

**บทที่ 1**  
**การผลิตสิ่งพิมพ์โฆษณา**  
**PRINT ADVERTISEMENT PRODUCTION**

- ความนำ
- อุตสาหกรรมกรพิมพ์
- ผู้บริหารการผลิต
- การควบคุมคุณภาพ
- ฝ่ายประสานงาน
- หน้าที่ของฝ่ายประสานงาน
- แผนกรพิมพ์
- สรุป

## ความมุ่งหมาย

1. เพื่อให้ผู้ศึกษาได้ทราบและเข้าใจถึงธุรกิจอุตสาหกรรมการพิมพ์
2. เพื่อให้ผู้ศึกษาได้ทราบถึงหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารการผลิต
3. เพื่อให้ผู้ศึกษาได้ทราบถึงคุณลักษณะของผู้บริหารการผลิต
4. เพื่อให้ผู้ศึกษาได้ทราบถึงความจำเป็นในการควบคุมคุณภาพของงานพิมพ์
5. เพื่อให้ผู้ศึกษาได้ทราบถึงหน้าที่และความรับผิดชอบของฝ่ายประสานงานการผลิต
6. เพื่อให้ผู้ศึกษาได้ทราบขอบข่ายงานของหน่วยการพิมพ์

# บทที่ 1

## การผลิตสิ่งพิมพ์โฆษณา

### PRINT ADVERTISEMENT PRODUCTION

#### ความนำ (Introduction)

เมื่อกล่าวถึงธุรกิจในปัจจุบันนี้ เราต้องยอมรับกันว่าชีวิตธุรกิจในแต่ละวันจะหลีกเลี่ยงไม่พ้นสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ ตั้งแต่กระดาษพิมพ์จดหมาย ของจดหมาย กระดาษจดบันทึก สมุดประวัติ บริษัท หนังสือพิมพ์ธุรกิจ ใบเสร็จรับเงิน สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เหล่านี้ได้ถูกออกแบบให้มีลักษณะและรูปแบบต่าง ๆ ให้เป็นที่สนใจ และมีเอกลักษณ์เหมาะสมกับหน้าที่ของสิ่งพิมพ์นั้น ๆ และงานส่วนหนึ่งที่เรารู้ว่าเป็นหัวใจของธุรกิจก็คือ งานการตลาด ซึ่งเรารู้ว่าสิ่งพิมพ์โฆษณาก็เป็นหัวใจอันหนึ่งของการตลาดเช่นกัน

เมื่อเราพิจารณาถึงงานพิมพ์ที่บริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) เป็นผู้รับผิดชอบในการผลิตแล้ว จะเห็นได้ว่าเป็นการผลิตที่มีขอบเขตความรับผิดชอบกว้างขวางมาก ภายในบริษัทตัวแทนโฆษณาจะไม่มีการกำหนดกฎเกณฑ์ที่ตายตัวเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของแต่ละแผนกย่อย ๆ แต่อย่างไร ทั้งนี้ เพราะแต่ละบริษัทตัวแทนโฆษณาจะมีขนาดแตกต่างกันออกไป การจัดรูปแบบการทำงานรวมทั้งปรัชญาของบริษัทฯ แต่ละบริษัทฯ ก็แตกต่างกันออกไป ด้วย รูปแบบของงานที่รับผิดชอบก็ต้องปรับให้เหมาะสมกับความต้องการ ในบางบริษัทตัวแทนโฆษณานั้นอาจจะรวมฝ่ายผลิตเข้าไว้กับฝ่ายสร้างสรรค์งาน ซึ่งในบริษัทตัวแทนโฆษณาอื่นอาจจะจัดแยกออกจากกันบางแห่งก็รวมเอาฝ่ายซื้อสื่อสิ่งพิมพ์รวมเข้าไว้กับฝ่ายผลิตงานพิมพ์ ในขณะที่บางแห่งก็แยกฝ่ายซื้อสื่อสิ่งพิมพ์และฝ่ายผลิตงานพิมพ์นี้ออกจากกัน อย่างไรก็ตามในบทนี้จะได้กล่าวถึงระบบที่สามารถใช้ได้โดยทั่วไปในทุก ๆ บริษัทตัวแทนโฆษณา แม้ว่าหน่วยงานต่าง ๆ ของแต่ละบริษัทตัวแทนโฆษณาจะมีความรับผิดชอบแตกต่างกันก็ตาม

