

## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎีในการศึกษาที่เกี่ยวข้อง

ในการค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ ได้มุ่งเน้นเพื่อการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการทำนิตยสาร แนวทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย แนวคิดต้นทุน แนวคิดผลตอบแทน และแนวคิดการบัญชีเพื่อการตัดสินใจ โดยมีการศึกษาข้อมูลความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตจำหน่าย นิตยสาร เงินลงทุนและขั้นตอนการดำเนินงานเกี่ยวกับการผลิตจำหน่าย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนเพื่อให้รู้ข้อมูลต้นทุนและผลตอบแทนของการทำนิตยสารและเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจลงทุนทำนิตยสาร โดยในบทนี้จะแบ่งหัวข้อการศึกษาเป็นดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีในการศึกษา
- 2.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตนิตยสาร
- 2.3 ความรู้ทั่วไปในการผลิตนิตยสารนาว
- 2.4 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีในการศึกษา

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งเน้นเพื่อการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทน และการใช้ข้อมูลการบัญชีเพื่อการตัดสินใจของการทำนิตยสาร แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย

- 2.1.1 แนวคิดต้นทุน
- 2.1.2 แนวคิดผลตอบแทน
- 2.1.3 แนวคิดการบัญชีเพื่อการตัดสินใจ

##### 2.1.1 แนวคิดต้นทุน (อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์, 2548)

แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนมีที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย

ความหมายของต้นทุน

การจำแนกต้นทุนการผลิต

การจำแนกต้นทุนตามความสัมพันธ์กับระดับของกิจกรรม (Cost Behavior)\

### ความหมายของต้นทุน

ต้นทุน หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรที่สูญเสียไปเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการ โดยมูลค่านั้นจะต้องสามารถวัดได้เป็นหน่วยเงินตรา ซึ่งเป็นลักษณะของการลดลงในสินทรัพย์หรือเพิ่มขึ้นในหนี้สิน ต้นทุนที่เกิดขึ้นอาจให้ประโยชน์ในปัจจุบันหรืออนาคตก็ได้ เมื่อต้นทุนใดที่เกิดขึ้นแล้วกิจการได้ใช้ประโยชน์ไปทั้งสิ้นแล้ว ต้นทุนนั้นจะถือเป็นค่าใช้จ่าย ดังนั้น ค่าใช้จ่ายจึงหมายถึงต้นทุนที่ได้ให้ประโยชน์และกิจการได้ใช้ประโยชน์ทั้งหมดไปแล้วในขณะนั้น และสำหรับต้นทุนที่กิจการสูญเสียไปแต่จะให้ประโยชน์แก่กิจการในอนาคตเรียกว่า สินทรัพย์

### การจำแนกต้นทุนการผลิต

ในการผลิตสินค้า สามารถจำแนกต้นทุนการผลิต ออกเป็น 2 ประเภทคือ ต้นทุนทางตรง (Direct Cost) ซึ่งประกอบด้วย วัสดุคิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และต้นทุนทางอ้อม (Indirect Cost) ซึ่งประกอบด้วย วัสดุคิบทางอ้อม ค่าแรงทางอ้อม และค่าใช้จ่ายการผลิตต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าซึ่งนอกเหนือจากวัสดุคิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง

#### ต้นทุนทางตรง (Direct Cost)

1. วัสดุคิบทางตรง ( Direct Materials) หมายถึงวัสดุคิบหลักที่ใช้ในการผลิต และสามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่าใช้ในการผลิตสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในปริมาณและต้นทุนเท่าใด รวมทั้งจัดเป็นวัสดุคิบส่วนใหญ่ที่ใช้ในการผลิตสินค้าชนิดนั้นๆ

2. ค่าแรงทางตรง (Direct Labor) หมายถึง ค่าแรงงานต่าง ๆ ที่จ่ายให้แก่คนงานหรือลูกจ้างที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูปโดยตรง รวมทั้งเป็นค่าแรงงานที่มีจำนวนมากเมื่อเทียบกับค่าแรงงานทางอ้อมในการผลิตสินค้าหน่วยหนึ่ง ๆ และจัดเป็นค่าแรงงานส่วนสำคัญในการแปรรูปวัสดุคิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป

#### ต้นทุนทางอ้อม (Indirect Cost)

ค่าใช้จ่ายการผลิต ( Manufacturing Overhead) หมายถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าซึ่งนอกเหนือจากวัสดุคิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง เช่น วัสดุคิบทางอ้อม ค่าแรงงานทางอ้อม และค่าใช้จ่ายในการผลิตทางอ้อมอื่น ๆ นอกจากนี้ยังพบว่าในบางกรณีมีการเรียกค่าใช้จ่ายการผลิตในชื่ออื่น ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายโรงงาน (Factory Overhead) โสหุ่ยการผลิต (Manufacturing Burden) ต้นทุนการผลิตทางอ้อม (Indirect Costs) เป็นต้น

**วัตถุดิบทางอ้อม (Indirect Materials)** หมายถึงวัตถุดิบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยทางอ้อมกับการผลิตสินค้า แต่ไม่ใช่วัตถุดิบหลักหรือวัตถุดิบส่วนใหญ่ เช่น น้ำมันหล่อลื่น เครื่องจักร โดยปกติแล้ววัตถุดิบทางอ้อม อาจจะถูกเรียกว่า “วัสดุโรงงาน” ซึ่งจะถือเป็นค่าใช้จ่ายการผลิตชนิดหนึ่ง

**ค่าแรงงานทางอ้อม (Indirect Labor)** หมายถึง ค่าแรงงานที่ไม่เกี่ยวข้องกับค่าแรงงานทางตรงที่ใช้ในการผลิตสินค้า เช่น เงินเดือนผู้ควบคุมโรงงาน เงินเดือนพนักงานทำความสะอาดเครื่องจักร เงินเดือนพนักงานตรวจสอบคุณภาพ ช่างซ่อมบำรุง ตลอดจนต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับคนงาน เช่น ค่าภาษีที่ออกให้ลูกจ้าง สวัสดิการต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งค่าแรงงานทางอ้อมเหล่านี้จะถือเป็นส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายการผลิต

**ค่าใช้จ่ายในการผลิตทางอ้อมอื่น ๆ** ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าเช่า ค่าเสื่อมราคา ค่าประกันภัย ค่าภาษี เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามค่าใช้จ่ายเหล่านี้ก็ต้องเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินการผลิตในโรงงานเท่านั้น ไม่รวมถึงเงินเดือน ค่าเช่า ค่าไฟฟ้า ค่าเสื่อมราคา ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานในสำนักงาน

#### การจำแนกต้นทุนตามความสัมพันธ์กับระดับของกิจกรรม

การจำแนกต้นทุนตามความสัมพันธ์กับระดับของกิจกรรม บางครั้งเรียกว่า การจำแนกต้นทุนตามพฤติกรรมของต้นทุน (Cost Behavior) (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2549) ซึ่งมีลักษณะสำคัญคือ เป็นการวิเคราะห์จำนวนต้นทุนที่จะเปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิตหรือระดับของกิจกรรมที่เป็นตัวผลักดันให้เกิดต้นทุน (Cost Driver) การจำแนกต้นทุนตามพฤติกรรมของต้นทุนนั้นสามารถจำแนกต้นทุนได้ 2 ประเภท คือ ต้นทุนผันแปร (Variable Costs) และ ต้นทุนคงที่ (Fixed Costs)

**ต้นทุนผันแปร (Variable Costs)** หมายถึง ต้นทุนที่จะมีต้นทุนรวมเปลี่ยนแปลงไปตามสัดส่วนของการเปลี่ยนแปลงในระดับกิจกรรมหรือปริมาณการผลิตในขณะที่ต้นทุนต่อหน่วยจะคงที่เท่ากันทุก ๆ หน่วย

**ต้นทุนคงที่ (Fixed Costs)** หมายถึง ต้นทุนที่มีพฤติกรรมคงที่หรือต้นทุนรวมที่มีได้เปลี่ยนแปลงไปตามระดับการผลิตในช่วงของการผลิตระดับหนึ่ง แต่ต้นทุนคงที่ต่อหน่วยก็จะเปลี่ยนแปลงในทางลดลงถ้าปริมาณการผลิตเพิ่มมากขึ้น

### 2.1.2 แนวคิดผลตอบแทน (สุพาดา สิริกฤตดา, 2545)

การวิเคราะห์ของการทำนิตยสารนาว ในการศึกษาครั้งนี้จึงใช้การประเมินค่าการลงทุนโดยใช้เครื่องมือทางการเงิน 3 วิธี ดังต่อไปนี้

1. **ระยะเวลาคืนทุน (Payback period : PB)** หมายถึงระยะเวลาของกระแสเงินสดสุทธิ (Net cash flow) ที่คาดว่าจะได้รับในอนาคดเท่ากับเงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการพอดี ระยะเวลาคืนทุนแบ่งเป็น 2 กรณี ดังนี้

1.1 กรณีกระแสเงินสดสุทธิในแต่ละปีมีมูลค่าเท่ากัน สามารถคำนวณได้โดยใช้สูตร

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน (PB)} = \frac{\text{จำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก}}{\text{กระแสเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับต่อปี}}$$

1.2 กรณีกระแสเงินสดสุทธิในแต่ละปีมีมูลค่าไม่เท่ากัน ระยะเวลาในการคืนทุนจะพิจารณาจากกระแสเงินสดสุทธิในแต่ละปีสะสมรวมกัน เรียกว่า กระแสเงินสดสุทธิสะสมเท่ากับจำนวนเงินลงทุนเริ่มแรกในโครงการ

2. **มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net present value : NPV)** เป็นการวิเคราะห์โครงการลงทุน โดยการเปรียบเทียบเงินสดลงทุนเริ่มแรกกับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ บางครั้งเรียกว่า วิธีคิดลดกระแสเงินสด (Discounted cash flow method)

$$\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ} = \text{มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิรวม} - \text{จำนวนเงินลงทุน}$$

เกณฑ์การตัดสินใจ

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ มีค่าเป็นบวกหรือเท่ากับศูนย์ จะตัดสินใจยอมรับโครงการ  
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ มีค่าเป็นลบ จะตัดสินใจปฏิเสธโครงการ

3. **อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Rate of return on investment : ROI)** สามารถคำนวณได้โดยนำกำไรจากการดำเนินงานหารด้วยสินทรัพย์ที่นำมาลงทุน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

$$\text{อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI)} = \frac{\text{กำไรจากการดำเนินงาน}_x}{\text{สินทรัพย์ที่นำมาลงทุน}} (\%)$$

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) สามารถใช้เพื่อเปรียบเทียบการทำงานของแต่ละฝ่าย ถ้าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ยิ่งสูง แสดงว่ามีการใช้สินทรัพย์ก่อให้เกิดรายได้ได้มากกว่า

### 2.1.3 แนวคิดการบัญชีเพื่อการตัดสินใจ

ในการวิเคราะห์การบัญชีเพื่อการตัดสินใจ จะใช้วิธีวิเคราะห์ 2 วิธีคือ คือ

#### 1. ต้นทุนส่วนที่แตกต่าง (Differential Cost)

ต้นทุนที่เกิดการเปลี่ยนแปลงไปจากการตัดสินใจเลือกกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจจะเปลี่ยนแปลงในทางที่เพิ่มขึ้นหรือทางที่ลดลง (Incremental Cost or Decremental Cost) โดยปกติต้นทุนประเภทนี้จะเกิดขึ้นต่อเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการปฏิบัติแบบเดิมมาเป็นวิธีการปฏิบัติแบบใหม่ ซึ่งผู้บริหารจะต้องทำการตัดสินใจโดยพิจารณาจากต้นทุนส่วนที่แตกต่างรวมสุทธิ (Net Total Differential Cost)

#### 2. วิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Event Analysis)

การวิเคราะห์หาจุดผลิตและยอดขายได้ที่จุดคุ้มทุนคือ การคำนวณหาจุดผลิตและยอดขายได้ที่รายได้ทั้งหมดที่ได้จากการขายสินค้าเท่ากับค่าใช้จ่ายทั้งหมดจากการขายสินค้า ธุรกิจจะไม่มีกำไรหรือขาดทุนจากการดำเนินงาน ณ จุดนั้น รวมถึงการวิเคราะห์ราคาขายต่อหน่วยที่เหมาะสมตามขอการผลิตที่แตกต่างกัน

## 2.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตนิตยสาร

นิตยสารเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่สนองความต้องการเฉพาะกลุ่มมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับหนังสือพิมพ์ โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งซึ่งมีลักษณะรูปแบบชีวิตคล้าย ๆ กัน มีความสนใจในเรื่องเดียวกันคล้าย ๆ กัน กลุ่มความสนใจที่แตกต่างกันนี้จะแปรผันตามความซับซ้อนของสังคม กล่าวคือสังคมที่มีความเจริญทางด้านวัตถุมาก จะก่อให้เกิดทางเลือกต่าง ๆ ให้แก่สมาชิกในสังคมทุก ๆ ด้าน สมาชิกของสังคมที่ซับซ้อนก็จะพยายามหาทางเลือกที่เหมาะสมกับตัวเองเนื่องจากมีทางเลือกมากทำให้เกิดการแบ่งกลุ่มออกมาตามทางเลือกนั้น นิตยสารซึ่งจัดว่าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับการจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความสนใจของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ จึงพลอยแปรผันตามความซับซ้อนของสังคมไปด้วย ทั้งในเชิงปริมาณและจำนวน ดังจะเห็นได้ว่า ยิ่งในสังคมที่เจริญทางด้านวัตถุมากเท่าไรก็จะยิ่งมีนิตยสารแต่ละประเภทมากมายออกมาเผยแพร่

อย่างหลากหลายฉบับให้ได้เลือก สิ่งสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของนิตยสาร คือ ความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงและเป็นกลุ่มที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการจัดทำนิตยสารนั้น

นิตยสารหมายถึงสิ่งตีพิมพ์ซึ่งมักมีหน้ามากกว่าสองหน้าขึ้นไป จะมีการเย็บติดเป็นรูปเล่ม ภายในมีข้อความและอาจมีภาพประกอบ จุดประสงค์ของนิตยสารเพื่อเผยแพร่บทความ ความคิดเห็น กิจกรรม เหตุการณ์ ข่าวสาร บทประพันธ์ ความรู้ ความเชื่อ ฯลฯ ให้แก่บุคคลทั่วไปหรือภายในกลุ่ม ลักษณะที่สำคัญของงานพิมพ์นิตยสารก็คือ เป็นสิ่งพิมพ์ที่มุ่งเสนอเนื้อหา บทความ เพื่อเผยแพร่ให้สาธารณชน หรือกลุ่มคนเฉพาะเจาะจง อาจมีภาพประกอบหรือไม่ก็ได้ นิตยสารแต่ละหัวจะมีเรื่องราวหรือบทความเป็นแนวหนึ่งแนวใด เช่น นิตยสารสำหรับสุภาพสตรี ก็จะมีเรื่องราวที่อยู่ในความสนใจของกลุ่มเป้าหมายคือสุภาพสตรี นิตยสารการเงิน ก็จะเป็นเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเงิน ฯลฯ นิตยสารจะมีการกำหนดกรอบระยะเวลาในการออกเผยแพร่ เช่น เป็นรายสัปดาห์ รายเดือน รายสองเดือน เป็นต้น ส่วนรูปแบบการพิมพ์นิตยสาร/แมกกาซีน มักจะทำเล่มแบบเย็บมุงหลังคาหรือไสสันทากาว มักมีปกหน้า-หลังเป็นกระดาษหนากว่าด้านในและมักพิมพ์สอดสีสวยงาม ในการพิมพ์นิตยสารบางเล่มอาจจะพิมพ์สีเดียวหรือสองสีในบางหน้าสลับกับสีสี่เพิ่มลดค่าใช้จ่ายในการพิมพ์ ปัจจุบันงานพิมพ์นิตยสารอาจจะมีหลายขนาด ที่นิยมมากจะเป็นขนาด A4 หรือใกล้เคียงกับ A4 ซึ่งสะดวกในการวางแผงหนังสือและจัดเก็บบนชั้นวางหนังสือ เนื้อหาด้านในใช้กระดาษปรีฟ หรือกระดาษปอนด์หรือกระดาษอาร์ต แล้วแต่ความเหมาะสมและงบประมาณ มีการพิมพ์ด้วยระบบออฟเซ็ทสีเดียว สองสี หรือสอดสี หรือมีหลายแบบในเล่มเดียวกัน

#### องค์ประกอบของนิตยสาร (ชานาญ รามยิ่ง, 2553)

องค์ประกอบของหน้าปกนิตยสารโดยทั่วไปนั้นไม่มีหลักเกณฑ์แน่นอนตายตัวลงไปมักจะจัดหน้าปกด้วยหลักการทางศิลปะการออกแบบเพื่อสร้างความสนใจแก่ผู้อ่านเป็นจุดประสงค์พื้นฐานที่สำคัญโดยมากจะมีองค์ ประกอบต่าง ๆ ที่แต่ละฉบับนำมาใช้ไม่เหมือนได้แก่

1. ชื่อนิตยสาร (Magazine's Name) นิตยสารทุกฉบับจะต้องมีชื่อ และตัวอักษรที่ออกแบบเป็นนิตยสารจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญนิตยสารส่วนมากจะตกแต่งแบบปกชื่อ (Nameplate's type dress) ให้มองดูสะดุดตาผู้อ่าน ปกติจะออกแบบขนาดใหญ่ เพื่อให้มองเห็นได้ชัดเจน และแบบตัวอักษรมักจะสอดคล้องกับประเภทนิตยสารนั้นๆ ด้วย

2. ภาพ (Magazine Cover) ภาพหน้าปกจะมีหรือไม่มีก็ได้ แต่นิตยสารส่วนมากจะใช้ภาพเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจผู้อ่าน โดยทั่วไป การใช้ภาพใหญ่หน้าปกภาพเดียวจะสะดวกมากกว่าภาพเล็กๆหลายๆภาพ และภาพหน้าปกนั้นจะเป็นภาพเขียน ภาพวาด ภาพถ่ายก็ตาม มักจะเลือกภาพที่สอดคล้องกับเนื้อหาภายในฉบับเป็นสำคัญ

3. รายละเอียดของฉบับ (Folio) รายละเอียดของฉบับหมายถึง ส่วนที่บอกฉบับที่ ปีที่ วัน เดือน พ.ศ. และราคาของนิตยสารฉบับนั้น การจัดรายละเอียดของนิตยสารนี้บางฉบับจะจัดไว้ที่ปกหรือปกใน บางฉบับก็จัดไว้ที่ปกหน้า การออกแบบขนาดตัวหนังสือที่แสดงรายละเอียดนี้จะมีขนาดเล็กกว่าชื่อนิตยสารและควรจัดไว้ชื่อนิตยสารนั้นๆ

4. สารบัญ (Index) นิตยสารต่างประเทศส่วนมากจะมีสารบัญประเภทสรุปเรื่องสั้นๆ (Summary index) ไว้หน้าปก บางฉบับก็มีสารบัญชื่อเรื่อง (List index) ไว้ เพื่อช่วยผู้อ่านให้เลือกอ่านเรื่องที่ตนสนใจได้รวดเร็วขึ้น การออกแบบและการวางรูปไว้บริเวณใดบริเวณหนึ่งของหน้าปกพร้อมกับการเล่นสีต่างๆ ลงไปจะช่วยให้ปกน่าสนใจขึ้นอีก (Index นี้บางตำราเรียกว่าดรชนี)

5. สันปก (Ears) คือ ส่วนที่อยู่บริเวณข้างๆ ชื่อยื่อนิตยสาร ปกติจะเป็นข้อความสั้นๆ ภาพคติพจน์ ประกาศแจ้งความ ประกาศเรื่องการพิมพ์ของนิตยสารเองหรือโฆษณาที่ตามเป็นสิ่งที่ต้องวางให้ถูกต้อง บางฉบับจะมีสันปกเฉพาะฉบับพิเศษและวางคาดมุด้านบนทับชื่อไป บางส่วนทำให้ผู้อ่านมองเห็นสันปกก่อนชื่อนิตยสารฉบับนั้น อย่างไรก็ตามการจะวางสันปกไว้ที่บริเวณดังกล่าวนี้ นิตยสารฉบับนั้นจะต้องอยู่ในความนิยมของผู้อ่านบ้างแล้ว การวางสันปกทับชื่อไว้ส่วนหนึ่งนั้น ข้อความของสันปกจะต้องเด่นมากจริงๆ จึงควรวางคาดมุด้านบน หากไม่สำคัญเท่าที่ควร เช่น คำว่า “ฉบับแรก” “ฉบับ پای” หรือ “ราคาปกดี” “ราคา 5 บาท” ไม่ควรนำไปวางใกล้กับชื่อนิตยสารจะทำให้คิดว่าชื่อนิตยสารนั้นคือข้อความสำคัญลงไป แต่จะกลับไปเด่นอยู่ที่ข้อความของสันปกมากกว่าผู้ซื้ออาจจะซื้อข้อความของสันปกแล้วลืมชื่อนิตยสารนั้นไปเสียก็ได้

