รายงานผลการวิจัย

เรื่อง

การศึกษาพฤติกรรมการอ่านและซื้อหนังสือของคนไทย

โดย

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

และ

ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB)

ภายใต้ทุนสนับสนุนจาก

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT)

กุมภาพันธ์ 2558

บทสรุปสำหรับผู้บริหารและสื่อมวลชน

การศึกษาพฤติกรรมการอ่านและซื้อหนังสือของคนไทย

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT)
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ECON CHULA)
ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB)
กุมภาพันธ์ 2558

อุตสาหกรรมหนังสือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการศึกษาและการพัฒนาประเทศในระยะยาว ผ่านการอ่าน ซึ่งถือเป็นกระบวนการในการสะสมทุนมนุษย์ที่มีความสำคัญยิ่ง โดยเฉพาะในยุคของสังคมแห่งปัญญา ความอยู่รอดและการพัฒนาของอุตสาหกรรมหนังสือเป็นเรื่องสำคัญ ทั้งต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมและต่อประเทศ ดังนั้น เพื่อให้เกิดการการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบและนำไปสู่การวางนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้อย่างมีทิศทางที่เหมาะสม งานวิจัยชิ้นนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลผู้บริโภคทั่วประเทศ ในประเด็นพฤติกรรมการอ่านหนังสือ พฤติกรรมการเลือกซื้อหนังสือทั้งประเภทที่มีวางจำหน่ายอยู่แล้วในตลาดและประเภทที่มีความต้องการแต่มีการผลิตไม่เพียงพอ รวมถึงมีการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการซื้อหนังสือ และวิเคราะห์ถึงผลกระทบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น อินเตอร์เน็ต e-book/digital content ที่มีผลต่อการอ่านหนังสือเล่มของคนไทย อีกด้วย

งานวิจัยชิ้นนี้ทำการสำรวจโดยการเก็บแบบสอบถามกับประชาชนที่มีอายุระหว่าง 15 - 69 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และอำเภอเมืองของจังหวัดปริมณฑล นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และ 8 จังหวัดใหญ่ใน 4 ภูมิภาคประกอบด้วย เชียงใหม่ นครสวรรค์ ขอนแก่น นครราชสีมา นครศรีธรรมราช สงขลา พิษณุโลก และชลบุรี รวม 12 จังหวัด โดยทำการสำรวจในช่วงเดือนธันวาคม 2557 ถึงมกราคม 2558 อ้างอิงฐานข้อมูลการสำมะโนประชากรปี 2553 สำนักงานสถิติแห่งชาติ รวมจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 3,432 ตัวอย่าง คำนวณสัดส่วนการเก็บข้อมูลตามสัดส่วนประชากรจริง จำแนกตามเพศและอายุ

ผลการศึกษาสามารถจำแนกออกเป็นหัวข้อตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

พฤติกรรมการอ่านหนังสือ

พฤติกรรม “การอ่าน” โดยทั่วๆ ไปของคนไทย ซึ่งรวมไปถึงตำราเรียน หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นอย่างเว็บไซต์ ฯลฯ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 88.0 ระบุว่าอ่าน อย่างไรก็ดี สัดส่วนร้อยละ 12.0 หรือ 1 ใน 10 ของประชากรที่ระบุว่าไม่อ่านอะไรเลยก็ยังถือเป็นตัวเลขที่ค่อนข้างสูงทีเดียว โดยพวกเขาระบุว่าสาเหตุหลักคือ ไม่มีเวลาอ่าน (ร้อยละ 63.0) สายตาไม่ดี (ร้อยละ 29.5) และไม่ชอบอ่านหนังสือ (ร้อยละ 25.7)

เมื่อพิจารณาเฉพาะการอ่านหนังสือตามนิยามที่สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) ให้ไว้ ซึ่งก็คือหนังสือนอกเวลาเรียนหรือเวลาทำงานเฉพาะที่เป็นเล่ม ทั้งแบบพิมพ์ด้วยกระดาษและ e-book โดยไม่รวมตำราเรียน หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นอย่างเว็บไซต์ ฯลฯ ซึ่งต่อไปนี้จะถูกเรียกว่า “หนังสือ” พบว่า กลุ่มที่อ่านหนังสือเป็นประจำ (ความถี่มากกว่า 3 วันต่อสัปดาห์) มีเพียงร้อยละ 40.2 ของประชากร ขณะที่กลุ่มที่อ่านหนังสืออยู่บ้าง (ความถี่น้อยกว่า 3 วันต่อสัปดาห์) อยู่ที่ร้อยละ 20.1 แต่ประชากรสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 39.7 ที่ไม่อ่านหนังสือเลย

ผลสำรวจระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อวัน พบว่า ระยะเวลาของคนไทย(ที่มีอายุ 15-69 ปี)ที่ใช้ในการอ่านหนังสืออยู่ที่เฉลี่ยประมาณ 28 นาทีต่อวัน ลดลงจากการสำรวจการอ่านหนังสือของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2556 ที่พบว่า ผู้อ่านหนังสือที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป ใช้เวลาอ่านหนังสือเฉลี่ย 37 นาทีต่อวัน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557) และลดลงต่อเนื่องจากการสำรวจในปี 2548 ที่ผู้อ่านหนังสือที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป ใช้เวลาอยู่ที่ระหว่าง 30-59 นาที (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2548)

สัดส่วนของคนอ่านหนังสือต่อประชากรทั้งหมดอยู่ที่ร้อยละ 60.3 หรือกล่าวได้ว่ามีคนอีก 2 ใน 5 ของประชากรอายุ 15-69 ปีที่ไม่อ่านหนังสือเลย (อย่างน้อยในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา) ซึ่งนับว่าเป็นสัดส่วนที่สูงมาก อย่างไรก็ดี ระยะเวลาของคนไทยเฉพาะที่อ่านหนังสือใช้ในการอ่านหนังสือนั้นเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 46 นาทีต่อวัน โดยคนที่อ่านหนังสือมากที่สุดคือคนที่อายุน้อยกว่า 20 ปี ใช้ระยะเวลาการอ่านเฉลี่ยอยู่ที่ 49 นาทีต่อวัน (ต่อคนทั้งที่อ่านและไม่อ่านหนังสือ หรือ 56 นาทีต่อวันเมื่อคิดเฉพาะคนที่อ่าน) และค่อยๆ ลดลงเรื่อยๆ ในคนที่มีอายุสูงขึ้นเป็นลำดับ จนกระทั่งคนที่มีอายุมากกว่า 61 ปีจะกลับมาอ่านเพิ่มขึ้นอีกครั้งหนึ่ง อย่างไรก็ดี ระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านของเด็กและเยาวชนในปัจจุบันนั้นไม่แตกต่างจากการสำรวจการอ่านหนังสือของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2556 ที่พบว่า กลุ่มเด็กและเยาวชนใช้เวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ย 46-50 นาทีต่อวัน แต่ที่น่าสนใจคือ เกือบทั้งหมดของการอ่านในกลุ่มนี้เป็นหนังสือประเภทการ์ตูน/นิยายภาพ และคู่มือเตรียมสอบ

ทั้งนี้ ช่วงเวลาการอ่านหนังสือในวันจันทร์-ศุกร์ พบว่าโดยมากอ่านเวลาว่างระหว่างวัน และก่อนนอน คิดเป็นร้อยละ 58.5 และ 39.6 ตามลำดับ ส่วนวันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุด พบว่าโดยมากอ่านก่อนนอน และช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 43.3 และ 36.5 ตามลำดับ สำหรับสถานที่อ่านหนังสือ ส่วนใหญ่อ่านที่บ้านคิดเป็นร้อยละ 83.7 ทั้งนี้พฤติกรรมการอ่านที่ส่วนมากเป็นการอ่านในระยะเวลาที่ไม่ยาวนักคือไม่เกิน 30 นาทีในช่วงวัน

ธรรมดาระหว่างวันและก่อนนอน และสถานที่หลักเป็นที่บ้าน แสดงให้เห็นว่าการอ่านหนังสือของคนไทยมีลักษณะของการเป็นงานอดิเรกประเภทหนึ่ง เพื่อฆ่าเวลาในช่วงเวลาสั้นๆ

ประเด็นนี้สอดคล้องกับเหตุผลในการอ่านหนังสือ ซึ่งได้แก่ สนุก เพลิดเพลิน บันเทิง (ร้อยละ 49.2) เพิ่มพูนความรู้ พัฒนาตนเอง (ร้อยละ 47.3) และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ (ร้อยละ 38.7) ส่วนประเภทเนื้อหาที่ชอบอ่าน อันดับหนึ่งคือ การ์ตูน/นิยายภาพ (ร้อยละ 34.4) ลำดับรองลงมาที่สำคัญได้แก่ สุขภาพ/อาหาร (ร้อยละ 28.1) สารคดี/ประวัติศาสตร์/ชีวประวัติ (ร้อยละ 23.1) นวนิยายไทย (ร้อยละ 21.8) และท่องเที่ยว (ร้อยละ 21.3) ตามลำดับ

ในส่วนของผู้ที่ไม่ได้อ่านหนังสือตามนิยามของ PUBAT แต่อ่านจากประเภทอื่นนั้น ส่วนใหญ่ร้อยละ 83.2 ระบุว่าเนื้อหาที่ชอบอ่านคือข่าวสารประจำวัน รองลงมาคือร้อยละ 48.4 ชอบอ่านกีฬา ร้อยละ 43.4 ชอบอ่านวิเคราะห์ข่าว ร้อยละ 38.3 ชอบอ่านบันเทิง ร้อยละ 23.0 ชอบสุขภาพ/อาหาร และร้อยละ 19.7 ชอบดูดวง/โหราศาสตร์/ความเชื่อ ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

พฤติกรรมการซื้อหนังสือของคนไทย

หากพิจารณาการซื้อหนังสือพบว่า คนไทยที่อ่านหนังสือจะซื้อหนังสือเฉลี่ยปีละ 4 เล่ม โดยคนกลุ่มที่ซื้อหนังสือมากที่สุดคือคนที่อายุน้อยกว่า 20 ปีซื้อเฉลี่ยปีละ 9 เล่ม รองลงมาคือคนที่อายุ 21-30 ปี ซื้อเฉลี่ยปีละ 6 เล่ม และค่อยๆ ลดจำนวนลงในคนที่มีอายุมากขึ้น จนกระทั่งคนที่มีอายุมากกว่า 61 ปีขึ้นไปจะกลับมาซื้อเพิ่มขึ้นเป็นเฉลี่ย 4 เล่มต่อปี หากหนังสือที่เกิดการซื้อได้รับการอ่านครบทุกเล่มก็ยังถือได้ว่า การอ่านของคนไทยเมื่อนับเป็นจำนวนเล่มอยู่ในระดับที่ต่ำมาก และเป็นที่น่าสนใจว่าที่เด็กไทยอ่านหนังสือปีละ 9 เล่มนั้น จำนวน 4 เล่มเป็นการ์ตูน/นิยายภาพ และอีก 3 เล่มเป็นคู่มือเตรียมสอบ

ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านหนังสือจำนวนร้อยละ 68.3 เคยเข้าร้านขายหนังสือ ซึ่งเฉพาะกลุ่มที่เคยเข้าร้านหนังสือนั้น พบว่าเกือบ 3 ใน 4 ระบุว่าเข้าที่ร้านแล้วเกิดการซื้อหนังสือ เมื่อสอบถามต่อไปถึงจำนวนหนังสือโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ซื้อจากร้านหนังสือ พบว่าส่วนใหญ่หรือร้อยละ 83.8 ซื้อไม่เกินครั้งละ 2 เล่ม มีค่าใช้จ่ายในการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ส่วนใหญ่ร้อยละ 87.9 ไม่เกิน 500 บาท และมากกว่าครึ่งหรือร้อยละ 59.5 ใช้เวลาในการเลือกหนังสือไม่เกิน 30 นาที นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 63.6 ระบุว่ามีหนังสือที่ต้องการซื้อในใจอยู่แล้ว จึงไปร้านหนังสือ ส่วนที่เหลือร้อยละ 36.4 เข้าร้านหนังสือตามความสะดวกแล้วเลือกซื้อหนังสือออกมา ทั้งนี้ ร้านหนังสือคือแหล่งที่ทำให้ทราบข่าวการออกหนังสือที่สำคัญที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.6 แต่ที่น่าสนใจคือ การแชร์ต่อจาก social media เช่น Facebook, twitter มีสัดส่วนการทำให้ทราบข่าวสูงถึงร้อยละ 24.2 จึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่มีความสำคัญในแง่การประชาสัมพันธ์ ตัวร้านหนังสือเองจึงเป็นช่องทางสำคัญของการตัดสินใจเลือกหนังสือแต่ละชื่อเรื่องของผู้บริโภค

ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 99.1 ระบุว่าซื้อหนังสือที่ร้านหนังสือ ส่วนช่องทางอื่นๆ อาทิ ซื้อออนไลน์กับร้านหนังสือ/สำนักพิมพ์ หรือโทรฯ สั่ง ยังมีเป็นส่วนน้อยมากไม่ถึงร้อยละ 5 โดยคุณสมบัติของร้านหนังสือที่

มักเข้าไปซื้อคือ การมีหนังสือหลากหลายประเภท คิดเป็นร้อยละ 77.0 รองลงมาที่สำคัญได้แก่ เลือกชมหนังสือได้ง่าย และใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/สถานศึกษา คิดเป็นร้อยละ 53.9 และ 38.4 ตามลำดับ โดยร้านที่มักเข้าไปซื้อคือ SE-ED ร้านนายอินทร์ และ B2S คิดเป็นร้อยละ 56.2 40.9 และ 29.8 ตามลำดับ

เมื่อสอบถามถึงการซื้อหนังสือแต่ละประเภท ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา พบว่า การ์ตูน/นิยายภาพ มีผู้ซื้อมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32.6 โดยซื้อเฉลี่ย 4 เล่ม รองลงมาได้แก่ สุขภาพ/อาหาร มีผู้ซื้อร้อยละ 24.5 เฉลี่ย 2 เล่ม คู่มือเตรียมสอบมีผู้ซื้อร้อยละ 23.2 เฉลี่ย 3 เล่ม และนวนิยายไทยมีผู้ซื้อร้อยละ 23.1 เฉลี่ย 3 เล่ม

เมื่อสอบถามต่อไปถึงประเภทหนังสือที่ต้องการ แต่หาซื้อยากหรือต้องรอนาน ในร้านขายหนังสือประเทศไทย พบว่าส่วนใหญ่หรือร้อยละ 61.6 ระบุว่าไม่มี สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะความต้องการของผู้ซื้อหนังสือในแต่ละชื่อเรื่องถูกขับเคลื่อนจากหนังสือที่มีอยู่แล้วในร้านหนังสือมากกว่าที่จะสร้างความต้องการการอ่านหนังสือขึ้นมาด้วยตัวของเขาเอง

งานสัปดาห์หนังสือ/งานมหกรรมหนังสือ กับการซื้อหนังสือในร้านหนังสือของคนไทย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านหนังสือจำนวน 1 ใน 5 หรือร้อยละ 20.2 เคยไปงานสัปดาห์หนังสือ/งานมหกรรมหนังสือ หรืองานบุ๊คส์แฟร์อื่นๆ ซึ่งผู้ที่ไปงานสัปดาห์หนังสือเหล่านี้มีการซื้อหนังสือด้วยจำนวนเฉลี่ยมากกว่าการซื้อจากร้านขายหนังสือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อหนังสือจำนวน 3 เล่มขึ้นไปมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 32.6 โดยเฉพาะผู้ที่ซื้อจำนวนมากกว่า 4 เล่มนั้น เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 4 เป็นร้อยละ 10 และมูลค่าการซื้อเกิน 500 บาท มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็น 30.2 นั่นหมายความว่าคนที่มางานสัปดาห์หนังสือ/งานมหกรรมหนังสือมีการซื้อจำนวนเล่มเฉลี่ยต่อคนในงานมากกว่าการซื้อในร้านหนังสือตลอดช่วง 6 เดือน และมีการใช้จ่ายเงินที่สูงกว่า

หากพิจารณาสัดส่วนของผู้ที่เคยไปงานสัปดาห์หนังสือ/งานมหกรรมหนังสือ หรืองานบุ๊คส์แฟร์อื่นๆ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาในแต่ละจังหวัด พบว่า คนกรุงเทพฯและปริมณฑลมีจำนวนผู้ที่เคยไปงานน้อยที่สุด โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ประมาณร้อยละ 7 ของผู้ที่อ่านหนังสือ ขณะที่ในต่างจังหวัดนั้นอยู่ที่ประมาณร้อยละ 20 แต่หากเทียบเป็นจำนวนคน คนกรุงเทพฯมีจำนวนคนที่ไปเดินงานสัปดาห์หนังสือ/งานมหกรรมหนังสือสูงกว่าต่างจังหวัดมาก ทั้งนี้เพราะตลาดหนังสือในกรุงเทพฯและปริมณฑลนั้นใหญ่กว่าในต่างจังหวัดหลายเท่า

เมื่อพิจารณาความถี่ในการเข้าร้านหนังสือและความถี่ในการซื้อหนังสือในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามพฤติกรรมที่ว่าเคยหรือไม่เคยไม่งานมหกรรมหนังสือ พบว่า คนที่ซื้อหนังสือในร้านหนังสือมีแนวโน้มจะเป็นคนที่ไปงานมหกรรมหนังสือ แต่คนที่ไปงานมหกรรมหนังสือมีทั้งคนที่เคยและไม่เคยเดินเข้าร้านหนังสือเลยในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา กล่าวคือ งานมหกรรมหนังสือจะมีตลาดครอบคลุมผู้ซื้อที่กว้างกว่าการขายหนังสือในร้านหนังสือทั่วไป

e-book กับการอ่านและการซื้อหนังสือของคนไทย

ด้านรูปแบบหนังสือที่อ่านเปรียบเทียบระหว่างหนังสือกระดาษและ e-book พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 99.8 อ่านหนังสือกระดาษ ขณะที่ร้อยละ 24.0 อ่าน e-book และเมื่อเทียบเป็นสัดส่วนเวลาที่ใช้ในการ

อ่านจะได้สัดส่วนการอ่านหนังสือกระดาษร้อยละ 90.51 และอ่าน e-book ร้อยละ 9.49 โดยส่วนใหญ่ของคนที่อ่านหนังสือไม่เคยซื้อหนังสือ e-book แสดงว่าเป็นการเข้าถึง free e-book เป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ดี นับได้ว่าตลาด e-book ยังค่อนข้างเล็กเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดหนังสือกระดาษในประเทศไทย และเมื่อสอบถามถึงผลกระทบของ e-book ที่มีต่อหนังสือกระดาษแล้ว กลุ่มตัวอย่างเพียงร้อยละ 16.5 เท่านั้นของผู้ที่อ่านหนังสือที่ระบุว่าการซื้อ e-book ทำให้ซื้อหนังสือที่ผลิตจากกระดาษลดลง

อินเตอร์เน็ตกับการอ่านและการซื้อหนังสือของคนไทย

พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนที่อ่านหนังสือ พบว่าวันจันทร์–ศุกร์ มีตัวอย่างร้อยละ 67.5 ที่ใช้อินเทอร์เน็ต ส่วนวันเสาร์–อาทิตย์/วันหยุด มีตัวอย่างร้อยละ 64.8 ใช้อินเทอร์เน็ต เมื่อสอบถามผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตถึงผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ตต่อการอ่านหนังสือที่เป็นกระดาษ พบว่าเกือบครึ่งคือร้อยละ 41.4 ระบุอ่านหนังสือที่เป็นกระดาษน้อยลง โดยส่วนใหญ่หันไปอ่านเว็บข่าวและเว็บรวบรวมข่าว (เช่น sanook, kapook, mthai) แทน นั่นหมายความว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 2 ใน 5 ยอมรับว่าการใช้อินเตอร์เน็ตมีผลให้อ่านหนังสือเล่มน้อยลง ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เหลืออาจไม่ได้หมายความว่าอินเตอร์เน็ตไม่มีผลต่อการตัดสินใจอ่านหนังสือเล่มของพวกเขา แต่อาจจะเกิดผลกระทบโดยไม่รู้ตัว ในส่วนนี้จึงกล่าวได้เพียงว่าประชากรจำนวน “อย่างน้อย” เกือบครึ่งหนึ่งอ่านหนังสือเล่มน้อยลง เนื่องจากการใช้อินเตอร์เน็ต

หากเปรียบเทียบพฤติกรรมการอ่านหนังสือกับการใช้อินเตอร์เน็ต ซึ่งหมายถึงเฉพาะคนในเขตเมือง เนื่องจากเป็นการสำรวจที่ยึดเอาตลาดหนังสือที่ขายได้มากในเขตเมืองเป็นหลักนั้น จะพบว่า คนไทยกว่าร้อยละ 71 ใช้อินเตอร์เน็ตและใช้เกือบทุกวัน โดยมีระยะเวลาการใช้อินเตอร์เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 92 นาทีต่อวัน ซึ่งมากกว่าระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือมากกว่า 3 เท่าตัว โดยคนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมีระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้อินเตอร์เน็ตมากที่สุดอยู่ที่ 224 นาทีต่อวัน หรือประมาณเกือบ 4 ชั่วโมง และหากเปรียบเทียบกับระยะเวลาที่พวกเขาใช้ในการอ่านหนังสือแล้วเท่ากับว่าคนที่อายุน้อยกว่า 20 ปีใช้เวลากับอินเตอร์เน็ตมากกว่าการอ่านหนังสือถึง 4 เท่า รองลงมาคือคนที่มีอายุ 21-30 ปี มีระยะเวลาในการใช้อินเตอร์เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ 153 นาทีและสูงกว่าระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือเกือบ 3 เท่า ขณะที่คนที่มีอายุมากจะใช้อินเตอร์เน็ตน้อยลงเรื่อยๆ และคนที่มีอายุมากกว่า 61 ปีจะใช้อินเตอร์เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 10 นาทีต่อวัน ซึ่งน้อยกว่าระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือที่ประมาณ 40 นาทีต่อวัน ทั้งนี้ ข้อมูลการใช้อินเตอร์เน็ตนั้นไม่สามารถบอกได้ว่าเป็นไปเพื่อความบันเทิงหรือเพื่อการทำงาน บอกได้แต่เพียงว่าเวลาว่างของคนไทยถูกนำไปใช้กับอินเตอร์เน็ตมากกว่าการอ่านหนังสืออย่างมาก

บางประเด็นที่น่าสนใจของโครงสร้างตลาดหนังสือในประเทศไทย

ในการพิจารณาตัวแปรต่างๆ จากการสำรวจพฤติกรรมการอ่านและซื้อหนังสือของคนไทยแล้ว พบว่าทั้งเพศหญิงและเพศชายมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ขณะที่อายุมีผลอย่างมาก โดยคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะในช่วง 21-30 ปี มีแนวโน้มจะอ่านหนังสือมากและบ่อยกว่าคนรุ่นอื่นๆ ขณะที่คนที่มีอายุมากจะมีแนวโน้มที่จะไม่อ่านหนังสือเลย ในส่วนของการศึกษานั้น มีผลค่อนข้างชัดเจนเช่นเดียวกับอายุ

กล่าวคือ คนที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะเป็นคนที่อ่านหนังสือบ่อยกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย ยิ่งไปกว่านั้น คนที่มีการศึกษาน้อยมีแนวโน้มที่จะเป็นคนที่ไม่เคยอ่านหนังสือเลย ดังนั้น ปัจจัยอายุและการศึกษาจึงน่าจะเป็นประเด็นต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือที่ชัดเจน โดยปัจจัยรายได้ไม่ได้มีผลที่ชัดเจน จึงอาจกล่าวได้ว่าราคาหนังสืออาจไม่ใช่เหตุของการไม่อ่านหนังสือของคนไทย

สอดคล้องกับความสัมพันธ์ระหว่างราคาหนังสือที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายกับความถี่ในการอ่านหนังสือนั้น กลับพบว่า คนที่อ่านหนังสือบ่อยส่วนใหญ่ระบุว่าราคาหนังสือเป็นเท่าไหร่ก็ได้ ขณะที่คนที่มีความถี่ในการอ่านน้อยลง กลับระบุราคาหนังสือที่ยอมรับได้ถูกลงไปด้วย กล่าวคือ ผู้บริโภคเหล่านี้มีสองตลาดแยกขาดกันชัดเจน ตลาดหนึ่งคือ ผู้ที่อ่านหนังสือเล่มอยู่บ่อยๆ นับได้ว่าเป็นแฟนของการอ่านหนังสือเล่ม คนเหล่านี้จะยินดีจ่ายกับหนังสือได้ด้วยราคาที่ค่อนข้างสูง คนเหล่านี้น่าจะตัดสินใจเลือกหนังสือจากคุณภาพ ขณะที่อีกตลาดหนึ่งคือ กลุ่มของคนที่อ่านหนังสือน้อยหรือไม่บ่อย จะเต็มใจจ่ายในราคาหนังสือที่ต่ำ เท่ากับว่าพวกเขามีแนวโน้มที่จะตัดสินใจจากกลยุทธ์ทางด้านราคา