#### อุตสาหกรรมกราฟิก (Printing Industry)

ก่อนที่จะได้กล่าวถึงงานการผลิตงานพิมพ์ของบริษัทตัวแทนโฆษณา ใคร่ขอให้ได้มีการพิจารณาถึงหน่วยงานผลิตงานพิมพ์ก่อนการพิมพ์นั้นเป็นอุตสาหกรรมที่เจริญมาหลายศตวรรษแล้ว เริ่มจากการที่มีการแกะสลักตั้งแต่ชาวจีนรู้จักผลิตกระดาษ เพื่อใช้กับงานพิมพ์จากไม้ แกะสลัก (Woodcuts) ในศตวรรษที่ 8 แล้วค่อย ๆ เจริญเรื่อยไปแพร่หลายไปทางตะวันออก ผ่านทวีปยุโรป และพัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ จนกลายเป็นเทคนิคอย่างที่เราได้พบเห็นอยู่ในปัจจุบัน จากงานพิมพ์โดยไม้แกะสลักที่เราถือว่าเป็นพื้นฐานที่สุดของงานพิมพ์ พัฒนาเรื่อยมาจนถึงการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในปัจจุบันเช่น การควบคุมการพิมพ์ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ การตกแต่ง ดันฉบับหรือการจัดวางหน้าด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

ในอุตสาหกรรมการพิมพ์เป็นเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมอื่นที่หน่วยงานหรือสำนักงานจะเป็น ศูนย์รวมความคิดและข้อมูลต่าง ๆ ในส่วนของความคิดก็คือ เรื่องของการเขียนข้อความต่าง ๆ โดยแปลงมาเข้ากระบวนการในการผลิต ข้อมูลต่าง ๆ ก็คือส่วนที่ถูกเก็บไว้จนกว่าจะมีการ นำเอาออกมาใช้ วัตถุประสงค์ของหน้าที่ทั้ง 2 ประการนี้ก็คือ ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจสิ่งที่ได้ผลิต ออกมาจึงต้องอาศัยความสามารถหลาย ๆ อย่างในการให้บรรลุเป้าหมายนี้

พนักงานบางคนจะทำหน้าที่ในการเขียน ซึ่งนักเขียนงานโฆษณาจะสื่อสารถึงคุณค่า และวัตถุประสงค์ของสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภค ฝ่ายเทคนิคก็ใช้ความรู้และทักษะทางวิทยาศาสตร์ผสมผสานกับทักษะในการเขียนช่วยให้ผู้บริโภคเข้าใจในส่วนของเทคนิค และผู้ตรวจข้อความก็จะเกี่ยวข้องกับนักเขียนคนอื่น ๆ โดยตรวจต้นฉบับดูว่าแนวคิดนั้นสื่อสารกับผู้อ่านได้อย่าง มีประสิทธิภาพหรือไม่รวมทั้งตรวจสอบเรื่องไวยากรณ์ และวิธีการเขียน

นอกจากนี้ ก็ยังมีบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับการผลิตด้วยก็คือ ผู้ ประเมินราคา (Estimator) ซึ่งจะทำหน้าที่พิจารณาว่างานพิมพ์นั้นจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเท่าไร โดยพิจารณาราคาวัสดุ, ค่าเครื่องจักรและค่าแรงผู้ประเมินราคานี้จะต้องทราบต้นทุนของการ เดินเครื่องจักร เงินเดือน และกำไร ควบคู่ไปกับต้นทุนวัสดุต่าง ๆ เพื่อประเมินราคาให้กับผู้บริโภค

ผู้ที่ทำงานการผลิตงานพิมพ์จะต้องเผชิญกับสิ่งที่ท้าทายมากมาย เช่น การพัฒนา เทคนิคทางการพิมพ์ใหม่ ๆ การโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพพจน์โดยใช้งานพิมพ์ การ พิมพ์สีในวงการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย การใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์แทนที่การ แกะสลักตัวไม้ในอดีตพิถีพิถันทางการพิมพ์ ซึ่งถือว่าเป็นตัวกำหนดปริมาณการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพิมพ์สีให้เร็วขึ้นประหยัดขึ้น และมีความสมดุลงามมากขึ้น การพัฒนามาตรฐานของฟิล์ม การจัดหน้าอัตโนมัติ การผลิต และการควบคุมลูกกลิ้ง ดังนั้นบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตจึง มีความรับผิดชอบโดยตรงและเป็นความรับผิดชอบที่ต่อเนื่องเพื่อที่จะให้บริษัทตัวแทน โฆษณาหรือผู้โฆษณา (Advertiser) สามารถกำหนดผลประโยชน์หรือผลกำไรสูงสุดที่จะได้รับ จากงานการพิมพ์

