



## รายงานการปฏิบัติ

โครงการการผลิตสื่อออนไลน์ให้กับ มุลนิดิ ธนาकार เพิ่มบุญ  
Online Media Production for Moolanidhi Thanakarn Permboon



โดย  
นายพริษฐ์ เผือกพิพัฒน์ 5902200006

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิชาสหกิจศึกษา  
ภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์  
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัย  
ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2563

หัวข้อโครงการงาน โครงการการผลิตสื่อออนไลน์ ให้กับ มูลณีธิ ธนาкар เพิ่มบุญ  
Online Media Production for Moolanidhi Thanakarn Permboon

รายชื่อผู้จัดทำ นายพริษฐ์ เผือกพิพัฒน์ 5902200006

ภาควิชา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. วิเชษฐ์ แสงดวงดี

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชาสหกิจศึกษา ประจำ ภาคเรียนที่  
1 ปีการศึกษา 2563

คณะกรรมการการสอบโครงการงาน



..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
(ดร. วิเชษฐ์ แสงดวงดี)



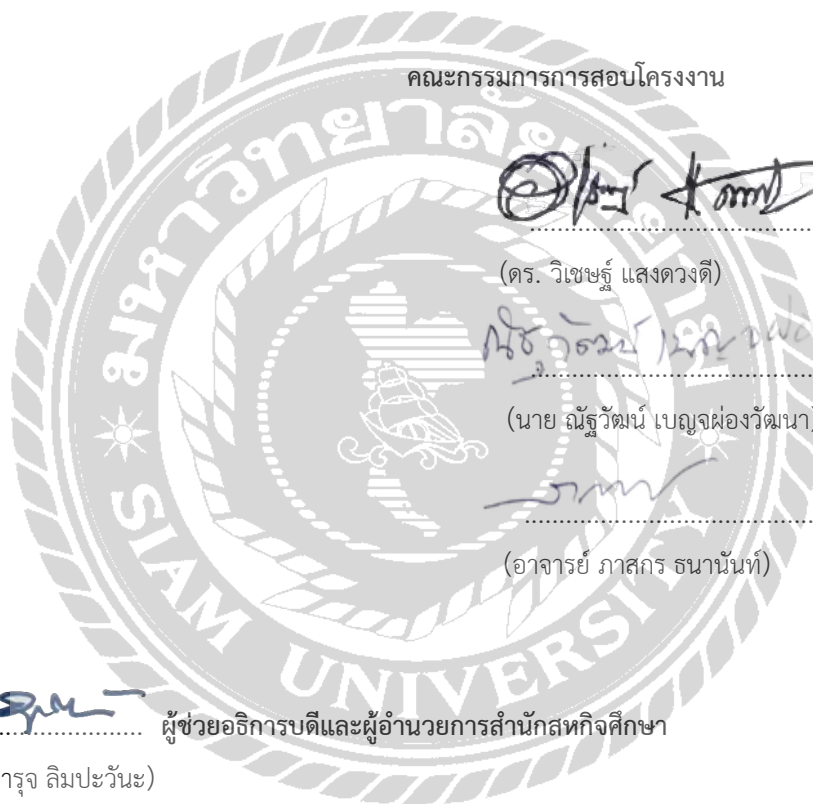
..... พนักงานที่ปรึกษา  
(นาย ณิชววัฒน์ เบญจผ่องวัฒนา)



..... กรรมการกลาง  
(อาจารย์ ภาสกร ธนันทน์)



..... ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา  
(ผศ.ดร.มารุจ ลิ้มปะวันะ)



- ชื่อโครงการ : โครงการการผลิตสื่อออนไลน์ ให้กับ มูลนิธิ ธนาคาร เพิ่มบุญ
- ชื่อนักศึกษา : นายพริษฐ์ เผือกพิพัฒน์
- อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร. วิเชษฐ์ แสงดวงดี
- ระดับการศึกษา : วิทยาศาสตรบัณฑิต
- ภาควิชา : แอนิเมชัน และสื่อสร้างสรรค์
- คณะ : เทคโนโลยีสารสนเทศ
- ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา : 1 /2563

#### บทคัดย่อ

มูลนิธิธนาคารเพิ่มบุญ เป็นองค์กรการกุศลองค์กรหนึ่งซึ่งมีแนวนโยบายเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยต่างๆ ได้แก่ อัคคีภัย วาตภัย อุทกภัย ทุพภิกขภัย ทั่วประเทศไทย บำเพ็ญกิจกรรมด้านสังคมสงเคราะห์ และสาธารณประโยชน์ และยังเป็นสถานที่ประดิษฐานพระพุทธรูป และรูปบูชาเทพเจ้าศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งรวมถึงศาลเจ้าพ่อเสือใหญ่ที่สุดในโลกของพี่น้องชาวจีนอีกด้วย มูลนิธิรับบริจาคเงินและสิ่งของจากผู้มีจิตศรัทธา เพื่อนำไปช่วยเหลือให้กับผู้ที่ยากไร้ หรือประสบภัย นอกจากนี้ทางมูลนิธิยังทำรายการทำนายดวงชะตา แนะนำฮวงจุ้ย บนช่องทาง YouTube เพื่อเป็นการช่วยเหลือพี่น้องประชาชนในอีกช่องทางหนึ่ง

ในการออกแบบวิดีโอ นั้น ทางผู้จัดทำได้ใช้โปรแกรม KineMaster ช่วยในการทำงานให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุดในการสร้างชิ้นงาน ตามที่ได้รับมอบหมายจากพนักงานที่ปรึกษา สหกิจศึกษา ที่คอยให้คำแนะนำด้านเทคนิคต่างๆ

คำสำคัญ : Youtube/ประชาสัมพันธ์

**Project Title** : Online Media Production for Moolanidhi Thanakarn Permboon

**By** : Pharist Phueakpipatana

**Advisor** : Dr. Vichet Saengduangdee

**Degree** : Bachelor of Science

**Major** : Animation and Creative Media

**Faculty** : Information Technology

**Semester / Academic year** : 1 /2020

### Abstract

Moolanidhi Thanakarn Permboon in Thai is a Chinese charity foundation supporting poor people or victims of disaster, such as flood or fire all over the nation. Also, the foundation provides community service and social work. The location of the foundation is at the shrine, Chinese Buddha Image and Chinese Gods, especially the world biggest Tiger God. Furthermore, the foundation produces a program on their YouTube channels showing fortune telling, Chinese physiognomy and Feng Shui. For Financial, the foundation receives and accepts donations from people who help subsidize.

To design video, the producer has used program KineMaster to work in the most efficient job creation. The program used is KineMaster program together with job creation as assigned by cooperative education consultants who provide technical advice in various fields.

**Keywords:** YouTube, Public Relation



กิตติกรรมประกาศ  
(Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ มูลนิธิธนาคารเพิ่มบุญ ตั้งแต่วันที่ 17 สิงหาคม 2563 ถึง 4 ธันวาคม 2563 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆที่มีค่ามากมายสำหรับรายงานสหกิจศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่ายทุกฝ่ายที่ได้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณ พ่อแม่ อาจารย์ ชินแส ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดให้การดูแลความเข้าใจกับ ชีวิตของการทำงานจริงซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย



ผู้จัดทำ

นาย พิรัชต์ เผือกพิพัฒน์  
5 มกราคม 2563

## สารบัญ

เรื่อง	หน้า
จดหมายนำส่งรายการ	ก
บทคัดย่อ	ข
Abstract	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	1
ขอบเขต	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 ทบทวนเอกสารและวรรณที่เกี่ยวข้อง	3
แนวคิดเกี่ยวกับความหมายของ การผลิตวิดีโอรูปแบบทาง YOUTUBE	3
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารติดต่อแลกเปลี่ยนกันระหว่างคนในสังคม	6
แนวคิดเกี่ยวกับโปรแกรม Kinemaster	9
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	29
ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ	29
ลักษณะการประกอบการ ผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร	29
รูปแบบการจัดองค์การและการบริหารงานองค์กร	30
ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย	30
ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา	30
ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	30
ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน	30
อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้	31
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ	32
ขั้นตอนการวางแผนการดำเนินงาน	32
ขั้นตอนการออกแบบและดำเนินงาน	33
ภาพตัวอย่างที่ตัดต่อเสร็จ	43
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	44
สรุปผลโครงการหรืองานวิจัย	44

## สารบัญ(ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บรรณานุกรม	45
ภาคผนวก	46
ประวัติคณะผู้จัดทำ	47



## สารบัญภาพ

เรื่อง		หน้า
รูปที่ 2.1	รูปแอปพลิเคชัน	10
รูปที่ 2.2	รูปหน้าโปรแกรม	10
รูปที่ 2.3	เมนูก่อนเริ่มงาน	11
รูปที่ 2.4	ตั้งชื่อโปรเจค	11
รูปที่ 2.5	เลือกมีเดียในการเริ่ม	11
รูปที่ 2.6	เลือกธีม	12
รูปที่ 2.7	ตั้งอักษร	12
รูปที่ 2.8	เลือกเพลงประกอบ	12
รูปที่ 2.9	ภาพงานโปรแกรม	13
รูปที่ 2.10	เมนูต่างๆ ในแอป	13
รูปที่ 2.11	เมนูก่อนเริ่มงาน	13
รูปที่ 2.12	หน้าตอนเลือกโครงการว่าง	14
รูปที่ 2.13	คำสั่งต่างๆ ในแอป	14
รูปที่ 2.14	การแก้ไขคลิก	14
รูปที่ 2.15	การใช้เครื่องมือกรรไกร	15
รูปที่ 2.16	การใช้เครื่องมือ crop	15
รูปที่ 2.17	การใช้เครื่องมือเสียง	15
รูปที่ 2.18	หน้าเครื่องมือต่างๆ	16
รูปที่ 2.19	หน้าเครื่องมือต่างๆ	16
รูปที่ 2.20	การใช้เครื่องมือ Layer	17
รูปที่ 2.21	การใส่เลย์เออร์	17
รูปที่ 2.22	การใส่ตัวอักษร	17
รูปที่ 2.23	การใช้เครื่องมือเสียง	18
รูปที่ 2.24	การใช้เครื่องมือออดิโอ	18
รูปที่ 2.25	การแก้ไขแท็บเสียง	18
รูปที่ 2.26	การใช้เครื่องมือ Envelope	19
รูปที่ 2.27	การใช้เครื่องมือ Envelope	19
รูปที่ 2.28	เครื่องต่างๆในร้านค้า	20
รูปที่ 2.29	วิธีดาวน์โหลด	20
รูปที่ 2.30	การใช้การเปลี่ยน	21



## สารบัญญภาพ(ต่อ)

เรื่อง		หน้า
รูปที่ 2.31	การตั้งโหมด พรูวิว	21
รูปที่ 2.32	การ Export	22
รูปที่ 2.33	กำลังดำเนิน Export	22
รูปที่ 2.34	Export เสร็จสิ้น	23
รูปที่ 2.35	การบันทึกโปรเจค	23
รูปที่ 2.36	วิธีการตัวขึ้นงาน	24
รูปที่ 2.37	เลือกภาพพื้นหลัง	24
รูปที่ 2.38	กดปุ่มเครื่องมือ Chroma Key	25
รูปที่ 2.39	เลื่อนระดับของการกัตสี	25
รูปที่ 3.1	แผนที่ตั้ง มุลนิธิธนาคารเพิ่มบุญ	29
รูปที่ 3.2	การบริหารงานองค์กร	30
รูปที่ 4.1	ขั้นตอนการดำเนินงาน	32
รูปที่ 4.2	ห้องสตูดิโอ	33
รูปที่ 4.3	การถ่ายทำ	33
รูปที่ 4.4	เมมโมรีการ์ด	34
รูปที่ 4.5	โปรแกรม Fomat Factory	34
รูปที่ 4.6	โปรแกรม Kinemaster	35
รูปที่ 4.7	เลือกขนาดของงาน	35
รูปที่ 4.8	การตัดต่อในโปรแกรม	36
รูปที่ 4.9	การตั้งเลย์เออร์	36
รูปที่ 4.10	การเลือกภาพไปประกอบ	37
รูปที่ 4.11	การใส่ภาพเคลื่อนไหว	37
รูปที่ 4.12	การตั้งรูปแบบ	38
รูปที่ 4.13	การจัดเสียงเอฟเฟค	38
รูปที่ 4.14	การเลือกเสียงเอฟเฟค	38
รูปที่ 4.15	การเลือกปรับระดับของเสียง	39
รูปที่ 4.16	วิธีการ Export	37
รูปที่ 4.17	การตั้งขนาดงานก่อน Export งาน	38
รูปที่ 4.18	เริ่ม Export งาน	38
รูปที่ 4.19	ใส่งานไว้ที่ Google Drive	39

## สารบัญภาพ(ต่อ)

เรื่อง		หน้า
รูปที่ 4.20	การตั้งส่งงานผ่านลิงค์	41
รูปที่ 4.21	ส่งงานให้พี่เลี้ยงตรวจ	42
รูปที่ 4.22	คลิปได้อยู่ใน Youtube	42
รูปที่ 4.23	ตัวอย่างที่ 1	43
รูปที่ 4.24	ตัวอย่างที่ 2	43



