

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาการเลือกซื้อหนังสือของผู้อ่านในร้านจำหน่ายหนังสือย่านสยามสแคว์จำนวน 8 ร้าน ในครั้งนี้ ได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย โดยแยกเป็นประเด็นใหญ่ ๆ ดังนี้

- ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวของผู้อ่านที่ซื้อหนังสือ
- ตอนที่ 2 การเลือกซื้อหนังสือของผู้อ่าน
- ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อหนังสือและตลาดหนังสือในปัจจุบัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวของผู้อ่านที่ซื้อหนังสือ

นำเสนอข้อมูลในตารางที่ 1-5 เกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยวิธีการคำนวณหาค่าร้อยละ

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ซื้อหนังสือ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	236	60.21
หญิง	156	39.79
รวม	392	100

จากตารางที่ 1 ผู้ซื้อหนังสือเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คือเป็นเพศชายร้อยละ 60.21 และเพศหญิงร้อยละ 39.79

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2 จำนวนผู้อ่านหนังสือจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15 - 25 ปี	215	54.85
26 - 35 ปี	153	39.03
36 - 45 ปี	17	4.34
46 - 55 ปี	7	1.78
มากกว่า 55 ปี	-	-
รวม	392	100

จากตารางที่ 2 ผู้อ่านหนังสือเกือบทั้งหมดมีอายุระหว่าง 15-35 ปี ผู้ที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.85 รองลงมาเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.03 ไม่มีผู้ที่มีอายุมากกว่า 55 ปีเลย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 จำนวนผู้อ่านที่ซื้อหนังสือ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	1	0.25
มัธยมศึกษาตอนต้น	7	1.78
มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปกศ., ปวช.	51	13.01
อนุปริญญา, ปกศ. สูง, ปวส.	31	7.91
ปริญญาตรี	261	66.59
ปริญญาโทขึ้นไป	41	10.46
รวม	392	100

หมายเหตุ รวมระดับการศึกษาทั้งของผู้ที่กำลังศึกษาอยู่และสำเร็จแล้ว

จากตารางที่ 3 ผู้อ่านที่ซื้อหนังสือเป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 66.59 กลุ่มอื่น ๆ มีจำนวนไม่มากนักเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ มัธยมศึกษาตอนปลาย ปกศ. ปวช. ร้อยละ 13.01 ปริญญาโทขึ้นไป ร้อยละ 10.46 อนุปริญญา ปกศ. สูง ปวส. ร้อยละ 7.91 มัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 1.78 และประถมศึกษา ร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนผู้อ่านที่ซื้อหนังสือ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	138	35.20
ข้าราชการ	66	16.84
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	22	5.61
นักธุรกิจ เจ้าของกิจการ	40	10.20
ลูกจ้าง พนักงาน บริษัท ห้างร้าน โรงงาน	112	28.57
รับจ้าง ผู้ใช้แรงงาน	5	1.28
เกษตรกร	1	0.26
อื่น ๆ	8	2.04
รวม	392	100

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ พระภิกษุ 2 รูป แม่บ้าน 4 คน ว่างาน 2 คน

จากตารางที่ 4 ผู้อ่านที่ซื้อหนังสือประกอบด้วยบุคคลอาชีพต่าง ๆ กลุ่มผู้อ่านที่ซื้อหนังสือมากที่สุด คือ นักเรียน นิสิต นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 35.20 ผู้อ่านที่ซื้อหนังสือจำนวนรองลงมา คือ ผู้ที่มีอาชีพลูกจ้าง พนักงานบริษัท ห้างร้าน โรงงาน และข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 28.57 และ 16.84 ตามลำดับ ผู้ที่ซื้อหนังสือน้อยที่สุด คือ เกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 0.26

ตารางที่ 5 จำนวนผู้อ่านหนังสือ จำแนกตามรายได้ที่ได้รับต่อเดือน

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	22	5.61
1,000 - 2,000 บาท	88	22.45
2,001 - 3,000 บาท	48	12.24
3,001 - 4,000 บาท	50	12.76
4,001 - 5,000 บาท	53	13.52
5,001 - 6,000 บาท	36	9.18
สูงกว่า 6,000 บาท	95	24.23
รวม	392	100

จากตารางที่ 5 ผู้อ่านหนังสือจำแนกตามรายได้ที่ได้รับต่อเดือน ปรากฏกลุ่มที่มีจำนวนสูงสุดเป็นผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 6,000 บาท ร้อยละ 24.23 รองลงมาคือ ผู้มีรายได้ 1,000-2,000 บาท ร้อยละ 22.45 ตามลำดับ ซึ่งเป็นจำนวนรวมกันเกือบครึ่งหนึ่งของผู้อ่านหนังสือทั้งหมด กลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า 1,000 บาท เป็นผู้อ่านหนังสือน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 5.61 ของผู้อ่านทั้งหมด

ตอนที่ 2 การเลือกซื้อหนังสือของผู้อ่าน

ผู้วิจัยเสนอข้อมูลเป็น 2 แบบ ดังนี้

2.1 การเลือกซื้อหนังสือของผู้อ่านทั่วไป เสนอข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อหนังสือในต้น ความถี่ของการซื้อหนังสือต่อเดือน จำนวนที่ซื้อต่อเดือน ราคาต่อเล่ม ขนาดของหนังสือ ชนิดของ ปกหนังสือ แหล่งที่ซื้อหนังสือสาเหตุที่ซื้อจากแหล่งต่าง ๆ วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่าน ภาษา ของหนังสือ ประเภทและเนื้อเรื่องของหนังสือที่ซื้อ โดยวิธีคำนวณหาค่าร้อยละ (ตารางที่ 6-18)

2.2 การเลือกซื้อหนังสือจำแนกตามสภาพของผู้อ่าน เสนอข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ และค่าไคสแควร์ (ตารางที่ 19-58) ดังนี้

2.2.1 ความถี่ของการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้ (ตารางที่ 19-23)

2.2.2 จำนวนหนังสือที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้ (ตารางที่ 24-28)

2.2.3 ราคาหนังสือต่อเล่มที่ซื้อ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ (ตารางที่ 29-33)

2.2.4 แหล่งที่ซื้อหนังสือ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ (ตารางที่ 34-38)

2.2.5 วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่าน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ (ตารางที่ 39-43)

2.2.6 ประเภทหนังสือที่ซื้อ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ (ตารางที่ 44-48)

2.2.7 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ซื้อ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ (ตารางที่ 49-53)

2.2.8 เนื้อเรื่องของนวนิยายและเรื่องสั้นที่ซื้อ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้ (ตารางที่ 54-58)

ตอนที่ 2.1 การเลือกซื้อหนังสือของผู้่านทั่วไป (ตารางที่ 6-18)

ตารางที่ 6 ความถี่ของการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
เดือนละต่ำกว่า 1 ครั้ง	52	13.27
เดือนละ 1 ครั้ง	119	30.36
เดือนละ 2 - 3 ครั้ง	171	43.62
เดือนละ 4 ครั้ง	17	4.34
เดือนละ 5 ครั้งขึ้นไป	33	8.42
รวม	392	100

จากตารางที่ 6 ผู้อ่านจำนวนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 43.62 ซื้อหนังสือเดือนละ 2-3 ครั้ง ผู้อ่านจำนวนรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 30.36 ซื้อเดือนละ 1 ครั้ง ผู้ที่ซื้อเดือนละ 4 ครั้ง มีเพียง ร้อยละ 4.34

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 จำนวนหนังสือที่ซื้อ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2 เล่ม	86	21.94
2 - 3 เล่ม	205	52.29
4 - 5 เล่ม	56	14.29
6 - 7 เล่ม	22	5.61
8 - 9 เล่ม	12	3.06
10 เล่มขึ้นไป	11	2.81
รวม	392	100

จากตารางที่ 7 ผู้อ่านจำนวนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 52.29 ซื้อหนังสือเดือนละ 2-3 เล่ม ผู้อ่านจำนวนรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 21.94 ซื้อหนังสือเดือนละน้อยกว่า 2 เล่ม ผู้อ่านที่ซื้อหนังสือเดือนละมากกว่า 4 เล่มขึ้นไป มีร้อยละ 25.77

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 ราคาหนังสือต่อเล่มที่ผู้อ่านซื้อ

ราคาหนังสือต่อเล่ม	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 บาท	8	2.04
20 - 40 บาท	207	52.81
41 - 60 บาท	91	23.21
61 - 80 บาท	27	6.89
81 - 100 บาท	35	8.93
สูงกว่า 100 บาทขึ้นไป	24	6.12
รวม	392	100

จากตารางที่ 8 ผู้อ่านประมาณครึ่งหนึ่งคือ ร้อยละ 52.81 ซื้อหนังสือราคาเล่มละ 20-40 บาท ผู้อ่านจำนวนรองลงมาคือ ร้อยละ 23.21 ซื้อหนังสือราคาเล่มละ 41-60 บาท ผู้ซื้อหนังสือราคาเล่มละสูงกว่า 60 บาทขึ้นไปมีร้อยละ 21.94 และหนังสือราคาเล่มละต่ำกว่า 20 บาท มีผู้อ่านน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 2.04

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 ขนาดของหนังสือที่ผู้อ่านซื้อ

ขนาดหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
ปกเก็ตบุ๊ก (5 นิ้ว x 7 นิ้ว)	235	59.95
ขนาด 8 หน้ายก (7½ นิ้ว x 10½)	94	23.98
ขนาด A4 (8½ นิ้ว x 11¾)	43	10.97
อื่น ๆ	20	5.10
รวม	392	100

หมายเหตุ อื่น ๆ คือ ไม่จำกัดขนาดหนังสือที่ซื้อ

จากตารางที่ 9 ขนาดของหนังสือที่ผู้อ่านซื้อ ส่วนใหญ่คือขนาดปกเก็ตบุ๊ก (5 นิ้ว x 7 นิ้ว) คิดเป็นร้อยละ 59.95 รองลงมาคือ ขนาด 8 หน้ายก (7½ นิ้ว x 10½) คิดเป็นร้อยละ 23.98 และขนาด A4 (8½ x 11¾ นิ้ว) คิดเป็นร้อยละ 10.97 ตามลำดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 ชนิดของปกหนังสือที่ผู้อ่านซื้อ

ชนิดของปก	จำนวน	ร้อยละ
ปกแข็ง	76	19.39
ปกอ่อน	316	80.61
รวม	392	100

จากตารางที่ 10 ผู้อ่านส่วนใหญ่ (คิดเป็นร้อยละ 80.61) ซื้อหนังสือปกอ่อน ส่วนหนังสือปกแข็งมีผู้น้อย คิดเป็นร้อยละ 19.39

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 แหล่งที่ซื้อหนังสือของผู้อ่าน (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

แหล่งที่ซื้อหนังสือ	จำนวน N=392	ร้อยละ
ย่านสยามสแควร์	283	72.20
ย่านวังบูรพา	22	5.61
ศูนย์การค้ามาบุญครอง	99	25.25
ศูนย์การค้าอื่น ๆ	40	10.20
ศูนย์หนังสือในมหาวิทยาลัย	104	26.53
ร้านหนังสือใกล้มหาวิทยาลัย	32	8.16
ร้านขายหนังสือทั่วไป	195	49.74
สวนจตุจักร	19	4.85
สนามหลวง	68	17.35
บริเวณที่จัดนิทรรศการหนังสือ	62	15.82
อื่น ๆ	-	-

จากตารางที่ 11 แหล่งที่ซื้อหนังสือของผู้อ่านส่วนใหญ่คือที่สยามสแควร์ คิดเป็นร้อยละ 72.20 รองลงมา คือ ที่ร้านขายหนังสือทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 49.74 และแหล่งที่ผู้อ่านซื้อหนังสือในอันดับรองลงไป 2 แหล่ง ซึ่งมีอัตราส่วนใกล้เคียงกันคือ ศูนย์หนังสือในมหาวิทยาลัย และศูนย์การค้ามาบุญครอง คิดเป็นร้อยละ 26.53 และ 25.25 ตามลำดับ แหล่งที่ซื้อหนังสือน้อยที่สุดคือสวนจตุจักร คิดเป็นร้อยละ 4.85



ตารางที่ 12 สาเหตุที่ผู้อ่านซื้อหนังสือจากแหล่งต่าง ๆ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

สาเหตุที่ซื้อ	จำนวน N=392	ร้อยละ
ใกล้บ้าน	150	38.27
ใกล้สถานศึกษา	48	12.24
ใกล้สถานที่ทำงาน	64	16.33
เป็นแหล่งที่มีร้านหนังสือหลายร้านทำให้ มีโอกาสเลือกหนังสือได้มาก	242	61.73
อยู่ในย่านชุมชนหรือห้างสรรพสินค้า ทำให้ มีโอกาสเลือกซื้อและดูสินค้าอื่น	132	33.67
เป็นแหล่งขายหนังสือราคาถูก	74	18.88
ให้บริการเป็นที่พอใจ	36	9.18
อื่น ๆ	6	1.53

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ คู่แข่งกับเจ้าของร้าน (จำนวน 1 คน) ร้านมีเครื่องปรับอากาศ (จำนวน 2 คน) ร้านรวบรวมหนังสือหลายประเภทให้เลือก (จำนวน 3 คน)

จากตารางที่ 12 สาเหตุที่ผู้อ่านซื้อหนังสือจากแหล่งต่าง ๆ ของผู้อ่านส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 61.73 คือเป็นแหล่งที่มีร้านหนังสือหลายร้านทำให้มีโอกาสเลือกหนังสือได้มาก สาเหตุที่ผู้อ่านตอบเป็นจำนวนรองลงมาคือ ใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 38.27 และเพราะอยู่ในย่านชุมชนหรือห้างสรรพสินค้าทำให้มีโอกาสเลือกซื้อและดูสินค้าอื่น คิดเป็นร้อยละ 33.67 ตามลำดับ สาเหตุที่มีผู้น้อยที่สุด คือ การให้บริการเป็นที่พอใจ คิดเป็นร้อยละ 9.18

ตารางที่ 13 วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่าน (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

วัตถุประสงค์	จำนวน N=392	ร้อยละ
เพื่อความก้าวหน้าในการศึกษา	109	27.81
เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	107	27.30
เพื่อเพิ่มพูนความรู้.	254	64.80
เพื่อปรับปรุงตนเองให้อยู่ในสังคมได้ดี	70	17.86
เพื่อใช้ในชีวิตรประจำวัน	75	19.13
เพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ	248	63.27
อื่น ๆ	-	-

จากตารางที่ 13 ผู้อ่านส่วนใหญ่ซื้อหนังสือเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 64.80 และ 63.27 ตามลำดับ วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่านที่น้อยที่สุด คือเพื่อปรับปรุงตนเองให้อยู่ในสังคมได้ดี คิดเป็นร้อยละ 17.86

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 ภาษาของหนังสือที่ผู้อ่านซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ภาษา	จำนวน N=392	ร้อยละ
ไทย	367	93.62
อังกฤษ	91	23.21
อื่น ๆ	5	1.28

หมายเหตุ อื่น ๆ ได้แก่ ภาษาญี่ปุ่น (จำนวน 2 คน) ฝรั่งเศส จีน เยอรมัน
(จำนวน 1 คนเท่านั้น)

จากตารางที่ 14 ผู้อ่านเกือบทั้งหมดซื้อหนังสือภาษาไทย คิดเป็นร้อยละ 93.62
ภาษาอังกฤษมีผู้ซื้อร้อยละ 23.21 ส่วนภาษาอื่น (ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส จีน เยอรมัน) มีผู้น้อยคิดเป็น
ร้อยละ 1.28

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15 ประเภทของหนังสือที่ผู้อ่านซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทหนังสือ	จำนวน N=392	ร้อยละ
สารคดี และหนังสือวิชาการ	299	76.28
สารคดีแปลและหนังสือวิชาการแปล	88	22.45
นวนิยาย เรื่องสั้น	100	25.51
นวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล	110	28.06
หนังสือสำหรับเด็ก	46	11.73

จากตารางที่ 15 ประเภทของหนังสือที่ผู้อ่านส่วนใหญ่ร้อยละ 76.28 ซื้อมือถือ สารคดี และหนังสือวิชาการ หนังสือประเภทอนิเมะที่ผู้อ่าน ร้องลงมา ได้แก่ นวนิยายแปล และเรื่องสั้นแปล นวนิยายเรื่องสั้น และสารคดีแปลและหนังสือวิชาการแปล คิดเป็นร้อยละ 28.06, 25.51 และ 22.45 ตามลำดับ ประเภทของหนังสือที่ผู้อ่านซื้อน้อยที่สุดคือ หนังสือสำหรับเด็ก คิดเป็นร้อยละ 11.73

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
(รวมเรื่องแต่งและแปล)

เนื้อเรื่องของหนังสือสารคดีและหนังสือวิชาการ	จำนวน N=392	ร้อยละ
ความรู้รอบตัว	127	32.40
ปรัชญา ศาสนา	82	21.92
จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์ เช่นการพัฒนาตนเอง	89	22.70
การศึกษา	58	14.80
กฎหมาย การปกครอง การเมือง	42	10.71
ชนบทรรมนิยมประเพณี	21	5.36
ภาษาศาสตร์และภาษาต่าง ๆ	66	16.84
คณิตศาสตร์	21	5.36
วิทยาศาสตร์	40	10.20
เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์	76	19.39
ธุรกิจ และการจัดการ	113	28.83
เกษตรกรรม การปลูกต้นไม้ ดอกไม้	24	6.12
สุขภาพ อนามัย ยา	55	14.03
อาหาร ครัว การดูแลครัว	40	10.20
ศิลปกรรม เช่น วาดภาพ ปั้น แกะสลัก	37	9.45
สถาปัตยกรรม การออกแบบ การตกแต่ง	49	12.50
ดนตรี การแสดงอื่น ๆ	74	18.88
การถ่ายรูป การพิมพ์	56	14.29
กีฬา	41	10.46
วรรณคดี กวีนิพนธ์	49	12.50

ตารางที่ 16 (ต่อ)

เนื้อเรื่องของหนังสือสารคดีและหนังสือวิชาการ	จำนวน N=392	ร้อยละ
ชีวประวัติ	29	7.40
ประวัติศาสตร์	32	8.16
ภูมิศาสตร์ การท่องเที่ยว	53	13.52
อื่น ๆ	-	-

จากตารางที่ 16 เนื้อเรื่องของสารคดี และหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านชื่อ 10 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คำตอบคือ ความรู้รอบตัว ร้อยละ 32.40 ธุรกิจและการจัดการ ร้อยละ 28.83 จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์ ร้อยละ 22.70 ปรัชญาศาสนา ร้อยละ 21.92 เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ ร้อยละ 19.39 ดนตรีการแสดง ร้อยละ 18.88 ภาษาศาสตร์ ร้อยละ 16.84 การศึกษา ร้อยละ 14.80 ถ่ายรูปและการพิมพ์ ร้อยละ 14.29 และสุขภาพ อนามัย ยา ร้อยละ 14.03 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่มีผู้อ่านน้อยที่สุดคือ ชนบธรรมเนียมประเพณี และ คณิตศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 5.36 เท่ากัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17 เนื้อเรื่องนวนิยาย เรื่องสั้นที่ผู้อ่านชื่อ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
(รวมเรื่องแต่งและแปล)

เนื้อเรื่อง นวนิยาย เรื่องสั้น	จำนวน N=392	ร้อยละ
นวนิยายรัก	69	17.60
อาชญากรรม สืบสวน สอบสวน	147	37.50
หัตถ์นิยาย ตลก ขบขัน	128	32.65
นวนิยายการเมือง	43	11.00
นวนิยายเชิงวิทยาศาสตร์	94	23.98
นวนิยายสะท้อนสังคม	115	29.34
นวนิยายผจญภัย	69	17.60
นวนิยายอิงประวัติศาสตร์	64	16.33
นวนิยายอิงศาสนา	18	4.60
นวนิยายเงินกำลังภายใน	41	10.46
อื่น ๆ	-	-

จากตารางที่ 17 เนื้อเรื่องนวนิยายและเรื่องสั้น ที่ผู้อ่านชื่อ 5 อันดับแรกเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบคือ อาชญากรรม ร้อยละ 37.50 หัตถ์นิยาย ร้อยละ 32.65 นวนิยายสะท้อนสังคม ร้อยละ 29.34 นวนิยายเชิงวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 23.98 นวนิยายรักและนวนิยายผจญภัย ร้อยละ 17.60 เท่ากัน ตามลำดับ เนื้อเรื่องนวนิยายและเรื่องสั้นที่ผู้อ่านชื่อน้อยที่สุด คือ นวนิยายอิงศาสนา คิดเป็นร้อยละ 4.60

ตารางที่ 18 แนวหนังสือสำหรับเด็กที่ผู้อ่านชื่อ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

แนวหนังสือสำหรับเด็ก	จำนวน N=392	ร้อยละ
หนังสือภาพ อาจมีเนื้อเรื่องประกอบหรือไม่มีเลย	114	29.08
หนังสือนิทาน มีภาพประกอบเป็นส่วนน้อยหรือไม่มีเลย	75	19.13
หนังสือการ์ตูน	187	47.70
อื่น ๆ	-	-

จากตารางที่ 18 แนวหนังสือสำหรับเด็กที่ผู้อ่านจำนวนสูงสุดชื่อคือ หนังสือการ์ตูน คิดเป็นร้อยละ 47.70 รองลงมาคือ หนังสือภาพ อาจมีเนื้อเรื่องประกอบหรือไม่มีเลย คิดเป็นร้อยละ 29.08 และหนังสือนิทาน มีภาพประกอบเป็นส่วนน้อยหรือไม่มีเลย คิดเป็นร้อยละ 19.13 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2.2 การเลือกซื้อหนังสือจำแนกตามสถานภาพผู้อ่าน