#### การจัดหน้าปกนิตยสาร (โกสุ่ม สายใจ, 2535)

การจัดทำหน้าปกนิตยสารส่วนใหญ่ การกึ่งหน้าจะอยู่ที่ การเลือกภาพมาเป็นปก เพราะนิตยสาร โดยทั่วไปนิยมมีภาพปก ยกเว้นนิตยสารบางฉบับที่เป็นนิตยสารคุณภาพ หมายถึงนิตยสารที่มุ่งเสนอเนื้อเรื่องข้างใน โดยไม่คำนึงว่าปกจะสวยงามหรือไม่และไม่คำนึงถึงเรื่องภาพปก บางฉบับไม่มีปกเลย เช่น นิตยสารริตเตอร์สไคเจสท์ เป็นต้น สำหรับภาพที่จะใช้ทำปกอาจจะเป็นได้ทั้งภาพขาว-ดำ ภาพสี หรือภาพเขียน ในส่วนที่เกี่ยวกับการจัดหน้า การวางรูปแบบว่าหน้าตา

จะออกมาเป็นอย่างไรนั้น เป็นการแปรเปลี่ยนว่า ชื่อนิตยสารจะวาง ณ ที่ใดของหน้าซึ่งสามารถวางได้หลายรูปแบบด้วยกันได้แก่

1. ชื่อนิตยสารอยู่กลางหน้าตอนบน ภาพปกอยู่ส่วนล่างเต็มหน้า ภาพจะมีกรอบหรือไม่มีกรอบก็ได้กรณีที่ภาพปกไม่มีกรอบนิยมเรียกว่า“ตัดตก”
2. ชื่อนิตยสารวางมุมซ้ายหรือขวาบนส่วนภาพจะตัดตกสามด้านหรือล้อมกรอบ
3. ภาพปกเต็มหน้าตัดตกสี่ด้าน โดยพิมพ์ชื่อนิตยสารทับลงบนภาพปก กรณีเช่นนี้ต้องระมัดระวังว่าอาจจะทำให้ส่วนสำคัญของภาพปกเสียไป ดังนั้นจึงอนุโลมให้วางชื่อนิตยสารในตำแหน่งที่อิสระมุมบนหรือล่างก็ได้เพื่อหลีกเลี่ยงการทำให้องค์ประกอบของภาพเสีย
4. วางชื่อนิตยสารในตำแหน่งอื่นชื่อนิตยสารบางเล่มที่ต้องการจัดหน้าตาให้แปลก “เฉี่ยว” หน่อยอาจวางชื่อนิตยสารเอียงไว้ข้างด้านสันปก ซึ่งนิตยสารบางเล่มประสบความสำเร็จมาแล้ว

นอกจากนี้เพื่อประดับปกให้สวยเก๋ยิ่งขึ้น หรือเพื่อเป็นการ “ขายเรื่อง” หรือ “ขายนักเขียน” ที่มีชื่อเป็นที่รู้จัก อาจจะมีชื่อเรื่องหรือชื่อนักเขียน ปรากฏซ้อนอยู่บนปกก็ได้ภาพปกดังกล่าวได้ถึงบ้างแล้วว่านิตยสาร ปกนิตยสารนั้นจะเป็นภาพถ่ายหรือภาพเขียนก็ได้ ทั้งนี้สุดแท้แต่ว่าบุคลิกของนิตยสารฉบับนั้น จะเป็นอย่างไร ถ้าเป็นนิตยสารที่เกี่ยวกับศิลปะใช้ ภาพวาด ภาพเขียน เป็นปกจะเหมาะสมกว่า แต่นิตยสารทั่วไปนิยมใช้ภาพถ่ายเป็นภาพปก และมักจะสัมพันธ์กับเรื่องเอกภายในเล่ม

#### เนื้อหาและการโฆษณา (เทวินทร์ อินทร์จางง, 2552)

จากผลการวิจัยพฤติกรรมการบริโภคชื่อนิตยสารและแนวโน้มผู้อ่านนิตยสารในปี พ.ศ. 2552 ซึ่งจัดทำโดย อาจารย์เทวินทร์ อินทร์จางง ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ โดยมีวัตถุประสงค์ในการสำรวจเพื่อศึกษาพฤติกรรมการอ่านนิตยสาร ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชื่อนิตยสาร ศึกษาทัศนคติที่มีต่อโฆษณาในนิตยสาร ส่วนทัศนคติของผู้อ่านที่ได้รับจากนิตยสาร ผลการศึกษาทัศนคติของผู้อ่านที่ได้รับจากนิตยสารคือได้รับข่าวสารเพิ่มมากขึ้น ตามมาด้วยอ่านแล้วรู้สึกคลายเครียดและสบายใจ นอกจากนั้นแล้วการอ่านนิตยสารยังทำให้เกิดความคิดและมุมมองใหม่ การติดตามข้อมูลในนิตยสารทำให้บุคลิกของผู้อ่านดูทันสมัยไม่เพียงเท่านั้นนิตยสารยังเป็นเสมือนเพื่อนสนิทช่วยคลายเหงาและนิตยสารที่เลือกอ่านยังสามารถสะท้อนความเป็นตัวตนของผู้อ่านได้เป็นอย่างดี



เมื่อเปรียบเทียบทัศนคติของผู้อ่านต่อสื่อนิตยสารเทียบกับสื่ออื่น ๆ อาทิ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ตพบว่าในแง่ของการได้รับความรู้เพิ่มจากการติดตามข้อมูลจากสื่อทำให้เกิดความคิดเห็นและเก็บเกี่ยวข้อมูลความรู้สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันและการโฆษณาที่รับรู้ผ่านสื่อต่าง ๆ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าและบริการ ปัจจัยเหล่านี้ถือเป็นสิ่งที่ผู้อ่านมอบความไว้วางใจเหนืออินเทอร์เน็ตและโทรทัศน์ ขณะที่ทัศนคติของผู้อ่านที่มีต่ออินเทอร์เน็ตเหนือสื่ออื่น ๆ คือการติดตามข้อมูลในสื่อนี้ทำให้ผู้อ่านคู่กันสมัยขึ้น

ด้านทัศนคติของผู้อ่านที่มีต่อโฆษณาในนิตยสารพบว่าผู้อ่านจดจำโฆษณาทางนิตยสารนั้น ๆ ได้หากโฆษณามีความน่าสนใจตามมาด้วยความเห็นที่ว่าโฆษณาคือเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของนิตยสาร โฆษณาที่รับรู้ผ่านสื่อ นิตยสาร สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้าและบริการ โฆษณาสินค้าในนิตยสารส่วนใหญ่ทำให้สินค้ามีมูลค่าและผู้อ่านมักตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการโดยอาศัยข้อมูลโฆษณาที่มีอยู่ในนิตยสาร เมื่อมาวิเคราะห์แยกแยะด้านทัศนคติต่อเนื้อหาและโฆษณาในนิตยสาร พบว่า ในแง่ปัจจัยการเลือกซื้อ นิตยสารนั้น เรื่องของ แบรินด์ของนิตยสาร ภาพ คำโปรยด้านหน้า เนื้อหาภายในเล่ม โปรโมชันมีส่วนในการตัดสินใจ และเมื่อตัดสินใจลงโฆษณากับนิตยสารเล่มนั้น ๆ แล้ว พบว่ารูปแบบโฆษณาที่ผู้อ่านชื่นชอบคือภาพสวย ใจ แสดงภาพสินค้าและนางแบบที่ชัดเจนรวมถึงข้อมูลเนื้อหาต้องกระชับ

ส่วนประเภทนิตยสารที่ผู้อ่านชื่นชอบพบว่า ในกลุ่มผู้ชาย จะมีความสนใจเฉพาะด้าน , งานอดิเรก, เทคนิคต่างๆ อาทิ ดนตรี กีฬา คอมพิวเตอร์ รถยนต์ และอุปกรณ์ ส่วนกลุ่มผู้หญิงจะสนใจเกี่ยวกับแฟชั่น ความงาม ไลฟ์สไตล์ ดวง เกร็ดความรู้ต่าง ๆ

รูปแบบโฆษณาที่ผู้อ่านชื่นชอบปัจจัยที่ใจคือภาพสวย ชวนให้หยุดดู แสดงภาพสินค้าและนางแบบชัดเจน การให้ข้อมูลที่กระชับชัดเจนเข้าใจง่าย ให้ข้อมูลสินค้าและบริการ เช่น ราคา สถานที่จำหน่าย และการนำเสนอแบบมีองค์ประกอบส่วนผสมลงตัว (Mix & Match) สำหรับสินค้ากลุ่มแฟชั่น ส่วนทางด้านรูปแบบโฆษณาที่ผู้อ่านไม่ชื่นชอบคือตัวหนังสือที่เต็มหน้า ช่องไฟชิดกันมากเกินไปและการวางรูปแบบ (Layout) ลายตา

ส่วนจุดเด่นของสื่อ นิตยสารคือภาพสวย สัมภาษณ์บุคคลที่มีชื่อเสียง เนื้อหาเกี่ยวกับแฟชั่น ไลฟ์สไตล์ เนื้อหาทันสมัยนำมาปรับใช้ได้จริง มีเกร็ดเล็กเกร็ดน้อย รูปเล่มสวยงาม ทำให้น่าอ่าน ส่วนจุดด้อยของสื่อ นิตยสารแบ่งออกเป็นด้านเนื้อหาคือที่มักจะซ้ำๆ กัน และการมีภาพและภาษาที่ไม่เหมาะสม ด้านการจัดจำหน่ายคือการวางแผงไม่ตรงเวลา ไม่สม่ำเสมอ และนิตยสารที่เฉพาะด้านจะหาซื้อยาก ส่วนทางด้านการจัดพิมพ์ และอาร์ตเวิร์ก นั้นพบว่าจุดด้อยคือ ตัวหนังสือ

เล็กอ่านยาก ใช้กระดาษคือคุณภาพ กระดาษมันเงาสะท้อนเข้าตา รูปเล่มใหญ่ หนัก พกพาไม่สะดวก และเข้าเล่มไม่แน่นหนา

ข้อเสนอแนะที่ผู้อ่านต้องการนำเสนอ ด้านเนื้อหาในนิตยสารคือ ข้อมูลต้องมีที่มาที่ไปอ้างอิงได้ ข้อมูลทันสมัย นำมาปรับใช้ได้จริง ภาษาที่ใช้ต้องสุภาพ เข้าใจง่าย สิ่งที่น่าสนใจต้องไม่ละเมิดสิทธิของผู้อ่านและเนื้อหาหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านในแต่ละวัย ขณะที่ข้อเสนอแนะด้านโฆษณาในนิตยสารนั้น ผู้อ่านต้องการสัดส่วนของโฆษณาและเนื้อหาควรมีความสมดุลกัน โฆษณาจะได้รับความสนใจมากขึ้นถ้าตรงกับไลฟ์สไตล์ของผู้อ่าน ภาพลักษณ์ของนิตยสารมีผลต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของสินค้า นอกจากนั้นแล้วสินค้าตัวอย่างที่แนบไปกับนิตยสารควรเป็นสินค้าอุปโภคมากกว่าบริโภค ขณะที่โฆษณาริงโทน โทลลภาพวาบหวิวไม่ควรมีในนิตยสารผู้หญิงวัยรุ่นและเยาวชน

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับโฆษณาในหน้านิตยสารที่ชี้ให้เห็นถึงโฆษณาที่ผู้อ่านจะเปิดผ่านคือ มีข้อมูลสินค้ามากเกินไป ตัวหนังสือขนาดเล็กอ่านยาก ข้อมูลหรือภาพไม่สอดคล้องกับตัวสินค้า และโฆษณาที่มีแต่ตัวหนังสือไม่มีภาพประกอบ ทั้งหมดล้วนเป็นรูปแบบโฆษณาที่ผู้อ่านไม่สนใจ

เมื่อมาคิดถึงตัวรูปเล่มของนิตยสารพบว่าสีมีผลต่อการอ่าน โดยผู้อ่านมองว่าสีของตัวอักษรควรเป็นสีที่อ่านแล้วสบายตา ส่วนการวางเลย์เอาต์ไม่ควรทำให้รกเกะกะตา ส่วนนิตยสารที่กลุ่มผู้อ่านมีอายุควรให้ความสำคัญกับขนาดของตัวอักษร สี และกระดาษที่ใช้

ในแง่ของกิจกรรมที่นิตยสารมีการทำนั้น พบว่ากลุ่มผู้อ่านชายเลือกเวิร์กชอปถ่ายภาพ กอล์ฟ คนตรีการชมภาพยนตร์คอนเสิร์ต และการตัดชิ้นส่วนชิงรางวัลส่วนกลุ่มผู้อ่านหญิงเลือก เวิร์กชอปความงาม บุคลิกภาพ ปฏิบัติธรรม เปิดท้ายขายของ ชมคอนเสิร์ต ตัดชิ้นส่วนชิงรางวัล/ลงทะเบียนรับรางวัลและส่งจดหมายแสดงความคิดเห็น

#### การใช้ภาพประกอบ

ภาพประกอบของสื่อเป็นสิ่งที่ช่วยเร้าความสนใจ และทำให้สิ่งพิมพ์หน้าสนใจมากยิ่งขึ้น เพราะผู้ดูจะให้ความสนใจในเบื้องต้นต่อภาพมากกว่าข้อความที่ต้องอ่านเพราะใช้เวลาในการทำความเข้าใจน้อยกว่า ฉะนั้นหากภาพที่ใช้ประกอบในการออกแบบมีคุณภาพ สามารถสื่อความหมายได้ดี และมีความเหมาะสมกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อสิ่งพิมพ์นั้นๆแล้ว จะทำให้สิ่งพิมพ์ได้ประโยชน์ตรงตามความต้องการยิ่งขึ้น

### หลักในการใช้ภาพประกอบ

1. การคัดเลือกภาพ เพื่อใช้ในการประกอบแบบนั้น ต้องพิจารณาถึงเนื้อหา ข่าวดสาร เนื้อความที่สำคัญ และองค์อื่นที่จะช่วยให้เกิดการรับรู้ของผู้อ่านได้ดีขึ้น ไม่ควรคำนึงถึงความรู้สึกของช่างภาพมากเกินไปว่าเขาจะรู้สึกอย่างไรที่ไม่ใช้ภาพที่เขาถ่ายมา เพราะการฝืนเลือกใช้ภาพที่ไม่มีความเหมาะสม จะทำให้สิ่งพิมพ์นั้นลดคุณค่าลงไป
2. ภาพที่คมชัด สวยงาม ไม่จำเป็นต้องเป็นภาพที่เหมาะสมกับการออกแบบเสมอไป หากไม่เข้ากับเนื้อเรื่อง ภาพที่ตรงกับเรื่องและสามารถอธิบายหรือเสริมเนื้อเรื่องได้จะเป็นภาพที่เหมาะสมในการนำมาใช้มากที่สุด แต่อย่างไรก็ตามในกรณีที่ได้ภาพที่คมชัดสวยงามมาแล้วและยังไม่มีโอกาสที่จะใช้ก็ควรเก็บรักษาไว้และจัดระบบการจัดเก็บให้ดี เพื่อสามารถนำมาใช้ได้ในอนาคตต่อไป
3. ภาพคุณภาพต่ำ บางครั้งอาจมีความจำเป็นที่จะต้องใช้ภาพที่มีคุณภาพต่ำอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ก็อาจใช้เทคนิคการออกแบบมาช่วยโดยการจัดให้ภาพนั้นอยู่ทางด้านล่างของหน้า และไม่พยายามเน้นหรือทำให้เป็นจุดสนใจมากเกินไป และใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่เพื่อหันเหความสนใจออกไป หรือใช้สกรีนแบบต่างๆที่แปลกออกไปมาใช้ในการทำภาพให้ดูแปลกตามากขึ้น
4. การบังภาพ (cropping) ในบางกรณีภาพถ่ายที่ได้มาเป็นภาพที่ถ่ายในระยะไกลเกินไป ทำให้กรอบคลุมส่วนอื่นๆที่ไม่ต้องการติดตามมาด้วย ฉะนั้นจึงจำเป็นต้องปิดหรือบังส่วนที่ไม่ต้องการออกไป แล้วนำภาพนั้นมาขยายเฉพาะส่วนที่ต้องการเท่านั้น ซึ่งเป็นความจำเป็นที่จำต้องทำเช่นนี้เพราะส่วนอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องนั้น บางครั้งกลายเป็นสิ่งที่ลดความสนใจของผู้อ่านลงไป เพราะเมื่อดูภาพนั้นแล้วหาจุดที่เป็นจุดเด่นของภาพไม่ได้ ถึงแม้ว่าการบังภาพจะทำให้ขนาดของภาพเล็กลงแต่จะได้รายละเอียดของภาพมากขึ้น
5. การคัดเลือกภาพ การคัดเลือกภาพเพื่อใช้ประกอบการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์นั้น จะต้องคิดอยู่เสมอว่างานที่กำลังทำอยู่นั้น คือ การเลือกภาพใช้ภาพเพื่อธุรกิจของการพิมพ์มิใช่ การพิจารณาว่าภาพนั้นมีศิลปะหรือมีความสวยงามในแง่ของภาพนั้นมากนักน้อยเพียงไร นั่นคือ ภาพนั้นจะต้องให้ผลดีต่อเนื้อเรื่องที่จะพิมพ์เป็นสำคัญ ถึงแม้บางครั้งภาพที่ได้จะมีใช้ภาพที่ดีในแง่ของศิลปะการถ่ายภาพก็ตามในกรณีที่มีภาพที่มีคุณภาพดีให้เลือกหลายภาพ เกณฑ์การตัดสินใจก็คือ เลือกภาพที่มีความหมาย ตรงกับเนื้อความ และเสริมเนื้อหามากที่สุด

6. การทำให้ภาพน่าสนใจขึ้นโดยการจัดเรียงภาพ การใช้ภาพเดี่ยวในบางกรณีอาจดูไม่น่าสนใจ หากใช้ภาพที่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องมาจัดเรียงลำดับกันขึ้นจะทำให้ภาพนั้นดูสะดุดตาและน่าสนใจ ซึ่งอาจจัดเรียงในลักษณะใดก็ได้ เช่น เรียงตามลำดับไปอย่างปกติ เรียงซ้อนเหลื่อมกัน เรียงในแนวทแยง เป็นต้น

7. การจัดภาพขนาดเล็กให้รวมกันเป็นกลุ่มการใช้ ภาพขนาดเล็กสอดแทรกอยู่ในเนื้อความทั่วไป อาจไม่เป็นที่น่าสนใจเท่าที่ควร จึงอาจพิจารณาจัดให้ภาพเหล่านั้นอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ในรูปทรงที่น่าสนใจ ซ่งจะทำให้เรียกความสนใจได้มากกว่า แต่ต้องคำนึงด้วยว่า การจัดเป็นกลุ่มอาจทำได้หลายวิธีต่างๆเช่น

- 7.1) จัดวางภาพทั้งหมดไว้บนแบคราวด์เดียวกัน
- 7.2) จัดให้ภาพทั้งหมดอยู่ในกรอบที่ปิดทุกด้าน
- 7.3) จัดวางบนเส้นตารางห่างๆ
- 7.4) จัดเรียงภาพให้มีลักษณะรูปร่างเดียวกันซ้ำๆกันทั้งกลุ่ม
- 7.5) จับคู่ภาพที่มีความต่อเนื่องกันหรือใกล้เคียงกันเข้ากัน

8. การเร้าความสนใจโดยการถ่ายภาพให้มีความต่อเนื่อง บ่อยครั้งการใช้ภาพเพียงภาพเดียวไม่สามารถอธิบายเรื่องราวได้ทั้งหมด ไม่ว่าภาพที่ใช้จะเป็นภาพที่ดีเพียงใดก็ตาม จึงจำเป็นต้องใช้ภาพหลายภาพมาจัดเรียงไว้ในลักษณะคล้ายกับการจัดลำดับเป็นระยะๆแต่ไม่ต่อเนื่องบนหน้าเดียวกัน เป็นการสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้น และพัฒนาความคิดของผู้อ่านตามลำดับซึ่งในการพิจารณาใช้ภาพมาประกอบมาสร้างความคิดให้เกิดเป็นลำดับ จะต้องพิจารณาภาพให้ดีและต้องอธิบายเหตุผลของการใช้ภาพแต่ละภาพได้เสมอว่า ทำไมถึงได้ใช้ภาพนั้นๆ ต้องแน่ใจว่ามีความสอดคล้องและสร้างเสริมความเข้าใจเนื้อหาได้มากกว่า และที่สำคัญต้องไม่ใช่ภาพมากเกินไป ควรใช้ภาพให้น้อยที่สุดเท่าที่จะน้อยได้

