



การขายภาพออนไลน์กับการเรียนรู้ตลอดชีวิตในชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์

Selling an Online Photo or Stock Photography and the Lifelong Learning
in an Online Community of Practice

นรินทร์ นนทมาลย์¹

Narin Nonthamand

บทคัดย่อ

การขายภาพออนไลน์เป็นการหารายได้อีกรูปแบบหนึ่งในยุคดิจิทัล ซึ่งมีหลายสิ่งที่จะต้องเตรียมตัว และสามารถเรียนรู้ได้จากสื่อออนไลน์ต่าง ๆ หรือจากการรวมกลุ่มกันของคนขายภาพ ที่ร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ นำเสนอแนวคิดต่าง ๆ รวมถึงการช่วยกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการขายภาพออนไลน์ โดยมีจุดประสงค์เดียวกัน จนเกิดเป็นชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์ ผ่านการใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือต่าง ๆ ในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างคนขายภาพทั่วโลก และทำให้คนขายภาพที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์ในการขายภาพได้เรียนรู้และมีปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง จนเกิดเป็น การเรียนรู้ตลอดชีวิตในชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์ของคนขายภาพ เนื่องจากความต้องการของการใช้ภาพมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไปตามยุคสมัย รวมถึงอุปกรณ์และเทคนิคในการถ่ายภาพที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

รูปแบบของการขายภาพออนไลน์จะขึ้นอยู่กับแต่ละตัวแทนของการขายภาพว่ามีแนวทางอย่างไร แต่โดยสรุปแล้ว องค์ประกอบของการขายภาพออนไลน์มี 6 องค์ประกอบ คือ (1) คนขายภาพ (2) อุปกรณ์ถ่ายภาพ (3) ภาพถ่าย (4) เอกสารยืนยันตัวตน (5) อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศ (6) บัญชีธนาคาร และมีขั้นตอนในการขายภาพออนไลน์ 7 ขั้นตอน ดังนี้ (1) สมัคร (2) อัปโหลดรูปภาพ (3) ใส่คำอธิบายและคำสำคัญของภาพ (4) รอการตรวจสอบภาพ (5) ยืนยันตัวตน (6) กรอกรายละเอียด และ (7) ระบุข้อมูลการจ่ายเงิน

คำสำคัญ: ภาพสต็อก / ขายภาพออนไลน์ / การเรียนรู้ตลอดชีวิต / ชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์

Article Info: Received 13 June, 2019; Received in revised form 2 July, 2019; Accepted 2 July, 2019

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา วิทยาลัยการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา อีเมล: n.nonthamand@gmail.com
Lecturer in Educational Technology Division, School of Education, University of Phayao Email: n.nonthamand@gmail.com

Abstract

Selling photo online or stock photography is one of the way to earn income in digital age. To sell photo online, sellers have to prepare many things which they can also learn from various online media. Another learning channel is from the community of sellers who sharing the same purpose, forming the group with an aim to exchange opinions, experiences, to suggest new ideas as well as to resolves issues arising out of selling photo online. This group is known as the community of practice. With technologies and devices for communication between sellers worldwide, sellers have become a part of the community of practice where they can learn the sale techniques interact continuously. The learning process have eventually become a lifelong learning process among members of the community of practice since the demand of buyers regarding purpose of using photos is likely to change periodically. On the other hand, the photography equipment and techniques are also developed constantly.

The procedures of selling photo online are depended on each agent. In conclusion, the composition of selling photo online consists of 6 elements namely (1) Contributor, (2) Photography equipment, (3) Photo, (4) Contributor identity document, (5) Information technology equipment, and (6) Bank account. The procedures of selling photos online consist of 7 steps as follows (1) Sign up, (2) Uploading photos, (3) Insert description and keyword for the photo, (4) Awaiting photo verification, (5) Confirming identity, (6) Filling up tax detail, and (7) Filling up payment detail.

KEYWORDS: SELLING PHOTO ONLINE / STOCK PHOTOGRAPHY / LIFELONG LEARNING / ONLINE COMMUNITY OF PRACTICE

บทนำ

“การถ่ายภาพเป็นงานศิลปะ เป็นของที่มีประโยชน์ ขออย่าได้ถ่ายภาพกันเพื่อความสนุกสนาน หรือความสวยงามเท่านั้น จงใช้ภาพให้เกิดคุณค่าแก่สังคม ให้เป็นประโยชน์ส่วนรวม งานศิลปะจะช่วยพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้า ได้อีกแรงหนึ่ง” พระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตร (รัชกาลที่ 9) พระราชทานแก่กรรมการบริหารสมาคมถ่ายภาพแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์

พระราชดำรัสดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของการถ่ายภาพ ไม่ว่าจะเป็นยุคสมัยไหน ภาพถ่ายยังคงเป็นสื่อที่สำคัญในการสื่อสารแทนคำนับพันคำ จนมาถึงยุคดิจิทัลการสื่อสารด้วยภาพเป็นกระบวนการที่มีการขับเคลื่อนอย่างไม่หยุดนิ่ง ภาพถ่ายได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของคนในสังคมเป็นอย่างมาก โดยการถ่ายภาพในยุคนี้ทำได้ง่าย สะดวกและสามารถถ่ายภาพโดยใช้สมาร์ตโฟนแล้วแบ่งปันในสื่อสังคมออนไลน์ได้ทันที อีกทั้งภาพถ่ายเป็นสื่อสำคัญในการถ่ายทอดความรู้ ข่าวสาร แนวความคิด และความรู้สึกไปยังบุคคลอื่น (เยาวนารถ พันธุ์เพ็ง, 2556) รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในศตวรรษที่ 21 ทำให้เกิดการพัฒนาเครื่องมือต่าง ๆ ขึ้นมาใช้ในการติดต่อสื่อสารและการเรียนรู้ร่วมกันของคนทั้งโลก เพื่อเป็นสื่อกลางในการสนทนาอภิปราย ค้นคว้า เสนอแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกันระหว่างกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน

เครื่องมือในการสื่อสารดังกล่าวนี้มีส่วนช่วยให้ผู้ที่สนใจเข้าถึงแหล่งข้อมูล แหล่งการเรียนรู้ต่าง ๆ ที่มีรูปแบบแตกต่างกันได้ รวมไปถึงการส่งเสริมการเรียนรู้ในประเทศไทย ได้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 ที่สนับสนุนให้ทุกคนเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิตในยุคดิจิทัล (digital age) ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงสื่อดิจิทัลได้อย่างสะดวกมากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) และการเรียนรู้ไม่จำกัดแต่เพียงในห้องเรียนเท่านั้น ผู้เรียนหรือบุคคลทั่วไปสามารถศึกษาได้จากแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ รอบตัว จากทรัพยากรการเรียนรู้ สื่อออนไลน์ รวมไปถึงสื่อสังคมออนไลน์ อีกทั้งยังสามารถสร้างเนื้อหาและเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง ทำให้เกิดการสื่อสารกันระหว่างผู้ที่สนใจในเรื่องเดียวกันในเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ แบ่งปันความรู้ มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เกิดเป็นชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์ โดยเฉพาะในวงการของการถ่ายภาพที่เปลี่ยนจากยุคนาฬิกาสุญญคติที่ ทำให้การถ่ายภาพมีความสะดวกมากขึ้นกว่าเดิม ที่ใคร ๆ ก็สามารถทำได้ จึงเกิดการขายภาพออนไลน์ หรือ Stock photography หรือภาพถ่ายสต็อก

