



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา  
การผลิตคลิปตีกต็อกและสติ๊กเกอร์ไลน์  
เพื่อสร้างเสริมสุขภาวะเขตจัดการ (โหนด) ภาษีเจริญ

The Media Production of TikTok and LINE Stickers for Health  
Promotion in Phasi charoen Counter Node Area

โดย

นายภาคิน วงศ์วีรภัทร 6104600075

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา 146-468 สหกิจศึกษา

สาขาวิชาภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2565

หัวข้อรายงาน : การผลิตคลิปตีกต็อกและสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อส่งเสริมสุขภาวะเขตจัดการ (โหนด) ภาษีเจริญ

: The Media Production of TikTok and LINE Sticker for Health Promotion In Phasi Charoen Counter Area

รายชื่อผู้จัดทำ : นาย ภาคิน วงศ์วีรภัทร 6104600075

ภาควิชา : ภาพยนตร์ โทรทัศน์ และ สื่อดิจิทัล

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพชร

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชาภาพยนตร์ โทรทัศน์และสื่อดิจิทัลคณะนิเทศศาสตร์ประจำภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2565



คณะกรรมการการสอบโครงการ

อาจารย์ที่ปรึกษา  
(อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพชร)

พนักงานที่ปรึกษา  
(นางสาวสุธาวลัย ธรรมสังวาลย์)

ประธานกรรมการ  
(อาจารย์กัญฉกาจ ตระการบุญชัย)

ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒน์)

## จดหมายนำส่งรายงาน

27 พฤษภาคม 2566

เรื่อง ขอส่งรายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษา

เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา ภาควิชาภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล

ตามที่คุณจัดท่านาย ภาคิน วงศ์วีระภัทร นักศึกษาภาควิชาภาพยนตร์ โทรทัศน์และสื่อดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยสยาม ได้ไปสหกิจศึกษาระหว่างวันที่ 7 มกราคม 2566 ถึง 27 พฤษภาคม 2566 ในตำแหน่งผู้ช่วยผลิตสื่อได้ทำหัวข้อเรื่อง “การผลิตสื่อเพื่อสร้างเสริมสุขภาวะเขตจัดการ (โหนด) ภาษีเจริญ

บัดนี้การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้สิ้นสุดแล้ว ผู้จัดทำจึงขอส่งโครงการดังกล่าวมาจำนวน 1 เล่มเพื่อขอรับคำปรึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

.....  
นายภาคิน วงศ์วีระภัทร

นักศึกษาสหกิจศึกษา

ภาควิชาภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล

ชื่อรายงาน : การผลิตคลิปตีกต็อกและสติ๊กเกอร์ไลน์  
เพื่อสร้างเสริมสุขภาพภาวะเขตจัดการ (โหนด) ภาษาเจริญ

ชื่อนักศึกษา : นายภาคิน วงศ์วีรภัทร

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพชร

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี

ภาควิชา : ภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล

คณะ : นิเทศศาสตร์

ภาคการศึกษา/ ปี การศึกษา : 2/2565

#### บทคัดย่อ

รายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษาในบทบาทผู้ช่วยฝ่ายผลิตสื่อ มีวัตถุประสงค์เพื่อผลิต Sticker และคลิป TikTok ให้แก่ชุมชนศิรินทร์และเพื่อน โดยพนักงานได้มอบหมายให้ตัดต่อคลิปวิดีโอ TikTok และ สติ๊กเกอร์ไลน์จำนวน 40 ชิ้น ซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลักคือขั้นตอนเตรียมการ ตอนการถ่ายทำ และขั้นตอนการตัดต่อ

จากการปฏิบัติงานได้รู้กระบวนการในการทำงานของผู้ช่วยฝ่ายผลิตสื่อตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมงานวางแผน ขั้นตอนการผลิตลงพื้นที่ในการถ่ายทำถ่าย Footage ถ่ายภาพและคิดข้อความจนกระทั่ง ขั้นตอนการตัดต่อตลอดจนเผยแพร่ชิ้นงาน เพื่อให้ภาพทำหน้าที่ในการเล่าเรื่องที่ต้องการสื่อใช้เทคนิคและโปรแกรมเสริมช่วยให้ชิ้นงานมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาเป็นเวลา 16 สัปดาห์นอกจากได้พัฒนาความรู้ความสามารถและทักษะทางวิชาชีพแล้ว ยังได้พัฒนาทักษะการปฏิบัติงานตามสภาพจริงและได้บูรณาการความรู้ทางด้านกระบวนการการทำงานของผู้ช่วยฝ่ายผลิตสื่อ ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนก้าวเข้าสู่การทำงานอย่างมืออาชีพต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ ผู้ช่วยฝ่ายผลิตสื่อ ตีกต็อก สติ๊กเกอร์ไลน์

ผู้ตรวจ

**Title** : The Media Production of TikTok and LINE Stickers for Health Promotion in Phasi charoen Counter Node Area

**By** : Pakin Wongvirapat

**Advisor** : Somkiat Sriphech

**Degree** : Bachelor's of Arts

**Major** : Film Television and Digital Media

**Faculty** : Communication Arts

**Semester/Academic Year** : 2/2022

### Abstract

This report on in the role of a media production assistant has the purpose to produce stickers and TikTok clips for Sirin and friends. The staff was assigned to edit TikTok video clips and 40 LINE stickers, which consisted of 3 main steps: preparation, filming and editing.

From the training, I learned the working process of a media production assistant from the planning stage preparation. The production process goes into the area of filming, taking footage, taking pictures and thinking about the message until the process of editing and publishing the work. In order for the picture to tell the story that needs to be conveyed, use techniques and add-on programs are used to make the work more interesting.

Over the course of 16 weeks of cooperative education, in addition to developing knowledge, competence, and professional skills I also developed practical skills based on real conditions and integrated knowledge of the work process of media production assistants. This is training before stepping into professional work in the future.

**Keywords:** Media Production, TikTok, LINE Sticker

  
.....  
Approved by

กิตติกรรมประกาศ  
(Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ ชุมชนคนทำมาหากินศิริรินทร์และเพื่อน ตั้งแต่ วันที่ 7มกราคม พ.ศ 2566 ถึงวันที่ 27 พฤษภาคม พ.ศ 2566 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับทั้งความรู้และ ประสบการณ์ต่างๆที่รับจากการปฏิบัติงานสหกิจมากมายสำหรับรายงานสหกิจศึกษานี้สำเร็จ ลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

- 1.คุณสุธาวลัย ธรรมสังวาลย์ หัวหน้า
- 2.อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพชร อาจารย์ที่ปรึกษา

และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือในการจัดทำ รายงานผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตของ การทำงานจริงซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ

นาย ภาคิน วงศ์วีรภัทร

วันที่ 27 พฤษภาคม พ.ศ 2566

## สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่ง	ก
บทคัดย่อ	ข
Abstract	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
1.3 ขอบเขตของรายงาน.....	5
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับคลิปTikTok.....	6
2.2 ความหมายเกี่ยวกับการติดต่อ.....	9
2.3 การออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์บนแอปพลิเคชันไลน์.....	12
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ชื่อและที่ตั้งประกอบการ.....	17
3.2 ลักษณะการประกอบผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร.....	17
3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริการขององค์กร.....	18
3.4 ตำแหน่งงานและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	18
3.5 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา.....	18
3.6 ระยะเวลาการปฏิบัติงาน.....	18
3.7 ขั้นตอนการดำเนินงาน.....	19
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	20
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงาน	
4.1 งานผลิตคลิป TikTok ความยาวไม่เกิน 1 นาที.....	21
4.2 งานผลิตสติ๊กเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ.....	35
4.3 สรุปผลการดำเนินงานหน้าที่ผู้ช่วยฝ่ายผลิตสื่อ.....	57
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการปฏิบัติสหกิจ.....	58
5.2 ข้อเสนอแนะและการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	58
บรรณานุกรม.....	60

ภาคผนวก.....62  
ประวัติผู้จัดทำ.....67





## สารบัญตาราง

ตารางที่ 3.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานสหกิจ.....19



## สารบัญรูปภาพ

ภาพที่ 3.1	ตราสัญลักษณ์ (Logo) ของหน่วยงาน.....	17
ภาพที่ 3.2	ตำแหน่งที่ตั้งของ.....	17
ภาพที่ 3.3	คุณสุธาวัลย์ ธรรมสังวาลย์ พนักงานที่ปรึกษา.....	18
ภาพที่ 3.4	โทรศัพท์สมาร์ทโฟน vivo y12.....	20
ภาพที่ 3.5	โทรศัพท์สมาร์ทโฟน samsung A71.....	20
ภาพที่ 3.6	แอปพลิเคชันตัดต่อคลิปวิดีโอ inshot.....	20
ภาพที่ 3.7	แอปพลิเคชันตัดต่อทำ sticker picarts.....	20
ภาพที่ 4.1	เดินทางไปร้านเครื่องดื่มเพื่อถ่ายทำคลิป TikTok.....	21
ภาพที่ 4.2	ผู้จัดทำถ่ายวิดีโอ footage เครื่องดื่ม.....	21
ภาพที่ 4.3	การตัดต่อคลิป TikTok กลุ่มเครื่องดื่มด้วยแอป inshot.....	22
ภาพที่ 4.4	เผยแพร่คลิป TikTok กลุ่มเครื่องดื่ม.....	22
ภาพที่ 4.5	ถ่ายภาพ Footage อาชีพเครื่องหนัง 1 นาที.....	23
ภาพที่ 4.6	ถ่ายวิดีโอ Footage ตอนใช้เครื่องจักรทำกระเป๋าหนัง.....	24
ภาพที่ 4.7	ใส่เสียงเพลงในคลิปโดยใช้แอป Inshot.....	24
ภาพที่ 4.8	เผยแพร่คลิป TikTok กลุ่มเครื่องหนัง 1 นาที.....	25
ภาพที่ 4.9	ถ่ายภาพ Footage กลุ่มอาหารตามสั่ง.....	26
ภาพที่ 4.10	ถ่ายวิดีโอ Footage ในขณะที่ตกแต่งจานอาหาร.....	26
ภาพที่ 4.11	การตัดต่อคลิป TikTok ของกลุ่มอาหารตามสั่ง.....	27
ภาพที่ 4.12	เผยแพร่คลิป TikTok กลุ่มอาหารตามสั่ง 1 นาที.....	27
ภาพที่ 4.13	ถ่ายภาพ Footage ของกลุ่มเย็บผ้าโหล.....	28
ภาพที่ 4.14	ถ่ายภาพผลงานเย็บผ้าโหล.....	29
ภาพที่ 4.15	ถ่าย Footage จักรสำหรับเย็บผ้าโหล.....	29
ภาพที่ 4.16	การตัดต่อคลิป TikTok ของกลุ่มเย็บผ้าโหล.....	30
ภาพที่ 4.17	เผยแพร่คลิปวิดีโอ TikTok กลุ่มเย็บผ้าโหล 1 นาที.....	30
ภาพที่ 4.18	บันทึกภาพผู้คนที่กำลังซื้อขนม.....	31
ภาพที่ 4.19	ถ่ายภาพ Footage ในร้านขนม.....	31
ภาพที่ 4.20	การลงเสียงในคลิป TikTok 1 นาที.....	32
ภาพที่ 4.21	เผยแพร่คลิปวิดีโอ TikTok กลุ่มขนมไทย 1 นาที.....	32
ภาพที่ 4.22	ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพร.....	33
ภาพที่ 4.23	ถ่ายภาพ และ Footage ผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	33

ภาพที่ 4.24 การตัดต่อคลิป TikTok กลุ่มสมุนไพร่.....	34
ภาพที่ 4.25 เผยแพร่คลิปวิดีโอ TikTok กลุ่มสมุนไพร่ 1 นาที.....	34
ภาพที่ 4.26 ภาพกลุ่มอาชีพ.....	35
ภาพที่ 4.27 ถ่ายภาพท่าทางก่อนตัดต่อ.....	36
ภาพที่ 4.28 การลบ background และใส่ text ตัวหนังสือข้อความด้วยแอป picarts.....	36
ภาพที่ 4.29 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ มีน้ำแดงจะกินน้ำส้ม.....	37
ภาพที่ 4.30 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ โกโก้หรือกาแฟดีคะ.....	37
ภาพที่ 4.31 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ รอแป็บนี้กำลังซงให้คะ.....	37
ภาพที่ 4.32 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ รับอะไรดีคะ.....	38
ภาพที่ 4.33 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ นี่แหละสูตรลับของฉัน.....	38
ภาพที่ 4.34 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ เสร็จแล้วจร้าา.....	38
ภาพที่ 4.35 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ เลือกลงได้เลยครับผม.....	39
ภาพที่ 4.36 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ หนึ่งแท้ 100%.....	40
ภาพที่ 4.37 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ แบบไปไม้ก็มีนะหนุ่ม.....	40
ภาพที่ 4.38 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ เตรียมเครื่องหนังของเรากันก่อน.....	41
ภาพที่ 4.39 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ใจเย็นๆนะค้าบบ.....	41
ภาพที่ 4.40 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ เสร็จแล้วหน้าตาก็จะเป็นแบบนี้เลย.....	42
ภาพที่ 4.41 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ต้องเตรียมข้าวก่อน.....	42
ภาพที่ 4.42 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ เอาข้าวใส่ลงไปนกระทะ.....	43
ภาพที่ 4.43 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ คลุกเคล้าให้เข้ากัน.....	43
ภาพที่ 4.44 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ จัดจานนน.....	44
ภาพที่ 4.45 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ กับข้าวได้แล้วคะคุณลูกค้า.....	44
ภาพที่ 4.46 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ อร่อยซัวร์.....	45
ภาพที่ 4.47 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ สนใจรับงานเย็บผ้าไหมก็ขึ้นดีคะ.....	45
ภาพที่ 4.48 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ มาเริ่มเย็บผ้ากันเลย.....	46
ภาพที่ 4.49 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ เตรียมผ้าก่อน.....	46
ภาพที่ 4.50 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ อุปกรณ์ต้องพร้อม.....	47
ภาพที่ 4.51 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ใจเย็นๆนะคะ.....	47
ภาพที่ 4.52 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ เสร็จละจ้าา.....	48
ภาพที่ 4.53 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ รับอะไรดีคะหนู.....	48
ภาพที่ 4.54 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ป้าจัดเรียงขนมก่อนแป็บ.....	49
ภาพที่ 4.55 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ เตียวเอากลับไปทอดก่อนนะคะ.....	49
ภาพที่ 4.56 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ข้าวต้มมัดก็มีนะจ๊ะหนู.....	50

ภาพที่ 4.57 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ทอดกล้วยก่อน รอแป๊บนึง.....	50
ภาพที่ 4.58 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ เสร็จแล้วจ้า กล้วยทอด.....	51
ภาพที่ 4.59 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ เรื่องสมุนไพรวัวใจผม.....	51
ภาพที่ 4.60 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ การันตีผมสลวยสวยเก๋.....	52
ภาพที่ 4.61 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ใช้น้ำนี้ที่มันดีจริงๆ.....	52
ภาพที่ 4.62 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ดีแน่นอน.....	53
ภาพที่ 4.63 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ครีมนี้ใช้ได้.....	53
ภาพที่ 4.64 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความห้องน้ำสะอาด คราบหายเกลี้ยง.....	54
ภาพที่ 4.65 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ สวัสดิ์ครับ.....	54
ภาพที่ 4.66 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ยินดีต้อนรับสู่ชุมชนศิรินทร์และเพื่อน.....	55
ภาพที่ 4.67 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ชุมชนศิรินทร์และเพื่อนก็สงบเหมือนกันนะเนี่ย.....	55
ภาพที่ 4.68 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ไว้เจอกันใหม่ นะครับ บ้ายบาย.....	56
ภาพที่ 4.69 การส่งภาพสติกเกอร์ทั้ง 40 ชิ้นให้ทาง Line ตรวจสอบ.....	56
ภาพที่ 4.70 การส่งภาพสติกเกอร์ทั้ง 40 ชิ้นให้ทาง Line ตรวจสอบ.....	57



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1.ความเป็นมาและที่มาของปัญหา

ชุมชนคนทำมาหากินศิริรินทร์และเพื่อน ตั้งอยู่ที่ ซอยเพชรเกษม 48 แยก 4-7 ถนนเพชรเกษม แขวงบางจาก เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร พื้นที่เนื้อที่ 7 ไร่ 8 ตารางวา เกิดจากการรวมกลุ่มของผู้เดือดจากการถูกไล่รื้อจาก 7 กลุ่ม ซึ่งมาจาก 4 เขต คือ

- (1) กลุ่มหน้าตลาดศิริรินทร์
- (2) กลุ่มรักษ์บ้านจากเขตคลองสาน
- (3) กลุ่มจรัล 3 จากเขตบางกอกใหญ่
- (4) กลุ่มเอกชัย 30
- (5) กลุ่มสุดเขตจากเขตจอมทอง
- (6) กลุ่มบางจาก
- (7) กลุ่มเทพประทานจากเขตภาษีเจริญ