#### ความละเอียดของไฟล์ภาพ (File Resolution)

ในการออกแบบสิ่งพิมพ์ก่อนทำการพิมพ์งาน ความละเอียดของไฟล์ภาพ (File Resolution) ของการออกแบบสิ่งพิมพ์ มีหน่วยวัดเป็นความหนาแน่นของเม็ดสีต่อความยาว 1 นิ้ว ในแนวตั้ง/แนวนอน หน่วยวัด ในภาษาอังกฤษคือ Dots Per Inch (DPI) หรือ Pixels Per Inch (PPI) ความหนาแน่น (DPI) ยิ่งมาก ความละเอียดและความคมชัดของภาพจะยิ่งสูงขึ้น ความละเอียดของภาพที่แสดงบนจอ (Monitor) จะอยู่ที่ 72 DPI ก็เพียงพอ แต่สำหรับงานพิมพ์ในระบบออฟเซ็ทแล้ว การออกแบบสิ่งพิมพ์จำเป็นต้องใช้ความละเอียดไม่น้อยกว่า 300 DPI ภาพพิมพ์ที่ได้จึงจะมีความ

คมชัดและให้รายละเอียดที่ดี และถ้าสามารถกำหนดให้การออกแบบสิ่งพิมพ์ละเอียดยิ่งขึ้น ก็จะทำให้ภาพพิมพ์ออกมามีคุณภาพดียิ่งขึ้น อนึ่ง หากในช่วงการจัดทำการออกแบบสิ่งพิมพ์ไฟล์ภาพมีการขยายจากภาพที่มีความละเอียด 300 DPI หรือต่ำกว่า ภาพใหม่ที่เกิดขึ้นจะมีปัญหาด้านความคมชัดได้ หรือ หากภาพเดิมมีความละเอียดต่ำกว่า 300 DPI แล้วมาแปลงเป็น 300 DPI ก็จะมีประสพปัญหาด้านคุณภาพเช่นกัน ปัจจัยการแข่งขันกับนิตยสารคู่แข่งประเภทเดียวกันคือ ราคาค่าโฆษณา และ จำนวนการผลิตจำหน่าย ราคาโฆษณาที่เหมาะสมขึ้นอยู่กับชื่อเสียงและความนิยมของนิตยสาร รวมถึงการจัดจำหน่ายไปยังกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ สำหรับนิตยสารที่มีความนิยมและชื่อเสียงมากจะสามารถขายหน้าโฆษณาได้ง่ายกว่า นิตยสารรายย่อยและความนิยมและชื่อเสียงที่ด้อยลงมา รวมถึงการอำนาจต่อรองราคาค่าโฆษณา จำนวนการผลิตจำหน่ายปริมาณที่มากย่อมมีผลต่อการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในปริมาณที่มากกว่ายอดผลิตจำหน่ายที่น้อยกว่า อย่างไรก็ตาม สำหรับนิตยสารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ย่อมเข้าถึงกลุ่มลูกค้าโดยเฉพาะเจาะจงได้ชัดเจนยิ่งกว่า ก็เป็นปัจจัยในการพิจารณาของธุรกิจการค้าที่ต้องการประชาสัมพันธ์สินค้าของตน เพื่อให้แน่ใจว่าการสื่อสารได้ถึงตรงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

การเขียนบทความ (Editorial) บางครั้งเป็นการเขียนซึ่งแฝงการโฆษณาประชาสัมพันธ์พร้อมกันในคราวเดียว เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้อ่านได้รู้จักตัวผลิตภัณฑ์และเจ้าของ หรือในการต่อรองการขายโฆษณาปกหน้า ได้รวมการเขียนบทความพิเศษในฉบับเพื่อจูงใจ และช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจซื้อหน้าโฆษณาปกหน้า ในปัจจุบันการเขียนบทความในฉบับเป็นที่นิยมและเรียกร้องเพิ่มเติมจากผู้ประกอบธุรกิจการค้าที่ต้องการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะได้รับข้อมูลการสื่อสารในเชิงลึกและชัดเจนกว่าภาพโฆษณาโดยทั่วไป

**โครงสร้างองค์กร (Organization)** (จารุวรรณ สันธุโสภณ, 2542)

โดยทั่วไปตำแหน่งหน้าที่ของบุคลากรในการจัดทำนิตยสาร ประกอบด้วย

**บรรณาธิการใหญ่ (Editor-in-Chief or Executive Editor)** มีหน้าที่รับผิดชอบสูงสุดของการจัดทำนิตยสารกล่าวคือ รับผิดชอบคุณภาพทั้งด้านเนื้อหาบทความและกำกับศิลป์ ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของนิตยสาร นิตยสารบางฉบับอาจมีการแบ่งแยกหน้าที่ระหว่างบรรณาธิการซึ่งงานของบรรณาธิการมีงานหลายด้านทั้งบริหาร การจัดการและหาเทคนิคที่เหมาะสมมาใช้จัดพิมพ์ ถ้าทำหน้าที่เฉพาะด้านจะมีชื่อหรือตำแหน่งโดยเฉพาะ เช่น บรรณาธิการ

ใหญ่หรือหัวหน้ากองบรรณาธิการ(Chief Editor) รองบรรณาธิการใหญ่ (Associate Editor ) บรรณาธิการต้นฉบับ (Copy Editor ) บรรณาธิการศิลป์ (Art Editor)

**บรรณาธิการบริหาร (Managing Editor)** มีหน้าที่รับผิดชอบงานประจำวันในการจัดทำนิตยสาร กล่าวได้ว่าเป็นมือขวาของบรรณาธิการใหญ่ (Editor-in-Chief) เพื่อให้นิตยสารออกทันตามกำหนดเวลาอย่างมีคุณภาพตามเป้าหมายของนิตยสาร กำกับดูแลการทำงานทั้งด้านการเขียนบทความ การออกแบบและกำกับศิลป์ การดูแลการพิมพ์ให้มีคุณภาพ

**รองบรรณาธิการใหญ่ (Associate Editor)** มีหน้าที่รับผิดชอบเพื่อให้การทำงานของบรรณาธิการบริหาร (Managing Editor) มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในส่วนงานเกี่ยวกับบทความในนิตยสาร การดูแลประสานงานติดตามงานกับนักเขียน (Writer) ที่ได้มอบหมายงานหรือบทความให้เขียน และให้ส่งต้นฉบับให้ตรงตามกำหนด

**บรรณาธิการต้นฉบับ (Copy Editor)** มีหน้าที่จัดหาต้นฉบับ เสาะแสวงหาต้นฉบับ และเจรจาต่อรองทำสัญญากับผู้เขียน รวมทั้งพิจารณาต้นฉบับอย่างละเอียดในขอบเขตและเนื้อหา โครงสร้าง ความยาวของเนื้อหา ความถูกต้องของการสะกดคำ ไวยากรณ์ การใช้ภาษาอย่างถูกต้อง สวยงาม รวมทั้งตรวจหาข้อความอันเป็นการใส่ร้ายดูหมิ่นอย่างร้ายแรงและการละเมิดลิขสิทธิ์ ความถูกต้องของบทความ เช่น การอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่ไม่มีอยู่จริง ในบางฉบับอาจมีตำแหน่งงาน Fact Checker เพิ่มเพื่อช่วยงานของบรรณาธิการต้นฉบับ

**ผู้รายงาน (Reporter)** มีหน้าที่รับผิดชอบเขียนรายงานตามที่ได้รับมอบหมายให้เขียนถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ได้เดินทางไปทำข่าว

**นักเขียน (Writer)** มีหน้าที่รับผิดชอบเขียนบทความตามที่ได้รับมอบหมาย อาจเป็นนักเขียนประจำในนิตยสาร โดยได้รับค่าตอบแทน

**นักเขียนรับเชิญ (Contributing Writer)** บุคคลทั่วไปที่สนใจส่งบทความและรูปภาพ โดยมากเกี่ยวกับการท่องเที่ยว หรือร้านอาหารในสถานที่ต่าง ๆ โดยบรรณาธิการจะคัดเลือกบทความเพื่อลงในนิตยสาร โดยอาจมีค่าตอบแทนหรือไม่มีค่าตอบแทน

**ผู้พิสูจน์อักษร (Proof Reader)** มีหน้าที่รับผิดชอบในการตรวจความถูกต้องของการสะกดคำ การเรียบเรียงคำหลังจากมีการพิมพ์แล้ว

**ผู้ตกแต่งภาพ (Photo Editor)** มีหน้าที่รับผิดชอบในการวางรูปภาพ ตกแต่งภาพ ให้ได้สัดส่วนและเป็นไปตามความต้องการของบรรณาธิการ

**ช่างภาพ (Photographer)** มีหน้าที่รับผิดชอบในการถ่ายภาพตามที่ได้รับมอบหมาย จากบรรณาธิการ บางกรณีช่างภาพจะทำงานอิสระ (Freelance) โดยได้รับมอบหมายหรือว่าจ้างให้ถ่ายภาพที่ช่างภาพนั้น ๆ มีความถนัด เช่น การถ่ายภาพใต้น้ำ การถ่ายภาพดอกไม้ หรือภาพสถานที่ต่าง ๆ

**ช่างออกแบบ (Graphic Designer or Stylist)** มีหน้าที่รับผิดชอบออกแบบการวางภาพบทความให้สวยงาม สมดุล และดึงดูดใจกับผู้อ่านและมีคุณภาพงานตามที่ได้รับมอบหมาย

**ผู้อำนวยการโฆษณา (Advertising Director)** มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลให้มีการขายพื้นที่โฆษณาในนิตยสารแต่ละฉบับที่ผลิตออกมาตามเป้าหมาย และสนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่ดูแลลูกค้าให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

**เจ้าหน้าที่ดูแลลูกค้า (Account Executive)** มีหน้าที่รับผิดชอบขายพื้นที่ลงโฆษณากับลูกค้าที่สนใจ ติดต่อประสานงานดูแลภาพและเนื้อหาในการโฆษณาตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า และลงโฆษณาตามที่ได้ตกลงกับลูกค้าแล้ว

**การดำเนินงานการผลิตนิตยสาร (Process)** (ชานาญ รมย์, 2553)

การศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานการผลิตนิตยสารนาประกอบด้วย การศึกษาขั้นตอนการดำเนินงานเกี่ยวกับการผลิตนิตยสาร และการลงทุนและค่าใช้จ่ายในการผลิตนิตยสาร

**ขั้นตอนการเตรียมงานพิมพ์นิตยสาร**

**กำหนดวัตถุประสงค์** ก่อนที่จะจัดทำงานพิมพ์นิตยสาร จำเป็นต้องทราบจุดประสงค์ในการจัดทำ หาซื้อหัวนิตยสารหลาย ๆ ชื่อเพื่อซื้อซ้ำกับผู้อื่น กำหนดหัวข้อที่จะบรรจุลงในงานพิมพ์นิตยสาร กำหนดช่องทางการจำหน่ายแจกเช่น ผ่านสายส่งทั่วประเทศ หรือตามหัวเมือง หรือตามร้านหนังสือ ฯลฯ หรือผ่านระบบสมาชิก กำหนดแผนและช่วงเวลาการจำหน่ายแจก และท้ายสุดให้ศึกษางบประมาณ การหารายได้เช่นจากการลงโฆษณาในนิตยสาร/แมกกาซีน จากการจำหน่าย ความคาดหวังที่จะได้รับ รวมถึงระยะเวลาในการทดสอบตลาด

**กำหนดรูปแบบ ขนาด และจำนวนพิมพ์นิตยสาร** วิธีหนึ่งในการกำหนดรูปแบบก็คือดูตัวอย่างงานพิมพ์นิตยสารที่มีอยู่ในท้องตลาด เลือกรูปแบบที่เหมาะสมกับงานที่จะทำ สำหรับขนาดให้เลือกดูจาก “ขนาดของงานพิมพ์นิตยสาร” ที่ระบุข้างล่างได้เพื่อความประหยัดไม่เสียเศษในการพิมพ์ ส่วนจำนวนพิมพ์ให้ดูจากความต้องการใช้งาน ท่านสามารถสอบถามราคาประเมินได้โดยระบุรูปแบบหลายรูปแบบหรือจำนวนพิมพ์ได้หลายระดับ ในขั้นนี้ควรจัดทำแบบร่างนิตยสาร

คร่าว ๆ (Layout) เพื่อดูว่าจะเดินเรื่องอย่างไรตลอดทั้งเล่ม มีหัวเรื่องอะไรบ้าง แต่ละเรื่องใช้จำนวนกี่หน้า เป็นต้น

**ออกแบบจัดทำอาร์ตเวิร์คสำหรับงานพิมพ์นิตยสาร** ในปัจจุบันจะใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ในการออกแบบและจัดทำต้นฉบับ ซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวกับภาพและการตกแต่งภาพ มักใช้โปรแกรมอะโดบีโฟโตช้อป (Adobe Photoshop) ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการจัดหน้ามักใช้โปรแกรมอินดีไซน์อิลลัสเตรเตอร์ (Indesign Illustrator) โปรแกรมเพจเมคเกอร์ (Pagemaker) ในการจัดทำต้นฉบับนิตยสาร/แมกกาซีนให้คำนึงถึงปกที่ผู้รับจะพบเห็น ถือเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด ต้องให้เด่นสะดุดสายตา ปกนิตยสารเล่มมีการทำไคคัตหรือปั๊มพอยล์เงิน/ทอง (Hot Stamping) เป็นรูป ให้ความแปลกตา บางเล่มเคลือบปกด้วยการเคลือบพลาสติกด้านแล้วเคลือบยูวีเฉพาะจุดหรือ สปอตยูวี (Spot UV) บนภาพที่ต้องการเน้น ฯลฯ ข้อความบนปกต้องเชิญชวนให้ผู้พบเห็นสนใจ สารบัญบทหน้า ในหน้าอื่น ๆ ให้ดำเนินเรื่องราวและภาพอย่างต่อเนื่องจากหน้าหนึ่งไปอีกหน้าหนึ่ง การจัดรูปแบบแต่ละหน้าให้มีลักษณะที่เข้ากัน และให้ดูไม่ขัดกันหรือไม่ต่อเนื่องกัน (เช่น จัดระยะขอบเท่ากันทุกหน้า ใช้สีโทนเดียวกันในแต่ละบทของนิตยสาร ใช้รูปแบบตัวอักษร (Fonts) ใกล้เคียงกัน

**ตั้งพิมพ์งาน** เมื่อจัดทำอาร์ตเวิร์คต้นฉบับของนิตยสารเรียบร้อยแล้ว ก็สามารถส่งไฟล์งานและตั้งโรงพิมพ์ดำเนินการตามขั้นตอนการพิมพ์ได้ต่อไป เนื่องจากการจัดพิมพ์นิตยสารซึ่งต้องมีรอบการพิมพ์เป็นประจำ ให้ทำการตกลงแผนของระยะเวลาในการส่งต้นฉบับและเวลาในการรับมอบงานในแต่ละรอบของการพิมพ์

อนึ่งงานพิมพ์นิตยสารที่ดี เริ่มจากต้นฉบับที่ดี ภาพที่คมชัด ใช้ซอฟต์แวร์โปรแกรมการจัดรูปแบบที่ถูกต้อง และที่สำคัญที่สุด การพิมพ์ต้องได้คุณภาพ เมื่อได้นิตยสารที่ดีย่อมมีส่วนช่วยทำให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

#### ข้อมูลในการพิมพ์นิตยสาร

**รูปแบบและรายละเอียดของงานพิมพ์นิตยสาร** การพิมพ์นิตยสารจะมีขนาดและความหนาต่าง ๆ กัน มักมีขนาด A4 ส่วนการพิมพ์นิตยสารมีการพิมพ์ตั้งแต่สี่เดียวจนถึงหลายสี

**ขนาดของงานพิมพ์นิตยสาร** ขนาด 10.25"x 15" 7.5"x 10.25" 5"x 7.5" 8.25"x 11.75" (A4) หรือ 5.75"x 8.25" (A5) สำหรับขนาดอื่น อาจทำให้มีการเสียเศษแผ่นพิมพ์



**การพิมพ์ปกนิตยสาร** กระดาษที่ใช้ทำปกนิตยสาร กระดาษปอนด์ 80 แกรมขึ้นไป หรือกระดาษอาร์ตมัน/ด้าน 90 แกรมขึ้นไป หรือกระดาษอาร์ตการ์ด 190 แกรมขึ้นไป หรือกระดาษแฟนซี (กระดาษที่มีเนื้อและผิวพิเศษ) เพื่อความประหยัด บางครั้งใช้กระดาษเนื้อเดียวกับเนื้อในนิตยสาร

**การพิมพ์และตกแต่งผิวปกของงานพิมพ์นิตยสาร** มีการพิมพ์นิตยสาร 1 สี 2 สี 3 สี 4 สี หรือมากกว่า จะใช้แม่สี 4 สี (CMYK) หรือสีพิเศษก็ได้ มักพิมพ์ด้วยระบบออฟเซต พิมพ์หน้าเดียวหรือ สองหน้าแล้วแต่การออกแบบ การพิมพ์นิตยสารสามารถ เคลือบฟิล์มยูวี เคลือบพลาสติกเงา หรือเคลือบพลาสติกด้าน เคลือบสปอตยูวี (Spot UV) หรือปั้มนูน (Embossing) ปั้มทองหรือฟิล์ม/พอยล์สีต่าง ๆ (Hot Stamping) หากต้องมีการเคลือบดังกล่าว ควรใช้กระดาษอาร์ตที่มีความหนาพอประมาณซึ่งไม่ต่ำกว่า 160 แกรมขึ้นไป เพื่อให้กระดาษคงรูปไม่ม้วนตัว

**เนื้อในงานพิมพ์นิตยสาร** กระดาษที่ใช้ทำเนื้อในนิตยสาร/แมกกาซีน กระดาษปอนด์ 80 แกรมขึ้นไป หรือกระดาษอาร์ตมัน/ด้าน 90 แกรมขึ้นไปหรือกระดาษถนอมสายตา

**แบบของการเข้าเล่มงานพิมพ์นิตยสาร** เย็บมุงหลังคา หรือไสสันทากาว สำหรับความหนาของเล่มนิตยสารไม่ควรต่ำกว่า 2 มิลลิเมตร หากต้องการไสกาว และสามารถทำการปั้มไดคัท (Die-cut) เป็นรูปต่าง ๆ บนปกหรือเนื้อในขึ้นอยู่กับารออกแบบ

**การทำตัวอย่างงานพิมพ์นิตยสาร** การทำตัวอย่างงานพิมพ์หรือการทำรูฟด้วยเครื่องพิมพ์คอมพิวเตอร์ (Computer Printer) หรือผ่านเครื่องแฟกซ์ (Fax) สำหรับงานสีเดียว หรือสองสีควรตรวจสอบงานพิมพ์แบบ ดิจิตัลรูฟ (Digital Proof) หรือ การทำตัวอย่างงานพิมพ์จากแท่นรูฟ หรือที่แท่นทำตัวอย่างงานพิมพ์หากเน้นเรื่องสีสันซึ่งจะถูกนำมาใช้เปรียบเทียบกับงานพิมพ์จริง

**ระยะเวลาการผลิตงานพิมพ์นิตยสารสำหรับโรงพิมพ์** ส่งมอบประมาณ 6 - 25 วัน ขึ้นอยู่กับความหนาและจำนวนพิมพ์ หลังจากลูกค้าอนุมัติการตรวจสอบงานพิมพ์แล้ว

**การบรรจุหีบห่อ (Packing)** เมื่อได้ชิ้นงานสำเร็จตามที่ต้องการจะทำการตรวจสอบชิ้นงาน แล้วบรรจุหีบห่อพร้อมส่งไปยังจุดหมายปลายทางต่อไป

### ขบวนการผลิตสิ่งพิมพ์ (โรงพิมพ์สุพรรณิรินทร์, 2553 :ออนไลน์)

ขบวนการผลิตสิ่งพิมพ์คือขบวนการในการผลิตสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ หนังสือ นิตยสาร ก่อ่ง ฯลฯ โดยผลิตให้ได้ตามรูปแบบและจำนวนที่ต้องการ ขบวนการผลิตสิ่งพิมพ์เริ่มต้นจากการรับต้นฉบับที่เป็นอาร์ตเวิร์ค และสิ้นสุดเป็นชิ้นงานพร้อมส่งมอบให้ลูกค้า ขบวนการผลิตสิ่งพิมพ์มีขั้นตอนดังนี้

ขบวนการก่อนการพิมพ์ (Prepress Process)

ขบวนการการพิมพ์ (Press/Printing Process)

ขบวนการหลังการพิมพ์ (After Press Process)

#### ขบวนการก่อนการพิมพ์ (Prepress Process)

ขบวนการก่อนพิมพ์ได้ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่มีการนำเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้ในการออกแบบและควบคุมขบวนการทำแม่พิมพ์ ในปัจจุบันต้นฉบับ/อาร์ตเวิร์คที่ถูกส่งเข้ามา มักเป็นรูปแบบของไฟล์ดิจิทัลขบวนการก่อนการพิมพ์ที่กล่าวในที่นี้จะอิงระบบดิจิทัลในการทำงาน