หากพิจารณากรณีของหนังสือเด็กนั้น พบว่า ผู้ที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพสมรส มีบุตรแล้ว มีการศึกษาตั้งแต่ระดับ ปวช. ขึ้นไปจนถึงระดับปริญญา กระจายอยู่ในเกือบทุกช่วงรายได้และลักษณะของที่อยู่อาศัย นั่นหมายความว่า ไม่ว่าจะเป็นคนที่มีรายได้เท่าไหร่ และมีลักษณะของที่อยู่อาศัยเป็นแบบใด หนังสือเด็กยังเป็นที่ต้องการของผู้เป็นแม่ โดยส่วนใหญ่ซื้อตั้งแต่ 2 ถึง 6 เล่มต่อปี สะท้อนการที่คนไทยให้ความสำคัญกับการศึกษา อย่างไรก็ดี ผู้ที่ซื้อหนังสือเด็ก นอกจากซื้อเพื่อใช้เองแล้ว ยังเป็นการซื้อเพื่อสะสม และเพื่อเป็นของขวัญในสัดส่วนรองลงมาอีกด้วย

ในส่วนของความถี่ในการอ่านหนังสือและระยะเวลาในการอ่านหนังสือของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น พบว่า ส่วนใหญ่ใช้เวลาอ่านไม่เกิน 30 นาที และอ่านทุกวัน รองลงมาก็คือการอ่านครั้งละไม่เกิน 30 นาที แต่อ่านสัปดาห์ละ 3-4 วัน นั่นคือไม่ว่าจะเป็นการอ่านด้วยความถี่บ่อยหรือไม่ ระยะเวลาในการอ่านคราวละไม่เกิน 30 นาทีเป็นประเด็นสำคัญของพฤติกรรมการอ่าน หนังสือประเภทตอนสั้นๆ แต่มีหลายๆ ตอนในเล่มเดียวกันจึงน่าจะเป็นที่น่าสนใจสำหรับผู้บริโภค

เมื่อพิจารณากลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์หนังสือที่น่าจะได้ผลในช่วงกลุ่มคนวัยต่างๆ นั้น พบว่า ในคนทุกวัย ร้านหนังสือมีบทบาทมากในการประชาสัมพันธ์ที่จะทำให้พวกเขาตัดสินใจว่าจะซื้อหนังสือเล่มใด นอกจากตัวร้านหนังสือแล้ว ผู้บริโภคที่มีอายุน้อยจะได้รับอิทธิพลจากการแชร์ของ social media เช่น Facebook และ twitter และเว็บไซต์ ขณะที่ผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 40 ปีจะได้รับอิทธิพลหลักมาจากโทรทัศน์

สารบัญ

	หน้า
หัวข้อที่ 1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	**1**
หัวข้อที่ 2 วัตถุประสงค์	**2**
หัวข้อที่ 3 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	**2**
หัวข้อที่ 4 วิธีการเก็บข้อมูล	**3**
ประชากร ขนาดและการสุ่มตัวอย่าง	3
กระบวนการในการสุ่มตัวอย่าง และการเก็บข้อมูลภาคสนาม	3
การควบคุมคุณภาพ	4
สรุปข้อมูลสำคัญที่ได้จากการทำ Pre survey	4
หัวข้อที่ 5 ผลการสำรวจ	**6**
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	6
พฤติกรรมการอ่านหนังสือ	6
พฤติกรรมการซื้อหนังสือ	9
หัวข้อที่ 6 ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ของตัวแปรที่น่าสนใจ	**11**
หัวข้อที่ 7 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการอ่านและซื้อหนังสือเล่ม	**12**
ปัจจัยกำหนดความถี่ในการอ่านหนังสือ	12
ปัจจัยกำหนดระยะเวลาในการอ่านหนังสือ	13
ปัจจัยกำหนดประเภทของหนังสือที่ชอบอ่านและซื้อ	14
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายในการซื้อหนังสือ	15
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	**ผ ก-1**
ภาคผนวก ข ผลการสำรวจภาคสนาม	**ผ ข-1**
ภาคผนวก ค ตารางไขว้ของตัวแปรที่น่าสนใจ	**ผ ค-1**
ภาคผนวก ง รายละเอียดการวิเคราะห์ผลการประมาณค่าสมการ	**ผ ง-1**
ภาคผนวก จ ผลการประมาณค่าสมการจากโปรแกรม SPSS (เฉพาะสมการที่ใช้ในการวิเคราะห์)	**ผ จ-1**

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเพศ ผ ข-2

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอายุ ผ ข-2

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส ผ ข-2

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการมีบุตร ผ ข-3

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษาที่สำเร็จชั้นสูงสุด ผ ข-3

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ ผ ข-4

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน ผ ข-4

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน ผ ข-5

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามจังหวัดที่ทำงานอยู่ในปัจจุบัน ผ ข-5

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะสถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน ผ ข-6

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการอ่านหนังสือ (อ่านทุกประเภท) ผ ข-6

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความถี่ในการอ่านหนังสือ
(อ่านเฉพาะตามนิยาม ผ ข-6

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุสาเหตุที่ทำให้ไม่ได้อ่านหนังสือ
(เฉพาะผู้ที่ไม่ได้อ่านหนังสือใดๆ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ผ ข-7

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุประเภทเนื้อหาที่ชอบอ่านจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างเว็บไซต์ (เฉพาะผู้ที่ไม่ได้อ่านหนังสือตามนิยาม แต่อ่านจากประเภทอื่น และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ผ ข-8

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อวัน ผ ข-9

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุช่วงเวลาการอ่านหนังสือในวันจันทร์ - ศุกร์
(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ผ ข-9

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุช่วงเวลาการอ่านหนังสือใน
วันเสาร์ - อาทิตย์ / วันหยุด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ผ ข-9

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุสถานที่อ่านหนังสือ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ผ ข-10

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุผลที่อ่านหนังสือ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ผ ข-10

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุประเภทเนื้อหาที่ชอบอ่าน
(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ผ ข-11

ตารางที่ 21 ร้อยละถ่วงน้ำหนักของตัวอย่าง ที่ระบุประเภทเนื้อหาที่ชอบอ่านมากที่สุด ผ ข-12

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุรูปแบบหนังสือที่อ่าน(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ผ ข-12

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุอุปกรณ์ที่ใช้อ่าน e-book
(เฉพาะผู้ที่อ่านหนังสือในรูปแบบ e-book และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ผ ข-13

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุวันที่ใช้อินเทอร์เน็ต (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ผ ข-13
ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ต
ต่อการอ่านหนังสือที่เป็นกระดาษ (เฉพาะผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ต) ผ ข-13
ตารางที่ 26 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเคยไปงานสัปดาห์หนังสือ /
งานมหกรรมหนังสือ หรืองานบุ๊คส์แฟร์อื่นๆ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ผ ข-14
ตารางที่ 27 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเคยเข้าร้านขายหนังสือ
ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ผ ข-14
ตารางที่ 28 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความถี่ในการซื้อหนังสือ ในรอบ
6 เดือนที่ผ่านมา (เฉพาะผู้ที่เคยเข้าร้านขายหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา) ผ ข-14
ตารางที่ 29 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุจำนวนหนังสือโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ซื้อ
จากร้านหนังสือ (เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา) ผ ข-15
ตารางที่ 30 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุจำนวนหนังสือโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ซื้อ
จากงานสัปดาห์หนังสือ / งานมหกรรมหนังสือ / งานบุ๊คส์แฟร์อื่นๆ
(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา) ผ ข-15
ตารางที่ 31 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุค่าใช้จ่ายในการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ย
ต่อครั้งที่ซื้อจากร้านหนังสือ (เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา) ผ ข-16
ตารางที่ 32 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุค่าใช้จ่ายในการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ย
ต่อครั้งที่ซื้อจากงานสัปดาห์หนังสือ / งานมหกรรมหนังสือ / งานบุ๊คส์แฟร์อื่นๆ
(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา) ผ ข-16
ตารางที่ 33 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุระยะเวลาที่ใช้ในการเลือกซื้อหนังสือ
ในร้านหนังสือแต่ละครั้ง (เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา) ผ ข-16
ตารางที่ 34 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุลักษณะการตัดสินใจ
ซื้อหนังสือ (เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา) ผ ข-17
ตารางที่ 35 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุแหล่งที่ทำให้ทราบข่าวการออกหนังสือ
เล่มใหม่ (เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้
มากกว่า 1 ข้อ) ผ ข-17
ตารางที่ 36 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุแหล่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือ
มากที่สุด (เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา) ผ ข-18
ตารางที่ 37 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุคุณสมบัติของร้านหนังสือที่มักเข้าไปซื้อ
(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ผ ข-18

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 38 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุร้านหนังสือที่เข้าไปซื้อ (เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)) ผ ข-19

ตารางที่ 39 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุช่องทางในการซื้อหนังสือ (เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ผ ข-19

ตารางที่ 40 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุประเภทหนังสือที่ซื้อ และค่าเฉลี่ยจำนวนหนังสือที่ซื้อ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา (เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ผ ข-20

ตารางที่ 41 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุประเภทหนังสือที่ต้องการ แต่หาซื้อยาก หรือต้องรอนาน ในร้านขายหนังสือประเทศไทย (เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ผ ข-21

ตารางที่ 42 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุอุปสรรคที่ทำให้ไม่ได้ซื้อหนังสือหรือซื้อลดลง (เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ผ ข-22

ตารางที่ 43 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุผลกระทบของการซื้อ e-book ต่อการซื้อหนังสือที่ผลิตจากกระดาษ (เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา) ผ ข-23

ตารางที่ 44 ค่าร้อยละถ่วงน้ำหนักของตัวอย่าง ที่ระบุปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อหนังสือมากที่สุด (เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา) ผ ข-23

ตารางที่ 45 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุวัตถุประสงค์เฉพาะในการซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา (เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ผ ข-23

ตารางที่ 46 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุราคาหนังสือต่อเล่มที่แพงที่สุดที่จะไม่มีความลำบากใจในการตัดสินใจซื้อ (เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา) ผ ข-24

ตารางที่ 47 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความคิดเห็น / ข้อเสนอแนะต่อวงการหนังสือ (เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) ผ ข-24

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 48 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และความถี่ในการอ่านหนังสือ ผ ค-2
ตารางที่ 49 ความถี่ในการเข้าร้านหนังสือและความถี่ในการซื้อหนังสือในรอบ 6 เดือน ที่ผ่านมา จำแนกตามพฤติกรรมที่ว่าเคยหรือไม่เคยไม่งานมหกรรมหนังสือ ผ ค-3
ตารางที่ 50 ความถี่ในการอ่านหนังสือและระยะเวลาในการอ่านหนังสือ ผ ค-4
ตารางที่ 51 ราคาหนังสือที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายกับความถี่ในการอ่านหนังสือ ผ ค-4
ตารางที่ 52 สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับความสนใจ จำแนกตามกลุ่มอายุ ผ ค-5
ตารางที่ 53 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือ นวนิยายไทย ผ ค-6
ตารางที่ 54 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือนวนิยายแปล จากต่างประเทศ ผ ค-6
ตารางที่ 55 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือการ์ตูน / นิยายภาพ ผ ค-7
ตารางที่ 56 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือธุรกิจ / หุ้น / การลงทุน ผ ค-7
ตารางที่ 57 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือท่องเที่ยว ผ ค-8
ตารางที่ 58 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือสุขภาพ / อาหาร ผ ค-8
ตารางที่ 59 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือเทคโนโลยี/ คอมพิวเตอร์ ผ ค-9
ตารางที่ 60 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือสารคดี / ประวัติศาสตร์ / ชีวประวัติ ผ ค-9
ตารางที่ 61 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือธรรมะ / ศาสนา ผ ค-10
ตารางที่ 62 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือคู่มือ เตรียมสอบ ผ ค-10
ตารางที่ 63 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือโหราศาสตร์/ความเชื่อ ผ ค-11
ตารางที่ 64 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือเรื่องสั้น ผ ค-11
ตารางที่ 65 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือปรัชญา / การเมือง ผ ค-12
ตารางที่ 66 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือจิตวิทยา / ให้กำลังใจ / พัฒนาตนเอง ผ ค-12
ตารางที่ 67 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือยานยนต์ ผ ค-13
ตารางที่ 68 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือสอนภาษา ผ ค-13
ตารางที่ 69 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือหนังสือเด็ก (อ่านให้เด็กฟัง) ผ ค-13
ตารางที่ 70 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสืออื่นๆ ผ ค-14

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 71 เวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือ (นาทีต่อวัน) จำนวนหนังสือที่ซื้อเฉลี่ย ในระยะเวลา 6 เดือน (เล่ม) และ ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวัน (นาที) จำแนกตามช่วงอายุ ผ ค-14

ตารางที่ 72 พฤติกรรมการเคยไปงานสัปดาห์หนังสือ / งานมหกรรมหนังสือหรืองานบุ๊คส์แฟร์อื่นๆ ในรอบ 6 เดือนแยกตามจังหวัด ผ ค-15

ตารางที่ 73 ความถี่ในการเข้าร้านขายหนังสือ ในรอบ 6 เดือนแยกตามจังหวัด ผ ค-16

ตารางที่ 74 ความถี่ในการซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนแยกตามจังหวัด ผ ค-17

ตารางที่ 75 ปริมาณการซื้อหนังสือเด็ก ในรอบ 6 เดือนแยกตามเพศ ผ ค-17

ตารางที่ 76 ปริมาณการซื้อหนังสือเด็ก ในรอบ 6 เดือนแยกตามอายุ ผ ค-18

ตารางที่ 77 ปริมาณการซื้อหนังสือเด็ก ในรอบ 6 เดือนแยกตามสถานภาพการสมรส ผ ค-18

ตารางที่ 78 ปริมาณการซื้อหนังสือเด็ก ในรอบ 6 เดือนแยกตามจำนวนบุตร ผ ค-19

ตารางที่ 79 ปริมาณการซื้อหนังสือเด็ก ในรอบ 6 เดือนแยกตามระดับการศึกษา ผ ค-19

ตารางที่ 80 ปริมาณการซื้อหนังสือเด็ก ในรอบ 6 เดือนแยกตามอาชีพ ผ ค-20

ตารางที่ 81 ปริมาณการซื้อหนังสือเด็ก ในรอบ 6 เดือนแยกตามระดับรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน ผ ค-20

ตารางที่ 82 ปริมาณการซื้อหนังสือเด็ก ในรอบ 6 เดือนแยกตามลักษณะสถานที่อยู่ ผ ค-21

ตารางที่ 83 วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสือเด็ก ผ ค-21

ตารางที่ 84 สรุปผลการศึกษาปัจจัยกำหนดความถี่ในการอ่านหนังสือ ผ ง-3

ตารางที่ 85 สรุปผลการศึกษาปัจจัยกำหนดประเภทของหนังสือที่ชอบอ่าน ผ ง-9

ตารางที่ 86 สรุปผลการศึกษาปัจจัยกำหนดประเภทของหนังสือที่ซื้อ ผ ง-20

สารบัญภาคผนวก จ

หน้า

ผลการประมาณค่าปัจจัยกำหนดความถี่ในหารอ่านหนังสือ ผ จ-3
ผลการประมาณปัจจัยกำหนดระยะเวลาในการอ่านหนังสือ ผ จ-6
ผลการประมาณค่าปัจจัยกำหนดประเภทของหนังสือที่อ่าน ผ จ-8
ผลการประมาณค่าปัจจัยกำหนดประเภทของหนังสือที่ซื้อ ผ จ-54
ผลการประมาณค่าปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจะซื้อหนังสือ ผ จ-91

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และหนังสือของไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเชื่อมโยงครบวงจรของการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจทั้งในเชิงมูลค่าที่เป็นตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงิน โดยในปี 2550 มูลค่าการตลาดของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และหนังสือ อยู่ที่ประมาณ 18,000 ล้านบาท และเพิ่มสูงขึ้นเป็น 21,500 ล้านบาทในปี 2554 เพิ่มขึ้น 3,500 ล้านบาท (19.4%) หรือคิดเป็น 2.1% ของ GDP นอกจากความสำคัญในรูปของตัวเงินแล้ว อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และหนังสือยังมีความสำคัญต่อการศึกษาและการพัฒนาประเทศในระยะยาวผ่านการอ่าน ซึ่งถือเป็นกระบวนการในการสะสมทุนมนุษย์ที่มีความสำคัญยิ่ง โดยเฉพาะในยุคของสังคมแห่งปัญญา ผู้ใดมีความรอบรู้มาก สามารถเอาความรู้มาประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาจะได้เปรียบกว่าคนอื่นๆ นอกจากนั้นในแง่ของการบริหารประเทศหากสามารถทำให้ประชาชนมีการอ่านหนังสือใกล้เคียงกัน “ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ” ของประชาชนในประเทศก็จะลดลงด้วย เนื่องจากสังคมไหนคนอ่านหนังสือน้อย ความรอบรู้ก็น้อยไปด้วย ทำให้ยากจนกว่าสังคมที่ประชาชนอ่านหนังสือมาก ส่งผลให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจอย่างเห็นได้ชัดและกระทบไปถึง “คุณภาพชีวิต” ที่ด้อยกว่าสังคมที่มีการอ่านหนังสือมากกว่า

ดังนั้น การอ่านจึงมีความสำคัญอย่างมากในสังคมโลกยุคปัจจุบันและยุคอนาคต แต่เป็นที่น่าเสียดายที่สังคมไทยและคนไทยยังให้ความสำคัญกับการอ่านน้อยมากจากการสำรวจการอ่านหนังสือของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2556 พบว่า ผู้อ่านหนังสือที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป ใช้เวลาอ่านหนังสือนอกเวลาเรียนหรือนอกเวลาทำงานเฉลี่ย 37 นาทีต่อวัน โดยกลุ่มเด็กและเยาวชนใช้เวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ย 46-50 นาทีต่อวัน มากกว่ากลุ่มวัยทำงานและผู้สูงอายุที่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยประมาณ 31-33 นาทีต่อวัน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557) เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลการสำรวจในปี พบว่าในปี 2548 ผู้อ่านหนังสือที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป ใช้เวลาอ่านหนังสือนอกเวลาเรียนหรือนอกเวลาทำงานอยู่ที่ระหว่าง 30-59 นาที โดยกลุ่มที่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือมากที่สุดก็ยังคงเป็นกลุ่มเด็กและเยาวชน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2548) จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมการอ่านในภาพรวมของคนไทยในช่วงเวลาเกือบ 10 ปีที่ผ่านมาไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปมากนัก นอกจากนั้นเมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการอ่านของคนไทยกับประเทศในอาเซียนพบว่า การอ่านของคนไทยอยู่ในระดับวิกฤต ขณะที่เด็กไทยอ่านหนังสือปีละ 2-5 เล่ม แต่สิงคโปร์เฉลี่ยคนละ 50-60 เล่มต่อปี แต่ที่น่าตกใจ คือประเทศเวียดนามมีอัตราการอ่าน 60 เล่มต่อปี (ประชาชาติธุรกิจ, 2555)

อย่างก็ตามการวางแผนระยะยาวถึงความอยู่รอดและการพัฒนาในอุตสาหกรรมนี้เป็นเรื่องสำคัญทั้งต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมและต่อประเทศ แต่ที่ผ่านมายังไม่มีการเก็บข้อมูลในส่วนของผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ ทำให้การวางแผนการดำเนินธุรกิจและการพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นไปอย่างไร้ทิศทาง งานวิจัยชิ้นนี้จะทำการรวบรวมข้อมูลผู้บริโภคทั่วประเทศ ในประเด็นพฤติกรรมการอ่านหนังสือ พฤติกรรมการเลือกซื้อหนังสือทั้งประเภทที่มีวางจำหน่ายอยู่แล้วในตลาดและประเภทที่มีความต้องการแต่มีการผลิต

ไม่เพียงพอ รวมถึงมีการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการซื้อหนังสือ และวิเคราะห์ถึงผลกระทบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น ebook/digital content ที่มีผลต่อการอ่านหนังสือเล่มของคนไทย อีกด้วย

ผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค ทั้งในประเด็นสถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมไปเลือกซื้อหนังสือ ประเภทของหนังสือที่เป็นที่ต้องการของตลาด ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อหนังสือ และผลกระทบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อการอ่านหนังสือเล่ม ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และหนังสือ ในการวางแผนการผลิตหนังสือให้สอดคล้องกับความต้องการและสามารถตอบโจทย์ของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง และทราบถึงทิศทางของและแนวโน้มของอุตสาหกรรมในอนาคต สำหรับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อผลการศึกษาที่ได้จะเป็นข้อมูลสำคัญในการกำหนดนโยบาย ผลักดันและสนับสนุนให้การพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นไปอย่างมีคุณภาพ

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อและการอ่านหนังสือของแต่ละช่วงวัย
2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ในการเลือกซื้อหนังสือ
3. เพื่อศึกษาประเภทหนังสือที่มีความต้องการแต่มีการผลิตไม่เพียงพอ
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการซื้อหนังสือ
5. เพื่อศึกษาผลกระทบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ebook/digital content) ต่อการอ่านหนังสือ

3. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบช่องทางการ/สถานที่ซื้อหนังสือที่นิยมของแต่ละช่วงวัย
2. ทราบประเภทหนังสือที่นิยมอ่านของแต่ละช่วงวัย
3. ทราบปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อหนังสือ
4. ทราบช่องทางการเข้าถึงข้อมูลของหนังสือ
5. ทราบประเภทหนังสือที่มีความต้องการแต่มีการผลิตไม่เพียงพอ
6. ทราบถึงสาเหตุการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อหนังสือ
7. ทราบถึงระดับผลกระทบเชิงปริมาณที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือในแต่ละช่วงวัย

4 วิธีการเก็บข้อมูล

ในการศึกษามีรายละเอียดวิธีการในการศึกษา ดังนี้

1.1. ประชากร ขนาดและการสุ่มตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้ดำเนินการเก็บแบบสอบถามในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และอำเภอเมืองของจังหวัดปริมณฑล นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และ 8 จังหวัดใหญ่ใน 4 ภูมิภาคประกอบด้วย เชียงใหม่ นครสวรรค์ ขอนแก่น นครราชสีมา นครศรีธรรมราช สงขลา พิษณุโลก และชลบุรี รวม 12 จังหวัด อ้างอิงฐานข้อมูลการสำมะโนประชากรปี 2553 สำนักงานสถิติแห่งชาติ โดยกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย คือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 15-69 ปี

จำนวนตัวอย่างคำนวณจากระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคาดเคลื่อนจากการสุ่มคือ +/- 2 ปรับค่าด้วยผลกระทบจากการออกแบบวิจัย (design effect) 1.1 และอัตราการตอบ (response rate) 95% รวมจำนวนตัวอย่างที่คำนวณได้ทั้งสิ้น 2,772 ตัวอย่าง โดยในการศึกษามีการเก็บจำนวนตัวอย่างจริงทั้งสิ้น 3,432 ตัวอย่าง

Confidence Level	Confidence Interval	Sample size
95%	+/- 2	2,400
ปรับค่าด้วยผลกระทบจากการออกแบบวิจัย Design Effect = 1.1		
อัตราความร่วมมือ Response rate 95%		
95%	+/- 2	2,772

1.2. กระบวนการในการสุ่มตัวอย่าง และการเก็บข้อมูลภาคสนาม จำแนกเป็นขั้นตอนดังนี้

1) ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา
2) ออกแบบสอบถาม
3) ทำ Pre survey
4) แก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถาม
5) ประยุกต์ใช้การสุ่มแบบชั้นภูมิในการแบ่งพื้นที่ตามภูมิภาค
6) คำนวณสัดส่วนการเก็บข้อมูลตามสัดส่วนประชากรจริง (Proportionate to Size Sampling) จำแนกเพศ และอายุ

7) ทำการเลือกจังหวัดตัวอย่าง และคำนวณสัดส่วนที่จะเก็บในแต่ละจังหวัดตามที่คำนวณจากขั้นตอนที่ 6

8) เก็บข้อมูลภาคสนาม (Final survey) ตามสัดส่วนที่กำหนด โดยใช้การสัมภาษณ์

1.3. การควบคุมคุณภาพ

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการโดยพนักงานเก็บข้อมูลที่ผ่านการคัดเลือกและอบรมความเข้าใจต่อแบบสอบถามและวิธีการเก็บข้อมูล โดยมีหัวหน้าทีมแต่ละพื้นที่ควบคุมการเก็บข้อมูลในภาคสนาม พร้อมระบบ GPS Checking เพื่อยืนยันการลงพื้นที่ทำงาน โดยหัวหน้าทีมจะตรวจสอบความถูกต้องและรายงานผลต่อหัวหน้าโครงการวิจัยเป็นรายวัน

2. ระบบป้อนข้อมูลที่ป้องกันข้อผิดพลาด เพื่อสามารถควบคุมข้อมูลให้มีความถูกต้องตรงตามแบบสอบถามทีมงานใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่ป้องกันข้อผิดพลาดต่างๆ อาทิ การป้อนตัวเลขผิด ป้อนตัวเลขเกินจำนวนหรือการป้องกันความไม่สอดคล้องกันของข้อมูล เป็นต้น

3. การตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำตอบ ทำการตรวจสอบความถูกต้องและสอดคล้องของข้อมูลที่มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน ก่อนนำเข้าสู่ขั้นตอนการป้อนข้อมูลและประมวลผลต่อไป

1.4. สรุปข้อมูลสำคัญที่ได้จากการทำ Pre survey เมื่อทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 15-69 ปี จำนวน 35 ตัวอย่าง

