



# NATIONAL AND INTERNATIONAL **SRIPATUM** **UNIVERSITY** CONFERENCE 2017

---

**การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ**

มหาวิทยาลัยศรีปทุม ครั้งที่ 12 ประจำปี 2560

เรื่อง ผลงานวิจัยและนวัตกรรมสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

**14 December 2017**

**Sripatum University, Bangkok**

**SPU**  
SRIPATUM  
UNIVERSITY



การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ครั้งที่ 12 ประจำปี 2560  
เรื่อง ผลงานวิจัยและนวัตกรรมสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน  
(Research and Innovations for Sustainable Development)

วันพฤหัสบดีที่ 14 ธันวาคม 2560  
ณ ห้อง Auditorium ชั้น 14 อาคาร 40 ปีมหาวิทยาลัยศรีปทุม

รวบรวมโดย  
คณะกรรมการพิจารณาผลงาน  
การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ประจำปี 2560

ออกแบบปกโดย สำนักงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
จัดรูปเล่มโดย โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

- บทความทุกเรื่อง ได้รับการตรวจสอบทางวิชาการ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ แต่ข้อความและเนื้อหาและบทความที่ตีพิมพ์เป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว มิใช่ความคิดเห็นและความรับผิดชอบของมหาวิทยาลัยศรีปทุม
- การคัดลอกอ้างอิงต้องดำเนินการตามการปฏิบัติในหมู่นักวิชาการทั่วไป และสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

## สื่อสังคมออนไลน์ โอกาสใหม่ของผู้ประกอบการความรู้

### SOCIAL MEDIA: THE NEW INFOPRENEUR'S OPPORTUNITY

จิตรา วรรณสอน

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: jitra.wa@spu.ac.th

#### บทคัดย่อ

ผู้ประกอบการความรู้ (infopreneur) คือ ผู้ประกอบการ ที่มีผลิตภัณฑ์ข้อมูล (Information Product) เป็นชุดข้อมูล ความรู้ ที่ผ่านการรวบรวม สรุป และเผยแพร่ในรูปแบบที่สอนคนจำนวนมากได้และทำให้เกิดรายได้ ซึ่งในยุคก่อนอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ ธุรกิจข้อมูลความรู้ (Information Business) มีต้นทุนสูง มีข้อจำกัดด้านจำนวนและระยะเวลาการขาย และต้องผ่านตัวกลาง เช่น สำนักพิมพ์ หรือสังกัดองค์กรที่เป็นธุรกิจข้อมูลความรู้ เต็มรูปแบบ

เมื่อสื่อสังคมออนไลน์เกิดขึ้น ได้เปลี่ยนรูปแบบธุรกิจข้อมูลความรู้ ทั้งด้านช่องทางการให้บริการที่มีต้นทุนเกือบจะเป็นศูนย์ ระยะเวลาและจำนวนการขายที่ไม่จำกัด และ สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือที่เอื้อต่อการสร้างแบรนด์บุคคล (Personal Branding) จึงเป็นโอกาสสำคัญสำหรับธุรกิจข้อมูลความรู้ ทั้งรูปแบบขององค์กรธุรกิจเต็มรูปแบบและบุคคล ที่จะสามารถเริ่มธุรกิจด้วยโอกาสที่สูง และต้นทุนที่ต่ำมากเป็นประวัติการณ์

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการความรู้ สื่อสังคมออนไลน์

#### ABSTRACT

Infopreneur is an entrepreneur who has an information product which collected, summarized, and published in a format that teaches a large number of people and generates revenue. In the pre-Internet era and social media, Information business has the high cost, limited number and time of sale. And must pass through intermediaries, such as publishers or affiliates, organizations that are full information business knowledge.

When Social Media occurs, the Information business's business model was changed. The cost of the channel is almost zero, unlimited time and number of sales and social media are the tools to create a personal branding which is an important opportunity for information business, both a full-fledged business model and person to be able to start a business with high chances and very low cost.