อย่างไรก็ตาม การถ่ายภาพมีหลักการและการจัดองค์ประกอบภาพ รวมไปถึงการตั้งค่าในการถ่ายภาพเพื่อให้ได้ภาพต่าง ๆ ตามที่ต้องการ ซึ่งภาพที่ถ่ายออกมาควรถ่ายทอดเรื่องราว หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ให้รับรู้ถึงอารมณ์ ความรู้สึกได้ เหมือนคำที่กล่าวว่า ภาพหนึ่งภาพแทนคำเป็นพันคำ และบางครั้ง การถ่ายภาพที่ในช่วงเวลาที่สมบูรณ์แบบ (Perfect moment) กลับทำให้ภาพน่าสนใจกว่าการถ่ายภาพที่ตั้งใจถ่าย (Perfect shot)

ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการที่เผยแพร่ภาพถ่ายอย่างกว้างขวางในสื่อต่าง ๆ คือ ภาพที่ถูกนำมาใช้หรือมีคนนำไปใช้โดยไม่ได้ขออนุญาตจากเจ้าของภาพ จึงเป็นที่มาของลิขสิทธิ์ภาพถ่าย โดยเนื้อหาต่าง ๆ ที่ได้เรียนรู้จากการขายภาพออนไลน์ มีมากมายและเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และมีการรวมกลุ่มของคนที่ถ่ายภาพขาย (Contributor) หรืออาจจะใช้คำว่า ช่างภาพสต็อก (Stock photographer) คือ ช่างภาพที่ทำการขายภาพให้ตัวแทนขายภาพออนไลน์ หรือเอเจนซี โดยการรวมกลุ่มกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสพการณ์ ร่วมกันแก้ปัญหาต่าง ๆ ในการถ่ายภาพส่งขายออนไลน์ จนเกิดเป็นชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์ที่เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องและเป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิต และสามารถทำเป็นอาชีพเสริม ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีที่คนเรามีสองอาชีพที่ทำร่วมกันได้ หรือทำเป็นอาชีพหลักสำหรับบางคนที่สามารถได้เพิ่มเติมถือว่าเป็น Passive income หรือหยุดทำงาน คือ การหยุดส่งภาพขาย แต่ภาพนั้นก็ยังสร้างรายได้เข้ามา (Botticello, 2018) อีกทั้งยังส่งต่อภาพถ่ายเหล่านั้นเป็นมรดกได้อีกด้วย

การขายภาพออนไลน์ผ่านตัวแทนขายภาพทางเว็บไซต์ทางออนไลน์ หรือผ่านทางแอปพลิเคชัน ที่สามารถใช้งานใน Mobile device ได้ หรือเรียกว่า ไมโครสต็อก (Microstock) (สุระ นวลประดิษฐ์, 2559) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับคำว่า Stock photography หรือ Stock photo มาจากคำว่า Stock กับ Photography โดยคำว่า Photography มีรากศัพท์มาจากภาษากรีก 2 คำ คือ คำว่า Phos หมายถึง แสงสว่าง กับคำว่า Graphein หมายถึง การเขียน ดังนั้น คำว่า Photography จึงหมายถึง “การเขียนด้วยแสงสว่าง” (สมาน เจริญการ, 2539) จึงกล่าวได้ว่าการถ่ายภาพถ่าย หมายถึง การสร้างภาพเพื่อถ่ายทอดความรู้สึก อารมณ์ รวมทั้งทัศนคติ และนำมาใช้ในการแลกเปลี่ยนข่าวสารกัน โดยอาศัยองค์ประกอบพื้นฐาน 3 องค์ประกอบ คือ (1) กล้องถ่ายภาพ (2) วัสดุไวแสง (3) แสงสว่าง โดยใช้กระบวนการที่ปล่อยให้แสงสว่างสะท้อนมาจากวัตถุ ผ่านเข้าไปกระทบวัสดุไวแสง แล้วจึงนำวัสดุไวแสงนั้นไปผ่านกระบวนการสร้างภาพให้ปรากฏ (กนกรัตน์ ยศไกร, 2551; ญัฐกร สงคราม, 2557; สมาน เจริญการ, 2539)

ส่วนคำว่า Stock หมายถึง คลังสินค้า ดังนั้น คำว่า Stock photography หรือ Stock photo จึงหมายถึง ภาพที่ถ่ายไว้แล้ว ซึ่งสามารถที่จะอนุญาตให้ผู้ที่ต้องการใช้ภาพได้ใช้ในงานต่าง ๆ ตามความต้องการทั้งเชิงพาณิชย์ หรือใช้ประกอบการนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ทั้งลักษณะสื่อออนไลน์หรือสื่อสิ่งพิมพ์ โดยไม่ต้องไปถ่ายใหม่หรือสามารถนำไปดัดแปลง ตกแต่งให้ได้ภาพตามที่ต้องการ (เกียรติพงษ์ บุญจิตร, 2561; สุระ นวลประดิษฐ์, 2559; สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, 2561; Glückler, 2010; Rotenberg, 2017; The BudgetStockPhoto, 2016) แล้วขายให้กับตัวแทนขายภาพออนไลน์ ที่เรียกว่า ไมโครสต็อก (Microstock)

รูปแบบของการขายภาพออนไลน์มีจุดประสงค์เพื่อให้ผู้ขายภาพออนไลน์ส่งภาพขึ้นเว็บไซต์ ให้ลูกค้าเลือกซื้อภาพไปใช้งานโดยมี Licensing หรือ การอนุญาตให้ใช้ภาพนั้น ซึ่งเกี่ยวข้องกับลิขสิทธิ์และผู้สร้างสรรค์ ในที่นี้ก็คือ ผู้ที่ถ่ายภาพมาขายนั่นเอง โดยลิขสิทธิ์หมายถึง สิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการใด ๆ ตามพระราชบัญญัติที่เกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ทำขึ้น และผู้สร้างสรรค์ หมายถึง ผู้ทำหรือผู้ก่อให้เกิดงานสร้างสรรค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ที่เป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติ โดยประเทศไทยใช้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558 และ ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2558 (ปราวินยา สุวรรณณัฐโชติ, 2561) รวมไปถึงการอนุญาตให้ใช้ภาพที่มีอยู่ 2 ประเภท คือ (1) แบบจัดการสิทธิ์ (Right managed) และ (2) แบบปลอดค่าลิขสิทธิ์ (Royalty free) ซึ่งในธุรกิจขายภาพจะเรียกว่า RM กับ RF โดยมีรายละเอียดคือ แบบที่ (1) แบบจัดการสิทธิ์ (Right managed) คือ วิธีการขายภาพก่อนหน้ายุคอินเทอร์เน็ตใช้สำหรับภาพที่มีคุณภาพสูงและมีวิธีคิดค่าใช้จ่ายที่หลากหลาย เช่น หากผู้ซื้อซื้อภาพเพื่อการพิมพ์ และเมื่อต้องการพิมพ์เพิ่มผู้ซื้อภาพต้องจ่ายค่าซื้อภาพอีกครั้งตามการตกลง และแบบที่ (2) แบบปลอดค่าลิขสิทธิ์ (Royalty free) คือ วิธีการขายภาพในยุคดิจิทัลที่มาพร้อมกับอินเทอร์เน็ต ที่ผู้ขายภาพส่งภาพขายในไมโครสต็อก เป็นการขายแบบไม่ระบุลูกค้า คือ สามารถขายให้กับลูกค้ารายไหนก็ได้ ทุกรายก็ได้ ระยะเวลาการใช้งานตลอดไป โดยภาพแบบที่ 2 จะมีราคาถูกและสามารถนำไปใช้ได้หลากหลายตามเงื่อนไขการใช้งาน โดยไม่ต้องจ่ายค่าซื้อภาพอีกครั้งซึ่งจะแตกต่างจากการขายแบบจัดการสิทธิ์ (Right managed) (สุระ นวลประดิษฐ์, 2559; Design and Publications Office, 2016; Glückler & Panitz, 2013; Struck, 2016; The Deakin Learning

