

๗๔/๖

๗๔๔๔๑

โครงการออกแบบสิ่งพิมพ์สำหรับใช้ภายในห้องพักของโรงแรมไพร่ริงส์

พินิตา ประวัตินวงศ์วิไล

15.03.2536

เค้าโครงศิลปนิพนธ์

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต

เสนอต่อคณะศิลปกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประสานมิตร

2537

83419

193848

_____ ประธาน
(อาจารย์สีเนนาก เลิศไพฑูริย์)

_____ ที่ปรึกษา
(อาจารย์กัลยาณี กาญจนกุล)

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	
ภูมิหลัง	1
จุดมุ่งหมาย	3
ความสำคัญของโครงการ	3
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า	3
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 ข้อมูลสัมพันธ	
การประชาสัมพันธ์	6
วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์	8
การสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์	8
ความหมายของภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์	9
หลักสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน	9
เครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์	10
อุตสาหกรรมโรงแรม	11
ลักษณะของอุตสาหกรรมโรงแรม	11
ชนิดและประเภทของโรงแรม	12
ประวัติของโรงแรม	17
ข้อมูลทั่วไปของโรงแรมพรวิรังส์	17
การออกแบบกราฟฟิค	22
ความหมายของการออกแบบกราฟฟิค	22
ประเภทของการออกแบบกราฟฟิค	23
ความสำคัญของการออกแบบกราฟฟิค	24
หลักการออกแบบกราฟฟิค	26

	หน้า
ส่วนประกอบในงานออกแบบกราฟิก	
- ตัวอักษรและตัวพิมพ์	28
- ภาพประกอบ	37
การวิเคราะห์งานออกแบบกราฟิก	40
สี	43
DESKTOP PUBLISHING	50
PAGEMAKER	50
วัสดุที่ใช้	
- กระดาษ	53
ระบบการพิมพ์	63
 บทที่ 3 กระบวนการศึกษาด้านคว่ำ	
กระบวนการศึกษารวบรวมข้อมูลความรู้	79
กระบวนการออกแบบ	83
กระบวนการผลิต	93
 บทที่ 4 อภิปรายผล	
ผลการศึกษาด้านคว่ำและทดลองทำโครงการ	106
ปัญหาที่พบในการทำโครงการ	107
ข้อเสนอแนะในการทำโครงการ	108

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันมีกิจการโรงแรมเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อรองรับผู้ที่เข้ามาพักอาศัย ผู้ที่มาติดต่อลงทุนในประเทศ รวมถึงนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จึงส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันสูง ระหว่างโรงแรมเดิมที่มีอยู่แล้ว และโรงแรมใหม่ที่เพิ่มสร้างขึ้น ซึ่งโรงแรมเดิมย่อมได้เปรียบในด้านชื่อเสียงที่มีมานาน ส่วนโรงแรมใหม่จะหาอย่างไรให้เป็นที่ยอมรับและจดจำ และให้เกิดการยอมรับในกลุ่มผู้ให้บริการ โรงแรมต่างๆจึงมีการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพพจน์ของโรงแรม เพื่อเป็นจุดดึงดูดความสนใจต่อผู้ที่เข้ามาพักอาศัยในลักษณะที่แตกต่างกันไป อาทิเช่น สถานที่ ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก บรรยากาศรอบๆตัวโรงแรม การบริการ อาหาร ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ผู้ที่มาใช้บริการเกิดความประทับใจต่อโรงแรมนั้นๆ

ในปัจจุบันการออกแบบได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภค ทำให้เกิดการแข่งขันกันไม่เฉพาะแต่ด้านคุณภาพ และบริการเท่านั้น แต่ยังผลไปถึงเรื่องการออกแบบสิ่งพิมพ์ต่างๆอีกด้วย การออกแบบสิ่งพิมพ์สำหรับการประชาสัมพันธ์โรงแรมจึงเป็นหนึ่งในหลายกิจกรรมที่มีความสำคัญในการช่วยส่งเสริมการสร้างภาพพจน์ของโรงแรม เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าผู้มาใช้บริการสามารถสัมผัสได้โดยตรง ในขณะที่มาใช้บริการของโรงแรมไม่ว่าจะเป็น แผ่นพับประชาสัมพันธ์ (Brochure) คู่มือบริการข้อมูลต่างๆ (Service Directory) ชุดกระดาษ ของจดหมาย นามบัตร (Stationery Set) เมนูอาหาร (Room Service Menu) เมนูเครื่องดื่ม (Drink List) ฯลฯ การออกแบบเอกสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้ภายในและภายนอกโรงแรม จึงถูกออกแบบขึ้น ภายใต้หลักเกณฑ์การออกแบบที่ดี มีการนำเสนอรูปแบบที่น่าสนใจ โดยอยู่บนพื้นฐานของความสวยงาม ในที่นี้จะขอกล่าวถึงแนวความคิดของนักออกแบบท่านหนึ่งคือ

เบอร์รีแมน กล่าวไว้ว่า รากฐานทางด้านเทคนิค ความคิด และพื้นฐานทางทัศนศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นฐานะผู้วิพากษ์วิจารณ์หรือผู้สร้างสรรค์งานออกแบบโดยตรง พื้นฐานการออกแบบที่ดี จะช่วยให้นักออกแบบสามารถพัฒนาการแก้ปัญหาบนพื้นฐานของประสบการณ์และชั้นเชิงทางด้านนี้ได้เป็นอย่างดี

ปัญหาหลักของการออกแบบ อยู่ที่พลังสองด้านที่ต่างชั่วคราวกัน พลังสองด้านนั้นก็คือ พลังการ
แสดงออกตามปัจเจกภาพหรือการสร้างสรรค์เฉพาะบุคคล จะต้องสร้างให้ตรงกับความต้องการ
ของกลุ่มประชากร

แต่ในปัจจุบันการออกแบบสิ่งพิมพ์สำหรับโรงแรมนั้นมีรูปแบบในการนำเสนอที่ให้ความ
เรียบง่ายเป็นหลัก จึงทำให้ขาดความน่าสนใจจากผู้มาใช้บริการและยังไม่มีการพัฒนาให้เป็น
เอกลักษณ์เท่าที่ควร จึงน่าที่จะมีการปรับปรุงส่วนประกอบบเล็กย่อยเหล่านี้ให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น เพื่อ
ให้ผู้มาใช้บริการเกิดความประทับใจ และจดจำโรงแรมได้ง่ายขึ้น

ในการทำศิลปนิพนธ์ครั้งนี้ ข้าพเจ้าเลือกทำโครงการออกแบบสิ่งพิมพ์สำหรับใช้ภายในห้อง
พักของโรงแรม โพรวีเดนซ์ เนื่องจากโดยส่วนตัวข้าพเจ้าสนใจงานทางด้านการออกแบบสิ่งพิมพ์มา
โดยตลอด ประกอบกับบิดาของข้าพเจ้าทำงานอยู่ที่โรงแรมแห่งนี้ ข้าพเจ้าจึงได้คลุกคลีและได้เห็นสิ่ง
พิมพ์ของโรงแรม โพรวีเดนซ์และในขณะที่เดียวกันข้าพเจ้าก็ได้มีโอกาสติดตามบิดาไปดูงานยังโรงแรมในระดับ
เดียวกันหลายแห่ง และได้เห็นสิ่งพิมพ์ของโรงแรมเหล่านั้น ทำให้เห็นข้อเปรียบเทียบกันขึ้น ซึ่ง
โรงแรม โพรวีเดนซ์เป็นโรงแรมใหม่ที่เพิ่งเปิดดำเนินการได้เพียง 1 ปี ยังไม่เป็นที่รู้จักเท่าที่ควร
ประกอบกับตั้งอยู่ย่านธุรกิจที่สำคัญของกรุงเทพ คือ ถนนสุขุมวิท ซึ่งมีการแข่งขันธุรกิจด้านนี้
สูงอยู่แล้ว จึงมีคู่แข่งค่อนข้างมาก การสร้างภาพพจน์และประชาสัมพันธ์จึงเป็นเรื่องที่มีระบบ มี
การวางแผนที่ดีเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด และจากที่ได้ทำการศึกษาสิ่งพิมพ์เดิมที่มีอยู่ของโรง
รม โพรวีเดนซ์ รู้สึกว่าเรื่องของสีและรูปแบบของสิ่งพิมพ์ ยังไม่ค่อยลงตัวนัก ขาดความเป็นเอกลักษณ์ ดู
แล้วไม่แตกต่างจากโรงแรมในระดับเดียวกันมากนัก จึงดูไม่น่าสนใจหรือดึงดูดเท่าที่ควร และสิ่งที่
เห็นได้ชัดเจน คือ ภาพลักษณ์โดยรวมของสิ่งพิมพ์ยังมีความเป็นตะวันออกอยู่มาก จึงทำให้เกิด
ความคิดที่จะสร้างภาพพจน์ใหม่ในส่วนของการออกแบบสิ่งพิมพ์ให้กับโรงแรม โพรวีเดนซ์ โดยจะทำ
การออกแบบสิ่งพิมพ์ ที่อยู่ภายในห้องพักให้มีความเป็นเอกลักษณ์มากขึ้น ดูเป็นชุดเดียวกันทั้ง เรื่องของสี
และรูปแบบ การทำภาพประกอบจะนำหลักการออกแบบกราฟิกมาใช้ในการถ่ายภาพ และจะเปลี่ยน
สีและรูปแบบการนำเสนอใหม่ ทั้งนี้เพื่อให้มีความเป็นสากลมากขึ้น เพราะลูกค้าของโรงแรมมีทั้ง
ชาวเอเชียและยุโรป และเพื่อเป็นการขยายกลุ่มเป้าหมายของโรงแรมให้กว้างขึ้นด้วย

จากที่มาของปัญหา เหตุผล และแนวความคิดที่กล่าวมาข้างต้น บวกกับความคิดริเริ่มที่มี จึง
เป็นที่มาของ "โครงการออกแบบสิ่งพิมพ์สำหรับใช้ภายในห้องพักของโรงแรม โพรวีเดนซ์"

จุดมุ่งหมาย

1. เพื่อประชาสัมพันธ์โรงแรมให้เป็นที่รู้จักและจดจำ และเกิดการยอมรับในกลุ่มผู้ให้บริการ
2. เพื่อสร้างภาพพจน์ใหม่ให้กับโรงแรม โพรวิงส์ ให้มีความเป็นสากลมากขึ้น และเป็น
การขยายกลุ่มเป้าหมายให้กับโรงแรม
3. เพื่อสร้างความเป็นเอกภาพโดยรวมให้กับสิ่งพิมพ์ภายในห้องพักของโรงแรม
(Corporate Identity)
4. เพื่อส่งเสริมในด้านการขาย การให้บริการ และสนับสนุนด้านการตลาดของโรงแรม
5. เพื่อสร้างสรรค์สิ่งพิมพ์เดิมทำให้เกิดรูปแบบในการนำเสนอใหม่ และแตกต่างจากคู่แข่ง

ความสำคัญของการ

1. การออกแบบงานกราฟฟิคชิ้นมาขึ้นหนึ่ง จำเป็นที่จะต้องทำการศึกษาถึงหลักการออกแบบพื้นฐานเบื้องต้น เพื่อให้เกิดทักษะ ความรู้ ความเข้าใจ และสามารถนำไปใช้ในการออกแบบได้จริง
2. งานด้านการออกแบบ จะเกี่ยวข้องกับความรู้ลึกของมนุษย์โดยรวม จึงต้องทำการศึกษาถึงผลกระทบของศิลปะกับมนุษย์ เพื่อผลิตงานที่สามารถตอบสนองความต้องการทางด้านความงามของมนุษย์
3. นำหลักการออกแบบเบื้องต้นที่ได้ทำศึกษานั้น มาทำการออกแบบชิ้นใหม่ เพื่อแก้ปัญหาของสิ่งพิมพ์ที่พบเห็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งจะเป็นการช่วยเสริมสร้าง และเร่งเข้าให้เกิดการแข่งขันในการแก้ปัญหาด้วยวิธีต่างๆ อันจะเป็นผลประโยชน์ต่อพัฒนาการของการออกแบบต่อไป
4. ส่งผลให้เกิดความสามารถในการผลิตชิ้นงานให้เหมือนจริงมากที่สุด ซึ่งจะสามารถนำไปใช้ในสภาพที่เป็นจริงได้ รวมถึงทราบเทคนิคและวิธีการใหม่ๆ ในขณะปฏิบัติงาน

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

1. ศึกษาเกี่ยวกับนิยาม และความหมายของภาพลักษณ์ด้านการประชาสัมพันธ์
2. ศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐาน ประวัติความเป็นมา ชนิดและประเภทของโรงแรม
3. ศึกษาเกี่ยวกับหลักการ และประเภทของการออกแบบกราฟฟิค รวมถึงหลักเกณฑ์

การออกแบบสิ่งพิมพ์แต่ละชนิด เพื่อให้การออกแบบมีประสิทธิภาพ และคุณภาพมากที่สุด

4. ศึกษาเกี่ยวกับระบบการทำงาน ขั้นตอน และวิธีการใช้งานในโปรแกรมต่างๆของคอมพิวเตอร์กราฟิค

5. ศึกษาถึงลักษณะ และรูปแบบของสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งมีรูปแบบแตกต่างกันไปตามความต้องการ และความเหมาะสมในการใช้งาน

6. ศึกษาเกี่ยวกับข้อดีและข้อเสีย ของสิ่งพิมพ์เดิมที่มีอยู่ของโรงแรม

7. ศึกษาเกี่ยวกับระบบและเทคนิคการพิมพ์ ที่จะใช้ผลิตตัวงานขึ้นจริง

8. ศึกษาเกี่ยวกับการเลือกกระดาษพิมพ์ที่เหมาะสมกับสิ่งพิมพ์

9. ศึกษาเกี่ยวกับกระดาษและสีที่ใช้ในการพิมพ์

10. รวบรวมข้อมูลต่างๆที่ได้ทำการศึกษา มาทำการวิเคราะห์ และสรุปหาแนวทางการออกแบบสิ่งพิมพ์สำหรับใช้ในห้องพักของโรงแรม อันได้แก่ แฟ้มใส่ชุดงาน ชุดกระดาษ ชองจดหมาย นามบัตร เมนูอาหาร เมนูเครื่องดื่ม คู่มือบริการข้อมูลต่างๆ แผ่นพับประชาสัมพันธ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถมีความรู้ในการออกแบบสิ่งพิมพ์ได้อย่างถูกต้อง

2. สามารถนำความรู้ในการออกแบบ ไปปฏิบัติงานออกแบบได้จริงตามวิธีการและขั้นตอนได้อย่างถูกต้อง

3. สามารถเรียบเรียงความคิดได้อย่างมีระเบียบและเหตุผล และสามารถวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งมีหลักฐานความเป็นจริงที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า

4. สามารถออกแบบสิ่งพิมพ์สำหรับโรงแรม ให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ควบคู่ไปกับความสวยงาม

5. สามารถสร้างความเอกลักษณ์ให้เกิดขึ้นในงานสิ่งพิมพ์ของโรงแรม

6. สามารถสร้างภาพพจน์ใหม่ให้กับโรงแรม เพื่อยกระดับโรงแรมให้มีความเป็นสากลมากขึ้น

7. สามารถสร้างสรรค์งานออกแบบสิ่งพิมพ์ให้เกิดรูปแบบใหม่ๆ ภายใต้อำนาจของหลักการออกแบบที่ดี

8. สามารถประชาสัมพันธ์โรงแรมให้เป็นที่ยอมรับ และจดจำในกลุ่มผู้ให้บริการ
9. ส่งเสริมด้านการขาย การบริการ และขยายกลุ่มเป้าหมายของโรงแรมให้กว้างขึ้น

บทที่ 2

ข้อมูลสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นกระบวนการเชื่อมโยงถ่ายทอดความคิดเห็น และตีความหมายตลอดจนขยายความ เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกันระหว่างองค์การหรือสถาบัน กับประชาชนที่ไม่ส่วนเกี่ยวกับกับสถาบันนั้น เพื่อความเข้าใจร่วมกันและด้วยที่ด้วยอาศัย เพื่อความกลมกลืนของระบบสังคม และกระบวนการนี้ เป็นกระบวนการที่มีสถานะสำคัญมากอย่างหนึ่งในสังคม ทั้งนี้เพราะว่าการบริหารงานนั้นมิได้อาศัยแต่เฉพาะ คน เงิน วัสดุ และการจัดการเท่านั้น หากแต่ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจ ความสนับสนุน จากบุคคลทั่วไปด้วย

ในด้านธุรกิจปัจจุบัน จะเห็นว่าบริษัทธุรกิจที่ทำการค้าไม่ได้มุ่งหวังเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ได้มุ่งถึงการช่วยเหลือทางสังคมด้วยคือมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ซึ่งก็เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชน เพราะปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันกันมากขึ้น การสร้างศรัทธาให้กับประชาชนได้มากกว่าย่อมได้รับผลสำเร็จมากกว่า ดังนั้นแนวความคิดทางด้านการประชาสัมพันธ์จึงได้เกิดขึ้นจะสังเกตได้ว่าปัจจุบันองค์การทั้งของรัฐและเอกชน ได้ทุ่มเทเงินทองเป็นจำนวนมากเพื่อดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ โดยเป้าหมายที่สำคัญอยู่ที่การสร้าง ความเข้าใจกับประชาชน โดยการเผยแพร่กิจการให้ประชาชนได้ทราบ แจ้งข่าวสารให้ประชาชนได้รับรู้ และปลูกฝังความนิยมชมชอบ

การประชาสัมพันธ์นั้นได้มีมาช้านานแล้ว แต่ว่าการประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบและมีแบบแผนนั้นเพิ่มจะเกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้เอง จึงอาจนับได้ว่าการประชาสัมพันธ์ของแต่ละคนจึงมักเป็นไปแบบแ่งมุมต่างๆกัน ถ้าพิจารณาตามถ้อยคำ การประชาสัมพันธ์ หรือ Public Relations

"Public" ซึ่งหมายถึง ประชาชนหรือกลุ่มชนหรืออาจจะเป็นคนๆเดียวก็ได้

"Relations" ซึ่งหมายถึง ความเกี่ยวข้องผูกพันหรือความสัมพันธ์กัน

นำสองคำนี้มาเขียนรวมกันจะแปลความหมายตามตัวได้ว่า "การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความเกี่ยวข้องผูกพันกับประชาชน"

ความหมายตามหลักวิชาการ ได้มีผู้ให้คำนิยามแ่งต่างๆกัน

Edward L. Bernays บุคคลสำคัญในวงการประชาสัมพันธ์ของสหรัฐอเมริกา ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ มีความมุ่งหมาย 3 ประการ คือ

1. เป็นการติดต่อเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ให้ประชาชนได้ทราบเรื่อง
2. เป็นเครื่องมือชักชวนให้ประชาชนสนับสนุน และเห็นชอบด้วยกับวัตถุประสงค์ และการดำเนินงานขององค์การ
3. เป็นการปรับแนวทางของความคิดระหว่างองค์การกับประชาชนให้สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง

John E. Marston ได้ให้คำจำกัดความที่น่าสนใจว่า

"การประชาสัมพันธ์ คือ ภาระหน้าที่ของฝ่ายจัดการ ในอันที่จะประเมินผลกระทบของกลุ่มสาธารณชน กำหนดนโยบาย และวิธีการดำเนินงานขององค์การของตนให้สอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับผลประโยชน์ของประชาชน และวางโครงการปฏิบัติงาน เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและยอมรับนับถือ "

สถาบันการประชาสัมพันธ์ของประเทศไทย (The Institute of Public Relations = IPR)

"การประชาสัมพันธ์ คือความพยายามอย่างต่อเนื่องที่ต้องการวางแผนอย่างละเอียดรอบคอบ เพื่อสร้างและดำรงไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีระหว่างองค์การกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง"

หนังสือ Public Relations ของ U.S.A. ได้ให้ความหมายว่า

"การประชาสัมพันธ์ คือ หน้าที่ของฝ่ายบริหารที่จะต้องประเมินความคิดเห็นของกลุ่มชน แล้วกำหนดนโยบายและวิธีการปฏิบัติขององค์การให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน และดำเนินการเพื่อให้ประชาชนเข้าใจและยอมรับองค์การนั้น"

ร.ศ.กัญญา ศิริสกุล ได้ให้ความหมายว่า

"การประชาสัมพันธ์ คือ หน้าที่ของฝ่ายบริหารที่จะต้องแสดงถึงนโยบายและการปฏิบัติที่บุคคลที่เกี่ยวข้องกับองค์การได้ทราบ และยอมรับทัศนคติ และความคิดเห็นของบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยผ่านวิธีการต่างๆ เพื่อปรับปรุงความรู้ ความเข้าใจให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน"

จากนิยามต่างๆ พอจะสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการปฏิบัติการทุกวิถีทางอย่างมีแผนการ เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อประชาชน หรือกลุ่มชนเพื่อให้กลุ่มชนนั้นมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องภาวะ และก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกันในที่สุด

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

1. เพื่อสร้างค่านิยม (Goodwill) ความมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ก็คือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชน วิธีหนึ่งที่จะทำให้บรรลุความมุ่งหมายนั้นได้ ก็คือการสร้างความนิยมชมชอบโดยการแสดงให้ประชาชนเห็นถึงคุณงามความดีการเผยแพร่ให้รู้ถึงการชี้แจงให้เข้าใจ อันจะเป็นหนทางให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใส และเกิดความผูกพันทางใจ การสร้างค่านิยมนี้ไม่มีวิธีการปฏิบัติได้หลายทางที่สำคัญ ก็คือ การก่อให้เกิดและรักษาไว้ซึ่งค่านิยมและความสนใจตลอดไป กิจกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างค่านิยมนี้ จึงมุ่งมันไปในสิ่งที่ประชาชนพึงพอใจ

2. เพื่อป้องกันชื่อเสียงมิให้เสื่อมเสีย (Reputation) ซึ่งก็คือการพัฒนาปรับปรุงตัวเองแก้ไขพฤติกรรม ระเบียบและวิธีการปฏิบัติต่างๆ ที่ก่อให้เกิดความไม่พอใจ หรือไม่สะดวกใจเกี่ยวกับการบริหารที่ให้แก่ประชาชน เพราะความไม่สะดวกต่างๆ เหล่านี้จะทำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจผิด และมองไปในแง่ร้ายแล้วนำไปวิพากษ์วิจารณ์จนทำให้เสียชื่อเสียง หรือกล่าวได้ว่า เป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดี ให้ประชาชนเกิดความนิยมชมชอบนั่นเอง

3. เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและเรียกร้องความร่วมมือ เพราะว่าการประชาสัมพันธ์ไม่ใช่ว่าโฆษณาชวนเชื่อหากแต่เป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องบนพื้นฐานของความจริงและความชอบธรรม ความร่วมมือสนับสนุนที่เกิดจากการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ก็จะมีเกิดขึ้นด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง มีเหตุผล ไม่เกิดขึ้นเพราะการจูงใจด้วยกลลวงที่มีขอบ

การสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

ภาพลักษณ์ (Image) หรือบางแห่งก็อาจใช้คำว่า จินตภาพ หรือ ภาพพจน์นี้มีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์มาก จนอาจกล่าวได้ว่า เมื่อใดก็ตามที่มีการพูดถึงคำว่า การประชาสัมพันธ์ เมื่อนั้นก็มักจะมีคำว่า "Image" หรือ "ภาพลักษณ์" นี้เข้าไปเกี่ยวข้องอยู่ด้วยเสมอไม่มากก็น้อย การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ และเป็นงานที่มีส่วนเสริมสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงาน สถาบัน หรือองค์การให้มีภาพลักษณ์ที่ดี (good Image) ต่อความรู้สึกรักใคร่ของประชาชน เพื่อผลแห่งชื่อเสียง ความเชื่อถือ ศรัทธา จากระบบประชาชนที่มีต่อตัวองค์การ สถาบันนั่นเอง

ความหมายของคำว่าภาพลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์

คำว่า ภาพลักษณ์ (Image) ในด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ จึงหมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจ (mental picture) ของคนเราอาจจะเป็ภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิตหรือสิ่งที่ไม่มีชีวิตก็ได้ เช่น ภาพที่มีต่อบุคคล (person) องค์การ (organization) สถาบัน (institution) ฯลฯ และภาพดังกล่าวนี้ อาจจะเป็ภาพที่สิ่งเหล่านั้น กล่าวถึง บุคคล องค์การ สถาบัน ฯลฯ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สร้างให้เกิดขึ้นแก่จิตใจเรา หรืออาจเป็ภาพที่เราเ็นสร้างเองก็ได้

Philip Lesly ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับคำว่า ภาพลักษณ์ (Image)

ภาพลักษณ์ (Image) หมายถึง ความประทับใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีต่อองค์การ สถาบัน บุคคล กลุ่มบุคคล ซึ่งมีความประทับใจดังกล่าวนี้ มีรากฐานมาจากผลกระทบระหว่างบุคคลกับสิ่งนั้นๆ

Jefkins กล่าวว่า ภาพลักษณ์ (Image) ในทางการประชาสัมพันธ์นั้น ภาพลักษณ์ หมายถึง ความประทับใจที่ถูกต้อง (Correct impression)

Dr.Claude Robinson และ Dr.Walter Barlow ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับคำว่า ภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์ (Image) หมายถึงภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อการดำเนินการสถาบัน ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้นๆ อาจจะได้มาจากทั้งประสบการณ์ทางตรง (direct experience) และประสบการณ์ทางอ้อม (indirect experience) ของตัวเอง

การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์การสถาบัน เพื่อให้ประชาชนมีความนิยมและประทับใจ จึงเป็นงานที่ต้องใช้เวลาพอสมควร และเมื่อภาพลักษณ์นั้นตราตรึงอยู่ในจิตใจของประชาชนแล้ว ผลที่ตามมาก็คือ ชื่อเสียง เกียรติคุณ ความนิยมชมชอบ ความเชื่อถือศรัทธา ต่อองค์การสถาบันจะติดตามมาในที่สุดและประทับแน่นอยู่ในความทรงจำของประชาชนตราบนานเท่านาน

หลักสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี (favorable image) ให้แก่หน่วยงานองค์การ สถาบัน ผู้ที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ควรยึดถือหลักดังต่อไปนี้

1. ค้นหาถึงจุดดีและจุดบกพร่องหรือจุดอ่อนแห่งภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน อันเป็การศึกษาวิเคราะห์ เพื่อหาสู่ทางและการวางแผนการดำเนินงานในขั้นต่อไป

2. วางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ ที่องค์การสถาบันต้องการจะสร้างให้เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชน

3. คิดหัวข้อ (themes) ต่างๆ เพื่อใช้ในการสร้างภาพลักษณ์แก่ประชาชน ซึ่งหัวข้อ (themes) เหล่านี้ก็คือ เนื้อหาข่าวสาร (message) ที่เราจะใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มประชาชน หัวข้อเหล่านี้ อาจใช้เป็นคำขวัญ (slogan) หรือข้อความสั้นๆ ที่กินความ และชวนให้จดจำได้ง่าย สิ่งสำคัญก็คือ หัวข้อเหล่านี้ จะต้องมีประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจ และมีอิทธิพลโน้มน้าวชักจูงใจประชาชนให้เกิดภาพลักษณ์ (Image) ตามที่เราต้องการ ถ้าหากเราทำให้ประชาชนสนใจได้แล้ว เราก็สามารถจะสื่อสารความเข้าใจในหัวข้อนั้นได้

เครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การสถาบันหรือหน่วยงานหนึ่งซึ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องกระทำก็คือ การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจหน่วยงาน หรือองค์การสถาบันอย่างถูกต้องต้องแท้ การประชาสัมพันธ์จึงต้องอาศัย การเผยแพร่ หรือการกระจายข่าวสาร เรื่องราวเกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรมผลงาน และการดำเนินงานของหน่วยงานองค์การสถาบัน จะเห็น ในการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนกลุ่มต่างๆ จึงอาจจะกระทำได้ในหลายวิธีทาง วิธีหนึ่งก็คือ การใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ มาช่วยเสริมให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การสถาบัน มีประสิทธิภาพมากขึ้นและสามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายต่างๆ ได้อย่างกว้างขวางหรือสามารถแพร่กระจายข่าวสารไปสู่มวลชนจำนวนมากมาย ทำให้องค์การสถาบันสามารถดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ตามความต้องการได้สะดวก ประหยัดรวดเร็วยิ่งขึ้น

ประเภทของเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

เครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น มีอยู่มากมายหลายประเภทด้วยกัน อาทิเช่น สื่อบุคคล (personal media) คำพูด (spoken-words) ส่วนสื่อมวลชน (mass media) ก็คือวิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ นอกจากนี้ยังมีสื่ออื่นๆ อีก อันได้แก่ สิ่งพิมพ์ และเอกสาร (printed media) วารสาร นิตยสาร ภาพนิ่ง फिल्मสตริป จดหมายข่าว โบสเตอร์และป้ายประกาศ การโฆษณาสถาบันหรือการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์และการจัด

เหตุการณ์พิเศษต่างๆ (special cuents)

การประชาสัมพันธ์มีส่วนที่ช่วยในการส่งเสริมภาพพจน์ต่อองค์การ สถาบัน ที่เห็นเด่นชัดที่สุดคือ อุตสาหกรรมโรงแรม (hotel industry)

อุตสาหกรรมโรงแรม (Hotel industry)

ความหมายและลักษณะของอุตสาหกรรมโรงแรม

ความหมายของคำว่า โรงแรม นั้น ตามพระราชบัญญัติโรงแรม 2478 มาตรา 3 กล่าวว่า โรงแรมหมายถึง "บรรดาสถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับสินจ้าง สำหรับคนเดินทางหรือบุคคลที่จะหาที่อยู่หรือที่พักชั่วคราว" จะต้องประกอบด้วยการจัดบริการและเครื่องძ์มาให้แก่ผู้ที่เข้าพักตามความต้องการได้ด้วย

พระราชบัญญัติโรงแรมของประเทศไทย (Hótel Proprietor Act 1956) กำหนดว่า โรงแรม คือ "สถานที่ประกอบการที่ผู้ประกอบการจะต้องมีอาหาร เครื่องძ์ และที่พักไว้บริการคนเดินทางที่จ่ายค่าบริการนั้น"

"อุตสาหกรรมโรงแรม" อาจสรุปได้ว่า การดำเนินธุรกิจแบบที่มีสถานประกอบการ จัดตั้งเพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลที่หาที่อยู่หรือที่พัก มีบริการอาหาร เครื่องძ์ไว้บริการคนเดินทางอย่างมีแบบแผน มีมาตรการควบคุมตามขอบข่ายของการบริการนั้นๆด้วย ด้วยเหตุนี้อุตสาหกรรมโรงแรมจึงแตกต่างไปจากอุตสาหกรรมอื่นๆที่มีผลผลิตเป็นสินค้ารูปวัตถุ แต่โรงแรมเป็นเครื่องมือการผลิตที่มุ่งขายบริการให้ได้กำไรให้คุ้มกับการบริหารงานและทุนที่ลงไป

ลักษณะของอุตสาหกรรมโรงแรม

1. เป็นสิ่งก่อสร้างที่เคลื่อนย้ายไม่ได้ (อสังหาริมทรัพย์)
2. การขายบริการจะต้องขาย ณ. ที่ทำการผลิต ณ. สถานที่ผู้ให้บริการอยู่และในเวลาที่ต้องการไม่ช้าก่อนหรือหลัง
3. เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สามารถเก็บผลผลิตไว้ได้ ผลผลิตจัดเป็นสินค้าที่เสียได้ง่าย (perishable goods) เพราะห้องที่ว่างแต่ละคืนจะทำให้เกิดการขาดทุนที่เอาคืนไม่ได้ (irretrievable loss)

4. ขึ้นอยู่กับแรงงานมนุษย์ มีขอบเขตจำกัดในการใช้เครื่องทุ่นแรงทดแทน
5. เป็นสถานที่พักเปิดให้บริการต่างๆ แก่สาธารณชนทุกคนที่สามารถพักได้
6. เป็นอุตสาหกรรมที่ขายสินค้าและบริการ ซึ่งต้องอาศัยการจ่ายเงินจากลูกค้า เพื่อชดเชยกับต้นทุนที่จำเป็น และให้โรงแรมได้มีกำไรพอสมควร เอกสิทธิ์ทางด้านราคาเป็นสิทธิเฉพาะตัวของอุตสาหกรรมโรงแรม
7. ควรจะเป็นการบริหารเฉพาะคน (Individual service) แก่ลูกค้าแต่ละคนเท่าๆกัน กับครอบครัวหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งๆแต่อุปสงค์จะมีลักษณะแตกต่างกันไปและไม่สม่ำเสมอ
8. เป็นบริการเปิดเสรีที่เป็นระเบียบซึ่งมีคุณภาพในระดับมาตรฐาน หรือระดับเยี่ยม
9. การลงทุนในอุตสาหกรรมโรงแรมต้องใช้เงินจำนวนมาก และส่วนใหญ่จะเป็นการลงทุนในทรัพย์สินประจำ
10. อุตสาหกรรมโรงแรมต้องอาศัยบริการหลายอย่าง (supporting-service)

ชนิดและประเภทของโรงแรม

(Types and classification of Hotel)

ชนิด (type) ของโรงแรมตามมาตรฐานสากล (International Standard) มี 2 ชนิดคือ

1. โรงแรมที่มีผู้เข้าพักชั่วคราว (Transient hotel) ได้แก่ โรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจทั่วไป
2. โรงแรมที่มีผู้เข้าพักประจำเป็นเดือนๆหรือปี (resident hotel) ในเมืองไทยเปรียบเทียบกับ flat หรือ apartment

โรงแรมที่มีผู้เข้าพักชั่วคราว (transient hotel) หรือโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ตามระดับความหรูหรา (classification by luxury) และตามทำเลที่ตั้ง (classification by location)

แบ่งตามระดับความหรูหรา (classification by luxury)

1. ชั้นเยี่ยม (deluxe) - 5 ดาว
2. ชั้นหนึ่ง (first class) - 4 ดาว
3. ชั้นสอง (second class) - 3 ดาว

4. ชั้นสาม (third class) - 2 ดาว
5. ชั้นประหยัด (economy class) - 1 ดาว

แบ่งตามทำเลที่ตั้ง (location)

1. โรงแรมในเมืองเล็ก (small cities)
2. โรงแรมในเมืองใหญ่ (large cities)
3. โรงแรมสถานตากอากาศ (resorts)
4. โรงแรมท่าอากาศยาน (airports)

มาตรฐานการเป็นสมาชิกสามัญของสมาคมโรงแรมไทย (THA Standards)

โรงแรมใดที่ประสงค์จะเป็นสมาชิกสามัญของสมาคมฯ จะต้องมีมาตรฐาน ดังนี้คือ

1. ขนาด (size)

1.1 จะต้องมียอดห้องพักไม่น้อยกว่า 100 ห้องใน กทม.

1.2 จะต้องมียอดห้องพักไม่น้อยกว่า 50 ห้องนอกเขต กทม.

2. ห้องพัก (rooms)

2.1 ในห้องพักทุกห้องจะต้องมีห้องน้ำอยู่ด้วย

2.2 ห้องพักรวมห้องน้ำทุกห้องจะต้องมีเนื้อที่ไม่น้อยกว่า 20 ตรม.ในเขต กทม.

3. การบำรุงรักษา (maintenance)

ส่วนประกอบต่างๆของโรงแรม (ตัวตึก เครื่องตกแต่ง อุปกรณ์) ได้รับการทบทวนบำรุงให้อยู่ในสภาพดี

4. สถานที่จอดรถ (parking)

มีสถานที่จอดรถยนต์ ยานพาหนะที่เพียงพอ สัมพันธ์กับจำนวนห้องพัก ห้องอาหารที่มีไว้ตาม พรบ.

5. ระบบการปรับอากาศ (air-conditioning)

5.1 ส่วนห้องพักและส่วนใช้ร่วมทั้งหมดของอาคารในโรงแรมในเขต กทม. จะต้องมีระบบปรับอากาศ

5.2 75% ของห้องพักในโรงแรมนอกเขต กทม. จะต้องมีการปรับอากาศ

6. ห้องน้ำ (bathrooms / toilets)

- 6.1 มีเครื่องสุขภัณฑ์ครบและมีคุณภาพดี การตกแต่งทันสมัย
- 6.2 มีน้ำร้อน น้ำเย็น ตลอด 24 ชม.
- 6.3 พื้นและผนังปูด้วยวัสดุที่สวยงามและด้วยฝีมือ
- 6.4 มีห้องน้ำสาธารณะส่วนาใช้ร่วมที่มีจำนวน และขนาดที่เหมาะสม

7. บริการต้อนรับ (front office)

- 7.1 มีสถานที่พร้อมทั้งบริการรับให้ข่าวสารและขนย้ายสัมภาระ
- 7.2 มีพนักงานบริการส่วนที่มีความรู้ภาษาต่างประเทศ

8. ห้องโถงโรงแรม (Lobby)

ต้องมีห้องโถง ที่มีขนาดสัมพันธ์กับชนิดและขนาดของโรงแรมในบริเวณต้อนรับ และมีบริเวณพักผ่อน อยู่ด้วย

9. ห้องรับฝากของ (safe deposit / baggage)

- 9.1 มีบริการตู้รับฝากไม่น้อยกว่า 20% ของจำนวนห้องพัก
- 9.2 มีห้องและบริการรับฝากของเปิดตลอด

10. ร้านค้า (shopping)

จะต้องมีร้านจำหน่ายหนังสือ ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว ตัวแทนบริษัทการบิน ร้านจำหน่ายยา และร้านจำหน่ายของเปิดเตล็ดในโรงแรมหรือบริเวณใกล้เคียง

11. บริการสื่อสาร (communications)

- 11.1 มีบริการโทรเลข
- 11.2 มีบริการโทรศัพท์ทางไกล
- 11.3 มีบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ และ/หรือโทรพิมพ์

12. ลิฟท์ (lifts)

- 12.1 จะต้องมิลิฟท์สำหรับตัวตึกที่สูงเกิน 3 ชั้น
- 12.2 มีจำนวนสัมพันธ์กับจำนวนห้องพัก

13. ระบบแสง (lighting)

การจัดระบบแสงและการตกแต่งภายในห้องพัก ห้องน้ำ ห้องสาธารณะ ทางเดิน และส่วนใช้ร่วมทั้งหมดที่ออกแบบสวยงาม และได้ความสว่างที่เหมาะสม

14. โทรศัพท์ (Telephone)

14.1 ในห้องพักทุกห้องจะต้องมีโทรศัพท์ติดต่อกับภายนอก

14.2 มีโทรศัพท์ติดต่อกับภายนอกได้

14.3 จะต้องมีโทรศัพท์สาธารณะไว้บริการในห้องโถงของโรงแรม

15. ห้องอาหาร (f/b outlets)

มีห้องอาหาร และ/หรือคอฟฟี่ชอป บาร์ พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก มีบริการอาหารประเภทต่างๆในอาคาร โรงแรมหรือสถานที่ในเขตของโรงแรม

16. ครัว (kitchen)

ห้องครัว ห้องเตรียมอาหาร จะต้องออกแบบให้มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีอุปกรณ์พร้อม มีการดูแลรักษาอย่างดี สะอาด และถูกสุขลักษณะอนามัย

17. เครื่องใช้ที่เป็นผ้า (linen)

17.1 ผ้าปูที่นอน ผ้าห่ม ผ้าเช็ดตัว และเครื่องใช้ที่เป็นผ้าทั้งหมด จะต้องมีความสะอาด และรักษาความสะอาดเป็นอย่างดี

17.2 ผ้าปูที่นอน ผ้าเช็ดตัว ต้องเปลี่ยนทุกวัน

18. ภาชนะเครื่องใช้ (utensils)

18.1 เครื่องถ้วยชาม ช้อนส้อม มีด เครื่องแก้ว จะต้องใช้ของคุณภาพดี ไม่มีรอยขีด รอยร้าว

18.2 เครื่องใช้เป็นโลหะต้องขัดถูให้สะอาดอยู่เสมอ

19. การบริการและพนักงาน (staff/services)

19.1 มีบริการอาหารในห้องพัก

19.2 มีบริการซักรีด ซักแห้ง

19.3 พนักงานสวมเครื่องแบบที่สะอาด

20. การรักษาความปลอดภัย (security)

มีระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชม.