จึงได้รวมกลุ่มกันเพื่อแก้ปัญหาความเดือดร้อนเรื่องที่อยู่อาศัยร่วมกันเป็นที่มาของสหกรณ์เคหสถานศิริรินทร์และเพื่อนจำกัดในปัจจุบัน ชุมชนศิริรินทร์และเพื่อนร่วมกันจัดตั้งสหกรณ์ประเภทสหกรณ์บริการ (เคหสถาน) ชื่อสหกรณ์เคหสถานศิริรินทร์และเพื่อนจำกัด ในวันที่ 29 ธันวาคม 2549 เพื่อแก้ปัญหาความเดือดร้อนเรื่องที่อยู่อาศัย ตั้งแต่ได้มีการจดทะเบียนและจัดตั้งสหกรณ์เคหสถานศิริรินทร์และเพื่อน จำกัด ได้ดำเนินธุรกิจกู้ยืมเงินจากสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน)รวมเป็นจำนวนเงิน 45,900,000บาท สหกรณ์เคหสถานศิริรินทร์และเพื่อน จำกัด ดำเนินธุรกิจจัดสรรที่ดินให้สมาชิกเช่าซื้อเพื่อพัฒนาที่อยู่อาศัยพร้อมบ้านภายใต้โครงการบ้านมั่นคง สหกรณ์เคหสถานศิริรินทร์และเพื่อน จำกัด ได้ซื้อที่ดินของบริษัทบริหารสินทรัพย์ (บสท.) ติดกับโรงเรียนบางจาก เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร และให้สมาชิกทำสัญญากู้เงินยืมระยะยาวเพื่อปลูกสร้างบ้านจำนวน 153 หลังคาเรือน เป็นแบบบ้านแถว และต่อมาจัดตั้งเป็นชุมชนศิริรินทร์และเพื่อนตามระเบียบของกรุงเทพมหานครในวันที่ 28 พฤศจิกายน 2553 สหกรณ์ฯ เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อแก้ไขปัญหาและสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชนทุกด้าน มุ่งสู่เป้าหมายชุมชนเข้มแข็งพึ่งตนเองตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ภายในชุมชนมีการรวมกลุ่มกันผลิตสินค้าหลากหลายชนิด ปัจจุบันมีกลุ่มอาชีพที่ผลิตสินค้าจำหน่ายสู่ตลาดในชุมชน ทั้งสินค้าอุปโภคบริโภค เพื่อสร้างรายได้เสริมให้กับครอบครัว หลากหลาย ได้แก่ (1) กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์สมุนไพร (2) กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์เครื่องหนังตัดเย็บ (3) กลุ่มอาชีพบริการตัดเย็บ-เปลี่ยนทรงเสื้อผ้า (4) กลุ่มอาชีพบริการอาหารตามสั่ง (5) กลุ่มอาชีพบริการอาหารว่าง-ขนม และ (6) กลุ่มอาชีพบริการเครื่องดื่ม ภายใต้การสนับสนุนจากสหกรณ์เคหสถานศิริรินทร์และเพื่อนจำกัด โดยมีความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ การที่จะส่งเสริม และพัฒนากลุ่มอาชีพมีความเข้มแข็ง

(1) กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์สมุนไพร เล็งเห็นถึงประโยชน์ของสมุนไพรที่ได้รับการพิสูจน์มาแล้ว ไม่ว่าจะ เป็นในด้านผลการรักษาและความปลอดภัยเมื่อมีการนำมาใช้อย่างถูกต้องโดยสมาชิกชุมชนมีการ พัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อแก้ไขปัญหาและสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชนทุกด้านเน้นการแปรรูป ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรต่าง ๆ คือ การเปลี่ยนแปลงสถานะของสมุนไพร ให้แตกต่างไปจากเดิม เพื่อ ประโยชน์ในการใช้งานที่หลากหลายมากขึ้นทั้งนี้ธุรกิจการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรยังสามารถ นำมาเป็นทักษะการประกอบอาชีพเบื้องต้นได้

(2) กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์เครื่องหนังตัดเย็บ รวมตัวเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์โดยสมาชิกชุมชนต้องการมี รายได้เสริมให้กับครัวเรือน โดยสมาชิกสามารถแบ่งไปทำที่บ้านได้และนำมาประกอบรวมกันที่กลุ่มได้ มีการแบ่งงานตามขั้นตอนตามถนัด ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพทั้งหนังแท้ และหนัง PVC (Poly Vinyl chloride) ใช้ดีทนทาน และมีราคายุติธรรม โดยตัดเย็บตามแบบที่ผู้ว่าจ้างกำหนดโดยมีเงื่อนไข รายละเอียดที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละโรงงาน อาทิ กระเป๋าสะพาย กระเป๋าธนบัตร กระเป๋า โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกชุมชนสร้างธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

(3) กลุ่มอาชีพบริการตัดเย็บ เปลี่ยนทรงเสื้อผ้าเป็นอาชีพอิสระที่สมาชิกชุมชนสามารถนำมาเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพรองได้เพราะเป็นอาชีพที่ใช้ฝีมือในการออกแบบตัดเย็บเสื้อผ้าและเป็นทักษะในการ ประกอบอาชีพ สหกรณ์เคหสถานศิริรินทร์และเพื่อน จำกัด จึงเห็นความสำคัญในการซ่อมแซมเสื้อผ้า และตัดแปลงรูปทรงเสื้อผ้า เนื่องจากเป็นอาชีพที่สามารถยึดเป็นอาชีพเสริมจากการว่างงานประจำ ๆ โดยส่งเสริมและสนับสนุนสมาชิกชุมชนทั่วไปในชุมชนได้ฝึกทักษะการซ่อมแซมเสื้อผ้าและตัดแปลง รูปทรงเสื้อผ้าเพื่อสร้างรายได้ในครัวเรือน

(4) กลุ่มอาชีพบริการอาหารตามสั่ง เป็นหนึ่งในธุรกิจอาหารพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) เป็นกลุ่มอาชีพ

ที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับปัจจัยหนุนจากชีวิตประจำวัน (Life Style) ของคนในสังคมปัจจุบัน ที่ในแต่ละวันของการดำรงชีวิตยังอยู่บนฐานของความรีบเร่ง และเต็มไปด้วยข้อจำกัดทางด้านเวลา ทำให้ไม่มีเวลาในการจัดเตรียมอาหารได้เอง ส่งผลมองหาสินค้าและบริการที่เน้นความสะดวกมาเป็นอันดับแรก จึงเกิดเป็นช่องว่างของกลุ่มอาชีพบริการอาหารตามสั่ง ที่เข้ามาเติมเต็มความต้องการในช่วงเวลาเร่งด่วนได้เป็นอย่างดี

(5) กลุ่มอาชีพบริการอาหารว่าง-ขนม สมาชิกชุมชนได้แบ่งหน้าที่กันทำดำเนินงานด้วยความละเอียดอ่อนประณีตในการเลือกสรรวัตถุดิบ และกระบวนการทำที่พิถีพิถัน ทำให้ขนมมีรสชาติที่อร่อยหอมหวาน และสีสวยงาม รูปลักษณ์ชวนรับประทานส่วนใหญ่เป็นขนมที่มีความเกี่ยวข้องกับคนไทยมาแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน อาทิ ขนมถ้วย สาเกุ้ไส้หมู ข้าวเกรียบปากหม้อ ฯลฯ การประกอบอาชีพธุรกิจขนมเป็นอาชีพอิสระในการทำมาหากิน ด้วยการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน และภูมิปัญญาดั้งเดิมของชาวชุมชนมาเป็นปัจจัยในการทำการผลิตเพื่อการบริโภคในครัวเรือนและจำหน่ายสร้างรายได้เสริมให้กับครอบครัว

(6) กลุ่มอาชีพบริการเครื่องดื่ม เป็นการขงน้ำดื่มเพื่อสุขภาพโดยสมาชิกชุมชนเลือกสรรวัตถุดิบด้วยวิธีการทำที่พิถีพิถันเพื่อให้มีรสชาติอร่อย อาทิ ร้านขายน้ำขงโบราณ ร้านขายน้ำผลไม้ปั่น ร้านขายน้ำสำเร็จรูป ร้านขายน้ำเพื่อสุขภาพ ร้านขายน้ำผลไม้สด ฯลฯ ถือเป็นอาชีพอิสระในการทำมาหากินที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อนของประเทศไทย และสร้างรายได้ให้กับตนเองและครอบครัว นอกจากการขงขายในรูปแบบใส่น้ำแข็งพร้อมดื่มแล้ว ยังมีการต่อยอดน้ำขงโบราณ น้ำเพื่อสุขภาพ และน้ำผลไม้สดบรรจุขวดเพื่อจัดจำหน่ายด้วย และมีแนวโน้มในการร่วมกับกลุ่มอาชีพบริการอาหารว่าง-ขนมเพื่อจัดทำชุดอาหารว่าง (SnackBox) ต่อไปอย่างไรก็ตาม ทั้ง 6 กลุ่มอาชีพยังคงทำการค้าแบบเดิมคือการขายตรงซึ่งในปัจจุบันการขายตรงอย่างเดียวยังไม่เพียงพอต่อการแข่งขันในตลาด อีกทั้งเทคโนโลยีได้มีการพัฒนาไปมากแต่ชุมชนยังไม่ได้ขยายช่องทางการตลาดทำให้เสียโอกาสในการขายสินค้าและบริการ ปัญหาทางการตลาดของสินค้าชุมชนจึงเป็นปัญหาที่พบอยู่ในขณะนี้ผลจากการที่ขาดความรู้ทางด้านการตลาดและการขายตรงอย่างเดียวยังไม่เพียงพอต่อการแข่งขันจึงจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาร่วมด้วยเพื่อขยายช่องทางการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้นและสามารถขายสินค้าได้เพิ่มขึ้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต้องทำ

ควบคู่ไปกับการขยายช่องทางการตลาดเพื่อให้ตรงกับการดำเนินชีวิตในปัจจุบันที่มีความเร็วของข้อมูลอย่างมากกลุ่มอาชีพจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนวิธีการเพื่อให้เข้ากับวิถีชีวิตปัจจุบัน กลุ่มอาชีพที่ยังไม่มีช่องทางการตลาดออนไลน์ควรประเมินความพร้อมสภาพปัจจุบันรวมถึงปัญหาของกลุ่มอาชีพเพื่อนำมาวิเคราะห์ในการขยายช่องทางการตลาด ศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นจากกลุ่มอาชีพจากชุมชนอื่น ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับการผลิตและหาแนวทางการ

แก้ปัญหาไว้ล่วงหน้า สำหรับช่องทางการตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้าของ 6 กลุ่มอาชีพนั้นยังต้องมีการปรับตัว และเรียนรู้เพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลง ภายใต้กระแสโลกยุคดิจิทัลเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วซึ่งเป็นความท้าทาย

หนึ่ง ที่กลุ่มอาชีพควรมีการเตรียมความพร้อม พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยสวยงาม และพร้อมหาช่องทางการตลาดให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย เพื่อการจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ในการจัดการด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนควรมีการจัดอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น

ทีม CA ACT ARTs จึงได้เห็นความสำคัญของการพัฒนาและขยายช่องทางการตลาดออนไลน์ “ชุมชนคนทำมาหากินศิริรินทร์และเพื่อน” ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่ง ในการจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์

- (1).กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- (2).กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์เครื่องหนังตัดเย็บ
- (3).กลุ่มอาชีพบริการตัดเย็บ-เปลี่ยนทรงเสื้อผ้า
- (4).กลุ่มอาชีพบริการอาหารตามสั่ง
- (5).กลุ่มอาชีพบริการอาหารว่าง-ขนม
- (6).กลุ่มอาชีพบริการเครื่องดื่ม

ให้สามารถขยายตลาดให้กว้างขวางมากขึ้น สอดรับกับนโยบายที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศและยังสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน

## 1.2.วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อผลิต Sticker และคลิป TikTok ให้แก่ชุมชนศิริรินทร์และเพื่อน



### 1.3.ขอบเขต

ผลิตเฉพาะคลิป TikTok และสตีกเกอร์ 6 กลุ่มอาชีพ

### 1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

- สามารถเรียนรู้และเข้าใจ กระบวนการทำงานในหน้าที่ของผู้ผลิตทาง TikTok และสื่อออนไลน์ต่างๆ มากขึ้น
- การเรียนรู้และปรับตัวเพื่อทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี
- การลงนามทำงานในพื้นที่จริงเช่น การเข้าร่วมประชุม แล้วช่วยงานทาง Node เขตภาษีเจริญ
- ได้เรียนเทคนิคการตัดต่อรายการโฆษณา
- พนักงานในองค์กรได้แลกเปลี่ยนความรู้กับนักศึกษา



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการที่ผู้จัดทำได้ศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับรายงาน  
บทบาทหน้าที่ของผู้ช่วยฝ่ายการผลิตคือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok)
2. ความหมายเกี่ยวกับการตัดต่อ
3. การออกแบบสติกเกอร์ไลน์บนแอปพลิเคชันไลน์

#### 2.1.แนวคิดเกี่ยวกับแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok)

TikTok คือแพลตฟอร์มวีดีโอสั้นที่ให้บริการด้านความบันเทิง โดยเริ่มต้นให้บริการในประเทศจีนปีพ.ศ. 2559 ในชื่อ Douyin และขยายการทำตลาดไปยังต่างประเทศในชื่อ TikTok ในปีพ.ศ. 2560 และกลายเป็นหนึ่งในแอปพลิเคชันที่มีการเติบโตทั่วโลกเร็วที่สุดและเกิดเป็นปรากฏการณ์ไวรัลไปทั่วโลก โดยในปีพ.ศ. 2562 พบว่ามีจำนวนคนดาวน์โหลดแอปพลิเคชันทั่วโลกมากกว่า 738 ล้านครั้ง ทำให้ TikTok กลายเป็นหนึ่งในผู้นำของแอปพลิเคชันทั่วโลกทั้งบน Google Play และ Appstore และจากการได้รับความนิยมเป็นอย่างมากนี้สะท้อนให้เห็นถึงกระแสของเทคโนโลยีที่สำคัญจากอดีตที่เปลี่ยนแปลงไป คือการเปลี่ยนจากคอมพิวเตอร์ไปสู่มือถือ และยังสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตด้วย กล่าวคือ ผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือมีการใช้เวลามากขึ้นกับแอปพลิเคชันที่ให้ความบันเทิงในรูปแบบคอนเทนต์วีดีโอ Statista,(2563) ได้กล่าวว่าในประเทศไทยพบว่ากลุ่มผู้ใช้TikTok มีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในกลุ่มอายุ18- 34 ปี ที่ปัจจุบันมีสัดส่วนมากกว่า60% ของผู้ใช้ทั้งหมดในประเทศไทย โดยปัจจัยที่ทำให้มีการเติบโตสูงมากขึ้นมาจากปัจจัยสำคัญหลายส่วน โดยเฉพาะกระแสความนิยมคอนเทนต์วีดีโอสั้นที่กำลังมาแรงและเริ่มเข้ามาทดแทนคอนเทนต์ประเภทภาพนิ่งหรือวีดีโอยาวมากขึ้น และจากจุดเด่นของ TikTok ที่มีการนำเสนอคอนเทนต์ผ่านหน้าฟีด For YouPage ด้วยการใช้ MachineLearning มาช่วยให้ผู้ชมได้รับชม คอนเทนต์ที่ตอบโจทย์ความชอบและความสนใจ และยังมี Creative Tools หรือ เครื่องมือเพื่อการสร้างสรรค์วีดีโอเพื่อใช้ในการสร้างคอนเทนต์วีดีโอด้วยตัวเองอย่างง่ายและมีความแปลกใหม่รวมถึงการมีกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้และกลุ่มได้มีส่วนร่วมกิจกรรมผ่านแคมเปญ Hashtag Challenge และยิ่งไปกว่านั้น TikTok ยังเป็นแพลตฟอร์มที่เปิดโอกาสและสร้างความเท่าเทียมให้ทุกคนสามารถกลายมาเป็นครีเอเตอร์ได้อย่างไม่มีข้อจำกัด ทำให้ในวันนี้TikTok คือ ตัวแทนของแพลตฟอร์ม

ที่สร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและกลายเป็นพื้นที่แห่งความสุขและการแสดงออกทางความคิดเชิงสร้างสรรค์ของผู้คน จากการที่มีจำนวนผู้ใช้งานที่เติบโตและมีแนวโน้มสูงขึ้นในทุก ๆ ปีส่งผลให้TikTok เล็งเห็นโอกาสในการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อมุ่งไปสู่การทำธุรกิจแบบ Ecosystem ผ่านกลยุทธ์ทั้งหมด 3ด้าน คือ