### **ผู้บริหารการผลิต (The Production Executive)**

อุตสาหกรรมการพิมพ์ เป็นอุตสาหกรรมที่ขอข่ายความรับผิดชอบกว้างขวางมาก ซึ่งใน อุตสาหกรรมทางการพิมพ์จะมีทั้งงานด้านการผลิต (Production) และกระบวนการของการพิมพ์ (Printing Process or Reproduction Process) สำหรับงานโฆษณาที่เป็นสิ่งพิมพ์จะมี ฝ่ายบริหารการผลิตเป็นผู้รับผิดชอบ ซึ่งผู้บริหารการผลิตจะต้องเป็นผู้ที่คลุกคลีและมีความเข้าใจ ในระบบการพิมพ์ทุก ๆ ระบบเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการพิมพ์ในระบบเรียงพิมพ์ (Letterpress) การพิมพ์พื้นราบหรือระบบออฟเซ็ท (Lithography or Offset) การพิมพ์ซิลค์สกรีน (Silk Screen Printing) และการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ (Package) ในระบบกราวิัวร์ (Gravure) รวมทั้งเทคนิคในการ ผลิตแม่พิมพ์ (Plate Making) และเทคนิคการทำงานของแท่นพิมพ์แบบต่าง ๆ ผู้บริหารการ ผลิตจะต้องพยายามใช้ความรู้ความสามารถที่มีอยู่ในการตรวจสอบความถูกต้องและคุณภาพของ

งานพิมพ์นั้น ๆ ในแต่ละส่วนตั้งแต่เริ่มกระบวนการผลิตต้นฉบับในงานพิมพ์ การผลิตแม่พิมพ์ไปจนถึงขั้นตอนของการพิมพ์

นอกจากงานการควบคุมการทำงานในกระบวนการผลิตแล้ว ผู้บริหารการผลิต จะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถเพียงพอที่จะให้คำแนะนำ ความกระจ่างต่าง ๆ กับบริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) ได้เป็นอย่างดี จะต้องเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ควบคุมลูกค้า (Client) ได้มีความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อที่เกี่ยวข้องกับงานพิมพ์ทั้งหมด ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ให้กับงานพิมพ์นั้น ๆ นั้นเอง นอกจากนี้แล้ว ผู้บริหารการผลิตเหล่านี้ ยังต้องทำหน้าที่ให้คำปรึกษากับฝ่ายงานกราฟิก (Graphic Reproduction) ในส่วนที่มีความสัมพันธ์กับงานสร้างสรรค์ (Creative) เพราะเป็นจุดเริ่มต้นของการคิดสร้างสรรค์งานและให้ปรากฏออกมาในรูปของงานพิมพ์นั่นเอง หากฝ่ายงานกราฟิกขาดความรู้และไม่ได้รับคำแนะนำที่ถูกต้องแล้ว ผลงานที่ผลิตออกมาก็จะด้อยคุณภาพ หรือว่าการปฏิบัติงานก็จะทำได้ยากลำบาก มีอุปสรรค

เป็นที่เข้าใจผิดกันโดยทั่วไปว่า ผู้บริหารการผลิตมีเพียงความรู้ทางการพิมพ์ก็เพียงพอแล้ว นอกเหนือจากที่ได้กล่าวมาข้างต้นไม่ว่าจะเป็นความรู้ในเรื่องการผลิตกราฟิกและแนวคิดสร้างสรรค์แล้ว ผู้บริหารการผลิตควรจะมีความรู้เรื่องการผลิตงานภาพถ่าย การเก็บรักษาฟิล์มและการใช้เลนส์ เพื่อการถ่ายภาพชนิดต่าง ๆ การดำเนินการในห้องแลปสี การตกแต่งภาพสี (Retouching) และภาพขาวดำ (Halftone) รวมทั้งเทคนิคในการเตรียมอาร์ตเวอร์ค (Artwork or AW) ด้วย ที่จะนำมาใช้ในการผลิตแม่พิมพ์สำหรับงานพิมพ์นั้น ๆ

ภาพถ่ายหรือรูปภาพที่สวยงามมีความหมายอาจจะไม่มีความหมายในทางโฆษณาอะไรเลยก็ได้ ถ้าหากว่าเรานำภาพนั้นไปผลิตใหม่ (Reproduction) ในทางการพิมพ์ และไม่สามารถทำให้ภาพที่พิมพ์ออกมานั้นยังคงแสดงความคิดสร้างสรรค์ได้ตามที่เราต้องการ ดังนั้น ในการจัดเตรียมต้นฉบับ (Original) หรืออาร์ตเวอร์ค (Artwork) จำเป็นที่จะต้องมีเทคนิคและมีกฎเกณฑ์ในการพิมพ์ที่ถูกต้องแน่นอน สิ่งเหล่านี้อาจจะไม่เกิดขึ้นได้ ถ้าหากว่าไม่ได้รับคำแนะนำที่ถูกต้องซึ่งคำแนะนำเหล่านี้จะได้มาจากพนักงานฝ่ายการผลิตเท่านั้น โดยสรุปแล้วถ้าเราพิจารณางานของผู้บริหารงานการผลิตแล้วก็จะเปรียบเสมือนกับเป็นท่อลำเลียง ซึ่งอาร์ตเวอร์คต่าง ๆ จะผ่านไปตามท่อจนถึงผู้พิมพ์หรือโรงพิมพ์และเมื่อนั้น ผู้บริหารการผลิตก็จึงค่อยแน่ใจได้ว่า งานที่ผลิตออกมาจากบริษัทตัวแทนโฆษณานั้นสามารถนำไปพิมพ์ได้และอาร์ตเวอร์คที่ดีนั้นก็ทำให้การผลิตแม่พิมพ์และการพิมพ์ดูมีคุณค่าและยังคงรักษาแนวความคิดสร้างสรรค์เดิมได้มากที่สุด