2.2.1 ความถี่ของการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามสถานภาพผู้อ่าน

ตารางที่ 19 ความถี่ของการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามเพศ

ความถี่ของการซื้อหนังสือ	เพศ				χ^2
	ชาย N = 236		หญิง N = 156		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เดือนละต่ำกว่า 1 ครั้ง	25	10.59	27	17.31	8.03
เดือนละ 1 ครั้ง	68	28.81	51	32.69	
เดือนละ 2-3 ครั้ง	114	48.31	57	36.54	
เดือนละ 4 ครั้ง	8	3.39	9	5.77	
เดือนละ 5 ครั้งขึ้นไป	21	8.90	12	7.69	

$$\chi^2_{0.05,4} = 9.48$$

จากตารางที่ 19 ผู้อ่านจำนวนสูงสุดของเพศชายคิดเป็นร้อยละ 48.31 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 36.54 ซื้อหนังสือเดือนละ 2-3 ครั้ง ผู้อ่านเพศชายที่ซื้อหนังสือเดือนละมากกว่า 3 ครั้ง มีร้อยละ 12.29 ส่วนเพศหญิงมีร้อยละ 13.46

จากค่า $\chi^2 =$ สรุปได้ว่า เพศไม่มีผลต่อความถี่ของการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 20 ความถี่ของการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามอายุ

ความถี่ของการซื้อหนังสือ	อายุ								χ^2
	ไม่เกิน 25 ปี		26-35 ปี		36-45 ปี		มากกว่า 45 ปี		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เดือนละต่ำกว่า 1 ครั้ง	30	13.95	20	13.07	2	11.76	0	0	12.15
เดือนละ 1 ครั้ง	60	27.91	54	35.29	4	23.53	1	14.29	
เดือนละ 2-3 ครั้ง	101	46.98	56	36.60	9	52.94	5	71.43	
เดือนละ 4 ครั้ง	7	3.26	9	5.88	0	0.0	1	14.29	
เดือนละ 5 ครั้งขึ้นไป	17	7.91	14	9.15	2	11.76	0	0	

$$\chi^2_{0.05, 12} = 21.03$$

จากตารางที่ 20 ผู้อ่านทุกกลุ่มอายุที่ซื้อหนังสือเดือนละ 2-3 ครั้ง มีจำนวนสูงสุด คือ อายุไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.98 อายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.60 อายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.94 และอายุมากกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 71.43 การซื้อหนังสือเดือนละมากกว่า 3 ครั้งมีน้อยในทุกกลุ่มอายุ คือ อายุไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.17 อายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.03 อายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.76 และอายุมากกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.29

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า อายุไม่มีผลต่อความถี่ของการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 21 ความถี่ของการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามระดับการศึกษา

ความถี่ของการซื้อหนังสือ	ระดับการศึกษา						χ^2
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เดือนละต่ำกว่า 1 ครั้ง	18	20.00	28	10.73	6	14.63	9.17
เดือนละ 1 ครั้ง	27	30.00	80	30.65	12	29.27	
เดือนละ 2-3 ครั้ง	35	38.89	118	45.21	18	43.90	
เดือนละ 4 ครั้ง	1	1.11	13	4.98	3	7.32	
เดือนละ 5 ครั้งขึ้นไป	9	10.00	22	8.43	2	4.88	

$$\chi^2_{0.05,8} = 15.51$$

จากตารางที่ 21 ผู้อ่านทุกกลุ่มระดับการศึกษาที่ซื้อหนังสือเดือนละ 2-3 ครั้ง มีจำนวนสูงสุดคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 38.89 ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.21 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 43.90 การซื้อหนังสือเดือนละมากกว่า 3 ครั้งของทุกกลุ่มอายุมีจำนวนน้อยคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 11.11 ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 13.41 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 12.20

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อความถี่ของการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 22 ความถี่ของการซื้อหนังสือ โดยเฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามอาชีพ

ความถี่ของการซื้อหนังสือ	อาชีพ								χ^2
	นักเรียน นิสิต นักศึกษา N = 138		ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 88		นักธุรกิจ, ลูกจ้าง N = 152		รับจ้าง, เกษตรกร, อื่นๆ N = 14		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เดือนละต่ำกว่า 1 ครั้ง	20	14.49	12	13.64	18	11.84	2	14.29	11.19
เดือนละ 1 ครั้ง	34	24.64	34	38.64	46	30.26	5	35.71	
เดือนละ 2-3 ครั้ง	65	47.10	34	38.64	67	44.08	5	35.71	
เดือนละ 4 ครั้ง	7	5.07	4	4.55	6	3.95	0	0.00	
เดือนละ 5 ครั้งขึ้นไป	12	8.70	4	4.55	15	9.87	2	14.29	

$$\chi^2_{0.05, 12} = 21.03$$

จากตารางที่ 22 ผู้อ่านทุกกลุ่มอาชีพที่ซื้อหนังสือเดือนละ 2-3 ครั้ง มีจำนวนสูงสุด คือ นักเรียน นิสิต นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 47.10 ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 38.64 นักธุรกิจ ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 44.08 และรับจ้าง เกษตรกร และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 35.71 การซื้อหนังสือเดือนละมากกว่า 3 ครั้งของผู้อ่านทุกกลุ่มอาชีพมีจำนวนน้อย คือ นักเรียน นิสิต นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 13.77 ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 9.10 นักธุรกิจ ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 13.82 และรับจ้าง เกษตรกร และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 14.29

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่าอาชีพไม่มีผลต่อความถี่ของการซื้อหนังสือต่อเดือน

ตารางที่ 23 ความถี่ของการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามรายได้ที่ได้รับต่อเดือน

ความถี่ของการซื้อหนังสือ	รายได้						χ^2
	ไม่เกิน 3,000 บาท N = 158		3,001-6,000 บาท N = 139		มากกว่า 6,000 บาท N = 95		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เดือนละต่ำกว่า 1 ครั้ง	24	15.19	20	14.39	8	8.42	14.03
เดือนละ 1 ครั้ง	47	29.75	52	37.41	20	21.05	
เดือนละ 2 - 3 ครั้ง	69	43.67	50	35.97	52	54.74	
เดือนละ 4 ครั้ง	7	4.43	4	2.88	6	6.32	
เดือนละ 5 ครั้งขึ้นไป	11	6.96	13	9.35	9	9.47	

$$\chi^2_{0.05, 10} = 18.31$$

จากตารางที่ 23 ผู้อ่านทุกกลุ่มที่จำแนกตามรายได้ที่ได้รับต่อเดือนที่ซื้อหนังสือเดือนละ 2-3 ครั้ง มีจำนวนมากที่สุดคือ รายได้ไม่เกิน 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.67 รายได้ 3,001-6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.41 และรายได้มากกว่า 6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.74 ผู้อ่านทุกกลุ่มที่จำแนกตามรายได้ที่ได้รับต่อเดือนที่ซื้อหนังสือเดือนละมากกว่า 3 ครั้ง มีจำนวนน้อยคือ รายได้ไม่เกิน 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.39 รายได้ 3,001-6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.23 และรายได้มากกว่า 6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.79

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า รายได้ไม่มีผลต่อความถี่ของการซื้อหนังสือต่อเดือน

2.2.2 จำนวนหนังสือที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามสถานภาพผู้อ่าน

ตารางที่ 24 จำนวนหนังสือที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามเพศ

จำนวนหนังสือที่ซื้อ	เพศ				χ^2
	ชาย N = 236		หญิง N = 156		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยกว่า 2 เล่ม	51	21.61	35	22.43	7.35
2 - 3 เล่ม	126	53.39	79	50.64	
4 - 5 เล่ม	30	12.71	26	16.67	
6 - 7 เล่ม	14	5.93	8	5.13	
8 - 9 เล่ม	5	2.12	7	4.48	
10 เล่มขึ้นไป	10	4.24	1	0.64	

$$\chi^2_{0.05,5} = 11.47$$

จากตารางที่ 24 ผู้อ่านจำนวนสูงสุดของเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.07 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 22.43 ซื้อหนังสือเดือนละ 2-3 เล่ม ผู้อ่านเพศชายที่ซื้อหนังสือเดือนละ 6 เล่มขึ้นไป มีจำนวนน้อยคิดเป็นร้อยละ 12.29 ส่วนเพศหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกับเพศชายคิดเป็นร้อยละ 10.25

จากค่า $\chi^2 =$ สรุปได้ว่า เพศไม่มีผลต่อจำนวนหนังสือที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 25 จำนวนหนังสือที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามอายุ

จำนวนหนังสือที่ซื้อ	อายุ								χ^2
	ไม่เกิน 25 ปี N = 215		26-35 ปี N = 153		36-45 ปี N = 17		มากกว่า 45 ปี N = 7		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยกว่า 2 เล่ม	50	23.26	33	21.57	2	11.76	1	14.29	31.52*
2-3 เล่ม	115	53.49	80	52.29	5	29.41	5	71.42	
4-5 เล่ม	29	13.49	23	15.03	3	17.65	1	14.29	
6-7 เล่ม	13	6.04	8	5.23	1	5.88	0	0	
8-9 เล่ม	4	1.86	5	3.27	3	17.65	0	0	
10 เล่มขึ้นไป	4	1.86	4	2.61	3	17.65	0	0	

* มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 % $\chi^2_{0.05, 15} = 24.99$

จากตารางที่ 25 ผู้อ่านทุกกลุ่มอายุที่ซื้อหนังสือเดือนละ 2-3 เล่ม มีจำนวนสูงสุดคือ อายุไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.49 อายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.29 อายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.41 และอายุมากกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 71.42 การซื้อหนังสือเดือนละ 6 เล่มขึ้นไป ปรากฏค่าเฉลี่ยของทุกกลุ่มอายุต่างกันดังนี้ อายุไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.77 อายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.11 อายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.18 และอายุมากกว่า 45 ปี ไม่มีผู้ตอบเลย ส่วนการซื้อหนังสือน้อยกว่า 6 เล่มต่อเดือน ปรากฏอัตราค่าเฉลี่ยของทุกกลุ่มอายุต่างกันดังนี้ อายุไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 90.24 อายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 88.89 อายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.82 และอายุมากกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 100

จากค่า x^2 สรุปได้ว่า อายุมีผลต่อจำนวนหนังสือที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งจากการรวมค่าร้อยละของจำนวนหนังสือที่ซื้อน้อยกว่า 6 เล่มต่อเดือน และ 6 เล่มขึ้นไป ต่อเดือน พบว่า

- ผู้อ่านอายุมากกว่า 45 ปี จำนวนทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 100 ของหนังสือที่ซื้อน้อยกว่า 6 เล่มต่อเดือน รองลงมา คือ ผู้อ่านอายุไม่เกิน 25 ปี ผู้อ่านอายุ 26-35 ปี และผู้อ่านอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 90.24, 88.89 และ 58.82 ตามลำดับ

- ผู้อ่านอายุ 36 - 45 ปี ซื้อหนังสือ 6 เล่มขึ้นไปต่อเดือน มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41.18 รองลงมา คือ ผู้อ่านอายุ 26-35 ปี และอายุไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.18, 11.11 และ 9.77 ตามลำดับ ผู้อ่านอายุมากกว่า 45 ปี ไม่ซื้อปริมาณนี้



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 26 จำนวนหนังสือที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามระดับการศึกษา

จำนวนหนังสือที่ซื้อ	ระดับการศึกษา						χ^2
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยกว่า 2 เล่ม	22	24.44	58	22.22	6	14.63	7.18
2-3 เล่ม	47	52.22	138	52.87	20	48.78	
4-5 เล่ม	11	12.22	35	13.41	10	24.39	
6-7 เล่ม	5	5.56	16	6.13	1	2.44	
8-9 เล่ม	2	2.22	8	3.07	2	4.88	
10 เล่มขึ้นไป	3	3.33	6	2.30	2	4.88	

$$\chi^2_{0.05, 10} = 18.31$$

จากตารางที่ 26 ผู้อ่านทุกกลุ่มระดับการศึกษา ที่ซื้อหนังสือเดือนละ 2-3 เล่ม มีจำนวนสูงสุดคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.22 ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.87 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.78 การซื้อหนังสือเดือนละ 6 เล่มขึ้นไปของทุกกลุ่มระดับการศึกษามีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน คือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 11.11 ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 11.50 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 12.20

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อจำนวนหนังสือที่ซื้อต่อเดือน

ตารางที่ 27 จำนวนหนังสือที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามอาชีพ

จำนวนหนังสือที่ซื้อ	อาชีพ								χ^2
	นักเรียน นิสิต นักศึกษา N = 138		ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 88		นักธุรกิจ, ลูกจ้าง N = 152		รับจ้าง, เกษตรกร, อื่นๆ N = 14		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยกว่า 2 เล่ม	31	22.46	22	25.00	29	19.08	4	28.57	17.63
2-3 เล่ม	70	50.72	44	50.00	85	55.92	6	42.86	
4-5 เล่ม	22	15.94	12	13.64	21	13.82	1	7.14	
6-7 เล่ม	11	7.97	4	4.55	5	3.29	2	14.29	
8-9 เล่ม	3	2.17	4	4.55	5	3.29	0	0.00	
10 เล่มขึ้นไป	1	0.72	2	2.27	7	4.61	1	7.14	

$$\chi^2_{0.05, 15} = 24.99$$

จากตารางที่ 27 ผู้อ่านทุกกลุ่มอาชีพที่ซื้อหนังสือเดือนละ 2-3 เล่ม มีจำนวนสูงสุด คือ นักเรียน นิสิต นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 50.72 ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 50 นักธุรกิจ ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 55.92 และรับจ้าง เกษตรกร และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 42.86 การซื้อหนังสือเดือนละ 6 เล่มขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยไม่ต่างกันมาก คือ นักเรียน นิสิต นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 10.86 ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 11.37 นักธุรกิจ ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 11.19 และรับจ้าง เกษตรกร และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 21.43

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่าอาชีพไม่มีผลต่อจำนวนหนังสือที่ซื้อต่อเดือน

ตารางที่ 28 จำนวนหนังสือที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามรายได้ที่ได้รับต่อเดือน

จำนวนหนังสือที่ซื้อ	รายได้						χ^2
	ไม่เกิน 3,000 บาท N = 158		3,001-6,000 บาท N = 139		มากกว่า 6,000 บาท N = 95		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยกว่า 2 เล่ม	39	24.68	33	23.47	14	14.74	16.29
2 - 3 เล่ม	81	51.27	72	51.80	52	54.74	
4 - 5 เล่ม	24	15.19	17	12.23	15	15.79	
6 - 7 เล่ม	10	6.33	9	6.47	3	3.16	
8 - 9 เล่ม	3	1.90	5	3.60	4	4.21	
10 เล่มขึ้นไป	1	0.63	3	2.16	7	7.37	

$$\chi^2_{0.05, 10} = 18.31$$

จากตารางที่ 28 ผู้อ่านทุกกลุ่มที่จำแนกตามรายได้ที่ได้รับต่อเดือนที่ซื้อหนังสือเดือนละ 2-3 เล่ม มีจำนวนสูงสุดคือ รายได้ไม่เกิน 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.27 รายได้ 3,001-6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.80 และรายได้มากกว่า 6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.74 การซื้อหนังสือเดือนละ 6 เล่มขึ้นไปของผู้อ่านทุกกลุ่มที่จำแนกตามรายได้ที่ได้รับต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยไม่ต่างกันมากคือ รายได้ไม่เกิน 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.86 รายได้ 3,001-6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.23 และรายได้มากกว่า 6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.74

จากค่า χ^2 รายได้ไม่มีผลต่อจำนวนหนังสือที่ซื้อต่อเดือน

2.2.3 ราคาหนังสือต่อเล่มที่ผู้อ่านซื้อ จำแนกตามสถานภาพผู้อ่าน

ตารางที่ 29 ราคาหนังสือต่อเล่มที่ผู้อ่านซื้อ จำแนกตามเพศ

ราคาหนังสือต่อเล่ม	เพศ				χ^2
	ชาย N = 236		หญิง N = 156		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต่ำกว่า 20 บาท	3	1.27	5	3.20	18.75*
20 - 40 บาท	111	47.03	96	61.54	
41 - 60 บาท	56	23.73	35	22.43	
61 - 80 บาท	19	8.05	8	5.13	
81 - 100 บาท	28	11.86	7	4.49	
มากกว่า 100 บาท	19	8.05	5	3.20	

* มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% $\chi^2_{0.05,5} = 11.47$

จากตารางที่ 29 ผู้อ่านทั้งเพศชายและเพศหญิงจำนวนสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 47.03 และ 61.54 ซื้อหนังสือราคาเล่มละ 20-40 บาท รองลงมาคิดเป็นร้อยละ 23.73 และ 22.43 ซื้อหนังสือราคาเล่มละ 41-60 บาท ส่วนราคาหนังสือต่ำกว่า 20 บาท มีจำนวนผู้อ่านทั้งเพศชาย และเพศหญิงซื้อน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 1.27 และ 3.20

จากค่า $\chi^2 =$ สรุปได้ว่า เพศมีผลต่อราคาหนังสือที่ซื้อ ซึ่งจากการรวมค่าร้อยละของ ราคาหนังสือที่ผู้อ่านเพศชายและเพศหญิงซื้อ ราคาเล่มละต่ำกว่า 61 บาท และราคาเล่มละ 61 บาทขึ้นไป พบว่าเพศชายซื้อหนังสือราคาสูงกว่าเพศหญิง คือซื้อราคาเล่มละ 61 บาทขึ้นไป มากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 27.96 : 12.82)

ตารางที่ 30 ราคาหนังสือต่อเล่มที่ผู้อ่านซื้อ จำแนกตามอายุ

ราคาหนังสือ ต่อเล่ม	อายุ								χ^2
	ไม่เกิน 25 ปี N = 215		26-35 ปี N = 153		36-45 ปี N = 17		มากกว่า 45 ปี N = 7		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต่ำกว่า 20 บาท	7	3.26	1	0.65	0	0	0	0	31.17*
20-40 บาท	132	61.40	69	45.10	3	17.65	2	28.57	
41-60 บาท	35	16.28	47	30.72	7	41.18	2	28.57	
61-80 บาท	13	6.05	10	6.54	3	17.65	1	14.29	
81-100 บาท	17	7.91	14	9.15	3	17.65	1	14.29	
มากกว่า 100 บาท	11	5.12	12	7.84	1	5.88	1	14.29	

* มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 % $\chi^2_{0.05, 15} = 24.99$

จากตารางที่ 30 ผู้อ่านอายุไม่เกิน 25 ปี และอายุ 26-35 ปี ซื้อหนังสือราคาเล่มละ 20-40 บาท มีจำนวนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 61.40 และ 45.10 รองลงมาซื้อหนังสือราคาเล่มละ 41-60 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.28 และ 30.72

ผู้อ่านอายุ 36-45 ปี ซื้อหนังสือราคาเล่มละ 41-60 บาท มีจำนวนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 41.18 รองลงมาซื้อหนังสือราคาเล่มละ 20-40 บาท 61-80 บาท และ 81-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.65 เท่ากัน ส่วนผู้อ่านอายุมากกว่า 45 ปี ซื้อหนังสือราคาเล่มละ 20-40 บาท และ 41-60 บาท มีอัตราส่วนเท่ากัน คือ ร้อยละ 17.65

ส่วนการซื้อหนังสือราคาเล่มละต่ำกว่า 20 บาท ผู้อ่านอายุไม่เกิน 25 ปี และอายุ 26-35 ปี ซื้อน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.26 และ 0.65 สำหรับผู้อ่านอายุ 36-45 ปี และอายุมากกว่า 45 ปี ไม่มีผู้ตอบว่าซื้อหนังสือในระดับราคาต่ำกว่า 20 บาท

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า อายุมีผลต่อราคาหนังสือที่ซื้อ ซึ่งจากการรวมค่าร้อยละของราคาหนังสือที่ซื้อเล่มละต่ำกว่า 61 บาท และ ราคา 61 บาทขึ้นไป พบว่า ผู้อ่านอายุมากกว่า 45 ปี ซื้อหนังสือราคาสูงกว่าผู้อ่านช่วงอายุอื่น คือซื้อราคาเล่มละตั้งแต่ 61 บาทขึ้นไปมากกว่า ผู้อ่านอายุ 36-45 ปี อายุ 26-35 ปี และอายุไม่เกิน 25 ปี (ร้อยละ 42.87 : 41.18 : 23.53 : 19.08) และผู้อ่านอายุไม่เกิน 25 ปีซื้อหนังสือราคาต่ำกว่าผู้อ่านช่วงอายุอื่น คือซื้อราคาเล่มละต่ำกว่า 61 บาท มีจำนวนมากกว่าผู้อ่านอายุ 26-35 ปี อายุ 36-45 ปี และมากกว่า 45 ปี (ร้อยละ 80.94 : 76.47 : 58.83 : 57.14)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 31 ราคาหนังสือต่อเล่มที่ผู้อ่านซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา

ราคาหนังสือต่อเล่ม	ระดับการศึกษา						χ^2
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต่ำกว่า 20 บาท	2	2.22	6	2.30	0	0.0	13.37
20-40 บาท	55	61.11	135	51.72	17	41.46	
41-60 บาท	20	22.22	62	23.75	9	21.95	
61-80 บาท	4	4.44	18	6.90	5	12.20	
81-100 บาท	6	6.67	25	9.58	4	9.76	
มากกว่า 100 บาท	3	3.33	15	5.75	6	14.63	

$$\chi^2_{0.05, 10} = 18.31$$

จากตารางที่ 31 ผู้อ่านทุกกลุ่มระดับการศึกษาซื้อหนังสือราคาเล่มละ 20-40 บาท มีจำนวนสูงสุด และรองลงมาซื้อหนังสือราคาเล่มละ 41-60 บาท โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาที่ซื้อหนังสือราคาเล่มละ 20-40 บาท เป็นจำนวนสูงสุดดังนี้ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.11 ระดับการศึกษาปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 51.72 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41.46 รองลงมาซื้อหนังสือราคาเล่มละ 41-60 บาท คิดเป็นค่าเฉลี่ยดังนี้ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 22.22 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 23.75 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 21.95



