

ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือ
ของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์
ของ
บุษบง ดุรงคเวโรจน์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2553

ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือ
ของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์
ของ
บุษบง ดุรงคเวโรจน์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2553
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือ
ของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ
ของ
บุษบง ดุรงคเวโรจน์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2553

บุษบง จรุงเวโรจน์. (2553). *ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บ.ธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ ดร. ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานครที่อ่านหนังสือ อายุ ตั้งแต่ 23 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยค่าที สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว วิเคราะห์แบบไคสแควร์ การทดสอบสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุน้อยกว่า 35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีสถานภาพโสดหรือหย่าร้าง เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง โดยมีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน

2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหนังสือประเภทนิยายสารและวารสารมากที่สุด โดยเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านเกี่ยวกับแฟชั่น เสื้อผ้า และแหล่งที่มาของหนังสือส่วนใหญ่ซื้อจากร้านขายหนังสือทั่วไป ราคาหนังสือที่เหมาะสมควรมีราคาประมาณ 51 -100 บาท ความถี่ของผู้อ่านหนังสือส่วนใหญ่เฉลี่ย 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ระยะเวลาที่อ่านเฉลี่ย 30 นาทีต่อครั้ง

3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของหนังสือโดยรวมว่า หนังสือมีคุณประโยชน์มาก

4. ผลการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลวัยทำงาน พบว่า

ด้านกิจกรรม การอ่านหนังสือ การไปสังสรรค์และร่วมกิจกรรมทางสังคม การดูโทรทัศน์ ฟังเพลง ร้องเพลงคาราโอเกะ การไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ และการไปซื้อของตามห้างสรรพสินค้าตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก แต่กรณีการเล่นกีฬา/ออกกำลังกายตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านความสนใจ ความสนใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีและอุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัย ความสนใจด้านบันเทิง งานแฟชั่น ดาราภาพยนตร์ ความสนใจในการประดับตกแต่งบ้านและที่อยู่อาศัย และความสนใจในสุขภาพ ตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก ส่วนความสนใจด้านการทำอาหารและความสนใจด้านธุรกิจการลงทุน ตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง

5. ผลการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือ พบว่า

-**เพศ** ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภท ด้านเนื้อเรื่อง ด้านแหล่งที่มาของหนังสือ ด้านราคาหนังสือที่เหมาะสม ด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกัน ส่วนด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

-**อายุ** ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภท ด้านเนื้อเรื่อง ด้านแหล่งที่มาของหนังสือ ด้านราคาหนังสือที่เหมาะสม ด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ และด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน

-**ระดับการศึกษา** ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่อง ด้านราคาที่เหมาะสม ด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน ส่วนด้านประเภทของหนังสือที่อ่านและด้านแหล่งที่มาของหนังสือไม่แตกต่างกัน

-**อาชีพ** ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภท ด้านเนื้อเรื่อง ด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมแตกต่างกัน ส่วนด้านแหล่งที่มาของหนังสือ ด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

-**รายได้** ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภท ด้านเนื้อเรื่องแตกต่างกัน ส่วนด้านราคาหนังสือที่เหมาะสม ด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

-**สถานภาพสมรส** ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภท ด้านเนื้อเรื่อง ด้านราคาหนังสือที่เหมาะสม ด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน ส่วนด้านแหล่งที่มาของหนังสือไม่แตกต่างกัน

6. ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์อยู่ในระดับต่ำมาก

ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง

7. ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมและด้านความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์และด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง

INFLUENCE OF BENEFICIAL FACTOR OF BOOKS AND LIFESTYLE ON READING
BEHAVIOR OF WORKING-AGE PEOPLE IN BANGKOK METROPOLITAN AREA

AN ABSTRACT
BY
BUSSABONG DURONGKHAVEROJ

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration in Management
at Srinakharinwirot University
May 2010

Bussabong Durongkhaveroj. (2010). *Influence of beneficial factor of books and lifestyle on reading behavior of working-age people in Bangkok metropolitan area.*

Master Project, M.B.A.(Management). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Dr. Paiboon Archaroongroj.

The purpose of this research is to study the beneficial factor of books and lifestyle influencing on reading behavior of working-age people in Bangkok metropolitan area. The sample used in this research is 400 male and female people who read a book, age over 23 years, Questionnaire are used to collect data. Data are analyzed by statistical techniques such as percentage, standard deviation, t-test, one way analysis of variance, Chi-square, **Pearson's Product Moment Correlation Coefficient**. The results are as follows:

1. Most of respondents are female whose ages are between 23-35 years old, holding a bachelor degree or equivalent, single, working as private company's officer or employee, having average monthly income between 10,001-30,000 baht with average family member of 3-4.

2. Most of respondents read magazine and journal, with themes mainly on fashion and costume, bought the books from bookstore. Their suitable price of the books are between 51-100 baht, read average of 3 books per week and spent 30 minutes at a time.

3. The respondents' overall opinion on beneficial of books are high level.

4. The result about lifestyle of working age people revealed that

Life style in the aspect of activity : Activities in term of reading a book, going to party and social activity, watching TV, listening to music, singing a Karaoke, traveling and shopping matched the life style of respondents at high level, while in term of playing sport at moderate level.

Life style in the aspect of interest : In term of interest in technology and communication equipment, entertainment fashion, home decoration, health care matched the life style of respondents at high level, while in term of cooking, business and investment matched the life style of respondents at moderate level.

5. The study of the demographic and the reading behavior revealed that

Genders: Consumers with different genders have different of reading behaviors in term of the type of books, the theme of books, the source of books, suitable price of books, number of time per week spent in reading. Consumers with different genders have no different in term of the duration of reading books

Age: Consumers with different age have different of reading behaviors in term of the type of books, the themes of books, the source of books, suitable price of books, number of time per week spent in reading and the duration of reading books.

Education level: Consumers with different education level have different of reading behaviors in term of the themes of books, suitable price of books, number of time per week spent in reading and the duration of reading books. Consumers with different education level have no different in term of the type of books and the source of books.

Occupation: Consumers with different occupation have different of reading behaviors in term of the type of books, the themes of books, the suitable price of books. Consumers with different occupation have no different in term of the source of books, number of time per week spent in reading and the duration of reading books.

Income: Consumers with different income have different of reading behaviors in term of the type of books and the themes of books. Consumers with different income have no different in term of the source of books, the suitable price of books, number of time per week spent in reading and the duration of reading books.

Marital Status: Consumers with different marital status have different of reading behaviors in term of the type of books, the themes of books, the suitable price of books, number of time per week spent in reading and the duration of reading books. Consumers with different marital status have no different in term of the source of the books.

6. The beneficial factor of books is correlated to reading behavior in term of number of time per week spent in reading at low level. In contrary, the beneficial factor of books is not correlated to reading behavior in term of the duration of reading books.

7. Life style in aspect of activity and interest is not correlated to reading behavior in term of number of time per week spent in reading and the duration of reading books.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือ และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อ
พฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ของ บุษบง ดุรงควโรจน์
ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(อาจารย์ ดร.ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา)

คณะกรรมการสอบ

ประธาน

(อาจารย์ ดร.ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

(อาจารย์ สิตฐากร ชุตร์พริ้ง)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

(อาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่

เดือน

พ.ศ. 2553

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก
โครงการพิเศษบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตวิทยาลัย ภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	3
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
สมมติฐานในการวิจัย	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการอ่าน	8
คุณประโยชน์ของการอ่านหนังสือ	15
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	17
แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของการดำเนินชีวิต	19
ความหมายและประเภทของหนังสือ	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	30
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	30
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	31
การเก็บรวบรวมข้อมูล	32
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	33
สถิติที่ใช้ในการวิจัย	36

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
การนำเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูล	42
ผลวิเคราะห์ข้อมูล	43
 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	 107
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	107
สรุปผลการวิจัย.....	111
อภิปรายผล.....	116
ข้อเสนอแนะ	119
 บรรณานุกรม.....	 122
 ภาคผนวก.....	 124
ภาคผนวก ก	125
ภาคผนวก ข	130
 ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	 133

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค.....	43
2 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือ.....	45
3 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์..	48
4 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง.....	48
5 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือ.....	49
6 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต.....	50
7 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านโดยจำแนกตามเพศ.....	52
8 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านโดยจำแนกตามเพศ.....	53
9 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือโดยจำแนกตามเพศ.....	55
10 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาราคาหนังสือที่เหมาะสมโดยจำแนกตามเพศ.....	56
11 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์โดยจำแนกตามเพศ	57
12 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งโดยจำแนกตามเพศ.....	58
13 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านโดยจำแนกตามอายุ.....	59
14 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านโดยจำแนกตามอายุ.....	60

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือโดยจำแนกตามอายุ	62
16 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมโดยจำแนกตามอายุ	63
17 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์โดยจำแนกตามอายุ	64
18 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้ง ที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกันจำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)	65
19 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งโดยจำแนกตามอายุ.....	66
20 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านโดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	67
21 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านโดยจำแนกตามระดับการศึกษา	68
22 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือโดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	70
23 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมโดยจำแนกตามระดับการศึกษา	71
24 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	72
25 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้ง ที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกันจำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)	73
26 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งโดยจำแนกตามระดับการศึกษา	74

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
27	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้าน ระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันจำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)	75
28	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภท ของหนังสือที่อ่านโดยจำแนกตามอาชีพ	76
29	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่อง ที่ชอบอ่านโดยจำแนกตามอาชีพ	77
30	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่ง ที่มาของหนังสือโดยจำแนกตามอาชีพ	79
31	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคา หนังสือที่เหมาะสมโดยจำแนกตามอาชีพ	80
32	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวน ครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์โดยจำแนกตามอาชีพ	81
33	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะ เวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งโดยจำแนกตามอาชีพ	82
34	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภท ของหนังสือที่อ่านโดยจำแนกตามรายได้	83
35	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่อง ที่ชอบอ่านโดยจำแนกตามรายได้	84
36	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่ง ที่มาของหนังสือโดยจำแนกตามรายได้	87
37	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคา หนังสือที่เหมาะสมโดยจำแนกตามรายได้	88
38	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวน ครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์โดยจำแนกตามรายได้	89
39	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะ เวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งโดยจำแนกตามรายได้	90
40	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภท ของหนังสือที่อ่านโดยจำแนกตามสถานภาพสมรส	91

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
41 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านโดยจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	92
42 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือโดยจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	94
43 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมโดยจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	95
44 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส	96
45 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งโดยจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	97
46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคุณประโยชน์ของหนังสือกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์.....	98
47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคุณประโยชน์ของหนังสือกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง.....	99
48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการอ่านหนังสืออ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์	100
49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง.....	101
50 แสดงการสรุปการทดสอบสมมติฐานผู้บริโภคมี่เพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน.....	102
51 แสดงการสรุปการทดสอบสมมติฐานผู้บริโภคมี่อายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน.....	102
52 แสดงการสรุปการทดสอบสมมติฐานผู้บริโภคมี่ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน.....	103
53 แสดงการสรุปการทดสอบสมมติฐานผู้บริโภคมี่อาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน.....	104

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
54 แสดงการสรุปการทดสอบสมมติฐานผู้บริโภคมียุติการซื้อที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน.....	104
55 แสดงการสรุปการทดสอบสมมติฐานผู้บริโภคมียุติการซื้อที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน.....	105
56 แสดงการสรุปการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของคนวัยทำงานด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือและระยะเวลาในการอ่านหนังสือ.....	105
57 แสดงการสรุปการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของคนวัยทำงานด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือและระยะเวลาในการอ่านหนังสือ.....	106

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2 แสดงกระบวนการอ่านตามลำดับขั้น.....	9
3 แสดงความสัมพันธ์การรับรู้ในหนังสือต่อการอ่านและประสบการณ์.....	10
4 แสดงความสัมพันธ์ของบุคคลกับสื่อหรือสิ่งที่อ่าน.....	11
5 แสดงผังภาพการตอบสนองต่อสิ่งเร้าของบุคคล.....	13
6 แสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการอ่าน.....	14
7 แสดงแบบจำลองพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	18
8 แสดงแบบของการใช้ชีวิตกับอิทธิพลต่อพฤติกรรม.....	20
9 แสดงลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต.....	21

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปัจจุบันนี้เป็นโลกของการติดต่อสื่อสารระหว่างกันอย่างไร้พรมแดนและมีการแข่งขันทางด้านข่าวสารสูงมาก สิ่งที่มีผลอย่างยิ่งต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ก็คือการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วนถูกต้องและรวดเร็ว โดยเครื่องมือชนิดหนึ่งที่สำคัญต่อการศึกษา ค้นคว้าหาข้อมูล ทำให้ทราบข่าวสาร และช่วยพัฒนาสติปัญญา ก็คือหนังสือ ซึ่งการอ่านหนังสือถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการเสริมความรู้ เพิ่มพูนประสบการณ์ และความสามารถของแต่ละบุคคล ที่ทำให้เกิดการพัฒนาตนเองและการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานในทุกๆระดับ โดยการอ่านเป็นหัวใจหรือพื้นฐานสำคัญเกื้อหนุนในการพัฒนาประเทศที่ได้ผลระยะยาวมากที่สุด ซึ่งการพัฒนาคนในประเทศโดยให้ความสำคัญกับการอ่านหนังสือถือเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาศักยภาพเพื่อแข่งขันกับนานาประเทศในระดับโลกได้ ดังนั้นการสร้างนิสัยรักการอ่านให้แก่ประชาชนจึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง

กัลยา ยวนมาลัย(2539: 3) อ้างอิงจากกมล ธิโสภา (2534:1) ได้อ้างคำพูดของ Francis Bacon ที่กล่าวเกี่ยวกับประโยชน์ของการอ่านไว้ว่า Reading makes a full man คือ การอ่านทำให้เป็นคนโดยสมบูรณ์ คำกล่าวนี้ เป็นจริงเนื่องจากการอ่านมากรู้มากทำให้คนเกิดปัญญา จะเห็นได้ว่าการอ่านมีประโยชน์มากมาย ถ้าเราจะพัฒนาตนเองให้ทันวิชาการ ทันโลก ทันสมัย และทันคน เราจะต้องพัฒนาตนเองให้เป็นคนรักการอ่านก่อน

อย่างไรก็ตามจากผลสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2551) ได้สรุปข้อมูลว่าคนไทยโดยทั่วไปยังอ่านหนังสือกันน้อยมาก โดยเฉพาะในหมู่เยาวชน การรักการอ่านหนังสือมิได้เป็นนิสัยอันหนึ่งของคนไทย เนื่องจากมีสื่ออื่นที่น่าสนใจกว่า อาทิเช่น โทรทัศน์ เกมส์ เป็นต้น โดยคนไทยอ่านหนังสือเฉลี่ย 39 นาทีต่อวัน ซึ่งส่วนใหญ่จะอ่านหนังสือพิมพ์ และนวนิยาย

ด้วยเหตุนี้รัฐบาลจึงมีการส่งเสริมและสนับสนุน ให้คนไทยหันมาอ่านหนังสือกันมากขึ้นโดยการสนับสนุนงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติและงานมหกรรมหนังสือต่างๆที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี และในวันที่ 2 เมษายน 2552 รัฐบาลได้ลงนามประกาศตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการอ่านเพื่อสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยกำหนดให้ วันที่ 2 เมษายน ของทุกปี เป็นวัน “การอ่านเป็นวาระแห่งชาติ” การส่งเสริมดังกล่าวเพื่อให้คนไทยหันมาอ่านหนังสือเพิ่มขึ้น เพราะการอ่านจะเป็นจุดเริ่มต้นของการจินตนาการและการพัฒนาทักษะความรู้

จะเห็นได้ว่าการอ่านเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่งต่อการพัฒนาประชากรภายในประเทศ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานที่อยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื่องจากแนวโน้มในการอ่านหนังสือของคนไทยลดลง อีกทั้งประชากรวัยทำงาน

เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นพฤติกรรมกรรมการอ่านของบุคคลวัยทำงานจึงเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการพิจารณาถึงการพัฒนาประเทศในอนาคตได้ ผลการวิจัยจะทำให้ทราบถึงปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงานที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกอ่านหนังสือ และยังสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นประโยชน์ในการศึกษาและพัฒนาคุณภาพการอ่านหนังสือให้กับบุคคลวัยทำงาน อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมการอ่านให้กับประชากรภายในประเทศ ทำให้นำไปสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการเกี่ยวกับหนังสือในการผลิตและจัดจำหน่ายเพื่อใช้ในการปรับปรุงคุณภาพหนังสือให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งการเห็นความสำคัญของการอ่านหนังสือ โดยการปลูกฝังให้ประชากรมีลักษณะนิสัยรักการอ่านนี้ จะเป็นวิธีที่ทำให้เพิ่มศักยภาพของประชากรและส่งผลให้ประเทศพัฒนาไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพได้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านกิจกรรมและด้านความสนใจ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือและระยะเวลาที่อ่านหนังสือ
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือและระยะเวลาที่อ่านหนังสือ
6. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลวัยทำงานของประเทศ โดยสามารถนำผลวิจัยไปเป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุง ส่งเสริมและพัฒนาลักษณะนิสัยการอ่านหนังสือให้กับประชากรวัยทำงานของประเทศ
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารองค์กรในการนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้ส่งเสริมการอ่านให้กับบุคลากรในองค์กรเพื่อให้ตรงกับความต้องการของบุคลากรและจะเป็นการพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพของบุคลากรในองค์กร
3. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการเกี่ยวกับหนังสือในการบรรจุเป้าหมายทางธุรกิจโดยการนำผลที่ได้จากการวิจัยในด้านพฤติกรรมในการอ่านหนังสือไปปรับปรุงเนื้อหาและราคาให้เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการในการเลือกซื้อหนังสือของผู้บริโภคที่เป็นบุคคลวัยทำงาน

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนวัยทำงานที่มีงานทำอายุตั้งแต่ 23 ปีขึ้นไป ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย/การศึกษา

กลุ่มเป้าหมายที่จะทำการศึกษา คือ ประชาชนวัยทำงานซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน และเพื่อให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วาณิชยบัญชา. 2551:14) ทำให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน และผู้วิจัยขอกำหนดการเก็บกลุ่มตัวอย่างเพิ่ม จำนวน 15 คน จะได้เท่ากับจำนวน 400 คน เพื่อเป็นตัวแทนของกลุ่มประชากร และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การเลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีตามสะดวก (Convenient Sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

1.1 ด้านประชากรศาสตร์

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 น้อยกว่า 35 ปี

1.1.2.2 35-44 ปี

1.1.2.3 45-54 ปี

1.1.2.4 55 ปีขึ้นไป

1.1.3 ระดับการศึกษา

1.1.3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.3.2 ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

1.1.3.3 ปริญญาโทขึ้นไป

1.1.4 อาชีพ

1.1.4.1 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.1.4.2 พนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง

1.1.4.3 เจ้าของกิจการ / ค้าขาย

1.1.5 รายได้ / เดือน

1.1.5.1 ต่ำกว่า 15,000 บาท

1.1.5.2 15,001 - 30,000 บาท

1.1.5.3 30,001 – 45,000 บาท

1.1.5.4 45,001 บาทขึ้นไป

1.1.6 สถานภาพสมรส

1.1.6.1 โสด/หม้าย/หย่าร้าง

1.1.6.2 แต่งงาน

1.2 ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือ

1.3 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต

1.3.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม

1.2.3 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

พฤติกรรมในการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. พฤติกรรมการอ่านหนังสือ หมายถึง การแสดงออกของบุคคลวัยทำงานในการเลือกอ่านหนังสือ ได้แก่ ประเภทของหนังสือ เนื้อเรื่องของหนังสือ แหล่งที่ได้มาของหนังสือ ราคาที่เหมาะสมของหนังสือ จำนวนครั้งที่อ่านเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ระยะเวลาที่อ่านเฉลี่ยต่อครั้ง

2. หนังสือ หมายถึง สื่อในการนำเสนอลายลักษณ์อักษรในลักษณะของสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการบันทึกและเผยแพร่ความรู้ ข่าวสาร ความบันเทิง ได้แก่ นวนิยาย หนังสือแปล สารคดี ตำรา วิชาการ หนังสือธรรมะ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร และหนังสือการ์ตูน

2.1 หนังสือประเภทบันเทิงคดี หมายถึง หนังสืออ่านเล่นที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินและให้ความความบันเทิงไปในขณะเดียวกัน ได้แก่ นวนิยาย หนังสือแปล เรื่องสั้น นิทาน

2.2 หนังสือประเภทสารคดี หมายถึง หนังสือที่เขียนและอ่านเพื่อเนื้อหาสาระ ข้อมูลที่เป็นจริงและเป็นปัจจุบันที่สุด ไม่มีตัวละครและไม่มีบทสนทนา ได้แก่ หนังสือบทเรียน หนังสือวิชาการ เอกสารประกอบการสอน และหนังสือสารคดี

3. คุณประโยชน์ของหนังสือ ได้แก่ การได้รับความรู้ การได้รับทราบข้อมูล การได้รับความสนุกสนานและความบันเทิง การช่วยลดความตึงเครียดจากการทำงาน การช่วยพัฒนาความเจริญด้านการศึกษา การทำให้เกิดจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ การทำให้เกิดทักษะและพัฒนาอาชีพ การทำให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ การทำให้ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ การทำให้พัฒนาจิตใจให้เจริญงอกงาม

4. รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง รูปแบบในการดำเนินชีวิตของมนุษย์โดยแสดงออกในรูปของกิจกรรมและความสนใจ

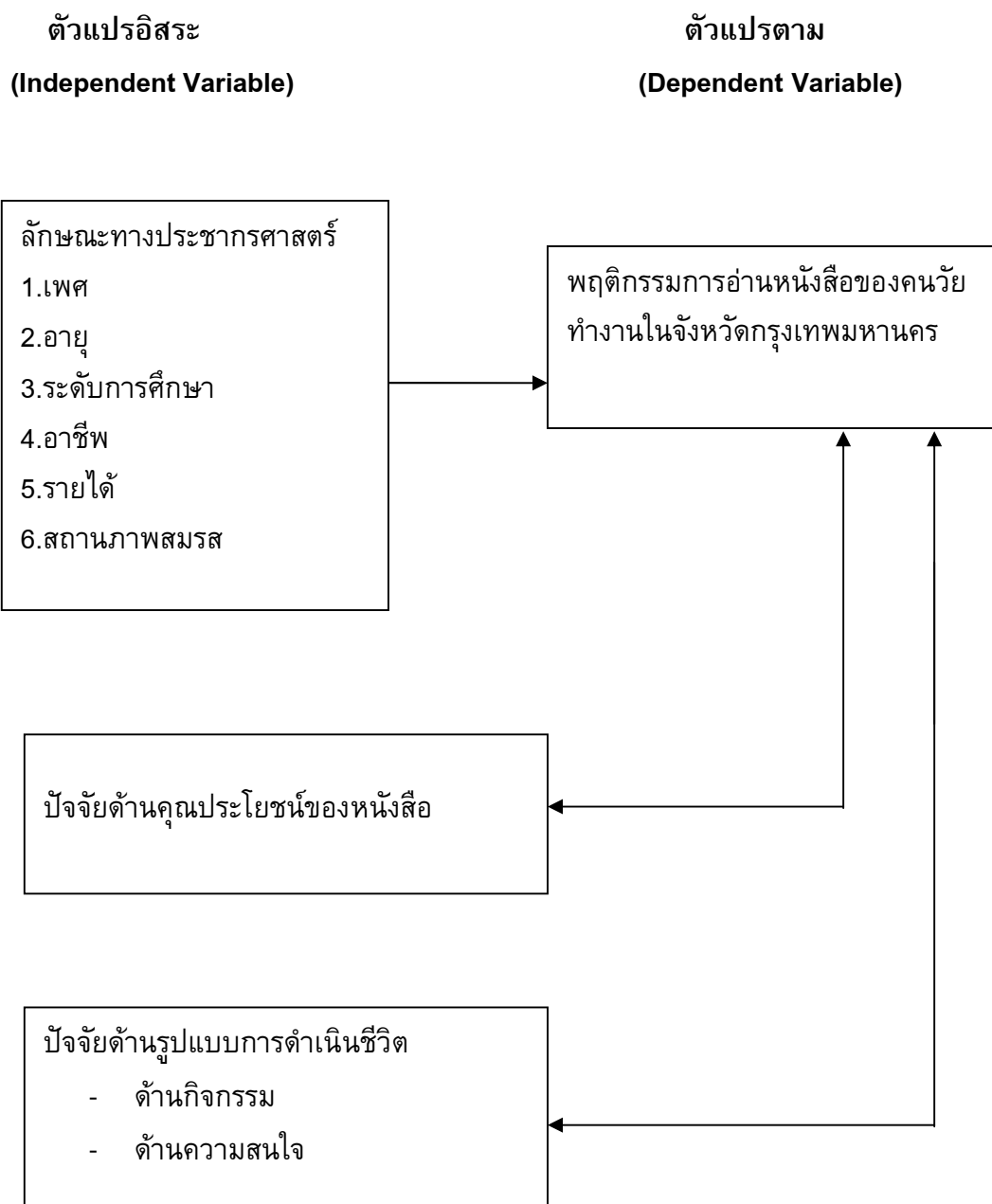
4.1 รูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านกิจกรรม หมายถึง รูปแบบในการดำเนินชีวิตของมนุษย์โดยแสดงออกในรูปของกิจกรรม ได้แก่ การใช้เวลาว่างด้วยการอ่านหนังสือ การไปสังสรรค์ และร่วมกิจกรรมทางสังคม การพักผ่อนโดยการดูโทรทัศน์ ฟังเพลง การเล่นกีฬา/ออกกำลังกาย การไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ การไปซื้อของตามห้างสรรพสินค้า

4.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หมายถึง รูปแบบในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ โดยแสดงออกในรูปของความสนใจในเรื่องต่างๆ ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี ด้านบันเทิงแฟชั่น ดาราภาพยนตร์ ด้านบ้านและที่อยู่อาศัย ด้านการทำงาน ด้านสุขภาพ ด้านธุรกิจและการลงทุน

5. บุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร หมายถึง บุคคลวัยทำงานที่มีอายุตั้งแต่ 23 ปีขึ้นไป ที่มีงานทำ ที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่อ่านหนังสือ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของคนวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน
2. ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน
3. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน
4. ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน
5. ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน
6. ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน
7. ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือและระยะเวลาในการอ่านหนังสือ
8. ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือและระยะเวลาในการอ่านหนังสือ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการอ่าน
2. คุณประโยชน์ของหนังสือ
3. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
4. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต
5. ความหมายและประเภทหนังสือ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการอ่าน