**KEYWORDS:** Infopreneur, Social media

## 1. บทนำ

ในยุคก่อนอินเทอร์เน็ตแพร่หลาย ผลผลิตกันของผู้ประกอบการความรู้ จะอยู่ในรูปของหนังสือ หลักสูตรการเรียนการสอน และการอบรมสัมมนา โดยมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเก่า ซึ่งทั้งตัวผลิตภัณฑ์และการประชาสัมพันธ์ มีต้นทุนสูง ทั้งด้านตัวเงิน และเวลา และยังมีปริมาณการขายที่จำกัด เมื่อสื่อสังคมออนไลน์เกิดขึ้น ผู้คนเชื่อมต่อกันในโลกออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต การเข้าถึงข้อมูล ความรู้ ทำได้สะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา เช่นกันกับการสร้างตัวตนและการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการที่เข้าถึงคนได้มากกว่า ด้วยเวลาและต้นทุนที่ต่ำกว่า ที่สำคัญคือไม่จำกัดทั้งปริมาณการขายและระยะเวลาการขาย บัญชีดังกล่าว ส่งผลให้มีผู้ประกอบการความรู้เกิดขึ้นมากมายและประสบความสำเร็จด้านรายได้ในเวลาอันรวดเร็ว

## 2. วัตถุประสงค์

- (1) เพื่อศึกษารูปแบบของธุรกิจความรู้บนสื่อสังคมออนไลน์
- (2) เพื่อศึกษารูปแบบการสร้างแบรนด์บุคคลของผู้ประกอบการความรู้บนสื่อสังคมออนไลน์

## 3. ผู้ประกอบการความรู้ (Infopreneur)

ผู้ประกอบการความรู้ ในภาษาอังกฤษใช้คำว่า “Infopreneur” มาจากคำสองคำผสมกันคือ “Information” ซึ่งหมายถึง ข้อมูลความรู้ และคำว่า “Entrepreneur” หมายถึง ผู้ประกอบการ รวมกันแล้วคือ ผู้ประกอบการ ที่มีผลิตภัณฑ์ข้อมูล (Information Product) เป็นชุดข้อมูล ความรู้ ที่ผ่านการรวบรวม สรุป และเผยแพร่ในรูปแบบที่ สอนคนจำนวนมากได้และทำให้เกิดรายได้

แหล่งที่มาของข้อมูลที่รวบรวมเป็นชุดผลิตภัณฑ์อาจเกิดจากประสบการณ์ของผู้ประกอบการเองที่ ปฏิบัติจนได้ผลลัพธ์แล้วสรุปเป็นวิธีการ ถือเป็น “Result Expert” หรือ ได้จากการรวบรวมสังเคราะห์ข้อมูลแล้ว นำมาสรุปให้เข้าใจง่าย กรณีนี้เรียกว่าเป็น “Research Expert”

นอกจากผู้ประกอบการที่เป็นรายบุคคล ยังมีธุรกิจข้อมูลความรู้ในระดับองค์กร ที่มีเทรนเนอร์หรือ ผู้สอนในสังกัด เช่น ธุรกิจสื่อการเรียนการสอน ธุรกิจอบรมสัมมนา และสำนักพิมพ์ เหล่านี้ถือเป็น ธุรกิจข้อมูล ความรู้ (Information Business) หรือธุรกิจการศึกษา (Education Business) เต็มรูปแบบ ที่มีข้อมูลความรู้เป็น สินทรัพย์ (Assets)

## 4. เนื้อหา ข้อมูล ความรู้ อะไรบ้างที่ขายได้?

ข้อมูล ความรู้ ที่สามารถนำมาเป็นผลิตภัณฑ์ในธุรกิจข้อมูลได้ คือทุกข้อมูลที่ส่งมอบคุณค่า (Value) บางอย่างให้กับผู้บริโภค เช่น แก้ปัญหา (Pain Point) บางอย่างให้ผู้บริโภคได้, ช่วยให้มีประหยัดเวลา หรือ พัฒนา ทักษะในการทำงาน ข้อมูลส่วนใหญ่ที่ขายได้ในตลาดปัจจุบันจึงเป็นข้อมูลประเภท “How-To” ซึ่งสามารถ แบ่งเป็นหมวดหมู่ได้ดังนี้