**การแปลงเป็นข้อมูลดิจิทัล (Digitization)** ในกรณีที่อาร์ตเวิร์คมาเป็นภาพถ่ายเส้น หรือภาพถ่าย/ภาพวาดมาเป็นฟิล์มสไลด์/ฟิล์มเนกาทีฟ จำเป็นต้องแปลงภาพเหล่านี้ให้เป็นข้อมูลดิจิทัลซึ่งทำได้โดยใช้เครื่องสแกนเนอร์ (Computer Scanner) และเพื่อให้ได้ภาพที่ดีมีคุณภาพควรใช้เครื่องสแกนเนอร์ที่มีคุณภาพสูง (High-end Scanner) เมื่อได้เป็นภาพดิจิทัลก็ทำการประกอบหน้าในคอมพิวเตอร์โดยใช้ซอฟต์แวร์จัดหน้าเช่น โปรแกรม Adobe Indesign โปรแกรม Illustrator และ โปรแกรม Pagemaker

**การตรวจสอบไฟล์ข้อมูล (Preflight)** เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นในชิ้นงานพิมพ์อันจะก่อให้เกิดความเสียหายและสิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย จำเป็นต้องมีการตรวจสอบรายละเอียดของไฟล์งาน/ไฟล์อาร์ตเวิร์ค ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการตรวจสอบดังกล่าวมีโปรแกรม FlightCheck หรือโปรแกรม PreFlight Pro เป็นต้น รายการตรวจสอบของซอฟต์แวร์เหล่านี้ประกอบด้วย ตรวจสอบว่าไฟล์ภาพมีครบหรือไม่ แบบตัวอักษรถูกต้องหรือไม่ ขนาดหน้าของชิ้นงานถูกต้องหรือไม่ มีการเผื่อตัดตกเพียงพอหรือไม่ การกำหนดสีถูกต้องหรือไม่ ฯลฯ

**การจัดวางหน้าสำหรับทำแม่พิมพ์ (Imposition)** เนื่องจากแม่พิมพ์ที่ใช้พิมพ์มักมีขนาดใหญ่กว่าชิ้นงาน แม่พิมพ์หนึ่งชุดสามารถวางชิ้นงานได้หลายชิ้น เช่นวางหน้าหนังสือได้ 8

หน้าวางฉลาก ได้ 40 ชิ้น เป็นต้น ขั้นตอนนี้จะเป็นการจัดวางหน้าสำหรับทำแม่พิมพ์แต่ละชุด หนึ่งในการวางหน้าหนังสือต้องจัดวางหน้าให้ถูกต้อง เมื่อนำไปพับแล้วหน้าต่าง ๆ จะได้เรียงอย่างถูกต้อง ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการจัดวางหน้าหนังสือได้แก่ โปรแกรมPrep โปรแกรม InPosition และโปรแกรม Impostrip เป็นต้น

**การทำรูปดิจิทัล (Digital Proofing)** ก่อนที่จะทำเป็นแม่พิมพ์จริง มักจะมีการทำตัวอย่างงานพิมพ์ขึ้นเพื่อตรวจรายละเอียดต่าง ๆ ตลอดจนสีสันว่าถูกต้องหรือไม่ การทำตัวอย่างหรือรูปในขั้นนี้จะเป็นการพิมพ์จากเครื่องพิมพ์คอมพิวเตอร์หรือพรีนเตอร์ โดยทั่วไปจะใช้พรีนเตอร์ระบบอิงค์เจ็ท (Inkjet Printer) ขนาดใหญ่และพิมพ์ตัวอย่างงานได้ขนาดกับการจัดวางหน้าเหมือนบนแม่พิมพ์จริง การทำรูปนี้จึงเรียกการทำรูปดิจิทัล (Digital Proof) การทำรูปดิจิทัลจะประหยัดกว่าการทำแม่พิมพ์จริงแล้วทำรูปจากแม่พิมพ์ หากมีการแก้ไขก็ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก ในปัจจุบันสีสันบนรูปดิจิทัลใกล้เคียงกับการพิมพ์บนเครื่องพิมพ์ มีงานจำนวนมากที่ทำแต่รูปดิจิทัลโดยไม่ทำรูปจากแม่พิมพ์และใช้รูปดิจิทัลในการเปรียบเทียบสีสันเวลาพิมพ์งานจริง

**การทำฟิล์มแยกสี (Process Film Making)** เป็นการทำให้ฟิล์มที่แยกเป็นสี ๆ สำหรับทำแม่พิมพ์ชุดหนึ่ง ๆ หลักการของการทำฟิล์มแยกสีคือ การแยกภาพในไฟล์งานออกมาเป็นภาพสีโดด ๆ โดยมาตรฐานจะได้ภาพแม่สีสี่ภาพ ซึ่งเป็นภาพสีของ CMYK (Cyan Magenta Yellow Black) ไฟล์งานจะถูกส่งเป็นไฟล์ในรูปแบบโพสคริปต์ (PostScript File) แล้วแปลงเป็นไฟล์รูปแบบราสเตอร์ (Raster File) ส่งไปเครื่องยิง/พิมพ์ฟิล์มที่มีชื่อเรียกว่า เครื่องอิมเมจเซ็ทเตอร์ (Imagesetter) ซึ่งเป็นเครื่องพรีนเตอร์แบบหนึ่งที่ใช้ลำแสงสร้างภาพแบบฮาฟโทน (Halftone) บนแผ่นฟิล์มไวแสง ได้ฟิล์มที่มีภาพขาวดำตามภาพของสีแต่ละสีที่แยกไว้และเรียกฟิล์มชุดนี้ว่าฟิล์มแยกสี

**การทำแม่พิมพ์ (Plate Making)** เมื่อได้ฟิล์มแยกสีก็นำฟิล์มของแต่ละสีมาทาบกับแม่พิมพ์ที่เคลือบด้วยสารไวแสง ทำการฉายแสง ส่วนที่โดนแสงจะทำปฏิกิริยากับสารไวแสง เมื่อนำไปล้างน้ำยาก็จะเกิดภาพบนแม่พิมพ์สำหรับการพิมพ์ต่อไป ในปัจจุบันมีการสร้างเครื่องทำแม่พิมพ์โดยตรงจากคอมพิวเตอร์โดยไม่ต้องทำฟิล์มแยกสีก่อนเครื่องดังกล่าวมีลักษณะการทำงานคล้ายเครื่องอิมเมจเซ็ทเตอร์แต่เปลี่ยนวัสดุที่จะรับลำแสงเพื่อสร้างภาพจากฟิล์มไวแสงเป็นแม่พิมพ์ไวแสงเครื่องที่ใช้ทำแม่พิมพ์จากคอมพิวเตอร์ในระบบออฟเซ็ทเรียกว่าเครื่องเพลทเซ็ทเตอร์ (Platesetter) ประโยชน์ที่ได้คือทำให้ลดขั้นตอนและค่าใช้จ่ายตลอดจนได้แม่พิมพ์ที่มีคุณภาพคมชัด

ขึ้นแม่นยำขึ้น ข้อเสียคือเพลทชนิดนี้ยังมีราคาสูงอยู่ หากมีการแก้ไขหรือแม่พิมพ์ชำรุด ค่าใช้จ่ายในการทำแม่พิมพ์ใหม่จะสูงกว่า

**การทำตัวอย่างงานพิมพ์ที่แทน/ปรูฟแทนหรือ ปรูฟแม่พิมพ์ (Plate Proofing)** ในกรณีที่ต้องการตัวอย่างงานพิมพ์ที่มีรายละเอียดและสีสันทันทีถูกต้องยิ่งขึ้นไว้ใช้เปรียบเทียบกับงานในขบวนการพิมพ์ จำเป็นต้องทำตัวอย่างหรือปรูฟจากแม่พิมพ์จริง ซึ่งอาจทำได้โดยใช้เครื่องปรูฟที่จำลองการพิมพ์จากเครื่องพิมพ์จริงหรือใช้เครื่องพิมพ์จริงเลยก็ได้ ประเภทงานที่มักต้องทำปรูฟแทนคือ งาน โบรชัวร์ แคตตาล็อก นิตยสาร แผ่นพับบางรายการ บรรจุภัณฑ์กระดาษ และงานพิมพ์ที่ต้องการคุณภาพสูง ฯลฯ

#### **ขบวนการการพิมพ์ (Press/Printing Process)**

เมื่อได้แม่พิมพ์ที่สมบูรณ์ ก็เริ่มเข้าสู่ขบวนการพิมพ์ ขบวนการพิมพ์มีความสำคัญมาก ชิ้นงานที่ออกมาดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับกรพิมพ์เป็นหลักใหญ่ และจะพบว่าปัญหาส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นระหว่างลูกค้ากับโรงพิมพ์มักมาจากการพิมพ์เช่น สีไม่เหมือน พิมพ์เหลื่อม ข้อความไม่ชัด ฯลฯ ดังนั้นการควบคุมการพิมพ์จึงเป็นเรื่องสำคัญ

**การเตรียมพิมพ์ (Print Preparation)** ได้แก่การเตรียมวัสดุพิมพ์ เตรียมชนิดของวัสดุให้ถูกต้อง กำหนดจำนวนที่ต้องการพิมพ์ ทำการตัดเขียนขนาดวัสดุพิมพ์สำหรับเข้าเครื่องพิมพ์ให้ถูกต้อง เตรียมหมึกที่ใช้พิมพ์ หากเป็นหมึกสีอื่นที่ไม่ใช่แม่สี ต้องสั่งผู้จำหน่ายหมึกจัดทำขึ้นมาหรือผสมเตรียมไว้ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องตรวจสอบแม่พิมพ์ว่าสมบูรณ์หรือไม่ ศึกษาตัวอย่างงานพิมพ์เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นหากเป็นการพิมพ์สองด้านให้จับคู่แม่พิมพ์ให้ถูกต้อง

**การพิมพ์ (Printing)** หลักการพิมพ์ในระบบต่าง ๆ มักจะเป็นการพิมพ์ทีละสีลงบนวัสดุพิมพ์ แม่พิมพ์ที่ทำขึ้นก็ถูกทำสำหรับสีแต่ละสี หลักการคร่าว ๆ ของการพิมพ์โดยทั่วไปจะมีระบบป้อนวัสดุพิมพ์เข้าไปในเครื่องพิมพ์ผ่านการพิมพ์ทีละสีโดยการรับโอนภาพหมึกจากแม่พิมพ์ซึ่งรับหมึกมาจากระบบจ่ายหมึกมาก่อน เมื่อพิมพ์เสร็จก็ส่งวัสดุพิมพ์ไปเก็บพักไว้ เครื่องพิมพ์แต่ละเครื่องอาจมีหน่วยพิมพ์ 1 สี 2 สี 4 สี หรือมากกว่านั้น การพิมพ์หลากสีจึงอาจถูกนำเข้าเครื่องพิมพ์หลายเที่ยว เช่นงานพิมพ์ 4 สีหน้าเดียว เมื่อพิมพ์บนเครื่องที่มีหน่วยพิมพ์สีเดียวต้องพิมพ์ทั้งหมด 4 เที่ยวพิมพ์ เครื่องพิมพ์บางประเภทอาจมีส่วนต่อท้ายหลังจากผ่านหน่วยพิมพ์แล้ว เช่น มีหน่วยเคลือบผิวด้วยน้ำยาเคลือบ มีหน่วยอบแห้งเพื่อให้หมึกแห้งเร็วขึ้น มีหน่วยพับ

หน่วยตัดซอย หน่วยไค้ท ฯลฯ เพื่อลดขั้นตอนการทำงานหลังการพิมพ์ เมื่อผ่านการพิมพ์ครบถ้วนแล้ว ต้องรอพักให้หมึกแห้งสนิทจึงนำไปดำเนินการขั้นตอนต่อไป

สำหรับการพิมพ์ระบบดิจิทัลจะไม่มีการทำฟิล์มแยกสีหรือแม่พิมพ์ สามารถส่งคำสั่งพิมพ์โดยตรงจากเครื่องคอมพิวเตอร์ได้เลย ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาที่ใช้ไปกับการทำแม่พิมพ์ แต่มีข้อเสียคือ ค่าพิมพ์ต่อแผ่นเทียบกับการพิมพ์แบบปกติยังสูงอยู่ หากพิมพ์จำนวนมากจะทำให้ต้นทุนสูงกว่าแบบปกติ

#### ขบวนการหลังการพิมพ์ (After Press Process)

งานพิมพ์ที่พิมพ์เสร็จสิ้นแล้ว โดยทั่วไปยังไม่สมบูรณ์เป็นชิ้นงานตามที่ต้องการจึงต้องผ่านขบวนการบางอย่างเสียก่อน

**การตกแต่งผิวชิ้นงาน (Surface Decoration)** งานพิมพ์บางงานต้องการการเคลือบผิวเพื่อจุดประสงค์ต่าง ๆ กัน เช่น เพื่อป้องกันการขีดข่วน ป้องกันความชื้น ต้องการความสวยงาม เป็นต้น การตกแต่งผิวมีดังนี้

**การเคลือบผิว (Coating)** การเคลือบผิวมีหลายวิธี เช่น การเคลือบวาร์นิช วาร์นด้าน วาร์นิชแบบใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย (water based varnish) การเคลือบยูวี ยูวีด้าน การเคลือบพีวีซีเงา พีวีซีด้าน การเคลือบเงาเฉพาะจุด (Spot UV) การเคลือบวาร์นิชจะให้ความเงาที่น้อยที่สุดในขณะที่การเคลือบพีวีซีเงาจะให้ความเงามากที่สุด

**การรีด/ปั๊มแผ่นฟอลด์ (Hot Stamping)** ได้แก่การปั๊มด้วยความร้อนให้แผ่นฟอลด์ไปติดบนชิ้นงานเป็นรูปตามแบบปั๊ม มีทั้งการปั๊มฟอลด์เงิน/ทอง ฟอลด์สี ฟอลด์ลวดลายต่าง ๆ ฟอลด์ฮาโลแกรม เป็นต้น

**การปั้มนูน/ปั้มลึก (Embossing/Debossing)** คือการปั้มให้ชิ้นงานนูนขึ้นหรือลึกลงจากผิวเป็นรูปร่างตามแบบปั้ม เช่นการปั้มนูนตัวอักษรสัญลักษณ์

**การขึ้นรูป (Forming)** ได้แก่ การตัดเจียน เช่นงานทำฉลาก การขึ้นเส้นสำหรับพับ การปั้มเป็นรูปทรง/การ ไค้ท เช่นงานทำกล่อง งานเจาะหน้าต่างเป็นรูปต่าง ๆ การพับ การม้วน เช่นงานทำกระป๋อง การทากาวหรือทำให้ติดกัน เช่นงานทำกล่อง งานทำซอง การหุ้มกระดาษแข็ง เช่นงานทำปกแข็งงานทำฐานปฏิทิน

**การทำรูปเล่ม (Book Making)** เป็นขบวนการสำหรับทำงานประเภทสมุด หนังสือ ปฏิทิน กระดาษก่อน ฯลฯ มีขั้นตอนคือ

การตัดแบ่ง เพื่อแบ่งงานพิมพ์ที่ซ้ำกันในแผ่นเดียวกัน

การพับ เพื่อพับแผ่นพิมพ์เป็นหน้ายก

การเก็บเล่ม เพื่อเก็บรวมแผ่นพิมพ์ที่พับแล้ว/หน้ายกมาเรียงให้ครบเล่ม

หนังสือ

การเข้าเล่ม เพื่อให้หนังสือยึดติดกันเป็นเล่ม มีวิธีต่าง ๆ คือ การเย็บด้วยลวด เย็บมุงหลังคา การไสสันทากาว การเย็บกึ่งทากาว การเย็บกึ่งหุ้มปกแข็ง การเจาะรูร้อยห่วง เมื่อผ่านการยึดเล่มติดกัน ก็นำชิ้นงานมาตัดเจียนขอบสามด้านให้เรียบเสมอกันและได้ขนาดที่ต้องการ (ยกเว้นงานที่เย็บกึ่งหุ้มปกแข็งและงานที่เจาะรูร้อยห่วงจะผ่านการตัดเจียนก่อนเข้าเล่ม)

การลงทุนและค่าใช้จ่ายในการผลิตนิตยสาร (สำนักส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ, 2544)

ในการผลิตนิตยสาร มีต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการผลิตและการดำเนินงาน ประกอบด้วย เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร (Non-current Assets) หรือค่าใช้จ่ายในการลงทุน (Investment) และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Operating Expenses)

#### ค่าใช้จ่ายในการลงทุน (Investment)

ในกรณีที่กิจการมีการจัดพิมพ์โดยโรงพิมพ์ของตัวเอง ซึ่งพิมพ์เอกสารด้วยเครื่องจักรขนาดกำลังไม่เกิน 10 แรงม้า ประกอบด้วยการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร (Non-current Assets) ได้แก่

เครื่องพิมพ์ออฟเซต	1,900,000	บาท
เครื่องตัดกระดาษ	180,000	บาท
เครื่องเย็บกระดาษ	72,000	บาท
เครื่องมืออื่น ๆ	20,000	บาท
เครื่องตีธง(Windmill Printing Machine)	<u>190,000</u>	บาท
รวม	<u>2,362,000</u>	บาท

การลงทุนในอาคารที่ตั้งโรงพิมพ์ขนาดอย่างน้อย 80 ตารางเมตร ราคาอาคารหรือค่าเช่าอาคารจะขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง เนื่องจากการลงทุนเกี่ยวกับโรงพิมพ์เป็นจำนวนที่สูงประกอบกับปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญในอุตสาหกรรมการพิมพ์ ความยุ่งยาก

เกี่ยวกับการขอใบอนุญาตประกอบอุตสาหกรรม ดังนั้นปัจจุบันนี้การผลิตนิตยสารหลายเล่มรวมถึงนิตยสารนาวิจึงได้ใช้วิธีการว่าจ้างสำนักพิมพ์ หรือ โรงพิมพ์ที่มีคุณภาพงานพิมพ์ที่ดีแทน

สำหรับการลงทุนในการผลิตนิตยสาร ซึ่งมีขั้นตอนในการผลิตที่เป็นปัจจัยหลักคือการถ่ายภาพ และเนื้อหา การถ่ายภาพจำเป็นต้องมีอุปกรณ์การถ่ายภาพที่มีคุณภาพดีมาก เพื่อให้รูปถ่ายที่ลงพิมพ์นั้นมีความชัดเจน แม้จะเป็นภาพขนาดใหญ่ ก็ควรต้องลงทุนเริ่มแรกกับอุปกรณ์ถ่ายภาพ และการมีโปรแกรมการทำงานกับคอมพิวเตอร์ที่สามารถจัดวางรูปภาพ ตัดต่อรูปภาพ มีความหน่วงความจำขนาดใหญ่ และสามารถทำงานได้รวดเร็ว เพียงพอที่จะทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งอุปกรณ์เหล่านี้มีราคาค่อนข้างสูง

#### **ปัจจัยสำคัญของคุณภาพงานพิมพ์**

ในการพิมพ์งานทุกคนล้วนต้องการคุณภาพของงานที่พิมพ์ออกมาทั้งสิ้น ไม่ว่าจะงานพิมพ์ในครั้งนั้นจะมีขนาดเล็กน้อยหรือขนาดใหญ่เพียงใด สิ่งที่ทุกคนต้องการเหมือนกันนั่นก็คือคุณภาพของงานพิมพ์ที่ออกมานั่นเอง ดังนั้นในการพิมพ์งานจึงควรคำนึงและระลึกไว้เสมอว่า การที่จะให้งานพิมพ์ที่ต้องการออกมามีคุณภาพตรงตามที่ต้องการนั้นประการแรกต้องเลือก โรงพิมพ์ที่ได้คุณภาพมาตรฐานในการพิมพ์งานเพราะถ้าเลือก โรงพิมพ์ในการพิมพ์งานผิดก็อาจส่งผลให้งานพิมพ์นั้นๆเสียได้หรือต้องทำการพิมพ์ใหม่ ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายซ้ำซากสิ้นเปลืองงบประมาณ ดังนั้นจะเห็นว่างานพิมพ์ของท่านจะออกมามีคุณภาพดีนั้น ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจเลือกโรงพิมพ์ในขั้นแรก และโรงพิมพ์ที่เลือกต้องมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญชำนาญสูงในงานที่ต้องการพิมพ์

#### **ความสำคัญของการพิมพ์งานหรือพิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์**

ความสำคัญของการพิมพ์งานทุกชนิดของสื่อสิ่งพิมพ์จะเริ่มต้น ตั้งแต่การออกแบบสิ่งที่จะพิมพ์ เพื่อให้ได้งานพิมพ์นั้นออกมาตามความต้องการ ไม่ว่าจะพิมพ์งานเล็กหรืองานใหญ่ เช่น การพิมพ์นามบัตร ซึ่งดูเหมือนเป็นการพิมพ์งานที่ง่ายๆ แต่ถ้าจะให้พิมพ์นามบัตรออกมาดูดีมีคุณค่า นั้น ต้องมีการวางแผนวางรูปแบบ ทั้งขนาดของนามบัตร กระดาษที่จะใช้พิมพ์ การวางเลย์เอ๊าท์ การเลือกสี การเลือกตัวหนังสือ และอีกหลายๆอย่าง จึงจะได้งานพิมพ์นามบัตรออกมาดูดีมีคุณภาพ ส่วนการพิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่น ก็ต้องพิจารณาไปตามเนื้องานแต่ละงาน งานที่จะพิมพ์นั้นเป็นงานประเภทใด จะให้ออกมาในแนวไหน สิ่งเหล่านี้ล้วนต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์รวมถึงความเชี่ยวชาญความชำนาญเฉพาะด้านมาพิจารณาประกอบการพิมพ์งาน ยิ่งเป็นงานที่มีความ