1. Content Diversificationคือ การสร้างความหลากหลายให้กับ content เน้นเนื้อหาวิดีโอสั้นที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้ในทุกกลุ่มอายุ และมีเนื้อหาครบทุกประเภท ความสนใจ
2. Monetization คือ การพัฒนาโมเดลเพื่อสร้างรายได้ให้กับ TikTok มากขึ้นผ่านการขายโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยตอบโจทย์แบรนด์ต่าง ๆ และสร้างมิติใหม่ให้กับวงการ digital marketing ในไทยมากขึ้น
3. Brand Safe คือ การพัฒนาด้านความปลอดภัยบนแพลตฟอร์มมากขึ้น

TikTok Thailand.(2563) ได้กล่าวว่าเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับแบรนด์และผู้บริโภค นอกจากการเป็นแอปพลิเคชันที่ให้ความบันเทิงแล้วในอนาคต TikTok ยังมุ่งหน้าไปสู่การเป็นแพลตฟอร์มที่เชื่อมต่อทุกคนในสังคม มีการขยายรูปแบบคอนเทนต์ไปสู่การเรียนรู้ การให้ความรู้ผ่านแคมเปญ # TikTok Uni ที่เปิดโอกาสให้ครูอาจารย์นักการศึกษา และผู้เชี่ยวชาญในแขนงความรู้ต่างๆ ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอคอนเทนต์สาระความรู้ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้คน จนเกิดเป็นปรากฏการณ์ความสนใจมากมาย ส่งผลให้ยอดวิวรวม # TikTok Uni สูงถึง 13.1 พันล้านและการผลักดัน TikTok ให้เป็นพื้นที่สำหรับการทำตลาดดิจิทัลเพื่อตอบโจทย์ธุรกิจ โดยในปีพ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา TikTok ได้เปิดตัว TikTok For Business แพลตฟอร์มการตลาดดิจิทัลเพื่อเพิ่มช่องทางให้กับนักการตลาดและผู้ประกอบการธุรกิจในการทำการสื่อสารทางการตลาด โดยเริ่มต้นจากการสร้างการรับรู้(Awareness) การมีส่วนร่วมระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภค (Engagement) และสามารถต่อยอดไปถึงการพิจารณาเลือกซื้อ(Consideration)ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ (Conversion) แบบที่เรียกว่า Full-Funnel Marketing Solution อีกทั้งยังมาพร้อม โซลูชันแบบบริการตนเอง (Self-Serve Solution) เพื่อให้ผู้ลงโฆษณาสามารถบริหารจัดการโฆษณาได้ด้วยตนเองอย่างง่ายดาย ซึ่งจากการเปิดตัวก็ได้สร้างปรากฏการณ์มากมายทั้งการเพิ่มขึ้นของคอนเทนต์โฆษณาในรูปแบบวิดีโอสั้นสุดสร้างสรรค์รวมถึง Challenge MarketingและHashtag Marketing ที่น่าสนใจจากแบรนด์ดังมากมาย เช่น แบรนด์แฟชั่นชื่อดังในประเทศไทย อย่าง Pomelo ก็ได้ร่วมสร้างสรรค์แคมเปญที่ได้รับความนิยม

นิยมจากการทำ Hashtag Challenge #walkwithpomelo ที่สร้างสถิติการตอบรับและการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภคเป็นจำนวนมากในช่วงระยะเวลาไม่ถึง 1 อาทิตย์และนำไปใช้ต่อยอดทำให้สร้างยอดขายสินค้าได้เทียบเท่ากับเมกะเซลล์ 11.11 บนช่องทางขายแบบ E-commerce และในช่วงที่ผ่านมายังพบว่าแบรนด์ขนาดใหญ่และธุรกิจขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ รวมถึงผู้ประกอบการและร้านค้าในประเทศไทย ต่างเริ่มหันมาทดลองใช้ TikTok เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการกระตุ้นยอดขายสินค้าทางออนไลน์และสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มคนรุ่นใหม่เพิ่มขึ้น

สำหรับรูปแบบของเครื่องมือในการทำการตลาดภายในแอปพลิเคชัน TikTok ได้มีการเปิดขายพื้นที่โฆษณาบน TikTok ตั้งแต่ปลายปีพ.ศ. 2562 ในรูปแบบการซื้อโฆษณาแบบเหมาพื้นที่และยิงโฆษณาตามพฤติกรรมและความสนใจของลูกค้า ผ่าน 5 รูปแบบ (Marketingoops,2563) ดังนี้

1. Brand Takeover เป็นโฆษณาในตำแหน่งแรกก่อนเข้า Feed ซึ่งจะเห็นโฆษณาทันทีที่เปิดใช้งาน
2. Top View เป็นโฆษณาอยู่ในตำแหน่งแรกบนฟีดเจอร์ For You โดยโฆษณารูปแบบนี้จะแสดงผลเป็นวิดีโอความยาวไม่เกิน 60
3. In-Feed Ads เป็นโฆษณาที่จะขึ้นระหว่างคอนเทนต์ปกติโดยอัตราส่วนทุกคอนเทนต์ปกติ 4 ครั้งที่ปิดดูจะแทรกด้วยโฆษณา 1 ชิ้น
4. Hashtag Challengeเป็นรูปแบบการจัดแคมเปญ Challenge สร้างกระแสให้ร่วมกิจกรรมบน TikTok ผ่านผู้นำเทรนด์คือเหล่าครีเอเตอร์ชื่อดัง
5. Branded Effect เป็นสร้างสรรค์Effect วิดีโอให้ผู้ใช้ได้ใช้บน TikTok สร้างการมีส่วนร่วมกับแบรนด์

สุชานันท์ อารีราษฎร์ (2561) ได้ศึกษา อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok)ของผู้ใช้งาน ผลวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีสถานภาพเป็นนักเรียน นักศึกษา อายุ 20-25 ปีและส่วนใหญ่รู้จักแอปพลิเคชัน TikTok ผ่านช่องทางยูทูบ โดยอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีด้านความคาดหวังจากการใช้งาน ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันซึ่งเป็นผลมาจากความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีทักษะการเต้นหรือการแสดงได้เป็นอย่างดีในส่วนด้านอิทธิพลของสังคมก็ส่งผลด้วยเช่นกันจากการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อตนเอง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานพบว่าแอปพลิเคชัน TikTok มีการใช้งานที่สะดวกสามารถใช้สร้างความบันเทิงได้ทุกที่ทุกเวลา

และด้านการเข้าถึงได้ของเทคโนโลยีส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชัน TikTok เนื่องจากเป็นแอปพลิเคชันที่มีความปลอดภัยทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการ

Qiyang Zhou (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคของการสร้างสรรค์วิดีโอสั้นและแลกเปลี่ยนบนแพลตฟอร์ม กรณีศึกษาจาก TikTok และ Bilibili (Understanding User Behaviors of Creative Practice on Short Video Sharing Platforms A Case Study of TikTok and Bilibili) ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้งานมีความอยากแบ่งปันข้อมูลและความเห็น และผู้ใช้มีความชอบในการเลียนแบบและทำซ้ำคอนเทนต์หรือความคิดเห็นเห็นของผู้อื่นโดยผู้เขียนข้อมูลหรือแสดงความคิดเห็นมีแนวโน้มการแสดงออกใน การเรียนรู้เชิงบวกและการแบ่งปันทัศนคติ

Yiran Su (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมกับแฟน ๆ ใน 15 วินาทีต่อ การทำการตลาดสร้างความสัมพันธ์ของนักกีฬาในระหว่างช่วงการแพร่ระบาดบน TikTok (Fan engagement in fifteen seconds: Athletes' relationship marketing during a pandemic via TikTok) ผลวิจัยพบว่า จากการศึกษาโดยใช้วิธีวิจัยบนอินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาการใช้ TikTok ของนักกีฬาระหว่าง

ผู้จัดทำได้มีแนวคิดมาปรับใช้ในส่วนของสื่อในการตัดต่อคลิปเพื่อเปิดช่องทางแพลตฟอร์ม TikTok ทำให้คนดูบางกลุ่มสามารถเข้ามารับชมคลิปได้และเข้าใจง่าย ๆ ภายใน 1 นาที

## 2.2.ความหมายเกี่ยวกับการตัดต่อ

จุฑามาศ จิระสังข์ (2556) การตัดต่อหรือว่าการลำดับภาพเป็นขั้นตอนที่ 3 ในกระบวนการโปรดักชันคือโพสต์โปรดักชัน ซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้ายสำหรับการปรุงแต่งงานให้กลมกล่อมชวนลิ้มรสต่อคนดู แต่อย่าเข้าใจผิดว่าห้องตัดต่อเป็นที่สร้างเรื่อง เรื่องหรือ สตอรี่ คือการคิดมาก่อน การเข้าห้องตัดที่นี้การเป็นนักตัดต่อนั้นจะต้องมีความรู้ความเข้าใจใน 2 ส่วน คือในส่วนของเครื่องตัดและในส่วนของความเข้าใจในการตัดซึ่งผมคิดว่าสัดส่วนความสำคัญนั้น อยู่ระหว่าง 70/30 เปอร์เซ็นต์ ส่วนของเครื่องตัดนั้น(หมายรวมถึงอุปกรณ์ทั้งหลายทั้ง ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ ผมให้ความสำคัญแค่ 30 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น เพราะเครื่องมือเหล่านี้มันก็เป็นเพียงเครื่องสนองความคิดของเราเท่านั้น การเรียนรู้ว่าปุ่มไหนกดอย่างไร กดเพื่ออะไร แค่นั้นไม่สามารถเรียกว่าเป็นนักตัดต่อได้เครื่องตัดแพงๆ ราคาหลายแสนหรือหลายล้าน มันก็ไม่ได้ทำให้คุณภาพงานนั้นดีขึ้น คุณภาพที่ไม่ได้หมายถึงความคมชัดของภาพ แต่ผมพูดถึงคุณภาพของเรื่องราวที่ถูกเล่าผ่านสายผู้ชมต่างหาก ทำให้ส่วนที่สำคัญที่สุดสำหรับการตัดต่อ ที่ผมให้ความสำคัญถึง 70 เปอร์เซ็นต์ ก็คือความเข้าใจในหลักการตัดต่อนั่นเอง ซึ่งความเข้าใจนั้นมันอาจฟังดูนามธรรมไปหน่อย แต่หากว่าผ่านการทำ ดู แล้วทำ แล้วก็ดู ยิ่งมากเท่าไรประสบการณ์ก็จะสอนว่าแบบไหนดีหรือไม่ดีสำหรับวันนี้เป็นครั้งแรก ก็ขอคัดลอกตำราที่เขาสอนๆกันมา ให้อ่านกันดูก่อน เพื่อเป็นเริ่มต้นสำหรับการทำความเข้าใจในหลักการของการตัดต่อ

เพื่อที่ในตอนต่อไปจะได้ นำทั้งตัวอย่างและประสบการณ์มาแล้วให้ฟัง ตามที่ความสามารถอันน้อยนิดที่มีจะเล่าให้ฟังได้

การตัดต่อ คือ การเชื่อมระหว่างช็อต 2 ช็อต โดยใช้ 1 ใน 3 รูปแบบ ดังนี้

1.การตัดชนภาพ The Cut คือ การตัดภาพชนกันจากช็อตหนึ่งต่อตรงเข้ากับอีกช็อตหนึ่ง วิธีนี้คนดูจะไม่ทันสังเกตเห็น

2.การผสมภาพ The Mix หรือ The Dissolve เป็นการค่อย ๆ เปลี่ยนภาพจากช็อตหนึ่งไปยังอีกช็อตหนึ่ง โดยภาพจะเหลื่อมกัน และคนดูสามารถมองเห็นได้

3.การเลื่อนภาพ The Fade เป็นการเชื่อมภาพที่คนดูสามารถเห็นได้ มี 2 แบบ คือ การเลื่อนภาพเข้า fade in คือการเริ่มภาพจากดำแล้วค่อย ๆ ปรากฏภาพขึ้นสว่างขึ้น มักใช้สำหรับการเปิดเรื่อง การเลื่อนภาพออก fade out คือการที่ภาพในท้ายช็อตค่อย ๆ มีดำสนิท มักใช้สำหรับการปิดเรื่องตอนจบ

ในการตัดต่อ ควรคำนึงถึงความรู้เบื้องต้น 6 ประการดังนี้

1.แรงจูงใจ Motivation ในการตัดต่อ ไม่ว่าจะการ cut, mix หรือ fade ควรจะมีเหตุผลที่ดี หรือมีแรงจูงใจเสมอ ซึ่งแรงจูงใจนี้อาจเป็นภาพ เสียง หรือทั้งสองอย่างผสมกันก็ได้ ในส่วนของภาพ อาจเป็นการ

กระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง แม้นักแสดงจะแสดงเพียงเล็กน้อย เช่น การขยับร่างกายหรือขยับส่วนของหน้าตา สำหรับเสียงอาจเป็นเสียงใดเสียงหนึ่ง เช่น เสียงเคาะประตู หรือเสียงโทรศัพท์ดัง หรืออาจเป็นเสียงที่ไม่ปรากฏภาพในฉาก (off scene)

2.ข้อมูล Information ข้อมูลในที่นี้คือข้อมูลที่เป็นภาพ ช็อตใหม่ หมายถึงข้อมูลใหม่ คือถ้าไม่มีข้อมูลอะไรใหม่ในช็อตนั้น ๆ ก็ไม่จำเป็นต้องนำมาตัดต่อ ไม่ว่าภาพจะมีความงดงามเพียงไร ก็ควรที่จะเป็นข้อมูลภาพที่แตกต่างจากช็อตที่แล้ว ยังมีข้อมูลภาพที่คนดูเห็นและเข้าใจมากขึ้น ผู้ชมก็ยังได้รับข้อมูลและมีอารมณ์ร่วมมากขึ้นเป็นหน้าที่ของคนตัดที่จะนำข้อมูลภาพมาร้อยให้มากที่สุดโดยไม่เป็นการยัดเยียดให้คนดู

3.องค์ประกอบภาพในช็อต Shot Composition ผู้ตัดไม่สามารถกำหนดองค์ประกอบภาพในช็อตได้ แต่งานของผู้ตัดคือควรให้ม้องค์ประกอบภาพในช็อตที่สมเหตุสมผลและเป็นที่ยอมรับ

ปรากฏอยู่ องค์ประกอบภาพในช็อตที่ไม่ได้มาจากการถ่ายทำที่แย่ ซึ่งทำให้การตัดต่อทำได้ลำบากมากขึ้น

4.เสียง Sound เสียงคือส่วนสำคัญในการตัดต่ออีกประการหนึ่ง เสียงรวดเร็วและลึกล้ำกว่าภาพ เสียงสามารถใส่มาก่อนภาพหรือมาทีหลังภาพเพื่อสร้างบรรยากาศ สร้างความกดดันอันรุนแรง และอีกหลากหลายอารมณ์ เสียงเป็นการเตรียมให้ผู้ชมเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนฉาก สถานที่ หรือแม้แต่ประวัติศาสตร์ความคลาดเคลื่อนของเสียงที่เหมาะสมเป็นการลดคุณค่าของการตัดต่อ เช่น LS ของสำนักงาน ได้ยินเสียงจากพวกเครื่องพิมพ์ดีด ตัดไปที่ช็อตภาพใกล้ของพนักงานพิมพ์ดีด เสียงไม่เหมือนกับที่เพิ่งได้ยินในช็อตปูพื้น คือ เครื่องอื่น ๆ หยุดพิมพ์ทันทีเมื่อตัดมาเป็นช็อตใกล้ ความสนใจของผู้ชมสามารถทำให้เกิดขึ้นได้ด้วยเสียงที่มาล่วงหน้า (lapping) ตัวอย่างเช่น การตัดเสียง 4 เฟรมล่วงหน้าก่อนภาพ เมื่อตัดจากภาพในอาคารมายังภาพฉากนอกอาคาร

5.มุมกล้อง Camera Angle เมื่อผู้กำกับฯ ถ่ายทำฉาก จะทำโดยเริ่มจากตำแหน่งต่าง ๆ (มุมกล้อง) และจากตำแหน่งต่าง ๆ เหล่านี้ ผู้กำกับฯ จะให้ถ่ายช็อตหลาย ๆ ช็อต คำว่า “มุม” ถูกใช้เพื่ออธิบายตำแหน่งของกล้องเหล่านี้ซึ่งสัมพันธ์กับวัตถุหรือบุคคลจากภาพล่อครึ่งซีก บุคคลอยู่ที่มุม ล้อ แต่ละซี่ล้อแทนแกนกลางของกล้องและตำแหน่งของกล้องก็อยู่ตรงปลายของซี่ล้อ ตำแหน่งจะแตกต่างกันไป จากแกนถึงแกน โดยระยะห่างที่แน่นอนเรียกว่า “มุมกล้อง” ซึ่งเป็นหนึ่งส่วนสำคัญของการตัดต่อ หัวใจสำคัญคือแต่ละครั้งที่ cut หรือ mix จาก shot หนึ่งไปอีกช็อตหนึ่ง กล้องควรมีมุมที่แตกต่างไปจากช็อตก่อนหน้านี้ สำหรับคนตัด ความแตกต่างระหว่างแกน ไม่ควรมากกว่า 180 องศา และมักจะน้อยกว่า 45 องศา เมื่อถ่ายบุคคลเดียวกัน ด้วยประสบการณ์รูปแบบนี้อาจตัดแปลงได้อีกมา