## สารบัญตาราง

เรื่อง

หน้า

ตารางที่ 3.1    ระยะเวลาในการดำเนินการ

31



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญ

ปัจจุบันการดำเนินชีวิตในสมัยนี้มีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยมากขึ้น แหล่งข้อมูลข่าวสารมีการส่งต่อผ่านทางสื่อต่างๆ โดยเฉพาะ Social Media เป็นไปอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคสามารถสืบหาความรู้เพื่อตอบสนองความต้องการและปรับตัวให้ทันต่อสิ่งที่เกิดขึ้นได้ในระยะเวลาอันสั้น ซึ่ง Youtube นับได้ว่าเป็นสื่อสังคมออนไลน์อันดับต้นๆ ของโลกที่มีรูปแบบ หรือลักษณะ เป็นวิดีโอภาพเคลื่อนไหว จากรูปแบบลักษณะดังกล่าวส่งผลให้ Youtube เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมของคนทั่วโลก จึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางสำคัญของการทำสื่อที่จะให้ความรู้ต่างๆ ให้กับผู้ที่เข้ามาชม และสามารถนำเสนอสิ่งต่างๆ ที่ทำให้ผู้คนเกิดความสนใจในสื่ออื่นๆ และสามารถที่จะเข้าใจในสิ่งที่สื่อจะนำมาสอนได้มากยิ่งขึ้น (พัชรภรณ์ ไกรชุมพล. 2555)

เว็บไซต์ยูทูป(Youtube)เป็นเว็บไซต์ที่ใช้บริการแลกเปลี่ยนภาพวิดีโอระหว่างผู้ใช้โดย ผู้ใช้สามารถเข้าดูวิดีโอต่างๆ ได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย พร้อมทั้งยังสามารถแบ่งปันวิดีโอของตนเองได้เมื่อสมัครผู้ใช้งาน ปัจจุบันในประเทศไทยพบว่า ประชากรที่เป็นผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีจำนวนกว่าร้อยละ 75 (สมาคมโฆษณาติจิตัลและทีเอ็นเอส. 2558) และมากกว่าครึ่งหนึ่งอยู่ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.2557)โดยคิดเป็นประมาณ 26.25 ล้านคน ซึ่งผู้ใช้งานเว็บไซต์ยูทูป ในประเทศไทยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี และเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (พรทิพย์ กิมสกุล. 2553)

ด้วยเหตุนี้ผู้จัดทำจึงได้มีความคิดในการแก้ไขปัญหาถึงการหาวิธีเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามและผู้เข้าถึงเพิ่มมากขึ้น จึงได้ทำการริเริ่มที่จะจัดทำโครงการ “สื่อออนไลน์บน Youtube” ขึ้นมาเพื่อเป็นตัวช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบการและช่วยต่อยอดให้กับทางช่อง ยังเป็นการสร้าง และยังถือเป็นการ ประชาสัมพันธ์ให้กับช่องบน Youtube ได้อีกทางหนึ่ง

### วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อนำสื่อออนไลน์ ไปให้ความรู้ให้กับผู้ที่เข้ามาชมให้รู้จักกับหน่วยงาน
2. เพื่อค้นหารูปแบบใหม่ๆ ที่จะสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายอื่นได้
3. เพื่อให้มีผู้ติดตามเพิ่มมากขึ้น

**ขอบเขตของโครงการ**

1. ถ่ายทำรายการ ให้กับช่อง Mmedia Channel Asia
2. ตัดต่อคลิปวิดีโอ

**ประโยชน์ที่ได้รับ**

1. เพื่อให้มีคนที่ติดตามเข้ามาในช่อง Mmedia Channel Asia เพิ่มมากขึ้น
2. เพื่อให้คนที่ติดตามมีความเชื่อใจเพิ่มมากขึ้นและใช้บริการของมูลนิธิ



## บทที่ 2

### ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

โครงการนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อ นำเสนอเกี่ยวกับการผลิตสื่อคลิปวิดีโอ เพิ่มอัฟโพลดลงบน Youtube โดยนำเสนอ ช่องทาง Youtube ที่เป็นช่องทางสื่อออนไลน์ที่รู้จักกันแพร่หลาย โดยจะกล่าวถึงทฤษฎีและหลักการต่างๆ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบคลิปวิดีโอ โดยการนำหลักการของการจัดการเนื้อหา วิธีการที่ทำให้ผู้รับชมมีความสนใจ ติดตามและแชร์ เพื่อให้ผู้รับเพิ่มมากขึ้น

1. แนวคิดเกี่ยวกับความหมายของ การผลิตวิดีโอรูปแบบทาง YOUTUBE
2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารติดต่อแลกเปลี่ยนกันระหว่างคนในสังคม
3. แนวคิดเกี่ยวกับโปรแกรม Kinemaster

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความหมายของ การผลิตวิดีโอรูปแบบทาง YOUTUBE

บริษัท Bangkok Production เป็นส่วนหนึ่งของบริษัท i Plan Digital เป็นบริษัทดำเนินการด้านการตลาดและสื่อทางสังคม สำหรับการโฆษณาของผู้มีอิทธิพลด้านสื่อทางสังคมในประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีบริษัทต่างๆร่วมในการสนับสนุนการดำเนินการและส่งเสริมกระบวนการด้านการผลิตรูปแบบวิดีโอ เช่น ด้านอิเล็กทรอนิกส์ ด้านซอฟต์แวร์ ด้านเกม ด้านแฟชั่น ด้านเครื่องสำอาง และอื่นๆ รองรับในความต้องการ เพื่อการคัดสรรผู้มีอิทธิพลด้านสื่อทางสังคมได้อย่างเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ขององค์กรของคุณ พร้อมเครื่องมือในการวัดความสำเร็จในผลตอบรับด้านการตลาดออนไลน์ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการพัฒนาและเติบโตทางการตลาดในอนาคต เรามีเครือข่ายที่น่าเชื่อถือ โดยเฉพาะผู้มีอิทธิพลด้านสื่อทางสังคมของประเทศไทยบน YouTube เพื่อให้ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง

2.1.1 ผู้ประกอบการในด้านการตลาดของแอปพลิเคชันเกม ต้องการเปิดตัวในการทำตลาดของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนไทยและต้องการที่จะเป็นแหล่งรวมเกมที่ใหญ่ที่สุดบน YouTube เพื่อเป็นการกระตุ้นหรือสร้างความน่าสนใจให้เกิดแรงบันดาลใจ สร้างแรงจูงใจในการเล่นเพื่อเพิ่มปริมาณจำนวนผู้ติดตามเป็นล้านคนได้นั้น เราสามารถสร้างสรรค์สถานการณ์ที่เป็นแรงจูงใจที่มีความน่าติดตามจากนักแคสต์เกมคนไทย (Thai game caster) กล่าวคือ เป็นผู้เล่นเกมที่ไม่ใช่แค่การเล่นแต่เป็นคนที่มีวิธีการหาวิธีการ เพื่อไขปริศนา สร้างสรรค์การเล่นออกมาอย่างได้อรรถรส ใส่ความเป็นตัวเอง แสดงความคิดเห็น มีการสื่อสารที่เป็นสีสันที่น่าเสนอบรรยากาศสร้างความสนุกสนาน สร้างอารมณ์ร่วมเสมือนการนั่งเล่นเกมกับเพื่อนที่บ้านอย่างเป็นส่วนตัว ถือเป็นอีกผู้มีอิทธิพลทางสื่อทางสังคมในการสร้างสรรค์การเล่นในเกมในเครือข่ายทางสังคมเพื่อเกิดความดึงดูดในการเล่นของคุณ ด้วยการวางแผนการจัดการอย่างมีระบบด้วยการสื่อสารที่น่าสนใจ ประสานงานตามกระบวนการที่คุณต้องการในช่องทางการตลาดอย่างสมบูรณ์ เพื่อให้คุณสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของคุณในระยะเวลาที่คุณต้องการ นอกจากนั้น เรามีหลักสูตรด้านการตลาดของผู้มีอิทธิพลด้านสื่อทางสังคมของประเทศไทยบน

YouTube และในรูปแบบต่างๆ เช่น การผลิตรูปแบบวิดีโอในประเทศไทย เป็นต้น

2.1.2 รายละเอียดที่เป็นเฉพาะเจาะจงสำหรับผู้มีอิทธิพล (Youtuber) เช่น ผู้มีอิทธิพลทางแฟชั่นหรือการออกแบบสำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจที่ต้องการสร้างสรรค์แคมเปญเพื่อส่งเสริมด้านการตลาด เช่น ด้านเทคโนโลยีในปัจจุบัน เราสามารถสรรหาคูคลองทางการตลาด เพื่อเป็นตัวแทนในการเป็นผู้มีอิทธิพลด้านสื่อทางสังคม สำหรับการสร้างภาพลักษณ์และการสะท้อนเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ของคุณได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจในการเป็นผู้มีอิทธิพลด้านสื่อทางสังคมในประเทศไทย ที่ได้รับการยอมรับและสร้างแรงจูงใจให้เกิดการติดตามเครือข่ายทางสังคมอย่างเข้าถึง เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามในเครือข่ายทางสังคมบน YouTube ของคุณ

2.1.3 การสร้างสรรค์ด้านการผลิตรูปแบบเว็บไซต์หรือรูปแบบการโฆษณาทางโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ และกำลังมองหาผู้มีอิทธิพลด้านสื่อทางสังคมอย่างเฉพาะเจาะจงในสายงานด้านการตลาด เราสามารถสร้างสรรค์จำนวนผู้มีส่วนร่วมในการสร้างผู้ติดตามอย่างต่อเนื่องและเหมาะสมในด้านอุตสาหกรรมทางการตลาดของคุณ เราสามารถดำเนินการจัดการได้ทุกขั้นตอนในกระบวนการของผู้มีอิทธิพลด้านสื่อทางสังคมในประเทศไทยได้อย่างสมบูรณ์ นำเสนอทั้งรูปแบบบริการแบบแพคเกจที่ครอบคลุมในการดำเนินการทุกขั้นตอนในงบประมาณที่คุณพอใจ เช่น การวางแผนด้านไอเดียเพื่อสร้างสรรค์ด้านสตอรี่บอร์ด, รูปแบบทาง YouTube ของผู้มีอิทธิพลด้านสื่อทางสังคมของประเทศไทย, การเตรียมด้านสถานที่และสตูดิโอพร้อมทีมงานในกระบวนการด้านการผลิตและกระบวนการหลังการผลิตอย่างสมบูรณ์ทุกขั้นตอน

2.1.4 แนวคิดที่เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์(Creative Thinking)จากนิยามที่นักวิชาการและนักจิตวิทยาได้ให้ความหมายกับความคิดสร้างสรรค์สรุปได้ว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถที่มีอยู่ในตัวบุคคลที่สามารถคิดได้หลากหลายทิศทางหรือความคิดแบบอเนกนัย(Divergent Thinking)อีกทั้งความคิดนั้นยังเชื่อมโยงกันในรูปแบบแปลกใหม่หรือไม่เหมือนใครและมีคุณค่าจากประสบการณ์ของบุคคลนั้นโดยสิ่งนี้นำไปสู่การสร้างสิ่งแปลกๆใหม่ๆที่มีคุณค่าทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจินตนาการซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลอีกทั้งความคิดสร้างสรรค์นั้นมีความสำคัญต่อการค้นพบสิ่งใหม่ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ รวมไปถึงวิธีการใหม่ๆ อีกด้วย (Guilford, 1962; De Bono, 1970; Wallace & Kogan, 1965; Reilly & Lewis, 1983; Torrance, 1971)

2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารออนไลน์ ภาสกร เรืองรอง (2558) กล่าวว่า Web3.0 เป็นยุคแห่งการเชื่อมโยงความรู้ คุณสมบัติที่เด่นชัดคือความอัจฉริยะที่เชื่อมโยงข้อมูลภาพและสามารถเข้าถึงรายละเอียดจดจำ คาดเดาข้อมูลแบบอัตโนมัติ Wertime, K.& Fenwick, I., (2008) กล่าวว่า ปัจจุบันผู้บริโภคต้องการปรับ แก้ ตัดต่อ และเปลี่ยนเนื้อหาที่ได้รับชมรวมถึงการสร้าง เนื้อหาใหม่ๆ ตามที่ผู้บริโภคต้องการซึ่งคือลักษณะที่สำคัญของลักษณะเว็บ 2.0 เช่นการบันทึก เพลย์ลิสต์ในเว็บไซต์ Youtube เป็นของตัวเองเพื่อเป็น การบันทึกไว้ดูวิดีโอที่ตนเองชื่นชอบยามว่าง รวมถึง การเป็นผู้สร้าง เนื้อหาเองและเผยแพร่ด้วย ตนเอง โดยมี 4 ปัจจัยที่ขับเคลื่อน คือ 1. ปฏิวัติกระบวนการเกี่ยวกับสื่อ (Renovation of the Media Model) 2. รูปแบบมากมายเหลือคณานับ (Explosion of Formats)



2.1.6 เกิดและเติบโต บนฐานของชุมชนออนไลน์ (Social Network Provide the Platform)

4. ปากต่อปากไวกว่าติด เทอร์โบ (Turbo-Changed Word-of-Mouth) (Wertime, K& Fenwick, I., 2008)