1.1 ความหมายของการอ่าน

โกชัย สาริกบุตร (ดร.ฉวีลักษณ์ บุญยะกาญจน์.2524:2 อ้างอิงจากโกชัย สาริกบุตร) ได้ให้ความหมายของการอ่านว่า การอ่านเป็นพฤติกรรมทางการใช้ภาษาที่มีลักษณะเฉพาะตัวเป็นพิเศษ การอ่านจึงหมายถึงการแปลความหมายของตัวอักษรออกมาเป็นถ้อยคำและความคิด แล้วนำความคิดไปใช้ให้เป็นประโยชน์ ตัวอักษรเป็นเพียงเครื่องหมายแทนคำพูด และคำพูด ก็เป็นเพียงเสียงที่ใช้แทนของจริงอีกทอดหนึ่ง เพราะฉะนั้นหัวใจของการอ่านจึงอยู่ที่การเข้าใจความหมายของคำที่ปรากฏในข้อความนั้นๆ

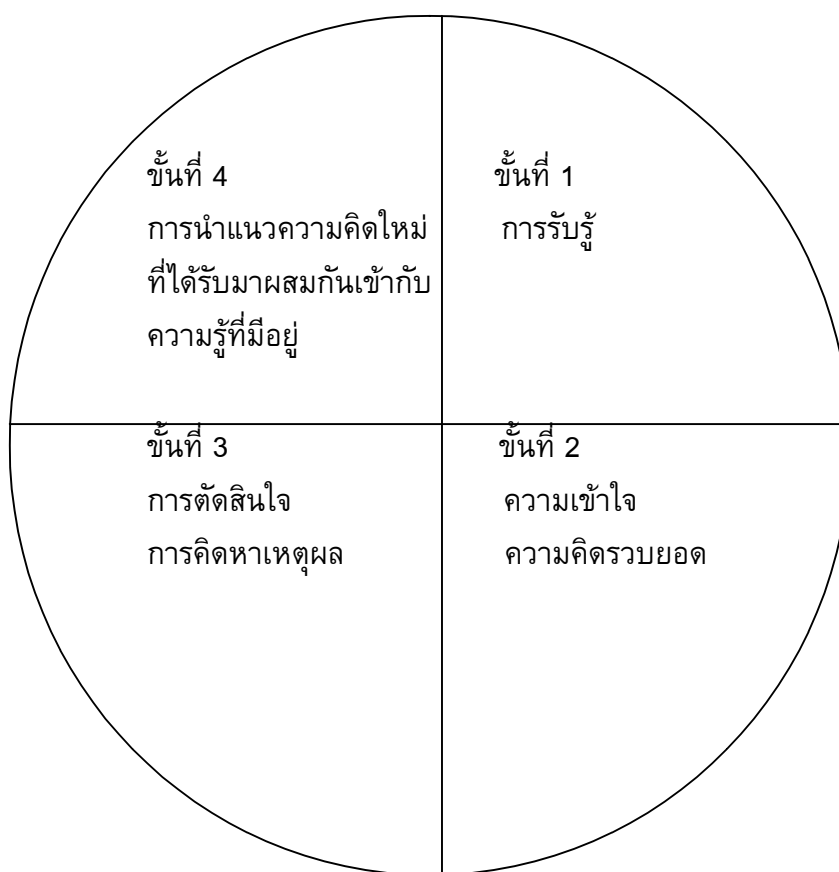
ฮิลเดรท (ดร.ฉวีลักษณ์ บุญยะกาญจน์.2524:3 อ้างอิงจาก Hildreth) กล่าวว่า การอ่าน คือ กระบวนการทางสมองที่จะแปลสัญลักษณ์ต่างๆที่มองเห็นได้เกิดความรู้สึกเข้าใจอย่างถ่องแท้

ธอร์นไคค์ (ดร.ฉวีลักษณ์ บุญยะกาญจน์.2524:3 อ้างอิงจากThorndike) กล่าวว่า การอ่าน คือ การคิดที่สามารถเข้าใจในสิ่งที่อ่านได้ดี ย่อมนำไปสู่การคิดที่ดีเพราะผู้อ่านจะได้ทราบแนวความคิดต่างๆ จากเรื่องที่อ่าน เกิดความรู้จากเรื่องที่อ่าน แล้วนำมาจัดแยกแยะตีความหมายก่อนที่จะเกิดเป็นความคิดของตนเอง

ซิงค์ (ดร.ฉวีลักษณ์ บุญยะกาญจน์.2524:3 อ้างอิงจาก Zintz) กล่าวว่า การอ่าน คือ การเก็บรวบรวมความคิดจากสิ่งพิมพ์

เกรย์ (ดร.ฉวีลักษณ์ บุญยะกาญจน์.2524:3 อ้างอิงจาก Gray) กล่าวว่า การอ่าน คือ การเข้าใจภาษาของผู้เขียนและของสิ่งพิมพ์นั้น จับแนวความคิดจากกลุ่มคำและความหมายต่างๆ จากกลุ่มคำนั้นๆ และย้ำว่าการอ่าน คือ ประสบการณ์ของผู้อ่านที่ช่วยทำให้เกิดทักษะ และได้จัดการอ่านว่าเป็นกระบวนการ 4 ระดับ ดังต่อไปนี้ คือ

- ขั้นที่ 1 การรับรู้
 ขั้นที่ 2 ความเข้าใจ ความคิดรวบยอด
 ขั้นที่ 3 การตัดสินใจคิดหาเหตุผล
 ขั้นที่ 4 การนำแนวคิดใหม่ที่ได้รับมาผสมกันเข้ากับความรู้ที่มีอยู่



ภาพประกอบ 2 แสดงกระบวนการอ่านตามลำดับขั้น

ที่มา: จวีลักษณ์ บุญยะกาญจน์.(2524).จิตวิทยาการอ่าน.หน้า 4.

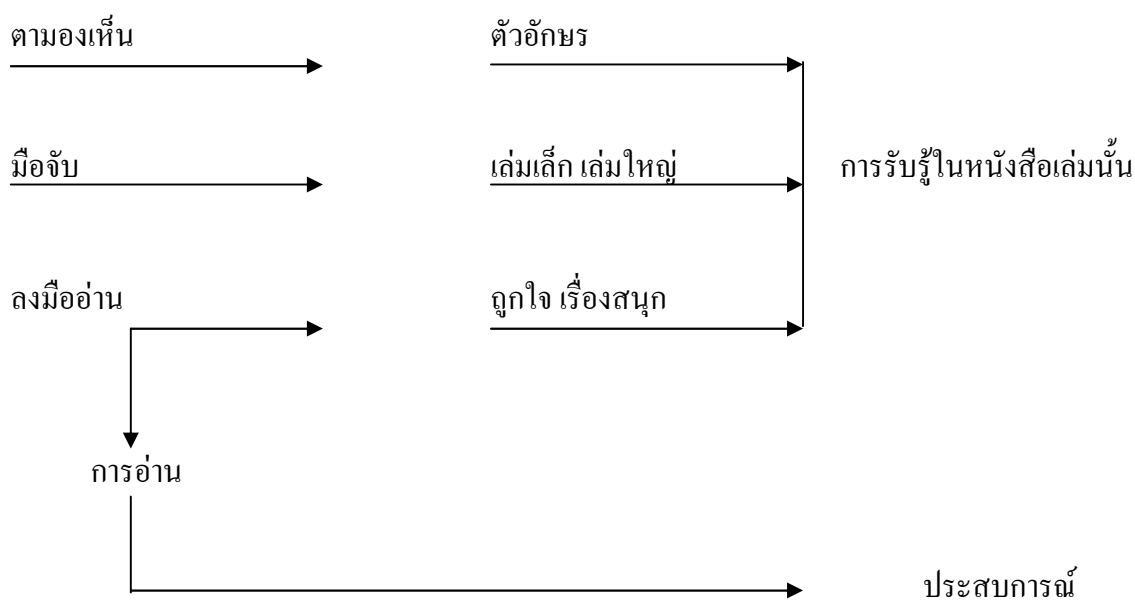
จากขั้นทั้ง 4 ที่ เกรย์กล่าวจะเห็นได้ว่า การอ่านตามลำดับขั้นนั้น จะช่วยให้ผู้อ่านมีแนวความคิดใหม่ๆ เกิดขึ้นจากประสบการณ์เดิม ความรู้เดิมที่มีอยู่มารวมกันเข้ากับความรู้ใหม่ที่จะทำให้เกิดเป็นกระบวนการความคิดใหม่ขึ้น อย่างไรก็ตาม การอ่านนี้แม้ว่าทุกขั้นจะอ่านตามกระบวนการ 4 ระดับก็ตาม แต่ความรู้ที่ได้รับอาจจะได้รับไม่เท่ากัน เพราะความแตกต่างระหว่างบุคคล ซึ่งบุคคลมีความสามารถในการอ่านไม่เท่ากัน ดังนี้

การรับรู้ (Perception) คือ อากาการที่จิตใจรับเอาผลการสัมผัสต่างๆ มาคลุกเคล้าปะปนกับความรู้เก่าและทำให้เกิดการรับรู้ว่าจะอะไรเป็นอะไร ประสบการณ์ (experience) คือ สิ่งใดก็ตามย่อมทำให้เกิดการรับรู้ (perception) และนำไปสู่ความคิดรวบยอด (conception)

ประโยชน์ของการรับรู้ มีดังนี้

1. ทำให้คนมีความสามารถและเกิดความชำนาญ
2. ทำให้เกิดสติปัญญาลึกซึ้ง
3. ส่งเสริมการดำรงชีพ ในฐานะมนุษย์สังคม
4. ทำให้ปลอดภัย ชีวิตจะเจริญก้าวหน้า

จากการที่ร่างกายถูกปลูกให้ตื่นตัวจากการเข้าของวัตถุต่างๆ โดยผ่านทางประสาทสัมผัสด้านใดด้านหนึ่ง หรือรวมกันหลายด้านก็ตาม เราเรียกว่า เกิดการรับรู้ขึ้น (การอ่านหนังสือ คือ สิ่งเร้าผ่านประสาทสัมผัสทางตา) ได้แก่ การรู้ว่าอะไรเป็นอะไรนั่นเอง ซึ่งเขียนแผนผังให้เห็นได้ดังนี้



ภาพประกอบ 3 แสดงความสัมพันธ์การรับรู้ในหนังสือต่อการอ่านและประสบการณ์

ที่มา: จวีลักษณ์ บุญยะกาญจน์.(2524).จิตวิทยาการอ่าน.หน้า 5.

การรับรู้ว่าเป็นอะไรของใครของคนเรานั้น ในบางครั้งเราก็ใช้ประสบการณ์ที่ผ่านมาแล้วช่วยแปลความและรวบรวมความคิดเข้าด้วยกัน ก็จะกลายเป็นแนวความคิดใหม่ในสิ่งที่กว้างขึ้น เกิดภาพในสิ่งนั้นแจ่มชัดขึ้น เราเรียกว่ามโนภาพหรือความคิดรวบยอด (concept)

1.2 แนวความคิดของนักจิตวิทยาต่อการอ่าน

แนวความคิดของอัสเบล (Ausubel)

อัสเบล (ดร.จวีลักษณ์ บุญยะกาญจน์.2524:19 อ้างอิงจาก Ausubel) ได้กล่าวไว้ว่า การอ่านที่มีประสิทธิภาพและได้รับผลดีนั้นจะต้องมีความพร้อมในการอ่าน เขายังเน้นว่าความพร้อม คือ ความสามารถที่มีอยู่ในตัวที่จะรับเอาสิ่งนั้นๆ และการอ่านจะได้ผลดี ความพร้อมจะต้องสัมพันธ์กับความต้องการของการที่จะอ่านจากสิ่งนั้น

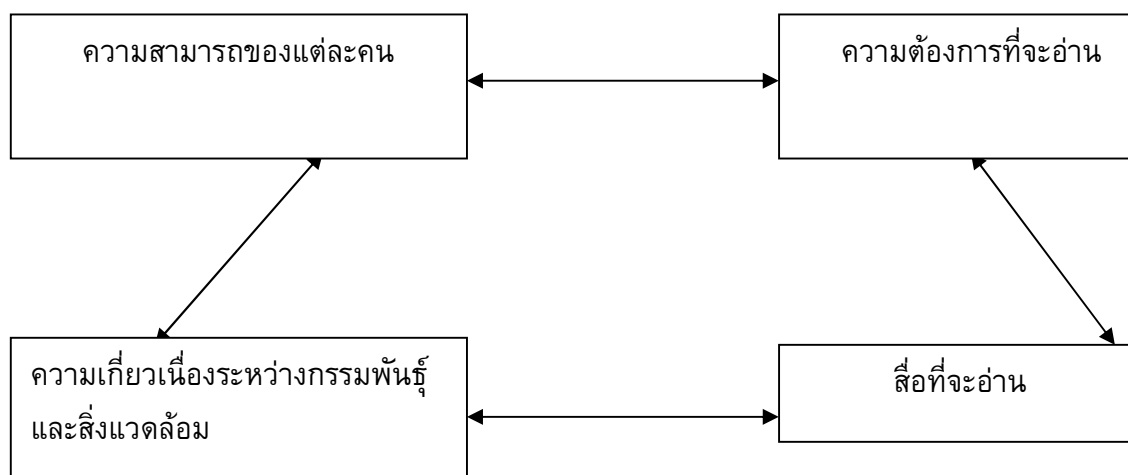
ความพร้อม คือ ความสามารถที่มีอยู่ คือ ผลที่ได้จากกรรมพันธุ์ วุฒิภาวะ และคุณสมบัติประจำตัว เช่น ประสบการณ์ การเรียนรู้ ความสามารถที่จะบรรลุถึงเป้าหมายของแต่ละคนนั้น ต้องให้เขามีเวลาในการที่จะรับมรดกตกทอดมา และมีประสบการณ์เพิ่มขึ้นจากการเรียนรู้

ความต้องการของการที่จะอ่านหรือที่จะเรียนรู้ต้องขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าด้วย เพราะสิ่งเร้านั้นจะทำให้มีส่วนช่วยในความต้องการ

ซึ่ง อัสเบล สรุปว่า ความพร้อมในการอ่านขึ้นอยู่กับ

- ความสามารถสัมพันธ์กัน
- สื่อหรือสิ่งที่จะอ่าน

ซึ่งถ้าเขียนเป็นแผนภูมิจะได้ดังนี้



ภาพประกอบ 4 แสดงความสัมพันธ์ของบุคคลกับสื่อหรือสิ่งที่จะอ่าน

ที่มา: จวีลักษณ์ บุญยะกาญจน์.(2524).จิตวิทยาการอ่าน.หน้า 19.

แนวความคิดของกานเย่ (Gagne)

กานเย่ (ดร.ฌีลีฌ ฌูญเยกาน.2524:19 อ้างอิงจาก Gagne) ได้ให้พฤติกรรมการเรียนรู้ซึ่งเป็นแนวทางอันหนึ่งที่จะนำไปสู่การอ่านได้ 8 ระดับ คือ

1.Signal learning อาการตอบสนองที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติหรือโดยอัตโนมัติที่มีได้เรียนรู้มาก่อน เช่น เมื่อกัตของเปรี้ยวจะมีน้ำลายไหลออกมา จะเกิดน้ำตาไหลเมื่อไอระเหยหัวหอมเข้าตา เมื่อฉายแสงเข้าไปในตาก็คงเกิดการเคืองตาและม่านตาจะหรี่ลง ไอระเหยของหัวหอมและแสงคือ signal

2.Stimulus-response learning การเรียนรู้ของนักเรียนเริ่มด้วยการรู้และการตอบสนองกับเงื่อนไขเฉพาะคือถ้าต้องการให้ผู้เรียนตอบสนองอย่างไรก็กำหนดเงื่อนไขในการรู้ให้เฉพาะเจาะจงไปเฉพาะเรื่อง

3.Motor chaining เป็นการเรียนรู้ที่ขยายขึ้นต่อจาก S-R คือ มีการรู้ที่ต้องการให้ตอบสนองเป็นอนุกรมติดต่อกัน โดยเฉพาะในด้าน motor skill เช่น การขับรถยนต์ เริ่มต้นด้วยขั้นตอนต่างๆจนกระทั่งขับรถได้

4.Verbal chaining เป็นการเรียนรู้ชนิดตอบสนองด้วยคำพูดที่ติดต่อกันไป เช่น การเรียนเกี่ยวกับโคลงกลอน

5.Multiple discrimination เป็นการเรียนรู้ในขั้นขยายอนุกรมของ chaining เช่น สามารถจำแนกพืชพรรณ โดยบอกชื่อต้นไม้ได้ถูกต้อง หรือสามารถแยกรายละเอียดของเนื้อหาที่อ่านโดยบอกถึงความสำคัญในเนื้อเรื่องแต่ละตอนได้ถูกต้อง

6.Concept formation หรือ classifying เริ่มต้นจากการที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า การแยกความแตกต่างของสิ่งเร้าจนกระทั่งเกิดความคิดรวบยอด เช่น ในการเรียนภาษาเริ่มแต่คำที่ง่าย สามารถจำแนกคำที่อ่านออกจากคำอื่นๆ จนกระทั่งเข้าใจและเกิดความคิดรวบยอดในคำนั้นๆ

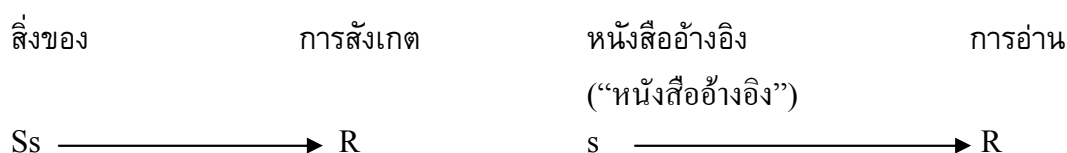
7.Principle formation หรือ rule using เป็นการเรียนรู้ถือหลักการต่างๆ ที่อาจจะโยงความสัมพันธ์ของสิ่งที่เรียนรู้ระหว่างของตั้งแต่ 2 สิ่งขึ้นไป เป็นกฎหรือหลักการ เช่น วัตถุที่เป็นวงกลมกับการเคลื่อนไหว นักเรียนจะได้ทราบได้ว่าของกลมนั้นกลิ้งได้ เป็นต้น

8.Problem solving เป็นขั้นที่นำหลักการมาใช้ คือ ผู้เรียนต้องใช้ความคิดเพื่อให้ได้สิ่งใหม่ออกมา เช่น ในการตัดสินใจ หรือการแก้ปัญหา พฤติกรรมของการแก้ปัญหานั้น กานเย่ (Gagne) ถือว่าเป็นพฤติกรรมสูงสุดในการเรียนรู้

จากพฤติกรรมการเรียนรู้ 8 ระดับของกานเย่นั้น ประสาท อิศรปริดา ได้ให้แนวทางการเรียนรู้ทางภาษาตามแนวคิดของกานเย่ ว่า การเรียนรู้ภาษาก็คล้ายๆกับการเรียนทักษะ ต่างก็เป็นการเรียนรู้ที่ประกอบกิจกรรมต่อเนื่องตามลำดับหรือเป็นสายโซ่ (chain) ของความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้า (stimulus) กับการตอบสนองตั้งแต่ 2 คู่ขึ้นไป แต่การเรียนรู้ทั้งสองก็ต่างกัน ในแง่ที่การเรียนรู้ทักษะจะเกี่ยวกับการตอบสนองด้านกลไกหรือกล้ามเนื้อ ส่วนการเรียนรู้ภาษาจะเป็นเรื่องของการใช้ถ้อยคำ ซึ่งได้แก่ การออกเสียงเป็นพยางค์ เป็นคำ

ในแง่ที่ว่า การเรียนรู้ภาษาเป็นสายโซ่ของความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้า และการตอบสนอง ตั้งแต่ 2 คู่ขึ้นไปนั้น อาจอธิบายได้ด้วยตัวอย่างต่อไปนี้

สมมติว่าเราจะสอนให้เด็กคนหนึ่งเรียนรู้ หนังสืออังกืง เราก็จำเป็นต้องมีวัตถุ คือ หนังสืออังกืง (เป็นสิ่งเร้า) นั้นให้เด็กดู เด็กคนนั้นก็จะตอบสนองโดยการสังเกต (observing response) การตอบสนองโดยการสังเกตนี้ต่อมาจะกลายเป็นสิ่งเร้าภายใน (internal stimulus) ที่จะทำให้เกิดการตอบสนองทางภาษาขึ้นในเวลาต่อมา กล่าวคือ เมื่อเขาเห็นวัตถุชนิดนั้นในภายหลัง และได้รับการบอกว่าสิ่งนี้ คือ หนังสืออังกืง เขาก็จะสามารถเรียกสิ่งนั้นโดยการพูดว่า “หนังสืออังกืง” ได้ จากตัวอย่างนี้อาจแสดงได้ด้วยผังภาพ ดังนี้



ภาพประกอบ 5 แสดงผังภาพการตอบสนองต่อสิ่งเร้าของบุคคล

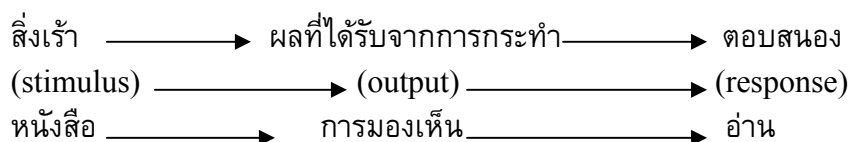
ที่มา: จวีลักษณ์ บุญยะกาญจน.(2524).จิตวิทยาการอ่าน.หน้า 21.

สิ่งเร้ากับการตอบสนองคู่แรก เป็นการใช่วัตถุหนังสืออังกืงและวัตถุอื่นเป็นสิ่งเร้า (Ss) เพื่อให้เด็กตอบสนองการสังเกต (R) ความสัมพันธ์ในขั้นนี้จะทำให้เด็กสามารถแยกความแตกต่างระหว่าง (s ตัวเล็ก) ซึ่งเมื่อผู้ใหญ่นำวัตถุนั้นมาให้ดูอีก พร้อมกับบอกว่าเป็น “หนังสืออังกืง” (R ตัวที่ 2) ได้ นั่นแสดงว่าเด็กเกิดการเรียนรู้ภาษาขึ้นแล้ว

S-R ทั้ง 2 คู่นี้จะป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเรียนรู้ความสัมพันธ์ระหว่าง ชื่อ และวัตถุ ซึ่งถ้าหากภาษานั้นมีความสัมพันธ์ซับซ้อนมากๆ ก็จะมี S-R หลายคู่มากขึ้น

แนวความคิดเกี่ยวกับการอ่านของสแตรงค์ (Strang)

สแตรงค์ (ดร.จวีลักษณ์ บุญยะกาญจน.2524:27 อ้างอิงจาก Strang) ได้กล่าวว่า กระบวนการอ่านตามแนวคิดของนักจิตวิทยาจะมีความสัมพันธ์กัน ดังนี้



ภาพประกอบ 6 แสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการอ่าน

ที่มา: จวีลักษณ์ บุญะกาญจน.(2524).จิตวิทยาการอ่าน.หน้า 27.

แบ่งขั้นตอนของผลที่ได้รับจากการกระทำ (output) ดังนี้

1.การมองเห็น (visual reception) ผู้อ่านจะมองเห็นสิ่งที่ตนอ่านนั้น สายตาจะเคลื่อนไหวอยู่ระหว่างบรรทัดของตัวพิมพ์ จะช่วยให้เกิดการสื่อความหมาย นำไปสู่ visual center ที่สมองความหมายที่ดีความนั้นจะออกมาในรูปของการรับรู้

2.การรับรู้ (perception) การรับรู้เกิดจากการแปลอาการสัมผัสออกมาเป็นความหมาย แต่ละคนอาจจะมีการรับรู้ต่างกัน แม้ว่าจะมีการสัมผัสเหมือนกัน และการรับรู้ของแต่ละคนไม่จำเป็นต้องถูกต้องและเป็นจริงเสมอไป เนื่องจากสิ่งแวดล้อมและสิ่งเร้าซึ่งทำให้การรับรู้เปลี่ยนไป

3.ความคิดรวบยอด (concept) เมื่อรับรู้แล้วก็ส่งไปเก็บไว้ที่สมอง ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นคลังเก็บสิ่งที่รับรู้ (concept) ไว้ การเก็บอาจจะเก็บไว้อย่างเป็นระเบียบหรือไม่เป็นระเบียบแล้วแต่วิธีที่จะเก็บของแต่ละบุคคล เมื่อต้องการจะใช้ สมองก็จะเป็นผู้ส่งก่อนโดยจะต้องสำรวจดูในคลังเก็บเสียก่อนว่ามีอะไรที่จะใช้ แล้วจึงทำการสรุปเป็นข้อมูลเพื่อนำออกมาใช้ การสรุปข้อมูลของสมองเรียกว่า “ความคิดรวบยอด (concept)”

4. สร้างความสัมพันธ์ในระดับสูง (higher levels of association) การจำและการนำออกมาใช้ ซึ่งการนำออกมาใช้อย่างมีระเบียบ และสามารถนำมาใช้ได้ตามความต้องการ วิลเลียม เอส เกรย์ (William S. Gray) อธิบายถึงขั้นของผู้อ่านที่นำออกมาใช้ได้ว่า

- สามารถจำแนกความหมายในการอ่านนั้นได้ รู้แนวของผู้เขียน
- สามารถนำความรู้ความคิดสรุปความคิดรวบยอดของผู้เขียนรวมเข้ากับประสบการณ์เดิม เกิดเป็นการหยั่งรู้ (insight) ในเรื่องใหม่ได้
- รู้จักการตัดสินใจยอมรับ และตัดทิ้งแนวความคิดที่ได้รับมาให้ตรงตามความต้องการ
- ใช้แนวความคิดรวบยอด (concept) ที่มีอยู่นั้นให้เป็นประโยชน์ในการอ่านและในการคิดที่จะใช้ในโอกาสต่อไป

แนวความคิดของบรุนเนอร์ (Jerome Bruner)

(ดร.ฉวีลักษณ์ บุญยะกาจน.2524:28 อ้างอิงจาก Jerome Bruner) แนวความคิดเกี่ยวกับการอ่านตามทฤษฎีของบรุนเนอร์นั้น จะเป็นการผสมผสานกระบวนการต่างๆ 3 กระบวนการต่อไปนี้จะเข้าไว้ด้วยกันซึ่งทั้ง 3 กระบวนการนั้นอาจเกิดขึ้น เรียงตามลำดับ ดังต่อไปนี้ คือ

1.ขั้นค้นหาความรู้ (acquisition) คือ กระบวนการของการรวบรวมความรู้จากการอ่านใหม่ๆ เข้าแทนที่ความรู้เก่า หรือเป็นการจัดระเบียบโครงสร้างของความรู้ที่ได้รับมาให้เป็นระเบียบมากขึ้น

2.ขั้นดัดแปลงความรู้ (transformation) เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงข่าวสารความรู้ที่ได้รับมาจากการอ่านนั้น ให้เกิดประโยชน์ต่อประสบการณ์ หรือสถานการณ์ใหม่ๆ หรือเกิดแนวความคิดใหม่ๆ ที่จะจัดระเบียบโครงสร้างของข่าวสารความรู้เดิมนั้น เพื่อให้สัมพันธ์หรือต่อเนื่องกับสถานการณ์หรือความรู้ใหม่

3.ขั้นประเมินผลความรู้ (evaluation) เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องกับข้อ 2 โดยผู้เรียนหรือผู้อ่านจะประเมินว่า สิ่งที่เปลี่ยนแปลงนั้นเป็นสิ่งที่ดีหรือไม่ดี หรือทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ก้าวหน้าขึ้นหรือไม่เพียงไร เป็นต้น