6.ความต่อเนื่อง Continuity ทุกครั้งที่ถ่ายทำในมุมกล้องใหม่ (ในซีควนส์เดียวกัน) นักแสดงหรือคนนำเสนองจะต้องแสดงการเคลื่อนไหวหรือทำท่าเหมือนเดิมทุกประการกับช็อตที่แล้ว วิธีการนี้ ยังปรับใช้กับ take ที่แปลกออกไปด้วยความต่อเนื่องของเนื้อหา Continuity of content ควรมีความต่อเนื่องของเนื้อหา เช่น นักแสดงยกหูโทรศัพท์ด้วยมือขวาในช็อตแรก ดังนั้นก็คาดเดาได้ว่าหูโทรศัพท์ยังคงอยู่ในมือขวาในช็อตต่อมา งานของคนตัดคือ ทำให้แน่ใจว่าความต่อเนื่องยังคงมีอยู่ ทุกครั้งที่ทำการตัดต่อในซีควนส์ของช็อตความต่อเนื่องของการเคลื่อนไหว Continuity of movement ความต่อเนื่องยังเกี่ยวข้องกับทิศทางการเคลื่อนไหว หากนักแสดงหรือบุคคลเคลื่อนที่จากขวาไปซ้ายในช็อตแรก ช็อตต่อมา ก็คาดเดาว่านักแสดงหรือบุคคลจะเคลื่อนไหวไปในทิศทางเดียวกัน เว้นแต่ในช็อตจะให้เห็นการเปลี่ยนทิศทางจริง ๆ ความต่อเนื่องของตำแหน่ง Continuity of

position ความต่อเนื่องยังคงความสำคัญในเรื่องของตำแหน่งนักแสดงหรือบุคคลในฉาก หากนักแสดงอยู่ทางขวามือของฉากในช็อตแรก ดังนั้นเขาจะต้องอยู่ขวามือในช็อตต่อมาด้วย เว้นแต่มีการเคลื่อนไหวไปมาให้เห็นในฉากถึงจะมีการเปลี่ยนไปของความต่อเนื่องของเสียง Continuity of sound ความต่อเนื่องของเสียงและสัดส่วนของเสียงเป็นส่วนที่สำคัญมาก ถ้าการกระทำกำลังเกิดขึ้นในที่เดียวกันและเวลาเดียวกัน เสียงจะต้องต่อเนื่องจากช็อตหนึ่งไปยังช็อตต่อไป เช่น ในช็อตแรกถ้ามีเครื่องบินในท้องฟ้าแล้วได้ยินเสียง ดังนั้นในช็อตต่อมาก็ต้องได้ยินจนกว่าเครื่องบินนั้นจะเคลื่อนห่างออกไป แม้ว่าบางครั้งอาจไม่มีภาพเครื่องบินให้เห็นในช็อตที่สอง แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าไม่จำเป็นต้องมีเสียงต่อเนื่องในช็อตต่อไป นอกจากนี้ ช็อตที่อยู่ในฉากเดียวกันและเวลาเดียวกัน จะมีเสียงพื้น(background sound) ที่เหมือนกัน เรียกว่า background ambience, atmosphere หรือเรียกย่อ ๆ ว่า atmos ซึ่งต้องมีความต่อเนื่อง

ผู้จัดทำได้แนวคิดของการตัดต่อคลิปวิดีโอโดยใช้ในการตัดคลิป TikTok ให้น่าสนใจมากขึ้นโดยการตัดต่อนี้จะทำให้การทำงานนั้นง่ายขึ้นนั่นก็คือ การวางแผน เพราะการวางแผนจะทำให้การตัดต่อจะทำให้มีเวลาติดคอนเทนต์ได้เยอะมากขึ้น

### 2.3.การออกแบบสติกเกอร์ไลน์บนแอปพลิเคชันไลน์

Dark horse.(2562) ได้อ้างอิงว่าการสื่อสารในโลกปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วด้วยเทคโนโลยีที่ช่วยสนับสนุนให้มีการสื่อสารผ่านออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ จากสถิติที่มีผู้ใช้โซเชียลมีเดียที่มีมากขึ้น จากรายงานเรื่อง Digital 2562 ของ Hootsuite และ We Are Social ถือเป็นรายงานที่โลกให้ความสนใจเพราะการสำรวจทุกครั้งสามารถบอกสถานะความเป็นไปของวงการออนไลน์โลกได้เป็นอย่างดีสำหรับสถิติปีพ.ศ.2562 สะท้อนว่าโลกออนไลน์มีจุดเปลี่ยนสำคัญ เพราะผู้ใ้รายใหม่เกิน 1 พันล้านราย และจำนวนผู้ใช้โซเชียลมีเดียมีมากกว่า 3,480 ล้านคนในปีนี้ เพิ่มขึ้น 288 ล้านคน (9%) โดยเฉลี่ยผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกใช้เวลาออนไลน์ 6 ชั่วโมง 42 นาทีต่อวัน ลดลงเล็กน้อยจากปีที่แล้วที่ 6 ชั่วโมงและ 49 นาทีและมีพฤติกรรมการใช้เฉลี่ยต่อวันเพิ่มมากขึ้นผ่านการใช้ออปพลิเคชันไลน์และเฟซบุ๊ก เป็นการติดต่อด้วยการส่งข้อความ ส่งสติ๊กเกอร์น่ารักๆ รวมถึงการได้พูดคุย เช่นเดียวกับการใช้โทรศัพท์โดยข้อมูลผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตประเทศไทยปีพ.ศ. 2561 ในงาน ETDA สู่ปีที่ 8 “Future Economy and Internet Governance: Big Change to Big Chance” พบว่า พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตยังเพิ่มขึ้นต่อเนื่องโดยคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยนานขึ้นเป็น 10 ชั่วโมง 5 นาทีต่อวัน (เอ็ดต้า. 2562 : ออนไลน์) เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2560 วันละ 3 ชั่วโมง 30 นาทีโดยคนไทยนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์เช่น แอปพลิเคชันไลน์เฟซบุ๊ก อินสตราแกรม ทวิต



เตอร์เป็นจำนวนมาก โดยอันดับแรกผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทำกิจกรรมออนไลน์มากกว่าแบบดั้งเดิม คือการส่งข้อความมากถึง 94.5% โดยในปีพ.ศ. 2561 มีผู้ใช้แอปพลิเคชันไลน์มากถึง 98.6% ตามมาด้วยเฟซบุ๊ก 96.0% (เอ็ดด้า. 2562 :. ออนไลน์) ซึ่งทั้งสองแอปพลิเคชันมีคาแร็กเตอร์ (character) หรือตัวละคร หรือ “สติ๊กเกอร์” ให้ดาวน์โหลดเพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันแทนการพิมพ์ข้อความและแสดงออกถึงความรู้สึกต่างๆ และยังสร้างความสนุกสนาน โดยสติ๊กเกอร์ 5 อันดับคำพูดและอิริยาบถที่ถูกส่งเยอะที่สุดตามลำดับ ได้แก่ ok, Haha /555, Thank you / ขอขอบคุณ, Love / รักนะ, Hi / สวัสดี/ ดีจ้า เป็นต้น

(IT24Hrs - ไอที24 ชั่วโมง by ปานระพี. 2561 : ออนไลน์) โดยมีอัตราการเติบโตเป็นอันดับ 1 ในไตรมาสแรกของปีพ.ศ. 2561 ด้วยยอดดาวน์โหลดไลน์สติ๊กเกอร์เพิ่มสูงถึง 52% ผ่านจากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้วเพื่อใช้สนทนา (Chat) และมีจำนวนคนซื้อสติ๊กเกอร์สูงขึ้นถึง 28%

(adslthailand. 2561 : ออนไลน์) ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัย ใช้คำว่า “สติ๊กเกอร์คาแร็กเตอร์” ปัจจุบันสติ๊กเกอร์คาแร็กเตอร์มีการพัฒนารูปแบบเพื่อให้ตรงตามความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น จากคาแร็กเตอร์ตัวการ์ตูนปรับเปลี่ยนให้มีตัวการ์ตูนประกอบคำพูด ตัวการ์ตูนเคลื่อนไหวด้วยท่าทางที่น่าสนใจมากขึ้น และในปีพ.ศ. 2562 แอปพลิเคชันไลน์ได้เปิดตัว สติ๊กเกอร์รูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “สติ๊กเกอร์เต็มคำ” ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้ได้สร้างสรรค์สติ๊กเกอร์แบบที่ตนเองต้องการสร้างชื่อที่ไม่ซ้ำใคร หรือ ตั้งฉายาไว้ใช้เฉพาะกับคนพิเศษทั้งนี้ยังเป็นการต่อยอดกระแสความนิยมสติ๊กเกอร์ชื่อ ตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการมีเอกลักษณ์ของตนเองบนโลกออนไลน์มากยิ่งขึ้น และอยากเป็นผู้สร้างสรรค์ผลงานหรือคอนเทนต์เพื่อแสดงตัวตน (Roboos. 2562 :ออนไลน์) ทั้งนี้นักวิชาการได้ให้ความหมายของคำว่า “สติ๊กเกอร์” ไว้ดังนี้

ฐิติ ปฐมชัยคุปต์ และ เกตุวดี สมบูรณ์ทวี (2559:155) ได้ให้ความหมายของคำว่า “สติ๊กเกอร์” ดังนี้สติ๊กเกอร์จะถูกออกแบบเป็นการ์ตูน ที่มีคาแร็กเตอร์ที่น่าสนใจง่ายต่อการนำไปใช้ในบทสนทนาและการสื่อสารประจำวัน ซึ่งประกอบด้วยการแสดงอารมณ์ความรู้สึก ข้อความและรูปภาพที่เข้าใจได้ง่าย พร้อมทำการผสมผสานกับภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจ ซึ่งเป็นการแทรกตราสินค้าผ่านสติ๊กเกอร์บนบทสนทนา เพื่อสร้างการจดจำตราสินค้าขององค์กรธุรกิจและแบรนด์ให้กับผู้ใช้งานบนไลน์แอปพลิเคชันให้ผู้ใช้สติ๊กเกอร์ในธุรกิจนั้นๆ เกิดความนิยมและพึงพอใจนอกจากนี้ยังเป็นการประชาสัมพันธ์ตราสินค้าในตัวธุรกิจอีกด้วย และคาดหวังว่าผู้บริโภคก็จะหันมาใช้สินค้าและบริการในธุรกิจนั้นเพิ่มมากขึ้น

Jon Russell (2556) อธิบายความหมายของคำว่า “Sticker” และเหตุผลที่ต้องซื้อไว้ว่า สติ๊กเกอร์เป็นอิโมติคอนขนาดใหญ่ซึ่งส่วนใหญ่ใช้สำหรับการแชทผ่านข้อความโต้ตอบแบบทันที (IM)

เป็นที่นิยมมากโดยเฉพาะในเอเชียเพราะสติ๊กเกอร์ช่วยถ่ายทอดอารมณ์และเป็นมากกว่าบล็อกรข้อความ การสนทนาด้วยสติ๊กเกอร์กลายเป็นสื่อยอดนิยมเพราะสติ๊กเกอร์มีรายละเอียดมากกว่าอีโมติคอนมิสเตอร์นาโอโตโมะ วาดานาเบ ผู้จัดการฝ่ายผลิตและวางแผนสติ๊กเกอร์LINE ประเทศญี่ปุ่น กล่าวเพิ่มเติมถึงเทรนด์สติ๊กเกอร์ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันว่า “นอกจากจะต้องเป็นสติ๊กเกอร์ที่ดูน่ารักแล้ว จะต้องเป็นสติ๊กเกอร์ที่สื่อสารง่าย และแสดงให้เห็นถึงอารมณ์ชัดเจน ซึ่งเทรนด์ที่กำลังมาแรงในตลาดไทย คือ “สติ๊กเกอร์ชื่อ” จุดเด่นสติ๊กเกอร์ชื่อคือ สามารถระบุตัวตนของผู้ใช้งานได้อย่างชัดเจน ทำให้แทนตัวเองในบทสนทนาได้เมื่อสติ๊กเกอร์แทนตัวเองได้ก็ทำให้รู้สึกถึงความใกล้ชิดสนิทสนมมากขึ้น และสติ๊กเกอร์ที่มาแรงอีก คือ สติ๊กเกอร์ที่ตามเทรนด์จากละคร เช่น ตัวสติ๊กเกอร์บุพเพสันนิวาส ที่ทำให้ตัวการ์ตูนสติ๊กเกอร์ใส่ชุดไทยเป็นที่นิยมไปด้วยเป็นต้น (adslthailand. 2561.ออนไลน์)

(Brandage online. 2562: ออนไลน์) ได้อ้างอิงว่าในปีพ.ศ. 2561 ยอดดาวน์โหลดไลน์สติ๊กเกอร์คาแร็กเตอร์ในไทยเติบโตสูงสุดในภูมิภาค โดยเฉพาะตลาดสำหรับนักออกแบบสติ๊กเกอร์คาแร็กเตอร์ หรือที่เรียกว่า “ครีเอเตอร์สติ๊กเกอร์” (ไลน์ครีเอเตอร์) ที่มีจำนวนมากขึ้นและอัตราการเติบโตของผู้ใช้แอปพลิเคชันไลน์มากขึ้น ซึ่งผู้ใช้มีพฤติกรรมการสื่อสารด้วยการใช้สติ๊กเกอร์คาแร็กเตอร์เพื่อใช้สนทนาและมีอัตราการดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์คาแร็กเตอร์เพิ่มขึ้นทุกปีทั้งโหลดฟรีและแบบเสียค่าใช้จ่าย ส่งผลให้นักออกแบบต้องหาแนวคิดและรูปแบบในการออกแบบสติ๊กเกอร์คาแร็กเตอร์ที่จะสร้างความแตกต่างและความน่าสนใจมากที่สุด เพื่อตอบสนองกับความต้องการของตลาดและสร้างทางเลือกให้กับผู้ซื้อ สอดคล้องกับเทรนด์ของผู้บริโภคที่มีความต้องการแบบ Personalize ต้องการซื้อสติ๊กเกอร์ที่บ่งบอกถึงบุคลิกหรือสะท้อนความเป็นตัวเองผ่านสติ๊กเกอร์ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการคอนเทนต์ของสติ๊กเกอร์ที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกัน ส่งผลถึงการสร้างรายได้ให้กับนักออกแบบเป็นจำนวนมาก และสามารถพัฒนาต่อ ยอดจนเป็นแบรนด์คาแร็กเตอร์ได้ต่อไปในภายหลัง ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญของการนำเสนอแนวคิดและรูปแบบในการสร้างสติ๊กเกอร์คาแร็กเตอร์เพื่อเป็นแนวทางการต่อยอดการออกแบบคาแร็กเตอร์สู่แบรนด์คาแร็กเตอร์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานได้มากขึ้นต่อไป

พิพัฒน์ นวลศรี (2548: 4) อธิบายถึงแนวคิดในการออกแบบ คือการสร้างแรงบันดาลใจหรือจินตนาการในภาพที่มาจากความคิด ที่มาจากสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติใกล้ตัวเรา มาเป็นโครงสร้างของความคิด มีทิศทางที่ไปที่ไปของการออกแบบ เช่น การออกแบบสิ่งมีชีวิตตัวหนึ่งต้องรู้ว่าจุดกำเนิดของสิ่งมีชีวิตนั้นมาจากไหน พัฒนามาจากอะไร และมีความสามารถและพฤติกรรมอะไรบ้าง

ปิยพร ศรีสุขสวัสดิ์ (2555: 10) ได้ให้ความหมายของ “การออกแบบคาแร็กเตอร์” ไว้ดังนี้ การออกแบบคาแรคเตอร์ (Character Design) หมายถึง การออกแบบหรือการสร้างตัวละครที่มี