Futures Teaching Development Team, 2013) โดยรูปแบบของการถ่ายภาพขายออนไลน์จะประกอบไปด้วย 6 องค์ประกอบ และมีขั้นตอน 7 ขั้นตอน โดยในแต่ละตัวแทนการขายภาพทางเว็บไซต์ จะมีขั้นตอนการสมัครที่แตกต่างกันไป แต่ขั้นตอนที่เสนอในรูปแบบนี้เป็นขั้นตอนโดยรวมที่ได้จากการสังเคราะห์จากตัวแทนการขายภาพทางเว็บไซต์ เพื่อเป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมสำหรับผู้สนใจ ซึ่งองค์ประกอบจะประกอบไปด้วย (1) คนขายภาพ (2) อุปกรณ์ถ่ายภาพ (3) ภาพถ่าย (4) เอกสารยืนยันตัวตน (5) อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศ (6) บัญชีธนาคาร โดยแต่ละองค์ประกอบมีรายละเอียดดังนี้ (เกียรติพงษ์ บุญจิตร, 2561; สุระ นวลประดิษฐ์, 2559; สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, 2561; Glückler, 2010; Kalazić et al., 2015; Rotenberg, 2017; The BudgetStockPhoto, 2016)

1. คนขายภาพ (Contributor) หมายถึง บุคคลที่ต้องการจะส่งภาพขายออนไลน์ ซึ่งองค์ประกอบนี้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ หากไม่มีองค์ประกอบนี้ก็จะไม่สามารถสร้างสรรค์ภาพนำมาขายได้ โดยบุคคลที่ต้องการขายภาพไม่จำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญ หรือเป็นมืออาชีพในการถ่ายภาพ แต่เรื่องเหล่านี้สามารถเรียนรู้และพัฒนาได้หากมีใจรักและมีความชื่นชอบ พร้อมกับการฝึกฝนและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการถ่ายภาพ โดยส่วนใหญ่แล้วคนขายภาพก็จะเป็นคนถ่ายภาพด้วยตนเอง หรือในกรณีอาจจะจะเป็นลักษณะของบริษัท หรือมีการว่าจ้างช่างภาพมาถ่ายภาพแล้วตกลงทำสัญญากันว่าภาพเป็นลิขสิทธิ์ของผู้ว่าจ้างเป็นลายลักษณ์อักษร ให้แล้วก็นำภาพเหล่านั้นส่งขาย (สุระ นวลประดิษฐ์, 2555, Adobe Stock, 2017; Frosh, 2013; Rasmussen, 2008; Shutterstock, 2014) โดยคุณสมบัติของคนขายภาพควรประกอบไปด้วย (1.1) ความรับผิดชอบ (1.2) ความรักในการถ่ายภาพ (1.3) ความอดทน (1.4) การใฝ่รู้ใฝ่เรียน (1.5) ทักษะด้านภาษา (1.6) ทักษะการใช้เทคโนโลยี (1.7) คุณธรรม จริยธรรม

2. อุปกรณ์ในการถ่ายภาพ (Photography equipment) คือ อุปกรณ์ช่วยในการบันทึกภาพเหตุการณ์ บุคคล หรือวัตถุต่าง ๆ ให้ได้ออกมาตามความต้องการของผู้ถ่ายภาพ ประกอบไปด้วย (2.1) กล้องถ่ายภาพ (2.2) เลนส์ถ่ายภาพ (2.3) ขาตั้งกล้อง (2.4) แฟลช หรือไฟ โดยแต่ละองค์ประกอบย่อยอธิบายได้ดังนี้

2.1 กล้องถ่ายภาพ (Camera) เป็นอุปกรณ์ที่สำคัญที่ใช้ในการถ่ายภาพ ซึ่งในปัจจุบันนิยมใช้กล้องถ่ายภาพดิจิทัล โดยประเภทของกล้องถ่ายภาพดิจิทัล แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

2.1.1 กล้อง Compact เป็นกล้องขนาดเล็กที่พกพาสะดวก ใช้งานง่าย โดยตัวกล้องจะมีเลนส์ติดมากับตัวกล้องซึ่งไม่สามารถถอดเปลี่ยนเลนส์ได้

2.1.2 กล้อง Mirrorless เป็นกล้องที่มีขนาดใหญ่กว่ากล้อง Compact แต่พกพาได้สะดวกและสามารถถอดเปลี่ยนเลนส์ได้ รวมถึงไม่มีกระจกสะท้อนภาพและไม่มีม่าน shutter หรือม่านใด ๆ บังเซ็นเซอร์ ดังนั้นในการกดชัตเตอร์จะไม่มีเสียงเหมือนกับกล้อง DSLR ที่จะอธิบายต่อไป รวมไปถึงยังสามารถนำเลนส์จากกล้อง DSLR มาใช้รวมได้โดยใช้ Mount adapter ในการใช้งาน

2.1.3 กล้อง DSLR (Digital Single Lens Reflex camera) เป็นกล้องที่พัฒนามากจากกล้องถ่ายภาพฟิล์มแบบ SLR โดยใช้กระจกเพื่อสะท้อนแสงจากเลนส์ไปยังปริซึมบนกระโหลกกล้องแล้วสะท้อนต่อไปยังช่องมองภาพ ทำให้ผู้ใช้งานเห็นผลลัพธ์ของภาพได้ผ่านช่องมองภาพ (Viewfinder) และเมื่อกดชัตเตอร์ กระจกสะท้อนภาพจะถูกพับขึ้นไปปิดช่องมองภาพเพื่อเปิดทางให้แสงวิ่งเข้าไปยังเซ็นเซอร์รับภาพ จึงทำให้เกิดเสียงชัตเตอร์โดยเสียงชัตเตอร์ของกล้องแต่ละรุ่นก็จะแตกต่างกันออกไป กล้อง DSLR ยังแบ่งออกเป็นกล้อง Full Frame กับ กล้อง APS-C ซึ่งขนาดของกล้อง Full Frame จะใหญ่กว่ากล้อง APS-C

ปัจจุบัน คนนิยมถ่ายภาพโดยใช้กล้อง Smartphone กล้อง Action camera กล้อง Drone หรือแม้แต่กล้องติดรถยนต์ ซึ่งกล้องแต่ละประเภทจะให้มุมมองที่แตกต่างกัน การบันทึกภาพจะขึ้นอยู่กับชนิดของการ์ดที่ใช้ในการบันทึก เช่น CF card SD card Micro SD card ซึ่งแต่ละชนิดจะระบุความเร็วในการอ่านและเขียน ดังนั้นจึงควรเลือกใช้การ์ดให้เหมาะสมกับการใช้งาน การถ่ายวิดีโอที่มีความละเอียดสูง เช่น 4K ที่ความละเอียด 4096 x 2160 พิกเซล หรือแนวตั้งที่ไม่ได้กำหนดตายตัว และ 8K ที่ความละเอียด 7,680 x 4,320 พิกเซลหรือมากกว่า ต้องใช้การ์ดที่มีความเร็วในการบันทึกให้เหมาะสม แล้วเลือกช่วงเวลาจากภาพในวิดีโอที่สนใจแล้วบันทึกเป็นภาพนิ่งได้