1.3 กระบวนการอ่าน

กระบวนการอ่านของมอนโร (Monroe)

มอนโร (ดร.ฉวีลักษณ์ บุญยะกาจน.2524:31อ้างอิงจากMonroe) ได้กล่าวถึงกระบวนการอ่านว่าประกอบด้วยปัจจัย 4 ประการ คือ

- 1.การรับรู้ เห็นชัด ระดับความจำรูปคำ เข้าใจในการออกเสียงหรืออ่านได้
- 2.การเข้าใจคำ หรือประโยคที่อ่าน นั่นคือเข้าใจความหมายโดยอาศัยการแปล การตีความ และประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งที่อ่าน
- 3.การตอบสนอง ได้แสดงออกในด้านอารมณ์ ความรู้สึก ทั้งนี้ต้องอาศัยพื้นฐานประสบการณ์เดิม สติปัญญา เกิดความพอใจก็กระหายที่จะอ่านต่อไป หากเกิดความไม่พอใจก็จะเบื่อหรือเลิกอ่านไป
- 4.บูรณาการ การได้รับแนวคิดจากเรื่องราวที่อ่าน ซึ่งอาจเป็นการเพิ่มและขยายประสบการณ์ให้กว้างขวางขึ้น

2.คุณประโยชน์ของการอ่านหนังสือ

การอ่านหนังสือมีคุณประโยชน์ด้านบทบาทที่สำคัญ 2 บทบาท คือ บทบาทต่อตัวผู้อ่าน และบทบาทต่อสังคม รายละเอียดต่อไปนี้ (ศรีรัตน์ เจริญกลิ่นจันทร์.2536:5-6 อ้างอิงจาก ศิริพร พูลสุวรรณ.2530:66-68)

- 1.บทบาทต่อตัวผู้อ่าน จำแนกได้ดังนี้

1.1.การอ่านช่วยให้เกิดความรู้ทางวิชาการ จะเห็นได้ว่าการอ่านมีบทบาทสำคัญต่อการศึกษาล่าเรียนทุกระดับ ตั้งแต่ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษา แม้ว่าเราจะแสวงหาความรู้ภายในห้องเรียนได้จากครูผู้สอนโดยตรง แต่ผู้เรียนก็ต้องอาศัยการเรียนรู้ได้จากการอ่านด้วยตนเองเพิ่มเติมจากสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ เอกสาร ฯลฯ ซึ่งการอ่านนี้สามารถทำได้โดยไม่มีการจำกัดเวลาและสถานที่ ทั้งนี้เพื่อให้ได้รับความรู้จากสิ่งพิมพ์ต่างๆ โดยตรง อันก่อให้เกิดความเข้าใจ เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ความรู้ทางวิชาการ ความสำเร็จทางวิชาการของมนุษย์จึงมีความสัมพันธ์กับการอ่าน

1.2.การอ่านช่วยพัฒนาอาชีพ กล่าวคือ การอ่านทำให้ทราบถึงข้อมูลต่างๆ ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถนำมาใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ การเลือกอาชีพที่ตนถนัด และพัฒนาอาชีพของตนให้เจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้นเช่น การอ่านทำให้ทราบความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับราคาสินค้า ราคาผลผลิต หรือทราบเกี่ยวกับ การทำนา ทำสวน ทำไร่ งานบริการต่างๆ

1.3.การอ่านช่วยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ การอ่านทำให้ทราบถึงพัฒนาการต่างๆของโลก ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ ซึ่งเป็นเครื่องบันดาลใจให้ผู้อ่านนำความรู้ ความคิดเหล่านั้นมามีส่วนสัมพันธ์กับการทำงาน และชีวิตประจำวัน สามารถจินตนาการหรือประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ๆ

1.4.การอ่านช่วยพัฒนาจิตใจให้เกิดความเจริญงอกงาม การอ่านถือได้ว่าเป็นการพักผ่อนที่มีคุณค่าอย่างหนึ่งของมนุษย์ โดยเฉพาะการอ่านหนังสือวรรณคดีทั้งร้อยแก้วและร้อยกรอง สารคดี นวนิยาย หนังสือธรรมะ หนังสือเกี่ยวกับธรรมชาติ ซึ่งนอกเหนือจากจะก่อให้เกิดความเพลิดเพลินบันเทิงใจและความรู้แล้ว ยังช่วยพัฒนาจิตใจให้เกิดความเมตตาอารี ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ด้วย

1.5.การอ่านช่วยอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ตลอดจนช่วยป้องกันและแก้ปัญหาบางอย่างได้ กล่าวคือ การอ่านช่วยลดขั้นตอนในการติดต่อในแวดวงธุรกิจ ลดค่าใช้จ่ายในบางสิ่งในชีวิตประจำวัน เช่น การติดต่อซื้อขายสินค้า อาจตรวจหาแหล่งผลิตหรือแหล่งจำหน่ายสินค้าได้จากสมุดโทรศัพท์ได้ หรือการอ่านช่วยให้ทราบถึงกรรมวิธีในการถนอมรักษาอาหารสดให้เก็บไว้ได้นานวัน หรือทำให้ทราบว่าผักผลไม้อาจมีสารพิษตกค้างอยู่ ซึ่งทำให้ประหยัดเวลา ลดค่าใช้จ่ายและเป็นการรักษาสุขภาพอนามัยอีกด้วย

2.บทบาทของการอ่านต่อสังคม

2.1.การอ่านมีบทบาทในการช่วยให้เกิดความเข้าใจในเรื่องของการเมือง การปกครอง

2.2.การอ่านมีบทบาทในแง่การให้ความร่วมมือของคนในสังคม การอ่านจะช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจผู้อื่น ให้ความร่วมมือกับกลุ่ม ให้และรับความช่วยเหลือจากผู้อื่น

2.3.การอ่านทำให้เข้าใจสภาพเศรษฐกิจและวัฒนธรรมต่างๆของสังคม ซึ่งหมุนเวียนเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพราะการคมนาคมสื่อสารติดต่อถึงกันได้สะดวกรวดเร็ว ทำให้

ผู้อ่านสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมต่างๆ ได้อย่างเป็นสุข ทำให้ตนเอง ครอบครัว และสังคมรอบข้างเป็นสุขและสงบตามไปด้วย

คุณค่าของการอ่าน

การอ่านมีคุณค่าต่อมนุษย์ พอสรุปได้เป็นข้อๆ ดังนี้

1. เป็นการสนองความต้องการของมนุษย์
2. ทำให้มนุษย์เกิดความรู้ ทักษะต่างๆ ตลอดจนความก้าวหน้าทางวิชาชีพ
3. ทำให้มนุษย์เกิดความคิดสร้างสรรค์คือความเปลิดเปลิบบันเทิงใจและเกิดแรงบันดาลใจ
4. เป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์
5. ทำให้มนุษย์ทันต่อเหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของโลก
6. เป็นการส่งเสริมบุคลิกภาพของมนุษย์
7. ช่วยให้ผู้สามารถแก้ไขปัญหาสังคม การเมือง เศรษฐกิจและปัญหาส่วนตัว

2. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

รชชัย สันติวงษ์.(2535:29) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ว่า เป็นการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ศิริวรรณ เสรีรัตน์.(2539:2) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้(Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk 1994 : 7) หรืออาจจะหมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล (Evaluating) การจัดหา (Acquiring) การใช้ (Using) ความหมายข้างต้น จะเห็นว่าการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาวิธีการที่แต่ละบุคคลทำการตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากร (เงิน เวลา บุคลากร และอื่นๆ) เกี่ยวกับการบริโภคสินค้าซึ่งนักการตลาดต้องศึกษาว่าสินค้าที่เขาจะเสนอขายนั้นใครคือลูกค้า(Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมจึงซื้อ (Why) ซื้ออย่างไร (How) ซื้อเมื่อไร (When) ซื้อที่ไหน (Where) ซื้อและใช้บ่อยครั้งเพียงใด (How often) รวมทั้งศึกษาว่าใครมีอิทธิพลต่อการซื้อ (Who)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล(2539: 5) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการ

ต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาเหล่านั้น คำจำกัดความที่กล่าวมานี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนสำคัญ คือ

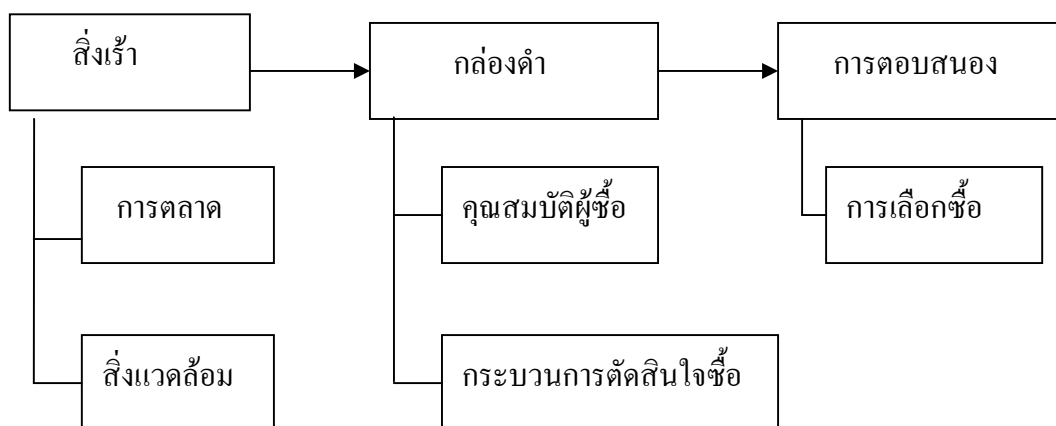
1. ปฏิกริยาของบุคคล ซึ่งรวมถึงกิจกรรมต่างๆ เช่น การเดินทางไปและกลับจากร้านค้า การจ่ายของในร้านค้า การซื้อ การขนส่งสินค้า การใช้ประโยชน์และการประเมินค่าสินค้าและบริการที่มีจำหน่ายอยู่ในตลาด

2. บุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ ซึ่งหมายถึง ผู้บริโภคคนสุดท้าย (The Ultimate Consumer) เรามุ่งที่ตัวบุคคลผู้ซื้อสินค้าและบริการเพื่อนำไปใช้บริโภคเอง และ/หรือ เพื่อการบริโภคของหน่วยบริโภคต่างๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เช่น ครอบครัวและเพื่อน เราพิจารณาหน่วยบริโภคว่า รวมถึงแม่บ้านในฐานะที่เป็นตัวแทนการจัดซื้อของครอบครัวและบุคคลบางคนซื้อของขวัญให้ผู้อื่นด้วย อย่างไรก็ตามเราไม่พิจารณาถึงบุคคลที่ซื้อให้กับองค์กรธุรกิจหรือสถาบันต่างๆ

3. รวมถึงกระบวนการต่างๆของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่างๆ เหล่านั้น ซึ่งรวมถึงการตระหนักถึงความสำคัญของกิจกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่กระทบโดยตรงต่อปฏิกริยาทางการตลาดที่เราสังเกต เช่น การติดต่อกับพนักงานขาย สื่อโฆษณา และการเปิดรับข่าวสารโฆษณา การสอบถามอย่างไม่เป็นทางการจากญาติมิตร การสร้างความโน้มเอียงหรือเกณฑ์ในการประเมินค่าทางเลือกต่างๆ และปฏิกริยาต่างๆ เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อหลังจากการระบุ และพิจารณาทางเลือกต่างๆ เป็นอย่างดีแล้ว

2.2 แบบจำลองพฤติกรรมของผู้บริโภค (Model of consumer behavior)

ตามทฤษฎีสั่งเร้า (Stimuli) และการตอบสนอง (Response) หรือที่เรียกสั้นๆ ว่า S-R theory



ภาพประกอบ 7 แสดงแบบจำลองพฤติกรรมของผู้บริโภค

สิ่งเร้า (Stimuli) ในทางการตลาดนั้น เราแบ่งสิ่งเร้าออกเป็นสองประเภท คือ สิ่งเร้าทางการตลาดกับสิ่งแวดล้อมการตลาดที่ไปอยู่ล้อมรอบผู้บริโภค

1. สิ่งเร้าทางการตลาด ได้แก่ สิ่งที่เราเรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาด หรือ Marketing Mix อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด
2. สิ่งแวดล้อมการตลาดที่ไปอยู่ล้อมรอบผู้บริโภค ได้แก่ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง กฎหมาย และวัฒนธรรม

สิ่งเร้าเหล่านี้นับเป็นตัวนำเข้า หรือ Input ที่จะเข้าไปยังกล่องดำของผู้บริโภค และส่งผลให้มีการตอบสนองออกมาเป็น Output

กล่องดำ (Black box) คำคำนี้เป็นนามธรรม โดยสมมุติว่ากล่องดำเป็นที่รวบรวมเอาปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเอาไว้ ปัจจัยต่างๆ ที่ว่านี้ได้แก่ วัฒนธรรม สังคม ลักษณะส่วนบุคคล และลักษณะทางจิตวิทยาของผู้บริโภคแต่ละคน นอกจากนี้ในกล่องดำยังมีกระบวนการตัดสินใจซื้ออยู่อีกด้วย สิ่งเร้าเมื่อมาถึงกล่องดำจะถูกปัจจัยต่างๆ ดังกล่าว ตกแต่งขัดเกลาแปรรูปออกมาเป็นการตอบสนอง ถ้าการตอบสนองเป็นไปในทางบวก กระบวนการตัดสินใจซื้อ ก็จะเริ่มทำงาน จนกระทั่งมีการซื้อเกิดขึ้นตามมา ถ้าการตอบสนองเป็นไปในทางลบผู้บริโภคจะไม่ตัดสินใจซื้อ

การตอบสนอง (Response) เป็นผลลัพธ์จากอิทธิพลของปัจจัยและกลไกการทำงานของกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่ในกล่องดำของผู้บริโภค ถ้าการตอบสนองเป็นไปในทางบวก จะสังเกตเห็นผู้บริโภคไปเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อ เลือกร้านค้าที่จะซื้อ เลือกจังหวะเวลาที่จะซื้อ และเลือกจำนวนที่จะซื้อ เป็นต้น

3.แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของการดำเนินชีวิต

มนต์ชัย รังกุพันธุ์(2549:6) อ้างอิงจาก ณัฐวุฒิ ศรีกัตัญญ 2540 กล่าวว่าแนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตถูกนำเสนอขึ้นครั้งแรกในปี 1963 โดย William Lazer โดยให้คำจำกัดความของรูปแบบการดำเนินชีวิตเอาไว้ว่าเป็นสิ่งที่แสดงถึงภาพรวมของวิถีการใช้ชีวิตที่แตกต่างกันของผู้บริโภค โดยมีรูปแบบที่พัฒนาอย่างต่อเนื่องมาจากการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในสังคม

การดำเนินชีวิตของมนุษย์ในแต่ละยุคมิได้เป็นไปอย่างไม่มีหลักเกณฑ์ มนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่ม แต่ละกลุ่มมีกฎหรือเกณฑ์ที่ทุกคนในกลุ่มพึงถือปฏิบัติ พฤติกรรมของแต่ละคนในกลุ่มจึงเป็นไปในทำนองเดียวกันไม่แต่เพียงเท่านั้น พฤติกรรมของบุคคลในวัฒนธรรมเดียวกันก็จะมีรูปแบบที่เรียกว่า “ทำนองเดียวกัน” เช่นกัน บุคคลผู้เป็นสมาชิกของกลุ่ม ชนทางสังคมและวัฒนธรรมที่กล่าวมาแล้วนี้จะพัฒนาแบบแผนการดำรงชีพ หรือใช้ชีวิตตลอดจนถึงแบบแผนของการบริโภคขึ้นมาเพื่อใช้ในสังคม ซึ่งแบบแผนดังกล่าว เราเรียกว่า แบบของการใช้ชีวิต (Lifestyle)

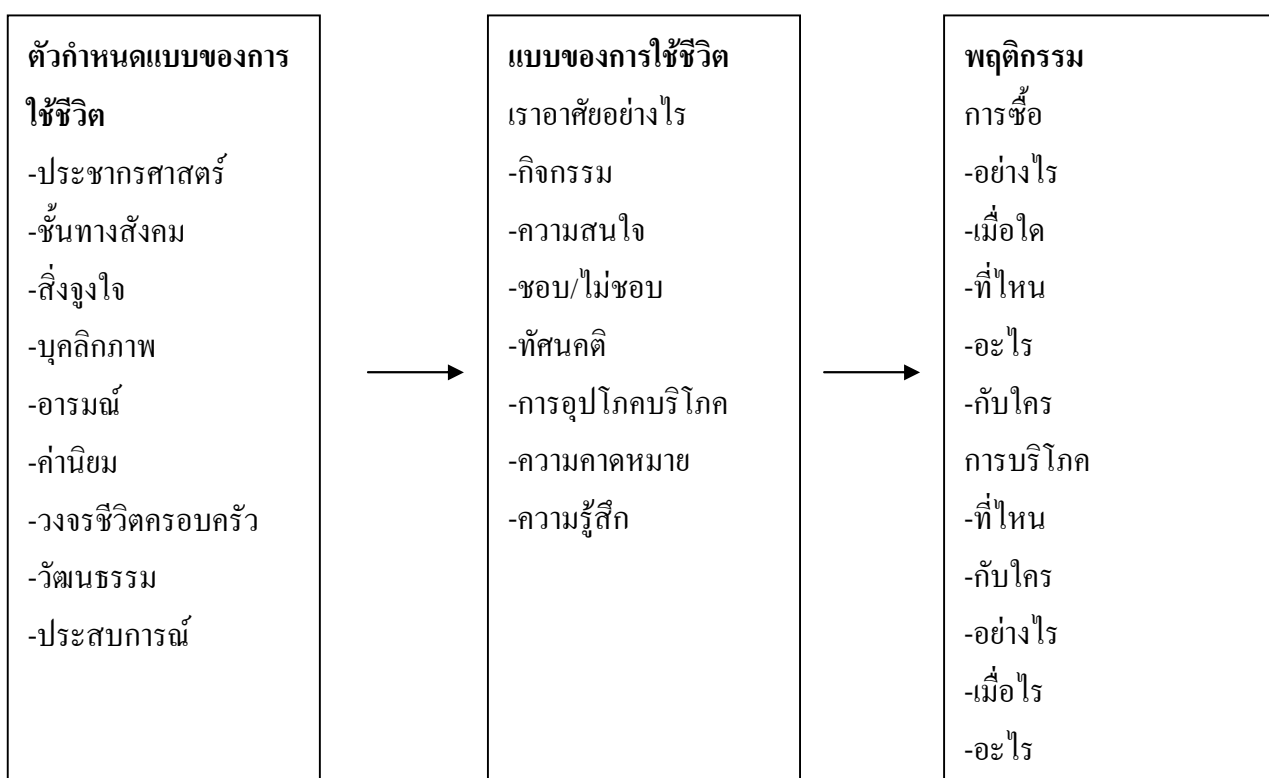
แบบของการใช้ชีวิตของเราแต่ละคน นำไปสู่การแสดงออกของสถานการณ์ ประสบการณ์ชีวิต ค่านิยม ทัศนคติและความคาดหวัง แบบของการใช้ชีวิตได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ

มากมาย บุคคลและครอบครัวต่างก็มีแบบของการใช้ชีวิต แบบของการใช้ชีวิตของครอบครัวถูกกำหนด (ส่วนหนึ่ง) โดยแบบของการใช้ชีวิตของตัวบุคคล และในทำนองกลับกันแบบของการใช้ชีวิตของตัวบุคคลก็就会被กำหนด (ส่วนหนึ่ง) โดยครอบครัว

เราอาจแบ่งแบบของการใช้ชีวิตได้หลายแบบ B.E. Bryant สํารวจพบว่า บุคคลที่มีกิจกรรมนอกบ้านมีแบบการใช้ชีวิต ดังนี้

1. แข่งกันแสวงหาความตื่นเต้นคือชอบเสี่ยงอันตรายและแข่งขัน
2. ดิ้นตัวที่จะไปสู่ธรรมชาติคือพักผ่อนนอกบ้านลดความเครียด
3. มุ่งรูปร่างดี คือ กิจกรรมนอกบ้านพาไปสู่การมีรูปร่างดี
4. มุ่งสุขภาพ เช่น ขี่รถและเที่ยวสวนสัตว์เพื่อความพอใจและสุขภาพ
5. ไม่เครียด และไม่มีอะไรสนใจได้ คือ ไม่สนใจกิจกรรมนอกบ้าน

James F. Engel และคณะได้ให้คำนิยามของแบบของการดำรงชีพว่าเป็นแบบที่บุคคลดำรงชีพและใช้จ่ายเวลาและเงิน (Pattern in which people live and spend time and money) คำนิยามนี้กล่าวจำแนกได้ดังนี้



ภาพประกอบ 8 แสดงแบบของการใช้ชีวิตกับอิทธิพลต่อพฤติกรรม

ที่มา :อดุลย์ จาตุรงค์กุล.ดลยา จาตุรงค์กุล.2546.พฤติกรรมผู้บริโภค.หน้า 16.

Assael (1998: 423) รูปแบบในการดำเนินชีวิตประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนกิจกรรม ได้แก่การศึกษาถึงผู้บริโภคใช้เวลาในการดำเนินชีวิตอย่างไร ส่วนความสนใจ คือการศึกษาถึงผู้บริโภคว่าได้พิจารณาว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญในสภาพแวดล้อมของตน และส่วนความคิดเห็น หมายถึงผู้บริโภคมีความคิดเกี่ยวกับตนเองและสิ่งรอบข้างอย่างไร ดังนั้นจึงได้มีการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค และแบ่งกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

กิจกรรม Activities ได้แก่ งาน งานอดิเรก เหตุการณ์สังคม การใช้เวลาว่าง รายการบันเทิง กีฬา สมาชิกคลับ

ความสนใจ Interesting ได้แก่ ครอบครัว บ้าน งาน ชุมชน การพักผ่อน การแต่งตัว อาหาร สื่อ ความสำเร็จ

ความคิดเห็น Opinion ได้แก่ ตนเอง การเมือง ธุรกิจ เศรษฐกิจ การศึกษา อนาคต วัฒนธรรม สังคม

Activities : A	Interests : I	Opinions : O
Work Hobbies Social events Vacation Entertainment Club membership Community Shopping Sports	Family Home Job Community Recreation Fashion Food Media Achievements	Personal relations Social issues Politics Business Economics Education Products Future Culture

ภาพประกอบ 9 แสดงลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น

ที่มา : Assael (1998 : 423) Consumer Behavior and Marketing Action

ในการนำรูปแบบการดำเนินชีวิตมาเป็นตัวแปรในการศึกษาถึงพฤติกรรม ทำให้สามารถเข้าใจพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายหลักได้เป็นอย่างดี ว่าเขาเหล่านั้นมีความสนใจอะไร คิดอะไร ชอบและไม่ชอบอย่างไร โดยสามารถนำมาเป็นแนวทางในศึกษาด้านพฤติกรรม

Mowen and Minor (2002:112) ให้ความหมายรูปแบบการดำเนินชีวิตว่า คือ การใช้ชีวิตของผู้บริโภค และแสดงถึงรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคว่าเป็นอย่างไร มีการใช้เวลาและเงินของตนอย่างไร และมีการจัดสรรให้กับเรื่องต่างๆ อย่างไร

Solomon (2004:198) อธิบายถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตไว้ว่า คือรูปแบบในการบริโภคซึ่งสะท้อนถึงการใช้เวลาและการใช้จ่ายของผู้บริโภคซึ่งผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม จะมีรูปแบบแตกต่างกันโดยมีพื้นฐานมาจากความชอบ การเลือกที่จะใช้เวลาและรายได้ของตนที่แตกต่างกัน

กาลัญญ (2548:142) ให้ความหมายรูปแบบการดำเนินชีวิตไว้ว่า หมายถึง รูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคว่าจะมีการจัดสรรเวลาต่อกิจกรรมต่างๆอย่างไร ให้ความสนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นพิเศษหรือไม่ มีความคิดเห็นต่อสภาพเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างไร

พิภพ ไทยบุณนาค(2547:22) อ้างอิงจาก สุนทรี พัทธพันธ์ (2541:34) รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ทำการศึกษานั้นสามารถบ่งบอกถึงการใช้ชีวิตได้ดีที่สุด โดยเฉพาะชีวิตในเขตเมืองที่มีความหลากหลายและแตกต่างกันอย่างมากและยังสามารถเป็นตัวทำนายพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตจะสะท้อนถึงสิ่งที่ผู้บริโภคสนใจต่อสิ่งรอบข้างที่มีความแตกต่างกันในแต่ละคน แต่มีความคล้ายคลึงกันภายในกลุ่มที่สนใจในสิ่งเดียวกัน ซึ่งนักการตลาดสามารถใช้ประโยชน์จากการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตที่คล้ายกันในการทำการตลาดแบบเฉพาะส่วน

พฤติกรรมผู้บริโภค Psychographics เป็นเทคนิคที่นักวิจัยผู้บริโภคใช้เพื่อวัดแบบของการใช้ชีวิต คำที่ใช้แทนกันคือ AIO ซึ่งหมายถึง การวัดกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความเห็น (Opinions) รายละเอียดของ AIO มีดังนี้

A คือ กิจกรรมซึ่งหมายถึงปฏิกิริยาที่แสดงออก เช่น ดูโทรทัศน์ จ่ายเงินในร้านค้าหรือเล่าให้เพื่อนฟังเกี่ยวกับการบริการซ่อมรถของอยู่ประจำ แม้ว่าปฏิกิริยานี้ใครก็เห็นอยู่แต่ก็ไม่สามารถจะเดาเหตุผลของการกระทำได้หมด

I คือ ความสนใจ เป็นความสนใจในเรื่องราว เหตุการณ์หรือวัตถุ โดยมีระดับของความตื่นตัวที่เกิดขึ้นเมื่อได้ตั้งใจติดต่อกันหรือมีความตั้งใจเป็นพิเศษกับมัน

O คือ ความคิดเห็น เป็นไปในรูปคำพูด หรือเขียน “ตอบ” ที่บุคคลตอบต่อสถานการณ์ที่กระตุ้นเร้าที่มีการถามคำถาม ความคิดเห็นเราใช้เพื่ออธิบายการแปลความหมาย การคาดคะเน และการประเมินค่า เช่น เชื่อในสิ่งซึ่งบุคคลอื่นตั้งใจ ความเชื่อเกี่ยวกับเหตุการณ์ในอนาคต ประเมินรางวัลที่จะได้รับการเลือกทางเลือก และโทษที่จะเป็นผลของการเลือกทางเลือก

4.ความหมายและประเภทของหนังสือ

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525:832): ได้ให้ความหมายของ หนังสือไว้ว่า หนังสือ คือ เครื่องหมายใช้ขีดเขียนแทนเสียงหรือคำพูด, ลายลักษณ์อักษร, จดหมายที่มีไปมา, เอกสาร, บทประพันธ์