ภาพรวม	
ระยะเวลาในการทำแบบสอบถาม	1.กรณีสัมภาษณ์ ใช้เวลาประมาณ 5 – 15 นาที 2.กรณีให้ตอบเอง ใช้เวลาประมาณ 15 – 30 นาที
รูปแบบการเก็บข้อมูลที่เหมาะสม	แบบสอบถามชุดนี้มีการให้คำนิยามคำว่า “หนังสือ” ซึ่งมีลักษณะเฉพาะ อาจแตกต่างไปจากความเข้าใจของคนโดยทั่วไป จึงควรใช้การสัมภาษณ์เป็นหลัก เพื่อให้พนักงานสัมภาษณ์คอยกำกับให้จำกัดเฉพาะหนังสือตามนิยาม
การพิจารณาทบทวนว่าควรถามคนที่ไม่อ่านหนังสือด้วยหรือไม่ หรือว่าคัดกรองเฉพาะคนอ่านหนังสือตามนิยามเท่านั้น	พบว่า มีประมาณ 40% ที่ระบุอ่านตำราเรียน หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นอย่างเว็บไซต์ ฯลฯ ซึ่งไม่ใช่หนังสือตามตามนิยามในโครงการนี้ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลของกลุ่มนี้ก็มีความน่าสนใจ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ทั้งในการตลาดและการเป็นประเด็นข่าว คณะผู้วิจัยจึงเสนอให้

ภาพรวม	
	สำรวจกลุ่มนี้มาด้วย และเพิ่มข้อคำถาม 1.2 เพื่อศึกษาถึงเนื้อหาที่สนใจ
ความเต็มใจให้ความร่วมมือ	ทุกกลุ่มอายุให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี เพราะไม่ใช่เรื่องการเมือง หรือเรื่องซีเรียส
รายข้อ	
2. ท่านอ่านหนังสือ เฉลี่ยวันละกี่นาที อ่านเฉลี่ยวันละ ..... นาที	ผู้ตอบสามารถตอบได้โดยไม่ยากนัก
8. ท่านอ่านหนังสือรูปแบบใดบ้าง *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)* [ ] 1) หนังสือกระดาษ คิดเป็นสัดส่วนประมาณ..... % [ ] 2) e-book คิดเป็นสัดส่วนประมาณ..... %	ผู้ตอบเข้าใจดี สามารถตอบโดยคิดเป็นสัดส่วนได้
24. <u>ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา</u> ท่านซื้อหนังสือประเภทต่อไปนี้จำนวนกี่เล่ม	ระยะเวลา 6 เดือน ผู้ตอบคิดได้ง่าย เพราะยังมีความเป็นปัจจุบัน แต่จะได้จำนวนที่ซื้อน้อย คือเฉลี่ยประเภทละ 1-2 เล่ม
30. หากท่านจะซื้อหนังสือสักเล่ม ราคาหนังสือต่อเล่มสามารถ<u>แพงที่สุด</u>ได้กี่บาทที่ท่านจะไม่มีความลำบากใจในการตัดสินใจซื้อ [ ] 1) 20 บาท [ ] 2) 50 บาท [ ] 3) 100 บาท [ ] 4) 150 บาท [ ] 5) 200 บาท [ ] 6) 250 บาท [ ] 7) 300 บาท [ ] 8) 400 บาท [ ] 9) 500 บาท [ ] 10) กี่บาทก็ได้	ผู้ตอบแนะนำว่า ควรเว้นว่างให้เติมตัวเลขจะดีกว่า เป็นตัวเลือกดูเยอะไป หรือไม่มีข้อที่จะตอบได้ เช่น 350, 450 หรือมากกว่า 500 เป็นต้น

5 ผลการสำรวจ แบ่งผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการอ่านหนังสือ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อหนังสือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (รายละเอียดในภาคผนวก ข ตารางที่ 1-10)

จากการเก็บข้อมูลภาคสนาม พบว่าตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 51.1 เป็นเพศหญิง โดยมีร้อยละ 48.9 เป็นเพศชาย เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าร้อยละ 24.2 มีอายุ 21 - 30 ปี รองลงมาใกล้เคียงกันร้อยละ 23.5 มีอายุ 31 - 40 ปี และร้อยละ 16.6 มีอายุ 41 - 50 ปี ส่วนกลุ่มอายุอื่นๆ มีสัดส่วนต่ำกว่าร้อยละ 15 ทั้งนี้กว่าครึ่งหรือร้อยละ 52.4 มีสถานภาพสมรสแล้ว ขณะที่ร้อยละ 44.0 เป็นโสด โดยร้อยละ 52.3 มีบุตร ขณะที่ร้อยละ 46.6 ไม่มีบุตร

ด้านการศึกษา พบว่ากว่า 4 ใน 5 หรือร้อยละ 84.2 จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 14.8 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และร้อยละ 1.0 จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ด้านอาชีพ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 27.8 เป็นผู้ค้าขายรายย่อย / บริการรายย่อย ร้อยละ 22.2 เป็นนักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 19.1 รับจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน และร้อยละ 10.7 เป็นเจ้าของกิจการส่วนตัว ส่วนอาชีพอื่นๆ มีสัดส่วนลดหลั่นลงมา สำหรับรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน พบว่ากว่าครึ่งหรือร้อยละ 59.9 มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท รองลงมาคือร้อยละ 35.8 ระบุว่ามีรายได้ระหว่าง 15,001 - 30,000 บาทต่อเดือน และร้อยละ 3.9 มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน

ด้านสถานที่ทำงานก็สอดคล้องกับพื้นที่เก็บข้อมูล การศึกษาพบว่า 1 ใน 4 หรือร้อยละ 25.6 ทำงานอยู่ในกรุงเทพฯ แต่มีถึงร้อยละ 30.0 ที่ไม่ได้ทำงาน รวมกับไม่ระบุข้อมูล สำหรับลักษณะสถานที่พักอาศัยโดยมากเป็นทาวน์เฮาส์ ทาวน์โฮมหรือห้องแถว รองลงมาเป็นบ้านเดี่ยวมีบริเวณ และบ้านเดี่ยวไม่มีบริเวณ คิดเป็นร้อยละ 35.2, 22.5 และ 20.9 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการอ่านหนังสือ

ส่วนที่ 2.1 พฤติกรรมการอ่านหนังสือในภาพรวม (รายละเอียดในภาคผนวก ข ตารางที่ 11-14)

พฤติกรรม “การอ่าน” โดยทั่วๆ ไปของคนไทย ซึ่งรวมไปถึงตำราเรียน หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นอย่างเว็บไซต์ ฯลฯ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 88.0 ระบุว่าอ่าน โดยมีจำนวนร้อยละ 12.0 ที่ระบุว่าไม่อ่าน อย่างไรก็ดี แม้ว่าสัดส่วนคนที่อ่านจะมีมากถึงร้อยละ 88.0 แต่สัดส่วนร้อยละ 12.0 หรือ 1 ใน 10 ของประชากรที่ระบุว่าตนเองไม่อ่านอะไรเลยก็ถือว่าเป็นตัวเลขที่ค่อนข้างสูงทีเดียว

สำหรับผู้ที่ไม่ได้อ่านหนังสือใดๆ ระบุว่าสาเหตุหลักคือ ไม่มีเวลาอ่าน (ร้อยละ 63.0) สายตาไม่ดี (ร้อยละ 29.5) และไม่ชอบอ่านหนังสือ / ไม่สนใจ (ร้อยละ 25.7) ที่น่าพิจารณาคือมีส่วนหนึ่งระบุว่ามีกิจกรรมอื่นที่สนใจมากกว่า (ร้อยละ 7.0) โดยเฉพาะประมาณครึ่งหนึ่งของผู้ที่ไม่อ่านหนังสือเลยระบุว่าการเล่นอินเทอร์เน็ต และการดูโทรทัศน์มีความน่าสนใจมากกว่า

นอกจากนี้ ผลการสำรวจยังแสดงให้เห็นว่า มีผู้ที่ไม่อ่านหนังสืออันเนื่องจากอ่านหนังสือไม่ออก จำนวนร้อยละ 10.9 ของจำนวนผู้ที่ไม่อ่านหนังสือทั้งหมด เท่ากับคิดเป็นเพียงประมาณร้อยละ 1 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับอัตราการอ่านออกเขียนได้ของประชากรในเขตเมืองของประเทศไทย

เมื่อพิจารณาเฉพาะการอ่านหนังสือตามนิยามที่สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) ให้ไว้ ซึ่งก็คือหนังสือนอกเวลาเรียนหรือเวลาทำงานเฉพาะที่เป็นเล่ม ทั้งแบบพิมพ์ด้วยกระดาษและ e-book โดยไม่รวมตำราเรียน หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นอย่างเว็บไซต์ ฯลฯ ซึ่งต่อไปนี้จะถูกเรียกว่า “หนังสือ” พบว่ามีสัดส่วนการอ่านอยู่ที่ร้อยละ 60.3 ของประชากร โดยจำแนกตามความถี่ในการอ่านได้เป็นร้อยละ 17.9 อ่านทุกวัน ร้อยละ 6.7 อ่านสัปดาห์ละ 5-6 วัน ร้อยละ 15.6 อ่านสัปดาห์ละ 3-4 วัน และร้อยละ 20.1 อ่านสัปดาห์ละ 2 วันหรือน้อยกว่า ขณะที่ร้อยละ 39.7 ไม่อ่านหนังสือตามนิยามของ PUBAT เลย ซึ่งถือว่าเป็นสัดส่วนที่สูง เพราะคิดเป็นถึงเกือบครึ่งหนึ่งของประชากร

ผลการสำรวจดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ประชากรไทยสามารถถูกแบ่งได้ออกเป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มที่อ่านหนังสือเป็นประจำ (อ่านหนังสือด้วยความถี่มากกว่า 3 วันต่อสัปดาห์) คิดเป็นร้อยละ 40.2 กลุ่มที่อ่านหนังสืออยู่บ้าง (อ่านหนังสือด้วยความถี่น้อยกว่า 3 วันต่อสัปดาห์) คิดเป็นร้อยละ 59.8 โดยสัดส่วนนี้รวมไปถึงประชากรร้อยละ 39.7 ที่ไม่อ่านหนังสือเลยด้วย

ส่วนผู้ที่ไม่ได้อ่านหนังสือตามนิยามของ PUBAT แต่อ่านจากประเภทอื่นนั้น พบว่าส่วนใหญ่คือร้อยละ 83.2 ระบุเนื้อหาที่ชอบอ่านคือข่าวสารประจำวัน รองลงมาคือร้อยละ 48.4 ชอบอ่านกีฬา ร้อยละ 43.4 ชอบอ่านวิเคราะห์ข่าว ร้อยละ 38.3 ชอบอ่านบันเทิง ร้อยละ 23.0 ชอบสุขภาพ/อาหาร และร้อยละ 19.7 ชอบดูดวง / โหราศาสตร์ / ความเชื่อ ตามลำดับ โดยอาจกล่าวได้ว่า ข่าวสารประจำวัน (รวมถึงวิเคราะห์ข่าว) กีฬา บันเทิง สุขภาพ และโหราศาสตร์ เป็นหัวข้อที่คนไม่อ่านหนังสือตามนิยามของ PUBAT ให้ความสนใจมากที่สุด และทั้งหมดที่กล่าวมานั้นค่อนข้างสอดคล้องกับความสนใจของคนไทยในปัจจุบันเป็นอย่างยิ่ง

<u>ส่วนที่ 2.2</u> พฤติกรรมการอ่านหนังสือเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อ่านหนังสือตามคำนิยามของ PUBAT (รายละเอียดในภาคผนวก ข ตารางที่ 15-25)

ผลสำรวจระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อวัน พบว่าตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ 60.3 อ่านไม่เกิน 30 นาที รองลงมาร้อยละ 35.6 อ่านมากกว่า 30 นาทีถึง 2 ชั่วโมง และร้อยละ 4.1 อ่านมากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 46 นาที ทั้งนี้ ช่วงเวลาการอ่านหนังสือในวันจันทร์ - ศุกร์ พบว่าโดยมากอ่านเวลา

ว่างระหว่างวัน และก่อนนอน คิดเป็นร้อยละ 58.5 และ 39.6 ตามลำดับ ส่วนวันเสาร์ - อาทิตย์ / วันหยุด พบว่าโดยมากอ่านก่อนนอน และช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 43.3 และ 36.5 ตามลำดับ สำหรับสถานที่อ่านหนังสือ ส่วนใหญ่อ่านที่บ้าน รองลงมาคือ โรงเรียน / ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 83.7 และ 26.0 ตามลำดับ

ผลการสำรวจที่มีข้อสรุปตามที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่าการอ่านหนังสือของคนไทยมีลักษณะของการเป็นงานอดิเรกประเภทหนึ่ง เพื่อฆ่าเวลา เนื่องจากส่วนมากเป็นการอ่านในระยะเวลาที่ไม่ยาวนักคือไม่เกิน 60 นาที ซึ่งไม่ใช่การอ่านแบบเอาจริงเอาจัง รวมทั้งการอ่านในช่วงวันธรรมดามักจะเป็นการอ่านระหว่างวันหรือก่อนนอน ขณะที่การอ่านวันเสาร์อาทิตย์นั้นกระจายไปในทุกช่วงเวลา และสถานที่อ่านหลักเป็นที่บ้าน นั่นหมายความว่าเป็นการอ่านเพื่อใช้เวลาว่างในช่วงสั้นๆ เป็นหลัก

ประเด็นเรื่องของการอ่านหนังสือเป็นงานอดิเรกเพื่อฆ่าเวลานั้น สอดคล้องกับเหตุผลในการอ่านหนังสือที่สำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบุมา ซึ่งได้แก่ สนุก เพลิดเพลิน บันเทิง (ร้อยละ 49.2) เพิ่มพูนความรู้ พัฒนาตนเอง (ร้อยละ 47.3) และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ (ร้อยละ 38.7) ส่วนประเภทเนื้อหาที่ชอบอ่าน อันดับหนึ่งคือ การ์ตูน / นิยายภาพ (ร้อยละ 34.4) ลำดับรองลงมาที่สำคัญได้แก่ สุขภาพ / อาหาร (ร้อยละ 28.1) สารคดี / ประวัติศาสตร์ / ชีวประวัติ (ร้อยละ 23.1) นวนิยายไทย (ร้อยละ 21.8) ท่องเที่ยว (ร้อยละ 21.3) และธรรมะ / ศาสนา (ร้อยละ 20.2) ซึ่งเมื่อสอบถามประเภทเนื้อหาที่ชอบอ่านมากที่สุด ก็พบผลสอดคล้องกันว่า การ์ตูน / นิยายภาพ และสุขภาพ / อาหาร ถูกเลือกมาเป็นอันดับ 1 และ 2 โดยคิดเป็นร้อยละ 15.2 และ 9.9 ตามลำดับ

ด้านรูปแบบหนังสือที่อ่าน ตัวอย่างร้อยละ 99.8 อ่านหนังสือกระดาษ ขณะที่ร้อยละ 24.0 อ่าน e-book เมื่อเทียบเป็นสัดส่วนต่อกันโดยเฉลี่ย พบว่า อ่านหนังสือกระดาษ และอ่าน e-book คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 9:1 นั่นหมายถึงตลาด e-book ยังถือได้ว่าเล็กมาเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดหนังสือกระดาษในประเทศไทย

การศึกษาครั้งนี้ยังได้สำรวจถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่าวันจันทร์ – ศุกร์ มีตัวอย่างร้อยละ 67.5 ที่ใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้เฉลี่ยวันละ 220 นาที ส่วนวันเสาร์ – อาทิตย์ / วันหยุด มีตัวอย่างร้อยละ 64.8 ใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้เฉลี่ยวันละ 257 นาที เมื่อสอบถามผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตถึงผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ตต่อการอ่านหนังสือที่เป็นกระดาษ พบว่ากว่าครึ่งคือร้อยละ 52.7 ระบุไม่มีผล ขณะที่ร้อยละ 41.4 ระบุอ่านหนังสือที่เป็นกระดาษน้อยลง โดยส่วนใหญ่หันไปอ่านเว็บข่าวและเว็บรวบรวมข่าว (เช่น sanook, kapook, mthai) แทน นั่นหมายความว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 2 ใน 5 ยอมรับว่าการใช้อินเตอร์เน็ตมีผลให้อ่านหนังสือเล่มน้อยลง แต่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 3 ใน 5 นั้นอาจไม่ได้หมายความว่าอินเตอร์เน็ตไม่มีผลต่อการตัดสินใจอ่านหนังสือเล่มของพวกเขา บางส่วนอาจจะเกิดผลกระทบโดยไม่รู้ตัว ในส่วนนี้ข้อสรุปจึงอาจกล่าวได้เพียงว่า ประชากรจำนวน “อย่างน้อย” เกือบครึ่งหนึ่งอ่านหนังสือเล่มน้อยลง เนื่องจากการใช้อินเตอร์เน็ต

<u>ส่วนที่ 3</u> พฤติกรรมการซื้อหนังสือ (รายละเอียดในภาคผนวก ข ตารางที่ 26-47)

ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านหนังสือจำนวนร้อยละ 68.3 เคยเข้าร้านขายหนังสือ ซึ่งเฉพาะกลุ่มที่เคยเข้าร้านหนังสือนั้น พบว่ามีเกือบ 3 ใน 4 หรือร้อยละ 74.0 ระบุว่าเคยซื้อหนังสือ การที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เมื่อเข้าร้านหนังสือแล้วเกิดการซื้อตามมานั้น แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการซื้อหนังสือจะมีความตั้งใจที่จะซื้อหนังสืออยู่ก่อนแล้ว จึงจะเข้าร้านหนังสือ ไม่ได้เข้าไปหาข้อมูลหนังสือจากร้านหนังสือ

เมื่อสอบถามต่อไปถึงจำนวนหนังสือโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ซื้อจากร้านหนังสือ พบว่าส่วนใหญ่หรือร้อยละ 83.8 ซื้อไม่เกินครั้งละ 2 เล่ม โดยมีร้อยละ 16.2 ที่ซื้อครั้งละ 3 เล่มขึ้นไป เมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายในการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่าการซื้อจากร้านขายหนังสือ ส่วนใหญ่ร้อยละ 87.9 ซื้อไม่เกิน 500 บาท โดยมีร้อยละ 12.1 ที่ซื้อเกิน 500 บาท ผลการสำรวจเช่นนี้ในด้านหนึ่งแสดงให้เห็นว่าการเข้าร้านหนังสือนั้นเป็นการซื้อหนังสือที่มีความตั้งใจจะซื้อตั้งแต่ต้นอยู่แล้วเท่านั้น แต่ในอีกด้านหนึ่งก็แสดงให้เห็นว่าร้านหนังสือค่อนข้างสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องรอความต้องการหนังสือเป็นจำนวนมากๆ แล้วซื้อในคราวเดียวกัน แต่สามารถตอบสนองได้ทันทีเมื่อมีความต้องการหนังสือ

การสำรวจได้สอบถามถึงการซื้อหนังสือจากงานสัปดาห์หนังสือ โดยพบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านหนังสือจำนวน 1 ใน 5 หรือร้อยละ 20.2 เคยไปงานสัปดาห์หนังสือ / งานมหกรรมหนังสือ หรืองานบุ๊คส์แฟร์อื่นๆ ซึ่งผู้ที่ไปงานสัปดาห์หนังสือเหล่านี้มีการซื้อหนังสือด้วยจำนวนเฉลี่ยมากกว่าการซื้อจากร้านขายหนังสือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อหนังสือจำนวน 3 เล่มขึ้นไปมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 32.6 โดยเฉพาะผู้ที่ซื้อจำนวนมากกว่า 4 เล่มนั้น เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 4 เป็นร้อยละ 10 และมูลค่าการซื้อเกิน 500 บาท มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็น 30.2

กลุ่มผู้ที่เคยซื้อหนังสือในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา กว่าครึ่งหรือร้อยละ 59.5 ใช้เวลาในการเลือกหนังสือไม่เกิน 30 นาที ขณะที่ร้อยละ 40.5 ใช้เวลานานกว่านั้น ตัวอย่างเกือบ 2 ใน 3 หรือร้อยละ 63.6 มีหนังสือที่ต้องการซื้อในใจอยู่แล้ว จึงไปร้านหนังสือ ส่วนที่เหลือร้อยละ 36.4 เข้าร้านหนังสือตามความสะดวกแล้วเลือกซื้อหนังสือออกมา ทั้งนี้พบว่าร้านหนังสือคือแหล่งที่ทำให้ทราบข่าวการออกหนังสือที่สำคัญที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.6 แต่ที่น่าสนใจคือ การแชร์ต่อจาก social media เช่น facebook, twitter มีสัดส่วนการทำให้ทราบข่าวสูงถึงร้อยละ 24.2 จึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่มีความสำคัญในแง่การประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ พบว่าร้านหนังสือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.1 รองลงมาได้แก่ เว็บไซต์ และเพื่อนบอก / มีคนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 13.0 และ 11.7 ตามลำดับ ส่วนการแชร์ต่อจาก social media มีสัดส่วนร้อยละ 11.1 ซึ่งก็ยังถือว่ามีนัยสำคัญ ตัวเลขผลการสำรวจนี้ขยายประเด็นชี้นำในเรื่องที่ว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าร้านหนังสือนั้นมีความตั้งใจจะซื้อหนังสือไปอ่านอยู่แล้วจึงเข้าร้านหนังสือ แต่ส่วนใหญ่ไม่ได้มีชื่อหนังสืออยู่ในใจว่าจะเป็นเล่มใด เป็นแค่ความตั้งใจจะซื้อหนังสือหรือประเภทหนังสือที่ตนเองสนใจเท่านั้น แต่เข้าไปหาข้อมูลหนังสือเพื่อการตัดสินใจซื้อในร้านหนังสือ ตัวร้านหนังสือเองจึงเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ที่สำคัญของหนังสือแต่ละชื่อเรื่อง

เมื่อสอบถามถึงคุณสมบัติของร้านหนังสือที่มักเข้าไปซื้อ พบปัจจัยสำคัญประการแรกคือ การมีหนังสือหลากหลายประเภท คิดเป็นร้อยละ 77.0 รองลงมาที่สำคัญได้แก่ เลือกชมหนังสือได้ง่าย จัดหนังสือเป็นหมวดหมู่ชัดเจน และใกล้บ้าน / ที่ทำงาน / สถานศึกษา คิดเป็นร้อยละ 53.9 และ 38.4 ตามลำดับ โดยร้านที่มักเข้าไปซื้อคือ SE-ED และร้านนายอินทร์ คิดเป็นร้อยละ 56.2 และ 40.9 ตามลำดับ

นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 99.1 ระบุซื้ว่าอหนังสือที่ร้านหนังสือ ส่วนช่องทางอื่นๆ อาทิ ซื้อออนไลน์กับร้านหนังสือ / สำนักพิมพ์ หรือโทรฯ สั่ง มีเป็นส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 5 สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจจะเพราะพฤติกรรมผู้บริโภคนั้น เพียงแค่มีประเภทของหนังสือที่ต้องการ แต่จะไปทำการเลือกหรือตัดสินใจซื้อที่ร้านหนังสือดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

เมื่อสอบถามถึงการซื้อหนังสือแต่ละประเภท ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา พบว่า การ์ตูน / นิยายภาพ มีผู้ซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.6 โดยซื้อเฉลี่ย 4 เล่ม รองลงมาได้แก่ สุขภาพ / อาหาร มีผู้ซื้อร้อยละ 24.5 เฉลี่ย 2 เล่ม คู่มือเตรียมสอบ มีผู้ซื้อร้อยละ 23.2 เฉลี่ย 3 เล่ม และนวนิยายไทย มีผู้ซื้อร้อยละ 23.1 เฉลี่ย 3 เล่ม

เมื่อสอบถามต่อไปถึงประเภทหนังสือที่ต้องการ แต่หาซื้อยากหรือต้องรอนาน ในร้านขายหนังสือประเทศไทย พบว่าส่วนใหญ่หรือร้อยละ 61.6 ระบุว่าไม่มี ส่วนที่มีการระบุไว้ อาทิ การ์ตูน / นิยายภาพ นวนิยายไทย และนวนิยายแปลจากต่างประเทศ ฯลฯ นั้นมีสัดส่วนเพียงเล็กน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะความต้องการของผู้ซื้อหนังสือในแต่ละชื่อเรื่องถูกขับเคลื่อนจากหนังสือที่มีอยู่แล้วในร้านหนังสือมากกว่าที่จะสร้างความต้องการการอ่านหนังสือขึ้นมาด้วยตัวของเขาเอง ดังนั้น ผู้บริโภคจำนวนมากจึงไม่ทราบถึงความต้องการหนังสือที่ไม่มีขายในตลาด ทั้งนี้ พฤติกรรมผู้บริโภคลักษณะนี้ไม่ได้หมายความว่าหนังสือประเภทที่ไม่มีอยู่ในตลาดจะไม่สามารถขายได้ แต่จะมีความไม่แน่นอนว่าจะเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคหรือไม่