2.2 เลนส์ถ่ายภาพ (Camera lens) เลนส์ถ่ายภาพเป็นอุปกรณ์ที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากล้องถ่ายภาพ โดยเลนส์ที่ใช้ในการถ่ายภาพแบ่งประเภทได้หลากหลายประเภท และมีค่า รูรับแสง หรือ f stop ที่แตกต่างกันออกไป โดยค่ารูรับแสง หรือ f stop ยิ่งมีค่าน้อย เช่น F1.1, F1.2 หรือ F0.5 จะทำให้เลนส์มีราคาที่สูงขึ้น เนื่องจากเลนส์สามารถเปิดรับรูรับแสงได้กว้าง ซึ่งประเภทของเลนส์แบ่งได้ 8 ประเภท ได้แก่ (1) Normal lenses (2) Wide Angle lenses (3) Telephoto lenses (4) Zoom lenses (5) Fix lenses หรือ Prime lenses (6) Fisheye lenses (7) Macro lenses และ (8) Tilt Shift lenses

2.3 ขาตั้งกล้อง (Tripod) ถือว่าเป็นอีกองค์ประกอบที่สำคัญในการถ่ายภาพ เพื่อลดข้อจำกัดในการถ่ายภาพ เช่น การใช้ f stop มาก ๆ ในการถ่ายภาพที่ใช้ความไวแสง (ISO) น้อยหรือแม้แต่การถ่ายภาพที่เปิดหน้ากล้องไว้นาน (Long exposure) หรือการถ่ายภาพทัศนียภาพยามค่ำคืนหรือการถ่ายภาพดาว และยังช่วยลดการสั่นไหว การสั่นสะเทือนเพื่อควบคุมชัดของภาพ เนื่องจากหากสภาพแวดล้อมในการถ่ายภาพมีแสงน้อย ค่าความไวชัตเตอร์จะต่ำลง เมื่อไม่เพิ่มความไวแสง (ISO) ทำให้เสี่ยงไม่ได้ที่จำเป็นจะต้องขาตั้งกล้องเพื่อทดแทนค่าความไวชัตเตอร์ ที่อาจจะต่ำ หากต้องการภาพที่คมชัดควรใช้ขาตั้งกล้องเข้ามาช่วยในการถ่ายภาพ ประเภทของขาตั้งกล้องแบ่งได้ดังนี้ (1) ขาตั้งกล้องถ่ายภาพนิ่ง (2) ขาตั้งกล้องถ่ายวิดีโอ (3) monopod (4) ขาตั้งกล้องหนวดปลาหมึก (octopus flexible tripod) หรือ (flexible portable tripod) (4) โมโนพอดใช้สำหรับถ่ายภาพเซลฟี่ (selfie stick) หากไม่มีขาตั้งต่องก็ยังสามารถใช้สิ่งของต่าง ๆ มาแทนขาตั้งโดยการวางกล้องถ่ายภาพไว้บนสิ่งของเหล่านั้น เช่น โต๊ะ เก้าอี้ สมุดหนังสือ กระเป๋า เป็นต้น และใช้การตั้งเวลาในการถ่ายภาพเข้ามาช่วยหลังจากการกด shutter และยังมีอุปกรณ์อื่น ๆ ที่ใช้ในการถ่ายวิดีโอ หรือประยุกต์ใช้ในการถ่ายภาพนิ่งได้ เช่น Dolly slide stabilize

2.4 แฟลชและไฟ (Flash and light) หมายถึง อุปกรณ์ในการสร้างแสงขึ้นเพื่อใช้ในการถ่ายภาพ โดยประเภทของ แฟลชแบ่งได้ 7 ประเภท ได้แก่ (1) Built-in & pop-up flash (2) External flash แบ่งออกเป็น dedicated flash หรือ electronic flash TTL flash (through the lens metering) กับ manual flash (3) Macro ringlight camera flash (4) Hammerhead camera flash (5) Portable flash (6) Studio flash และ

(7) Continuous light ซึ่ง Flash แต่ละประเภหมีเทคนิคการใช้งานและการจัดวางที่แตกต่างกันออกไป แต่กำลังไฟของ flash ที่สามารถทำงานได้ไกลเท่าไรและเป็นค่ามาตรฐานในการใช้งานคือ ค่าไกด์นัมเบอร์ (Guide number) เป็นค่าที่จะช่วยทำให้ทราบว่าแฟลชมีระยะในการทำงานเท่าไร เทคนิคการใช้ flash เช่น (1) เทคนิค Bounce flash คือ การเงยหน้าแฟลชขึ้นให้แสงสะท้อนไปยังเพดาน เพื่อให้ภาพที่ได้จากแสงสะท้อนจะดูนุ่ม อาจจะใช้อุปกรณ์เสริม เช่น แผ่น Bounce กับ โดมกระจายแสง (2) เทคนิค Fill-in flash เป็นการใช้แฟลชเป็นแสงเสริม หมายถึง การถ่ายภาพโดยการใช้แสงธรรมชาติเป็นแสงหลัก ซึ่งมีค่าแสงเพียงพอในการถ่ายภาพแล้ว แต่ใช้แฟลชร่วมในการถ่ายภาพด้วย เพื่อให้แฟลชไปเปิดรายละเอียด เพิ่มมิติ เพิ่มความสดใสขึ้นให้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการถ่ายภาพแบบย้อนแสง อีกทั้งยังมีเครื่องวัดแสง Calculating flash exposure (The Dealbreaker) ที่ช่วยในการวัดแสงในการถ่ายภาพ (Biderman & Cooper, 2013; Deutschmann & Deutschmann, 2011; Kelby, 2011; Petschnigg et al., 2004; Van Niekerk, 2015)

(3) ภาพถ่าย (Photo) ความละเอียดของภาพ ควรมีภาพถ่ายตั้งแต่ 6 ล้านพิกเซลขึ้นไป ที่จะสามารถส่งขายได้ทุกเว็บไซต์ โดยสามารถปรับแต่งได้ตามความถนัด ในการส่งภาพถ่ายขายออนไลน์ จะต้องส่งเป็นไฟล์ JPG เท่านั้น นอกจากจะส่งขายภาพ Vector โดยจะต้องส่งเป็นไฟล์ Eps และบางตัวแทนขายภาพออนไลน์ให้แนบไฟล์ JPG ไปด้วย ซึ่งแต่ละตัวแทนขายภาพออนไลน์รับภาพมีความละเอียด ดังตาราง 1

ตาราง 1 ความละเอียดขั้นต่ำของภาพถ่ายที่ตัวแทนขายภาพออนไลน์กำหนด

ตัวแทนเว็บขายภาพ	ความละเอียดภาพ				
	1.3 ล้านพิกเซล	3 ล้านพิกเซล	3.8 ล้านพิกเซล	4 ล้านพิกเซล	6 ล้านพิกเซล
123RF					✓
Adobe Stock				✓	
BigStock				✓	
DepositPhotos			✓		
Dreamstime		✓			
iStock		✓			
Pixta	✓				
Shutterstock				✓	

หมายเหตุ: ข้อมูลของ 123RF จาก (123RF, 2019; Cornelius, 2019) ข้อมูลของ Adobe Stock จาก (Adobe Stock, 2019; Stock Contributor, 2018) ข้อมูลของ BigStock จาก (Cornelius, 2019) ข้อมูลของ DepositPhotos จาก (Depositphotos, 2019) ข้อมูลของ Dreamstime จาก (Dreamstime, 2019) ข้อมูลของ iStock จาก ข้อมูลของ Pixta จาก Pixtastock., 2019 ข้อมูลของ Shutterstock จาก (Shutterstock Contributor, 2019)