21. ระบบไฟฟ้าสำรอง (back-up electricity supply)

21.1 มีระบบไฟฟ้าฉุกเฉินใช้ในส่วนร่วมอาทิ ห้องโถง ทางเดิน บันได ฯลฯ

- 21.2 เครื่องกำเนิดไฟฟ้าที่สามารถจ่ายกระแสไฟฟ้าได้ ๖๖๖๖๖๖๖๖
- 22. บริการด้านการแพทย์ (medical)
 - มีบริการทางการแพทย์ที่เรียกได้เมื่อเกิดความจำเป็น
- 23. การป้องกันเพลิงและทางหนีไฟ (Fire protection)
 - 23.1 มีระบบสัญญาณเตือนอัคคีภัย
 - 23.2 มีอุปกรณ์และระบบป้องกันอัคคีภัย
 - 23.3 มีทางหนีไฟที่ถูกต้องและเพียงพอ
- 24. ระบบน้ำเสีย (water waste)
 - มีระบบบำบัดน้ำเสียที่สัมพันธ์กับจำนวนน้ำเสียที่ปล่อยออก
- 25. สระว่ายน้ำ (swimming pool)
 - มีสระว่ายน้ำพร้อมห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า
- 26. บริการพิเศษอื่นๆ (special facilities)
 - มีบริการพิเศษอื่นๆ แก่แขกผู้มาพัก อาทิ สนามเทนนิส ห้องเสริมสุขภาพ ฯลฯ
- 27. เป็นโรงแรมที่ได้วางหลักเกณฑ์ในการประหยัดพลังงาน

ประวัติของโรงแรม
THE FOUR WINGS HOTEL BANGKOK

ชื่อ	โรงแรม โฟร์วิงส์ กรุงเทพฯ	
ที่อยู่	เลขที่ 40 ถนนสุขุมวิท 26 เขตคลองเตย กรุงเทพฯ	
โทรศัพท์	260-2100	
แฟกซ์	260-2343	
เริ่มดำเนินการ	28 มิถุนายน 2536	
ทำเลที่ตั้ง	อยู่ถนนสุขุมวิท ย่านธุรกิจการพาณิชย์ แหล่งช้อปปิ้ง และสถานบันเทิงต่างๆ สามารถออกถนนพระราม 4 ขึ้นทางด่วนที่ท่าเรือใช้เวลาเดินทางไปสนามบินดอนเมือง ประมาณ 40 นาที	
ห้องพักโรงแรม	ห้องซูพีเรีย (SUPERIOR)	262 ห้อง
	ห้องดีลักส์ (DELUXE)	47 ห้อง
	ห้องจูเนียร์สวีท (JUNIOR SUIT)	7 ห้อง
	ห้องดีลักส์สวีท (DELUXE SUIT)	6 ห้อง
	รวม	312 ห้อง

312 ห้องจะประกอบด้วยเครื่องปรับอากาศ พรม ห้องน้ำ โทรศัพท์ โทรทัศน์ ทีวีมินิบาร์ วิทยุ เคเบิลทีวี และภาพยนตร์

ข้อมูลทั่วไปของโรงแรมโฟร์วิงส์

โรงแรม โฟร์วิงส์ ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจใจกลางเมือง อยู่บนถนนสุขุมวิท 26 ไปมาสะดวก สามารถเข้าทางสุขุมวิทหรือพระราม 4 ก็ได้ ถ้าออกทางพระราม 4 ไปคลองเตย สามารถขึ้นทางด่วนที่ท่าเรือได้ แยกที่จะไปสนามบินหรือมาจากสนามบินก็จะรวดเร็วขึ้น สำหรับแขกนักธุรกิจที่มาพักก็เดินทางสะดวก ใกล้ย่านธุรกิจการพาณิชย์

ทำเลที่ตั้งของโรงแรม มีส่วนสำคัญในการทำด้านการตลาด เพราะเป็นจุดขายสำหรับโรงแรมไม่ว่าจะเป็นนักธุรกิจหรือกลุ่มทัวร์ โดยเฉพาะบริษัททัวร์ เขาจะคำนึงถึงเรื่องการเดินทางมาก

เช่น เมื่อรับแขกจากสนามบินแล้ว จะใช้เวลาในการเดินทางเข้าพักโรงแรมนานเท่าไร หรือเมื่อจะพาแขกไปเที่ยวหรือช้อปปิ้ง จะไปสะดวกแค่ไหน เป็นเส้นทางผ่านหรือเบส่า เพราะรายการท่องเที่ยวของเขาจะจำกัดเวลาพอสมควร

ตัวตึกโรงแรมมี 18 ชั้น แบ่งเป็นสามด้านเชื่อมติดต่อกัน คือ ด้านถนนพระราม 4 จะมีสำนักงานธุรกิจต่างๆ ธนาคารและการทำเรือ ด้านถนนสุขุมวิท จะมีศูนย์การค้าและสถานบันเทิงต่างๆ ด้านริมสระน้ำ เหมาะสำหรับผู้ที่พักผ่อนและช้อปปิ้ง แวดล้อม โรงแรม พรวิงส์ มีห้องพักทั้งหมด 312 ห้อง แยกประเภทของห้องคือ ห้องคู่หมายถึง มี 2 เตียงแบบทวินมี 252 ห้อง ห้องเดี่ยว มีเตียงใหญ่เตียงเดี่ยว มี 47 ห้อง ห้องจูเนียร์ 스위트 คือมีห้องรับแขกและห้องนอน 1 ห้องมีทั้งหมด 7 ห้อง ห้องดีลักส์ มีห้องรับแขกและห้องนอน 2 ห้องมี 6 ห้อง

นอกจากห้องพักแล้ว โรงแรมยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ สำหรับแขกที่มาพักเช่น ศูนย์ออกกำลังกาย BUSINESS CENTER ห้องสัมมนาและจัดเลี้ยง มีห้องเล็กสำหรับสัมมนาตั้งแต่ 10 คนจนถึงห้องใหญ่ จัดได้ถึง 1,000 คน มีบริการ ROOM SERVICES ตลอด 24 ชม. มีห้องอาหารจีน ห้องอาหารญี่ปุ่น คอฟฟี่ช็อป ลอบบี้เล้าจ์ ผู้มาพักจะเลือกใช้บริการตามความสนใจ

เป้าหมายการตลาด ฝ่ายบริหารตั้งเป้าหมายอัตราเข้าพักของแขกไว้เฉลี่ย 65%ตลอดปี แต่แต่ละเดือนอัตราการเข้าพักของแขกอาจสูงหรือต่ำกว่า 65% ขึ้นอยู่กับฤดูกาลของนักท่องเที่ยว แต่โดยเฉลี่ยทั้งปีต้องได้ 65%

ในจำนวน 65% ของแขก เราต้องตั้งกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าไว้ด้วย โดยพิจารณาจากการตกแต่งของห้องพัก และทำเลที่ตั้งของโรงแรม อย่างโรงแรม พรวิงส์ ตั้งอยู่ในทำเลย่านธุรกิจใจกลางเมือง เราจึงตั้งเป้าหมายลูกค้ากลุ่มนักธุรกิจไว้ 55% กลุ่มทัวร์ 45%

ตัวอย่างเช่น เรามีห้องพัก 312 ห้อง 65%ของ 312 ห้องคือ 202 ห้อง ฉะนั้นกลุ่มนักธุรกิจ 55% ของ 202 ห้องเท่ากับ 111 ห้อง ต่อวัน เดือนหนึ่ง 30 วันก็เท่ากับ 3,346 ห้อง

โครงสร้างราคาห้องพักของโรงแรม พิจารณาจากระดับของโรงแรม ความสมบูรณ์ของห้อง ขนาด การตกแต่ง ที่ตั้งและเทียบเคียงราคากับโรงแรมคู่แข่งระดับเดียวกัน ในบริเวณใกล้เคียงกัน

การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

อาหารและเครื่องดื่ม

ห้องอาหารบุฟเฟต์

สถานที่ตั้ง	บริเวณชั้นล่างของโรงแรม
ประเภทอาหาร	บริการอาหารนานาชาติ เช่น ไทย จีน ยุโรป และมีบุฟเฟต์กลางวันด้วย
จำนวนที่นั่ง	150 ที่นั่ง
เวลาบริการ	เริ่ม 05.00 น - 02.00 น ทุกวัน

ห้องอาหารหงษ์หยก

สถานที่ตั้ง	ชั้นสองของโรงแรม
ประเภทอาหาร	บริการอาหารญี่ปุ่น มีทั้งอาหารชุด และอาหารตามสั่ง
จำนวนที่นั่ง	80 ที่นั่ง
เวลาบริการ	กลางวัน เริ่ม 11.30 - 14.30 น. เย็น เริ่ม 18.30 - 22.30 น.

ห้องอาหารทพฐ

สถานที่ตั้ง	ชั้นสองของโรงแรม
ประเภทอาหาร	บริการอาหารญี่ปุ่น มีทั้งอาหารชุด และ อาหารตามสั่ง
จำนวนที่นั่ง	80 ที่นั่ง
เวลาบริการ	กลางวัน เริ่ม 11.30 - 14.30 น. เย็น เริ่ม 18.30 - 22.30 น.

ห้องจัดเลี้ยงและสัมมนา

ห้องกัญญาลักษณโอบล้อม

อยู่บริเวณชั้น 3 ของโรงแรม มีพื้นที่ทั้งหมด 673 ตารางเมตร สามารถแบ่งเป็นห้องเล็กได้เป็น 3 ห้อง โดยมีผนังเลื่อนปิดกั้นเสียงได้แต่ละห้อง เมื่อมีงานจะไม่มีเสียงรบกวน 3 ห้องจะแบ่งได้ ดังนี้

ห้อง A	พื้นที่ 201 ตรม. จัดบุฟเฟ่ต์ 120 คน งานค็อกเทล 200 คน ประชุมสัมมนา 100 คน
ห้อง B	พื้นที่ 120 ตรม. จัดบุฟเฟ่ต์ 80 คน งานค็อกเทล 120 คน ประชุมสัมมนา 60 คน
ห้อง C	พื้นที่ 100 ตรม. จัดบุฟเฟ่ต์ 60 คน งานค็อกเทล 100 คน ประชุมสัมมนา 40 คน

ห้องกึ่งกัญญา

อยู่ชั้น 5 ของโรงแรม มีพื้นที่ 320 ตรม. สามารถจัดบุฟเฟ่ต์ 220 คน จัดค็อกเทลได้ 300 คน จัดประชุมสัมมนา 150 คน

ห้องพักโรงแรม

ห้องพักของโรงแรม เริ่มตั้งแต่ชั้น 6 ขึ้นไปถึงชั้น 10 จะมีชั้นละ 33 ห้อง แต่ละชั้นจะมีห้องจูเนียร์ สวิต 1 ห้อง ด้านมุมสุดของตึก นอกนั้นเป็นห้องซูพีเรีย ชั้น 11-16 จะมีชั้นละ 20 ห้อง เป็นห้องดีลักส์ชั้นละ 2 ห้อง นอกนั้นเป็นห้องซูพีเรีย 108 ห้อง ชั้น 17 มี 19 ห้อง เป็นห้องซูพีเรียทั้งหมด ชั้น 18 เป็นห้องดีลักส์ สวิต 6 ห้อง จูเนียร์ สวิต 2 ห้อง

ประเภทและลักษณะของห้อง

ห้องซูพีเรีย

กุญแจใช้ระบบคีย์การ์ด เสียบ ขนาดห้อง 29 ตรม. มีเตียงเดี่ยว 2 เตียง แบบทวิน สิ่งอำนวยความสะดวกประกอบด้วย โทรทัศน์ ทีวี วิทยุ ไฟฟ้า แอร์ ซึ่งมีระบบควบคุมอยู่ที่ข้างหัวเตียงทั้งหมด โต๊ะเขียนหนังสือ บนโต๊ะจะมีแฟ้มซึ่งภายในบรรจุ ข้อมูลต่างๆ กระดาษจดหมาย ของ แบบฟอร์ม สำหรับแพคเกจ ปากกา กระดาษโน้ต นอกจากนี้ยังมีเมนูอาหาร เมื่อแขกต้องการสั่งอาหาร มีบาร์ซึ่งมีเครื่องดื่ม ขนม ไว้ บริการ สำหรับแขก คู่เซพนิรภัย ภายในห้องนี้มีโทรทัศน์ เครื่องเป่าผม สบู่ แชมพู

ห้องดีลักซ์

กุญแจใช้ระบบคีย์การ์ดเสียบ ขนาดห้อง 29 ตรม. ลักษณะห้องและสิ่งอำนวยความสะดวกจะเหมือนซูพีเรียทุกอย่าง แต่เตียงเป็นเตียงเดี่ยวใหญ่ 1 เตียง

ห้องจูเนียร์ สวิต

กุญแจใช้ระบบคีย์การ์ดเสียบ ขนาดห้อง 58 ตรม. มี 1 ห้องนอน 1 ห้องรับแขก สิ่งอำนวยความสะดวกเหมือนห้องซูพีเรีย ยกเว้น ทีวี ขนาดจะใหญ่กว่า มี 2 เครื่อง และของใช้ในห้องน้ำ

จะมีมากชนิดกว่า

ห้องดีลักซ์ สวีท

ถูกเจ้าใช้ระบบเตียงคาร์ดเสียบ ขนาดห้อง 90 ตรม. มี 2 ห้องนอน 1 ห้องรับแขก สิ่งอำนวยความสะดวกจะเหมือนห้องจูเนียร์ สวีท แต่ห้องประเภทนี้จะมีทีวี 3 เครื่อง ตู้เย็นขนาดใหญ่กว่า

สระว่ายน้ำ

สถานที่ตั้ง อยู่ชั้น 5 ของโรงแรม เปิดตั้งแต่ 6.00 เช้า - 19.00 น. เย็น จะมีพนักงานคอยบริการให้ความสะดวก เมื่อมีแขกมาใช้บริการ รวมทั้งให้ความช่วยเหลือเมื่อมีอุบัติเหตุ

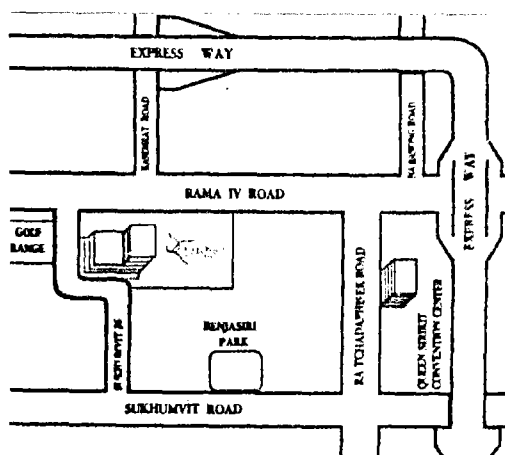
ศูนย์บริการสุขภาพ

สถานที่ตั้ง อยู่ชั้น 5 ของโรงแรม เปิดบริการตั้งแต่ 7.00 - 21.00 น. บริการแขกของโรงแรมและสมาชิกข้างนอกด้วย มีเครื่องมือออกกำลังกายที่ทันสมัย ห้องอบไอน้ำ ห้องดีสดว็อช ห้องเต้าแอรอบิค ทางโรงแรมได้จัดพนักงานที่มีความชำนาญ คอยแนะนำวิธีการออกกำลังกายให้กับแขกที่มาใช้บริการด้วย

BUSINESS CENTER

สถานที่ตั้ง อยู่ชั้นล่างของโรงแรม เปิดตั้งแต่ 7.00 - 21.00 มีเลขา เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องถ่ายเอกสารไว้สำหรับบริการแขกนักธุรกิจ

แผนที่แสดงที่ตั้งของโรงแรมโพรวีเดนซ์



193848

การออกแบบกราฟฟิค

เป็นการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะแขนงหนึ่ง ในเชิงของพาณิชย์ศิลป์ (Commercial Arts) ที่มีลักษณะผลงานที่สำคัญออกมาเป็นลายเส้น การขีดเขียน หรืองานพิมพ์ ฯลฯ ซึ่งนับว่าเป็นขอบข่ายงานออกแบบที่กว้างขวาง และเป็นการออกแบบที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสารทางทัศนภาพ (Visual-Communication) ทุกรูปแบบ ที่อาศัยหลักการทางศิลปะ เข้าไปช่วยเสริมแต่งและจัดการข่าวสาร ข้อมูล สื่อกลาง ของการสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพและนำเสนอเจตนาขึ้น

ความหมายของการออกแบบกราฟฟิค

GRAPHIC DESIGN เป็นคำศัพท์ 2 คำที่นำมาประกอบกัน ดังนั้น เพื่อความเข้าใจในคำศัพท์ จึงจำแนกความหมายทั้ง 2 คำ ไว้ดังนี้

GRAPHIC

1. "Of or pertaining to the arts (Graphic arts) of painting, drawing, engraving, and other arts which pertain to the expression of ideas by means of lines, marks or characters impressed on a surface"

2. "Of or pertaining to writing or to representation by graph or diagrams" (Webster's New Collegiate Dictionary:1956)

หมายถึง -1. เกี่ยวกับศิลปะ (ศิลปะภาพพิมพ์) การวาด, การระบาย, การแกะสลักและศิลปะรูปแบบอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการแสดงออกทางความคิด โดยแสดงนัยแห่งเส้นร่องรอยประทับลงบนพื้นระนาบ

-2. เกี่ยวกับการขีดเขียนหรือสิ่งที่แสดงด้วยตารางหรือแผนภาพ

GRAPHIC หมายถึง ลายเส้นภาพที่เขียนด้วยเส้นหรือแม้แต่เป็นจุด

DESIGN

- "The arrangement of parts, details, form, color, etc., especially so as to produce a complete and artistic unit, artistic invention" (Webster's New World Dictionary)

หมายถึง - การจัดการ การเตรียมการเอาส่วนประกอบย่อยต่างๆ เพื่อมาสร้างสรรค์ขึ้นเป็นรูปแบบใหม่หรือเป็นหน่วยความงามทางศิลปะที่สมบูรณ์

จากความหมายของศัพท์ทั้ง 2 คำ ที่อ้างอิงมานี้ เป็นการสร้างความเข้าใจพื้นฐาน

ความหมายของแต่ละคำเพื่อนำสู่การตีความหรือการให้คำนิยาม เมื่อนำคำทั้ง 2 มาประกอบกัน มีผู้ให้คำนิยามของ Graphic Design ไว้ว่า

Graphic Design การออกแบบที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเครื่องหมาย และการออกแบบเกี่ยวกับการพิมพ์ต่างๆ ที่ใช้ในวงการอุตสาหกรรม (อาร์ สุธิพันธุ์)

Graphic Design จัดว่าเป็นงานออกแบบเพื่อการเผยแพร่ คืองานออกแบบที่มุ่งชักชวน เรียกร้อง หรือ เผยแพร่ผลิตภัณฑ์ บริการและความคิดต่างๆ ซึ่งเป็นงานในลักษณะสิ่งพิมพ์ งานออกแบบหีบห่อ งานโฆษณา (วิรัช ตั้งเจริญ 2527:85)

จากความหมายของการออกแบบกราฟิกที่อ้างมา จะเห็นว่าเป็นการออกแบบที่มีขอบข่ายงานกว้างขวางมากและมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการออกแบบนิเทศศิลป์ (Visual Communication Design) ในอันที่จะต้องเตรียมการและนำเสนอข่าวสาร (Message) ต่อผู้ดู - ผู้อ่าน ให้สามารถรับรู้ความหมายและแปลความได้ทางสายตาโดยการจัดสื่อกลางต่างๆ เช่น ตัวอักษร , เครื่องหมายสัญลักษณ์, รูปภาพและอื่นๆรวมกัน ด้วยกรรมวิธีของการ ชัด, เขียน, การพิมพ์ การบันทึกภาพ ตลอดจนเทคนิคการสร้างภาพต่างๆทางเครื่องมือ เครื่องจักรกลทำให้เกิดเป็นรูปร่างที่ประณีตเรียบร้อยสวยงามเพื่อการติดต่อสื่อสารและโน้มน้าวจิตใจคนกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ที่ต้องการได้

ประเภทของการออกแบบกราฟิก

1. การออกแบบกราฟิก ที่เกี่ยวข้องกับการบันทึกภาพ (Photography and film) เช่น การถ่ายภาพ การออกแบบกราฟิกสำหรับงาน วีดีโอ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นต้น
2. การออกแบบกราฟิก ที่เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ (Symbolism) อันได้แก่ ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมายต่างๆ
3. การออกแบบกราฟิกที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพประกอบ (Illustration) เช่น การเขียนภาพ ประกอบเรื่อง ภาพเขียนต่างๆ
4. การออกแบบที่เกี่ยวข้องกับการพิมพ์ (Typography) ซึ่งเป็นงานที่ใหญ่และการออกแบบกราฟิกส่วนมากมักจะเกี่ยวข้องกับการพิมพ์ขั้นตอนสุดท้ายเพื่อการนำเสนอการเผยแพร่ และนำเสนอประกอบกับสื่อชนิดอื่น ในการสื่อสารต่อไป

การออกแบบกราฟิก จึงเป็นที่รู้จักกันสืบปัจจุบันว่า เป็นการเตรียมต้นฉบับและการออกแบบเพื่องานพิมพ์เป็นสำคัญ

ความสำคัญของการออกแบบกราฟิก

การออกแบบกราฟิก ถึงแม้จะฟังดูว่าเป็นงานออกแบบสาขาใหม่ที่ได้รับคามสำคัญมาเมื่อนานนี้ก็ตาม แต่การออกแบบกราฟิกก็เกิดขึ้นมานานพร้อมกับวิวัฒนาการทางการสื่อสารของมวลมนุษย์ ที่ต้องอาศัยการออกแบบนับตั้งแต่มีการเริ่มสร้างสื่อความความหมาย การขีดเส้น การเผยแพร่ข่าวสารและความรู้สึกนึกคิดต่างๆไปยังผู้อื่นในลักษณะของการสื่อสารด้วยลายเส้นหรือการวาดเขียน (Graphic communication) ซึ่งรูปแบบของการออกแบบก็มีลักษณะแตกต่างกันไปตามความเจริญก้าวหน้าของสังคมในแต่ละยุคสมัย ตลอดจนทักษะความสามารถและภูมิปัญญาของนักออกแบบในแต่ละช่วงเวลา การออกแบบกราฟิกจึงนับว่ามีส่วนช่วยพัฒนาสร้างสรรค์จรรโลงสังคมมนุษย์ให้ดำรงอยู่และเจริญก้าวหน้าดังพอที่จะประมวลสรุปผลต่อสังคมมนุษย์ได้ดังนี้

1. การออกแบบกราฟิก มีส่วนสร้างสรรค์สัญลักษณ์และข้อตกลงร่วมกันของคนในสังคม

องค์ประกอบสำคัญแห่งการดำรงอยู่ของคนหมู่มากก็คือการที่มีความเคารพและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่มีการยอมรับเป็นข้อตกลง เป็นแนวประพฤติปฏิบัติร่วมกันซึ่งอาจตกลงด้วยวาจา อาศัยหลักอักษร หรือความเชื่อขนบธรรมเนียมที่สืบทอดกันมา แต่ไม่ว่าจะเป็นข้อตกลงที่เกิดขึ้นนั้นจะต้องเป็นสิ่งที่สามารถรับรู้ซึ่งความหมายและการจดจำได้ ดังนั้นการออกแบบกราฟิกจึงเข้ามามีส่วนช่วยเสริมการรับรู้ทางการมองเห็น เป็นคู่ทางหรือสื่อกลาง ช่วยการรับรู้แห่งข้อตกลงต่างๆให้มีประสิทธิภาพ มีความชัดเจนมีผลกระทบด้านจิตวิทยาอันที่จะระลึกนึกถึงและเป็นเครื่องหมายแห่งความทรงจำข้อเตือนใจ ข้อควรระวัง ในระบบระเบียบของกฎเกณฑ์และความเชื่อที่จะปฏิบัติต่อกันสืบไปเพื่อการคงอยู่ของสังคมที่สงบร่มเย็น ดังเช่นที่ปรากฏเป็นเครื่องหมาย ,สัญลักษณ์ และข้อตกลงต่างๆ อาทิ สัญลักษณ์ศาสนา ลัทธิเครื่องหมายบอกทิศทางคมนาคม เครื่องหมายจราจร ตลอดจนสัญลักษณ์แทนความหมาย และข้อตกลงอื่นๆเป็นต้น ซึ่งเครื่องหมาย,สัญลักษณ์ต่างๆทางกราฟิกนี้จำเป็นต้องอาศัยการออกแบบให้มีขนาดรูปร่างที่ชัดเจน เรียบร้อย สวยงามและเหมาะสมกับอำนาจทางการมอง (Visual Perception) ของมนุษย์

2. การออกแบบกราฟิกเป็นสื่อแสดงแห่งพลังการสร้างสรรค์

ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการทั้งหลายทั้งปวง ที่คิดค้นขึ้นล้วนแต่เกิดจากการถ่ายทอด

ความคิดสร้างสรรค์ออกมาผ่านการขีดเขียนหรือการสร้างภาพ (Image) ทางลักษณะของงานกราฟิกด้วยกันทั้งนั้น เพราะเป็นช่องทางที่สามารถรองรับความคิดฉับพลันและการกระทำของมนุษย์ได้รวดเร็วที่สุด แม้กระทั่งมีการขัดเกลาแก้ไขดัดแปลง และนำเสนอ (Presentation) รูปร่างของความคิดหรือการประกอบเพื่อสร้างจริง ก็ยังต้องอาศัยการออกแบบกราฟิกเพื่อสร้างต้นแบบและคำอธิบายที่เป็นสื่อแสดงให้ผู้ดูได้รู้ได้เห็นเกิดความสนใจเข้าใจและคล้อยตามในความคิดสร้างสรรค์ที่ได้เพียรพยายามขึ้นมา ดังเช่นการเขียนแบบทางวิศวกรรม สถาปัตยกรรม เครื่องจักรกลต่างๆ ตลอดจนงานสร้างสรรค์ศิลปกรรมแขนงอื่นๆ

การออกแบบกราฟิกจึงเปรียบเสมือนสื่อหรือช่องทางที่ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์คิดค้นวิทยาการความเจริญก้าวหน้าต่างๆขึ้นมา

3. การออกแบบกราฟิกเป็นการเสริมสร้างแต่งข่าวสาร (Message) ให้ดึงดูดสายตาและน่าสนใจขึ้น

ข่าวสารใดๆก็ตามที่นำเสนอต่อผู้ดู ผู้อ่าน ย่อมต้องการให้เป็นที่น่าสนใจด้วยกันทั้งนั้น นักออกแบบกราฟิกจึงเข้ามาช่วยสร้างความน่าสนใจให้เกิดแก่ข่าวสารนั้นๆ โดยการปรับปรุงเพิ่มเติมเสริมแต่งด้วย ทักษะทางศิลปะและใช้หลักจิตวิทยาการรับรู้เข้าช่วย เช่น จัดวางรูปแบบของข้อความ รูปภาพ เปลี่ยนขนาดการเสนอข้อความที่กะทัดรัดได้ใจความ เป็นต้น

4. การออกแบบกราฟิก ช่วยส่งเสริมความเจริญก้าวหน้าทางธุรกิจการค้าและวงการอุตสาหกรรม

การออกแบบกราฟิกในปัจจุบันมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับวงการธุรกิจการค้าและวงการอุตสาหกรรมเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะในวงการอุตสาหกรรมการพิมพ์ เพราะในยุคของการค้าแบบเสรี ทำให้เกิดการแข่งขันกันขึ้นตามการขยายตัวของผู้ผลิตและที่สำคัญคือความต้องการของผู้บริโภคมีจำนวนมากขึ้น บรรดาผู้ผลิตสินค้าจึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงคุณภาพการผลิตสินค้า ปรับปรุงหน้าตาของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนต้องมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อการครองตลาด หรือได้รับส่วนแบ่งในตลาด เหตุนี้เองจึงทำให้เกิดมีธุรกิจการโฆษณาขึ้นมารองรับการออกแบบกราฟิกเพื่อการค้า จึงเกิดขึ้นมากมายหลายแบบ ตามช่องทางของการติดต่อสื่อสาร เช่น การออกแบบกราฟิกสำหรับสินค้าและผลิตภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกโฆษณาทางวีดีโอ โทรทัศน์ หนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ โบสเตอร์ ตลอดจนสิ่งพิมพ์อื่นที่ใช้เพื่อประกอบการทางธุรกิจการค้าการออกแบบกราฟิกจึงได้รับความสำคัญขึ้นมาเพราะเหตุว่า

4.1 การออกแบบกราฟพิชช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้แก่สินค้าและบริษัทผู้ผลิต เช่น การออกแบบชื่อบุคคลสำคัญของสินค้าและบริษัทผู้ผลิต ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะของตนเองเพื่อการจดจำ ความเชื่อถือ และดึงดูดผู้บริโภค ตลอดไป

4.2 การออกแบบกราฟพิชช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ตัวสินค้า เป็นการนำหลักจิตวิทยาพื้นฐานเข้าช่วยในการออกแบบรูปร่างหน้าตาสินค้าภายนอกให้สวยงาม ด้วยการใช้ภาพประกอบ, ข้อความ, การจัดวาง, สี, เส้นที่เด่น สะดุดตา มีความเหมาะสมกับประเภทสินค้า เพื่อดึงดูดสายตาผู้บริโภคเมื่อได้พบเห็น และยังทำให้เกิดผลถึงความไว้วางใจความเชื่อถือศรัทธา รักษาภาพพจน์และคุณภาพสินค้าภายในได้อีกด้วย

4.3 การออกแบบกราฟพิชช่วยทำให้เกิดการกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภค ช่วยให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงชนิดประเภท และคุณสมบัติของสินค้าได้อย่างกว้างขวาง

4.4 การออกแบบกราฟพิช ช่วยทำให้เกิดการพัฒนาระบบธุรกิจการค้าและอุตสาหกรรม ทำให้เกิดมีการพัฒนาเครื่องมือ เครื่องใช้ วัสดุอุปกรณ์ ตลอดจนเทคโนโลยีต่างๆที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพราะนักออกแบบกราฟพิชจะต้องมีความรู้ความสามารถที่กว้างขวางไม่ว่าในกระบวนการผลิต หรือ การจำหน่ายที่จำเป็นต้องมีการเรียนรู้คิดค้น และทำความเข้าใจในกิจกรรม กระบวนการต่างๆมาดัดแปลงปรับปรุงขึ้นใช้ การออกแบบกราฟพิชจึงอาจกล่าวได้ว่าเป็นการบูรณาการความรู้ความสามารถจากศาสตร์และทักษะหลายสาขาเพื่อสร้างสรรค์สื่อความหมาย พัฒนาระบบการผลิตและจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพตลอดมา การแข่งขันทางธุรกิจการค้าจึงเท่ากับว่าเป็นสู่ทางที่ก่อให้เกิดการพัฒนาการค้นคว้า เพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์แห่งความเจริญก้าวหน้าทางการค้าและพัฒนาสังคมในที่สุด

หลักการออกแบบกราฟพิช

ก่อนที่จะเริ่มโครงการออกแบบกราฟพิชประเภทใดก็ตาม สิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึงก็คือ การกำหนดจุดประสงค์ที่แน่นอนของงานแต่ละชิ้นลงไป เพราะสู่ทางและวิธีการต่างๆของการนำเสนอข่าวสารมีมากมาย ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความสับสนในการดำเนินงานที่อาจจะมีการปรับเปลี่ยนแปลงอยู่เรื่อยๆ ทำให้เกิดการทำงานที่ไม่เป็นระบบ เกิดการสูญเสียและสิ้นเปลืองปัจจัยต่างๆโดยใช่เหตุ ดังนั้นผู้ออกแบบจึงควรมีหลักการและข้อควรคำนึงก่อนการเริ่มงานเพื่อการแก้ปัญหาที่ถูกต้องรัดกุมและวางแผนการดำเนินงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีตลอดจนสิ้นกระบวนการ

ดังนั้นจึงขอเสนอแนะหลักการดำเนินงานและการวางแผนขั้นต้นของการออกแบบกราฟิกไว้
ดังนี้

1. เป้าหมายของการออกแบบคืออะไร (What is your objective?)

ในการออกแบบ ผู้ออกแบบต้องรู้เป็นเบื้องต้นว่า จะบอกกล่าว (Inform) เรื่องราวข่าวสารอะไรแก่ผู้รับรู้บ้าง เช่น ทฤษฎีหรือหลักการ การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ แนวความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ฯลฯ ผู้ออกแบบต้องรู้ วิธีการนำเสนอ (Presentation) ที่เหมาะสมกับเรื่องราวต่างๆ เหล่านี้ว่ามีเป้าหมายของการออกแบบเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ใด เช่น เพื่อส่งเสริมการขาย เพื่อให้ความรู้หรือความบันเทิง เป็นต้น

2. กลุ่มเป้าหมายที่รับข่าวสารเป็นใคร (Who is the message aimed at?)

กลุ่มเป้าหมายอาจจะเฉพาะเจาะจงเป็นชาย, หญิง บุคคลทั่วไป มีช่วงอายุเท่าไรหรือเฉพาะกลุ่มสนใจ ข่าวสารที่ให้มีความยาก-ง่าย หรือเป็นสากลอย่างไรซึ่งผู้ออกแบบจำเป็นต้องรู้และเข้าใจ เพื่อวางแผนตัดการกับข่าวสารและการนำเสนอให้ตรงจุดกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้

3. สิ่งที่ต้องการจะพูดคืออะไร (What needs to be said?)

ในที่นี้หมายถึง วิธีการที่จะสื่อความหมายกับผู้รับรู้ และจากการที่ผู้กำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้แล้ว ก็จะทำให้ผู้ออกแบบสะดวกในการที่จะพูดหรือสื่อความหมายได้ง่ายขึ้น เช่น การใช้ศัพท์ข้อความและสื่อที่เป็นนามธรรมหรือสัญลักษณ์และเครื่องหมาย ภาพประกอบต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมตามระดับความสามารถในการรับรู้ของผู้รับ ที่จะก่อให้เกิดการจดจำ ความเข้าใจในความหมายของข่าวสารนั้นๆ

4. จะใช้สื่อ นำพาข่าวสารผ่านรูปแบบและกรรมวิธีใด (How are you going to convey the message?)