ส่วนการซื้อหนังสือราคาเล่มละต่ำกว่า 20 บาท ผู้อ่านระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี ขึ้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.22 และ 2.30 สำหรับผู้อ่านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ไม่มีผู้ตอบว่าซื้อหนังสือราคาเล่มละต่ำกว่า 20 บาท

จากค่า x^2 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อราคาหนังสือที่ซื้อ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 32 ราคาหนังสือต่อเล่มที่ผู้อ่านซื้อจำแนกตามอาชีพ

ราคาหนังสือต่อเล่ม	อาชีพ								χ^2
	นักเรียน นิสิต นักศึกษา N = 138		ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 88		นักธุรกิจ, ลูกจ้าง N = 152		รับจ้าง, เกษตรกร N = 14		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต่ำกว่า 20 บาท	6	4.35	1	1.34	1	0.66	0	0.00	20.99
20-40 บาท	81	58.70	47	53.41	72	47.37	7	50.00	
41-60 บาท	24	17.39	21	23.86	43	28.29	3	21.43	
61-80 บาท	7	5.07	5	5.68	13	8.55	2	14.29	
81-100 บาท	12	8.70	9	10.23	12	7.89	2	14.29	
มากกว่า 100 บาท	8	5.80	5	5.68	11	7.24	0	0.00	

$$\chi^2_{0.05, 15} = 24.99$$

จากตารางที่ 32 ผู้อ่านทุกกลุ่มอาชีพซื้อหนังสือราคาเล่มละ 20-40 บาทมีจำนวนสูงสุด และรองลงมาซื้อหนังสือราคาเล่มละ 41-60 บาท โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มอาชีพที่ซื้อหนังสือราคาเล่มละ 20-40 บาท เป็นจำนวนสูงสุดดังนี้ นักเรียน นิสิต นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 58.70 ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 53.41 นักธุรกิจ ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 47.37 และรับจ้าง เกษตรกร และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาซื้อหนังสือราคาเล่มละ 41-60 บาท คิดเป็นค่าเฉลี่ยดังนี้ นักเรียน นิสิต นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 17.39 ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 23.86 นักธุรกิจ ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 28.29 และ

รับจ้าง เกษตรกร และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 21.43

การซื้อหนังสือราคาเล่มละ ต่ำกว่า 20 บาท นักเรียน นิสิต นักศึกษา, ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และนักธุรกิจ ลูกจ้าง ชื่อน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.35, 1.34 และ 0.66 ส่วนผู้อ่านอาชีพรับจ้าง เกษตรกร และอื่น ๆ ไม่มีผู้ตอบว่า ซื้อหนังสือราคาต่ำกว่า 20 บาท และมากกว่า 100 บาท

จากค่า X^2 สรุปได้ว่าอาชีพไม่มีผลต่อราคาหนังสือต่อเล่มที่ซื้อ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 33 ราคาหนังสือต่อเล่มที่ผู้อ่านซื้อ จำแนกตามรายได้ที่ได้รับต่อเดือน

ราคาหนังสือต่อเล่ม	รายได้						χ^2
	ไม่เกิน 3,000 บาท N = 158		3,001-6,000 บาท N = 139		มากกว่า 6,000 บาท N = 95		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต่ำกว่า 20 บาท	7	4.43	0	0	1	1.05	41.69*
20 - 40 บาท	98	62.03	75	53.96	34	35.79	
41 - 60 บาท	26	16.46	42	30.22	23	24.21	
61 - 80 บาท	8	5.06	6	4.32	13	13.68	
81 -100 บาท	13	8.23	8	5.76	14	14.74	
มากกว่า 100 บาท	6	3.80	8	5.76	10	10.53	

*มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

$$\chi^2_{0.05, 10} = 18.31$$

จากตารางที่ 33 ผู้อ่านทุกกลุ่มจำแนกตามรายได้ที่ได้รับต่อเดือนที่ซื้อหนังสือราคาเล่มละ 20-40 บาทมีจำนวนสูงสุด และรองลงมาซื้อหนังสือราคาเล่มละ 41-60 บาท โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มจำแนกตามรายได้ที่ได้รับต่อเดือนซึ่งซื้อหนังสือราคาเล่มละ 20-40 บาท เป็นจำนวนสูงสุดดังนี้ รายได้ไม่เกิน 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.03 รายได้ 3,001-6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.96 และรายได้มากกว่า 6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.79 รองลงมาซื้อหนังสือราคาเล่มละ 41-60 บาท คิดเป็นค่าเฉลี่ยดังนี้ รายได้ไม่เกิน 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.46 รายได้ 3,001-6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.22 และรายได้มากกว่า

6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.21

ราคาหนังสือที่ผู้อ่านที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท ซึ่งน้อยที่สุดคือราคาเล่มละมากกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.80 ราคาหนังสือที่ผู้อ่านที่มีรายได้มากกว่า 6,000 บาทซึ่งน้อยที่สุดคือราคาเล่มละต่ำกว่า 20 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.05 ส่วนผู้อ่านที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท ไม่มีผู้ตอบว่าซื้อหนังสือราคาต่ำกว่า 20 บาท

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า รายได้มีผลต่อราคาหนังสือที่ซื้อ ซึ่งจากการคำนวณค่าร้อยละของการซื้อหนังสือราคาเล่มละต่ำกว่า 61 บาท และราคาเล่มละ 61 บาทขึ้นไป พบว่า ผู้อ่านที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท ซื้อหนังสือราคาต่ำกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ช่วงอื่น คือ ซื้อหนังสือราคาต่ำกว่า 61 บาท มากกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาทและมากกว่า 6,000 บาท (ร้อยละ 84.18 : 82.92 : 61.05) และผู้อ่านที่มีรายได้มากกว่า 6,000 บาท ซื้อหนังสือราคาสูงกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ช่วงอื่น คือซื้อหนังสือราคา 61 บาทขึ้นไป มากกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาทและ 3,001-6,000 บาท (ร้อยละ 38.95 : 17.89 : 15.84)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.2.4 แหล่งที่ซื้อหนังสือ จำแนกตามสถานภาพผู้อ่าน

ตารางที่ 34 แหล่งที่ซื้อหนังสือของผู้อ่าน จำแนกตามเพศ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

แหล่งที่ซื้อหนังสือ	เพศ				χ ²
	ชาย N = 236		หญิง N = 156		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ย่านสยามสแควร์	171	72.46	112	71.79	0.0021
ย่านวังบูรพา	14	5.93	8	5.64	0.0045
ศูนย์การค้ามาบุญครอง	63	26.69	36	23.08	0.65
ศูนย์การค้าอื่น ๆ	18	7.63	22	14.10	5.17*
ศูนย์หนังสือในมหาวิทยาลัย	63	26.69	41	26.28	0.008
ร้านหนังสือใกล้มหาวิทยาลัย	17	7.20	15	9.61	0.73
ร้านขายหนังสือทั่วไป	116	49.15	79	50.64	0.083
สวนจตุจักร	12	5.08	7	4.49	0.071
สนามหลวง	46	19.49	22	14.10	1.9
บริเวณที่จัดนิทรรศการหนังสือ	33	13.98	29	18.59	1.50
อื่น ๆ	-	-	-	-	-

* มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% $\chi^2_{0.05, 1} = 3.84$

จากตารางที่ 34 แหล่งที่ซื้อหนังสือของผู้อ่านเพศชายส่วนใหญ่ร้อยละ 72.46 ซื้อที่ ย่านสยามสแควร์ รองลงมาซื้อที่ร้านขายหนังสือทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 49.15 และซื้อที่ศูนย์การค้า

ค้ำมาบุญครอง และที่ศูนย์หนังสือในมหาวิทยาลัยคิดเป็นร้อยละ 26.69 เท่ากัน ตามลำดับ แหล่งที่
 ใช้น้อยที่สุดคือ สวนจตุจักร คิดเป็นร้อยละ 5.08

แหล่งที่ซื้อหนังสือของผู้อ่านเพศหญิงส่วนใหญ่ ร้อยละ 71.79 ซื้อที่ย่านสยามสแควร์
 รองลงมาซื้อที่ร้านขายหนังสือทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 50.64 และซื้อที่ศูนย์หนังสือในมหาวิทยาลัย
 คิดเป็นร้อยละ 26.28 ตามลำดับ แหล่งที่ใช้น้อยที่สุดคือ สวนจตุจักร คิดเป็นร้อยละ 4.49

สรุปแหล่งที่ซื้อหนังสือมากที่สุดของผู้อ่านทั้ง 2 เพศ คือย่านสยามสแควร์ รองลงมาคือ
 ร้านขายหนังสือทั่วไป ส่วนแหล่งที่ใช้น้อยที่สุดคือ สวนจตุจักร

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า เพศมีผลต่อการซื้อหนังสือที่ย่านศูนย์การค้าอื่น ๆ (ที่ไม่ใช่ศูนย์
 การค้ามาบุญครอง) เพียงแหล่งเดียว ซึ่งจากค่าร้อยละ พบว่าเพศหญิงซื้อหนังสือที่ย่านศูนย์การค้า
 อื่น ๆ มากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 14.10 และ 7.63 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 35 แหล่งซื้อหนังสือของผู้่าน จำแนกตามอายุ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

แหล่งที่ซื้อหนังสือ	อายุ								χ^2
	ไม่เกิน 25 ปี N = 215		26-35 ปี N = 153		36-45 ปี N = 17		มากกว่า 45ปี N = 7		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ย่านสยามสแควร์	148	68.84	114	74.51	16	94.18	5	71.43	5.62
ย่านวังบูรพา	10	4.65	10	6.54	2	11.76	0	0	1.85
ศูนย์การค้ามาบุญครอง	61	28.37	35	22.88	2	11.76	1	14.29	3.65
ศูนย์การค้าอื่น ๆ	15	6.98	23	15.03	1	5.88	1	14.29	7.79
ศูนย์หนังสือในมหาวิทยาลัย	63	29.30	35	22.88	4	23.53	2	28.57	1.99
ร้านหนังสือใกล้มหาวิทยาลัย	20	9.30	7	4.56	4	23.53	1	14.29	8.70*
ร้านขายหนังสือทั่วไป	104	48.37	81	52.94	7	41.18	3	42.86	1.42
สวนจตุจักร	13	6.05	5	3.27	1	5.88	0	0	1.89
สนามหลวง	36	16.74	30	19.61	1	5.88	1	14.29	2.20
บริเวณที่จัดนิทรรศการหนังสือ	30	13.95	27	17.65	3	17.65	2	28.57	1.84
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-

* มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

$$\chi^2_{0.05,3} = 7.82$$

จากตารางที่ 35 แหล่งซื้อหนังสือของผู้่านอายุไม่เกิน 25 ปี ส่วนใหญ่ซื้อที่ย่านสยามสแควร์ คิดเป็นร้อยละ 68.84 รองลงมาซื้อที่ร้านขายหนังสือทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 48.37

และศูนย์การค้ามาบุญครอง คิดเป็นร้อยละ 28.37 ตามลำดับ แหล่งที่ผู้อ่านอายุไม่เกิน 25 ปีที่ใช้น้อยที่สุดคือ ย่านวังบูรพา คิดเป็นร้อยละ 4.65

แหล่งที่ซื้อหนังสือของผู้อ่านอายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่ซื้อที่ย่านสยามสแควร์ คิดเป็นร้อยละ 74.51 รองลงมาซื้อที่ร้านขายหนังสือทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 52.94 และอีก 2 แหล่งซื้อในอัตราส่วนเท่ากันคือ ศูนย์การค้ามาบุญครอง และศูนย์หนังสือในมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 22.88 ตามลำดับ แหล่งที่ผู้อ่านอายุ 26-35 ปี ที่ใช้น้อยที่สุดคือ สวนจตุจักร คิดเป็นร้อยละ 3.27

แหล่งที่ซื้อหนังสือของผู้อ่านอายุ 36-45 ปี ส่วนใหญ่ซื้อที่ย่านสยามสแควร์ คิดเป็นร้อยละ 94.18 รองลงมาซื้อที่ร้านขายหนังสือทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 41.18 และอีก 2 แหล่งซื้อในอัตราส่วนเท่ากันคือ ศูนย์หนังสือในมหาวิทยาลัยและร้านหนังสือใกล้มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 23.53 ตามลำดับ แหล่งที่ผู้อ่านอายุ 36-45 ปี ที่ใช้น้อยที่สุดคือ ที่ศูนย์การค้าอื่น ๆ สวนจตุจักร และสนามหลวง มีอัตราส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.88

แหล่งที่ซื้อหนังสือของผู้อ่านอายุมากกว่า 45 ปี ส่วนใหญ่ซื้อที่ย่านสยามสแควร์ คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมาซื้อที่ร้านขายหนังสือทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 42.86 และซื้อที่ศูนย์หนังสือในมหาวิทยาลัยและบริเวณที่จัดนิทรรศการหนังสือมีอัตราส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 28.57 ตามลำดับ แหล่งที่ผู้อ่านอายุมากกว่า 45 ปี ที่ใช้น้อยที่สุดคือ ศูนย์การค้ามาบุญครอง ศูนย์การค้าอื่น ๆ ร้านหนังสือใกล้มหาวิทยาลัย และสนามหลวง มีอัตราส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 14.29 แหล่งซื้อหนังสือ ซึ่งผู้อ่านอายุมากกว่า 45 ปี ไม่ตอบเลย คือ ย่านวังบูรพา และสวนจตุจักร

สรุป แหล่งที่ซื้อหนังสือมากที่สุดของผู้อ่านทุกกลุ่มอายุ คือ ย่านสยามสแควร์ รองลงมาคือ ร้านขายหนังสือทั่วไป ส่วนแหล่งที่ซื้อหนังสือน้อยที่สุดที่ตอบตรงกันในทุกกลุ่มอายุ คือ สวนจตุจักร

จาก χ^2 สรุปได้ว่า อายุมีผลต่อแหล่งที่ซื้อหนังสือเพียงแหล่งเดียวคือ ร้านหนังสือใกล้มหาวิทยาลัย ซึ่งจากร้อยละพบว่า ผู้อ่านอายุ 36-45 ปี ซื้อหนังสือที่ร้านใกล้มหาวิทยาลัยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.53 รองลงมาคือ ผู้อ่านอายุมากกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.29 ผู้อ่านอายุไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.30 และผู้อ่านอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.56 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แหล่งที่ซื้อหนังสือของผู้อ่าน จำแนกตามระดับการศึกษา (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

แหล่งที่ซื้อหนังสือ	ระดับการศึกษา						χ^2
	ต่ำกว่าปริญญาตรี N = 90		ปริญญาตรี N = 261		สูงกว่าปริญญาตรี N = 41		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ย่านสยามสแควร์	54	60.00	195	74.71	34	82.93	6.68*
ย่านวังบูรพา	7	7.78	13	4.98	2	4.88	1.36
ศูนย์การค้ามาบุญครอง	27	30.00	60	22.99	12	29.27	2.13
ศูนย์การค้าอื่น ๆ	7	7.78	30	11.49	3	7.32	1.40
ศูนย์หนังสือในมหาวิทยาลัย	15	16.67	70	26.82	19	46.34	12.76*
ร้านหนังสือใกล้มหาวิทยาลัย	5	5.56	23	8.81	4	9.76	1.10
ร้านขายหนังสือทั่วไป	50	55.56	126	48.28	19	46.34	1.63
สวนจตุจักร	7	7.78	10	3.83	2	4.88	2.26
สนามหลวง	16	17.78	46	17.62	6	14.63	0.24
บริเวณที่จัดนิทรรศการหนังสือ อื่น ๆ	15	16.67	40	15.33	7	17.07	0.14
	-	-	-	-	-	-	-

* มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

$$\chi^2_{0.05, 2} = 5.99$$

จากตารางที่ 36 แหล่งที่ซื้อหนังสือของผู้อ่านระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ ร้อยละ 60.00 ซื้อที่ย่านสยามสแควร์ รองลงมา ซื้อที่ร้านขายหนังสือทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 55.56 และซื้อที่ศูนย์การค้ามาบุญครอง คิดเป็นร้อยละ 30.00 ตามลำดับ แหล่งที่ซื้อน้อยที่สุด

คือ ย่านวังบูรพา และสวนจตุจักร คิดเป็นร้อยละ 7.78 เท่ากัน

แหล่งที่ซื้อหนังสือของผู้่านระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่ ร้อยละ 74.71 ซื้อที่ ย่านสยามสแควร์ รองลงมา คือ ซื้อที่ร้านขายหนังสือทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 48.28 และซื้อที่ ศูนย์หนังสือในมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 26.82 ตามลำดับ แหล่งที่ซื้อน้อยที่สุด คือ สวนจตุจักร คิดเป็นร้อยละ 3.83

แหล่งที่ซื้อหนังสือของผู้่านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ ร้อยละ 82.93 ซื้อที่ ย่านสยามสแควร์ รองลงมาซื้อที่ศูนย์หนังสือในมหาวิทยาลัย และร้านขายหนังสือทั่วไป คิดเป็น ร้อยละ 46.34 เท่ากัน และซื้อที่ศูนย์การค้ามาบุญครอง คิดเป็นร้อยละ 29.27 ตามลำดับ แหล่งที่ ซื้อน้อยที่สุด คือ ย่านวังบูรพา และสวนจตุจักร คิดเป็นร้อยละ 4.88 เท่ากัน

สรุป แหล่งที่ซื้อหนังสือมากที่สุดของผู้่านทุกกลุ่มระดับการศึกษา คือ ย่านสยามสแควร์ รองลงมาที่ตอบตรงกัน คือ ร้านขายหนังสือทั่วไป ส่วนแหล่งที่ซื้อหนังสือน้อยที่สุดที่ตอบตรงกันใน ทุกกลุ่มระดับการศึกษา คือ สวนจตุจักร

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษามีผลต่อแหล่งที่ซื้อหนังสือ 2 แห่ง คือ ย่าน สยามสแควร์และศูนย์หนังสือในมหาวิทยาลัย ซึ่งจากค่าร้อยละ พบว่า

- ผู้่านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ซื้อหนังสือที่ ย่านสยามสแควร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.93 รองลงมา คือ ผู้่านระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 74.71 และต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.00 ตามลำดับ

- ผู้่านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ซื้อหนังสือที่ศูนย์หนังสือในมหาวิทยาลัยมาก ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.34 รองลงมาคือ ผู้่านระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 26.82 และ ผู้่านระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 16.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แหล่งที่ผู้อ่านหนังสือ จำแนกตามอาชีพ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

แหล่งที่ซื้อหนังสือ	อาชีพ								χ ²
	นักเรียน นิสิต นักศึกษา		ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		นักธุรกิจ, ลูกจ้าง		รับจ้าง, เกษตรกร, อื่นๆ		
	N = 138		N = 88		N = 152		N = 14		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ย่านสยามสแควร์	89	64.49	66	75	119	78.29	9	64.29	7.67
ย่านวังบูรพา	8	5.80	5	5.68	7	4.61	2	14.29	2.29
ศูนย์การค้ามาบุญครอง	41	29.71	22	25	33	21.71	3	21.43	2.57
ศูนย์การค้าอื่น ๆ	9	6.52	10	11.36	19	12.50	2	14.29	3.30
ศูนย์หนังสือในมหาวิทยาลัย	44	31.88	27	30.68	31	20.39	2	14.29	6.82
ร้านหนังสือใกล้ มหาวิทยาลัย	21	15.21	5	5.68	6	3.95	0	0.00	14.73*
ร้านขายหนังสือทั่วไป	67	48.55	46	52.27	74	48.68	8	57.14	0.68
สวนจตุจักร	9	6.52	1	1.14	8	5.26	1	7.14	3.68
สนามหลวง	27	19.57	17	19.32	19	12.50	5	35.71	6.50
บริเวณที่จัดนิทรรศการ หนังสือ	23	16.67	14	15.91	24	15.79	1	7.14	0.87
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-

* มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

$$\chi^2_{0.05, 3} = 7.82$$

จากตารางที่ 37 แหล่งที่ซื้อหนังสือของนักเรียน นิสิต นักศึกษา ส่วนใหญ่ ร้อยละ 64.49 ซื้อที่ย่านสยามสแควร์ รองลงมาซื้อที่ร้านหนังสือทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 48.55 และซื้อที่ศูนย์หนังสือในมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 31.88 ตามลำดับ แหล่งที่ซื้อน้อยที่สุดคือ ย่านวังบูรพา คิดเป็นร้อยละ 5.80

แหล่งที่ซื้อหนังสือของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 75 ซื้อที่ ย่านสยามสแควร์รองลงมา ซื้อที่ร้านขายหนังสือทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 52.27 และซื้อที่ศูนย์หนังสือในมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 30.68 ตามลำดับ แหล่งที่ซื้อน้อยที่สุดคือ สวนจตุจักร คิดเป็นร้อยละ 1.14

แหล่งที่ซื้อหนังสือของนักธุรกิจและลูกจ้าง ส่วนใหญ่ ร้อยละ 78.29 ซื้อที่ย่าน สยามสแควร์ รองลงมา ซื้อที่ร้านขายหนังสือทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 48.68 และซื้อที่ศูนย์การค้า มานูครอง คิดเป็นร้อยละ 21.71 ตามลำดับ แหล่งที่ซื้อน้อยที่สุดคือ ร้านหนังสือใกล้มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 3.95