**4.1 How-To เพื่อพัฒนาทักษะอาชีพ** เช่น การใช้งาน โปรแกรมต่างๆ เช่น Microsoft Office, Adobe Photoshop, Illustration, การทำบัญชี เทคนิคการขาย วิธีขายของออนไลน์ การพูดในที่สาธารณะ การเล่นหุ้น การ ทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ฯลฯ

**4.2 How-To เพื่อการพัฒนาตนเอง** เช่น การจัดการเวลา การคิดบวก กฎแห่งแรงดึงดูด การจัดการการเงิน การวางแผนเพื่อการปลดหนี้ การแต่งตัวให้ดูมีอาชีพ การพัฒนาบุคลิกภาพ ฯลฯ

**4.3 How-To เพื่อสุขภาพ** เช่น การว่ายน้ำแบบหายใจทางปาก การสร้างกล้ามเนื้อ การออกกำลังกายสำหรับคนท้อง วิถีดูแลผิวกายผิวหน้า ฯลฯ

## 5. ช่องทางออนไลน์ ขายได้ไม่จำกัด

รูปแบบและช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ข้อมูล เดิมอยู่ในรูปแบบของหนังสือ หนังสือเสียง หลักสูตรการเรียน การอบรมและการจัดสัมมนาต่าง ๆ ซึ่งในรูปแบบเดิมมีข้อจำกัดดังนี้

1. มีระยะเวลาในการจัดทำนาน
2. มีต้นทุนการผลิตสูง
3. ต้องมีการจัดส่ง เกิดเป็นต้นทุนทั้งตัวเงินและเวลา
4. มีจำนวนการขายที่จำกัด
5. ต้องผ่านตัวกลาง เช่น สำนักพิมพ์, องค์กรธุรกิจข้อมูล เดิมรูปแบบ และแบ่งผลประโยชน์แบบ

Profit sharing เช่นการพิมพ์หนังสือ ผู้เขียนจะได้ส่วนแบ่งประมาณ 10%

เมื่อสื่อสังคมออนไลน์เกิดขึ้น เกิดเป็นช่องทางการให้บริการช่องทางใหม่ ที่สามารถแก้ปัญหาของรูปแบบเดิมได้ ดังนี้

### 5.1 จากหนังสือสู่ E-Book (Electronic Book) และ Audiobook

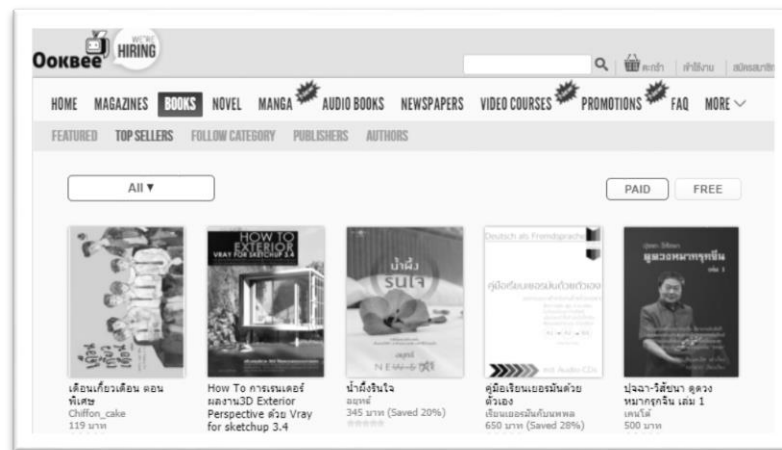
E-Book เป็นไฟล์คอมพิวเตอร์ประเภทหนึ่ง โดยเนื้อหาในไฟล์จะมีลักษณะเหมือนหนังสือจริง ๆ แต่อยู่ในรูปของไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ ในยุคแรก จะอยู่ในรูปของไฟล์แบบ PDF แต่ปัจจุบันมีการพัฒนาโปรแกรมการอ่านให้สวยงามขึ้นและใกล้เคียงกับการอ่านหนังสือจริง ๆ หลายโปรแกรม เช่น I love library, DNL Reader, FlipAlbum เป็นต้น เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงจุดไปยังส่วนต่างๆ ของหนังสือ และเว็บไซต์ต่างๆ ได้ มีปฏิสัมพันธ์และโต้ตอบกับผู้อ่านได้ สามารถแทรกภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว แบบทดสอบได้ โดยคุณสมบัติที่สำคัญของ E-Book คือสามารถปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา และผู้เขียนสามารถจัดทำและจัดจำหน่ายเองไม่ต้องผ่านสำนักพิมพ์ หรือสามารถฝากขายในแหล่ง E-Book ได้ ซึ่งผู้เขียนจะถูกหักค่าดำเนินการประมาณ 30-40% เหลือรายได้ประมาณ 60-70% ซึ่งมากกว่าการพิมพ์หนังสือกับสำนักพิมพ์หลายเท่า