เมื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุอุปสรรคที่ทำให้ไม่ได้ซื้อหนังสือ หรือซื้อลดลง พบว่ามีปัจจัยสำคัญได้แก่ ไม่มีเวลาอ่าน (ร้อยละ 39.3) สามารถยืมอ่านได้ (ร้อยละ 25.8) เสียดายเงิน (ร้อยละ 14.0) สามารถอ่านจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อาทิ อินเทอร์เน็ต ซีดี e-book ได้ฟรี (ร้อยละ 13.6) และหนังสือที่ต้องการหาซื้อยาก (ร้อยละ 13.2) ทั้งนี้มีส่วนหนึ่งระบุว่ามีกิจกรรมอื่นที่สนใจมากกว่า (ร้อยละ 4.4) โดยเฉพาะการเล่นอินเทอร์เน็ต ออกกำลังกาย / เล่นกีฬา facebook และดูทีวี

เมื่อสอบถามถึงผลกระทบของการซื้อ e-book ต่อการซื้อหนังสือที่ผลิตจากกระดาษ พบตัวอย่างกว่าครึ่งหรือร้อยละ 53.0 ไม่เคยซื้อ e-book ขณะที่มีร้อยละ 30.5 ระบุไม่มีผล และร้อยละ 16.5 ระบุทำให้ซื้อหนังสือที่ผลิตจากกระดาษ ลดลง

สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อหนังสือมากที่สุด พบว่าร้อยละ 46.1 ระบุเนื้อหาอยู่ในความสนใจ รองลงมาร้อยละ 14.9 ระบุราคาสมเหตุสมผล และร้อยละ 12.9 ระบุรูปเล่ม / ภาพประกอบสวยงาม ที่น่าสนใจคือพบว่ามีตัวอย่างกว่า 1 ใน 3 หรือร้อยละ 36.7 ซื้อหนังสือเพื่อสะสม

กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็น และให้ข้อเสนอแนะต่อวงการหนังสือ โดยประการแรกมีการกล่าวถึงการควบคุมราคาหนังสือ ให้สมเหตุสมผล (ร้อยละ 27.0) ประการต่อมาระบุถึงการเน้นสีสันภาพประกอบสวยงาม (ร้อยละ 11.3) และพัฒนารูปแบบให้น่าสนใจ นำเสนอให้ชัดเจน (ร้อยละ 11.0) และยังมีความเห็นอื่นๆ ที่น่าสนใจอีกหลายประการ เช่น มีประเภทหนังสือให้เลือกมากขึ้น ขยายร้านไปยังต่างจังหวัด และควรใช้กระดาษถนอมสายตา เป็นต้น

ราคาหนังสือต่อเล่มที่แพงที่สุดที่จะไม่มีความลำบากใจในการตัดสินใจซื้อ พบว่าร้อยละ 36.6 ระบุว่าไม่เกิน 200 บาท ร้อยละ 54.5 ระบุไม่เกิน 300 บาท และร้อยละ 68.1 ระบุว่าไม่เกิน 500 บาท โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ย 316 บาท ทั้งนี้มีร้อยละ 26.1 ที่ระบุกี่บาทก็ได้ นั่นหมายความว่ากลยุทธ์การขายหนังสือในยุคปัจจุบันคือการทำราคาหนังสือให้ต่ำ เป็นเล่มเล็ก อ่านง่ายและสามารถอ่านจบได้ในเวลาไม่นานนัก

6. ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ของตัวแปรที่น่าสนใจ (รายละเอียดในภาคผนวก ค ตารางที่ 48-70)

ในการพิจารณาตัวแปรต่างๆ จากการสำรวจพฤติกรรมการอ่านและซื้อหนังสือของคนไทยแล้วพบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจอยู่หลายประเด็น โดยเริ่มจากการพิจารณาตารางไขว้ของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และความถี่ในการอ่านหนังสือ พบว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชายมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ขณะที่อายุมีผลอย่างมาก โดยคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะในช่วง 21-30 ปี มีแนวโน้มจะอ่านหนังสือมากและบ่อยกว่าคนรุ่นอื่นๆ ขณะที่คนที่มีอายุมากจะมีแนวโน้มที่จะไม่อ่านหนังสือเลย ในส่วนของการศึกษานั้น มีผลค่อนข้างชัดเจนเช่นเดียวกับอายุ กล่าวคือ คนที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะเป็นคนที่อ่านหนังสือบ่อยกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย ยิ่งไปกว่านั้น คนที่มีการศึกษาน้อยมีแนวโน้มที่จะเป็นคนที่ไม่เคยอ่านหนังสือเลย และสุดท้าย ปัจจัยในส่วนของรายได้ พบว่าคล้ายกับอายุ กล่าวคือ คนที่มีรายได้ไม่สูงเป็นคนที่อ่านหนังสือมาก แต่ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะพวกเขาส่วนใหญ่ยังเป็นคนที่มีอายุไม่มากนัก ดังนั้น ปัจจัยอายุและการศึกษาจึงน่าจะเป็นประเด็นต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือที่ชัดเจน

ระยะเวลาของคนไทยที่ใช้ในการอ่านหนังสือนั้นอยู่ที่ประมาณ 46 นาทีต่อวันสำหรับคนที่อ่านหนังสือ โดยสัดส่วนของคนอ่านหนังสือต่อประชากรทั้งหมดอยู่ที่ร้อยละ 60.3 ดังนั้น ระยะเวลาของคนไทยที่มีอายุ 15-69 ปีที่ใช้ในการอ่านหนังสืออยู่ที่เฉลี่ยประมาณ 28 นาทีต่อวัน โดยคนที่อ่านหนังสือมากที่สุดคือคนที่อายุน้อยกว่า 20 ปี โดยใช้ระยะเวลาการอ่านเฉลี่ยอยู่ที่ 49 นาทีต่อวัน และค่อยๆ ลดลงเรื่อยๆ ในคนที่มีอายุสูงขึ้นเป็นลำดับ

ขณะที่หากพิจารณาการซื้อหนังสือ พบว่าคนไทยซื้อหนังสือเฉลี่ยปีละ 4 เล่ม โดยคนกลุ่มที่ซื้อหนังสือมากที่สุดคือคนที่อายุน้อยกว่า 20 ปีซื้อเฉลี่ยปีละ 9 เล่ม รองลงมาคือคนที่อายุ 21-30 ปี ซื้อเฉลี่ยปีละ 6 เล่ม และค่อยๆ ลดจำนวนลงในคนที่มีอายุมากขึ้น จนกระทั่งคนที่มีอายุมากกว่า 61 ปีขึ้นไปจะกลับมาซื้อเพิ่มขึ้นเป็นเฉลี่ย 4 เล่มต่อปี

หากเปรียบเทียบพฤติกรรมการอ่านหนังสือกับการใช้อินเตอร์เน็ตนั้น จะพบว่า มีระยะเวลาแตกต่างกันค่อนข้างมาก โดยคนไทยกว่าร้อยละ 71 ใช้อินเตอร์เน็ตและใช้เกือบทุกวัน โดยมีระยะเวลาการใช้อินเตอร์เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 92 นาทีต่อวัน คนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมีระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้อินเตอร์เน็ตมากที่สุดอยู่ที่ 224 นาทีต่อวัน หรือประมาณเกือบ 4 ชั่วโมง และหากเปรียบเทียบกับระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือแล้วเท่ากับว่าคนที่อายุน้อยกว่า 20 ปีใช้เวลากับอินเตอร์เน็ตมากกว่าการอ่านหนังสือถึง 4.5 เท่า รองลงมาคือคนที่มีอายุ 21-30 ปี มีระยะเวลาในการใช้อินเตอร์เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ 153 นาทีและสูงกว่าระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือประมาณ 3 เท่า ขณะที่คนที่มีอายุมากจะใช้อินเตอร์นเน็ตน้อยลงเรื่อยๆ และคนที่มีอายุมากกว่า 61 ปีจะใช้อินเตอร์เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 10 นาทีต่อวัน ซึ่งน้อยกว่าระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือที่ประมาณ 40 นาทีต่อวัน

เมื่อพิจารณาความถี่ในการเข้าร้านหนังสือและความถี่ในการซื้อหนังสือในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาจำแนกตามพฤติกรรมที่ว่าเคยหรือไม่เคยไม่งานมหกรรมหนังสือ พบว่า คนที่เข้าร้านหนังสือเป็นประจำส่วนใหญ่คือคนที่ไปงานมหกรรมหนังสือด้วย นั่นหมายความว่าคนที่ซื้อหนังสือในร้านหนังสือและคนที่ซื้อหนังสือในงานมหกรรมหนังสือนั้นเป็นคนกลุ่มเดียวกัน ส่วนหนึ่งที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะพฤติกรรมของคนอ่านหนังสือตามที่ได้กล่าวมาแล้วว่าจำนวนมากตัดสินใจซื้อหนังสือจากหนังสือที่ถูกแสดงให้เห็น งานมหกรรมหนังสือจึงกลายเป็นทางเลือกสำคัญของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อหนังสือเหล่านี้ เพราะมีให้เลือกเป็นจำนวนมาก

อย่างไรก็ดี ข้อแตกต่างที่น่าสนใจของงานมหกรรมหนังสือกับการซื้อหนังสือในร้านก็คือ คนที่ไม่เคยเข้าร้านหนังสือเลยในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมาจำนวนหนึ่งไม่ไปงานมหกรรมหนังสือ แต่คนที่ไม่เคยซื้อหนังสือเลยในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมาจำนวนมากกว่าถึงสามเท่ากลับเคยไปเดินในงานมหกรรมหนังสือด้วย กล่าวคืองานมหกรรมหนังสือดึงดูดทั้งคนที่เคยและไม่เคยซื้อหนังสือให้ไปเดินในงาน ซึ่งทำให้ตลาดของหนังสือจะมีความครอบคลุมมากกว่าการขายหนังสือในร้านหนังสือทั่วไป

ในส่วนของความถี่ในการอ่านหนังสือและระยะเวลาในการอ่านหนังสือของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น พบว่า ส่วนใหญ่ใช้เวลาอ่านไม่เกิน 30 นาที และอ่านทุกวัน รองลงมาก็คือการอ่านครั้งละไม่เกิน 30 นาที แต่อ่านสัปดาห์ละ 3-4 วัน นั่นคือไม่ว่าจะเป็นการอ่านบ่อยหรือไม่บ่อย ระยะเวลาในการอ่านคราวละไม่เกิน 30 นาทีเป็นประเด็นสำคัญของพฤติกรรมการอ่าน หนังสือประเภทตอนสั้นๆ แต่มีหลายๆ ตอนในเล่มเดียวกันจึงน่าจะเป็นที่น่าสนใจสำหรับผู้บริโภค

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างราคาหนังสือที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายกับความถี่ในการอ่านหนังสือนั้น กลับพบว่า คนที่อ่านหนังสือบ่อยส่วนใหญ่ระบุว่าราคาหนังสือเป็นเท่าไหร่ก็ได้ ขณะที่คนที่มีความถี่ในการอ่านน้อยลง กลับระบุราคาหนังสือที่ยอมรับได้ถูกลงไปด้วย กล่าวคือ ผู้บริโภคเหล่านี้มีสองตลาดแยกขาดกันชัดเจน ตลาดหนึ่งคือ ผู้ที่อ่านหนังสือเล่มอยู่บ่อยๆ นับได้ว่าเป็นแฟนของการอ่านหนังสือเล่ม คนเหล่านี้จะยินดีจ่ายกับหนังสือได้ด้วยราคาที่ค่อนข้างสูง คนเหล่านี้น่าจะตัดสินใจเลือกหนังสือจากคุณภาพ

ขณะที่อีกตลาดหนึ่งคือกลุ่มของคนที่อ่านหนังสือน้อยหรือไม่บ่อย จะเต็มใจจ่ายในราคาหนังสือที่ต่ำ เท่ากับว่าพวกเขามีแนวโน้มที่จะตัดสินใจจากกลยุทธ์ทางด้านราคา

เมื่อพิจารณากลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์หนังสือที่น่าจะได้ผลในช่วงกลุ่มคนวัยต่างๆ นั้น พบว่า ในคนทุกวัย ร้านหนังสือมีบทบาทมากในการประชาสัมพันธ์ที่จะทำให้พวกเขาตัดสินใจว่าจะซื้อหนังสือเล่มใด นอกจากตัวร้านหนังสือแล้ว ผู้บริโภคที่มีอายุน้อยจะได้รับอิทธิพลจากการแชร์ของ social media เช่น facebook และ twitter และเว็บไซต์ ขณะที่ผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 4จัง0 ปีจะได้รับอิทธิพลหลักมาจากโทรทัศน์

จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยในแต่ละประเภททั้งหมดจะอยู่ที่ 1 เล่มต่อ 6 เดือนมากที่สุด รองลงมาคือ 2 เล่มต่อ 6 เดือนและค่อยๆ ลดลงเรื่อยๆ อย่างไรก็ตาม ตลาดหนังสือหากพิจารณาจากการอ่านแล้ว พบว่าไม่แตกต่างกันมากนัก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการแบ่งกลุ่มของตลาดหนังสือค่อนข้างมีกลุ่มเป็นจำนวนมาก ความแตกต่างของยอดจำนวนการอ่านในแต่ละกลุ่มจึงไม่ต่างกันอย่างชัดเจน

หากพิจารณากรณีของหนังสือเด็กนั้น พบว่า ผู้ที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพสมรส มีบุตรแล้ว มีการศึกษาตั้งแต่ระดับ ปวช. ขึ้นไปจนถึงระดับปริญญา กระจายอยู่ในเกือบทุกช่วงรายได้และและลักษณะของที่อยู่อาศัย นั่นหมายความว่า ไม่ว่าจะเป็นคนที่มีรายได้เท่าไหร่ และมีลักษณะของที่อยู่อาศัยเป็นแบบใด หนังสือเด็กยังเป็นที่ต้องการ โดยมีการซื้อค่อนข้างมากตั้งแต่ 2 ถึง 6 เล่มต่อปี อย่างไรก็ดี ผู้ที่ซื้อหนังสือเด็ก นอกจากซื้อเพื่อใช้เองแล้ว ยังเป็นการซื้อเพื่อสะสม และเพื่อเป็นของขวัญในสัดส่วนรองลงมาอีกด้วย

หากพิจารณาสัดส่วนของผู้ที่เคยไปงานสัปดาห์หนังสือ/งานมหกรรมหนังสือ หรืองานบุ๊คส์แฟร์อื่นๆ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาในแต่ละจังหวัด พบว่า คนกรุงเทพฯและปริมณฑลมีจำนวนผู้ที่เคยไปงานน้อยที่สุด โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ประมาณร้อยละ 7 ของผู้ที่อ่านหนังสือ ขณะที่ในต่างจังหวัดนั้นอยู่ที่ประมาณร้อยละ 20 แต่หากเทียบเป็นจำนวนคน คนกรุงเทพฯมีจำนวนคนที่ไปเดินงานสัปดาห์หนังสือ/งานมหกรรมหนังสือสูงกว่าต่างจังหวัดมาก ทั้งนี้เพราะตลาดหนังสือในกรุงเทพฯและปริมณฑลนั้นใหญ่กว่าในต่างจังหวัดหลายเท่า

7 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการอ่านและซื้อหนังสือเล่ม

(รายละเอียดของคำอธิบายแต่ละสมการอยู่ในภาคผนวก ง และผลการประมาณค่าสมการจาก SPSS อยู่ในภาคผนวก จ)

ส่วนที่ 1 ปัจจัยกำหนดความถี่ในการอ่านหนังสือ

ในการศึกษาปัจจัยกำหนดความถี่ในการอ่านหนังสือ กำหนดให้ตัวแปรตาม เป็นตัวแปรกลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1: มีพฤติกรรมอ่านหนังสือทุกวัน

กลุ่มที่ 2: มีพฤติกรรมอ่านหนังสือสัปดาห์ละ 5-6 วัน

กลุ่มที่ 3: มีพฤติกรรมอ่านหนังสือสัปดาห์ละ 3-4 วัน

กลุ่มที่ 4: มีพฤติกรรมอ่านหนังสือสัปดาห์ละ 1-2 วัน

กลุ่มที่ 5: มีพฤติกรรมอ่านหนังสือนานๆ ครั้ง

กลุ่มที่ 6: มีพฤติกรรมอ่านหนังสือไม่อ่านเลย

ในการวิเคราะห์ใช้ Multinomial logit model และกำหนดให้กลุ่มที่ 6 (มีพฤติกรรมอ่านหนังสือ “ไม่อ่านเลย”) เป็นกลุ่มเปรียบเทียบ

ผลการประมาณค่าสมการในภาพรวมพบว่า ปัจจัยเพศ อายุ สถานภาพและรายได้มีผลต่อพฤติกรรมในการอ่านหนังสือ โดยหากเป็นเพศหญิง อายุน้อย สถานภาพโสด และรายได้สูงจะมีผลทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความน่าจะเป็นที่จะอ่านหนังสือบ่อยขึ้น ขณะที่จังหวัดที่ทำงานหลักและลักษณะของที่อยู่อาศัยไม่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยกำหนดระยะเวลาในการอ่านหนังสือ

เมื่อกำหนดให้ตัวแปรตามเป็นระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อวัน และตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ลักษณะที่อยู่อาศัย จังหวัดที่ทำงานหลักในปัจจุบันและสถานภาพการสมรส โดยแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ Linear Regression ด้วยวิธี Ordinary Least Squared (OLS)

การศึกษาพบว่าตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามอย่างนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่

เพศ โดยเพศหญิงมีระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยสูงกว่าเพศชาย 4 นาทีต่อวัน

อายุ กลุ่มคนอายุน้อย โดยเฉพาะน้อยกว่า 20 ปี มีระยะเวลาในการอ่านหนังสือมากกว่ากลุ่มคนที่มีอายุมากกว่า 60 ปีอย่างมีนัยสำคัญ แต่ในช่วงกลุ่มอายุอื่นนั้น ไม่ชัดเจนว่ามีการอ่านสูงกว่ากลุ่มอายุมากกว่า 60 ปีดังกล่าว

ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อวันแปรผันตรงกับระดับการศึกษา กล่าวคือผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าจะมีระยะเวลาในการอ่านหนังสือมากกว่า

ลักษณะที่อยู่อาศัย เมื่อจัดกลุ่มลักษณะที่อยู่อาศัยเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1: บ้านเดี่ยวมีบริเวณ กลุ่มที่ 2: บ้านเดี่ยวไม่มีบริเวณ ทาวน์เฮาส์ ทาวน์โฮมหรือห้องแถว และกลุ่มที่ 3: คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนท์หรือหอพัก (ให้ผู้ที่พักอาศัยในคอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนท์หรือหอพักเป็นตัวแปรฐาน) การศึกษาพบว่า ผู้ที่พักอาศัยคอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนท์หรือหอพัก จะมีระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อวันสูงกว่า ผู้ที่อาศัยในบ้านเดี่ยวที่มีบริเวณ ประมาณ 8 นาทีต่อวัน และผู้ที่พักอาศัยคอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนท์หรือหอพัก จะมีระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อวันสูงกว่า ผู้ที่อาศัยในบ้านเดี่ยวไม่มีบริเวณ ทาวน์เฮาส์ ทาวน์โฮมหรือห้องแถว ประมาณ 8 นาทีต่อวัน เช่นกัน สาเหตุที่เป็นเช่นนี้น่าจะเนื่องมาจากส่วนใหญ่ของคนที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนท์หรือหอพักจะอยู่คนเดียว การอ่านหนังสือจึงกลายเป็นการใช้เวลาว่างที่น่าสนใจประเภทหนึ่ง

จังหวัดที่ทำงานหลักในปัจจุบัน ผู้ที่ทำงานในเขตกรุงเทพฯ มีระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อวันสูงกว่าผู้ที่ทำงานนอกเขตกรุงเทพฯ ประมาณ 15 นาทีต่อวัน

ส่วนตัวแปร ระดับรายได้และสถานภาพการสมรส ไม่มีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อวันอย่างนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยกำหนดประเภทของหนังสือที่ชอบอ่านและซื้อ

ในการศึกษาปัจจัยกำหนดประเภทของหนังสือที่อ่านและซื้อนั้น กำหนดให้ตัวแปรตามคือประเภทของหนังสือที่ชอบอ่าน และประเภทของหนังสือที่ชอบซื้อ โดยทำการวิเคราะห์แยกกันระหว่างตัวแปรตามการอ่านและการซื้อ โดยใช้ Binary logit model

ผลการศึกษาของแบบจำลองการอ่านและการซื้อนั้น มีความหลากหลายในแต่ละประเภท แต่ส่วนใหญ่ยังคงยืนยันเช่นเดียวกับผลการวิเคราะห์ในภาพรวม กล่าวคือ

- เพศมีผลต่อการตัดสินใจอ่านและซื้อหนังสือแต่ละประเภท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของหนังสือนั้นๆ เช่น เพศหญิงมีแนวโน้มจะซื้อเรื่องสั้น นวนิยาย แต่เพศชายมีแนวโน้มในการอ่านและซื้อปรัชญาการเมือง หรือยานยนต์ เป็นต้น
- อายุมีผลต่อการตัดสินใจอ่านและซื้อหนังสือแต่ละประเภท เช่น หากอายุน้อยกว่า 20 ปี จะอ่านและซื้อหนังสือการ์ตูนและนิยายภาพมากกว่าช่วงวัยอื่น ขณะที่ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี จะอ่านและซื้อหนังสือธรรมะ / ศาสนา
- ระดับการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจอ่านและซื้อหนังสือแต่ละประเภท แต่ส่วนมากเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะอ่านและซื้อหนังสือมาก

- รายได้มีผลต่อการตัดสินใจอ่านและซื้อหนังสือแต่ละประเภท แต่ส่วนมากเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือรายได้สูงมีแนวโน้มจะอ่านและซื้อหนังสือมาก
- สถานภาพมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือในบางประเภทที่แตกต่างกัน เช่น คนโสดมีแนวโน้มจะซื้อนวนิยายไทย และนวนิยายแปล / ต่างประเทศมากกว่าคนที่แต่งงานแล้ว แต่คนที่แต่งงานแล้วมีแนวโน้มจะซื้อหนังสือสุขภาพ / อาหาร และธรรมะ / ศาสนามากขึ้น
- จังหวัดที่ทำงานหลักมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือในบางประเภทที่แตกต่างกัน เช่น ผู้ที่ทำงานในกรุงเทพฯ นิยมซื้อหนังสือจำพวกธุรกิจ / หุ้น / การลงทุน แต่ผู่ที่ทำงานนอกกรุงเทพฯ นิยมซื้อหนังสือหนังสือจำพวกสารคดี / ประวัติศาสตร์ / ชีวประวัติ หรือโหราศาสตร์ / ความเชื่อ มากกว่า เป็นต้น
- ลักษณะของที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่ไม่มีผลต่อการอ่านและซื้อหนังสือที่แตกต่างกันในแต่ละประเภท จะมีก็เพียงคนที่มีที่พักอาศัยในลักษณะคอนโดมิเนียม ห้องชุด หรือหอพักมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือโหราศาสตร์ / ความเชื่อมากกว่า ทั้งนี้น่าจะเป็นหนังสือจำพวกฮวงจุ้ยเป็นหลัก
- การมีบุตรมีผลต่อการตัดสินใจอ่านและซื้อหนังสือเด็กอย่างชัดเจน

อย่างไรก็ตาม ผลการประมาณสมการที่แยกจากกันระหว่างพฤติกรรมการอ่านและการซื้อนั้นไม่แตกต่างกันมากนัก จึงแสดงให้เห็นได้ว่าคนที่อ่านและคนที่ตัดสินใจซื้อหนังสือน่าจะเป็นคนๆ เดียวกัน กล่าวคือพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันน่าจะเป็นการซื้อเองอ่านเองมากกว่าการซื้อเป็นของขวัญหรือซื้อแทนบุคคลอื่น

<u>ส่วนที่ 4</u> ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายในการซื้อหนังสือ

เมื่อกำหนดให้ตัวแปรตามคือ ราคาหนังสือต่อเล่มสูงสุดที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าสามารถจ่ายได้โดยไม่มีความยากลำบากในการตัดสินใจซื้อ ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ระดับรายได้ และสถานภาพการสมรส โดยแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ Linear Regression ด้วยวิธี Ordinary Least Squared (OLS)

รายละเอียดของแต่ละตัวแปร อธิบายได้ ดังนี้

<u>รายได้</u> ในการศึกษาแบ่งระดับรายได้ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1: กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน กลุ่มที่ 2: : กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-45,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มที่ 3 กลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า 45,000 บาทต่อเดือน การศึกษาพบว่าระดับรายได้ที่สูงขึ้นส่งผลให้ความยินดีจะจ่ายค่าหนังสือสูงขึ้นด้วย

สถานภาพการสมรส การศึกษาพบว่าสถานภาพมีผลต่อความเต็มใจจ่ายค่าหนังสือ โดยผู้ที่มีสถานภาพโสดมีความเต็มในจ่ายในการซื้อหนังสือสูงกว่าผู้ที่สมรสหรือมีครอบครัวแล้ว เท่ากับ 42 บาท

ส่วนตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะที่อยู่อาศัย และจังหวัดที่ทำงานหลักในปัจจุบัน ไม่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายในการซื้อหนังสือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจจะจ่ายในการซื้อหนังสือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ รายได้และสถานภาพการสมรส โดย รายได้ที่สูงขึ้น ส่งผลให้ค่าความเต็มใจจ่ายในการซื้อหนังสือสูงขึ้นด้วย ขณะที่ผู้ที่มีสถานภาพโสดมีความเต็มใจจ่ายสูงกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส (กลุ่มเป้าหมายในการขายหนังสือ คือ ผู้ที่โสด และมีรายได้สูง)

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามและรหัสตัวแปร

โครงการสำรวจพฤติกรรมการซื้อหนังสือของคนไทย
โดย ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB)
ภายใต้ทุนสนับสนุนจาก สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT)

<u>คำชี้แจง</u>

โครงการศึกษาครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายสำคัญในการแสวงหาข้อมูลเพื่อนำไปส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดวัฒนธรรมรักการอ่านในสังคมไทย ***<u>ดังนั้นจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านให้พิจารณาคำถามอย่างตั้งใจ และตอบข้อมูลให้ครบถ้วนตามความเป็นจริง</u>*** ทั้งนี้ข้อมูลจะถูกนำไปใช้โดยภาพรวมไม่เจาะจงตัวบุคคล

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือของทุกท่าน มา ณ โอกาสนี้

คณะผู้วิจัย

A.คำถามนำ โดยปกติท่านอ่านหนังสือหรือไม่ 1) อ่าน 2) ไม่อ่าน

<u>ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการอ่านหนังสือ</u>

<u>นิยาม</u> หนังสือในที่นี้ หมายถึง หนังสือเป็นเล่ม รวมถึง e-book โดยไม่รวม<u>ตำราเรียน หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นอย่างเว็บไซต์ ฯลฯ</u>

1. ท่านอ่านหนังสือบ่อยเพียงใด Q1

[ ] 1) ทุกวัน [ ] 2) สัปดาห์ละ 5-6 วัน [ ] 3) สัปดาห์ละ 3-4 วัน
[ ] 4) สัปดาห์ละ 1-2 วัน [ ] 5) นานๆ ครั้ง (ไม่ได้อ่านทุกสัปดาห์ แต่ยังอ่านบ้าง)
[ ] 6) ไม่อ่านหนังสือเลย

<u>ผู้ที่ไม่ได้อ่านหนังสือ (ตามนิยาม)</u> กรุณาระบุเหตุผล และ***ข้ามไปตอบข้อมูลทั่วไป***

1.1 <u>เฉพาะผู้ที่ไม่ได้อ่านหนังสือใดๆ เลย</u> สาเหตุใดที่ทำให้ท่านไม่ได้อ่านหนังสือ *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)* Q1.1.1 Q1.1.9

[ ] 1) อ่านหนังสือไม่ออก [ ] 2) ไม่ชอบอ่านหนังสือ / ไม่สนใจ [ ] 3) หนังสือราคาแพง
[ ] 4) หาหนังสือที่ต้องการอ่านไม่ได้ [ ] 5) ไม่มีเวลาอ่าน [ ] 6) สายตาไม่ดี
[ ] 7) สุขภาพไม่ดี [ ] 8) มีกิจกรรมอื่นที่สนใจมากกว่า ได้แก่.....Q1.1.8as..... [ ] 9) อื่นๆ ระบุ.....