แหล่งที่ซื้อหนังสือของผู้อ่านอาชีพรับจ้าง เกษตรกรและอื่น ๆ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 64.29 ซื้อที่ย่านสยามสแควร์ รองลงมา ซื้อที่ร้านขายหนังสือทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 57.14 และซื้อที่ สนามหลวง คิดเป็นร้อยละ 35.71 ตามลำดับ แหล่งที่ซื้อหนังสือซึ่งผู้อ่านอาชีพรับจ้าง เกษตรกร และอื่น ๆ ไม่ซื้อเลย คือ ร้านหนังสือใกล้มหาวิทยาลัย

สรุป แหล่งที่ซื้อหนังสือมากที่สุดของทุกกลุ่มอาชีพคือ ย่านสยามสแควร์ รองลงมา คือ ร้านขายหนังสือทั่วไป

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า อาชีพมีผลต่อการซื้อหนังสือที่ร้านหนังสือใกล้มหาวิทยาลัย ซึ่งจาก ค่าร้อยละพบว่า นักเรียน นิสิต นักศึกษา ซื้อหนังสือที่ร้านใกล้มหาวิทยาลัยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.21 รองลงมา คือ ข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.68 และนักธุรกิจ ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 3.95 ตามลำดับ ผู้อ่านอาชีพรับจ้าง เกษตรกรและอื่น ๆ ไม่ได้ซื้อที่แหล่งนี้เลย

ตารางที่ 38 แหล่งที่ผู้อ่านซื้อหนังสือ จำแนกตามรายได้ที่ได้รับต่อเดือน (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

แหล่งที่ซื้อหนังสือ	รายได้						χ^2
	ไม่เกิน 3,000 บาท N = 158		3,001-6,000 บาท N = 139		มากกว่า 6,000 บาท N = 95		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ย่านสยามสแควร์	101	63.92	104	74.82	78	82.11	8.95*
ย่านวังบูรพา	10	6.33	9	6.47	3	3.16	0.63
ศูนย์การค้ามาบุญครอง	50	31.64	30	21.58	19	20.00	3.02
ศูนย์การค้าอื่น ๆ	12	7.59	18	12.95	10	10.53	2.90
ศูนย์หนังสือในมหาวิทยาลัย	46	29.11	39	28.06	19	20.00	2.79
ร้านหนังสือใกล้มหาวิทยาลัย	21	13.29	5	3.60	6	6.32	9.84*
ร้านขายหนังสือทั่วไป	79	50	74	53.24	42	44.21	1.85
สวนจตุจักร	12	7.59	6	4.32	1	1.05	5.64
สนามหลวง	29	18.35	29	20.86	10	10.53	4.39
บริเวณที่จัดนิทรรศการหนังสือ	26	16.46	21	15.11	15	15.79	0.10
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-

*มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

$$\chi^2_{0.05, 2} = 5.99$$

จากตารางที่ 38 แหล่งที่ซื้อหนังสือของผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท ส่วนใหญ่ร้อยละ 63.92 ซื้อที่ร้านสยามสแควร์ รองลงมาซื้อที่ร้านขายหนังสือทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 50.00 และที่ศูนย์การค้ามาบุญครอง คิดเป็นร้อยละ 31.64 ตามลำดับ แหล่งที่ซื้อหนังสือน้อยที่สุด คือ ย่านวังบูรพา คิดเป็นร้อยละ 6.33

แหล่งที่ซื้อหนังสือของผู้ที่มีรายได้ 3,001 - 6,000 บาท ส่วนใหญ่ร้อยละ 74.82 ซื้อหนังสือร้านสยามสแควร์ รองลงมาซื้อที่ร้านขายหนังสือทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 53.24 และที่ศูนย์หนังสือในมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 28.06 ตามลำดับ แหล่งที่ซื้อหนังสือน้อยที่สุด คือ ร้านหนังสือใกล้มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 3.60

แหล่งที่ซื้อหนังสือของผู้ที่มีรายได้มากกว่า 6,000 บาท ส่วนใหญ่ร้อยละ 82.11 ซื้อที่ร้านสยามสแควร์ รองลงมาซื้อที่ร้านขายหนังสือทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 44.21 และซื้อที่ศูนย์การค้ามาบุญครอง และศูนย์หนังสือในมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 20 เท่ากัน แหล่งที่ซื้อหนังสือน้อยที่สุด คือ สวนจตุจักร คิดเป็นร้อยละ 1.05

สรุป แหล่งที่ซื้อหนังสือมากที่สุดของผู้่านทุกกลุ่มจำแนกตามรายได้ที่ได้รับต่อเดือนคือ ย่านสยามสแควร์ รองลงมาคือร้านขายหนังสือทั่วไป

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า รายได้มีผลต่อการซื้อหนังสือที่ ย่านสยามสแควร์ และร้านหนังสือใกล้มหาวิทยาลัย ซึ่งจากค่าร้อยละ พบว่า

- ผู้่านที่มีรายได้มากกว่า 6,000 บาท ซื้อหนังสือร้านสยามสแควร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.11 รองลงมาคือ ผู้่านที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 74.82 และไม่เกิน 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 63.92 ตามลำดับ

- ผู้่านที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท ซื้อหนังสือที่ร้านใกล้มหาวิทยาลัยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.29 รองลงมาคือ ผู้่านที่มีรายได้มากกว่า 6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.32 และ 3,001-6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.60 ตามลำดับ

2.2.5 วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่าน จำแนกตามสถานภาพผู้อ่าน

ตารางที่ 39 วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่าน จำแนกตามเพศ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่าน	เพศ				x ²
	ชาย N = 236		หญิง N = 156		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เพื่อความก้าวหน้าในการศึกษา	70	29.66	39	25.00	1.02
เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	74	31.36	33	21.15	2.93
เพื่อเพิ่มพูนความรู้	158	66.95	96	61.54	1.21
เพื่อปรับปรุงตนเองให้อยู่ในสังคมได้ดี	35	14.83	35	22.44	3.70
เพื่อใช้ในการชีวิตประจำวัน	46	19.49	29	18.59	0.05
เพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ	131	55.51	117	75.00	15.35*
อื่น ๆ	-	-	-	-	-

* มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% $\chi^2_{0.05, 1} = 3.84$

จากตารางที่ 39 ผู้อ่านเพศชายส่วนใหญ่ซื้อหนังสืออ่านเพื่อเพิ่มพูนความรู้ คิดเป็นร้อยละ 66.95 รองลงมาซื้อเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 55.51 และซื้อเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน คิดเป็นร้อยละ 31.36 ตามลำดับ วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่านที่น้อยที่สุดของผู้อ่านเพศชาย คือซื้อเพื่อปรับปรุงตนเองให้อยู่ในสังคมได้ดี คิดเป็นร้อยละ 14.83

ผู้อ่านเพศหญิงส่วนใหญ่ซื้อหนังสืออ่านเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาคือซื้อเพื่อเพิ่มพูนความรู้ คิดเป็นร้อยละ 61.54 และซื้อเพื่อความก้าวหน้า

ในการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 25 ตามลำดับ วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่านที่น้อยที่สุดของผู้อ่าน
เพศหญิงคือซื้อเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 18.59

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า เพศมีผลต่อการซื้อหนังสืออ่านเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อน
หย่อนใจ ซึ่งจากค่าร้อยละ พบว่า เพศหญิงซื้อหนังสืออ่านเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ
มากกว่าผู้อ่านเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 75.00 และ 55.51 ตามลำดับ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 40 วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่าน จำนวนตามอายุ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

วัตถุประสงค์ใน การซื้อหนังสืออ่าน	อายุ								χ^2
	ไม่เกิน 25 ปี N = 215		26-35 ปี N = 153		36-45 ปี N = 17		มากกว่า 45 ปี N = 7		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เพื่อความก้าวหน้าใน การศึกษา	73	33.95	32	20.92	4	23.53	0	0	10.52*
เพื่อความก้าวหน้าใน หน้าที่การงาน	33	15.35	66	43.14	8	47.06	0	0	40.78*
เพื่อเพิ่มพูนความรู้	133	61.86	104	67.97	12	70.59	5	71.43	1.87
เพื่อปรับปรุงตนเองให้ อยู่ในสังคมได้ดี	15	6.98	38	24.84	14	82.35	3	42.86	74.64*
เพื่อใช้ในชีวิต ประจำวัน	16	7.44	46	30.07	9	52.94	4	57.14	49.91*
เพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจ	132	61.40	101	66.01	10	58.82	5	71.43	1.17
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-

* มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 %

$$\chi^2_{0.05,3} = 7.82$$

จากตารางที่ 40 ผู้อ่านอายุไม่เกิน 25 ปี ส่วนใหญ่ซื้อหนังสืออ่านเพื่อเพิ่มพูนความรู้ คิดเป็นร้อยละ 61.86 รองลงมา ซื้อเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ



61.40 และ ชื่อเพื่อความก้าวหน้าในการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 33.95 ตามลำดับ วัดอุปประสงค์ ในการซื้อหนังสืออ่านที่น้อยที่สุด คือชื่อเพื่อปรับปรุงตนเองให้อยู่ในสังคมได้ดี คิดเป็นร้อยละ 6.98

ผู้อ่านอายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่ซื้อหนังสืออ่านเพื่อเพิ่มพูนความรู้ คิดเป็นร้อยละ 67.75 รองลงมา คือ ชื่อเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 66.01 และชื่อเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน คิดเป็นร้อยละ 43.14 ตามลำดับ วัดอุปประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่านที่น้อยที่สุด คือ ชื่อเพื่อความก้าวหน้าในการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 20.92

ผู้อ่านอายุ 36-45 ปี ส่วนใหญ่ซื้อหนังสืออ่านเพื่อปรับปรุงตนเองให้อยู่ในสังคมได้ดี คิดเป็นร้อยละ 82.35 รองลงมา ชื่อเพื่อเพิ่มพูนความรู้ คิดเป็นร้อยละ 70.59 และชื่อเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 66.01 ตามลำดับ วัดอุปประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่านที่น้อยที่สุดของผู้อ่านอายุ 36-45 ปี คือ ชื่อเพื่อความก้าวหน้าในการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 23.53

ผู้อ่านอายุมากกว่า 45 ปี ส่วนใหญ่ซื้อหนังสืออ่านเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ มีอัตราส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมา ชื่อเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 57.14 และชื่อเพื่อปรับปรุงตนเองให้อยู่ในสังคมได้ดี คิดเป็นร้อยละ 42.86 ตามลำดับ ส่วนการซื้อหนังสืออ่านเพื่อความก้าวหน้าในการศึกษา และเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ไม่มีผู้อ่าน

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า อายุมีผลต่อการซื้อหนังสืออ่านเพื่อความก้าวหน้าในการศึกษา เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เพื่อปรับปรุงตนเองให้อยู่ในสังคมได้ดี และเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งจากค่าร้อยละพบว่า

- ผู้อ่านอายุไม่เกิน 25 ปี ซื้อหนังสืออ่านเพื่อความก้าวหน้าในการศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.95 รองลงมาคือ ผู้อ่านอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.53 และอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.92 ตามลำดับ ผู้อ่านอายุมากกว่า 45 ปี ไม่ได้ซื้อหนังสืออ่านเพื่อวัดอุปประสงค์นี้เลย

- ผู้อ่านอายุ 36-45 ปี ซื้อหนังสืออ่านเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.06 รองลงมาคือผู้อ่านอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.14 และอายุไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.35 ตามลำดับ ผู้อ่านอายุมากกว่า 45 ปี ไม่ได้ซื้อหนังสืออ่านเพื่อวัดอุปประสงค์นี้เลย

- ผู้อ่านอายุ 36-45 ปี ชื่อหนังสืออ่านเพื่อปรับปรุงตนเองให้อยู่ในสังคมได้ดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.35 รองลงมาคือ ผู้อ่านอายุมากกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.86 ผู้อ่านอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.84 และไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.98 ตามลำดับ

- ผู้อ่านอายุมากกว่า 45 ปี ชื่อหนังสืออ่านเพื่อใช้ในการชีวิตประจำวันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองลงมาคือ ผู้อ่านอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.94 ผู้อ่านอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.07 และไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.44 ตามลำดับ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 41 วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่าน จำแนกตามระดับการศึกษา (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

วัตถุประสงค์ในการซื้อ หนังสืออ่าน	ระดับการศึกษา						χ^2
	ต่ำกว่าปริญญาตรี N = 90		ปริญญาตรี N = 261		สูงกว่าปริญญาตรี N = 41		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เพื่อความก้าวหน้าในการศึกษา	25	27.78	75	28.74	9	21.95	0.81
เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่ การงาน	17	18.89	79	30.27	11	26.83	4.37
เพื่อเพิ่มพูนความรู้	50	55.56	169	64.75	35	85.37	10.97*
เพื่อปรับปรุงตนเองให้อยู่ใน สังคมได้ดี	11	12.22	52	19.92	7	17.07	2.73
เพื่อใช้ในการชีวิตประจำวัน	12	13.33	58	22.22	5	12.20	4.84
เพื่อความเพลิดเพลินและ พักผ่อนหย่อนใจ	56	62.22	165	63.22	27	65.85	0.16
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-

$$\chi^2_{0.05, 2} = 5.99$$

จากตารางที่ 41 ผู้อ่านระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่ซื้อหนังสืออ่านเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 62.22 รองลงมา คือ ซื้อเพื่อเพิ่มพูนความรู้ คิดเป็นร้อยละ 55.56 และซื้อเพื่อความก้าวหน้าในการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 27.78 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่านที่ผู้อ่านระดับต่ำกว่าปริญญาตรีตอนน้อยที่สุด คือ ซื้อเพื่อปรับปรุงตนเองให้อยู่ในสังคมได้ดี คิดเป็นร้อยละ 12.22

ผู้อ่านระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่ซื้อหนังสืออ่านเพื่อเพิ่มพูนความรู้ คิดเป็นร้อยละ 64.75 รองลงมา คือ ซื้อเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 63.22 และซื้อเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน คิดเป็นร้อยละ 30.27 ตามลำดับ วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่านที่น้อยที่สุดของผู้อ่านระดับการศึกษาปริญญาตรี คือ ซื้อเพื่อปรับปรุงตนเองให้อยู่ในสังคมได้ดี คิดเป็นร้อยละ 19.92

ผู้อ่านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ซื้อหนังสืออ่านเพื่อเพิ่มพูนความรู้ คิดเป็นร้อยละ 85.37 รองลงมา คือ ซื้อเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 65.85 และซื้อเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน คิดเป็นร้อยละ 26.83 ตามลำดับ วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่านที่น้อยที่สุดของผู้อ่านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คือ ซื้อเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 12.20

จากค่า X^2 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษามีผลต่อการซื้อหนังสืออ่านเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ซึ่งจากค่าร้อยละพบว่า ผู้อ่านระดับสูงกว่าปริญญาตรีซื้อหนังสืออ่านเพื่อเพิ่มพูนความรู้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.37 รองลงมาคือ ผู้อ่านระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.75 และต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.56 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 42 วัตถุประสงค์ของการซื้อหนังสืออ่าน จำนวนตามอาชีพ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

วัตถุประสงค์ของการ ซื้อหนังสืออ่าน	อาชีพ								χ^2
	นักเรียน นิสิต นักศึกษา N = 138		ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 88		นักธุรกิจ, ลูกจ้าง N = 152		รับจ้าง, เกษตรกร, อื่นๆ N = 14		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เพื่อความก้าวหน้าในการ การศึกษา	58	42.03	16	18.18	31	20.39	4	28.57	22.13*
เพื่อความก้าวหน้าใน หน้าที่การงาน	12	8.70	31	35.22	62	40.79	2	14.29	41.99*
เพื่อเพิ่มพูนความรู้	89	64.49	61	69.32	95	62.50	9	64.29	1.15
เพื่อปรับปรุงตนเอง ให้อยู่ ในสังคมได้ดี	21	15.22	21	23.86	27	17.76	1	7.14	3.91
เพื่อใช้ในการชีวิตประจำวัน	29	21.01	22	25.00	23	15.13	1	7.14	5.15
เพื่อความเพลิดเพลินและ พักผ่อนหย่อนใจ	87	63.04	55	62.50	97	63.82	9	64.29	0.05
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-

* มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

$$\chi^2_{0.05,3} = 7.82$$

จากตารางที่ 42 นักเรียน นิสิต นักศึกษา ส่วนใหญ่ซื้อหนังสืออ่านเพื่อเพิ่มพูนความรู้
คิดเป็นร้อยละ 64.49 รองลงมาซื้อเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ

63.04 และซื้อเพื่อความก้าวหน้าในการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 42.03 ตามลำดับ วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่านที่น้อยที่สุดของนักเรียน นิสิต นักศึกษา คือซื้อเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน คิดเป็นร้อยละ 8.70

ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ซื้อหนังสืออ่านเพื่อเพิ่มพูนความรู้ คิดเป็นร้อยละ 69.32 รองลงมา คือเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 62.50 และซื้อเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน คิดเป็นร้อยละ 35.22 ตามลำดับ วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่านที่น้อยที่สุดของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ คือซื้อเพื่อความก้าวหน้าในการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 18.18

นักธุรกิจและลูกจ้าง ส่วนใหญ่ซื้อหนังสืออ่านเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 63.82 รองลงมา คือเพื่อเพิ่มพูนความรู้ คิดเป็นร้อยละ 62.50 และซื้อเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน คิดเป็นร้อยละ 40.79 ตามลำดับ วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่านที่น้อยที่สุดของนักธุรกิจและลูกจ้าง คือซื้อเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 15.13

ผู้อ่านที่มีอาชีพรับจ้าง เกษตรกรและอื่น ๆ ส่วนใหญ่ซื้อหนังสืออ่านเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจมีอัตราส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 64.29 รองลงมา คือซื้อเพื่อความก้าวหน้าในการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 28.57 วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่านที่น้อยที่สุดของผู้อ่านที่มีอาชีพรับจ้าง เกษตรกรและอื่น ๆ คือซื้อเพื่อปรับปรุงตนเองให้อยู่ในสังคมได้ดี และเพื่อใช้ในชีวิตประจำวันมีอัตราส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 7.14

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า อาชีพมีผลต่อการซื้อหนังสืออ่านเพื่อความก้าวหน้าในการศึกษา และเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ซึ่งจากค่าร้อยละพบว่า

- นักเรียน นิสิต นักศึกษา ซื้อหนังสืออ่านเพื่อความก้าวหน้าในการศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.03 รองลงมาคือ ผู้อ่านอาชีพรับจ้าง เกษตรกร และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 28.57 นักธุรกิจ ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 20.39 และข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 18.18 ตามลำดับ

- นักธุรกิจ ลูกจ้าง ซื้อหนังสืออ่านเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.79 รองลงมาคือ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 35.22 รับจ้าง เกษตรกร และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 14.29 และนักเรียน นิสิต นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 8.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่าน จำแนกตามรายได้ที่ได้รับต่อเดือน (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่าน	รายได้						χ^2
	ไม่เกิน 3,000 บาท N = 158		3,001-6,000 บาท N = 139		มากกว่า 6,000 บาท N = 95		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เพื่อความก้าวหน้าในการศึกษา	60	37.97	33	23.74	16	16.84	14.97*
เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	16	10.13	50	35.97	41	43.16	40.79*
เพื่อเพิ่มพูนความรู้	101	63.92	94	67.63	59	62.11	0.84
เพื่อปรับปรุงตนเองให้ อยู่ในสังคมได้ดี	25	15.82	31	22.30	14	14.74	2.95
เพื่อใช้ในการชีวิตประจำวัน	33	20.89	25	17.99	17	17.89	0.53
เพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ	101	63.92	93	66.91	54	56.84	2.51
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-

*มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

$$\chi^2_{0.05, 2} = 5.99$$

จากตารางที่ 43 ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาทส่วนใหญ่ซื้อหนังสืออ่านเพื่อเพิ่มพูนความรู้และเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจมีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 63.92 รองลงมา คือ ซื้อเพื่อความก้าวหน้าในการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 37.97 และซื้อเพื่อใช้ในการชีวิต

ประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 20.89 ตามลำดับ วัตถุประสงค์ของการซื้อหนังสืออ่านที่น้อยที่สุดของ
ผู้อ่านที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท คือ ซื้อเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน คิดเป็นร้อยละ
10.13

ผู้มีรายได้ 3,001-6,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อหนังสืออ่านเพื่อเพิ่มพูนความรู้ คิดเป็น
ร้อยละ 67.63 รองลงมาคือ ซื้อเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 66.91
และซื้อเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน คิดเป็นร้อยละ 35.97 ตามลำดับ วัตถุประสงค์ของ
การซื้อหนังสืออ่านที่น้อยที่สุดของผู้อ่านที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท คือ ซื้อเพื่อใช้ในชีวิต
ประจำวัน จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.99

ผู้มีรายได้มากกว่า 6,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อหนังสืออ่านเพื่อเพิ่มพูนความรู้ คิดเป็น
ร้อยละ 62.11 รองลงมาคือ ซื้อเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 56.84
และซื้อเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน คิดเป็นร้อยละ 43.16 ตามลำดับ วัตถุประสงค์ของ
การซื้อหนังสืออ่านที่น้อยที่สุดของผู้อ่านที่มีรายได้มากกว่า 6,000 บาท คือ ซื้อเพื่อปรับปรุงตนเอง
ให้อยู่ในสังคมได้ดี คิดเป็นร้อยละ 14.74

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า รายได้มีผลต่อการซื้อหนังสืออ่านเพื่อความก้าวหน้าในการศึกษา
และเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ซึ่งจากค่าร้อยละพบว่า