2.1.7 แนวคิดเกี่ยวกับ Youtube คือ เว็บไซต์โซเชียลมีเดีย (Social Media) ที่เป็นวิดีโอซึ่งเนื้อหาที่มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นวิดีโอโฆษณาวิทัศน์วิดีโอ รายการโทรทัศน์ย้อนหลัง และคลิปวิดีโอจากคนทั่วไป คลิปวิดีโอที่เผยแพร่อยู่บนเว็บไซต์ Youtube ส่วนมากจะเป็นคลิปวิดีโอสั้นๆถ่ายทำโดยประชาชนทั่วไปและอัปโหลดโดยมีการแบ่งประเภทและจัดอันดับคลิปโดยง่าย (ศตพล จันทร์ณรงค์, 2558) Miller, Michael (2011) ได้แนะนำแนวทางในการผลิตวิดีโอใน Youtube ให้มีประสิทธิภาพ ดังนี้

2.1.7.1 ด้านภาพ ได้แก่ การถ่ายสำหรับจอที่เล็กกว่า (Shoot for the Smaller Screen) การทำสีให้โดดเด่น (Accentuate the Contrast) ภาพต้องช้าและนิ่ง (Slow and Steady Win the Race) ลงทุนในอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ (Invest in Quality Equipment) การใช้กล้องสองตัว (Use two Cameras) อย่าใช้วิดีโอเก่า ถ้าใช้ต้องมีการปรับแต่งด้วย (Don't Just Recycle Old Video- Re-Edit them too) จ้างมืออาชีพ (Hire a Pro) แหกกฎบ้าง (Break the Rules)

2.1.7.2 ด้านเนื้อหา ได้แก่ ต้องบันเทิง (Be Entertaining) ต้องให้ความรู้ (Be Informative) ต้องทำให้สนุก (Go for the Funny) ทำให้สั้น (Keep it Short) ทำให้เรียบง่าย (Keep it Simple) ต้องมีจุดสนใจ (Stay Focused) สื่อสารให้ชัดเจน (Communicate a Clear Message) หลีกเลี่ยงการขายยัดเยียดโฆษณา (Avoid the Hard Sell) ทำให้สดใหม่เสมอ (Keep it Fresh)

2.1.7.3 ด้านการสร้างยอดขาย ได้แก่ การใส่เว็บไซต์ลงในวิดีโอ (Include your Website's Address in your Video) การใส่ URL ของคุณในคำบรรยายไปด้วย (Include Your URL in the Accompanying Text) นอกจากนี้ Wertime, K& Fenwick, I., (2008) ยังแนะนำแนวทางปฏิบัติ ด้านการตลาดดิจิทัลในการสร้างเนื้อหาโดยผู้บริโภคน่าสนใจไว้ได้แก่ จริงใจ ทำความเข้าใจกับลักษณะพื้นฐานของแต่ละเว็บไซต์และสื่อสารให้กลมกลืนเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมสร้างเนื้อหา นำความคิดเห็นของผู้บริโภคมาใช้ประโยชน์และอย่าลืมตอบกลับเลือกใช้คนดังมาโปรโมทแบรนด์ ใช้กลยุทธ์การโหวตลงคะแนนเพื่อดึงผู้บริโภคให้เป็นส่วนหนึ่งของแบรนด์จุดเด่นของโปรแกรมพันธมิตรนี้หลักๆคือสามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ร่วมโครงการ และมีความยืดหยุ่นสูง อีกทั้งยังสามารถติดตามและจัดการวิดีโอได้ง่ายเนื่องจากฟังก์ชัน Youtube Analytic ช่วยวิเคราะห์และรายงานข้อมูลต่างๆได้อย่างละเอียด (ธัญรัช นันทชนก, 2558) ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลลักษณะและแหล่งที่มาของรายได้ที่มาจากโปรแกรม พันธมิตร Youtube หลากหลายช่องทาง ดังนี้ (ธัญรัช นันทชนก , 2558: Youtube, 2016) 1. การโฆษณา (Advertisements) 2. ผู้ติดตาม (Paid Subscription) 3. สินค้า (Merchandise)

2.1.8 แนวคิดเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ คือระบบอัตโนมัติของ YouTube ที่รองรับการปรับขนาด ช่วยให้เจ้าของลิขสิทธิ์สามารถ ระบุวิดีโอ YouTube ที่มีเนื้อหาที่ตนเป็นเจ้าของได้ (Youtube, 2016)



## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารติดต่อแลกเปลี่ยนกันระหว่างคนในสังคม

กล่าวได้ว่าการสื่อสารติดต่อแลกเปลี่ยนกันระหว่างคนในสังคม สามารถส่งต่อทัศนคติและพฤติกรรมระหว่างกันได้และการสื่อสารดำเนินไปโดยมีเหตุแห่งการตอบสนองความต้องการของปัจเจกและกลุ่มนั้นๆ ซึ่งมีแนวคิดของเหตุผลในการเปิดรับสื่อโดย McCombs & Becker (1979) ให้ความเห็นว่า บุคคลจะใช้สื่อตอบสนองความต้องการ 6 ประการ คือ

1. เพื่อรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตสิ่งต่างๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้เท่าทันเหตุการณ์และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญและควรรู้
2. เพื่อการตัดสินใจ (Decision) โดยสื่อจะช่วยรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเพื่อใช้ในการตัดสินใจ
3. เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะไปใช้พูดคุยกับผู้อื่น
4. เพื่อการมีส่วนร่วม (participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบๆ ตัวในสังคม
5. เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ (Reinforcement) โดยสื่อจะช่วยยืนยันการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้วให้บุคคลมีความมั่นใจยิ่งขึ้น
6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) โดยสื่อจะช่วยทำให้บุคคลรู้สึกผ่อนคลายอย่างไรก็ตามด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบันที่เป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสารในปริมาณที่มากมายกว่ายุคใดๆ ในประวัติศาสตร์โลกและการเข้าถึงนั้นทำได้รวดเร็วทุกที่ทุกเวลา ทำให้ปริมาณของข้อมูลข่าวสารเนื้อหาเหล่านั้นมีมากมายเกินกว่าบุคคลจะรับได้ทั้งหมด ปัจจัยในการตัดสินใจที่จะเลือกเปิดรับสื่อที่มีประโยชน์ต่อตัวผู้รับสารเองจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ที่ต้องศึกษาถึงเหตุแห่งพฤติกรรมการเลือกเปิดรับสื่อ หากให้เราจำแนกให้ชัดเจนไปถึงการแบ่งเหตุแห่งการเปิดรับสื่อ Becker (1999) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับสื่อ โดยจำแนกได้ดังนี้คือ

6.1 การแสวงหาข้อมูลกล่าวคือบุคคลจะแสวงหาข้อมูลเพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่น ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป

6.2 การเปิดรับข้อมูล กล่าวคือบุคคลจะเปิดรับสื่อเฉพาะเรื่อง ราวข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้และให้ความสนใจหรือดูแลเป็นพิเศษกับข้อมูลเหล่านั้น

6.3 การเปิดรับประสบการณ์กล่าวคือบุคคลจะเปิดรับฟังข่าวสารเพราะต้อง การทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์เมื่อการเปิดรับสารขึ้นอยู่กับเหตุปัจจัยที่เกิดจากความจำเป็นปัจเจกในแต่ละบุคคล ทั้งในเรื่องของการเลือกสื่อที่ตรงความต้องการ ความถี่ในการเปิดรับ ช่วงเวลา และระยะเวลาที่ใช้ในแต่ละครั้งของการเปิดรับสื่อดังเช่น ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2531) มีความเห็นว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน คือ

6.3.1 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่คนเราแต่ละคนมีความแตกต่าง เฉพาะตัวบุคคลอย่างมาก ในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะ การอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไม่

เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคิด ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การสนใจ

6.3.2 ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆ ก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคิดและพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

6.3.3 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสารเชื่อว่าลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคลาคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าว ไม่แตกต่างกันด้วย จะเห็นได้ว่าบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ความสัมพันธ์ทางสังคม กลุ่มที่ตนอ้างอิง และ ปัจจัยด้านเพศ อาชีพ การศึกษา รายได้ ล้วนทำให้เกิดการเปิดรับสารที่ต่างกันไป รวมถึงการตอบ สนองสารที่ต่างออกไปด้วย และผลของการรับสารที่แตกต่างกันไปส่งผลต่อพฤติกรรมที่ไม่เหมือนกันด้วย ดังเช่น อรพรรณ ปิรันธนีโอวาท กล่าวในงานวิจัยถึงเรื่องนี้ว่า พฤติกรรมนั้นเป็นการ กระทำ แสดงออกของบุคคลที่แตกต่างกัน มักเกิดขึ้นจากการได้รับข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน ย่อมทำให้เกิดการสังสมประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคลแตกต่างกันไป Hawkins & Mothersbaugh (2010, pp. 279-293) ได้ให้ความหมายว่า การเปิดรับสารเกิดขึ้นเมื่อสิ่งเร้าเข้ามาอยู่ในระยะที่ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของผู้รับสารสามารถรับรู้ได้โดยบุคคล จะเปิดรับต่อสิ่งเร้าที่อยู่รอบๆ ตัวแม้ว่าจะไม่ได้ให้ความสนใจและไม่รับรู้ถึงการมีอยู่ของสิ่งเร้า นั้นเลยก็ตาม กระบวนการเลือกเปิดรับสื่อของบุคคล ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนตามลำดับดังนี้

1. การเปิดรับสาร (Exposure) การเปิดรับสารเกิดขึ้นเมื่อสิ่งเร้าเข้ามาในขอบเขตการรับรู้ของประสาทสัมผัสทั้ง 5

2. การให้ความสนใจ (Attention) ผู้บริโภคจะเกิดความตั้งใจเมื่อสิ่งเร้ากระตุ้นประสาทสัมผัสทั้ง 5 อย่างน้อย 1 ด้าน

3. การตีความหมาย (Interpretation) บุคคลจะรับรู้และตีความหมายข้อมูลที่ได้รับเข้ามาขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของสิ่งเร้า บุคคลและสถานการณ์แตกต่างกันไปในการรับข่าวสารต่างๆ ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสาร (Selective Processes) ด้วย สาเหตุต่างๆ ซึ่งแต่ละบุคคลก็จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารที่แตกต่างกันไปตาม ประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคิด ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้น บุคคลจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารด้วยสาเหตุต่างๆ กัน (พีระ จีระโสภณ, 2529, หน้า 636-640)

ด้วยแนวคิดหลากหลายแนวทางดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การเปิดรับสารเกิดขึ้นจากบุคคลที่ต้องการมีส่วนร่วมกันเป็นสมาชิกในกลุ่มเดียวกัน มีความสนใจเรื่องเดียวกัน และ เปิดรับประสบการณ์เพื่อทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อคลายอารมณ์ สรุปได้ว่าบุคคลจึงมีกระบวนการเลือกเปิดรับสารตามวัตถุประสงค์ของตนแตกต่างกันออกไป แต่ละความชื่นชอบ ตามลักษณะเฉพาะของแต่ละคน แต่ละกลุ่มและขึ้นอยู่กับปัจจัยในด้านความต้องการที่หลากหลาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแนวความคิดเรื่องการรับรู้(พีชนิเชยจรรรยา, 2534)

ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการเปิดรับสื่อ พบว่า สุภาพงศ์ระวยทรง (2552) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างประเทศจากสื่อมวลชนของประชาชนในกรุงเทพมหานครตามลักษณะทางประชากรศาสตร์คือ เพศ อายุการศึกษา อาชีพและฐานะทางเศรษฐกิจ รวมทั้งเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับข่าวต่างประเทศกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างประเทศ การศึกษามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการเปิดรับข่าวต่างประเทศทางหนังสือพิมพ์และวิทยุ ทำให้ได้ข้อสรุปเรื่องปัจจัยในการเปิดรับสาร มีผลมาจากเพศ อายุการศึกษา อาชีพและฐานะทางเศรษฐกิจ

ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของวิภาวีจันทร์แก้ว(2559)ได้ทำการวิจัยผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ทัศนคติและการใช้ประโยชน์กรณีศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจ ดังตฤณแฟนคลับ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการเข้าไปใช้งานแฟนเพจทุกวันมากที่สุด มีความถี่การเข้าใช้งานแฟนเพจจำนวน 2-5 ครั้งต่อวัน ช่วงเวลาที่ใช้งานแฟนเพจคือ 18.01-20.00 น.