ละเอียดสูงๆต้องการความแม่นยำสูง ต้องพิจารณาอย่างละเอียดในทุกจุด ซึ่งอาจถึงขั้นต้องมีการวางแผนในการดำเนินการพิมพ์งานชิ้นนั้นๆ ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนถึงขั้นพิมพ์งานนั้นๆเสร็จจนไปถึงการส่งมอบสื่อสิ่งพิมพ์นั้นกับลูกค้า จะเห็นว่าถ้าจะให้สื่อสิ่งพิมพ์ที่จะทำการพิมพ์นั้นออกมาดีและมีคุณภาพสูง ต้องพิถีพิถัน พิจารณาทุกๆส่วน รวมถึงการเลือกโรงพิมพ์ที่จะทำการพิมพ์งานนั้นๆ ถ้าเลือกโรงพิมพ์ผิด ก็อาจทำให้งานที่พิมพ์นั้นออกมาไม่ดี เสียทั้งเงินและเวลา หรืออาจต้องทำการพิมพ์งานนั้นใหม่ทั้งหมด ดังนั้นการเลือกโรงพิมพ์คือด่านแรกสำหรับการพิมพ์งานประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ทุกชนิด

#### ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพงานพิมพ์และคุณภาพมาตรฐานตรงตามความต้องการ

1. การจัดทำต้นฉบับซึ่งปัจจุบันมีซอฟต์แวร์สำหรับจัดทำต้นฉบับ ซึ่งนิยมใช้กันในเมืองไทยคือโปรแกรม Illustrator โปรแกรม Indesign และโปรแกรม Pagemaker ในปัจจุบันแม้จะมีผู้สามารถใช้ซอฟต์แวร์ดังกล่าวอยู่เป็นจำนวนมาก แต่การจัดทำต้นฉบับที่ดีมีคุณภาพ เป็นที่ดึงดูดสายตาซึ่งยังผลให้ประสบความสำเร็จในสิ่งพิมพ์นั้น ต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในออกแบบการจัดวางองค์ประกอบในหน้าแต่ละหน้า นอกจากนี้ในการจัดทำต้นฉบับมักจะมีภาพประกอบภาพที่นำมาใช้จำเป็นต้องเป็นภาพที่ดีมีคุณภาพ หากต้องการรายละเอียดของภาพ ภาพนั้น ๆ ต้องเป็นภาพที่คมชัดมีความละเอียดของภาพไม่ต่ำกว่า 350 DPI มีสีสรรที่ดี การจัดทำต้นฉบับที่ดีเมื่อผ่านขบวนการต่าง ๆ ในการจัดพิมพ์จึงจะได้งานพิมพ์ที่ดี ในทางตรงข้ามหากต้นฉบับไม่ดี เช่นภาพไม่คมชัด ก็ไม่สามารถจัดทำงานพิมพ์ที่ดีได้

2. การทำแม่พิมพ์/เพลท เมื่อได้ต้นฉบับที่ดี ขั้นต่อไปคือการทำเพลทที่ดีมีคุณภาพ เครื่องมือเครื่องมือไม้ที่ใช้ในการทำเพลทต้องเป็นเครื่องมือที่ดี นอกจากนี้ช่างผู้ทำหน้าที่ต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ ขบวนการจัดทำเพลทต้องอยู่ในมาตรฐาน เมื่อได้เพลทที่ดี หากต้องทำรูปก็จัดทำให้ได้มาตรฐาน การปล่อยหมึกแต่ละสีต้องควบคุมให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานไม่มากไปหรือน้อยเกินไป สีทุกสีต้องซ้อนทับตรงกัน

3. การพิมพ์ การพิมพ์ที่ดีต้องอาศัยเครื่องจักรที่ดี ช่างพิมพ์ที่มีความสามารถ ขบวนการพิมพ์ต้องอยู่ในมาตรฐาน หากมีเครื่องจักรที่ดีแต่ช่างพิมพ์ขาดความสามารถก็อาจได้งานพิมพ์ออกมาไม่ดี พิมพ์สีผิดเพี้ยนบ้าง พิมพ์สีซ้อนทับไม่ตรงบ้าง พิมพ์สีได้ไม่สดสวย ไม่มีความลึกของภาพบ้าง ฯลฯ ดังนั้นการเลือกใช้โรงพิมพ์จึงเป็นเรื่องสำคัญมาก โรงพิมพ์ที่คิดราคาถูกเพียงใด



หากงานพิมพ์ที่ได้ ไม่มีคุณภาพเพียงพอ ก็จะเป็นการสูญเสียทั้งเงินทองและเวลา ซึ่งบางครั้งก็ไม่อาจไม่มีเวลาในการแก้ไขได้เลย

4. วัสดุต่าง ๆ ที่ใช้ อันได้แก่กระดาษ หมึก เป็นปัจจัยสำคัญ กระดาษประเภทเดียวกัน ความหนาเท่าเทียมกัน มิได้หมายความว่าคุณภาพจะเหมือนกัน กระดาษที่มีราคาถูกมักมีคุณภาพที่ด้อยลงด้วย โรงพิมพ์ที่ดีจะคัดสรรกระดาษที่ดีให้แก่ลูกค้า สำหรับหมึกก็เช่นกัน หมึกบางชุดพิมพ์งานได้ออกมาสดสวยงดงาม ในขณะที่หมึกบางชุดพิมพ์ออกมาสีค่อนข้างหมอง โรงพิมพ์ที่มีคุณภาพจะรู้จักเลือกหมึกที่ถูกต้องมาใช้กับงานแต่ละประเภท

อนึ่ง การเลือกโรงพิมพ์จะเป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะได้งานพิมพ์ที่ดีมีคุณภาพหรือไม่ วิธีหนึ่งในการเลือกโรงพิมพ์ ก็โดยการดูจากตัวอย่างงานหรือผลงานของโรงพิมพ์นั้นๆ ก็ย่อมสามารถใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกได้

#### ความสำเร็จและความล้มเหลวในการดำเนินงานนิตยสาร

ดร.ณิ หิรัญรักษ์ (2530:33-40) กล่าวว่า มีการวิจัยเกี่ยวกับนิตยสารที่ประสบความสำเร็จและความล้มเหลวในการดำเนินงานซึ่งนักวิจัยเหล่านั้นสรุปว่า อาจจะมีจุดอ่อนหลายประการที่ทำให้นิตยสารไม่เป็นที่นิยมและต้องเลิกกิจการไปจุดอ่อนเหล่านี้ ได้แก่รูปแบบนิตยสารที่ไม่แน่นอน ความล้มเหลวที่เกี่ยวกับงบประมาณและเงินทุน การขาดความเอาใจใส่เรื่องการใช้เวลา การขาดความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจด้านการพิมพ์ การโฆษณา และสุดท้ายคือ ความขาดแคลนข่าวสารเกี่ยวกับการว่าจ้างผู้ร่วมงาน และการแข่งขันในวงการธุรกิจนิตยสาร จากประสบการณ์ของ Don Gussow ซึ่งผ่านงานนิตยสารมาหลายฉบับ พบว่า ธุรกิจนิตยสารก็เช่นเดียวกับการทำธุรกิจอื่นๆ ที่ต้องประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลวได้เช่นกัน ดังนั้น การที่จะประสบความสำเร็จในการทำนิตยสารได้นั้นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงคือ

1. ค้นหาสิ่งที่ก่อให้เกิดความสำเร็จได้ด้วยตัวเอง เพราะสิ่งเหล่านี้ไม่มีใครสามารถกำหนดเฉพาะเจาะจงลงไปได้ตลอดจนมองหาโอกาสที่จะเจริญเติบโต
2. จะต้องมียุคกลางที่สำคัญอย่างน้อย 2 คนที่เข้ากันได้ มีแนวคิดทำนองเดียวกัน คือผู้จัดการฝ่ายจัดจำหน่ายและบรรณาธิการ
3. สร้างจุดที่น่าสนใจของหนังสือให้ได้และจะต้องสร้างหนังสือให้มีคุณภาพมากพอที่จะไม่เสียส่วนแบ่งของตลาดไป
4. ต้องมีความมั่นใจในการจัดองค์กรและการจัดการ

5. ดำเนินงานด้วยความระมัดระวังและตั้งงบประมาณที่มีประสิทธิภาพ
6. ว่าจ้างพนักงานที่มีคุณภาพ ไม่ควรว่าจ้างเกินความจำเป็น ต้องตระหนักอยู่เสมอว่าคุณภาพย่อมอยู่เหนือปริมาณ
7. กระจายอำนาจในการบริหารแต่ควรอยู่ในความระมัดระวัง

#### สาเหตุแห่งความล้มเหลวนั้นมักมีสาเหตุจากปัจจัยหลายประการดังนี้

1. วางแผนไม่ดี มีผลกระทบจากงบประมาณ การจัดการไม่รอบคอบ เริ่มตั้งแต่บรรณาธิการถึงผู้ผลิตตลอดจนการจัดจำหน่าย
2. ปรับตัวเข้ากับสถานการณ์เข้าขาดความยืดหยุ่นในการดำเนินงานและการปรับเนื้อหา
3. เมื่อหนังสือมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จก็อาจจะขาดการควบคุมระมัดระวังในงบประมาณทำให้เกิดการใช้จ่ายฟุ่มเฟือยโดยเปล่าประโยชน์
4. วิเคราะห์คู่แข่งผิดพลาด การทำนิตยสารใหม่นั้นสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ การแย่งตลาดของนิตยสารฉบับเก่าที่มีอยู่จำเป็นต้องระมัดระวังและเอาใจใส่อย่างมาก
5. เมื่อเริ่มประสบความสำเร็จแล้ว มักจะละเลยต่อการพัฒนาคุณภาพหนังสือ ทำให้สูญเสียตลาดไปโดยง่าย

อย่างไรก็ตาม การจัดทำนิตยสารเป็นเสมือนการจัดทำธุรกิจประเภทหนึ่ง ซึ่งอาจประสบความสำเร็จหรือขาดทุนได้ ขึ้นอยู่กับสภาพและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจทั่วไป ดังนั้น การดำเนินการ และการจัดการนิตยสารจำเป็นต้องมีประสิทธิภาพ ความผิดพลาดต่าง ๆ เช่น การขยายตัวเร็วเกินไป การใช้จ่ายอย่างฟุ่มเฟือย การประชาสัมพันธ์ที่ผิดพลาด ฯลฯ อาจมีผลทำให้การจัดทำนิตยสารได้ นอกจากนี้แล้วข้อมูลเกี่ยวกับการตลาด ก็เป็นสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะกับการเริ่มต้นการจัดทำนิตยสาร ปัญหาอื่นๆ ที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจการทำนิตยสาร ก็เหมือนกับธุรกิจการทำธุรกิจอื่นๆ เช่น การแข่งขัน และภาวะเศรษฐกิจต่างๆ ไป เช่น การเติบโตของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ ความนิยมพิมพ์หนังสือปกอ่อน ยอดขายที่ลดลงนิตยสารตามแผงหนังสือ และการทำเลียนแบบของนิตยสารนิตยสารที่กระทบกระเทือนจากแนวโน้มนี้ส่วนใหญ่เป็นนิตยสารใหม่ห่มผู้บริโภคแต่อย่างไรก็ตามนิตยสารประเภทเฉพาะอื่นๆก็ได้รับความกระทบกระเทือนด้วย จากการที่โทรทัศน์เป็นสิ่งสำคัญและแพร่หลายขึ้น ผู้โฆษณาที่มักหันไปลงโฆษณาตามสถานีโทรทัศน์ ทำให้รายได้

โฆษณาของนิตยสารน้อยลง แต่ในปัจจุบัน เจ้าของกิจการต่างๆ มักใช้สื่อมวลชนหลายแขนงรวมทั้งนิตยสารในการโฆษณาสินค้าของตน หนังสือปกอ่อน มีราคาไม่แพง และผู้ซื้อจะรู้ว่าจะได้สาระประเภทใดจากหนังสือที่ซื้อไปดังนั้น หนังสือประเภทนี้จึงเป็นที่นิยมของนักอ่านทั่วไป ซึ่งมีผลทำให้คนเหล่านี้ซื้อนิตยสารอ่านน้อยลง แนวโน้มอีกประการหนึ่ง คือยอดขายที่ตกลงของนิตยสารตามแผงหนังสือพิมพ์ ซึ่งก็เป็นผลมาจากแนวโน้มทั้งสองที่กล่าวมา นอกจากนี้เหตุที่ทำให้ยอดขายลดลงมาจากการที่ในปัจจุบันนิตยสารจำนวนมากตามแผงหนังสือ และการจัดวางนิตยสารไม่เป็นระเบียบ ทำให้ยากกับการบอกชื่อของผู้อ่าน ผู้พิมพ์โฆษณานิตยสารในปัจจุบัน มองเห็นปัญหาเหล่านี้ และได้พยายามหาวิธีแก้ไขโดยอาจจะพิมพ์ปกให้เด่นและดึงดูดสายตาของผู้อ่าน ตามแผงหนังสือ หาวิธีจัดหนังสือในแผงให้เป็นระเบียบ ส่งนิตยสารไปวางขายตามที่ต่างๆ ที่มีคนคับคั่ง เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ตักราคาขายโดยลดให้กับสมาชิกผู้บอกรับนิตยสาร และอาจจะมีการคิดทบทวนรูปแบบของนิตยสารของตนโดยสม่ำเสมอ

### นิตยสารไทยในปัจจุบัน (ชานาญ รามยิ่ง, 2553)

ปัจจุบันในท้องตลาดมีนิตยสารจำนวนมากขึ้น เนื่องมาจากการแข่งขันนำเสนอออกนิตยสารใหม่ๆ แต่ความอยู่รอดของนิตยสารที่เกิดใหม่เป็นเรื่องที่ไปได้ไม่ถนัด พิจารณาจากองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้คือ

1. นิตยสารส่วนใหญ่มีอายุสั้น ประการสำคัญประการหนึ่งคือ เรื่องการจัดการเป็นตัวกำหนดที่สำคัญสำหรับความอยู่รอดของนิตยสาร การรวมตัวของผู้ที่มีความสามารถในการหาทุนการดำเนินงานต่างๆ ในการผลิตและการจัดจำหน่ายถือได้ว่าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง และอาจเป็นสิ่งที่บรรดาผู้จัดทำนิตยสารไม่สามารถทำให้เกิดประสิทธิภาพได้

2. นิตยสารที่มีอายุยืนยาว ต้องมีการระดมทุน มีระบบการดำเนินการที่แน่นอน นิตยสารที่มีอายุยาวบางฉบับไม่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วในแง่ของรูปแบบและจำนวนจำหน่าย แต่บางฉบับก็อาจใช้วิธีการผูกใจผู้อ่านในลักษณะที่เป็นกรรมกรวิธีการขายสินค้าแบบอื่นๆ มีการแจกการ์ตูน มีโอกาสพิเศษต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้อ่านรู้สึกว่าคุณ “ได้อะไร” จากนิตยสารฉบับนั้น ๆ อยู่เป็นประจำ

3. เนื้อหาของนิตยสารเป็นตัวกำหนดที่สำคัญอีกประการหนึ่งของนิตยสารแต่ละฉบับนิตยสารบางฉบับจับตลาดได้ถูก ทำให้มีอายุอยู่ได้นาน ในขณะที่นิตยสารบางฉบับไม่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้อ่านขณะนั้น ทำให้ไม่ได้รับการยอมรับ นิตยสารนั้นจึงมีอายุได้ไม่กี่ปี

4. จากการศึกษาสภาพแวดล้อมทางด้านการเมืองในช่วงต่างๆ พบว่าปัจจัยทางด้านการเมือง ไม่ใช่เรื่องหลักที่เป็นอุปสรรคต่อการเจริญเติบโตของวงการนิตยสาร แม้จะมีนิตยสารที่ออกมาในบางระยะที่มีวัตถุประสงค์มุ่งผลทางการเมืองมากกว่าแสวงหากำไรแต่นิตยสารในลักษณะเช่นนี้มีได้ยี่สิบกว่าจะต้องมีอายุยืนยาวแบบนิตยสารที่ออกมาเป็นธุรกิจ เมื่อฉบับหนึ่งหมดอายุไปอาจมีฉบับอื่น ๆ เข้ามาแทนที่

ในด้านจำนวนจำหน่ายและการจัดจำหน่าย นิตยสารส่วนใหญ่ในปัจจุบันใช้วิธีการจำหน่ายตามแผงหนังสือและร้านหนังสือ มากกว่าการหาสมาชิกโดยตรง ลักษณะเช่นนี้เกิดเพราะปัญหาความล่าช้าในการส่งไปรษณีย์อย่างหนึ่งและความไม่แน่นอนในการออกจำหน่ายของนิตยสารอย่างหนึ่ง ซึ่งมีผลโดยตรงต่อความเชื่อถือของผู้อ่านที่ไม่กล้าบอกรับเป็นสมาชิก เพราะต้องชำระเงินล่วงหน้าโดยไม่ทราบแน่ชัดว่าจะได้รับหนังสือหรือไม่

### 2.3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตนิตยสารนาว

เพื่อให้เกิดความรู้เรื่องทั่วไปของการผลิตจำหน่ายนิตยสารนาว การศึกษาประกอบด้วย ประวัติของนิตยสารนาว องค์ประกอบของนิตยสาร เอกลักษณะของนิตยสารนาว รายได้ของนิตยสาร และ โครงสร้างขององค์กร

#### ประวัติของนิตยสารนาว

นิตยสารนาวผลิตจำหน่ายและลิขสิทธิ์โดยกลุ่มไอเซ็ปท์ ดีไซน์ (Icept Design Group ) โดยนายสุพจน์ สิทธิวงศ์ ผู้เป็นเจ้าของและบรรณาธิการบริหาร สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 389/158 หมู่ที่ 6 ซอย 5 ถนนแม่เหียะ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50100 นิตยสารนาวได้ทดลองครบรอบปีที่ 7 ฉบับเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2553 ที่ผ่านมา ผลิตและวางจำหน่ายทุก 2 เดือน รวมวางแผนทั้งปี 6 ครั้ง ยอดผลิตและจำหน่ายปัจจุบันครั้งละ 5,000 เล่มต่อรอบการผลิต

กลุ่มไอเซ็ปท์ ดีไซน์ ประกอบกิจการหลักคือการเป็นตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) ให้บริการธุรกิจเฉพาะด้านการวางแผนการโฆษณา การจัดงานเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า สื่อการโฆษณาต่าง ๆ และเป็นผู้ผลิตจำหน่ายนิตยสารนาว ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการดำเนินชีวิตของบุคคลที่น่าสนใจในสาขาอาชีพต่าง ๆ กิจการทั้งสองนี้เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกัน และนิตยสารนาวถือเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่ง และช่วยให้เกิดจากใช้ทรัพยากรองค์กรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าอีกทางหนึ่ง

### องค์ประกอบของนิตยสารนามีดังนี้

ปก ประกอบด้วยปกหน้า 2 ด้าน ด้านหนึ่งเป็น NOW Travel & Lifestyle หน้าปก อีกด้านหนึ่งเป็น NOW Travel Asia มีสีสันสวยงาม หรรษา สะดุดตา พิมพ์สีเพื่อให้สะดุดตาและ น่าสนใจ มักใช้ภาพถ่ายบุคคลที่มีชื่อเสียงในขณะนิตยสารออกจำหน่าย เช่นนักแสดง นักร้อง นางแบบ ถ่ายกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่สอดคล้อง เชื่อมโยงกับเนื้อหาในเล่ม เพื่อประชาสัมพันธ์ สถานที่ท่องเที่ยว หรือ งานเทศกาลสำคัญที่น่าจดจำ หรือบางครั้งเป็นกราฟฟิก สีสัน รูปแบบแปลกตา และวิถีที่ดึงดูดความสนใจ

**สารบัญ** มี 2 ด้าน ด้านหนึ่งเป็นสารบัญของด้าน NOW Travel & Lifestyle และอีก ด้านหนึ่งเป็นสารบัญของ NOW Travel Asia โดยสารบัญได้เลือกลงเนื้อหาที่น่าสนใจมาก (High Light) ภายในฉบับนั้น ๆ มาใส่ในสารบัญ และออกแบบอย่างสวยงาม โดยใช้ภาพประกอบเรื่องมาเป็นภาพประกอบ

**บทบรรณาธิการ** เป็นข้อเขียนของบรรณาธิการ โดยเป็นการทักทายกับผู้อ่าน รวมทั้งแนะนำเรื่องเด่น ๆ ภายในเล่ม หรือแนะนำผู้เขียนคอลัมน์ิสต์เพื่อเป็นข้อมูลเลือกอ่านให้กับ ผู้อ่าน บางครั้งสอดแทรกเรื่องราวที่เป็นกระแสในขณะนิตยสารฉบับนั้นออกจำหน่าย เพื่อร่วม แสดงความเห็น ความรู้สึกอย่างเป็นกลางและแสดงความเห็นอย่างสร้างสรรค์ให้กับผู้อ่าน