กัลยา ยวนมัลย์ (2539:23) กล่าวว่า หนังสือจะมีความสัมพันธ์กับสภาพสังคมในลักษณะต่างๆอยู่เสมอ และจัดเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งของสังคมที่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกฎเกณฑ์การพัฒนาสังคม และสิ่งสำคัญที่อยู่ในหนังสือมีองค์ประกอบ 2 ประการ คือ “รูปแบบ” และ“เนื้อหา” ซึ่งจะต้องมีความสอดคล้องกันและองค์ประกอบทั้งสองต่างก็มีความสำคัญทัดเทียมกัน รูปแบบที่ดีนั้น

จะต้องมีความแจ่มชัด (Clarity) มีความงาม (Beauty) และความง่าย (Simplicity) เป็นส่วนประกอบ ส่วนเนื้อหาที่ดีนั้นจะต้องมีความสำคัญและเป็นประโยชน์ต่อมนุษย์โดยส่วนรวมเป็นหลักนั่นเอง

4.1 องค์ประกอบของหนังสือ

หนังสือที่จัดพิมพ์ออกเป็นรูปเล่มที่สมบูรณ์แบบที่สุด ควรมียุทธศาสตร์ประกอบต่างๆ ของหนังสือครบถ้วน ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมการอ่านให้เป็นไปด้วยความเพลิดเพลิน ได้เนื้อหาสาระตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ตลอดจนมีความสวยงามน่าจับต้องและเก็บรักษา

หนังสือที่ดีควรมียุทธศาสตร์ประกอบหลัก 3 ประการคือ

- ปก
- เนื้อหา
- ภาพประกอบ

ปก

เป็นส่วนแรกสุดของของเล่ม ทำหน้าที่ควบคุมรูปเล่ม และนำไปสู่เนื้อหาภายในเล่ม ดังนั้นปกหนังสือจึงมีความสำคัญทั้งในด้านความคงทนงดงามและมีความมีเสน่ห์ ไร้ใจ ปกหนังสือทั่วไปจึงมักใช้กระดาษที่แข็งและหนากว่าเนื้อหาภายในเล่ม นอกจากนั้นยังมีสภาพที่น่าสนใจ ชักชวนให้ติดตามเรื่องราวภายในเล่ม รวมทั้งชื่อหนังสือและชื่อผู้เขียนเรื่องด้วย

เนื้อหา

เป็นส่วนหลักของการนำเสนอเนื้อหาโดยใช้ตัวอักษรชนิดต่าง ๆ ที่อ่านง่ายชัดเจน รายเรียงกันไปตั้งแต่ต้นจนจบเนื้อหาในหนังสือทุกเล่มควรเขียนถูกต้อง มีการจัดย่อหน้าและวรรคตอนอย่างเหมาะสม นอกจากนั้นยังอาจใช้ขนาดและแบบของตัวอักษรช่วยเน้นให้การอ่านเป็นไปอย่างสนุกสนานเพลิดเพลินมากขึ้น

ภาพประกอบ

เป็นส่วนเสริมให้การนำเสนอเนื้อหาสาระสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ภาพประกอบไม่เพียงแต่ช่วยให้เรื่องราวที่น่าสนใจชัดเจนครบถ้วน ยังทำหน้าที่ตกแต่งให้หนังสืองดงาม เพิ่มความสบายตาสบายใจในการอ่านหนังสือด้วย

4.2 ประเภทของหนังสือ

การแบ่งประเภทของหนังสืออาจเป็นตามเกณฑ์ได้ดังนี้ กัลยา ยวนมาลัย(2539:24-36)

- 1.แบ่งตามลักษณะเนื้อหา
- 2.แบ่งตามลักษณะการแต่ง
- 3.แบ่งตามลักษณะรูปเล่ม
- 4.แบ่งตามกำหนดหรือวาระการตีพิมพ์

4.2.1.แบ่งตามลักษณะเนื้อหา แบ่งกว้างๆ ได้ 3 ประเภทดังนี้

- 4.2.1.1 ตำราวิชาการ เนื้อหามุ่งให้ความรู้เป็นหลัก

4.2.1.2 สารคดี เนื้อหามุ่งให้ความรู้และความเพลิดเพลิน

4.2.1.3 บันเทิงคดี เนื้อหามุ่งให้ความเพลิดเพลินเป็นหลัก

4.2.2 แบ่งตามลักษณะการแต่ง แบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

4.2.2.1 ร้อยแก้ว คือหนังสือที่ไม่มีลักษณะบังคับในการแต่งเหมือนร้อยกรอง เช่น กำหนดสัมผัสหรือจำนวนคำ ร้อยแก้วของไทยแต่เดิมแต่งเพื่อบันทึกเรื่องราวเป็นหลักฐาน เช่น ตีลาจารึกพ่อขุนรามคำแหง ต่อมาจึงมีหนังสือร้อยแก้วที่แต่งเพื่อความบันเทิง เช่น สามก๊ก ราชาริราช เป็นต้น ปัจจุบันมีผู้นิยมแต่งหนังสือร้อยแก้วกันมาก

4.2.2.2 ร้อยกรอง คือ หนังสือที่มีลักษณะบังคับในการแต่งมีการกำหนดคณะ จำนวนคำสัมผัส ร้อยกรองของไทยยังแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ตามลักษณะบังคับในการแต่งที่แตกต่างกันออกไป เช่น โคลง ฉันท์ กาพย์ กลอน

4.2.3. แบ่งตามลักษณะรูปลักษณ์ คือ พิจารณาขนาดของเล่มเป็นหลัก เช่น ความกว้างยาวโดยประมาณ แบ่งออกได้ดังนี้

4.2.3.1 หนังสือพิมพ์รายวัน (Newspapers) คือ หนังสือที่มีลักษณะเป็นกระดาษขนาดใหญ่จำนวนหลายแผ่น พับได้แต่ไม่ได้เย็บติดกันเป็นเล่ม มีกำหนดออกเป็นประจำวันติดต่อกันสม่ำเสมอ

4.2.3.2 หนังสือพิมพ์รายคาบ (Periodicals) คือ หนังสือที่พิมพ์เป็นรูปเล่มเย็บติดกันเรียบร้อย ส่วนใหญ่เป็นหนังสือปกอ่อน มีกำหนดออกเป็นรายสัปดาห์ รายปักษ์ เป็นต้น แบ่งออกเป็น วารสาร (Periodical) และนิตยสาร (Magazine) เนื้อหาประกอบด้วยข้อเขียนหลายเรื่องหลายรส

4.2.3.3 จุลสาร (Pamphlet) คือ หนังสือที่มีเนื้อหา ให้ความรู้เรื่องใดเรื่องหนึ่ง ที่มีขอบข่ายไม่กว้างขวางนักมีความสมบูรณ์ในตัวเอง ทันสมัย เขียนให้เข้าใจง่าย ๆ ส่วนในด้านรูปลักษณ์ ขนาดเล็ก มีจำนวนหน้าไม่มาก การเย็บเล่มไม่คงทน

4.2.3.4 หนังสือเล่ม (Books) คือ หนังสือที่พิมพ์เป็นรูปเล่มมั่นคง มีทั้งที่เป็นหนังสือปกแข็งและหนังสือปกอ่อน หนังสือปกแข็งมักจะมีจำนวนหน้ามากเพราะมีเนื้อหามาก ตัวอย่างเช่น หนังสือนวนิยายมักจะพิมพ์เป็นเล่มปกแข็ง ส่วนเรื่องสั้นมักจะพิมพ์เป็นเล่มปกอ่อนหรือที่เรียกว่า หนังสือฉบับกระเป๋ (Pocketbook) เนื่องจากมีจำนวนหน้าไม่มากนัก

4.2.4 แบ่งตามกำหนดหรือวาระการตีพิมพ์ อาจแบ่งได้ดังนี้

4.2.4.1 รายวัน คือออกจำหน่ายเป็นประจำทุกวัน

4.2.4.2 รายสัปดาห์ คือออกสัปดาห์ละ 1 เล่ม

4.2.4.3 รายปักษ์ คือออก 15 วัน ต่อ 1 เล่ม

4.2.4.4 รายเดือน คือออกเดือนละ 1 เล่ม

4.2.4.5 รายคาบ คือออกในระยะยาว เช่น 3 เดือน ต่อ 1 เล่ม

4.2.4.6 รายปี คือออกปีละ 1 เล่ม

4.2.4.7 รายละเอียด คือไม่มีกำหนดเวลาแน่นอน

นอกจากนั้นในปัจจุบันแบ่งหนังสือแบบกว้างๆเป็น 2 ประเภท ดังนี้

- หนังสือบันเทิงคดี
- หนังสือสารคดี

หนังสือบันเทิงคดี (Fiction Book)

หนังสือบันเทิงคดีเป็นหนังสือที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อความสนุกสนาน เพลิดเพลินและความบันเทิง มักมีเนื้อหาสาระที่เกิดจากจินตนาการของผู้เขียนหรือเป็นเรื่องสมมติที่สร้างขึ้นจากเค้าโครงและเหตุการณ์ต่าง ๆ มีการกำหนดหน้าที่และบทบาทของตัวละคร สถานที่เกิดเหตุ รวมไปถึงพฤติกรรมและความสะเทือนใจในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเหล่านั้น โดยไม่ต้องคำนึงถึงความเป็นจริง แต่คำนึงความสมจริงและเหตุผล โดยอาจถ่ายทอดในรูปของนิทาน ชาดก เรื่องสั้น คำกลอน บางครั้งสามารถใช้ประกอบการศึกษาได้ทั้งนี้เพราะเป็นสิ่งพิมพ์รวบรวมข้อมูลและประสบการณ์และจินตนาการของผู้เขียนโดยได้แนวคิดจากความจริงในสังคมแม้จะมีจุดมุ่งหมายเพื่อความเพลิดเพลินผ่อนคลายอารมณ์ แต่บางครั้งก็ได้ข้อคิดหรือแนวทางการดำเนินชีวิตที่น่าสนใจแทรกไว้ด้วยหนังสือที่มีเนื้อหาสาระความรู้ความบันเทิงไปในทางเดียวกัน ส่งเสริมพัฒนาการด้านอารมณ์ไม่มุ่งหวังประโยชน์จากการอ่านเหมือนแบบเรียนหรือตำราเรียน แต่บางครั้งใช้ประกอบการศึกษาได้ทั้งนี้เพราะเป็นสิ่งพิมพ์ที่รวบรวมข้อมูลประสบการณ์และจินตนาการของผู้เขียนโดยได้แนวคิดจากความจริงในสังคม แม้จะมีจุดมุ่งหมายเพื่อความเพลิดเพลินผ่อนคลายอารมณ์ แต่บางครั้งก็ได้ข้อคิดหรือได้นำเสนอแนวทางการดำเนินชีวิตที่น่าสนใจแทรกไว้ด้วย สำหรับหนังสือบันเทิงคดีเป็นหนังสือที่มุ่งเสนอความสนุกเพลิดเพลินมากกว่าการนำเสนอสาระข้อมูล บางครั้งอาจสอดแทรกคติสอนใจ ให้ความสะเทือนอารมณ์ และความรู้สึกโดยผ่าน บทบรรยาย บทสนทนา และพฤติกรรมของตัวละครที่สมมติขึ้น ได้แก่หนังสือเรื่องสั้น นวนิยาย นวนิทาน นวนิชาดก และหนังสือเล่าเรื่อง หนังสือบันเทิงคดียังเป็นหนังสือที่เขียนและอ่านเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินนำเสนอเนื้อหาด้านจินตนาการผ่านตัวละครและบทสนทนา

หนังสือสารคดี (Non – Fiction Book)

เป็นหนังสือที่มุ่งนำเสนอเนื้อหาสาระและข้อมูลมากกว่าความสนุกสนานบันเทิง อาจสอดแทรกความรู้ ความคิด แต่ไม่ให้ความรู้สึกสะเทือนใจ ไม่มีตัวละคร ไม่มีบทสนทนาและไม่มีการแสดงพฤติกรรมต่างๆของตัวละคร ได้แก่ หนังสือบทเรียน หนังสือวิชาการ เอกสารประกอบการสอน และหนังสือสารคดี หนังสือสารคดีจึงมีความหมายโดยรวมว่า หนังสือที่เขียนและอ่านเพื่อเนื้อหาสาระข้อมูลที่เป็นจริงและเป็นปัจจุบันที่สุด ไม่มีตัวละครและไม่มีบทสนทนา สามารถแบ่งประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. หนังสือตำราวิชาการ เป็นหนังสือที่เขียนขึ้นตามขอบเขตของเนื้อหา ตามหลักสูตร สถาบันการศึกษาระดับต่างๆ รวมไปถึงตำรา เอกสารคำสอน เอกสารประกอบการสอน หนังสือประกอบคำบรรยาย หนังสือแบบเรียน เป็นต้น

2.หนังสืออ่านประกอบเป็นหนังสือที่ใช้อ่านประกอบในเนื้อหาวิชาต่างๆในสถาบันการศึกษา มีเนื้อหาละเอียดลึกซึ้ง มุ่งส่งเสริมการเรียนรู้และการสอน และใช้ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมให้มีความรู้กว้างขวางขึ้น

3.หนังสือความรู้ทั่วไป เป็นหนังสือที่ให้ความรู้ทั่วไป มิได้มุ่งหวังให้เป็นตำราสำหรับวิชาใดวิชาหนึ่ง

4.หนังสืออ้างอิงเป็นหนังสือที่รวบรวมความรู้หลายสาขาวิชาไว้ด้วยกันหรืออาจรวบรวมความรู้ที่เป็นพื้นฐานสำคัญแต่ละสาขา เพื่อตอบปัญหาบางเรื่องบางตอน มิได้ประสงค์จะให้อ่านหมดทั้งเล่มหรือทั้งชุด หนังสืออ้างอิงบางเล่มมีขนาดใหญ่หรือมีหลายเล่มในหนึ่งชุด เช่น สารานุกรม พจนานุกรม หนังสือคู่มือ เป็นต้น

5.วิทยานิพนธ์ เป็นบทนิพนธ์ที่เรียบเรียงประกอบการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาต่างๆทำขึ้น เป็นการวิจัยที่ผู้ศึกษาค้นพบหรือพิสูจน์ในปัญหาหรือเรื่องต่างๆ วิทยานิพนธ์จึงมีเนื้อหาหลายสาขาวิชา

6.ระเบียบการหรือคู่มือของสถานศึกษา เป็นหนังสือที่สถาบันการศึกษาต่างๆจัดทำขึ้น เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสถาบันนั้นๆ เช่น ประวัติ คณะวิชา รายวิชา ระเบียบการเรียน ค่าธรรมเนียม รายชื่อคณาจารย์ เป็นต้น

7.สิ่งพิมพ์รัฐบาล เป็นสิ่งพิมพ์ของหน่วยราชการ รัฐวิสาหกิจ เพื่อเผยแพร่สารสนเทศ ผลงานของหน่วยงานหรือความรู้ในสาขาวิชาต่างๆ ในลักษณะเป็นบทความ รายงานประจำปี รายงานวิจัย รายงานการประชุม สัมมนา สถิติ ข้อมูล เป็นต้น มีรูปแบบเป็นหนังสือ วารสาร จุลสาร เอกสารชุด โปสเตอร์ แผ่นพับ และโสตทัศนวัสดุ

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมพร หน่วยสกุล (2548: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ทักษะการอ่านและพฤติกรรมการอ่านของบุคลากร โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการอ่านของบุคลากร และเพื่อศึกษาความแตกต่างในทัศนคติที่มีต่อการอ่านระหว่างบุคลากรที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของบุคลากรในบริษัทเอกชน ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ครั้งหนึ่งอ่านหนังสือมากกว่า 30 นาทีในหนึ่งวัน อีกครั้งหนึ่งอ่านน้อยกว่า 30 นาทีในหนึ่งวัน ในขณะที่การใช้เวลาว่างของบุคลากรจะใช้เวลากับการดูโทรทัศน์เป็นอันดับหนึ่ง อ่านหนังสือเป็นอันดับสอง ส่วนเรื่องอุปสรรคในการที่จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้อ่านหนังสืออันดับหนึ่งคือ เรื่องต้องทำงาน ผลการศึกษาระดับทัศนคติของประชากรปรากฏว่าในส่วนของทัศนคติด้านความรู้สึกระดับที่ต่ำกว่าด้านอื่นๆ คืออยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ด้านความเข้าใจแนวโน้มพฤติกรรม และทัศนคติรวม มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ในการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรที่มีต่อทัศนคติในการอ่าน ปรากฏว่าปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา ลักษณะอาชีพ รายได้

เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีระดับทัศนคติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในขณะที่สถานภาพทางครอบครัวและเพศที่ต่างกันมีระดับทัศนคติไม่แตกต่างกัน

พิภพ ไทยบุญนาท(2547:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องทัศนคติ และพฤติกรรมในการเลือกซื้อหนังสือประเภทบันเทิงคดีของบุคคลวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร ความมุ่งหมายเพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมในการเลือกซื้อหนังสือประเภทบันเทิงคดี ของบุคคลวัยทำงาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรในกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศหญิงและเพศชายวัยทำงานในช่วงอายุ 25-59 ปี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือค่าร้อยละค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยค่าที สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว วิเคราะห์ความสัมพันธ์ไคสแควร์ ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 25-34 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง โดยมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท และมีสถานภาพโสด โดยซื้อหนังสือประเภทเรื่องสั้น โดยมีแนวเรื่องเกี่ยวกับความรัก การสะท้อน สังคม และภาพของชีวิตจริง และซื้อหนังสือจากร้านหนังสือในศูนย์การค้าต่างๆ ราคาประมาณ 51 – 100 บาทต่อครั้ง โดยซื้อหนังสือ 1 ครั้งต่อเดือน และซื้อจำนวน 1 เล่มต่อครั้ง ทั้งนี้มีทัศนคติต่อหนังสือประเภทบันเทิงคดีและมีรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับหนังสือประเภทบันเทิงคดีไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ทัศนคติต่อหนังสือประเภทบันเทิงคดี ด้านประโยชน์และเนื้อหาสาระ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้อหนังสือประเภทบันเทิงคดี ด้านประเภทของหนังสือบันเทิงคดีที่ซื้อ และด้านราคาของหนังสือบันเทิงคดีมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติต่อหนังสือประเภทบันเทิงคดี ด้านคุณสมบัติและลักษณะ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้อหนังสือประเภทบันเทิงคดี ด้านประเภทของหนังสือบันเทิงคดีที่ซื้อ, ด้านแนวเรื่องของหนังสือบันเทิงคดี, ด้านราคาของหนังสือบันเทิงคดี, ด้านจำนวนครั้งที่ซื้อหนังสือบันเทิงคดี และด้านจำนวนเล่มที่ซื้อหนังสือบันเทิงคดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. รูปแบบการดำรงชีวิต ด้านกิจกรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้อหนังสือประเภทบันเทิงคดี ด้านประเภทของหนังสือบันเทิงคดีที่ซื้อ และด้านแนวเรื่องของหนังสือบันเทิงคดีที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รูปแบบการดำรงชีวิต ด้านความสนใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้อหนังสือประเภทบันเทิงคดี ด้านประเภทของหนังสือบันเทิงคดี, ด้านแนวเรื่องของหนังสือบันเทิงคดีที่ซื้อ และด้านจำนวนครั้งที่ซื้อหนังสือบันเทิงคดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นิพนธ์ ทัพพะกุลธร (ภัทรินทร์ สิมะชาติ.2545:24 อ้างอิงจาก นิพนธ์ ทัพพะกุลธร 2537: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการเลือกซื้อหนังสือของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเลือกซื้อหนังสือของนักเรียนระดับชั้นมัธยมปลายในกรุงเทพมหานคร ในด้านวัตถุประสงค์ในการซื้อ ประเภทและเนื้อหาของหนังสือที่ซื้อ แหล่งที่ซื้อหนังสือและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อหนังสือ ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่านเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจประเภทหนังสือสารคดีที่นักเรียนซื้อมากที่สุด คือ หนังสืออ่านประกอบการเรียน และประเภทหนังสือบันเทิงคดีที่นักเรียนซื้อมากที่สุด คือ หนังสือการ์ตูน เนื้อหาสารคดีที่นักเรียนซื้อมากที่สุด คือ เนื้อหาเกี่ยวกับศิลปกรรมและนันทนาการและเนื้อหาหนังสือบันเทิงคดีที่นักเรียนซื้อมากที่สุด คือ เรื่องตลกขบขัน แหล่งที่นักเรียนซื้อหนังสือสารคดีมากที่สุด คือ ร้านหนังสือในศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้าและแหล่งที่นักเรียนซื้อหนังสือบันเทิงคดีมากที่สุด คือ ร้านหนังสือทั่วไปปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อการซื้อหนังสือของนักเรียนในระดับมาก ได้แก่ คำแนะนำของเพื่อนและญาติพี่น้อง การจัดนิทรรศการหนังสือหรือเทศกาลลดราคาหนังสือ บทวิจารณ์หนังสือจากวารสารและหนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์ สำหรับปัจจัยด้านส่วนต่าง ๆ ของหนังสือที่มีผลต่อการเลือกซื้อหนังสือของนักเรียนในระดับมากที่สุด คือ เนื้อเรื่องสำหรับความแตกต่างในการเลือกซื้อหนังสือของนักเรียน พบว่า สถานภาพด้านเพศ แผนการเรียนและรายได้ของผู้ปกครอง มีผลทำให้การเลือกซื้อหนังสือของนักเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเป็นบางส่วน

ปัญญา ชินรักษ์บำรุง(2551:บทคัดย่อ) ศึกษาพฤติกรรมการอ่านของประชาชนกลุ่มอายุ 20 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา พฤติกรรมการอ่านและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกอ่านของประชาชนกลุ่มอายุ20ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) ที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้อ่านที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่าเหตุผลที่เลือกอ่านหนังสือแต่ละเล่มมากที่สุดคือเพื่อทราบข่าวสารเป็นไปในแต่ละวัน นอกจากนั้นอ่านหนังสือเพื่อเพิ่มเติมความรู้ พัฒนาตนเอง และความเพลิดเพลิน บันเทิง โดยประเภทหนังสือที่อ่านเป็นประจำหรือบ่อยครั้งมากที่สุดคือหนังสือพิมพ์รายวัน/รายสัปดาห์ นิตยสาร/วารสาร และหนังสือเรียน/หนังสือวิชาการ ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้จำนวนเงินซื้อหนังสือแต่ละครั้งประมาณ 101-500 บาท และการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ตัวเอง ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับปัจจัยส่วนบุคคลพบว่าเหตุผลในการเลือกอ่านหนังสือ แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับหนังสือ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ และการศึกษา นอกจากนี้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกอ่านหนังสือ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกอ่านหนังสือ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกอ่านหนังสือมากที่สุด คือ เนื้อหาน่าสนใจ และทันสมัย ความคุ้มค่า คุ้มค่า

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2551:สรุปผลเบื้องต้น) สำนักรวการอ่านหนังสือนอกเวลาเรียน/นอกเวลาทำงาน พบว่า คนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปมีอัตราการอ่านหนังสือร้อยละ 66.3 ผู้ชายมีอัตราการอ่านหนังสือสูงกว่าผู้หญิงเล็กน้อย (ร้อยละ 67.5 และ 65.1 ตามลำดับ) และเมื่อเปรียบเทียบกับ การสำรวจที่ผ่านมา พบว่า อัตราการอ่านหนังสือเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 61.2 ในปี 2546 เป็นร้อยละ 69.1 ในปี 2548 และลดลงเล็กน้อย คือ ร้อยละ 66.3 ในปี 2551 เมื่อพิจารณาอัตราการอ่านหนังสือตามเขตการปกครองและภาค พบว่า ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลมีอัตราการอ่านหนังสือสูงกว่านอกเขตเทศบาล (ร้อยละ 77.7 และ 61.2 ตามลำดับ) กรุงเทพมหานครมีอัตราการอ่านหนังสือสูงที่สุดร้อยละ 85.8 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีอัตราการอ่านหนังสือต่ำสุดร้อยละ 58.2

การอ่านหนังสือของประชากรมีความแตกต่างกันตามวัย กลุ่มวัยเด็ก มีอัตราการอ่านหนังสือสูงสุดรองลงมาคือกลุ่มเยาวชน กลุ่มวัยทำงาน และต่ำสุดคือกลุ่มวัยสูงอายุ (ร้อยละ 81.5 78.6 64.3 และ 39.3 ตามลำดับ) และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างการสำรวจที่ผ่านมาพบว่า การอ่านหนังสือของกลุ่มวัยสูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในขณะที่กลุ่มอื่นมีแนวโน้มลดลง ซึ่งอาจเป็นเพราะมีสื่ออื่นที่น่าสนใจกว่า เช่น โทรทัศน์ เกมสเป็นต้น จากผลการสำรวจ พบว่า การศึกษาและอัตราการอ่านหนังสือ มีความสัมพันธ์กันเชิงบวก กล่าวคือผู้มีระดับการศึกษาที่สูงกว่า มีอัตราการอ่านหนังสือสูงกว่าผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่า

หนังสือพิมพ์เป็นประเภทของหนังสือที่มีผู้อ่านสูงสุด คือ ร้อยละ 71.0 รองลงมาคือนวนิยาย/การ์ตูน/หนังสืออ่านเล่น และนิตยสาร (ร้อยละ 38.8 และ 35.4 ตามลำดับ) สำหรับแบบเรียน/ตำราเรียนตามหลักสูตรตำรา/หนังสือ/เอกสารที่ให้ความรู้ วารสาร/เอกสารประเภทอื่น ๆ ที่ออกเป็นประจำ และหนังสือ/เอกสารเกี่ยวกับคำสอนทางศาสนา มีสัดส่วนใกล้เคียงกันคือประมาณร้อยละ 24 – 29 และหนังสือประเภทอื่น ๆ อีกร้อยละ 4.4

คนที่วัยแตกต่างกัน มีความสนใจเลือกประเภทหนังสือที่อ่านแตกต่างกัน โดยวัยเด็กอ่านแบบเรียน/ตำราเรียนตามหลักสูตรสูงสุดร้อยละ 82.0 รองลงมาคือนวนิยาย/การ์ตูน/หนังสืออ่านเล่น สำหรับวัยอื่นส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ รองลงมาจะเลือกประเภทหนังสือที่อ่านแตกต่างกันตามวัย คือ วัยเยาวชนอ่านนวนิยาย/การ์ตูน/หนังสืออ่านเล่น วัยทำงานอ่านนิตยสาร และวัยสูงอายุอ่านหนังสือ/เอกสารเกี่ยวกับคำสอนทางศาสนา เนื้อหาสาระที่ผู้อ่านหนังสือชอบอ่านมากที่สุดคือ ข่าว รองลงมาคือ บันเทิง สารคดี/ความรู้ทั่วไปและความรู้วิชาการ (ร้อยละ 50.9 39.1 31.9 และ 24.5 ตามลำดับ) ส่วนเนื้อหาสาระที่มีผู้อ่านเพียงเล็กน้อยคือ ความคิดเห็น/วิเคราะห์ โฆษณา และอื่น ๆ