จากวรรณกรรมที่เผยแพร่เรื่องการเปิดรับสาร สามารถสรุปถึงเหตุผลของแต่ละบุคคลถึงที่มาแห่งการเปิดรับสื่อได้ว่า บุคคลจะเปิดรับข้อมูล เพื่อแสวงหาข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเป็นไปเพื่อเปิดรับประสบการณ์รับรู้เหตุการณ์และมีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งในกลุ่มของตน โดยการเปิดรับสารเป็นไปตามวัตถุประสงค์อันมีเหตุปัจจัยที่แตกต่างกันออกไปตามปัจเจกบุคคลผู้ทำการศึกษา งานวิจัยกลยุทธ์การสร้างคลิปีวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อแรงจูงใจในการออกกำลังกายด้วยการวิ่ง กรณีศึกษา เฟซบุ๊กแฟนเพจ “Runner’s Journeys” จึงจำเป็นที่จะต้องรู้ความต้องการของผู้รับสารที่แตกต่างหลากหลาย เพื่อสร้างกลยุทธ์ที่ตอบสนองความต้องการพื้นฐานในการเปิดรับสาร ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกสุดในการนำสารเข้าไปสู่ผู้ชมก่อนที่จะนำเสนอไปสู่การเปลี่ยนพฤติกรรมหรือสร้างแรงจูงใจซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญให้กับผู้ชมได้

จากแนวคิดหลากหลายดังกล่าวจึงทำให้ได้ข้อสรุปว่ากลยุทธ์การสร้างคลิปีวิดีโอที่ดีจะละเอียดไม่ได้เลยที่จะต้องศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้ชมคลิปี เนื่องจากผู้ชมมีเหตุผลในการเลือกเปิดรับชมคลิปีตามเหตุปัจจัยที่ดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายเลือกรับชมคลิปีนั้นแตกต่างกันออกไปทั้งในเรื่องของช่วงเวลาเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับสาร อีกทั้งเป็นเพราะมนุษย์นั้นใช้การสื่อสารติดต่อ แลกเปลี่ยนระหว่างกันเป็นการแลกเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมระหว่างกันอีกด้วย ซึ่งการเปิดรับ สารเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เกิดการเรียนรู้ปรับเปลี่ยนทัศนคตินำไปสู่พฤติกรรม ผู้ศึกษางานวิจัยชิ้นนี้จึงจำเป็นต้องทราบถึงสาเหตุแห่งพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ข่าวสาร เนื้อหาข้อมูล โดยได้นำแนวคิด ดังกล่าวมาใช้อธิบายร่วมกับแนวคิดทฤษฎีอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกัน เช่น แนวคิดทฤษฎีการจูงใจ ดังจะได้กล่าวถึงในส่วนต่อไป

สำหรับประโยชน์ในแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมการเปิดรับสารนี้จะทำให้เราจะสามารถนำองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารเปิดรับสื่อ โดยมุ่งเน้นศึกษาไปที่พฤติกรรมของนักวิ่งหน้าใหม่และนักวิ่งที่ออกกำลังกายโดยการวิ่งเป็นประจำอยู่แล้ว รวมทั้งผู้ที่มีแนวโน้มที่จะสนใจวิ่งว่า อะไรคือปัจจัยสำคัญในการเปิดรับสารของกลุ่มเป้าหมายที่เรากำลังศึกษา ซึ่งเมื่อรู้เหตุปัจจัยดังกล่าวจะทำให้เราสามารถนำไปเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารทางการตลาด ในส่วนที่เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเชิงเนื้อหาได้อย่างแม่นยำอีกด้วย

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับโปรแกรม Kinemaster

KineMaster หรือ KineMaster Pro Video Editor เป็นแอปพลิเคชันตัดต่อวิดีโอสำหรับสมาร์ทโฟน ของบริษัท NexStreaming รองรับทั้งระบบ iOS (iPhone) และ Android (Samsung, Huawei, OPPO, VIVO, Sony เป็นต้น) ซึ่งจะไม่รองรับในกรณีที่ระบบปฏิบัติการสมาร์ทโฟนนั้นเป็นรุ่นเก่า หรือในกรณีที่ผู้ใช้ไม่ได้อัปเดตระบบสมาร์ทโฟนของตนเอง

KineMasterมีความสามารถเทียบเท่าโปรแกรมตัดต่อวิดีโอทางคอมพิวเตอร์พีซีหรือโน้ตบุ๊ก เพราะมีเครื่องมือต่างๆ มากมายในการสร้างเทคนิคพิเศษ ไม่ว่าจะเป็นการซ้อนภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว การซ้อนภาพฉากหลังเพื่อทำเทคนิคพิเศษต่างๆ การเปลี่ยนฉากแบบ 2 หรือ 3 มิติ การใส่ข้อความ การเขียนด้วยลายนิ้วมือ การใส่เสียงดนตรี เสียงเอฟเฟคต่างๆ ได้หลายแทร็คเสียง หรือแม้กระทั่งบันทึกเสียงพูดสดๆ ที่แปลงไปบนวิดีโอ รวมถึงยังสามารถดาวน์โหลดเทมเพลตภาพ เสียง หรือเทคนิคพิเศษต่างๆ เพิ่มเติมได้อีกด้วย

หากตัดต่อเสร็จแล้วหรือยังไม่เสร็จ โปรแกรมก็จะบันทึกโครงการหรือโปรเจกต์ในการทำงานนั้นไว้ให้ทันที โดยไม่ต้องกดบันทึกเอง ซึ่งสามารถทำให้กลับมาทำงานหรือแก้ไขใหม่ได้ภายหลัง

ภายหลังจากที่ตัดต่อเรียบร้อยแล้ว ก็ยังสามารถเลือกคุณภาพของวิดีโอที่จะบันทึก แลเลือกที่จะบันทึกไว้ในสมาร์ทโฟนหรือ จะแบ่งปันขึ้นสังคมออนไลน์เลยก็ได้

โปรแกรมนี้จึงนับได้ว่าสอดคล้องกับความต้องการของนักประชาสัมพันธ์ นักข่าว นักทำหนังสือ Youtuber Vlogger หรือ นักสร้างสื่อวิดีโอต่างๆ ในยุคดิจิทัลอย่างมาก

### คุณสมบัติของแอปพลิเคชัน KineMaster

1. สร้างเลย์เอาต์ทั้งวิดีโอ ภาพ เสียง ข้อความและลายมือ
2. ดาวน์โหลดเทคนิคพิเศษ ฟอนต์ ดนตรี เสียงประกอบต่างๆ เพิ่มเติม
3. ดูตัวอย่างได้ทันที หลังจากการแก้ไขทีละนิด
4. ควบคุมความสว่างและความอึดตัวของสี
5. ควบคุมระดับเสียงในแต่ละช่วงเวลา
6. เบลอภาพโมเสคและอื่นๆ
7. สร้างรูปแบบภาพและข้อความเคลื่อนไหว
8. บันทึกเสียงและวิดีโอได้ในตัว
9. การบันทึกโปรเจกต์การทำงานได้แบบตามเวลาจริง
10. ตั้งค่าขนาดคุณภาพของวิดีโอที่จะทำการบันทึกได้หลายแบบ
11. บันทึกที่ตัวเครื่องหรือแบ่งไปยังสังคมออนไลน์ง่ายดาย

### 2.3.1 ความเป็นส่วนตัว

KineMaster จะขอสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลกล้องและไมโครโฟนในสมาร์ตโฟนที่ลงแอปพลิเคชัน

### 2.3.2 การเสียค่าบริการ

KineMaster เป็นแอปพลิเคชันติดตั้งได้ฟรี ผ่านทาง Play Store และ App Store โดยจะมีลายน้ำของแอปติดอยู่ในวิดีโอหลังจากการบันทึก ซึ่งหากต้องการนำลายน้ำออก ต้องเสียค่าบริการ โดยเลือกได้เป็นแบบ รายเดือน (ประมาณ 150 บาท) หรือแบบรายปี (ประมาณ 1,200 บาท) โดยจะสามารถดาวน์โหลดลูกเล่นภาพ และเสียงเพิ่มเติมได้อีกด้วย

### 2.3.3 วิธีการใช้งาน

การเปิดใช้งาน

เมื่อลงแอปพลิเคชันเรียบร้อยแล้ว สามารถเปิดใช้งานได้ที่รูปสัญลักษณ์นี้



รูปที่ 2.1 รูปแอปพลิเคชัน

เลือกที่สัญลักษณ์เครื่องหมายตรงกลางภาพ



รูปที่ 2.2 รูปหน้าโปรแกรม



จะมีสองเมนูในตัวเลือกคือ

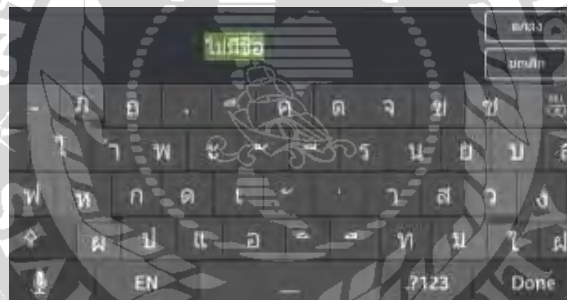
1. Project Assistant
2. โครงการว่าง

โดยหากเลือก 1. Project Assistant จะเป็นการสร้างธีมวิดีโอโดยอัตโนมัติ



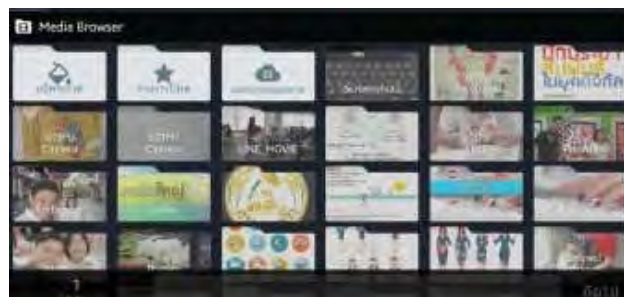
รูปที่ 2.3 เมนูก่อนเริ่มงาน

บันทึกชื่อโปรเจกต์



รูปที่ 2.4 ตั้งชื่อโปรเจกต์

เลือกมีเดีย (วิดีโอหรือรูปภาพในเครื่อง)



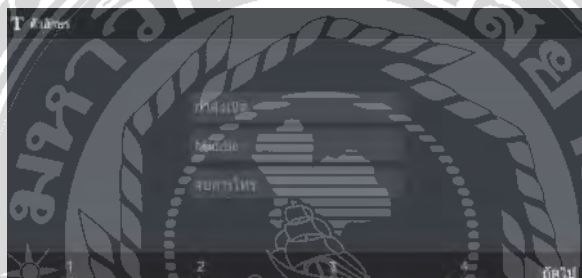
รูปที่ 2.5 เลือกมีเดียในการเริ่ม

เลือกธีม



รูปที่ 2.6 เลือกธีม

พิมพ์ตัวอักษรที่ต้องการให้ปรากฏในวิดีโอ



รูปที่ 2.7 ตั้งอักษร

เลือกเพลงหรือเสียงประกอบที่อยู่ในเครื่อง



รูปที่ 2.8 เลือกเพลงประกอบ

ได้วิดีโอที่เป็นธีมที่เลือกไว้



รูปที่ 2.9 ภาพงานโปรแกรม

เมนูการทำงานในหน้าต่างหลักของแอปพลิเคชัน



รูปที่ 2.10 เมนูต่างๆ ในแอป

เมนูที่ 2 โครงการว่าง

โดยหาเลือก 2. โครงการว่าง

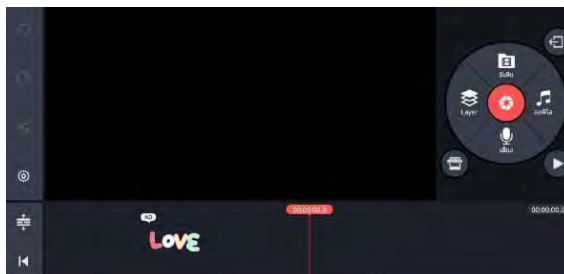
จะเป็นการสร้างโปรเจกต์ตัดต่อวิดีโอชิ้นใหม่ ตามขั้นตอนนี้



รูปที่ 2.11 เมนูก่อนเริ่มงาน



หลังจากเลือกเมนูที่ 2 โครงการว่าง จะเข้าสู่หน้าต่างหลักของแอปพลิเคชัน



รูปที่ 2.12 หน้าตอนเลือกโครงการว่าง

1. กดที่คำสั่งมีเดีย แอปฯจะค้นหาวิดีโอและรูปภาพในเครื่อง เราเลือกโดนการใช้วีจี้มวิดีโอภาพที่ต้องการ วิดีโอหรือภาพนั้นจะเข้ามาเรียงกันในไทม์ไลน์ของการตัดต่อ และเราสามารถเรียงลำดับคลิปใหม่ได้ ก็การเอาวีจี้มค้างไว้ที่คลิปที่ต้องการ จนเครื่องสั่น แล้วจึงสามารถใช้นิ้วลากคลิปนั้นเรียงลำดับใหม่ได้ตามต้องการ



รูปที่ 2.13 คำสั่งต่างๆ ในแอป

2. แก๊ไขคลิป ทีละคลิป โดนการใช้วีจี้มที่คลิปนั้น ให้มีกรอบสี่เหลี่ยมล้อมรอบ (แสดงว่าคลิปนั้นพร้อมแก๊ไข) แล้วจะมีเมนูเครื่องมือต่างๆ ปรากฏขึ้นมา โดยหากแก๊ไขเสร็จ ต้องกดเครื่องหมายถูก ด้านบนขวาทุกครั้ง ทุกการการใช้ เครื่องมือในการแก๊ไข



รูปที่ 2.14 การแก๊ไขคลิป

### 2.3.4 สามเครื่องมือหลัก

2.3.4.1 กดเครื่องมือกรรไกร จะสามารถตัด (trim) คลิปได้โดยเลือกตามคำสั่งต่างๆ (หัวอ่าน คือ เส้นประสีแดง)



รูปที่ 2.15 การใช้เครื่องมือกรรไกร

2.3.4.2 กดเครื่องมือ crop ในกรณีที่คลิปนั้นเป็นรูปภาพจะเป็นการเลือกให้มีการขยับรูปภาพหรือไม่ขยับก็ได้