**เนื้อหา** แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนของ NOW Travel & Lifestyle และ NOW Travel Asia โดยแต่ละส่วนมีองค์ประกอบของเนื้อหาแตกต่างกันดังนี้

NOW Travel & Lifestyle พิมพ์เนื้อหาเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย

- จดหมายจากผู้อ่าน
- What's Now
- Travel Guide
- NOW Culture
- NOW Shopping
- What's NOW in Chiang Mai
- Around the North
- Cover Story
- Fashion, Interview
- Destination

- บทความท่องเที่ยวเรื่องยาว มีต่อฉบับหน้า รวมถึง
  - บทความท่องเที่ยวใน NOW Travel Asia ภาษาไทย
- NOW Travel Asia เนื้อหาเป็นภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย
- สถานที่ท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย อาทิ มาเลเซีย เกาหลี เวียดนาม  
ฮ่องกง ฯลฯ เนื้อหาภาษาอังกฤษและมีส่วนที่แปลบทความเป็นภาษาไทยใน  
ด้าน NOW Travel & Lifestyle
  - Hotel Review,
  - Hotel Thailand Hot Deals
  - What's NOW in Thailand

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ภาพ ปกหน้า



Winter Escape  
at Rawee Waree Resort & Spa

Nan  
Chiangmai  
Hua Hin

Lombok  
Russia  
Bhutan

Get  
NOW  
REWARDS  
page 10-11

ISSN 1903-5493



nowthemagazine.net

### เอกลักษณ์ของนิตยสารนาว

ตลอดระยะเวลากว่า 7 ปีที่ผ่านมาเนื้อหาและรูปลักษณ์ของนิตยสารนาวได้ถูกปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ถูกใจผู้อ่านแต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากนิตยสารท่องเที่ยวทั่วไป นิตยสารนาวมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การใช้ชีวิตบุคคลที่น่าสนใจ ในแบบที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากหนังสือท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่วางจำหน่ายในตลาดนิตยสารท่องเที่ยวอื่นในประเทศไทย โดยลักษณะของการเขียนบทความ โดยถ่ายทอดในลักษณะการเขียนบันทึกการเดินทาง (Journal) ของนักเดินทางที่เกิดจากประสบการณ์การท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ๆ โดยตรง เกร็ดการเดินทางในสถานที่แปลกใหม่ ที่นักท่องเที่ยวประเภทช่างสำรวจ นำเสนอแบบเจาะลึก อาทิ อุซเบกิสถาน (Uzbekistan) ซึ่งลงติดต่อกันถึง 6 ฉบับเป็นระยะเวลา 1 ปี โดยผู้เขียนบทความบางส่วนมาจากทีมงานของนิตยสารนาวเอง และบางส่วนมาจากนักท่องเที่ยว ซึ่งเขียนบันทึกการเดินทางแบบมือสมัครเล่นและมีอิสระในการเขียนบทความและเกร็ดการท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์และเหมาะกับผู้อ่านที่สนใจการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

เนื้อหาหลักในเล่มคือการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภาคเหนือร่วมกับบทความการท่องเที่ยวในภาคพื้นเอเชีย ประกอบกับการที่นิตยสารนาวมีโอกาสดำเนินงานในโรงแรมชั้นนำต่าง ๆ ทั่วภาคพื้นเอเชียนั้น มีส่วนช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย วัฒนธรรมที่งดงามของจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภาคเหนือได้เป็นอย่างดี และช่วยเชื่อมโยงให้เกิดความใกล้ชิดกันกับประเทศเพื่อนบ้านในภาคพื้นเอเชียด้วยกัน เนื้อหาและบทความได้เปลี่ยนแปลงและปรับปรุงอย่างเหมาะสมเพื่อสนองความต้องการของผู้อ่านที่ติดตาม และในระยะหลังเริ่มมีบทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในส่วนต่าง ๆ ของโลกเพิ่มขึ้น เช่นประเทศสวีเดนแลนด์ ประเทศรัสเซีย เพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในขณะนั้น และเพื่อกระชับความสัมพันธ์และสนับสนุนการท่องเที่ยวในส่วนต่าง ๆ ของโลกอีกด้วย

นิตยสารนาวเป็นที่ยอมรับและติดตามอย่างกว้างขวางทั้งในประเทศและต่างประเทศมากกว่า 7 ปี ได้รับการยอมรับและถูกมองว่าเป็นนิตยสารระดับคุณภาพ ทำให้ทีมงานของนิตยสารนาวได้รับสิทธิพิเศษ (Privilege) และการต้อนรับอย่างดีจากผู้จัดงานเทศกาล โรงแรมชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตัวอย่างเช่น การจัดงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ประเทศมาเลเซียปี พ.ศ. 2552 ทีมงานจากนิตยสารนาวเป็นทีมงานเดียวจากประเทศไทยที่ได้รับเชิญเข้าร่วมงานพร้อมกับสื่อข่าวจาก 150 ประเทศทั่วโลก เช่นเดียวกับการต้อนรับอย่างดียิ่งในการ



เดินทางแต่ละครั้งเพื่อถ่ายภาพสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในภาคพื้นเอเชีย จากโรงแรมชั้นนำต่าง ๆ ในประเทศนั้น ๆ ทั้งอาหาร ที่พัก และสายการบินที่สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

### รายได้ของนิตยสารนาว

รายได้ของนิตยสารนาว มี 2 ประเภท ได้แก่ รายได้จาก การจองนิตยสาร และ รายได้จากค่าโฆษณาในฉบับ

รายได้จากการจองนิตยสาร ประกอบด้วย การวางจำหน่ายตามสถานที่ท่องเที่ยวชั้นนำ และการจำหน่ายให้แก่สมาชิก โดยนิตยสารนาววางจำหน่ายในราคาเล่มละ 60 บาท จัดพิมพ์และจำหน่ายในรอบ 2 เดือน ทั้งปีรวม 6 เล่ม ในปี 2553 นิตยสารนาวจัดพิมพ์ครั้งละ 5,000 ฉบับต่อ 1 รอบการผลิต โดยแบ่งวางจำหน่ายโดยตัวแทนจำหน่าย จำนวน 3,000 ฉบับ จัดส่งให้สมาชิก 500 ฉบับ และวางให้อ่านฟรีในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ 1,000 ฉบับ ราคาขายต่อหน่วยถูกกำหนดตาม “คุณค่าของหนังสือ” ตามที่มีนิตยสารประเภทเดียวกันนี้ออกวางจำหน่ายเป็นจำนวนมาก ทั้งที่พิมพ์จำหน่าย และแบบไม่คิดมูลค่าหรือนิตยสารแจกฟรีตามสถานประกอบการต่าง ๆ อาทิ ร้านอาหารแฟรนไชส์ใหม่ โรงแรมหรือสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงนิตยสารที่จัดพิมพ์โดยผู้ผลิตรายใหญ่ การกำหนดราคาจำหน่ายที่เหมาะสมจึงต้องคำนึงถึงมูลค่าที่แท้จริงของนิตยสารในตลาด ซึ่งเทียบคุณภาพและราคาแล้วยังคงสามารถแข่งขันในตลาดนิตยสารได้ อีกทั้งยังมีส่วนจูงใจให้ผู้อ่าน เพราะผู้อ่านมีความรู้สึกว่าคุณค่าเมื่อเทียบกับราคา

### การวางเล่มและจัดจำหน่าย

ช่องทางการส่งนิตยสารนาวถึงมือผู้อ่าน ประกอบด้วย 3 วิธี คือ การจัดจำหน่ายนิตยสารนาวใช้บริการสายการบินจำหน่ายตามร้านหนังสือชั้นนำทั่วไป การวางให้อ่านโดยไม่คิดมูลค่าตามโรงแรมและสถานที่ท่องเที่ยวชั้นนำทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการส่งนิตยสารถึงสมาชิกทางไปรษณีย์

การวางจำหน่ายนิตยสาร จำนวน 6 ฉบับต่อปี โดยออกวางแผงตามร้านหนังสือประมาณวันที่ 15 ของเดือนกุมภาพันธ์ เมษายน มิถุนายน สิงหาคม ตุลาคม และธันวาคม โดยว่าจ้างบริษัทที่บริการในเรื่องสายการบินเป็นผู้รับผิดชอบการกระจายหนังสือไปแผงหนังสือตามสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไป

การวางให้อ่านโดยไม่คิดมูลค่า นิตยสารนาฏกวางให้อ่านตามสถานที่ท่องเที่ยวชั้นนำทั่วไป โรงแรม สปา ทั้งในและต่างประเทศ การวางให้อ่านโดยไม่คิดมูลค่านี้เป็นช่องทางที่สำคัญที่ทำให้นิตยสารถึงมือผู้อ่าน ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสการขายพื้นที่โฆษณาในหน้านิตยสารที่เป็นรายได้หลักที่สำคัญอันดับหนึ่งของการผลิตจำหน่ายนิตยสาร รายละเอียดสถานที่ที่นิตยสารนาฏกวางให้อ่านโดยไม่คิดมูลค่า มีดังนี้

#### จังหวัดเชียงใหม่ :

Phu Jaya Mini Resort

De Naga Hotel

Rimping Village

Best Western Chiang Mai Hotel

Veranda The High Resort Chiang Mai

U Chiang Mai, Mandarin Oriental Dhara Dhevi

Jirung Health Village

Kantary Hills Hotel

Rati Lanna Riverside Spa Resort

The Chedi Chiang Mai

Centara DuangTawan Hotel,

The Oasis Spa

#### จังหวัดเชียงราย :

The Mantrini Boutique Resort

#### จังหวัดแม่ฮ่องสอน :

The Quarter

All about Coffee

Coffee in Love

Pai Viman Resort

Bura Lampai Resort

Pripta Resort

Rak Rim Pai Resort

Lilu Hotel

Yoma Hotel

Pai River Corner

#### กรุงเทพมหานคร :

Dream Hotel Bangkok

Shanghai Mansion Bangkok Hotel

Siam@Siam Design Hotel & Spa

Luxe, Pullman Bangkok King Power

All Seasons Sathorn

Tenface Bangkok Boutique Hotel

Bandara Suites Bangkok

Ibis Sathorn Bangkok

Le Fenix Sukhumvit

A-One Bangkok Hotel

Davinci Suites

VIE Hotel

ลิขสิทธิ์ © มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © Chiang Mai University  
All rights reserved

**พัทยา :**

Ibis Pattaya  
 Amari Orchid Resort  
 Dor-Shada Resort by the sea  
 The Tide Resort  
 Woodlands Hotel & Resort

**สมุย :**

Bandara Resort & Spa	Melati Beach Resort & Spa
Chaweng Regent Beach Resort	Napasai Oriental Express Hotels
Centara Grand Beach Resort	Villa Lawana, The Library
Kandaburi Resort & Spa	Ibis Bophut
Santiburi Resort	Sala Samui Resort & Spa
Implana Samui Resort & Spa	

**เขาใหญ่ :**

Kirimaya  
 Juldis KhaoYai Resort & Spa

**กระบี่ :**

Mantime Park & Spa Resort  
 Red Ginger Chic Resort  
 Islanda Village Resort  
 The Pakasai Resort

**ภูเก็ต :**

Kata Beach Resort & Spa	Impiana Phuket Canama Resort
Karon Beach Resort & Spa	Best Western Bangtao Beach Resort
Phuket Orchid Resort & Spa	Kamala Beach Hotel Resort
Kandaburi Beach Resort & Spa	Best Western Phuket Ocean Resort
Ibis Patong Phuket	Cape Panwa Hotel & Spa
Burasari Resort Patong	

**หัวหิน :**

The Rock Hua Hin

Veranda Resort and Spa Hua Hin

Evason Hideaway Hua Hin and Spa

**นิตยสารนาวางอ่านในต่างประเทศ ดังต่อไปนี้****ลาว :**

Setha Palace - Vientiane

Don Chan Palace -Vientiane

The Grand Luang Prabang

**มาเลเซีย :**

Berjaya Langkawi Beach &amp; Spa Resort

Berjaya Tioman Beach Golf &amp; Spa Resort

Berjaya Tioman Suites

Berjaya Redang Beach Resort

Berjaya Redang Spa Resort

Berjaya Beau Vallon Bay Beach Resort

Berjaya Praslin Beach Resort

Berjaya Mount Royal Beach Hotel

Berjaya Hills Golf &amp; Country Club

Colmar Tropicale. A French – Themed Resort

Berjaya Times Square Hotel

KL Plaza Suites

Berjaya Eden Park Hotel

G Hotel Penang, Malaysia

Bay view Beach Resort, Penang

Bay view Hotel, Langawi

The Implana KLCC Hotel &amp; Spa

The Implana Resort Cherating

Implana Casuarinna Hotel

**สิงคโปร์ :**

Berjaya Hotel Singapore

The Gallery Hotel

**การส่งนิตยสารถึงสมาชิกทางไปรษณีย์**

โดยมีพนักงานฝ่ายดูแลสมาชิก

จะรับผิดชอบในการส่งนิตยสารนาวถึงมือสมาชิกตามกำหนด จำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้นจะช่วยให้  
นิตยสารมีรายได้ที่แน่นอนและช่วยเพิ่มโอกาสการขายพื้นที่โฆษณาซึ่งเป็นรายได้หลักที่สำคัญ  
ในการผลิตนิตยสาร

รายได้จากค่าโฆษณาในฉบับ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการโรงแรม ภัตตาคาร สถานที่ท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์อื่นๆ การพิมพ์โฆษณาในแต่ละฉบับอยู่ระหว่าง 30-50 หน้า ขึ้นต่ำที่กำหนดคือ 20 หน้า จากจำนวนหน้าที่จัดพิมพ์ทั้งหมด 140 หน้า การออกแบบการวางหน้าโฆษณาก็มีส่วนทำให้นิตยสารขายโฆษณาได้ดีขึ้น เช่นมีการวางหน้าโฆษณาเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวโรงแรมที่พักในพื้นที่ใกล้เคียงกับสถานที่ที่มีเนื้อหากล้าถึงในบทความที่สอดคล้องกัน ช่วยสนับสนุนให้ผู้อ่านสนใจโรงแรมที่พักในหน้าโฆษณาเหล่านั้นไปด้วย ซึ่งเป็นเทคนิคในการทำโฆษณาที่ไม่ทำให้ผู้อ่านเบื่อหน่าย หรือเปิดข้ามหน้าโฆษณาไป

### โครงสร้างองค์กรของนิตยสารนาว

เนื่องจากนิตยสารนาว มีการดำเนินงานหลักคือการให้บริการรับจัดงานโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้า การจัดงานตามเหตุการณ์สำคัญ (Event) ต่างๆ และการทำนิตยสารนาวเป็นกิจการที่รองลงมา ซึ่งการทำนิตยสารนาวนี้มีส่วนสำคัญและสนับสนุนกิจการหลักของกลุ่มไอเซ็ปดีไซน์ ทั้งในการโฆษณาในฐานะของสื่อพิมพ์ และรวมถึงช่วยให้เกิดการใช้ประโยชน์สูงสุดจากทรัพยากรของกลุ่มไอเซ็ปดีไซน์ อาทิบุคคลากร และเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ยังทำให้เกิดความชำนาญในการทำสื่อ (Public) เพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสทางธุรกิจกับกิจการในการเป็นผู้จัดทำนิตยสารสำคัญๆ ที่ออกตามวาระพิเศษต่าง ๆ เช่น หนังสือทุบีนัมเบอร์วัน โครงสร้างขององค์กรซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ทำงานในองค์กรชุดเดียวกันกับกิจการหลักโดยโครงสร้างขององค์กรในการจัดทำนิตยสารนาว ประกอบด้วย

- บรรณาธิการบริหาร
- ฝ่ายผลิตนิตยสาร
- ฝ่ายการตลาด
- ฝ่ายบัญชี
- ฝ่ายดูแลสมาชิก
- ฝ่ายธุรการทั่วไป

**บรรณาธิการใหญ่ (Editor –in-Chief)** มีหน้าที่ดูแลอำนวยความสะดวกให้แต่ละฝ่ายมีการทำงานตามหน้าที่รับผิดชอบให้มีประสิทธิภาพ มีการผลิตและจำหน่ายนิตยสารตามกำหนดวางแผนจำหน่ายตรงเวลา

**ฝ่ายผลิตนิตยสาร** มีหน้าที่จัดทำนิตยสารให้ออกได้ตามกำหนดเวลาและเนื้อหาในนิตยสารเป็นไปตามที่วางแผน การจัดรูปภาพ เนื้อหา บทความ การวางรูปเล่มในแต่ละหน้าของนิตยสาร นิตยสารหนึ่งฉบับ มีจำนวนหน้าอย่างน้อย 140 หน้า พิมพ์บนกระดาษอาร์ตกึ่งมัน 4 สี

ฝ่ายผลิตนิตยสารประกอบด้วย

- ช่างภาพ (Photographer)
- บรรณาธิการบริหาร/บรรณาธิการ (Editorial Director/Editorial Officer)
- นักเขียน (Writer)
- ช่างกราฟฟิก (Graphic Designer)

**ฝ่ายการตลาด** มีหน้าที่ติดต่อและดูแลลูกค้าที่สนใจลงโฆษณาแก่นิตยสารเจรจา สอบถามความต้องการของลูกค้า เพื่อสื่อสารทำความเข้าใจกับผลิตภัณฑ์ที่ลงโฆษณา รูปภาพ สี สัน และเนื้อหาของผลิตภัณฑ์ ติดตามและดูแลว่านิตยสารได้ลงโฆษณาเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า ตามที่ได้เจรจาทกลงกันไว้ ฝ่ายการตลาดวางแผนการลงหน้าโฆษณาของนิตยสารให้เหมาะสมสำหรับการผลิตแต่ละฉบับ รวมถึงการติดต่อและดูแลให้ตัวแทนจัดจำหน่ายได้จัดจำหน่าย ฝ่ายการตลาดประกอบด้วย

- ผู้จัดการฝ่ายการตลาด
- พนักงานการตลาด

**ฝ่ายบัญชี** มีหน้าที่บันทึกข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ค่าใช้จ่าย สรุปรายงานฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของกิจการ จัดทำรายงานเพื่อการจัดการต่าง ๆ และรายงานข้อมูลต่อฝ่ายบริหาร เพื่อให้ผู้บริหารสามารถใช้ข้อมูลเพื่อการควบคุมดูแล และจัดการให้กิจการสามารถดำเนินงานต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึง รับผิดชอบจัดทำและยื่นแบบภาษีเงินได้กฎหมายภาษีอากร ฝ่ายบัญชีประกอบด้วย

- ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน
- พนักงานบัญชีทั่วไปและการเงิน
- พนักงานบัญชีลูกหนี้/เจ้าหนี้

**ฝ่ายดูแลสมาชิก** มีหน้าที่ดูแลสมาชิกที่ชำระค่านิตยสารเป็นรายปีจัดการให้มีการส่งนิตยสารถึงมือสมาชิกตามกำหนด หากของรางวัลจูงใจเพื่อให้มีผู้สนใจสมัครเป็นสมาชิกเพิ่มมากขึ้น เช่น แก้วน้ำ เสื้อยืด กระเป๋าผ้า โดยให้มีการออกแบบอย่างสวยงามและเป็นการเฉพาะ หาชื้อที่อื่น

ไม่ได้ รวมถึงรับฟังและรวบรวมคำติชม จากบรรดาสมาชิก และผู้อ่านนิตยสารทั่วไป และรวบรวมให้ฝ่ายบริหารได้รับทราบเพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของการจัดทำนิตยสารต่อไป

**ฝ่ายธุรการทั่วไป** มีหน้าที่ดูแลจัดการให้การดำเนินงานทั่วไปของกิจการ เช่น ดูแลความสะอาด ความปลอดภัย การรับส่งเอกสารจากภายนอก และการรับส่งเอกสารระหว่างแผนกต่าง ๆ ของกิจการ การทำงานของระบบไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสาร โทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต ระบบความเย็นของกิจการ ความคุมดูแลซ่อมแซมอุปกรณ์ รวมถึงการอำนวยความสะดวกเพื่อให้กิจกรรมต่าง ๆ ของกิจการสามารถดำเนินต่อไปได้โดยไม่มีปัญหา

### ขั้นตอนการดำเนินงานเกี่ยวกับการผลิตนิตยสารนาว

ขั้นตอนในผลิตนิตยสาร มีลักษณะพิเศษกว่าธุรกิจอื่นกล่าวคือ ต้องมีการวางแผนเนื้อหาอย่างคร่าว การวางรูปเล่ม และภาพ ในการผลิตแต่ละรอบการผลิตและวางจำหน่ายของทั้งปีล่วงหน้า เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายพื้นที่โฆษณาให้สอดคล้องกับเนื้อหาที่วางอย่างคร่าวนั้น และยังแสดงให้เห็นความเป็นมืออาชีพในการเป็นผู้ผลิตนิตยสารอย่างแท้จริง ขั้นตอนในการผลิตนิตยสารมี 7 ขั้นตอนดังนี้