หลักการนี้ หมายถึงผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงการเลือกสื่อในการนำเสนอข่าวสารเป็นรูปแบบใด จึงจะได้ผลดีมีความเหมาะสมกับข่าวสาร และผู้ออกแบบควรจะใช้วิธีการจัดการ (Organize) กับข่าวสารนั้น อย่างไร จึงจะสามารถนำเสนอข่าวสารและสื่อความหมายต่อผู้รับได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น เป็นป้ายโฆษณา (Billboard) โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ฯลฯ ซึ่งสื่อต่างๆ เหล่านี้มีรูปแบบ, กรรมวิธี และให้ผลต่อการรับรู้ของผู้คนที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นผู้ออกแบบควรคำนึงถึงการเลือกสื่อว่าจะสามารถจัดนำเสนอเป็นรูปแบบใด จึงจะเหมาะสมกับปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

จากหลักการและพื้นฐานการดำเนินการต่างๆ ที่กล่าวมานี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของระเบียบวินัย (Discipline) ของการออกแบบกราฟฟิคขั้นของการเริ่มต้นเพื่อนำสู่การจัดการกับองค์ประกอบของการออกแบบในระดับต่อไป

ดังที่กล่าวไว้แล้วว่า การออกแบบกราฟฟิคส่วนใหญ่เป็นระเบียบวิธีการที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออกซึ่งสื่อความหมายในลักษณะของตัวอักษรและแผนภาพ (Ideogram & pictogram) ของรูปแบบต่างๆทางการสื่อสารที่เป็นทัศนสัญลักษณ์ (Visual form) ดังนั้นในการออกแบบจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องมีการเรียนรู้ถึงส่วนประกอบสำคัญเพื่อการนำมาใช้เป็นพื้นฐานและการคำนึงถึงเช่นเดียวกัน

ส่วนประกอบในงานออกแบบกราฟฟิค

1. ตัวอักษรและตัวพิมพ์

ตัวอักษรหรือตัวพิมพ์จึงจัดว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญอันดับแรกของการออกแบบการจัดวาง (Lay-out Design) ซึ่งนักออกแบบจำเป็นต้องมีการเรียนรู้เกี่ยวกับตัวอักษร เช่น ขนาด (Type size) รูปร่างลักษณะ (Character) ส่วนประกอบตลอดจนกรรมวิธีการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดและการผลิตตัวอักษร เพื่อเกิดความเข้าใจและการนำมาใช้อย่างถูกต้องเหมาะสม (Ballinger A. Raymond:61-62) การออกแบบโดยทั่วไปมีการนำตัวอักษรมาใช้ในการออกแบบเป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ

1. ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนดึงดูดสายตา มีลักษณะตัวอักษรแบบ Displayface เพื่อการตกแต่งหรือการเน้นข้อความข่าวสารให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ดู ,ผู้อ่านด้วยการใช้ขนาดรูปแบบตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่มีความเด่นเป็นพิเศษ เช่น การพาดหัวเรื่อง (Heading) คำประกาศ คำเตือน เป็นต้น

2. ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนบรรยายหรืออธิบายเนื้อหา คือการใช้ตัวอักษรเป็น bookface หรือเป็นตัว TEXT ที่มีขนาดเล็กในลักษณะของการเรียงพิมพ์ข้อความ (Typesetting) เพื่อการบรรยายหรืออธิบายส่วนประกอบปลีกย่อยของข่าวสารและเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารเผยแพร่

ดังนั้นการที่จะนำตัวอักษรหรือตัวพิมพ์มาใช้ในการออกแบบกราฟฟิค ผู้ออกแบบจึงควรที่จะต้องมีการศึกษาเรียนรู้ถึงส่วนประกอบของตัวอักษรในภาษาต่างๆในเรื่องต่อไปนี้ คือ

1. รูปแบบตัวอักษร (Type style)

2. ขนาดของตัวอักษร (Type size)
3. รูปร่างลักษณะของตัวอักษร (Type character)

ตัวอักษรภาษาอังกฤษหรือตัวอักษรโรมัน

ตัวอักษรภาษาอังกฤษ หรือโรมันเป็นสื่อแทนภาษาพูดที่จัดว่าเป็นภาษาสากล (International Language) ซึ่งมีลักษณะการเรียงตัวอักษรเป็นคำในแนวระดับเดียวกันตลอดจากซ้ายไปขวา การอ่านก็อ่านเรียงคำจากซ้ายไปขวาเช่นกัน ไม่มีสระหรือวรรณยุกต์ประกอบข้างบน-ล่างเหมือนภาษาไทย ในชุดตัวอักษรหนึ่งๆต้องประกอบด้วยตัวอักษรตัวพิมพ์ใหญ่ (Capital Letter or Upper-case) และตัวพิมพ์เล็ก (Lower-case) เพื่อใช้ผสมเป็นคำ รูปประโยค, ตามหลักไวยากรณ์ของภาษา

รูปร่างลักษณะของตัวอักษรภาษาอังกฤษ ENGLISH TYPE CHARACTER

อักษรภาษาอังกฤษ มีขนาดและรูปร่างแตกต่างกันไปเช่นเดียวกับภาษาอื่นๆ ซึ่งพอจำแนกลักษณะรูปร่างออกเป็น 4 ประเภทด้วยกันคือ (วัดณะ จูทะวิภาต 2527:159)

1. ประเภทตัวธรรมดา ได้แก่ A B C D E F G H K N O P Q R S U V X Y Z
2. ประเภทตัวแคบ ได้แก่ L.T
3. ประเภทตัวกว้าง ได้แก่ M. W
4. ประเภทตัวบาง ได้แก่ I. J

ทั้ง 4 ประเภทนี้เป็นรูปร่างและลักษณะต่างๆไปของอักษรในแต่ละชุดซึ่งมีความกว้าง (WIDTH) ที่แตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ยังสามารถออกแบบให้แตกต่างต่อไปได้อีกหลายแบบตามลักษณะความหนา-บางและทิศทางของเส้น เช่น

- ตัวเอน (Italic)
- ตัวธรรมดา (Normal)
- ตัวบางพิเศษ (Extra Light)
- ตัวแคบ (Condensed)

- ตัวบาง (Light)
- ตัวหนา (Bold)
- ตัวเส้นขอบ (Outline)
- ตัวหนาพิเศษ (Extra-Bold)
- ตัวดำ (Black)

Baskerville ITALIC

Haas helvetica BOLD

Haas helvetica BOLD CONDENSED

Eurostile BOLD CONDENSED

Olive NORMAL

Olive DEMI BOLD

Olive NORD

Blippo BLACK

Blippo BOLD

Stymie EXTRA BOLD

Gill

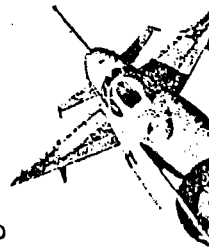
Gill Light

Gill Bold

Gill Italic

Light Italic

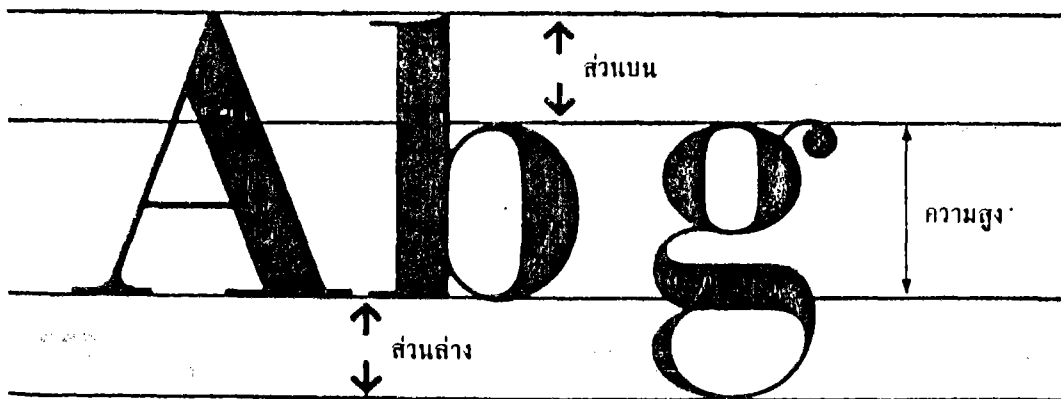
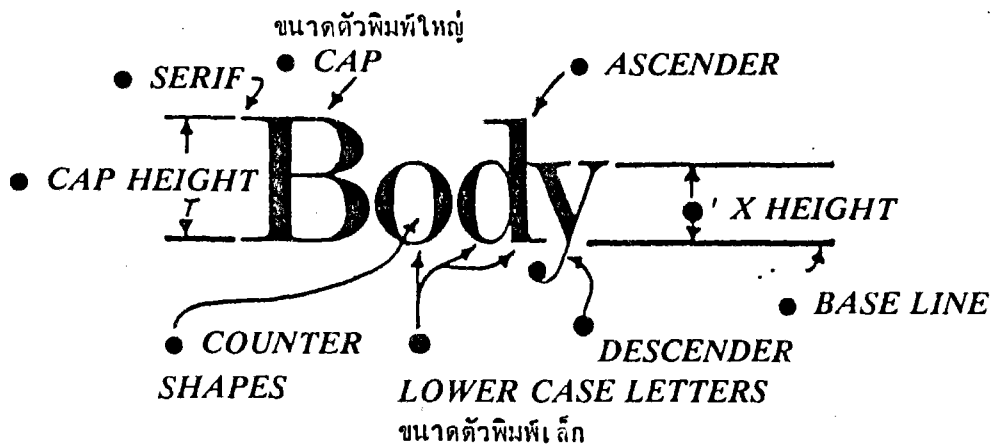
Italic



จะเห็นว่าตัวพิมพ์แบบหนึ่งนั้นอาจแตกแขนงออกไปได้หลายชั้น ในแต่ละวิธีอาจแตกแขนงซ้อนกันออกไป เช่น อาจสร้างเป็นตัวหนา-แคบ , ตัวหนา-กว้าง หรือทั้งหนาทั้งกว้างและเอนด้วยก็ได้ และตัวอย่างนี้อาจแตกแขนงออกไปเป็นหลายขนาดได้อีก ซึ่งก็แล้วแต่แบบของตัวอักษรและการออกแบบที่จะสามารถดัดแปลงไปได้ การเรียนรู้ถึงขนาดและลักษณะรูปร่างของตัวอักษรดังกล่าวก็เป็นไปเพื่อการนำมาใช้ให้ถูกต้องเหมาะสมที่จะก่อให้เกิดผลงานออกแบบกราฟิก ที่ผสมกลมกลืนกันในการจัดวางและองค์ประกอบต่างๆที่นำมาใช้

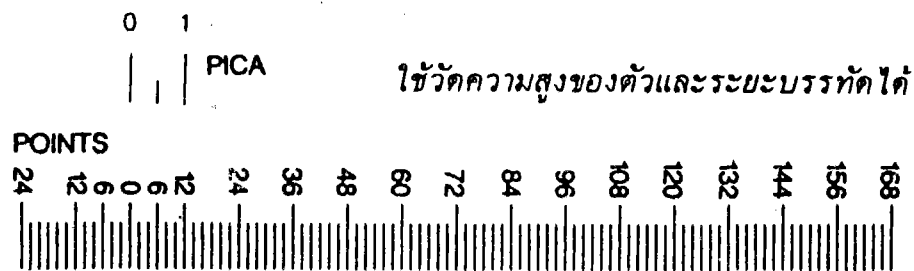
ขนาดตัวอักษรภาษาอังกฤษ **ENGLISH TYPE SIZE**

ในที่นี้หมายถึง ขนาดและสัดส่วนของตัวอักษร
ตามโครงสร้างของตัวพิมพ์ใหญ่ พิมพ์เล็ก ดังมีส่วน
ประกอบและขนาดดังนี้



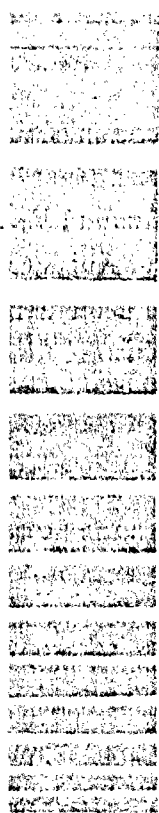
สัดส่วนต่างๆดังกล่าวนี้เป็นสัดส่วนที่นำไปสู่การกำหนดขนาดและรูปร่างของตัวอักษรโดยถือเอา
ความสูงของตัวอักษร X (พิมพ์เล็ก) เรียกว่า X-HEIGHT เป็นหลักในการจัดขนาดตัวอักษรต่างๆ
เพื่อกำหนดการหล่อตัวพิมพ์ขึ้นมาซึ่งในอังกฤษและอเมริกาใช้ระบบการวัดเป็นนิ้วมีชื่อเรียกกำกับขนาดตัว
พิมพ์ว่า พิก้า (Picas) และพอยท์ (Points) มีหน่วยของการวัดคือ

12 พอยท์ - 1 พิก้า
6 พิก้า - 1 นิ้ว (2.5 ซม.)
และ 72 พอยท์ - 1 นิ้ว



หน่วยการวัด ดังกล่าวนี้เป็นตัวกำหนดความสูงของตัวอักษรในการสร้างตัวพิมพ์มาเพื่อเรียงข้อ
ความหรือการเรียงพิมพ์ (Typesetting) ในระบบการพิมพ์แบบต่างๆ

ดังนั้นการเรียนรู้ถึงขนาดตัวอักษร จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ออกแบบกราฟิกเพราะในกระ
บวนการออกแบบและการเตรียมการนั้นต้องใช้คำสั่ง (ORDER) หรือการติดต่อสื่อสารที่เข้าใจได้ตรงกัน
กับบุคคลในวงการที่เกี่ยวข้อง

	72 Siam
	60 Siam
	48 Siam
	36 Siam
	30 Siam
	24 Siam
	18 Siam
	16 Siam
	14 Siam
	12 Siam
	10 Siam
	8 Siam

ขนาดตัวอักษรภาษาอังกฤษตามหน่วยวัดเป็นพอยท์ (Point Size)

ตัวอักษรภาษาไทย

ตัวอักษรภาษาไทยนั้นมีรูปแบบ (Style) ต่างๆมากมาย ซึ่งพอจะจำแนกตามลักษณะการเขียนได้ดังนี้

1. แบบมีหัวกลม เป็นตัวอักษรที่แสดงลักษณะเอกลักษณ์เฉพาะของภาษาไทยคือ เป็นตัวอักษรที่มี "หัว" เป็นรูปแบบตัวอักษรที่อ่านง่าย มีระเบียบ ดังนั้นตัวอักษรประเภทนี้จึงนิยมใช้ในการสื่อสารที่เป็นทางการ หรือเป็นตัวเรียงพิมพ์งานเนื้อหาทางเอกสาร, สิ่งพิมพ์ต่างๆ

ก ข ค ง

2. แบบหัวตัดและไม่มีหัว เป็นรูปแบบที่ได้หรือตัดแปลงมาจากการเขียนด้วยปากกาปากตัดหรือปากกาปากแบน ลักษณะของ "หัว" จึงคล้ายกับการตั้งมุมมองสายของปลายปากกาที่จับเขียน

ก บ ด ง

3. แบบคัดลายมือ หรือที่เรียกว่า "ตัวอาลักษณ์" เป็นรูปแบบตัวอักษรที่เกิดจากการคัดลายมือที่เขียนด้วยปากกาแหลม เช่น เหล็กจาร, ปากกาหมึกซึม ปากกาขนนก เป็นต้น เป็นแบบที่นิยมเขียนเป็นตัวหนังสือตกแต่งทางราชการ เช่น เขียนบัตรเชิญ ปริญญาบัตร และอื่นๆที่ให้ความรู้สึกร่าเริงเกียรติและการยกย่อง

ค รุ. ศี ล ป

4. แบบหวัด (Free Hand Writing) เป็นรูปแบบที่เกิดจากการเขียนอย่างอิสระไม่มีแบบแผน และเขียนขึ้นมาอย่างง่าย ๆ

คำพิศ เน้น

5. แบบประดิษฐ์ เป็นตัวอักษรที่เขียนขึ้นมาเพื่อการตกแต่งหรือให้แสดงความกลมกลืนกับข้อความความหมายหรือภาพประกอบต่างๆ เพื่อดึงดูดสายตาให้น่าสนใจ ซึ่งส่วนใหญ่มักใช้เป็นหัวเรื่อง, ข่าวสารที่ต้องการบอกกล่าวหรือสื่อสารให้ทราบเป็นอันดับแรก

โลโกตรา

ขนาดตัวอักษรภาษาไทย

ขนาดและสัดส่วนของตัวอักษรในงานออกแบบกราฟิกตามลักษณะของการนำไปใช้โดยทั่วไปนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ

1. การใช้ขนาดตัวอักษรตามระบบและแบบแผนสำเร็จรูป หมายถึงการใช้ขนาดตัวอักษรต่างๆ ตามที่มีการประดิษฐ์ขึ้นมาแล้วเป็นวัสดุสำเร็จรูปที่พร้อมจะนำมาใช้ได้ทันทีและมีเป็นจำนวนมาก เช่น ตัวอักษรลอก (Dry Transfer Lettering or Letter Press) ตัวพิมพ์ (Type) ตัวอักษรคอมพิวเตอร์ ตัวอักษรพิมพ์ดีด เป็นต้น ตัวอักษรต่างๆ เหล่านี้เป็นตัวอักษรที่ผลิตขึ้นมาเป็นขนาดต่างๆ ที่แน่นอนตามตัวตามระบบการจัดที่เป็นสากล การนำมาใช้จึงเป็นการหยิบยกเอาขนาดที่สำเร็จรูปแล้วออกมาใช้ให้เหมาะสมดังเช่น การใช้ตัวอักษรขนาดต่างๆ มาใช้กับงานออกแบบสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

2. การใช้ขนาดตัวอักษรตามความเหมาะสมในที่นี้ หมายถึงการใช้ขนาดตัวอักษรผ่านทักษะการวาด-การเขียน ซึ่งไม่มีการกำหนดระบบที่แน่นอนตายตัว ขึ้นอยู่กับผู้ออกแบบจะเห็นความเหมาะสมว่าควรที่จะใช้ขนาดตัวอักษรให้มีสัดส่วนเท่าใด จึงจะเหมาะสมกับชิ้นงาน หรือปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการมองเห็น เช่น การเขียนตัวอักษรสำหรับป้ายการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และอื่นๆ ที่ขนาดของตัวอักษรสำเร็จรูปไม่มีหรือไม่เอื้ออำนวยต่อการนำมาใช้ได้

เทคนิคการจัดตัวอักษร

เทคนิคการจัดตัวอักษรสำหรับเนื้อเรื่องและส่วนประกอบในหน้าหนังสือก็คือ การจัดช่องไฟของตัวอักษรนั่นเอง ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากขนาด, รูปร่างของตัวอักษรในแต่ละแบบมีส่วนกว้าง, แคบไม่เท่ากัน เมื่อนำมาประกอบกันเป็นคำจึงต้องคำนึงถึงความต่อเนื่องของตัวอักษรหรือหน่วยของคำ การเว้นวรรคต่างๆ ซึ่งการจัดช่องไฟ ของตัวอักษร (spacing) ในภาษาต่างๆ มักมี 3 ลักษณะคือ

1. ระยะระหว่างตัวอักษร หรือช่องไฟตัวอักษร (letter spacing) ที่นำมารวมกันเป็นคำควรมีระยะพอเหมาะไม่เบียดหรือชิดกันจนเกินไป หรือห่างกันจนเกินไป

2. ระยะระหว่างคำ (Word spacing) ในภาษาไทยอาจมีใช้น้อย แต่ในภาษาอังกฤษจำเป็นต้องมี เพราะเขียนเป็นคำๆ ไป การวางคำใกล้กันเกินไป ทำให้ผู้อ่านเสียเวลาในการแยกคำ ส่วนคำที่อยู่ห่างกันจะเกิดช่องสีขาว หรือลำสีขาวเป็นทางลงไปเต็มหน้า ทำให้สายตาสะดุดการเคลื่อนไหวในขณะที่อ่าน

3. ระยะระหว่างบรรทัด (Line spacing) ส่วนใหญ่เรียกว่า "LEADING" เป็นการวัดความห่างระหว่างบรรทัด มีระยะห่างจัดเป็นพอยท์ (Point) ซึ่งในการเรียงพิมพ์เนื้อเรื่องนั้นปกติจะมีระยะห่างระหว่างบรรทัดตั้งแต่ 0-3 พอยท์

การจัดแนวตัวอักษร

การนำตัวอักษรแต่ละตัวหรือแต่ละคำมาเรียงกันเป็นบรรทัดนั้น อาจจะทำให้หลายแบบ ดังนี้

1. เสมอหน้า (flush left, ragged right) ตัวอักษรจะเรียงชิดเส้นขอบด้านหน้า ส่วนปลายบรรทัดด้านขวาจะขาดหรือเกินก็ได้
2. เสมอหลัง (flush right, ragged left) ตัวอักษรเรียงชิดเส้นขอบด้านหลัง ส่วนปลายบรรทัดด้านซ้ายจะขาดหรือเกินก็ได้
3. เสมอหน้า เสมอหลัง (flush left, flush right or justified) ตัวอักษรเรียงชิดเส้นขอบ ทั้งสองด้านหน้าและด้านหลัง เป็นวิธีเรียงที่ค่อนข้างยากจะต้องนับตัวอักษรให้เท่ากัน หากไม่ลงตัวจะต้องตัดตัวอักษรออก แล้วเพิ่มส่วนที่เป็นวรรคให้มากขึ้น
4. วางกลาง (Centered) จะถือตัวกลางของบรรทัดแรกเป็นสำคัญ บรรทัดต่อไปจะเรียงขาดหรือเกินก็ต้องมีตัวอักษรเหลือข้างละเท่ากัน
5. วางไม่สมดุล (Asymmetrical) จะเรียงบรรทัดไหนอย่างไรก็ได้ แต่เมื่อดูรวมๆ กันแล้วต้องให้เกิดความสมดุล
6. วางเป็นรูป (Concrete) โดยจัดตัวอักษรให้แสดงเป็นรูปภาพต่างๆ เพื่อเน้นคำ และความหมายเป็นพิเศษ มักเรียกว่าแบบ "Calligrammes"
7. วางรอบภาพประกอบ (Contour) เป็นการจัดตัวอักษรรวมกับภาพประกอบ ซึ่งอาจจะวางโดยรอบวางข้าง ให้ชิด ภายในกรอบเดียวกัน
8. วางในทิศทางต่างๆ เช่น วางเอียง วางทแยง วางเป็นเส้นตรง การจัดวางตัวอักษรแบบนี้ มักกระทำแทนการตกแต่งหรือเมื่อต้องการดึงดูดสายตาผู้อ่านเป็นการใช้ความแตกต่างมาช่วยให้เกิดจุดสนใจนั่นเอง

2. ภาพประกอบ

ส่วนประกอบที่สำคัญอันที่สองในงานออกแบบกราฟิกโดยทั่วไปก็คือภาพ (Pictures) อันหมายความว่ารวมถึงภาพถ่าย (Photograph) และการเขียนภาพ (Drawing) ซึ่งมักเรียกรวมกันว่า ภาพประกอบ (Illustrate)

การใช้ภาพประกอบในงานออกแบบกราฟิกส่วนใหญ่เป็นไปเพื่อดึงดูดความสนใจ (To Attract-Attention) และแสดงประกอบกับเรื่องราวข่าวสารต่างๆที่จะนำเสนอต่อสายตาของผู้ดูให้เกิดความรู้สึก ความเข้าใจคล้อยตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่มุ่งหวังไว้

หน้าที่ของภาพประกอบ

หน้าที่ของภาพประกอบที่นำมาใช้งานกราฟิก ประเภทต่างๆนั้น พอจะสรุปเป็นสังเขปได้ว่า

1. เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจ

เป็นหน้าที่หลักของภาพประกอบในงานออกแบบกราฟิกทุกประเภท ที่ช่วยทำให้เกิดความแตกต่าง (Contrast) ขึ้นในงานด้วยพื้นที่, เส้น, สีสันที่เด่นสะดุดตาทำให้ข่าวสารนั้นน่าสนใจขึ้น

2. เพื่อประกอบการอธิบายความรู้

กราฟิกช่วยเป็นสื่อแสดงข้อความรู้ต่างๆที่ไม่สามารถมองเห็นได้จริง (Unrealistic views) ด้วยการสร้างภาพประกอบการอธิบายความรู้ให้มองเห็นได้กระจ่างขึ้น เช่น ภาพโครงสร้างของโมเลกุล แผนภูมิ หรือการเขียนภาพด้านตัด (Cross section) ในงานเขียนแบบ เป็นต้น

3. เพื่ออธิบายความคิดรวบยอด

เช่น การเขียนเครื่องหมาย, สัญลักษณ์ และแผนภาพต่างๆเพื่อมีความหมายแทนสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ

4. เพื่อการอ้างอิงแทนสิ่งที่ปรากฏจริง

เมื่อข่าวสารมีเนื้อความที่เกี่ยวข้องและบ่งชี้ถึงความเป็นจริงต่างๆ เช่น สถานที่ บุคคลหรือเหตุการณ์ย่อมต้องการภาพประกอบมาช่วยสร้างเสริมความเข้าใจ บรรยากาศและอารมณ์ความรู้สึกต่อผู้ดูให้เกิดความกระจ่างชัดในวัตถุประสงค์ของข่าวสารนั้นๆ

5. เพื่อประกอบข้อมูลทางสถิติ

ข่าวสารบางอย่างไม่เหมาะที่จะนำเสนอภาพประเภท ภาพถ่ายหรือภาพเขียนมาแสดงประกอบคำ

อธิบายได้ชัดเจน เช่น ข้อมูลที่เป็นตัวเลข, ข้อมูลทางสถิติ ดังนั้นจึงมักจะนิยมเขียนเป็นกราฟ, แผนภูมิตามระเบียบวิธีการทางคณิตศาสตร์ เป็นภาพประกอบในลักษณะของลายเส้นทางเรขาคณิตขึ้นแทน

สำหรับการนำภาพประกอบมาใช้ในการออกแบบกราฟิกนั้น นอกจากผู้ออกแบบจะต้องมีหลักการและข้อคำนึงดังกล่าวแล้ว ผู้ออกแบบยังจะต้องเรียนรู้เทคนิคและกรรมวิธีการผลิตการใช้ภาพประกอบประเภทต่างๆ เช่น ภาพเขียน ภาพวาด ที่เกิดจากฝีมือจากนักเขียนภาพประกอบ (Illustrator) ภาพที่กระทำขึ้นด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer Graphic) ภาพที่เกิดจากเทคนิคการบันทึกภาพ (Photographic) หรือภาพประกอบสำเร็จรูป (Clip art) ที่ได้จากการพิมพ์ ซึ่งเทคนิคกรรมวิธีการผลิตและการนำมาใช้จากวิธีการดังกล่าว แม้ว่าผู้ออกแบบจะมีได้เป็นผู้กระทำขึ้นมาด้วยตัวเอง แต่ก็ต้องมีการสั่งการ (Commissioning) การติดตามผล (Following) ในสิ่งที่ต้องการและวิจารณ์เพื่อความเหมาะสมกับข่าวสารนั้นๆได้

แนวคิดในการคัดเลือกภาพประกอบ

1. ภาพต้องมีรายละเอียดพอและมีความชัดเจน
2. ภาพต้องแสดงหน้าที่อย่างใดอย่างหนึ่งได้อย่างเต็มที่
3. มีลักษณะองค์ประกอบภาพที่จะสามารถนำมาใช้ได้อย่างเหมาะสมกับองค์ประกอบที่ออกแบบไว้
4. มีความหมายตรงกับเนื้อความและเสริมเนื้อความได้มากที่สุด
5. มีความเหมาะสมกับระบบการพิมพ์

การจัดภาพประกอบในงานกราฟิก

การนำเอาภาพมาใช้ประกอบเนื้อหาในสื่อต่างๆ จะต้องพิจารณาว่าจะจัดภาพอย่างไร ควรใช้ภาพลักษณะใด วิธีการเน้นความน่าสนใจภาพอาจทำได้โดยวิธีต่างๆดังนี้

1. การออกแบบกรอบเพื่อเน้นภาพให้เด่นชัด
2. การกำหนดสีพื้นให้ขัดแย้งหรือตัดกันกับสีของรูปภาพ
3. การขยายส่วนเพื่อเน้นเฉพาะส่วนที่เป็นสาระของความหมายภาพ
4. การออกแบบตกแต่งพื้นหรือจากหลังภายในภาพ

5. การจัดวางภาพให้น่าสนใจ ได้แก่ วางเรียงกันอย่างเป็นระเบียบ วางซ้อน วางเหลื่อมกัน หรือการจัดรวมกันให้เป็นกลุ่ม
6. การสร้างภาพที่มีความต่อเนื่องสามารถอธิบายความได้ทั้งหมด
7. การใช้คำอธิบายภาพ

การเลือกใช้ภาพ

องค์ประกอบที่จะสนับสนุนให้ภาพมีความโดดเด่น จะต้องประกอบด้วย

1. **ลักษณะของภาพ** ที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
2. **รูปแบบภาพ** มีความสัมพันธ์กับรูปแบบของสื่อ และต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของงานนั้นๆ
3. **สีของภาพ** ต้องชัดเจน
4. **ขนาดของภาพ** ภาพที่มีขนาดใหญ่ได้รับความสนใจมากที่สุด การสร้างแรงจูงใจเกี่ยวกับขนาดของภาพ สามารถทำได้หลายวิธี เช่น การกำหนดสัดส่วนในทางกว้างและความยาวของภาพ ควรเลือกใช้ขนาดภาพที่มีลักษณะแปลกตาหรืออาจเป็นภาพเล็กๆหลายๆขนาด หลากยารูปารวมกันเป็นรูปใหญ่

ลักษณะที่ดีของภาพ

1. การออกแบบภาพทุกภาพจะต้องคำนึงถึงหลักศิลปะ หรือความงดงามทางศิลปะด้วย เช่น การจัดรูปแบบองค์ประกอบภาพที่ดี สีเส้นสวยงาม มีการเน้นจุดเด่น จุดเสริม และการชี้นำไปสู่จุดสนใจของภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ภาพที่นำมาใช้จะต้องมีความชัดเจน โดยเฉพาะความชัดเจนในเนื้อหาที่เสนอความหมายของสาระในภาพต้องไม่คลุมเครือ ลักษณะรายละเอียดต่างๆจะต้องสอดคล้องกับเนื้อหาและมีพอเพียงเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้
3. ภาพที่ออกแบบขึ้นหรือภาพที่นำมาใช้งานกราฟิกควรมีความสมจริงมีเหตุผลเป็นแบบได้ไม่ขัดต่อความรู้สึกในการมอง ทั้งนี้ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงทั้งลักษณะลายเส้นและสีเส้นด้วย
4. ภาพที่ดีจะต้องมีความคมชัด ดูแล้วสบายตา มีความตัดกันนารูปาร่างภายนอก และการใช้สี

โดดเด่นชัดเจน เน้นจุดสนใจได้ดี

5. การเลือกใช้ภาพหรือการออกแบบภาพ ควรเน้นให้ภาพนั้นสามารถกระตุ้นอารมณ์ และความคิด ให้เกิดแนวทางที่สร้างสรรค์ ไม่ขัดต่อศีลธรรมอันดีของสังคม และเงื่อนไขอื่นๆของสังคมกลุ่มเป้าหมาย

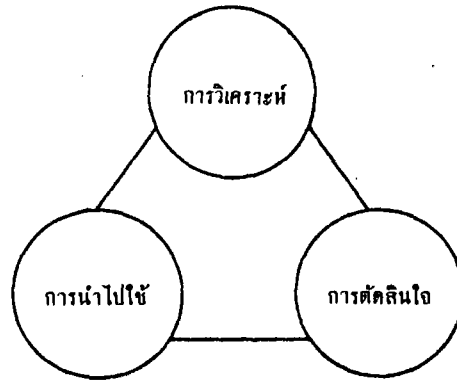
6. แม้ว่าภาพนั้นๆ จะต้องมียรายละเอียดมากพอเพื่อการสื่อความหมายหรือเล่าเรื่องได้อย่างดีและพอเพียงแต่ต้องไม่มีภาพสลับซับซ้อนจนเกินไป จนทำให้เข้าใจยาก ภาพที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน สื่อความหมายได้เร็วย่อมเป็นที่สนใจของคนทั่วไป

การวิเคราะห์งานออกแบบกราฟิก

การออกแบบกราฟิกไม่ว่าจะเป็นประเภทใดก็ตาม ย่อมมีขั้นตอนและหลักการดำเนินงาน เช่นเดียวกับวิธีการทำงานด้านอื่นๆทั้งนี้เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และได้มาซึ่งสิ่งที่คาดหวังไว้ หลักการดำเนินงานจะเป็นสิ่งชี้แนะให้การทำงานดำเนินไปด้วยความสะดวก และเกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด เพราะในแต่ละขั้นตอนผู้ออกแบบหรือผู้ที่ลงมือกระทำ ย่อมใช้ความคิด สติปัญญาและประสบการณ์เข้ามาร่วมพิจารณาจัดการ "ผลของการกระทำ" อย่างรอบคอบถูกต้องเหมาะสมที่สุดเท่าที่จะสามารถกระทำได้

ขั้นตอนของการจัดการกับ "ผลของการกระทำ" อย่างรอบคอบนี้เอง ที่ทำให้ต้องมีการทำความเข้าใจและการแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกี่ยวข้องด้วยการจำกัดขอบเขตของสิ่งที่ลงมือกระทำ (DEFINITION OF TERMS) และการวิเคราะห์ (ANALYSIS) แยกแยะส่วนประกอบออกมาพิจารณาให้เกิดความต่อเนื่องหรือเป็นที่ประจักษ์จริงเป็นลำดับขั้นตอนที่เกี่ยวข้องไป ดังนั้นการทำงานในแต่ละขั้นตอนก็คือ การศึกษาวิเคราะห์ที่จะนำสู่การตัดสินใจ (DECIDE) ของการลงมือปฏิบัติตนเอง

การวิเคราะห์งานออกแบบกราฟิก จึงเป็นขั้นตอนสำคัญในการทำงานเพื่อที่จะประเมินค่า (EVALUATE) ของผลงานทั้งในกระบวนการทำงานคือการเลือกสรรรูปแบบ (FORM) ที่เหมาะสมและการนำไปใช้คือ ผลจากการนำเสนอแล้วเกิดผลหรือมีประสิทธิภาพด้านการสื่อสารมากน้อยเพียงใด ผลของการนำไปใช้ก็จะเป็นข้อมูลสะท้อนกลับที่จะบ่งบอกถึงคุณภาพของการทำงานที่เกิดขึ้นวัฏจักรต่อไป ดังแผนภูมิ



ขั้นตอนของการวิเคราะห์งานออกแบบกราฟิก

การวิเคราะห์ผลงานออกแบบกราฟิกนั้น คือ วิธีการที่จะล่วงรู้ถึงประสิทธิภาพของวิธีการนำเสนอข่าวสารที่กระทำขึ้นว่ามีความสอดคล้องกับหลักการและวัตถุประสงค์ของการสื่อสารและการรับรู้ได้มากน้อยเพียงใด วิธีการที่นักออกแบบสามารถจะกระทำได้ง่าย ก็คือการวิเคราะห์ตามเป้าหมายที่วางไว้ในขั้นต้นว่าผลงานที่สำเร็จออกมาสามารถสนองเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ ดังเช่น

1. ผลงานการออกแบบสามารถแสดงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (IDENTITY) กับข่าวสาร (MESSAGE) ได้หรือไม่ เช่นการใช้ภาพประกอบอักษรสัญลักษณ์ที่สัมพันธ์กลมกลืนกันกับเนื้อหา
2. รูปแบบ (STYLE) ของการออกแบบสามารถสนองข่าวสารได้ตรงตามเป้าหมายหรือไม่ หมายถึง ภาพรวมของผลงานมี style การออกแบบที่ถูกต้องเหมาะสมกับกาลเทศะ เช่น รูปแบบที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ (FORMAL OR INFORMAL STYLE) เป็นการให้ความรู้ทางวิชาการหรือการบันเทิง เป็นต้น
3. วิธีการสื่อความหมายสามารถสื่อแสดงแทนความคิดที่เป็นหลักใหญ่ (MAIN IDEA) หรือใจความสำคัญของข่าวสารได้เพียงใด เช่น การใช้ศัพท์, ข้อความ, ภาพประกอบ, หรือสัญลักษณ์แทนได้ตรงตามความต้องการของเป้าหมาย
4. การเลือกใช้สื่อเพื่อการนำเสนอข่าวสารมีความเหมาะสมและจะได้รับผลคุ้มค่าในการสื่อสาร, การลงทุนเพียงใด

5. วิธีการนำเสนอ (PRESENTATION) สามารถจัดวางรูปแบบ (LAY-OUT) ขององค์ประกอบต่างๆที่จะสามารถโน้มน้าวจิตใจให้ผู้รับรู้เกิดความสนใจ (ATTRACT ATTENTION) ในผลงานที่สำเร็จออกมานั้นได้เพียงใด

ข้อแนะนำทั้ง 5 ประการดังกล่าวเป็นเพียงข้อแนะนำส่วนหนึ่งของการที่จะนำมาวิเคราะห์และการประเมินค่าของผลงานการออกแบบกราฟฟิคให้ผู้ว่าผลงานที่นำเสนอ นั้น จะมีผลต่อการรับรู้ของผู้ดูผู้เห็น (AUDIENCE) อย่างไร ซึ่งนักออกแบบอาจทดลองวิเคราะห์ด้วยตัวเองก่อน เช่น อาศัยการสังเกต (OBSERVATION) การทดสอบ (TEST) การทดลองซ้ำ (REEXAMINE) และการสร้างแบบจำลอง (MODEL) เป็นต้น และผลของการวิเคราะห์ที่จะได้ออกมานั้นย่อมขึ้นอยู่กับความรู้ในเชิงเหตุ-ผล (LOGICAL KNOWLEDGE) และความรู้ที่อยู่นอกเหนือของความรู้เชิงความรู้สึก (INTUITIVE KNOWLEDGE) ที่อยู่นอกเหนือแต่ละบุคคลในอันที่จะสรุปผลแห่งความคิดออกมาได้นั้นเอง

การออกแบบกราฟฟิคในปัจจุบัน นับเป็นยุคของอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาเป็นเครื่องมือ เครื่องใช้ และเป็นวัสดุอุปกรณ์ช่วยในการออกแบบเกิดมีวัสดุสำเร็จรูป และเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่ช่วยการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพดังเช่น การใช้ Computer Graphics มาช่วยในการทำ Word Processing การเรียงพิมพ์ การจัดวางรูปแบบของหน้ากระดาษการสร้างภาพประกอบการเขียนกราฟแผนภูมิ แผนที่ ตลอดจนงานเขียนแบบต่างๆและที่สำคัญคือช่วยในการสร้างภาพ (Visualize) เพื่อหาแนวความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย คอมพิวเตอร์จึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยงานออกแบบกราฟฟิคเป็นไปได้อย่างสะดวก รวดเร็วทั้งยังเป็นการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตการทำงานของนักออกแบบในสมัยปัจจุบันในอันที่จะต้องศึกษาเรียนรู้ การควบคุมระบบการทำงานของเครื่องจักร-เครื่องมือ และการผสมผสานการดัดแปลงกรรมวิธีการต่างๆ มาใช้สร้างผลงาน Computer Graphics จึงเป็นแนวโน้มใหม่ของการออกแบบกราฟฟิคที่กำลังได้รับความสนใจและท้าทายพลังความคิดแห่งการนำมาใช้ แต่มีสิ่งที่จะต้องเข้ามาทดแทนที่แน่นอนตายตัว เพราะสื่อบริการต่างๆย่อมมีการแปรผันไปตามกาลเวลาแล้ว แต่ว่าจะมีการคิดค้นสิ่งใหม่หรือรู้จักหยิบยืมของเก่ามาแก้ไขและปรับปรุงให้ได้อย่างชาญฉลาดและเหมาะสม กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องได้เพียงใด นักออกแบบกราฟฟิคก็ยังคงจะต้องทำงานหนักที่ต่ออ้างใช้กำลังความสามารถและความคิด เพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาแบบกันต่อไปทั้งงานปัจจุบันและอนาคต

สี

สีนับว่าเป็นภาพทางสายตาสายอย่างหนึ่ง ที่ผู้มองเห็นจะสามารถรับรู้ได้เท่ากับและเหมือนกันทั้งนี้ เป็นเพราะสีจะมีลักษณะทางการมองเห็นที่แน่นอน เช่น สีแดงจะให้ความรู้สึกต่างจากสีเขียว เป็นต้น และมีคุณค่าทางความรู้สึกต่างกันอีกด้วย ความเข้าใจหรือการสังเกตในเรื่องสีนั้นมีแตกต่างกัน หลายลักษณะ แต่ส่วนมากก็มักจะมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในเรื่องสัญลักษณ์ หรือการสื่อความหมายของสีแต่ละสี เช่น สีแดงหมายถึงความรัก ความตื่นเต้น สีม่วงหมายถึงความเศร้า ฯลฯ ซึ่งเป็นความรู้สึกนึกคิดที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยอาศัยประสบการณ์ของแต่ละบุคคล สีสามารถแบ่งตามจิตวิทยาได้ดังนี้