(4) เอกสารยืนยันตัวตน (Contributor identity document) คือ เอกสารที่ใช้ระบุตัวตนในการขายภาพ ที่ผู้ขายภาพต้องส่งให้กับตัวแทนเว็บไซต์ขายภาพ และผู้ขายสามารถสร้างบัญชีได้ในตัวแทนเว็บไซต์ขายภาพของแต่ละที่ โดยเอกสารที่แต่ละตัวแทนเว็บไซต์ขายภาพ จะขอให้ผู้ขายภาพส่งจะแตกต่างกันไป โดยเอกสารที่ใช้ คือ พาสปอร์ต หรือ บัตรประชาชน หรือ ใบขับขี่ รวมถึงอีเมลที่จะต้องใช้ในการลงทะเบียนต่าง ๆ

(5) อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information technology equipment) คือ คอมพิวเตอร์ smartphone tablet รวมไปถึง โปรแกรมตกแต่งและตัดต่อภาพ รวมไปถึง อุปกรณ์ในการจัดการภาพถ่าย ไม่ว่าจะเป็น hardware และ Software หรือแม้แต่ผู้ขายภาพออนไลน์ซึ่งถือว่าเป็น Peopleware นั้น มีรายละเอียด ได้แก่ (1) Hardware หมายถึง อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะจอคอมพิวเตอร์ที่มีส่วนสำคัญในการแสดงผลสีของภาพ เพื่อปรับแต่งภาพให้ได้สีที่ตรงตามความเป็นจริง หรือ Notebook รวมไปถึงอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลภาพถ่าย (2) Software หมายถึง โปรแกรมหรือชุดคำสั่งที่ทำ

หน้าที่สั่งการ ควบคุมการประมวลผลอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ยังรวมถึง Software ในการจัดการภาพถ่าย ตกแต่งภาพถ่าย ซึ่งมีทั้ง Freeware และต้องจ่ายเงินเพื่อใช้งาน โดยคนขายภาพออนไลน์ควรใช้ Software ที่มีลิขสิทธิ์ หรือใช้ Freeware เพื่อป้องกันการตรวจสอบจากตัวแทนขายภาพออนไลน์ในภายหลัง

(6) บัญชีธนาคาร (Bank account) เพื่อใช้ในการรับเงินที่ได้จากการขายภาพโดยผู้ที่ขายภาพจะต้องสมัครใช้งานบริการธนาคารออนไลน์ เพื่อใช้เป็นช่องทางส่งและรับเงินออนไลน์ เปรียบเสมือนธนาคารและกระเป๋าสตางค์ออนไลน์ ที่สามารถโอนเงินจากบัญชีของเราไปยังบัญชีรายอื่นได้ และใช้เป็นช่องทางในการซื้อสินค้า และบริการออนไลน์ต่าง ๆ ได้ หลังจากนั้นให้เพิ่มบัญชีธนาคารที่ต้องการให้รับเงินที่ได้จากการขายภาพ ซึ่งแต่ละตัวแทนเว็บไซต์ขายภาพจะมียอดเงินขั้นต่ำในการเบิกเงินออกมาในแต่ละครั้ง ตัวอย่างตัวแทนเว็บไซต์ขายภาพที่จ่ายเงินผ่านธนาคารออนไลน์

ตาราง 2 ตัวอย่างตัวแทนเว็บไซต์ขายภาพที่จ่ายเงินผ่านธนาคารออนไลน์

	PayPal	Skrill	Payoneer	Money Bookers	US Check	Mastercard	Bank
123RF	✓	✓	✓				
Adobe Stock	✓	✓	✓				
BigStock	✓			✓	✓		
DepositPhotos	✓	✓	✓				
Dreamstime	✓	✓		✓		✓	
iStock	✓				✓	✓	✓
Pixta	✓		✓				
Shutterstock	✓	✓	✓				

องค์กรประกอบทั้ง 6 องค์กรประกอบข้างต้น แสดงให้เห็นว่าในการขายภาพออนไลน์ประกอบด้วยเนื้อหาที่อยู่รอบตัวที่เรียนรู้ได้ตลอดเวลา แม้จะไม่ได้อยู่ในห้องเรียน โดยในแต่ละองค์กรประกอบมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกัน ซึ่งจะอยู่ในแต่ละขั้นตอนของการขายภาพออนไลน์ การขายภาพออนไลน์โดยทั่วไปมี 7 ขั้นตอน ดังนี้

1. การสมัคร ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนแรกที่คนขายภาพต้องปฏิบัติ โดยการสมัครจะใช้อีเมล ซึ่งควรใช้อีเมลที่ใช้อยู่เป็นประจำ และไม่ใช้อีเมลขององค์กร เนื่องจากหากคนขายภาพ

ได้ย้ายสถานที่ทำงานอีเมลนั้นอาจจะใช้งานไม่ได้เป็นต้น

2. การอัปโหลดรูปภาพ ในขั้นตอนนี้ คนขายภาพต้องจัดเตรียมภาพถ่าย เพื่อส่งให้ตัวแทนเว็บถ่ายภาพเพื่อพิจารณา เปรียบเป็นการตรวจสอบก่อนที่จะขายภาพออนไลน์ หากภาพที่ส่งขึ้นระบบผ่านการตรวจสอบตามจำนวนในแต่ละตัวแทนเว็บไซต์ขายภาพ ก็จะสามารถขายภาพในตัวแทนเว็บไซต์ขายภาพนั้น ๆ ได้ ซึ่งบางตัวแทนเว็บไซต์ไม่จำเป็นต้องส่งรูปเพื่อตรวจสอบก่อน แต่สามารถส่งภาพขายได้หลังจากสมัคร

3. การใส่คำอธิบายและคำสำคัญของภาพ ขั้นตอนนี้สำคัญมาก เนื่องจากการใส่รายละเอียดของภาพ และ คำสำคัญ ซึ่งผู้ที่ค้นหาภาพจะค้นหาจากคำดังกล่าว ดังนั้น ควรใส่คำอธิบายภาพให้มากที่สุดตามจำนวนคำที่ตัวแทนเว็บไซต์ขายภาพกำหนด

4. การรอการตรวจสอบภาพ ขั้นนี้เป็นกระบวนการในการรอผู้ตรวจภาพตรวจสอบภาพถ่ายว่าจะอนุมัติหรือปฏิเสธภาพถ่ายที่ส่งขึ้นระบบ หากภาพถ่ายได้รับการปฏิเสธ ผู้ตรวจภาพจะระบุสาเหตุในการปฏิเสธภาพมาด้วย ซึ่งหากคนขายภาพสามารถปรับแก้ได้ ก็สามารถส่งภาพถ่ายนั้นเข้าระบบเพื่อให้ผู้ตรวจภาพพิจารณาอีกได้

5. การยืนยันตัวตน ในขั้นตอนนี้คนขายภาพจะต้องอัปโหลดเอกสารเพื่อยืนยันตัวตนให้กับตัวแทนขายภาพออนไลน์ หรือบางตัวแทนขายภาพออนไลน์จะให้ยืนยันตัวตนหลังจากการสมัคร

6. กรอกราชสิทธิ์ ในขั้นตอนนี้คนขายภาพจำเป็นต้องกรอกราชสิทธิ์ให้กับตัวแทนเว็บไซต์ขายภาพ เนื่องจากเว็บบางแห่งมีสำนักงานใหญ่ หรือตั้งอยู่ต่างประเทศ เช่น Shutterstock ที่ตั้งอยู่ประเทศสหรัฐอเมริกา เนื่องจากกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกากำหนดว่า รายได้จากการขายภาพในประเทศสหรัฐอเมริกาจะต้องถูกหักภาษีไว้ส่วนหนึ่ง ซึ่งจะถูหักภาษี 5% จาก 30% หากกรอกราชสิทธิ์ให้เรียบร้อย