## ตัวอย่างแหล่ง E-Book ของไทย

[ebooks.in.th](http://ebooks.in.th)



[www.ookbee.com](http://www.ookbee.com)



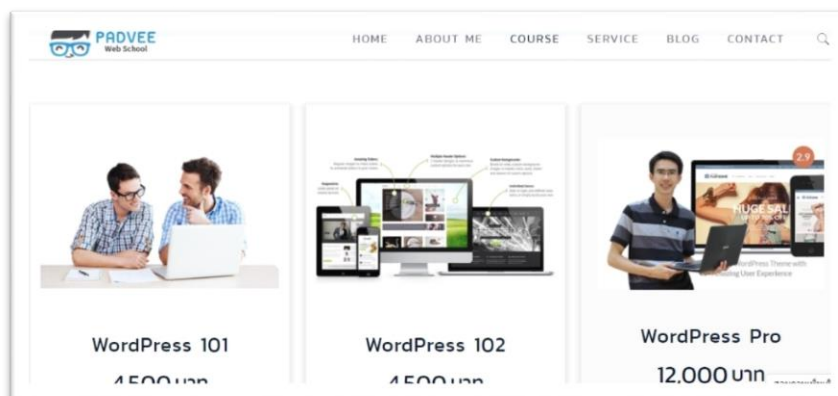
ส่วน “Audiobook” หรือหนังสือเสียง เป็นการบันทึกความรู้ในรูปแบบเสียงแล้วบรรจุเป็น แผ่นซีดี หรือ ดิจิทัลไฟล์สำหรับฟังออนไลน์ ซึ่งผู้เขียนสามารถจัดทำเอง จำหน่ายเอง หรือจัดทำและจำหน่ายผ่านสำนักพิมพ์ หรือ แหล่ง Audiobook เช่น [www.ookbee.com](http://www.ookbee.com) , [www.amazon.com](http://www.amazon.com) และ [www.audiobooks.com](http://www.audiobooks.com) ได้เช่นกัน



## 5.2 จากห้องเรียนผู้วีดิโอคอร์สในห้องเรียนออนไลน์

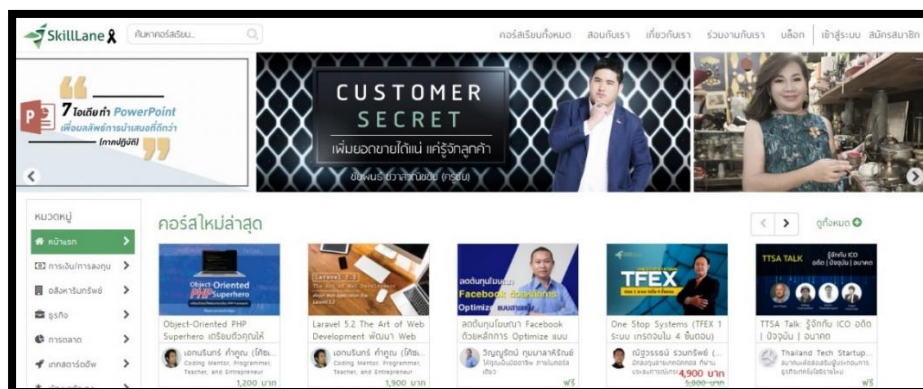
วีดิโอคอร์ส (VDO Course) คือเนื้อหาข้อมูลหลักสูตรที่อยู่ในรูปของภาพและเสียง ผ่านการตัดต่อ และใส่เอฟเฟกต์เพื่อให้น่าสนใจและช่วยให้เนื้อหาไม่น่าเบื่อและเข้าใจง่ายขึ้น สามารถทำออกมาได้ทั้งในรูปแบบของวีดิโอ และคอร์ส ออนไลน์ โดยลูกค้าสามารถเรียนเนื้อหาคอร์สออนไลน์ ได้หลายช่องทาง ได้แก่