- ผู้อ่านที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท ซื้อหนังสืออ่านเพื่อความก้าวหน้าในการศึกษา
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.97 รองลงมาคือ ผู้อ่านที่มีรายได้ 3,000-6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ
23.74 และมากกว่า 6,000 คิดเป็นร้อยละ 16.84 ตามลำดับ

- ผู้อ่านที่มีรายได้มากกว่า 6,000 บาท ซื้อหนังสืออ่านเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่
การงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.16 รองลงมาคือ ผู้อ่านที่มีรายได้ 3,001-6,000 คิดเป็น
ร้อยละ 35.97 และไม่เกิน 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.13 ตามลำดับ

2.2.6 ประเภทของหนังสือที่ซื้อ จำแนกตามสถานภาพผู้อ่าน

ตารางที่ 44 ประเภทของหนังสือที่ซื้อ จำแนกตามเพศ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทหนังสือ	เพศ				χ^2
	ชาย N = 236		หญิง N = 156		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
สารคดีและหนังสือวิชาการ	204	86.44	95	60.90	33.86*
สารคดีแปลและหนังสือวิชาการ แปล	53	22.46	35	22.44	0.0003
นวนิยาย เรื่องสั้น	35	14.83	65	41.67	35.59*
นวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล	39	16.53	71	45.51	39.09*
หนังสือสำหรับเด็ก	9	3.81	37	23.72	35.92*

* มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% $\chi^2_{0.05, 2} = 3.84$

จากตารางที่ 44 ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านเพศชายซื้อส่วนใหญ่ คือ สารคดีและหนังสือวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 86.44 รองลงมาคือ สารคดีแปล และหนังสือวิชาการแปล คิดเป็นร้อยละ 22.46 และนวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล คิดเป็นร้อยละ 16.53 ตามลำดับ ประเภทหนังสือที่ซื้อน้อยที่สุดคือ หนังสือสำหรับเด็ก คิดเป็นร้อยละ 3.81

ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านเพศหญิงซื้อ ส่วนใหญ่คือสารคดีและหนังสือวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 60.90 รองลงมาคือนวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล คิดเป็นร้อยละ 45.51 และนวนิยาย เรื่องสั้น คิดเป็นร้อยละ 41.67 ตามลำดับ ประเภทหนังสือที่ซื้อน้อยที่สุด คือ สารคดีแปล และหนังสือวิชา

การแปล คิดเป็นร้อยละ 22.44

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า เพศมีผลต่อการซื้อสารคดีและหนังสือวิชาการ นวนิยาย เรื่องสั้น นวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล และหนังสือสำหรับเด็ก ซึ่งจากค่าร้อยละพบว่า ผู้อ่านเพศชายซื้อหนังสือวิชาการมากกว่าผู้อ่านเพศหญิง (ร้อยละ 86.44 : 60.90) ส่วนประเภทของหนังสือที่ผู้อ่านเพศหญิงซื้อมากกว่าเพศชายได้แก่นวนิยาย เรื่องสั้น (ร้อยละ 41.67 : 14.83) นวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล (ร้อยละ 45.51 : 16.53) และหนังสือสำหรับเด็ก (ร้อยละ 23.72 : 3.81)



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 45 ประเภทของหนังสือที่อ่าน จำแนกตามอายุ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทหนังสือ	อายุ								χ^2
	ไม่เกิน 25 ปี		26-35 ปี		36-45 ปี		มากกว่า 45 ปี		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
สารคดีและหนังสือวิชาการ	158	73.49	119	77.78	16	94.12	6	85.71	4.49
สารคดีและหนังสือวิชาการแปล	40	18.60	45	29.41	2	11.76	1	14.29	7.47
นวนิยาย เรื่องสั้น	59	27.44	37	24.18	2	11.76	2	28.57	2.29
นวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล	60	27.91	48	31.37	2	11.76	0	0	5.80
หนังสือสำหรับเด็ก	21	9.77	22	14.38	3	17.65	0	0	3.34

$$\chi^2_{0.05,3} = 7.82$$

จากตารางที่ 45 ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านอายุไม่เกิน 25 ปีคือ ส่วนใหญ่คือสารคดีและหนังสือวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 73.49 รองลงมาคือตราส่วนใกล้เคียงกันคือ นวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล และนวนิยาย เรื่องสั้น คิดเป็นร้อยละ 27.91 และ 27.44 ตามลำดับ ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านอายุไม่เกิน 25 ปี ขึ้นน้อยที่สุดคือ หนังสือสำหรับเด็ก คิดเป็นร้อยละ 9.77

ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านอายุ 26-35 ปีคือ ส่วนใหญ่คือสารคดีและหนังสือวิชาการคิดเป็นร้อยละ 77.78 รองลงมาคือ นวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล คิดเป็นร้อยละ 31.37 และสารคดี

และหนังสือวิชาการแปล คิดเป็นร้อยละ 29.41 ตามลำดับ ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านอายุ 26-35 ปี ชื่อน้อยที่สุด คือ หนังสือสำหรับเด็ก คิดเป็นร้อยละ 14.38

ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านอายุ 36-45 ปี ส่วนใหญ่คือสารคดีและหนังสือวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 94.12 รองลงมาคือ หนังสือสำหรับเด็ก คิดเป็นร้อยละ 17.65 และประเภทของหนังสืออื่น ๆ ที่ผู้อ่านอายุ 36-45 ปี ชื่อน้อยที่สุด มีอัตราส่วนเท่ากัน คือ สารคดีและหนังสือวิชาการแปล นวนิยายเรื่องสั้น และ นวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล คิดเป็นร้อยละ 11.76

ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านอายุมากกว่า 45 ปีชื่อน้อยที่สุดคือ สารคดีและหนังสือวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 85.71 รองลงมาคือ นวนิยาย เรื่องสั้น คิดเป็นร้อยละ 28.57 ส่วนประเภทหนังสือที่ผู้อ่านอายุมากกว่า 45 ปี ไม่ชื่อน้อยที่สุด คือ นวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล และหนังสือสำหรับเด็ก

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า อายุไม่มีผลต่อประเภทหนังสือที่ซื้อ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 46 ประเภทหนังสือที่ซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทหนังสือ	ระดับการศึกษา						χ^2
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
สารคดีและหนังสือวิชาการ	63	70.00	199	76.25	37	90.24	6.38*
สารคดีและหนังสือวิชาการแปล	15	16.67	60	22.99	13	31.71	3.79
นวนิยาย เรื่องสั้น	22	24.44	68	26.05	10	24.39	0.12
นวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล	27	30.00	71	27.20	12	29.27	0.29
หนังสือสำหรับเด็ก	8	8.89	33	12.64	5	12.20	0.92

* มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% $\chi^2_{0.05, 2} = 5.99$

จากตารางที่ 46 ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีซื้อเป็นส่วนใหญ่ คือสารคดีและหนังสือวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมา คือ นวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล คิดเป็นร้อยละ 30.00 และนวนิยาย เรื่องสั้น คิดเป็นร้อยละ 24.44 ตามลำดับ ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ซื้อน้อยที่สุด คือ หนังสือสำหรับเด็ก คิดเป็นร้อยละ 8.89

ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านระดับการศึกษาปริญญาตรี ซื้อส่วนใหญ่คือสารคดีและหนังสือวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 76.25 รองลงมา คือ นวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล คิดเป็นร้อยละ 27.20 และ นวนิยาย เรื่องสั้น จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.05 ตามลำดับ ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านระดับการศึกษาปริญญาตรีซื้อน้อยที่สุด คือ หนังสือสำหรับเด็ก คิดเป็นร้อยละ 12.64

ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีซื้อ ส่วนใหญ่คือสารคดีและหนังสือวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 90.24 รองลงมา คือ สารคดีและหนังสือวิชาการแปล คิดเป็นร้อยละ 31.71 และนวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล คิดเป็นร้อยละ 29.27 ตามลำดับ ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ซื้อน้อยที่สุด คือ หนังสือสำหรับเด็ก คิดเป็นร้อยละ 12.20

จากค่า X^2 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษามีผลต่อการซื้อสารคดีและหนังสือวิชาการ ซึ่งจากค่าร้อยละพบว่า ผู้อ่านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ซื้อหนังสือสารคดีและหนังสือวิชาการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.24 รองลงมาคือ ผู้อ่านระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 76.25 และต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 70.00 ตามลำดับ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 47 ประเภทของหนังสือที่ซื้อ จำแนกตามอาชีพ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทของหนังสือ	อาชีพ								χ ²
	นักเรียน นิสิต นักศึกษา N = 138		ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 88		นักธุรกิจ, ลูกจ้าง N = 152		รับจ้าง, เกษตรกร, อื่นๆ N = 14		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
สารคดีและหนังสือวิชาการ	102	73.91	71	80.68	114	75.00	12	85.71	2.20
สารคดีแปล และ หนังสือวิชาการแปล	31	22.46	16	18.18	40	26.32	1	7.14	4.11
นวนิยาย เรื่องสั้น	39	28.26	22	25.00	35	23.03	4	28.57	1.12
นวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล	32	23.19	24	27.27	51	33.55	3	21.43	4.23
หนังสือสำหรับเด็ก	15	10.87	17	19.32	11	7.24	3	21.43	9.22*

* มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

$$\chi^2_{0.05, 3} = 7.82$$

จากตารางที่ 47 ประเภทหนังสือที่นักเรียน นิสิต นักศึกษาซื้อ ส่วนใหญ่คือ สารคดีและหนังสือวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 73.91 รองลงมาคือ นวนิยาย เรื่องสั้น คิดเป็นร้อยละ 28.26 และนวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล คิดเป็นร้อยละ 23.19 ตามลำดับ ประเภทหนังสือที่นักเรียน นิสิต นักศึกษาซื้อน้อยที่สุดคือ หนังสือสำหรับเด็ก คิดเป็นร้อยละ 10.87

ประเภทหนังสือที่ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจซื้อ ส่วนใหญ่คือสารคดีและหนังสือวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 80.68 รองลงมาคือ นวนิยายแปล คิดเป็นร้อยละ 27.27 และนวนิยายเรื่องสั้น คิดเป็นร้อยละ 25 ตามลำดับ ประเภทหนังสือที่ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจซื้อ

น้อยที่สุด คือ สารคดีแปล และหนังสือวิชาการแปล คิดเป็นร้อยละ 18.18

ประเภทหนังสือที่นักธุรกิจและลูกจ้างซื้อ ส่วนใหญ่คือ สารคดีและหนังสือวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาคือ นวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล คิดเป็นร้อยละ 33.55 และสารคดี และหนังสือวิชาการแปล คิดเป็นร้อยละ 26.32 ตามลำดับ ประเภทหนังสือที่นักธุรกิจและลูกจ้างซื้อน้อยที่สุด คือ หนังสือสำหรับเด็ก คิดเป็นร้อยละ 7.24

ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านอาชีพรับจ้าง เกษตรกร และอื่น ๆ ซื้อส่วนใหญ่คือ สารคดีและหนังสือวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 85.71 รองลงมาคือ นวนิยาย เรื่องสั้น คิดเป็นร้อยละ 28.57 และนวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล และหนังสือสำหรับเด็ก มีอัตราส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 21.43 ตามลำดับ ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านอาชีพรับจ้าง เกษตรกร และอื่น ๆ ซื้อน้อยที่สุดคือ สารคดีแปล และหนังสือวิชาการแปล คิดเป็นร้อยละ 7.14

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า อาชีพมีผลต่อการซื้อหนังสือสำหรับเด็ก ซึ่งจากค่าร้อยละพบว่า ผู้อ่านอาชีพรับจ้าง เกษตรกร และอื่น ๆ ซื้อหนังสือสำหรับเด็กมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.43 รองลงมาคือ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 19.32 นักเรียน นิสิต นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 10.87 และนักธุรกิจ ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 7.24 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 48 ประเภทของหนังสือที่ จำแนกตามรายได้ที่ได้รับต่อเดือน (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทหนังสือ	รายได้						χ^2
	ไม่เกิน 3,000 บาท N = 158		3,001-6,000 บาท N = 139		มากกว่า 6,000 บาท N = 95		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
สารคดีและหนังสือวิชาการ	116	73.42	103	74.10	80	84.21	4.38
สารคดีและหนังสือวิชาการแปล	32	20.25	33	23.74	23	24.21	0.74
นวนิยาย เรื่องสั้น	46	29.11	36	25.90	18	18.95	3.24
นวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล	40	25.32	50	35.97	20	21.05	7.21*
หนังสือสำหรับเด็ก	20	12.66	17	12.23	9	9.47	0.63

*มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

$$\chi^2_{0.05, 2} = 5.99$$

จากตารางที่ 48 ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านมีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท ส่วนใหญ่คือ สารคดีและหนังสือวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 73.42 รองลงมาคือ หนังสือนวนิยาย เรื่องสั้น คิดเป็นร้อยละ 29.11 และหนังสือนวนิยายแปล เรื่องสั้นแปลคิดเป็นร้อยละ 25.32 ตามลำดับ ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท ขึ้น้อยที่สุด คือ หนังสือสำหรับเด็ก คิดเป็นร้อยละ 12.66

ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านรายได้ 3,001-6,000 บาท ส่วนใหญ่คือสารคดีและหนังสือ วิชาการ คิดเป็นร้อยละ 74.10 รองลงมาคือหนังสือนวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล คิดเป็นร้อยละ



35.97 และ นวนิยาย เรื่องสั้น จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.90 ตามลำดับ ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านรายได้ 3,001-6,000 บาท ขึ้น้อยที่สุด คือ หนังสือสำหรับเด็ก คิดเป็นร้อยละ 12.23

ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านรายได้มากกว่า 6,000 บาท ส่วนใหญ่คือสารคดีและหนังสือวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 84.21 รองลงมาคือข้อสารคดี และหนังสือ วิชาการแปล คิดเป็นร้อยละ 24.21 และ นวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล คิดเป็นร้อยละ 21.05 ตามลำดับ ประเภทหนังสือที่ผู้อ่านรายได้มากกว่า 6,000 บาท ขึ้น้อยที่สุด คือ หนังสือสำหรับเด็ก คิดเป็นร้อยละ 9.47

จากค่า x^2 สรุปได้ว่า รายได้มีผลต่อการซื้อนวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล ซึ่งจากค่าร้อยละพบว่า ผู้อ่านที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท ซื้อนวนิยายแปล เรื่องสั้นแปล มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.97 รองลงมาคือ ผู้อ่านที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.32 และมากกว่า 6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.05 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.2.7 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ขอ จำแนกตามสถานภาพผู้อ่าน

ตารางที่ 49 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ขอ จำแนกตามเพศ

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

เนื้อเรื่องของสารคดีและ หนังสือวิชาการ	เพศ				χ^2
	ชาย N = 236		หญิง N = 156		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ความรู้รอบตัว	78	33.05	49	31.41	0.12
ปรัชญา ศาสนา	55	23.31	27	17.31	2.04
จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์	49	20.76	40	25.64	1.27
การศึกษา	32	13.56	26	16.67	0.72
กฎหมาย การปกครอง					
การเมือง	35	14.84	7	4.50	10.5*
ขนบธรรมเนียม ประเพณี	15	6.36	6	3.85	1.17
ภาษาศาสตร์และภาษาต่างๆ	24	10.17	42	26.92	18.83*
คณิตศาสตร์	17	7.20	4	2.56	3.99*
วิทยาศาสตร์	31	13.14	9	5.77	5.56*
เทคโนโลยี					
วิศวกรรมศาสตร์	71	30.08	5	3.21	43.42*
ธุรกิจ และการจัดการ	76	32.20	37	23.72	3.30
เกษตรกรรม การปลูกต้นไม้					
ดอกไม้	15	6.36	9	5.77	0.06

ตารางที่ 49 (ต่อ)

เนื้อเรื่องของสารคดีและ หนังสือวิชาการ	เพศ				χ^2
	ชาย N = 236		หญิง N = 156		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
สุขภาพ อนามัย ยา	24	10.17	31	19.87	7.33*
อาหาร ครอบครัว การดูแล ครอบครัว	13	5.51	27	17.31	14.27*
ศิลปกรรม	24	10.17	13	8.33	0.37
สถาปัตยกรรม การออกแบบ					
การตกแต่ง	31	13.14	18	11.54	0.22
ดนตรี และการแสดงอื่น ๆ	49	20.76	25	16.03	1.38
การถ่ายรูป การพิมพ์	36	15.25	20	12.82	0.45
กีฬา	36	15.25	5	3.21	14.56*
วรรณคดี กวีนิพนธ์	20	8.47	29	18.59	8.79*
ชีวประวัติ	19	8.05	10	6.41	0.37
ประวัติศาสตร์	17	7.20	15	9.62	0.73
ภูมิศาสตร์ การท่องเที่ยว	26	11.01	27	17.31	3.18
อื่น ๆ	2	0.85	0	0	1.33

* มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% $\chi^2_{0.05,1} = 3.84$

จากตารางที่ 49 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านเพศชายชื่อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ ความรู้รอบตัว ร้อยละ 33.05 ธุรกิจและการจัดการ ร้อยละ 32.20 เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ ร้อยละ 30.08 ปรัชญา ศาสนา ร้อยละ 23.31 จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์ และดนตรีและการแสดงอื่น ๆ ร้อยละ 20.76 เท่ากัน เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านเพศชายชื่อน้อยที่สุดคือ อาหาร ครอบครั้ว การดูแลครอบครัว ร้อยละ 5.51

เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านเพศหญิงชื่อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ ความรู้รอบตัว ร้อยละ 31.41 ภาษาศาสตร์และภาษาต่าง ๆ ร้อยละ 26.92 จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์ ร้อยละ 25.64 ธุรกิจและการจัดการ ร้อยละ 23.72 และ สุขภาพ อนามัย ยา ร้อยละ 19.87 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านเพศหญิงชื่อน้อยที่สุดคือ คณิตศาสตร์ ร้อยละ 2.56

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า เพศมีผลต่อการซื้อหนังสือที่มีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับกฎหมาย การปกครอง การเมือง ภาษาศาสตร์และภาษาต่าง ๆ คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ สุขภาพ อนามัย ยา อาหาร ครอบครั้ว การดูแลครอบครัว กีฬาและวรรณคดี กวีนิพนธ์ ซึ่งจากค่าร้อยละพบว่า ผู้อ่านเพศชาย ซื้อเนื้อเรื่องต่อไปนี้มากกว่าผู้อ่านเพศหญิง คือ กฎหมาย การปกครอง การเมือง คิดเป็นร้อยละ 14.84 และ 4.50 คณิตศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 7.20 และ 2.56 วิทยาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 13.14 และ 5.77 เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 30.08 และ 3.21 กีฬา คิดเป็นร้อยละ 15.25 และ 3.21 ส่วนผู้อ่านเพศหญิง ซื้อเนื้อเรื่องต่อไปนี้มากกว่าผู้อ่านเพศชาย คือ ภาษาศาสตร์และภาษาต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 26.92 และ 10.17 สุขภาพ อนามัย ยา คิดเป็นร้อยละ 19.87 และ 10.17 อาหาร ครอบครั้ว การดูแลครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 17.31 และ 5.51 วรรณคดี กวีนิพนธ์ คิดเป็นร้อยละ 18.59 และ 8.47

ตารางที่ 50 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ขอ จำแนกตามอายุ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

เนื้อเรื่องของสารคดีและ หนังสือวิชาการ	อายุ								χ^2
	ไม่เกิน 25 ปี N = 215		26-35 ปี N = 153		36-45 ปี N = 17		มากกว่า 45 ปี N = 7		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ความรู้รอบตัว	80	37.21	39	25.49	7	41.18	1	14.29	7.25
ปรัชญา ศาสตร์	43	20.00	33	21.57	3	17.65	3	42.86	2.30
จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์	42	19.53	42	27.45	3	17.65	2	28.57	3.58
การศึกษา	34	15.81	23	15.03	1	5.88	0	0	2.47
กฎหมาย การปกครอง									
การเมือง	15	6.98	24	15.69	2	11.76	1	14.29	7.21
ขนบธรรมเนียมประเพณี	5	2.33	13	8.50	1	5.88	2	28.57	14.32*
ภาษาศาสตร์และภาษาต่างๆ	35	16.28	28	18.30	2	11.76	1	14.29	0.63
คณิตศาสตร์	16	7.44	4	2.61	1	5.88	0	0	4.52
วิทยาศาสตร์	24	11.16	13	8.50	3	17.65	0	0	2.53
เทคโนโลยี									
วิศวกรรมศาสตร์	41	19.07	31	20.26	4	23.53	0	0	1.96
ธุรกิจและการจัดการ	46	21.40	59	38.56	7	41.18	1	14.29	14.84*
เกษตรกรรม การปลูกต้นไม้									
ดอกไม้	10	4.65	8	5.22	5	29.41	1	14.29	17.88*

ตารางที่ 50 (ต่อ)

เนื้อเรื่องของสารคดีและ หนังสือวิชาการ	อายุ								χ^2
	ไม่เกิน 25 ปี N = 215		26-35 ปี N = 153		36-45 ปี N = 17		มากกว่า 45 ปี N = 7		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
สุขภาพ อนามัย ยา	29	13.49	23	15.03	2	11.76	1	14.29	0.25
อาหาร ครอบครัว									
การดูแลครอบครัว	18	8.37	21	13.73	1	5.88	0	0	4.0
ศิลปกรรม	26	12.09	8	5.23	2	11.76	1	14.29	5.24
สถาปัตยกรรม การออกแบบ									
การตกแต่ง	31	14.42	17	11.11	1	5.88	0	0	2.67
ดนตรี และการแสดงอื่น ๆ	47	21.86	26	16.99	0	0	1	14.29	5.66
การถ่ายรูป การพิมพ์	39	18.13	16	10.46	1	5.88	0	0	6.59
กีฬา	22	10.23	18	11.76	1	5.88	0	0	1.49
วรรณคดี กวีนิพนธ์	32	14.88	15	9.80	1	5.88	1	14.29	2.83
ชีวประวัติ	13	6.05	15	9.80	1	5.88	0	0	2.48
ประวัติศาสตร์	20	9.30	8	5.23	2	11.76	2	28.57	6.31
ภูมิศาสตร์ การท่องเที่ยว	31	14.42	17	11.11	3	17.65	2	28.57	2.51
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-

* มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

$$\chi^2_{0.05,3} = 7.82$$

จากตารางที่ 50 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านอายุไม่เกิน 25 ปี ชื่อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ ความรู้รอบตัว ร้อยละ 37.21 ดนตรีและการแสดงอื่น ๆ ร้อยละ 21.86 ธุรกิจและการจัดการ ร้อยละ 21.40 ปรัชญา ศาสนา ร้อยละ 20.00 และ จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์ ร้อยละ 19.53 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านอายุไม่เกิน 25 ปี ชื่ออันดับที่สี่คือ ชนบทธรรมนิยมประเพณี คิดเป็นร้อยละ 2.33

เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านอายุ 26-35 ปี ชื่อ 5 อันดับแรกเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ ธุรกิจและการจัดการ ร้อยละ 38.56 จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์ ร้อยละ 27.45 ความรู้รอบตัว 25.49 ปรัชญา ศาสนา ร้อยละ 21.57 และเทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ ร้อยละ 20.26 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านอายุ 26-35 ปี ชื่ออันดับที่สี่คือ คณิตศาสตร์ ร้อยละ 2.61

เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านอายุ 36-45 ปี ชื่อจำนวนสูงสุดคือ ความรู้รอบตัวและธุรกิจและการจัดการ คิดเป็นร้อยละ 41.18 เท่ากัน รองลงมาคือ เกษตรกรรม การปลูกต้นไม้ดอกไม้ คิดเป็นร้อยละ 29.41 เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 23.53 และ ปรัชญา ศาสนา จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์ วิทยาศาสตร์ และภูมิศาสตร์ การท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 17.65 เท่ากัน ส่วนเนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการเกี่ยวกับดนตรีและการแสดงอื่น ๆ ไม่มีผู้ตอบ

เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านอายุมากกว่า 45 ปี ชื่อจำนวนสูงสุดคือ ปรัชญา ศาสนา คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมาคือ จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์ ชนบทธรรมนิยมประเพณี ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ การท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 28.57 เท่ากัน ส่วนเนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการเกี่ยวกับการศึกษา คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ อาหาร ครอบครัว การดูแลครอบครัว สถาปัตยกรรม การออกแบบ การตกแต่ง การถ่ายรูป การพิมพ์ กีฬา และชีวประวัติ ไม่มีผู้ตอบ

จากค่า X^2 สรุปได้ว่า อายุมีผลต่อการซื้อหนังสือเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชนบทธรรมนิยมประเพณี ธุรกิจและการจัดการ เกษตรกรรม การปลูกต้นไม้ดอกไม้ ซึ่งจากค่าร้อยละ พบว่า

- ผู้อ่านอายุมากกว่า 45 ปี ชื่อหนังสือเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชนบทธรรมนิยมประเพณีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.57 รองลงมาคือ ผู้อ่านอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.50 ผู้อ่านอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.88 และไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.33 ตามลำดับ

- ผู้อ่านอายุ 36-45 ปี ชื่อหนังสือเนื้อเรื่องเกี่ยวกับธุรกิจและการจัดการ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.18 รองลงมาคือ ผู้อ่านอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.56 ผู้อ่านอายุไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.40 และมากกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.29 ตามลำดับ
- ผู้อ่านอายุ 36-45 ปี ชื่อหนังสือเนื้อเรื่องเกี่ยวกับเกษตรกรรม การปลูกต้นไม้ดอกไม้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.41 รองลงมาคือผู้อ่านอายุมากกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.29 ผู้อ่านอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.22 และไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.65 ตามลำดับ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 51 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ชื่อ จำแนกตามระดับการศึกษา (ตอบ
ได้มากกว่า 1 คำตอบ)

เนื้อเรื่องของสารคดีและ หนังสือวิชาการ	ระดับการศึกษา						χ^2
	ต่ำกว่าปริญญาตรี N = 90		ปริญญาตรี N = 261		สูงกว่าปริญญาตรี N = 41		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ความรู้รอบตัว	43	47.78	70	26.82	14	34.15	13.49*
ปรัชญา ศาสนา	14	15.56	63	24.14	5	12.20	5.09
จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์	13	14.44	68	26.05	10	24.39	4.82
การศึกษา	15	16.67	36	13.79	7	17.07	0.63
กฎหมาย การปกครอง การเมือง	6	6.67	28	10.73	8	19.51	4.86
ขนบธรรมเนียมประเพณี	4	4.44	12	4.60	5	12.20	4.23
ภาษาศาสตร์และภาษาต่าง ๆ	12	13.33	49	18.77	5	12.20	2.12
คณิตศาสตร์	10	11.11	9	3.45	2	4.88	7.77*
วิทยาศาสตร์	15	16.67	21	8.05	4	9.76	5.44
เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์	12	13.33	56	21.46	8	19.51	2.83
ธุรกิจและการจัดการ	18	20.00	80	30.65	15	36.59	5.04
เกษตรกรรม การปลูกต้นไม้ ดอกไม้	5	5.56	16	6.13	3	7.32	0.15
สุขภาพ อนามัย ยา	9	10.00	41	15.71	5	12.20	1.94

ตารางที่ 51 (ต่อ)

เนื้อเรื่องของสารคดีและ หนังสือวิชาการ	ระดับการศึกษา						χ^2
	ต่ำกว่าปริญญาตรี N = 90		ปริญญาตรี N = 261		สูงกว่าปริญญาตรี N = 41		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
อาหาร ครอบครั้ว การดูแล ครอบครั้ว	7	7.78	29	11.11	4	9.76	0.82
ศิลปกรรม	13	14.44	21	8.05	3	7.32	3.45
สถาปัตยกรรม การออกแบบ การตกแต่ง	14	15.56	28	10.73	7	17.07	2.30
ดนตรีและการแสดงอื่น ๆ	21	23.33	48	18.39	5	12.20	2.40
การถ่ายรูป การพิมพ์ กีฬา	17	18.89	37	14.18	2	4.88	4.52
กีฬา	6	6.67	29	11.11	6	14.63	2.26
วรรณคดี กวีนิพนธ์	6	6.67	38	14.56	5	12.20	3.82
ชีวประวัติ	5	5.56	17	6.51	7	17.07	6.35*
ประวัติศาสตร์	10	11.11	18	6.90	4	9.76	1.74
ภูมิศาสตร์ การท่องเที่ยว อื่น ๆ	16	17.78	30	11.50	7	17.07	2.75
	-	-	-	-	-	-	-

* มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

$$\chi^2_{0.05,2} = 5.99$$

จากตารางที่ 51 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีชื่อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ ความรู้รอบตัว ร้อยละ 47.78 ดนตรีและการแสดงอื่น ๆ ร้อยละ 23.33 ธุรกิจและการจัดการ ร้อยละ 20.00 การถ่ายรูป การพิมพ์ร้อยละ 18.89 และภูมิศาสตร์ การท่องเที่ยว ร้อยละ 17.78 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านต่ำกว่าปริญญาตรี ชื่อน้อยที่สุด คือ ชนบทรวมเนียมประเพณี คิดเป็นร้อยละ 4.44

เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านระดับการศึกษาปริญญาตรีชื่อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ ธุรกิจ และการจัดการ ร้อยละ 30.65 ความรู้รอบตัว ร้อยละ 26.82 จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์ ร้อยละ 26.05 ปรัชญา ศาสนา ร้อยละ 24.14 และเทคโนโลยีวิศวกรรมศาสตร์ ร้อยละ 21.46 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านระดับการศึกษาปริญญาตรี ชื่อน้อยที่สุด คือ คณิตศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 3.45

เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ชื่อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบ คือ ธุรกิจและการจัดการ ร้อยละ 36.59 ความรู้รอบตัว ร้อยละ 34.15 จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์ร้อยละ 24.39 กฎหมาย การปกครอง การเมืองและ เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ ร้อยละ 19.51 เท่ากัน การศึกษา สถาบันศรัทธา การออกแบบ การตกแต่ง ชีวประวัติและภูมิศาสตร์ การท่องเที่ยว ร้อยละ 17.07 เท่ากัน เนื้อเรื่องสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีชื่อน้อยที่สุด คือ คณิตศาสตร์ และ การถ่ายรูป การพิมพ์ ร้อยละ 4.88

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษามีผลต่อการชื้อหนังสือเกี่ยวกับความรู้รอบตัว คณิตศาสตร์และชีวประวัติ ซึ่งจากค่าร้อยละพบว่า เนื้อเรื่องของหนังสือที่ผู้อ่านระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีชื้อมากกว่าระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี คือ ความรู้รอบตัว (ร้อยละ 47.78 : 34.15 : 26.82) และคณิตศาสตร์ (ร้อยละ 11.11 : 4.88 : 3.45)

ส่วนผู้อ่านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ชื้อหนังสือเกี่ยวกับชีวประวัติมากกว่า ผู้อ่านระดับการศึกษาปริญญาตรี และผู้อ่านระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 17.07 : 6.51 : 5.56)

ตารางที่ 52 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ชื่อ จำแนกตามอาชีพ (ตอบได้มากกว่า

1 คำตอบ)

เนื้อเรื่องของสารคดีและ หนังสือวิชาการ	อาชีพ								χ ²
	นักเรียน นิสิต นักศึกษา N = 138		ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 88		นักธุรกิจ, ลูกจ้าง N = 152		รับจ้าง, เกษตรกร, อื่นๆ N = 14		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ความรู้รอบตัว	51	36.96	23	26.14	51	33.55	2	14.29	5.07
ปรัชญา ศาสนา	27	19.57	19	21.59	29	19.08	7	50.00	7.65
จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์	25	18.12	17	19.32	44	28.95	3	21.43	5.62
การศึกษา	26	18.84	17	19.32	15	9.87	0	0	8.58*
กฎหมาย การปกครอง การเมือง	13	9.42	17	19.32	12	7.89	0	0	9.99*
ขนบธรรมเนียมประเพณี	2	1.45	9	10.23	8	5.26	2	14.29	10.48*
ภาษาศาสตร์และภาษา ต่าง ๆ	22	15.94	22	25.00	19	12.50	3	21.43	6.52
คณิตศาสตร์	13	9.42	7	7.95	1	0.66	0	0	13.08*
วิทยาศาสตร์	23	16.67	9	10.23	8	5.26	0	0	11.93*
เทคโนโลยี									
วิศวกรรมศาสตร์	25	18.12	17	19.32	33	21.71	1	7.14	2.01
ธุรกิจและการจัดการ	27	19.57	20	22.73	63	41.45	3	21.43	19.54*

ตารางที่ 52 (ต่อ)

เนื้อเรื่องของสารคดีและ หนังสือวิชาการ	อาชีพ								χ^2
	นักเรียน นิสิต นักศึกษา N = 138		ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 88		นักธุรกิจ, ลูกจ้าง N = 152		รับจ้าง, เกษตรกร, อื่นๆ N = 14		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เกษตรกรรม การปลูก ต้นไม้ ดอกไม้	7	5.07	7	7.95	9	5.92	1	7.14	0.81
สุขภาพ อามัย ยา	17	12.32	17	19.32	19	12.50	2	14.29	2.67
อาหาร ครอบครัว การดูแลครอบครัว	13	9.42	11	12.50	15	9.87	1	7.14	0.76
ศิลปกรรม	16	11.59	9	10.23	8	5.26	4	28.58	9.91*
สถาปัตยกรรม การออกแบบ การตกแต่ง	22	15.94	10	11.36	14	9.21	3	21.43	4.12
ดนตรี และการแสดงอื่น ๆ	32	23.19	16	18.18	24	15.79	2	14.29	2.84
การถ่ายรูป การพิมพ์ กีฬา	25	18.12	10	11.36	18	11.84	3	21.43	3.59
วรรณคดี กวีนิพนธ์	15	10.87	11	12.50	15	9.87	0	0	2.11
วรรณคดี กวีนิพนธ์	20	14.49	7	7.95	19	12.50	3	21.43	3.18
ชีวประวัติ	6	4.35	8	9.09	14	9.21	1	7.14	2.97
ประวัติศาสตร์	11	7.97	6	6.82	12	7.89	3	21.43	3.52
ภูมิศาสตร์ การท่องเที่ยว	21	15.21	14	15.91	16	10.53	2	14.29	1.94

* มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

$$\chi^2_{0.05, 3} = 7.82$$

จากตาราง 52 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่นักเรียน นิสิต นักศึกษา
 ชื่อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ ความรู้รอบตัว ร้อยละ 36.96 คนตรีและ
 การแสดงอื่น ๆ ร้อยละ 23.19 ปรัชญา ศาสนา และธุรกิจการจัดการ ร้อยละ 19.57 เท่ากัน
 การศึกษา ร้อยละ 18.84 และจิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์ เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์และการ
 ถ่ายรูป การพิมพ์ ร้อยละ 18.12 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่นักเรียน นิสิต นักศึกษา
 ชื่อน้อยที่สุดคือชนบทธรรมเนียมประเพณี คิดเป็นร้อยละ 1.45

เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ชื่อ 5
 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบ ได้แก่ความรู้รอบตัว ร้อยละ 26.14 ภาษาศาสตร์และ
 ภาษาต่าง ๆ ร้อยละ 25.00 ธุรกิจและการจัดการ ร้อยละ 22.73 ปรัชญา ศาสนา ร้อยละ
 21.59 และจิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์ การศึกษา กฎหมาย การปกครอง การเมือง เทคโนโลยี
 วิศวกรรมศาสตร์และสุขภาพ อนามัย ยา ร้อยละ 19.32 เท่ากัน เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือ
 วิชาการที่ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ชื่อน้อยที่สุด คือ ประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 6.82

เนื้อเรื่องของสารคดี และหนังสือวิชาการที่นักธุรกิจ ลูกจ้าง ชื่อ 5 อันดับแรก เรียง
 ตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ ธุรกิจและการจัดการ ร้อยละ 41.45 ความรู้รอบตัว ร้อยละ
 33.55 จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์ ร้อยละ 28.95 เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ ร้อยละ
 21.71 และปรัชญา ศาสนา ร้อยละ 19.08 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่นักธุรกิจ
 ลูกจ้าง ชื่อน้อยที่สุดคือ คณิตศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 0.66

เนื้อเรื่องของสารคดี และหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านมีอาชีพรับจ้าง เกษตรกร และอื่น ๆ
 ชื่อ จำนวนสูงสุดคือ ปรัชญา ศาสนา คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ ศิลปกรรม ร้อยละ 28.58
 และจิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์ ภาษาศาสตร์และภาษาต่าง ๆ ธุรกิจและการจัดการ สถาปัตยกรรม
 การออกแบบ การตกแต่ง การถ่ายรูป การพิมพ์ วรรณคดี กวีนิพนธ์และประวัติศาสตร์ ร้อยละ
 21.43 เท่ากัน ส่วนเนื้อเรื่องเกี่ยวกับการศึกษา กฎหมาย การเมือง การปกครอง คณิตศาสตร์
 วิทยาศาสตร์และกีฬา ไม่มีผู้ตอบ

จากค่า X^2 สรุปได้ว่า อาชีพมีผลต่อการซื้อหนังสือเกี่ยวกับการศึกษา กฎหมาย
 การปกครอง การเมือง ชนบทธรรมเนียมประเพณี คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ธุรกิจและการจัดการ
 และศิลปกรรม ซึ่งจากค่าร้อยละพบว่า

- ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ชื่อหนังสือเกี่ยวกับการศึกษา และกฎหมาย
 การปกครอง การเมือง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.32 และ 19.32 รองลงมาคือ นักเรียน

นิสิต นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 18.84 และ 9.42 นักธุรกิจ ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 9.87 และ 7.89 ตามลำดับ ผู้อ่านอาชีพรับจ้าง เกษตรกร และอื่น ๆ ไม่มีผู้ตอบว่าซื้อหนังสือทั้ง 2 ประเภทนี้

- ผู้อ่านอาชีพรับจ้าง เกษตรกร และอื่น ๆ ซื้อหนังสือเกี่ยวกับขนบธรรมเนียม ประเพณีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 14.29 รองลงมาคือ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็น ร้อยละ 10.23 นักธุรกิจ ลูกจ้างคิดเป็นร้อยละ 5.26 และนักเรียน นิสิต นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 1.45 ตามลำดับ

- นักเรียน นิสิต นักศึกษา ซื้อหนังสือเกี่ยวกับคณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.42 และ 16.67 รองลงมาคือ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 7.95 และ 10.23 นักธุรกิจ ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 0.66 และ 5.26 ตามลำดับ ส่วนผู้อ่าน อาชีพรับจ้าง เกษตรกรและอื่น ๆ ไม่มีผู้ตอบว่าซื้อหนังสือทั้ง 2 ประเภทนี้

- นักธุรกิจ ลูกจ้าง ซื้อหนังสือเกี่ยวกับ ธุรกิจและการจัดการมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 41.45 รองลงมาคือ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 22.73 ผู้อ่านอาชีพ รับจ้าง เกษตรกร และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 21.43 และนักเรียน นิสิต นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 19.57 ตามลำดับ

- ผู้อ่านอาชีพรับจ้าง เกษตรกร และอื่น ๆ ซื้อหนังสือเกี่ยวกับศิลปกรรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.58 รองลงมาคือ นักเรียน นิสิต นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 11.59 ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 10.23 และนักธุรกิจ ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 5.26 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยพัชยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 53 เนื้อเรื่องของสารคดี และหนังสือวิชาการที่ จำแนกตามรายได้ที่ได้รับต่อเดือน
(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือ วิชาการ	รายได้						χ^2
	ไม่เกิน 3,000 บาท N = 158		3,001-6,000 บาท N = 139		มากกว่า 6,000 บาท N = 95		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ความรู้รอบตัว	57	36.08	46	33.09	24	25.26	3.21
ปรัชญา ศาสนา	34	21.52	31	22.30	17	17.89	0.72
จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์	25	15.82	39	28.06	25	26.32	7.24*
การศึกษา	30	18.99	19	13.67	9	9.47	4.48
กฎหมาย การปกครอง การเมือง	14	8.86	17	12.23	11	11.58	0.98
ขนบธรรมเนียมประเพณี	3	1.90	8	5.76	10	10.53	8.78*
ภาษาศาสตร์และภาษาต่าง ๆ	32	20.25	25	17.99	9	9.47	5.13
คณิตศาสตร์	14	8.86	5	3.60	2	2.11	6.66*
วิทยาศาสตร์	23	14.56	10	1.19	7	7.37	5.48
เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์	21	13.29	30	21.58	23	24.21	5.54
ธุรกิจและการจัดการ	29	18.35	42	30.22	42	44.21	19.53*
เกษตรกรรม การปลูกต้นไม้ ดอกไม้	8	5.06	6	4.32	10	10.53	4.30
สุขภาพ อนามัย ยา	21	13.29	26	18.71	8	8.42	5.07

ตารางที่ 53 (ต่อ)



เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือ วิชาการ	รายได้						χ^2
	ไม่เกิน 3,000 บาท N = 158		3,001-6,000 บาท N = 139		มากกว่า 6,000 บาท N = 95		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
อาหาร ครอบครั้ว การดูแล ครอบครั้ว	14	8.86	17	12.23	9	9.47	0.99
ศิลปกรรม	21	13.29	10	7.19	6	6.32	4.65
สถาปัตยกรรม การออกแบบ การตกแต่ง	24	15.19	14	10.07	11	11.50	1.07
ดนตรี และการแสดงอื่น ๆ	38	24.05	21	15.11	15	15.79	4.64
การถ่ายรูป การพิมพ์	28	17.72	17	12.23	11	11.58	2.57
กีฬา	16	10.13	12	8.63	13	13.68	1.57
วรรณคดี กวีนิพนธ์	23	14.56	17	12.23	9	9.47	1.42
ชีวประวัติ	8	5.06	10	7.19	11	11.58	3.69
ประวัติศาสตร์	13	8.23	11	7.91	8	8.42	0.02
ภูมิศาสตร์ การท่องเที่ยว	26	16.46	13	9.35	14	14.74	3.35
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-

* มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

$$\chi^2_{0.05, 2} = 5.99$$

จากตารางที่ 53 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท ชื่อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ ความรู้รอบตัว คิดเป็นร้อยละ 36.08 ดนตรีและการแสดงอื่น ๆ ร้อยละ 24.05 ปรัชญา ศาสนา ร้อยละ 21.52 ภาษาศาสตร์ และภาษาต่าง ๆ ร้อยละ 20.25 และการศึกษา ร้อยละ 18.99 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท ชื่ออันดับที่สุดคือ ชนบทธรรมนิยมประเพณี คิดเป็นร้อยละ 1.90

เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท ชื่อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ ความรู้รอบตัว ร้อยละ 33.09 ธุรกิจและการจัดการ ร้อยละ 30.22 จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์ ร้อยละ 28.06 ปรัชญา ศาสนา ร้อยละ 22.30 และเทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ ร้อยละ 21.58 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท ชื่ออันดับที่สุดคือ คณิตศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 3.60

เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านที่มีรายได้มากกว่า 6,000 บาท ชื่อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบ ได้แก่ ธุรกิจและการจัดการ ร้อยละ 44.21 จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์ ร้อยละ 26.32 ความรู้รอบตัว ร้อยละ 25.26 เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ ร้อยละ 24.21 และปรัชญา ศาสนา ร้อยละ 17.89 เนื้อเรื่องของสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านที่มีรายได้มากกว่า 6,000 บาท ชื่ออันดับที่สุดคือ คณิตศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 2.11

จากค่า X^2 สรุปได้ว่า รายได้มีผลต่อการซื้อหนังสือเกี่ยวกับจิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์ ชนบทธรรมนิยมประเพณี คณิตศาสตร์และธุรกิจและการจัดการ ซึ่งจากค่าร้อยละ พบว่า

- ผู้อ่านที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท ชื่อหนังสือเกี่ยวกับคณิตศาสตร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.86 รองลงมาคือผู้อ่านที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.60 และมากกว่า 6,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 2.11 ตามลำดับ

- ผู้อ่านที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท ชื่อหนังสือเกี่ยวกับจิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.06 รองลงมาคือ ผู้อ่านที่มีรายได้มากกว่า 6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.32 และไม่เกิน 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.82 ตามลำดับ

- ผู้อ่านที่มีรายได้มากกว่า 6,000 บาท ชื่อหนังสือเกี่ยวกับชนบทธรรมนิยมประเพณี และธุรกิจและการจัดการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.53 และ 44.21 รองลงมาคือผู้อ่านที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 5.76 และ 30.22 และไม่เกิน 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.90 และ 18.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 54 เนื้อเรื่องของ นวนิยาย เรื่องสั้น ที่ชื่อ จำแนกตามเพศ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

เนื้อเรื่อง นวนิยาย เรื่องสั้น	เพศ				χ^2
	ชาย N = 236		หญิง N = 156		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
นวนิยายรัก	11	4.66	58	37.18	66.56*
อาชญากรรม(สืบสวน สอบสวน)	70	29.66	77	49.36	15.55*
ทศนิยาย (ตลก ขบขัน)	69	29.24	59	37.82	3.15
นวนิยาย การเมือง	32	13.56	11	7.05	4.07*
นวนิยาย เชิงวิทยาศาสตร์	73	30.93	21	13.46	15.73*
นวนิยาย สะท้อนสังคม	58	24.58	57	36.54	6.48*
นวนิยาย ผจญภัย	35	14.83	34	21.79	3.14
นวนิยาย อิงประวัติศาสตร์	32	13.56	32	20.51	3.32
นวนิยายอิงศาสนา	8	3.39	10	6.41	1.96
นวนิยายเงินกำลังภายใน	28	11.86	13	8.33	1.25
อื่น ๆ	-	-	-	-	-

* มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% $\chi^2_{0.05,1} = 3.84$

จากตารางที่ 54 เนื้อเรื่องของนวนิยายและเรื่องสั้นที่ผู้อ่านเพศชายชื่อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบ ได้แก่ นวนิยายเชิงวิทยาศาสตร์ร้อยละ 30.93 อาชญากรรม ร้อยละ 29.66 ทศนิยาย ร้อยละ 29.24 นวนิยายสะท้อนสังคม ร้อยละ 24.58 และนวนิยายผจญภัย ร้อยละ 14.83 เนื้อเรื่องนวนิยายและเรื่องสั้นที่ผู้อ่านเพศชายชื่อน้อยที่สุดคือ นวนิยายอิงศาสนา

ร้อยละ 3.39

เนื้อเรื่องของนวนิยายและเรื่องสั้นที่ผู้อ่านเพศหญิงชื่อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ อาชฌนิยาย ร้อยละ 49.36 ทศนิยาย ร้อยละ 37.82 นวนิยายรัก ร้อยละ 37.18 นวนิยายสะท้อนสังคม ร้อยละ 36.54 และนวนิยายผจญภัย ร้อยละ 21.79 เนื้อเรื่อง นวนิยายและเรื่องสั้นที่ผู้อ่านเพศหญิงชื่อน้อยที่สุด คือ นวนิยายอิงศาสนา ร้อยละ 6.41

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า เพศมีผลต่อการซื้อ นวนิยายรัก อาชฌนิยาย นวนิยายการเมือง นวนิยายเชิงวิทยาศาสตร์ และนวนิยายสะท้อนสังคม ซึ่งจากค่าร้อยละพบว่า เนื้อเรื่องต่อไปนี้เป็นที่ผู้อ่านเพศชายชื้อมากกว่าเพศหญิงคือ นวนิยายการเมือง (ร้อยละ 13.56 : 7.05) และนวนิยายวิทยาศาสตร์ (ร้อยละ 30.93 : 13.46) ส่วนเนื้อเรื่องต่อไปนี้เป็นที่ผู้อ่านเพศหญิงชื้อมากกว่าเพศชายคือ นวนิยายรัก (ร้อยละ 37.18 : 4.66) อาชฌนิยาย (ร้อยละ 49.36 : 29.66) และนวนิยายสะท้อนสังคม (ร้อยละ 36.54 : 24.58)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 55 เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ชื่อ จำแนกตามอายุ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

เนื้อเรื่อง นวนิยาย เรื่องสั้น	อายุ								χ^2
	ไม่เกิน 25 ปี N = 215		26-35 ปี N = 153		36-45 ปี N = 17		มากกว่า 45 ปี N = 7		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
นวนิยายรัก	39	18.14	28	18.30	1	5.88	1	14.29	1.76
อาชญากรรม(สืบสวน สอบสวน)	84	39.07	59	38.56	3	17.65	1	14.29	4.77
หัตถ์นิยาย (ตลก ขบขัน)	81	37.67	40	26.14	6	35.29	1	14.29	6.54
นวนิยาย การเมือง	17	7.91	24	15.69	1	5.88	1	14.29	6.08
นวนิยาย เชิงวิทยาศาสตร์	52	24.19	41	26.80	1	5.88	0	0	5.93
นวนิยาย สะท้อนสังคม	62	28.84	46	30.07	6	35.29	1	14.29	1.12
นวนิยาย ผจญภัย	38	17.67	29	18.95	1	5.88	1	14.29	1.86
นวนิยาย อิงประวัติศาสตร์	35	16.27	23	15.03	5	29.41	1	14.29	2.34
นวนิยาย อิงศาสนา	8	3.72	7	4.58	3	17.65	0	0	7.32
นวนิยาย จีน กำลังภายใน	17	7.91	22	14.38	2	11.76	0	0	4.85
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-

$$\chi^2_{0.05,3} = 7.82$$

จากตารางที่ 55 เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านอายุไม่เกิน 25 ปี ชื่อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ อาชญากรรม ร้อยละ 39.07 หัตถ์นิยาย ร้อยละ 37.67 นวนิยายสะท้อนสังคม ร้อยละ 28.84 นวนิยายเชิงวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 24.19 และ

นวนิยายรัก ร้อยละ 18.14 เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้นที่ผู้อ่านอายุไม่เกิน 25 ปี ที่น้อยที่สุดคือนวนิยายอิงศาสนา คิดเป็นร้อยละ 3.72

เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านอายุ 26-35 ปี ชื่อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ อาชญากรรม ร้อยละ 38.56 นวนิยายสะท้อนสังคม ร้อยละ 30.07 ทัศนียภาพ ร้อยละ 26.14 นวนิยายเชิงวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 26.80 และนวนิยายผจญภัย ร้อยละ 18.95 เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านอายุ 26-35 ปี ที่น้อยที่สุด คือ นวนิยายอิงศาสนา คิดเป็นร้อยละ 4.58

เนื้อเรื่องของนวนิยายเรื่องสั้น ที่ผู้อ่านอายุ 36-45 ปี ชื่อจำนวนสูงสุด คือ ทัศนียภาพ และนวนิยายสะท้อนสังคม ร้อยละ 35.29 เท่ากัน รองลงมาคือ นวนิยายอิงประวัติศาสตร์ ร้อยละ 29.41 อาชญากรรมและนวนิยายอิงศาสนา ร้อยละ 17.65 เท่ากัน เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านอายุ 36-45 ปี ที่น้อยที่สุด คือ นวนิยายรัก นวนิยายการเมือง นวนิยายเชิงวิทยาศาสตร์ และนวนิยายผจญภัย คิดเป็นร้อยละ 5.88

เนื้อเรื่องของนวนิยายเรื่องสั้นที่ผู้อ่านอายุมากกว่า 45 ปี ชื่อจำนวนสูงสุดคือ นวนิยายรัก อาชญากรรม ทัศนียภาพ นวนิยายการเมือง นวนิยายสะท้อนสังคม นวนิยายผจญภัย นวนิยายอิงประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 14.29 ส่วนนวนิยายเชิงวิทยาศาสตร์ นวนิยายอิงศาสนาและนวนิยายเงินกำลังภายใน ไม่มีผู้ตอบ

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า อายุไม่มีผลต่อการชื่อนิยายและเรื่องสั้นทุกประเภท

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 56 เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ชื่อจำแนกตามลำดับการศึกษา (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

เนื้อเรื่องนวนิยาย เรื่องสั้น	ระดับการศึกษา						χ^2
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
นวนิยาย รัก	17	18.89	50	19.16	2	4.88	5.11
อาชญากรรม (สืบสวน สอบสวน)	32	35.56	101	38.70	14	34.15	0.50
หัตถ์นิยาย (ตลก ขบขัน)	33	36.67	86	32.95	9	21.95	2.81
นวนิยาย การเมือง	8	8.89	29	11.11	6	14.63	0.97
นวนิยาย เชิงวิทยาศาสตร์	16	17.78	67	25.67	11	26.83	2.49
นวนิยาย สะท้อนสังคม	24	26.67	73	27.97	18	43.90	4.74
นวนิยาย ผจญภัย	20	22.22	42	16.09	7	17.07	1.74
นวนิยาย อิงประวัติศาสตร์	14	15.56	41	15.71	9	21.95	1.06
นวนิยาย อิงศาสนา	5	5.56	11	4.21	2	4.88	0.28
นวนิยาย จินตนาการภายใน	5	5.56	29	11.11	7	17.07	4.34
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-

$$\chi^2_{0.05, 2} = 5.99$$

จากตารางที่ 56 เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ข้อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ หัตถ์นิยาย ร้อยละ 36.67 อาชญากรรม

ร้อยละ 35.56 นวนิยายสะท้อนสังคม ร้อยละ 26.67 นวนิยายผจญภัย ร้อยละ 22.22 และ
นวนิยายรัก ร้อยละ 18.89 เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี
ชื่นชอบที่สุดคือ นวนิยายอิงศาสนา และนวนิยายเงินกำลังภายใน คิดเป็นร้อยละ 5.56 เท่ากัน

เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านระดับการศึกษาปริญญาตรีชื่อ 5 อันดับแรก
เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ อาชญากรรม ร้อยละ 38.70 ทัศนียภาพ ร้อยละ 32.95
นวนิยายสะท้อนสังคม ร้อยละ 27.97 นวนิยายเชิงวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 25.67 และนวนิยายรัก
ร้อยละ 19.16 นวนิยาย เรื่องสั้นที่ผู้อ่านระดับการศึกษาปริญญาตรีชื่อชื่นชอบที่สุดคือ นวนิยายอิงศาสนา
คิดเป็นร้อยละ 4.21 เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้นที่ผู้อ่านระดับการศึกษาสูง กว่าปริญญาตรีชื่อ
5 อันดับแรกเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ นวนิยายสะท้อนสังคม ร้อยละ 43.90 อาชญากรรม
ร้อยละ 34.15 นวนิยายเชิงวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 26.83 ทัศนียภาพและนวนิยายอิงประวัติศาสตร์
ร้อยละ 21.95 เท่ากันและนวนิยายผจญภัยและนวนิยายเงินกำลังภายในร้อยละ 17.07 เท่ากัน
เนื้อเรื่องที่ผู้อ่านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ชื่นชอบที่สุดคือ นวนิยายรักและนวนิยายอิงศาสนา
คิดเป็นร้อยละ 4.88 เท่ากัน

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อการชื้อเนื้อเรื่องของนวนิยายและ
เรื่องสั้นทุกประเภท

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 57 เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ข้อ จำนวนตามอาชีพ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น	อาชีพ								X ²
	นักเรียน นิสิต นักศึกษา N = 138		ข้าราชการ, พนักงาน รัฐวิสาหกิจ N = 88		นักธุรกิจ, ลูกจ้าง N = 152		รับจ้าง, เกษตรกร, อื่นๆ N = 14		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
นวนิยายรัก	27	19.57	10	11.36	29	19.08	3	21.43	3.10
อาชุนิยาย (สืบสวน สอบสวน)	52	37.68	32	36.36	58	38.16	5	35.71	0.98
หัลนิยาย (ตลก ขบขัน)	52	37.68	28	31.82	42	27.63	6	42.86	4.02
นวนิยาย การเมือง	11	7.97	12	13.64	20	13.16	0	0	4.38
นวนิยาย เชิงวิทยาศาสตร์	34	24.64	23	26.14	37	24.34	0	0	4.68
นวนิยาย สะท้อนสังคม	35	25.36	29	32.95	49	32.24	2	14.29	3.75
นวนิยาย ผจญภัย	33	23.91	11	12.50	24	15.79	1	7.14	6.77
นวนิยาย อิงประวัติศาสตร์	24	17.39	12	13.64	25	16.45	3	21.43	0.85
นวนิยาย อิงศาสนา	6	4.35	6	6.82	6	3.95	0	0	1.83
นวนิยาย เงินกำลังภายใน	1	0.72	9	10.23	17	11.18	2	14.29	4.15
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-

$$x^2_{0.05,3} = 7.82$$

จากตารางที่ 57 เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านอาชีพนักเรียน นิสิต นักศึกษา ชื่อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ อาชฌณิยายและหัตถนิยาย ร้อยละ 37.68 เท่ากัน นวนิยายสะท้อนสังคม ร้อยละ 23.56 นวนิยายเชิงวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 24.64 นวนิยายผจญภัย ร้อยละ 23.91 และนวนิยายรัก ร้อยละ 19.57 เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านอาชีพนักเรียน นิสิต นักศึกษาชื่อน้อยที่สุด คือ นวนิยายอิงศาสนา คิดเป็นร้อยละ 4.35

เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ชื่อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ อาชฌณิยาย ร้อยละ 36.36 นวนิยายสะท้อนสังคม ร้อยละ 32.95 หัตถนิยาย ร้อยละ 31.82 นวนิยายเชิงวิทยาศาสตร์ร้อยละ 26.14 และนวนิยายการเมืองและนวนิยายอิงประวัติศาสตร์ ร้อยละ 13.64 เท่ากัน เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ชื่อน้อยที่สุด คือนวนิยายอิงศาสนา คิดเป็นร้อยละ 6.82

เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านอาชีพนักธุรกิจ ลูกจ้างชื่อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ อาชฌณิยาย ร้อยละ 38.16 นวนิยายสะท้อนสังคม ร้อยละ 32.24 หัตถนิยายร้อยละ 27.63 นวนิยายเชิงวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 24.34 และนวนิยายรัก ร้อยละ 19.08 เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านอาชีพนักธุรกิจ ลูกจ้างชื่อน้อยที่สุดคือนวนิยายอิงศาสนา คิดเป็นร้อยละ 3.95

เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านอาชีพรับจ้าง เกษตรกรและอื่น ๆ ชื่ออันดับแรกเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบมี 6 ประเภท คือ หัตถนิยาย ร้อยละ 42.86 อาชฌณิยาย ร้อยละ 35.71 นวนิยายรัก และนวนิยายอิงประวัติศาสตร์ ร้อยละ 21.43 เท่ากัน ส่วนนวนิยายการเมือง นวนิยายเชิงวิทยาศาสตร์ และนวนิยายอิงศาสนา ไม่มีผู้ตอบ

จากค่า χ^2 สรุปได้ว่า อาชีพไม่มีผลต่อการชื่อนเนื้อเรื่องของนวนิยายและเรื่องสั้นทุกประเภท

ตารางที่ 58 เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ชื่อ จำแนกตามรายได้ที่ได้รับต่อเดือน (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

เนื้อเรื่องนวนิยายเรื่องสั้น	รายได้						χ^2
	ไม่เกิน 3,000 บาท N = 158		3,001-6,000 บาท N = 139		มากกว่า 6,000 บาท N = 95		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
นวนิยายรัก	30	18.99	31	22.30	8	8.42	7.31*
อาชญากรรม (สืบสวน สอบสวน)	56	35.44	57	41.01	34	35.79	1.13
หัตถ์นิยาย (ตลก ขบขัน)	62	39.24	44	31.65	22	23.16	2.93
นวนิยาย การเมือง	10	6.33	18	12.95	15	15.79	6.30*
นวนิยาย เชิงวิทยาศาสตร์	37	23.42	39	28.06	18	18.95	2.62
นวนิยาย สะท้อนสังคม	40	25.32	48	34.53	27	28.42	3.08
นวนิยาย ผจญภัย	33	20.89	21	15.11	15	15.79	1.99
นวนิยายอิงประวัติศาสตร์	25	15.82	23	16.55	16	16.84	0.05
นวนิยายอิงศาสนา	7	4.43	6	4.32	5	5.26	0.13
นวนิยายจินตภาพใน	12	7.59	18	12.95	11	11.58	2.43
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-

* มีผล ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

$$\chi^2_{0.05, 2} = 5.99$$

จากตารางที่ 58 เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท ชื่อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ หัตถ์นิยาย ร้อยละ 39.24 อาชญากรรม

ร้อยละ 35.44 นวนิยายสะท้อนสังคม ร้อยละ 25.32 นวนิยายเชิงวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 23.42 และนวนิยายผจญภัย ร้อยละ 20.89 เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท ชื่อน้อยที่สุดคือ นวนิยายอิงศาสนา คิดเป็นร้อยละ 4.43

เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้นที่ผู้อ่านที่มีรายได้ระหว่าง 3,001-6,000 บาท ชื่อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบ ได้แก่ อาชญนิยาย ร้อยละ 41.01 นวนิยายสะท้อนสังคม ร้อยละ 34.53 ทัศนียภาพ ร้อยละ 31.65 นวนิยายเชิงวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 28.06 และนวนิยายรัก ร้อยละ 22.30 เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านที่มีรายได้ระหว่าง 3,001-6,000 บาท ชื่อน้อยที่สุดคือ นวนิยายอิงศาสนา คิดเป็นร้อยละ 4.32

เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านที่มีรายได้สูงกว่า 6,000 บาท ชื่อ 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบได้แก่ อาชญนิยาย ร้อยละ 35.79 นวนิยายสะท้อนสังคม ร้อยละ 28.42 ทัศนียภาพ ร้อยละ 23.16 นวนิยายเชิงวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 18.95 และนวนิยายอิงประวัติศาสตร์ ร้อยละ 16.84 เนื้อเรื่องของนวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านที่มีรายได้มากกว่า 6,000 บาท ชื่อน้อยที่สุดคือ นวนิยายอิงศาสนา คิดเป็นร้อยละ 5.26

จากค่า X^2 สรุปได้ว่า รายได้มีผลต่อการชื่อนวนิยายรักและนวนิยายการเมือง ซึ่ง จากค่าร้อยละ พบว่า

- ผู้อ่านที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท ชื่อนวนิยายรักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.30 ผู้อ่านที่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.99 และมากกว่า 6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.42 ตามลำดับ

- ผู้อ่านที่มีรายได้มากกว่า 6,000 บาท ชื่อนวนิยายการเมืองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.79 รองลงมาคือผู้อ่านที่มีรายได้ 3,001-6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.95 และไม่เกิน 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.33 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็น ปัญหา และข้อเสนอแนะต่อหนังสือและตลาดหนังสือในปัจจุบัน

ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูล ดังนี้

1. ตารางที่ 59-61 เสนอเกี่ยวกับองค์ประกอบของหนังสือที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ สิ่งจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ และปัญหาในการซื้อ โดยวิธีคำนวณหาค่าเฉลี่ย (\bar{X})
2. ตารางที่ 62-64 เสนอเกี่ยวกับความเห็นเรื่องคุณภาพของหนังสือ และเนื้อเรื่องของหนังสือที่ควรพิมพ์เพิ่มเติมในตลาดหนังสือ โดยวิธีการคำนวณหาค่าร้อยละ
3. ความคิดเห็นอื่น ๆ ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายเปิด ผู้วิจัยได้รวบรวมบรรยายคำตอบตามลำดับคำถามความคิดเห็น 9 ข้อ ได้แก่

- (1) นักเขียน นักแปลสารคดีและวิชาการที่ผู้อ่านชอบซื้อผลงานมากที่สุด
- (2) นักเขียน นักแปล นวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านชอบซื้อผลงานมากที่สุด
- (3) นักเขียน นักแปล หนังสือสำหรับเด็ก ที่ผู้อ่านชอบซื้อผลงานมากที่สุด
- (4) สำนักพิมพ์ที่ผู้อ่านชอบผลงานมากที่สุด
- (5) ร้านจำหน่ายหนังสือที่ผู้อ่านซื้อมากที่สุด
- (6) ราคาหนังสือในปัจจุบัน
- (7) การจัดหนังสือในร้านจำหน่ายหนังสือ
- (8) พนักงานขายหนังสือ
- (9) การจัดการบริการเกี่ยวกับหนังสือ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 59 องค์ประกอบของหนังสือที่มีอิทธิพลต่อผู้อ่านในการตัดสินใจซื้อหนังสือ