1. การวางแผนโครงสร้างเนื้อหาหลัก บรรณาธิการใหญ่ (Editor-in-Chief) จะวางแผนเกี่ยวกับโครงสร้างเนื้อหาหลักในหนังสือล่วงหน้าสำหรับปีต่อไป ซึ่งนิตยสารนาวผลิตจำหน่ายปีละ 6 ฉบับ เพื่อกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานย่อย ๆ ต่อไปได้ อาทิ บทความเนื้อหาและภาพประกอบในฉบับให้สอดคล้องกับโครงสร้างเนื้อหาหลักที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า การวางแผนการเดินทาง การกำหนดเส้นตายในการผลิตต้นฉบับที่เกี่ยวข้องของนิตยสารแต่ละฉบับ การวางแผนโครงสร้างเนื้อหาหลักเช่นนี้ นอกจากจะช่วยในด้านการปฏิบัติงานแล้ว ที่สำคัญคือยังเป็นประโยชน์ในการขายพื้นที่โฆษณาในฉบับอีกด้วย เช่น การกำหนดโครงสร้างเนื้อหาหลักเกี่ยวกับ ร้านอาหารหรู 5 ดาวในฉบับเจ้าหน้าที่การตลาดก็จะสามารถวางแผนการขายพื้นที่โฆษณาได้อย่างสอดคล้องกับเนื้อหา

2. การติดตามการปฏิบัติงานแต่ละวัน (Day-to-Day Process) บรรณาธิการใหญ่จะติดตามผลการปฏิบัติงานเพื่อให้แน่ใจว่าทุกส่วนงานและพนักงานทุกคนสามารถทำงานได้ตามเป้าหมาย ทั้งนี้ในเนื้อหา บทความ ภาพประกอบ พื้นที่โฆษณา การเดินทางของผู้สื่อข่าว (Reporters) และนักเขียน (Writers) ซึ่งอาจมีการปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์

วัตถุประสงค์ในการผลิตนิตยสาร คือ เนื้อหาในเล่มและภาพประกอบเนื้อหา นิตยสารนาวจัดหาวัตถุประสงค์โดยทีมการผลิต ช่างภาพ, ผู้ออกแบบภาพและรูปเล่ม รวมถึงผู้เขียนบทความ

ประจักษ์ร่วมกับบรรณาธิการบริหาร เพื่อตกลงร่วมกันถึงเนื้อหาของนิตยสารที่จะผลิต การออกแบบวางรูปแบบ การโฆษณา ให้นิตยสารที่ผลิตออกมาแต่ละฉบับมีลักษณะเนื้อหาที่สอดคล้องกัน โดยบทความเนื้อหาและรูปภาพนั้น มาจาก 2 แหล่งคือ การซื้อบทความจากภายนอก และการเขียนบทความขึ้นเองโดยเจ้าหน้าที่ของบริษัท

การซื้อบทความและรูปภาพจากภายนอก นิตยสารนาจะติดต่อและทำความตกลงซื้อบทความและรูปภาพจากบุคคลภายนอก เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาเรื่องละเมิดลิขสิทธิ์ โดยทั่วไปการซื้อบทความและรูปภาพเหล่านี้ราคาไม่สูงมากนัก เนื่องจากผู้ขายบทความส่วนใหญ่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่าง ๆ นั้นมักจะยินดีเผยแพร่ข้อมูลซึ่งผู้เขียนได้ประสบพบเจอให้ผู้สนใจได้รู้ถึงเรื่องราวที่น่าประทับใจของสถานที่ต่าง ๆ ในขณะที่เดียวกันได้ช่วยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในสถานที่ที่แปลกแตกต่างกันออกไป อาทิ บทความการท่องเที่ยวในประเทศอุซเบกิสถาน โดยบรรณาธิการของนิตยสารนา มุ่งเน้นการท่องเที่ยวในการเจาะลึกในสถานที่ต่าง ๆ ที่คนส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยได้ไปกัน หรือเกร็ดวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นที่น่าสนใจทำให้นิตยสารนาคงเอกลักษณ์เหล่านี้ไว้ และสามารถแข่งขันในตลาดอยู่ได้

บทความการจัดทำเองโดยเจ้าหน้าที่ของบริษัท โดยผู้สื่อข่าว (Reporter) ตามที่เจ้าหน้าที่ของนิตยสารนาซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ชุดเดียวกันของกลุ่มไอเซ็ปดีไซน์ หากกลุ่มไอเซ็ปดีไซน์ได้รับการว่าจ้างให้มีส่วนร่วมในการจัดงานต่าง ๆ (Organizer) เช่นการจัดงานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต สงขลา การได้รับว่าจ้างให้เขียนบทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศต่าง ๆ รวมทั้งการได้รับเชิญให้เข้าร่วมในฐานะสื่อมวลชน เช่น สาธารณรัฐประชาชนลาว สหพันธรัฐมาเลเซีย ประเทศเวียดนาม ประเทศเกาหลี เนื้อหาบทความในนิตยสารนาก็จะมีเนื้อหาที่สอดคล้องกัน เพื่อประหยัดต้นทุนการผลิตนิตยสาร เช่นค่าเดินทาง ค่าบุคคลากร การเดินทางเพื่อถ่ายภาพและเขียนบทความในสถานที่ต่าง ๆ นั้น บ่อยครั้งที่ทีมงานได้รับการต้อนรับอย่างดีจากเจ้าของสถานที่พักแรม และร้านอาหาร ซึ่งทำให้กิจการสามารถควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการจัดทำนิตยสารได้ดี

การออกแบบตกแต่งรูปแบบของนิตยสารนาโดยพนักงานฝ่ายผลิตของนิตยสารจะทำงานร่วมกันระหว่างบรรณาธิการใหญ่ ช่างภาพ และช่างกราฟฟิค (Graphic Designer) จะใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ในการออกแบบและจัดทำต้นฉบับ ซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวกับภาพและการตกแต่งภาพใช้โปรแกรม Adobe Photoshop ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการจัดหน้าใช้โปรแกรม Indesign Illustrator และโปรแกรม Pagemaker ในการจัดทำต้นฉบับนิตยสาร โดยคำนึงถึงปกที่ผู้รับจะพบเห็น ถือเป็น



ส่วนที่สำคัญที่สุด ต้องให้เด่นสะดุดสายตา ปกนิตยสารบางเล่มมีการทำไคคัตหรือปั๊มฟอยล์เงิน/ทอง (Hot Stamping) เป็นรูปให้ดูแปลกตา บางเล่มเคลือบปกด้วยการเคลือบพลาสติกด้านแล้วเคลือบยูวีเฉพาะจุดหรือการเคลือบสปอตยูวี (Spot UV) บนภาพที่ต้องการเน้น ฯลฯ ข้อความบนปกต้องเชิญชวนให้ผู้พบเห็นสนใจ สารบัญ บทนำ ในหน้าอื่น ๆ ให้ดำเนินเรื่องราวและภาพอย่างต่อเนื่องจากหน้าหนึ่งไปอีกหน้าหนึ่ง การจัดรูปแบบแต่ละหน้าให้มีลักษณะที่เข้ากัน และให้ดูไม่ขัดกันหรือไม่ต่อเนื่องกัน (เช่น จักรยะยะขอบเท่ากันทุกหน้า ใช้สีโทนเดียวกันในแต่ละบทของนิตยสาร) ใช้รูปแบบตัวอักษร (Fonts) ใกล้เคียงกัน ฯลฯ

ความละเอียดของไฟล์ภาพ (File Resolution) ของนิตยสารนาว ซึ่งใช้สำหรับงานพิมพ์ในระบบออฟ ต้องใช้ความละเอียดไม่น้อยกว่า 300 DPI ภาพพิมพ์ที่ได้จึงจะมีความคมชัดและให้รายละเอียดที่ดี และถ้าสามารถกำหนดให้การออกแบบสิ่งพิมพ์ละเอียดยิ่งขึ้น ก็จะทำให้ภาพพิมพ์ออกมามีคุณภาพดียิ่งขึ้น อนึ่ง หากในช่วงการจัดทำการออกแบบสิ่งพิมพ์ไฟล์ภาพ มีการขยายจากภาพที่มีความละเอียด 300 DPI หรือต่ำกว่า ภาพใหม่ที่เกิดขึ้นจะมีปัญหาด้านความคมชัดได้ หรือ หากภาพเดิมมีความละเอียดต่ำกว่า 300 DPI แล้วมาแปลงเป็น 300 DPI ก็จะมีปัญหาคุณภาพเช่นกัน

หลังจากบรรณาธิการใหญ่ตรวจสอบทุกอย่างในนิตยสารแล้วว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งจะแล้วเสร็จ (Finalized) ประมาณ 15 วันก่อนถึงกำหนดวางจำหน่าย

**3. ขั้นตอนก่อนการพิมพ์ (Prepress Process)** หลังจากเสร็จการวางรูปแบบนิตยสาร (Finalized) โดยโปรแกรมไฟล์เรียบร้อยแล้ว ก็จะเริ่มขบวนการก่อนพิมพ์ โดยใช้ระบบดิจิทัลในการทำงาน

การแปลงเป็นข้อมูลดิจิทัล (Digitization) ในกรณีที่อาร์ตเวิร์คมาเป็นภาพถ่ายเส้นหรือภาพถ่าย/ภาพวาดมาเป็นฟิล์มสไลด์/ฟิล์มเนกาทีฟ จำเป็นต้องแปลงภาพเหล่านี้ให้เป็นข้อมูลดิจิทัลซึ่งทำได้โดยใช้เครื่องสแกนเนอร์ (Computer Scanner) และเพื่อให้ได้ภาพที่ดีมีคุณภาพควรใช้เครื่อง สแกนเนอร์ที่มีคุณภาพสูง (High-end Scanner) เมื่อได้เป็นภาพดิจิทัลก็ทำการประกอบหน้าในคอมพิวเตอร์โดยใช้ซอฟต์แวร์จัดหน้าเช่น โปรแกรม Adobe โปรแกรม Indesign โปรแกรม Illustrator และโปรแกรม Pagemaker นิตยสารนาวมีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์สำหรับโปรแกรมระบบของค่ายไมโครซอฟท์ และแมคอินทอช เนื่องจากบางครั้งต้องมีการรับไฟล์ข้อมูลไฟล์ภาพจากลูกค้าเพื่อการพิมพ์โฆษณาในหน้านิตยสารนาว โดยที่ลูกค้ามีการใช้โปรแกรมระบบของค่ายแตกต่างกันเพื่อให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตสามารถทำงานได้โดยไม่มีอุปสรรค

การตรวจสอบไฟล์ข้อมูล (Preflight) เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นใน  
ชิ้นงานพิมพ์อันจะก่อให้เกิดความเสียหายและสิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย จำเป็นต้องมีการตรวจสอบ  
รายละเอียดของไฟล์งาน/ไฟล์อาร์ตเวิร์ค ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการตรวจสอบดังกล่าวมีโปรแกรม  
FlightCheck โปรแกรม PreFlight Pro เป็นต้น รายการตรวจสอบของซอฟต์แวร์เหล่านี้ประกอบด้วย  
ตรวจสอบว่าไฟล์ภาพมีครบหรือไม่ แบบตัวอักษรถูกต้องหรือไม่ ขนาดหน้าของชิ้นงานถูกต้อง  
หรือไม่ มีการเชื่อมต่อคดเพียงพอหรือไม่ การกำหนดสีถูกต้องหรือไม่ ฯลฯ

การจัดวางหน้าสำหรับทำแม่พิมพ์ (Imposition) เนื่องจากแม่พิมพ์ที่ใช้พิมพ์มักมี  
ขนาดใหญ่กว่าชิ้นงาน แม่พิมพ์หนึ่งชุดสามารถวางชิ้นงานได้หลายชิ้น เช่นวางหน้าหนังสือได้ 8  
หน้าวางฉลาก ได้ 40 ชิ้น เป็นต้น ขั้นตอนนี้จะเป็นการจัดวางหน้าสำหรับทำแม่พิมพ์แต่ละชุด อนึ่ง  
ในการวางหน้าหนังสือต้องจัดวางหน้าให้ถูกต้อง เมื่อนำไปพิมพ์แล้วหน้าต่าง ๆ จะได้เรียงอย่าง  
ถูกต้อง ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการจัดวางหน้าหนังสือมีโปรแกรม Prep โปรแกรม InPosition โปรแกรม  
Impostrip เป็นต้น

การทำตัวอย่างงานพิมพ์หรือการทำปฐพีดิจิทัล (Digital Proofing) ก่อนที่จะทำ  
เป็นแม่พิมพ์จริง มักจะมีการทำตัวอย่างงานพิมพ์ขึ้นเพื่อตรวจสอบรายละเอียดต่าง ๆ ตลอดจนสีสันว่า  
ถูกต้องหรือไม่ การทำตัวอย่างหรือปฐพีในขั้นนี้จะเป็นการพิมพ์จากเครื่องพิมพ์คอมพิวเตอร์หรือ  
พรินเตอร์ โดยทั่วไปจะใช้พรินเตอร์ระบบอิงค์เจ็ท (Inkjet Printer) ขนาดใหญ่และพิมพ์ตัวอย่างงาน  
ได้ขนาดกับการจัดวางหน้าเหมือนบนแม่พิมพ์จริง การทำปฐพีนี้จึงเรียกการทำปฐพีดิจิทัล (Digital  
Proof) การทำปฐพีดิจิทัลจะประหยัดกว่าการทำแม่พิมพ์จริงแล้วทำปฐพีจากแม่พิมพ์ หากมีการ  
แก้ไขก็ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก ในปัจจุบันสีสันบนปฐพีดิจิทัลใกล้เคียงกับการพิมพ์บน  
เครื่องพิมพ์ มีงานจำนวนมากที่ทำแต่ปฐพีดิจิทัลโดยไม่ทำปฐพีจากแม่พิมพ์และใช้ปฐพีดิจิทัลใน  
การเปรียบเทียบสีสันเวลาพิมพ์งานจริง

#### 4. ขั้นตอนการสั่งพิมพ์

เจ้าหน้าที่ของนิตยสารนาวจะส่งไฟล์ข้อมูลที่เก็บในฮาร์ดดิสก์ (Hard Disk) และ  
เนื่องจากการทำปฐพีดิจิทัลจะได้สีออกมาประมาณร้อยละ 80 ของสีต้องการพิมพ์ ดังนั้นขั้นตอน  
ก่อนการพิมพ์ที่โรงพิมพ์ที่รับจ้างพิมพ์ซึ่งอยู่ที่กรุงเทพมหานครนั้น เจ้าหน้าที่กำกับศิลป์ (Art  
Editor) ซึ่งนิตยสารนาวใช้คนเดียวกับช่างกราฟฟิก (Graphic Designer) ต้องมีการติดตาม  
ควบคุมดูแลให้โรงพิมพ์ ทำงานทุกขั้นตอนก่อนการพิมพ์ ขั้นตอนการพิมพ์ เป็นไปตามที่ต้องการ  
โดยขั้นตอนก่อนการพิมพ์ที่โรงพิมพ์มีดังต่อไปนี้

การทำฟิล์มแยกสี (Process Film Making) เป็นการทำให้ฟิล์มที่แยกเป็นสี ๆ สำหรับทำแม่พิมพ์ชุดหนึ่ง ๆ หลักการของการทำฟิล์มแยกสีคือ การแยกภาพในไฟล์งานออกมาเป็นภาพสีโดด ๆ โดยมาตรฐานจะได้ภาพแม่สีสี่ภาพ ซึ่งเป็นภาพสีของ CMYK (Cyan Magenta Yellow Black) ไฟล์งานจะถูกส่งเป็นไฟล์ในรูปแบบโพสคริปต์ (PostScript File) แล้วแปลงเป็นไฟล์รูปแบบบราสเตอร์ (Raster File) ส่งไปเครื่องยิง/พิมพ์ฟิล์มที่มีชื่อเรียกว่า เครื่องอิมเมจเซตเตอร์ (Imagesetter) ซึ่งเป็นเครื่องพริ้นเตอร์แบบหนึ่งที่ใช้ลำแสงสร้างภาพแบบฮาฟโทน (Halftone) บนแผ่นฟิล์มไวแสง ได้ฟิล์มที่มีภาพขาวดำตามภาพของสีแต่ละสีที่แยกไว้และเรียกฟิล์มชุดนี้ว่า ฟิล์มแยกสี

การทำแม่พิมพ์ (Plate Making) เมื่อได้ฟิล์มแยกสีก็นำฟิล์มของแต่ละสีมาทับกับแม่พิมพ์ที่เคลือบด้วยสารไวแสง ทำการฉายแสง ส่วนที่โดนแสงจะทำปฏิกิริยากับสารไวแสงเมื่อนำไปล้างน้ำยาก็จะเกิดภาพบนแม่พิมพ์สำหรับการพิมพ์ต่อไป ในปัจจุบันมีการสร้างเครื่องทำแม่พิมพ์โดยตรงจากคอมพิวเตอร์โดยไม่ต้องทำฟิล์มแยกสีก่อนเครื่องดังกล่าวมีลักษณะการทำงานคล้ายเครื่องอิมเมจเซตเตอร์แต่เปลี่ยนวัสดุที่จะรับลำแสงเพื่อสร้างภาพจากฟิล์มไวแสงเป็นแม่พิมพ์ไวแสงเครื่องที่ใช้ทำแม่พิมพ์จากคอมพิวเตอร์ในระบบออฟเซตเรียกว่าเครื่องเพลทเซตเตอร์ (Platesetter) ประโยชน์ที่ได้คือทำให้ลดขั้นตอนและค่าใช้จ่ายตลอดจนได้แม่พิมพ์ที่มีคุณภาพคมชัดขึ้นแม่นยำขึ้น ข้อเสียคือเพลทชนิดนี้ยังมีราคาสูงอยู่ หากมีการแก้ไขหรือแม่พิมพ์ชำรุดค่าใช้จ่ายในการทำแม่พิมพ์ใหม่จะสูงกว่า

การทำปรัฟแทน/ปรัฟแม่พิมพ์ (Plate Proofing) ในกรณีที่ต้องการตัวอย่างงานพิมพ์ที่มีรายละเอียดและสีสันทันทีถูกต้องยิ่งขึ้น ทั่วไปใช้เปรียบเทียบกับงานในขบวนการพิมพ์จำเป็นต้องทำตัวอย่างหรือปรัฟจากแม่พิมพ์จริง ซึ่งอาจทำได้โดยใช้เครื่องปรัฟที่จำลองการพิมพ์จากเครื่องพิมพ์จริงหรือใช้เครื่องพิมพ์จริงเลยก็ได้ ประเภทงานที่มักต้องทำปรัฟแทนคือ งานโบรชัวร์ แคตตาล็อก นิตยสาร แผ่นพับบางรายการ บรรจุภัณฑ์กระดาษ และงานพิมพ์ที่ต้องการคุณภาพสูง ฯลฯ

**5. ขบวนการการพิมพ์ (Press/Printing Process)** เมื่อได้แม่พิมพ์ที่สมบูรณ์ ก็เริ่มเข้าสู่ขบวนการพิมพ์ ขบวนการพิมพ์มีความสำคัญมาก คุณภาพงานพิมพ์ของนิตยสารจะออกมาดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับกรพิมพ์เป็นหลักใหญ่ และจะพบว่าปัญหาส่วนใหญ่ที่เกิดระหว่างลูกค้ากับโรงพิมพ์มักมาจากการพิมพ์เช่น สีไม่เหมือน พิมพ์เลื่อม ข้อความไม่ชัด ฯลฯ ดังนั้นการควบคุมการพิมพ์จึงเป็นเรื่องสำคัญ ดังนั้นบรรณาธิการใหญ่จะให้เจ้าหน้าที่ออกแบบ (Graphic Designer) ของ

นิตยสารนาควควบคุมดูแลงานพิมพ์อย่างใกล้ชิดจนกว่างานพิมพ์จะแล้วเสร็จออกมาตามคุณภาพที่ต้องการ

#### 6. การทำรูปเล่ม (Book Making)

การพับ เพื่อพับแผ่นพิมพ์เป็นหน้ายก

การเก็บเล่ม เพื่อเก็บรวมแผ่นพิมพ์ที่พับแล้ว/หน้ายกมาเรียงให้ครบเล่มหนังสือ

การเข้าเล่ม เพื่อทำให้หนังสือยึดติดกันเป็นเล่ม โดยวิธีการไสสันทากาว เมื่อผ่านการยึดเล่มติดกัน ก็นำชิ้นงานมาตัดเจียนขอบสามด้านให้เรียบเสมอกันและได้ขนาดที่ต้องการ

เนื่องจากขนาดกระดาษของนิตยสารนาควคือ 7.25''X 10.25'' ซึ่งถือเป็นขนาดประหยัด (Economy Size) กล่าวคือ เป็นขนาดที่พอดีกับขนาดของกระดาษพิมพ์ ไม่ต้องมีการตัดเจียนออกแต่อย่างใด

#### 7. ขั้นตอนการจำหน่าย (Distributing)

นิตยสารนาควมีช่องทางการจำหน่าย 3 ช่องทาง คือ

จัดจำหน่ายโดยสายการจำหน่าย ซึ่งคิดค่าบริการต่อเล่มที่จำหน่าย

จัดส่งสมาชิกทางไปรษณีย์

วางอ่านตามโรงแรม 4-5 ดาว และสถานบริการสปาชั้นสูง

#### ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Operating Expenses)

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในการผลิตนิตยสาร การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ ต้นทุนการผลิตนิตยสาร และ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารดังนี้