7. ระบุข้อมูลการจ่ายเงิน ในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่คนขายภาพต้องผูกบัญชีธนาคารเข้ากับระบบจ่ายเงิน หรือธนาคารออนไลน์ ตามองค์ประกอบที่ 6 เพื่อให้ตัวแทนเว็บไซต์ขายภาพได้ส่งเงินที่ได้จากการขายภาพได้ ซึ่งในแต่ละตัวแทนเว็บไซต์ขายภาพจะมีขั้นต่ำในการเบิกเงินออกมาได้

รูปแบบของการขายภาพออนไลน์ ยังมีเทคนิค วิธีการ รายละเอียดของเนื้อหามากมาย และหลากหลายที่คนขายภาพออนไลน์ควรที่จะต้องเรียนรู้ ซึ่งในยุคดิจิทัลคนขายภาพจะหาข้อมูลดังกล่าวได้ในสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ต่างๆ จนในบางครั้งมีลักษณะเป็นชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์สำหรับคนขายภาพออนไลน์โดยชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์สำหรับคนขายภาพออนไลน์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ (1) ชุมชนที่เกิดจากตัวแทนขายภาพสต็อก หรือ ไมโครสต็อก (2) ชุมชนที่เกิดจากการรวมกลุ่มคนที่มีความสนใจเดียวกัน อาจจะใช้ Social media หรือ เว็บไซต์ที่สร้างขึ้นมาเอง แต่ก็มีจุดประสงค์เดียวกัน คือ การสร้างสรรค์ภาพออกมาโดยการใช้เทคนิคต่างๆ เพื่อที่จะนำไปขาย โดยองค์ประกอบของชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์ ประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ คือ (1) หัวข้อความรู้ (Domain) (2) (Community) และ (3) แนวปฏิบัติ (Practice) (Wenger, 1998) ซึ่งสอดคล้องกับการขายภาพออนไลน์ในด้านต่าง ๆ ตามลักษณะของชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์ (ใจทิพย์ ณ สงขลา, 2553, 2561) ดังตาราง 3

ตาราง 3 องค์ประกอบของชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์ กับ ชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์สำหรับคนขายภาพออนไลน์

	หัวข้อความรู้ (Domain)	ชุมชน (Community)	แนวปฏิบัติ (Practice)
ลักษณะชุมชนการเรียนรู้ออนไลน์	- ประสบการณ์ หรือ มีความสนใจในเรื่องลักษณะเดียวกัน	- มีปฏิสัมพันธ์ต่อเนื่อง มีวิธีการเพื่อเพิ่มความเข้มแข็งให้แก่สายในสังคม - มีความร่วมมือช่วยเหลือ เพื่อพัฒนาและเรียนรู้จากสมาชิกด้วยกันเอง - ใช้วิธีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากกันและกัน อาจจะพบกันด้วยตัวจริง หรือผ่านเทคโนโลยี - มีเป้าหมายร่วมกัน มีความมุ่งมั่นร่วมกันที่จะพัฒนาให้เกิดสิ่งที่ดีขึ้น	- วิธีปฏิบัติคล้ายกัน ใช้เครื่องมือ และภาษาเดียวกัน มีความเชื่อและยึดถือคุณค่าเดียวกัน
การขายภาพออนไลน์	องค์ประกอบของการขายภาพออนไลน์ คือ (1) คนขายภาพ (2) อุปกรณ์ถ่ายภาพ (3) ภาพถ่าย (4) เอกสารยืนยันตัวตน (5) อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศ (6) บัญชีธนาคาร	ตัวแทนเว็บขายภาพออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ชุมชนคนขายภาพออนไลน์	การเตรียมตัว การใช้อุปกรณ์ เทคนิคการถ่ายภาพ เทคนิคการตกแต่งภาพ เทคนิคขายภาพให้ได้รายได้ดี

ชุมชนการเรียนรู้ออนไลน์ประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่างๆ ในหัวข้อความรู้ที่มีเนื้อหาและทักษะที่ให้ผู้ขายภาพได้พัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา รวมถึงเทคนิควิธีการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายภาพ การตกแต่งภาพ หรือการนัดรวมตัวกันของกลุ่มคนถ่ายภาพเพื่อทำการ Workshop หรือ นัดหมายแล้วรวมกลุ่มกันเพื่อการถ่ายภาพ (Stock photo trip) โดยมีการจัดฉากและมีนางแบบหรือนายแบบ ซึ่งจะเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ของกลุ่มคนขายภาพที่มีความหลากหลายทาง ซึ่งผู้ขายภาพจะต้องเรียนรู้ เพื่อให้ได้วิธีการถ่ายภาพ ตกแต่งภาพ หรือเทคนิคต่างๆ ในการขายภาพ รวมถึงติดตามข่าวสารและแนวโน้มความต้องการของผู้ใช้ภาพ โดยทำให้คนขายภาพได้เรียนรู้อย่างไม่หยุดนิ่ง และมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง เปรียบเสมือนเป็นชุมชนที่คอยช่วยเหลือ เรียนรู้ และนำเสนอภาพที่ขายดี หรือภาพที่ควรหลีกเลี่ยงในการถ่ายเพื่อส่งขาย หรือสิ่งที่ไม่ควรทำในการขายภาพ ซึ่งถ้าหากไม่มีการขายภาพออนไลน์ ก็ไม่สามารถเกิดชุมชนการเรียนรู้ออนไลน์ เพื่อให้คนขายภาพเข้ามาเรียนรู้ ซึ่งจะสอดคล้องกับการเรียนรู้ตลอดชีวิต หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นชุมชนการเรียนรู้ตลอดชีวิต หรือชุมชนนักปฏิบัติ การเรียนรู้ตลอด

โดยการเรียนรู้ตลอดชีวิตจะเกิดขึ้นพร้อมกับชีวิตของคนเราทุกคน และจะอยู่คู่ขนานไปกับชีวิตของคนทุกคน (Dewey, 1959) ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย โดยเกิดจากการใฝ่หาความรู้และประสบการณ์ โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของอายุ (นรินทร์ นนทมาลย์, 2560) โดยมีลักษณะการเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่ประกอบด้วยด้วยคุณลักษณะ 4 ด้าน คือ (1) คุณลักษณะด้านพฤติกรรม (2) คุณลักษณะด้านเจตคติ (3) คุณลักษณะด้านทักษะ และ (4) คุณลักษณะด้านความรู้ (ชูศักดิ์ เอื้องโชคชัย และ สุวิธิดา จรุงเกียรติกุล, 2559) ซึ่งองค์ประกอบของการขายภาพออนไลน์จะสอดคล้องกับคุณลักษณะของการเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งรวมตัวกันเป็นชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์ ที่ตัวแทนขายภาพออนไลน์ได้สร้างชุมชนดังกล่าว ตามตัวอย่างในตาราง 4

ตาราง 4 ตัวแทนขายภาพออนไลน์ที่มีชุมชนนักปฏิบัติสำหรับคนขายภาพ

Online community	Uniform Resource Locator (URL)
123rf	https://blog.123rf.com/category/community/123rf-contributor/
Adobe Stock	https://forums.adobe.com/community/stock/contributor/content
Getty Images	https://contributors.gettyimages.com/
Shutterstock	https://customcontributor.shutterstock.com/

หมายเหตุ: ข้อมูลของ 123RF จาก 123RF (2019), ของ Adobe Stock จาก Adobe Stock (2019), ของ GettyImages จาก GettyImages (2019), และของ Shutterstock จาก Shutterstock (2019).