ผู้บริหารการผลิตที่ดีนอกจากจะเป็นผู้ที่มีความรู้กว้างขวางด้านเทคนิคและพื้นฐานทางเทคนิคดีและต้องทราบความเป็นมาว่าจะผลิตงานพิมพ์นั้นอย่างไร ยังไม่เพียงพอ จะต้องเป็นผู้ที่

สามารถจัดระบบการผลิตงานให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สำคัญก็คือ จะต้องจัดการกับทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องในการผลิตงานพิมพ์นั้นโดยแน่ใจว่า เราได้เลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมกับงานพิมพ์และเหมาะสมกับกาลเวลา

การทำงานของผู้บริหารการผลิตนั้นจะสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกับฝ่ายประสานงาน(Traffic) ฝ่ายธุรการ (Administration) และฝ่ายบริการลูกค้า (Client Service) ดังนั้น ฝ่ายบริหารการผลิตจะต้องพยายามให้ได้รับต้นฉบับงานพิมพ์ให้ตรงเวลา เช่น อาร์ทเวอร์คและจะต้องคอยประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ให้บริการกับฝ่ายต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถผลิตงานได้ทันส่งโรงพิมพ์ตามเวลาที่ต้องการ

แต่ก่อนที่จะมาถึงขั้นตอนการประสานงานข้างต้นนั้นฝ่ายบริหารการผลิตจะต้องรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นที่จะไม่ให้งานผิดพลาด ตามปกติการทำงานตามรายละเอียดที่มาจากฝ่ายสื่อเพียงอย่างเดียววันนั้นไม่เพียงพอเพราะข้อมูลจากฝ่ายสื่อจะกล่าวถึงขนาดของงานพิมพ์ที่ลูกค้าต้องการ วันส่งต้นฉบับ ข้อมูลทางเทคนิคบางอย่างที่จำเป็น เช่น ระบบการพิมพ์ วัสดุที่ใช้หรือลักษณะของอาร์ทเวอร์คที่ต้องการ การพิมพ์สกรีน เป็นต้น

แต่สำหรับการพิมพ์สีในระบบออฟเซตในงานโฆษณาฝ่ายบริหารการผลิตจะต้องทราบเกี่ยวกับกระบวนการพิมพ์ สมรรถนะทางการพิมพ์ของโรงพิมพ์หรือแท่นพิมพ์นั้น ๆ ว่าพิมพ์ได้สีเดียวหรือสองสีหรือว่าพิมพ์ 4 สีพร้อมกันได้เลย รายละเอียดเกี่ยวกับหมึกพิมพ์ กระดาษที่จะใช้ จังหวะของการพิมพ์และข้อมูลทางเทคนิคอื่น ๆ เช่น การทำเทคนิคพิเศษ การพิมพ์สีพิเศษ เป็นต้น ซึ่งจะต้องแจ้งให้ฝ่ายผลิตได้ทราบ ทั้งนี้ เพื่อการผลิตงานได้ออกมาอย่างถูกต้อง ถ้าฝ่ายบริหารการผลิตมีข้อมูลที่กล่าวข้างต้นมานี้อยู่แล้ว ก็จะสามารถวางแผนงานแบบก้าวหน้า (Progressive Plan) ได้จากขั้นตอนต่าง ๆ ตั้งแต่การเตรียมอาร์ทเวอร์ค การแยกสีและทำแม่พิมพ์ (Color Separation and Plate Making) และการปริ๊ฟ (Proofing) งานพิมพ์นั้นถ้าหากต้องการรวมไปถึงการให้เวลาที่เพียงพอกับการให้ลูกค้าได้พิจารณางานพิมพ์นั้น

### **การควบคุมคุณภาพ (Quality Control)**

ด้วยเหตุที่อุตสาหกรรมทางการพิมพ์มีความซับซ้อนขึ้น ดังนั้น ต้นฉบับของงานพิมพ์หรืออาร์ทเวอร์คจะต้องดีเยี่ยม บริษัทตัวแทนโฆษณาและผู้โฆษณาเองก็ต้องการงานพิมพ์ที่มีคุณภาพดีด้วย จึงจำเป็นต้องอยู่ที่บริษัทตัวแทนโฆษณาและผู้โฆษณาจะต้องหาข้อมูลบางอย่างที่จำเป็นและสามารถใช้ควบคุมคุณภาพของงานเพื่อให้ได้งานที่มีประสิทธิภาพตั้งแต่ข้อมูลในการเตรียมงานตั้งแต่เริ่มแรกไปจนถึงงานพิมพ์นั้นสำเร็จออกมา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ทำงานด้านการพิมพ์ในวงการโฆษณาให้ความสนใจมากเป็นพิเศษ ซึ่งไม่ได้หมายความว่า จะให้ได้งานพิมพ์ที่ออกมาดีเพียงอย่างเดียว แต่หมายความว่ารวมไปถึงการเตรียมอาร์ทเวอร์คที่ดีด้วย ดังนั้น เราต้องให้แน่ใจว่าผลงานที่พิมพ์ออกมานั้นได้รวมเอาทั้งเนื้อหาของงานและแนวความคิดสร้างสรรค์เข้าไว้ด้วย