1. **สีดำ** ความมืด ความแน่น ความรัดกุม เป็นสีของความสิ้นหวัง ความตาย เป็นสีที่มีการสะท้อนน้อยที่สุด นอกจากนี้ยังให้ความรู้สึกในด้านความเฉื่อยฉวยลาด แข็งแกร่ง ผู้ดี
2. **สีขาว** สีแห่งความบริสุทธิ์ สีแห่งความลึกกลับไม่สามารถเข้าถึงได้ ความรู้สึกที่ว่างเปล่าไม่มีที่สิ้นสุด ความเงียบ แต่แฝงด้วยชีวิตชีวา นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดความสดชื่น สะอาด บริสุทธิ์ ปราศจากเชื้อโรค ความสดใส
3. **สีแดงเข้ม** ให้ความรู้สึกสง่า สุขุม อุดมสมบูรณ์ น่าเชื่อถือ
4. **สีแดงสด** กำลัง อำนาจ กระปรี้กระเปร่า ร่าเริง กระฉับกระเฉง แข็งแรง คล่องแคล่ว ดุร้าย ตื่นเต้น ระวัง ตัวมันเองจะเบสรัศมีออกทุกทิศ ทำให้สีแดงเป็นสีที่ดูมีพลังกำลังความแรงอย่างเด่นชัด
5. **สีเทา** เน้นสีมีอิสระเฉพาะตัว ไม่แสดงอะไรอย่างเด่นชัด แสดงออกถึงสภาพจิตใจที่ไม่แน่นอน ความเป็นกลาง เป็นสัญลักษณ์ของความลังเล ไม่เด็ดขาด ขาดพลัง อาจหมายถึงความสงบ ปิ๋ว
6. **สีเขียว** สงบ เงียบ ความหวัง เป็นสีแห่งธรรมชาติ สีแห่งชัยชนะ ความปลอดภัย กระตุ้นให้เกิดความกว้างไกล ความเย็น ความสดชื่น สบายตา โดยตัวของมันเอง เนื่องจากสีเขียวเป็นสีรอง คือเกิดจากการผสมน้ำเงินกับเหลือง สีเขียว จึงเป็นสีที่ผู้ให้ดูมีความสนใจมากกว่าได้ๆ ซึ่งมักชอบสีสดๆ สีเขียวอ่อนให้ความรู้สึกสดใส สีเขียวแก่ให้ความรู้สึกขึงขัง เคร่า
7. **สีน้ำเงิน** ความสงบ เป็นการเป็นงาน จะเบียบ มีอำนาจ ความแน่นอน ความสะอาด เห็นได้จากการที่ถูกใช้ให้ความรู้สึกเคร่า เอาจริงเอาจัง สีน้ำเงินอ่อนให้ความรู้สึกสดชื่น สะอาด

อาด โดยเฉพาะใช้ร่วมกับสีขาว

8. **สีน้ำตาล** กระต๊อด มีประโยชน์ใช้สอยได้เต็มที่ จริงจัง นอกจากนี้ยังแสดงถึงการทำงาน สุขภาพที่สมบูรณ์ การปลอดภัย ความสุขสบาย ความง่ายสบาย สมถะ มักน้อย ปราศจากความรับผิดชอบ หรือความหมายยากเลี้ยยสิดำ

9. **สีม่วง** ใช้กับสินค้าที่มีราคาแพง สีม่วงเป็นสีสดอัน ทนทานเพราะมีแรงต้านทางแสงสว่าง สารเคมีอื่นๆด้วย ความลึกกลับ เศร้า ขรึม มีศักดิ์ศรี สีม่วงอ่อนดูมีเสน่ห์สดชื่นไม่เคร่งเครียด มักใช้สินค้าเกี่ยวกับผู้หญิง เช่น เครื่องประดับ เครื่องสำอางค์

10. **สีชมพู** อ่อนหวาน โรแมนติก นุ่มนวล ผู้หญิง น่าถนอม ถึงจะขาดพลังในการดึงดูดสายตาไปบ้าง

11. **สีส้ม** การเป่าประกาศ แผ่นรังสี แสดงถึงการเคลื่อนไหว ร่าเริง เขียวชาน สะดุดตา น่าสนใจ ให้ความรู้สึกร้อนนั้ใช้แทนสัญลักษณ์ของไฟ

12. **สีเหลือง** สีที่ให้ความสว่างมากที่สุดอันสีทั้งหมด ให้ความสดใสมิชีวิตชีวา สง่ามั่งคั่ง สะดวกสบาย คล่องแคล่ว มีความเด่นชัดง่ายที่จะมองเห็น

- สีสดที่ร้อนแรง - ให้ความรู้สึกสนุกสนาน มีชีวิตชีวาต่อเด็กๆ
- สีอ่อนของสีสด - ทำให้เกิดความรู้สึกสดชื่น เป็นหนุ่มสาวกระชุ่มกระชวย
- สีแท้ - ให้ความหมายในทางที่ดีต่อชีวิต
- สีหม่นปานกลาง - ให้ความรู้สึกสงบ สุขภาพ
- สีเข้ม มืด - ให้ความรู้สึกสง่า ภูมิฐาน หรูหรา

สีในคอมพิวเตอร์

- สีที่เกิดจากการผสมของแม่สี 4 สี คือ CYAN แม่สีฟ้า MAGENTA แม่สีชมพู YELLOW แม่สีเหลือง BLACK แม่สีดำ ซึ่งเรียกว่า PROCESS COLOR หรือ 4 สีมาตรฐาน

- สีขาว - ดำ (BLACK & WHITE COLOR)

- สีเฉพาะ หรือสีของ PANTONE ที่เรียกว่า CUSTOM COLOR ซึ่งเหมาะกับงานที่เกี่ยวข้องกับ GRAPHIC โดยเฉพาะเมื่อมีภาพถ่ายประกอบด้วย

เมื่อมีการสร้างภาพเสร็จเรียบร้อยแล้ว สามารถสั่งพิมพ์ออกมาเป็นภาพขาว-ดำ หรือภาพสี
หรือออกทางเครื่องพิมพ์ ที่พ่วงกับเครื่องคอมพิวเตอร์ ได้ความละเอียด และความถูกต้องของสีนั้นจะขึ้น
กับชนิดของเครื่องพิมพ์ที่ใช้ ส่วนที่หากต้องการพิมพ์ออกมาเป็นฟิล์มแยกสีสำเร็จรูปเลยนั้น ต้องใช้
SOFTWARE มาประกอบอีกตัวหนึ่งคือ ADOBE SEPARATOR ซึ่งใช้กับ ADOBE ILLUSTRATOR
PROGRAM โดยเฉพาะและ SOFTWARE ตัวนี้ยังสามารถแปลงค่าสีจาก CUSTOM COLOR เป็น
PROCESS COLOR ได้โดยอัตโนมัติ

ในการออกแบบ GRAPHIC จัดได้ว่าส้าให้ประโยชน์หลัก 4 ประการคือ

- สะดุดตา
- ดึงดูดความสนใจ
- ถ่ายทอดข่าวสารข้อมูล
- ทำให้เป็นที่จดจำได้

ตามวิถีทางของการออกแบบ ก่อนที่ผลงานต่างๆ จะถูกยอมรับนั้น ต้องสะดุดตา สะดุดใจผู้
คนเสียก่อน จึงจะทำให้ติดตามต่อไปได้ ตรงจุดนี้เองที่ทำให้เห็นได้ชัดว่า สีเป็นตัวที่ดึงดูดความสนใจงาน
ชิ้นต้นขึ้นมาได้ เพราะนักออกแบบค่อนข้างมีโอกาสน้อยมากในการดึงดูดคนให้มาสนใจผลงานของงานได้
ในระยะเวลาชั่ววูบ เพราะผลงานนั้น ถ้าเห็นปุ๊บแล้วถูกกานปั๊ ก็สามารถให้ติดตามสำรวจผลงานนั้นต่อ
ไปได้ ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จขั้นหนึ่ง เมื่อผลงานสะดุดตาน่าสนใจได้ คนปกติจะดูทุกสิ่ง
ทุกอย่างงานลักษณะของภาพรวมดูและจำในสิ่งที่เห็น และเข้าใจได้ง่าย ซึ่งก็คือสีนั่นเอง ส่วนรายละเอียด
เล็กน้อยนั้นก็ขึ้นอยู่กับความสามารถของนักออกแบบว่าจะทำให้ผลงานเป็นที่ยอมรับได้หรือไม่

การเลือกสี

1. พิจารณาวิเคราะห์กลุ่มบุคคลที่เป็นเป้าหมายแล้ว เลือกดูสีที่เร้าจากกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด
ซึ่งจะทำให้เกิดปฏิกิริยาสนองตอบ
2. พยายามเลือกสีที่เรียกขานได้ คือมีชื่อที่เรียกได้ จะมีภาษีกว่า
3. จำกัดการใช้สีให้อยู่ที่ 2-3 สีเพราะจะจดจำได้ง่ายกว่า เช่น POSTER สีฟ้า SHAMPOO
ขวดเขียว/ฟ้า ฯลฯ
4. สำรวจสภาพแวดล้อมว่าเป็นอย่างไร
5. ดูพื้นผิวที่จะใช้กับสีที่เลือกไว้ ว่ามีผลกระทบใดๆหรือไม่

6. ใช้สิ่งใดเป็นเครื่องกำหนดสี เช่น เพศ,วัย,อายุ,รายได้หรือสภาพแวดล้อม
7. สร้างความสัมพันธ์ของสีกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการ (หรือธุรกิจ)
8. เลือกสีอย่างมีเหตุผลสอดคล้องกับตลาด

อย่างไรก็ตาม พึงจดจำอยู่เสมอว่า สีเป็นตัวที่เข้าถึงผู้บริโภคอย่างตรงจุดที่สุด งานงาน GRAPHIC บางประเภท เช่น บรรจุภัณฑ์ (PAKAGING) บ้ายสัญลักษณ์สื่อสาร (SIGNAGE) ใบปลิวต่างๆ (POSTERS) และแม้กระทั่งงานโฆษณาสื่ออาจเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดก็ได้ ตัวอย่าง COKE (แดง) NATIONAL PANA SONIC (แดง-น้ำเงิน) เป็นต้น

ในสายของการออกแบบสิ่งพิมพ์นั้น สีจะเป็นตัวที่สะดุดตาก่อนปัจจัยอื่น จากการศึกษาพบว่า ผลงานที่เป็นสีจะได้รับความนิยมมากกว่างานประเภทสีขาว-ดำ ถึง 40% เพราะสีสามารถเหนี่ยวนำสายตาและความสนใจของผู้คนไว้ได้อย่างมาก

จากความสำเร็จขั้นต้นของนักออกแบบคือ ทำให้ผู้คนหยุดดูได้นั้น ก็มาถึงขั้นต่อไปที่จะดึงความสนใจเอาไว้ให้นานพอที่จะหาทำงานนั้น เข้าถึงผู้คนได้ ซึ่งก็ต้องพึ่งสีเพื่อให้เกิดผลสำเร็จจุดนี้ การให้สีที่หัวเรื่องและภาพประกอบ ซึ่งเป็นจุดสนใจจะดึงดูดความสนใจได้มากกว่า ยกตัวอย่างเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่วางขายอยู่บนชั้นน้าน SUPERMAKET นั้น จะต้องสามารถดึงความสนใจให้ได้ใน 1/25 วินาที โฆษณาขาว-ดำ ต้องดึงความสนใจไว้ได้้น 2/3 วินาที โฆษณานิยายสารที่พิมพ์ด้วยสีจะดึงความสนใจได้ถึงประมาณ 2 วินาที ซึ่งข้อจำกัดในเรื่องเวลาเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นตัวกำหนด หรือเป็นกฎเกณฑ์ของการออกแบบทั้งสิ้น

ในขณะทำงานออกแบบ GRAPHIC นักออกแบบต้องตัดสินใจในการเลือกใช้สีอย่างรอบคอบ เพราะอาจทำให้ผู้ดูสับสนหรือเบื่อหน่ายได้ นักออกแบบต้องพิจารณาว่าแบบที่ตนทำขึ้นมา นั้น จุดใดที่จะได้รับความนิยมก่อนอื่น แล้วถัดมาจะเป็นอะไร เมื่อกำหนดได้ดังนั้น ก็สามารถเสี่ยงความสับสนในการให้สีได้บ้าง

การใช้สีถ่ายทอดข่าวสาร นั้นก็ถือได้ว่าเป็นประโยชน์ใช้สอยของสีอีกประการหนึ่ง กล่าวคือ เมื่อสีสามารถดึงความสนใจและดึงดูดผู้คนเอาไว้ได้ ก็ย่อมหมายความว่า การส่งผ่านข่าวสารย่อมจะได้รับความสำเร็จด้วยนัยขั้นแรก คือผู้คนจะสนใจที่จะติดตามรายละเอียดของสิ่งพิมพ์ที่ออกแบบไว้นั้นต่อไปอีก ในจำนวนองค์ประกอบต่างๆ ในการออกแบบนั้น สีจะสร้างความพึงพอใจและประทับใจหรือไม่พออาจได้ง่ายที่สุด เพราะสีนั้นข้องเกี่ยวกับอารมณ์ค่อนข้างมาก สีสามารถสร้างความรู้สึกได้หลายรูปแบบ

ไม่ว่าจะเป็นความรู้สึกสด, ใหม่, มีคุณค่า, กลิ่นหอมอ่อนหวาน, บางเบา, นุ่มนวล, หยาดกระด้าง, สงบ, สดใส, ร่าเริง ฯลฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น ถือได้ว่าสีจะมีบทบาทมากทีเดียวในการแสดงถึงนามธรรมของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบแขนงใดก็ตาม วิธีทางแห่งการเลือกสีมักขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ซึ่งมักแปรเปลี่ยนไปตามประเภทของสิ่งที่ทำการออกแบบ แม้ว่าการตลาดเองยังมีความเชื่อว่าสีจะเป็นตัวที่สามารถขายได้ง่ายที่สุด เพราะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เร็วที่สุด

คุณลักษณะของสี

คุณลักษณะของสีที่แตกต่างกันในการออกแบบ และใน COMPUTER นั้นมี 3 ลักษณะคือ

1. HUE ความแตกต่างกันของสี ลักษณะที่ไม่เหมือนกันของสีแต่ละสี เช่น สีแดง เขียว เหลือง น้ำเงิน เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับ สีขั้นต้นนางจรัส (PRIMARY COLORS) นั่นก็คือ HUE นั้นเอง ในสีของแสง สีขั้นต้นคือ แดง เขียว น้ำเงิน ส่วนในสีประเภทอื่น เช่น สีของหมึกพิมพ์ สีย่อมจะเป็นสีม่วงอมแดง หรือที่เรียกว่า MAGENTA, ฟ้าน้ำทะเล CYAN, และเหลือง YELLOW

2. VALUE หรือ TONE ความอ่อนแก่ของสีคือ ระดับความอ่อนแก่ที่แตกต่างกันของสีต่างๆ หรือจำนวนของสีขาวหรือดำที่ผสมอยู่ในสีนั้นๆ ถ้าเป็นสีที่ถูกผสมขาวจะเรียกว่า TINTS ถ้าเป็นสีที่ผสมดำจะเรียกว่า SHADES ส่วนในการพิมพ์สามารถทำได้ โดยการลดจำนวนและขนาดของจุดในภาพลงหรือลดสีลงครึ่งหนึ่ง HALF-TONE SCREEN

3. SATURATION หรือ INTENSITY ความอิ่มตัวของสี คือลักษณะที่สีต่างๆมีความสดใสของสีต่างกัน คือมีความเข้มจางของเนื้อสีหรือความบริสุทธิ์สัมพันธ์ของสีไม่เหมือนกัน สีที่ยังไม่ได้ผสมเทาจัดเป็นสีที่มีความสดใสของเนื้อสีสูงสุด คือสีที่ปั่นออกมาจากหลอดแก้ว เลยเรียก HIGH INTENSITY ส่วนสีจาวก LOW INTENSITY คือสีที่ผสมแล้วหรือผสมด้วยสีตรงกันข้าม เช่นสีน้ำตาล BROWN คือสี LOW INTENSITY ของสีส้ม แต่เมื่อผสมเข้ามเหลือง TAN จะมีค่าในระดับ HIGH ถ้าผสมให้ดำเข้มขึ้น (DARK BROWN) จะอยู่ในระดับ LOW VALUE แต่ทั้ง TAN และ DARK BROWN ยังคงเป็นสี LOW INTENSITY อยู่เช่นเดิม

ใน COMPUTER จะแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะทั้ง 3 ประการนั้นของสีใน COLOR PALETTE ซึ่งนักออกแบบสามารถผสมสีได้ตามต้องการ และยังสามารถเลือกชนิดของสีได้อีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นสี 4 สี มาตรฐาน สีผสมพิเศษก็ตาม

การใช้สีร่วมกัน (COLOR COMBINATION)

ในทางการออกแบบ ต้องคำนึงถึงการใช้สีร่วมกันมากกว่า 2 สีขึ้นไป ซึ่งหมายถึงว่า การใช้สีต้องทำให้เกิดความกลมกลืนกัน (COLOR HARMONIES) การทำให้เกิดความกลมกลืนของสีนั้นทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้คือ

1. การใช้สีเดียว (SAME HUE) แต่ทำให้สีดูแตกต่างกันโดยการผสมสีขาว หรือสีดำหรือสีเทา ซึ่งก็คือทำให้สีมีความเข้ม - อ่อนแตกต่างกัน เรียกวิธีนี้ว่า MONOCHROMATIC

2. การใช้สีคล้ายคลึง (SIMILAR HUE) หรือสีข้างเคียงกันบนวงจรรสี (ANALOGOUS-HARMONIES) คือสีที่อยู่ติดกันบนวงจรรสี เช่น ส้ม และแดง สำหรับสีข้างกันมีการใช้ร่วมกันในลักษณะต่าง ๆ กันคือ

2.1 ให้สีอ่อน (LIGHT COLOR) เป็นสีเด่น (DOMINANT COLOR) โดยให้คู่กับสีข้างเคียงที่ผสมดำ (SHADE) ในหลายระดับความเข้ม จะดูกลมกลืนกว่าคู่กับสีอ่อนเหมือนกัน

2.2 ให้สีขม (DULL COLOR) เป็นสีเด่น และควรให้อยู่กับสีเข้ม (DARK COLOR) ของสีข้างเคียง ไม่ควรนำใบคู่กับสีขมของสีข้างเคียงเพราะดูไม่เห็นความต่าง

2.3 ให้สีสด (VIVID COLOR) เป็นสีเด่นถ้าคู่กับสีอ่อนของสีข้างเคียงกันจะดูสดใสหมดท่วง ไม่ควรใช้สีสดเพราะเป็นสีตรงสีที่ค่อนข้างใช้ไม่ได้

2.4 ให้สีเข้ม สีที่ผสมดำ (DARK COLOR) เป็นสีเด่นเข้าคู่กับสีอ่อน จะดูพื้นๆออกจะธรรมดาไปหน่อย ยิ่งถ้าคู่กับสีขมจะยิ่งดูเศร้าสรว้อยหม่นหมอง ถ้าคู่กับสีสดตรงสีจะดูดีขึ้น และถ้าคู่กับสีเข้มเหมือนกันจะดูแตกต่างกันน้อยมาก

ในการใช้สี 3 สีขึ้นไป มีหลักการใช้ดังนี้คือ

2.5 ถ้าใช้สีอ่อนทั้งหมดจะดูไม่เข้ากันเท่าใดนัก แต่หากเพิ่มสีขม หรือสีสดเข้าไป แทนบ้างจะดูดีขึ้นได้

2.6 ถ้าจะใช้สีขมเป็นหลัก ต้องเติมสีเข้มไปแทรก

2.7 ถ้าใช้สีสดเป็นหลัก ควรที่จะใช้สีอ่อนมาช่วยให้สีสดไม่ดูปะทะกัน โดยให้สีอ่อนเป็นพื้นหรือจะเป็นตัวเน้นในบางจุดก็ได้ แต่ถ้าใช้สีสดทั้งหมด (ต้องเป็นสีสดข้างเคียงกัน) จะดูต่อเนื่องนุ่มนวลทั้งๆที่โดยลำพังแล้วสีสดจะให้ความรู้สึกที่รุนแรง สับสน หรือตื่นเต้น

2.8 หากใช้สีอ่อนเป็นหลัก ควรที่จะแทรกด้วยสีขมเข้าไปจะดูกลมกลืนกันได้เป็นอย่างดี

2.9 หากใช้สีเข้มทั้งหมดจะดูแยกกันไม่ออกและน่าเบื่อ ทำให้พบว่าสีที่คล้ายกันนั้นน่าใช้ว่าจะดูดีเสมอไป

3. การใช้สีตัดกัน (CONTRASTING HUES) สีตัดกัน คือสีที่อยู่ห่างกัน 3 ช่วง สีนางจรัส (TRIAD HARMONY) ถึงแม้ชื่อฟังดูจะไม่เข้ากัน แต่ในความจริง สีกลุ่มนี้สามารถอยู่ด้วยกันได้เป็นอย่างดีโดยมีลักษณะการใช้ร่วมกันดังต่อไปนี้คือ

3.1 ใช้สีอ่อนด้วยกันทั้ง 2 สี ดูกลมกลืนกันดี

3.2 เมื่อใช้สีอ่อนร่วมกับสีเข้ม ความกลมกลืนจะดียิ่งขึ้น

3.3 หากใช้สีอ่อนกับสีสด หรือสีอ่อนกับสีเข้ม จะดูตัดกันมากเกินไป

3.4 สีเข้มใช้คู่กับสีสด หรือคู่กับสีเข้มด้วยกัน แม้จะดูตัดกันแต่ก็ตัดอย่างดี เพราะมักจะเป็นสีที่มาจากธรรมชาติ เช่น สีท้องฟ้า, พื้นดิน, ต้นไม้, ดอกไม้ เป็นต้น

3.5 ใช้คู่ของสีสดที่ตัดกัน จะดูเข้าจางๆแต่ไม่เสมอไป เพราะแม้จะเป็นสีสดทั้งคู่ก็อาจจะดูเฉื่อยๆได้เช่นกัน

3.6 สีสดใช้คู่กับสีเข้มจะดูดีขึ้น

3.7 กรณีที่ใช้สีเข้มคู่กับสีเข้ม จะดูเหมาะสมกับเสื้อผ้าผู้ชาย แต่จะไม่เหมาะกับงานภาพกวนิชย์

4. การใช้สีตรงข้าม (COMPLEMENTARY HUES) คือสีที่อยู่ตรงข้ามกันนางจรัส สีตรงข้ามจะเสริมสร้างซึ่งกันและกัน เพราะสีที่อยู่ระหว่างสีตรงข้ามกันนี้เป็นสีที่ออกมาจากแท่งปริซึมทุกสี การใช้สีตรงข้ามมีหลักการใช้คือ

4.1 ใช้สีอ่อนด้วยกัน จะดูกลมกลืนกันดี

4.2 อย่าใช้สีเข้มด้วยกัน จะดูน่ารำคาญ

4.3 หากใช้สีสดด้วยกัน จะทำให้เกิดแรงดึงดูดระหว่างสีทำให้บริเวณที่สีสดมาปะชิดติดกันจะดูห้วนหวาดได้

4.4 หากใช้สีเข้มกับสีอ่อน หรือสีเข้ม แม้จะดูดีแต่ออกมาจะโบราณไปบ้าง

4.5 ใช้สีเข้มกับสีสด หรือสีเข้มกับสีเข้ม จะไม่ชวนดูเพราะตัดกันมากเกินไป

5. การใช้สีไม่มีสี (ACHROMATIC HUES) ซึ่งก็คือสีดำ และเทาในน้ำหนักต่างๆของสีเทาที่แบ่งออกได้เป็น 4 ระดับคือ ดำ (BLACK) เทาแก่ (DARK GRAY) เทา (GRAY) และขาวหรือเทา

อ่อน (LIGHT GRAY) การราสีสีจางพวกนี้ร่วมกับสีอื่นๆ มีหลักการร่างดังนี้คือ

- 5.1 สีเทาหรือเทาเข้ม จะไปได้ดีกับสีอ่อน
- 5.2 สีดำหรือเทาเข้ม เข้ากันได้กับสีเข้ม
- 5.3 สีสดมักใช้กับสีเทาอ่อน หรือดำ
- 5.4 ควรใช้สีเทาและดำจะดูดี เมื่อใช้กับสีเข้ม
- 5.5 ควรใช้สีเทาเป็นสีพื้น แล้วเน้นด้วยสีอื่น
- 5.6 สีสดจะดูขรึมและจางลง เมื่อใช้ร่วมกับสีขาว
- 5.7 สีขาวทำให้สีเป็นปฏิปักษ์กันดูกลมกลืนกันได้

DESKTOP PUBLISHING

เดสก์ทอป พับลิซิง (Desktop Publishing ,DTP) คือ การใช้เครื่องมือคอมพิวเตอร์ร่วมกับเครื่องพิมพ์เลเซอร์ ในการผลิตสิ่งพิมพ์ซึ่งกลายเป็นระบบการผลิตสิ่งพิมพ์ที่ถูกต้องกว่า รวดเร็วกว่าขบวนการเรียงพิมพ์ ตัดปะ และการจัดหน้าซึ่งคงยังเป็นวิธีการที่ยังคงใช้กันอยู่ในการพิมพ์งานปัจจุบัน

ดังนั้น ในที่นี้ระบบเดสก์ทอป พับลิซิง จึงประกอบไปด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์แอปเปิลแมคอินทอช (Apple Macintosh) และเครื่องพิมพ์เลเซอร์ (LaserWriter) รวมทั้งโปรแกรมสำเร็จรูปต่างๆที่จะนำมาช่วยงานพิมพ์

PAGEMAKER

PageMager เป็นโปรแกรมสำเร็จรูปโปรแกรมหนึ่งในประเภทของเดสก์ทอป พับลิซิง ซึ่งถูกนำมาใช้เพื่องานด้านงานพิมพ์โดยเฉพาะ

PageMager เป็นโปรแกรมของ Aldus Corporation โดยมีลักษณะเด่นที่ว่า ใช้งานได้ง่ายและมีความคล่องตัวสูง เหมาะแก่การนำมาใช้งานพิมพ์ลักษณะ design, ทำ Layout เป็นต้น

วิธีการใช้โปรแกรม PageMager นั้น โดยการนำเอาข้อความ (text) และรูปภาพ (Graphics) จากโปรแกรมอื่นมาใช้ในการจัดหน้ากระดาษ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นข้อความหรือรูปภาพ ก็สามารถทำการเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้ทั้งสิ้น เช่น การเปลี่ยนรูปแบบลักษณะตัว

อักษร, การพิมพ์ข้อความเพิ่มเติมหรือลบทิ้ง, การตัดต่อภาพ, การเปลี่ยนขนาดของภาพ เป็นต้น และที่สำคัญก็คือถ้าหากเลือกได้ว่า ขั้นตอนการทำงานโดยการใช้โปรแกรม PageMaker นี้ ก็ยังคงมีลำดับการทำงานเช่นเดียวกับการทำงานในชีวิตจริง โดยเริ่มตั้งแต่การออกแบบ, วางแผนงาน, เตรียมข้อมูลต่างๆ การนำข้อมูลทั้งหมดมารวมกันบนหน้ากระดาษ จนถึงการผลิตพิมพ์

จึงนับได้ว่าโปรแกรม PageMaker เป็นโปรแกรมที่ช่วยงานทางด้านงานพิมพ์ โดยที่สามารถจะนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับงานต่างๆ ได้ตามต้องการ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาโปรแกรม PageMaker

- เพื่อให้เข้าใจวิธีการใช้โปรแกรม PageMaker และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับงานพิมพ์ต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- เป็นการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ของงานพิมพ์ที่เรียกว่า ระบบ Desktop Publishing มาช่วยแบ่งเบาภาระ หรือความยุ่งยากในการทำงานพิมพ์ ให้ดำเนินไปได้อย่างคล่องตัวและรวดเร็วยิ่งขึ้น
- เป็นการสร้างความเข้าใจโดยพื้นฐานในเรื่องของ Desktop Publishing โดยในที่นี้จะแนะนำเฉพาะโปรแกรม PageMaker

ความสามารถของโปรแกรม PageMaker

- ผู้ใช้สามารถจัดทำหน้ากระดาษของงานพิมพ์ต่างๆ ได้โดยง่ายและยังสามารถเลือกขนาดของกระดาษได้ตามความต้องการ ทั้งยังเลือกที่จะพิมพ์ได้ทั้งแนวตั้งและแนวนอน อีกด้วย
- สามารถนำแฟ้มข้อมูล (File) จากโปรแกรมอื่นๆ ที่เก็บ (save) ไว้แล้ว มาช่วยในการจัดทำหน้ากระดาษได้
- มีความสามารถในการตัดคำทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- สามารถจะเปลี่ยนแปลงแก้ไขงานต่างๆ ได้โดยง่าย เพราะ จะดูได้จากหน้าจอโดยตรง
- เลือกใช้ scale ได้ในหน่วยต่างๆ พร้อมทั้งมีบรรทัดไว้ช่วยวัดงานให้ถูกต้องและแม่นยำยิ่งขึ้น
- มี Menu คำสั่งต่างๆ และ Toolbox ปรากฏบนหน้าจอ ให้เลือกใช้ได้ตามความเหมาะสมของงาน ซึ่งสะดวกมากในการที่จะเลือกมาใช้

การนำโปรแกรม PageMaker มาประยุกต์ใช้

โปรแกรม PageMaker สามารถที่จะนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับงานพิมพ์ต่างๆ ได้อย่างกว้างขวาง โดยที่เราสามารถจะแบ่งประเภทของงานพิมพ์ ออกเป็นข้อๆ ดังนี้คือ

1. สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ
 - สิ่งพิมพ์ที่เป็นสารคดี
 - * หนังสือที่เป็นแบบเรียน
 - * หนังสือที่เป็นตำรา
 - * หนังสือประกอบการเรียนตามสาขาวิชาต่างๆ เป็นต้น
 - สิ่งพิมพ์ที่เป็นบันเทิงคดี
2. สิ่งพิมพ์เพื่อการเผยแพร่ข่าวสาร
 - หนังสือพิมพ์
 - นิตยสาร วารสารและจุลสาร
 - สิ่งพิมพ์โฆษณา เป็นต้น
3. สิ่งพิมพ์อื่นๆ
 - สิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ
 - * กระดาษหัวจดหมาย
 - * จดหมาย
 - * ใบส่งของ
 - * ใบเสร็จ , ใบรับเงิน
 - * ใบโฆษณา , ใบปลิว
 - * ใบสเตอร์ เป็นต้น

วัสดุที่ใช้พิมพ์

วัสดุที่ใช้ในการพิมพ์สิ่งพิมพ์มากที่สุดคงจะหนีไม่พ้นกระดาษ กระดาษมีมากมายหลายชนิด การเลือกใช้กระดาษที่เหมาะสมกับงานพิมพ์จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการพิมพ์ได้มาก และชนิดของกระดาษที่ใช้ให้เหมาะสมกับงานนั้นยังช่วยส่งเสริมและปกป้องคุณค่าของสิ่งพิมพ์ได้อีกด้วย

กระดาษ (Paper)

กระดาษเป็นวัตถุแผ่นบางๆที่ผลิตขึ้นมาจาก เยื่อไม้ หนุ่ยบางชนิด หรือจากเศษผ้า ฯลฯ กระดาษมีมากมายหลายชนิด นิยมแบ่งลักษณะของกระดาษหรือประเภทของกระดาษจากการใช้งาน

1. **กระดาษปฐุพ** ในภาษาอังกฤษเรียกกระดาษนี้ว่า news print เพราะมักใช้งานในการพิมพ์ข่าวสาร มีราคาถูกๆ เนื่องจากคุณภาพไม่ดี เก็บไว้นานจะกรอบแห้งได้ กระดาษชนิดนี้ทำมาจากเยื่อไม้ป่น (mechanical wood pulp) เช่น กระดาษหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไป

2. **กระดาษปอนด์** (pound paper) เป็นกระดาษที่มีคุณภาพดีกว่ากระดาษปฐุพ เนื่องจากทำมาจากเยื่อเศษผ้าผสมสารเคมีพวกเกลือซัลไฟท์พอกำให้ขาว และมักจะมีน้ำหนักมากกว่ากระดาษปฐุพ เช่น กระดาษที่ใช้ทำประกาศนียบัตร เป็นต้น

3. **กระดาษปอนด์ขาว** (wood free paper) ทำจากเยื่อเคมี นามำพอกำให้ขาวมาก ใช้งานการหาสมุดต่างๆไป ในวงการพิมพ์ถือว่าต้องพิมพ์สิ่งพิมพ์ที่มีคุณภาพ จึงจะทำให้คุณภาพในการตีพิมพ์

4. **กระดาษสีน้ำตาล** (kraft paper) นามำจากเยื่อเคมีพวกซัลเฟต โดยนามำมาทำกล่องกระดาษลูกฟูกภายใน ทาถูบบรรจุสินค้าต่างๆกระดาษห่อสิ่งของสีน้ำตาล มักนามำมาพิมพ์เป็นชื่อห้องร้าน บริษัท โฆษณา โดยทำเป็นถุงใส่สิ่งของ เช่น ร้านตัดเสื้อ เป็นต้น

5. **กระดาษซับ** (blotting paper) ทำมาจากเยื่อไม้ไซดาอัดตัวกันต่างๆภายในเพื่อให้มีที่ว่างพอจะดูดซับน้ำ หรือหมึกซึม เข้าไปแทนที่ช่องว่างภายในกระดาษได้ง่าย วงการพิมพ์มักใช้งานในกิจการโฆษณา งานศิลป์ ห่อบุหรื กิซซู และทำกระดาษ หนังสือเทียม (artificial leather) บางที่เรียกว่า absorbent paper

6. **กระดาษปก** (cover paper) คือ กระดาษปอนด์ขาวที่ทำซ้อนกันให้หนาเป็นพิเศษ เพื่อให้แข็ง ใช้ทำปกสมุดหนังสือต่างๆไป จะมีราคาแพงกว่ากระดาษปอนด์ธรรมดา ในการพิมพ์ต่างๆไป จะคิดราคาต่างหากจากต้นฉบับที่พิมพ์เสร็จแล้ว

7. **กระดาษอาร์ต** เป็นกระดาษที่เคลือบด้วยวัตถุเป็นมัน ให้ผิวเรียบเงา ใช้งานการพิมพ์รูปภาพหรือใช้ในการทำอาร์ตเวิร์ค (artwork) เป็นต้นฉบับ ที่จะนำไปถ่ายลงแผ่นแม่พิมพ์ (plate) ราคาของกระดาษอาร์ตค่อนข้างแพง เนื่องจากมีกรรมวิธีเคลือบกระดาษอีกต่อหนึ่ง

8. **กระดาษวาดเขียน** (drawing paper) คือกระดาษปอนด์ขาว (wood free paper) ที่มีความหนาพอที่จะระบายสี โดยไม่ทำให้กระดาษเสียรูปง่าย มีคุณสมบัติอมหรือดูดน้ำสีหมึก

หรือน้ำมัน ให้ง่าย เหมาะแก่การเขียนภาพ ระบายสี

9. กระดาษแอร์เมล (air mail) เป็นกระดาษที่มีลักษณะบางมาก จึงเรียกเยื่อหอม และมีน้ำหนักเบา เหมาะที่จะส่งทางเมล้อากาศ กระดาษชนิดนี้ทำมาจากเยื่อเคมี นามาทาของจดหมาย กระดาษเขียนจดหมายเพื่อส่งทางเมล้อากาศโดยเฉพาะ บางครั้งก็นำมาใช้งานศิลปะบ้าง เนื่องจากเป็นกระดาษเนื้อบางเบา และคุณภาพดีมาก

10. กระดาษอัลบั้ม (album paper) เป็นกระดาษที่มีความหนาแข็งอย่างเดียวกับการทำกระดาษบอนด์ขาวซ้อนกัน แต่กระดาษอัลบั้มจะผสมพวกกรานิต (granite) ทำให้เป็นสีเทาหรือสีดำ อย่างที่เราใช้ทำอัลบั้มเหมาะที่จะติดรูป เนื่องจากมีพื้น และสีเรียบ ทำให้ฉากหลัง (background) มีดี มีผลให้ภาพที่ติดเด่นขึ้นขึ้นได้ หรือมองเห็นชัดเจนดี

11. กระดาษกล่อง (box board) เป็นกระดาษที่ทำมาจากส่วนผสมของเยื่อเคมี และเยื่อไม้ปนหรือเยื่อกระดาษเก่า มีสีคล้ำ ออกน้ำตาล แข็ง แต่ดูความชื้นได้ไม่เหมาะที่จะถูกน้ำ กระดาษชนิดนี้ เหมาะที่จะตัดหรือผนึกหากล่อง (boxes) ใส่สินค้าได้ดี

12. กระดาษโปสเตอร์ (poster paper) คือกระดาษบอนด์ขาวขัดมันเรียบหน้าเดียว อีกด้านหนึ่งบดย่นหัดด้าน ไม่เป็นมัน บางทีเรียกกระดาษ เทา-ขาว หรือขาว-เทา เนื่องจากข้างหนึ่ง และเป็นมันอีกข้างหนึ่งสีเทา เหมาะที่จะใช้เขียนโปสเตอร์ เนื่องจากด้านหนาบดย่นได้ใช้เขียน และมักคิดผนังหรือบังตาผู้ดู เพราะเหตุว่าใช้งานด้านเดียว นั้นเอง

13. กระดาษพาทเมนต์ (parchment paper) เป็นกระดาษที่ใช้ในการพิมพ์เอกสารที่สำคัญๆ เนื่องจากมีความเหนียว และเป็นกระดาษที่ทำเลียนแบบ แผ่นหลังฟอก เนื่องจากใช้เยื่อเศษผ้า ส่วนที่มีสารอมน้ำ (eydration) สูง ทำให้มันคล้ายหนังฟอก

14. กระดาษเลดเจอร์ (ledger paper) ทำจากเยื่อไม้ เคมีผสมเยื่อเศษผ้า หรือผลิตจากเยื่อฟอกซีลไฟท์ ใช้ทำสมุดบัญชี มีความทนทาน เหมาะที่จะเขียนด้วยปากกา

15. กระดาษไอวอรีบอร์ด (ivory board) เป็นกระดาษที่ผลิตจากเยื่อเคมีลักษณะเป็นกระดาษหน้าขาวเรียบตลอดแผ่น และเนื้อในของกระดาษก็จะเป็นสีขาวด้วย เนื่องจากใช้เยื่อเคมีผลิตทุกชั้นของกระดาษ กระดาษไอวอรีบอร์ด ผลิตโดยเครื่องจักรทำกระดาษที่เรียกว่า multi cylinder machine

16. กระดาษแข็ง (hard-board) ทำจากเยื่อฟาง ไม้ป่น หรือกระดาษเก่า โดยไม่ต้องฟอกขาว ใช้ทำปกแข็งด้านในของหนังสือ หรือสมุดปกแข็ง เวลาใช้ต้องมีวัสดุอื่นห่อหุ้มทับอีกทีหนึ่ง เนื่องจากเนื้อกระดาษชนิดนี้ไม่เรียบ และสีไม่สวย มีสีคล้ำ หยาบ แต่แข็ง มักใช้ทำปกแข็งหนังสือ สมุดทั่วๆไป

17. กระดาษคูเบล็กซ์บอร์ด (duplex board) เป็นกระดาษหนา ภายนอกทั้งสองด้านเป็นสีขาว เนื่องจากทำจากเยื่อเคมี แต่ภายในทำจากเยื่อไม้ป่นหรือ เยื่อเศษกระดาษเก่า เยื่อเศษผ้า จึงหยาบ มีเนื้อเหมือนกระดาษหากล่อง (book board) แต่หุ้มไว้ด้วยกระดาษขาวที่ทำจากเยื่อเคมี

18. กระดาษติดผนัง (wallpaper) มีหลายเกรด จะต่างกันโดยชนิดของเยื่อไม้ที่ใช้ทำกระดาษนั้น ตัวอย่าง

ชนิดของกระดาษ

กระดาษที่ใช้ในการพิมพ์แบ่งออกเป็น 2 ชนิดใหญ่ๆคือ

1. กระดาษเคลือบผิว (coated paper)

กระดาษชนิดนี้เรียกกันทั่วไปว่า กระดาษอาร์ต มีผิวเรียบ และขาว เนื่องจากถูกเคลือบไว้ด้วยสารเคลือบผิว ส่วนในเส้นเป็นกระดาษธรรมดา กระดาษชนิดนี้มีความสามารถในการรับหมึกดี และการที่มีผิวเรียบทำให้ภาพพิมพ์มีความคมชัด มีทั้งชนิดมันและด้าน

ขนาดความหนาตั้งแต่ 80 กรัม - 350 กรัม / ตรม. มีทั้งชนิดเคลือบผิวหน้าเดียวและเคลือบ 2 หน้า กระดาษอาร์ตบางชนิดนำไปปั๊มให้มีลวดลายต่างๆ เพื่อให้ดูสวยงามขึ้น

กระดาษอาร์ตนิยมใช้สำหรับงานพิมพ์ที่มีภาพมากๆ และต้องการรายละเอียด และการพิมพ์ภาพสี ซึ่งจะให้คุณภาพดีกว่ากระดาษไม่เคลือบผิว

2. กระดาษไม่เคลือบผิว (uncoated paper)

กระดาษชนิดนี้เป็นกระดาษที่ไม่ได้เคลือบผิวเหมือนชนิดแรก อาจแบ่งเป็นชนิดต่างๆได้ดังนี้

2.1 กระดาษอาร์ต กระดาษที่มีน้ำหนักเกินกว่า 100 กรัม/ตรม. ขึ้นไป มีความแข็งแรงมากกว่าปกติ ใช้สำหรับการพิมพ์สิ่งพิมพ์ที่ต้องการความแข็งแรงทนทานมากกว่าธรรมดา เช่น ปกหนังสือ แผ่นโฆษณา เอกสารแผ่นพับ

2.2 กระดาษปอนด์ เป็นกระดาษที่ใช้พิมพ์ เขียน มีเนื้อสีขาว นิยมให้พิมพ์หนังสือ กระดาษจดหมาย และสิ่งพิมพ์ ขนาดที่ใช้ในการพิมพ์หนังสือ หรือสิ่งพิมพ์ทั่วไปคือ 60-80

2.3 กระดาษปรู๊ฟ เหมาะสำหรับใช้พิมพ์งานที่ใช้ชั่วคราว หรืองานที่ต้องการต้นทุนต่ำ ขนาดที่ใช้โดยทั่วไป คือ 48 กรัม/ตรม.