นอกจากภาพถ่ายแล้ว ยังมีสื่ออื่น ๆ ที่นอกเหนือจากภาพถ่ายที่มีให้บริการใช้งาน เช่น วิดีโอ ภาพข่าว ภาพกราฟิก เสียง โมเดล 3 มิติ รูปแบบสำเร็จรูป และไอคอนต่าง ๆ ตัวอย่างดังตาราง 5

ตาราง 5 ตัวอย่างประเภทของสื่อที่ตัวแทนขายภาพทางเว็บไซต์ที่ต้องเสียเงิน และไม่เสียเงินมีให้บริการ

ตัวอย่างตัวแทน เว็บไซต์ขายภาพ ออนไลน์	ภาพ (Photo)	วิดีโอ (Video)	ภาพข่าว (Editorial)	ภาพ เวกเตอร์ (Vector)	เสียง (Audio)	รูปแบบ สามมิติ (3D)	รูปแบบ รูปแบบ (Tem- plate)	ไฟล์โฟโต้ ชอป (PSD)	สัญลักษณ์ (Icon)
123RF	✓	✓		✓	✓				
Adobe Stock	✓	✓	✓	✓		✓	✓		
BigStock	✓	✓							
DepositPhotos	✓	✓	✓	✓					
Getty Images	✓	✓	✓		✓				
iStock	✓	✓		✓	✓				
Pixta	✓	✓	✓	✓	✓				
Shutterstock	✓	✓	✓	✓	✓				
Stockfresh	✓			✓					

ข้อมูลจากตารางจะแสดงให้เห็นสื่อต่างๆที่ตัวแทนขายภาพออนไลน์ได้จัดเตรียมไว้ให้ผู้ซื้อ หรือผู้ใช้งานได้เลือกนำไปใช้ ซึ่งนอกเหนือจากภาพถ่ายยังมีสื่ออื่น ๆ ที่คนขายภาพสามารถสร้างสรรค์ชิ้นงานแล้วส่งขายได้เช่นกัน โดยมีกระบวนการเหมือนการส่งภาพถ่ายออนไลน์ อีกทั้งคนขายภาพสามารถนำภาพที่ถ่าย ส่งขายได้หลากหลายเว็บไซต์ และแต่ละ

เว็บไซต์ก็มีหลักการ แนวทาง ข้อปฏิบัติแตกต่างกันไป ที่จะให้คนขายภาพได้เรียนรู้และเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์ของคนขายภาพที่มีการเรียนรู้อย่างไม่หยุดนิ่ง เหมือนกับเทคโนโลยีการถ่ายภาพ เทคนิคการถ่ายภาพ และความต้องการในการใช้ภาพในแต่ละยุคสมัย

บทสรุป

การขายภาพออนไลน์ นอกจากคนขายภาพจะได้รับรายได้จากการขายภาพแล้ว คนขายภาพยังได้เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ในการขายภาพ คือ การเตรียมพร้อมที่จะเป็นนักขายภาพ การใช้งานอุปกรณ์ถ่ายภาพ การถ่ายภาพ การเตรียมเอกสารยืนยันตัวตน การใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศ และการเตรียมบัญชีธนาคารเพื่อรับเงิน ซึ่งเป็นองค์ประกอบในการขายภาพออนไลน์ โดยมีขั้นตอนเพื่อเตรียมความพร้อมในการขายภาพออนไลน์ โดยเริ่มจากการสมัครสมาชิกในตัวแทนการขายภาพออนไลน์ แล้วอัปโหลดรูปภาพที่ได้ถ่ายไว้ด้วยตนเอง จากนั้นทำการใส่คำอธิบายภาพ และคำสำคัญของภาพดังกล่าวแล้วยืนยันส่งภาพเพื่อให้ผู้ตรวจสอบภาพทำการตรวจสอบ จากนั้นทำการยืนยันตัวตนด้วยเอกสารที่แต่ละตัวแทนขายภาพต้องการ แล้วทำการกรอกภาษีออนไลน์ในตัวแทนขายภาพออนไลน์ สุดท้ายทำการระบุข้อมูลในการรับเงินที่ได้จากการขายภาพ

การขายภาพออนไลน์มีองค์ประกอบและขั้นตอนในการขายภาพออนไลน์ซึ่งในแต่ละองค์ประกอบและขั้นตอนยังมีเนื้อหาและเทคนิคอีกมากมายที่ให้ศึกษาและเรียนรู้ไปพร้อมกัน จนเกิดการรวมตัวกันของคนขายภาพออนไลน์ที่มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ รวมกันแก้ปัญหา โดยใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารจนเกิดเป็นชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์ ที่มีมากมายทั่วโลก อีกทั้งภาพที่ส่งขายไม่เพียงแต่ขายในประเทศตนเองเท่านั้น แต่เป็นการส่งขายทั่วโลก และยังเป็นการพัฒนาให้คนขายภาพเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต เนื่องจากการขายภาพจะมีแนวคิดใหม่ ๆ ภาพที่เป็นความต้องการของตลาดตามแนวโน้มของคนใช้ภาพทั่วโลก รวมไปถึงเทคนิควิธีการถ่ายภาพ และตกแต่ง ตัดต่อภาพต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการทดลองของกลุ่มขายภาพที่ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์และการขายภาพออนไลน์ยังเป็นการหารายได้ที่สามารถทำเป็นอาชีพเสริมหรือทำเป็นอาชีพที่สองของใครหลาย ๆ คน ในยุคนี้ หรือในบางคนที่ลาออกจากอาชีพหลักแล้ว

หันมาขายภาพออนไลน์เป็นอาชีพหลักแทน แม้แต่เปิดบริษัทที่ทำภาพส่งขายออนไลน์ หากทุกคนมีความรักในการถ่ายภาพแล้วนั้น เพียงแต่เรียนรู้ในชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์ในการขายภาพก็สามารถทำรายได้เพิ่มได้จากภาพที่ถ่าย ดังนั้นคนขายภาพควรมีการเตรียมความพร้อมและแนวทางปฏิบัติที่ได้ตั้งแต่เริ่มต้นให้ถูกต้อง และเป็นแบบแผนการปฏิบัติที่สามารถเรียนรู้ได้ในชุมชนนักปฏิบัติออนไลน์ ซึ่งจะทำให้ประสบผลสำเร็จไม่มากนัก

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กนกรัตน์ ยศไกร. (2551). *การถ่ายภาพเพื่อการสื่อสาร (Photography for communication)*. กรุงเทพฯ: ทริปปี้ล เอ็ดดูเคชั่น.
- เกียรติพงษ์ บุญจิตร. (2561). *ขายภาพออนไลน์ รวยได้ ไม่ยาก*. นนทบุรี: อดีซี พรีเมียร์.
- ใจทิพย์ ณ สงขลา. (2553). *การออกแบบการเรียนการสอนบนเว็บในระบบการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์ = Web-based instruction in e-learning system*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ใจทิพย์ ณ สงขลา. (2561). *การออกแบบการเรียนแนวดิจิทัล: Digital learning design*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศักดิ์ เอื้องโชคชัย และ สุวิธิดา จรุงเกียรติกุล. (2559). คุณลักษณะการเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับเยาวชนไทย. *วารสารครุศาสตร์*, 44(4), 63-80.
- ณัฐกร สงคราม. (2557). *การถ่ายภาพ: เทคนิคและการนำไปใช้เพื่อการสื่อสาร (Photography: technique and implementation for communication)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นรินธ์ นนทมาลย์. (2560). *การพัฒนารูปแบบการออกแบบการสอนแบบเปิดด้วยวิธีการคิดอย่างเป็นระบบและกระบวนการกลุ่มโดยใช้วิดีโอเป็นฐาน เพื่อพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ของผู้เรียนระดับอุดมศึกษา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท) บัณฑิต ไม้ได้ตีพิมพ์*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ปราวีณยา สุวรรณณัฐโชติ. (2561). *วัคซีนคุ้มภัยคนยุคดิจิทัล: ประเด็นจริยธรรมและข้อควรระวังทางกฎหมาย*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรม ตำรา และเอกสาร

ทางวิชาการ.