ลักษณะเป็นตัวการ์ตูนที่มีรูปร่างหน้าตา นิสัย บุคลิกลักษณะเด่น-ด้อยแตกต่างกันไป ตามจินตนาการ หรือตามเนื้อหาเรื่องราวที่ถูกกำหนดขึ้น หรือไม่มีเนื้อหาเรื่องราวมากำหนดก็ได้และเป็นได้ ทั้งสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต โดยใช้คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือ ทั้งนี้ไม่จำกัดชนิดของโปรแกรมและเทคนิคในการสร้างงานทั้งนี้จะเห็นได้ว่า สิ่งสำคัญสำหรับแนวคิดในการออกแบบคาแร็กเตอร์คือ “บุคลิกภาพ” หรือ “บุคลิกลักษณะ” ของคาแร็กเตอร์ที่ต้องชัดเจน สร้างจุดร่วมและเชื่อมโยงร่วมกับผู้บริโภค และจะต้องเป็นคาแร็กเตอร์ที่สามารถจดจำได้ง่ายตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน ปีพ.ศ. 2554 คำว่า “บุคลิกภาพ” หรือ “บุคลิกลักษณะ” หมายถึง สภาพนิสัยจำเพาะคน ลักษณะจำเพาะตัวของแต่ละคน แนวคิดและรูปแบบการออกแบบสติกเกอร์คาแร็กเตอร์ จากแรงบันดาลใจสู่การสร้างบุคลิกภาพของแต่ละคาแร็กเตอร์นั้นควรคำนึงถึงองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1.แนวคิด (Concept) ของการออกแบบคาแร็กเตอร์นั้นๆ มีที่มาที่ไปของคาแร็กเตอร์นั้นๆ อย่างไร อาจเป็นไอเดีย แรงบันดาลใจ ที่มาจากความชอบส่วนตัว ประสบการณ์ตรงหรือจากคนรอบตัว ดังเช่น อัคริน โอภาคำ เจ้าของเพจ “ฟอร์มหมาแก่” ตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2557 มีแนวคิดในการนำเสนอเพจดังนี้“เนื้อหาที่จะกวนๆ ตลกๆหยาบคายชนิดนี้ ฟอรั่มหมาแก่ มาจากการที่เราเอาพฤติกรรมของคนที่อยู่ในโซเชียลมาล้อเลียน ประมาณว่าสิ่งเค้าโพสต์อาจจะไม่ตรงกับสิ่งที่เค้าอยากจะทำจริงๆเช่น รูปที่ถ่ายมาตัวเองดูสวยมาก แต่ใส่คำบรรยายใต้ภาพว่า โทรมมาก อ้วนจัง” สำหรับแนวคิดอื่นๆ ที่ทำให้ยอดขายดีคือ การออกแบบสติกเกอร์เฉพาะกลุ่ม นั่นคือ ชื่อเซต “แม่ค้าออนไลน์” คือมีรูปร่างในกลุ่มสติกเกอร์ เค้า

2.เนื้อเรื่อง (Content) ที่นำเสนออาจเป็นเรื่องราวที่พูดถึงกระแสในสังคมขณะนั้นหรือสะท้อนให้เห็นทั้งด้านสังคม การเมือง บันเทิง รวมถึงการแสดงความคิดเห็นส่วนตัว (Life and Relationship) เป็นเรื่องที่ทุกคนเข้าใจได้ง่าย เป็นเรื่องราวรอบๆ ตัว เช่น เรื่องความรัก เรื่องการดำเนินชีวิต เรื่องการเรียน หรือเป็นเรื่องที่สะท้อนความเป็นเด็กในวัยที่คนส่วนใหญ่มักหลงลืม (Inner Child) เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์นักออกแบบชาวไทยและชาวต่างประเทศ รวม 4 คน ในบทความเรื่อง “4 ครีเอเตอร์จาก 4 สัญชาติว่าด้วยหลักการออกแบบ “ไลน์สติกเกอร์” ที่สามารถสร้างรายได้หลักแสนบาทต่อเดือนจนมนุษย์เงินเดือนหลายคนแอบอิจฉา ซึ่งหัวใจสำคัญอยู่ตรงการถ่ายทอดเรื่องราวใน “ชีวิตประจำวัน” (VOICE.2561 : ออนไลน์) มีรายละเอียดดังนี้ฉิน ชงลีตัวแทนครีเอเตอร์จากประเทศไต้หวัน เจ้าของผลงานสติกเกอร์ “Sweethouse Happy Deer” ที่ถ่ายทอดเรื่องราวใน “ชีวิตประจำวัน” และประสบการณ์ส่วนตัวแบบเรียบง่าย แต่เต็มไปด้วยความสนุกสนานสดใส คนไต้หวันชอบสติกเกอร์เล่าเรื่อง โดยเฉพาะเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตประจำวันง่ายๆเนื่องจากพวกเขารู้สึกเหมือนกำลังได้ดูการ์ตูน ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับตัวเองเข้ากับสติกเกอร์ด้วย

3.รูปแบบของคาแร็กเตอร์ ประกอบด้วยนิสัย (Habit) หมายถึง ความเคยชิน เป็นสิ่งที่บอกถึงแนวคิด ทัศนคติ และวิถีการดำเนินชีวิตของคาแร็กเตอร์นั้นๆ อารมณ์ (Emotion) หมายถึง การแสดงออกทางอารมณ์ผ่านหน้าตาของคาแร็กเตอร์นั้นๆ ได้แก่ ความรู้สึกนึกคิด หรือจิตใจที่แปรปรวนเปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วงเวลาเช่น อารมณ์ดีอารมณ์เย็น อารมณ์โกรธ อารมณ์เศร้าเสียใจ ไม่มีอารมณ์ เป็นต้นทัศนคติ(Attitude) หมายถึง กิริยาท่าทาง ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกและพฤติกรรมที่แสดงมาอย่างสอดคล้องกัน คือรู้สึกอย่างไรก็แสดงออกมานั้นการแต่งกาย (Costume) การออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายให้กับคาแร็กเตอร์นั้นๆ เพื่อแสดงสถานะ นิสัยบุคลิกภาพ เป็นต้นท่าทาง (Action) การนำเสนอท่าทางของคาแร็กเตอร์เช่น นอน ต่อกู้ นิ่ง เป็นต้น

ณัฐนิช ตันมานะศิริ. (2558) ได้กล่าวว่าด้วยแนวคิดและรูปแบบการออกแบบสติกเกอร์คาแร็กเตอร์สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริชัย ศิริกายะ และ สมเกียรติ ศรีเพชร (2561) พบว่าความหมายของสติกเกอร์ไลน์ทั้ง 5 ชุดถูกสร้างขึ้นจากสื่อภาพที่นำเสนอสัญลักษณ์และดัชนีมาประกอบเป็นตัวคาแร็กเตอร์การ์ตูนให้แสดงอารมณ์ ความรู้สึกผ่านสีหน้าและกิริยาท่าทาง ควบคู่กับสัญลักษณ์ในรูปแบบสื่อตัวเขียนประกอบสร้างเป็นข้อความแบบไม่เป็นทางการเพื่อใช้โต้ตอบแต่ละสถานการณ์ เนื้อหาหลักของสติกเกอร์ไลน์เป็นการสานต่อและถนอมรักษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่แตกต่างไปตามระดับความสัมพันธ์ นอกจากนี้บริบททางสังคมและวัฒนธรรมยังเข้ามามีอิทธิพลต่อการประกอบสร้างสติกเกอร์ไลน์ร่วมด้วยจะเห็นได้ว่าบริบททางสังคมและวัฒนธรรมเป็นประเด็นสำคัญเช่นกัน สอดคล้องกับกลุ่มบริษัทบรรณสาร เป็นสำนักพิมพ์ที่มีบทบาทในด้านการ์ตูนไทย ตั้งแต่อดีตและปัจจุบัน เช่น ปังปอนด์ชายหัวเราะ หนูหินอินเตอร์เป็นต้นได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวคิดในการออกแบบ ที่ต้องคำนึงถึงความแตกต่างด้านวัฒนธรรม ไว้ดังนี้ “หลังจากที่ผ่านเซ็ตแรกๆ ไป เราก็ค่อยๆ เรียนรู้ว่าควรจะเน้นที่จุดไหน ปัญหาที่เจอจะเป็นเรื่องความแตกต่างด้านวัฒนธรรมที่ต้องอธิบายให้เข้าใจ อย่างสติกเกอร์เคลื่อนไหวเซ็ตที่ผ่านมา จะมีแก๊งแบบไทยๆ ที่ทีมงานจากไลน์ที่เป็นชาวต่างชาติจะไม่เข้าใจ เช่น แก๊งเมียหลวงถือสาก หรือแก๊งนักเขียนกับบก. ซึ่งเป็นแก๊งใน เราก็ต้องอธิบายให้เขาเข้าใจแบ็กราวนของคาแร็กเตอร์ของเรว่ามันมีนิสัยอย่างไร”

ผู้จัดทำได้แนวคิดของการตัดต่อทำ Sticker line คือความคิดสร้างสรรค์ในการทำ Sticker และข้อความที่คู่กับภาพทั้ง 40 ภาพจะต้องมีความแมตซ์กัน

### บทที่ 3

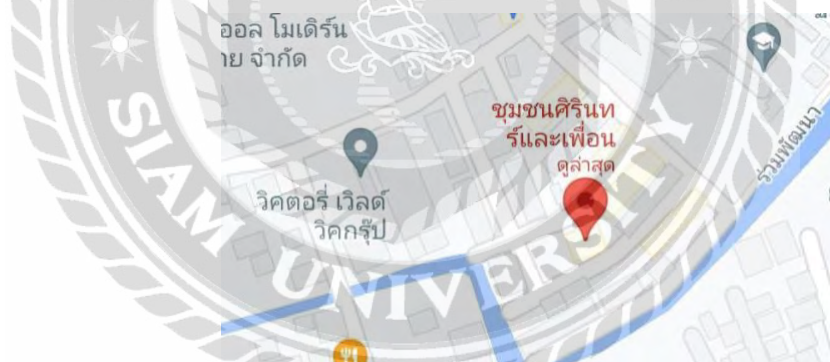
#### รายละเอียดการปฏิบัติงาน

##### 3.1. ชื่อและที่ตั้งสถานที่ของที่ประกอบการ

ชุมชนศิรินทร์และเพื่อนเป็นชุมชนตรงข้ามกับโรงเรียนบางจาก 2 42 ซอย เพชรเกษม 48  
แยก 4-7 แขวงบางด้วน เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160



ภาพที่ 3.1.ตราสัญลักษณ์ (Logo) ของหน่วยจัดการเขตภาษีเจริญ #ขับเคลื่อนงานสร้างเสริมสุขภาวะ



ภาพที่ 3.2.ตำแหน่งที่ตั้งของการทำงานสหกรณ์เคหะสถานศิรินทร์และเพื่อน

##### 3.2. ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์และการให้บริการหลักขององค์กร

ธุรกิจเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพ ทีมทำงานให้มีความรู้และมีความเข้าใจในการพัฒนา

โครงการในสหกรณ์เคหะสถานศิรินทร์และเพื่อน

### 3.3.รูปแบบการจัดองค์การและการบริหารขององค์กร

ทำงานกันเป็นรูปแบบคล้ายกับกำนันผู้ใหญ่บ้านซึ่งจะรวมตัวกันเป็นกลุ่มคนที่จะสอบถามปัญหาของชาวบ้าน และประสานงานเกี่ยวกับภาครัฐของงบประมาณมาช่วยเหลือซึ่งต้องการคนทำการผลิตสื่อ เพื่อให้ชุมชนแห่งนี้มีรายได้เพิ่มขึ้นเนื่องจากประชากรของชุมชนนั้นมีจำนวนมาก

### 3.4.ตำแหน่งงานและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ผู้ช่วยผลิตสื่อ

### 3.5.ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา



ภาพที่ 3.3.คุณสุธาวัลย์ ธรรมสังวาลย์ พนักงานที่ปรึกษา

### 3.6.ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

เริ่มปฏิบัติงาน วันที่ 7 มกราคม – 12 พฤษภาคม 2566 16 สัปดาห์

## 3.7. ขั้นตอนและวิธีดำเนินงาน

สัปดาห์ที่	รายละเอียด
1	ศึกษาและเรียนรู้ระบบการทำงานภายในสหกรณ์เคหสถานศิริรินทร์และเพื่อน
2	ผู้จัดทำได้ประชุมกับพนักงานที่ปรึกษาเรื่องงานที่จะได้รับมอบหมายเกี่ยวกับงานที่จะเผยแพร่ลง Facebook โหนด เขตภาษีเจริญ#ขับเคลื่อนงานสร้างเสริมสุขภาวะ
3	เข้าร่วมการประชุมครั้งที่ 1 วันที่ 18 มกราคม 2566 ณ ชุมชน ศรีประดู่ ในหัวข้อเรื่องการเก็บข้อมูลทั้งหมดในเขตภาษีเจริญ
4	ผู้จัดทำได้รับมอบหมายงานจากพนักงานที่ปรึกษาคือ ผลิตคลิป TikTok 6 กลุ่มอาชีพ 1 นาที
5	ผู้จัดทำ work from home เขียนสคริปต์งานการผลิตคลิป TikTok 6 กลุ่มอาชีพ 1 นาที
6	ผู้จัดทำ work from home ส่งสคริปต์งานการผลิตคลิป TikTok 6 กลุ่มอาชีพ 1 นาที ให้กับพนักงานที่ปรึกษาตรวจทาน
7	เข้าร่วมการประชุมครั้งที่ 2 วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2566 ณ ชุมชน ศรีประดู่ ในหัวข้อเรื่องปัญหาแต่ละชุมชนมีอะไรบ้างและขาดสิ่งใดในชุมชน
8	เข้าร่วมการประชุมครั้งที่ 3 วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2566 ณ ชุมชน ศรีประดู่ ในหัวข้อการประชุมได้เรียกแต่ละชุมชนในเขตภาษีเจริญ ทั้ง 51 ชุมชนมาฝึกเขียนโจทย์การเขียนงบประมาณเพื่อพัฒนาชุมชนของตนเอง
9	ผู้จัดทำแก้ไขสคริปต์งานการผลิตคลิป TikTok 6 กลุ่มอาชีพ 1 นาที ให้กับพนักงานที่ปรึกษา
10	ผู้จัดทำวางแผนงานการผลิตคลิป TikTok 6 กลุ่มอาชีพ 1 นาที
11	ผู้จัดทำได้รับมอบหมายงานจากพนักงานที่ปรึกษาคือ ผลิต Sticker Line 40 ชิ้น
12	เข้าร่วมการประชุมครั้งที่ 4 วันที่ 12 มีนาคม 2566 ณ ชุมชน ศรีประดู่ หัวข้อการประชุม คือการเตรียมการจัดเวทีการนำเสนอโครงการออมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่นและการฝึกซ้อมก่อนวันที่ 24 มีนาคม 2566 ณ มหาวิทยาลัยสยาม
13	วันที่ 24 มีนาคม 2566 นำเสนอโครงการออมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่น ผู้จัดทำได้คอยเป็นต้อนรับ
14	ผู้จัดทำได้ปฏิบัติงาน ผลิต Sticker Line 40 ชิ้น

15	เข้าร่วมการประชุมครั้งที่ 5 วันที่ 23 เมษายน 2566 ณ ชุมชน ศรีประดู่ หัวข้อกลุ่มปลูกผักสวนครัว เก็บข้อมูล
16	ผู้จัดทำ work from home ส่งงานคลิป TikTok 6 กลุ่มอาชีพ 1 นาที และ Sticker Line 40 ชิ้นให้กับพนักงานที่ปรึกษา

ตารางที่ 3.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

### 3.8.อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้



ภาพที่ 3.4.โทรศัพท์สมาร์ทโฟน vivo y12



ภาพที่ 3.5 โทรศัพท์สมาร์ทโฟน samsung A71



ภาพที่ 3.6 แอปพลิเคชันตัดต่อคลิปวิดีโอ inshot



ภาพที่ 3.7 แอปพลิเคชันตัดต่อ sticker picarts

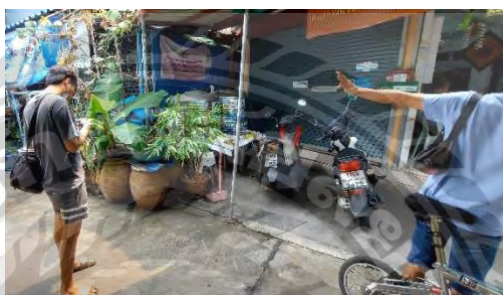


## บทที่ 4

### ผลการปฏิบัติงาน

#### 4.1.การผลิตคลิป TikTok 1 นาที

ผู้จัดทำผลิตคลิปจาก 6 กลุ่มอาชีพด้วยกันได้แก่ เครื่องดื่ม เครื่องหนัง อาหารตามสั่ง เย็บผ้า โทล ขนมไทยและสมุนไพร ผู้จัดทำต้องเตรียมตัว ตั้งแต่เตรียมการผลิต (Pre production) ถ่ายทำคลิปวิดีโอ (Production) ไปถึงการตัดต่อ ลงเสียง (Post Production) จนชิ้นงานสำเร็จพร้อมเผยแพร่ โดยแบ่งอธิบายไปในแต่ละกลุ่มอาชีพดังนี้