เวลาเฉลี่ยที่ใช้อ่านหนังสือนอกเวลาเรียน/นอกเวลาทำงานสำหรับผู้่านหนังสือที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปทั้งหมด ใช้เวลาอ่านหนังสือนอกเวลาเรียน/นอกเวลาทำงานเฉลี่ย 39 นาทีต่อวัน โดยกลุ่มเยาวชนใช้เวลาอ่านหนังสือ เฉลี่ย 46 นาทีต่อวัน มากกว่ากลุ่มวัยอื่นที่ใช้เวลาอ่านหนังสือใกล้เคียงกันคือ ประมาณ 37-39 นาทีต่อวัน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานที่อยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ในด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนวัยทำงานที่มีงานทำอายุตั้งแต่ 23 ปีขึ้นไปในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มของประชากรที่ไม่ทราบจำนวนประชากรและไม่สามารถจะกำหนดขนาดแน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการคำนวณเพื่อกำหนดค่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยโดยอาศัยสูตรในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2551 : 14) ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

ในที่นี้ $Z_{1-\alpha/2} = Z_{0.975} = 1.96$, $E = 0.05$

Z แทน พื้นที่ใต้กราฟของการแจกแจงข้อมูลแบบปกติตามระดับความเชื่อมั่น ซึ่งผู้วิจัยกำหนดไว้ ณ ที่นี้ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 95 %

E แทน ความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้ โดยกำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อน = 0.05

$$\begin{aligned}\text{แทนค่า } n &= \frac{(1.96)^2}{4(.05)^2} \\ &= 385 \text{ คน}\end{aligned}$$

ผู้วิจัยได้เพิ่มขนาดตัวอย่างอีกจำนวน 15 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาด รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

1.2 ขั้นตอนในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเลือกผู้ตอบแบบสอบถามที่สะดวกจะให้ข้อมูล

1.3 ระยะเวลาที่เก็บข้อมูล

ในการศึกษาวิจัย จะเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมในการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือน มกราคม 2553

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งได้ค้นคว้าและดัดแปลงมาจากแนวคิดงานวิจัยที่ใกล้เคียงกันกับงานวิจัยชิ้นนี้ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ประกอบด้วย

แบบสอบถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Questions) จำนวน 2 ข้อ

แบบสอบถามที่มีคำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการอ่านหนังสือของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย

แบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) จำนวน 4 ข้อ

แบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questions) จำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือ ประกอบด้วย

แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่าตอบ (Likert Scale Questions)

จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย

แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่าตอบ (Likert Scale Questions)

จำนวน 12 ข้อ

แบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questions) จำนวน 1 ข้อ

ขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆในเรื่องการสร้างแบบสอบถาม

2. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3. สร้างแบบสอบถามทั้งหมด 4 ส่วน แบ่งเป็นส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือจำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือ จำนวน 9 ข้อ ส่วนที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 12 ข้อ

4. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติมในด้านความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording)

5. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไข ไปให้ผู้เชี่ยวชาญ คือ อาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) อีกครั้ง

6. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบความเชื่อถือได้ โดยนำมาทดสอบกับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาหาความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's Alpha) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ และค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ผลการทดสอบความเชื่อถือได้มีดังต่อไปนี้

-ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือ ได้ค่าอัลฟา เท่ากับ 0.708

-ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้ค่าอัลฟา เท่ากับ 0.826

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆจากแหล่งข้อมูล (Source of Data) ที่เกี่ยวข้อง 2 ประเภท ได้แก่

3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปแจกกลุ่มตัวอย่างคนวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเอง เพื่อที่จะสามารถชี้แจงข้อสงสัยของผู้ตอบแบบสอบถามได้ และรอรับแบบสอบถามคืน โดยแจกแบบสอบถามไปทั้งหมดจำนวน 450 ชุด ได้รับกลับคืนมาจำนวน 420 ชุด และใช้ได้จริงจำนวน 400 ชุด

3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ได้แก่ หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต

4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ เรียบร้อยแล้ว จะดำเนินการจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

4.1 การจัดกระทำข้อมูล

4.1.1 ทดสอบแบบสอบถามที่ได้ทำการออกแบบไว้ (Pretest) แล้วดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถาม พร้อมตรวจสอบความเชื่อมั่น (Validity) ของแบบสอบถามด้วยวิธีการ Cronbach's

4.1.2 นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้ว ออกเก็บข้อมูลจริง

4.1.3 นำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลแล้วมาตรวจสอบความสมบูรณ์

4.1.4 นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding) ในแบบรหัสสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

4.1.5 นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลโดยโปรแกรม SPSS for Windows ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้นำข้อมูลต่างๆ จากแบบสอบถามบันทึกในระบบคอมพิวเตอร์เรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลต่างๆ ในระบบคอมพิวเตอร์มาประมวลและวิเคราะห์รายละเอียดต่างๆ ของข้อมูลโดยละเอียดตามขั้นตอนดังนี้

4.2.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่มีพฤติกรรมอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงาน

4.2.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

4.2.2.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) เพื่อใช้ทดสอบสมมุติฐานที่ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อาชีพ และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือในด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือและระยะเวลาในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน โดยจะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยตัวแปรต้นเป็นคำถามที่เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และตัวแปรตามเป็นระดับการวัดประเภทอัตราส่วน (Ratio)

4.2.2.2 สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) เพื่อใช้ทดสอบสมมุติฐานที่ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือในด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือและระยะเวลาในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน โดยจะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี

มากกว่า 2 กลุ่ม โดยตัวแปรต้นเป็นคำถามที่เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และตัวแปรตามเป็นระดับการวัดประเภทอัตราส่วน (Ratio)

4.2.2.3 สถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน โดยจะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม และตัวแปรต้นเป็นคำถามที่เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และตัวแปรตามเป็นระดับการวัดการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

4.2.2.4 สถิติวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson 's Correlation Coefficient) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานที่ว่าปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของคนวัยทำงาน และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของคนวัยทำงานในด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือและระยะเวลาในการอ่านหนังสือ โดยจะใช้การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัว และตัวแปรต้นเป็นคำถามประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) และตัวแปรตามเป็นระดับการวัดประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

4.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลในด้านปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกอ่านหนังสือประกอบด้วย

4.2.3.1 ด้านคุณประโยชน์ของหนังสือ โดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าคำตอบ (Likert Scale Questions) แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่าประเมินเท่ากับ	5
เห็นด้วย	ค่าประเมินเท่ากับ	4
เห็นด้วยปานกลาง	ค่าประเมินเท่ากับ	3
ไม่เห็นด้วย	ค่าประเมินเท่ากับ	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่าประเมินเท่ากับ	1

ผู้วิจัยได้แบ่งเกณฑ์การตัดสินใจเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เห็นด้วยปานกลาง ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยวิธีการของมาตราส่วนประมาณค่า (Summated Rates Scales) ของ Likert ที่แบ่งออกเป็น 1 2 3 4 และ 5 ตามลำดับ การแบ่งค่าเกณฑ์เปรียบเทียบจะแบ่งตรงกึ่งกลางของอันตรภาคชั้น ซึ่งจะคะแนนสูงสุดเท่ากับ 5 และคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 1 เพื่อให้ได้ลักษณะของเกณฑ์เป็นการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$\text{สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้ช่วงคะแนนเท่ากับ } \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

เกณฑ์การประเมินผลดังนี้

คะแนน 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นว่าหนังสือมีคุณประโยชน์มากที่สุด

คะแนน 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นว่าหนังสือมีคุณประโยชน์มาก

คะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึง เห็นว่าหนังสือมีคุณประโยชน์ปานกลาง

คะแนน 1.81 – 2.60 หมายถึง เห็นว่าหนังสือมีคุณประโยชน์น้อย

คะแนน 1.00 – 1.80 หมายถึง เห็นว่าหนังสือมีคุณประโยชน์น้อยมาก

4.2.3.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม/ความสนใจ โดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าคำตอบ (Likert Scale Questions) แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน ดังนี้

ตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม/ความสนใจมากที่สุด ค่าประเมินเท่ากับ 5

ตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม/ความสนใจมาก ค่าประเมินเท่ากับ 4

ตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม/ความสนใจปานกลาง ค่าประเมินเท่ากับ 3

ตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม/ความสนใจน้อย ค่าประเมินเท่ากับ 2

ตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม/ความสนใจน้อยที่สุด ค่าประเมินเท่ากับ 1

ผู้วิจัยได้แบ่งเกณฑ์การตัดสินใจเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยวิธีการของมาตราส่วนประมาณค่า (Summated Rates Scales) ของ Likert ที่แบ่งออกเป็น 1 2 3 4 และ 5 ตามลำดับ การแบ่งค่าเกณฑ์เปรียบเทียบจะแบ่งตรงกึ่งกลางของอันตรภาคชั้น ซึ่งคะแนนสูงสุดเท่ากับ 5 และคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 1 เพื่อให้ได้ลักษณะของเกณฑ์เป็นการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$\text{สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้ช่วงคะแนนเท่ากับ } \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

เกณฑ์การประเมินผลดังนี้

คะแนน 4.21 – 5.00 หมายถึง ตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม/ด้านความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด

คะแนน 3.41 – 4.20 หมายถึง ตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม/ด้านความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก

คะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึง ตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม/ด้านความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง

คะแนน 1.81 – 2.60 หมายถึง ตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม/ด้านความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับน้อย

คะแนน 1.00 – 1.80 หมายถึง ตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม/ด้านความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ร้อยละ(Percentage)

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 40)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)(ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2551:163)

$$S = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{X})^2}{n - 1}}$$

เมื่อ S = ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

X = ข้อมูลแต่ละจำนวน

$\bar{X}$ = ค่าเฉลี่ย (Mean) ของข้อมูลในชุดนั้น

n = จำนวนข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

1.4 สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) เพื่อประสิทธิผลของแบบสอบถามเพื่อที่จะให้มีความถูกต้อง (Accuracy)

เชื่อถือได้ (Dependability) ไม่เปลี่ยนแปลง (Consistency) โดยใช้วิธีของครอนบัค (Cronbach's alpha) เรียกว่าการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α – Coefficient) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546:449)

2.สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

2.1 สถิติวิเคราะห์ค่า t-test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.2542:360)

$$\text{สูตร } t = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\overline{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 1
	$\overline{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1, n_2	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 2

2.2 สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2542: 393)
วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างประชากร	k-1	$SS(B) = \sum_{i=1}^k \frac{T_i^2}{n_i} - \frac{T^2}{n}$	$MS(B) = \frac{SS(B)}{k-1}$	$\frac{MS(B)}{MS(W)}$
ภายในประชากร	n-k	$SS(W) = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} x_{ij}^2 - \frac{T_i^2}{n_i}$	$MS(W) = \frac{SS(W)}{n-k}$	
รวม	n-1	$SS(T) = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} x_{ij}^2 - \frac{T^2}{n}$		

เมื่อ	k	แทน	จำนวนประชากรที่นำมาทดสอบสมมุติฐาน
	n	แทน	จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้นที่เลือกมาจากประชากรทุกประชากร
	n_i	แทน	จำนวนตัวอย่างที่เลือกมาจากประชากรที่ i
	x_{ij}	แทน	ค่าสังเกตซึ่งได้จากตัวอย่างที่ j ที่เลือกมาจากประชากรที่ i
	T_i	แทน	ผลรวมของค่าสังเกตจากตัวอย่างที่เลือกมาจากประชากรที่ i
	T	แทน	ผลรวมของค่าสังเกตจากตัวอย่างที่เลือกมาจากประชากรทุกประชากร
	$SS(B)$	แทน	ผลรวมกำลังสองระหว่างประชากร (Between Sum of Square)
	$k-1$	แทน	องศาแห่งความเป็นอิสระระหว่างประชากร (Between Degree of Freedom)
	$SS(W)$	แทน	ผลรวมกำลังสองภายในประชากร (Within Sum of Square)
	$n-k$	แทน	องศาแห่งความเป็นอิสระของภายในประชากร (Within Degree of Freedom)
	$MS(B)$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Groups)
	$MS(W)$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within Groups)
	F	แทน	ค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤติจากการแจกแจงแบบ F เพื่อทราบนัยสำคัญ

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544: 333)

$$LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}}; n-k = \frac{\sqrt{2MSE}}{n_1}$$

$$\text{โดยที่ } \begin{matrix} n_i \neq n_j \\ r = n - k \end{matrix}$$

เมื่อ LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j

MSE	แทน	ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
k	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ
n	แทน	จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด
α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น

2.3 สถิติไคร้สแควร์ Chi - Square Test ใช้ในการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างเชิงกลุ่มเพื่อหาความแตกต่างของตัวแปร 2 ตัวขึ้นไป โดยคำนวณค่าไคร้สแควร์ (Chi - Square) จากค่าความถี่โดยใช้สูตร ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 203)

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

เมื่อ	χ^2	แทน	ค่าไคร้สแควร์ (Chi-Square)
		แทน	จำนวนหรือความถี่ของข้อมูลที่มีลักษณะที่หนึ่งของตัวแปร ที่หนึ่ง และมีลักษณะที่หนึ่งของตัวแปรที่สอง
		แทน	ความถี่หรือจำนวนที่คาดไว้ของลักษณะที่หนึ่งของตัวแปร ที่หนึ่งและมีลักษณะที่หนึ่งของตัวแปรที่สอง
		แทน	แถวที่
		แทน	คอลัมน์ที่
		แทน	จำนวนลักษณะของตัวแปรที่หนึ่ง
		แทน	จำนวนลักษณะของตัวแปรที่สอง

2.4 การทดสอบโดยใช้สถิติอย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่อิสระต่อกัน หรือหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด โดยใช้สูตรดังนี้ (กฤษณ์ เวชสาร. 2542 : 259)

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum x$	แทน	ผลรวมคะแนนรายข้อของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum y$	แทน	ผลรวมของคะแนนรวมของทั้งกลุ่ม
	$\sum xy$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่าง x และ y
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ สำหรับการแปลความหมายระดับความสัมพันธ์ เป็นดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546 : 280)

1. ถ้าค่า r มีค่าเป็นลบ (-) แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามคือถ้า x เพิ่มขึ้น y จะลด แต่ถ้า x ลด y จะเพิ่ม
2. ถ้าค่า r มีค่าเป็นบวก (+) แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันคือถ้า x เพิ่มขึ้น y จะเพิ่ม แต่ถ้า x ลด y จะลด
3. ถ้าค่า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ถ้าค่า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้าค่า r มีค่าเป็นศูนย์ (0) แสดงว่า x และ y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
6. ถ้าค่า r มีค่าเข้าใกล้ศูนย์ (0) แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์กันน้อย

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีดังนี้

- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าตั้งแต่ 0.80 – 1.00 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก
 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าตั้งแต่ 0.60 – 0.79 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าตั้งแต่ 0.40 – 0.59 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าตั้งแต่ 0.20 – 0.39 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าตั้งแต่ 0.00 – 0.19 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลในเดือนมกราคม พ.ศ. 2553 โดยใช้แบบสอบถามถามกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรวัยทำงานที่มีงานทำอายุตั้งแต่ 23 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลให้เกิดความเข้าใจและการสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{—}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean) ของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของกลุ่มตัวอย่าง
	แทน	ค่า Chi-Square
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution
F	แทน	ค่าการแจกแจงที่ใช้ในการพิจารณาใน F-distribution
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Square)
LSD	แทน	Fisher's Least-Significant Difference เป็นเทคนิคที่ R.A Fisher ได้พัฒนาขึ้นเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากรได้ครั้งละหลายคู่
df	แทน	ค่าของชั้นแห่งความเป็นอิสระ (degree of freedom)
Sig.	แทน	ค่า Significant ของสถิติ หรือความน่าจะเป็น
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 2 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการอ่านหนังสือ ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลวัยทำงาน

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

1. ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือแตกต่างกัน
2. ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือแตกต่างกัน
3. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือแตกต่างกัน
4. ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือแตกต่างกัน
5. ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือแตกต่างกัน
6. ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือแตกต่างกัน
7. ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของคนวัยทำงานด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือและระยะเวลาในการอ่านหนังสือ
8. ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของคนวัยทำงานด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือและระยะเวลาในการอ่านหนังสือ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. การวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส และจำนวนสมาชิกในครอบครัว โดยแจกแจงจำนวนและร้อยละ ได้ดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวน และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค

ลักษณะประชากรศาสตร์		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	105	26.3
	หญิง	295	73.8
	รวม	400	100.0
อายุ	น้อยกว่า 35 ปี	241	60.3
	35 - 44 ปี	90	22.5
	45 -54 ปี	50	12.5
	55 ปีขึ้นไป*	19	4.8
	รวม	400	100.0
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	25	6.3
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	252	63.0
	ปริญญาโทขึ้นไป	123	30.8
	รวม	400	100.0
อาชีพ	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	56	14.0
	พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	334	83.5
	เจ้าของกิจการ/ค้าขาย**	10	2.5
	รวม	400	100.0
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 15,000 บาท	68	17.0
	15,001 – 30,000 บาท	196	49.0
	30,001 - 45,000 บาท	94	23.5
	45,001 บาทขึ้นไป	42	10.5
	รวม	400	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะประชากรศาสตร์		จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานภาพสมรส	โสด/หม้าย/หย่าร้าง	289	72.3
	แต่งงาน	111	27.8
	รวม	400	100.0
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	1 – 2 คน	95	23.8
	3 – 4 คน	175	43.8
	มากกว่า 4 คน	130	32.5
	รวม	400	100.0

* กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 55 ปีขึ้นไป นำมารวมกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 45-54 ปี เป็นกลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

**เนื่องจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ค้าขายมีเป็นจำนวนน้อย ไม่มีสาระสำคัญกับงานวิจัย จึงไม่นำมาใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.80 และเพศชายจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ น้อยกว่า 34 ปี จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคือ อายุ 35 – 44 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 อายุ 45 – 54 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 83.5 รองลงมาคือ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และเป็นเจ้าของกิจการ / ค้าขาย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาได้ 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และมีรายได้ 45,001 บาทขึ้นไปจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด/หม้าย/หย่าร้าง จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 รองลงมาคือ สถานภาพแต่งงาน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8

จำนวนสมาชิกในครอบครัว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคือ จำนวนสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 4 คน จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 และ จำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-2 คน จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8

2.การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงาน ในเรื่องประเภทของหนังสือที่ชอบอ่าน เนื้อเรื่องที่ชอบอ่าน แหล่งที่มาของหนังสือ ราคาหนังสือที่เหมาะสม จำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ และระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง

ตาราง 2 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือ

พฤติกรรมการอ่านหนังสือ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ประเภทหนังสือ		
นวนิยาย/เรื่องสั้น	53	13.3
หนังสือแปล	30	7.5
สารคดี	21	5.3
ตำราวิชาการ	16	4.0
หนังสือธรรมะ	26	6.5
หนังสือพิมพ์	82	20.5
นิตยสาร วารสาร	156	39.0
หนังสือการ์ตูน	16	4.0
รวม	400	100.0

ตาราง 2 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เนื้อเรื่องที่ชอบอ่าน		
เรื่องเกี่ยวกับความรัก	38	9.5
เรื่องตลก ขบขัน	28	7.0
เรื่องลึกลับ ผจญภัย สืบสวนสอบสวน	46	11.5
เรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์	12	3.0
เรื่องเกี่ยวกับศาสนา	29	7.3
เรื่องเกี่ยวกับศิลปะ และประวัติศาสตร์	12	3.0
เรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยว กีฬา	48	12.0
เรื่องเกี่ยวกับเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์	16	4.0
เรื่องเกี่ยวกับการเมือง	12	3.0
เรื่องเกี่ยวกับแฟชั่น เสื้อผ้า	67	16.8
เรื่องเกี่ยวกับธุรกิจและการจัดการ	23	5.8
เรื่องเกี่ยวกับอาหารและสุขภาพ	40	10.0
เรื่องเกี่ยวกับข่าวสารประชาชนทั่วไป	29	7.3
รวม	400	100.0
แหล่งที่มาของหนังสือ		
ซื้อจากร้านขายหนังสือทั่วไป	322	80.5
ซื้อในงานนิทรรศการหนังสือ	30	7.5
ยืมจากห้องสมุด	19	4.8
ยืมจากบุคคลอื่น	21	5.3
เช่าจากร้านหนังสือ	8	2.0
รวม	400	100.0
ราคาหนังสือที่เหมาะสม		
น้อยกว่า 50 บาท	67	16.8
51 – 100 บาท	206	51.5
101 – 200 บาท	113	28.3
201 บาท ขึ้นไป	14	3.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 2 แสดงลักษณะพฤติกรรมการการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงาน ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ประเภทหนังสือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหนังสือประเภทนิตยสาร วารสาร จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ ประเภทหนังสือพิมพ์ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ประเภทนวนิยาย/เรื่องสั้น จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ประเภทหนังสือแปล จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ประเภทหนังสือธรรมะ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ประเภทสารคดี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ประเภทตำราวิชาการ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และประเภทหนังสือการ์ตูน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

เนื้อเรื่องที่ชอบ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบอ่านหนังสือเรื่องเกี่ยวกับแฟชั่น เสื้อผ้า จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 รองลงมาคือเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยว กีฬา จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 เรื่องผจญภัย, สืบสวน สอบสวน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 เรื่องเกี่ยวกับอาหารและสุขภาพ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 เรื่องเกี่ยวกับความรัก จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 เรื่องเกี่ยวกับศาสนา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 เรื่องเกี่ยวกับประชาชนทั่วไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 เรื่องตลกขบขัน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 เรื่องเกี่ยวกับธุรกิจและการจัดการ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 เรื่องเกี่ยวกับเทคโนโลยี และคอมพิวเตอร์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 เรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 เรื่องเกี่ยวกับศิลปะ และประวัติศาสตร์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และเรื่องเกี่ยวกับการเมือง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

แหล่งที่มาของหนังสือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อหนังสือจากร้านขายหนังสือทั่วไป จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 รองลงมาคือซื้อในงานนิทรรศการหนังสือ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ยืมจากบุคคลอื่น จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ยืมจากห้องสมุด จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และเช่าจากร้านหนังสือ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ราคาหนังสือที่เหมาะสม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าหนังสือควรมีราคา 51 – 100 บาทจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมา ราคา 101 – 200 บาท จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 ราคาน้อยกว่า 50 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และราคา 201 บาทขึ้นไปจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์

พฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงาน		S.D.
จำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์	4.50	3.634

จากตาราง 3 แสดงลักษณะพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงาน มีจำนวนในการอ่านหนังสือเฉลี่ย 4.50 ครั้งต่อสัปดาห์

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง

พฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงาน		S.D.
ระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง	41.95	30.143

จากตาราง 4 แสดงลักษณะพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงาน มีระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ย 41.95 นาทีต่อครั้ง

3. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือ

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือ

ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือ	—	S.D.	คุณประโยชน์
1. การอ่านหนังสือที่มีเนื้อหาสาระทำให้ได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้น	4.41	0.642	มากที่สุด
2. การอ่านหนังสือช่วยให้เกิดความสนุกสนานและความบันเทิง	4.22	0.671	มากที่สุด
3. การอ่านหนังสือช่วยลดความตึงเครียดจากการทำงาน	4.00	0.729	มาก
4. การอ่านหนังสือช่วยพัฒนาความเจริญด้านการศึกษาศึกษาของประเทศ	4.01	0.845	มาก
5. การอ่านหนังสือทำให้เกิดจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์	4.17	0.738	มาก
6. การอ่านหนังสือช่วยทำให้เกิดทักษะและพัฒนาอาชีพ	3.95	0.731	มาก
7. การอ่านหนังสือเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	4.33	0.686	มากที่สุด
8. การอ่านหนังสือทำให้ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของโลก	4.36	0.701	มากที่สุด
9. การอ่านหนังสือทำให้พัฒนาจิตใจให้เจริญงอกงาม	3.92	0.837	มาก
ผลรวมปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือ	3.88	0.512	มาก

จากตาราง 5 แสดงปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือ โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการอ่านหนังสือมีคุณประโยชน์มาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าหนังสือมีคุณประโยชน์มากที่สุดในด้านการอ่านหนังสือที่มีเนื้อหาสาระทำให้ได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้น การอ่านหนังสือช่วยให้เกิดความสนุกสนานและความบันเทิง การอ่านหนังสือเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ การอ่านหนังสือทำให้ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของโลก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41, 4.22, 4.33 และ 4.36 ตามลำดับ และมีคุณประโยชน์มากในด้านการอ่านหนังสือช่วยลดความตึงเครียดจากการทำงาน การอ่านหนังสือช่วยพัฒนาความเจริญด้านการศึกษาศึกษาของประเทศ การอ่านหนังสือทำให้เกิดจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ การอ่านหนังสือช่วยทำให้เกิดทักษะและพัฒนาอาชีพ และการอ่านหนังสือทำให้พัฒนาจิตใจให้เจริญงอกงาม 4.00, 4.01, 4.17, 3.95 และ 3.92 ตามลำดับ

4.การวิเคราะห์ข้อมูลด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต	–	S.D	ตรงกับ รูปแบบการ ดำเนินชีวิต
ด้านกิจกรรม			
1.การใช้เวลาว่างด้วยการอ่านหนังสือประเภทต่างๆ	3.60	0.847	มาก
2.การไปสังสรรค์ และร่วมกิจกรรมทางสังคมกับ ครอบครัว หรือเพื่อน	3.62	0.876	มาก
3.การพักผ่อนโดยดูโทรทัศน์ ฟังเพลง ร้องเพลงคารา โอเกะ	3.81	0.892	มาก
4.การเล่นกีฬา / ออกกำลังกายประจำ	3.09	1.118	ปานกลาง
5.การไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ	3.49	0.981	มาก
6.การไปช้อปปิ้งตามห้างสรรพสินค้า	3.43	0.965	มาก
รวม	3.54	0.602	มาก
ด้านความสนใจ			
1. ความสนใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีและอุปกรณ์สื่อสารที่ ทันสมัย	3.61	0.866	มาก
2. ความสนใจด้านบันเทิง งานแฟชั่น ดาราภาพยนตร์	3.60	0.950	มาก
3. ความสนใจในการประดับตกแต่งบ้านและที่อยู่อาศัย	3.43	0.901	มาก
4. ความสนใจด้านการทำอาหาร	3.21	1.021	ปานกลาง
5. ความสนใจในสุขภาพ	3.72	0.865	มาก
6. ความสนใจด้านธุรกิจและการลงทุน	3.25	1.095	ปานกลาง
รวม	3.47	0.632	มาก
ผลรวมปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต	3.50	0.548	มาก