2.4 กระดาษแอร์เมล์ เป็นกระดาษบาง น้ำหนักประมาณ 28-32 กรัม/ตรม. ใช้สำหรับพิมพ์กระดาษจดหมายเป็นส่วนใหญ่

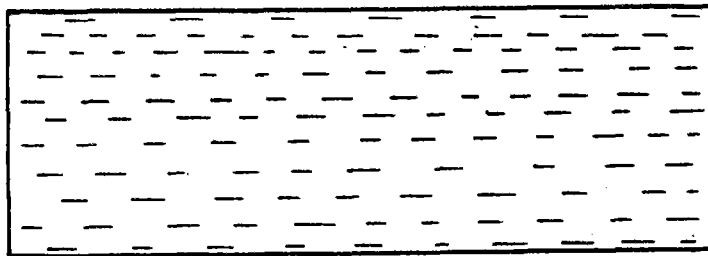
ขนาดของกระดาษ

กระดาษที่ใช้ในประเทศไทยมี 2 ขนาดที่ใช้กันมาก คือ 31"* 43" และ 24"* 35"

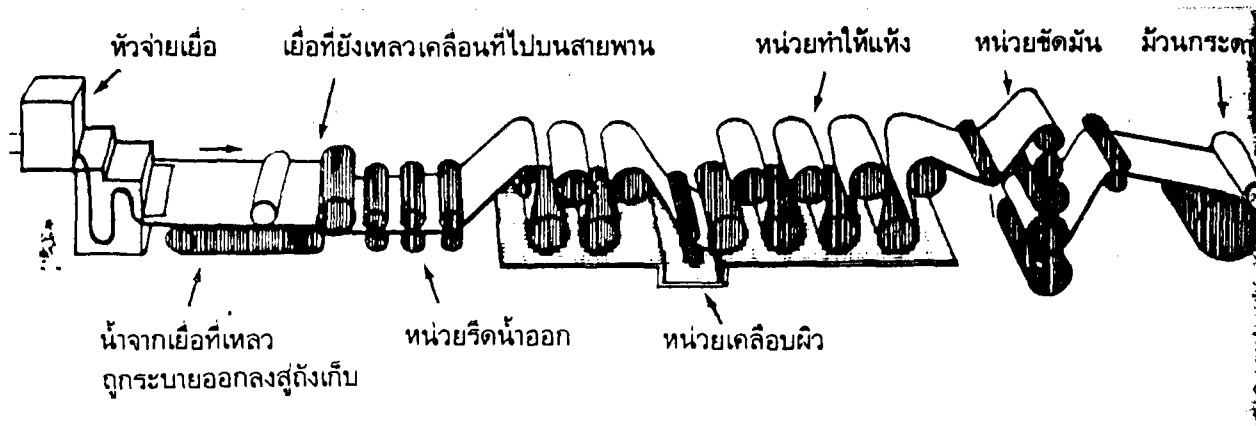
คุณสมบัติของกระดาษ

กระดาษแต่ละชนิดมีคุณสมบัติแตกต่างกันไป แต่โดยทั่วไปแล้วจะต้องมีคุณสมบัติที่สำคัญต่อไปนี้

1. เกรน (grain) หมายถึง แนวการจัดเรียงตัวของเส้นใยที่ใช้ในการทำกระดาษ เส้นใยนี้จะเริ่มจัดเรียงตัวกันอย่างเป็นระเบียบตั้งแต่ระยะแรกของการทำกระดาษ คือ ขณะที่ส่วนผสมของเยื่อและวัสดุอื่นๆ ยังเป็นของเหลวอยู่ บนสายพานของเครื่องทำกระดาษ



ภาพแสดงการจัดเรียงตัวของเส้นใยในกระดาษ



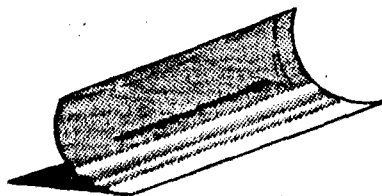
แผนผังของเครื่องทำกระดาษ

เกรนของกระดาษมีความสำคัญต่อการพิมพ์ เพราะ

- 1.1 กระดาษจะขยายตัวในแนวขวางเกรนมากกว่าในแนวตามเกรนประมาณ 4-5 เท่า เมื่อได้รับความชื้น ทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับการยืด-หดตัวของกระดาษ เมื่อปริมาณความชื้นเปลี่ยนแปลง
- 1.2 การพับในแนวตามเกรนจะเรียบกว่าการพับในแนวขวางเกรน
- 1.3 กระดาษในแนวขวางเกรนจะแข็งแรงกว่า ในแนวตามเกรน

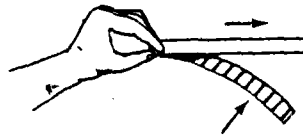
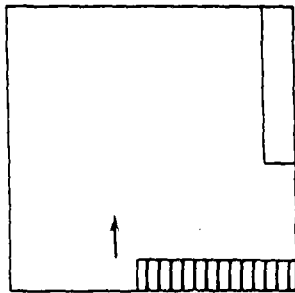
การหาแนวเกรนของกระดาษทำได้โดย

1. ตัดกระดาษจากแผ่นใหญ่ให้มีขนาดมุมหนึ่งให้เบสิ์เหลี่ยมผืนผ้าแล้วเอาน้ำอุบหมายๆ ทางด้านใดด้านหนึ่ง กระดาษจะงอโค้งทันที แนวเกรนของกระดาษนั้น คือ แนวที่ตั้งฉากกับความโค้งของกระดาษนั้น



เกรนของกระดาษอยู่ในแนวถูกศรชี้

2. ตัดกระดาษมา 2 แผ่น เจนแนวที่ตั้งฉากกันแล้วจับปลายของกระดาษทั้ง 2 แผ่นรวมกันไว้
เพื่อยกขึ้น ถ้าแผ่นล่างมีแนวเกรนขวางกับความยาวของแผ่นกระดาษ แผ่นล่างจะโค้งงอลง แต่ถ้า
แผ่นล่างมีแนวเกรนของกระดาษไปตามยาวกระดาษแล้ว แผ่นล่างจะไม่โค้งงอลง



แสดงลักษณะการโค้งงอของกระดาษตามแนวเกรน

3. ใช้วิธีพับดู ถ้าพับในแนวใดแล้วได้รอยพับเรียกว่าอีกแนวหนึ่ง แนวที่เรียบนั้น คือ แนว
ของเกรน

2. น้ำหนักมาตรฐาน (basis weight) คือน้ำหนักเป็นกรัมต่อตรม. ของกระดาษ

3. ความต้านทานต่อแรงดึงที่ผิว (pick resistance) หมายถึง ความแข็งแรงของ
เส้นใยกระดาษที่สามารถต้านทานต่อแรงดึงที่ผิว เมื่อถูกดึงโดยหมึกพิมพ์ได้ กระดาษที่มีความต้าน
ทานน้อยจะถูกหมึกพิมพ์ดึงก่อนเส้นใยออกได้ง่าย ทำให้ภาพพิมพ์ลดคุณภาพลง และเกิดปัญหาในการพิมพ์

4. ความต้านทานต่อน้ำ-ความชื้น

5. ความชื้นในกระดาษ

6. สีและความขาว

7. ความทึบแสง (opacity) คือ การที่กระดาษจะยอมให้ภาพที่พิมพ์ของด้านหลังโผล่

ปรากฏให้เห็นทางอีกด้านหนึ่งมากขึ้นเพียงใด

8. ความเรียบผิว (Smoothness) เป็นคุณสมบัติที่มีความสำคัญ โดยตรงต่อคุณภาพของงานพิมพ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพิมพ์ภาพสกรีน

9. การกระจายตัวของเส้นใย กระดาษที่ดีควรมีการกระจายตัวของเส้นใยอย่างสม่ำเสมอ

คุณสมบัติของกระดาษที่กล่าวมาไม่มีความสำคัญต่อการพิมพ์สิ่งพิมพ์ทุกชนิดจึงเป็นสิ่งที่ผู้ใช้กระดาษในการพิมพ์ ควรศึกษาให้เข้าใจเพื่อที่จะเลือกใช้กระดาษได้อย่างถูกต้อง

การเลือกใช้กระดาษ

การเลือกใช้กระดาษควรคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้เป็นหลัก คือ

1. ใช้ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมกับกระดาษ

การเลือกระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมกับกระดาษนั้นจะขึ้นกับลักษณะของกระดาษที่จะใช้ เช่นกระดาษพิมพ์สี กระดาษพิมพ์ขาวดำ กระดาษพิมพ์ออฟเซต เป็นต้น

1.1 ระบบการพิมพ์สี กระดาษที่เหมาะสมกับระบบการพิมพ์สีคือกระดาษพิมพ์สี กระดาษพิมพ์สีมีคุณสมบัติที่ทนต่อการพิมพ์สีได้ดี และสีจะไม่ซีดจางเมื่อพิมพ์ซ้ำๆ กัน

1.2 ระบบการพิมพ์ออฟเซต กระดาษที่เหมาะสมกับระบบการพิมพ์ออฟเซตคือกระดาษพิมพ์ออฟเซต กระดาษพิมพ์ออฟเซตมีคุณสมบัติดังนี้

ก) มีผิวเรียบ เพื่อให้รับหมึกได้ดี

ข) ไม่มีขุย และฝุ่นบนผิวกระดาษ เพราะจะทำให้ภาพพิมพ์มีรอยตำหนิของขุยกระดาษ

ค) ด้านหน้าและด้านหลังได้ดี ไม่ยืดง่ายเมื่อถูกความชื้น

ง) มีเนื้อกระดาษสม่ำเสมอ และรับหมึกได้ดี

จ) มีความราบเรียบตลอดทั้งแผ่น เพื่อให้บ่อน้ำเข้าเครื่องได้สะดวก

งานกรรณของการพิมพ์ออฟเซต อาร์ตพาสเจอร์ และกระดาษพิมพ์ออฟเซตอื่นๆ ก็ยังสามารถใช้พิมพ์ด้วยระบบออฟเซตได้ดี เพราะการถ่ายเทของหมึกโดยผ่านน้ำยางแบบออฟเซต ทำให้มีความยืดหยุ่นตัวดี และแรงกดในการพิมพ์มีมากเพียงพอ

2. ใช้หมึกพิมพ์ให้เหมาะสมกับกระดาษ

กระดาษแต่ละชนิดมีคุณสมบัติที่เกี่ยวข้องกับหมึกพิมพ์ไม่เท่ากัน คุณสมบัติเหล่านี้ที่สำคัญ

2.1 การดูดซึมหมึก กระดาษที่มีความสามารถในการดูดซึมหมึกดี จะช่วยให้การพิมพ์สะดวกขึ้น และไม่ต้องใช้หมึกที่แห้งตัวโดยวิธีที่ใช้ความร้อน หรือวิธีทางเคมี

แต่ถ้าเป็นการพิมพ์บนกระดาษ ซึ่งดูดซึมหมึกไม่ดีพอแล้ว ก็จำเป็นต้องใช้หมึกพิมพ์ที่แห้งตัวโดยวิธีอื่นๆ ซึ่งจะต้องเลือกใช้ให้ถูกกับชนิดของเครื่องพิมพ์ด้วย

2.2 ความทนทานต่อแรงดึงที่ผิว เป็นคุณสมบัติที่สำคัญของกระดาษอีกอย่างหนึ่งซึ่งสัมพันธ์กับหมึกพิมพ์

3. ใช้กระดาษที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับลักษณะของงานพิมพ์

การเลือกใช้กระดาษที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับลักษณะของงานพิมพ์ เป็นสิ่งที่สำคัญ

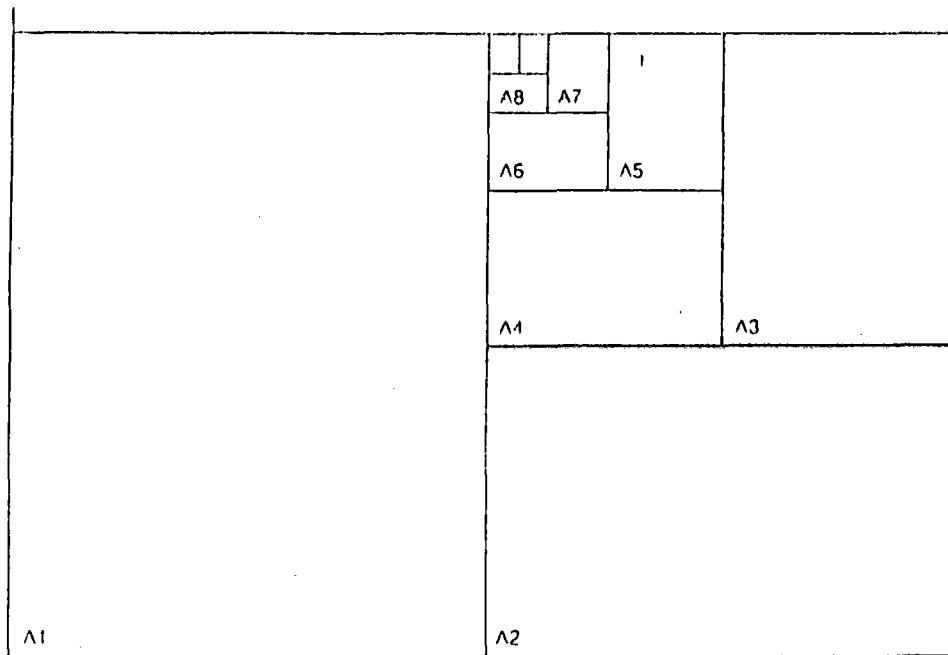
3.1 การพิมพ์สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือที่มีแต่ตัวหนังสือล้วนๆ อาจไม่จำเป็นต้องใช้กระดาษที่เรียบมาก แต่ถ้าต้องการพิมพ์ภาพสกรีนที่มีรายละเอียดมากขึ้นแล้ว ควรใช้กระดาษที่เรียบและมัน

3.2 การพิมพ์ภาพสี่สี ต้องใช้กระดาษที่เรียบ ขาว จึงจะสามารถให้รายละเอียดของภาพได้และให้สีที่สวยงาม

ขนาดของสิ่งพิมพ์มีมากมายหลายขนาด ซึ่งขนาดมาตรฐานที่ใช้กันอยู่ทุกวันนี้ก็มักจะสร้างให้สอดคล้องกับขนาดของกระดาษพิมพ์ เพื่อให้การตัดกระดาษไม่เหลือเศษทิ้งไปมาก

กระดาษแผ่นใหญ่มาตรฐานสากล ซึ่งใช้อยู่ในประเทศไทย 2 प्रकारคือ

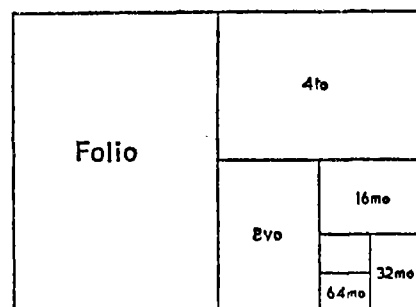
- ประเภท กว้าง 31 นิ้ว ยาว 43 นิ้ว
- ประเภท กว้าง 24 นิ้ว ยาว 35 นิ้ว



ภาพแสดงการตัดแบ่งขนาดของกระดาษ ตามมาตรฐานสากล ที่ตัดแบ่งครึ่งลงเรื่อยๆ

กระดาษแผ่นใหญ่มาตรฐาน

- พับได้ 4 ส่วน เรียกว่า 4 หน้ายก
- พับได้ 8 ส่วน เรียกว่า 8 หน้ายก
- พับได้ 16 ส่วน เรียกว่า 16 หน้ายก
- พับได้ 32 ส่วน เรียกว่า 32 หน้ายก



1. ขนาด 32 หน้ายก (pocket-book) มีขนาดประมาณ 4.5"x6" เมื่อเย็บเล่มและตัดริมแล้ว อาจจะเหลือขนาดเล็กกว่านิดหน่อย เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากมีขนาดเล็กกระทัดรัด และพกพาสะดวก
2. ขนาด 16 หน้ายก นิยมสารานุกรมมีขนาดประมาณ 6"x9" นิยมใช้พิมพ์หนังสือ ประเภทบทกวี หรือนวนิยาย
3. ขนาด 8 หน้ายกเล็ก ขนาด 7.5"x10.5" เป็นขนาดที่อยู่ระหว่าง 16 หน้ายกกับ 8 หน้ายกพิเศษ นิยมใช้พิมพ์สุภาษิต หนังสืออนุสรณ์ต่างๆ

4. ขนาด 8 หน้ายกพิเศษ มีขนาด 8.5"×11.5" เป็นที่นิยมอย่างมากในหมู่ผู้อ่านและผู้พิมพ์ เพราะเป็นขนาดมาตรฐานที่นิยมใช้พิมพ์นิตยสารในบ้านเรา

5. ขนาด 4 หน้ายก เป็นนิตยสารที่มีขนาดใหญ่ มีขนาดประมาณ 10.5"×13" หรือ 11"×13" ตัวอย่างของนิตยสารประเภทนี้ได้แก่ หนังสือแปลก นิตยสารเรื่องจริง ชุมทางพระเครื่อง ฯลฯ

การกำหนดขนาดของสิ่งพิมพ์ใดๆ ไม่ว่าจะเป็นนิตยสาร หนังสือ แผ่นพับ ฯลฯ ย่อมมีผลต่อการใช้ปริมาณของกระดาษโดยตรง การกำหนดขนาดที่เหมาะสมกับการนำกระดาษขนาดมาตรฐานมาตัดให้ได้ลงตัวพอดี จะประหยัดกว่าการใช้ขนาดที่ไม่ลงตัว เพราะจะเหลือเศษทิ้งไปโดยเปล่าประโยชน์

ขนาดความหนาของหนังสือตามปริมาณกระดาษ เรียกตามภาษาธุรกิจการพิมพ์ว่า "ยก"

กระดาษ 1 ยก คือปริมาณกระดาษ 1/4 ของแผ่นใหญ่ คำว่าแผ่นใหญ่นี้ดังกล่าวมาแล้วว่ามีขนาดคือ 31"×43" และ 24"×35"

ดังนั้นกระดาษแผ่นใหญ่แผ่นหนึ่งจะเป็นปริมาณกระดาษ 4 ยก

กระดาษในท้องตลาดทั่วไป จะขายเป็นมัดหรือเรียกว่า ลูก ปริมาณกระดาษน้ำหนัก 30 กก. เรียกว่า 1 รีม

1 รีม มีกระดาษ 500 แผ่น

1 รีม ปริมาณกระดาษ 2000 ยก

การคำนวณใช้สูตรดังนี้

$$\text{รีม} = \frac{\text{จำนวน} \times \text{จำนวนแผ่น}}$$

2000

นักออกแบบจำเป็นต้องรู้เรื่องกระดาษและขนาดต่างๆ เหล่านี้เป็นอย่างดี เพื่อเป็นพื้นฐานสู่การคำนวณความหนา วุฒ่างหน้าตาหนังสือหรือการเลือกใช้ประเภทกระดาษที่ถูกต้องต่อไป

ระบบการพิมพ์

ในขั้นตอนสุดท้ายของการออกแบบกราฟิกมักจะมีการนำเสนอในรูปแบบสิ่งพิมพ์เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นผู้ออกแบบจึงควรที่เรียนรู้ถึงระบบการพิมพ์แบบต่างๆ ให้เข้าใจในระบบและวิธีการทางการพิมพ์ เพื่อที่จะสามารถจัดเตรียมต้นฉบับ การส่งการและการสื่อความหมายที่ตรงกันกับบุคคลนางการพิมพ์ได้ ด้วย

ระบบการพิมพ์ที่ใช้ในการพิมพ์สิ่งพิมพ์ในปัจจุบันมี 4 ระบบ คือ ระบบการพิมพ์พื้นนูน (ระบบเลตเตอร์เพลส) ระบบการพิมพ์พื้นราบ (ระบบออฟเซต) ระบบการพิมพ์พื้นลึก (ระบบกราเวียร์) ระบบการพิมพ์ซิลค์สกรีน (พื้นฉลุ) แต่ละระบบมีเทคนิคของการทำงาน และข้อดีข้อเสียต่างกันออกไป เมื่อต้องการพิมพ์สิ่งพิมพ์ จะต้องเลือกใช้ระบบการพิมพ์ให้ถูกต้องจึงจะได้ผลดี งานนี้จะต้องขอกล่าวถึงเพียง 2 ระบบ คือ

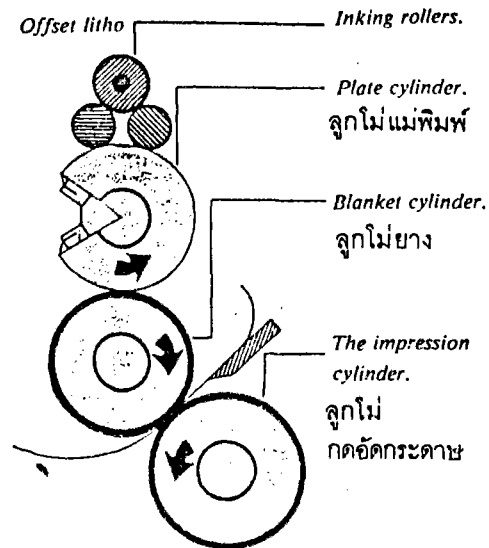
1. ระบบการพิมพ์พื้นราบ (ระบบออฟเซต)
2. ระบบการพิมพ์ซิลค์สกรีน (พื้นฉลุ)

ระบบการพิมพ์พื้นราบ (ระบบออฟเซต)

ระบบการพิมพ์พื้นราบ (planographic printing) หมายถึง ระบบการพิมพ์ที่ใช้แม่พิมพ์ที่มีลักษณะเป็นพื้นผิวราบ กล่าวคือ ส่วนที่เป็นภาพและไม่ใชภาพอยู่ในระนาบเดียวกัน คนโดยทั่วไปนิยมเรียกว่า ระบบการพิมพ์ออฟเซต (offset)

ระบบการพิมพ์ออฟเซต อาศัยหลักของการเกิดปฏิกิริยารวมตัวระหว่างกรดไขมัน กับหมึกน้ำมัน กล่าวคือ บริเวณที่ต้องการ (printing area) เป็นส่วนกรดไขมัน แต่บริเวณที่ไม่ต้องการพิมพ์ (Nonprinting area) จะเป็นส่วนที่หมึกน้ำมันไม่รวมตัวด้วย เนื่องจากพื้นผิวเป็นแผ่นทองแดง หรืออลูมิเนียมบางๆ และมีน้ำเป็นตัวหล่อเลี้ยง แม่พิมพ์อยู่ตลอดเวลา ก่อนที่หมึกพิมพ์ซึ่งเป็นหมึกน้ำมันจะถูกปาดลงบนแม่พิมพ์ ซึ่งอัดภาพด้วยแสงสว่าง (photo lithography) ส่วนที่ไม่ต้องการพิมพ์จะถูกน้ำชะออกไปหมด ส่วนที่ต้องการพิมพ์ซึ่งเป็นกรดไขมันจะดูดซับหมึกพิมพ์ไว้และถ่ายภาพลงบนลูกกลิ้งยาง (rubber blanket) อีกต่อหนึ่งซึ่งลูกยางจะรับภาพกลับข้าง เมื่อกระดาษถูกก้อนเข้าไปในลูกกลิ้ง ยางนี้จะถูกกดด้วยลูกกลิ้งพิมพ์ (impression cylinder) จึงเป็นภาพปกติบนกระดาษ

เหมือนแม่พิมพ์เดิม แสดงให้เห็นว่ากระดาษจะไม่ถูกกับแม่พิมพ์ งานการพิมพ์ระบบนี้ บางทีมีคนเรียกว่า ระบบพิมพ์อ้อม (indirect printing)



ลักษณะการของการถ่ายทอดภาพของระบบการพิมพ์ออฟเซต

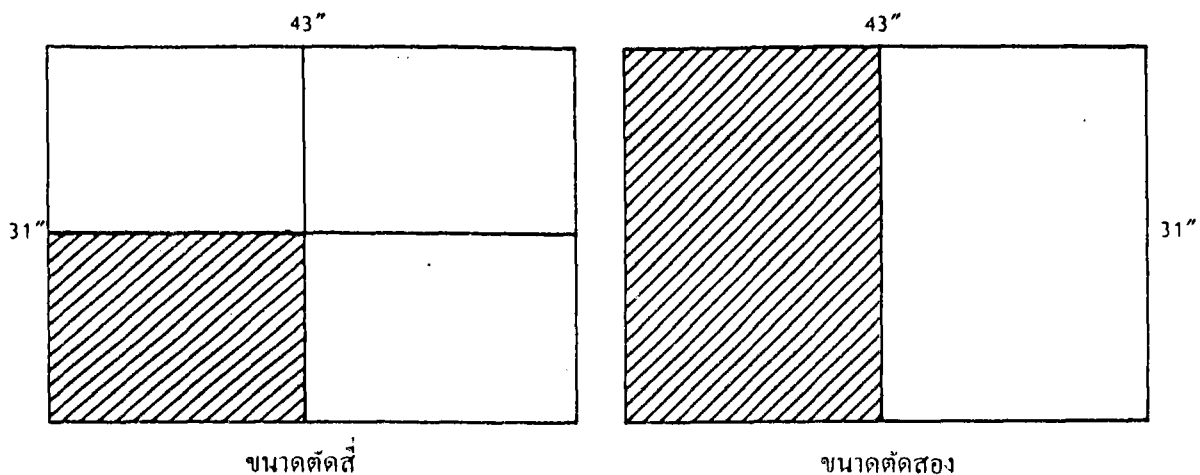
ถ้าแบ่งตามขนาดแล้วเครื่องพิมพ์ออฟเซต อาจแบ่งได้ดังนี้

1.1 ออฟเซตเล็ก เป็นเครื่องพิมพ์ขนาดเล็ก พิมพ์กระดาษได้ขนาด 10"x15" ถึงขนาด 13"x17" โดยประมาณ เครื่องชนิดนี้มีอุปกรณ์ประกอบในการทำงานน้อยไม่ยุ่งยากใช้ง่าย เหมาะสำหรับงานพิมพ์ขนาดเล็กไม่เหมาะสำหรับงานพิมพ์สอตสีหรือสี่สี เพราะระบบจากยังไม่มีความเที่ยงตรงเพียงพอ

1.2 ขนาดตัดสี่ เป็นเครื่องพิมพ์ขนาดใหญ่กว่าออฟเซตเล็ก สามารถพิมพ์ได้ขนาดประมาณ 15"x21" หรือ 18"x25" มีอุปกรณ์ช่วยงานการพิมพ์มากขึ้น จากพิมพ์มีความเที่ยงตรงมากขึ้น และมีระบบหมึกและน้ำที่ดี สามารถพิมพ์งานพิมพ์ได้เกือบทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นสีเดียว หรือหลายสีก็ตาม เหมาะสำหรับพิมพ์หนังสือยกเป็นเล่ม ภาพโปสเตอร์ขนาดกลาง งานพิมพ์ทั่วไปและงานพิมพ์ที่มีจำนวนพิมพ์ไม่มากนัก เช่น ครั้งละไม่เกิน 5,000 ชุด ถ้าเป็นการพิมพ์จำนวนมากๆ แล้ว จะเสียเวลามากเพราะมีขนาดเล็ก ไม่สามารถลงพิมพ์คราวละหลายๆแบบได้ เครื่องพิมพ์ขนาดนี้นิยมใช้กันทั่วไปในท้องตลาด ถ้าใช้พิมพ์หนังสือยกจะพิมพ์หนังสือขนาด 8 หน้ายก และขนาด A4 ได้ทั้งนี้แล้วแต่ขนาดของเครื่องพิมพ์

1.3 ขนาดตัดสอง เป็นเครื่องพิมพ์ขนาดใหญ่กว่าขนาดตัดสี่เกือบเท่าตัว กล่าวคือ สามารถพิมพ์ได้ขนาดประมาณ 25"*36" หรือบางแบบพิมพ์ได้ถึงขนาดประมาณ 28"*40" เหมาะสำหรับการใช้พิมพ์งานทางการค้าทั่วไป เช่น หนังสือยก บโปสเตอร์ แผ่นโฆษณา และงานพิมพ์ทุกชนิด เนื่องจากสามารถพิมพ์ได้ขนาดใหญ่ จึงสามารถลงพิมพ์ได้คราวละหลายแบบ แล้วมาตัดซอยเป็นขนาดที่ต้องการภายหลัง ทำให้ประหยัดเวลาในการพิมพ์ เป็นเครื่องพิมพ์ขนาดที่นิยมใช้กันทั่วไป มีอุปกรณ์ประกอบในการช่วยการพิมพ์ดี จากพิมพ์แม่นยำ และความเร็วสูง

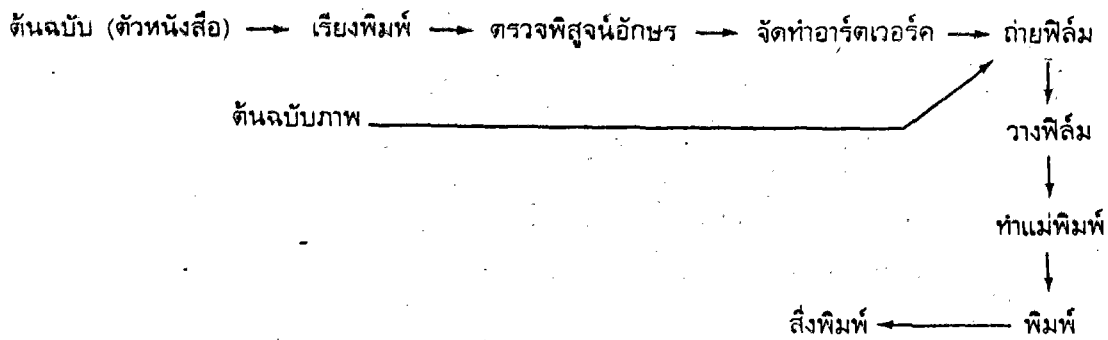
การที่เรียกว่า ขนาดตัดสอง เพราะใช้กระดาษพิมพ์ขนาด 31"*43" ที่นำมาตัดเป็น 2 ส่วนได้ คือ ขนาด 21"*30"



ภาพแสดงการตัดกระดาษก่อนนำไปพิมพ์

1.4 ขนาดตัดหนึ่ง เป็นเครื่องพิมพ์ชนิดป้อนเป็นแผ่นขนาดใหญ่ที่สามารถพิมพ์กระดาษขนาด 30"*40" หรือโตกว่าได้ มีอุปกรณ์ช่วยในการพิมพ์มากขึ้น ส่วนมากใช้ในการพิมพ์หนังสือ บโปสเตอร์ และบรรจุภัณฑ์ ที่มีปริมาณการพิมพ์มาก ๆ มีใช้น้อยกว่าขนาดตัดสี่และขนาดตัดสอง

สำหรับประเทศไทยการพิมพ์ระบบออฟเซตได้เริ่มใช้มากกว่า 30 ปีแล้ว และจนถึงทุกวันนี้ก็มีการใช้กันอย่างกว้างขวางทั่วไป จนอาจกล่าวได้ว่างานพิมพ์ที่มีคุณภาพ งานพิมพ์จำนวนมากๆ และงานพิมพ์สีสี่ ทั้งหมดในปัจจุบันพิมพ์ด้วยระบบนี้เกือบทั้งสิ้น งานกรณีของการพิมพ์หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร ในกรุงเทพฯ นั้นเกือบทั้งหมดเป็นการพิมพ์ด้วยระบบออฟเซต



แผนภูมิแสดงส่วนขั้นตอนต่างๆของการพิมพ์ระบบออฟเซต

ต้นฉบับสำหรับการพิมพ์ระบบออฟเซต

การผลิตต้นแบบสำหรับการพิมพ์ในระบบนี้ เป็นที่รู้จักกันดีโดยทั่วไปว่า "การจัดอาร์ตเวิร์ค (Artwork) หรือบางครั้งเรียกว่า Mechanical การจัดอาร์ตเวิร์คก็คือ การนำเอาองค์ประกอบต่างๆ เช่น ตัวอักษร ,ภาพประกอบ หรืออื่นๆที่เกิดจากการพิมพ์, การขีดเขียน,การอัดรูปมาจัดไว้รวมกันบนพื้นระนาบให้เป็นหน่วยเดียวกัน เพื่อนำไปถ่ายเป็นแม่พิมพ์ (Printing plate)

การทำต้นแบบของแม่พิมพ์ ระบบ OFF-SET นักการออกแบบสามารถสร้างสรรค์องค์ประกอบได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งอาจจะใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การเรียงพิมพ์ข้อความ หรือสร้างภาพด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์พิมพ์ดีด,การใช้เครื่องมือ การใช้อักษรสำเร็จรูป,การใช้ภาพถ่าย,ภาพพิมพ์และอื่นๆ ทั้งนี้เพราะในขั้นตอนสุดท้ายของต้นแบบที่สำเร็จนั้นเป็นการเตรียมการสำหรับถ่ายแบบ (Preparing Camera Ready Artwork) เป็นภาพกลับ (Negative) เพื่อทำแม่พิมพ์จริงดังนั้นการทำอาร์ตเวิร์คหรือต้นแบบที่สำเร็จ นอกจากจะคำนึงถึงหลักศิลปะการจัดภาพธรรมชาติของการอ่าน และอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดวางแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับกระบวนการพิมพ์และคุณภาพของงานที่จะปรากฏออกมาด้วยคือ

1. ต้นแบบจะต้องมีความสะอาดเรียบร้อย (Cleanliness)
2. ต้นแบบจะต้องได้ฉากกัน (Squareness) เพราะระบบการพิมพ์ได้ออกแบบระบบป้อน-ส่งและตัดกระดาษเป็นรูปสี่เหลี่ยมด้วยกันทั้งนั้น โดยเฉพาะการเว้นขอบข้างรอบข้อความ (margin) ในแต่ละหน้า เพราะธรรมชาติของสายตามนุษย์สามารถค้นหาความไม่สมบูรณ์เล็กๆน้อยๆนี้ได้เป็นอย่างดี

3. ความสม่ำเสมอ (Eveness) โดยปกติการจัดต้นแบบมักใช้สีด้า เพื่อความชัดเจนในการถ่ายแบบ ดังนั้นน้ำหนักและความทึบด้าอย่างสม่ำเสมอขององค์ประกอบจึงเป็นสิ่งที่ควรคำนึงในงานพิมพ์ที่ต้องการคุณภาพ

4. ขอบเงา (Edges) ความผิดพลาดที่อาจเกิดจากการปะติด (Paste-up) อาร์เวิร์คต่างๆไม่แนบสนิทกับพื้นกระดาษที่อาจทำให้เกิดเป็นเส้นเงาด้าเป็นกรอบรูปของกระดาษที่ปะติดลงบนพื้น เมื่อถ่ายเป็นฟิล์ม Negative ออกมาจึงทำให้แก้ไขลำบาก ดังนั้นควรสำรวจตรวจตราให้ละเอียดอีกครั้งก่อนที่จะส่งโรงพิมพ์

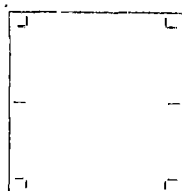
สำหรับการจัดรูปแบบของต้นฉบับหน้าพิมพ์ของหนังสือและนิตยสารต่างๆให้เป็นรูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเล่มนั้น เกิดจากการกำหนดขนาดและจัดแบ่งตาราง, เส้นกรอบ (GRID) ขึ้นในกระดาษพื้นสีขาว ซึ่งมักจะใช้กระดาษอาร์ต เป็นต้นแบบสำหรับการจัด (Position Guides) เรียกว่าตัว MASTER

การสร้างมาสเตอร์จะต้องทราบขนาดของสิ่งพิมพ์ รูปแบบหน้าของสิ่งพิมพ์ สัดส่วนของขอบว่าง ขนาดตัวอักษรที่เลือกใช้ ขนาดคอลัมน์ ซึ่งสัมพันธ์กับขนาดตัวอักษร มาสเตอร์แบบพยางค์จะมีแต่ช่องคอลัมน์ (Column grid) มาสเตอร์แบบและเย็บจะมีความบรรทัด (Leading) ด้วย ในการเรียงตัวด้วยแสงต้นบรรทัดคือ ความสูงของตัวอักษรบวกระยะห่างระหว่างบรรทัดของตัวอักษร ซึ่งระยะต้นบรรทัดนี้ได้มาจากขนาดและรูปแบบตัวอักษรที่ใช้ ช่องของคอลัมน์จะควบคุมคอลัมน์ตัวอักษรให้อยู่ในรูปแบบเดียวกันไปตลอดเล่ม ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่า จะต้องเป็นรูปแบบเดียว อาจจะเป็นแบบผสมก็ได้ บางหน้าจะมี 2 คอลัมน์ แต่บางหน้าอาจจะมี 4 คอลัมน์ผสม แต่ควรจะต้องผสมกลมกลืนกันไป สำหรับภาพประกอบอาจจะมีรูปแบบไม่จำกัดเหมือนคอลัมน์ตัวอักษร