รูปที่ 2.16 การใช้เครื่องมือ crop

2.3.4.3 กดเครื่องมือเสียงจะสามารถปรับระดับเสียง และเทคนิคต่างๆที่เกี่ยวข้องเสียงได้



รูปที่ 2.17 การใช้เครื่องมือเสียง

เครื่องมือด้านขวา (ข้างล่าง 3 เครื่องมือหลักข้างบน)



รูปที่ 2.18 หน้าเครื่องมือต่างๆ



รูปที่ 2.19 หน้าเครื่องมือต่างๆ

1. คลิปกราฟิก จะเลือกธีมต่างๆ ให้กับวิดีโอ
2. ควบคุมความเร็ว ปรับความเร็วหรือช้าให้กับคลิปวิดีโอ
3. หมุน/โหมดระจก หมุนคลิปวิดีโอได้ตามต้องการ
4. ตัวกรองสี ปรับแต่งสีอัตโนมัติให้กับคลิปวิดีโอ
5. การปรับแต่งสี ปรับแต่งสีได้ด้วยตัวเองให้คลิปวิดีโอ
6. ระดับความดังเสียง ปรับเสียงให้เบาหรือดังได้ตามจุดต่างๆ ที่ต้องการ
7. ตัวกรองเสียง ใส่เสียงเอฟเฟคให้กับคลิปวิดีโอ
8. Vignette ปรับแต่งวิดีโอให้เป็นลักษณะย้อนยุค

### 2.3.5 เครื่องมือ Layer



รูปที่ 2.20 การใช้เครื่องมือ Layer

1. มิเดีย เป็นการนำคลิปวิดีโอ หรือรูปภาพ มาไว้อีกเลเยอร์หนึ่ง ซึ่งจะทำให้สามารถแสดงผลซ้อนทับภาพวิดีโอหลักได้ (picture in picture) โดยสามารถตกแต่งได้ตามที่ต้องการเช่น ทำเป็นภาพเคลื่อนไหว ตัดต่อ หมุน ฯลฯ โดยการใช้นิ้วจิ้มไปคลิกให้ขึ้นกรอบสี่เหลี่ยมจะมีเครื่องมือขึ้นมาให้เลือกใช้ และเลื่อนตำแหน่งได้ โดยใช้นิ้วจิ้มค้างไว้และเลื่อนได้ตามต้องการ



รูปที่ 2.21 การใส่เลเยอร์

2. ตัวอักษร เป็นการพิมพ์ตัวอักษรลงไปในคลิปวิดีโอ โดยจะอยู่ในอีกเลเยอร์หนึ่ง โดยสามารถตกแต่งได้ตามที่ต้องการ เช่นเปลี่ยนสี เปลี่ยนฟอนต์ ทำให้เคลื่อนไหว ฯลฯ โดยการใช้นิ้วจิ้มไปที่คลิกฟอนต์ในเลเยอร์นั้นให้ขึ้นกรอบสี่เหลี่ยมจะมีเครื่องมือขึ้นมาให้เลือกใช้ และสามารถเลื่อนตำแหน่งได้ โดยใช้นิ้วจิ้มค้างไว้และเลื่อนได้ตามต้องการ



รูปที่ 2.22 การใส่ตัวอักษร



### 2.3.6 เครื่องมือเสียง

เครื่องมือเสียงจะเป็นการบันทึกเสียงพูดลงไปโปรเจกต์นั้นโดยแอปพลิเคชันจะสร้างเป็นคลิปเสียงให้อัตโนมัติอยู่ในอีกหนึ่งเลเยอร์



รูปที่ 2.23 การใช้เครื่องมือเสียง

### 2.3.7 เครื่องมือออดิโอ

เครื่องมือออดิโอจะเป็นเป็นการเลือกคลิปเพลงหรือดนตรีประกอบ โดยแอปพลิเคชันจะสร้างเลเยอร์ใหม่ขึ้นมาอีกหนึ่งเลเยอร์



รูปที่ 2.24 การใช้เครื่องมือออดิโอ

เมื่อนำนิ้วจิ้มไปที่คลิปเสียงนั้น จะปรากฏเครื่องมือในการแก้ไขขึ้นมา



รูปที่ 2.25 การแก้ไขแทบเสียง

### 2.3.8 เครื่องมือ envelope

การตกแต่งของ Kinemaster ถือว่าเป็นเครื่องมือที่เป็นไฮไลท์ และทำให้แอปพลิเคชันนี้ได้รับการยอมรับว่ามีความสามารถเทียบเท่าโปรแกรมพีซี นั่นคือสามารถปรับแต่งเสียงให้เบาและดังตามตำแหน่งต่างๆ ได้ในคลิปเดียวกัน โดยการกดที่เครื่องมือ Envelope และลากกำหนดจุดต่างๆ และปรับระดับเสียงตามจุดนั้นๆ ได้ตามที่ต้องการ



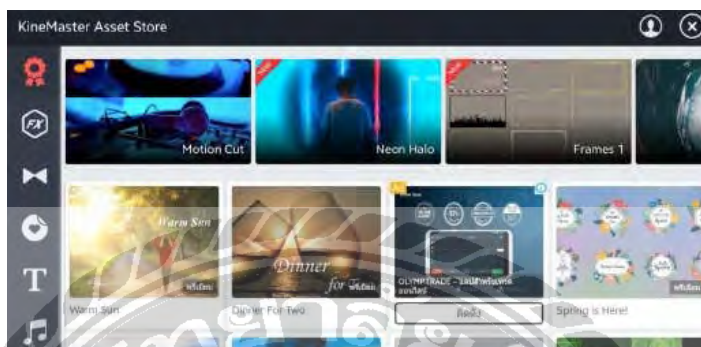
รูปที่ 2.26 การใช้เครื่องมือ Envelope



รูปที่ 2.27 การใช้เครื่องมือ Envelope

### 2.3.9 เครื่องมือร้านค้า

ร้านค้าเมื่อกดเข้าไปแล้ว จะสามารถเข้าไปดาวน์โหลดธีม เอฟเฟกต์ ฟอนต์ ดนตรี หรือเสียงประกอบต่างๆได้ โดยถ้ามีคำว่า ฟรีเยี่ยม จะต้องเสียค่าสมาชิกรายเดือนให้กับแอปพลิเคชัน แต่ถ้าไม่มีคำว่า ฟรีเยี่ยม จะสามารถดาวน์โหลดมาใช้ ฟรี



รูปที่ 2.28 เครื่องต่างๆในร้านค้า

วิธีดาวน์โหลด



รูปที่ 2.29 วิธีดาวน์โหลด

### 2.3.10 การเปลี่ยนฉาก

การเปลี่ยนฉาก เป็นการเปลี่ยนภาพหรือวิดีโอ จากคลิปหนึ่งไปยังอีกคลิปหนึ่ง โดยจะเป็นการตัดไปเลยเฉยๆ ก็ได้ หรือจะให้มีความพิเศษต่างๆก็ได้ เช่น ภาพซ้อน ภาพเลื่อนหาย หรือภาพหมุนในลักษณะ 3D ต่างๆ โดยการใช้วิธีขยายคลิปบนไทม์ไลน์ จนเห็นรอยต่อระหว่างคลิป แล้วใช้นิ้วจิ้มไปที่รอยต่อนั้น จะปรากฏเอฟเฟคต่างๆ



รูปที่ 2.30 การใช้การเปลี่ยน

การขยายไทม์ไลน์ให้กดไปที่เครื่องมือขยาย  
การเปิดพรีวิวภาพให้กดไปที่เครื่องพรีวิว



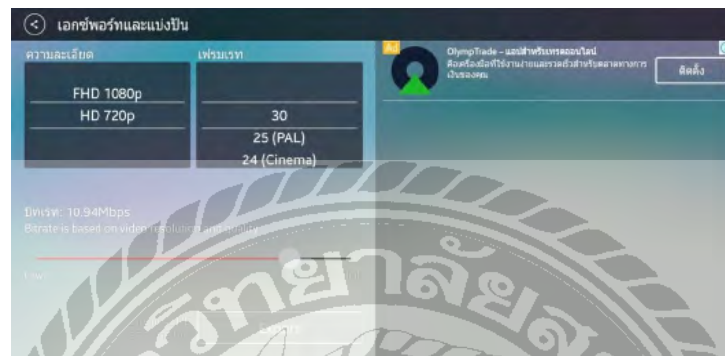
รูปที่ 2.31 การตั้งโหมด พรีวิว



### 2.3.11 การบันทึก และแชร์วิดีโอที่ตัดต่อ

การบันทึก และแชร์วิดีโอที่ตัดต่อออกไปเพื่อใช้งาน ให้กดปุ่มสัญลักษณ์แชร์

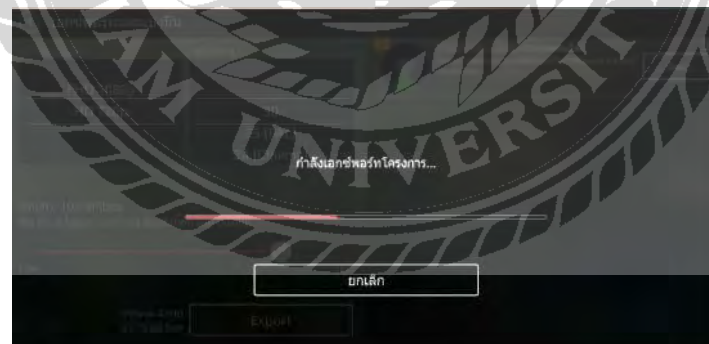
1. แอปพลิเคชันจะไปที่หน้าต่างเอกซ์พอร์ต(Export)
2. เลือกขนาดและเฟรมเรทวิดีโอ (แนะนำให้เลือกที่ HD 720 และ 30 เฟรมเรท)
3. กดปุ่ม Export



รูปที่ 2.32 การ Export

หลังจากที่ Export เสร็จเรียบร้อยแล้ว

1. สำหรับ Android คลิปวิดีโอที่เสร็จสมบูรณ์จะถูกบันทึกในเครื่อง
2. สำหรับ iPhone จะต้องกดที่สัญลักษณ์ส่งออก เพื่อบันทึกเข้าตัวเครื่องอีกครั้ง



รูปที่ 2.33 กำลังดำเนิน Export



รูปที่ 2.34 Export เสร็จสิ้น

### 2.3.12 การบันทึกโปรเจกต์

โปรเจกต์จะถูกบันทึกไว้ในแอปพลิเคชันโดยอัตโนมัติ สามารถกลับมาแก้ไขใหม่เมื่อไรก็ได้ แต่ทั้งนี้คลิป ต้นฉบับต่างๆ ในโปรเจกต์ ต้องไม่ถูกลบหรือเปลี่ยนตำแหน่งที่เก็บไป

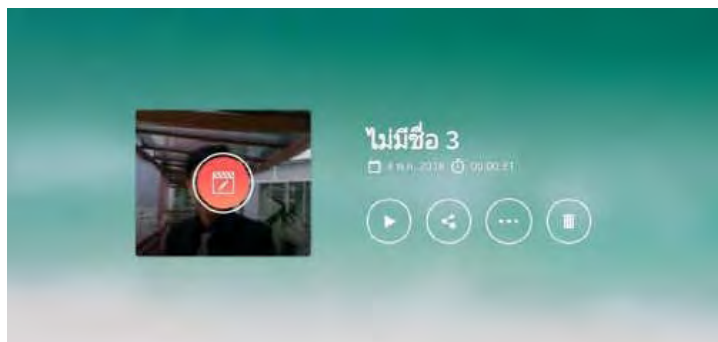
ทั้งนี้โดยเฉพาะ iPhone หากดึงคลิปจาก icloud มาใช้ เมื่อกลับมาโปรเจกต์ใหม่ จะไม่สามารถ กลับมาแก้ไขได้ เพราะแอปพลิเคชันจะหาคลิปต้นฉบับไม่เจอ



รูปที่ 2.35 การบันทึกโปรเจกต์

โปรเจกต์เดิมที่เคยสร้างไว้ จะอยู่ในหน้าจอหลักของแอปพลิเคชันเมื่อเปิดใช้งาน โดยสามารถเลือกโปรเจกต์ที่ต้องการกลับไปแก้ไขใหม่ได้ โดยการกดที่รูปของโปรเจกต์นั้น

โปรเจกต์ที่ต้องการแก้ไข จะขึ้นหน้าต่างให้เลือก โดยกดไปที่เครื่องแก้ไขได้เลย



รูปที่ 2.36 วิธีการตัวขึ้นงาน

### 2.3.13 การซ้อนภาพเทคนิคพิเศษ (Chroma Key)

แอปพลิเคชัน Kinemaster สามารถซ้อนภาพ Chroma Key ในลักษณะของการกัตสีพื้นหลัง ออก โดย ถ่ายต้นแบบกับพื้นหลังสีเขียว แล้วใช้เครื่องมือ Chroma Key กัตสีพื้นหลังออก แล้วนำคลิป มาซ้อนกันในอีกเลเยอร์

1. เลือกภาพพื้นหลังไว้เลเยอร์ 1 ส่วนภาพต้นแบบที่ถ่ายกับ พื้นหลังสีเขียวไว้เลเยอร์ 2