ภาพที่ 4.1 เดินทางไปที่ร้านเครื่องดื่มเพื่อถ่ายทำคลิป TikTok

#### กลุ่มเครื่องดื่ม

##### ขั้นตอนในการเตรียมการผลิต (Pre production)

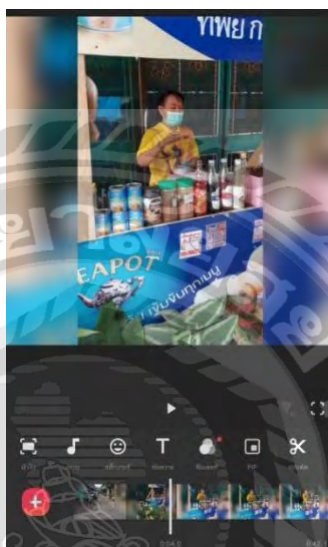
ก่อนที่ผู้จัดทำจะไปที่ชุมชนศิริรินทร์และเพื่อน ผู้จัดทำได้มีการเขียนบทเพื่อที่สามารถดำเนินงานเป็นไปตามแผนที่วางเอาไว้ได้อย่างสมบูรณ์และส่งบทให้คุณสุรวลัยตำแหน่งฝ่ายสื่อตรวจทานบทสคริปต์หลังจากบทอนุมัติในวันลงพื้นที่ผู้จัดทำได้ติดต่อกับทางร้านทิพย์กาแฟเพื่อที่จะถ่ายทำคลิป TikTok ไว้แล้ว



ภาพที่ 4.2 ผู้จัดทำถ่ายวิดีโอ footage เครื่องดื่ม

## ขั้นตอนการผลิต (Production)

ในวันถ่ายทำผู้จัดทำถ่ายคลิปบรรยากาศเก็บไว้ตั้งแต่เดินทางมาที่ร้านเครื่องดื่มผู้จัดทำได้ถ่าย Footage วิดีโอในขณะที่ป่าทองทิพย์กำลังชงโกโก้ ทางผู้จัดทำได้สั่งโกโก้และถ่าย footage ผู้จัดทำตอนดื่มโกโก้ หลังจากที่ได้ถ่าย Footage วิดีโอครบแล้ว มาทำการตัดต่อคลิป ใส่เสียงเพลง และลงเสียงในแอป Inshot ความยาวไม่เกิน 1 นาที โดยคลิปต้องเป็นแนวตั้งเท่านั้น



ภาพที่ 4.3 การตัดต่อคลิป TikTok กลุ่มเครื่องดื่มด้วยแอป inshot



ภาพที่ 4.4 เผยแพร่คลิป TikTok กลุ่มเครื่องดื่ม 1 นาที

### ขั้นตอนการตรวจงาน (Post production)

ในเมื่อเวลาจำกัดการผู้จัดทำใช้การเล่าเรื่องในคลิปให้ครบ 1 นาทีช่วยให้คนที่ดูคลิปสามารถเข้าใจได้ง่าย เมื่อตัดต่อคลิปเสร็จไม่เกิน 1 นาทีแล้วตรวจทานคลิปให้เรียบร้อยว่ามีข้อผิดพลาดตรงไหน ถ้าหากว่ามี ให้ทำการแก้ไขโดยด่วนหลังจากแก้ไขเสร็จนำคลิปให้คุณสุชาวัลย์ตรวจและช่องทางในการเผยแพร่คือช่องทางแพลตฟอร์ม TikTok เพื่อเป็นการโปรโมทเชิญชวนให้คนนอกสามารถมาดื่มโกโก้ที่ร้านทิพย์กาแฟได้

สามารถรับชมผลงานได้ที่ <https://vt.tiktok.com/ZSLR8mkkD/>

### กลุ่มเครื่องหนัง



ภาพที่ 4.5 ถ่ายภาพ Footage อาชีพเครื่องหนัง

### ขั้นตอนในการเตรียมการผลิต (Pre production)

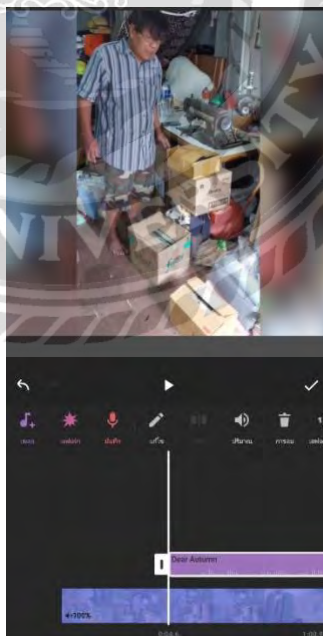
ทางผู้จัดทำได้มีการเขียนบทเพื่อที่สามารถดำเนินงานเป็นไปตามแผนที่วางเอาไว้ได้อย่างสมบูรณ์และส่งบทให้คุณสุชาวัลย์ตำแหน่งฝ่ายสื่อตรวจทานบทสคริปต์หลังจากบทอนุมัติในวันลงพื้นที่ผู้จัดทำได้ติดต่อกับทางร้านเครื่องหนังเพื่อที่จะถ่ายทำคลิป TikTok ไว้เรียบร้อยแล้ว



ภาพที่ 4.6 ถ่ายวิดีโอ Footage ตอนใช้เครื่องจักรทำกระเปาะหนัง

### ขั้นตอนการผลิต (Production)

ในวันถ่ายทำผู้จัดทำถ่ายคลิปบรรยากาศในบ้านของคุณลุงชำนาญช่างที่ทำเครื่องหนัง ผู้จัดทำได้ถ่ายวิดีโอ Footage โดยในบ้านของคุณลุงชำนาญเต็มไปด้วยกระเปาะสตางค์ที่ทำจากหนังสัตว์แท้และทำจากใบไม้ ป้ายห้อยคอ ทางผู้จัดทำได้ถ่ายบรรยากาศในระหว่างที่คุณลุงชำนาญกำลังใช้เครื่องจักรในการเย็บหนังเพื่อทำกระเปาะสตางค์จากนั้นผู้จัดทำก็นำคลิป Footage มาทำการตัดต่อคลิป ใส่เสียงเพลง และลงเสียงในแอป Inshot ความยาวไม่เกิน 1 นาที โดยคลิปต้องเป็นแนวตั้ง



ภาพที่ 4.7 ใส่เสียงเพลงในคลิปโดยใช้แอป Inshot



ภาพที่ 4.8 เผยแพร่คลิป TikTok กลุ่มเครื่องหนัง 1 นาที

### ขั้นตอนตรวจงาน (Post production)

ในเมื่อเวลาจำกัดการผู้จัดทำใช้การเล่าเรื่องในคลิปให้ครบ 1 นาทีช่วยให้คนที่ดูคลิปสามารถเข้าใจได้ง่าย เมื่อตัดต่อคลิปเสร็จแล้ว ผู้จัดทำต้องตรวจทานคลิปให้เรียบร้อยว่ามีข้อผิดพลาดตรงไหน ถ้าหากว่ามี ให้ทำการแก้ไขโดยด่วนหลังจากแก้ไขเสร็จนำคลิปให้คุณสุธาวัลย์ตรวจและช่องทางในการเผยแพร่คือช่องทางแพลตฟอร์ม TikTok เพื่อเป็นการโปรโมทเชิญชวนให้คนนอกสามารถมาซื้อเครื่องหนังกับคุณลุงชำนาญได้สามารถรับชมผลงานได้ที่ <https://vt.tiktok.com/ZSLR8s1Gn/>

## กลุ่มอาหารตามสั่ง



ภาพที่ 4.9 ถ่ายภาพ Footage กลุ่มอาหารตามสั่ง

### ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre production)

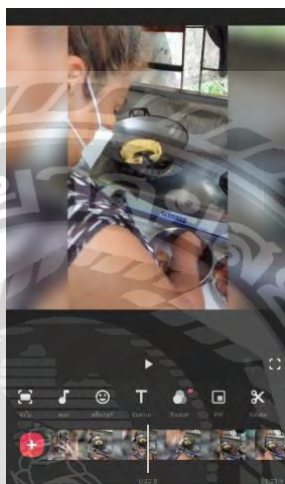
ทางผู้จัดทำได้มีการเขียนบทเพื่อที่สามารถดำเนินงานเป็นไปตามแผนที่วางเอาไว้ได้อย่างสมบูรณ์และส่งบทให้คุณสุธาวัลย์ตำแหน่งฝ่ายสื่อตรวจทานบทสคริปต์หลังจากบทอนุมัติให้ผ่านแล้วในวันลงพื้นที่ผู้จัดทำได้ติดต่อกับทางร้านอาหารตามสั่งเพื่อที่จะถ่ายทำคลิป TikTok ไว้แล้วเรียบร้อย



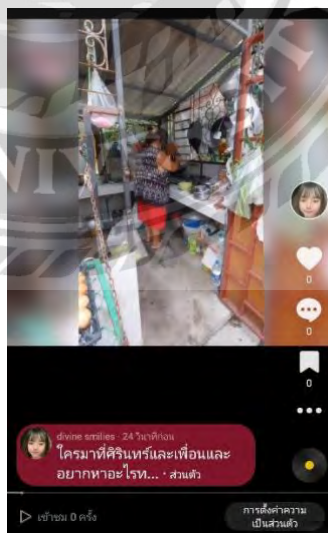
ภาพที่ 4.10 ถ่ายวิดีโอ Footage ในขณะตกแต่งจานอาหาร

## ขั้นตอนการผลิต (Production)

ทางผู้จัดทำถ่ายคลิปบรรยากาศเก็บไว้ตั้งแต่เดินทางมาที่ร้านอาหารตามสั่งโดยผู้จัดทำได้ถ่าย Footage วิดีโอในขณะที่ป้าน้อมแม่ค้าร้านอาหารตามสั่งกำลังทอดไข่ ทอดกุนเชียง ทำหมูหวาน และนำข้าวคลุกกะปิใส่กล่อง และผู้จัดทำได้ถ่ายคลิป Footage ตอนเพื่อนร่วมงานรับประทานข้าวคลุกกะปิ จากนั้นผู้จัดทำได้นำคลิป Footage มาทำการตัดต่อคลิป ใส่เสียงเพลง และลงเสียงในแอป Inshot ความยาวไม่เกิน 1 นาที โดยคลิปต้องเป็นแนวตั้ง



ภาพที่ 4.11 การตัดต่อคลิป TikTok ของกลุ่มอาหารตามสั่ง



ภาพที่ 4.12 เผยแพร่คลิป TikTok กลุ่มอาหารตามสั่ง 1 นาที

### ขั้นตอนการตรวจงาน (Post production)

ในเมื่อเวลาจำกัดการผู้จัดทำใช้การเล่าเรื่องในคลิปให้ครบ 1 นาทีช่วยให้คนที่ดูคลิปสามารถเข้าใจได้ง่าย หลังจากผู้จัดทำตัดต่อคลิปเสร็จแล้ว ผู้จัดทำต้องตรวจทานคลิปให้เรียบร้อยว่ามีข้อผิดพลาดตรงไหน ถ้ามี ให้ทำการแก้ไขโดยด่วนหลังจากแก้ไขเสร็จนำคลิปให้คุณสุธาวัลย์ตรวจทาน และช่องทางในการเผยแพร่คือช่องทางแพลตฟอร์ม TikTok เพื่อเป็นการโปรโมทเชิญชวนให้คนนอกสามารถมาทานอาหารตามสั่งที่ร้านของบ้านอ้อมได้

สามารถรับชมผลงานได้ที่ <https://vt.tiktok.com/ZSLR8A6xY/?t=1>

### กลุ่มเย็บผ้าโหล



ภาพที่ 4.13 ถ่ายภาพ Footage ของกลุ่มเย็บผ้าโหล

### ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre production)

ผู้จัดทำได้มีการเขียนบทเพื่อที่สามารถดำเนินงานเป็นไปตามแผนที่วางเอาไว้ถึงถั่วและส่งบทให้คุณสุธาวัลย์ตำแหน่งฝ่ายสื่อตรวจทานบทสคริปต์ ถ้าเกิดบทอนุมัติให้ผ่านแล้ว ในวันลงพื้นที่ผู้จัดทำได้ติดต่อกับทางกลุ่มเย็บผ้าโหลเพื่อที่จะถ่ายทำคลิป TikTok ไว้แล้วเรียบร้อย





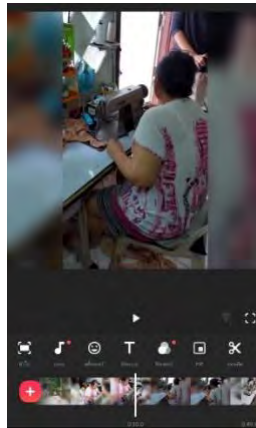
ภาพที่ 4.14 ถ่ายภาพผลงานเย็บผ้าโหล่



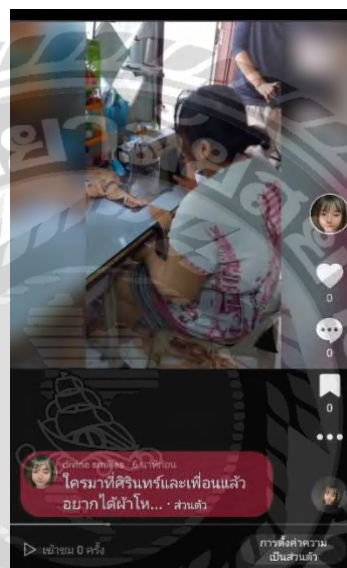
ภาพที่ 4.15 ถ่าย Footage จักรสำหรับเย็บผ้าโหล่

### ขั้นตอนการผลิต (production)

ในวันที่ถ่ายทำ ผู้จัดทำได้ถ่ายคลิป Footage ในโรงเย็บผ้าโหล่ซึ่งในโรงเย็บผ้าโหล่มีทั้ง เสื้อ กางเกง หมอน แพนชั่นต่างๆ และอุปกรณ์มากมายในการเย็บผ้า บุคคลในภาพกำลังเย็บผ้าโดยใช้ จักรเย็บผ้าด้วยฝีมือที่บุคคลในภาพชำนาญทั้งการเย็บผ้าและการร้อยด้าย ผู้จัดทำก็ได้เห็นผลงานชิ้นล่าสุดของบุคคลในภาพอย่างเสื้อเอวลอย หลังจากถ่าย Footage เสร็จผู้จัดทำได้นำคลิป Footage มาทำการตัดต่อคลิป ใส่เสียงเพลง และลงเสียงในแอป Inshot ความยาวไม่เกิน 1 นาที โดยคลิปต้องเป็นแนวตั้ง



ภาพที่ 4.16 การตัดต่อคลิป TikTok ของกลุ่มเย็บผ้าโหล



ภาพที่ 4.17 เผยแพร่คลิปวิดีโอ TikTok กลุ่มเย็บผ้าโหล 1 นาที

### ขั้นตอนการตรวจงาน (Post production)

ในเมื่อเวลาจำกัดการผู้จัดทำใช้การเล่าเรื่องในคลิปให้ครบ 1 นาทีช่วยให้คนที่ดูคลิปสามารถเข้าใจได้ง่าย ผู้จัดทำได้ตัดต่อคลิปเสร็จแล้ว ทางผู้จัดทำต้องตรวจทานคลิปให้เรียบร้อยว่ามีข้อผิดพลาดตรงไหน ถ้ามีให้ทำการแก้ไขโดยด่วนหลังจากแก้ไขเสร็จนำคลิปให้คุณสุธาวัลย์ตรวจทาน และช่องทางในการเผยแพร่คือช่องทางแพลตฟอร์ม TikTok เพื่อเป็นการโปรโมทเชิญชวนให้คนนอกสามารถมาซื้องานผ้าโหลที่ชุมชนศิริรินทร์และเพื่อนได้สามารถรับชมผลงานได้ที่

<https://vt.tiktok.com/ZSLR8mwe8/?t=1>

## กลุ่มขนมไทย



ภาพที่ 4.18 บันทึกภาพผู้คนที่กำลังซื้อขนม

### ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre production)

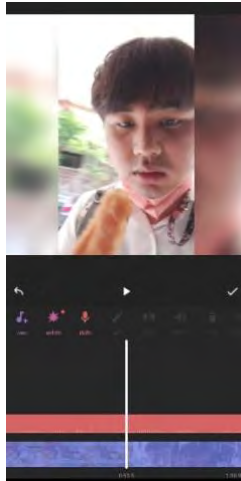
ผู้จัดทำได้มีการเขียนบทก่อนถ่ายทำเพื่อที่สามารถดำเนินงานเป็นไปตามแผนที่วางเอาไว้ได้ ถ้วนและสงบทำให้คุณสุธาวัลย์ตำแหน่งฝ่ายสื่อตรวจทานบทสคริปต์ ถ้าเกิดบทอนุมัติให้ผ่านแล้ว ในวันลงพื้นที่ผู้จัดทำได้ติดต่อกับทางกลุ่มขนมไทยเพื่อที่จะถ่ายทำคลิป TikTok ไว้แล้วเรียบร้อย