1.2 <u>สำหรับผู้ที่อ่านเฉพาะหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และอิเล็กทรอนิกส์อื่นอย่างเว็บไซต์</u> ท่านชอบอ่านเนื้อหาประเภทใด *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)* Q1.2.1 – Q1.2.21

[ ] 1) ข่าวสารประจำวัน [ ] 2) วิเคราะห์ข่าว [ ] 3) บันเทิง
[ ] 4) กีฬา [ ] 5) แฟชั่น / เครื่องแต่งกาย [ ] 6) How to / แนะนำเคล็ดลับต่างๆ
[ ] 7) ธุรกิจ / หุ้น / การลงทุน [ ] 8) ท่องเที่ยว [ ] 9) สุขภาพ / อาหาร
[ ] 10) สัตว์เลี้ยง [ ] 11) แต่งบ้าน [ ] 12) ปลูกต้นไม้ / จัดสวน
[ ] 13) เทคโนโลยี / มือถือ / คอมพิวเตอร์ [ ] 14) สารคดี / ประวัติศาสตร์ / ชีวประวัติ
[ ] 15) ธรรมะ / ศาสนา / พระเครื่อง [ ] 16) ดูดวง / โหราศาสตร์ / ความเชื่อ
[ ] 17) ปรัชญา / การเมือง [ ] 18) จิตวิทยา / ให้กำลังใจ / พัฒนาตนเอง
[ ] 19) แข่งรถ / ยานยนต์ [ ] 20) เกมคอมพิวเตอร์ [ ] 21) อื่นๆ ระบุ.....

2. ท่านอ่านหนังสือ เฉลี่ยวันละกี่นาที
อ่านเฉลี่ยวันละ .....Q2..... นาที

วิธีคำนวณ

1) ให้คำนวณเป็นนาทีต่อวัน

2) กรณีไม่ได้อ่านทุกวันให้คำนวณเป็นวัน เช่น อ่านสัปดาห์ละ 3 ชั่วโมงครึ่ง คำนวณโดย (3 x 60) + 30 = 210 นาทีต่อสัปดาห์ หารด้วย 7 เพื่อเฉลี่ยเป็นวันเท่ากับวันละ 30 นาที

3. ปกติท่านอ่านหนังสือในช่วงเวลาใด

3.1 วันจันทร์ - ศุกร์ *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)* Q3.1.1 – Q3.1.5

[ ] 1) ตอนเช้าก่อนเข้าเรียน / ทำงาน [ ] 2) ขณะเดินทาง [ ] 3) เวลาว่างระหว่างวัน

[ ] 4) พักกลางวัน [ ] 5) ก่อนนอน

3.2 วันเสาร์ - อาทิตย์ / วันหยุด *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)* Q3.2.1 – Q3.2.5

[ ] 1) ช่วงเช้า [ ] 2) ช่วงเที่ยง [ ] 3) ช่วงบ่าย [ ] 4) ช่วงเย็น [ ] 5) ก่อนนอน

4. ปกติท่านอ่านหนังสือที่ใด *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)* Q4.1 – Q4.8

[ ] 1) บ้าน [ ] 2) ห้องสมุด [ ] 3) โรงเรียน / ที่ทำงาน [ ] 4) ร้านกาแฟ

[ ] 5) ร้านหนังสือ [ ] 6) ศูนย์การค้า / ห้างสรรพสินค้า [ ] 7) บนรถ [ ] 8) อื่นๆ ระบุ.....

5. เหตุผลที่ท่านอ่านหนังสือคือข้อใดบ้าง *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)* Q5.1 – Q5.10

[ ] 1) เพิ่มพูนความรู้ พัฒนาตนเอง [ ] 2) ทันเหตุการณ์ รู้เท่าทันโลก [ ] 3) สนุก เพลิดเพลิน บันเทิง

[ ] 4) ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ [ ] 5) เพราะรักการอ่าน [ ] 6) อ่านฆ่าเวลาระหว่างรอ หรือว่าง

[ ] 7) ใช้เป็นข้อมูลในการทำงาน [ ] 8) เพื่อใช้ในการเรียน / การสอบ [ ] 9) อ่านให้ลูก หลาน หรือคนอื่นฟัง

[ ] 10) อื่นๆ ระบุ.....

6. ปกติ ท่านอ่านหนังสือประเภทใดบ้าง *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)* Q6.1 – Q6.18

[ ] 1) นวนิยายไทย [ ] 2) นวนิยายแปลจากต่างประเทศ [ ] 3) การ์ตูน / นิยายภาพ

[ ] 4) ธุรกิจ / หุ้น / การลงทุน [ ] 5) ท่องเที่ยว [ ] 6) สุขภาพ / อาหาร

[ ] 7) เทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์ [ ] 8) สารคดี / ประวัติศาสตร์ / ชีวประวัติ [ ] 9) ธรรมะ / ศาสนา

[ ] 10) คู่มือเตรียมสอบ [ ] 11) โหราศาสตร์ / ความเชื่อ [ ] 12) เรื่องสั้น

[ ] 13) ปรัชญา / การเมือง [ ] 14) จิตวิทยา / ให้กำลังใจ / พัฒนาตนเอง [ ] 15) ยานยนต์

[ ] 16) สอนภาษา [ ] 17) หนังสือเด็ก (อ่านให้เด็กฟัง) [ ] 18) อื่นๆ ระบุ.....

7. จากคำตอบที่ท่านเลือกในข้อ 6 โปรดเรียงลำดับประเภทหนังสือที่ท่านอ่านบ่อยที่สุด 3 อันดับแรก Q7.1 – Q7.3

1) ..... 2) ..... 3) .....

8. ท่านอ่านหนังสือรูปแบบใดบ้าง *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)* Q8.1 – Q8.2

[ ] 1) หนังสือกระดาษ คิดเป็นสัดส่วนประมาณ... Q8.1per..%

[ ] 2) e-book คิดเป็นสัดส่วนประมาณ... Q8.2per.. %

บวกกันรวมกันเป็น 100%

9. <u>เฉพาะผู้ที่อ่านหนังสือในรูปแบบ e-book</u> ท่านอ่านผ่านอุปกรณ์ใด *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)* Q9.1 – Q9.5

[ ] 1) PC / Notebook / Laptop Computer [ ] 2) Tablet / iPad [ ] 3) Smart Phone

[ ] 4) เครื่องอ่าน e-book อาทิ Kindle [ ] 5) อื่นๆ ระบุ.....

10. ปกติท่านใช้อินเทอร์เน็ตบ่อยเพียงไร *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)* Q10.1 – Q10.3

[ ] 1) วันจันทร์ - ศุกร์ เฉลี่ยใช้วันละ .....ชั่วโมง ..Q10.1mn.....นาที

[ ] 2) วันเสาร์ - อาทิตย์ / วันหยุด เฉลี่ยใช้วันละ .....ชั่วโมง ..Q10.2mn.....นาที

[ ] 3) ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต **(ข้ามไปตอบส่วนที่ 2)**

11. สำหรับตัวท่าน การใช้อินเทอร์เน็ตทำให้อ่านหนังสือที่เป็นกระดาษน้อยลงหรือไม่ Q11

[ ] 1) น้อยลง (เช่น ท่านใช้เวลากับการอ่านข้อมูล ข่าวสารต่างๆ ในอินเทอร์เน็ตแทนหนังสือกระดาษ)

➡ เนื้อหาประเภทใดในการอ่านบนอินเทอร์เน็ตที่มีผลทำให้ท่านอ่านหนังสือที่เป็นกระดาษน้อยลงมากที่สุด Q11.1

( ) 1) blog ( ) 2) เว็บข่าวและเว็บรวบรวมข่าว (เช่น sanook, kapook, mthai) ( ) 3) เว็บบอร์ด เช่น PANTIP

[ ] 2) ไม่มีผล

[ ] 3) มากขึ้น (เช่น อินเทอร์เน็ตทำให้อยากอ่านเล่มที่ไม่เคยอ่านมาก่อนมากขึ้น / ทราบหนังสือออกใหม่ที่น่าสนใจ)

<u>ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อหนังสือ</u>

12. <u>ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา</u> ท่านเคยไปงานสัปดาห์หนังสือ / งานมหกรรมหนังสือ หรืองานบุ๊คส์แฟร์อื่นๆ หรือไม่ Q12

[ ] 1) เคย [ ] 2) ไม่เคย

13. <u>ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา</u> ท่านเข้าไปร้านขายหนังสือ บ่อยครั้งเพียงใด Q13

[ ] 1) สัปดาห์ละครั้งหรือมากกว่า [ ] 2) 2-3 สัปดาห์ครั้ง [ ] 3) เดือนละครั้ง

[ ] 4) 2-3 เดือนครั้ง [ ] 5) นานกว่า 3 เดือนต่อครั้ง [ ] 6) ไม่เคยเข้า ***(ข้ามไปตอบข้อมูลทั่วไป)***

14. <u>ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา</u> ท่านซื้อหนังสือ บ่อยครั้งเพียงใด Q14

[ ] 1) สัปดาห์ละครั้งหรือมากกว่า [ ] 2) 2-3 สัปดาห์ครั้ง [ ] 3) เดือนละครั้ง

[ ] 4) 2-3 เดือนครั้ง [ ] 5) นานกว่า 3 เดือนต่อครั้ง [ ] 6) ไม่เคยซื้อ ***(ข้ามไปตอบข้อมูลทั่วไป)***

15. ท่านซื้อหนังสือเฉลี่ยครั้งละกี่เล่ม

15.1 ซื้อจากร้านหนังสือ Q15.1

[ ] 1) 1 เล่ม [ ] 2) 2 เล่ม [ ] 3) 3 เล่ม [ ] 4) 4 เล่ม [ ] 5) มากกว่า 4 เล่ม

15.2 ซื้อจากงานสัปดาห์หนังสือ / งานมหกรรมหนังสือ / งานบุ๊คส์แฟร์อื่นๆ Q15.2

[ ] 1) 1 เล่ม [ ] 2) 2 เล่ม [ ] 3) 3 เล่ม [ ] 4) 4 เล่ม [ ] 5) มากกว่า 4 เล่ม

16. ท่านใช้จ่ายในการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยประมาณครั้งละเท่าใด

16.1 ซื้อจากร้านหนังสือ Q16.1

[ ] 1) ไม่เกิน 200 บาท [ ] 2) 201 - 500 บาท [ ] 3) 501 - 800 บาท

[ ] 4) 801 - 1,000 บาท [ ] 5) 1,001 - 1,500 บาท [ ] 6) มากกว่า 1,500 บาท

16.2 ซื้อจากงานสัปดาห์หนังสือ / งานมหกรรมหนังสือ / งานบุ๊คส์แฟร์อื่นๆ Q16.2

[ ] 1) ไม่เกิน 200 บาท [ ] 2) 201 - 500 บาท [ ] 3) 501 - 800 บาท

[ ] 4) 801 - 1,000 บาท [ ] 5) 1,001 - 1,500 บาท [ ] 6) มากกว่า 1,500 บาท

17. ส่วนใหญ่ ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการเลือกซื้อหนังสือในร้านหนังสือแต่ละครั้งเป็นเท่าไร Q17

[ ] 1) ไม่เกิน 15 นาที [ ] 2) 16 - 30 นาที [ ] 3) 31 นาที - 1 ชั่วโมง [ ] 4) มากกว่า 1 ชั่วโมง

18. โดยส่วนใหญ่ ลักษณะการตัดสินใจซื้อหนังสือของท่านคือ Q18

[ ] 1) มีหนังสือที่ต้องการซื้อในใจอยู่แล้ว จึงไปร้านหนังสือ

[ ] 2) เข้าร้านหนังสือตามความสะดวกแล้วเลือกซื้อหนังสือออกมา

19. ท่านทราบข่าวการออกหนังสือเล่มใหม่จากแหล่งใด *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)* Q19.1 – Q19.10

[ ] 1) รายการโทรทัศน์ [ ] 2) รายการวิทยุ [ ] 3) หนังสือพิมพ์ [ ] 4) นิตยสาร / วารสาร

[ ] 5) ร้านหนังสือ [ ] 6) งานสัปดาห์หนังสือ / งานมหกรรมหนังสือ / งานบุ๊คส์แฟร์อื่นๆ

[ ] 7) การแชร์ต่อจาก social media เช่น facebook, twitter [ ] 8) เว็บไซต์[ ] 9) เพื่อนบอก / มีคนแนะนำ

[ ] 10) อื่นๆ ระบุ.....

20. จากข้อ 19 แหล่งใดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือของท่านมากที่สุด ระบุ .....Q20.....

21. ร้านหนังสือที่ท่านมักเข้าไปซื้อ มีคุณสมบัติใด *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)* Q21.1 – Q21.8

[ ] 1) มีหนังสือหลากหลายประเภท [ ] 2) เลือกชมหนังสือได้ง่าย จัดหนังสือเป็นหมวดหมู่ชัดเจน

[ ] 3) มีหนังสือออกใหม่หลายสำนักพิมพ์ [ ] 4) ได้ร่วมกิจกรรมในงาน

[ ] 5) ได้ส่วนลดค่าหนังสือ [ ] 6) เจ้าหน้าที่บริการดี

[ ] 7) ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน / สถานศึกษา [ ] 8) อื่นๆ ระบุ.....

22. ปกติท่านซื้อหนังสือจากร้านใดบ้าง *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)* Q22.1 – Q22.6

[ ] 1) SE-ED [ ] 2) ร้านนายอินทร์ [ ] 3) B2S [ ] 4) ศูนย์หนังสือจุฬาฯ

[ ] 5) ร้านในเซเว่นฯ (บุ๊คสไมล์) [ ] 6) ร้านหนังสืออื่นๆ

23. ปกติท่านซื้อหนังสือจากช่องทางใดบ้าง *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)* Q23.1 – Q23.5

[ ] 1) ซื้อที่ร้านหนังสือ [ ] 2) ซื้อออนไลน์กับร้านหนังสือ [ ] 3) ซื้อออนไลน์กับสำนักพิมพ์

[ ] 4) โทรฯ สั่ง [ ] 5) อื่นๆ ระบุ.....

24. <u>ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา</u> ท่านซื้อหนังสือประเภทต่อไปนี้จำนวนกี่เล่ม Q24.1 – Q24.18 กรณีไม่ได้ซื้อให้ใส่ 0 ในช่องจำนวน

หนังสือ	ซื้อ	ไม่ได้ซื้อ
1) นวนิยายไทย	จำนวน ..... เล่ม	
2) นวนิยายแปลจากต่างประเทศ	จำนวน ..... เล่ม	
3) การ์ตูน / นิยายภาพ	จำนวน ..... เล่ม	
4) ธุรกิจ / หุ้น / การลงทุน	จำนวน ..... เล่ม	
5) ท่องเที่ยว	จำนวน ..... เล่ม	
6) สุขภาพ / อาหาร	จำนวน ..... เล่ม	
7) เทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์	จำนวน ..... เล่ม	
8) สารคดี / ประวัติศาสตร์ / ชีวประวัติ	จำนวน ..... เล่ม	
9) ธรรมะ / ศาสนา	จำนวน ..... เล่ม	
10) คู่มือเตรียมสอบ	จำนวน ..... เล่ม	
11) โหราศาสตร์ / ความเชื่อ	จำนวน ..... เล่ม	
12) เรื่องสั้น	จำนวน ..... เล่ม	
13) ปรัชญา / การเมือง	จำนวน ..... เล่ม	
14) จิตวิทยา / ให้กำลังใจ / พัฒนาตนเอง	จำนวน ..... เล่ม	
15) ยานยนต์	จำนวน ..... เล่ม	
16) สอนภาษา	จำนวน ..... เล่ม	
17) หนังสือเด็ก	จำนวน ..... เล่ม	
18) อื่นๆ ระบุ.....	จำนวน ..... เล่ม	

25. จากข้างต้น หนังสือประเภทใด / เกี่ยวกับอะไร ที่ท่านต้องการ แต่หาซื้อยากหรือต้องรอนาน ในร้านขายหนังสือประเทศไทย *(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)* Q25.1 – Q25.4

1) ..... 2) ..... 3) ..... [ ] ไม่มี

26. สาเหตุใดต่อไปนี้ ที่เป็นอุปสรรคทำให้ท่านไม่ได้ซื้อหนังสือ หรือซื้อลดลง *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)* Q26.1 – Q26.11

[ ] 1) ไม่ชอบอ่านหนังสือ / ไม่สนใจ [ ] 2) เสียดายเงิน [ ] 3) หนังสือที่ต้องการหาซื้อยาก

[ ] 4) ไม่มีเวลาอ่าน [ ] 5) สายตาไม่ดี [ ] 6) สุขภาพไม่ดี

[ ] 7) สามารถยืมอ่านได้ [ ] 8) ซื้อไว้เยอะพอแล้ว

[ ] 9) มีกิจกรรมอื่นที่สนใจมากกว่า ได้แก่ .....Q26.9as.....

[ ] 10) สามารถอ่านจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อาทิ อินเทอร์เน็ต ซีดี e-book ได้ฟรี [ ] 11) อื่นๆ ระบุ.....

27. การซื้อ e-book มีผลทำให้ท่านซื้อหนังสือที่ผลิตจากกระดาษ ลดลงหรือไม่ Q27

[ ] 1) ทำให้ซื้อหนังสือที่ผลิตจากกระดาษ ลดลง [ ] 2) ไม่มีผล [ ] 3) ไม่เคยซื้อ e-book

28. สำหรับท่าน ปัจจัยอะไรที่ส่งผลต่อการซื้อหนังสือของท่านมากที่สุด 3 อันดับแรก *(โปรดเรียงลำดับ 1 - 3)* Q28.1 – Q28.8

..... เนื้อหาอยู่ในความสนใจ ..... หนังสืออยู่ในกระแส / มีคนพูดถึงบ่อย

..... ชื่อเสียงของนักเขียน ..... ชื่อเสียงของสำนักพิมพ์

..... รูปเล่ม / ภาพประกอบสวยงาม ..... ราคาสมเหตุสมผล

..... มีการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่นลดราคา/ของแถม) ..... อื่นๆ ระบุ.....

29. ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยซื้อหนังสือเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ เหล่านี้หรือไม่ *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)* Q29.1 – Q29.5

[ ] 1) สะสม [ ] 2) เป็นของขวัญ [ ] 3) บริจาค [ ] 4) อื่นๆ ระบุ..... [ ] 5) ไม่เคย

30. หากท่านจะซื้อหนังสือสักเล่ม ราคาหนังสือต่อเล่มสามารถแพงที่สุดได้กี่บาทที่ท่านจะไม่มีความลำบากใจในการตัดสินใจซื้อ

ระบุ ....Q30..... บาทต่อเล่ม [ ] กี่บาทก็ได้ Q30.1

31. ความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับวงการหนังสือที่ท่านอยากให้ปรับปรุง *(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)* Q31.1 – Q31.3

1) .....

2) .....

3) .....

<u>ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม</u>

1. เพศ [ ] 1) ชาย [ ] 2) หญิง SEX

2. อายุ AGE

[ ] 1) ไม่เกิน 20 ปี [ ] 2) 21 - 30 ปี [ ] 3) 31 - 40 ปี

[ ] 4) 41 - 50 ปี [ ] 5) 51 - 60 ปี [ ] 6) 61 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส STATUS [ ] 1) โสด [ ] 2) สมรส [ ] 3) อื่นๆ

4. การมีบุตร CHILD [ ] 1) 0 คน *(ข้ามไปตอบข้อ 6)* [ ] 2) 1 คน [ ] 3) 2 คน [ ] 4) 3 คนขึ้นไป

5. ช่วงอายุของบุตร C_AGE

บุตรคนที่	อายุ (ปี)
คนที่ 1	
คนที่ 2	
คนที่ 3	

6. ระดับการศึกษาของตัวท่าน EDU

[ ] 1) ประถมศึกษา / ไม่ได้เรียน [ ] 2) มัธยมศึกษาตอนต้น [ ] 3) มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

[ ] 4) อนุปริญญา / ปวส. / ปวท. [ ] 5) ปริญญาตรี [ ] 6) สูงกว่าปริญญาตรี

7. อาชีพประจำที่ทำเป็นหลัก OCC

[ ] 1) นักเรียน / นักศึกษา [ ] 2) ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ [ ] 3) รับจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน

[ ] 4) เจ้าของกิจการส่วนตัว [ ] 5) ค้าขายรายย่อย / บริการรายย่อย[ ] 6) ผู้ใช้แรงงาน / รับจ้างทั่วไป

[ ] 7) เกษียณอายุ / พ่อบ้าน / แม่บ้าน [ ] 8) เกษตรกร / ประมง

[ ] 9) อาชีพอิสระ อาทิ ทนายความ สถาปนิก [ ] 10) อื่นๆ ระบุ ..... [ ] 11) ว่างงาน

8. รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน INCOME

[ ] 1) ไม่เกิน 15,000 บาท [ ] 2) 15,001 - 30,000 บาท [ ] 3) 30,001 - 45,000 บาท

[ ] 4) 45,001 - 60,000 บาท [ ] 5) มากกว่า 60,000 บาท

9. รายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน (รวมตัวท่าน) H_INCOME

[ ] 1) ไม่เกิน 15,000 บาท [ ] 2) 15,001 - 50,000 บาท [ ] 3) 50,001 - 100,000 บาท

[ ] 4) 100,001 - 200,000 บาท [ ] 5) มากกว่า 200,000 บาท

10. สถานที่ทำงานหลักของท่านอยู่จังหวัดใด ระบุ..... PROVINCE

11. สถานที่อยู่ของท่านในปัจจุบันเป็นแบบใด HOUSE

[ ] 1) บ้านเดี่ยวมีบริเวณ [ ] 2) บ้านเดี่ยวไม่มีบริเวณ [ ] 3) ทาวน์เฮาส์ ทาวน์โฮม หรือห้องแถว

[ ] 4) คอนโดมิเนียมที่มีห้องย่อยๆ หรือห้องชุด [ ] 5) อพาร์ทเมนท์ หอพักหรือคอนโดมิเนียมที่เป็นห้องเดียว

สำหรับเจ้าหน้าที่ ชื่อพนักงานสัมภาษณ์ ..... วันเก็บข้อมูล ..... / ..... / .....