- เยาวนารถ พันธุ์เพ็ง. (2556). *การถ่ายภาพดิจิทัลขั้นสูง*. กรุงเทพฯ: ทริบเพิล กรุ๊ป.
- สมาน เณตรการ. (2539). *การถ่ายภาพเบื้องต้น รวบรวมและเรียบเรียง โดย สมาน เณตรการ*.
กรุงเทพมหานคร: Desktop ห้างหุ้นส่วนจำกัด 919 เทคนิค พรินต์ติ้ง.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560–2564*. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สุระ นวลประดิษฐ์. (2555). *แชะ!!...รวยทะเลเลนส์ถ่ายภาพขายออนไลน์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สุระ นวลประดิษฐ์. (2559). *ตีแตก...ถ่ายภาพขายออนไลน์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้. (2561). *Stock photo ขายภาพออนไลน์รายได้ไม่รู้จบ*.
สืบค้นจาก http://www.okmd.or.th/upload/pdf/2561/skill%20plus/OKMD_Stock-Photo.pdf
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2539*.
กรุงเทพฯ: พรักหวานกราฟฟิค

ภาษาอังกฤษ

- 123RF. (2019). *123RF contributor*. Retrieved from <https://blog.123rf.com/category/community/123rf-contributor/>
- Adobe Stock. (2017). *Adobe stock contributor guide*. Retrieved from https://helpx.adobe.com/content/dam/help/en/stock/contributor/Adobe_Stock_Contributor_Guide.pdf?scid=social_20180410_76003617&adbid=1789393471103978&adbpl=fb&adbpr=341657335877606
- Adobe Stock. (2019). *Adobe stock contributors in Adobe Stock*. Retrieved from <https://forums.adobe.com/community/stock/contributor/content>
- Alamy. (2017). *The stock photography timeline* (2nd ed.). Retrieved from <https://www.alamy.com/blog/wp-content/uploads/2017/09/Alamy-Stock-Photo-Timeline-Second-Edition.pdf?mid=39642&siteID=>

TnL5HPStwNw-8zjRBXw5pkvSg0GVYPqklQ&utm_source=LS&utm_medium=affiliate&utm_content=UK

Biderman, G., & Cooper, T. (2013). *Night photography: From snapshots to great shots*. London: Pearson Education.

Botticello, C. (2018). *Create passive income through stock photography using your phone*. Retrieved from <https://medium.com/side-hustle/monetize-your-life-create-passive-income-through-stock-photography-using-your-phone-e0750d72b502>

Cornelius, S. (2019). Best stock photo sites: Getty vs. iStock vs. Shutterstock vs. Bigstock vs Adobe Stock & More. Retrieved from <https://www.werockyouurweb.com/getty-vs-istock-vs-shutterstock-vs-fotolia/>

Depositphotos. (2019). *Sell photos online: Contribute program*. Retrieved from <https://depositphotos.com/seller-price.html>

Design and Publications Office. (2016). *Best practice: A guide to using, licensing and commissioning images*. Retrieved from <https://www.ox.ac.uk/sites/files/oxford/Best%20Practice%20Guide.pdf>

Deutschmann, R., & Deutschmann, R. (2011). *Just one flash: A practical approach to lighting for digital photography*. New York: Amherst Media, Inc.

Dewey, J. (1959). *John Dewey dictionary of education*. New York: Philosophical Library

Dreamstime. (2019). *Contributor related questions*. Retrieved from <https://www.dreamstime.com/faqs-detail-2>

Frosh, P. (2013). Beyond the image bank: Digital commercial photography. In *The photographic image in digital culture* (pp. 145-162). London: Routledge.

- GettyImages. (2019). *Contributor community*. Retrieved from <https://contributors.gettyimages.com/>
- Glückler, J. (2010). The evolution of a strategic alliance network: Exploring the case of stock photography. In R. Boschma and R. Martin (Eds.), *Handbook of evolutionary economic geography* (pp. 298-315). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Glückler, J., & Panitz, R. (2013). *Survey of the global stock image market 2012. Part I: Players, products, business*. Heidelberg: GSIM Research Group.
- Kalazić, Z., Horvat, J., & Mijoč, J. (2015). *The stock photography as a part of cultural and creative industries of the digital age*. Paper presented at the Interdisciplinary Management Research, Croatia.
- Kelby, S. (2011). *Light it, shoot it, retouch it: Learn step by step how to go from empty studio to finished image*. Indianapolis, IN: New Riders.
- Petschnigg, G., Szeliski, R., Agrawala, M., Cohen, M., Hoppe, H., & Toyama, K. (2004). Digital photography with flash and no-flash image pairs. *ACM transactions on graphics (TOG)*, 23(3), 664-672.
- Pixtastock. (2019). *Photo and illustration guidelines*. Retrieved from <https://www.pixtastock.com/blog/photo-and-illustration-guidelines/>
- Rasmussen, R. (2008). *The microstock photographer's guide*. Retrieved from <https://www.thijsschouten.com/dpz/stockfotografie/microstockguide.pdf>
- Rotenberg, A. (2017). *Brutally honest guide to microstock photography*. Retrieved from <http://www.escapeartist.com/wp-content/uploads/brutallyhonest2017.pdf>
- Shutterstock. (2014). *Shutterstock contributor success guide*. Retrieved from https://www.shutterstock.com/features/contributorsuccess/en_shutterstock_contributor_success_guide.pdf

- Shutterstock. (2019). *Welcome to shutterstock custom's contributors community*. Retrieved from <https://customcontributor.shutterstock.com/>
- Shutterstock Contributor. (2019). *What are the technical requirements for images?*. Retrieved from <https://www.shutterstock.com/contributorsupport/articles/kbat02/000006575>
- Stock Contributor. (2018). *An introduction to the technical, quality, and legal requirements for submitting photos and illustrations to Adobe Stock*. Retrieved from <https://helpx.adobe.com/stock/contributor/help/photography-illustrations.html#Legalbasics>
- Struck, A. (2016). *Royalty free or rights managed? Best comparative guide*. Retrieved from <https://www.stockphotoguides.com/use/royalty-free/royalty-free-or-rights-managed>
- The BudgetStockPhoto. (2016). *Stock photography resource book*. Retrieved from https://budgetstockphoto.com/resourcebook/budgetstockphoto_resourcebook16.pdf
- The Deakin Learning Futures Teaching Development Team. (2013). *Sourcing licensed media for use in cloud concepts*. Retrieved from https://www.deakin.edu.au/__data/assets/pdf_file/0004/68728/Factsheet-Sourcing-Images-July-2013.pdf
- Van Niekerk, N. (2015). *On-camera flash techniques for digital wedding and portrait photography*. Buffalo, NY: Amherst Media.
- Wenger, E. (1998). *Communities of practice: Learning, meaning, and identity*. New York: Cambridge University Press.