมาะสำหรับงานพิมพ์เอกสาร รายงาน และหนังสือเรียนทั่วไป



2. ชนิดกระดาษ

❖ กระดาษถนอมสายตา (Green Read)

- ❖ เป็นกระดาษที่ออกแบบมาเพื่อลดความเมื่อยล้าของดวงตาขณะอ่านหนังสือ
- ❖ มีลักษณะสีเหลืองนวลช่วยลดการสะท้อนแสง
- ❖ เหมาะสำหรับการอ่านเป็นเวลานาน
- ❖ จุดเด่นของกระดาษถนอมสายตา ได้แก่ การถนอมสายตา การเก็บรักษาได้นาน น้ำหนักเบา และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จึงนิยมใช้พิมพ์หนังสือจดบันทึก และเหมาะสำหรับผู้อ่านที่รักการอ่านหรือผู้ที่ต้องการหนังสือที่อ่านสบายตามากขึ้น หรือกระดาษรายงาน เป็นต้น



2. ชนิดกระดาษ

❖ กระดาษอาร์ต (Art Paper)

- ❖ เป็นกระดาษที่ผ่านการเคลือบผิว มีทั้งแบบเคลือบด้านเดียวและสองด้าน โดยมีความหนาตั้งแต่ 90–350 แกรม กระดาษอาร์ต แบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก ดังนี้



กระดาษอาร์ตมัน
(Gloss Art Paper)

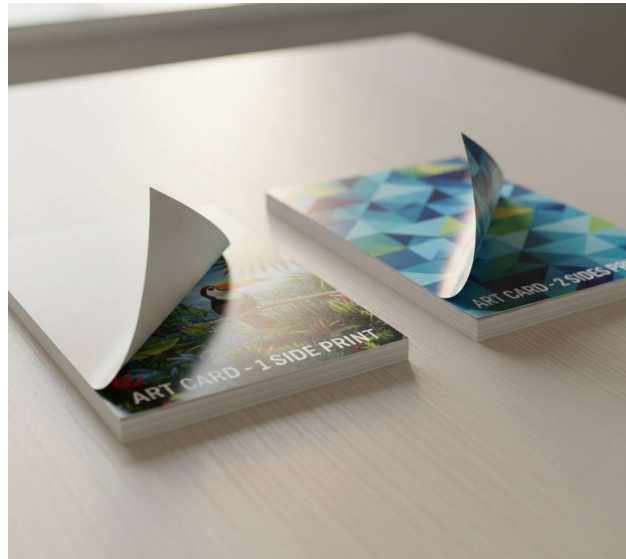


กระดาษอาร์ตด้าน
(Matte Art Paper)

2. ชนิดกระดาษ

❖ กระดาษอาร์ต (Art Paper) (ต่อ)

กระดาษอาร์ตการ์ด
(Art Card)
แบ่งเป็นพิมพ์ได้ 1 หน้า
กับพิมพ์ได้ 2 หน้า



วัสดุอื่น ๆ สำหรับการพิมพ์

❖ พลาสติก (Plastic)



แผ่นอะคริลิก (Acrylic)



วัสดุ PVC

วัสดุอื่น ๆ สำหรับการพิมพ์

❖ โลหะ (Metal)



❖ ไม้ (Wood)