การที่ฝ่ายบริหารการผลิตมีความรู้ทางด้านเทคนิคจะช่วยให้ได้ใช้แนวความคิดสร้างสรรค์ผลิตงานได้อย่างมีคุณค่า ซึ่งเราถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการควบคุมคุณภาพ หากลูกค้าเป็นผู้ที่พิถีพิถันในงานโฆษณานั้น ๆ จะไม่ยอมปล่อยให้งานแต่ละขั้นตอนผ่านไปโดยที่ไม่ได้มีการบอกกล่าวให้ได้รับทราบกัน เพราะฝ่ายออกแบบงานพิมพ์ได้พยายามออกแบบงานและสร้างสรรค์งานออกมาเป็นอย่างดีแล้ว ดังนั้น ในการสร้างสรรค์งานพิมพ์ งานด้านการผลิตกราฟิก (Graphic Reproduction) และการพิมพ์จึงเป็นส่วนที่แยกออกจากกันไม่ได้

ในกรณีที่ต้องมีการใช้ภาพถ่ายในงานพิมพ์ ก็จำเป็นที่ฝ่ายบริหารการผลิตจะต้องมีความสามารถในการที่จะแยกแยะคุณลักษณะของสีที่จะพิมพ์ออกมาให้ได้ เช่น ความสมดุลของสี การแบ่งชั้นของสี ความตัดกัน ความผิดเพี้ยน ความชุ่มน้ำ ข้อจำกัดของสี โครงสร้างและช่วงความหนาแน่นของเม็ดสี (Granular Structure and Density Rouge)

นอกจากนี้ ยังต้องมีความสามารถให้คำแนะนำในด้านเทคนิคการตกแต่งแก้ไขต้นฉบับ (Retouching) มีความชำนาญเกี่ยวกับงานในห้องแลปสี ซึ่งรวมถึงการทำสไลด์ขึ้นมาใหม่ (Slide Duplication) การถ่ายสไลด์ต้นฉบับที่เป็นอาร์ตเวอร์คพื้นเรียบ เช่น งานวาดเขียนต่าง ๆ ความรู้ทางด้านเทคนิคต่าง ๆ ของฝ่ายบริหารการผลิตจะเป็นประโยชน์อย่างมากในการช่วยการทำงานของฝ่ายศิลป์ ในบางประเทศ เช่น ในอังกฤษนั้นอาร์ตเวอร์คของงานพิมพ์ส่วนใหญ่ (ประมาณ 40%) มีคุณภาพต่ำ ซึ่งหมายถึงการได้งานพิมพ์ที่ไม่ดีออกมาด้วย ดังนั้น ฝ่ายบริหารการผลิตจะต้องคอยช่วยเหลือและแนะนำเพื่อขจัดปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้และจะทำให้ได้งานที่มีคุณภาพ

ผู้ที่ไม่มีความรู้จริงเกี่ยวกับกระบวนการพิมพ์ยากที่จะวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับเทคนิคของการพิมพ์ที่จะใช้ เช่น ความแตกต่างของลักษณะการพิมพ์ระบบต่าง ๆ (Letterpress, Lithographic และ Gravure) บุคลากรด้านการพิมพ์จำเป็นต้องเข้าใจเพื่อประโยชน์ในการเตรียมอาร์ตเวอร์ค และเพื่อให้ได้งานปริ๊ฟหรืองานพิมพ์ออกมาให้ดี หากผู้ทำงานบริหารการผลิตไม่มีความเข้าใจถึงปัญหาต่าง ๆ ซึ่งเชื่อมโยงกันนี้ หรือไม่เข้าใจความสัมพันธ์ของคุณลักษณะต่าง ๆ เหล่านี้แล้วก็จะไม่สามารถพิจารณางานพิมพ์นั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและนั่นก็หมายถึง ผู้พิมพ์จะพิมพ์งานคุณภาพต่ำออกมาด้วย

การที่กล่าวว่าผู้บริหารการผลิต จะต้องมีความรู้ในเทคนิคต่าง ๆ ตั้งแต่ขั้นเตรียมงานไปจนถึงการพิมพ์จนงานสำเร็จนั้น ไม่ได้หมายความว่า จะต้องมีความรู้อย่างลึกซึ้งซึ่งทุกกระบวนการ เพียงแต่ขอให้มีความสามารถในการที่จะเชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ด้วยการจัดการตั้งแต่ขั้นของการคิดงานเริ่มแรกไปจนถึงขั้นสุดท้ายในการพิมพ์