พื้นที่ ..... / PROVINCE2

ภาคผนวก ข

ผลการสำรวจภาคสนาม

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ลำดับ	เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1	ชาย	1,678	48.9
2	หญิง	1,754	51.1
	รวม	**3,432**	**100.0**

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

ลำดับ	อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เกิน 20 ปี	436	12.7
2	21 - 30 ปี	831	24.2
3	31 - 40 ปี	805	23.5
4	41 - 50 ปี	674	19.6
5	51 - 60 ปี	486	14.2
6	61 ปีขึ้นไป	200	5.8
	รวม	**3,432**	**100.0**

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

ลำดับ	สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
1	โสด	1510	44.0
2	สมรส	1797	52.4
3	อื่นๆ	99	2.9
4	ไม่ระบุ	26	0.7
	รวม	**3,432**	**100.0**

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการมีบุตร

ลำดับ	การมีบุตร	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่มีบุตร	1,599	46.6
2	1 คน	879	25.6
3	2 คน	676	19.7
4	3 คนขึ้นไป	241	7.0
5	ไม่ระบุ	37	1.1
	รวม	**3,432**	**100.0**

ค่าเฉลี่ยอายุบุตร คนที่ 1 = 21 ปี คนที่ 2 = 21 ปี และคนที่ 3 = 23 ปี

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษาที่สำเร็จชั้นสูงสุด

ลำดับ	การศึกษาที่สำเร็จชั้นสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
1	ประถมศึกษา / ไม่ได้เรียน	667	19.4
2	มัธยมศึกษาตอนต้น	621	18.1
3	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	1,242	36.2
4	อนุปริญญา / ปวส. / ปวท.	360	10.5
5	ปริญญาตรี	509	14.8
6	สูงกว่าปริญญาตรี	33	1.0
	รวม	**3,432**	**100.0**

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

ลำดับ	อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
1	นักเรียน / นักศึกษา	761	22.2
2	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	135	3.9
3	รับจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน	657	19.1
4	เจ้าของกิจการส่วนตัว	367	10.7
5	ค้าขายรายย่อย / บริการรายย่อย	954	27.8
6	ผู้ใช้แรงงาน / รับจ้างทั่วไป	262	7.6
7	เกษียณอายุ / พ่อบ้าน / แม่บ้าน	240	7.0
8	เกษตรกร / ประมง	15	0.4
9	อาชีพอิสระ อาทิ ทนายความ สถาปนิก	15	0.4
10	อื่นๆ	2	0.1
11	ว่างงาน	24	0.8
	รวม	**3,432**	**100.0**

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

ลำดับ	รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เกิน 15,000 บาท	2,054	59.9
2	15,001 - 30,000 บาท	1,230	35.8
3	30,001 - 45,000 บาท	111	3.2
4	45,001 - 60,000 บาท	8	0.2
5	มากกว่า 60,000 บาท	16	0.5
6	ไม่ระบุ	13	0.4
	รวม	**3,432**	**100.0**

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน

ลำดับ	รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เกิน 15,000 บาท	443	12.9
2	15,001 - 50,000 บาท	2,473	72.1
3	50,001 - 100,000 บาท	443	12.9
4	100,001 - 200,000 บาท	44	1.3
5	มากกว่า 200,000 บาท	22	0.6
6	ไม่ระบุ	7	0.2
	รวม	**3,432**	**100.0**

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามจังหวัดที่ทำงานอยู่ในปัจจุบัน

ลำดับ	จังหวัดที่ทำงานอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
1	กรุงเทพฯ	875	25.6
2	นครราชสีมา	228	6.6
3	ชลบุรี	172	5.0
4	นครศรีธรรมราช	166	4.8
5	เชียงใหม่	153	4.5
6	ขอนแก่น	150	4.4
7	สมุทรปราการ	133	3.9
8	สงขลา	130	3.8
9	นนทบุรี	105	3.1
10	ปทุมธานี	108	3.1
11	นครสวรรค์	93	2.7
12	พิษณุโลก	83	2.4
13	ระยอง	5	0.1
14	น่าน	1	0.0
15	ไม่ได้ทำงาน รวมกับไม่ระบุ	1,030	30.0
	รวม	**3,432**	**100.0**

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะสถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน

ลำดับ	ลักษณะสถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
1	บ้านเดี่ยวมีบริเวณ	771	22.5
2	บ้านเดี่ยวไม่มีบริเวณ	717	20.9
3	ทาวน์เฮาส์ ทาวน์โฮม หรือห้องแถว	1,207	35.2
4	คอนโดมิเนียมที่มีห้องย่อยๆ หรือห้องชุด	104	3.0
5	อพาร์ทเมนท์ หอพัก คอนโดมิเนียมที่เป็นห้องเดียว	618	18.0
6	ไม่ระบุ	15	0.4
	รวม	**3,432**	**100.0**

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการอ่านหนังสือ *(อ่านทุกประเภท)*

ลำดับ	การอ่านหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
1	อ่าน	3,019	88.0
2	ไม่อ่าน	413	12.0
	รวม	**3,432**	**100.0**

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความถี่ในการอ่านหนังสือ *(อ่านเฉพาะตามนิยาม)*

ลำดับ	ความถี่ในการอ่านหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
1	ทุกวัน	613	17.9
2	สัปดาห์ละ 5 - 6 วัน	229	6.7
3	สัปดาห์ละ 3 - 4 วัน	534	15.6
4	สัปดาห์ละ 1 - 2 วัน	401	11.7
5	นานๆ ครั้ง (ไม่ได้อ่านทุกสัปดาห์ แต่ยังอ่านบ้าง)	290	8.4
6	ไม่อ่านหนังสือ	1,365	39.7
	รวม	**3,432**	**100.0**

อ่านหนังสือตามนิยามของสมาคมฯ จำนวน 2,067 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 60.3

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุสาเหตุที่ทำให้ไม่ได้อ่านหนังสือ

(เฉพาะผู้ที่ไม่ได้อ่านหนังสือใดๆ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับ	สาเหตุที่ทำให้ไม่ได้อ่านหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
1	อ่านหนังสือไม่ออก	45	10.9
2	ไม่ชอบอ่านหนังสือ / ไม่สนใจ	106	25.7
3	หนังสือราคาแพง	23	5.6
4	หาหนังสือที่ต้องการอ่านไม่ได้	16	3.9
5	ไม่มีเวลาอ่าน	260	63.0
6	สายตาไม่ดี	122	29.5
7	สุขภาพไม่ดี	27	6.5
8	มีกิจกรรมอื่นที่สนใจมากกว่า*	29	7.0
9	อื่นๆ อาทิ เลี้ยงลูก ใช้การค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต	3	0.7

****มีกิจกรรมอื่นที่สนใจมากกว่า ได้แก่***

ลำดับ	กิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
1	เล่นอินเทอร์เน็ต	12	41.4
2	ดูทีวี	11	37.9
3	พบประสังสรรค์ / เที่ยวกับเพื่อน	3	10.4
4	ออกกำลังกาย / เล่นกีฬา	2	6.9
5	facebook	1	3.4
	รวม	29	100.0

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุประเภทเนื้อหาที่ชอบอ่านจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างเว็บไซต์ *(เฉพาะผู้ที่ไม่ได้อ่านหนังสือตามนิยาม แต่อ่านจากประเภทอื่น และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)*

ลำดับ	ประเภทเนื้อหาที่ชอบอ่านจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างเว็บไซต์	จำนวน	ร้อยละ
1	ข่าวสารประจำวัน	792	83.2
2	วิเคราะห์ข่าว	414	43.5
3	บันเทิง	365	38.3
4	กีฬา	461	48.4
5	แฟชั่น / เครื่องแต่งกาย	167	17.5
6	How to / แนะนำเคล็ดลับต่างๆ	69	7.2
7	ธุรกิจ / หุ้น / การลงทุน	64	6.7
8	ท่องเที่ยว	146	15.3
9	สุขภาพ / อาหาร	219	23.0
10	สัตว์เลี้ยง	63	6.6
11	แต่งบ้าน	64	6.7
12	ปลูกต้นไม้ / จัดสวน	73	7.7
13	เทคโนโลยี / มือถือ / คอมพิวเตอร์	72	7.6
14	สารคดี / ประวัติศาสตร์ / ชีวประวัติ	65	6.8
15	ธรรมะ / ศาสนา / พระเครื่อง	127	13.3
16	ดูดวง / โหราศาสตร์ / ความเชื่อ	188	19.7
17	ปรัชญา / การเมือง	175	18.4
18	จิตวิทยา / ให้กำลังใจ / พัฒนาตนเอง	37	3.9
19	แข่งรถ / ยานยนต์	53	5.6
20	เกมคอมพิวเตอร์	16	1.7
21	อื่นๆ อาทิ หนังสือเรียน ปืน เครื่องบิน	4	0.4

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อวัน

ลำดับ	ระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เกิน 15 นาที	370	17.8
2	16 - 30 นาที	878	42.5
3	31 - 60 นาที	553	26.8
4	61 - 120 นาที	181	8.8
5	มากกว่า 120 นาที	85	4.1
	รวม	**2,067**	**100.0**

***ค่าเฉลี่ย 46 นาที** *ค่าต่ำสุด 5 นาที* *ค่าสูงสุด 360 นาที*

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุช่วงเวลาการอ่านหนังสือในวันจันทร์ - ศุกร์ *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)*

ลำดับ	ช่วงเวลาการอ่านหนังสือในวันจันทร์ - ศุกร์	จำนวน	ร้อยละ
1	ตอนเช้าก่อนเข้าเรียน / ทำงาน	243	11.9
2	ขณะเดินทาง	183	9.0
3	เวลาว่างระหว่างวัน	1,195	58.5
4	พักกลางวัน	254	12.4
5	ก่อนนอน	809	39.6

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุช่วงเวลาการอ่านหนังสือในวันเสาร์ - อาทิตย์ / วันหยุด *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)*

ลำดับ	ช่วงเวลาการอ่านหนังสือ ในวันเสาร์ - อาทิตย์ / วันหยุด	จำนวน	ร้อยละ
1	ช่วงเช้า	397	20.1
2	ช่วงเที่ยง	329	16.7
3	ช่วงบ่าย	601	30.4
4	ช่วงเย็น	720	36.5
5	ก่อนนอน	854	43.3

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุสถานที่อ่านหนังสือ *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)*

ลำดับ	สถานที่อ่านหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
1	บ้าน	1,718	83.7
2	ห้องสมุด	188	9.2
3	โรงเรียน / ที่ทำงาน	533	26.0
4	ร้านกาแฟ	132	6.4
5	ร้านหนังสือ	189	9.2
6	ศูนย์การค้า / ห้างสรรพสินค้า	87	4.2
7	บนรถ	153	7.5
8	อื่นๆ อาทิ ร้านขายของ ศาลาประชาคม โรงพยาบาล วัด สวนสาธารณะ ห้องเพื่อน	28	1.4

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุผลที่อ่านหนังสือ *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)*

ลำดับ	เหตุผลที่อ่านหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
1	เพิ่มพูนความรู้ พัฒนาตนเอง	975	47.3
2	ทันเหตุการณ์ รู้เท่าทันโลก	454	22.0
3	สนุก เพลิดเพลิน บันเทิง	1,013	49.2
4	ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	798	38.7
5	เพราะรักการอ่าน	233	11.3
6	อ่านฆ่าเวลาระหว่างรอ หรือว่าง	486	23.6
7	ใช้เป็นข้อมูลในการทำงาน	160	7.8
8	เพื่อใช้ในการเรียน / การสอบ	281	13.6
9	อ่านให้ลูก หลาน หรือคนอื่นฟัง	66	3.2
10	อื่นๆ อาทิ สนใจเรื่องนั้นๆ จิตใจสงบ เป็นหลักยึดเหนี่ยวจิตใจ	88	4.3

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุประเภทเนื้อหาที่ชอบอ่าน *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)*

ลำดับ	ประเภทเนื้อหาที่ชอบอ่าน	จำนวน	ร้อยละ
1	นวนิยายไทย	449	21.8
2	นวนิยายแปลจากต่างประเทศ	202	9.8
3	การ์ตูน / นิยายภาพ	711	34.4
4	ธุรกิจ / หุ้น / การลงทุน	146	7.1
5	ท่องเที่ยว	440	21.3
6	สุขภาพ / อาหาร	579	28.1
7	เทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์	250	12.1
8	สารคดี / ประวัติศาสตร์ / ชีวประวัติ	476	23.1
9	ธรรมะ / ศาสนา	417	20.2
10	คู่มือเตรียมสอบ	389	18.8
11	โหราศาสตร์ / ความเชื่อ	245	11.9
12	เรื่องสั้น	350	17.0
13	ปรัชญา / การเมือง	201	9.7
14	จิตวิทยา / ให้กำลังใจ / พัฒนาตนเอง	234	11.3
15	ยานยนต์	155	7.5
16	สอนภาษา	113	5.5
17	หนังสือเด็ก (อ่านให้เด็กฟัง)	60	2.9
18	อื่นๆ อาทิ กฎหมาย สัตว์เลี้ยง กีฬา	39	1.9

ตารางที่ 21 ร้อยละถ่วงน้ำหนักของตัวอย่าง ที่ระบุประเภทเนื้อหาที่ชอบอ่านมากที่สุด

ลำดับ	ประเภทเนื้อหาที่ชอบอ่านมากที่สุด	ร้อยละ
1	นวนิยายไทย	9.4
2	นวนิยายแปลจากต่างประเทศ	3.8
3	การ์ตูน / นิยายภาพ	15.2
4	ธุรกิจ / หุ้น / การลงทุน	2.6
5	ท่องเที่ยว	6.8
6	สุขภาพ / อาหาร	9.9
7	เทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์	4.5
8	สารคดี / ประวัติศาสตร์ / ชีวประวัติ	8.1
9	ธรรมะ / ศาสนา	9.1
10	คู่มือเตรียมสอบ	8.6
11	โหราศาสตร์ / ความเชื่อ	4.0
12	เรื่องสั้น	4.9
13	ปรัชญา / การเมือง	3.5
14	จิตวิทยา / ให้กำลังใจ / พัฒนาตนเอง	3.3
15	ยานยนต์	3.0
16	สอนภาษา	1.5
17	หนังสือเด็ก (อ่านให้เด็กฟัง)	0.9
18	อื่นๆ อาทิ กฎหมาย สัตว์เลี้ยง กีฬา	0.9
	รวม	**100.0**

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุรูปแบบหนังสือที่อ่าน *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)*

ลำดับ	รูปแบบหนังสือที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
1	หนังสือกระดาษ	2,062	99.8
2	e-book	497	24.0

เทียบเป็นสัดส่วนต่อกันโดยเฉลี่ย อ่านหนังสือกระดาษ 90.51% และอ่าน e-book 9.49%

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุอุปกรณ์ที่ใช้อ่าน e-book

(เฉพาะผู้ที่อ่านหนังสือในรูปแบบ e-book และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับ	อุปกรณ์ที่ใช้อ่าน e-book	จำนวน	ร้อยละ
1	PC / Notebook / Laptop Computer	227	46.9
2	Tablet / iPad	160	33.1
3	Smart Phone	268	55.4
4	เครื่องอ่าน e-book อาทิ Kindle	22	4.5

ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุวันที่ใช้อินเทอร์เน็ต *(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)*

ลำดับ	วันที่ใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
1	วันจันทร์ - ศุกร์	1,395	67.5
2	วันเสาร์ - อาทิตย์ / วันหยุด	1,340	64.8
3	***ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต***	599	29.0

ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ตต่อการอ่านหนังสือที่เป็นกระดาษ *(เฉพาะผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ต)*

ลำดับ	ผลกระทบ			จำนวน	ร้อยละ
1	น้อยลง			605	41.4
	ประเภทเนื้อหาของการอ่านจากอินเทอร์เน็ตที่มีผลมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ		
	1) blog	38	6.3		
	2) เว็บข่าวและเว็บรวบรวมข่าว (เช่น sanook, kapook, mthai)	441	72.9		
	3) เว็บบอร์ด เช่น PANTIP	126	20.8		
2	ไม่มีผล			771	52.7
3	มากขึ้น			56	5.9
	รวม			**1,462**	**100.0**

ตารางที่ 26 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเคยไปงานสัปดาห์หนังสือ / งานมหกรรมหนังสือ หรืองานบุ๊คส์แฟร์อื่นๆ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา

ลำดับ	การเคยไปงานสัปดาห์หนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
1	เคย	418	20.2
2	ไม่เคย	1,649	79.8
	รวม	**2,067**	**100.0**

ตารางที่ 27 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเคยเข้าร้านขายหนังสือในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา

ลำดับ	การเคยเข้าร้านขายหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
1	สัปดาห์ละครั้งหรือมากกว่า	169	8.2
2	2 - 3 สัปดาห์ครั้ง	310	15.0
3	เดือนละครั้ง	450	21.8
4	2 - 3 เดือนครั้ง	201	9.7
5	นานกว่า 3 เดือนต่อครั้ง	281	13.6
6	***ไม่เคยเข้า***	656	31.7
	รวม	**2,067**	**100.0**

ตารางที่ 28 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความถี่ในการซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา *(เฉพาะผู้ที่เคยเข้าร้านขายหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา)*

ลำดับ	ความถี่ในการซื้อหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
1	สัปดาห์ละครั้งหรือมากกว่า	106	7.5
2	2 - 3 สัปดาห์ครั้ง	187	13.3
3	เดือนละครั้ง	330	23.4
4	2 - 3 เดือนครั้ง	183	13.0
5	นานกว่า 3 เดือนต่อครั้ง	237	16.8
6	***ไม่เคยซื้อ***	368	26.0
	รวม	**1,411**	**100.0**

ตารางที่ 29 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุจำนวนหนังสือโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ซื้อจากร้านหนังสือ *(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา)*

ลำดับ	จำนวนหนังสือโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ซื้อจากร้านหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
1	1 เล่ม	490	47.1
2	2 เล่ม	382	36.7
3	3 เล่ม	102	9.8
4	4 เล่ม	25	2.4
5	มากกว่า 4 เล่ม	42	4.0
	รวม	**1,041**	**100.0**

ตารางที่ 30 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุจำนวนหนังสือโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ซื้อจากงานสัปดาห์หนังสือ / งานมหกรรมหนังสือ / งานบุ๊คส์แฟร์อื่นๆ *(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา)*

ลำดับ	จำนวนหนังสือโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ซื้อจากงานสัปดาห์หนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
1	1 เล่ม	128	35.8
2	2 เล่ม	113	31.6
3	3 เล่ม	60	16.8
4	4 เล่ม	18	5.0
5	มากกว่า 4 เล่ม	39	10.8
	รวม	**358**	**100.0**

ตารางที่ 31 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุค่าใช้จ่ายในการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ซื้อจากร้านหนังสือ *(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา)*

ลำดับ	ค่าใช้จ่ายในการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ซื้อจากร้านหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เกิน 200 บาท	390	37.5
2	201 - 500 บาท	524	50.4
3	501 - 800 บาท	80	7.7
4	801 - 1,000 บาท	24	2.3
5	1,001 - 1,500 บาท	10	1.0
6	มากกว่า 1,500 บาท	12	1.1
	รวม	**1,040**	**100.0**

ตารางที่ 32 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุค่าใช้จ่ายในการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ซื้อจากงานสัปดาห์หนังสือ / งานมหกรรมหนังสือ / งานบุ๊คส์แฟร์อื่นๆ *(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา)*

ลำดับ	ค่าใช้จ่ายในการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ซื้อจากงานสัปดาห์หนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เกิน 200 บาท	95	26.5
2	201 - 500 บาท	155	43.3
3	501 - 800 บาท	55	15.4
4	801 - 1,000 บาท	22	6.1
5	1,001 - 1,500 บาท	17	4.7
6	มากกว่า 1,500 บาท	14	4.0
	รวม	**358**	**100.0**

ตารางที่ 33 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุระยะเวลาที่ใช้ในการเลือกซื้อหนังสือในร้านหนังสือแต่ละครั้ง *(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา)*

ลำดับ	ระยะเวลาที่ใช้ในการเลือกซื้อหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เกิน 15 นาที	202	19.4
2	16 - 30 นาที	417	40.1
3	31 นาที - 1 ชั่วโมง	304	29.2
4	มากกว่า 1 ชั่วโมง	117	11.3
	รวม	**1,040**	**100.0**

ตารางที่ 34 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุลักษณะการตัดสินใจซื้อหนังสือ *(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา)*

ลำดับ	ลักษณะการตัดสินใจซื้อหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
1	มีหนังสือที่ต้องการซื้อในใจอยู่แล้ว จึงไปร้านหนังสือ	662	63.6
2	เข้าร้านหนังสือตามความสะดวกแล้วเลือกซื้อหนังสือออกมา	379	36.4
	รวม	**1,041**	**100.0**

ตารางที่ 35 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุแหล่งที่ทำให้ทราบข่าวการออกหนังสือเล่มใหม่ *(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)*

ลำดับ	แหล่งที่ทำให้ทราบข่าวการออกหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
1	รายการโทรทัศน์	184	17.6
2	รายการวิทยุ	35	3.4
3	หนังสือพิมพ์	84	8.1
4	นิตยสาร / วารสาร	121	11.6
5	ร้านหนังสือ	663	63.6
6	งานสัปดาห์หนังสือ / งานมหกรรมหนังสือ / งานบุ๊คส์แฟร์อื่นๆ	101	9.7
7	การแชร์ต่อจาก social media เช่น facebook, twitter	252	24.2
8	เว็บไซต์	245	23.5
9	เพื่อนบอก / มีคนแนะนำ	268	25.7
10	อื่นๆ อาทิ ห้องสมุด ห้างสรรพสินค้า	42	4.0

ตารางที่ 36 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุแหล่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือมากที่สุด *(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา)*

ลำดับ	แหล่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
1	รายการโทรทัศน์	78	7.6
2	รายการวิทยุ	11	1.1
3	หนังสือพิมพ์	21	2.0
4	นิตยสาร / วารสาร	38	3.7
5	ร้านหนังสือ	444	43.1
6	งานสัปดาห์หนังสือ / งานมหกรรมหนังสือ / งานบุ๊คส์แฟร์อื่นๆ	36	3.5
7	การแชร์ต่อจาก social media เช่น facebook, twitter	114	11.1
8	เว็บไซต์	134	13.0
9	เพื่อนบอก / มีคนแนะนำ	120	11.7
10	อื่นๆ อาทิ ตัวเอง ห้างสรรพสินค้า	33	3.2
	รวม	**1,029**	**100.0**

ตารางที่ 37 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุคุณสมบัติของร้านหนังสือที่มักเข้าไปซื้อ *(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)*

ลำดับ	คุณสมบัติของร้านหนังสือที่มักเข้าไปซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
1	มีหนังสือหลากหลายประเภท	802	77.0
2	เลือกชมหนังสือได้ง่าย จัดหนังสือเป็นหมวดหมู่ชัดเจน	562	53.9
3	มีหนังสือออกใหม่หลายสำนักพิมพ์	291	27.9
4	ได้ร่วมกิจกรรมในงาน	60	5.8
5	ได้ส่วนลดค่าหนังสือ	240	23.0
6	เจ้าหน้าที่บริการดี	173	16.6
7	ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน / สถานศึกษา	400	38.4
8	อื่นๆ อาทิ มีหนังสือที่ตรงกับความต้องการ	4	0.4

ตารางที่ 38 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุร้านหนังสือที่เข้าไปซื้อ

(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับ	ร้านหนังสือที่เข้าไปซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
1	SE-ED	586	56.2
2	ร้านนายอินทร์	426	40.9
3	B2S	311	29.8
4	ศูนย์หนังสือจุฬาฯ	48	4.6
5	ร้านในเซเว่นฯ (บุ๊คสไมล์)	349	33.5
6	ร้านหนังสืออื่นๆ	420	40.3

ตารางที่ 39 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุช่องทางในการซื้อหนังสือ

(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับ	ช่องทางในการซื้อหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
1	ซื้อที่ร้านหนังสือ	1,027	99.1
2	ซื้อออนไลน์กับร้านหนังสือ	48	4.6
3	ซื้อออนไลน์กับสำนักพิมพ์	30	2.9
4	โทรฯ สั่ง	10	1.0
5	อื่นๆ อาทิ งานมหกรรมหนังสือ ฝากเพื่อนซื้อจากต่างประเทศ	5	0.5

ตารางที่ 40 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุประเภทหนังสือที่ซื้อ และค่าเฉลี่ยจำนวนหนังสือที่ซื้อในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา *(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)*

ลำดับ	ประเภทหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย (เล่ม)
1	นวนิยายไทย	241	23.1	3
2	นวนิยายแปลจากต่างประเทศ	111	10.6	2
3	การ์ตูน / นิยายภาพ	340	32.6	4
4	ธุรกิจ / หุ้น / การลงทุน	66	6.3	2
5	ท่องเที่ยว	163	15.6	1
6	สุขภาพ / อาหาร	256	24.5	2
7	เทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์	101	9.7	2
8	สารคดี / ประวัติศาสตร์ / ชีวประวัติ	196	18.8	2
9	ธรรมะ / ศาสนา	133	12.8	2
10	คู่มือเตรียมสอบ	242	23.2	3
11	โหราศาสตร์ / ความเชื่อ	87	8.3	2
12	เรื่องสั้น	153	14.7	2
13	ปรัชญา / การเมือง	69	6.6	2
14	จิตวิทยา / ให้กำลังใจ / พัฒนาตนเอง	149	14.3	2
15	ยานยนต์	70	6.7	2
16	สอนภาษา	90	8.6	2
17	หนังสือเด็ก	42	4.0	3
18	อื่นๆ อาทิ พระเครื่อง วิทยาศาสตร์ นวนิยายต่างประเทศ (ไม่แปล)	14	1.3	4