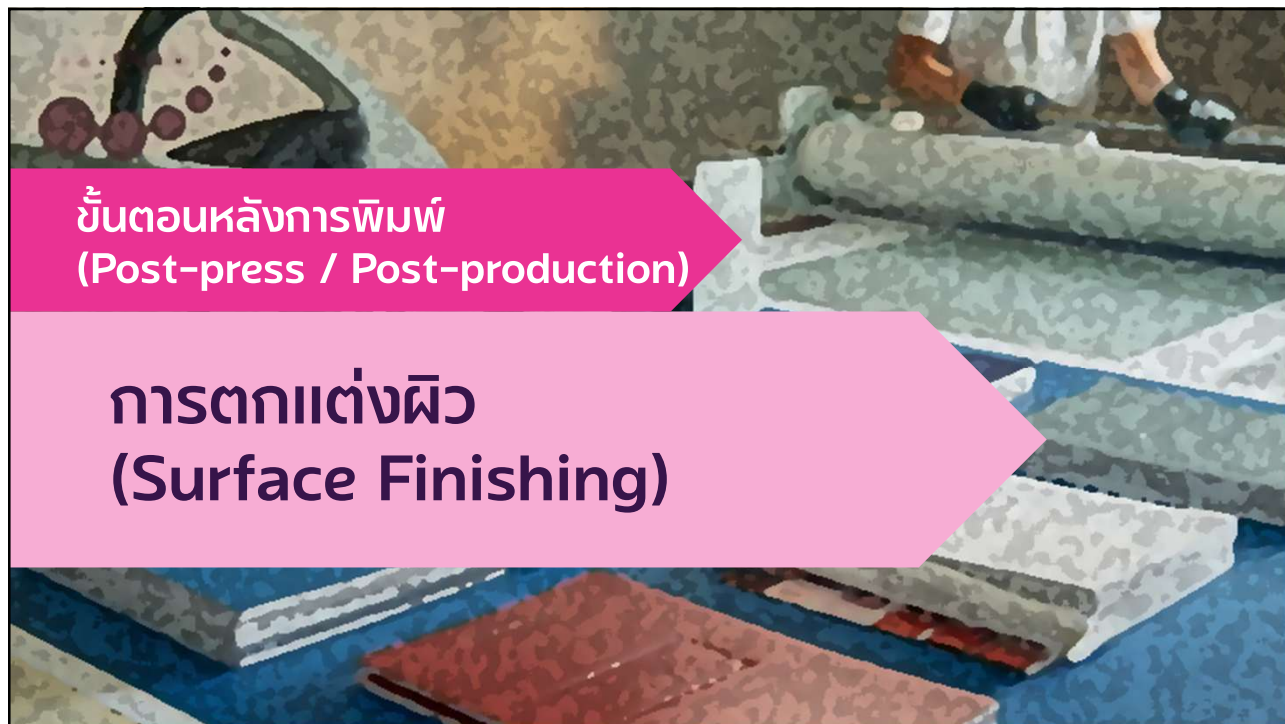
วัสดุอื่น ๆ สำหรับการพิมพ์

❖ หนังเทียม (Faux Leather)



❖ ผ้า (Fabric)



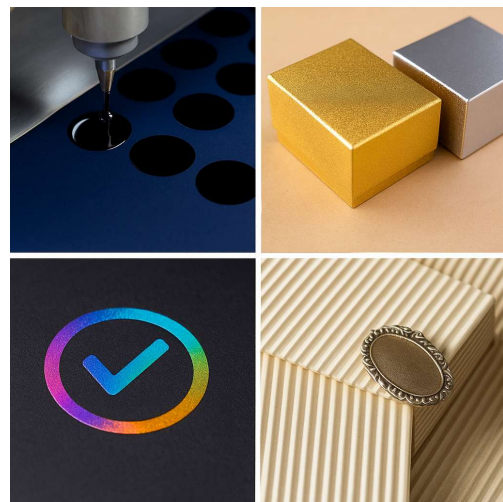


ขั้นตอนหลังการพิมพ์
(Post-press / Post-production)

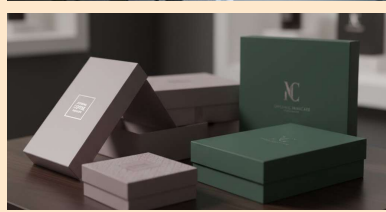
1. การตกแต่งผิว
(Surface Finishing)

การเคลือบผิว (Laminating)