รูปที่ 2.37 เลือกภาพพื้นหลัง

## 2. ดึงภาพแบบสีเขียวให้เต็มจอ กดปุ่มเครื่องมือ Chroma Key



รูปที่ 2.38 กดปุ่มเครื่องมือ Chroma Key

## 3. เลื่อนระดับของการกัดสีทั้งบนและล่างจนสีเขียวหายไป



รูปที่ 2.39 เลื่อนระดับของการกัดสี

## 4. เมื่อกัดสีเขียวออกจนสมบูรณ์แล้ว สามารถบันทึกและนำไปใช้งานได้ต่อไป

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Domjan(1996,p.199)อธิบายว่าการจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรมการกระทำกิจกรรมของบุคคลโดยบุคคลจงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการแรงจูงใจ หมายถึง “บางสิ่งบางอย่างที่อยู่ภายในตัวของบุคคลที่มีผลทำให้บุคคลต้องกระทำหรือเคลื่อนไหว หรือ มีพฤติกรรมในลักษณะที่มีเป้าหมาย (Walters, 1978, p. 218) กล่าวอีกนัยหนึ่ง

ก็คือ แรงจูงใจเป็นเหตุผลของการกระทำนั้นเอง ศุวิมล ควรเจริญ (2535) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึงแรงหรือพลังที่ผลักดันกระตุ้นหรือเร้าความรู้สึกของบุคคลให้ความสนใจมีความเต็มใจในการปฏิบัติกิจกรรมเพนสิ่งชี้พฤติกรรมที่นำไปสู่เป้าหมายตามที่บุคคลนั้นคาดหวังเอาไว้ในส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของพวามีนงานวิจัยของ ศุภภัทรา บุญยสุรรักษ์ (2559) ศึกษาพฤติกรรม

การใช้ VDO Contentกับการทำศัลยกรรมความงาม พบว่าการเพิ่ม จำนวนหรือช่องทางนำเสนอ สื่อ VDO Contentศัลยกรรมความงามให้ ผู้บริโภครับชมบ่อยมากขึ้นนั้น เป็นการสร้างแรงจูงใจและ แรงกระตุ้นให้กับผู้บริโภคที่ต้องการทำศัลยกรรมความงามมาใช้บริการได้ซึ่งบ่งชี้ให้เห็นถึงปัจจัยด้าน การรับสารที่มีความถี่และการชมซ้ำนั้นสามารถเพิ่มแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมร่วมได้

ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หะริน จงเจริญรัตน์ ที่ได้ศึกษาถึงอิทธิพลของเนื้อหาทางการตลาด ความสัมพันธ์กับแหล่งข้อมูลและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการบอกต่อทางการตลาดแบบViral Marketing ของผู้ใช้งานบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าการใช้แรงจูงใจด้านอารมณ์ควร เน้นเนื้อหาที่สร้างอารมณ์สนุกสนาน ข้อมูล ทักษะคติในเชิงบวก สนุกสนานผ่อนคลาย ซึ่งเป็นการง่าย ในการเข้าถึงในทุกกลุ่มและทุกเพศทุกวัย

แรงจูงใจ หมายถึง “สภาวะที่อยู่ภายในตัวที่เป็นพลัง ทำให้ร่างกายมีการเคลื่อนไหวไป ใน ทิศทางที่มีเป้าหมายที่ได้เลือกไว้แล้ว ซึ่งมักจะเป็นเป้าหมายที่มีอยู่ภาวะสิ่งแวดล้อม” (Loundon & Bitta, 1988, p. 368) จากความหมายนี้จะเห็นได้ว่า แรงจูงใจจะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบที่ สำคัญ 2 ประการ คือ

- 1) เป็นกลไกที่ไปกระตุ้นพลังของร่างกายให้เกิดการกระทำ
- 2) เป็นแรงบังคับให้กับพลังของร่างกายที่จะกระทำอย่างมีทิศทาง Kotler & Armstrong (2002) กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นได้นั้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับเคลื่อน (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ ของตนเอง Hanna & Wozniak (2001 อ้างใน วิกานดา รัตนพงศ์ปรกรณ์, 2558) ให้ความหมายไว้ ว่าแรงจูงใจ คือ เหตุผลที่ทำให้บุคคลเกิดแรงผลักดันที่ก่อให้เกิดการกระทำหรือพฤติกรรมบางอย่าง ซึ่งแรงจูงใจถือว่าเป็นแรงขับภายในตัวบุคคลที่แสดงออกมาในรูปแบบต่างๆ เพื่อที่จะสามารถตอบ สอนองความต้องการที่พึงประสงค์ ชูชัย สมิทธิไกร (2557) อธิบายเกี่ยวกับกระบวนการเกิดแรงจูงใจ ว่าความต้องการด้านต่างๆของบุคคลนั้นเป็นสิ่งที่ขับเคลื่อนและผลักดันให้บุคคลหนึ่งเกิดแรงจูงใจ และ แสดงออกทางพฤติกรรม โดยที่พวกเขาจะมีความกระตือรือร้นและตั้งใจทำในสิ่งต่างๆ เพื่อ ตอบสนองต่อความต้องการของพวกเขาเอง แต่อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกอาจ จะแตกต่างกันออกไป ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะของบุคคลด้วยเช่นกัน (หะริน จงเจริญรัตน์, 2559)

วิไล องค์กรนะสุข ได้พัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่องการ ผลิตตรายการโทรทัศน์ ตามเกณฑ์ที่กำหนด 85/85 พบว่า ประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์โดย ผู้เชี่ยวชาญมีความคิด เห็นต่อคุณภาพบทเรียนอยู่ในเกณฑ์ดีมาก และทางด้านผู้เรียนมีความคิดเห็นว่า บทเรียนมีความเหมาะสมดี

วรวรรณ ศรีสงคราม ได้พัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชา ออกแบบ 1 ระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย ผลการวิจัยพบว่า ได้บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย วิชา ออกแบบ 1 ระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย มีประสิทธิภาพ 91.7/91.3 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ 90/90

อุษา จงใจเทศ ทา การวิจัยพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เพื่อ การ ฝึกอบรม เรื่อง การเชื่อมวงจร กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานบริษัท เอ็น เอส อิเล็กทรอนิกส์ กรุงเทพฯ (1993) จากที่



ปฏิบัติงานอยู่ในช่วงเดือนตุลาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2545 และยังไม่เคยเข้ารับการ ฝึกอบรม พบว่า ประสิทธิภาพโดยรวมของบทเรียน คือ 96.22/90.59 สูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ 85/85

จุไรรัตน์ อัครปริชาศาสตร์ ได้พัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง เครื่องมือเครื่องใช้ ในงานเกษตร สำหรับนักเรียนช่วงชั้นปีที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ได้บทเรียนคอมพิวเตอร์ มัลติมีเดีย เรื่อง เครื่องมือเครื่องใช้ในงานเกษตร สำหรับนักเรียนช่วงชั้นปีที่ 1 มีคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก และด้านสื่ออยู่ในระดับดี ส่วนผลการใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย พบว่าผู้เรียนส่วนใหญ่ มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอยู่ในระดับดี ร้อยละ 78.57 ของนักเรียนทั้งหมด

พรพจน์ พุฒวันเพ็ญ ได้พัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น ผลการวิจัยพบว่า ได้บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น คุณภาพด้านเนื้อหา และด้านเทคโนโลยีการศึกษาอยู่ในระดับดี และบทเรียนประสิทธิภาพ 92.50/95.56 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้

วรรณยา เฉลยปราษฎ์ ได้พัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง ดนตรีพื้นบ้านของไทย สำหรับนักเรียนช่วงชั้นปีที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ได้บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง ดนตรีพื้นบ้านของไทย สำหรับนักเรียนช่วงชั้นปีที่ 1 มีคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่ออยู่ในระดับดี ส่วนผลการใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย พบว่า ผู้เรียนส่วนใหญ่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอยู่ในระดับ ดีร้อยละ 85.71 ของนักเรียนทั้งหมด

สุทธิพล แสงบุญ ได้พัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง การสร้าง หุ่นยนต์เบื้องต้น ผลการวิจัยพบว่า ได้บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง การสร้างหุ่นยนต์เบื้องต้น คุณภาพด้านเนื้อหา และด้านเทคโนโลยีการศึกษาอยู่ในระดับดี และบทเรียนประสิทธิภาพ 90.94/87.11 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้

สุภัทรี ศรีนอก ได้พัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานที่ใช้ในชีวิตประจำวัน สำหรับนักเรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน ช่วงชั้นปีที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ได้บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่อง คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานที่ใช้ในชีวิตประจำวัน สำหรับนักเรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน ช่วงชั้นที่ 1 ที่มีคุณภาพด้านเนื้อหาและด้าน สื่ออยู่ในระดับดี ส่วนผลการใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย พบว่าผู้เรียนส่วนใหญ่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอยู่ในระดับดี ร้อยละ 80.00 ของนักเรียนทั้งหมด บรราน (Brown.1994) ทำการพัฒนา มัลติมีเดียและการศึกษาเปรียบเทียบ การใช้มัลติมีเดียใน การนำเสนอจอภาพแบบที่มีตัวอักษร และภาพวิดิทัศน์ ในเนื้อหาวิชาที่เรียกกับความเชื่อประเพณีของจีน และเป็น วิชาที่เหมาะสมกับการเขียน การวิจัยครั้งนี้ได้นำ เนื้อหา 40 วิชา ของมหาวิทยาลัยวงซิงตัน มา สร้างเป็นมัลติมีเดีย พบว่าการเขียนตอบของนักเรียนที่เรียนจากภาพเคลื่อนไหว ประกอบเสียง สูงกว่าการ เขียนตอบจากจอภาพที่มีอักษรเพียงอย่างเดียว

แบกซ์เตอร์ ศึกษาเรื่องปฏิสัมพันธ์ก่อนการเรียนการสอน สำหรับ นักเรียน ที่มีส่วนในการใช้ มัลติมีเดีย พบว่ามัลติมีเดียในปัจจุบันจะประกอบไปด้วยตัวอักษร ภาพวิดิทัศน์ ภาพเคลื่อนไหว และเสียงบรรยาย ในการวิจัยเขาใช้มัลติมีเดียเข้าสู่บทเรียนก่อนการเรียนการสอนใน วิชาคอมพิวเตอร์ เพื่อให้เกิดมโนทัศน์โดยใช้โปรแกรมเสนอหัวข้อต่างๆ ให้นักเรียนได้ศึกษาผลการวิจัยพบว่า ผู้เรียนที่ได้

ศึกษามีความเข้าใจในเนื้อหาและทักษะเบื้องต้นเกี่ยวกับวิชาคอมพิวเตอร์ได้ดี

เฮนนิส ได้ทำ การศึกษาผลการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียในการออก เสียงเป็นการ ศึกษาเพื่อสำรวจการใช้คอมพิวเตอร์มัลติมีเดียโดยทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จากบุคคล ทั่วไป และนักเรียน จำนวน 146 คน ในการทดลองใช้คอมพิวเตอร์ที่มีตัวอักษร ภาพยนตร์และสื่อ มัลติมีเดีย จากการทดลอง พบว่า 13 เปอร์เซ็นต์ ไม่รู้เกี่ยวกับการออกเสียง และผลจากการทดลอง พบว่านักเรียนสามารถตอบสนอง ได้ดีกว่าการใช้มัลติมีเดียที่มีตัวอักษร และคำพูดที่ใช้เสียงต่ำ สรุปผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับบทเรียน คอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย พบว่าการเรียนด้วย คอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ทำให้ผู้เรียนมีความสนใจและเกิดผล สัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดีขึ้น และยังมีเจตคติที่ดีต่อการเรียนด้วย บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียจึงน่าจะ เป็นรูปแบบที่เหมาะสมในการผลิตและ เผยแพร่เพื่อให้ผู้เรียนและผู้สนใจนำไปศึกษาด้วยตนเองได้อย่างมี ประสิทธิภาพ



### บทที่ 3

## รายละเอียดการปฏิบัติงาน

#### 3.1. ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

ชื่อบริษัท : มูลนิธิธนาคารเพิ่มบุญ

ที่อยู่ : แขวง หลังสอง เขตบางแค กรุงเทพมหานคร 10160

โทรศัพท์ : 089-340-3857, 089-442-2845



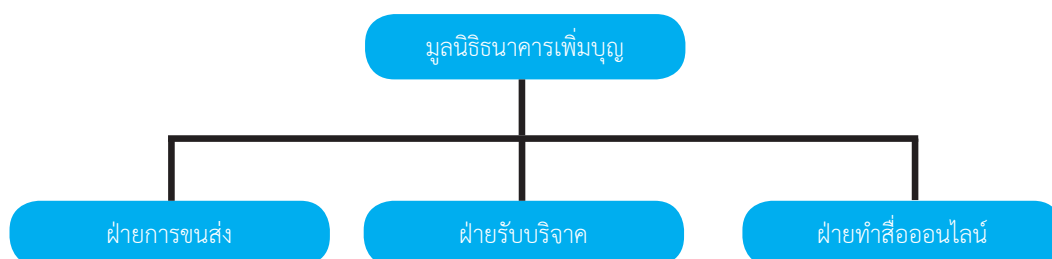
รูปที่ 3.1 แผนที่ตั้ง มูลนิธิธนาคารเพิ่มบุญ