สิ่งจูงใจ	ระดับอิทธิพล						\bar{X}	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
เนื้อเรื่อง	286	85	19	1	1	4.67	มส	
ชื่อผู้แต่ง ชื่อผู้แปล	53	130	150	41	18	3.41	ป	
ชื่อเรื่อง	21	98	180	60	33	3.04	ป	
หน้าปก	30	97	164	63	38	3.05	ป	
ภาพประกอบ	25	99	134	74	60	2.88	ป	
ขนาดของหนังสือ	5	71	150	102	64	2.62	ป	
คุณภาพของกระดาษ	29	130	146	60	27	3.19	ป	
ขนาดตัวอักษร ความถูกต้อง ความชัดเจน	79	178	95	31	9	3.73	ม	
ความแข็งแรงในการเข้าเล่ม	72	158	114	39	9	3.63	ม	
สำนักพิมพ์	7	42	133	114	96	2.36	น	
ปีที่พิมพ์	16	45	118	120	93	2.42	น	
ราคา	47	91	172	57	25	3.20	ป	

หมายเหตุ \bar{X} คือความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำตอบแต่ละข้อดังนี้

4.60-5.00 = มากที่สุด(มส) 3.60-4.50 = มาก(ม)

2.60-3.59 = ปานกลาง(ป) 1.60-2.59 = น้อย(น)

1.00-1.59 = น้อยที่สุด(นส)

จากตารางที่ 59 องค์ประกอบของหนังสือที่มีอิทธิพลต่อผู้อ่านในการตัดสินใจซื้อหนังสือ
 ในระดับมากที่สุดมีสิ่งเดียว คือ เนื้อเรื่อง สิ่งที่มีอิทธิพลระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยคำตอบ
 คือ ขนาดตัวอักษร ความถูกต้อง ความชัดเจน และความแข็งแรงในการเข้าเล่ม สิ่งที่มีอิทธิพลระดับ
 ปานกลางมีมากกว่าระดับอื่น ซึ่งเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยคำตอบ คือ ชื่อผู้แต่ง ชื่อผู้แปล ราคาหนังสือ
 คุณภาพของกระดาษ หน้าปก ชื่อเรื่อง ภาพประกอบ และขนาดของหนังสือ สิ่งที่มีอิทธิพลในระดับน้อย
 เรียงลำดับค่าเฉลี่ยคำตอบ คือ ปีก้นพิมพ์ และสำนักพิมพ์



ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 60 สิ่งที่เป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อหนังสือ

สิ่งจูงใจ	ระดับแรงจูงใจ						X	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
คำแนะนำของบุคคลอื่น เช่นเพื่อน อาจารย์ บรรณารักษ์	32	106	147	77	30	3.08	ป	
ผลการประกวดหนังสือ บทวิจารณ์หรือบทแนะนำ หนังสือในนิตยสาร หนังสือพิมพ์	10	92	155	98	37	2.85	ป	
คำโฆษณาเกี่ยวกับ หนังสือ	27	138	152	57	18	3.25	ป	
ภาพยนตร์ หรือละคร- โทรทัศน์	9	64	181	101	37	2.76	ป	
เทศกาลลดราคาหนังสือ	7	45	169	114	57	2.57	น	
	52	92	134	76	38	3.11	ป	

หมายเหตุ ดีความหมายค่าเฉลี่ยนำหนักคำตอบแต่ละข้อ ดังนี้

4.60-5.00 = มากที่สุด(มส) 3.60-4.59 = มาก(ม)

2.60-3.59 = ปานกลาง(ป) 1.60-2.59 = น้อย(น)

1.00-1.59 = น้อยที่สุด(นส)

จากตารางที่ 60 ระดับแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อหนังสือ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยดังนี้คือ บทวิจารณ์หรือบทแนะนำหนังสือในนิตยสาร หนังสือพิมพ์ เทศกาลลดราคา หนังสือ คำแนะนำของบุคคลอื่น เช่น เพื่อน อาจารย์ บรรณาธิการ ผลการประกวดหนังสือ คำโฆษณาเกี่ยวกับหนังสือ และสิ่งจูงใจที่มีผลระดับน้อย คือ ภาพยนตร์ หรือละครโทรทัศน์



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 61 ปัญหาในการซื้อหนังสือ

ปัญหา	ระดับของปัญหา						\bar{X}	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
ไม่มีเวลาซื้อ	29	71	123	117	52	2.47	น	
ไม่มีเนื้อเรื่องประเภทที่ ต้องการ	71	155	103	53	10	3.57	ป	
ราคาหนังสือแพง	73	120	135	45	19	3.47	ป	
ไม่ทราบว่ามีหนังสือ อะไรที่น่าสนใจ	28	93	125	100	46	2.89	ป	
รูปเล่มไม่แข็งแรง	36	96	149	80	31	3.07	ป	
การพิมพ์ไม่ดี ไม่ชัดเจน	60	137	105	71	19	3.38	ป	
การบริการของร้าน หนังสือไม่ดี	62	78	125	85	42	3.08	ป	

หมายเหตุ: ค่าความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำตอบแต่ละข้อ ดังนี้

4.60-5.00 = มากที่สุด(มส) 3.60-4.59 = มาก(ม)

2.60-3.59 = ปานกลาง(ป) 1.60-2.59 = น้อย(น)

1.00-1.59 = น้อยที่สุด(นส)

จากตารางที่ 61 ปัญหาในการซื้อหนังสือส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยดังนี้ คือ ไม่มีเนื้อหาประเภทที่ต้องการ ราคาหนังสือแพง การพิมพ์ไม่ดี ไม่ชัดเจน การบริการของร้านหนังสือไม่ดี รูปเล่มไม่แข็งแรง ส่วนที่มีปัญหาการซื้อหนังสือในระดับน้อย คือ ไม่ทราบว่ามีหนังสืออะไรน่าสนใจและไม่มีเวลาซื้อ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 62 ความคิดเห็นของผู้อ่านต่อคุณภาพหนังสือในปัจจุบัน

คุณภาพในด้าน	ดี		ปานกลาง		ควรปรับปรุง	
	จำนวน N=392	ร้อยละ	จำนวน N=392	ร้อยละ	จำนวน N=392	ร้อยละ
เนื้อหา	157	40.05	212	54.08	23	5.87
ลักษณะรูปเล่ม	182	46.43	179	45.66	31	7.91
ความแข็งแรงของการเข้าเล่ม	104	26.53	210	53.57	78	19.90
ภาพประกอบ	81	20.66	233	59.44	78	19.90
ความชัดเจนและถูกต้อง ของตัวอักษร	103	26.28	210	53.57	79	20.15

จากตารางที่ 62 ผู้อ่านมีความคิดเห็นต่อคุณภาพหนังสืออยู่ในเกณฑ์ปานกลางเป็นจำนวนสูงสุดเกือบทุกด้าน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- เนื้อหา ผู้อ่านส่วนใหญ่ ร้อยละ 54.08 เห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ผู้อ่านจำนวนรองลงมา ร้อยละ 40.05 เห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ดี
- ลักษณะรูปเล่ม ผู้อ่านมีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ดีและปานกลาง ในอัตราใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 46.43 และ 45.66 ตามลำดับ
- ความแข็งแรงในการเข้าเล่ม ผู้อ่านส่วนใหญ่ เห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 53.57 ผู้ที่เห็นว่าเป็นเกณฑ์ดีมี ร้อยละ 26.53
- ภาพประกอบ ผู้อ่านส่วนใหญ่ เห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 59.44 ผู้อ่านที่เห็นว่าเป็นเกณฑ์ดีมี ร้อยละ 20.66

- ความชัดเจนและถูกต้องของตัวอักษร ผู้อ่านเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง คิดเป็น ร้อยละ 53.57 ผู้อ่านที่เห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ดีมี ร้อยละ 26.28

คุณภาพของหนังสือใน 5 ด้าน ซึ่งผู้ซึ่งมีความเห็นว่าดีมีลำดับดังนี้ รูปเล่ม เนื้อหา ความแข็งแรงของการเข้าเล่ม ความชัดเจนและถูกต้องของตัวอักษร และภาพประกอบ

คุณภาพของหนังสือที่ผู้อ่านมีความเห็นว่าควรปรับปรุง เรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ความชัดเจนและถูกต้องของตัวอักษร ภาพประกอบและความแข็งแรงในการเข้าเล่ม (2 ด้านนี้ เท่ากัน) ลักษณะรูปเล่ม และเนื้อหา



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 63 เนื้อเรื่องสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านคิดว่าควรพิมพ์เพิ่มเติม

เนื้อเรื่อง	จำนวน N = 392	ร้อยละ
ความรู้รอบตัว	105	26.79
ปรัชญา ศาสนา	62	15.82
จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์	113	28.83
การศึกษา	57	14.54
กฎหมาย การปกครอง การเมือง	56	14.29
ขนบธรรมเนียมประเพณี	52	13.27
ภาษาศาสตร์ และภาษาต่าง ๆ	70	17.86
คณิตศาสตร์	21	5.36
วิทยาศาสตร์	50	12.76
เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์	95	24.23
ธุรกิจ และการจัดการ	99	25.26
เกษตรกรรม การปลูกต้นไม้ ดอกไม้	30	7.65
สุขภาพ อนามัย ยา	85	21.68
อาหาร ครอบครัว การดูแลครอบครัว	59	15.05
ศิลปกรรม	38	9.69
สถาปัตยกรรม การออกแบบ การตกแต่ง	53	13.52
ดนตรี และการแสดงอื่น ๆ	59	15.05
การถ่ายรูป การพิมพ์	39	9.95
กีฬา	50	12.76
วรรณคดี กวีนิพนธ์	43	10.97

ตารางที่ 63 (ต่อ)

เนื้อเรื่อง	จำนวน N = 392	ร้อยละ
ชีวประวัติ	38	9.69
ประวัติศาสตร์	42	10.71
ภูมิศาสตร์ การท่องเที่ยว	66	16.84
อื่น ๆ	-	-

จากตารางที่ 63 เนื้อเรื่องสารคดีและหนังสือวิชาการที่ผู้อ่านจำนวนสูงสุดคิดว่าควรพิมพ์เพิ่มเติม 10 อันดับแรกเรียงตามลำดับค่าร้อยละของคำตอบ คือ จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์ ร้อยละ 28.83 ความรู้รอบตัว ร้อยละ 26.79 ธุรกิจและการจัดการ ร้อยละ 25.26 เทคโนโลยีวิศวกรรมศาสตร์ ร้อยละ 24.23 สุขภาพ อนามัย ยา ร้อยละ 21.68 ภาษาศาสตร์และภาษาต่าง ๆ ร้อยละ 17.86 ภูมิศาสตร์ การท่องเที่ยว ร้อยละ 16.84 ปรัชญา ศาสนา ร้อยละ 15.82 อาหาร ครอบครัวยุคใหม่ การดูแลครอบครัวและดนตรีการแสดงอื่น ๆ ร้อยละ 15.05 เทคโนโลยีและการศึกษา ร้อยละ 14.54

เนื้อเรื่องสารคดีและหนังสือวิชาการที่ควรพิมพ์เพิ่มเติม ซึ่งมีผู้อ่านน้อยที่สุด คือ คณิตศาสตร์ (ร้อยละ 5.36)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 64 เนื้อเรื่อง นวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านคิดว่าควรพิมพ์เพิ่มเติม

เนื้อเรื่อง	จำนวน N = 392	ร้อยละ
นวนิยายรัก	14	3.57
อาชฏนิยาย (สืบสวน สอบสวน)	80	20.41
หัตถนิยาย (ตลก ขบขัน)	111	28.32
นวนิยาย การเมือง	64	16.33
นวนิยายเชิงวิทยาศาสตร์	103	26.28
นวนิยายสะท้อนสังคม	144	36.73
นวนิยายผจญภัย	64	16.33
นวนิยายอิงประวัติศาสตร์	95	24.23
นวนิยายอิงศาสนา	39	9.99
นวนิยายเงินกำลังภายใน	12	3.06
อื่น ๆ	-	-

จากตารางที่ 64 เนื้อเรื่องนวนิยาย เรื่องสั้นที่ผู้อ่านจำนวนสูงสุดคิดว่าควรพิมพ์เพิ่มเติม คือ นวนิยายสะท้อนสังคม คิดเป็นร้อยละ 36.73 รองลงมาคือ หัตถนิยาย คิดเป็นร้อยละ 28.32 นวนิยายเชิงวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 26.28 นวนิยายอิงประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 24.23 และ อาชฏนิยายคิดเป็นร้อยละ 20.41 ตามลำดับ

เนื้อเรื่องนวนิยาย เรื่องสั้นที่ผู้อ่านคิดว่าควรพิมพ์เพิ่มเติม ซึ่งมีผู้ตอบน้อยที่สุด คือ นวนิยายเงินกำลังภายใน (ร้อยละ 3.06) รองลงมา คือนวนิยายรัก (ร้อยละ 3.57)

สรุปความคิดเห็นของผู้อ่านและข้อเสนอแนะที่มีต่อหนังสือ ตลาดหนังสือ และประเด็นต่าง ๆ

การตอบคำถามแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะแบบปลายเปิด มีผู้ตอบจำนวน 321 คน ในจำนวนผู้ตอบเหล่านี้บางคนตอบทุกข้อ บางคนตอบบางข้อ และบางคนตอบเพียงข้อใดข้อหนึ่ง ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมสรุปคำตอบ โดยกำกับจำนวนผู้ตอบไว้ดังนี้

1. นักเขียน นักแปล สารคดีและวิชาการ ที่ผู้อ่านชอบชื่อผลงานมากที่สุดคือ ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช (จำนวน 15 คน) รองลงมาคือ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ (จำนวน 13 คน) และยืน ภู่วรรณ (จำนวน 12 คน) ตามลำดับ*
2. นักเขียน นักแปล นวนิยาย เรื่องสั้น ที่ผู้อ่านชอบชื่อผลงานมากที่สุดคือ นิดา (จำนวน 28 คน) รองลงมาคือ โสภาค สุวรรณ (จำนวน 18 คน) และ สุวิทย์ ชาวปลอด (จำนวน 15 คน) ตามลำดับ*
3. นักเขียน นักแปล หนังสือสำหรับเด็ก ที่ผู้อ่านชอบชื่อผลงานมากที่สุดคือ ผุสดี นาวาวิจิตร (จำนวน 12 คน) รองลงมาคือ สุพรรณิการ์ (จำนวน 8 คน) และ ประชัมพร สุวรรณตรา (จำนวน 5 คน) ตามลำดับ*
4. สำนักพิมพ์ ที่ผู้อ่านชอบผลงานมากที่สุดคือ ซีเอ็ดยูเคชั่น (จำนวน 24 คน) รองลงมาคือ ดวงกมล และดอกหญ้า (จำนวน 12 คนเท่ากัน) และวิบูลย์กิจ (จำนวน 9 คน) ตามลำดับ*
5. ร้านจำหน่ายหนังสือที่ผู้อ่านชอบชื่อมากที่สุดคือ ดวงกมล (จำนวน 121 คน) รองลงมาคือ ศูนย์หนังสือกรุงเทพฯ 2 (จำนวน 25 คน) และหมึกจีน (จำนวน 21 คน) ตามลำดับ*
6. ราคาหนังสือในปัจจุบัน ผู้อ่านมีความคิดเห็นว่ามีราคาแพง (จำนวน 158 คน) รองลงมามีความคิดเห็นว่าเป็นราคาอยู่ในระดับปานกลางหรือเหมาะสม (จำนวน 105 คน) แต่ไม่มีผู้อ่านท่านใดตอบว่า ราคาหนังสือในปัจจุบันราคาถูก มีผู้ให้ความคิดเห็นว่าเป็นราคาหนังสือในปัจจุบันไม่มีมาตรฐานแน่นอน (จำนวน 1 คน)
7. การจัดหนังสือในร้านจำหน่ายหนังสือ ผู้อ่านจำนวนสูงสุด (158 คน) มีความคิดเห็นว่าจะจัดได้ดีแล้ว รองลงมาเห็นว่าจัดอยู่ในระดับปานกลาง (จำนวน 104 คน) และจัดไม่ดี (จำนวน 59 คน) ตามลำดับ

* สำหรับข้ออื่น ๆ มีผู้ตอบหลากหลายแตกต่างกันไป แต่ที่ซ้ำกันมีจำนวนน้อยหรือไม่ซ้ำกันเลย

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดร้านหนังสือ

- 7.1 ควรมีการจัดหมวดหมู่หนังสือ หรือแบ่งประเภทหนังสือให้ละเอียดมากขึ้น เพื่อสะดวกต่อการค้นหา (จำนวน 9 คน)
 - 7.2 ควรมีการแนะนำหนังสือดี หนังสือใหม่ และหนังสือที่มียอดการจำหน่ายสูง (จำนวน 5 คน)
 - 7.3 ภายในร้านควรจัดให้มีทางเดินที่กว้างขวาง เพื่ออำนวยความสะดวกสบายแก่ผู้อ่านที่เข้าไปเดินซื้อหนังสือ (จำนวน 4 คน)
 - 7.4 ควรจัดวางหนังสือบนชั้นที่สามารถหยิบอ่านได้ง่าย และเลือกซื้อได้สะดวก (จำนวน 3 คน)
 - 7.5 ควรมีป้ายบอกทางให้ทราบว่า ส่วนใดของร้านมีหนังสือประเภทใด (จำนวน 2 คน)
 - 7.6 ควรจัดร้านให้มีลักษณะจูงใจให้เข้าไปดูและเลือกซื้อหนังสือ (จำนวน 2 คน)
 - 7.7 หนังสือที่มีพลาสติกห่อหุ้ม ควรมีหนังสือตัวอย่างที่จะให้ผู้อ่านเปิดดูเพื่อตัดสินใจในการเลือกซื้อได้ (จำนวน 1 คน)
8. พนักงานขายหนังสือ ผู้อ่านจำนวนสูงสุด (81 คน) มีความคิดเห็นว่าเป็นแล้ว รองลงมา เห็นว่าไม่ดี (จำนวน 68 คน) และอยู่ในระดับปานกลาง (จำนวน 54 คน) ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพนักงานขาย

- 8.1 ไม่ควรจับจ้อง หรือเดินตามดูผู้อ่านที่เข้ามาเลือกซื้อหนังสือ (จำนวน 12 คน)
 - 8.2 ควรรักการอ่าน และมีความรู้เกี่ยวกับหนังสือ สามารถแนะนำหนังสือใหม่ ตลอดจนแนะนำหนังสือที่มีเนื้อหาที่ผู้อ่านต้องการ (จำนวน 8 คน)
 - 8.3 ควรมีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้บริการรวดเร็ว (จำนวน 6 คน)
 - 8.4 สามารถจัดแบ่งหนังสือได้ถูกประเภท (จำนวน 3 คน)
 - 8.5 ควรมีความรัก และทะนุถนอมหนังสือ (จำนวน 2 คน)
 - 8.6 ควรมีพนักงาน โดยเฉพาะที่จะสามารถตอบปัญหา หรือให้คำแนะนำแก่ผู้อ่านได้ ยามเมื่อมีปัญหา (จำนวน 1 คน)
9. การจัดการบริการเกี่ยวกับหนังสือ ผู้อ่านจำนวนสูงสุด (106 คน) มีความคิดเห็นว่ามีจัดการบริการเกี่ยวกับหนังสือน้อย ส่วนด้านคุณภาพการจัดการบริการ ผู้อ่านจำนวนสูง

สุด (30 คน) มีความเห็นว่า ไม่ดี รองลงมาเห็นว่า ดี (จำนวน 10 คน) และปานกลาง (จำนวน 6 คน)

ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดนิทรรศการหนังสือ

- 9.1 ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มาก เพื่อจูงใจคนทั่วไป (จำนวน 21 คน)
- 9.2 สถานที่จัดนิทรรศการในปัจจุบัน ไม่เอื้ออำนวยต่อการเข้าไปชมและเลือกซื้อหนังสือ เพราะมักจัดในสถานที่ที่รื้อถอนอ่าว การจราจรไม่สะดวก ผู้อ่านให้ข้อคิดเห็น ว่า ควรจัดในอาคารที่กว้างขวาง เดินได้สะดวก ควรเป็นสถานที่ที่ติดตั้งเครื่องปรับอากาศและสถานที่ในการจัดแต่ละครั้ง ควรสลับเปลี่ยน เพื่อให้ผู้อ่านในแต่ละจุดสามารถเดินทางไปได้ (จำนวน 7 คน)
- 9.3 ไม่ควรเน้นการขาย แต่ควรเน้นให้เห็นถึงคุณค่าการอ่านหนังสือ การเลือกหนังสือที่ดีและรู้จักอ่านให้เป็น (จำนวน 5 คน)
- 9.4 หนังสือที่นำมาจำหน่ายในงานนิทรรศการ ส่วนใหญ่เป็นหนังสือเก่า ไม่มีคุณค่า (จำนวน 3 คน)
- 9.5 ควรจัดนิทรรศการเน้นเนื้อหาเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง เช่น เรื่องการกีฬา หรือ เน้นวิชาการเฉพาะด้าน (จำนวน 2 คน)
- 9.6 การจัดนิทรรศการควรมีต่อเนื่อง กระตุ้นให้สถาบันการศึกษาตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาขึ้นไป ชี้ให้นักเรียน นิสิตนักศึกษา เห็นประโยชน์และคุณค่าของหนังสือ (จำนวน 2 คน)
- 9.7 ระยะเวลาในการจัดนิทรรศการแต่ละครั้ง ควรให้นานพอสมควร (จำนวน 2 คน)
- 9.8 หนังสือที่นำมาจำหน่ายในงานนิทรรศการ ลดราคามาก ทำให้เหลื่อมล้ำกับราคาตลาด (จำนวน 1 คน)
- 9.9 ควรมีหนังสือหายาก มาจำหน่ายในงานนิทรรศการ (จำนวน 1 คน)
- 9.10 ควรมีการจัดนิทรรศการในต่างจังหวัดให้มาก ๆ (จำนวน 1 คน)
- 9.11 ควรมีการจัดนิทรรศการในบ้านจำหน่ายหนังสือด้วย (จำนวน 1 คน)