เทียบค่าร้อยละจากจำนวนผู้ที่เคยซื้อหนังสือ 1,043 ราย

ตารางที่ 41 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุประเภทหนังสือที่ต้องการ แต่หาซื้อยากหรือต้องรอนาน ในร้านขายหนังสือประเทศไทย *(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)*

ลำดับ	ประเภทหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
1	นวนิยายไทย	59	4.9
2	นวนิยายแปลจากต่างประเทศ	51	4.3
3	การ์ตูน / นิยายภาพ	80	6.7
4	ธุรกิจ / หุ้น / การลงทุน	12	1.0
5	ท่องเที่ยว	21	1.8
6	สุขภาพ / อาหาร	41	3.4
7	เทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์	14	1.2
8	สารคดี / ประวัติศาสตร์ / ชีวประวัติ	27	2.3
9	ธรรมะ / ศาสนา	21	1.8
10	คู่มือเตรียมสอบ	47	3.9
11	โหราศาสตร์ / ความเชื่อ	2	0.2
12	เรื่องสั้น	18	1.5
13	ปรัชญา / การเมือง	6	0.5
14	จิตวิทยา / ให้กำลังใจ / พัฒนาตนเอง	24	2.0
15	ยานยนต์	14	1.2
16	สอนภาษา	9	0.8
17	หนังสือเด็ก	2	0.2
18	อื่นๆ อาทิ หนังสือแนะนำข้อมูลประเทศต่างๆ นวนิยายต่างประเทศ (ไม่แปล) ข้อมูลสอบเรียนต่อต่างประเทศ	12	1.0
19	***ไม่มี***	738	61.6

ตารางที่ 42 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุอุปสรรคที่ทำให้ไม่ได้ซื้อหนังสือ หรือซื้อลดลง *(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)*

ลำดับ	อุปสรรค	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ชอบอ่านหนังสือ / ไม่สนใจ	71	7.6
2	เสียดายเงิน	130	14.0
3	หนังสือที่ต้องการหาซื้อยาก	123	13.2
4	ไม่มีเวลาอ่าน	365	39.3
5	สายตาไม่ดี	69	7.4
6	สุขภาพไม่ดี	18	1.9
7	สามารถยืมอ่านได้	240	25.8
8	ซื้อไว้เยอะพอแล้ว	99	10.7
9	มีกิจกรรมอื่นที่สนใจมากกว่า*	41	4.4
10	สามารถอ่านจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อาทิ อินเทอร์เน็ต ซีดี e-book ได้ฟรี	126	13.6
11	อื่นๆ อาทิ หนังสือที่ต้องการวางขายช้า ราคาแพง ต้องอ่านหนังสือสอบ ไม่มีอุปสรรค	88	9.5

มีกิจกรรมอื่นที่สนใจมากกว่า ได้แก่

ลำดับ	กิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
1	เล่นอินเทอร์เน็ต	14	36.9
2	ออกกำลังกาย / เล่นกีฬา	8	21.1
3	facebook	6	15.8
4	ดูทีวี	5	13.2
5	พบประสังสรรค์ / เที่ยวกับเพื่อน	1	2.6
6	เล่นดนตรี	1	2.6
7	วาดภาพ	1	2.6
8	ปลูกต้นไม้	1	2.6
9	ท่องเที่ยวต่างจังหวัด	1	2.6
	รวม	38	100.0

ตารางที่ 43 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุผลกระทบของการซื้อ e-book ต่อการซื้อหนังสือที่ผลิตจากกระดาษ *(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา)*

ลำดับ	ผลกระทบของการซื้อ e-book	จำนวน	ร้อยละ
1	ทำให้ซื้อหนังสือที่ผลิตจากกระดาษ ลดลง	171	16.5
2	ไม่มีผล	315	30.5
3	***ไม่เคยซื้อ e-book***	548	53.0
	รวม	**1,034**	**100.0**

ตารางที่ 44 ค่าร้อยละถ่วงน้ำหนักของตัวอย่าง ที่ระบุปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อหนังสือมากที่สุด *(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา)*

ลำดับ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อหนังสือมากที่สุด	ร้อยละ
1	เนื้อหาอยู่ในความสนใจ	46.1
2	หนังสืออยู่ในกระแส / มีคนพูดถึงบ่อย	9.8
3	ชื่อเสียงของนักเขียน	9.7
4	ชื่อเสียงของสำนักพิมพ์	3.0
5	รูปเล่ม / ภาพประกอบสวยงาม	12.9
6	ราคาสมเหตุสมผล	14.9
7	มีการส่งเสริมการขาย (โปรโมชั่นลดราคา / ของแถม)	3.3
8	อื่นๆ อาทิ สะสม	0.3
	รวม	**100.0**

ตารางที่ 45 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุวัตถุประสงค์เฉพาะในการซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา *(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)*

ลำดับ	วัตถุประสงค์เฉพาะ	จำนวน	ร้อยละ
1	สะสม	382	36.7
2	เป็นของขวัญ	92	8.8
3	บริจาค	69	6.6
4	อื่นๆ อาทิ ให้ลูกค้าอ่าน ให้ลูก ใช้เรียน	14	1.3
5	***ไม่เคย***	541	52.0

ตารางที่ 46 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุราคาหนังสือต่อเล่มที่แพงที่สุดที่จะไม่มีความลำบากใจในการตัดสินใจซื้อ *(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา)*

ลำดับ	ราคาหนังสือต่อเล่ม	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เกิน 100 บาท	110	10.5
2	101 - 200 บาท	270	26.1
3	201 - 300 บาท	185	17.9
4	301 - 500 บาท	141	13.6
5	มากกว่า 500 บาท	60	5.8
6	***กี่บาทก็ได้***	270	26.1
	รวม	**1,036**	**100.0**

ค่าเฉลี่ย 316 บาท** ***ค่าต่ำสุด 10 บาท ***ค่าสูงสุด 5,000 บาท***

ตารางที่ 47 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความคิดเห็น / ข้อเสนอแนะต่อวงการหนังสือ *(เฉพาะผู้ที่เคยซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)*

ลำดับ	ความคิดเห็น / ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1	ควบคุมราคาหนังสือ ให้สมเหตุสมผล	81	27.0
2	เน้นสีสัน ภาพประกอบสวยงาม	34	11.3
3	พัฒนารูปแบบให้น่าสนใจ นำเสนอให้ชัดเจน	33	11.0
4	เพิ่มเนื้อหาให้มากขึ้น	28	9.3
5	เพิ่มขนาดตัวหนังสือให้ใหญ่และชัดเจน	27	9.0
6	มีประเภทหนังสือให้เลือกมากขึ้น	23	7.7
7	เนื้อหากระชับ เข้าใจง่าย	22	7.3
8	พัฒนาคุณภาพหนังสือ ให้มีความหลากหลาย	18	6.0
9	ปรับปรุงเนื้อหาให้น่าสนใจขึ้น	16	5.3
10	ขยายร้านไปยังต่างจังหวัด	14	4.7
11	มีหนังสือที่เน้นสาระความรู้มากขึ้น	11	3.7
12	ควรใช้กระดาษถนอมสายตา	10	3.3
13	หนังสือแปลมีน้อยเกินไป	9	3.0
14	มีโปรโมชั่น ดึงดูดการขายให้มากขึ้น	7	2.3
15	อื่นๆ อาทิ ควรนำหนังสือเก่าๆ ที่หายากมาขายจัดงานแสดงหนังสือในต่างจังหวัดมากขึ้น มีการประชาสัมพันธ์ที่ดีกว่านี้	11	3.6

ภาคผนวก ค

ตารางไขว้ของตัวแปรที่น่าสนใจ

ตารางที่ 48 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และความถี่ในการอ่านหนังสือ

		ความถี่ในการอ่านหนังสือ						
		ทุกวัน	สัปดาห์ละ 5-6 วัน	สัปดาห์ละ 3-4 วัน	สัปดาห์ละ 1-2 วัน	นานๆ ครั้ง	ไม่อ่านเลย	รวม
เพศ	หญิง	348	130	299	199	137	641	1,754
	ชาย	265	99	235	202	153	724	1,678
อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	96	52	104	85	52	47	436
	21-30 ปี	204	75	172	97	84	199	831
	31-40 ปี	112	42	128	108	69	346	805
	41-50 ปี	87	30	80	64	43	370	674
	51-60 ปี	81	21	40	37	36	271	486
	61 ปีขึ้นไป	33	9	10	10	6	132	200
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา/ไม่ได้เรียน	100	22	44	50	48	402	666
	มัธยมศึกษาตอนต้น	84	30	87	46	49	325	621
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	258	105	237	194	118	331	1,243
	อนุปริญญา/ปวส./ปวท	41	26	53	45	40	155	360
	ปริญญาตรี	112	44	109	64	34	146	509
	สูงกว่าปริญญาตรี	18	2	4	2	1	6	33
รายได้ต่อเดือน	ไม่เกิน 15,000 บาท	397	124	316	226	186	805	2,054
	15,001-30,000 บาท	188	94	194	154	94	506	1,230
	30,001-45,000 บาท	22	7	20	18	5	39	111

		ความถี่ในการอ่านหนังสือ						
		ทุกวัน	สัปดาห์ละ 5-6 วัน	สัปดาห์ละ 3-4 วัน	สัปดาห์ละ 1-2 วัน	นานๆ ครั้ง	ไม่อ่านเลย	รวม
	45,001-60,000 บาท	2	2	1	1	2	0	8
	มากกว่า 60,000 บาท	3	1	2	1	2	7	16

ตารางที่ 49 ความถี่ในการเข้าร้านหนังสือและความถี่ในการซื้อหนังสือในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามพฤติกรรมที่ว่าเคยหรือไม่เคยไม่งานมหกรรมหนังสือ

ความถี่ในการเข้าร้านหนังสือ ในรอบ 6 เดือน	เคยไปงานสัปดาห์หนังสือ งานมหกรรมหนังสือหรืองานบุ๊คส์แฟร์อื่นในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา	ไม่เคยไปงานสัปดาห์หนังสือ งานมหกรรมหนังสือหรืองานบุ๊คส์แฟร์อื่นในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา
สัปดาห์ละครั้งหรือมากกว่า	77	92
2-3 สัปดาห์ต่อครั้ง	121	189
เดือนละครั้ง	115	335
2-3 เดือนครั้ง	47	154
นานมากกว่า 3 เดือนต่อครั้ง	50	231
ไม่เคยเข้า	8	648
รวม	418	1,649

ความถี่ในการซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือน	เคยไปงานสัปดาห์หนังสือ งานมหกรรมหนังสือหรืองานบุ๊คส์แฟร์อื่นในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา	ไม่เคยไปงานสัปดาห์หนังสือ งานมหกรรมหนังสือหรืองานบุ๊คส์แฟร์อื่นในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา
สัปดาห์ละครั้งหรือมากกว่า	54	52
2-3 สัปดาห์ต่อครั้ง	87	100
เดือนละครั้ง	119	211
2-3 เดือนครั้ง	52	131

ความถี่ในการซื้อหนังสือในรอบ 6 เดือน	เคยไปงานสัปดาห์หนังสือ งานมหกรรมหนังสือหรืองานบุ๊คส์แฟร์อื่นในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา	ไม่เคยไปงานสัปดาห์หนังสือ งานมหกรรมหนังสือหรืองานบุ๊คส์แฟร์อื่นในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา
นานมากกว่า 3 เดือนต่อครั้ง	73	164
ไม่เคยเข้า	25	343
รวม	410	1001

ตารางที่ 50 ความถี่ในการอ่านหนังสือและระยะเวลาในการอ่านหนังสือ

ระยะเวลาในการอ่านหนังสือต่อวัน	ความถี่ในการอ่านหนังสือ				
	ทุกวัน	สัปดาห์ละ 5-6 วัน	สัปดาห์ละ 3-4 วัน	สัปดาห์ละ 1-2 วัน	นานๆ ครั้ง
ไม่เกิน 15 นาที	78	24	61	103	104
16-30 นาที	247	91	240	185	115
31-60 นาที	181	82	150	83	57
60 นาที	142	47	88	53	33
61-120 นาที	69	22	58	22	10
มากกว่า 120 นาที	38	10	25	8	4
รวม	755	276	622	454	323

ตารางที่ 51 ราคาหนังสือที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายกับความถี่ในการอ่านหนังสือ

จำนวนเงิน (บาทต่อเล่ม)	ความถี่ในการอ่านหนังสือ				
	ทุกวัน	สัปดาห์ละ 5-6 วัน	สัปดาห์ละ 3-4 วัน	สัปดาห์ละ 1-2 วัน	นานๆ ครั้ง
น้อยกว่า 100	21	11	33	25	20
101-200	91	24	77	52	26
201-300	54	21	52	42	16
301-500	47	17	43	21	13

จำนวนเงิน (บาทต่อเล่ม)	ความถี่ในการอ่านหนังสือ				
	ทุกวัน	สัปดาห์ละ 5-6 วัน	สัปดาห์ละ 3-4 วัน	สัปดาห์ละ 1-2 วัน	นานๆ ครั้ง
มากกว่า 500	26	9	14	11	0
กี่บาทก็ได้	117	36	63	35	19

ตารางที่ 52 สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับความสนใจ จำแนกตามกลุ่มอายุ

แหล่งที่ทำให้ทราบข่าวการออกหนังสือ	อายุ						
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป	รวม
รายการโทรทัศน์	43	58	35	30	13	5	184
รายการวิทยุ	3	9	6	9	5	3	35
หนังสือพิมพ์	15	26	19	13	8	3	84
นิตยสาร / วารสาร	21	45	37	14	3	1	121
ร้านหนังสือ	139	234	142	94	42	12	663
งานสัปดาห์หนังสือ / งานมหกรรมหนังสือ / งานบุ๊คส์แฟร์อื่นๆ	38	39	15	6	3	0	101
การแชร์ต่อจาก social media เช่น facebook, twitter	96	104	34	14	1	3	252
เว็บไซต์	88	93	36	21	4	3	245
เพื่อนบอก / มีคนแนะนำ	91	87	42	27	17	4	268
อื่นๆ อาทิ ห้องสมุด ห้างสรรพสินค้า	4	9	10	8	8	3	42

ตารางที่ 53 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือ นวนิยายไทย

จำนวน (เล่ม)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	96	41.6
2	65	28.1
3	26	11.3
4	10	4.3
5	11	4.8
6	6	2.6
7	1	.4
10	6	2.6
14	1	.4
15	1	.4
16	1	.4
20	4	1.7
24	1	.4
30	1	.4
100	1	.4
รวม	231	100.0

ตารางที่ 54 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือนวนิยายแปลจากต่างประเทศ

จำนวน (เล่ม)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	45	47.9
2	27	28.7
3	5	5.3
4	5	5.3
5	3	3.2
6	3	3.2
7	1	1.1
8	1	1.1
10	3	3.2
20	1	1.1
รวม	94	100.0

ตารางที่ 55 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือการ์ตูน / นิยายภาพ

จำนวน (เล่ม)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	92	29.3
2	68	21.7
3	37	11.8
4	14	4.5
5	26	8.3
6	26	8.3
7	3	1.0
8	7	2.2
9	4	1.3
10	15	4.8
12	6	1.9
13	1	.3
15	3	1.0
17	1	.3
20	2	.6
24	1	.3
25	1	.3
30	4	1.3
48	1	.3
50	2	.6
รวม	314	100.0

ตารางที่ 56 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือธุรกิจ / หุ้น / การลงทุน

จำนวน (เล่ม)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	35	56.5
2	12	19.4
3	3	4.8
4	6	9.7
5	2	3.2
6	2	3.2

จำนวน (เล่ม)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
10	1	1.6
22	1	1.6
รวม	62	100.0

ตารางที่ 57 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือท่องเที่ยว

จำนวน (เล่ม)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	90	62.5
2	41	28.5
3	9	6.3
4	1	.7
5	2	1.4
6	1	.7
รวม	144	100.0

ตารางที่ 58 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือสุขภาพ / อาหาร

จำนวน (เล่ม)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	122	52.8
2	62	26.8
3	21	9.1
4	11	4.8
5	2	.9
6	3	1.3
10	5	2.2
12	2	.9
15	2	.9
22	1	.4
รวม	231	100.0

ตารางที่ 59 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือเทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์

จำนวน (เล่ม)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	40	50.0
2	20	25.0
3	10	12.5
4	3	3.8
5	2	2.5
6	1	1.3
8	2	2.5
9	1	1.3
12	1	1.3
รวม	80	100.0

ตารางที่ 60 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือสารคดี / ประวัติศาสตร์ / ชีวประวัติ

จำนวน (เล่ม)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	90	51.7
2	48	27.6
3	15	8.6
4	8	4.6
5	5	2.9
6	3	1.7
8	1	.6
10	2	1.1
12	1	.6
20	1	.6
รวม	174	100.0

ตารางที่ 61 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือธรรมะ / ศาสนา

จำนวน (เล่ม)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	59	50.0
2	30	25.4
3	8	6.8
4	5	4.2
5	5	4.2
6	3	2.5
7	1	.8
9	1	.8
10	4	3.4
11	1	.8
12	1	.8
รวม	118	100.0

ตารางที่ 62 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือคู่มือเตรียมสอบ

จำนวน (เล่ม)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	56	27.5
2	48	23.5
3	39	19.1
4	23	11.3
5	17	8.3
6	8	3.9
8	4	2.0
10	6	2.9
20	3	1.5
รวม	204	100.0

ตารางที่ 63 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือโหราศาสตร์ / ความเชื่อ

จำนวน (เล่ม)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	48	61.5
2	17	21.8
3	5	6.4
4	3	3.8
5	1	1.3
6	2	2.6
10	1	1.3
20	1	1.3
รวม	78	100.0

ตารางที่ 64 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือเรื่องสั้น

จำนวน (เล่ม)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	68	51.5
2	37	28.0
3	9	6.8
4	5	3.8
5	4	3.0
6	3	2.3
8	2	1.5
10	3	2.3
16	1	.8
รวม	132	100

ตารางที่ 65 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือปรัชญา / การเมือง

จำนวน (เล่ม)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	27	47.4
2	14	24.6
3	6	10.5
4	7	12.3
10	1	1.8
12	1	1.8
24	1	1.8
รวม	57	100.0

ตารางที่ 66 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือจิตวิทยา / ให้กำลังใจ / พัฒนาตนเอง

จำนวน (เล่ม)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	57	46.7
2	44	36.1
3	10	8.2
4	7	5.7
5	2	1.6
6	1	.8
10	1	.8
รวม	122	100.0

ตารางที่ 67 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือยานยนต์

จำนวน (เล่ม)	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
1	30	52.6
2	17	29.8
3	6	10.5
4	1	1.8
5	1	1.8
10	1	1.8
18	1	1.8
รวม	57	100.0

ตารางที่ 68 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือสอนภาษา

จำนวน (เล่ม)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	31	46.3
2	23	34.3
3	6	9.0
4	3	4.5
5	3	4.5
20	1	1.5
รวม	67	100.0

ตารางที่ 69 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสือหนังสือเด็ก (อ่านให้เด็กฟัง)

จำนวน (เล่ม)	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
1	13	40.6
2	6	18.8
3	6	18.8
4	1	3.1
5	1	3.1
6	2	6.3
10	2	6.3
15	1	3.1
รวม	32	100.0

ตารางที่ 70 จำนวนอ่านหนังสือเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบอ่านหนังสืออื่นๆ

จำนวน (เล่ม)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	2	33.3
3	1	16.7
4	1	16.7
5	1	16.7
11	1	16.7
รวม	6	100.0

ตารางที่ 71 เวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือ (นาทีต่อวัน) จำนวนหนังสือที่ซื้อเฉลี่ยในระยะเวลา 6 เดือน (เล่ม) และ ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวัน (นาที) จำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	เวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือ (นาทีต่อวัน)	จำนวนหนังสือที่ซื้อเฉลี่ยในระยะเวลา 6 เดือน (เล่ม)	ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวัน (นาที)
ไม่เกิน 20 ปี	55.90	4.32	224.21
21 - 30 ปี	53.70	2.85	153.35
31 - 40 ปี	41.33	1.50	79.34
41 - 50 ปี	35.70	1.24	31.79
51 - 60 ปี	31.28	0.45	9.56
61 ปีขึ้นไป	38.90	0.78	5.89

ตารางที่ 72 พฤติกรรมการเคยไปงานสัปดาห์หนังสือ / งานมหกรรมหนังสือ หรืองานบุ๊คส์แฟร์อื่นๆ ในรอบ 6 เดือนแยกตามจังหวัด

จังหวัด	เคยไป (คน)	ไม่เคยไป (คน)	รวม (คน)
กรุงเทพ	38	455	493
สมุทรปราการ	12	51	63
นนทบุรี	4	56	60
ปทุมธานี	1	48	49
ชลบุรี	30	86	116
ระยอง	0	5	5
นครราชสีมา	30	81	111
ขอนแก่น	15	54	69
เชียงใหม่	18	75	93
น่าน	0	1	1
นครสวรรค์	1	46	47
พิษณุโลก	14	30	44
นครศรีธรรมราช	16	52	68
สงขลา	13	49	62
รวม	192	1089	1281

ตารางที่ 73 ความถี่ในการเข้าร้านขายหนังสือ ในรอบ 6 เดือนแยกตามจังหวัด

จังหวัด	สัปดาห์ละครั้งหรือมากกว่า	2-3 สัปดาห์ครั้ง	เดือนละครั้ง	2-3 เดือนครั้ง	นานกว่า 3 เดือนต่อครั้ง	ไม่เคยเข้า
กรุงเทพ	27	61	81	35	58	231
สมุทรปราการ	6	10	14	5	12	16
นนทบุรี	3	4	22	1	2	28
ปทุมธานี	2	5	12	9	9	12
ชลบุรี	3	31	14	12	31	25
ระยอง	0	0	0	0	1	4
นครราชสีมา	9	13	32	10	17	30
ขอนแก่น	5	11	22	6	15	10
เชียงใหม่	1	5	11	14	30	32
น่าน	0	0	0	0	0	1
นครสวรรค์	6	1	7	1	3	29
พิษณุโลก	0	3	3	9	14	15
นครศรีธรรมราช	10	14	15	7	5	17
สงขลา	12	6	24	1	3	16
รวม	84	164	257	110	200	466

ตารางที่ 74 ความถี่ในการซื้อหนังสือ ในรอบ 6 เดือนแยกตามจังหวัด

จังหวัด	สัปดาห์ละครั้งหรือมากกว่า	2-3 สัปดาห์ครั้ง	เดือนละครั้ง	2-3 เดือนครั้ง	นานกว่า 3 เดือนต่อครั้ง	ไม่เคยซื้อ
กรุงเทพ	12	25	43	17	13	152
สมุทรปราการ	3	7	16	3	13	5
นนทบุรี	3	4	11	2	1	11
ปทุมธานี	1	1	13	4	13	5
ชลบุรี	2	15	15	12	23	24
ระยอง	0	0	0	0	0	1
นครราชสีมา	8	13	31	7	18	4
ขอนแก่น	5	6	20	6	17	5
เชียงใหม่	0	2	8	12	26	13
น่าน	5	1	4	2	1	5
นครสวรรค์	0	1	3	9	13	3
พิษณุโลก	9	15	10	5	6	6
นครศรีธรรมราช	9	6	11	2	5	13
สงขลา	57	96	185	81	149	247
รวม	12	25	43	17	13	152

ตารางที่ 75 ปริมาณการซื้อหนังสือเด็ก ในรอบ 6 เดือนแยกตามเพศ

ปริมาณ (เล่ม)	ชาย	หญิง	รวม
1	3	16	19
2	1	7	8
3	0	6	6
4	0	2	2
5	0	2	2
6	0	2	2
10	0	2	2
15	0	1	1
รวม	4	38	42

ตารางที่ 76 ปริมาณการซื้อหนังสือเด็ก ในรอบ 6 เดือนแยกตามอายุ

ปริมาณ (เล่ม)	ไม่เกิน 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 - 60 ปี	61 ปีขึ้นไป
1	4	5	7	0	2	1
2	2	3	2	0	1	0
3	1	3	1	1	0	0
4	0	1	1	0	0	0
5	0	1	1	0	0	0
6	1	1	0	0	0	0
10	0	1	0	1	0	0
15	0	0	0	1	0	0
รวม	8	15	12	3	3	1

ตารางที่ 77 ปริมาณการซื้อหนังสือเด็ก ในรอบ 6 เดือนแยกตามสถานภาพการสมรส

ปริมาณ (เล่ม)	โสด	สมรส	อื่นๆ
1	8	9	1
2	2	5	0
3	2	4	0
4	1	1	0
5	1	1	0
6	1	1	0
10	0	2	0
15	0	1	0
รวม	15	24	1

ตารางที่ 78 ปริมาณการซื้อหนังสือเด็ก ในรอบ 6 เดือนแยกตามจำนวนบุตร

ปริมาณ (เล่ม)	**0 คน**	**1 คน**	**2 คน**	**3 คนขึ้นไป**
1	8	7	2	2
2	2	4	2	0
3	2	3	1	0
4	1	0	0	1
5	1	1	0	0
6	1	1	0	0
10	0	0	1	1
15	0	0	1	0
รวม	15	16	7	4