## ฝ่ายประสานงาน (Traffic)

คำว่า Traffic นี้มีความหมายหลายอย่างสุดแต่ความเหมาะสมของงานที่รับผิดชอบ ซึ่งอาจจะหมายถึงฝ่ายจัดงานธุรการ ฝ่ายพัฒนาผลงานหรือฝ่ายควบคุมแต่ความรับผิดชอบแท้จริงแล้ว หมายถึงฝ่ายที่ทำหน้าที่รับผิดชอบประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ให้งานของลูกค้าสำเร็จออกมาอย่างมีประสิทธิภาพทั้งกระบวนการตั้งแต่การพยายามพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ไปจนถึงการปฏิบัติงานนั้นสำเร็จ ระบบงานของ Traffic จะแตกต่างกันไปตามความรับผิดชอบในบริษัท ตัวแทนโฆษณาบางแห่งจะแยก Traffic ออกเป็นหน่วยงานต่างหาก แต่ในบางบริษัทโฆษณาก็ให้อย่างเดียวกันกับฝ่ายผลิตและเรียกงานฝ่ายนั้นว่า เป็นฝ่ายผลิตประสานงาน (Production and Traffic) ไม่ว่าจะเรียกว่าอย่างไรก็ตาม หน่วยงาน Traffic นี้จะเป็นหน่วยงานที่มีความรับผิดชอบสูงมาก

## หน้าที่ของ Traffic

ฝ่ายประสานงานหรือ Traffic นี้ จะมีหน้าที่ต่าง ๆ ดังนี้

1. วางแผนประสานงาน ด้านการจัดการงานธุรการเพื่อให้งานดำเนินไปตามขั้นตอนระยะเวลา และงบประมาณที่ได้วางไว้ เพื่อให้ความคิดสร้างสรรค์นั้น คงมาตรฐานดีที่สุดในที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

การจัดการงานธุรการนี้เป็นงานส่วนที่เกี่ยวกับการประสานงานการติดต่อ งานหนังสือ (Correspondent) ในส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานด้านเทคนิค หรืองานการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนงานการรณรงค์โฆษณา (Advertising Campaign) ฝ่ายประสานงานหรือ Traffic นี้ จะต้องเร่งดำเนินการเพื่อให้งานของฝ่ายต่าง ๆ แต่ละขั้นตอนพัฒนาทันตามระยะเวลาที่กำหนด สอดคล้องกับแผนรวมของการโฆษณาตลอดทั้งโครงการ หากช่วงหนึ่งช่วงใดหยุดชะงักหรือล่าช้า ก็จะทำให้แผนงานขั้นต่อมาเสียหายไปด้วย

2. ควบคุมค่าใช้จ่ายทั้งภายในและภายนอกที่อาจจะเกิดความเสียหายได้ในแต่ละขั้นตอนของการทำงาน

การควบคุมค่าใช้จ่ายภายในนั้นหมายถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ในความรับผิดชอบเฉพาะภายในบริษัทตัวแทนโฆษณา ส่วนค่าใช้จ่ายภายนอก ก็จะมีค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่บุคคลภายนอก เช่น บริษัทรับจ้างผลิต (Production House) บริษัทตัวแทนจัดหาผู้แสดงแบบหรือถ่ายแบบ (Modeling Agency) โรงพิมพ์ (Printer) ฯลฯ เป็นผู้ดำเนินการ ซึ่งแต่ละส่วนจะมีค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น



งานการควบคุมงบประมาณ บริษัทตัวแทนโฆษณาในปัจจุบันนี้ได้แยกหน่วยงานเล็ก ๆ ออกมามากมาย จึงจำเป็นต้องมีการตัดรายจ่ายในส่วนต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็นออกบ้าง เช่น รายจ่ายในส่วนที่เกี่ยวกับการผลิตงานสร้างสรรค์และวัสดุที่เกี่ยวกับกลไกในการผลิต ก่อนจะไป ถึงขั้นการผลิต ซึ่งค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เหล่านี้ จะครอบคลุมไปถึงค่าใช้จ่ายในการถ่ายภาพ ค่านายแบบหรือ นางแบบ ค่าทำอาร์ตเวิร์ค กลไกต่าง ๆ ในการผลิตของบริษัทรับจ้างผลิตงาน (Production House) หรือโรงพิมพ์ (Printer) ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เหล่านี้ทั้งหมดกับค่าใช้จ่ายในส่วน ของสื่อ อาจจะทำให้ค่าใช้จ่ายรวมของแผนการรณรงค์ (Campaign) ทั้งหมด (ทั้งนี้ยังไม่รวมถึง ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ของลูกค้า) สิ้นเปลืองโดยไม่จำเป็นได้