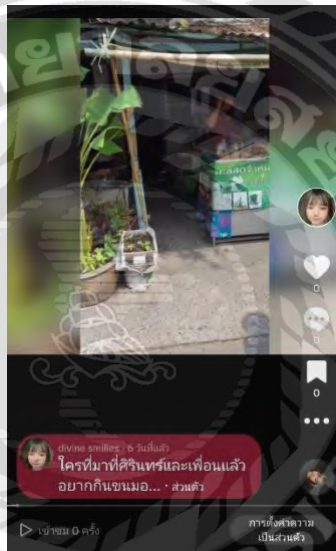
ภาพที่ 4.19 ถ่ายภาพ Footage ในร้านขนม

### ขั้นตอนการผลิต (Production)

ในระหว่างวันถ่ายทำผู้จัดทำได้ถ่ายบรรยากาศที่มีคนมาซื้อขนมที่ร้านนี้ ผู้จัดทำได้ถ่าย Footage วิดีโอในขณะที่บุคคลในภาพทำตั้งแต่ทอดกล้วย ทอดมันเทศ นึ่งข้าวต้มมัด และผู้จัดทำได้ถ่ายคลิป Footage ตอนผู้จัดทำรับประทานมันเทศทอด หลังจากถ่ายคลิปวิดีโอจากนั้นผู้จัดทำได้นำคลิป Footage มาทำการตัดต่อคลิป ใส่เสียงเพลง และลงเสียงในแอป Inshot ความยาวไม่เกิน 1 นาที โดยคลิปต้องเป็นแนวตั้ง



ภาพที่ 4.20 การลงเสียงในคลิป TikTok 1 นาที



ภาพที่ 4.21 เผยแพร่คลิปวิดีโอ TikTok กลุ่มขนมไทย 1 นาที

### ขั้นตอนตรรกงาน (Post production)

หลังจากที่ผู้จัดทำได้ตัดต่อคลิปเสร็จแล้วทางผู้จัดทำต้องตรวจทานคลิปให้เรียบร้อยว่ามีข้อผิดพลาดตรงไหน ถ้ามี ให้ทำการแก้ไขโดยด่วนหลังจากแก้ไขเสร็จนำคลิปให้คุณสุชาวัลย์ตรวจทาน และช่องทางในการเผยแพร่คือช่องทางแพลตฟอร์ม TikTok เพื่อเป็นการโปรโมทเชิญชวนให้คนนอกสามารถมาทานขนมที่ร้านกล้วยแขกได้สามารถรับชมผลงานได้ที่

<https://vt.tiktok.com/ZSLR8HK1D/?t=1>

## กลุ่มสมุนไพร



ภาพที่ 4.22 ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพร

### ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre production)

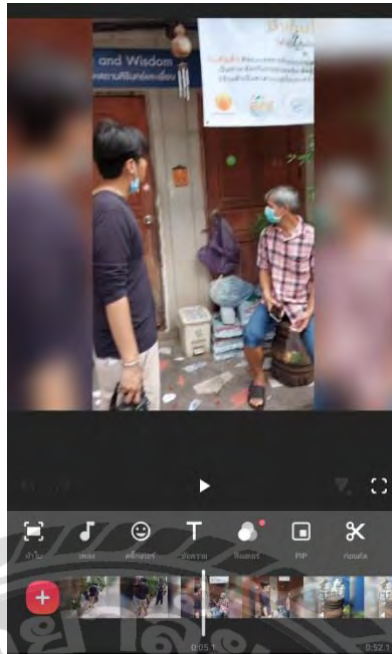
ผู้จัดทำได้มีการเขียนบทก่อนถ่ายทำเพื่อที่สามารถดำเนินงานเป็นไปตามแผนที่วางเอาไว้ถึงถั่ววนและส่งบทให้คุณสุธาวัลย์ตรวจทานบทสคริปต์ ถ้าเกิดบทอนุมัติให้ผ่านแล้ว ในวันลงพื้นที่ผู้จัดทำได้ติดต่อกับทาง Wise and Wisdom เพื่อที่จะถ่ายทำคลิป TikTok ไว้แล้วเรียบร้อย



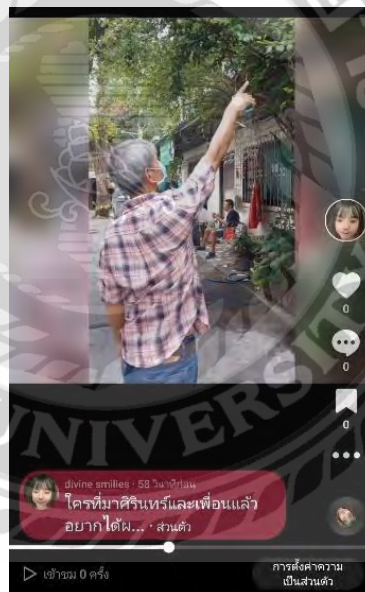
ภาพที่ 4.23 ถ่ายภาพ และ Footage ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

### ขั้นตอนการผลิต (Production)

ในวันที่ถ่ายทำคลิป ผู้จัดทำได้ถ่าย Footage บรรยากาศหน้าบ้านของคุณนันต์พ่อค้าสมุนไพรที่กำลังแนะนำผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพรโดยมี น้ำมันนวดสมุนไพร น้ำยาล้างห้องน้ำ และครีมนวดผม ผู้จัดทำก็ได้ลองใช้น้ำมันนวดสมุนไพรซึ่งน้ำมันนวดสมุนไพรอันนี้ใช้ดีมาก ๆ หลังจากถ่ายคลิปวิดีโอจากนั้นผู้จัดทำได้นำคลิป Footage มาทำการตัดต่อคลิป ใส่เสียงเพลง และลงเสียงในแอป Inshot ความยาวไม่เกิน 1 นาที โดยคลิปต้องเป็นแนวตั้ง



ภาพที่ 4.24 การตัดต่อคลิป TikTok กลุ่มสมุนไพรมะนาว



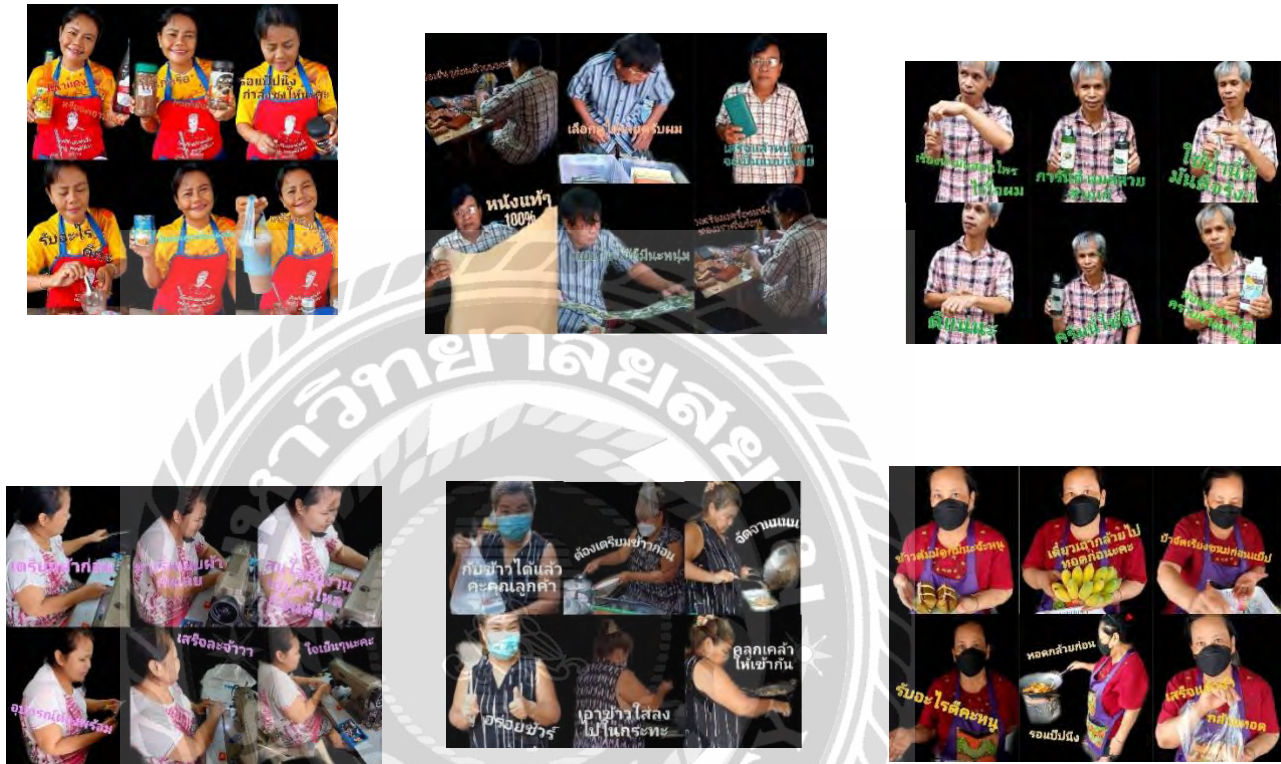
ภาพที่ 4.25 เผยแพร่คลิปวิดีโอ TikTok กลุ่มสมุนไพรมะนาว 1 นาที

### ขั้นตอนตรวจงาน (Post production)

ในเมื่อเวลาจำกัดการผู้จัดทำใช้การเล่าเรื่องในคลิปให้ครบ 1 นาทีช่วยให้คนที่ดูคลิปสามารถเข้าใจได้ง่าย หลังจากผู้จัดทำได้ตัดต่อคลิปเสร็จแล้ว ทางผู้จัดทำต้องตรวจทานคลิปให้เรียบร้อยว่ามีข้อผิดพลาดตรงไหน ถ้ามีให้ทำการแก้ไขโดยด่วนหลังจากแก้ไขเสร็จนำคลิปให้คุณสุธาวัลย์ตรวจทานและช่องทางในการเผยแพร่คือช่องทางแพลตฟอร์ม TikTok เพื่อเป็นการโปรโมทเชิญ

ชวนให้คนนอกสามารถมาซื้อผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรของคุณอนันต์ได้สามารถรับชมผลงานได้ที่  
<https://vt.tiktok.com/ZSLR85YaU/?t=1>

#### 4.2.การผลิตสติกเกอร์ไลน์จำนวน 1 ชุด (40 ภาพ)



ภาพที่ 4.26 ภาพกลุ่มอาชีพ

ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre production) ผู้จัดทำได้ขออนุญาตบุคคลทั้ง 6 กลุ่มถ่ายรูปอาชีพ  
 ละ 6 รูปและมี 4 รูปที่เป็นคำทักทายทั่วไปที่ผู้จัดทำคิดทำทางโดยตัวเอง



ภาพที่ 4.27 ถ่ายภาพทำทางก่อนตัดต่อ

### ขั้นตอนการผลิต (Production)

หลังจากที่ถ่ายรูปบุคคลทั้ง 6 กลุ่มอาชีพมาแล้ว ผู้จัดทำได้ใช้แอป picarts ในการลบ background ซ้ำหลังออก จากนั้นใช้คำสั่ง text เพื่อใส่ข้อความให้เข้ากับรูปที่ถ่ายมาแต่ละกลุ่มอาชีพ และการเลือกรูปผู้จัดทำมีเกณฑ์ในการเลือกภาพเพื่อให้สอดคล้องกับบริบท เช่น ถืออุปกรณ์ของบุคคลแต่ละอาชีพเพื่อสื่อถึงอาชีพที่ปฏิบัติ และข้อความที่คิดจะต้องคู่กับรูปที่ถ่ายมาด้วย



ภาพที่ 4.28 การลบ background และใส่ text ตัวหนังสือข้อความด้วยแอป picarts



กลุ่มอาชีพเครื่องดื่ม



ภาพที่ 4.29 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ มีน้ำแดงจะกินน้ำส้ม



ภาพที่ 4.30 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ โกโก้หรือกาแฟดีคะ



ภาพที่ 4.31 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ รอแป็บนึงกำลังชงให้呢คะ



ภาพที่ 4.32 สติ๊กเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ รับอะไรดีคะ



ภาพที่ 4.33 สติ๊กเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ นี่แหละสูตรลับของฉัน



ภาพที่ 4.34 สติ๊กเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ เสร็จแล้วจ้าา

## กลุ่มอาชีพเครื่องหนัง



ภาพที่ 4.35 สต็อกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ เลือกดูได้เลยครับผม





ภาพที่ 4.36 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ หนังแท้ 100%



ภาพที่ 4.37 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ แบบใบไม้ก็มีนะหนุ่ม



ภาพที่ 4.38 สติ๊กเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ เตรียมเครื่องหนังของเราด้วยกันก่อน



ภาพที่ 4.39 สติ๊กเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ใจเย็นๆก่อนตัดบบบ



ภาพที่ 4.40 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ เสร็จแล้วหน้าตา ก็จะเป็นแบบนี้เลย

กลุ่มอาชีพอาหารตามสั่ง



ภาพที่ 4.41 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ต้องเตรียมข้าวก่อน



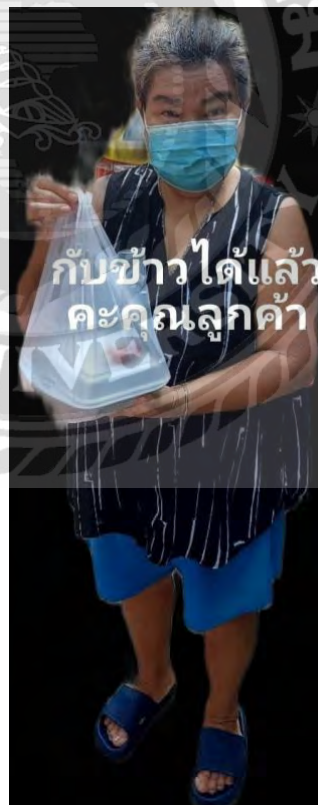
ภาพที่ 4.42 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ เอาข้าวใส่ลงไปในกระทะ



ภาพที่ 4.43 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ คลุกเคล้าให้เข้ากัน



ภาพที่ 4.44 สติ๊กเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ จัดจานนมน



ภาพที่ 4.45 สติ๊กเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ กับข้าวได้แล้วคะคุณลูกค้า





ภาพที่ 4.46 สติ๊กเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ อรรอยข้าว

กลุ่มอาชีพเย็บผ้าโหล



ภาพที่ 4.47 สติ๊กเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ สนใจรับงานเย็บผ้าโหลที่จีนดีคะ



ภาพที่ 4.48 สติ๊กเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ มาเริ่มเย็บผ้ากันเลย



ภาพที่ 4.49 สติ๊กเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ เตรียมผ้าก่อน



ภาพที่ 4.50 สติ๊กเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ อุปกรณ์ต้องพร้อม



ภาพที่ 4.51 สติ๊กเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ใจเย็นๆนะคะ



ภาพที่ 4.52 สติ๊กเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ เสร็จละจ้้าา

กลุ่มอาชีพขนมไทย



ภาพที่ 4.53 สติ๊กเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ รับอะไรดีคะหนู



ภาพที่ 4.54 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ป้าจัดเรียงขนมก่อนแม่ป



ภาพที่ 4.55 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ เดี่ยวเอากล้วยไปทอดก่อนนะคะ



ภาพที่ 4.56 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ข้าวต้มมัดก็มีนะจ๊ะหนู



ภาพที่ 4.57 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ทอดกล้วยก่อน รอแป๊บนึง



ภาพที่ 4.58 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ เสร็จแล้วจ้า กล้วยทอด

กลุ่มสมุนไพรม



ภาพที่ 4.59 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ เรื่องสมุนไพรมไว้ใจผม

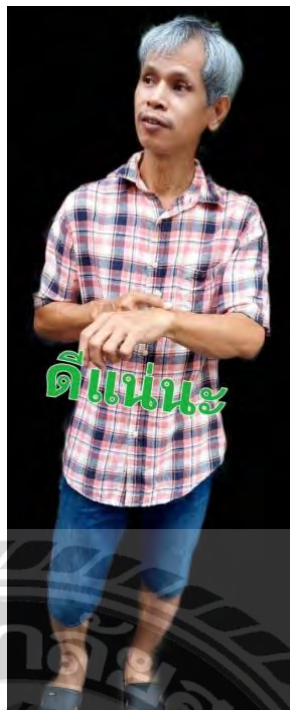


ภาพที่ 4.60 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ การันตีผมสลวยสวยแก่

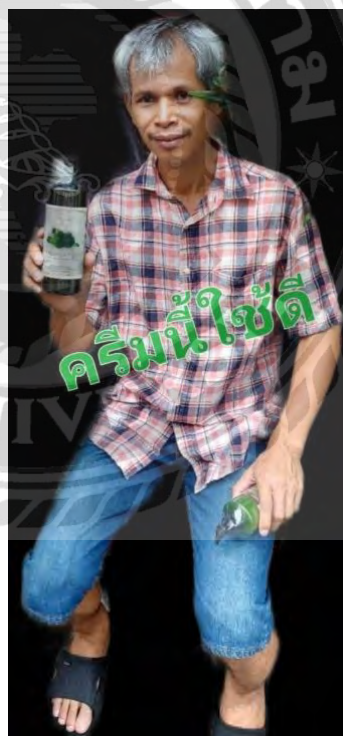


ภาพที่ 4.61 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ใช้น้ำนี้ที่มันดีจริงๆ