จากตาราง 6 แสดงปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยแบ่งเป็น

-ด้านกิจกรรม โดยรวมตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการใช้เวลาว่างด้วยการอ่านหนังสือประเภทต่างๆ การไปสังสรรค์และร่วมกิจกรรมทางสังคมกับครอบครัว หรือเพื่อน การพักผ่อนโดยดูโทรทัศน์ ฟังเพลง ร้องเพลงคาราโอเกะ การไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ และการไปซื้อของตามห้างสรรพสินค้าตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60, 3.62, 3.81, 3.49, 3.43 ตามลำดับ ส่วนการเล่นกีฬา / ออกกำลังกายประจำตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09

-ด้านความสนใจ โดยรวมตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถามมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการสนใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีและอุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัย ความสนใจด้านบันเทิง งานแฟชั่น ดาราภาพยนตร์ ความสนใจในการประดับตกแต่งบ้านและที่อยู่อาศัย และความสนใจในสุขภาพตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61, 3.60, 3.43, 3.72 ตามลำดับ ส่วนความสนใจด้านการทำอาหารและความสนใจด้านธุรกิจ การลงทุนตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 และ 3.25

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน

โดยใช้สถิติทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square test) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Significant (Sig.) < 0.05 พิจารณาตามส่วนของพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านแตกต่างกัน

ตาราง 7 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านโดยจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการอ่าน	เพศ		รวม		Sig
	ชาย	หญิง			
<u>ประเภทของหนังสือ</u>					
นวนิยาย เรื่องสั้น	10	43	53	21.134	0.004*
	(9.5%)	(14.6%)	(13.3%)		
หนังสือแปล	6	24	30		
	(5.7%)	(8.1%)	(7.5%)		
สารคดี	10	11	21		
	(9.5%)	(3.7%)	(5.3%)		
ตำราวิชาการ	8	8	16		
	(7.6%)	(2.7%)	(4.0%)		
หนังสือธรรมะ	8	18	26		
	(7.6%)	(6.1%)	(6.5%)		
หนังสือพิมพ์	27	55	82		
	(25.7%)	(18.6%)	(20.5%)		
นิตยสาร วารสาร	29	127	156		
	(27.6%)	(43.1%)	(39.0%)		
หนังสือการ์ตูน	7	9	16		
	(6.7%)	(3.1%)	(4.0%)		
รวม	105	295	400		
	(100%)	(100%)	(100%)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านประเภทของหนังสือที่ชอบอ่าน ค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.2

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านแตกต่างกัน

ตาราง 8 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านโดยจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการอ่าน	เพศ		รวม		Sig
	ชาย	หญิง			
<u>เนื้อเรื่องที่ชอบอ่าน</u>					
เรื่องเกี่ยวกับความรัก	4 (3.8%)	34 (11.5%)	38 (9.5%)	66.647	0.000*
เรื่องตลก ขบขัน	3 (2.9%)	25 (8.5%)	28 (7.0%)		
เรื่องลึกลับ ผจญภัย สืบสวน สอบสวน	14 (13.3%)	32 (10.8%)	46 (11.5%)		
เรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์	4 (3.8%)	8 (2.7%)	12 (3.0%)		
เรื่องเกี่ยวกับศาสนา	10 (9.5%)	19 (6.4%)	29 (7.3%)		
เรื่องเกี่ยวกับศิลปะและประวัติศาสตร์	10 (9.5%)	2 (0.7%)	12 (3.0%)		
เรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยว กีฬา	18 (17.1%)	30 (10.2%)	48 (12.0%)		
เรื่องเกี่ยวกับเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์	11 (10.5%)	5 (1.7%)	16 (4.0%)		
เรื่องเกี่ยวกับการเมือง	5 (4.8%)	7 (2.4%)	12 (3.0%)		
เรื่องเกี่ยวกับแฟชั่น เสื้อผ้า	6 (5.7%)	61 (20.7%)	67 (16.8%)		

ตาราง 8 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการอ่าน	เพศ		รวม	Sig
	ชาย	หญิง		
<u>เนื้อเรื่องที่ชอบ</u>				
เรื่องเกี่ยวกับธุรกิจและการจัดการ	6	17	23	
	(5.7%)	(5.8%)	(5.8%)	
เรื่องเกี่ยวกับอาหารและสุขภาพ	4	36	40	
	(3.8%)	(12.2%)	(10.0%)	
เรื่องเกี่ยวกับข่าวสารประชาชนทั่วไป	10	19	29	
	(9.5%)	(6.4%)	(7.3%)	
รวม	105	295	400	
	(100%)	(100%)	(100%)	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่าน ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.3

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือแตกต่างกัน

ตาราง 9 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือโดยจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมกรรมการอ่าน	เพศ		รวม		Sig
	ชาย	หญิง			
<u>แหล่งที่มาของหนังสือ</u>					
ซื้อจากร้านขายหนังสือทั่วไป	92	230	322	5.918	0.205
	(87.6%)	(78.0%)	(80.5%)		
ซื้อในงานนิทรรศการหนังสือ	7	23	30		
	(6.7%)	(7.8%)	(7.5%)		
ยืมจากห้องสมุด	3	16	19		
	(2.9%)	(5.4%)	(4.8%)		
ยืมจากบุคคลอื่น	2	19	21		
	(1.9%)	(6.4%)	(5.3%)		
เช่าจากร้านหนังสือ	1	7	8		
	(1.0%)	(2.4%)	(2.0%)		
รวม	105	295	400		
	(100%)	(100%)	(100%)		

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านแหล่งที่มาของหนังสือที่อ่าน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.205 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.4

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมแตกต่างกัน

ตาราง 10 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมโดยจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการอ่าน	เพศ		รวม		Sig
	ชาย	หญิง			
<u>ราคาหนังสือที่เหมาะสม</u>					
น้อยกว่า 50 บาท	28 (26.7%)	39 (13.2%)	67 (16.8%)	16.220	0.001*
51-100 บาท	42 (40.0%)	164 (55.6%)	206 (51.5%)		
101-200 บาท	28 (26.7%)	85 (28.8%)	113 (28.3%)		
201 บาทขึ้นไป	7 (6.7%)	7 (2.4%)	14 (3.5%)		
รวม	105 (100%)	295 (100%)	400 (100%)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านราคาหนังสือที่เหมาะสม ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.5

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่ย่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่ย่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกัน

โดยใช้สถิติทดสอบคือ Independent Samples t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างเป็นอิสระจากกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Significant (Sig.) < 0.05 พิจารณาตามส่วนของพฤติกรรมการอ่านหนังสือดังนี้

ตาราง 11 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์โดยจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการอ่านหนังสือ จำนวนครั้งที่อ่านเฉลี่ยต่อ สัปดาห์	t-tests for Equality of Means				
	N	—	S.D.	t	Sig.
เพศ					
ชาย	105	5.72	5.287	18.139	0.000*
หญิง	295	4.06	2.703		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ พฤติกรรมการอ่านหนังสือ โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ค่าสถิติพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.6

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน

ตาราง 12 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งโดยจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการอ่านหนังสือ ระยะเวลาอ่านเฉลี่ยต่อครั้ง	t-tests for Equality of Means				
	N	—	S.D.	t	Sig.
เพศ					
ชาย	105	41.19	26.289	2.317	0.129
หญิง	295	42.22	31.438		

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ พฤติกรรมการอ่านหนังสือ โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ค่าสถิติพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.129 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือ แตกต่างกัน

โดยใช้สถิติทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square test) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Significant (Sig.) < 0.05 พิจารณาตามส่วนของพฤติกรรมการอ่านหนังสือ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 2.1

H_0 : ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านแตกต่างกัน

ตาราง 13 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านโดยจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการอ่าน	อายุ			รวม		Sig
	น้อยกว่า 35 ปี	35 - 44 ปี	45 ปีขึ้นไป			
<u>ประเภทของหนังสือ</u>						
นวนิยาย เรื่องสั้น	35	11	7	53	48.828	0.000*
	(8.8%)	(2.8%)	(10.1%)	(13.3%)		
หนังสือแปล	19	5	6	30		
	(7.9%)	(5.6%)	(8.7%)	(7.5%)		
สารคดี	10	4	7	21		
	(4.1%)	(4.4%)	(10.1%)	(5.3%)		
ตำราวิชาการ	6	5	5	16		
	(2.5%)	(5.6%)	(7.2%)	(4.0%)		
หนังสือธรรมะ	6	9	11	26		
	(2.5%)	(10.0%)	(15.9%)	(6.5%)		
หนังสือพิมพ์	39	26	17	82		
	(16.2%)	(28.9%)	(24.6%)	(20.5%)		
นิตยสาร วารสาร	111	30	15	156		
	(46.1%)	(33.3%)	(21.7%)	(39.0%)		
หนังสือการ์ตูน	15	0	1	16		
	(6.2%)	(0.0%)	(1.4%)	(4.0%)		
รวม	241	90	69	400		
	(100%)	(100%)	(100%)	(100%)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่าด้านประเภทของหนังสือที่อ่านค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.2

H_0 : ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านแตกต่างกัน

ตาราง 14 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านโดยจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการอ่าน	อายุ			รวม		Sig
	น้อยกว่า 35 ปี	35 - 44 ปี	45 ปีขึ้นไป			
<u>เนื้อเรื่องที่ชอบ</u>						
เรื่องเกี่ยวกับความรัก	29 (12.0%)	3 (3.3%)	6 (8.7%)	38 (9.5%)	67.962	0.000*
เรื่องตลก ขบขัน	17 (7.1%)	8 (8.9%)	3 (4.3%)	28 (7.0%)		
เรื่องลึกลับ ผจญภัย	37	7	2	46		
สืบสวน สอบสวน	(15.4%)	(7.8%)	(2.9%)	(11.5%)		
เรื่องเกี่ยวกับ	6	2	4	12		
วิทยาศาสตร์	(2.5%)	(2.5%)	(5.8%)	(3.0%)		
เรื่องเกี่ยวกับศาสนา	6 (2.5%)	11 (12.2%)	12 (17.4%)	29 (7.3%)		
เรื่องเกี่ยวกับศิลปะและ	7	2	3	12		
ประวัติศาสตร์	(2.9%)	(2.2%)	(4.3%)	(3.0%)		
เรื่องเกี่ยวกับการ	27	14	7	48		
ท่องเที่ยว กีฬา	(11.2%)	(15.6%)	(10.1%)	(12.0%)		

ตาราง 14 (ต่อ)

พฤติกรรมການอ่าน	อายุ			รวม	Sig
	น้อยกว่า 35 ปี	35 - 44 ปี	45 ปีขึ้นไป		
<u>เนื้อเรื่องที่ชอบ</u>					
เรื่องเกี่ยวกับเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์	10	2	4	16	
	(4.1%)	(2.2%)	(5.8%)	(4.0%)	
เรื่องเกี่ยวกับการเมือง	2	4	6	12	
	(0.8%)	(4.4%)	(8.7%)	(3.0%)	
เรื่องเกี่ยวกับแฟชั่นเสื้อผ้า	50	14	3	67	
	(20.7%)	(15.6%)	(4.3%)	(16.8%)	
เรื่องเกี่ยวกับธุรกิจและการจัดการ	15	2	6	23	
	(6.2%)	(2.2%)	(8.7%)	(5.8%)	
เรื่องเกี่ยวกับอาหารและสุขภาพ	19	13	8	40	
	(7.9%)	(14.4%)	(11.6%)	(10.0%)	
เรื่องเกี่ยวกับข่าวสารประชาชนทั่วไป	16	8	5	29	
	(6.6%)	(8.9%)	(7.2%)	(7.3%)	
รวม	241	90	69	400	
	(100%)	(100%)	(100%)	(100%)	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.3

H_0 : ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือ แตกต่างกัน

ตาราง 15 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือโดยจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการอ่าน	อายุ			รวม		Sig
	น้อยกว่า 35 ปี	35 - 44 ปี	45 ปีขึ้นไป			
<u>แหล่งที่มาของหนังสือ</u>						
ซื้อจากร้านขายหนังสือทั่วไป	196 (81.3%)	80 (88.9%)	46 (66.7%)	322 (80.5%)	29.950	0.000*
ซื้อในงานนิทรรศการหนังสือ	16 (6.6%)	1 (1.1%)	13 (18.8%)	30 (7.5%)		
ยืมจากห้องสมุด	9 (3.7%)	6 (6.7%)	4 (5.8%)	19 (4.8%)		
ยืมจากบุคคลอื่น	16 (6.6%)	3 (3.3%)	2 (2.9%)	21 (5.3%)		
เช่าจากร้านหนังสือ	4 (1.7%)	0 (0.0%)	4 (5.8%)	8 (2.0%)		
รวม	241 (100%)	90 (100%)	69 (100%)	400 (100%)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านแหล่งที่มาของหนังสือ ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.4

H_0 : ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมแตกต่างกัน

ตาราง 16 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมโดยจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการอ่าน	อายุ			รวม	Sig	
	น้อยกว่า 35 ปี	35 - 44 ปี	45 ปีขึ้นไป			
<u>ราคาหนังสือที่เหมาะสม</u>						
น้อยกว่า 50 บาท	30 (12.4%)	17 (18.9%)	20 (29.0%)	67 (16.8%)	23.546	0.001*
51-100 บาท	122 (50.6%)	56 (62.2%)	28 (40.6%)	206 (51.5%)		
101-200 บาท	81 (33.6%)	16 (17.8%)	16 (23.2%)	113 (28.3%)		
201 บาทขึ้นไป	8 (3.3%)	1 (1.1%)	5 (7.2%)	14 (3.5%)		
รวม	241 (100%)	90 (100%)	69 (100%)	400 (100%)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านราคาหนังสือที่เหมาะสม ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.5

H_0 : ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกัน

โดยใช้สถิติทดสอบ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis Of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prop.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยที่ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสามารถสรุปได้ว่าค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จึงนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้การทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนี้

ตาราง 17 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์โดยจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการอ่าน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
จำนวนครั้งเฉลี่ยต่อสัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	101.838	2	50.919	3.911	0.021*
	ภายในกลุ่ม	5168.152	397	13.018		
	รวม	5269.990	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์โดยจำแนกตามอายุโดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis Of Variance: One Way ANOVA) พบว่า ด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ค่า Sig. เท่ากับ 0.021 ซึ่งค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกันเป็นรายคู่ใดบ้าง ดังนั้น จึงนำผลการวิเคราะห์ไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังต่อไปนี้

ตาราง 18 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกันจำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)

อายุ				
	–	น้อยกว่า 35 ปี	35 - 44 ปี	45 ปีขึ้นไป
		4.09	5.04	5.20
น้อยกว่า 35 ปี	4.09	-	(0.957) 0.032*	(1.116) 0.024*
35 - 44 ปี	5.04		-	(0.158) 0.784
45 ปีขึ้นไป	5.20			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี กับผู้บริโภคที่มีอายุ 35 - 44 ปี มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.032

ผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี กับผู้บริโภคที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไปมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.024

สมมติฐานข้อที่ 2.6

H_0 : ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน

ตาราง 19 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งโดยจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการอ่าน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	2179.299	2	1089.649	1.200	0.302
	ภายในกลุ่ม	360349.7	397	907.682		
	รวม	362529.0	399			

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งโดยจำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis Of Variance: One Way ANOVA) พบว่า ด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ค่า Sig. เท่ากับ 0.302 ซึ่งค่า Sig. มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือ แตกต่างกัน

โดยใช้สถิติทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square test) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Significant (Sig.) < 0.05 พิจารณาตามส่วนของพฤติกรรมการอ่านหนังสือ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 3.1

H_0 : ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านแตกต่างกัน

ตาราง 20 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านโดยจำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการอ่าน	ระดับการศึกษา			รวม	Sig	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	ปริญญาโทขึ้นไป			
<u>ประเภทของหนังสือ</u>						
นวนิยาย เรื่องสั้น	2 (8.0%)	38 (15.1%)	13 (10.6%)	53 (13.3%)	16.030	0.312
หนังสือแปล	3 (12.0%)	20 (7.9%)	7 (5.7%)	30 (7.5%)		
สารคดี	1 (4.0%)	13 (5.2%)	7 (5.7%)	21 (5.3%)		
ตำราวิชาการ	1 (4.0%)	11 (4.4%)	4 (3.3%)	16 (4.0%)		
หนังสือธรรมะ	4 (16.0%)	12 (4.8%)	10 (8.1%)	26 (6.5%)		
หนังสือพิมพ์	7 (28.0%)	54 (21.4%)	21 (17.1%)	82 (20.5%)		
นิตยสาร วารสาร	5 (20.0%)	97 (38.5%)	54 (43.9%)	156 (39.0%)		
หนังสือการ์ตูน	2 (8.0%)	7 (2.8%)	7 (5.7%)	16 (4.0%)		
รวม	25 (100%)	252 (100%)	123 (100%)	400 (100%)		

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านประเภทของหนังสือที่อ่านค่า Sig. เท่ากับ 0.312 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.2

H_0 : ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านแตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านโดยจำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการอ่าน	ระดับการศึกษา			รวม	Sig	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	ปริญญาโทขึ้นไป			
<u>เนื้อเรื่องที่ชอบอ่าน</u>						
เรื่องเกี่ยวกับความรัก	2 (8.0%)	19 (7.5%)	17 (13.8%)	38 (9.5%)	59.764	0.000*
เรื่องตลก ขบขัน	1 (4.0%)	21 (8.3%)	6 (4.9%)	28 (7.0%)		
เรื่องลึกลับ ผจญภัย	3 (12.0%)	29 (11.5%)	14 (11.4%)	46 (11.5%)		
สืบสวน สอบสวน						
เรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์	0 (0.0%)	6 (2.4%)	6 (4.9%)	12 (3.0%)		
เรื่องเกี่ยวกับศาสนา	4 (16.0%)	20 (7.9%)	5 (4.1%)	29 (7.3%)		
เรื่องเกี่ยวกับศิลปะและประวัติศาสตร์	1 (4.0%)	8 (3.2%)	3 (2.4%)	12 (3.0%)		
เรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยว กีฬา	1 (4.0%)	30 (11.9%)	17 (13.8%)	48 (12.0%)		

ตาราง 21 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการอ่าน	ระดับการศึกษา			รวม	Sig
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	ปริญญาโทขึ้นไป		
<u>เนื้อเรื่องที่ชอบอ่าน</u>					
เรื่องเกี่ยวกับเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์	0	16	0	16	
	(0.0%)	(6.3%)	(0.0%)	(4.0%)	
เรื่องเกี่ยวกับการเมือง	3	9	0	12	
	(12.0%)	(3.6%)	(0.0%)	(3.0%)	
เรื่องเกี่ยวกับแฟชั่นเสื้อผ้า	0	49	18	67	
	(0.0%)	(19.4%)	(14.6%)	(16.8%)	
เรื่องเกี่ยวกับธุรกิจและการจัดการ	2	14	7	23	
	(8.0%)	(5.6%)	(5.7%)	(5.8%)	
เรื่องเกี่ยวกับอาหารและสุขภาพ	2	17	21	40	
	(8.0%)	(6.7%)	(17.1%)	(10.0%)	
เรื่องเกี่ยวกับข่าวสารประชาชนทั่วไป	6	14	9	29	
	(24.0%)	(5.6%)	(7.3%)	(7.3%)	
รวม	25	252	123	400	
	(100%)	(100%)	(100%)	(100%)	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.3

H_0 : ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือแตกต่างกัน

ตาราง 22 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือโดยจำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการอ่าน	ระดับการศึกษา			รวม		Sig
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	ปริญญาโทขึ้นไป			
<u>แหล่งที่มาของหนังสือ</u>						
ซื้อจากร้านขายหนังสือทั่วไป	17 (68.0%)	200 (79.4%)	105 (85.4%)	322 (80.5%)	10.939	0.205
ซื้อในงานนิทรรศการหนังสือ	4 (16.0%)	21 (8.3%)	5 (4.1%)	30 (7.5%)		
ยืมจากห้องสมุด	1 (4.0%)	12 (4.8%)	6 (4.9%)	19 (4.8%)		
ยืมจากบุคคลอื่น	1 (4.0%)	15 (6.0%)	5 (4.1%)	21 (5.3%)		
เช่าจากร้านหนังสือ	2 (8.0%)	4 (1.6%)	2 (1.6%)	8 (2.0%)		
รวม	25 (100%)	252 (100%)	123 (100%)	400 (100%)		

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านแหล่งที่มาของหนังสือ ค่า Sig. เท่ากับ 0.205 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.4

H_0 : ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมแตกต่างกัน

ตาราง 23 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมโดยจำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการอ่าน	ระดับการศึกษา			รวม		Sig
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	ปริญญาโทขึ้นไป			
<u>ราคาหนังสือที่เหมาะสม</u>						
น้อยกว่า 50 บาท	9 (36.0%)	46 (18.3%)	12 (9.8%)	67 (16.8%)	14.286	0.027*
51-100 บาท	12 (48.0%)	131 (52.0%)	63 (51.2%)	206 (51.5%)		
101-200 บาท	3 (12.0%)	67 (26.6%)	43 (35.0%)	113 (28.3%)		
201 บาทขึ้นไป	1 (4.0%)	8 (3.2%)	5 (4.1%)	14 (3.5%)		
รวม	25 (100%)	252 (100%)	123 (100%)	400 (100%)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านราคาหนังสือที่เหมาะสม ค่า Sig. เท่ากับ 0.027 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.5

H_0 : ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกัน

โดยใช้สถิติทดสอบ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis Of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prop.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยที่ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสามารถสรุปได้ว่าค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จึงนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้การทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนี้

ตาราง 24 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการอ่าน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
จำนวนครั้งเฉลี่ยต่อสัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	87.748	2	40.874	3.361	0.036*
	ภายในกลุ่ม	5182.242	397	13.054		
	รวม	5269.990	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์โดยจำแนกตามระดับการศึกษาโดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis Of Variance: One Way ANOVA) พบว่า ด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ค่า Sig. เท่ากับ 0.036 ซึ่งค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกันเป็นรายคู่ใดบ้าง ดังนั้น จึงนำผลการวิเคราะห์ไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังต่อไปนี้

ตาราง 25 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกันจำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโทขึ้นไป			
	หรือเทียบเท่า			
	–	6.00	4.58	4.01
ต่ำกว่าปริญญาตรี	6.00	-	1.417	1.992
			0.062	0.012*
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.58		-	0.575
				0.149
ปริญญาโทขึ้นไป	4.01			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทขึ้นไปมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.012

สมมติฐานข้อที่ 3.6

H_0 : ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน

ตาราง 26 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งโดยจำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการอ่าน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	10937.560	2	5468.780	6.175	0.002*
	ภายในกลุ่ม	351591.4	397	885.621		
	รวม	362529.0	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งโดยจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis Of Variance: One Way ANOVA) พบว่า ด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันเป็นรายคู่ใดบ้าง ดังนั้น จึงนำผลการวิเคราะห์ไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังต่อไปนี้

ตาราง 27 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันจำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี	ปริญญาโทขึ้นไป
	หรือเทียบเท่า			
	—	55.80	38.27	46.67
ต่ำกว่าปริญญาตรี	55.80	-	17.526	9.133
			0.005*	0.163
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	38.27		-	(8.393)
				0.011*
ปริญญาโทขึ้นไป	46.67			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005

ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า กับผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทขึ้นไป มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.011

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน

โดยใช้สถิติทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square test) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Significant (Sig.) < 0.05 พิจารณาตามส่วนของพฤติกรรมการอ่านหนังสือ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 4.1

H_0 : ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านแตกต่างกัน

ตาราง 28 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านโดยจำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการอ่าน	อาชีพ		รวม		Sig
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง			
<u>ประเภทของหนังสือ</u>					
นวนิยาย เรื่องสั้น	10 (17.9%)	40 (12.0%)	50 (12.8%)	26.949	0.000*
หนังสือแปล	2 (3.6%)	27 (8.1%)	29 (7.4%)		
สารคดี	8 (14.3%)	13 (3.9%)	21 (5.4%)		
ตำราวิชาการ	4 (7.1%)	12 (3.6%)	16 (4.1%)		
หนังสือธรรมะ	8 (14.3%)	18 (5.4%)	26 (6.7%)		
หนังสือพิมพ์	12 (21.4%)	68 (20.4%)	80 (20.5%)		
นิตยสาร วารสาร	10 (17.9%)	142 (42.5%)	152 (39.0%)		
หนังสือการ์ตูน	2 (3.6%)	14 (4.2%)	16 (4.1%)		
รวม	56 (100%)	334 (100%)	390 (100%)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านประเภทของหนังสือที่อ่านค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.2

H_0 : ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่าน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่าน แตกต่างกัน

ตาราง 29 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านโดยจำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการอ่าน	อาชีพ		รวม		Sig
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง			
<u>เนื้อเรื่องที่ชอบ</u>					
เรื่องเกี่ยวกับความรัก	1 (1.8%)	35 (10.5%)	36 (9.2%)	35.294	0.000*
เรื่องตลก ขบขัน	4 (7.1%)	24 (7.2%)	28 (7.2%)		
เรื่องลึกลับ ผจญภัย สืบสวน สอบสวน	7 (12.5%)	38 (11.4%)	45 (11.5%)		
เรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์	4 (7.1%)	8 (2.4%)	12 (3.1%)		
เรื่องเกี่ยวกับศาสนา	11 (19.6%)	17 (5.1%)	28 (7.2%)		
เรื่องเกี่ยวกับศิลปะและ ประวัติศาสตร์	1 (1.8%)	11 (3.3%)	12 (3.1%)		
เรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยว กีฬา	6 (10.7%)	41 (12.3%)	47 (12.1%)		
เรื่องเกี่ยวกับเทคโนโลยีและ คอมพิวเตอร์	2 (3.6%)	14 (4.2%)	16 (4.1%)		

ตาราง 29 (ต่อ)

พฤติกรรมການอ่าน	อาชีพ		รวม	Sig
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง		
<u>เนื้อเรื่องที่ชอบ</u>				
เรื่องเกี่ยวกับการเมือง	5 (8.9%)	6 (1.8%)	11 (2.8%)	
เรื่องเกี่ยวกับแฟชั่น เสื้อผ้า	4 (7.1%)	60 (18.0%)	64 (16.4%)	
เรื่องเกี่ยวกับธุรกิจและการจัดการ	4 (7.1%)	19 (5.7%)	23 (5.9%)	
เรื่องเกี่ยวกับอาหารและสุขภาพ	4 (7.1%)	35 (10.5%)	39 (10.0%)	
เรื่องเกี่ยวกับข่าวสารประชาชนทั่วไป	3 (5.4%)	26 (7.8%)	29 (7.4%)	
รวม	56 (100%)	334 (100%)	390 (100%)	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่าน ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.3

H_0 : ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือแตกต่างกัน

ตาราง 30 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือโดยจำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมกรอ่าน	อาชีพ		รวม		Sig
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง			
<u>แหล่งที่มาของหนังสือ</u>					
ซื้อจากร้านขายหนังสือทั่วไป	41 (73.2%)	274 (82.0%)	315 (80.8%)	6.453	0.168
ซื้อในงานนิทรรศการหนังสือ	6 (10.7%)	23 (6.9%)	29 (7.4%)		
ยืมจากห้องสมุด	4 (7.1%)	13 (3.9%)	17 (4.4%)		
ยืมจากบุคคลอื่น	2 (3.6%)	19 (5.7%)	21 (5.4%)		
เช่าจากร้านหนังสือ	3 (5.4%)	5 (1.5%)	8 (2.1%)		
รวม	56 (100%)	334 (100%)	390 (100%)		