#### 3.2. ลักษณะการประกอบการ ผลิตภัณ์การให้บริการหลักขององค์การ

มูลนิธิธนาคารเพิ่มบุญนี้เป็น สถานที่ให้ผู้คนมาบริจาค ช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส และเป็น การบริจาคโรงศพอีกด้วย และยังให้พื้นที่ในการทำสื่อออนไลน์ ที่จะนำข้อมูลของศาสตร์ดวงเงิน มาให้ ผู้คนได้ความรู้หรืออยากที่จะศึกษาเกี่ยวกับศาสตร์ดวงเงิน และจะมีใช้สื่อออนไลน์นั้นมา ประกาศถึง งานการกุศลหรือเทศกาลต่างๆ ให้ผู้มาช่วยกันทำบุญ



### 3.3 รูปแบบการจัดองค์การและการบริหารงานองค์กร



รูปที่ 3.2 การบริหารงานองค์กร

### 3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

นักศึกษาที่ปฏิบัติงาน

ชื่อ - นามสกุล : นายพริษฐ์ เฟือกพิพัฒน์

ตำแหน่งงาน : ติดต่อวิดีโอ

ลักษณะงานได้รับมอบหมาย

- ถ่ายคลิปวิดีโอ
- ติดต่อคลิปวิดีโอ
- ออกแบบ Graphic Design

### 3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

ชื่อ - นามสกุล : นาย ญัฐวัฒน์ เบญจพ่องวัฒนา (ชินแสอยู่ อู่ทอง อุ่นน้ำ)

ตำแหน่ง: เจ้าหน้าที่ พิธีกร รายการ โหราศาสตร์ ดวงจีน ฮวงจุ้ย

### 3.6. ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ระยะเวลา 16 สัปดาห์ระหว่างวันที่ 17 สิงหาคม 2563 ถึง 4 ธันวาคม 2563

### 3.7. ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

- 3.7.1. วางแผนองค์ประกอบในห้องสตูดิโอ เช่น เขียนบทพูด ,จัดมุกกล้อง ,จัดแสงไฟ ฯลฯ
- 3.7.2. ทำการถ่ายคลิปวิดีโอ
- 3.7.3. ทำการปรึกษาถึง รูปแบบการจัดวางภายในคลิปวิดีโอ
- 3.7.4. เมื่อทำวิดีโอเสร็จแล้ว ทำการส่งไปให้ทาง พี่เลี้ยง ตรวจสอบ
- 3.7.5. นำตัวงานคลิปวิดีโอกลับมาแก้ไข ตามคำแนะนำ
- 3.7.6. ปฏิบัติงานตั้งแต่วันที่ 17 สิงหาคม 2563 ถึง 4 ธันวาคม 2563

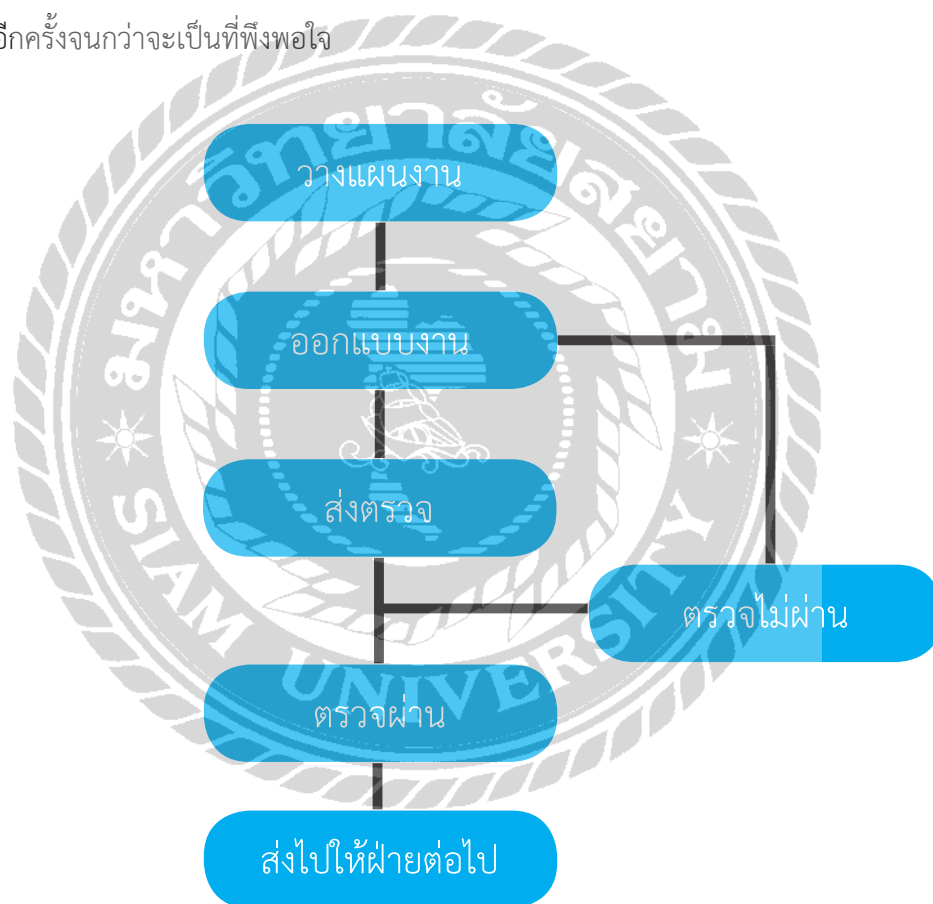


## บทที่ 4

### ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

#### 4.1 ขั้นตอนการวางแผนการดำเนินงาน

มีการวางแผนการดำเนินงานโดยสรุปข้อมูลขอบเขตและความต้องการของชิ้นงานนั้นๆ และรับงานจากพี่เลี้ยงที่ปรึกษามาดำเนินการต่อไปเมื่องานเสร็จจึงส่งงานให้กับ พี่เลี้ยงที่ปรึกษา ตรวจสอบความเรียบร้อยแล้ว หากมีข้อบกพร่องในชิ้นงาน นักศึกษาจะนำกลับ มาแก้ไข และส่งให้กับ พี่เลี้ยงที่ปรึกษาอีกครั้งจนกว่าจะเป็นที่พึงพอใจ