การกำหนดขอบเขตหน้าพิมพ์

ในการออกแบบต้นแบบหรือการจัดอาร์ตเวิร์ค เพื่องานพิมพ์ในระบบ OFF-SET จะต้องมีการกำหนดเครื่องหมายต่างๆลงไปในมาสเตอร์หรือกระดาษพื้นด้วยเช่นกัน เพื่อเป็นเครื่องหมายที่บอกถึงตำแหน่ง การเข้าฉาก การตัดเจียนขอบ แนวพับและการพิมพ์สีด้า ซึ่งเครื่องหมายต่างๆนี้จะถูกพิมพ์ลงบนกระดาษ เช่นเดียวกันซึ่งจะถูกตัดทิ้งเมื่อเข้าเล่มเสร็จ เครื่องหมายต่างๆนี้ เช่น

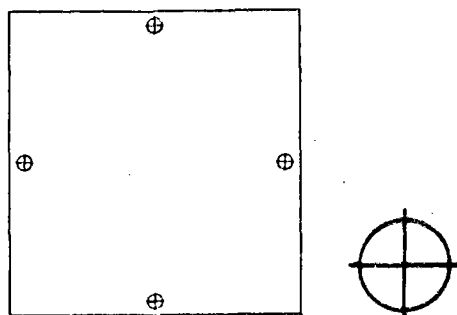
1. เครื่องหมายแสดงมุม (Corner Marks) เพื่อบอกแนวเส้นตัดเจียนของทั้ง 4 ด้าน



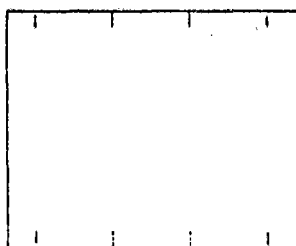
Corner marks

2. เครื่องหมายกำหนดตำแหน่ง (Registration Marks) เพื่อบอกตำแหน่งพิมพ์ให้ทับกันในการพิมพ์สอดสีตั้งแต่ 2 สีขึ้นไป ด้วยการใช้เครื่องหมายกากบาทที่คมชัด

3. เครื่องหมายกำหนดแนวพับกระดาษ (Fold Mark) เป็นเส้นจุดประอยู่นอกขอบบริเวณงานพิมพ์



Registration marks



Fold marks

การทำเครื่องหมายสำหรับช่างพิมพ์

นอกจากการทำเครื่องหมายเพื่อแสดงขอบเขตและการปฏิบัติต่อหน้าพิมพ์แล้วในส่วนของการถ่ายแบบเทคนิคการสร้างภาพและการกำหนดสีพิมพ์ยังต้องมีการสื่อความหมายหรือการสั่งการที่เข้าใจตรงกันระหว่างผู้ออกแบบและช่างพิมพ์เสมอ เพื่อให้ได้ผลทางการพิมพ์ที่ผู้ออกแบบต้องการโดยที่ผู้ออกแบบต้องเขียนข้อความเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายลงบนแผ่นเปิดหน้าต้นแบบ (OVER-LAY) ให้ช่างพิมพ์ได้ปฏิบัติตาม ซึ่งอาจจะใช้กระดาษลอกลาย แผ่นใสหรือกระดาษไขที่สามารถมองผ่านเห็นภาพพื้นและมีความหนาเดียวกับต้นแบบเป็นแผ่น OVER-LAY ที่จะสั่งการหรือเพิ่มเติมเทคนิคที่ต้องการได้ ตัวอย่างเช่น

การย่อขยายภาพประกอบ

คำสั่งอาจใช้ถ้อยคำ เช่น "ขยายทางกว้างเป็น 135 มม" ย่อสูง 1 นิ้ว หรือการเขียนเส้นทแยงมุม บอกสัดส่วนที่ต้องการ การย่อขยายภาพนั้นจะใช้นกรณที่ภาพประกอบที่เป็นภาพถ่าย

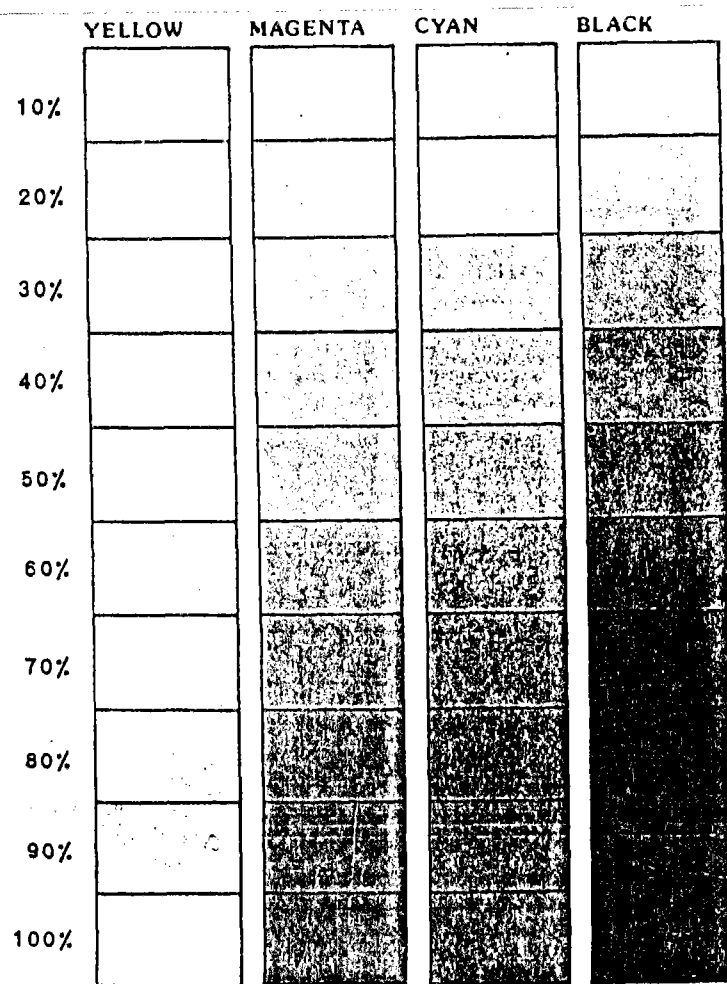
ภาพสไลด์หรือภาพถ่ายเส้นสกรีนต่างๆมีขนาดเล็ก-ใหญ่ไม่เป็นไปตามขนาดสัดส่วนของหน้าพิมพ์ที่ต้องการหรือในกรณีที่ต้องการตัดบางส่วนของภาพถ่าย, ภาพสไลด์ออก (Cropping To Fit) เพื่อการย่อ-ขยายในสัดส่วนที่ต้องการต่อไป

การกลับภาพตัวอักษร

เช่นการกลับภาพตัวอักษรกับพื้น Figure/Ground ในลักษณะของ Positive & Negative Space ที่เกิดจากกระบวนการถ่ายต้นแบบตามวิธีการของถ่ายภาพ

การแยกสี

ในกรณีที่ภาพประกอบเป็นภาพถ่าย หรือ ภาพสไลด์เพื่อให้ได้ภาพพิมพ์สีที่ใกล้เคียงธรรมชาติ ผู้ออกแบบต้องสั่งการให้ช่างควบคุมการถ่ายเพลาแยกสีจากฟิล์มได้ถูกต้อง ตลอดจนการควบคุมปริมาณหรือน้ำหนักของสีที่จะพิมพ์ในแต่ละเพลท (Printing Plate) เช่นการสั่งแยกสีเป็นเพลท สีเดียวจนถึง 5 สีเป็นต้น



ตารางค่าของสีของแม่สีที่ใช้ในการพิมพ์

การถ่ายฟิล์ม

เป็นขั้นตอนของการนำต้นแบบงานพิมพ์ที่จัดทำเรียบร้อยแล้วไปจัดถ่ายลงบนฟิล์มอาจแยกออกได้เป็น 3 แบบคือ

1. การถ่ายฟิล์มลายเส้น (line work) ได้แก่ การถ่ายข้อความต่าง ๆ ที่มีลักษณะขาวจัดดำจัดทั่วไป เช่นตัวหนังสือ ภาพวาดลายเส้น

2. การถ่ายฟิล์มภาพสกรีน (screen work) เป็นการถ่ายฟิล์มภาพถ่าย หรือภาพที่มีลักษณะของโทนสีของภาพต่อเนื่องกัน (continous tone) ตั้งแต่ดำมาก ปานกลาง อ่อน ขาว ตามลำดับ เช่น ภาพถ่ายทั่วไป ทั้งนี้โดยการใช้แผ่นสกรีนช่วยในการถ่ายทอดภาพลงบนฟิล์ม ซึ่งจะปรากฏบนฟิล์มเป็นเม็ดเล็ก ๆ เรียกว่าเม็ดสกรีนซึ่งจะทำให้ภาพที่พิมพ์ออกมาแล้วมองดูมีลักษณะเป็นโทนต่อเนื่องเหมือนภาพจริง ถ้าขยายดูแล้วจะเห็นเป็นเม็ดสกรีนเล็ก ๆ อยู่ทั่วไป บริเวณดสีอ่อนก็จะมีจำนวนเม็ดน้อย การถ่ายฟิล์มในลักษณะนี้เป็นการถ่ายเพื่อฟิล์มภาพสีเดียว

3. การแยกสี (colour separation) อาจจัดได้ว่าเป็นการถ่ายฟิล์มแบบหนึ่ง แต่มีความแตกต่างจากการถ่ายภาพลายเส้นและภาพสกรีนธรรมดา เพราะเป็นการถ่าย เพื่อนำไปพิมพ์ให้เป็นภาพสีเหมือนสีต้นฉบับ ทำได้โดยการนำภาพต้นฉบับซึ่งเป็นสีต่าง ๆ (เช่น ภาพสี กราฟสีต่าง ๆ มาถ่ายลงบนฟิล์มแยกสีทีละสี โดยใช้ฟิลเตอร์สีต่าง ๆ ได้แก่ แดง เขียว น้ำเงิน และ นิวทรัล (neutral filter) ตามลำดับ แล้วจึงใส่สกรีนลงบนฟิล์มที่แยกสีมาแล้ว ซึ่งผลสุดท้ายจะได้ฟิล์มสีชุด คือ

- 1) ฟิล์มสำหรับนำไปพิมพ์ด้วยหมึกพิมพ์สีฟ้า (cyan)
- 2) ฟิล์มสำหรับนำไปพิมพ์ด้วยหมึกพิมพ์สีแดงบานเย็น (magenta)
- 3) ฟิล์มสำหรับนำไปพิมพ์ด้วยหมึกสีเหลือง (yellow)
- 4) ฟิล์มสำหรับนำไปพิมพ์ด้วยหมึกพิมพ์สีดำ (black)

เมื่อจะนำไปพิมพ์จะต้องนำฟิล์มเหล่านี้ไปอัดลงบนแม่พิมพ์ แล้วพิมพ์ด้วยหมึกทั่วสี่สี ก็จะได้ภาพเหมือนสีของภาพต้นฉบับออกมา

การทำเป็นรูปแบบสำเร็จ

หลังจากพิมพ์แล้วสิ่งพิมพ์ส่วนมากจะยังไม่สามารถนำไปใช้ได้ทันที จะต้องนำไป ทำให้เป็นรูปแบบที่สำเร็จตามต้องการก่อน เพื่อให้เป็นสิ่งพิมพ์ที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ตามจุดประสงค์ ของการจัดทำสิ่งพิมพ์นั้น ๆ ได้แก่ การกระทำต่าง ๆ ดังนี้

1. การตัดเจียนให้ได้ขนาด สิ่งพิมพ์เมื่อพิมพ์ออกมาจากเครื่องพิมพ์จากเดิมมีขนาดตามที่ต้องการ จึงต้องนำไปตัดหรือซอยออกมาให้เป็นขนาดที่ต้องการก่อน
2. การอบพลาสติก งานปัจจุบันสิ่งพิมพ์จำนวนมากนิยมอบพลาสติก เพื่อให้ดูเป็นมันสวยงาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่งพิมพ์ที่เป็นปกหนังสือ โบสถ์เตอร์ กล่องบรรจุภัณฑ์ ต่าง ๆ ดังนั้นเมื่อพิมพ์เสร็จแล้วจะต้องนำไปอบพลาสติกก่อน ซึ่งในสมัยก่อนการอบพลาสติกยังไม่แพร่หลาย จะใช้การอาบน้ำมันวานิช (varnish) แทน
3. การปั๊มทอง สิ่งพิมพ์บางชนิดเมื่อพิมพ์แล้วต้องการทำให้บางจุดมีลักษณะพิเศษออกไป เช่นตรา หรือตัวหนังสือ ก็จะกำหนดให้นำไปปั๊มด้วยแผ่นโลหะบาง ๆ (foil) ซึ่งอาจเป็นสีทอง สีเงิน หรือสีต่าง ๆ ก่อน ซึ่งจะทำให้ดูเด่นชัดขึ้น
4. การปั๊มหนูน เป็นการนำสิ่งพิมพ์ไปปั๊มให้ดูหนาบางส่วนโดยเฉพาะส่วนที่ต้องการเน้นให้ดูสวยงาม ส่วนใหญ่เป็นสิ่งพิมพ์ประเภทการ์ด หัวกระดาษจดหมาย หรือปกหนังสือเป็นส่วนใหญ่ การปั๊มหนูนต้องกระทำโดยเครื่องพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพลส หรือเครื่องที่ทำหน้าที่ ปั๊มหนูนโดยเฉพาะ
5. การปั๊มขาดหรือเจาะช่องหน้าต่างเช่นการเจาะสิ่งพิมพ์ให้เป็นช่องตามรูปแบบที่ต้องการหรือตามที่ออกแบบไว้ เช่น ช่องจดหมายชนิดเจาะช่องหน้าต่าง สติกเกอร์ติดเทปกลับ
6. การหักสัน สิ่งพิมพ์บางชนิดพิมพ์ด้วยกระดาษที่ค่อนข้างหนา หากนำมาพับทันทีรอยพับอาจไม่เรียบหรือไม่สวยงาม จึงต้องนำไปเข้าเครื่องหักสันโดยใช้แรงกดตามแนวที่ต้องการพับให้เป็นรอยก่อนที่จะนำไปพับ เช่น กล่อง แผ่นพับ สันปกหนังสือ เป็นต้น
7. การพับ เป็นการนำสิ่งพิมพ์ไปพับให้เป็นรูปแบบและขนาดที่กำหนด เช่น การพับให้เป็นแผ่นพับ (folder) พับเป็นกล่อง และพับให้เป็นปกของสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ การพับอาจพับด้วยมือหรือ พับด้วยเครื่องก็ได้ แต่การพับด้วยเครื่องจะรวดเร็วกว่ามาก

การพับให้เป็น "ยก" หมายถึง การนำสิ่งพิมพ์ประเภทที่จะนำไปเป็นหนังสือ ซึ่งเป็นแผ่นใหญ่ประกอบด้วยหลายหน้าหนังสือมาพับให้เป็นขนาดเท่ากับรูปเล่มของหนังสือ เช่น สิ่งพิมพ์ที่ออกจากแทน

พิมพ์เป็นแผ่นใหญ่มีจำนวนหน้าทั้งหมด 8 หน้า ก็นำมาพับไว้เหลือเท่ากับ 1 หน้า ซึ่งจะเป็นการพับ 2 ครั้ง

จะนำจาก 1 แผ่น ที่มี 8 หน้า นำมาพับให้เป็นขนาด 1 หน้าแล้ว จะได้ สิ่งพิมพ์ที่พับแล้ว 8 หน้า ซึ่งเรียกโดยทั่วไปว่า 8 หน้ายก ซึ่งถ้าพับต่อไปอีก 1 ครั้งก็จะได้ 16 หน้า ซึ่งเรียกว่า 16 หน้ายก

8. การเก็บเล่มและเข้าเล่ม เป็นการนำสิ่งพิมพ์ที่พับแล้วมาเก็บรวมรวมกันให้เป็นเล่ม วิธี การเก็บเล่มจะต้องกำหนดมาตั้งแต่การทาดัมมี่ และการวางฟิล์ม เพราะจะเกี่ยวข้องกับการกำหนด เลขหน้าลำดับข้อความ การเก็บเล่มและเย็บเล่มด้วย

ถ้าเป็นการเก็บเล่มเพื่อการเย็บเล่มแบบมุงหลังคาหรือแบบเย็บอกจะต้องนำแต่ละยกมาเก็บ ช้อนกันโดยยังไม่พับครั้งสุดท้าย เมื่อช้อนกันได้ครบจำนวนยกแล้วจึงเย็บตรงกลางสันพับแล้วจึงพับเป็น เล่มต่อไป

แต่ถ้าเป็นการเก็บเพื่อการเข้าเล่มแบบใส่สัน ทากาวหรือการเย็บสัน ก็จะมีแบบให้แต่ละ ยกช้อนทับกันใบเรื่อง ๆ แล้วจึงนำไปเข้าปกต่อไป

การเข้าเล่มแบบเย็บมุงหลังคาเหมาะสำหรับสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือที่มีความหนาไม่เกิน 100 หน้า (ของกระดาษขนาดไม่เป็น 80 กรัม/ม.²) เป็นการเข้าเล่มที่สะดวก รวดเร็ว และประหยัด

การเข้าเล่มด้วยการเย็บสันมีความแข็งแรง แต่มีปัญหาที่หนังสือไม่สามารถเปิดกว้างได้เต็มที่ เพราะมีลวดเย็บกินเนื้อที่อยู่

นอกจากนี้ยังมีการเก็บเล่มและการเข้าเล่มแบบที่เรียกว่า "เย็บกึ่ง" ซึ่งเป็นการนำกระดาษที่ พับเป็นยกแล้วมาเย็บรวมกัน 2-3 ยกด้วยเชือก รวมกันเป็นชุด ๆ แล้วนำแต่ละชุดนี้ไปเก็บรวมเล่ม อีกทีหนึ่ง วิธีนี้จะได้หนังสือที่แข็งแรงทนทานมาก

การเข้าเล่มแบบใส่สันทากาว สะดวก รวดเร็วที่สุด แต่ถ้าใช้กาวไม่ดี หรือผู้ทำไม่มีความชา นาญจะหลุดออกเป็นแผ่นได้ง่าย

นอกจากนี้ยังมีการเข้าเล่มแบบอื่น ๆ อีก เช่น การร้อยด้วยลวดเกลียว หรือ พลาสติก การ เย็บด้วยด้าย และการร้อยด้วยห่วง เป็นต้น

ลักษณะของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ควรจะมีด้วยระบบออฟเซต

1. พิมพ์จำนวนตั้งแต่ 3,000 ขึ้นไป แต่ถ้าเป็นงานที่ต้องการคุณภาพแล้ว อาจพิมพ์ที่จำนวนเท่าไรก็ได้
2. มีภาพประกอบมาก เพราะราคาจะถูกกว่าค่าบล็อก และสามารถจัดวางภาพตามการออกแบบได้สะดวกกว่า ภาพมีคุณภาพดีกว่า
3. ต้องพิมพ์ภาพสี่สี หรือ ต้องพิมพ์หลาย ๆ สี
4. มีการจัดทำอาร์ตเวอร์ดที่ยุ่งยากและต้องการความประณีตสูง หากพิมพ์ด้วยระบบการพิมพ์อื่น ๆ แล้วจะยากและเสียค่าใช้จ่ายมากกว่า
5. เป็นงานที่ต้องการคุณภาพ และ ความรวดเร็ว

ระบบออฟเซตสามารถทำงานพิมพ์ที่มีคุณภาพดีได้เพราะ

1. การถ่ายทอดภาพกระทำโดยการถ่ายทอดลงบนผ้าอย่างเบลงเกตก่อน แล้วจึงถ่ายทอดลงบนกระดาษ ทำให้การถ่ายทอดหมึก เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ และไม่ปรากฏรอยดุนูนของแม่พิมพ์
2. สามารถใช้สกรีนที่มีความละเอียดมาก ๆ ถึง 175-200 เส้น/นิ้วได้ ทำให้ภาพที่ออกมามีความละเอียดสวยงาม
3. การพิมพ์ภาพสี่สีทำได้สะดวก เพราะสามารถปรับตำแหน่งของแม่พิมพ์และกระดาษให้ลงตำแหน่งที่ตรงกันของแต่ละสีได้ง่ายกว่าระบบเลตเตอร์เพรส
4. สามารถพิมพ์บนกระดาษได้เกือบทุกชนิด

ระบบการพิมพ์ออฟเซตโดยตัวของระบบเองสามารถทำงานพิมพ์ที่สวยงามได้ แต่ก็มีข้อจำกัดอยู่ คือ การทำอาร์ตเวอร์ด การทำฟิล์ม การแยกสี และการทำแม่พิมพ์จะต้องมีคุณภาพดีด้วย งานขั้นสุดท้ายที่ออกมาจึงจะมีคุณภาพดีได้ ฉะนั้นการเตรียมการพิมพ์จึงเป็นขั้นตอนที่สำคัญยิ่งที่จัดพิมพ์จะต้องระมัดระวังเอาใจใส่ให้มาก นอกจากนี้แล้วยังต้องเลือกใช้กระดาษให้ถูกกับงานที่ต้องการพิมพ์ด้วย

การพิมพ์ในระบบออฟเซตในปัจจุบันได้ก้าวหน้าไปมาก คือมีแท่นตั้งแต่ขนาดเล็กที่ใช้ในสำนักงาน จนถึงขนาดใหญ่ สามารถ พิมพ์ได้เร็วมีทั้งชนิดพิมพ์ที่ละสีจนถึง พิมพ์สี่สีหรือพิมพ์ 2 หน้าพร้อมกัน เป็นต้น

ตัวอย่างของสิ่งพิมพ์ที่พิมพ์ด้วยระบบออฟเซตในปัจจุบันได้แก่

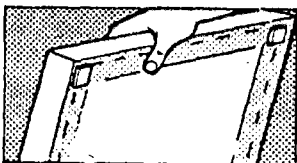
- หนังสือพิมพ์ที่ต้องการความรวดเร็วในการพิมพ์
- วารสาร นิตยสาร ที่ต้องการความรวดเร็ว สวยงามในการพิมพ์
- โบสเตอร์ ที่ต้องการความสวยงาม ราคาถูก และความเร็วในการพิมพ์ (เมื่อต้องพิมพ์จำนวนมาก)

- งานโฆษณาต่าง ๆ ที่ต้องการความประณีต สวยงาม
- งานหนังสือยก ที่ต้องการความประณีต สวยงาม และ รวดเร็ว
- งานบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ที่พิมพ์บนกระดาษ และ แผ่นโลหะ และต้องการความประณีต สวยงาม ราคาถูก

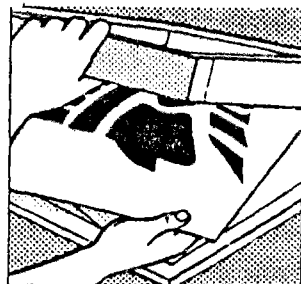
ระบบการพิมพ์ซิลค์สกรีน

ระบบการพิมพ์ซิลค์สกรีน หรือ พื้นฉลุสายผ้า (silk screen or screen printing) หมายถึง ระบบการพิมพ์ที่แม่พิมพ์ทำด้วยแผ่นสกรีนที่ทำด้วยเส้นใยละเอียด เส้นใยที่ใช้อาจทำด้วยสารพอลิเอสเตอร์ (nylon) ดาครอน (dacron) หรือ เส้นใยเหล็กกล้าเล็ก ๆ ก็ได้ ซึ่งขึงตึงอยู่บนกรอบสี่เหลี่ยม แผ่นสกรีนที่ทำด้วยเส้นใยจะถูกฉาบไว้ด้วยสารไวแสง

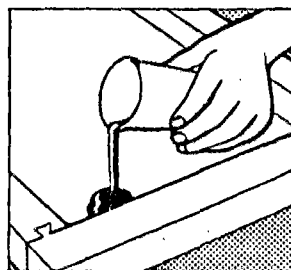
ขั้นตอนของการทำเริ่มต้นจากการนำต้นฉบับที่ตกแต่งเรียบร้อยแล้วไปถ่ายลงบนฟิล์ม จากนั้นจึงนำฟิล์มไปอัดลงบนแผ่นสกรีนที่ฉาบสารไวแสงไว้ ด้วยการฉายแสงอัลตราไวโอเลตความเข้มสูงลงไป ถ้าเป็นฟิล์มเนกาตีฟ ส่วนของสารไวแสงที่เป็นภาพจะถูกแสงและอ่อนตัวแล้วถูกล้างออกไป ดังนั้นจึงปรากฏเป็นรูสกรีนโปร่ง สำหรับส่วนที่ไม่ใช่ภาพก็จะมีสารไวแสงปิดกั้นรูสกรีนไว้ เมื่อใส่หมึกลงบนด้านบนของแผ่นสกรีนที่เป็นแม่พิมพ์ แล้วใช้แท่งยางปาดหมึกไปตลอดแผ่นสกรีน หมึกก็จะไหลทะลุผ่านรูสกรีนลงไปที่ดินบนวัสดุที่จะใช้พิมพ์ที่วางไว้ด้านล่าง (ดูภาพประกอบ)



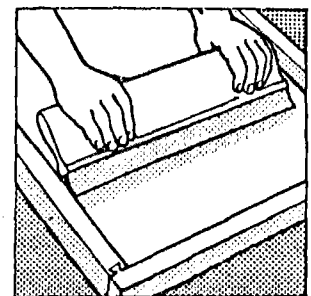
กรอบไม้ติดผ้าไหม
เพื่อก่ายแบบเป็นภาพโปร่ง



ได้ภาพพิมพ์สำเร็จ



หยอดสีพิมพ์



ใช้ยางปาดสีให้ทะลุผ่านแบบพิมพ์

หลักการสำคัญของระบบซิลค์สกรีน ก็คือ ส่วนที่เป็นภาพจะต้องเป็นรูปร่างให้หมึกลอดผ่านไปได้ และส่วนที่ไม่ใช่ภาพจะต้องทึบ เพื่อกันไม่ให้หมึกผ่านไปได้

อาจกล่าวได้ว่าระบบการพิมพ์นี้สามารถลงบนวัสดุได้ทุกชนิด เช่น แก้ว ไม้ โลหะ พลาสติก ผ้า ฯลฯ แต่ต้องเลือกใช้ชนิดของหมึกให้ถูกกับชนิดของวัสดุที่จะใช้พิมพ์

เราอาจใช้ระบบนี้พิมพ์สิ่งพิมพ์ประเภทที่ต้องการใช้งานโฆษณาเผยแพร่ที่มีจำนวนพิมพ์ไม่มากนักได้เป็นอย่างดี เช่น โบสเตอร์ เอกสารแผ่นพับ เลื่อยยึด แผ่นโฆษณาทั่วไปและอาจพิมพ์ก็ได้

ในปัจจุบันมีเครื่องพิมพ์ระบบซิลค์สกรีน ที่เป็นชนิดอัตโนมัติทำให้พิมพ์ได้รวดเร็วกว่า การใช้มือพิมพ์ที่ละแผ่นมาก จึงมีการใช้ระบบการพิมพ์นี้มากขึ้น เช่น ใช้พิมพ์กระดาษติดผนังโบสเตอร์โฆษณา ภาพพิมพ์งานศิลปะที่ใช้ตกแต่ง และ สิ่งทอต่าง ๆ

วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำซิลค์สกรีน

วัสดุอุปกรณ์ซิลค์สกรีน

1. กรอบไม้ เป็นท่อนไม้ที่ตากแห้งสนิทและมีเนื้อกลางแข็งกลางอ่อน ควรเลือกใช้ไม้ที่ไม่มีตาไม้ ไม้ที่จะมีขนาดหน้าตัด 1" + 2" หรือ 2" + 2" เป็นด้านยาว 2 ท่อน ด้านกว้าง 2 ท่อน
2. เหล็กฉากยึดมุมไม้ ควรใช้เหล็กฉากขนาดเล็กสำหรับยึดมุมฉากของกรอบไม้เพื่อไม่ให้กรอบโยกไปมาได้
3. ผ้าสกรีน เป็นส่วนสำคัญมากของการพิมพ์ซิลค์สกรีน กล่าวคืองานที่พิมพ์ออกมาจะละเอียดหรือหยาบก็ขึ้นอยู่กับเนื้อผ้าสกรีน
ผ้าสกรีนมีทั้งชนิดแบบหยาบและละเอียดซึ่งจะให้ลักษณะงานที่หยาบและละเอียดแตกต่างกันไป การกำหนดความหยาบ-ละเอียดของผ้านี้จะกำหนดเป็นเบอร์ซึ่งมีหลายเบอร์
4. สีพิมพ์สกรีน สีพิมพ์ซิลค์สกรีนเป็นสีที่ผสมพิเศษ คือ มีความเข้มข้นเนื้อสีแน่นกว่าหมึกพิมพ์แบบแม่พิมพ์อื่น สีพิมพ์ซิลค์มีหลายชนิดซึ่งแต่ละชนิดก็ใช้พิมพ์บนวัสดุแตกต่างกัน สีพิมพ์ซิลค์สกรีน มี 2 ประเภท คือ ประเภทสีน้ำ ซึ่งใช้ผสมน้ำพิมพ์และล้างออกได้ด้วยน้ำ แต่ถ้าสีแห้งแล้วไม่สามารถล้างออกด้วยน้ำ สีชนิดนี้นิยมนำมาใช้พิมพ์เสื้อผ้า ส่วนสีอีกชนิดหนึ่ง คือ ประเภทสีน้ำมัน สีพิมพ์แบบนี้ต้องผสมน้ำมันจึงจะพิมพ์ได้ และล้างด้วยน้ำมันล้างสี

เนื่องจากสีพิมพ์ซิลค์สกรีนมีหลายชนิด สีของแต่ละบริษัทก็มีเบอร์กำกับไว้ที่ขวด แต่ในที่นี้จะ

ขอกล่าวเฉพาะสื่ที่ใช้ในการพิมพ์กระดาษเท่านั้น

- สีนํ้ามันพิมพ์กระดาษ มีทั้งแบบสีด้าน (สีเบอร์ 60 หรือ J.S.) และ แบบสีเงมัน (สีเบอร์ 14 หรือ S.G.) ใช้ผสมและล้างด้วยนํ้ามันไวท์สปิริต

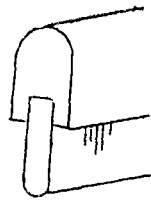
- สีพิมพ์แก้ว โลหะ ไม้ กระดาษ พลาสติกอ่อน P.V.C. ใช้สีเบอร์ 14 หรือ S.G. เป็นสีชนิดเงมันเงงช้า ผสมและล้างด้วยนํ้ามันไวท์สปิริต

- สีพิมพ์สะท้อนแสง (C.F.) มีทั้งแบบพิมพ์บนกระดาษและพลาสติก ผสมและล้างด้วยไวท์สปิริต

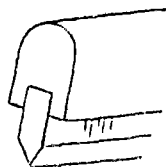
4. ไม้ปาดสกรีน (squeegee) ไม้ปาดสกรีนประกอบด้วยแผ่นยางแข็งแต่ยืดหยุ่นได้ ลักษณะคล้ายแผ่นใบมีด ซึ่งฝังอยู่บนด้ามจับที่ทำด้วยไม้

หน้าที่ของไม้ปาด ใช้รีดสีพิมพ์สกรีนให้ผ่านทะลุช่องบนผ้าสกรีนลงไปที่ติดบนแผ่นวัสดุที่รองรับชนิดของยางปาดมีให้เลือกหลายชนิด

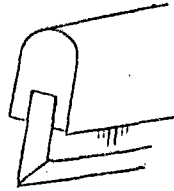
- แบบปลายโค้งมน ใช้สำหรับพิมพ์งานหยาบ เช่น งานพิมพ์ผ้า



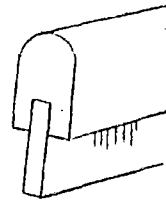
- แบบปลายแหลมตัดเอียงเข้าหากัน 2 ด้าน ใช้ปาดสีได้สองทิศทาง เหมาะสำหรับพิมพ์งานหยาบถึงปานกลาง



- แบบปลายแหลมเอียงด้านเดียว ใช้ปาดสีให้ทิศทางเดียว เหมาะสำหรับงานละเอียดปานกลางถึงงานละเอียดมาก



- แบบปลายตัดตรง ใช้ปาดสีได้สองทิศทาง โดยต้องปาดทวนประมาณ 60 องศากับพื้น เหมาะสำหรับสีที่ข้นมาก เช่นสีน้ำมัน ใช้สำหรับงานละเอียด



สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งของยางปาดสกรีนคือ "ความแข็ง-อ่อนของแผ่นยาง" ยางชนิดอ่อนใช้ทำกับงานหยาบ ยางชนิดปานกลางใช้พิมพ์งานหยาบถึงงานปานกลาง ยางชนิดแข็งใช้พิมพ์งานปานกลางถึงงานละเอียด ยางชนิดแข็งมากใช้พิมพ์งานละเอียดมาก ๆ

5. กระดาษพิมพ์สกรีน กระดาษเกือบทุกชนิดสามารถนำมาพิมพ์ซิลค์สกรีนได้ แต่สำหรับผู้ที่มีความพิถีพิถันในการพิมพ์มักจะใช้กระดาษสีอ่อน ๆ หรือ สีขาว ผิวเรียบ

6. แผงหรือราวตากภาพพิมพ์ (drying rack) แผงหรือราวตากภาพพิมพ์ เป็นสิ่งจำเป็นในการพิมพ์ทุกเทคนิค

7. ตู้ถ่ายสกรีน ตู้ถ่ายสกรีนหรือมีชื่ออีกอย่างว่าตู้อัดไฟ

8. โต๊ะพิมพ์ โต๊ะพิมพ์อาจจะเป็โต๊ะที่แข็งแรงหรือเป็นเพียงแผ่นไม้ัดหนาก็ได้ แต่ที่สำคัญคือต้องมีพื้นราบเรียบจริง ๆ

สิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมกับการพิมพ์โดยระบบซิลค์สกรีน

การพิมพ์ซิลค์สกรีน เป็นชื่อที่ใช้เรียกกันทั่วไป และ ปัจจุบันบางคนก็เรียกว่า เป็นสกรีนพริ้นต์ซึ่งทับศัพท์ภาษาอังกฤษเลยก็มี เพราะปัจจุบันไม่ได้ใช้ผ้าไหมมาซึ่งเป็นแผ่นสกรีนอีกแล้ว แต่ใช้แผ่นสกรีนที่ทำด้วยใยสังเคราะห์แทน และใช้เครื่องพิมพ์อัตโนมัติมากขึ้น อย่างไรก็ตามยังคงมีการพิมพ์โดยวิธีมืออยู่เป็นจำนวนมากเช่นกัน เพราะบางครั้งงานพิมพ์ก็มีไม่มาก และเป็นระบบที่คนทั่วไปสามารถทดลองทำได้เองโดยไม่ยุ่งยากมากนัก

แต่เดิมมาการพิมพ์ซิลค์สกรีนมีปัญหา คือความล่าช้า เพราะต้องรอนานกว่าหมึกที่พิมพ์จะแห้ง ต้องตากแผ่นที่พิมพ์ทิ้งไว้ แต่ปัจจุบันได้มีการใช้หมึกพิมพ์ที่แห้งตัวด้วยรังสีอัลตราไวโอเลต (UV) เมื่อพิมพ์แล้วเอาไปผ่านรังสีอัลตราไวโอเลต หมึกพิมพ์ก็จะแห้งทันที ทำให้สะดวกและรวดเร็วมาก

ระบบการพิมพ์ซิลค์สกรีนสามารถดัดแปลงรูปแบบของแม่พิมพ์สกรีนให้พิมพ์ลงบนวัสดุการพิมพ์ได้ทุกชนิดโดยการเลือกใช้หมึกพิมพ์ที่เหมาะสมกับวัสดุที่จะใช้พิมพ์ เช่นพิมพ์ลงบนพลาสติก ผ้า ไม้ แก้ว กระดาษ ฯลฯ เกือบไม่มีข้อจำกัดในการนำระบบนี้ไปใช้ในปัจจุบันเพราะได้มีการแก้ไขปัญหาด้านต่าง ๆ ไปมากแล้ว นอกจากการพิมพ์จำนวนมาก ๆ เท่านั้น เพราะความเร็วยังสู้ระบบอื่นไม่ได้

ปัจจุบันระบบซิลค์สกรีนได้ใช้อย่างกว้างขวางทั่วไปในการพิมพ์ประเภทต่าง ๆ ต่อไปนี้ คือ

1. ปสเตอร์โฆษณาขนาดใหญ่ที่มีจำนวนพิมพ์ไม่มาก
2. พิมพ์ลงลายขวดแก้ว ขวดพลาสติก กระเบื้องเคลือบ และวัสดุต่าง ๆ เกือบทุกชนิด
3. พิมพ์ผ้า เสื้อ และสิ่งทอต่าง ๆ
4. แผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์
5. สิ่งพิมพ์ประเภทที่ต้องการจำนวนน้อยแต่ต้องการความสวยงาม เช่นเมนูอาหาร

บัตรอวยพร และ งานศิลปะภาพพิมพ์ต่าง ๆ

จึงอาจกล่าวได้ว่าระบบการพิมพ์ซิลค์สกรีนมีความคล่องตัวในการพิมพ์มากกว่าระบบการพิมพ์อื่น ๆ ทั้งสิ้น

บทที่ 3

กระบวนการศึกษาค้นคว้า

ในการออกแบบกราฟิกผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงจุดประสงค์ที่ได้มาจากความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งผู้ออกแบบจะนำจุดประสงค์นั้นมาเป็นข้อมูล และเริ่มดำเนินการตามขั้นตอนต่อไป

ในการจัดทำ"โครงการออกแบบสิ่งพิมพ์สำหรับใช้ภายในห้องพักของโรงแรม โพรวีเดนซ์" นั้น ภาพเจ้าก็ได้ทำการศึกษาค้นคว้าในเรื่องต่าง ๆ มากมาย และสามารถแยกกระบวนการการศึกษาค้นคว้าในการจัดทำโครงการออกเป็นส่วน

1. กระบวนการศึกษารวบรวมข้อมูลความรู้
2. กระบวนการออกแบบ
3. กระบวนการศึกษารวบรวมข้อมูลความรู้

กระบวนการศึกษารวบรวมข้อมูลความรู้

การรวบรวมข้อมูลความรู้ ผู้ทำการออกแบบต้องรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องมากที่สุด โดยการศึกษาเนื้อหาของสิ่งที่จะตีพิมพ์ และ สิ่งที่ต้องการสื่อหรืออาจจะเป็นสิ่งคำหรือ บริการโดยทั้งนี้จะต้องเข้าใจถึง กลุ่มเป้าหมาย และ วัตถุประสงค์ของเจ้าของสินค้า หรือ บริการนั้น ๆ

ในส่วนของศิลปินนั้นได้ได้มีการศึกษารวบรวมข้อมูลในเรื่อง ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไว้ โดยมีเนื้อหาดังต่อไปนี้

ความรู้เรื่องการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ธุรกิจโรงแรม