- ❖ เคลือบผิวกระดาษเป็นกระบวนการที่เติมสารเคลือบลงบนพื้นผิวของกระดาษเพื่อปรับปรุงคุณสมบัติด้านความเรียบเนียน ความเงางาม และความสามารถในการรับหมึกพิมพ์
- ❖ สารเคลือบที่ใช้มักประกอบด้วยดินขาว (kaolin) แคลเซียมคาร์บอเนต หรือสารเคมีเฉพาะทางที่ช่วยให้ผิวกระดาษมีความสม่ำเสมอมากขึ้น
- ❖ กระบวนการเคลือบยังช่วยเพิ่มความทนทานของกระดาษ เช่น การป้องกันความชื้น การลดรอยขีดข่วน และการลดการซึมของหมึก ส่งผลให้กระดาษที่ผ่านการเคลือบผิวมีคุณภาพสูงและเหมาะสมสำหรับงานพิมพ์ที่ต้องการความคมชัดและความสวยงามของภาพหรือข้อความ



ประเภท การเคลือบผิว	ลักษณะการ เคลือบ	คุณสมบัติเด่น	การใช้งานที่ เหมาะสม	ตัวอย่าง
เคลือบด้าน (Matte Coating)	ใช้สารเคลือบให้ ผิวเรียบ ไม่ สะท้อนแสง	ตัวอักษรอ่านง่าย ไม่แยงตา สีไม่สด จัด	หนังสือทั่วไป รายงาน โบรชัวร์ ที่เน้นความสุภาพ	
เคลือบมัน (Gloss Coating)	สารเคลือบเพิ่ม ความเงาให้ผิว กระดาษ	สีสด คมชัด ให้ ภาพดูเด่น	นิตยสาร แผ่นพับ โปสเตอร์	
เคลือบแบบ กึ่งมันกึ่งด้าน (Silk/Satin Coating)	ผิวสัมผัสระหว่าง ด้านกับมัน	ให้สีและภาพ คมชัด แต่ไม่เงา เกินไป	งานพิมพ์ที่ต้องการ ภาพคมชัดแต่ยังคง ความเรียบหรู	

ประเภท การเคลือบผิว	ลักษณะการ เคลือบ	คุณสมบัติเด่น	การใช้งานที่ เหมาะสม	ตัวอย่าง
ยูวีเคลือบ (UV Coating)	เคลือบด้วยสาร UV แล้วอบด้วย แสง UV	ผิวแข็งแรง ทนต่อ รอยขีดข่วน เงา หรือดันทึบกับชนิด UV	ปกหนังสือ, การ์ด, บรรจุภัณฑ์	
สปอตยูวี (Spot UV)	เคลือบเฉพาะจุด ที่ต้องการเน้น	สร้างจุดเด่นเฉพาะ ส่วน เช่น โลโก้	งานพรีเมียม ปก หนังสือ การ์ดเชิญ	
ลามิเนตด้าน (Matte Lamination)	เคลือบฟิล์มด้าน ทั้งแผ่น	ผิวเรียบ สัมผัสดี เพิ่มความแข็งแรง	ปกหนังสือ เมนูอาหาร บรรจุภัณฑ์	

ประเภท การเคลือบผิว	ลักษณะการ เคลือบ	คุณสมบัติเด่น	การใช้งานที่ เหมาะสม	ตัวอย่าง
ลามิเนตมัน (Gloss Lamination)	เคลือบฟิล์มมัน	ให้ผิวมันวาว ทน ขึ้นและสกปรก	โปสเตอร์ เมนู โบรชัวร์	
ลามิเนตกันรอย (Soft Touch / Anti-Scratch)	ฟิล์มเคลือบ พิเศษเพิ่มความ ทนทาน	ผิวเนียนนุ่ม ลด รอยขีดข่วน	งานพรีเมียม บรรจุ ภัณฑ์เครื่องสำอาง	
ลามิเนตด้าน (Matte Lamination)	เคลือบฟิล์มด้าน ทั้งแผ่น	ผิวเรียบ สัมผัสดี เพิ่มความแข็งแรง	ปกหนังสือ เมนูอาหาร บรรจุภัณฑ์	

การเพิ่มมูลค่าด้วยเทคนิคพิเศษ

1. การรีดหรือปั๊มแผ่นฟอลซ์ (Hot Stamping)



2. การปั๊มูนหรือปั๊มลึก (Embossing/Debossing)