รูปที่ 4.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน

## 4.2 ขั้นตอนการออกแบบและดำเนินงาน

### 4.2.1 จัดตั้งกล้อง วิดีโอ จัดมุมกล้องต่างๆ



รูปที่ 4.2 ห้องสตูดิโอ

### 4.2.2 เริ่มการถ่ายทำวิดีโอ



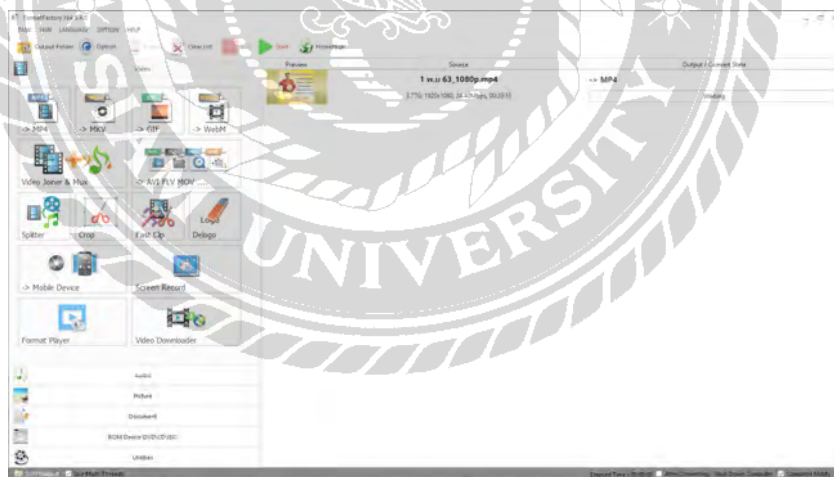
รูปที่ 4.3 การถ่ายทำ

#### 4.2.3 นำไฟล์วิดีโอใน เมมโมรี่การ์ด ไปลงคอม



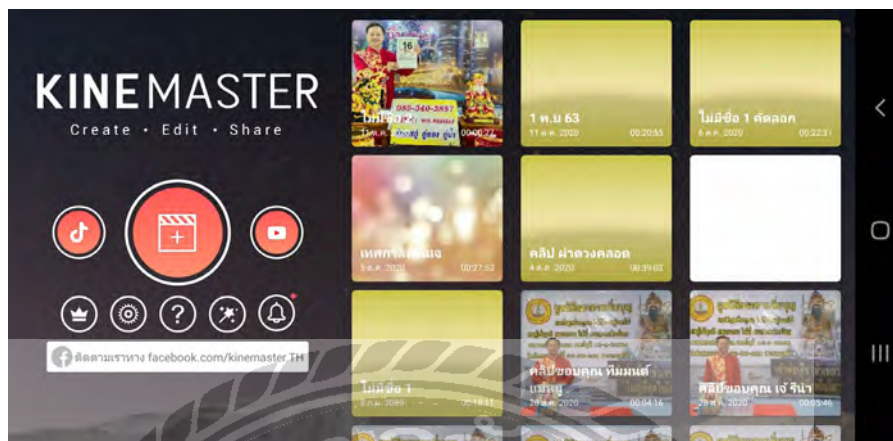
รูปที่ 4.4 เมมโมรี่การ์ด

#### 4.2.5 นำไปแปลงไฟล์นำโปรแกรม format factory ให้เป็นไฟล์ .mp4



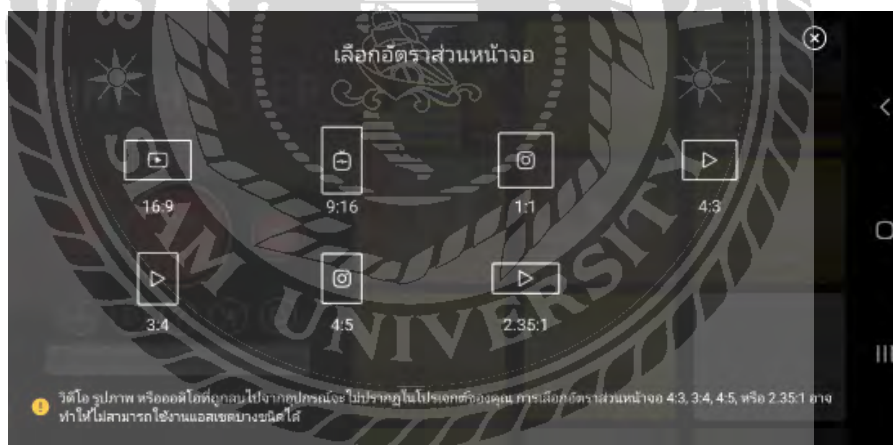
รูปที่ 4.5 โปรแกรม Fomat Foctory

## 4.2.10 เปิดโปรแกรม kinemaster



รูปที่ 4.6 โปรแกรม Kinemaster

## 4.2.11 สร้าง โปรเจคงาน ขนาด 16:9 ( 1920x1080 )

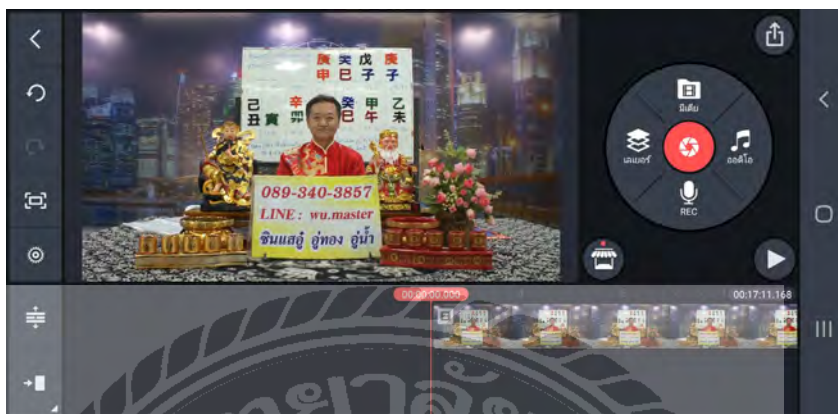


รูปที่ 4.7 เลือกขนาดของงาน



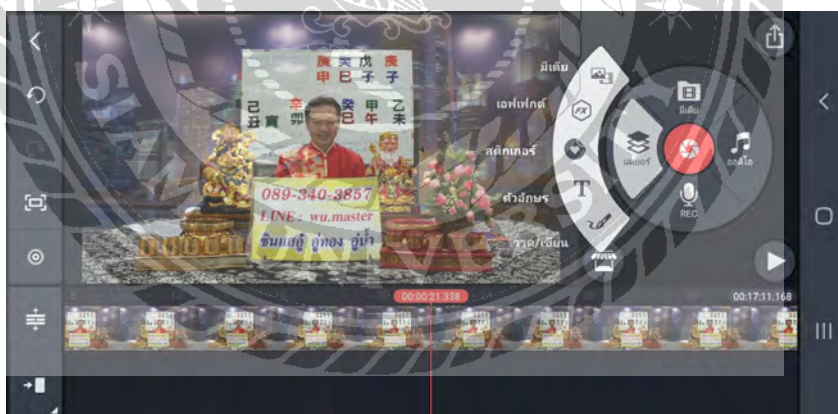
4.2.12 จากนั้นเลือกไฟล์งานวิดีโอที่จะทำ

4.2.15 ทำการตัดต่อตัววิดีโองาน



รูปที่ 4.8 การตัดต่อในโปรแกรม

4.2.16 วิธีใส่ภาพแทรก กัดที่เลเยอร์ แล้วกดที่มีเดีย



รูปที่ 4.9 การตั้งเลเยอร์

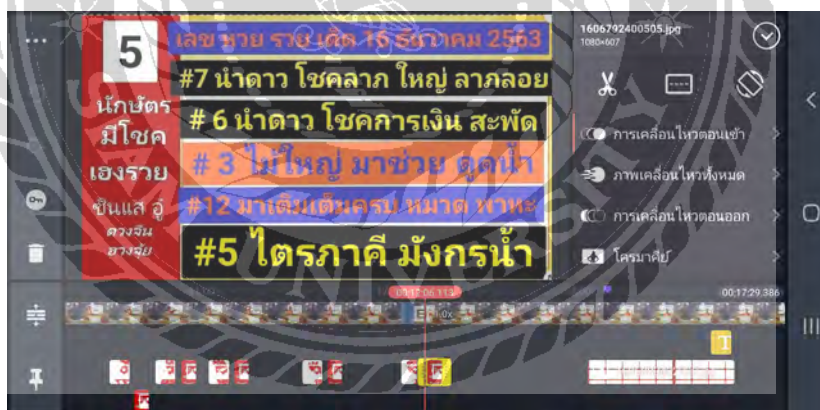
#### 4.2.17 เลือกรูปภาพที่จะนำไปประกอบ



รูปที่ 4.10 การเลือกภาพไปประกอบ

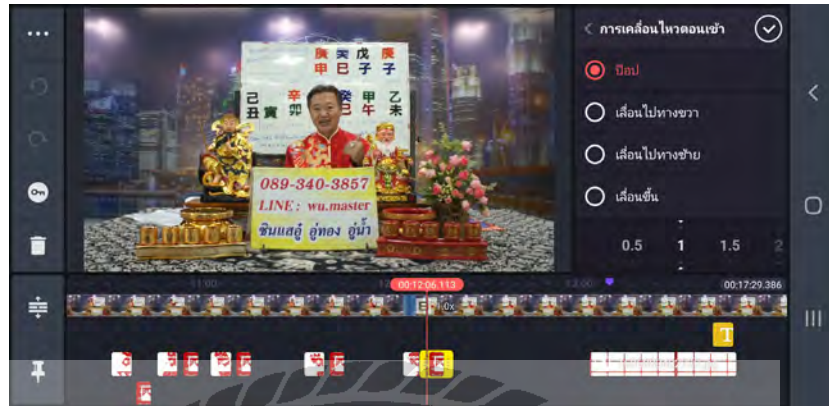
#### 4.2.18 วิธีการตั้ง ให้ขึ้นแฟรม และออกแฟรม

#### 4.2.19 เลือกตัวงาน แล้วกดเลือก การเคลื่อนไหวตอนเข้า การเคลื่อนไหวตอนออก



รูปที่ 4.11 การใส่ภาพเคลื่อนไหว

4.2.20 เลือกรูปแบบตามที่ต้องการ



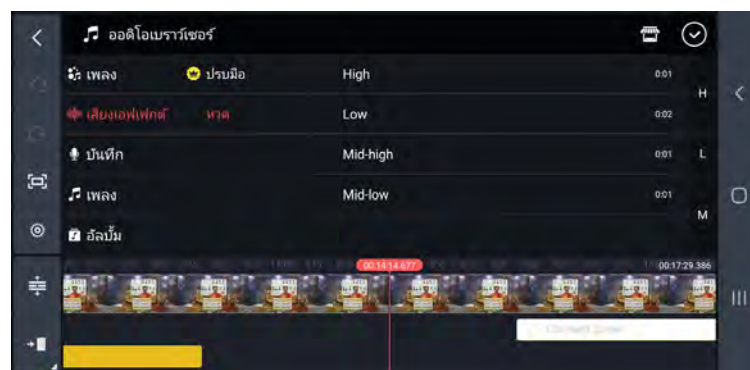
รูปที่ 4.12 การตั้งรูปแบบ

4.2.21 วิธีใส่เสียงเอฟเฟกต์ กดไปที่ ออดิโอ

4.2.23 เลือกที่ เสียงเอฟเฟกต์ แล้วเลือกรูปแบบตามที่ต้องการ



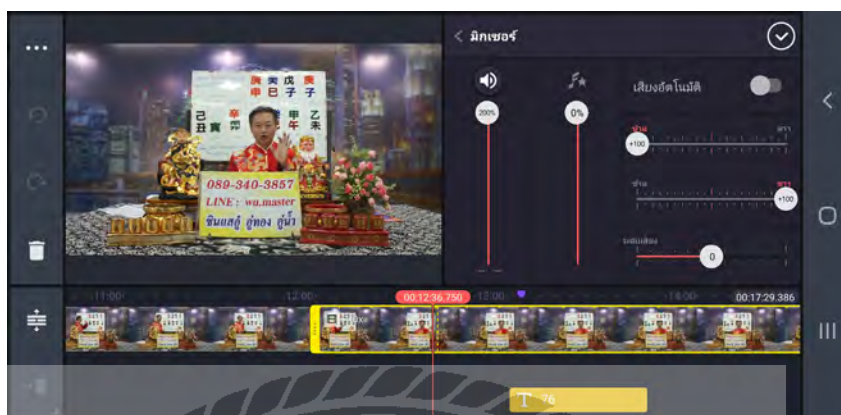
รูปที่ 4.13 การจัดเสียงเอฟเฟค



รูปที่ 4.14 การเลือกเสียงเอฟเฟค



#### 4.2.24 ปรับระดับเสียงของตัววิดีโอ ขึ้นไปที่ 200



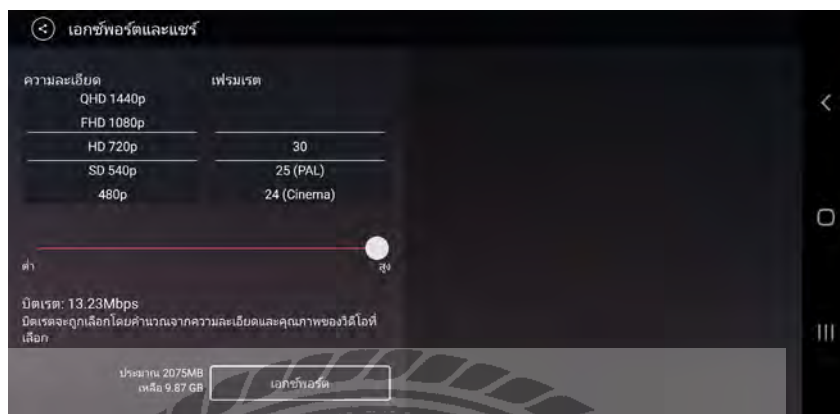
รูปที่ 4.15 การเลือกปรับระดับของเสียง

#### 4.2.25 วิธีการ Export กดไปที่ไอคอน ที่อยู่ ขวาบนของโปรแกรม



รูปที่ 4.16 วิธีการ Export

4.2.27 ให้เลือกความละเอียดที่ HD 720p และ เลือก เฟรมเรตที่ 30



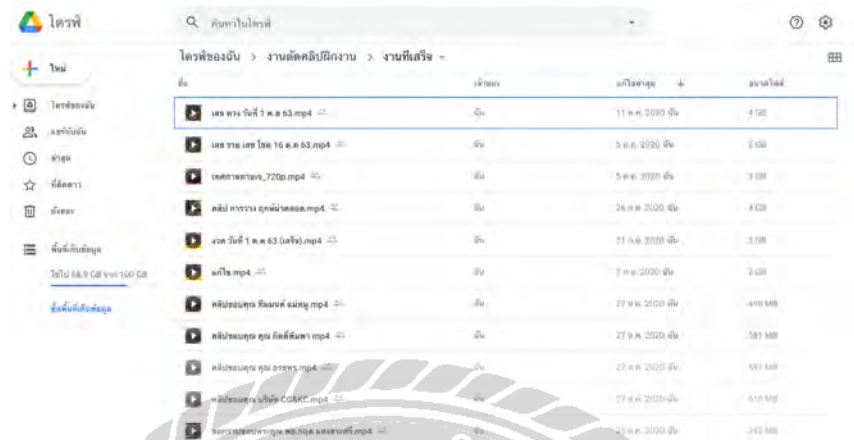
รูปที่ 4.17 การตั้งขนาดงานก่อน Export งาน

4.2.28 แล้วทำการกดเริ่ม เอกซ์พอร์ต



รูปที่ 4.18 เริ่ม Export งาน

#### 4.2.29 เมื่อเอกซ์พอร์ต เสร็จแล้วให้นำตัวคลิป ไปใส่ใน Google Drive



รูปที่ 4.19 ใส่งานไว้ที่ Google Drive

#### 4.2.30 คลิกขวาที่คลิป และเลือก รับลิงก์ ต้องเป็น ทุกคนที่มีลิงก์



รูปที่ 4.20 การตั้งส่งงานผ่านลิงค์



4.2.31 นำลิงค์ ของคลิป ส่งให้พี่เลี้ยง ทาง Line ตรวจสอบ และแก้ไข



รูปที่ 4.21 ส่งงานให้พี่เลี้ยงตรวจ

4.2.32 เมื่อตรวจผ่านแล้ว พี่เลี้ยงจะนำคลิปไปให้กับทางฝ่ายที่จะอัปโหลดคลิป



รูปที่ 4.22 คลิปได้อยู่ใน Youtube

4.3 ภาพตัวอย่างที่ตัดต่อเสร็จ



รูปที่ 4.23 ตัวอย่างที่ 1



รูปที่ 4.24 ตัวอย่างที่ 2

## บทที่ 5

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลโครงการหรืองานวิจัย

เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและประชาสัมพันธ์ให้กับทางมูลนิธิและเพื่อเพิ่มกลุ่มเป้าหมาย

##### 5.1.1 ปัญหาและอุปสรรค

- ต้องใช้เวลาในการเข้าใจถึงรูปแบบงานเพื่อให้คนที่มาชมเกิดความสนใจและอยากติดตามผลงานนั้น

##### 5.1.2 ข้อเสนอแนะ

- หาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีการสร้างรูปแบบของงานให้มีความน่าสนใจให้มากขึ้น และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

#### 5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

จากที่นักศึกษาปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้ไปฝึกงานที่ มูลนิธิ ธนาครเพิ่มบุญ ทำให้ได้รับประสบการณ์จากทางสถานฝึกเป็นอย่างมากเนื่องจากพี่เลี้ยงมีความเป็นกันเองทำให้งานที่ได้รับมอบหมายผ่านไปได้อย่างดี สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณพี่เลี้ยง มา ณ โอกาสนี้ด้วย

##### 5.2.1 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

- ได้เรียนรู้ขั้นตอนการทำงานจริง
- แก้ปัญหาต่างๆ ในสถานการณ์จริง

##### 5.2.2 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

- ต้องใช้เวลาในการทำความเข้าใจในสิ่งที่ต้องทำ
- พบปัญหาข้อผิดพลาดในการทำงาน
- การสื่อสารกับพี่เลี้ยง ที่ต้องติดต่อกันผ่านอุปกรณ์สื่อสาร

##### 5.2.3 ข้อเสนอแนะ

- ไม่สร้างความเดือดร้อนและปัญหาในสถานประกอบการ

## บรรณานุกรม

การจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรม. (ม.ป.ป.).

[http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3131/1/kaitikhun\\_yaow.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3131/1/kaitikhun_yaow.pdf)

ธัญญธร สารสิทธิ์. (2556). พฤติกรรมการใช้งานและการคัดเลือกข่าวจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สื่อข่าวโทรทัศน์. <http://www.spu.ac.th/commart/files/2013/09/%E0%B8.docx>.

พัชรภรณ์ ไกรชุมพล. (2555). ทักษะคิดและพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสร้างชื่อเสียงกรณีศึกษาอุทูป. [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3078/1/voraporn\\_suja.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3078/1/voraporn_suja.pdf)

พิชยารักษ์ มณีเลอเลิศ. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคผ่านระบบออนไลน์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พรทิพย์ กิมสกุล. (2553). พฤติกรรมการใช้ยูทูปและประเด็นจริยธรรมทางข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้ยูทูปในประเทศไทย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รัฐพงศ์ จั่วแจ่มใส. (2560). การศึกษาทัศนคติ พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มของผู้บริโภคสื่อโฆษณาในสตรีมบนกลุ่มวิดีโอออนไลน์.

<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/apheitvu/article/view/95260>

อิศราวุฒิ กิจเจริญ. (2559). แนวคิดที่เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์.

<http://gscm.nida.ac.th/public-action/Journal/Vol.2-59/4.pdf>



ภาคผนวก

## ประวัติคณะผู้จัดทำ



รหัสนักศึกษา : 5902200006  
ชื่อ - นามสกุล : นายพริษฐ์ ฝือกพิพัฒน์  
สาขาวิชา : แอนิเมชันและสื่อสร้างารรค์  
ที่อยู่ : 2/1 ถ.ติวานนท์ 3 แยก 19 อ.เมือง ต.ตลาดขวัญ จ.นนทบุรี  
11000  
ผลงาน : ออกแบบ และสร้างสรรค์งานวีดิทัศน์ ผ่านช่องทาง ยูทูป ให้กับ  
ทางมูลนิธิ ธนาคาร เพิ่มบุญ