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านแหล่งที่มาของหนังสือ ค่า Sig. เท่ากับ 0.168 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.4

H_0 : ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมแตกต่างกัน

ตาราง 31 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมโดยจำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการอ่าน	อาชีพ		รวม		Sig
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง			
<u>ราคาหนังสือที่เหมาะสม</u>					
น้อยกว่า 50 บาท	18 (32.1%)	49 (14.7%)	67 (17.2%)	18.288	0.000*
51-100 บาท	17 (30.4%)	183 (54.8%)	200 (51.3%)		
101-200 บาท	21 (37.5%)	89 (26.6%)	110 (28.2%)		
201 บาทขึ้นไป	0 (0.0%)	13 (3.9%)	13 (3.3%)		
รวม	56 (100%)	334 (100%)	390 (100%)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านราคาหนังสือที่เหมาะสม ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.5

H_0 : ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกัน

โดยใช้สถิติทดสอบคือ Independent Samples t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มอย่างเป็นอิสระจากกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Significant (Sig.) < 0.05 พิจารณาตามส่วนของพฤติกรรมการอ่านหนังสือดังนี้

ตาราง 32 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์โดยจำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการอ่านหนังสือ จำนวนครั้งเฉลี่ยต่อสัปดาห์	t-tests for Equality of Means				
	N	—	S.D.	t	Sig.
อาชีพ					
ข้าราชการ/พนักงาน	56	5.18	4.222		
รัฐวิสาหกิจ				0.10	0.919
พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	334	4.37	3.505		

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ พฤติกรรมการอ่านหนังสือ โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ค่าสถิติพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.919 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.6

H_0 : ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน

ตาราง 33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งโดยจำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการอ่านหนังสือ ระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง	t-tests for Equality of Means				
	N	—	S.D.	t	Sig.
อาชีพ					
ข้าราชการ/พนักงาน	56	46.25	27.340	0.014	0.907
รัฐวิสาหกิจ					
พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	334	41.36	30.565		

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ พฤติกรรมการอ่านหนังสือ โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ค่าสถิติพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.907 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือแตกต่างกัน

โดยใช้สถิติทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square test) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Significant (Sig.)<0.05 พิจารณาตามส่วนของพฤติกรรมการอ่านหนังสือ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 5.1

H_0 : ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านแตกต่างกัน

ตาราง 34 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านโดยจำแนกตามรายได้

	รายได้						
พฤติกรรมการอ่าน	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	45,001 บาทขึ้นไป	รวม		Sig
<u>ประเภทของหนังสือ</u>							
นวนิยาย เรื่องสั้น	11 (16.2%)	29 (14.8%)	9 (9.6%)	4 (9.5%)	53 (13.3%)	23.277	0.329
หนังสือแปล	6 (8.8%)	12 (6.1%)	9 (9.6%)	3 (7.1%)	30 (7.5%)		
สารคดี	3 (4.4%)	7 (3.6%)	7 (7.4%)	4 (9.5%)	21 (5.3%)		
ตำราวิชาการ	2 (2.9%)	10 (5.1%)	4 (4.3%)	0 (0.0%)	16 (4.0%)		
หนังสือธรรมะ	6 (8.8%)	12 (6.1%)	3 (3.2%)	5 (11.9%)	26 (6.5%)		
หนังสือพิมพ์	13 (19.1%)	36 (18.4%)	22 (23.4%)	11 (26.2%)	82 (20.5%)		
นิตยสาร วารสาร	21 (30.9%)	82 (41.8%)	39 (41.5%)	14 (33.3%)	156 (39.0%)		
หนังสือการ์ตูน	6 (8.8%)	8 (4.1%)	1 (1.1%)	1 (2.4%)	16 (4.0%)		
รวม	68 (100%)	196 (100%)	94 (100%)	42 (100%)	400 (100%)		

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านประเภทของหนังสือที่อ่านค่า Sig. เท่ากับ 0.329 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 5.2

H_0 : ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านแตกต่างกัน

ตาราง 35 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านโดยจำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการอ่าน	รายได้				รวม	Sig
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	45,001 บาทขึ้นไป		
<u>เนื้อเรื่องที่ชอบ</u>						
เรื่องเกี่ยวกับความรัก	6 (8.8%)	23 (11.7%)	6 (6.4%)	3 (7.1%)	38 (9.5%)	57.959 0.012*
เรื่องตลก ขบขัน	8 (11.8%)	12 (6.1%)	4 (4.3%)	4 (9.5%)	28 (7.0%)	
เรื่องลึกลับ ผจญภัย	7 (10.3%)	31 (15.8%)	7 (7.4%)	1 (2.4%)	46 (11.5%)	
สืบสวน สอบสวน						
เรื่องเกี่ยวกับ วิทยาศาสตร์	3 (4.4%)	3 (1.5%)	6 (6.4%)	0 (0.0%)	12 (3.0%)	
เรื่องเกี่ยวกับศาสนา	5 (7.4%)	13 (6.6%)	8 (8.5%)	3 (7.1%)	29 (7.3%)	

ตาราง 35 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการอ่าน	รายได้				รวม	Sig
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001-30,000 บาท	30,001-45,000 บาท	45,001 บาทขึ้นไป		
<u>เนื้อเรื่องที่ชอบ</u>						
เรื่องเกี่ยวกับศิลปะและประวัติศาสตร์	1 (1.5%)	7 (3.6%)	0 (0.0%)	4 (9.5%)	12 (3.0%)	
เรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยว กีฬา	4 (5.9%)	22 (11.2%)	15 (16.0%)	7 (16.7%)	48 (12.0%)	
เรื่องเกี่ยวกับเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์	2 (2.9%)	7 (3.6%)	6 (6.4%)	1 (2.4%)	16 (4.0%)	
เรื่องเกี่ยวกับการการเมือง	3 (4.4%)	3 (1.5%)	6 (6.4%)	0 (0.0%)	12 (3.0%)	
เรื่องเกี่ยวกับแฟชั่นเสื้อผ้า	13 (19.1%)	31 (15.8%)	15 (16.0%)	8 (19.0%)	67 (16.8%)	
เรื่องเกี่ยวกับธุรกิจและการจัดการ	6 (8.8%)	10 (5.1%)	2 (2.1%)	5 (11.9%)	23 (5.8%)	
เรื่องเกี่ยวกับอาหารและสุขภาพ	3 (4.4%)	18 (9.2%)	15 (16.0%)	4 (9.5%)	40 (10.0%)	

ตาราง 35 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการอ่าน	รายได้				รวม	Sig
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	45,001 บาทขึ้นไป		
<u>เนื้อเรื่องที่ชอบ</u>						
เรื่องเกี่ยวกับข่าวสาร ประชาชนทั่วไป	7	16	4	2	29	
	(10.3%)	(8.2%)	(4.3%)	(4.8%)	(7.3%)	
รวม	68	196	94	42	400	
	(100%)	(100%)	(100%)	(100%)	(100%)	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านค่า Sig. เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 5.3

H_0 : ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือแตกต่างกัน

ตาราง 36 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือโดยจำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการอ่าน	รายได้				รวม	Sig
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001-30,000 บาท	30,001-45,000 บาท	45,001 บาทขึ้นไป		
<u>แหล่งที่มาของหนังสือ</u>						
ซื้อจากร้านขายหนังสือทั่วไป	52 (76.5%)	157 (80.1%)	77 (81.9%)	36 (85.7%)	322 (80.5%)	15.381 0.221
ซื้อในงานนิทรรศการหนังสือ	3 (4.4%)	15 (7.7%)	7 (7.4%)	5 (11.9%)	30 (7.5%)	
ยืมจากห้องสมุด	5 (7.4%)	7 (3.6%)	7 (7.4%)	0 (0.0%)	19 (4.8%)	
ยืมจากบุคคลอื่น	5 (7.4%)	13 (6.6%)	3 (3.2%)	0 (0.0%)	21 (5.3%)	
เช่าจากร้านหนังสือ	3 (4.4%)	4 (2.0%)	0 (0.0%)	1 (2.4%)	8 (2.0%)	
รวม	68 (100%)	196 (100%)	94 (100%)	42 (100%)	400 (100%)	

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านแหล่งที่มาของหนังสือ ค่า Sig. เท่ากับ 0.221 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 5.4

H_0 : ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมแตกต่างกัน

ตาราง 37 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมโดยจำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการอ่าน	รายได้				รวม	Sig
	ต่ำกว่า	15,001-	30,001-	45,001		
	15,000	30,000	45,000	บาทขึ้นไป		
ราคาหนังสือที่เหมาะสม						
น้อยกว่า 50 บาท	16	33	9	9	67	15.963 0.068
	(23.5%)	(16.8%)	(9.6%)	(21.4%)	(16.8%)	
51-100 บาท	30	96	63	17	206	
	(44.1%)	(49.0%)	(67.0%)	(40.5%)	(51.5%)	
101-200 บาท	20	60	20	13	113	
	(29.4%)	(30.6%)	(21.3%)	(31.0%)	(28.3%)	
201 บาทขึ้นไป	2	7	2	3	14	
	(2.9%)	(3.6%)	(2.1%)	(7.1%)	(3.5%)	
รวม	68	196	94	42	400	
	(100%)	(100%)	(100%)	(100%)	(100%)	

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านราคาหนังสือที่เหมาะสม ค่า Sig. เท่ากับ 0.068 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 5.5

H_0 : ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกัน

โดยใช้สถิติทดสอบ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis Of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า F-Prop.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยที่ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสามารถสรุปได้ว่าค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จึงนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้การทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนี้

ตาราง 38 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์โดยจำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการอ่าน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
จำนวนครั้งเฉลี่ยต่อสัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	15.336	2	5.112	0.385	0.764
	ภายในกลุ่ม	5254.654	397	13.269		
	รวม	5269.990	399			

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์โดยจำแนกตามรายได้โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis Of Variance: One Way ANOVA) พบว่า ด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ค่า Sig. เท่ากับ 0.764 ซึ่งค่า Sig. มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภครายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 5.6

H_0 : ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน

ตาราง 39 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งโดยจำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการอ่าน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	321.517	2	107.172	0.117	0.950
	ภายในกลุ่ม	362207.5	397	914.665		
	รวม	362529.0	399			

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งโดยจำแนกตามรายได้ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis Of Variance: One Way ANOVA) พบว่า ด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง Sig. เท่ากับ 0.950 ซึ่งค่า Sig. มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 6 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน

โดยใช้สถิติทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square test) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Significant (Sig.) < 0.05 พิจารณาตามส่วนของพฤติกรรมการอ่านหนังสือ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 6.1

H_0 : ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านแตกต่างกัน

ตาราง 40 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านโดยจำแนกตามสถานภาพสมรส

พฤติกรรมการอ่าน	สถานภาพสมรส		รวม		Sig
	โสด/หม้าย/หย่าร้าง	แต่งงาน			
<u>ประเภทของหนังสือ</u>					
นวนิยาย เรื่องสั้น	41	12	53	16.511	0.021*
	(14.2%)	(10.8%)	(13.3%)		
หนังสือแปล	23	7	30		
	(8.0%)	(6.3%)	(7.5%)		
สารคดี	16	5	21		
	(5.5%)	(4.5%)	(5.3%)		
ตำราวิชาการ	10	6	16		
	(3.5%)	(5.4%)	(4.0%)		
หนังสือธรรมะ	13	13	26		
	(4.5%)	(11.7%)	(6.5%)		
หนังสือพิมพ์	51	31	82		
	(17.6%)	(27.9%)	(20.5%)		
นิตยสาร วารสาร	121	35	156		
	(41.9%)	(31.5%)	(39.0%)		
หนังสือการ์ตูน	14	2	16		
	(4.8%)	(1.8%)	(4.0%)		
รวม	289	111	400		
	(100%)	(100%)	(100%)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านประเภทของหนังสือที่อ่านค่า Sig. เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 6.2

H_0 : ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านแตกต่างกัน

ตาราง 41 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านโดยจำแนกตามสถานภาพสมรส

พฤติกรรมการอ่าน	สถานภาพสมรส		รวม		Sig
	โสด/หม้าย/ หย่าร้าง	แต่งงาน			
<u>เนื้อเรื่องที่ชอบ</u>					
เรื่องเกี่ยวกับความรัก	32 (11.1%)	6 (5.4%)	38 (9.5%)	46.183	0.000*
เรื่องตลก ขบขัน	19 (6.6%)	9 (8.1%)	28 (7.0%)		
เรื่องลึกลับ ผจญภัย สืบสวน สอบสวน	41 (14.2%)	5 (4.5%)	46 (11.5%)		
เรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์	6 (2.1%)	6 (5.4%)	12 (3.0%)		
เรื่องเกี่ยวกับศาสนา	14 (4.8%)	15 (13.5%)	29 (7.3%)		
เรื่องเกี่ยวกับศิลปะและ ประวัติศาสตร์	10 (3.5%)	2 (1.8%)	12 (3.0%)		
เรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยว กีฬา	38 (13.1%)	10 (9.0%)	48 (12.0%)		
เรื่องเกี่ยวกับเทคโนโลยีและ คอมพิวเตอร์	10 (3.5%)	6 (5.4%)	16 (4.0%)		

ตาราง 41 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการอ่าน	สถานภาพสมรส		รวม	Sig
	โสด/หม้าย/ หย่าร้าง	แต่งงาน		
<u>เนื้อเรื่องที่ชอบ</u>				
เรื่องเกี่ยวกับการเมือง	2 (0.7%)	10 (9.0%)	12 (3.0%)	
เรื่องเกี่ยวกับแฟชั่น เสื้อผ้า	54 (18.7%)	13 (11.7%)	67 (16.8%)	
เรื่องเกี่ยวกับธุรกิจและการจัดการ	17 (5.9%)	6 (5.4%)	23 (5.8%)	
เรื่องเกี่ยวกับอาหารและสุขภาพ	25 (8.7%)	15 (13.5%)	40 (10.0%)	
เรื่องเกี่ยวกับข่าวสารประชาชนทั่วไป	21 (7.3%)	8 (7.2%)	29 (7.3%)	
รวม	289 (100%)	111 (100%)	400 (100%)	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่าน ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 6.3

H_0 : ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือแตกต่างกัน

ตาราง 42 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือโดยจำแนกตามสถานภาพสมรส

พฤติกรรมการอ่าน	สถานภาพสมรส		รวม		Sig
	โสด/หม้าย/ หย่าร้าง	แต่งงาน			
<u>แหล่งที่มาของหนังสือ</u>					
ซื้อจากร้านขายหนังสือทั่วไป	235	87	322	8.019	0.091
	(81.3%)	(78.4%)	(80.5%)		
ซื้อในงานนิทรรศการหนังสือ	17	13	30		
	(5.9%)	(11.7%)	(7.5%)		
ยืมจากห้องสมุด	15	4	19		
	(5.2%)	(3.6%)	(4.8%)		
ยืมจากบุคคลอื่น	18	3	21		
	(6.2%)	(2.7%)	(5.3%)		
เช่าจากร้านหนังสือ	4	4	8		
	(1.4%)	(3.6%)	(2.0%)		
รวม	289	111	400		
	(100%)	(100%)	(100%)		

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านแหล่งที่มาของหนังสือ ค่า Sig. เท่ากับ 0.091 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 6.4

H_0 : ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมแตกต่างกัน

ตาราง 43 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมโดยจำแนกตามสถานภาพสมรส

พฤติกรรมการอ่าน	สถานภาพสมรส		รวม	Sig	
	โสด/หม้าย/ หย่าร้าง	แต่งงาน			
<u>ราคาหนังสือที่เหมาะสม</u>					
น้อยกว่า 50 บาท	38 (13.1%)	29 (26.1%)	67 (16.8%)	10.029	0.018*
51-100 บาท	153 (52.9%)	53 (47.7%)	206 (51.5%)		
101-200 บาท	87 (30.1%)	26 (23.4%)	113 (28.3%)		
201 บาทขึ้นไป	11 (3.8%)	3 (2.7%)	14 (3.5%)		
รวม	289 (100%)	111 (100%)	400 (100%)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ด้านราคาหนังสือที่เหมาะสม ค่า Sig. เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 6.5

H_0 : ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งทีอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งทีอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกัน

โดยใช้สถิติทดสอบคือ Independent Samples t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มอย่างเป็นอิสระจากกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Significant (Sig.) < 0.05 พิจารณาตามส่วนของพฤติกรรมการอ่านหนังสือดังนี้

ตาราง 44 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งทีอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส

พฤติกรรมการอ่านหนังสือ จำนวนครั้งเฉลี่ยต่อสัปดาห์	t-tests for Equality of Means				
	N	—	S.D.	t	Sig.
สถานภาพสมรส					
โสด/หม้าย/หย่าร้าง	289	4.45	3.987	5.150	0.024*
แต่งงาน	111	4.62	2.541		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ พฤติกรรมการอ่านหนังสือ โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ค่าสถิติพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งทีอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งทีอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 6.6

H_0 : ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน

ตาราง 45 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งโดยจำแนกตามสถานภาพสมรส

พฤติกรรมการอ่านหนังสือ ระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง	t-tests for Equality of Means				
	N	—	S.D.	t	Sig.
สถานภาพสมรส					
โสด/หม้าย/หย่าร้าง	289	44.22	33.077	11.569	0.001*
แต่งงาน	111	36.04	19.553		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ พฤติกรรมการอ่านหนังสือ โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ค่าสถิติพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 7 ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงาน

โดยใช้สถิติทดสอบคือ สถิติวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson ' s Correlation Coefficient) ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Significant (Sig.)<0.05 พิจารณาตามส่วนของพฤติกรรมการอ่านหนังสือดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 7.1

H_0 : ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งทีอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์

H_1 : ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งทีอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์

ตาราง 46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคุณประโยชน์ของหนังสือกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งทีอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์

พฤติกรรมการอ่านหนังสือ	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
จำนวนครั้งเฉลี่ยต่อสัปดาห์	0.123*	0.014	ต่ำมาก

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคุณประโยชน์ของหนังสือกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งทีอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งทีอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.123 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 7.2

H_0 : ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง

H_1 : ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง

ตาราง 47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคุณประโยชน์ของหนังสือกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง

พฤติกรรมการอ่านหนังสือ	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง	0.026	0.598	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตาราง 47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคุณประโยชน์ของหนังสือกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.598 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.026 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 8 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือ

โดยใช้สถิติทดสอบคือ สถิติวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%และจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Significant (Sig.)<0.05 พิจารณาตามส่วนของพฤติกรรมการอ่านหนังสือดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 8.1

H_0 : ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์

H_1 : ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์

ตาราง 48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์

รูปแบบการดำเนินชีวิต	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านกิจกรรม	-0.087	0.083	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความสนใจ	-0.005	0.917	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตาราง 48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.083 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -0.087 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.917 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -0.005 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 8.2

H_0 : ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง

H_1 : ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง

ตาราง 49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้าน
ระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง

รูปแบบการดำเนินชีวิต	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านกิจกรรม	-0.054	0.282	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านความสนใจ	-0.023	0.643	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตาราง 49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.282 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -0.054 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.643 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -0.023 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 50 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานผู้บริโภคมียุคแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ผู้บริโภคมียุคแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ผู้บริโภคมียุคแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ผู้บริโภคมียุคแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ผู้บริโภคมียุคแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ผู้บริโภคมียุคแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ผู้บริโภคมียุคแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 51 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานผู้บริโภคมียุคแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ผู้บริโภคมียุคแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ผู้บริโภคมียุคแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ผู้บริโภคมียุคแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ผู้บริโภคมียุคแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 51 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ผู้บริโภคมียุ่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ผู้บริโภคมียุ่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 52 แสดงการสรุปผลทดสอบสมมติฐานผู้บริโภคมียุ่ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือแตกต่างกัน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ผู้บริโภคมียุ่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ผู้บริโภคมียุ่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ผู้บริโภคมียุ่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ผู้บริโภคมียุ่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ผู้บริโภคมียุ่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ผู้บริโภคมียุ่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 55 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานผู้บริโภคมที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ผู้บริโภคมที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ผู้บริโภคมที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ผู้บริโภคมที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ผู้บริโภคมที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ผู้บริโภคมที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ผู้บริโภคมที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 56 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของคนวัยทำงานด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือและระยะเวลาในการอ่านหนังสือ

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 57 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของคนวัยทำงานด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือและระยะเวลาในการอ่านหนังสือ

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมและด้านความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมและด้านความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงาน รวมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงาน เพื่อจะได้นำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ในการส่งเสริมการอ่านและปรับปรุงเนื้อหาหนังสือให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในด้านพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานครด้วย โดยมีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการอ่านหนังสือของคนวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านกิจกรรมและด้านความสนใจ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและพฤติกรรมการอ่านหนังสือของคนวัยทำงานในด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือและระยะเวลาที่อ่านหนังสือ
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการอ่านหนังสือของคนวัยทำงานในด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือและระยะเวลาที่อ่านหนังสือ
6. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการอ่านหนังสือของคนวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานครจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส

ความสำคัญของงานวิจัย

1. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลวัยทำงานของประเทศ โดยสามารถนำผลวิจัยไปเป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุง ส่งเสริมและพัฒนาลักษณะนิสัยการอ่านหนังสือให้กับประชากรวัยทำงานของประเทศ

2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารองค์กรในการนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้ส่งเสริมการอ่านให้กับบุคลากรในองค์กรเพื่อให้ตรงกับความต้องการของบุคลากรและจะเป็นการพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพของบุคลากรในองค์กร

3. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการเกี่ยวกับหนังสือในการบรรจุเป้าหมายทางธุรกิจโดยการนำผลที่ได้จากการวิจัยในด้านพฤติกรรมในการอ่านหนังสือไปปรับปรุงเนื้อหาและราคาให้เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการในการเลือกซื้อหนังสือของผู้บริโภคที่เป็นบุคคลวัยทำงาน

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน
2. ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน
3. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน
4. ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน
5. ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน
6. ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือแตกต่างกัน
7. ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของคนวัยทำงานในด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือและระยะเวลาในการอ่านหนังสือ
8. ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของคนวัยทำงานในด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือและระยะเวลาในการอ่านหนังสือ

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชาชนวัยทำงานที่มีงานทำอายุตั้งแต่ 23 ปีขึ้นไปที่อยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenient Sampling) เพื่อเลือกผู้ตอบแบบสอบถามสำหรับบุคคลวัยทำงานที่มีงานทำที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 23 ปีขึ้นไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของคนวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร แบบสอบถามเป็นลักษณะเป็นที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Questions) แบบคำถามหลายตัวเลือก (Multiple Choice)

แบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questions) และ แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่าตอบ (Likert Scale Questions) โดยมีการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ลักษณะคำถามเป็นแบบคำถามหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นแบบสอบถามถึงพฤติกรรมในการอ่านหนังสือ มีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ และคำถามปลายเปิด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือ เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นด้านคุณประโยชน์ของหนังสือ แบบสอบถามมีลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่าตอบ

ส่วนที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลวัยทำงาน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม และด้านความสนใจ โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่าตอบ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 -31 มกราคม 2553

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด มาตรวจความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ล่วงหน้า และบันทึกข้อมูลลงในโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC

3. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประชากรศาสตร์ คิดเป็นความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงาน คิดเป็นความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย

5. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือ โดยหาร้อยละ (Percentage)

ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

6. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยหาร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

7. การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ T-Test

8. การทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-square) ในการวิเคราะห์ความแตกต่าง
9. การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-Way Anova) ในการหาความแตกต่าง
10. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ในการหาความสัมพันธ์

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร มีผลการศึกษารูปได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1. ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.80 และเพศชายจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ น้อยกว่า 34 ปี จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคือ อายุ 35 – 44 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 อายุ 45 – 54 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 83.5 รองลงมาคือ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และเป็นเจ้าของกิจการ / ค้าขาย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือ รายได้ 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และมีรายได้ 45,001 บาทขึ้นไปจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด/หม้าย/หย่าร้าง จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 รองลงมาคือ สถานภาพแต่งงาน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8

จำนวนสมาชิกในครอบครัว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคือ จำนวนสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 4 คน จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 และ จำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-2 คน จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8

ส่วนที่ 2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงาน

ประเภทหนังสือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหนังสือประเภทนิตยสาร วารสาร จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ ประเภทหนังสือพิมพ์ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ประเภทนวนิยาย/เรื่องสั้น จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ประเภทหนังสือแปล จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ประเภทหนังสือธรรมะ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ประเภทสารคดี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ประเภทตำราวิชาการ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และประเภทหนังสือการ์ตูน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

เนื้อเรื่องที่ชอบ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบอ่านหนังสือเรื่องเกี่ยวกับแฟชั่น เสื้อผ้า จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 รองลงมาคือเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยว กีฬา จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 เรื่องผจญภัย, สืบสวน สอบสวน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 เรื่องเกี่ยวกับอาหารและสุขภาพ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 เรื่องเกี่ยวกับความรัก จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 เรื่องเกี่ยวกับศาสนา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 เรื่องเกี่ยวกับประชาชนทั่วไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 เรื่องตลกขบขัน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 เรื่องเกี่ยวกับธุรกิจและการจัดการ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 เรื่องเกี่ยวกับเทคโนโลยี และคอมพิวเตอร์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 เรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 เรื่องเกี่ยวกับศิลปะ และประวัติศาสตร์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และเรื่องเกี่ยวกับการเมือง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

แหล่งที่มาของหนังสือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อหนังสือจากร้านขายหนังสือทั่วไป จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 รองลงมาคือซื้อในงานนิทรรศการหนังสือ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ยืมจากบุคคลอื่น จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ยืมจากห้องสมุด จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และเช่าจากร้านหนังสือ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ราคาหนังสือที่เหมาะสม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าหนังสือควรมีราคา 51 – 100 บาท จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมา ราคา 101 – 200 บาท จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 ราคาน้อยกว่า 50 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และราคา 201 บาทขึ้นไปจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

จำนวนครั้งในการอ่านหนังสือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนครั้งในการอ่านหนังสือเฉลี่ย 4.50 ครั้งต่อสัปดาห์

ระยะเวลาในการอ่านหนังสือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ย 41.95 นาทีต่อครั้ง