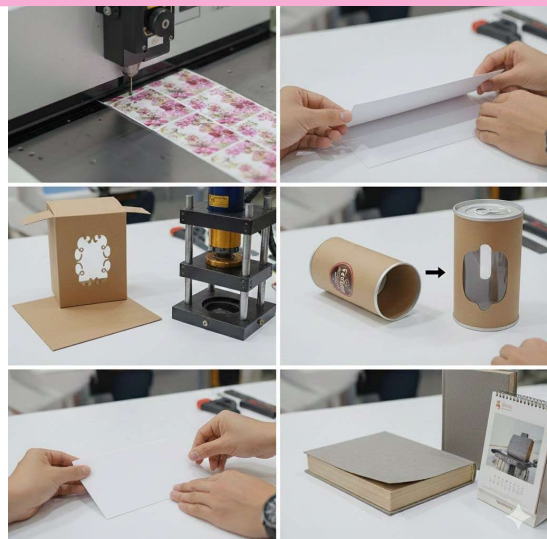
การขึ้นรูปและเข้าเล่ม (Binding & Finishing)

ขั้นตอนหลังการพิมพ์ (Post-press / Post-production)

การขึ้นรูปและเข้าเล่ม (Binding & Finishing)

การขึ้นรูป (Forming)

- ❖ เป็นกระบวนการแปรรูปชิ้นงานพิมพ์ให้ได้รูปทรงตามความต้องการ
- ❖ อาศัยการตัด พับ หรือประกอบให้เกิดโครงสร้างที่สมบูรณ์
- ❖ ขั้นตอนที่พบโดยทั่วไป ได้แก่
 - การตัดเจียน ซึ่งใช้สำหรับผลิตฉลากหรือชิ้นงานที่ต้องการความประณีต
 - การทำเส้นรอยพับเพื่อให้พับได้อย่างเรียบร้อย
 - การป้อนขึ้นรูปหรือโดคัทให้เป็นรูปทรงเฉพาะ เช่น กล่องหรือชิ้นงานที่ต้องการเจาะหน้าต่างเป็นลวดลายต่าง ๆ การพับและม้วน เช่น งานผลิตบรรจุภัณฑ์รูปทรงกระป๋อง ตลอดจนการทากาวเพื่อยึดชิ้นงานเข้าด้วยกัน เช่น กล่องหรือซองจดหมาย
 - การหุ้มกระดาษแข็ง เช่น การทำปกแข็งหรือฐานปฏิทิน เพื่อเพิ่มทั้งความแข็งแรงและคุณภาพของผลิตภัณฑ์



ขั้นตอนหลังการพิมพ์
(Post-press / Post-production)

การขึ้นรูปและเข้าเล่ม
(Binding & Finishing)

การเข้าเล่มรูปแบบต่างๆ



เย็บมุงหลังคา
(Saddle Stitch)



เข้าเล่มแบบไสกาว/สันกาว
(Perfect Binding)

ขั้นตอนหลังการพิมพ์
(Post-press / Post-production)

การขึ้นรูปและเข้าเล่ม
(Binding & Finishing)

การเข้าเล่มรูปแบบต่างๆ



การเข้าเล่มสันขดลวด
(Wire Binding)



การเข้าเล่มสันกระดูกงู

ขั้นตอนหลังการพิมพ์ (Post-press / Post-production)

การขึ้นรูปและเข้าเล่ม (Binding & Finishing)

การเข้าเล่มรูปแบบต่างๆ



การเข้าเล่มสันเทปผ้า
(Tape Binding)



การเข้าเล่มสันรูดพลาสติก
(Slide Binding)

การไถคัท (Die-cutting)



ขั้นตอนหลังการพิมพ์ (Post-press / Post-production)

การไถ่คัท (Die-cutting)