องค์ประกอบของการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ธุรกิจ

องค์ประกอบสำคัญ ๆ ดังต่อไปนี้

1. นโยบายหลักในการประชาสัมพันธ์ คือข้อความที่ระบุถึงแนวทางการที่จะปฏิบัติไปสู่ผลสำเร็จ อันเป็นวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์
2. วัตถุประสงค์ของแผนงานประชาสัมพันธ์ คือผลสำเร็จที่ต้องการจะได้เมื่อได้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ไปแล้วตามแผนงาน

3. เป้าหมาย คือหน่วยหรือเกณฑ์ที่สามารถกำหนดวัดได้ในการทำงานเพื่อเป็นการประกันว่าการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้น ก่อนอื่นจะต้องปฏิบัติงานให้ได้ครบถ้วนตามเป้าหมายเสียก่อน

4. กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ เมื่อวางนโยบาย กำหนดวัตถุประสงค์ และ ตั้งเป้าหมายของแผนงานประชาสัมพันธ์แล้วองค์ประกอบขั้นตอนของการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ในข้อนี้ก็คือการกำหนดกลยุทธ์ศาสตร์ในการประชาสัมพันธ์ตามแผนนั้น ๆ

5. แผนปฏิบัติงานหรือการดำเนินงาน องค์ประกอบของแผนงานประชาสัมพันธ์ในข้อนี้ก็คือรายละเอียดของแผนที่ประกอบด้วย โครงการและกิจกรรมที่จะปฏิบัติตามกลยุทธ์ตามเป้าหมายให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ และเป็นไปตามนโยบายการประชาสัมพันธ์ขององค์การในที่สุด

6. การติดตามประเมินผล องค์ประกอบแผนงานประชาสัมพันธ์ประการสุดท้ายก็คือการกำหนดวิธีการในการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน เมื่อได้ ปฏิบัติงานครบถ้วนเสร็จสิ้นตามแผนและโครงการแล้ว

การวางแผนงานประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างเสริมภาพพจน์ของธุรกิจเอกชน

ภาพพจน์ขององค์การธุรกิจเกิดขึ้นได้ด้วยปัจจัยต่าง ๆ 3 ประการด้วยกัน คือ พฤติกรรมที่องค์การแสดงออกทำให้ประชาชนสัมผัส การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ขององค์การธุรกิจ ความคาดหวังของกลุ่มประชาชนต่าง ๆ ต่อพฤติกรรมขององค์การ

การดำเนินการเพื่อวางแผนงานประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างเสริมภาพพจน์ขององค์การธุรกิจจะต้องดำเนินการตามขั้นตอนองค์ประกอบของแผนงานประชาสัมพันธ์ธุรกิจ

1. กำหนดอุดมการณ์หรือนโยบายหลักในการประชาสัมพันธ์ที่แน่ชัดและปฏิบัติได้
2. กำหนดวัตถุประสงค์ของแผนงานสร้างเสริมภาพพจน์
3. กำหนดนโยบายและเป้าหมายของแผน
4. กำหนดกลยุทธ์ในการสร้างภาพพจน์
5. แผนหรือกิจกรรมการสร้างภาพพจน์
6. การติดตามและประเมินผลการสร้างภาพพจน์

กลยุทธ์ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของธุรกิจโรงแรม

กลยุทธ์ในการวางแผนที่สำคัญอยู่ 1 ประการ ดังนี้

กลยุทธ์ขั้นที่ 1 การวิเคราะห์สถานการณ์ภาพ

ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ก็มักจะเริ่มต้นจากการวิเคราะห์และประเมินทัศนคติ และท่าทีของมหาชนในขณะนั้นว่ามีความรู้สึกนึกคิดในทางที่เป็นผลดี หรือ เป็นผลเสียต่อการหรือไม่

กลยุทธ์ขั้นที่ 2 การประเมินสถานการณ์เพื่อการตัดสินใจกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์

การประเมินสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะกำหนดนโยบายวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์การธุรกิจได้ และจากนโยบายและวัตถุประสงค์นี้ก็จะนำไปสู่การกำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์ เพื่อจะบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดขึ้นไว้

แผนงานประชาสัมพันธ์ธุรกิจที่ดีนั้นจะต้อง เริ่มต้นจากการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ค่อนข้างชัดเจน

กลยุทธ์ขั้นที่ 3 การสื่อสารกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายขององค์การ

กลยุทธ์ขั้นที่ 4 การกำหนดวิธีการในการประเมินผลแผนงานประชาสัมพันธ์

การที่องค์การธุรกิจจะสามารถรักษาภาพพจน์ชื่อเสียงที่ดีไว้นั้น แผนงานประชาสัมพันธ์จะต้องกำหนดมาตรการในการวัดและติดตามประเมินผลความรู้สึก นึกคิดของประชาชนอยู่เป็นระยะ ๆ กลยุทธ์ประการนี้มักจะละเอียดกันมาก แท้จริงแล้วการวิเคราะห์เป็นหัวใจของงานประชาสัมพันธ์ และเป็นองค์ประกอบสำคัญ

ประเภทของแผนงานประชาสัมพันธ์ของธุรกิจโรงแรม

แผนงานประชาสัมพันธ์ธุรกิจเองชนได้เป็น 3 ประการใหญ่ ๆ

1. แผนงานประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพพจน์ขององค์การธุรกิจ
2. แผนงานประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนงานด้านการตลาดและส่งเสริมการขาย
3. แผนงานประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด

แต่นั่นนี้จะขอกกล่าวถึง แผนงานประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพพจน์ขององค์การธุรกิจเพียงอย่างเดียว

แผนงานประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ขององค์การธุรกิจ

เป็นแผนงานประชาสัมพันธ์ด้านการเสริมสร้างศรัทธาความนิยมนับถือให้เกิดแก่องค์การธุรกิจ เพื่อที่ธุรกิจนั้น จะได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มประชาชนเป้าหมายต่าง ๆ องค์การธุรกิจทุกองค์การโดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นองค์การธุรกิจขนาดใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมธุรกิจพาณิชย์กรรม ธุรกิจบริการ หรือธุรกิจการเงินก็ตาม ล้วนต่างจะต้องมีบุคลิกหรือเอกลักษณ์ของตนเองเป็นเอกเทศ งานหลักของการประชาสัมพันธ์จึงมักจะอยู่ที่บทบาทในการสร้างเสริมให้เกิดภาพพจน์ หรือจินตภาพ (image) ที่ดีให้แก่องค์การธุรกิจ

หลักสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน

1. ค้นหาถึงจุดดีและจุดบกพร่อง หรือจุดอ่อนแห่งภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่ไม่อยู่แล้วในปัจจุบัน อันเป็นการศึกษาวิเคราะห์ เพื่อหาสู่ทางและการวางแผนกดำเนินงานขึ้นต่อไป
2. วางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ ที่องค์การสถาบันต้องการจะสร้างให้เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชน
3. คิดหัวข้อ (themes) ต่าง ๆ เพื่อใช้ในการสร้างภาพลักษณ์แก่ประชาชนซึ่งหัวข้อ themes เหล่านี้ก็คือ เนื้อหา ข่าวสาร (message) ที่เราจะใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มหัวข้อเหล่านี้ อาจใช้เป็นคำขวัญ (slogan) หรือหัวข้อสั้น ๆ ที่กินความ และชวนให้จดจำได้ง่าย สิ่งสำคัญก็คือ หัวข้อเหล่านี้จะต้องมีประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจและมีอิทธิพลใ้มน้าวชักจูงใจประชาชนให้เกิดภาพลักษณ์ (image) ตามที่เราต้องการ ถ้าหากเราทำให้ ประชาชนสนานได้แล้ว เราก็สามารถจะสื่อสารความเข้าใจในหัวข้อนั้นให้ประชาชนได้โดยไมยากนัก การใช้หัวข้อและคำขวัญ หรือข้อความสั้น ๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสถาบัน ปัจจุบันกำลังเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง
4. ใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้าช่วยในการดำเนินงานสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เข้าถึงประชาชนเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางซึ่งอาจใช้สื่อมวลชนต่าง ๆ เข้าช่วยประกอบ เช่นหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น รวมทั้งการใช้การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relation Advertising) สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น จุลสาร โบสเตอร์ แผ่นปลิว แผ่นพับ เป็นต้น

ความรู้เรื่องการผลิตเอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพพจน์

การผลิตเอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพพจน์ มีเทคนิคการเสนอเนื้อหา ดังนี้

1. การให้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับนโยบายขององค์การ
2. การเสนอแผนการดำเนินงานขององค์การที่อำนวยความสะดวกให้แก่สาธารณชน
3. การสร้างประโยชน์ให้แก่สังคม เป็นเนื้อหาที่สร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดแก่องค์การมาก

เพราะการที่องค์การไปสร้างประโยชน์ต่อสังคม

4. การเสนอผลความก้าวหน้าขององค์การในรูปแบบของข่าว หรือรายงานจะทำให้ประชาชนเกิดทัศนคติที่ดี

5. การเสนอข่าวสารบริการที่รวดเร็วและทำให้ความเห็นชอบ

6. การค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ทางวิชาการ โครงการใหม่ หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ก็เป็น การบอกกล่าวที่สร้างความรู้สึกชื่นชมยินดีให้เกิดแก่สังคมด้วย

7. การให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์การบ่อยครั้ง

จากการรวบรวมข้อมูลความรู้ในด้านต่าง ๆ มาแล้ว เราก็จะนำมาวิเคราะห์หาแนวความคิดในการออกแบบ ก็จะได้ออกมาเป็นประเด็นที่ว่า "สิ่งพิมพ์สำหรับโรงแรม จำเป็นที่จะต้องนำเสนอรูปแบบ ให้น่าสนใจ เพื่อให้ผู้มาพักเกิดความประทับใจ และ มีภาพพจน์ที่ดีต่อโรงแรม และเพื่อประชาสัมพันธ์ โรงแรมให้เป็นที่ยอมรับและจดจำ"

กระบวนการออกแบบ

เมื่อเราได้วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลความรู้ที่ได้รวบรวมมาสรุปเป็นประเด็น เป็นโจทย์ ขึ้นต่อไปเราต้องนำโจทย์ที่ได้มานั้นมาหาคำตอบสำหรับการออกแบบ ซึ่งในโครงการนี้ คือ การออกแบบ สิ่งพิมพ์สำหรับใช้ภายในห้องพักของโรงแรม โดยต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการออกแบบที่ควรคำนึงถึง ดังนี้

การผลิตเอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพพจน์

การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

ในการออกแบบจะนิยามองค์ประกอบทางศิลปะในการผลิตสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์
ทุกชนิด มีหลักการสำคัญที่เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาร่วมกัน 6 ประการ

1. สัดส่วน (proportion)

งานชิ้นแรกในการออกแบบสิ่งพิมพ์ก็คือ การกำหนดขนาดและสัดส่วนของงานที่จะผลิต เพื่อ
เป็นแนวทางในการจัดวางองค์ประกอบย่อยอื่น ๆ

2. ความสมดุล (balance)

ความสมดุลจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อ องค์ประกอบย่อย ๆ ที่อยู่บนสิ่งพิมพ์ถูกจัดวางให้มีน้ำหนัก
เท่ากัน ทำให้เกิดความรู้สึกที่สมดุลแก่ผู้ชมอง น้ำหนักดังกล่าวเกิดขึ้นจากขนาด รูปร่าง สี และความ
เข้มจาง

ความสมดุลแบ่งได้เป็น 2 แบบ สมดุลแบบซ้าย-ขวาเหมือนกัน และ สมดุลแบบซ้าย-ขวา
ไม่เหมือนกัน

องค์ประกอบของสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะสมดุลซ้ายขวาเหมือนกันจะให้ความรู้สึกทางอนุรักษ์นิยม
ความเป็นเอกสิทธิ์ ความมั่นคง ส่วนการจัดองค์ประกอบของสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะสมดุลซ้าย - ขวาไม่
เหมือนกันจะให้ความรู้สึกตื่นเต้นมากกว่า

3. ความแตกต่าง (contrast)

การเน้นด้วยการสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นในสิ่งพิมพ์สามารถทำได้หลายวิธี กล่าวคือ
การเน้นด้วยขนาด รูปร่าง ความแตกต่างของสี และ ทิศทาง

ความแตกต่างของสีช่วยเพิ่มความน่าสนใจและมีอิทธิพลต่อความรู้สึกและประสาทตาอย่างมาก

การจัดวางองค์ประกอบของภาพให้มีความแตกต่างของทิศทาง สามารถนำมาใช้ในการ
การออกแบบสิ่งพิมพ์ เพื่อให้ผู้อ่านติดตามข้อความที่ต้องการสื่อความหมายด้วยการสร้างจุดปลาย
ทางขึ้นในภาพ

4. สีสัน (rhythm)

สีสันท หมายถึงการเคลื่อนไหวที่มีความซ้ำและต่อเนื่องเป็นระยะ ๆ และจากการเคลื่อนไหว
ซ้ำ ๆ กันจะทำให้เกิดรูปร่าง ขนาด รูปลักษณะต่าง ๆ กัน ออกไป เพื่อให้เกิดการเคลื่อนไหวของ
สายตาจากองค์ประกอบหนึ่งไปยังอีกองค์ประกอบหนึ่งตามทิศทางที่ต้องการในการสื่อความหมาย

5. ความมีเอกภาพ (unity)

การนำองค์ประกอบซึ่งมีลักษณะต่าง ๆ กันเข้ามาจัดวางเพื่อให้สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อความหมายตามความต้องการนั้นจะต้องพิจารณาห้วงองค์ประกอบต่างๆ เหล่านี้มีความสัมพันธ์กันอย่างไร มีเอกภาพ

6. ความผสมกลมกลืน (harmony)

ความผสมกลมกลืน หมายถึงความพอดีพอเหมาะของส่วนประกอบต่าง ๆ ที่ประกอบกันขึ้นเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งเมื่อส่วนประกอบต่าง ๆ มีลักษณะพอเหมาะพอดีแล้วก็จะทำให้เกิดความงามมีความสัมพันธ์กัน และมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ความผสมกลมกลืนจะพบได้จากลักษณะขององค์ประกอบในทาง สี รูปร่าง และลักษณะของตัวอักษร

จากหลักการทั้ง 6 ประการในการพิจารณาเพื่อการออกแบบและจัดวางองค์ประกอบทางศิลปะในงานผลิตสื่อสิ่งพิมพ์นี้ ถือเป็นหลักการสำคัญในงานออกแบบ เพื่อผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุกชนิด

การกำหนดวิธีการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

การประกอบกิจกรรมผลิตสื่อสิ่งพิมพ์นั้น อาจแยกขั้นตอนได้เป็น 2 ขั้นตอนใหญ่ ๆ

1. กระบวนการจัดทำต้นฉบับ

การทำเลย์ เอาท์

เลย์ เอาท์ หมายถึงแผนหรือแนวความคิดที่สามารถมองเห็นได้ คือสเก็ตช์ ออกมาเป็นภาพในเนื้อที่ที่กำหนดอย่างคร่าว ๆ เลย์เอาท์ จะมีการจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ เช่นพาดหัว (headline) พาดหัวรอง (sub-headline) ข้อความโฆษณา (copy) ภาพประกอบ (illustration) และเครื่องหมายการค้า (trademark) ลงในเนื้อที่อย่างเหมาะสม

ขั้นตอนการทำเลย์ เอาท์

การทำเลย์ เอาท์มีวิธีการและขั้นตอนดังนี้

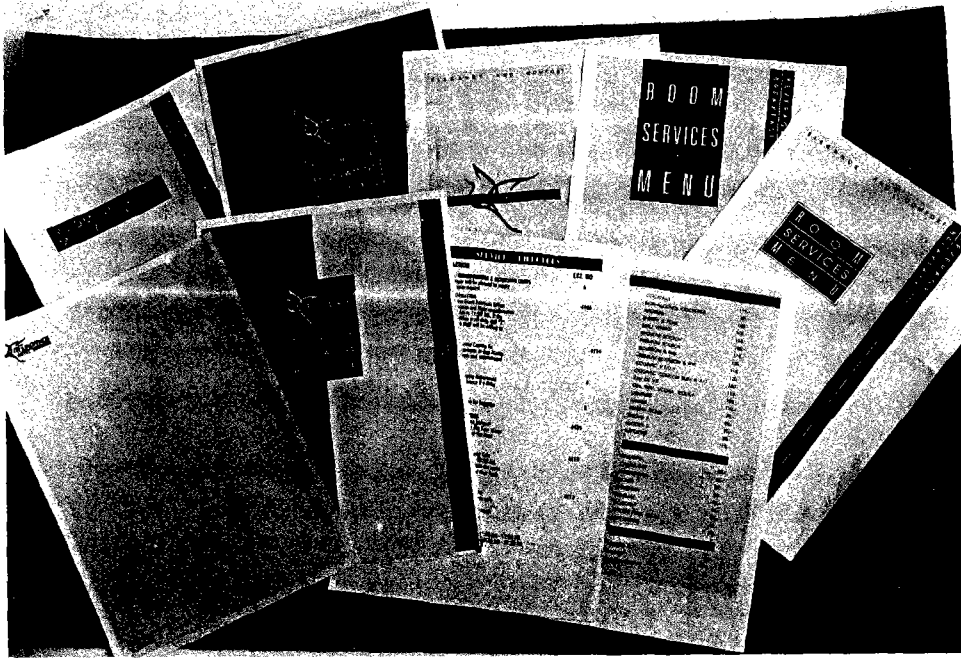
1. Thumbnail layout เป็นการสเก็ตช์อย่างคร่าว ๆ มีขนาดประมาณ 1 ใน 4 เท่า

ของขนาดจริง ไม่มีรายละเอียดมาก เป็นการร่างเพื่อให้เกิดความคิดเพื่อเกิดการแก้ไข ให้ดีขึ้น และหาชิ้นที่ดีที่สุด ขึ้นเดี๋ยวนำมาทำการออกแบบจริง



ภาพงานที่สเก็ตช์ขึ้นอย่างคร่าว ๆ ก่อนนำไปออกแบบจริง

2. Rough layout เป็นงานที่มีขนาดเท่างานจริง แต่ก็ยังเป็นงานร่างในลักษณะคร่าว ๆ เกี่ยวกับตำแหน่งขององค์ประกอบ ข้อความโฆษณาจะดูแทนที่ด้วยเส้นในแนวนอน
3. Comprehensive layout เป็นเลย์ เอาท์ครั้งสุดท้ายโดยวางองค์ประกอบตามในตำแหน่งเหมือนกับ rough layout ต่างกันตรงที่ความประณีตซึ่งจะมีความประณีต และ สมบูรณ์กว่ามีการลงสีชัดเจนและสามารถนำเสนอส่งโรงพิมพ์ได้เมื่อมีการแสดง

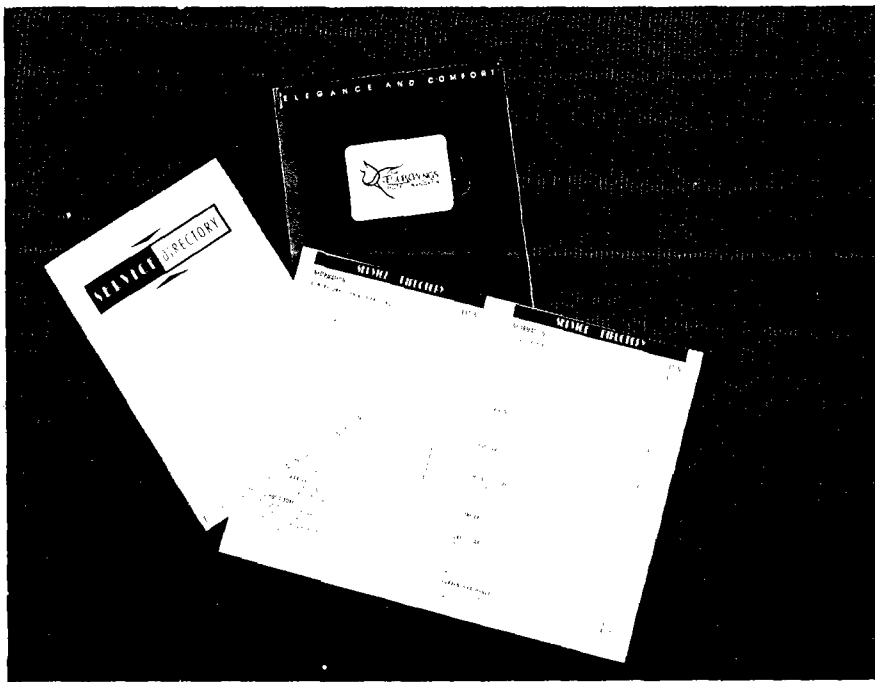


แบบงานที่เลือกแล้วนำมาหาเลย์เอาต์ครั้งสุดท้าย

การทำดัมมี่

คำว่า "dummy" เป็นได้ทั้งคำนามและกริยา คำนามจะหมายถึง กระดาษดัมมี่ (dummy sheet) ซึ่งมีลักษณะเป็นตัวอย่างการจัดหน้าของหนังสือพิมพ์ หรือ นิตยสาร วารสาร ทั้งฉบับ จะมีแผนผังคล้าย ๆ กับแผนที่ ซึ่งก่อนที่จะจัดหน้าก็จะต้องกำหนดว่าสิ่งใด หรือองค์ประกอบของหน้าสิ่งใด จะวางไว้ที่ส่วนไหนของหน้า มีรูปอย่างไร ขนาดเท่าไร ใช้อักษรแบบใด ความกว้างของภาพ หรือทางเดินของเรื่องต่อไปคอลัมน์ใด ดังนั้นเป็นต้น คล้ายกับจิตรกรหรือช่างระบายสี ก่อนที่จะระบายสี ลงไปก็ต้องร่างรูปแบบและกำหนดสี ระบาย ความเข้มของสี แสง เงา ไว้ก่อนเสมอเพื่อประโยชน์ ในการป้องกันความผิดพลาด และ เวลาในการระบายสีเช่นเดียวกัน

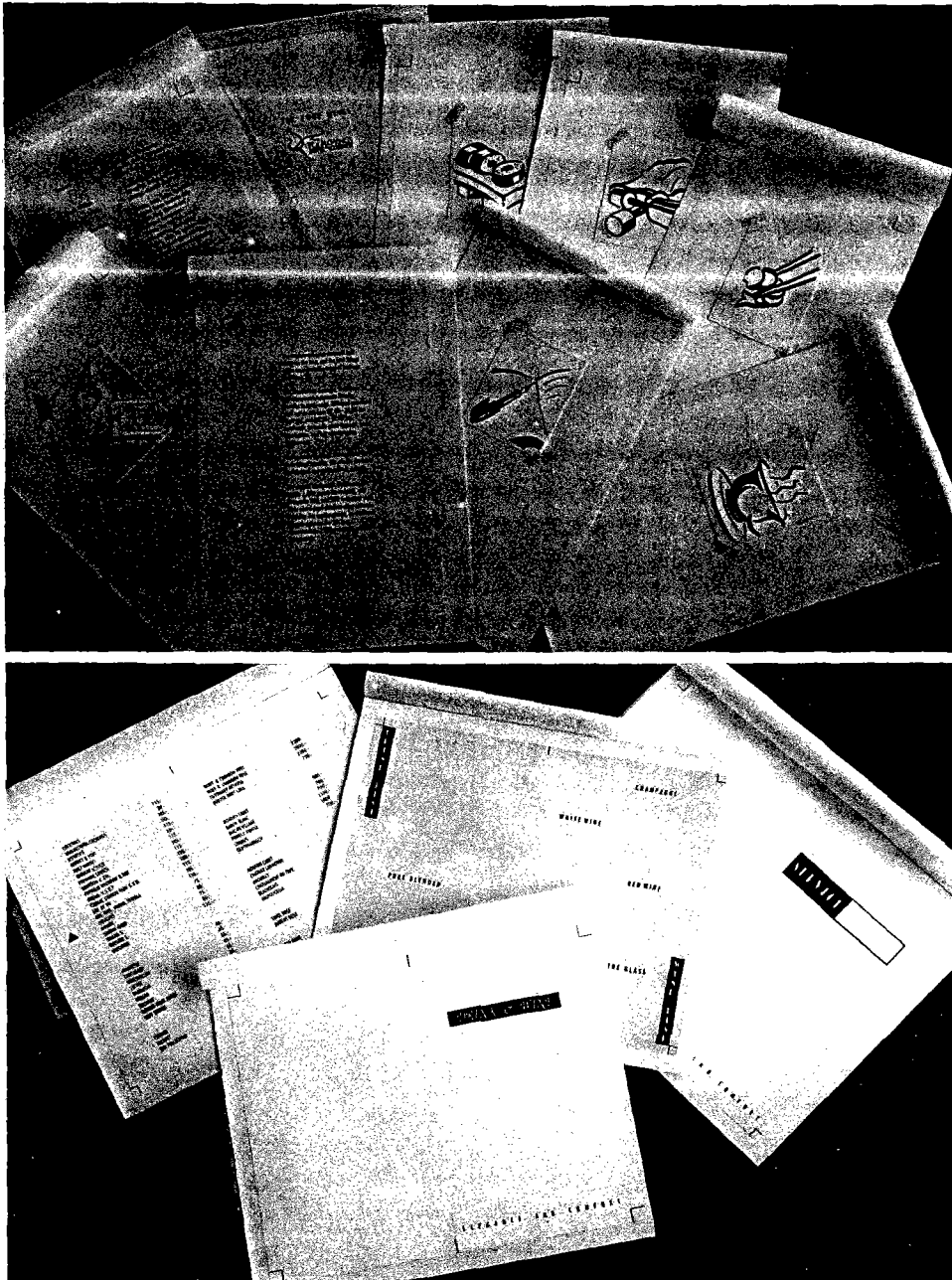
การทำดัมมี่ไว้ก่อนการจัดหน้าจะมีประโยชน์มากในเรื่องความสะดวกของช่างจัดหน้า เนื่องจากการร่างดัมมี่ (sketch dummy) จะบอกหรือแสดงสิ่งต่าง ๆ ไว้ครบถ้วนในแต่ละหน้าทั้งในเรื่องต่าง ๆ คือ ตำแหน่ง ขนาด รูปร่าง ลักษณะ เนื้อที่ หมายเลข ของภาพ ตัวอักษร เนื้อเรื่อง หัวข่าว ความหนาและทางเดินของเรื่องไว้เรียบร้อยแล้วช่างจัดหน้าก็จะจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ของหน้านั้นตามดัมมี่ทุกประการ ทำให้ประหยัดเวลาในการจัดหน้าและการพิมพ์ด้วย



รูปแบบของดัมมี่ก่อนจะเริ่มทำอาร์ตเวิร์ดจริง

การทำอาร์ตเวิร์ด

อาร์ตเวิร์ด (mechanical layout) เป็นกรรมวิธีขั้นสุดท้ายของการออกแบบ จะต้องมีการตีกรอบของเนื้อหาที่จะทำงานชัดเจนบนกระดาษขาว เพื่อให้ช่างแยกสีดาเพลทพิมพ์เข้าใจได้ง่ายที่สุด ตำแหน่งภาพและคำจะต้องแม่นยำและต้องมีการ check เรื่องคำผิดของ body copy อย่างละเอียด การถ่ายฟิล์มหรือ bromide ทุกอย่างจะเป็นขาว-ดำ และจะมีการกำหนดสี ขนาด หรือเรียกว่า "คำสั่ง" (Color Specification) แล้วจึงสามารถส่งไปยังช่างแยกสีดาเพลทพิมพ์ต่อไป



อาร์ตเวิร์คของงานจริงที่เตรียมสำหรับส่งพิมพ์

2. กระบวนการพิมพ์

ประกอบด้วยการทำงานแม่พิมพ์ การพิมพ์ การเข้าเล่ม

เมื่อได้ศึกษาข้อมูลความรู้ในเรื่องต่าง ๆ รวมถึงพื้นฐานของการออกแบบสิ่งพิมพ์ตามขั้นตอนที่

กล่าวมาเราก็มาเข้าสู่กระบวนการออกแบบสิ่งพิมพ์สำหรับใช้ภายในห้องพักของโรงแรม โดยจะขอกล่าวถึงตั้งแต่แนวความคิดไปสู่ขั้นตอนการออกแบบ

แนวความคิดในการใช้สีในการออกแบบสิ่งพิมพ์

สีที่ใช้ในสิ่งพิมพ์ของโรงแรมโพรวีงส์ มี 3 สี คือ

- สีน้ำตาลอ่อน (สีเนื้อ)
- สีเขียว
- สีแดงเลือดหมู

สีน้ำตาลอ่อนจะเป็นสีของกระดาษใช้เป็นสีพื้นสำหรับทุกชิ้นงาน สีน้ำตาลอ่อน ให้ความรู้สึก กระตือรือร้น มีประโยชน์ใช้สอยเต็มที่ จริงจัง นอกจากนี้อย่างแสดงถึง การทำงาน สุขภาพที่สมบูรณ์ การพลอยเย็น ความสุขสบาย แข็งแกร่ง ผู้ดี

สีเขียว ให้ความรู้สึกสงบ เยือกเย็น ความหวัง เป็นสีแห่งธรรมชาติ สีแห่งชัยชนะ ความปลอดภัย กระตุ้นให้เกิดความกว้างไกล ความเย็น ความสดชื่น สบายตา โดยตัวของมันเอง เนื่องจากสีเขียว เป็นสีรอง คือเกิดจากการรวมน้ำเงินกับเหลือง สีเขียวจึงเป็นสีที่ผู้หาให้ความสนใจมากกว่า เด็ก ๆ ซึ่งมักชอบสีสด ๆ

สีแดงเลือดหมู ให้ความรู้สึกมีกำลัง อำนาจ สง่า สุขุม อุดมสมบูรณ์ น่าเชื่อถือ

จากจิตวิทยาของสีที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่า สีทั้ง 3 สี ที่เลือกมาใช้มีความเหมาะสมกับงานสิ่งพิมพ์ของโรงแรมมาก จึงเป็นเหตุผลที่ข้าพเจ้าเลือกสีน้ำตาลอ่อน สีเขียว สีแดง มาใช้ในการทำ "โครงการออกแบบสิ่งพิมพ์สำหรับใช้ภายในห้องพักของโรงแรมโพรวีงส์"

การใช้ภาพประกอบในสิ่งพิมพ์

ภาพที่เลือกใช้เป็นภาพลายเส้น ประกอบด้วย

- ภาพอาหารและผลไม้ในเมนู

เป็นการจัดวางภาพสลับกับตัวอักษร ทำให้ดูมีลูกเล่น น่าสนใจ ไม่ซ้ำซาก

- ภาพในโบรชัวร์

ใช้ภาพสื่อความหมายแทนส่วนต่าง ๆ ของโรงแรม โดยนำเอาสัญลักษณ์ที่จะสามารถสื่อให้

เข้าใจได้มาใช้ เช่น ภาพตะเกียบคีบอาหาร แทน ห้องอาหารจีน เป็นต้น

การเลือกตัวหนังสือ และการวางหน้าหนังสือ

ตัวหนังสือที่นำมาออกแบบงานสิ่งพิมพ์มี 2 ลักษณะ คือ

1. ตัวหนังสือที่เอามาใช้เรียกสายตาคนอ่าน ได้แก่ หัวข้อต่าง ๆ หรือ headline และตัวหนังสือที่ใช้ในหน้าปก โดยใช้ตัวหนังสือหนา และ ใช้ size ใหญ่กว่า ในส่วนของเนื้อหา มีการนำเส้นเข้ามาประกอบ

2. ตัวหนังสือที่จะถ่ายทอดความคิดไปยังผู้อ่าน ตัวหนังสือที่เลือกจึงต้องอ่านง่าย สบายตา ได้แก่ ส่วนเนื้อหาต่าง ๆ รายการอาหาร และ เครื่องดื่ม นามบัตร

การวางหน้าหนังสือได้คำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. ความสมดุลย์ แบบที่ถือแกนกลางเป็นหลัก ทั้งสองข้างมีน้ำหนักเท่ากัน
2. ส่วนประกอบบนหน้าจะต้องเข้ากันได้ คือ ภาพก็ดี สีก็ดี ตัวหนังสือก็ดี ต้องกลมกลืนกัน
3. ต้องมีเอกภาพ ในการออกแบบ
4. ต้องสร้างให้มีจุดเด่นในหน้าหนึ่ง ๆ เพื่อดึงดูดให้คนอ่านสนใจก่อน อาจเป็นภาพหรือสี

การใช้เครื่องคอมพิวเตอร์มาจัดหน้า

เริ่มจากการพิมพ์ข้อมูลที่ต้องการลงในเครื่องคอมพิวเตอร์แมคอินทอช โปรแกรม pagemaker แล้วจัดวาง layout หน้ากระดาษตามที่ได้ออกแบบไว้ พร้อมกับเลือกแบบตัวอักษรที่เหมาะสม ซึ่งการทำงานโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์มีข้อดี คือ งานที่ออกแบบขึ้น สามารถเห็นว่าจะออกมาในรูปแบบใด เมื่อได้แบบที่ต้องการ และผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้ว print out ด้วยเครื่อง laser printer เพื่อให้ได้ตัวอักษรที่มีความคมชัด เพื่อนำมาจัด art work ได้เลยไม่ต้องผ่านการสังตัวเรียงอีก เป็นการประหยัดเวลา และค่าใช้จ่าย และการทำงานใน โปรแกรม pagemaker นั้นยังสามารถเชื่อมต่อเข้ากับ การโอนภาพมาจากโปรแกรมอื่นได้อีกด้วย เช่น ภาพจากโปรแกรม free hand photoshop และ illustrator

การออกแบบชุดแฟ้มกระดาษ-ท้องจดหมาย นามบัตร

ตัวแฟ้มได้ออกแบบโดยนำโลโก้ และชื่อโรงแรมมาจัดวางองค์ประกอบ โดยจัดวางกลาง ซึ่งการจัดวางลักษณะนี้ เป็นการจัดวางที่ค่อนข้างมาตรฐาน ไม่หวือหวา นำไปใช้งานง่าย เหมาะสมสำหรับงานสิ่งพิมพ์ ของโรงแรม ที่เน้นความเรียบง่าย สง่างาม

ชุดกระดาษ และ นามบัตร ออกแบบโดยนำโลโก้ และที่อยู่จัดชิดทางด้านซ้าย เพื่อให้ สอดคล้องกับ สโลแกน และโลโก้ไว้ด้านบนทางขวา ที่อยู่จัดชิดขวาทางด้านล่าง สีฟ้าใช้คู่สีเขียว กับแดงบนกระดาษสีครีม

การออกแบบเมนู

เมนูมี 2 ชิ้นงาน คือ

เมนูอาหาร แบ่งตามช่วงเวลา คือ ช่วงเช้า (breakfast) และช่วงกลางวัน-กลางคืน (all day dining) เป็นแผ่นพับหน้าหลังที่ใช้การพิมพ์ 3 สี 2 หน้า หน้าแรกเป็นรายการอาหารเช้า หน้าหลังเป็นรายการอาหารตลอดทั้งวัน

ภาพประกอบในเมนู ใช้เป็นภาพลายเส้นที่สร้างจากคอมพิวเตอร์กราฟิกโปรแกรม illustrator, free hand และ photoshop แทนการใช้ภาพถ่าย มีการให้แสงเงาในส่วนรายละเอียดที่สำคัญ แต่ส่วนหลักๆ จะเป็นลายเส้นทั้งหมด เหตุผลที่เลือกภาพ เส้นกราฟิกมาใช้ เพราะต้องการเสนอรูปแบบใหม่ๆ ให้กับสิ่งพิมพ์ของโรงแรมพร็ววังส์

เมนูเครื่องดื่ม เป็นเมนูตั้งโต๊ะ มีลักษณะเหมือน การ์ด เปิดมามี 2 หน้า ด้านซ้ายเป็น drink list ด้านขวา เป็น wine list

ชุดเมนูในส่วนที่เป็นภาพใช้สีเนื้อ ตัวอักษรที่เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับหัวข้อต่าง ๆ ใช้สีแดง และเขียวบนกระดาษสีน้ำตาลอ่อน

การออกแบบโบว์ชัวร์ของโรงแรม

ออกแบบรูปเล่มเป็นลักษณะของ book let ใช้วิธีเข้าเล่มแบบlovak เหมือนปฏิทิน ใช้ภาพกราฟิกแบบตัดทอน เป็นสัญลักษณ์ สื่อความหมายแทนส่วนต่าง ๆ ของโรงแรม โดยหน้าซ้ายจะเป็นรูปภาพ หน้าขวา จะเป็นเนื้อหา และ ใช้วิธี die-cut ในส่วนของหน้าปก เพื่อให้เห็นโลโก้โรงแรม

แรมตามแบบที่ได้ design ไว้

สีที่ใช้คุมอยู่น 2 สี คือ แดงกับเขียว บนกระดาษพื้นสีน้ำตาลอ่อน

การออกแบบคู่มือบริการข้อมูลต่าง ๆ (Service Directory)

ออกแบบให้มีลักษณะเหมือนการ์ด ซ้อนกัน 2 อันแล้วใช้เชือกผูกติดระหว่างกลางตามรอยพับ โดยไม่ต้องปิดติดกับตัวกระดาษ รูปแบบต้องการให้ดูน่าสนใจไม่เหมือนของเดิมที่ใช้อยู่สามารถเปิดอ่านได้ง่าย เนื้อหาด้านในได้จัดวาง lay out ให้อ่านง่ายสบายตา ไม่สับสน

สีที่ใช้คุมอยู่น 2 สี คือ แดงกับเขียว บนกระดาษพื้นสีน้ำตาลอ่อน

กระบวนการผลิต

เมื่อผ่านขั้นตอนในกระบวนการออกแบบแล้ว เราก็จะได้ต้นแบบที่สมบูรณ์พร้อมจะส่งพิมพ์ โดยในศิลปิพนธ์นี้ ขั้นตอนในการผลิต ใช้ระบบซิลค์สกรีน และ ระบบพิมพ์ออฟเซต 2 สี เนื่องจากมีข้อจำกัดในด้านงบประมาณ แต่ในการผลิตเพื่อนำไปใช้จริง จะใช้ระบบการพิมพ์ออฟเซตทั้งหมด

กระบวนการผลิตสามารถจัดเป็นขั้นตอนดังนี้

1. นำต้นแบบที่ได้มาตรวจสอบความเรียบร้อย และทำการสั่งสิ่งที่ต้องการ เพื่อเตรียมส่งพิมพ์
2. จัดหาวัสดุที่ใช้ในการพิมพ์ คือ กระดาษให้พร้อม และ เพียงพอกับการใช้งาน
3. หาช่างที่ทำงานด้านนี้ และ ยอมรับที่จะทำงานชิ้นนี้ให้
4. ตกลงแบบ ราคา ระยะเวลาในการทำงานให้เรียบร้อย
5. คัดเลือกสี และ ชนิดของสีเตรียมไว้ (ระบบซิลค์สกรีน)
6. ควบคุมการผลิตของช่างด้วยตนเอง เพื่อให้ได้งานตรงตามแบบ และมีคุณภาพมากที่สุด