ส่วนที่ 3. ปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงาน

ผลการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของคุณประโยชน์ของหนังสือ พบว่า การอ่านหนังสือที่มีเนื้อหาสาระทำให้ได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้น การอ่านหนังสือช่วยให้เกิดความสนุกสนานและความบันเทิง การอ่านหนังสือเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ การอ่านหนังสือทำให้ทันสมัย ทันท่วงทีเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวต่างๆของโลก มีความคิดเห็นว่าหนังสือมีคุณประโยชน์มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41, 4.22, 4.33 และ 4.36 ตามลำดับ ส่วนการอ่านหนังสือช่วยลดความตึงเครียดจากการทำงาน การอ่านหนังสือช่วยพัฒนาความเจริญด้านการศึกษานองประเทศ การอ่านหนังสือทำให้เกิดจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ การอ่านหนังสือช่วยทำให้เกิดทักษะและพัฒนาอาชีพ และการอ่านหนังสือทำให้พัฒนาจิตใจให้เจริญองงาม มีความคิดเห็นว่าหนังสือมีคุณประโยชน์มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00, 4.01, 4.17, 3.95 และ 3.92 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมว่า การอ่านหนังสือมีคุณประโยชน์มาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88

ส่วนที่ 4. รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลวัยทำงาน

ด้านกิจกรรม การใช้เวลาว่างด้วยการอ่านหนังสือประเภทต่างๆ การไปสังสรรค์และร่วมกิจกรรมทางสังคมกับครอบครัวหรือเพื่อน การพักผ่อนโดยดูโทรทัศน์ ฟังเพลง ร้องเพลงคาราโอเกะ การไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ และการไปซื้อของตามห้างสรรพสินค้า มีรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านกิจกรรมตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60, 3.62, 3.81, 3.49, 3.43 ตามลำดับ ส่วนการเล่นกีฬา / ออกกำลังกายประจำตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09

ด้านความสนใจ การมีความสนใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีและอุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัย การมีความสนใจด้านบันเทิง งานแฟชั่น ดาราภาพยนตร์ การมีความสนใจในการประดับตกแต่งบ้านและที่อยู่อาศัย และการมีความสนใจในสุขภาพ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61, 3.60, 3.43, 3.72 ตามลำดับ ส่วนความสนใจด้านการทำอาหารและความสนใจด้านธุรกิจ การลงทุนตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 และ 3.25

การทดสอบสมมติฐาน

- ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมไม่แตกต่างกัน
- ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน
- ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6. ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือแตกต่างกัน
ผลการศึกษาพบว่า

- ผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านประเภทของหนังสือที่อ่านแตกต่างกัน
- ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านแตกต่างกัน
- ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านแหล่งที่มาของหนังสือไม่แตกต่างกัน
- ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมแตกต่างกัน
- ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์แตกต่างกัน
- ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 7. ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของคณวิทำงานด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือและระยะเวลาในการอ่านหนังสือ

ผลการศึกษาพบว่า

- ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.123
- ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.026

สมมติฐานที่ 8. ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของคณวิทำงานด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือและระยะเวลาในการอ่านหนังสือ

ผลการศึกษาพบว่า

- ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -0.087
- ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -0.005
- ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -0.054
- ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -0.023

อภิปรายผล

จากการศึกษา ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ปรากฏผลว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุน้อยกว่า 35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีสถานภาพโสดหรือหย่าร้าง เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 15,000-30,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับพิภพ ไทยบุญนาถ (2547) พบว่าผู้อ่านหนังสือบันเทิงคดีส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-34 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง โดยมีรายได้ต่อเดือน 10,001-30,000 บาท มีสถานภาพโสด และปัญญาดา ชินรักษ์บำรุง(2551) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ 10,001-20,000 บาท และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี

2.การวิเคราะห์พฤติกรรมในการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหนังสือประเภทนิยายสารและวารสารมากที่สุด สอดคล้องกับสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2551) พบว่าคนที่มีวัยแตกต่างกัน มีความสนใจเลือกประเภทหนังสือที่อ่านแตกต่างกัน โดยวัยเด็กอ่านแบบเรียน/ตำราเรียนตามหลักสูตรสูงสุดร้อยละ 82.0 รองลงมาคือนวนิยาย/การ์ตูน/หนังสืออ่านเล่น สำหรับวัยอื่นส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ รองลงมาจะเลือกประเภทหนังสือที่อ่านแตกต่างกันตามวัย คือ วัยเยาวชนอ่านนวนิยาย/การ์ตูน/หนังสืออ่านเล่น วัยทำงานอ่านนิยายสาร และวัยสูงอายุอ่านหนังสือ/เอกสารเกี่ยวกับคำสอนทางศาสนา

นอกจากนี้จากการวิจัยพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของหนังสือโดยซื้อหนังสือจากร้านขายหนังสือทั่วไป และราคาของหนังสือที่เหมาะสมควรมีราคา 51-100 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ

พิภพ ไทยบุญนาท (2547) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อหนังสือจากร้านหนังสือใน ศูนย์การค้าร้อยละ 54 และแผงร้านขายหนังสือทั่วไป ร้อยละ 37.5 หนังสือควรมีราคา 51-100 บาท อีกทั้งยังสอดคล้องกับนิพนธ์ ทัพพะกุลธร (2537) พบว่าแหล่งที่นักเรียนซื้อหนังสือบันเทิงคดี มากที่สุด คือ ร้านหนังสือทั่วไป แหล่งที่นักเรียนซื้อหนังสือสารคดีมากที่สุด คือ ร้านหนังสือใน ศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า

ด้านความถี่ในการอ่านหนังสือต่อครั้งในสัปดาห์จากการวิจัยพบว่าผู้อ่านส่วนใหญ่อ่าน หนังสือเฉลี่ย 3 ครั้งต่อสัปดาห์ สอดคล้องกับ ปัญญา ชินรักษ์บำรุง (2551) พบว่า จากการสำรวจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการอ่านหนังสือประมาณสัปดาห์ละ 2-3 วัน

3. การวิเคราะห์ความแตกต่างทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการ อ่านหนังสือ

- ลักษณะประชากรด้านเพศ

ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันจะมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือ ด้านประเภทของหนังสือที่อ่าน ด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่าน ด้านราคาหนังสือที่เหมาะสม ด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้อ่านที่เพศชาย เลือกอ่านประเภทหนังสือ แนวเนื้อเรื่อง มีความคิดเห็นต่อ ราคาหนังสือที่เหมาะสม และใช้เวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ที่แตกต่างจากเพศหญิง เนื่องจากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ว่า ผู้บริโภคเพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกันในเรื่องความ สนใจและกิจกรรมจึงทำให้มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือที่เหมาะสมกับความสนใจของตน

ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันจะมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือ ด้านแหล่งที่มาของหนังสือ และด้าน ระยะเวลาที่อ่านหนังสือไม่แตกต่างกัน หมายความว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงสามารถซื้อหนังสือ ได้จากแหล่งเดียวกัน เนื่องจากหนังสือสามารถหาซื้อได้จากแหล่งทั่วไปเหมือนกัน

- ลักษณะประชากรด้านอายุ

ผู้บริโภคที่มีช่วงอายุต่างกันจะมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือ ด้านประเภทหนังสือที่อ่าน ด้าน เนื้อเรื่องที่อ่าน ด้านแหล่งที่มาของหนังสือ ด้านราคาหนังสือที่เหมาะสม ด้านจำนวนครั้งที่อ่านต่อ สัปดาห์ ด้านระยะเวลาในการอ่านต่อครั้ง แตกต่างกัน คือ ผู้อ่านที่มีอายุมากกว่าเลือกอ่านประเภท ธรรมะมากกว่าผู้อ่านที่มีอายุน้อย ผู้อ่านที่มีอายุมากกว่าอ่านหนังสือเกี่ยวกับสุขภาพแต่ผู้อ่านที่มี อายุอ่อนนิยมอ่านหนังสือเกี่ยวกับความรัก สอดคล้องกับสำนักงานสถิติแห่งชาติ(2551) สำรวจการ อ่านหนังสือของประชากร พ.ศ.2551 พบว่าคนที่วัยแตกต่างกัน มีความสนใจเลือกประเภทหนังสือ ที่อ่านแตกต่างกัน

- ลักษณะประชากรด้านระดับการศึกษา

ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือ ด้านประเภทของหนังสือ ด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่าน ด้านจำนวนครั้งที่อ่านเฉลี่ยต่อสัปดาห์ และด้านระยะเวลาที่อ่านเฉลี่ยต่อครั้ง

แตกต่างกัน หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงอาจจะนิยมอ่านหนังสือประเภทหนังสือแปล แต่ผู้อ่านที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าานิยมอ่านหนังสือพิมพ์ ผู้อ่านที่มีการศึกษาสูงอ่านหนังสือเกี่ยวกับเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์ แต่ผู้อ่านที่มีการศึกษาต่ำอ่านหนังสือเกี่ยวกับแฟชั่น เสื้อผ้า ผู้อ่านที่มีระดับการศึกษาสูงอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์มากกว่าผู้อ่านที่มีศึกษาน้อย และผู้อ่านที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าจะใช้เวลาในการอ่านเฉลี่ยต่อครั้งมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อยกว่า

ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือ ด้านแหล่งที่มาของหนังสือ ไม่แตกต่างกัน คือ ผู้อ่านที่มีระดับการศึกษาต่างก็สามารรถที่จะซื้อหนังสือจากแหล่งต่างๆไป ได้เหมือนกัน

- ลักษณะประชากรด้านอาชีพ

ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันจะมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือ ด้านประเภทของหนังสือที่อ่าน ด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่าน และด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชนและเจ้าของกิจการอ่านประเภทของหนังสือและแนวเนื้อเรื่องที่ต่างกันออกไป เนื่องจากความสนใจของบุคคลที่ทำงานแตกต่างกัน อาจจะนิยมอ่านหนังสือที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของตน และเมื่อประกอบอาชีพต่างกันก็จะพอใจในราคาหนังสือต่างกัน

ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันจะมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือ ด้านแหล่งที่มาของหนังสือ ด้านจำนวนครั้งที่อ่านเฉลี่ยต่อสัปดาห์ และระยะเวลาที่อ่านเฉลี่ยต่อครั้ง ไม่แตกต่างกัน คือ ผู้อ่านที่เป็นข้าราชการ เจ้าของกิจการ และพนักงานบริษัทเอกชนต่างก็สามารถหาซื้อหนังสือได้จากแหล่งเดียวกัน ส่วนในเรื่องจำนวนครั้งที่อ่านเฉลี่ยต่อสัปดาห์และระยะเวลาที่อ่านเฉลี่ยต่อครั้งที่ไม่ต่างกัน เนื่องจาก คนวัยทำงานที่ต้องใช้เวลาในการทำงาน ต่างมีเวลาว่างในการอ่านหนังสือไม่แตกต่างกัน

- ลักษณะประชากรด้านรายได้

ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกันจะมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือ ด้านประเภทของหนังสือ และด้านเนื้อเรื่องที่ชอบอ่าน ต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้มากชอบอ่านหนังสือประเภทหนึ่ง มีแนวเนื้อเรื่องอย่างหนึ่ง ส่วนผู้ที่มีรายได้น้อยกว่าชอบอ่านหนังสืออีกประเภทหนึ่ง และมีแนวเนื้อเรื่องต่างออกไป

ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกันจะมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือ ด้านแหล่งที่มาของหนังสือ ด้านราคาหนังสือ ด้านจำนวนครั้งที่อ่านเฉลี่ยต่อสัปดาห์ และด้านระยะเวลาที่อ่านต่อครั้ง ไม่แตกต่างกัน คือ ผู้อ่านจะมีรายได้มากน้อยต่างกันเพียงไร ก็สามารถที่จะซื้อหนังสือจากร้านหนังสือต่างๆไปได้เช่นเดียวกัน รวมทั้งมีเวลาในการอ่านหนังสือไม่ต่างกัน

- ลักษณะประชากรด้านสถานภาพสมรส

ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสต่างกันจะมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือ ด้านประเภทของหนังสือที่อ่าน ด้านเนื้อเรื่องที่อ่าน ด้านราคาหนังสือที่เหมาะสม ด้านจำนวนครั้งที่อ่านต่อสัปดาห์ และด้านระยะเวลาที่อ่านต่อครั้ง ต่างกัน กล่าวคือ ผู้บริโภคที่เป็นโสดหรือที่สมรส จะอ่านหนังสือประเภทที่แตกต่างกันไป รวมทั้งมีแนวเนื้อเรื่องที่ชอบอ่านต่างกันด้วย ซึ่งไม่สอดคล้องกับอัญชนี วิชยาภัย (2540) ที่พบว่า สถานภาพสมรสที่ต่างกัน ไม่ได้ทำให้มีพฤติกรรมการบริโภคต่างกัน ไม่ว่าคนโสด

คนที่แต่งงานแล้ว หรือคนที่มีการหย่าร้าง ต่างมีการบริโภคที่ใกล้เคียงกัน ส่วนด้านจำนวนครั้งที่อ่านต่อสัปดาห์และด้านระยะเวลาที่อ่านต่อครั้ง ผู้ที่โสดหรือผู้ที่สมรสแล้ว มีเวลาในการอ่านหนังสือที่ต่างกันไป ตามเวลาที่ตนสะดวก

ผู้บริโภคที่มีสถานภาพต่างกันจะมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือ ด้านแหล่งที่มาของหนังสือไม่แตกต่างกัน กล่าวคือผู้อ่านที่เป็นโสด หรือสมรสก็สามารถซื้อหนังสือได้จากแหล่งที่เดียวกัน

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานครในด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือและระยะเวลาที่อ่านหนังสือ พบว่า

- ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ ถ้าบุคคลที่มีความเห็นว่าหนังสือมีคุณประโยชน์มากก็อาจจะไม่อ่านหนังสือบ่อยครั้ง

- ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือ ไม่มีความสัมพันธ์กัน แสดงว่าบุคคลที่มีความเห็นว่าหนังสือมีคุณประโยชน์มากอาจจะไม่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือมากนัก

5. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมและด้านความสนใจกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์และด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง โดยพบว่า ทั้งปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมและด้านความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์และด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง กล่าวคือ ผู้บริโภคที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมและด้านความสนใจตรงกับแบบสอบถามมากหรือน้อย อาจจะอ่านหนังสือเป็นจำนวนครั้งเฉลี่ยต่อสัปดาห์และระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้งมากหรือน้อยก็ได้ โดยไม่มีความสัมพันธ์กันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมและด้านความสนใจกับจำนวนครั้งที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์และระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง โดยแตกต่างจาก สุนทรี พชรพันธ์ (2541:34) ที่พบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตที่ทำการศึกษานั้นสามารถบ่งบอกถึงการใช้ชีวิตได้ดีที่สุด โดยเฉพาะชีวิตในเขตเมืองที่มีความหลากหลายและแตกต่างกันอย่างมากและยังสามารถเป็นตัวทำนายพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตจะสะท้อนถึงสิ่งที่ผู้บริโภคสนใจต่อสิ่งรอบข้างที่มีความแตกต่างกันในแต่ละคน แต่มีความคล้ายคลึงกันภายในกลุ่มที่สนใจในสิ่งเดียวกัน ซึ่งนักการตลาดสามารถใช้ประโยชน์จากการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตที่คล้ายกันในการทำการตลาดแบบเฉพาะส่วน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับหนังสือ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนเองให้ได้มากที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่าลักษณะประชากรศาสตร์ทุกด้าน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรส มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงาน ดังนั้นควรนำผลการวิจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์มาเป็นกลยุทธ์ในการพิจารณาจัดพิมพ์หนังสือ ให้เหมาะสมตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกัน เช่น ปัจจัยด้านเพศ ควรมีหนังสือที่เฉพาะสำหรับแต่ละเพศ ตัวอย่างเช่น หนังสือนิตยสารสำหรับผู้ชาย และหนังสือนิตยสารสำหรับผู้หญิง เป็นต้น หรือปัจจัยด้านอายุ ผู้จัดพิมพ์ควรหาแนวเนื้อเรื่องให้เหมาะสมกับอายุของผู้อ่าน และควรมีให้เลือกอย่างหลากหลาย

2. จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 23-35 ปี ซึ่งประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท และส่วนใหญ่ใช้จำนวนเงินซื้อหนังสือแต่ละครั้งประมาณ 51-100 บาท ดังนั้นผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจหนังสือทั้งผู้ผลิตและจัดจำหน่ายควรให้ความสำคัญกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายดังกล่าวเพื่อจะทำให้จัดจำหน่ายได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

3. จากการศึกษาพบว่าในปัจจุบันหนังสือประเภท นิตยสาร วารสาร มีจำนวนผู้อ่านอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นนิตยสารประเภทเกี่ยวกับ แฟชั่น เสื้อผ้า ดังนั้นผู้ทำธุรกิจเกี่ยวกับหนังสือควรมีการจัดหาหนังสือประเภทนี้มาวางจำหน่ายให้มากเป็นพิเศษ เพราะจะทำให้ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าบุคคลวัยทำงานได้

4. จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมในการอ่านหนังสือด้านราคาหนังสือที่เหมาะสมแตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการเกี่ยวกับหนังสือควรตั้งราคาหนังสือให้เหมาะสมกับลักษณะประชากรศาสตร์ดังกล่าว เพื่อประโยชน์ในการกระตุ้นยอดขายได้

5. ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณสมบัติของหนังสือไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านหนังสือด้านระยะเวลาที่อ่านหนังสือเฉลี่ยต่อครั้ง แสดงว่าผู้อ่านที่คิดว่าหนังสือมีคุณสมบัติอาจไม่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือต่อครั้งมากนัก ดังนั้นในการส่งเสริมให้ผู้อ่านอ่านหนังสือให้มากขึ้นควรพิจารณาถึงปัจจัยด้านอื่นๆประกอบ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในแต่ละจังหวัดมาเปรียบเทียบ
2. ควรทำการศึกษาปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยอื่นๆ เช่น วัยเด็ก วัยรุ่น และวัยสูงอายุ เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยของบุคคลแต่ละวัยมาเปรียบเทียบ
3. ควรทำการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตทั้งด้านกิจกรรมและด้านความสนใจที่มีผลต่อการเลือกประเภทและแนวเนื้อเรื่องของหนังสือ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2546). การวิเคราะห์สถิติ:สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย.
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2551). การใช้ SPSS FOR WINDORSในการวิเคราะห์ข้อมูล
กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธรรมสาร
- กฤษณ์ เวชสาร.(2542).การวิจัยตลาด.กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ฉวีลักษณ์ บุญยะกาญจน์.(2524).จิตวิทยาการอ่าน.กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิต
การพิมพ์.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ.(2551).การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSS. กรุงเทพฯ : บริษัท เอส.
อาร์.พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2535). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนา
พานิช จำกัด
- ปัญญดา ชินรัชบำรุง.(2551).พฤติกรรมกรรมการอ่านของประชาชนกลุ่มอายุ 20 ปีขึ้นไปในเขต
กรุงเทพมหานคร.สารนิพนธ์.ศศม.(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) .กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- พิภพ ไทยบุญนาท.(2547).ทัศนคติและพฤติกรรมในการเลือกซื้อหนังสือประเภทบันเทิงคดีของ
บุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร.สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ).กรุงเทพฯ:บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ภัทรินทร์ สิมะชาติ.(2545). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อหนังสือของผู้บริโภค กรณีศึกษา บริษัท
เอเซียบุ๊ค จำกัด.สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ).กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรี
นครินทรวิโรฒ
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.(2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม
และไซเท็กซ์.
- ศรีรัตน์ เจริญจันทร์.(2536).การอ่านและการสร้างนิสัยรักการอ่าน.กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์ไทยวัฒนา
พานิช
- สมพร หน่วยสกุล.(2548).ทัศนคติและพฤติกรรมการอ่านของบุคลากร.:สารนิพนธ์ บธ.ม.กรุงเทพฯ:
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ.(2552).สรุปผลที่สำคัญการสำรวจการอ่านหนังสือของประชากรพ.ศ.2551
กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดบางกอกบลิ๊ก
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล.(2539). พฤติกรรมผู้บริโภคในกรุงเทพฯ.: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรม
การอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามโครงการวิจัยในการทำสารนิพนธ์

เรื่อง ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรม

การอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำไปเป็นแนวทางส่งเสริมและพัฒนาลักษณะนิสัยการอ่านหนังสือ อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการเกี่ยวกับหนังสือเพื่อนำไปปรับปรุงเนื้อหาให้เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ได้โปรดสละเวลาอันมีค่าให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้อย่างครบถ้วนตามความเป็นจริงที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด เพื่อให้การวิจัยนี้ได้ผลสมบูรณ์ โดยคำถามมีทั้งหมด 4 ส่วน จำนวน 4 หน้า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง () ที่ตรงกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. อายุ

() 1. น้อยกว่า 35 ปี

() 2. 35 – 44 ปี

() 3. 45 – 54 ปี

() 4. 55 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

() 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

() 2. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

() 3. ปริญญาโทขึ้นไป

4. อาชีพ

() 1. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() 2. พนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง

() 3. เจ้าของกิจการ / ค้าขาย

() 4. อื่น ๆ โปรดระบุ _____

5. รายได้ต่อเดือน

() 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท

() 2. 15,001 – 30,000 บาท

() 3. 30,001 – 45,000 บาท

() 4. 45,001 บาท ขึ้นไป

6 สถานภาพสมรส

() 1. โสด/หม้าย/หย่าร้าง

() 2. แต่งงาน

7. จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ในหลังคาเรือนเดียวกัน ณ ปัจจุบัน

() 1. 1-2 คน

() 2. 3-4 คน

() 3. มากกว่า 4 คน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

8. หนังสือที่ท่านอ่านส่วนใหญ่เป็นหนังสือประเภทใด (เลือกตอบเพียง 1 คำตอบ)

- | | |
|-----------------------------|-----------------------|
| () 1. นวนิยาย เรื่องสั้น | () 2. หนังสือแปล |
| () 3. สารคดี | () 4. ตำราวิชาการ |
| () 5. หนังสือธรรมะ | () 6. หนังสือพิมพ์ |
| () 7. นิตยสาร วารสาร | () 8. หนังสือการ์ตูน |
| () 9. อื่นๆ โปรดระบุ _____ | |

9. หนังสือที่ท่านชอบอ่านส่วนใหญ่มีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับอะไร (เลือกตอบเพียง 1 คำตอบ)

- | | |
|---|---|
| () 1. เรื่องเกี่ยวกับความรัก | () 2. เรื่องตลก ขบขัน |
| () 3. เรื่องลึกลับ ผจญภัย สืบสวน สอบสวน | () 4. เรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ |
| () 5. เรื่องเกี่ยวกับศาสนา | () 6. เรื่องเกี่ยวกับศิลปะ และประวัติศาสตร์ |
| () 7. เรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยว กีฬา | () 8. เรื่องเกี่ยวกับเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์ |
| () 9. เรื่องเกี่ยวกับการเมือง | () 10. เรื่องเกี่ยวกับแฟชั่น เสื้อผ้า |
| () 11. เรื่องเกี่ยวกับธุรกิจและการจัดการ | () 12. เรื่องเกี่ยวกับอาหารและสุขภาพ |
| () 13. เรื่องเกี่ยวกับข่าวสารประชาชนทั่วไป | () 14. อื่นๆ โปรดระบุ _____ |

10. หนังสือที่ท่านอ่านส่วนใหญ่ท่านได้มาจากแหล่งใด (เลือกตอบเพียง 1 คำตอบ)

- | | |
|------------------------------------|----------------------------------|
| () 1. ซื้อจากร้านขายหนังสือทั่วไป | () 2. ซื้อในงานนิทรรศการหนังสือ |
| () 3. ยืมจากห้องสมุด | () 4. ยืมจากบุคคลอื่น |
| () 5. เช่าจากร้านหนังสือ | () 6. อื่นๆ โปรดระบุ _____ |

11. ท่านคิดว่าหนังสือโดยทั่วไปควรมีราคาเล่มละเท่าไร

- | | |
|------------------------|-----------------------|
| () 1. น้อยกว่า 50 บาท | () 2. 51 - 100 บาท |
| () 3. 101 – 200 บาท | () 4. 201 บาท ขึ้นไป |

12. จำนวนครั้งที่ท่านอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อสัปดาห์ _____ ครั้ง

13. ระยะเวลาที่ท่านอ่านหนังสือโดยเฉลี่ยต่อครั้ง _____ นาที

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ของหนังสือของบุคคลวัยทำงาน

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

คุณประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านหนังสือ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
14. การอ่านหนังสือที่มีเนื้อหาสาระทำให้ท่านได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้น					
15. การอ่านหนังสือช่วยให้เกิดความสนุกสนานและความบันเทิง					
16. การอ่านหนังสือช่วยลดความตึงเครียดจากการทำงาน					
17. การอ่านหนังสือช่วยพัฒนาความเจริญด้านการศึกษาของประเทศ					
18. การอ่านหนังสือทำให้เกิดจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์					
19. การอ่านหนังสือช่วยทำให้เกิดทักษะและพัฒนาอาชีพ					
20. การอ่านหนังสือเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์					
21. การอ่านหนังสือทำให้ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวต่างๆของโลก					
22. การอ่านหนังสือทำให้พัฒนาจิตใจให้เจริญงอกงาม					

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของท่านมากที่สุด

รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลวัยทำงาน	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านกิจกรรม					
23. การใช้เวลาว่างด้วยการอ่านหนังสือประเภทต่างๆ					
24. การไปสังสรรค์ และร่วมกิจกรรมทางสังคมกับครอบครัว หรือเพื่อน					
25. การพักผ่อนโดยดูโทรทัศน์ ฟังเพลง ร้องเพลงคาราโอเกะ					
26. การเล่นกีฬา / ออกกำลังกายประจำ					
27. การไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ					
28. การไปช้อปปิ้งตามห้างสรรพสินค้า					
ด้านความสนใจ					
29. ความสนใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีและอุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัย					
30. ความสนใจด้านบันเทิง งานแฟชัน ดาราภาพยนตร์					
31. ความสนใจในการประดับตกแต่งบ้านและที่อยู่อาศัย					
32. ความสนใจด้านการทำอาหาร					
33. ความสนใจในสุขภาพ					
34. ความสนใจด้านธุรกิจและการลงทุน					

35. ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

ภาคผนวก ข
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

1. อาจารย์ สิฎฐากร ชูทรัพย์ ภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน ภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5730

ที่ ศร 0519.12/0375

วันที่ 15 มกราคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณะบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวนุชบง ครุงควโรจน์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยด้านคุณภาพประโยชน์ของหนังสือและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” โดยมี อาจารย์ ดร.ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ อาจารย์สิทธิฐากร ชูทรัพย์ และ อาจารย์ ดร.ธนภูมิ อติเวทิน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามปัจจัยด้านคุณภาพประโยชน์ของหนังสือและรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของบุคคลวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวนุชบง ครุงควโรจน์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณะบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวบุษบง ดุรงค์เวโรจน์
วันเดือนปีเกิด	3 พฤษภาคม 2522
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	4 ซอยแจ้งวัฒนะ 4 แยก 17 ถนนพหลโยธิน แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กทม. 10220
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	ผู้ช่วยผู้จัดการส่วนปฏิบัติการสินค้าส่งออก ฝ่ายการค้าต่างประเทศ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2539	โรงเรียนสารวิทยา
พ.ศ. 2544	ศิลปศาสตร์บัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ2) สาขาภาษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2553	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