5.2.1 ผ่านเว็บไซต์ของผู้ประกอบการความรู้เอง โดยใช้ระบบซื้อขายสินค้า เพื่อให้ลูกค้าที่ชำระเงินเข้าไปดูเนื้อหาเฉพาะได้ ตัวอย่าง : <https://padveewebschool.com/> เว็บไซต์ของคุณพัทวิ ฟรีแลนซ์ที่รับทำเว็บไซต์และสอนการใช้เครื่องมือทางออนไลน์ เช่น WordPress, Google SEO และเป็นทีปรึกษาเชิงเทคนิคดิจิทัล

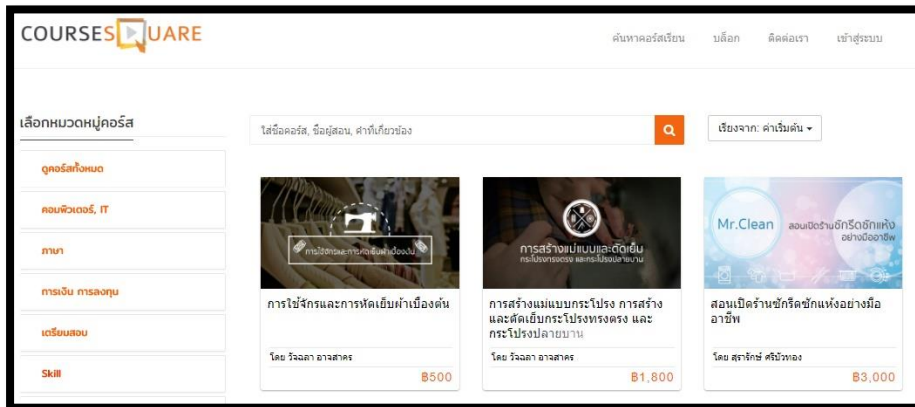


5.2.2 ผ่านเว็บไซต์ Course Store โดย Course Store จะมีเครื่องมือและทีมงานในการบันทึกวีดิโอ และตัดต่อออกมาเป็นวีดิโอคอร์สให้สำเร็จ พร้อมดูแลเรื่องการขายและการชำระเงิน โดยเจ้าของข้อมูลรับส่วนแบ่ง 60% Course Store 40% ตัวอย่าง Course Store

SkillLane.com



## CourseSquare.co



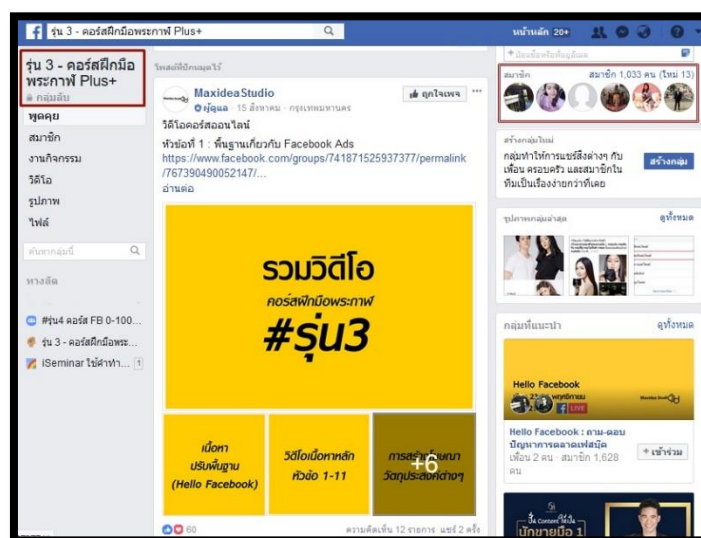
### 5.2.3 ผ่าน Facebook

Facebook เป็นช่องทางใหม่ ที่เป็นโอกาสที่น่าสนใจมากสำหรับผู้ประกอบการความรู้ เพราะเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ทุกคนเข้าถึงได้ เจ้าของผลิตภัณฑ์สามารถดำเนินการเองได้เลย และรับผลประโยชน์ 100% ได้เต็ม โดยการเปิดห้องเรียนโดยใช้ “Facebook Group” โดยเจ้าของผลิตภัณฑ์จะเพิ่มรายชื่อ Facebook ของลูกค้าที่ยืนยันการชำระเงินมาแล้ว เข้าไปในกลุ่มลับของแต่ละหลักสูตรที่สร้างไว้ ถือเป็นช่องทางใหม่ ที่สะดวก ไม่มีค่าใช้จ่าย และรับได้ไม่จำกัดจำนวน

#### ตัวอย่างวีดีโอคอร์สใน Facebook Group

1. ชื่อกลุ่ม : รุ่น 3 - คอร์สฝึกมือพระกาฬ Plus+

หลักสูตร : สอนการทำโฆษณาบนเฟสบุ๊ค จำนวนสมาชิกกลุ่ม : 1,033 คน





## 2. ชื่อกลุ่ม : มือใหม่หัดใช้เทคนิค รุ่น 2

หลักสูตร : สอนเล่นหุ้น จำนวนสมาชิกกลุ่ม : 457 คน



## 6. สร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ ง่ายแค่ปลายนิ้วคลิก

ธุรกิจข้อมูลความรู้ เป็นธุรกิจที่ความเชื่อมั่นต่อเจ้าของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอย่างมาก อาจกล่าวได้ว่า ตัวของเจ้าของผลิตภัณฑ์ ก็เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ด้วย การสร้างตัวตน หรือการสร้างแบรนด์ บุคคล (Personal Branding) ให้กับตัวเจ้าของผลิตภัณฑ์จึงเป็นสิ่งจำเป็นมาก เพื่อให้เป็นผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) ในเรื่องที่ถนัด และสร้างฐานผู้ติดตาม (Fans/ Followers) หรือ สาวก (Tribe) ที่ภักดี ส่งผลให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ข้อมูลนั้น ๆ ซึ่งก็คือ นั่นเอง

วิธีการสร้างแบรนด์บุคคล ที่ได้ผลดีในยุคนี้ คือการเผยแพร่วิดีโอและบล็อก (Blog) ที่มีเนื้อหาข้อมูลที่ดี ตอกย้ำภาพลักษณ์การเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสามารถทำได้ง่าย ๆ โดยไม่ต้องมีความรู้หรืออุปกรณ์เชิงเทคนิคมาก เพราะผู้ชมจะให้ความสำคัญกับเนื้อหา มากกว่าคุณภาพของวิดีโอ และสามารถเผยแพร่ไปสู่คนจำนวนมากได้ ในเวลาอันรวดเร็ว และต้นทุนต่ำ มีเพียงต้นทุนการผลิตเนื้อหาเท่านั้น และหากต้องการให้เผยแพร่ไปถึงคนจำนวนมากขึ้น สามารถใช้การโฆษณาบนสื่อออนไลน์ ที่สามารถกำหนดและควบคุมต้นทุนเองได้

### สื่อสังคมออนไลน์กับการสร้างแบรนด์บุคคลของผู้ประกอบการความรู้

#### 6.1 Website

เว็บไซต์ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของแบรนด์บุคคลได้ดี และยังเป็นเครื่องมือที่เจ้าของสามารถออกแบบรูปแบบของเนื้อหาได้เอง สามารถเชื่อมโยงกับระบบการขาย เช่นระบบการชำระเงินได้ และที่สำคัญ เนื้อหาบนเว็บไซต์ จะถูกค้นเจอจากระบบค้นหา (Search engine) ได้ดี

ตัวอย่าง : เว็บไซต์ ของคุณฉันทิพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง นักการตลาดดิจิทัล คอลัมน์นิสต์ พิธีกรรายการทีวี DigiLife ที่ปรึกษาด้านการตลาดดิจิทัล ที่มีคอร์สด้านการตลาดดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง

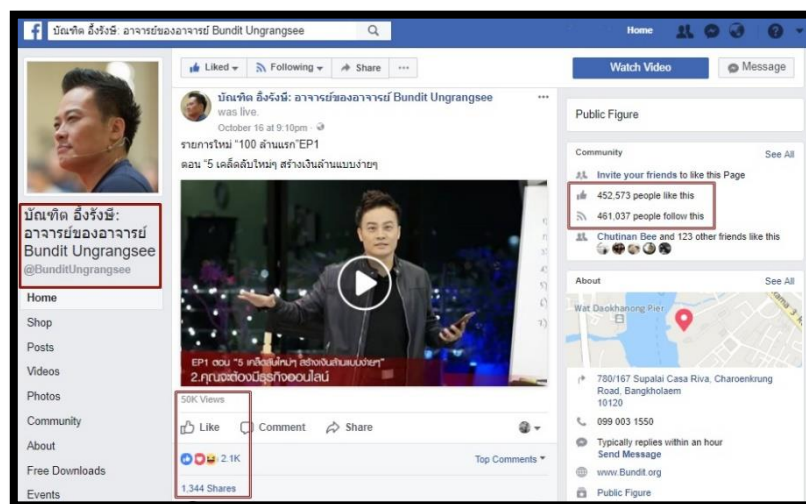


## 6.2 Facebook

Facebook เป็นเครื่องมือที่ดีที่สุดสำหรับการสร้าง “Brand Awareness” เพราะสามารถสื่อสารได้รายวัน เข้าถึงคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว โดยมักจะตั้งเป้าหมายที่จำนวนผู้ติดตาม (Fan), จำนวนผู้ชม (View), จำนวนการเข้าถึง (Reach) และจำนวนการมีส่วนร่วมในเนื้อหา (Engagement)

ตัวอย่าง : Facebook Fan Page ของคุณบัณฑิต อึ้งรังษี วาทยกร วิทยากร และนักเขียน ที่อยู่ในธุรกิจความรู้มานาน มีผลงานทั้งหนังสือ ออดิโอบุ๊ก และคอร์ส ออนไลน์และสัมมนามากมาย ทั้งสอนพูด สอนเขียน งานขาย การพัฒนาตนเอง การคิด เพื่อความสำเร็จ

Fan Page : บัณฑิต อึ้งรังษี: อาจารย์ของอาจารย์ Bundit Ungrangsee จำนวนผู้ติดตาม : 452,573 คน



### 6.3 Line@

Line@ มีฟังก์ชันการใช้งานเหมือน Facebook Fan Page เป็นบัญชีไลน์ที่สามารถส่งข้อความถึงเพื่อนทั้งหมดในครั้งเดียว (Broadcast) และสามารถคุยแบบ 1 ต่อ 1 เหมือนบัญชี Line สามารถโพสต์สื่อสารกับเพื่อนทั้งหมดผ่าน Timeline ได้ สามารถตั้งข้อความตอบกลับอัตโนมัติได้ และตั้งผู้ดูแล (Admin) ได้หลายคน

ตัวอย่าง : Line@ ของคุณวิสูตร แสงอรุณเลิศ : นักแต่งเพลง บรรณาธิการและนักเขียนหนังสือขายดี (Best Seller) หลายเล่ม เจ้าของแฟนเพจ Boy's Thought มีผลิตภัณฑ์ทั้งอีบุ๊ก, ออดิโอบุ๊ก, คอร์สออนไลน์ และสัมมนา สอนทั้งการเขียนและ การพัฒนาตนเอง



### 6.4 Twitter

Twitter เป็น Micro Blogging / Micro Sharing ที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เผยแพร่ข่าวสารได้รวดเร็วที่สุด เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการประชาสัมพันธ์