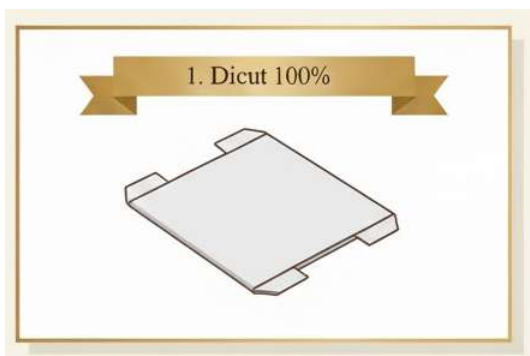
- ❖ ไถ่คัทคือกระบวนการตัดวัสดุ เช่น กระดาษหรือสติ๊กเกอร์ ให้เป็นรูปทรงเฉพาะตามแบบที่ออกแบบไว้ โดยใช้บล็อกมีดหรือเครื่องตัด ทำให้ได้รูปทรงที่ไม่จำกัดเพียงสี่เหลี่ยมหรือวงกลม แต่สามารถทำเส้นโค้ง มุมมน หรือรูปทรงซับซ้อนได้ ช่วยเพิ่มความน่าสนใจและความโดดเด่นให้กับงานพิมพ์ทั้งในระบบดิจิทัลและออฟเซต โดยแบ่งลักษณะของการไถ่คัทออกได้ดังนี้



ขั้นตอนหลังการพิมพ์ (Post-press / Post-production)

การไถ่คัท (Die-cutting)

❖ การปั๊มไถ่คัท 100%



ขั้นตอนหลังการพิมพ์
(Post-press / Post-production)

การไถ่คัท
(Die-cutting)

❖ การปั๊มไถ่คัท 50%



ขั้นตอนหลังการพิมพ์
(Post-press / Post-production)

การไถ่คัท
(Die-cutting)

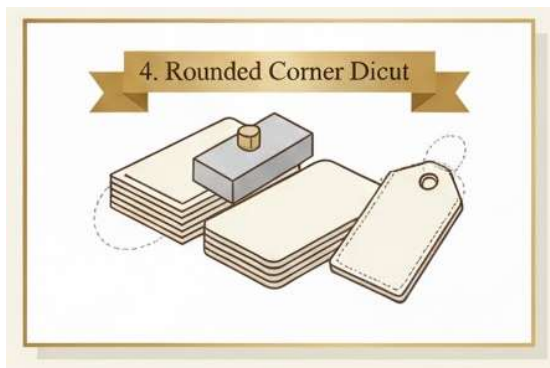
❖ การไถ่คัทตามรูปแบบเฉพาะ



ขั้นตอนหลังการพิมพ์
(Post-press / Post-production)

การไถ่
(Die-cutting)

❖ การไถ่ที่เหลี่ยมมน



ขั้นตอนหลังการพิมพ์
(Post-press / Post-production)

การไถ่
(Die-cutting)

❖ การไถ่ที่เหลี่ยม



สรุป

การวางแผนและกระบวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์อย่างเป็นระบบ เป็นการทำงานที่ครอบคลุมทั้งมิติด้าน พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล แนวคิดพื้นฐานด้านกระบวนการผลิต และขั้นตอนสำคัญของงานพิมพ์ตั้งแต่ ก่อนผลิต ระหว่างผลิต และหลังการผลิต สื่อสิ่งพิมพ์มีบทบาททางเศรษฐกิจและการสื่อสาร แม้สื่อดิจิทัลจะ ได้รับความนิยมสูงขึ้น พฤติกรรมการเลือกใช้สื่อของผู้บริโภคแตกต่างกันตามช่วงวัยและวัตถุประสงค์ทาง ธุรกิจ ขณะเดียวกันองค์กรผู้ผลิตสื่อจำเป็นต้องปรับตัวโดยใช้หลักการวิเคราะห์ลูกค้าและกลยุทธ์การตลาด เพื่อให้การสื่อสารตอบสนองต่อความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านกระบวนการผลิต ประกอบด้วย การวางแผน การออกแบบ การเตรียมไฟล์งาน การใช้ระบบสี ความละเอียด ระยะปลอดภัยและระยะตัด ตก ตลอดจนการพิสูจน์อักษรเพื่อควบคุมความถูกต้องของเนื้อหา ระบบการพิมพ์หลักที่นิยมใช้กันทั่วไปเป็น การพิมพ์ออฟเซตและการพิมพ์ดิจิทัล กระบวนการเหล่านี้ล้วนมีผลโดยตรงต่อคุณภาพของงานพิมพ์และ ประสิทธิภาพของระบบการผลิต