#### ต้นทุนการผลิตนิตยสาร

##### ต้นทุนทางตรง (Direct Cost)

วัตถุดิบทางตรง (Direct Materials) ในกรณีที่โรงพิมพ์ผลิตจำหน่ายนิตยสารเอง ต้นทุนทางตรง ได้แก่ กระดาษ และ หมึกพิมพ์ สำหรับการผลิตนิตยสารวัตถุดิบได้แก่ ค่าซื้อลิขสิทธิ์บทความและรูปภาพ ค่าจ้างพิมพ์นิตยสาร

ค่าแรงทางตรง (Direct Labor) ประกอบด้วยเงินเดือนค่าแรงของฝ่ายผลิต ได้แก่ เงินเดือนช่างภาพ (Photographer) นักเขียน (Writer) ช่างกราฟฟิก (Graphic Designer) และ ค่าตอบแทนนักเขียนรับเชิญ (Contribution Writer)

### ต้นทุนทางอ้อม (Indirect Cost)

**วัตถุดิบทางอ้อม (Indirect Materials)** ต้นทุนวัสดุสิ้นเปลืองการผลิต ได้แก่ ค่าหมึกพิมพ์ ค่ากระดาษ ค่าแผ่นซีดีเก็บข้อมูล ค่าแบตเตอรี่สำรองไฟสำหรับกล้องถ่ายภาพ ซึ่งเป็นต้นทุนการผลิตที่เกิดขึ้นจากการผลิตนิตยสารในรอบการผลิตจำหน่ายแต่ละครั้ง

**ค่าแรงงานทางอ้อม (Indirect Labor)** ประกอบด้วยเงินเดือนของบรรณาธิการบริหารซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ผู้ควบคุมการบริหารงานในฝ่ายผลิตของนิตยสาร และ สวัสดิการต่าง ๆ ของพนักงานในฝ่ายผลิต ซึ่งค่าแรงงานทางอ้อมเหล่านี้จะถือเป็นส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายการผลิต

**ค่าใช้จ่ายการผลิต (Manufacturing Overhead)** ประกอบด้วย ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ในการผลิต ค่าเดินทางในการจัดทำเนื้อหาในฉบับ ได้แก่ ค่าน้ำมันรถ ค่าอาหารและค่าที่พัก

### การจำแนกต้นทุนตามความสัมพันธ์กับระดับของกิจกรรม

**ต้นทุนผันแปร (Variable Costs)** ประกอบด้วย ค่าจ้างพิมพ์นิตยสาร เนื่องจากนิตยสารนาวไม่ได้ลงทุนในเรื่องโรงพิมพ์ ในปี 2553 ราคาจ้างพิมพ์ต่อเล่มจำนวน 65 บาทต่อเล่ม ต้นทุนผันแปรจึงขึ้นอยู่กับจำนวนเล่มที่สั่งพิมพ์

**ต้นทุนคงที่ (Fixed Costs)** ประกอบด้วย ต้นทุนค่าซื้อลิขสิทธิ์บทความและรูปภาพกระดาษและหมึกพิมพ์ในการผลิตต้นฉบับ เงินเดือนค่าแรงของฝ่ายผลิต ค่าตอบแทนนักเขียนรับเชิญ ค่าแรงทางอ้อม และค่าใช้จ่ายในการผลิต ได้แก่ ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ในการผลิต ค่าเดินทางของฝ่ายผลิตในการจัดทำเนื้อหาในฉบับ

### ขั้นตอนการขายพื้นที่โฆษณา

การขายพื้นที่โฆษณามีความสำคัญอย่างมากต่อความอยู่รอดของนิตยสาร เนื่องจากเป็นรายได้หลักของนิตยสาร ขั้นตอนการขายพื้นที่โฆษณามีขั้นตอน ดังนี้

1. การเสนอราคา (Proposal) เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดจะเสนอราคา (Proposal) ให้แก่โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้าผู้มีความสนใจจะลงโฆษณาแก่นิตยสารนาว ในเอกสารเสนอราคาจะประกอบด้วย ประวัติการทำงานของนิตยสาร (Profile) อัตราค่าโฆษณา (Advertising Rate) โครงร่างเนื้อหาหลักของนิตยสารแต่ละฉบับที่จะออกในปีหน้า

2. การออกใบแจ้งหนี้ ( **Billing** ) เมื่อลูกค้าตกลงจะลงโฆษณากับนิตยสาร เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดจะให้พนักงานบัญชีออกใบแจ้งหนี้แก่ลูกค้า ซึ่งจะระบุขนาดหน้ากระดาษที่ต้องการลงโฆษณา ตามอัตราโฆษณาในใบเสนอราคา และระบุฉบับนิตยสารที่ต้องการลงโฆษณา

3. การออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์ค หลังจากที่ถูกค้าลงนามในใบแจ้งหนี้และชำระเงินมัดจำบางส่วนแล้ว พนักงานดูแลลูกค้า (Account Executive) จะติดต่อประสานงานกับลูกค้าเพื่อขอ อาร์ตเวิร์ค ที่ลูกค้าต้องการลงโฆษณาและให้ช่างกราฟฟิค (Graphic Designer) วาดรูปภาพ และข้อความตามอาร์ตเวิร์คที่ได้จากลูกค้า หากอาร์ตเวิร์คของลูกค้ามีปัญหาเช่น ความเข้มของรูปภาพไม่เพียงพอในการพิมพ์ช่างกราฟฟิค (Graphic Designer) จะแจ้งให้เจ้าหน้าที่ดูแลลูกค้า (Account Executive) ประสานงานกับลูกค้าเพื่อแก้ปัญหาคือหากลูกค้าไม่มีอาร์ตเวิร์คและให้เจ้าหน้าที่ของนิตยสารเป็นผู้ออกแบบจัดทำอาร์ตเวิร์คให้ตามรายละเอียดการบริการที่ได้ระบุไว้ในใบแจ้งหนี้แล้ว ช่างกราฟฟิค (Graphic Designer) จะออกแบบโดยใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ในการออกแบบและจัดทำต้นฉบับ ซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวกับภาพและการตกแต่งภาพ มักใช้โปรแกรม Adobe Photoshop ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการจัดหน้า มักใช้โปรแกรม Adobe Indesign โปรแกรม Illustrator และโปรแกรม Pagemaker

เมื่อส่งอาร์ตเวิร์คให้ลูกค้าตรวจสอบดูจนพอใจ ตรงตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า และลงนามยินยอมให้ใช้อาร์ตเวิร์คดังกล่าวในเอกสาร หรือส่งจดหมายยืนยันทางอีเมล (Email) แล้ว ช่างกราฟฟิค (Graphic Designer) ก็จะวางรูปโฆษณาในนิตยสารให้เรียบร้อย โดยทั่วไปฝ่ายขายย่อมต้องการปิดงานขาย โดยการได้รับอนุมัติอาร์ตเวิร์คจากลูกค้าให้เร็วที่สุด หรือก่อนที่จะสรุปเล่ม (Finalized) ก่อนสั่งพิมพ์

4. การรับชำระเงินค่าโฆษณา เจ้าหน้าที่ดูแลลูกค้า (Account Executive) จะได้รับผิดชอบให้ลูกค้าชำระเงินค่าโฆษณาก่อนที่นิตยสารจะเสร็จในขั้นตอนก่อนพิมพ์ (Prepress) หรือก่อนสรุปเล่ม (Finalized) และประสานงานกับฝ่ายบัญชี

5. ขั้นตอนการจำหน่าย (Distributing) หลังจากโรงพิมพ์ผลิตนิตยสารตามจำนวนที่สั่งทำเรียบร้อยแล้ว พนักงานฝ่ายธุรการจะแบ่งจำนวนนิตยสารให้กับฝ่ายต่าง ๆ ตามช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ให้ฝ่ายการตลาดดูแลจัดส่งนิตยสารถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ในบัญชีรายชื่อสถานที่วางให้อ่านโดยไม่คิดมูลค่า รวมถึงส่งถือมือลูกค้าที่ซื้อพื้นที่โฆษณาในนิตยสาร ให้ฝ่ายดูแลสมาชิกจัดส่งนิตยสารถึงสมาชิกตามบัญชีรายชื่อสมาชิก เป็นต้น

### ค่าใช้จ่ายในการบริหารขายและบริหาร

การดำเนินงานของนิตยสารที่ไม่เกี่ยวกับการผลิต แบ่งหน้าที่รับผิดชอบตามโครงสร้างองค์กร เรียกว่าค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร หรือ การจัดการเพื่อให้กิจกรรมต่าง ๆ นอกเหนือจากการผลิตสามารถดำเนินได้อย่างเป็นระบบและเรียบร้อย ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายของฝ่ายการตลาด ฝ่ายบัญชี ฝ่ายดูแลสมาชิก และฝ่ายธุรการ ค่าใช้จ่ายแต่ละประเภทที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเหล่านี้ถูกพิจารณาจัดสรรเป็นค่าใช้จ่ายตามส่วนงานและตามขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการขายพื้นที่โฆษณา ซึ่งพนักงานแต่ละฝ่ายต้องทำงานประสานกันเองและกับฝ่ายผลิต รวมถึงการจัดสรรค่าใช้จ่ายในบริหารที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

#### การจัดสรรค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

เนื่องจากการผลิตนิตยสารนาวิไม่ใช้การประกอบกิจการหลักของกลุ่ม ไอเซ็ปท์ ดีไซน์ และมีการใช้บุคคลากร อาคาร และอุปกรณ์ส่วนกลางร่วมกัน กิจกรรมการดำเนินงานของฝ่ายต่าง ๆ นอกเหนือจากฝ่ายผลิต ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายซึ่งถูกจัดสรรเป็นค่าใช้จ่ายของนิตยสาร ดังนี้

**ค่าใช้จ่ายผันแปร (Variable Cost)** คือค่าใช้จ่ายที่เปลี่ยนแปลงคงที่ตามจำนวนหนังสือที่กระจายสู่ผู้อ่าน ได้แก่ ค่าจัดจำหน่าย และ ค่าส่งไปรษณีย์ให้สมาชิก นิตยสารนาวิใช้บริการสายการจำหน่าย โดยค่าบริการการจัดจำหน่าย ฉบับละ 22 บาท ค่าส่งไปรษณีย์ถึงสมาชิก ฉบับละ 9 บาท

**ค่าใช้จ่ายคงที่ (Fixed Cost)** ได้แก่ค่าใช้จ่าย เงินเดือนและสวัสดิการ ค่าจัดทำของพรีเมียม ค่าน้ำค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ค่าเช่าสำนักงาน ค่าเสื่อมราคาเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์สำนักงาน ซึ่งถูกจัดสรรเป็นค่าใช้จ่ายของนิตยสารนาวิ ดังนี้

เงินเดือนและสวัสดิการ	อัตราร้อยละ 25
ค่าจัดทำของพรีเมียม	อัตราร้อยละ 100
ค่าน้ำค่าไฟฟ้า	อัตราร้อยละ 50
ค่าโทรศัพท์	อัตราร้อยละ 50
ค่าเช่าสำนักงาน	อัตราร้อยละ 50
ค่าเสื่อมราคาเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์สำนักงาน	อัตราร้อยละ 50

## 2.4 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการทำนิตยสารนาว นอกจากเพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจลงทุนในโครงการต่างๆ แล้ว สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนควบคุมค่าใช้จ่าย การแก้ไขปัญหาการผลิตและการบริหาร เพื่อให้ผลออกมาเป็นไปตามเป้าหมายในการศึกษาดังกล่าวมีวิธีการศึกษาหลายแนวทาง สำหรับวิธีการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน ได้มีการนำไปใช้ในการศึกษาความเป็นไปได้ เช่น

**เอกรัตน์ ต.เจริญ (2549)** ศึกษาการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์กลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยศึกษาถึงความสัมพันธ์ของอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์กับปัจจัยทางการเงินและปัจจัยเชิงเศรษฐศาสตร์ ได้แก่ อัตราส่วนราคาต่อกำไรต่อหุ้น อัตราผลตอบแทนของตลาด ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลบาทต่อดอลลาร์ โดยใช้แบบจำลอง Arbitrage Pricing Theory (APT) โดยประมาณความเสี่ยงของปัจจัยแต่ละชนิด เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์คือวิธี Cointegration แบบ Johenson กลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการศึกษาคือหลักทรัพย์ในกลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ จำนวน 21 หลักทรัพย์ โดยใช้ข้อมูลรายเดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม 2540 ถึงเดือน ธันวาคม 2548 รวมเป็น 108 เดือน เพื่อเป็นประโยชน์ให้นักลงทุนใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาการลงทุนเพื่อให้การลงทุนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลจากการศึกษาพบว่า อัตราส่วนราคาต่อกำไรต่อหุ้นมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในทิศทางตรงข้าม จำนวน 13 หลักทรัพย์ โดยมีค่าความเสี่ยงของอัตราส่วนราคาต่อกำไรต่อหุ้นในช่วงระหว่าง -0.09 ถึง -12.14 อัตราผลตอบแทนของตลาด มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในทิศทางเดียวกัน จำนวน 10 หลักทรัพย์ โดยมีค่าความเสี่ยงของอัตราผลตอบแทนตลาดอยู่ในช่วงระหว่าง 0.52 ถึง 5.93 ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในทิศทางเดียวกัน จำนวน 11 หลักทรัพย์ โดยมีค่าความเสี่ยงของดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมในช่วงระหว่าง 0.005 ถึง 0.287 และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลบาทต่อดอลลาร์ มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในทิศทางเดียวกัน จำนวน 10 หลักทรัพย์ โดยมีค่าความเสี่ยงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลบาทต่อดอลลาร์อยู่ในช่วงระหว่าง 0.22 ถึง 3.11 นอกจากนี้แล้วผลการศึกษาในการพิจารณาการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์โดยพิจารณาจากอัตราผลตอบแทนส่วนเกินพบว่าหลักทรัพย์ในกลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ที่



สมควรจะลงทุนคือ APRINT GMMM ITV MATCH MATI NGM TBSP TONHUA เพราะมีอัตราผลตอบแทนส่วนเกินเป็นบวก

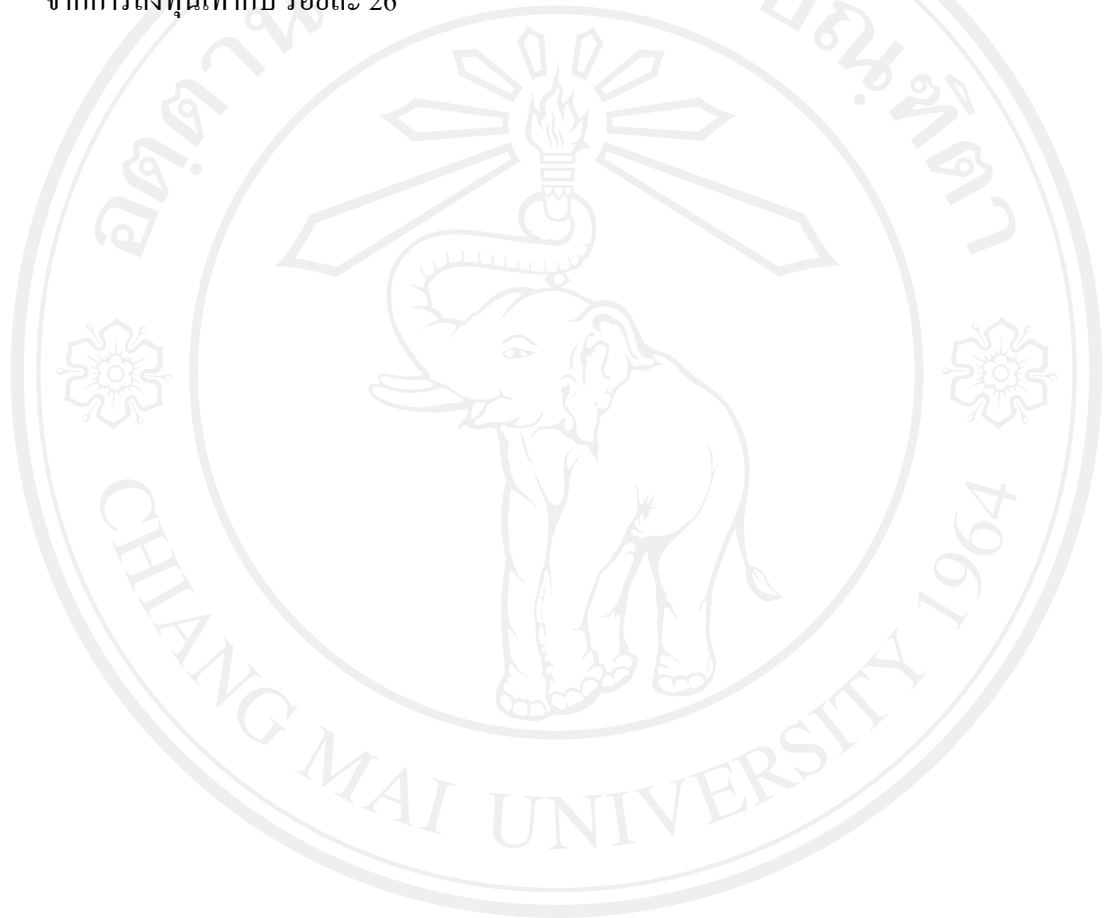
**มิโชค ไชยชนะใหญ่ (2551)** ศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของศูนย์การประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) แห่งหนึ่งในจังหวัดลำปาง เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของเศรษฐศาสตร์ของโครงการรวมถึงการวิเคราะห์ความไหวต่อเหตุการณ์การเปลี่ยนแปลงของโครงการเมื่อต้นทุนหรือผลตอบแทนของโครงการมีการเปลี่ยนแปลง โดยใช้ข้อมูลของบริษัท เคิร์ฟเทคโนโลยี จำกัด จังหวัดลำปาง ในการประมาณการต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ

ผลการศึกษาเมื่อกำหนดอัตราส่วนลดที่ร้อยละ 10 อัตราเจริญเติบโต (Growth Rate) ของต้นทุนและผลตอบแทนที่ร้อยละ 5 โดยอายุของโครงการกำหนด 10 ปี พบว่าต้นทุนรวมของโครงการเท่ากับ 3,572,123 บาทและผลตอบแทนของโครงการเท่ากับ 6,942,997 บาท และจากการประเมินโครงการทางการเงินพบว่า โครงการมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน เนื่องจากโครงการนี้ให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 1,844,609.90 มีค่าเป็นบวก มีอัตราผลตอบแทนการลงทุนภายในของโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 86 ซึ่งมากกว่า 1 และมีอัตราส่วนรายได้ต่อทุน (B/C ratio) เท่ากับ 1.82 ซึ่งมากกว่า 1 เช่นเดียวกัน และโครงการนี้มีระยะเวลาคืนทุน 1 ปี

**จริยา หมั่นแก้ว (2551)** การเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนระหว่างลำไยในฤดูกับนอกฤดูในอำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน เฉพาะตำบลท่าตุ้มและตำบลน้ำดิบจำนวน 299 ราย ที่มีขนาดพื้นที่เพาะปลูก 1-5 ไร่และ 6-10 ไร่ ที่มีการผลิตลำไย 3 กลุ่มคือ ผลิตลำไยในฤดูอย่างเดียว ผลิตลำไยทั้งในและนอกฤดู และผลิตลำไยนอกฤดูอย่างเดียว โดยกำหนดอายุโครงการ 15 ปี และประเมินผลตอบแทนด้วยอัตราขั้นต่ำร้อยละ 6.75 ต่อปี โดยอ้างอิงจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยวิธีระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

ผลการศึกษาพบว่า ในขนาดพื้นที่ 1-5 ไร่ เกษตรกรกลุ่มที่ 1 ที่ผลิตลำไยในฤดูอย่างเดียว มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 13 ปี 4 เดือน 10 วัน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิกรณีอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่กำหนดร้อยละ 1.45 และร้อยละ 6.75 เท่ากับ 9,089.89 บาท และ -14,004.15 บาทตามลำดับ และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเท่ากับ ร้อยละ 12 เกษตรกรกลุ่มที่ 2 ที่ผลิตลำไยทั้งในและนอกฤดูมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 14 ปี 7 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิกรณีอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่กำหนดร้อยละ 1.45 และ 6.75 เท่ากับ -4,264.56 บาท และ -21,298.12 บาท ตามลำดับ และมีอัตรา

ผลตอบแทนจากการลงทุนเท่ากับ ร้อยละ 10 และเกษตรกรกลุ่มที่ 3 ที่ผลิตลำไยนอกฤดูอย่างเดียวนี  
ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 9 ปี 6 เดือน 4 วัน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิที่อัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่กำหนด  
ร้อยละ 1.45 และร้อยละ 6.75 เท่ากับ 71,172.24 บาท และ 22,647.61 บาทและมีอัตราผลตอบแทน  
จากการลงทุนเท่ากับ ร้อยละ 26



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved