

## ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing) ของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

ณัชชา ดวงศรีหงส์<sup>1</sup>, รัชนิกร กระแสสังข์<sup>2</sup>, ธนากร อูยานิชย์<sup>3</sup>, วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา<sup>4</sup>

<sup>1</sup>ตำแหน่งงาน เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) สาขาภูเก็ต,

<sup>2</sup>สังกัด สำนักหอสมุดกลางมหาวิทยาลัยรามคำแหง หน่วยงาน ห้องสมุดมหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาเขตบางนา,

<sup>3</sup>สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา,

<sup>4</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต,

Email: DH\_mook@hotmail.com<sup>1</sup>, ratchaneekornbell.25@gmail.com<sup>2</sup>, thanakorn.ui@ssru.ac.th<sup>3</sup>,  
wisiripa@yahoo.com<sup>4</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเองของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างจำนวน 336 คน ปีการศึกษา 2559 มีทั้งหมด 7 สาขาวิชา ใช้วิธีการสุ่มอย่างแบบกลุ่มในการรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แบบ Stepwise พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาคณะครุศาสตร์เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.8 ส่วนใหญ่มีอายุ 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.8 มีคะแนนเกรดเฉลี่ย 3.01 – 3.50 คิดเป็นร้อยละ 44.4 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ ( $X_1$ ) คุณลักษณะด้านมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในอาชีพ ( $X_2$ ) และคุณลักษณะความคิดสร้างสรรค์และแสวงหาสิ่งใหม่ ( $X_3$ ) ปัจจัยส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ มีตัวแปรที่ดีที่สุดมีตัวแปรเดียว คือ คุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านความคิดสร้างสรรค์และแสวงหาสิ่งใหม่ ( $X_3$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สมการพยากรณ์ ในรูปของคะแนนดิบคือ  $\hat{Y} = -0.658 + 0.986 (X_3)$

**คำสำคัญ :** หนังสืออิเล็กทรอนิกส์, ธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง, คุณลักษณะผู้ประกอบการ, กรุงเทพมหานคร

## Factors affecting Attitude towards Self-Digital Publishing Business at the Faculty of Education in a large-sized University of Bangkok

Nutcha Duangsrihong<sup>1</sup>, Ratchaneekorn Krasaesang<sup>2</sup>, Thanakorn Uiphanit<sup>3</sup>,  
Wittaya Siriphanwattana<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Customer service staff at Central Pattana Public Company (CPN) Phuket.

<sup>2</sup>Ramkhamhaeng University Library (Bangna campus).

<sup>3</sup>Lecturer, Department of Information Science, Faculty of Humanities and Social Sciences  
Suan Sunandha Rajabhat University.,

<sup>4</sup>Lecturer, Faculty of Management Science, Suan Dusit University.,

Email: DH\_mook@hotmail.com<sup>1</sup>, ratchaneekornbell.25@gmail.com<sup>2</sup>, thanakorn.ui@ssru.ac.th<sup>3</sup>,  
wisiripa@yahoo.com<sup>4</sup>

### Abstract

The research studied factors affecting attitudes in self-digital publishing business at the Faculty of Education in a large-sized university located in Bangkok. The samples were 336 students from 7 branches of the faculty of which were selected by cluster random sampling method. Data collection used in the research were questionnaires and the statistical analysis used percentage, mean, standard deviation, Pearson correlation coefficient, and stepwise multiple regression analysis. The majority of participants comprised of 70.8 percent female of 21 years of age. Forty-four percent had a grade point average between 3.01–3.50. Furthermore, results shown significantly positive correlation coefficient among the factors affecting attitudes in publishing business at .01, and the 3 factors were: age ( $X_1$ ), moral, ethical and professional ethics ( $X_2$ ), and creativity and the pursuit of new things ( $X_3$ ). The prediction equation in terms of raw scores was  $\hat{Y} = -0.658 + 0.986(X_3)$

**Keywords :** electronic book, Self-Digital publishing business, entrepreneurial traits, Bangkok

## บทนำ

ในปัจจุบันความเจริญทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เข้ามามีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวัน (คัมภีรพรรณ จันทรแก้ว, 2555) ทำให้เกิดรูปแบบของธุรกิจบริการแบบใหม่เกิดขึ้นหลายธุรกิจจะต้องมีการปรับตัวและหันมาให้ความสำคัญกับการให้บริการผ่านทางออนไลน์มากขึ้น เช่น ธนาคารออนไลน์ (Internet-banking) เกมออนไลน์ (game online) ประกันภัยออนไลน์ (Insurance online) เป็นต้น (ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, 2545, หน้า 9) จะเห็นได้ว่าการประกอบธุรกิจต่าง ๆ ก็ต้องอาศัยอินเทอร์เน็ต ดังนั้น อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนซึ่งจากในอดีตจะอยู่ในรูปแบบของการพิมพ์เนื้อหาลงในกระดาษเข้าเป็นรูปเล่ม ผู้เขียนต้องส่งต้นฉบับให้สำนักพิมพ์ เพื่อทำการตีพิมพ์ จากนั้นส่งต่อไปให้ฝ่ายกระจายสินค้า เพื่อส่งไปวางจำหน่ายตามร้านหนังสือแผงหนังสือทั่วไปเพื่อขายให้กับลูกค้า (อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, 2550, หน้า 31) ซึ่งทำให้มีความล่าช้าในการซื้อขายหนังสือ สิ่งพิมพ์รูปแบบนี้ยังมีความบอบบางอีกทั้งยังทำให้เกิดการฉีกขาดได้ง่าย การเก็บรักษายาก เพราะเมื่อเก็บไว้เป็นเวลานาน อาจเกิดความชื้น และฝุ่นละออง (Kit0415, 2554)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้สำนักพิมพ์เริ่มมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการมาเป็นแบบออนไลน์มากขึ้น เช่น การให้บริการซื้อขายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ผ่านทางออนไลน์ทั้งในรูปแบบของเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน (Application) จึงทำให้มีจำนวนผู้อ่านในรูปแบบออนไลน์เพิ่มขึ้น จากสถิติผลสำรวจพฤติกรรมการอ่านหนังสือของคนไทย ในปี พ.ศ. 2557-2558 ผู้อ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) มีเพิ่มขึ้นร้อยละ 24 จาก ปี พ.ศ.2556 (อาจิตยา นันทภูมิ, 2558) เมื่อเปรียบเทียบกับสถิติผลการสำรวจการอ่านหนังสือของประชากร พ.ศ. 2556 ที่ผู้อ่านหนังสือ

อิเล็กทรอนิกส์ (e-book) มีเพียงร้อยละ 1.8 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556, หน้า 12) สำนักพิมพ์จึงได้เริ่มพัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่ โดยเปลี่ยนบทบาทจากที่เป็นผู้ขายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) มาเป็นผู้ให้บริการพื้นที่ในการจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ให้กับผู้เขียน (Praormpit Katchwattana, 2019) ซึ่งเราเรียกบริการในรูปแบบนี้ว่า เป็นการตีพิมพ์สิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing) โดยนักเขียนจะต้องดำเนินการทุกอย่างด้วยตนเอง เริ่มตั้งแต่การสร้างเนื้อหา โดยในเนื้อหาอาจจะมีการเพิ่มไฟล์รูปภาพ วิดีโอ หรือเกม เข้าไปเพื่อดึงดูดความสนใจ จากนั้นผู้เขียนจะตีพิมพ์ในรูปแบบดิจิทัล และนำไปวางขายบนเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของสำนักพิมพ์ ผู้เขียนอาจจะแบ่งขายเป็นบางบทเพื่อพิจารณาขอยอดขายในเบื้องต้น ก่อนที่จะตัดสินใจเขียนต่อหรือจะเขียนจนเสร็จแล้วนำไปวางขายก็ได้ จึงทำให้รูปแบบการตีพิมพ์สิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing) ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ในต่างประเทศ (Krungrsri Plearn Plearn Krungrsri Plearn Plearn)

เว็บไซต์ Amazon.com เป็นร้านจำหน่ายหนังสือออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุด มีรูปแบบที่ผู้เขียนสามารถเขียนและลงพิมพ์หนังสือได้ด้วยตนเองบนแพลตฟอร์ม (platform) ที่เรียกว่า Amazon Kindle ผ่านเครื่องสำหรับอ่านหนังสือ (e-Reader) ที่ใช้งานได้ง่าย โดยมียอดขายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ถึง 265-530 ล้านดอลลาร์ต่อปี และยังมีเว็บไซต์ www.lulu.com ซึ่งเป็นธุรกิจสำนักพิมพ์รูปแบบใหม่ เมื่อผู้เขียนมีต้นฉบับที่เป็นไฟล์ดิจิทัลสามารถนำขึ้นขายอยู่ในรูปของหนังสือบนเว็บไซต์ www.lulu.com ได้ทันที โดยไม่มีค่าใช้จ่าย และยังให้บริการเกี่ยวกับการจัดทำหนังสือ เช่น งานบรรณาธิการ ออกแบบ จัดรูปเล่ม และยังเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปที่ต้องการจะเป็นนักเขียนได้ทดลองทำและส่งพิมพ์หนังสือออกมาได้ในรูปแบบที่

ต้องการ โดยไม่ต้องผ่านสำนักพิมพ์ นอกจากนี้ยังมีชุมชนออนไลน์ (Online community) เพื่อเป็นตัวกลางให้นักเขียนสามารถติดต่อกับผู้อ่านได้ และจัดส่งหนังสือให้ถึงมือผู้อ่าน (อาศิรา พนาราม, 2554)

ส่วนในประเทศไทยปี พ.ศ.2558 ได้เริ่มมีการนำเทคโนโลยีการพิมพ์สิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเองมาใช้ในการประกอบธุรกิจ โดย บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน) ได้ร่วมกับบริษัท Baeslab พัฒนาแอปพลิเคชัน ที่เรียกว่า “Baesbook Author” เป็นเว็บแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นเพื่อให้ผู้เขียนหนังสือทั่วไปสามารถสร้างหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์ (Interactive e-book) ได้ด้วยตนเอง ซึ่งภายในเว็บแอปพลิเคชันจะมีเครื่องมือสำหรับสร้างหนังสือที่ใช้งานได้ง่ายและสะดวก ทั้งยังเพิ่มลักษณะพิเศษต่าง ๆ ที่รองรับการใส่สื่อมัลติมีเดีย (multimedia) เช่น เสียง วิดีโอ เอฟเฟกต์ (effect) ของวัตถุ และอื่น ๆ อีกทั้งยังมีระบบ DRM (Digital Rights Management) หรือระบบป้องกันลิขสิทธิ์หนังสือ สามารถวางขายได้อย่างรวดเร็ว และได้รับผลตอบแทนที่ดีกว่า การตีพิมพ์ผ่านสำนักพิมพ์ (“Se-ed writer คืออะไร”, 2015) และนอกจากนี้ยังมีเว็บไซต์ [www.bookcaze.com](http://www.bookcaze.com) ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่เปิดโอกาสให้บริษัทสำนักพิมพ์หรือนักเขียนอิสระทั่วไปที่สนใจจะทำหนังสือเป็นของตนเองแล้วจำหน่ายผ่านทางเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน เนื้อหาจะเน้นทางด้านหนังสือที่ให้ความรู้ เช่น หนังสือเรียน หนังสือการวางแผน หนังสือการพัฒนาตนเอง จะไม่มีหนังสือหรือนิตยสารที่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมจึงเหมาะกับทุกกลุ่มผู้อ่านในแพลตฟอร์มสามารถใส่รูปภาพ เสียง เอฟเฟกต์ (effect) และลูกเล่นต่าง ๆ ได้อีกมากมาย ผู้เขียนสามารถตั้งราคาเองได้ ซึ่งทาง [www.bookcaze.com](http://www.bookcaze.com) จะได้ ส่วนแบ่งแค่ 10 เปอร์เซ็นต์ส่วนที่เหลือจะเป็นของผู้เขียนทั้งหมด [www.Bookcaze.com](http://www.Bookcaze.com) ก่อนข้างเปิดกว้างสามารถ

ซื้ออ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ได้ทุกที่บนโลกอยู่ที่ใดก็สามารถซื้อได้ (อุกฤษฏ์ วิศิษฐ์กิจการ, สัมภาษณ์, 26 ธันวาคม 2559) ดังนั้น การทำธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self digital publishing) จึงเป็นทางเลือกใหม่สำหรับผู้เขียนหนังสือที่เพิ่งเริ่มเขียนครั้งแรก และด้วยการเติบโตของธุรกิจนี้มีอัตราแนวโน้มที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคต ผู้เขียนจะมีพฤติกรรมการเขียนและขายหนังสือที่เปลี่ยนไป เนื่องจากสิ่งพิมพ์รูปแบบเดิมกำลังมียอดขายลดลง (โพสตุญญ์, 2559)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า รูปแบบธุรกิจการตีพิมพ์สิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing) สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เขียนเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการทำสื่อในรูปแบบของ Interactive book โดยเพิ่มปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับผู้อ่านมากขึ้น เช่น การเพิ่มแบบทดสอบ (Test) การเพิ่มเกม (Game) การวิดเจ็ต (Widget) เป็นต้น (Themebounce, 2019) โดยสื่อปฏิสัมพันธ์จะมีลักษณะเป็นสื่อที่สามารถสอดแทรกตัวอย่างภาพเคลื่อนไหว การใช้เสียง สี และเทคนิคในการออกแบบทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจ กระตือรือร้น และเห็นภาพได้ดีกว่าการอ่านจากหนังสือเรียน การออกแบบและกลวิธีในการนำเสนอสามารถให้ผู้เรียนติดตามเนื้อหาบทเรียนได้เป็นอย่างดี ผู้เรียนสามารถตอบโต้กับสื่อได้ จะเห็นได้ว่าสื่อประเภทนี้จะเพิ่มความน่าสนใจให้กับผู้อ่าน โดยเฉพาะหากนำมาใช้กับตำราวิชาการหรือสื่อการสอนก็จะทำให้ผู้เรียนเกิดความสนใจเรียนมากขึ้น (ภคพงศ์ ทุ่งสี, 2556) ดังนั้น การสร้างหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์ (Interactive e-book) จึงเป็นเรื่องที่สำคัญที่ผู้เขียนตำราวิชาการจะต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบเนื้อหาและรูปแบบที่น่าสนใจ

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สัมภาษณ์อาจารย์และนักศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยขนาดใหญ่

แห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนใหญ่ยังมีผู้ที่ยังไม่รู้จักรูปการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัล ด้วยตนเอง (Self Digital Publishing) เป็นจำนวนมาก และในอนาคตนักศึกษาคณะครุศาสตร์เมื่อจบการศึกษา ส่วนใหญ่จะประกอบวิชาชีพครู (HC Thai Editor, 2561) ซึ่งจำเป็นต้องสร้างสื่อการสอนและตำราวิชาการ ดังนั้นนักศึกษาคณะครุศาสตร์จึงจำเป็นต้องรู้จักเทคโนโลยีที่ใช้ในการสร้างหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์ (Interactive e-book) เพื่อสร้างสื่อและเข้าไปประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง เพราะปัจจุบันเด็กไทยมีเครื่องมือสื่อสารเพื่อใช้ประกอบการเรียน เช่น แท็บเล็ต (tablet) หรือสมาร์ทโฟน (Smartphone) และอุปกรณ์อื่น ๆ ที่สามารถรองรับการใช้งานสื่อประกอบการเรียนในรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ (interactive) ได้ (Thumbsupteam, 2011)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงต้องการทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการประกอบการธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing) ของนักศึกษาคณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing) ของนักศึกษาครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

### บททวนวรรณกรรม

#### บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์

ปัจจุบันเทคโนโลยีทางการพิมพ์มีความเจริญก้าวหน้ามาก จึงทำให้สื่อสิ่งพิมพ์มีบทบาทในสังคมเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นแหล่งในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ เป็นแหล่งที่ให้ความรู้ ความบันเทิงทางด้านต่าง ๆ ซึ่งทำให้สื่อสิ่งพิมพ์มีบทบาทในหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2549)

1. บทบาททางการดำเนินการดำเนินงานของรัฐ การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ทางการดำเนินการดำเนินงานของรัฐ เพื่อชี้แจงนโยบายต่าง ๆ เผยแพร่ และประชาสัมพันธ์นโยบาย และกิจกรรมของทางภาครัฐเป็นหลัก ตลอดจนใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนดำเนินการตามแนวทางที่ภาครัฐได้กำหนดไว้

2. บทบาททางการพัฒนาเศรษฐกิจและการดำเนินธุรกิจ เศรษฐกิจของไทยทุกวันนี้ได้มีการเปลี่ยนแปลงจากเศรษฐกิจการเกษตรสู่เศรษฐกิจอุตสาหกรรมมากขึ้น

3. บทบาททางด้านการศึกษาและการดำรงชีวิต สื่อสิ่งพิมพ์เข้ามามีบทบาททางการศึกษาเพิ่มมากขึ้น ในการเรียนการสอนไม่ว่าจะเป็นการศึกษาในระบบโรงเรียนหรือนอกโรงเรียน ตั้งแต่อนุบาลไปจนถึงระบบมหาวิทยาลัยได้ใช้สื่อสิ่งพิมพ์

### สภาพการณ์สื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลในประเทศไทย

เทคโนโลยีในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลมีความก้าวหน้ามากขึ้น ระบบโครงสร้างเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศ เช่น อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เครือข่ายไร้สาย (Wi-Fi) และการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Internet) ฯลฯ ที่ครอบคลุมพื้นที่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมทั้งตามจังหวัดใหญ่ ๆ ในประเทศไทย รวมถึงความนิยมการใช้งานสมาร์ทโฟน (Smartphone) แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ (Tablet) ของคนไทย นับว่ามีส่วนช่วยสนับสนุนให้คนไทยมีช่องทางการเข้าถึงการอ่านได้มากขึ้น ในทางกลับกันผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ และรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทยที่เปลี่ยนไป ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศไทยต้องเริ่มกำหนดแผนการรองรับความก้าวหน้าและการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

สมาคมผู้จัดพิมพ์ และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทยในฐานะผู้จัดงานมหกรรมหนังสือในแต่ละครั้งที่ผ่านมามีการสำรวจความคิดเห็นผู้ร่วมงานพบว่า มีเพียงร้อยละ 3 จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบอ่านหนังสือโดยใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ซึ่งสะท้อนให้เห็นความนิยมของคนไทยที่ยังชื่นชอบการอ่านหนังสือเล่มมากกว่า ทั้งนี้ทางสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทยคาดว่าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ดังนั้นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์จึงต้องเตรียมพร้อมปรับตัวให้ทันกับยุคและมองว่าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) เป็นเครื่องมือการตลาดและเพิ่มการขายในตลาดใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มที่อาจจะไม่ชอบอ่านหนังสือแต่จะอยู่กับเทคโนโลยีสมัยใหม่ (สมาคมผู้จัดพิมพ์ และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย, 2555)

นอกจากนั้นนโยบายการจัดการศึกษาภาครัฐของรัฐบาลเคยได้อนุมัติวงเงินประมาณสามพันล้านบาทเพื่อจัดซื้อแท็บเล็ต (tablet) แก่แสนเครื่องแก่นักเรียนในการปิดภาคการศึกษาใหม่ เพื่อเป็นเครื่องมือในการยกระดับคุณภาพการศึกษาของนักเรียนในระบบ และส่งเสริมการอ่านเพื่อยกระดับความรู้ของประชาชน สื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลจึงเป็นข้อมูลและเครื่องมือเข้าถึงองค์ความรู้ที่ง่ายที่สุดและยังเหมาะสมกับการอ่านบนแท็บเล็ตมากจากนโยบายดังกล่าวสำนักพิมพ์ที่เน้นผลิตสื่อทางการศึกษาและวิชาการ สถาบันการศึกษาจำเป็นต้องปรับตัวกับบริบทการเรียนรู้แบบใหม่ สถาบันการศึกษา สำนักพิมพ์ ผู้ผลิตสื่อการเรียนการสอนควรมีความรู้ในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัล และมีช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้นักเรียน ประชาชนได้เข้าถึงได้อย่างสะดวก (สาธิต วงศ์อนันต์ธน, 2555)

ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศไทยมีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

เจ้าของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์หลายแห่งมีการจัดตั้งแผนกสื่อใหม่ (New Media) และธุรกิจดิจิทัล (Digital Publishing) ขึ้นใหม่ในองค์กร เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หันมาสนใจอ่านเนื้อหาจากสื่อใหม่ เช่น เว็บไซต์ (Website) โมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) รวมถึงสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัล ฯลฯ การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลขึ้นเองภายในองค์กร (In-house) และการให้หน่วยงานภายนอกมาช่วยในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัล (Outsource) การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบของภายในองค์กร (In-house) บริษัทเจ้าของสื่อมี การลงทุนทั้งทางด้านบุคลากร เครื่องมือการผลิตสื่อการตลาด และช่องทางการจำหน่ายทั้งหมด ในขณะที่การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบของ Outsource จะอาศัยความร่วมมือกับบริษัทไอทีที่พัฒนาแพลตฟอร์ม (platform) สื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลรองรับไว้แล้วให้เป็นผู้ผลิตให้และรวมไปถึงรับผิดชอบในเรื่องของช่องทางการจัดจำหน่าย สำหรับแพลตฟอร์ม (platform) สื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลที่ถูกพัฒนาขึ้นโดยบริษัทของ คนไทย เช่น บริษัท ไอทีเวิร์ค จำกัด พัฒนาแพลตฟอร์ม (platform) ที่ชื่อว่า “OOKBEE” เป็นแพลตฟอร์มที่สำนักพิมพ์รายใหญ่ใช้บริการในการผลิตนิตยสารดิจิทัล MEB (ย่อมาจาก Mobile e-book) แพลตฟอร์มที่พัฒนาโดยบริษัท เอเอสเค มีเดีย จำกัด Ebook.in.th แพลตฟอร์มที่พัฒนาโดยบริษัท โพลาร์เว็บแอปพลิเคชัน จำกัด เป็นต้น (ookbee writer)

### การเปลี่ยนแปลงรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์จากแบบดั้งเดิมไปสู่สิ่งพิมพ์ดิจิทัล

ผลจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์จากแบบดั้งเดิมไปสู่สิ่งพิมพ์ดิจิทัลทำให้เกิดแพลตฟอร์ม การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการพิมพ์ 3 ประการ ดังนี้ (ภควัต เกิดบ้านชั้น, 2555)

1. Disintermediation คือ การตัดตัวกลางออกไปจากเดิมการจำหน่ายนิตยสารต้องส่งต้นฉบับให้โรงพิมพ์พิมพ์ออกมาเป็นรูปเล่ม จากนั้นส่งต่อไปให้ฝ่ายกระจายสินค้าเพื่อส่งวางจำหน่ายตามร้านหนังสือและแผงหนังสือทั่วไปเพื่อขายให้กับลูกค้า แต่เมื่อเทียบกับนิตยสารดิจิทัลลูกค้าสามารถซื้อนิตยสารได้โดยตรงกับผู้ผลิตผ่านช่องทางออนไลน์และบนอุปกรณ์อ่านสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัล

2. Disaggregation คือ การที่กระบวนการทางธุรกิจไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลาและสถานที่ดิจิทัลพัลซิงแพลตฟอร์มทำให้ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ขยายตลาดออกไปมากจนทำให้เกิดการซื้อขายแบบไร้พรมแดน จากเดิมการขายนิตยสารในเมืองไทยไปต่างประเทศต้องมีต้นทุนที่สูงเพราะการขนส่งค่อนข้างแพง หากอยู่ในรูปแบบดิจิทัลภาระการขนส่งจะไม่มีอีกต่อไป และไม่มีข้อจำกัดในการซื้อเพราะนิตยสารวางจำหน่ายอยู่ตลอด 24 ชั่วโมง

3. Digital Convergence คือ การหลอมรวมกันของข้อมูลและธุรกิจ ภายในนิตยสารดิจิทัลสามารถนำเสนอเนื้อหาเป็นข้อความ ภาพ เสียง วิดีทัศน์ และสื่อมัลติมีเดียอื่นๆ เข้ากันได้ด้วยดีและยังสามารถต่อยอดทางธุรกิจได้อีก เช่น การขายเพลง MP3 คลิปภาพยนตร์ ซอฟต์แวร์ และสินค้าอื่นในรูปแบบของ e-Commerce ซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์แบบดั้งเดิมไม่สามารถทำได้

ความหมายของ Self-publishing “Self-publishing” หรือเรียกว่า “การลงตีพิมพ์หนังสือด้วยตนเอง” หมายถึง การที่นักเขียนหรือบุคคลใด ๆ สามารถดำเนินการผลิตหนังสือได้ด้วยตนเองทั้งหมด ตั้งแต่สร้างเนื้อหา ตรวจสอบพิสูจน์อักษร ออกแบบรูปเล่มตีพิมพ์ รวมทั้งทำการตลาดเองได้ การเขียนหนังสือในรูปแบบของแพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital platform) ที่สามารถอ่านผ่านคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ทโฟน (Smartphone) ได้ และมีต้นทุนต่ำสามารถลงขายได้เอง โดยไม่ต้องรอหรือผ่าน

สำนักพิมพ์เทคโนโลยีสำหรับหนังสือดิจิทัล (Digital book)

เทคโนโลยีสำหรับหนังสือดิจิทัล มี 3 ประเภท ดังนี้ (เจษฎา ถาวรณรงค์, 2553, หน้า 11)

ฮาร์ดแวร์ คือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้อ่านหนังสือดิจิทัล นอกจากคอมพิวเตอร์แล้วปัจจุบันได้มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะที่พกพาได้มีรูปทรงขนาดเล็กและราคาให้เล็กลงมากขึ้น โดยใช้กับซอฟต์แวร์ที่ใช้

อ่านซึ่งสามารถสั่งซื้อหรือดาวน์โหลดจากอินเทอร์เน็ต ซอฟต์แวร์ คือ ซอฟต์แวร์ที่ใช้อ่านหนังสือดิจิทัลเป็นโปรแกรมที่ใช้อ่านหนังสือดิจิทัลซึ่งขึ้นอยู่กับรูปแบบที่บริษัทผลิต ส่วนใหญ่จะดาวน์โหลดได้ฟรีจากอินเทอร์เน็ต เช่น อะโดบี รีดีเดอร์ (Adobe Reader), Microsoft Reader, Palm Reader และ DNL Reader เป็นต้น ซอฟต์แวร์สำหรับสร้างหนังสือดิจิทัล เป็นโปรแกรมที่ใช้ทำหนังสือดิจิทัล เช่น Adobe FrameMaker, Adobe PageMaker, Adobe InDesign, Adobe Acrobat, Adobe Acrobat Capture, The Read in Microsoft Reader add-in for Microsoft Word, The Palm Ebook, Studio authoring tool เป็นต้น

1. โปรแกรมที่นิยมใช้สร้างสื่อหนังสือดิจิทัล หรือหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) โปรแกรมที่นิยมใช้สร้างสื่อหนังสือดิจิทัลมีอยู่หลายโปรแกรม แต่ที่นิยมใช้กันมากในปัจจุบัน โปรแกรมเหล่านี้จะต้องติดตั้งโปรแกรมสำหรับอ่านหนังสือดิจิทัลด้วย มิฉะนั้นแล้วจะเปิดเอกสารไม่ได้

1.1 โปรแกรมชุด Flip Album ตัวอ่าน คือ FlipViewer

1.2 โปรแกรม DeskTop Author ตัวอ่านคือ DNL Reader

1.3) โปรแกรม Flash Album Deluxe ตัวอ่าน คือ Flash Player

นอกจากนี้ยังสามารถใช้โปรแกรม Flash Mx ก็สามารถสร้าง e-Book ได้เช่นกัน แต่ต้องมีความรู้

ในเรื่องการเขียน Action Script และ XML เพื่อสร้าง e-Book ให้แสดงผลตามที่ต้องการได้

2. โครงสร้างหนังสือดิจิทัล (e-Book Construction) ลักษณะโครงสร้างของหนังสือดิจิทัลจะมีความคล้ายคลึงกับหนังสือทั่วไปที่พิมพ์ด้วยกระดาษ หากจะมีความแตกต่างที่เห็นได้ชัดเจนก็คือกระบวนการผลิต รูปแบบ และวิธีการอ่านหนังสือ สรุปโครงสร้างทั่วไปของหนังสือดิจิทัลประกอบด้วย

2.1 หน้าปก (Front Cover) หน้าปกหมายถึง ปกด้านหน้าของหนังสือ ซึ่งจะอยู่ส่วนแรกเป็น ตัวบ่งบอกว่าหนังสือธรรมดาทั่วไปนี้ชื่ออะไร ใครเป็นผู้แต่ง

2.2 คำนำ (Introduction) หมายถึง คำบอกกล่าวของผู้เขียนเพื่อ สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูล และเรื่องราวต่าง ๆ ของหนังสือธรรมดาทั่วไป

2.3 สารบัญ (Contents) หมายถึง ตัวบ่งบอกหัวเรื่องสำคัญที่อยู่ภายในเล่มว่าประกอบด้วยอะไรบ้าง อยู่ที่หน้าใดของหนังสือ สามารถเชื่อมโยงไปสู่หน้าต่าง ๆ ภายในเล่มได้

2.4 สารของหนังสือแต่ละหน้า (Pages Contents) สารของหนังสือแต่ละหน้า หมายถึง ส่วนประกอบสำคัญในแต่ละหน้าที่ปรากฏภายในเล่มประกอบด้วย

2.4.1 หน้าหนังสือ (Page Number) ข้อความ (Texts) ภาพประกอบ (Graphics) .jpg, .gif, .bmp, .png, .tiff

2.4.2 เสียง (Sounds) .mp3, .wav, .midi ภาพเคลื่อนไหว (Video Clips, flash) .mpeg, .wav, .avi จุดเชื่อมโยง (Links)

2.4.3 อ้างอิง (Reference) การอ้างอิงหมายถึง แหล่งข้อมูลที่ใช้เข้ามาอ้างอิง อาจเป็นเอกสาร ตำราหรือเว็บไซต์ก็ได้ การบอกแหล่งที่มาของข้อความที่ใช้อ้างอิงในเนื้อหาที่นำมาเขียนเรียบเรียง

2.4.4 ดัชนี (Index) หมายถึง การระบุคำสำคัญหรือคำหลักต่าง ๆ ที่อยู่ภายในเล่ม โดยเรียงลำดับตัวอักษรให้สะดวกต่อการค้นหา พรอมระบุเลขหน้าและจุดเชื่อมโยง

2.4.5 ปกหลัง (Back Cover) ปกด้านหลังของหนังสือซึ่งจะอยู่ส่วนท้ายเล่ม

### คุณสมบัติหรือลักษณะที่ดีของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)

คุณสมบัติหรือลักษณะที่ดีที่เหมือนกันซึ่งลักษณะที่ดีของนักเขียนมีดังนี้

1. ความคิดสร้างสรรค์ (innovativeness) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Thinking) ไม่พอใจในสิ่งที่เป็นอย่างอยู่ในปัจจุบัน และนำเอาประสบการณ์ที่ผ่านมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ ๆ ที่ดีกว่าเดิมในการทำงาน (อาทิตย์ วุฒิกะโร, 2543)

2. ลักษณะความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and learning Orientation) หมายถึง ลักษณะที่มีความมั่นคง ไม่หวั่นไหวกับสถานการณ์หรือความผิดพลาดที่เกิดขึ้น และนำข้อบกพร่องดังกล่าวมาเป็นประสบการณ์ที่ดีในการเรียนรู้ในอนาคต (สุริยา แสนสุขไสย, 2558)

3. เป็นบุคคลที่มีความสามารถในการใช้สำนวน ภาษา ถ้อยคำได้ดี การเขียนมีความแตกต่างกับการสื่อสารด้านการพูด เพราะการพูดให้คนเศร้าหรือพูดให้คนหัวเราะ ผู้พูดสามารถใช้ลีลาท่าทาง สีหน้า การเคลื่อนไหว น้ำเสียง ฯลฯ แต่การเขียนไม่สามารถใช้สิ่งเหล่านี้ได้ จึงต้องอาศัยการใช้ภาษา ถ้อยคำ สำนวน ช่วยในการสื่อเพื่อให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์ต่าง ๆ (สุทธิชัย ปัญญโรจน์, 2554)

4. เป็นผู้ที่มีความขยัน เขียนอย่างต่อเนื่องไม่ท้อแท้ ไม่เลิกกลางคัน นักเขียนที่ดีต้องมีหัวใจที่อดทน ต้องขยัน ทุ่มเท ไม่เลิกล้ม จนกว่าที่จะประสบความสำเร็จ (สุทธิชัย ปัญญโรจน์, 2554)

5. เป็นบุคคลที่มีใจกว้าง ยอมรับคำวิจารณ์ของผู้อื่นได้ การจะเป็นนักเขียนที่ได้รับการยอมรับ นักเขียนควรเต็มใจรับฟังคำวิจารณ์จากผู้อ่าน รับฟังคำวิจารณ์เพื่อหาแนวทางในการแก้ไข ปรับปรุงงานเขียนขึ้นต่อ ๆ ไป

6. เป็นบุคคลที่แบ่งปันความรู้ให้กับผู้อื่น นักเขียนจะไม่เก็บความรู้และประสบการณ์ไว้เพียงผู้เดียว นักเขียนจะเป็นผู้มีส่วนให้ และการแบ่งปัน และถ่ายทอดเรื่องราวให้กับผู้อื่น เป็นนักพูดและนักเล่าเรื่องราวที่มีสีสันด้วยมุมมองว่าอยากสร้างประโยชน์และคุณค่าให้กับผู้อื่น (เรือบ, 2558)

7. ลักษณะความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) หมายถึง ความสามารถและความตั้งใจที่จะนำตนเองไปสู่โอกาส บุคคลที่มีลักษณะความเป็นตัวของตัวเองจะเป็นคนที่มีความสามารถทำงานได้ด้วยตนเองและสามารถตัดสินใจได้ในภาวะที่บีบบังคับหรือมีความจำกัด ผู้ประกอบการที่มีความเป็นตัวของตัวเองจะยังมีความสามารถในการต่อรองหรือเผชิญกับผู้จัดจำหน่ายหรือบริษัทใหญ่ ๆ ได้ (Frese, 2000)

8. ลักษณะความกล้าเสี่ยง (Risk taking Orientation) หมายถึง การกล้าเสี่ยง สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ การกล้าเสี่ยงต่อสิ่งที่ไม่รู้ การใช้ทรัพยากรเงินจำนวนมากสำหรับการก่อตั้งธุรกิจ และการกล้ากู้ยืมเงินจำนวนมากซึ่งความกล้าเสี่ยงดังกล่าวเกี่ยวข้องกับลักษณะการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน (Uncertainty avoidance) (Frese, 2000)

9. ความใฝ่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) หมายถึง ลักษณะที่ผู้ประกอบการค้นหาหนทาง หรือให้ความสำคัญในหนทางที่นำไปสู่ความสำเร็จ เป็นผู้ที่ชอบงานที่มีความท้าทาย และมีแรงจูงใจที่จะทำงานนั้น ๆ ให้ดีกว่าเดิมและประสบความสำเร็จ (Frese, 2000)

10. มีจรรยาบรรณนักเขียน นักเขียนต้องมีจรรยาบรรณ คือไม่คัดลอกงานของคนอื่นมา แอบอ้างชื่อเป็นของตนเอง ไม่เขียนหนังสือที่ผิดต่อศีลธรรมความดี สุดท้ายคือไม่ใช้ภาษาวิบัติ นักเขียนที่ดีจะไม่ใช้ภาษาวิบัติในการเขียนหนังสือ เพราะเป็นการทำลายภาษาไทย (ปณีสรี ศะศิณี, 2551)

11. มีความรู้ในเรื่องเทคโนโลยี นักเขียนต้องมีความรู้ในการใช้ Microsoft Word พื้นฐาน และการใช้โปรแกรมแต่งภาพ Photoshop และ Photo Scape สามารถอัปโหลดรูปภาพได้ แปลงไฟล์ได้ (วิษระ มณีสรี, ม.ป.ป.)

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปคุณลักษณะของนักเขียนที่ดีได้ดังนี้ นักเขียนควรมีลักษณะอุปนิสัยและคุณลักษณะที่เป็นผู้ที่รักในงานเขียน มีความสามารถในการเชิงวรรณศิลป์ เป็นคนช่างสังเกต มีความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ ใฝ่รู้ ใฝ่เรียน มีความมานะอดทนและเป็นผู้ฟังที่ดี แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม (KAP)

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ทศนคติ (Attitude) และ การยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสาร อันอาจมีผลกระทบต่อการส่งต่อไป จากการรับสารนั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภทยังเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้นก็จะไปมีผลทำให้เกิดทัศนคติ และขั้นสุดท้าย คือ การก่อให้เกิดการกระทำ ทฤษฎีนี้อธิบายการสื่อสารหรือสื่อมวลชนว่าเป็นตัวแปรต้นที่สามารถเป็นตัวนำการพัฒนาเข้าสู่ชุมชนได้ด้วยการอาศัย KAP เป็นตัวแปรตามในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, หน้า 118)

จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการนำข่าวสารต่าง ๆ ไปเผยแพร่เพื่อให้ประชาชน

ในสังคมได้รับทราบว่าจะมีปัญหาวะไร เมื่อประชาชนได้รับทราบข่าวสารนั้น ๆ ย่อมก่อให้เกิดทัศนคติ และเกิดพฤติกรรมต่อไป ซึ่งมีลักษณะสัมพันธ์กันเป็นลูกโซ่เป็นที่ยอมรับกันว่าการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการดำเนินโครงการต่าง ๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ การที่คนเดินเท้ามีพฤติกรรมปฏิบัติตามกฎจราจรได้ก็ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออันสำคัญ ในการเพิ่มพูนความรู้ สร้างทัศนคติที่ดีและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสม โดยผ่านสื่อชนิดต่างๆ ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องประกอบด้วย (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, หน้า 120-121)

ความรู้ (Knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้ จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยาด้วย เหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรร ซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตามความรู้ก็อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ และผลกระทบที่ผู้รับสารเชิงความรู้ในทฤษฎีการสื่อสาร

### องค์ประกอบของทัศนคติ

จากความหมายของ ทัศนคติ ดังกล่าว ซิมบาโด และเอปปีเซน (Zimbardo and Ebbesen, 1970) สามารถแยกองค์ประกอบของทัศนคติได้ 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั่วไปทั้งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือคิดว่าสิ่งใดดี มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้น้อยกว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

จะเห็นได้ว่า การที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างกัน ก็เนื่องมาจากบุคคลมีความเข้าใจ มีความรู้สึก หรือมีแนวความคิดแตกต่างกันนั่นเอง ดังนั้น ส่วนประกอบทางด้านความคิด หรือความรู้ความเข้าใจ จึงนับได้ว่าเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลอาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกัน ทั้งในทางบวกและทางลบซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์และการเรียนรู้

### ระเบียบวิธีวิจัย

#### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing) ของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1.1. คุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Frese, 2000, p. 18-19) มี 6 ด้าน ได้แก่

1.1.1 ด้านมีความคิดสร้างสรรค์

1.1.2 ด้านมีความสามารถในการสื่อสาร

1.1.3 ด้านมีวิสัยทัศน์กว้างไกล ใจกว้าง และแบ่งปันความรู้กับผู้อื่น

1.1.4 ด้านมีคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณในอาชีพ

1.1.5 ด้านมีความขยัน และใส่ใจในการเรียนรู้อยู่เสมอ

1.1.6 ด้านมีความกล้าเสี่ยงและเป็นตัวของตัวเอง

1.2. ทักษะคตินักศึกษาในธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing) โดยศึกษาตามองค์ประกอบของทัศนคติ ดังนี้ ซิมบาโด และ เอบบีเซน (Zimbardo and Ebbesen, 1970) สามารถแยกองค์ประกอบของทัศนคติได้ 3 ประการ คือ

1.2.1 องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคล ที่เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั่วไปทั้งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือคิดว่าสิ่งใดดี มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

1.2.2 องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

1.2.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

## 2. ขอบเขตประชากรและพื้นที่

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2559 รวมทั้งสิ้น 1,722 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) ทำการแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่ม (cluster) ให้ภายในกลุ่มประกอบด้วยสมาชิกที่มีคุณลักษณะต่าง ๆ กัน ครอบคลุมตามประชากรที่ต้องการศึกษา และระหว่างกลุ่มมีคุณลักษณะเหมือนกัน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 336

คน ได้แก่ สาขาภาษาไทย จำนวน 48 คน แบ่งตามชั้นปี ปีละ 12 คน สาขาภาษาอังกฤษ จำนวน 48 คน แบ่งตามชั้นปี ปีละ 12 คน สาขาคณิตศาสตร์ จำนวน 48 คน แบ่งตามชั้นปี ปีละ 12 คน สาขาการศึกษาปฐมวัย จำนวน 48 คน แบ่งตามชั้นปี ปีละ 12 คน สาขาวิทยาศาสตร์ทั่วไป จำนวน 48 คน แบ่งตามชั้นปี ปีละ 12 คน สาขานวัตกรรมการและเทคโนโลยี จำนวน 48 คน แบ่งตามชั้นปี ปีละ 12 คน

## 3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินงาน ตั้งแต่เดือนกันยายน ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยตัวแปรต้น คือ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ เกรดเฉลี่ย 2) คุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วยคุณลักษณะ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านมีความคิดสร้างสรรค์ ด้านมีความสามารถในการสื่อสาร ด้านมีวิสัยทัศน์กว้างไกล ใจกว้างและแบ่งปันความรู้กับผู้อื่น ด้านมีคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณในอาชีพ ด้านมีความขยันและใส่ใจในการเรียนรู้อยู่เสมอ และด้านมีความกล้าเสี่ยงและเป็นตัวของตัวเอง ตัวแปรตามคือทัศนคตินักศึกษาในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีการแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นส่วนที่ถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 เป็นส่วนที่ถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการ และส่วนที่ 3 เป็นส่วนที่ถามเกี่ยวกับทัศนคตินักศึกษาในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing)

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ทางสถิติ (Statistical Package for the Social Sciences : SPSS for windows)

เพื่อหาค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ Stepwise

การวิเคราะห์ข้อมูล มีวิธีการ ดังนี้

1) ตรวจสอบข้อมูล ความสมบูรณ์ ของแบบสอบถามที่ได้รับมาแล้ว

2) กำหนดรหัส เพื่อทำการเรียบเรียงข้อมูลของแบบสอบถามให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

3) ทำการลงรหัสในโปรแกรมสำเร็จรูป และ คีย์ข้อมูลลงในโปรแกรม เพื่อให้โปรแกรมวิเคราะห์ค่าสถิติ ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

4) การแสดงการวิเคราะห์ผลทางสถิติ ได้แก่ จำนวน (n) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) หรือค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบ Stepwise

## ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเองของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

1. ข้อมูลทั่วไปพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาคณะครุศาสตร์เพศหญิง

คิดเป็นร้อยละ 70.8 และนักศึกษาที่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 29.2

อายุของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ส่วนใหญ่พบว่า มีอายุ 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.8 รองลงมา เป็นนักศึกษาที่มีอายุ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.5 เป็นนักศึกษาที่มีอายุ 19 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.9 และเป็นนักศึกษาที่มีอายุ 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.8 ตามลำดับ

คะแนนเกรดเฉลี่ยของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ส่วนใหญ่พบว่า มีเกรดเฉลี่ย 3.01 – 3.50 คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมา เป็นนักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ย 2.51 – 3.00 คิดเป็นร้อยละ 30.6 นักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ย 3.51 – 4.00 มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 นักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ย 2.01 – 2.50 คิดเป็นร้อยละ 6.1 และเป็นนักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ย 0.00 – 2.00 คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

2. คุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการ

สรุปผลเมื่อพิจารณาตามรายชื่อและโดยรวมคุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการ แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

| คุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)                | $\bar{X}$ | SD.   | แปลผล |
|-------------------------------------------------------------------|-----------|-------|-------|
| 1. ด้านมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในอาชีพ                     | 4.12      | 0.556 | มาก   |
| 2. ด้านมีความขยันและใส่ใจในการเรียนรู้อยู่เสมอ                    | 3.90      | 0.501 | มาก   |
| 3. ด้านมีความสามารถในการสื่อสาร                                   | 3.78      | 0.540 | มาก   |
| 4. ด้านมีวิสัยทัศน์กว้างไกล ใจกว้างและแบ่งปันความรู้ให้กับผู้อื่น | 3.78      | 0.528 | มาก   |
| 5. ด้านมีความคิดสร้างสรรค์                                        | 3.75      | 0.435 | มาก   |
| 6. ด้านมีความกล้าเสี่ยงและเป็นตัวของตัวเอง                        | 3.70      | 0.529 | มาก   |

คุณลักษณะด้านมีความคิดสร้างสรรค์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีความสุขที่ได้คิดอะไรใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.02 รองลงมา คือ การเป็น

ผู้ที่มีความฝันและชอบคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 การชอบคิดต่อยอด ขยายกว้างออกไปเรื่อย ๆ มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.69 และท่านชอบเป็น "นักคิด" มากกว่า "นักปฏิบัติ" มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.60 ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเท่ากับ 3.75

คุณลักษณะด้านความสามารถในการสื่อสาร ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การพูดคุยกับผู้รู้ชอบการประชุมสัมมนา ชอบการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อเก็บประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.83 รองลงมา คือ การเป็นผู้ที่มีความสามารถใช้เทคโนโลยีการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม และสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงาน ต่าง ๆ ให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และการสื่อสารให้คนอื่นเข้าใจในสิ่งที่พูดจะยกตัวอย่างหรือเปรียบเทียบออกมาให้เห็นอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.72 ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเท่ากับ 3.78

คุณลักษณะด้านการมีวิสัยทัศน์กว้างไกล ใจกว้าง และแบ่งปันความรู้ให้กับผู้อื่นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ทำให้มุมมองความคิดกว้างขึ้น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.94 รองลงมา คือ การเปิดโอกาสให้เพื่อนติชมผลงานของท่าน เพื่อนำคำวิจารณ์ไปปรับปรุงผลงานของท่านให้ดียิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 การรับฟังคำวิจารณ์ของผู้อื่น เป็นแรงผลักดันให้สามารถพัฒนาตนเองได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 การถ่ายทอดหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความคิดกับผู้อื่นอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และการขอความคิดเห็นและวางแผนสิ่งต่าง ๆ ไว้ล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.64 ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเท่ากับ 3.78

คุณลักษณะด้านมีคุณธรรมจริยธรรมมีจรรยาบรรณในอาชีพที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การพบสิ่งของที่ผู้อื่นลืมไว้ จะพยายามหาโอกาสคืนให้เจ้าของ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.35 รองลงมา คือ การไม่ปกปิดหรือบิดเบือนความจริง

กับผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 การได้รับมอบหมายงานจะรับผิดชอบสำนึกในหน้าที่และบทบาทของตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และการไม่คัดลอกงานของผู้อื่นมาเป็นงานของตนเอง และมีการอ้างอิงเสมอเมื่อนำผลงานของผู้อื่นมาใช้ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.98 ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเท่ากับ 4.12

คุณลักษณะด้านมีความขยันและใส่ใจในการเรียนรู้อยู่เสมอที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การเป็นคนอยากรู้อยากเห็น ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.04 รองลงมา คือ การพร้อมที่จะปรับปรุงและพัฒนาการทำงาน เพื่อทำให้งานมีผลสำเร็จมากกว่าเดิม และการสนใจเรื่องต่าง ๆ หลายเรื่อง แม้จะเป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวกับอาชีพการงานที่ตนทำอยู่/สาขาที่เรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.93 การทำรายงานบางครั้งเป็นเรื่องที่ยุ่งยากแต่จะมุ่งมั่นตั้งใจจนสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และเมื่ออ่านหนังสือแล้วไม่เข้าใจ จะซักถามข้อสงสัยกับเพื่อนอาจารย์หรือคนรอบข้างอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.81 ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเท่ากับ 3.90

คุณลักษณะด้านมีความกล้าเสี่ยงและเป็นตัวของตัวเองที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ การเชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาจากการกระทำของตนเองมากกว่าโชคช่วย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.04 รองลงมา คือ การทำงานที่ให้ความรู้สึกที่ท้าทายและพร้อมที่จะแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 หากอยู่ในสถานการณ์ที่กดดันสามารถกล้าตัดสินใจได้ด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ถ้าเป็นผู้ประกอบการจะยินดีที่จะยอมรับความเสี่ยงจากการลงทุน เพื่อที่จะได้รับผลตอบแทนที่สูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และหากประกอบธุรกิจพร้อมที่จะลงทุนทันทีแม้จะต้องกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

เท่ากับ 3.38 ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเท่ากับ 3.70

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา คณะครุศาสตร์ โดยรวมในแต่ละด้านพบว่า คุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมสูงสุดคือ ด้านมีคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณในอาชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ( $\bar{X} = 4.12$ ) รองลงมา คือ ด้านมีความขยันและใส่ใจในการเรียนรู้อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ( $\bar{X} = 3.90$ ) ด้านมีความสามารถในการสื่อสาร และด้านมีวิสัยทัศน์กว้างไกล ใจกว้าง และแบ่งปัน

ความรู้ให้กับผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ( $\bar{X} = 3.78$ ) ด้านมีความคิดสร้างสรรค์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ( $\bar{X} = 3.75$ ) และด้านมีความกล้าเสี่ยงและตัวเป็นตัวของตัวเองมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.70 ( $\bar{X} = 3.70$ )

3. ทักษะคิดในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital publishing)

สรุปผลเมื่อพิจารณาตามรายชื่อและโดยรวมทักษะคิดในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital publishing) ซึ่งประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ ดังนี้

| ทัศนคติของนักศึกษาในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง | $\bar{X}$ | SD.   | แปลผล   |
|--------------------------------------------------------------|-----------|-------|---------|
| 1. องค์ประกอบด้านความเข้าใจ                                  | 3.40      | 0.829 | ปานกลาง |
| 2. องค์ประกอบด้านความด้านความรู้ลึก                          | 3.97      | 0.623 | มาก     |
| 6. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม                                    | 2.71      | 1.027 | ปานกลาง |

องค์ประกอบด้านความเข้าใจ ข้อที่มีระดับความเข้าใจในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self - Digital Publishing) ของนักศึกษา มากที่สุด คือ การใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) มีความสะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.08 รองลงมา คือ การนำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) เข้ามาใช้ประกอบการเรียนจะทำให้เข้าใจบทเรียนได้ดียิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 การรู้จักการทำธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 และการทราบถึงรูปแบบการผลิตสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 2.82 ตามลำดับ

แสดงให้เห็นว่านักศึกษามีความเข้าใจเกี่ยวกับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ว่ามีความสะดวก

รวดเร็ว ง่ายต่อการเข้าใช้และสามารถนำมาประกอบการเรียนเพื่อให้เข้าใจในบทเรียนดียิ่งขึ้น แต่ยังไม่รู้จักการทำธุรกิจและรูปแบบการผลิตสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing) ในระดับปานกลาง มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) โดยรวมในระดับปานกลาง

องค์ประกอบด้านความรู้ลึก ข้อที่มีระดับความรู้ลึกในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing) ของนักศึกษา มากที่สุด คือ การใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) สามารถเข้าได้ทุกที่ ทุกเวลา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.12 รองลงมา คือ การอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ช่วยลดจำนวน การผลิตกระดาษมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และรองถัดมา คือ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) มีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) มีราคาถูกกว่าหนังสือเล่ม มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุดเท่ากับ 3.78 ตามลำดับ

แสดงให้เห็นว่านักศึกษาารู้สึกว่าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) เข้าใช้ได้ง่าย ได้ทุกที่ทุกเวลา ช่วยลดการผลิตกระดาษได้ และรู้สึกว่าการอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีความน่าสนใจมีราคาถูกกว่าหนังสือในรูปแบบเล่ม มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้อยู่หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) โดยรวมในระดับมาก

องค์ประกอบด้านพฤติกรรม ข้อที่มีระดับความพฤติกรรมในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing) ของนักศึกษามากที่สุดคือ การอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) เป็นประจำ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 3.20 รองลงมา คือ การทำสื่อรูปแบบหนังสือที่มี

ปฏิสัมพันธ์ (Interactive e-book) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69 และการทำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) เพื่อการจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 2.26 ตามลำดับ

แสดงให้เห็นว่านักศึกษาส่วนใหญ่มีการทำสื่อรูปแบบหนังสือปฏิสัมพันธ์ (interactive book) ในระดับปานกลาง และพบว่าการทำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) เพื่อการจำหน่ายของนักศึกษาอยู่ในระดับน้อย ทำให้เห็นว่านักศึกษาส่วนใหญ่ยังไม่เคยทำสื่อหนังสือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-book) เพื่อการจำหน่าย และยังให้ความสำคัญกับหนังสือหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ในระดับน้อย มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้อยู่หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) โดยรวมในระดับปานกลาง

| ตัวแปร                                            | (X <sub>1</sub> ) | (X <sub>2</sub> ) | (X <sub>3</sub> ) | (y)     |
|---------------------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------|
| เพศ (X <sub>1</sub> )                             | 1                 | 0.050             | 0.153**           | 0.157** |
| ด้านมีคุณธรรม จริยธรรม (X <sub>2</sub> )          |                   | 1                 | 0.549**           | 0.371** |
| ความคิดสร้างสรรค์แสวงหาสิ่งใหม่ (X <sub>3</sub> ) |                   |                   | 1                 | 0.604** |
| ทัศนคติต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (y)     |                   |                   |                   | 1       |

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติของนักศึกษาในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing) โดยรวมในแต่ละองค์ประกอบพบว่า ทัศนคติในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital publishing) เมื่อเปรียบเทียบผลโดยรวมในด้านต่าง ๆ แล้วพบว่า องค์ประกอบด้านความรู้สึกรู้สึกมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 3.97 รองลงมา คือ องค์ประกอบ ด้านความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ย คือ 3.40 และองค์ประกอบด้านพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ 2.71

ผลของการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านส่วนบุคคล ปัจจัยคุณลักษณะของ

นักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการในแต่ละด้าน ที่มีต่อทัศนคติของนักศึกษาในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing) โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson Production Moment Correlation Coefficient) และทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่าตัวแปรปัจจัยด้านส่วนบุคคล คุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักศึกษาในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ด้วยตนเอง (self-digital publishing) คือ เพศ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.157 คุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ด้านมีคุณธรรม จริยธรรม

จรรยาบรรณในการประกอบอาชีพมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.371 และด้านมีความคิดสร้างสรรค์และแสวงหาสิ่งใหม่ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.604 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ .01

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ ( $X_1$ ) คุณลักษณะด้านมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในอาชีพ ( $X_2$ ) และคุณลักษณะความคิดสร้างสรรค์และแสวงหาสิ่งใหม่ ( $X_3$ )

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ( $X_1 - X_3$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กันสูง ผู้วิจัยจึงรวมตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กันสูง พบว่า มีทั้งหมด 5 ตัวแปรให้เหลือเพียง 1 ตัวแปร ซึ่งตัวแปรที่นำมารวมกัน ได้แก่

1. คุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านมีความคิดสร้างสรรค์ ( $X_3$ )
2. คุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านมีความสามารถในการสื่อสาร ( $X_4$ )
3. คุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านมีวิสัยทัศน์กว้างไกลใจกว้างและแบ่งปันความรู้กับผู้อื่น ( $X_5$ )
4. คุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านมีความขยัน และใส่ใจในการเรียนรู้อยู่เสมอ ( $X_7$ )
5. คุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านมีความกล้าเสี่ยงและเป็นตัวของตัวเอง ( $X_8$ )

เมื่อรวมตัวแปรทั้ง 5 ตัวแปรแล้ว จึงเกิดตัวแปรใหม่ 1 ตัวแปร คือ คุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านมีความคิดสร้างสรรค์และแสวงหาสิ่งใหม่ ( $X_3$ ) ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์จะมีทั้งหมด 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) เพศ ( $X_1$ ) 2) คุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านมีคุณธรรม จริยธรรมมีจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ ( $X_2$ ) 3) คุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการความคิดสร้างสรรค์และแสวงหาสิ่งใหม่ ( $X_3$ ) ผลการหาสมการถดถอย หรือสมการพยากรณ์ตัวแปร

ค่าน้ำหนักความสำคัญของการพยากรณ์ที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติของนักศึกษาในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing) พบว่า มีค่าน้ำหนักสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานของคุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านความคิดสร้างสรรค์และแสวงหาสิ่งใหม่ ( $X_3$ ) มีค่าเท่ากับ 0.986 โดยคุณลักษณะด้านความคิดสร้างสรรค์และแสวงหาสิ่งใหม่ ( $X_3$ ) ส่งผลทางบวกต่อทัศนคติของนักศึกษาในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing) สูงสุด

ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของคุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการด้านความคิดสร้างสรรค์และแสวงหาสิ่งใหม่ เท่ากับ 0.972 โดยที่ตัวพยากรณ์สามารถพยากรณ์ทัศนคติของนักศึกษาในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing) ได้ ร้อย ละ 98.6 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ 0.57220

ผลการหาสมการถดถอยหรือสมการพยากรณ์ตัวแปร พบว่าตัวแปรอิสระหรือตัวแปรพยากรณ์ที่ถูกคัดเลือกเข้าไปอยู่ในสมการ

ถดถอยหรือสมการพยากรณ์ ตัวแปรที่ดีที่สุดมีตัวแปรเดียว คือ คุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ด้านความคิดสร้างสรรค์และแสวงหาสิ่งใหม่ ( $X_3$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังนั้น สมการการถดถอยหรือสมการพยากรณ์ทัศนคติของนักศึกษาในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ด้วยตนเอง (self-digital publishing) ในรูปของคะแนนดิบ คือ  $\hat{Y} = -0.658 + 0.986 (X_3)$   
ผลการทดสอบสมมติฐาน

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนบุคคล และคุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการในแต่ละด้าน กับทัศนคติของนักศึกษาในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing) โดยใช้วิธี Stepwise พบว่าผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลและคุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อทัศนคติของนักศึกษาในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ด้วยตนเอง (self-digital publishing) ของนักศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา พบว่า ตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคลและคุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่จะเป็นผู้ประกอบการ สามารถอธิบายตัวแปรตาม คือ ทัศนคติของนักศึกษาในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ด้วยตนเอง (self-digital publishing) ของนักศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มีค่า  $R^2 = .0.972$  และมีค่าของ  $F = 11792.055$  เมื่อพิจารณาตัวแปรต่าง ๆ พบว่าตัวแปรที่ดีที่สุดเพียงตัวแปรเดียวคือ ด้านความคิดสร้างสรรค์และแสวงหาสิ่งใหม่ ( $X_3$ ) โดยมีค่า นัยสำคัญทางสถิติที่ .01 กล่าวคือ ทัศนคติของนักศึกษาในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ด้วยตนเอง (self-digital publishing) ขึ้นอยู่กับ คุณลักษณะของนักเขียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)

ด้านความคิดสร้างสรรค์และแสวงหาสิ่งใหม่ จึงจะส่งผลทำให้นักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ด้วยตนเอง (self-digital publishing) มากขึ้น

### อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing) ของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีการรับรู้และการทราบถึงรูปแบบการผลิตสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (self-digital publishing) อยู่ในระดับปานกลาง และมีการทำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) เพื่อการจำหน่ายของนักศึกษาอยู่ในระดับน้อย ดังนั้นทางคณะครุศาสตร์ จึงต้องมีการพัฒนาการเรียนรู้และเผยแพร่ให้กับนักศึกษาทราบถึงรูปแบบการผลิตสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (self-digital publishing) เพิ่มมากขึ้น โดยอาจมีการจัดอบรมแบบให้ความรู้ หรือการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ หรือควรมีวิชาการเรียนการสอนที่เกี่ยวกับการผลิตสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (self-digital publishing) เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ และสามารถฝึกผลิตสื่อหรือหนังสือในรูปแบบดิจิทัลได้ด้วยตนเอง สามารถใช้งานได้จริง และมีทัศนคติที่ดีต่อการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital Publishing)

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้านี้ได้ศึกษาเฉพาะกลุ่มนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษานักศึกษากลุ่มคณะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital publishing) เช่น คณะนิเทศศาสตร์ คณะวารสารศาสตร์ เป็นต้น ในการศึกษาครั้ง

ต่อไปควรมีการศึกษาโดยใช้ตัวแปรอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อทัศนคติการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัลด้วยตนเอง (Self-Digital publishing)

## เอกสารอ้างอิง

คัมภีรพรรณ จันทร์แก้ว. (2555). บทบาทเทคโนโลยีสารสนเทศในชีวิตปัจจุบัน. สืบค้นเมื่อ 27 เมษายน 2562. จาก <https://www.gotoknow.org/posts/425567>

เจษฎา ถาวรนวงศ์. (2553). การศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาที่เรียนด้วยหนังสืออิเล็กทรอนิกส์กับการสอนด้วยวีดิทัศน์ วัตถุประสงค์ นียบัตรวิชาชีพ. วิทยาลัยเทคนิคภูเก็ต. สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.

ปิ่นรส ศะศิณิล. (2551). คุณสมบัติของนักเขียนที่ดี. สืบค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://www.thaigoodview.com/node/3410>

โพสต์ทูเดย์. (2559). สื่อสิ่งพิมพ์ไม่พ้นวิกฤต เร่งปรับตัวระลอกใหม่สู่ยุคดิจิทัล. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://www.posttoday.com/analysis/world/463732>

ภคพงศ์ พุ่งสี. (2556). ศึกษาและพัฒนาสื่อปฏิสัมพันธ์ประกอบการเรียนรู้เรื่องการสร้างภาพเคลื่อนไหวของมนุษย์ตามหลักการการเคลื่อนไหว สำหรับเยาวชนผู้ศึกษาด้านแอนิเมชันระหว่างอายุ 15-18 ปี. ปริญญาโทศิลป.ม. (นวัตกรรมการออกแบบ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2559, จาก [http://ir.swu.ac.th/xmlui/bitstream/handle/123456789/4253/Pakapong\\_T.pdf?Sequence=1](http://ir.swu.ac.th/xmlui/bitstream/handle/123456789/4253/Pakapong_T.pdf?Sequence=1)

ภควัต เกิดบ้านชั้น. (2555). IT Report2. สืบค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://r66.wikidot.com/it-report-2-5310211006>

เรีอรับ. (2558). คุณสมบัติ 9 ประการ ที่บ่งบอกว่าใคร เป็นนักเขียนชั้นเลิศ. สืบค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2559, จาก <https://learninghubthailand.com/write-r-character.html>

วัชร มณีสรี. (ม.ป.ป.) eBook 101: วิธีเขียนและขายอีบุ๊กด้วยตัวเอง. สืบค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2559, จาก <https://www.skilllane.com/courses/write-an-publish-your-ebook>

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. (2545). e-Commerce ในธุรกิจจริง เรียนรู้จากกรณีศึกษาเด่นทั่วโลก. กรุงเทพฯ: ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ.

สมาคมผู้จัดพิมพ์และจำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย. (2555). ภาพอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ 2553 คาดการณ์ปี 2554 และแนวโน้มปี 2555. สืบค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://www.pubat.or.th>

สาธิต วงศ์อนันต์นนท์. (2555). นโยบายแจกเครื่องคอมพิวเตอร์แท็บเล็ต (Tablet) แก่นักเรียนของประเทศไทย (Thailand's One Tablet PC Per Child Policy). สืบค้นเมื่อ 27 เมษายน 2562, จาก [http://library.senate.go.th/document/Ext3217/3217017\\_0002.PDF](http://library.senate.go.th/document/Ext3217/3217017_0002.PDF)

สุทธิชัย ปัญญโรจน์. (2554). คุณสมบัตินักเขียน. สืบค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/mark-andtony/2011/06/10/entry-3>

- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2549). *การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ = Printed media*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือสวนสุนันทา.
- สุริยา แสนสุขไสย. (2558). *คุณสมบัตินักเขียน*. สืบค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2559, จาก <https://krusuriyapasathai.wordpress.com/2015/11/06/>
- อาทิตย์ นันทภูมิ. (2558). *รู้ทัน!!! พฤติกรรมการอ่านหนังสือของคนไทย (2557-2558)*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2559, จาก [http://202.143.132.210/plk\\_noenmaprang/?name=knowledge&file=p\\_readknowledge&id=61](http://202.143.132.210/plk_noenmaprang/?name=knowledge&file=p_readknowledge&id=61)
- อาทิตย์ วุฒิกะโร. (2543, มกราคม-มีนาคม). *อุดมศึกษากับการสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการ*. *Chulalongkorn Review*. 12(46), 39-48.
- อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. (2550). *การออกแบบสิ่งพิมพ์*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อาศิรา พนาราม. (2554). *E-Book และ Self-Publishing : ตลาดบริโภคใหม่ของนักอ่านและเส้นทางการสร้างชื่อของนักเขียน*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://www.tcdc.or.th/articles/businessindustrial/15151>
- อุกฤษฏ์ วิเศษฐักิจการ. (2559). *สัมภาษณ์ 26 ธันวาคม 2559*.
- Kit0415. (2554). *สื่อประเภทต่างๆ*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://boom0415.kit.blogspot.com/>
- Frese, Michael, Krauss, Strfanie I., and Friedrich, Christian. (2000). *Microenterprises in Zimbabwe : The Function of Sociodemographic Factors Psychological Strategies, Personal Initiative and Goal Setting for Entrepreneurial Success*. In *Success and Failure of Microbusiness Owners in Africa*, p.103-130. Edited by Frese, Michael. Westport Connecticut: Quorum Books.
- HC Thai Editor. (2561). *คณะครุศาสตร์ศึกษาศาสตร์เรียนอะไร จบมาแล้วทำงานอะไร คณะนี้เหมาะกับฉันไหม*. สืบค้นเมื่อ 27 เมษายน 2562, จาก <https://www.hotcourses.in.th/study-abroad-info/subject-guides/pedagogy-education-course-information-career-guide/>
- Krungsri Plearn Plearn. (ม.ป.ป.). *เส้นทางสู่การเป็นนักเขียนดังไร้พรมแดน ผ่าน Amazon*. สืบค้นเมื่อ 27 เมษายน 2562, จาก <https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/borderless-writer-marketplace-amazon.html>
- Ookbee writer. (ม.ป.ป.). *ลิงก์ช่วยขายหนังสือ*. สืบค้นเมื่อ 27 เมษายน 2562, จาก <https://writer.ookbee.com/Affiliate>
- Praompit Katchwattana. (2019). *อีบุ๊ก (E-Book) โอกาสและความท้าทายที่ยังเปิดกว้างสำหรับธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ไทย*. สืบค้นเมื่อ 27 เมษายน 2562, จาก <https://www.salika.co/2019/03/18/e-book-business-in-publishing-world/>

- Themebounce. (2019). *รวบด้วยการเขียนหนังสือขาย*. สืบค้นเมื่อ 27 เมษายน 2562, จาก <https://millionaireacademy.com/เขียนหนังสือขาย/>
- Thumbsupteam. (2011). *Digital publishing คุณรู้จักมันได้อย่างไร*. สืบค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://thumbsup.in.th/2011/08/how-do-you-know-digital-publishing/>
- Se-ed writer คืออะไร. (2015). สืบค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://digitalseed.com/writer/overview.php>
- Zimbardo, P. G., & Ebbesen, E. (1970). *Influence attitude and changing behavior*. Massachusetts: Addison- Wesley.