การควบคุมค่าใช้จ่ายของ Traffic นี้ มิใช่การต่อรองราคาหรือการกำหนดค่าใช้จ่าย การผลิต เพียงแต่ประสานงานกับฝ่ายบริการลูกค้า (Client Service) ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบ งบประมาณของลูกค้าโดยตรงกับบุคลากรฝ่ายอื่นและบุคคลภายนอกให้ใช้จ่ายให้เป็นไปตามที่ได้ ตั้งงบประมาณ หรือที่ได้ตกลงกันไว้แล้ว งาน Traffic นี้ ต้องการผู้บริหารงานที่ทำงานใกล้ชิดกับ ฝ่ายควบคุมลูกค้า (Account Control) ฝ่ายสร้างสรรค์ (Creative) ฝ่ายสื่อ (Media) ฝ่ายผลิต (Production) ฝ่ายติดตามหนี้และการจำกัดสินค้า (Invoice) ผู้สนับสนุนจากภายนอก

### **แผนการพิมพ์ (The Print Department)**

ในระบบการใช้บริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) นั้น จะมีผู้รับผิดชอบใน การจัดซื้อวัสดุที่จะให้สนับสนุนแผนการรณรงค์ (Campaign) หลัก ๆ วัสดุเหล่านี้มีหลายรูปแบบ ตั้งแต่วัสดุที่ใช้ทำแผ่นปลิวแผ่นเดียวไปจนถึงการจัดนิทรรศการการที่ซับซ้อนต่าง ๆ ที่ใช้ กระดาษแข็งเป็นกลไกในการจัด ดังนี้ บุคคลที่ทำงานด้านการผลิตงานพิมพ์โฆษณา ซึ่งอยู่ เบื้องหลังงานเหล่านี้จึงจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ที่สลับซับซ้อนเหล่านั้นด้วย

โดยปกติในการทำงานของผู้บริหารการผลิตกับฝ่ายสื่อ นั้น ผู้ทำหน้าที่ซื้อสื่อเกี่ยวกับ สิ่งพิมพ์ จะต้องมีความรู้อย่างแจ่มแจ้งในเรื่องการทำเพลท (Plate) หรือการทำแม่พิมพ์และ กระบวนการพิมพ์ระบบต่าง ๆ ยิ่งไปกว่านั้นผู้บริหารการผลิตยังจำเป็นต้องมีความรู้ด้าน การพิมพ์ซิลค์สกรีน (Silk Screen) การพิมพ์ต่อภาพ (Flexography) การพิมพ์ด้วยความร้อน (Thermography) แม้วิธีการแกะลวดลายที่ไม่ค่อยได้ใช้ก็ต้องมีความรู้ด้วย และยังต้องมีความ เข้าใจ เกี่ยวกับเทคนิคการใช้กระดาษแข็งทำปกและเทคนิคการคลังสินค้า รวมทั้งปัจจัยด้านการพิมพ์ แบบต่าง ๆ ลำดับขั้นตอนทางการพิมพ์ที่ช่วยให้คำแนะนำถึงวิธีการที่ดีที่สุด ในการที่ให้บริการ ถึงความต้องการสร้างสรรค์งาน ปัจจัยอย่างหนึ่งที่ให้อยู่เป็นประจำก็คือ กระดาษ แต่ว่ากระดาษ-เอง ก็มีอยู่หลายชนิดและแต่ละชนิดก็มีคุณภาพทางการพิมพ์ที่แตกต่างกันออกไปอย่างมากมาย และยังมีวัสดุที่จำเป็นที่ใช้กันอยู่เสมอ ๆ อีกก็คือ กระดาษแข็ง พลาสติก รวมไปถึงโลหะบางชนิด

นอกจากผู้ซื้อจะต้องมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทั้งในด้านกระบวนการพิมพ์และปัจจัยในการพิมพ์ที่ได้กล่าวมาแล้ว ผู้ปฏิบัติงานสื่อสิ่งพิมพ์ในระดับมืออาชีพยังต้องมีความรู้ในเรื่องของตลาดและผู้ที่จะพิมพ์งานให้เขาด้วย ผู้ซื้อสื่อนี้จะทำรายละเอียดความสามารถของผู้พิมพ์งานโดยทั่วไปว่า พิมพ์งานแบบใดที่ผู้บริหารการผลิตรับผิดชอบอยู่ในระดับคุณภาพของงานที่บริษัทตัวแทนโฆษณาและ/หรือลูกค้าต้องการ