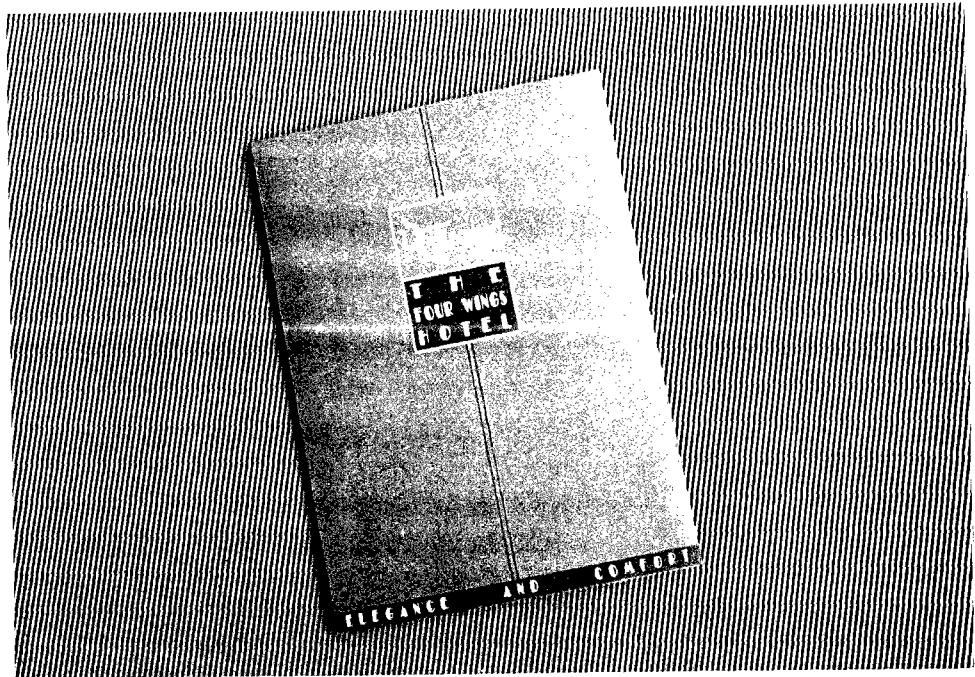
โดยขั้นตอนการทำงานของช่างก็จะเป็นไปดังนี้

- เตรียมผสมสีสำหรับพิมพ์
- ตัดกระดาษตามขนาดที่ต้องการใช้พิมพ์เรียบร้อย
- เริ่มพิมพ์ตามกระบวนการ และ ขั้นตอนของการพิมพ์ ทั้งระบบซิลค์สกรีน และ ระบบออฟเซต

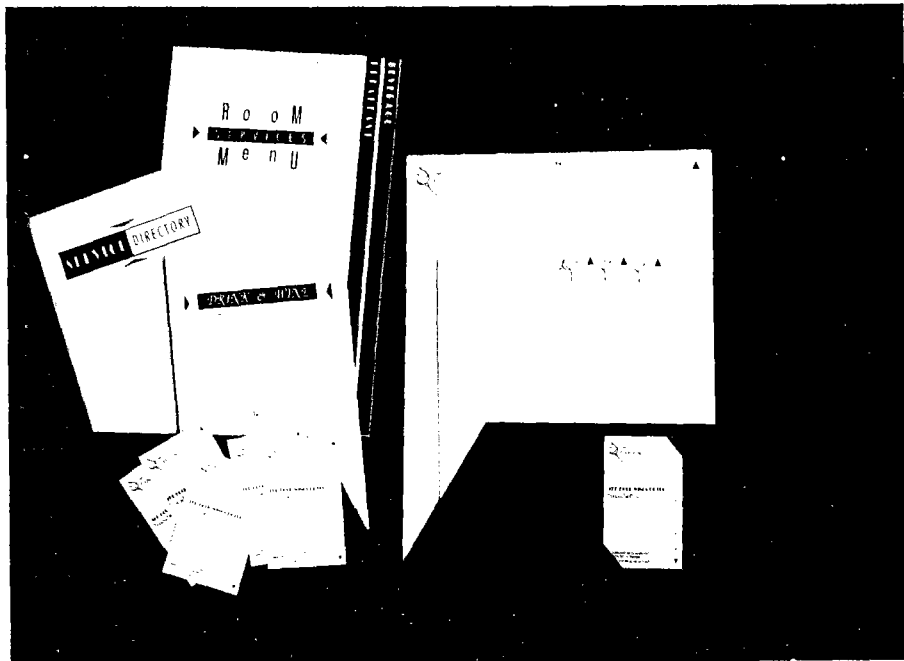
- เพื่อผ่านขั้นตอนการพิมพ์ ได้งานที่สำเร็จจะต้องนำมาเขียนหรือตัดโดยเครื่องเพื่อให้งานมีขนาดเท่ากันทุกชิ้น และ เพื่อความสวยงาม

7. เมื่อช่างนัดมารับงานเราต้องเช็คว่า งานที่ทำนั้นสมบูรณ์ หรือถูกต้องตามแบบแค่ไหน
อย่างไร ถ้าสมบูรณ์ก็เป็นอันว่าเสร็จสิ้นกระบวนการผลิต แต่ถ้ามีจุดบกพร่องต้องตกลงกันให้เป็นที่น่า
พอใจจะทําอย่างไร แก้ไขอย่างไร

8. เพื่อได้งานทุกอย่างครบถ้วนตามแบบและสีที่กำหนดไว้แล้ว ก็ถือว่าเสร็จสิ้นการบวนการ
การผลิต

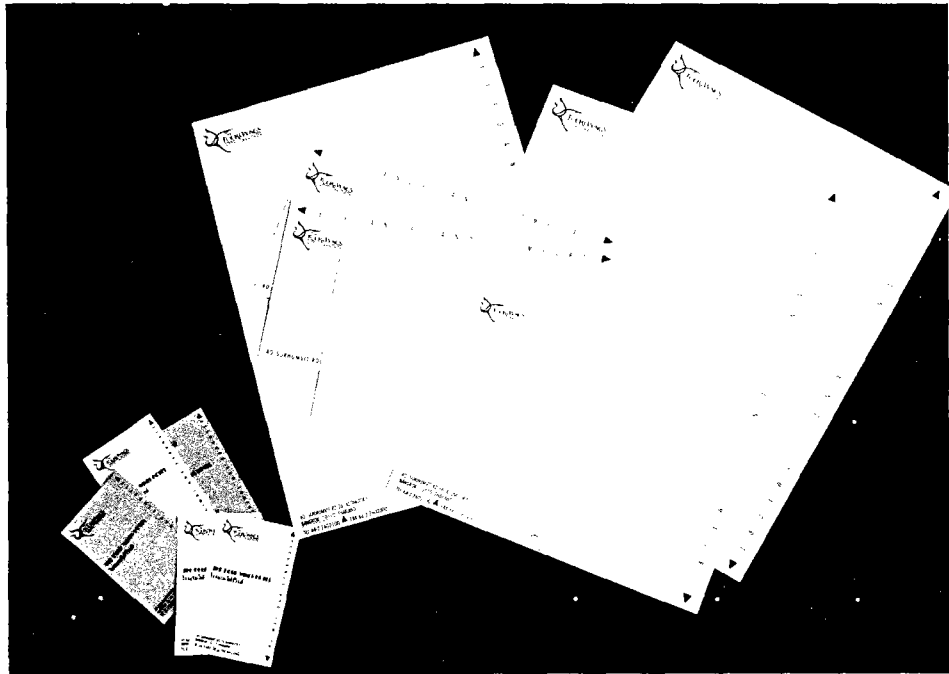


ภาพหนังสือชุดงาน

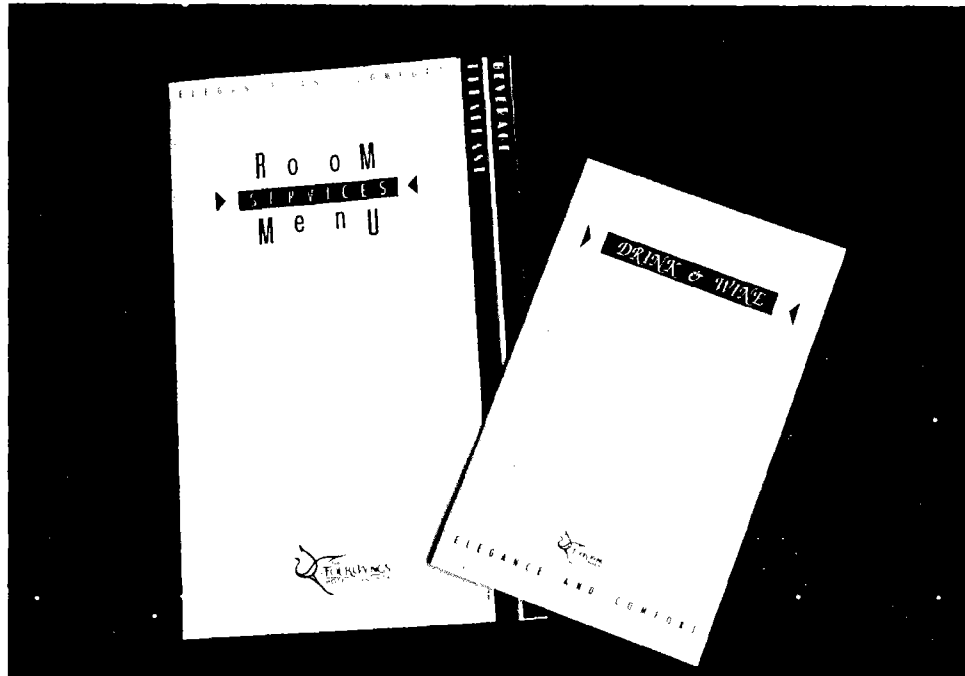


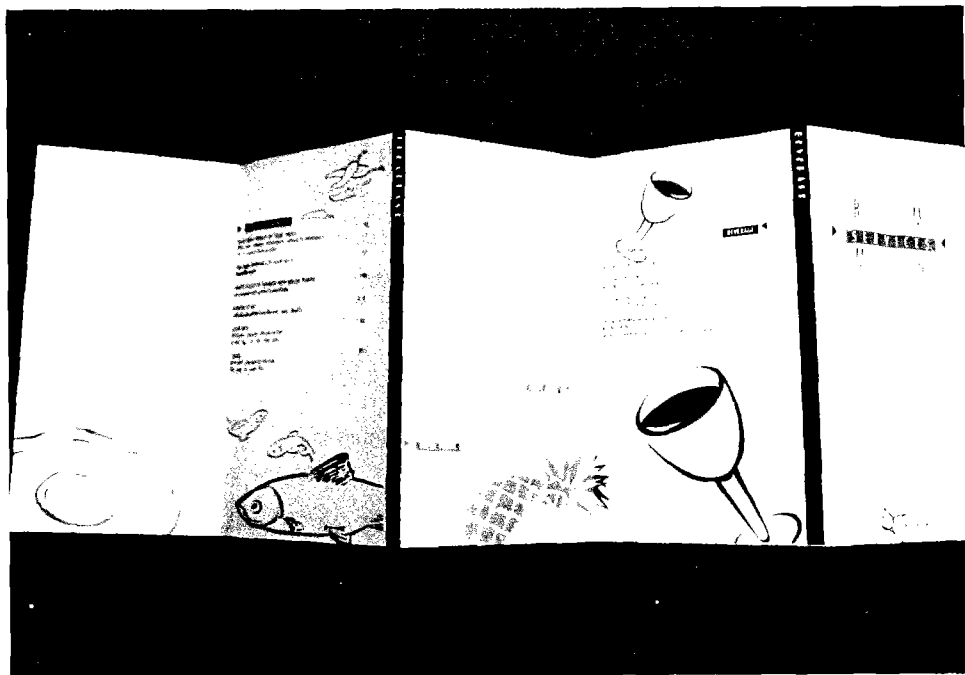
รูปแบบภายในของแก้ไข

ชุดกระดาษ ชั่งจดหมาย นามบัตร

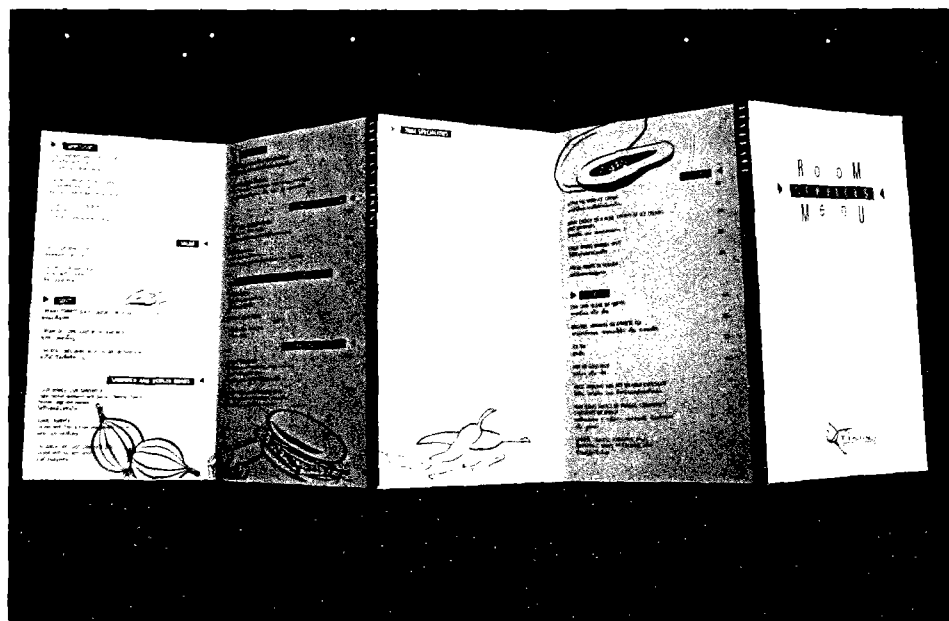


เมนูอาหารและเมนูเครื่องดื่ม





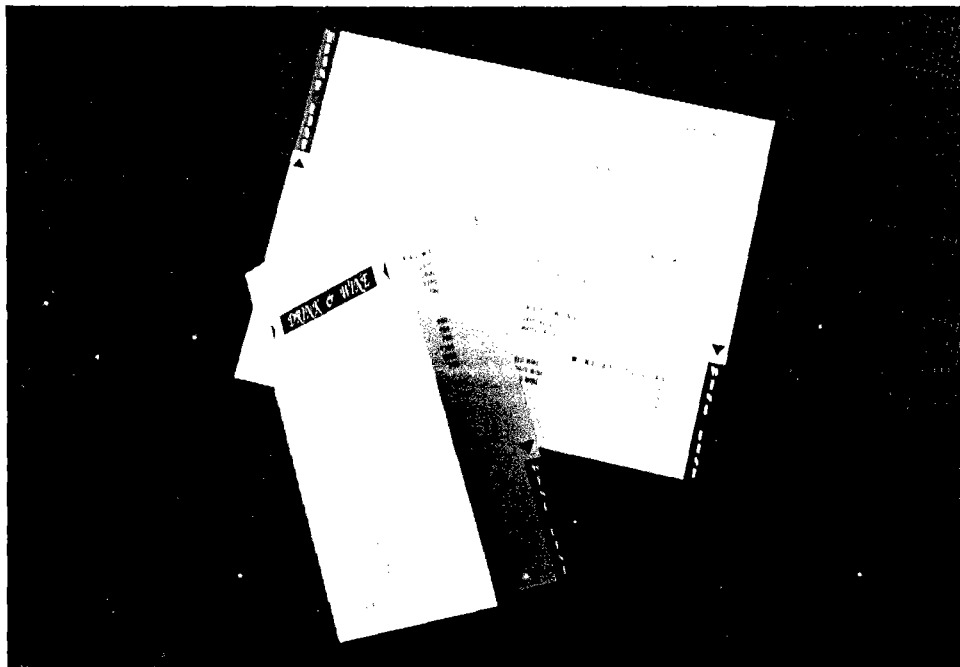
ด้านหน้า



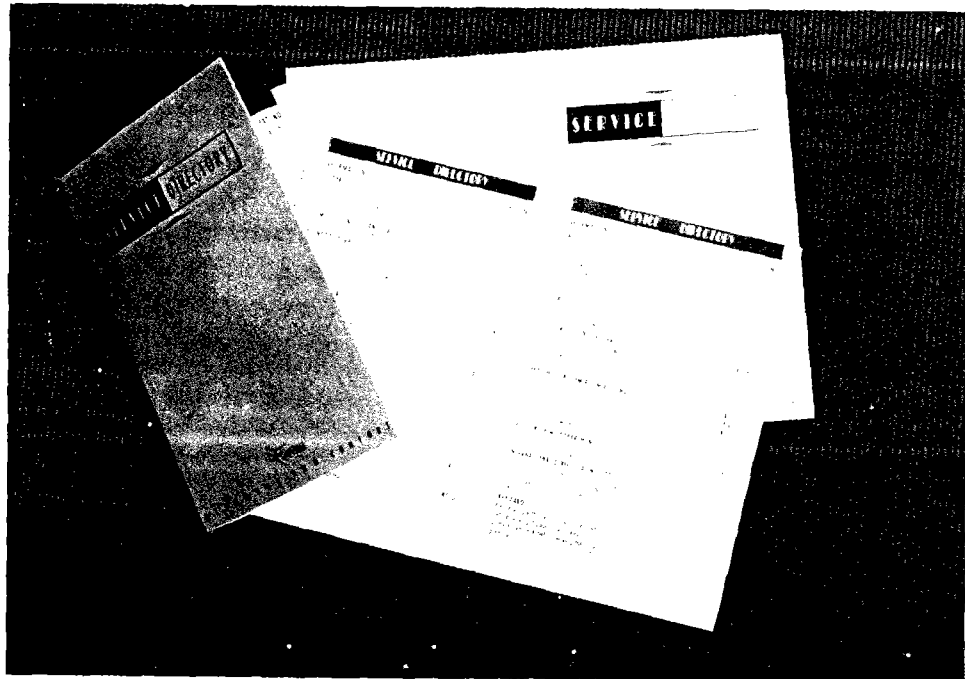
ด้านหลัง

รูปแบบภายในเมนูอาหาร

เมนูเครื่องดื่ม

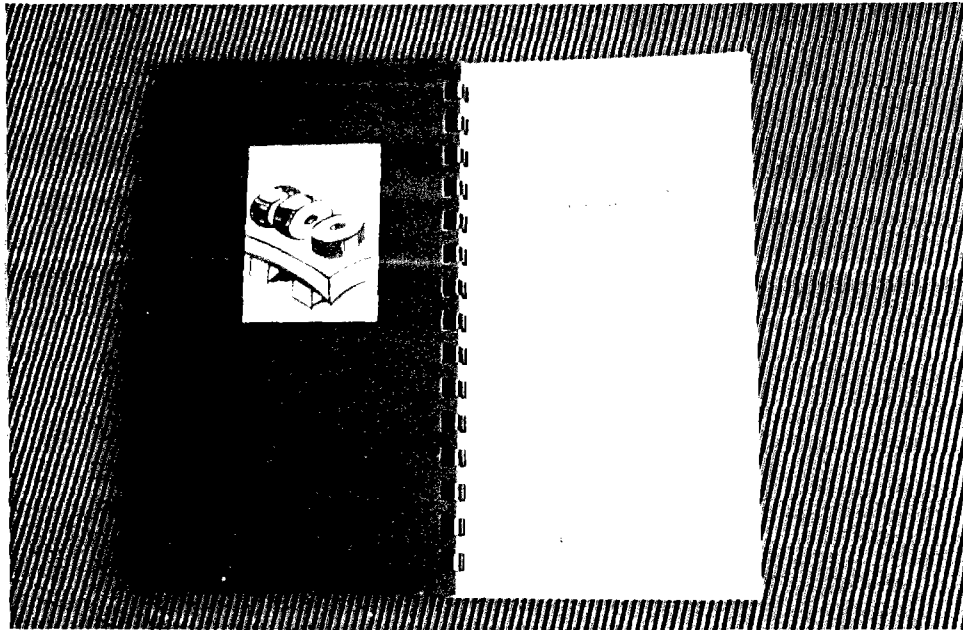


คู่มือบริการข้อมูลต่าง ๆ (SERVICE DIRECTORY)

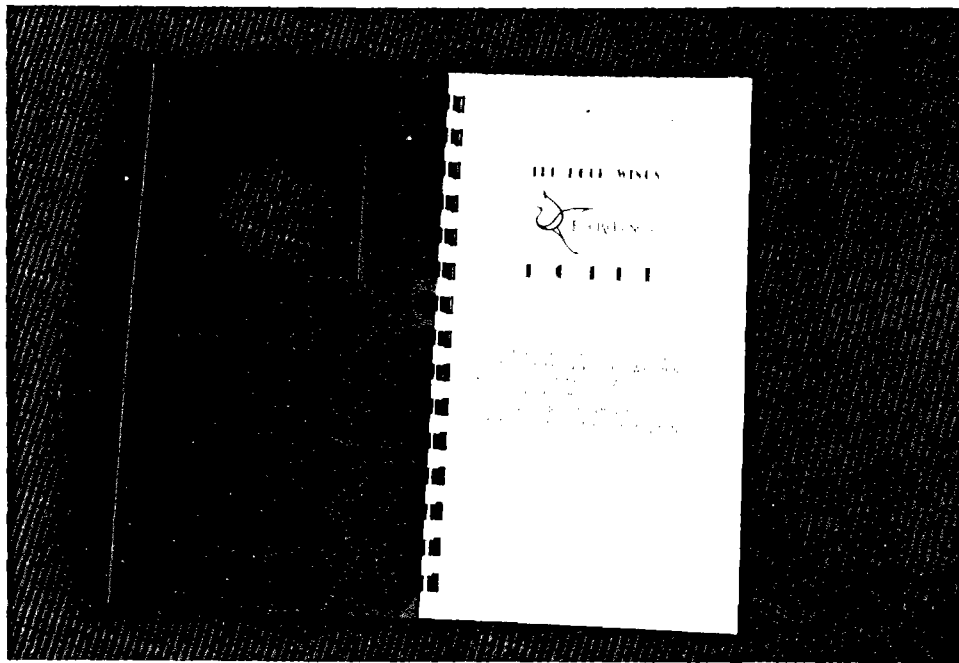


ใบชำระของโรงแรม

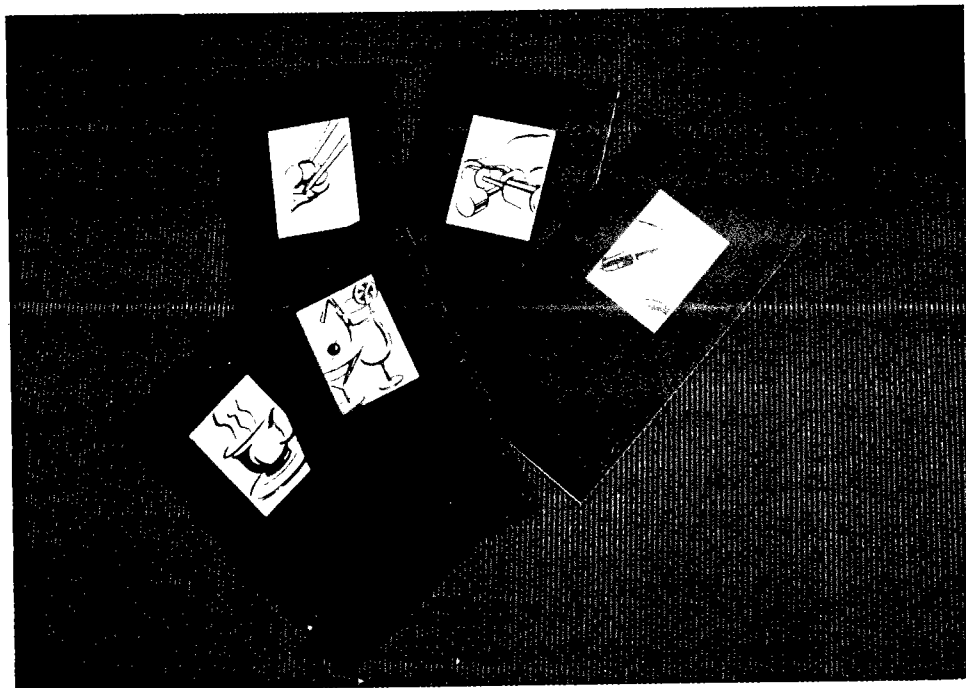




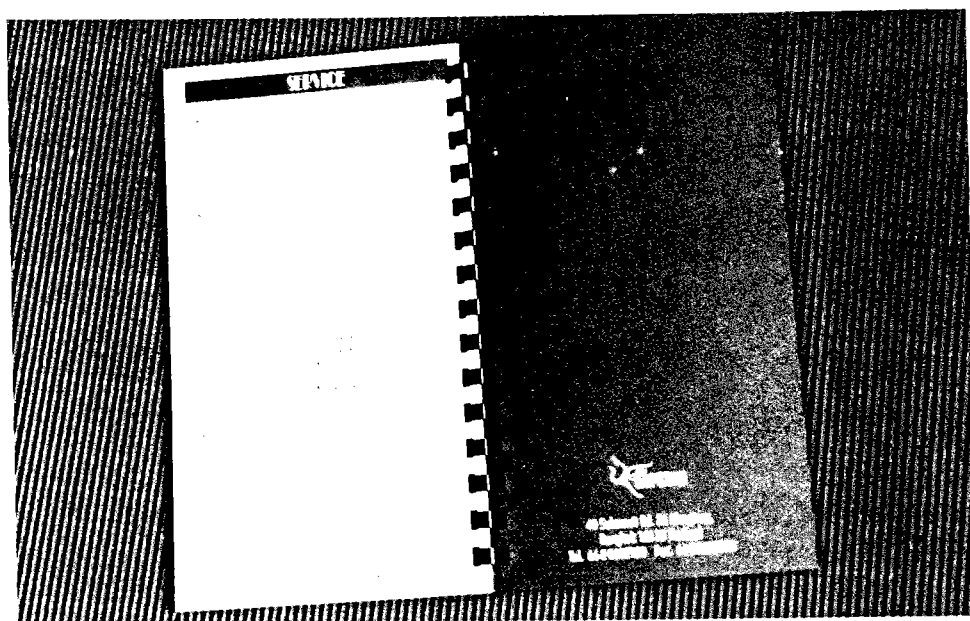
รูปแบบภายในของโบว์ชาร์



หน้าปกใช้วิธี DIE-CUT

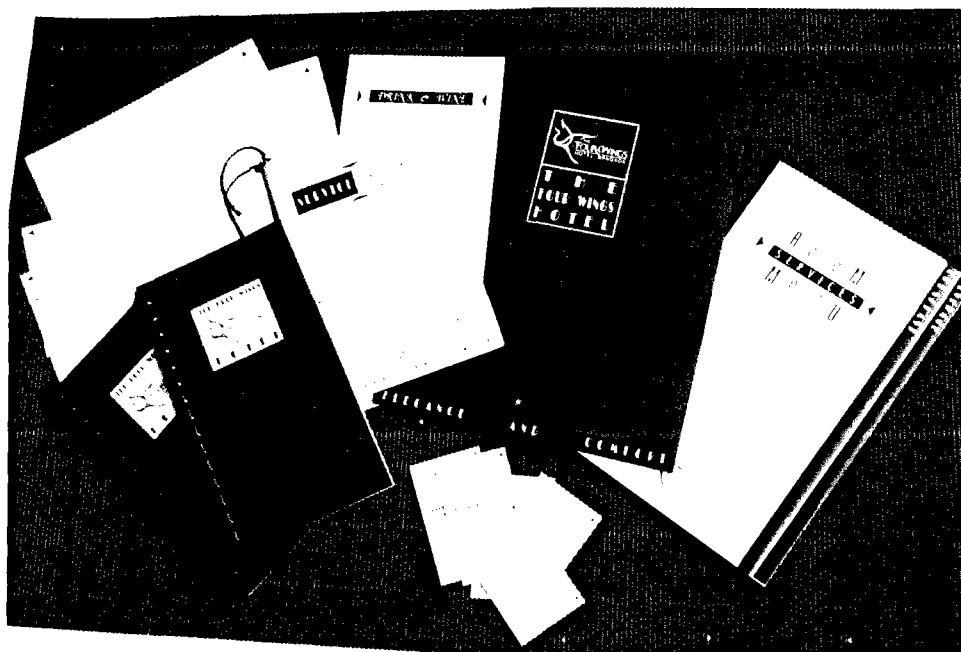


ภาพประกอบภายในโบรชัวร์



ปกหลังด้านใน

สิ่งพิมพ์สำหรับใช้ภายในห้องพักทั้งหมดของโรงแรมพร็วี่วิลล์



บทที่ 4

อภิปรายผล

ในกระบวนการการทำงานออกแบบสิ่งพิมพ์ชิ้นหนึ่งๆนั้น เป็นการทำงานที่ต้องผ่านขั้นตอนการดำเนินงานหลายขั้นตอนกว่าจะออกมาเป็นงานสำเร็จที่เราได้เห็นกัน เพราะฉะนั้น จึงจำเป็นต้องศึกษาและค้นคว้าเกี่ยวกับข้อมูล ระบบ ขั้นตอน และกระบวนการผลิต เพื่อที่จะให้ผลงานออกมาเป็นที่ยอมรับ และตรงตามวัตถุประสงค์

จากการทำงานศิลปนิพนธ์อันหัวเรื่อง "โครงการออกแบบสิ่งพิมพ์สำหรับใช้ภายในห้องพักของโรงแรม แพร่วิเศษ" เป็นการทำงานที่จะต้องนำเอาความรู้จากภาคทฤษฎีมาประกอบกับการปฏิบัติงานจริงตลอดเวลา โดยได้เน้นเนื้อหาการผลิต การทำส่วนที่เป็นภาพประกอบ การออกแบบ หรือ ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาข้อมูล การวิจัยงานเื่อต่างๆ ตลอดจนผลที่จะได้รับ เพื่อที่จะได้นำไปใช้ได้จริง การทำงานได้เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนพื้นฐานหลัก คือ การศึกษาค้นคว้าข้อมูล การวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งเป็นขั้นตอนที่สำคัญยิ่งก่อนการทำงานใดๆก็ตาม เป็นการศึกษาถึงวัตถุประสงค์ของภาพโดยรวมของการทำงานทั้งหมด จนถึงขั้นการทำงานในส่วนออกแบบที่ต้องอาศัยองค์ประกอบด้วยกันหลายส่วน คือ องค์ประกอบของการจัดวางรูปแบบ และองค์ประกอบในส่วนที่เป็นภาพ

องค์ประกอบในการจัดวางรูปแบบ ในส่วนนี้จะประกอบด้วยตัวหนังสือ สดสวย หัวเรื่อง ข้อความ รูป สัญลักษณ์ ฯลฯ ซึ่งแต่ละส่วนก็มีความสำคัญ และมีจุดเด่นในตัวเอง

องค์ประกอบต่อมาคือ องค์ประกอบในส่วนที่เป็นภาพ คือ ตัวภาพจะต้องมีการวางรูปแบบ จัดวางภาพให้เหมาะสมกับเนื้อหา ภาพที่ดีต้องสะอาดตา และเรียกร้องความสนใจจากผู้รับสารได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งจะช่วยให้ส่วนนี้น่าสนใจมากขึ้น

ปัญหาอย่างหนึ่งที่ควรคำนึงถึงก็คือ งานออกแบบไม่ใช่งานที่เราจะทำอะไรตามแต่ใจตัวเอง แต่งานออกแบบจะต้องทำงานเพื่อสนองความต้องการของตลาด คือ บางลักษณะต้องทำตามตลาดตามกลุ่มเป้าหมาย การที่จะกำหนด สีเส้น รูปแบบ อาจจะต้องงาหักกลมกลืนกับเนื้อหาที่ได้รับมา เพื่อความเหมาะสมและสอดคล้องกัน เพราะการรับรู้ของผู้คนทุกๆไปจะไม่เหมือนกัน นักออกแบบจึงจำเป็นต้องพัฒนาความคิดให้สอดคล้องกับผู้รับสารานลักษณะต่างๆหรือกลุ่มเป้าหมายให้เข้าจตรงกันมากที่สุด

การออกแบบหรือสร้างสรรค์ผลงานนั้น จะให้ประสบความสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับว่า ผู้ออกแบบจะนำเอารูปแบบงานลักษณะใดมาเสนอให้ตรงกับบุคลิกของงานของจุดประสงค์ของเนื้อหา ออกมาให้เห็นอย่างไร ผลจะสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับว่าเราจะบอกอะไรกับคนรับสาร หรือนำเสนอได้ตรงจุดมากน้อยเพียงไร สามารถเกิดการประทับใจหรือจดจำได้มากน้อยเท่าไร ซึ่งต้องหมั่นประเมินผลงานสิ่งเหล่านี้ตลอดระยะเวลาการทำงาน เพื่อที่จะได้รับการปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาให้ดีขึ้นต่อไป

ผลงาน

สำหรับผลงานศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้ แม้จะไม่ได้มีการผลิตขึ้นเพื่อนำมาใช้จริง แต่ผู้ออกแบบก็ได้ออกแบบมาเพื่อใช้งานได้จริง ผลงานโดยส่วนใหญ่ออกมาได้ทำตามขอบเขตที่วางไว้ตั้งแต่ต้น ซึ่งผลออกมาคิดว่าเป็นที่พอใจในระดับหนึ่ง จะมีข้อผิดพลาดบ้างในเรื่องของสีและปัญหาที่เกิดขึ้นขั้นตอนการพิมพ์ แต่ก็ถือว่าตรงตามจุดประสงค์ที่วางไว้ คือ การสร้างความเป็นเอกภาพให้กับสิ่งพิมพ์ภายในห้องพักของโรงแรม และสร้างสรรค์สิ่งพิมพ์ขึ้นมาให้เกิดรูปแบบงานการนำเสนอใหม่ จึงน่าจะนับได้ว่าประสบความสำเร็จตามจุดประสงค์ที่วางไว้ ชิ้นหนึ่ง

ปัญหาที่พบในการทำโครงการ

1. ปัญหาที่พบในกระบวนการศึกษารวบรวมข้อมูลความรู้

- ข้อมูลที่ได้จากหนังสือบางส่วนเป็นข้อมูลที่ล้าสมัย เช่น ข้อมูลในเรื่องระบบการพิมพ์ ชนิดและประเภทของกระดาษ เป็นต้น
- การรวบรวมข้อมูลจากหลายแห่ง บางครั้งทำให้เกิดความสับสน เพราะบางเนื้อหาที่ข้อมูลไม่ตรงกัน
- ข้อมูลเรื่องเทคนิคและวิธีการพิมพ์ ในขั้นตอนการปฏิบัติงานจริงบางครั้งไม่สามารถกระทำได้

2. ปัญหาที่พบในกระบวนการออกแบบ

- การออกแบบไม่ลงตัว
- มักยึดติดกับรูปแบบเก่าๆ ทำได้แค่ออกแบบไว้

- คำนึงถึงขั้นตอนที่จะผลิตจริงมากเกินพอ ทำให้ความคิดในการออกแบบถูกจำกัด
- ผลงานบางชิ้นออกแบบไว้เกินความสามารถที่จะเป็นจริงได้ เมื่อเทียบกับงบประมาณที่มีอยู่
- การออกแบบล่าช้า เนื่องจากความไม่ชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์กราฟฟิก

3. ปัญหาที่พบในกระบวนการผลิต

- กระดาษที่ใช้ในการทำหัวจดหมาย ซอง นามบัตร มีค่อนข้างจำกัด
- ในการพิมพ์ระบบออฟเซต เรื่องของเปอร์เซ็นต์สี ไม่สามารถผสมได้ตามตัวอย่างสีที่กำหนด

พบได้ ทำให้สีมีความผิดเพี้ยนบ้าง ไม่ตรงตามความต้องการเท่าที่ควร

- การทำดีเบตจากความไม่เข้าใจ และการดูแลไม่ทั่วถึง
- ต้นแบบชุดเมนูอาหาร มีรายละเอียดค่อนข้างมาก ทำให้ยากต่อการถ่ายภาพ และพิมพ์ในระบบซิลค์สกรีน

- ระดับฝีมือช่างยังไม่ได้เกณฑ์ที่เราต้องการ
- การทำงานล่าช้าทำให้แผนงานรวมคลาดเคลื่อน

ข้อเสนอแนะในการทำงาน

1. ข้อเสนอแนะในกระบวนการศึกษารวบรวมข้อมูลความรู้

- ควรหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลหลายๆแห่ง เพื่อให้ได้ข้อมูลมากเพียงพอ และถูกต้องที่สุด
- ควรโทรศัพท์ที่จะให้ข้อมูลก่อนที่จะไปสัมภาษณ์
- ควรใช้เวลาในการหาข้อมูลอย่างเต็มที่
- ไม่ควรยึดกับข้อมูลที่ได้จากหนังสือเป็นหลัก เพราะบางครั้งงานการปฏิบัติงานจริงไม่สามารถกระทำได้

2. ข้อเสนอแนะในกระบวนการออกแบบ

- ควรวางแผน และกำหนดแนวความคิดในการออกแบบก่อนที่จะเริ่มทำโครงการ
- ควรศึกษาพื้นฐาน หลักการ และขั้นตอนของการออกแบบก่อนที่จะเริ่มดำเนินการ
- การกำหนดระยะเวลาในการออกแบบ ควรเผื่อเวลาสำหรับการแก้ไข ในกรณีที่เกิดปัญหา

- การออกแบบควรคำนึงถึงความสามารถที่จะเป็นจริงได้ในขั้นตอนการผลิต
- การออกแบบควรสนองตอบความต้องการได้ตรงตามวัตถุประสงค์

3. ข้อเสนอแนะในกระบวนการผลิต

- การทำงานที่เป็นการว่าจ้างก่อนเริ่มงานควรตกลงหาความเข้าใจเกี่ยวกับต้นแบบให้เข้าใจตรงกันเสียก่อน

- การทำงานที่เป็นการว่าจ้างต้องคอยควบคุมดูแลอยู่เสมอ เพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพ และตรงตามเวลา

- ควรเผื่อระยะเวลาสำหรับแก้ไข เมื่อเกิดการผิดพลาดในขั้นตอนการผลิต
- การผลิตจะต้องมีขั้นตอนการทำงานที่มีระบบ

บรรณานุกรม

- กัณฐ สัตยกุล. หนังสือและการพิมพ์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภา, 2525.
- ชัยณรงค์ เจริญพาณิชย์กุล. ภาพพิมพ์ : ภาพพิมพ์สีลดสีกรีน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :
ภาควิชาศิลปศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.
- ประชิด ทิณบุตร. การออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2530.
- ปรีชา แดงโรจน์. การโรงรม. กรุงเทพฯ : ยูไนเต็ดโปรดักชั่น, 2530.
- ๗ ปากน้ำ. หลักการอาชีพ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2528.
- นิพนธ์ ทวีภาณุจน์. ตะแกรงไหม. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2530.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. ออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ : วัฒนา อาร์ต, 2531.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 9-15.
พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. การผลิตงานประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 1-8.
พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์ หน่วยที่ 8-15.
พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531.