ภาพที่ 4.62 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ดีแน่นอน



ภาพที่ 4.63 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ครีมนี้ใช้ได้



ภาพที่ 4.64 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ห้องน้ำสะอาด ครอบคลุมความเสี่ยง

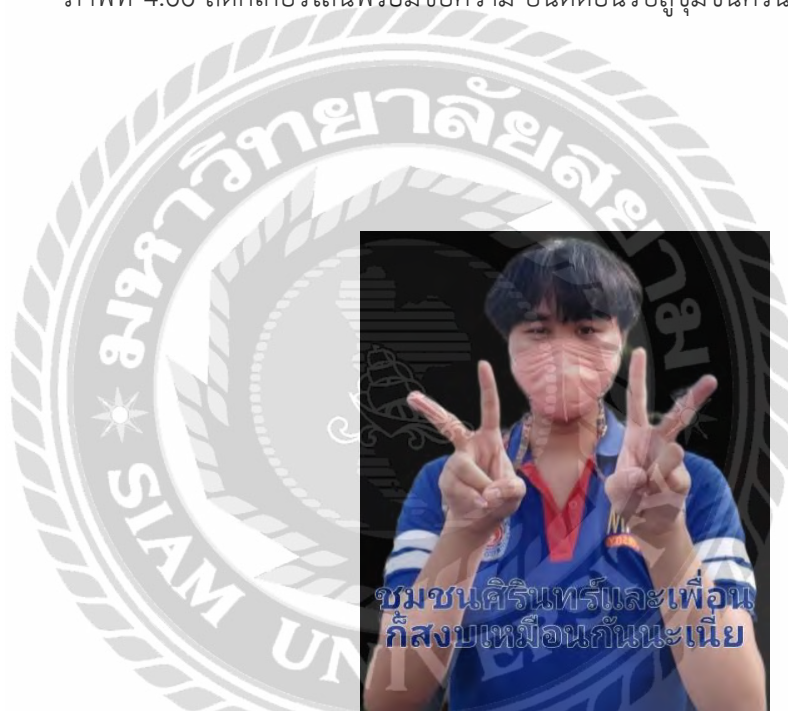
คำทักทายทั่วไป



ภาพที่ 4.65 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ สวัสดีครับ



ภาพที่ 4.66 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ยินดีต้อนรับสู่ชมชนศิรินทร์และเพื่อน



ภาพที่ 4.67 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ชมชนศิรินทร์และเพื่อนก็สงบเหมือนกันนะเนี่ย



ภาพที่ 4.68 สติกเกอร์ไลน์พร้อมข้อความ ไว้เจอกันใหม่ นะครับ บ้ายบาย

### ขั้นตอนตรวจงาน (Post production)

หลังจากที่ผู้จัดทำตัดต่อทำสติกเกอร์ทั้ง 40 ชิ้นเสร็จเรียบร้อยแล้ว ให้ทำการนำภาพสติกเกอร์ทั้ง 40 อัน แอปพลิเคชัน Line ตรวจสอบ Sticker เพื่อที่สามารถจำหน่ายทางแอปพลิเคชัน Line ได้



ภาพที่ 4.69 การส่งภาพสติกเกอร์ทั้ง 40 ชิ้นให้ทาง Line ตรวจสอบ



ภาพที่ 4.70 การส่งภาพสติ๊กเกอร์ทั้ง 40 ชิ้นให้ทาง Line ตรวจสอบ

#### 4.3.สรุปผลการดำเนินงานหน้าที่ผู้ช่วยฝ่ายผลิตสื่อ

หน้าที่ของผู้ช่วยฝ่ายผลิตสื่อเมื่อได้รับงานที่มอบหมายในแต่ละชิ้น ปฏิบัติให้ดีที่สุดและ  
 ผู้จัดทำได้มีองค์ความรู้พื้นฐานของแอปพลิเคชัน Inshot และ picarts ที่อยู่ในโทรศัพท์มือถือ ผู้จัดทำ  
 ได้ใช้องค์ความรู้ในการวางแผนเป็นระเบียบและบริหารเวลาได้ดีต่อชิ้นงานและยังได้ความรู้จาก  
 พนักงานที่ปรึกษาด้วยในการทำงานด้วยโทรศัพท์มือถือและปรึกษางานที่ได้รับมอบหมาย

## สรุปผลและข้อเสนอแนะ

### 5.1.สรุปผลการสทกิจ

จากที่ผู้จัดทำได้ปฏิบัติสทกิจศึกษาสหกรณ์เคหสถานศิริรินทร์และเพื่อนในบทบาทผู้ช่วยฝ่ายผลิตสื่อจึงได้ทราบหลักกระบวนการและแนวคิดของผู้ช่วยฝ่ายผลิตสื่อและได้ทราบถึงทฤษฎีแนวคิดที่ได้ใช้ในการผลิตสื่อออนไลน์ โฆษณา รวมถึงวิสัยทัศน์ในการทำงานร่วมกับผู้อื่น ฝึกตนเองให้มีความรับผิดชอบ ส่งผลให้มีการทำงานเป็นทีมที่ดีจากการปฏิบัติสทกิจศึกษา มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ดังนี้

ได้ทราบถึงกระบวนการผลิต (Producer) สื่อออนไลน์ต่างๆของสหกรณ์เคหสถานศิริรินทร์และเพื่อนและผู้จัดทำได้รับมอบหมายตำแหน่ง ผู้ช่วยฝ่ายผลิตสื่อเพื่อให้โปรโมทเพจเฟซบุ๊ก Node เขตภาษีเจริญและการพัฒนาและขยายช่องทางการตลาดออนไลน์ “ชุมชนคนทำมาหากินศิริรินทร์และเพื่อน

### 5.2 ข้อเสนอแนะและการปฏิบัติงานสทกิจศึกษา

ข้อดีหรือประโยชน์ที่ได้รับ

จากที่ผู้จัดทำได้ปฏิบัติสทกิจศึกษาในหน้าที่ ผู้ช่วยฝ่ายผลิตสื่อ ทำให้ผู้จัดทำได้เรียนรู้กระบวนการการทำงานกับพนักงานที่ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานจริง การปฏิบัติตัวเองเมื่อต้องปฏิบัติงานที่พนักงานมอบหมายการดำเนินงานอย่างเป็นระบบระเบียบร่วมงานกับพนักงานในทีมได้ทำงานในภาคสนามจริง ได้รับประสบการณ์การออกกองได้เรียนรู้เทคนิคใหม่ๆที่ไม่เคยเห็น ฝึกฝนตนเองให้มีความละเอียด รอบคอบ กระตือรือร้นและได้แลกเปลี่ยนแนวความคิดกับพนักงานที่ชุมชนทำให้ผู้จัดทำได้รับความรู้มากมายจากพนักงานที่ชุมชน

ข้อจำกัดหรือปัญหาที่พบ

การปฏิบัติสทกิจศึกษาปัญหาที่พบคือ การถ่ายทำ เนื่องจากอุปกรณ์ในการถ่ายทำวิดีโอของผู้จัดทำมีปัญหาโดยปัญหาที่เกิดขึ้นคือ โทรศัพท์ของผู้จัดทำแบตเตอรี่หมดในระหว่างการถ่ายทำแต่ก็สามารถดำเนินผ่านไปด้วยดีเนื่องจากผู้จัดทำมีโทรศัพท์เครื่องสำรองติดตัวอีก 1 เครื่อง ทำให้สามารถแก้สถานการณ์เฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี

### ข้อเสนอแนะ

การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานสหกิจครั้งนี้ได้ปฏิบัติงานร่วมกับพนักงานมืออาชีพครั้งแรก ทำให้เกิดความตื่นเต้น วิทกกังวล เครียดและกลัวว่าจะปฏิบัติงานได้ไม่ดี เป็นต้นเหตุให้การดำเนินงานล่าช้าแต่เมื่อถึงการปฏิบัติงานจริงผู้จัดทำก็ได้ลงมือทำอย่างเต็มที่อยู่ยงสุดความสามารถ ตั้งสติคิดให้ดี ถี่ถ้วน วางแผนก่อนทำงานทุกชิ้นและช่วยงานในทุกๆอย่าง เพื่อเป็นการเรียนรู้งานไปในตัว และได้รับคำปรึกษาจากพนักงานที่ปรึกษาเป็นอย่างดีทำให้ผู้จัดทำได้รับประโยชน์และองค์ความรู้มากมายเพื่อพัฒนาตนเองและประกอบอาชีพ



## บรรณานุกรม

- จุฑามาศ จิวะสังข์. (2556). *แนวคิดเกี่ยวกับการตัดต่อ*. เข้าถึงได้จาก [http://5603105.blogspot.com/p/blog-page\\_93.html?m=1](http://5603105.blogspot.com/p/blog-page_93.html?m=1)
- ฐิติ ปฐมชัยคุปต์ และ เกตุวดี สมบูรณ์ทวี. (2559) *อิทธิพลของรูปแบบสติกเกอร์บนไลน์แอปพลิเคชันที่ส่งผลกระทบต่อการจัดจำตราสินค้าของกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดนครปฐม*. วันที่สืบค้น 24 มกราคม 2560, จาก [http://www.info.ms.su.ac.th/Sums01/PDF01/1003\\_20160811\\_p\\_148\\_1.pdf](http://www.info.ms.su.ac.th/Sums01/PDF01/1003_20160811_p_148_1.pdf)
- ณัฐฐนิช ตัณมานะศิริ. (2558). *LINE Sticker ธุรกิจสื่ออารมณ์สร้างรายได้*. วันที่สืบค้น 5 มีนาคม 2559, จาก <http://www.tcdc.or.th/creativethailand/Article/CreativeEntrepreneur/22114>
- ปิยพร ศรีสุขสวัสดิ์. (2555). *กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของผู้สร้างสรรค์ผลงานศิลปะแบบดิจิทัลของไทย กรณีศึกษาการออกแบบคาแร็กเตอร์*. (ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต). เข้าถึงได้จาก กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิพัฒน์ นวลศรี. (2548). *โครงการศึกษาการออกแบบตัวละครกับการแสดงอารมณ์ทางใบหน้าสำหรับใช้กับหุ่นกลไกบังคับ*. (ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). เข้าถึงได้จาก [http://www.thapra.lib.su.ac.th/thesis/showthesis\\_th.asp?id=0000002234](http://www.thapra.lib.su.ac.th/thesis/showthesis_th.asp?id=0000002234)
- สุชานันท์ อารีราษฎร์. (2561). *การศึกษอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชัน ดิจิทัล*. เข้าถึงได้จาก <https://doi.nrct.go.th>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2561). *ข่าวประชาสัมพันธ์: ETDA เปิดพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตปี 61 คนไทยใช้เน็ตเพิ่ม 10 ชั่วโมง 5 นาทีต่อวัน*. วันที่สืบค้น 30 กันยายน 2561 จาก <https://www.etcha.or.th/content/etcha-reveals-thailand-internet-user-profile-2018>
- Brandage online. (2562). *ตามดู LINE Thailand กับขาขึ้นของตลาด Sticker*. วันที่สืบค้น 5 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <http://www.Brandage.com/article/10284/LINE-Stickers-2019>
- Dark horse. (2562). *เจาะพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตและตัวเลขคาดการณ์ประจำปี 2019*. วันที่สืบค้น 18 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <https://Thumbsup.in.th/2019/02/internet-user-2019/>



- iT24Hrs - ไอที24 ชั่วโมง by ปานระพี. (2561). 10 สติกเกอร์ไลน์ จากแบรนด์ธุรกิจที่มียอดผู้ใช้มากที่สุดพร้อมเผยปัจจัยสร้างแบรนด์. วันที่สืบค้น 30 กันยายน 2561, จาก <https://www.it24hrs.com/2018/top-10-line-stickers-branding/>
- LINE Sticker ไทย เติบโตเป็นอันดับ 1 ด้วยยอดดาวน์โหลดเพิ่มขึ้นถึง 52%. (2561). วันที่สืบค้น 30 กันยายน 2561, จาก <https://www.adslthailand.com>
- Russell, Jon. (2013). *Stickers: From Japanese craze To global mobile messaging Phenomenon*. Retrieved August 20, 2018 from, <https://thenextweb.com/asia/2013/07/12/stickers/>
- TikTok Thailand. (2563). *TikTok เดินหน้ายกระดับจากแพลตฟอร์มความบันเทิงสู่ศูนย์กลางความคิดสร้างสรรค์ และแรงบันดาลใจ*. เข้าถึงได้จาก <https://newsroom.tiktok.com/th-th/tiktok-wraps-up-its-2020-success-continuing-to-penetrate-the-thaimarket-with-3-key-strategies>
- Yiran Su. (2020). *Fan engagement in fifteen seconds: Athletes' relationship Marketing during a pandemic via TikTok*. Retrieved from <https://research-repository.griffith.edu.au/handle/10072/400290>
- Zhou, Qiyang. (2019). *Understanding user behaviors of creative practice on short video Sharing platforms-A case study of TikTok and Bilibili*. Retrieved from <https://rave.ohiolink.edu>



# ภาคผนวก



ผู้จัดทำกำลังถ่ายภาพเบื้องหลังที่กลุ่มสมุนไพร



ผู้จัดทำกำลังประชุมก่อนไปปฏิบัติงานที่ชุมชนศิริรินทร์และเพื่อน



ผู้จัดทำประชุมงานที่ชุมชนศิริรินทร์และเพื่อน



ผู้จัดทำได้ถ่ายภาพเบื้องหลังที่กลุ่มเครื่องหนัง



ผู้จัดทำถ่ายภาพและคลิปวิดีโอที่กลุ่มขนมไทย



ผู้จัดทำถ่ายภาพตอนบุคคลในภาพเย็บผ้าโหล



เพชรเกษม 48 แยก 4-7 บางด้วน

เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160

หนังสือฉบับนี้ให้ไว้เพื่อรับรองว่า นาย ภาคิน วงศ์วีรภัทร ได้ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในตำแหน่ง ผู้ช่วยฝ่ายผลิตสื่อ สหกรณ์เคหสถานชุมชนศิรินทร์และเพื่อน ระหว่างวันที่ 7 มกราคม 2566 – 27 พฤษภาคม 2566 โดยระยะเวลา 16 สัปดาห์และผู้ดำเนินงานในหัวข้อ 1-12 ดังนี้

- 1.งานคลิป TikTok ความยาวไม่เกิน 1 นาที กลุ่มอาชีพเครื่องตี๋ม
- 2.งานคลิป TikTok ความยาวไม่เกิน 1 นาที กลุ่มอาชีพเครื่องหนัง
- 3.งานคลิป TikTok ความยาวไม่เกิน 1 นาที กลุ่มอาชีพอาหารตามสั่ง
- 4.งานคลิป TikTok ความยาวไม่เกิน 1 นาที กลุ่มอาชีพเย็บผ้าโหล
- 5.งานคลิป TikTok ความยาวไม่เกิน 1 นาที กลุ่มอาชีพขนมไทย
- 6.งานคลิป TikTok ความยาวไม่เกิน 1 นาที กลุ่มอาชีพสมุนไพร
- 7.งานสติกเกอร์ไลน์ กลุ่มอาชีพเครื่องตี๋ม 6 ชิ้น
- 8.งานสติกเกอร์ไลน์ กลุ่มอาชีพเครื่องหนัง 6 ชิ้น
- 9.งานสติกเกอร์ไลน์ กลุ่มอาชีพอาหารตามสั่ง 6 ชิ้น
- 10.งานสติกเกอร์ไลน์ กลุ่มอาชีพเย็บผ้าโหล 6 ชิ้น
- 11.งานสติกเกอร์ไลน์ กลุ่มอาชีพขนมไทย 6 ชิ้น
- 12.งานสติกเกอร์ไลน์ กลุ่มอาชีพสมุนไพร 6 ชิ้น

ขอรับรองว่าเป็นความจริง

.....  
ตำแหน่งพนักงานที่ปรึกษา  
(สุชาวัลย์ ธรรมสังวาลย์)

## ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ นาย ภาคิน วงศ์วีรภัทร

รหัสนักศึกษา 6104600075

เบอร์ติดต่อ 064-9366028

Email pakinwongwirapat@gmail.com

ที่อยู่ปัจจุบัน 25/332 ซ.แสมดำ 17 แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน

ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษา โรงเรียนราชวินิตบางแคปานขำ

สำเร็จการศึกษามัธยมปลาย โรงเรียนสารสาสน์วิเทศบางบอน

ปัจจุบัน กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีคณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยสยาม

ความสนใจทางด้านวิชาการ การตัดต่อรูปภาพและคลิปวิดีโอเพื่อความบันเทิง

ประสบการณ์ด้านสหกิจศึกษาสถานประกอบการ ตำแหน่งผู้ช่วยฝ่ายผลิตสื่อ ที่ทำงาน

สหกรณ์เคหสถานศิริรินทร์และเพื่อน

ทักษะและความสามารถพิเศษอื่น ๆ สามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์เช่น

Adobe illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Premiere Pro, Adobe After

Effect,line Camera,Picsart,Inshot,Canvas