ในงานพิมพ์ประเภทแผ่นปลิว หนังสือเล่มเล็ก ๆ ปฏิทินและอื่น ๆ นั้น มีขนาดที่แตกต่างกันมากรวมทั้งจำนวนหน้าของสิ่งพิมพ์แต่ละประเภทยังแตกต่างกันด้วยปัญหาที่เกิดขึ้นและมีความสำคัญเท่า ๆ กับเรื่องคุณภาพของงาน ก็คือปัญหาทางด้านเศรษฐศาสตร์ สิ่งพิมพ์เหล่านี้จะมีความแตกต่างกันมากในเรื่องขนาดและขีดความสามารถทางการพิมพ์ตั้งแต่ขนาดเล็กพิมพ์สี่เดี่ยวยุคปัจจุบันถึงขนาดของกระดาษที่ใหญ่มากในการพิมพ์ 6 สี ขนาดพิมพ์ 1,000 มิลลิเมตรคูณ 1,400 มิลลิเมตร นอกจากนี้ก็ยังมีกรพิมพ์หลายเส้นที่มีขนาดและพื้นฐานที่แตกต่างกันด้วย

ดังนั้น ผู้ซื้อสื่อสิ่งพิมพ์จะต้องมีความแน่ใจว่า เขาได้รับผลงานพิมพ์ตรงตามความต้องการและเหมาะสมกับงานที่เขาเกี่ยวข้องอยู่ วิธีนี้จะทำให้ผู้ซื้อสื่อสามารถวางแผนงานพิมพ์ได้อย่างประหยัดตั้งแต่การพิมพ์ ขนาดของกระดาษ การใช้วัสดุและเครื่องจักรที่ใช้

## สรุป

การพิมพ์นั้นเราถือเป็นอุตสาหกรรมอย่างหนึ่งเพราะเป็นกระบวนการที่มีเครือข่ายกว้างขวางและมีวิวัฒนาการมาโดยลำดับ ซึ่งการพิมพ์นี้เราถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในทางธุรกิจ ในขณะที่ธุรกิจพัฒนาขึ้นไปเรื่อย ๆ อุตสาหกรรมทางการพิมพ์ก็พัฒนาไปอย่างไม่หยุดยั้งเช่นเดียวกัน ตั้งแต่การพัฒนามาตรฐานของฟิล์ม การจัดหาอัตโนมัติ ระบบการพิมพ์

อุตสาหกรรมทางการพิมพ์นี้ครอบคลุมทั้งด้านกระบวนการและการผลิต ดังนั้น จึงได้มีฝ่ายบริหารการผลิตเกิดขึ้นมา ซึ่งผู้บริหารการผลิต (Production Executive) จะต้องมีความรู้ในด้านการพิมพ์อย่างกว้างขวาง เช่น ระบบการพิมพ์ต่างๆ เทคนิคการผลิตแม่พิมพ์ การพิมพ์สีสกรีน การผลิตงานกราฟิค การดำเนินการในห้องแลปสี การตกแต่งภาพสีและขาว-ดำ การเตรียมอาร์ตเวอร์ค การจัดระบบงานและการเลือกใช้วัสดุ ซึ่งผู้บริหารการผลิตจะต้องทำงานสัมพันธ์กับฝ่ายอื่น เช่น ฝ่ายประสานงาน (Traffic) ฝ่ายธุรการ (Administration) ฝ่ายบริการลูกค้า (Client Service) เพื่อความสำเร็จของงานพิมพ์นั้นให้ได้ตรงตามความต้องการและสอดคล้องกับงบประมาณ

การพิมพ์ที่ดีจะต้องมีการควบคุมคุณภาพของงาน ซึ่งหมายถึง การควบคุมการทำงานทุกขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นการเตรียมงานตั้งแต่เริ่มแรกไปจนถึงงานพิมพ์สำเร็จออกมา การควบคุมคุณภาพของงานเพื่อให้งานพิมพ์นั้นออกมามีประสิทธิภาพสูงสุดจะต้องอาศัยผู้บริหารการผลิตที่มีความรู้ทางด้านเทคนิคและสามารถใช้แนวคิดสร้างสรรค์ให้มีคุณค่า โดยไม่จำเป็นต้องมีความรู้ให้ลึกซึ้งทุกกระบวนการ

งานที่สำคัญอย่างหนึ่งของการผลิตงานพิมพ์นั้นก็คือ งานของฝ่ายประสานงาน (Traffic) ซึ่งจะคอยจัดการงานด้านธุรการทั้งหมด เป็นงานที่มีความรับผิดชอบสูงและเป็นงานที่เร่งให้การผลิตนั้นมีพัฒนาการทุกขั้นตอนตรงตามระยะเวลาและงบประมาณที่วางเอาไว้ ควบคุมการใช้จ่ายทั้งภายในและภายนอกที่อาจเกิดสูญเสียไปโดยถือเป็นการสิ้นเปลือง ฝ่ายประสานงานนี้จะทำงานใกล้ชิดกับทุก ๆ ส่วนที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ฝ่ายบริการลูกค้า (Client Service) ฝ่ายสร้างสรรค์ (Creative) ฝ่ายสื่อ (Media) ฝ่ายผลิต (Production) และฝ่ายติดตามหนี้