ตัวอย่าง : Twitter ของคุณชัยพนธ์ ขวาลวนิชชัย (ครูชัย) นักการตลาดดิจิทัล เจ้าของแฟนเพจ M.I.B Marketing In Black และคอร์สเรียนออนไลน์ด้านการตลาดดิจิทัล



## 7. สรุป

การเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์ เป็น โอกาสที่สำคัญของธุรกิจข้อมูลความรู้และผู้ประกอบการความรู้ที่จะ สร้างธุรกิจและขยายได้โดยไม่จำกัด

ในด้านของช่องทางให้บริการ สื่อสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางที่มีต้นทุนต่ำแทบจะเป็นศูนย์ และหากต้องการให้เข้าถึงคนมากขึ้น สามารถทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยที่สามารถกำหนดต้นทุนและรูปแบบเองได้ และดำเนินการได้โดยไม่ต้องผ่านเอเจนซี่ เป็นช่องทางที่ไม่จำกัดระยะเวลาการซื้อ ทำให้สามารถขายสินค้าได้ตลอดเวลา และที่สำคัญไม่จำกัดจำนวนการขาย ผู้ประกอบการสามารถขยายธุรกิจได้อย่างไม่มีขอบเขต

ในด้านของการตลาด สื่อสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางที่เอื้อต่อการสร้างแบรนด์บุคคล (Personal Branding) เพราะสามารถสื่อสารถึงคนจำนวนมากได้โดยตรง เป็นเครื่องมือที่เปลี่ยนผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหา และหากเนื้อหานั้นมีประโยชน์ ก็จะเกิดการกระจายอย่างรวดเร็ว

สื่อสังคมออนไลน์ จึงเป็น โอกาสสำคัญของผู้ประกอบการความรู้ (infopreneur) และทุกคนที่มีความรู้ความถนัดเฉพาะด้าน และความสามารถในการสื่อสาร ที่ต้องการเข้ามาในธุรกิจนี้

## 8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าข้อมูล (Information Product) ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคยุค 4.0 เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบรูปแบบของผลิตภัณฑ์ข้อมูล (Information Product) และการสื่อสารการตลาดออนไลน์

8.2 ควรมีการศึกษาการสร้างแบรนด์บุคคล (Personal Branding) ของผู้ประกอบการความรู้ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์แต่ละประเภท เพื่อให้มองเห็นภาพและรูปแบบที่ชัดเจนขึ้น

## 7. เอกสารอ้างอิง

ภิเยก ชัยนรินทร์. (2554). **ปั้นแบรนด์ให้รวยด้วย Facebook**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, บมจ.

วิลาส น้าเลิศจันทร์. (2559). **re : digital การตลาดยุคใหม่ เจาะใจลูกค้า**. กรุงเทพฯ : โพรวิชั่น, บจก.

อังกูร วงศ์กสิฐุต. (2557). **แดนโลก...คุณทำได้**. กรุงเทพฯ : ประชาชน, สนพ.

“How to Become an Infopreneur” สืบค้นเมื่อวันที่ 25 กันยายน 2560, จาก

<https://succeedasyourownboss.com/how-to-become-an-infopreneur/>

“วิธีเริ่มต้นอาชีพ Infopreneur เปลี่ยนความรู้เป็นรายได้ ผ่านเน็ตบุ๊กเครื่องเดียว” สืบค้นเมื่อวันที่ 25 กันยายน

2560, จาก <https://www.ceoblog.co/ultimate-guide-how-to-start-information-business/>

“แหล่ง E-book ของไทย” สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2560, จาก <https://moneyhub.in.th/article/e-book-selling/>

“Line@ และ Line Official ” สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2560, จาก <https://www.4ud.me/lineat-lineofficial>

“การสร้างตัวตนบนโลก Online สำคัญอย่างไร” สืบค้นเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2560, จาก

<http://www.lifewakeup.com/การสร้างตัวตน>

“สร้าง Brand Equity ครอบงำได้ดี ด้วย Social Media” สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2560, จาก

<https://www.marketingoops.com/campaigns/social-media-marketing-digital/brand-equity/>