ตารางที่ 79 ปริมาณการซื้อหนังสือเด็ก ในรอบ 6 เดือนแยกตามระดับการศึกษา

ปริมาณ (เล่ม)	ประถมศึกษา / ไม่ได้เรียน	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	อนุปริญญา / ปวส. / ปวท.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
1	1	3	8	2	5	0
2	1	0	4	0	2	1
3	2	0	2	1	1	0
4	0	1	1	0	0	0
5	0	0	0	0	2	0
6	0	0	1	1	0	0
10	1	0	1	0	0	0
15	0	0	0	0	1	0
รวม	5	4	17	4	11	1

ตารางที่ 80 ปริมาณการซื้อหนังสือเด็ก ในรอบ 6 เดือนแยกตามอาชีพ

ปริมาณ (เล่ม)	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการส่วนตัว	ค้าขายรายย่อย / บริการรายย่อย	ผู้ใช้แรงงาน / รับจ้างทั่วไป	เกษียณอายุ / พ่อบ้าน / แม่บ้าน
1	6	1	3	1	5	1	2
2	2	1	2	0	2	0	1
3	2	0	1	1	0	1	1
4	1	0	0	1	0	0	0
5	0	1	1	0	0	0	0
6	0	0	0	0	1	1	0
10	0	0	2	0	0	0	0
15	0	0	0	1	0	0	0
รวม	11	3	9	4	8	3	4

ตารางที่ 81 ปริมาณการซื้อหนังสือเด็ก ในรอบ 6 เดือนแยกตามระดับรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

ปริมาณ (เล่ม)	ไม่เกิน 15,000 บาท	15,001 - 30,000 บาท	45,001 - 60,000 บาท
1	14	5	0
2	6	2	0
3	4	2	0
4	0	2	0
5	1	1	0
6	1	1	0
10	0	1	1
15	0	1	0
รวม	26	15	1

ตารางที่ 82 ปริมาณการซื้อหนังสือเด็ก ในรอบ 6 เดือนแยกตามลักษณะสถานที่อยู่

ปริมาณ (เล่ม)	บ้านเดี่ยวมีบริเวณ	บ้านเดี่ยวไม่มีบริเวณ	ทาวน์เฮาส์ ทาวน์โฮม หรือห้องแถว	อพาร์ทเมนท์ หอพัก หรือคอนโดมิเนียมที่เป็นห้องเดียว
1	6	4	4	5
2	4	2	2	0
3	1	0	4	1
4	1	1	0	0
5	1	0	0	1
6	0	2	0	0
10	0	2	0	0
15	1	0	0	0
รวม	14	11	10	7

ตารางที่ 83 วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสือเด็ก

วัตถุประสงค์	จำนวน (คน)
สะสม	382
เป็นของขวัญ	92
บริจาค	69
อื่นๆ	14
ไม่เคย	542

ภาคผนวก ง

รายละเอียดการวิเคราะห์ผลการประมาณค่าสมการ

<u>ส่วนที่ 1</u> ปัจจัยกำหนดความถี่ในการอ่านหนังสือ

ในการศึกษาปัจจัยกำหนดความถี่ในการอ่านหนังสือ กำหนดให้ตัวแปรตาม เป็นตัวแปรกลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1: มีพฤติกรรมอ่านหนังสือทุกวัน

กลุ่มที่ 2: มีพฤติกรรมอ่านหนังสือสัปดาห์ละ 5-6 วัน

กลุ่มที่ 3: มีพฤติกรรมอ่านหนังสือสัปดาห์ละ 3-4 วัน

กลุ่มที่ 4: มีพฤติกรรมอ่านหนังสือสัปดาห์ละ 1-2 วัน

กลุ่มที่ 5: มีพฤติกรรมอ่านหนังสือนานๆ ครั้ง

กลุ่มที่ 6: มีพฤติกรรมอ่านหนังสือไม่อ่านเลย

ในการวิเคราะห์ใช้ Multinomial logit model และกำหนดให้กลุ่มที่ 6 (มีพฤติกรรมอ่านหนังสือ “ไม่อ่านเลย”) เป็นกลุ่มเปรียบเทียบ

ผลการศึกษาสรุปได้ดังตาราง

ตารางที่ 84 สรุปผลการศึกษาปัจจัยกำหนดความถี่ในการอ่านหนังสือ

พฤติกรรม (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)					
	เพศ	**อายุ**	**รายได้**	**สถานภาพ**	**จังหวัดที่ทำงานหลัก**	**ลักษณะที่อยู่อาศัย**
อ่านหนังสือทุกวันเทียบกับไม่ได้อ่านเลย	เพศหญิงมีโอกาสในการอ่านหนังสือทุกวันเทียบกับไม่ได้อ่านเลยมากกว่าเพศชาย (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่เป็นโสดมีโอกาสในการอ่านหนังสือทุกวัน เทียบกับไม่ได้อ่านเลย มากกว่าผู้ที่สมรสแล้ว (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
อ่านหนังสือสัปดาห์ละ 5-6 วันเทียบกับไม่ได้อ่านเลย	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	- เมื่อเทียบระหว่างผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน (กลุ่มที่ 1) กับผู้มีรายได้มากกว่า 45,001 บาทต่อเดือน (กลุ่มที่ 3) พบว่า ผู้มีรายได้กลุ่มที่ 3 มีโอกาสในการอ่านหนังสือสัปดาห์ละ 5-6 วันเทียบกับไม่ได้อ่านเลย มากกว่าผู้มีรายได้ในกลุ่มที่ 1 (ระดับนัยสำคัญ 90 %) - เมื่อเทียบระหว่างผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 45,001 บาทต่อเดือน (กลุ่มที่ 2) เทียบกับผู้มีรายได้มากกว่า 45,001 บาทต่อเดือน (กลุ่มที่ 3) พบว่า ผู้มีรายได้กลุ่มที่ 3 มีโอกาสในการอ่านหนังสือสัปดาห์ละ 5-6 วันเทียบกับไม่ได้อ่านเลย มากกว่าผู้มีรายได้ในกลุ่มที่ 2 (ระดับนัยสำคัญ 90 %) - <u>สรุป</u> รายได้ที่สูงขึ้นส่งผลทำให้โอกาสในการมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือสัปดาห์ละ 5-6 วัน มากขึ้น	ผู้ที่เป็นโสดมีโอกาสในการอ่านหนังสือสัปดาห์ละ 5-6 วันเมื่อเทียบกับไม่ได้อ่านเลยมากกว่าผู้ที่สมรสแล้ว (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
อ่านหนังสือสัปดาห์ละ 3-4 วันเทียบกับไม่ได้อ่านเลย	เพศหญิงมีโอกาสในการอ่านหนังสือสัปดาห์ละ 3-4 วันเทียบกับไม่ได้อ่านเลยมากกว่าเพศ	- เมื่อเทียบระหว่างผู้ที่มีอายุ 21-40 ปี (กลุ่ม 2) กับผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี (กลุ่ม 4) พบว่า ผู้	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่เป็นโสดมีโอกาสในการอ่านหนังสือสัปดาห์ละ 3-4 วันเทียบกับไม่ได้อ่านเลย มากกว่าผู้ที่	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

พฤติกรรม (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)					
	เพศ	อายุ	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย
	ชาย (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ที่มีอายุอายุ 21-40 ปี (กลุ่ม 2) มีโอกาสในการอ่านหนังสือสัปดาห์ละ 3-4 วันเทียบกับไม่ได้อ่านเลยมากกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี (กลุ่ม 4) (ระดับนัยสำคัญ 95%) - ขณะที่ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุอื่น		สมรสแล้ว (ระดับนัยสำคัญ 95%)		
อ่านหนังสือสัปดาห์ละ 1-2 วันเทียบกับไม่ได้อ่านเลย	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	- เมื่อเทียบระหว่างผู้ที่มีอายุ 21-40 ปี (กลุ่ม 2) กับผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี (กลุ่ม 4) พบว่า ผู้ที่มีอายุอายุ 21-40 ปี (กลุ่ม 2) มีโอกาสในการอ่านหนังสือสัปดาห์ละ 1-2 วันเทียบกับไม่ได้อ่านเลย มากกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี (กลุ่ม 4) (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	- ผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักในกรุงเทพฯ มีโอกาสในการหนังสือสัปดาห์ละ 1-2 วันเทียบกับไม่ได้อ่านเลยสูงกว่าผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักนอกเขตกรุงเทพฯ (ระดับนัยสำคัญ 90%)	- เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้ที่อาศัยในบ้านเดี่ยวมีบริเวณ (กลุ่มที่ 1) กับผู้ที่อาศัยในคอนโดมิเนียม ห้องชุด หรือหอพัก (กลุ่มที่ 3) พบว่าผู้ที่อาศัยในคอนโดมิเนียม ห้องชุด หรือหอพัก (กลุ่มที่ 3) มีโอกาสในการหนังสือสัปดาห์ละ 1-2 วันเทียบกับไม่ได้อ่านเลย สูงกว่าผู้ที่อาศัยในบ้านเดี่ยวมีบริเวณ (กลุ่มที่ 1) (ระดับนัยสำคัญ 90%)

พฤติกรรม (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)					
	เพศ	อายุ	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย
		- ขณะที่ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุอื่น				- เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้ที่อาศัยในบ้านเดี่ยวไม่มีบริเวณ ทาวน์เฮ้าส์ ทาวน์โฮมหรือห้องแถว (กลุ่มที่ 2) กับผู้ที่อาศัยในคอนโดมิเนียม ห้องชุดหรือหอพัก (กลุ่มที่ 3) พบว่าที่อาศัยในคอนโดมิเนียม ห้องชุดหรือหอพัก (กลุ่มที่ 3) มีโอกาสในการหนังสือสัปดาห์ละ 1-2 วันเทียบกับไม่ได้อ่านเลย สูงกว่าผู้ที่อาศัยในบ้านเดี่ยวไม่มีบริเวณ ทาวน์เฮ้าส์ ทาวน์โฮมหรือห้องแถว (กลุ่มที่ 2) (ระดับนัยสำคัญ 90%)
อ่านหนังสือนานๆ ครั้งเทียบกับไม่ได้อ่านเลย		- เมื่อเทียบระหว่างผู้ที่มีอายุ น้อยกว่า 20 ปี (กลุ่ม 1) กับผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี (กลุ่ม 4) พบว่า ผู้ที่มีอายุ น้อยกว่า 20 ปี (กลุ่ม 1) มีโอกาสในการอ่านหนังสือนานๆ ครั้ง		ผู้ที่เป็นโสดมีโอกาสในการอ่านหนังสือนานๆ ครั้งเทียบกับไม่ได้อ่านเลย มากกว่าผู้ที่สมรสแล้ว (ระดับนัยสำคัญ 90%)	ผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักในกรุงเทพฯ มีโอกาสในการหนังสือนานๆ ครั้งเทียบกับไม่ได้อ่านเลย น้อยกว่าผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักนอกเขตกรุงเทพฯ (ระดับนัยสำคัญ 99%)	

พฤติกรรม (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)					
	เพศ	อายุ	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย
		เทียบกับไม่ได้อ่านเลยมากกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี (กลุ่ม 4) (ระดับนัยสำคัญ 90%) - เมื่อเทียบระหว่างผู้ที่มีอายุ 21-40 ปี (กลุ่ม 2) กับผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี (กลุ่ม 4) พบว่า ผู้ที่มีอายุ 21-40 ปี (กลุ่ม 2) มีโอกาสในการอ่านหนังสือนานๆ ครั้ง เทียบกับไม่ได้อ่านเลยมากกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี (กลุ่ม 4) (ระดับนัยสำคัญ 90%) - ขณะที่ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุ 41-60 ปี (กลุ่ม 3) กับกลุ่มมีอายุมากกว่า 60 ปี (กลุ่ม 4)				

ส่วนที่ 2 ปัจจัยกำหนดระยะเวลาในการอ่านหนังสือ

เมื่อกำหนดให้ตัวแปรตามเป็นระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อวัน และตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ลักษณะที่อยู่อาศัย จังหวัดที่ทำงานหลักในปัจจุบัน และสถานภาพการสมรส การศึกษาพบว่าตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามอย่างนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะที่อยู่อาศัย และจังหวัดที่ทำงานหลักในปัจจุบัน รายละเอียดอธิบายได้ดังนี้

ตัวแปรเพศ เมื่อกำหนดให้ ตัวแปรเพศ (SEX1) มีค่าเท่ากับ 0 เมื่อกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง และมีค่าเท่ากับ 1 เมื่อกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย การศึกษาพบว่าเพศมีผลต่อระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 90% โดยเพศหญิงมีระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยสูงกว่าเพศชาย 4 นาทีต่อวัน

ตัวแปรอายุ ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งอายุออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1: กลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี กลุ่มที่ 2: กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20–40 ปี กลุ่มที่ 3: กลุ่มที่มีอายุ ระหว่าง 40-60 ปี และกลุ่มที่ 4 กลุ่มที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ทั้งนี้ในการศึกษากำหนดให้กลุ่มอายุที่ 4 คือกลุ่มที่อายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปเป็นตัวแปรฐาน การศึกษาพบว่า มีเพียงกลุ่มอายุกลุ่มที่ 1 เท่านั้น ที่มีระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยแตกต่างจากกลุ่มอายุฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 95% โดย กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อวันสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุสูงกว่า 60 ปี เท่ากับ 46 นาที ขณะที่กลุ่มอายุที่ 2 และ 3 มีระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยไม่ต่างจากกลุ่มฐาน (อาจเนื่องจากกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี อยู่ในวัยเรียน ต้องอ่านหนังสือเรียน และมีเวลาในการอ่านหนังสือประเภทต่างๆ มากกว่าวัยผู้ใหญ่)

ตัวแปรระดับการศึกษา เมื่อแบ่งระดับการศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1: กลุ่มที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา ปวส. ปสท หรือต่ำกว่า กลุ่มที่ 2: กลุ่มที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และกลุ่มที่ 3: กลุ่มที่จบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี การศึกษาพบว่า ระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อวันแปรผันตรงกับระดับการศึกษา (ให้ผู้จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีเป็นฐาน)

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้ที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. ปวท หรือต่ำกว่า (กลุ่มที่ 1) กับผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (กลุ่มที่ 3) พบกว่าผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (กลุ่มที่ 3) มีระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยสูงกว่าผู้ที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. ปวท หรือต่ำกว่า (กลุ่มที่ 1) 48 นาทีต่อวัน (ที่ระดับนัยสำคัญ 99%)

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (กลุ่มที่ 2) กับผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (กลุ่มที่ 3) พบกว่าผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (กลุ่มที่ 3) มีระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยสูงกว่าผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (กลุ่มที่ 2) เท่ากับ 48 นาทีต่อวัน (ที่ระดับนัยสำคัญ 99%)

หมายความว่า คนที่จบการศึกษาสูงมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือสูงกว่าผู้ที่จบการศึกษาต่ำ

ลักษณะที่อยู่อาศัย เมื่อจัดกลุ่มลักษณะที่อยู่อาศัยเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1: บ้านเดี่ยวมีบริเวณ กลุ่มที่ 2: บ้านเดี่ยวไม่มีบริเวณ ทาวน์เฮาส์ ทาวน์โฮมหรือห้องแถว และกลุ่มที่ 3: คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนท์หรือหอพัก (ให้ผู้ที่พักอาศัยในคอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนท์หรือหอพักเป็นตัวแปรฐาน) การศึกษาพบว่า เมื่อเปรียบเทียบลักษณะที่อยู่อาศัยกลุ่มที่ 1 กับกลุ่มที่ 3 พบว่า ผู้ที่พักอาศัยคอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนท์หรือหอพัก จะมีระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อวันสูงกว่า ผู้ที่อาศัยในบ้านเดี่ยวที่มีบริเวณ ประมาณ 8 นาทีต่อวัน และเมื่อเปรียบเทียบลักษณะที่อยู่อาศัยกลุ่มที่ 2 กับกลุ่มที่ 3 พบว่า ผู้ที่พักอาศัยคอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนท์หรือหอพัก จะมีระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อวันสูงกว่า ผู้ที่อาศัยในบ้านเดี่ยวไม่มีบริเวณ ทาวน์เฮาส์ ทาวน์โฮมหรือห้องแถว ประมาณ 8 นาทีต่อวัน เช่นกัน (ที่ระดับนัยสำคัญ 95%)

จังหวัดที่ทำงานหลักในปัจจุบัน ในการศึกษากำหนดให้จังหวัดที่ทำงานหลักในปัจจุบัน (PROVINCE1) มีค่าเท่ากับ 0 เมื่อกลุ่มตัวอย่างทำงานนอกกรุงเทพฯ และมีค่าเท่ากับ 1 เมื่อกลุ่มตัวอย่างทำงานนอกเขตกรุงเทพฯ การศึกษาพบว่า ผู้ที่ทำงานนอกเขตกรุงเทพฯ มีระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อวันสูงกว่าผู้ที่ทำงานนอกเขตกรุงเทพฯ ประมาณ 15 นาทีต่อวัน (ที่ระดับนัยสำคัญ 99%)

ส่วนตัวแปร ระดับรายได้และสถานภาพการสมรส ไม่มีอิทธิพลต่อ ระยะเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อวันอย่างนัยสำคัญทางสถิติ

กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อวันสูง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง อายุน้อยกว่า 20 ปี พักอาศัยคอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนท์หรือหอพัก ทำงานนอกเขตกรุงเทพฯ

ส่วนที่ 3.1 ปัจจัยกำหนดประเภทของหนังสือที่ชอบอ่าน

ในการศึกษาปัจจัยกำหนดประเภทของหนังสือที่อ่าน กำหนดให้ตัวแปรตามคือประเภทของหนังสือที่ชอบอ่าน วิเคราะห์โดยใช้ Binary logit model ผลการศึกษาสรุปได้ดังตาราง

ตารางที่ 85 สรุปผลการศึกษาปัจจัยกำหนดประเภทของหนังสือที่ชอบอ่าน

ประเภทหนังสือ (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)							
	เพศ	**อายุ**	**การศึกษา**	**รายได้**	**สถานภาพ**	**จังหวัดที่ทำงานหลัก**	**ลักษณะที่อยู่อาศัย**	**การมีบุตร**
นวนิยายไทย	เพศหญิงมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือนวนิยายไทยมากกว่าเพศชาย (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่โสดมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือนวนิยายไทยมากกว่าผู้ที่แต่งงานแล้ว (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักนอกกรุงเทพฯ มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือนวนิยายไทยมากกว่าผู้ที่ทำงานหลักในกรุงเทพฯ (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง
นวนิยายแปลจากต่างประเทศ	เพศหญิงมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือนวนิยายแปลจากต่างประเทศมากกว่าเพศชาย (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่เป็นโสดมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือนวนิยายแปลจากต่างประเทศมากกว่าผู้ที่แต่งงานแล้ว (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง
การ์ตูน / นิยายภาพ	เพศหญิงมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือการ์ตูน / นิยายภาพมากกว่าเพศชาย (ระดับนัยสำคัญ 95%)	- ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี (กลุ่ม 1) มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือการ์ตูน/นิยายภาพมากกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี (กลุ่ม 4) (ระดับนัยสำคัญ 99%) - ผู้ที่มีอายุ 21-40 ปี (กลุ่ม 2) มีความน่าจะเป็นในการ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักในกรุงเทพฯ มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือการ์ตูน / นิยายภาพมากกว่าผู้ที่ทำงานหลักนอกกรุงเทพฯ (ระดับนัยสำคัญ 90%)	- ผู้ที่อาศัยในบ้านเดี่ยว) มีบริเวณ(กลุ่มที่ 1 มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือการ์ตูน / นิยายภาพมากกว่าผู้ที่อาศัยในคอนโดมิเนียม ห้องชุด หรือหอพัก (กลุ่ม	ผู้ที่ไม่มีบุตรมีความน่าจะเป็นในการอ่านหนังสือการ์ตูน / นิยายภาพมากกว่าผู้มีบุตรแล้ว (ระดับนัยสำคัญ 95%)

ประเภทหนังสือ (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)							
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย	การมีบุตร
		ชอบอ่านหนังสือการ์ตูน / นิยายมากกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี (กลุ่ม 4) (ระดับนัยสำคัญ 99%) - ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุ 41-60 ปี (กลุ่ม 3) กับกลุ่มมีอายุมากกว่า 60 ปี (กลุ่ม 4)					ที่ 3) (ระดับนัยสำคัญ 90%)	
ธุรกิจ / หุ้น / การลงทุน	เพศชายมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือ ธุรกิจ / หุ้น / การลงทุนมากกว่าเพศหญิง (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	- เมื่อเทียบระหว่างผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน (กลุ่มที่ 1) กับผู้มีรายได้มากกว่า 45,001 บาทต่อเดือน (กลุ่มที่ 3) พบว่า ผู้มีรายได้ในกลุ่มที่ 1 มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือธุรกิจ/หุ้น/การลงทุนมากกว่า ผู้มีรายได้กลุ่มที่ 3 (ระดับนัยสำคัญ 99 %)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักในกรุงเทพฯ มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือธุรกิจ/หุ้น/การลงทุนมากกว่าผู้ที่ทำงานหลักนอกกรุงเทพฯ (ระดับนัยสำคัญ 90%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง
ท่องเที่ยว	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	- ผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่าน	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักนอกกรุงเทพฯ มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่ทำงาน	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง

ประเภทหนังสือ (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)							
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย	การมีบุตร
			หนังสือท่องเที่ยวมากกว่าผู้จบการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. ปวท. หรือต่ำกว่า (ระดับนัยสำคัญ 95%) - ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือท่องเที่ยวมากกว่าผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ระดับนัยสำคัญ 95%)			หลักในกรุงเทพฯ (ระดับนัยสำคัญ 99%)		
สุขภาพ / อาหาร	เพศหญิงมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือสุขภาพ/อาหารมากกว่าเพศชาย (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	- ผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือสุขภาพ/อาหารมากกว่าผู้จบการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. ปวท. หรือต่ำกว่า	- เมื่อเทียบระหว่างผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 45,001 บาทต่อเดือน (กลุ่มที่ 2) เทียบกับผู้มีรายได้มากกว่า 45,001 บาทต่อเดือน (กลุ่มที่ 3) พบว่า ผู้มีรายได้กลุ่มที่ 2 มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือ	ผู้ที่สมรสแล้วมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือสุขภาพ / อาหาร มากกว่าคนโสด (ระดับนัยสำคัญ 90%)	ผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักนอกกรุงเทพฯ มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือสุขภาพ / อาหาร มากกว่าผู้ที่ทำงานหลักในกรุงเทพฯ (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง

ประเภทหนังสือ (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)							
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย	การมีบุตร
			(ระดับนัยสำคัญ 95%) - ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือสุขภาพ / อาหารมากกว่าผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ระดับนัยสำคัญ 95%)	สุขภาพ / อาหารมากกว่าผู้มีรายได้ในกลุ่มที่ 3 (ระดับนัยสำคัญ 90 %)				
เทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์	เพศชายมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือเทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์มากกว่าเพศหญิง (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง
สารคดี / ประวัติศาสตร์ / ชีวประวัติ	เพศชายมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือสารคดี / ประวัติศาสตร์ / ชีวประวัติ มากกว่าเพศหญิง (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	- ผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือสารคดี / ประวัติศาสตร์ / ชีวประวัติมากกว่าผู้จบ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักนอกกรุงเทพฯ มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือสารคดี /ประวัติศาสตร์/ ชีวประวัติ มากกว่าผู้ที่ทำงานหลักในกรุงเทพฯ (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง

ประเภทหนังสือ (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)							
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย	การมีบุตร
			การศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. ปวท.หรือต่ำกว่า (ระดับนัยสำคัญ 99%) - ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือสารคดี / ประวัติศาสตร์ / ชีวประวัติ มากกว่าผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ระดับนัยสำคัญ 99%)					
ธรรมะ / ศาสนา	เพศหญิงมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือธรรมะ / ศาสนามากกว่าเพศชาย (ระดับนัยสำคัญ 95%)	- ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี (กลุ่ม 4) มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือธรรมะ / ศาสนามากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี (กลุ่ม 1) (ระดับนัยสำคัญ 99%) - ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี (กลุ่ม 4) มีความน่าจะเป็น	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่สมรสแล้วมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือธรรมะ / ศาสนา มากกว่าคนโสด (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักนอกกรุงเทพฯ มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือธรรมะ/ศาสนา มากกว่าผู้ที่ทำงานหลักในกรุงเทพฯ (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง

ประเภทหนังสือ (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)							
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย	การมีบุตร
		ในการชอบอ่านหนังสือธรรมะ / ศาสนามากกว่าผู้ที่มีอายุ 21-40 ปี (กลุ่ม 2) (ระดับนัยสำคัญ 99%) - ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี (กลุ่ม 4) มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือธรรมะ/ศาสนามากกว่าผู้ที่มีอายุ 41-60 ปี (กลุ่ม 3) (ระดับนัยสำคัญ 99%)						
คู่มือเตรียมสอบ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	- ผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านคู่มือเตรียมสอบมากกว่าผู้จบการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. ปวท. หรือต่ำกว่า (ระดับนัยสำคัญ 99%) - ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่าน	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่ไม่มีบุตรมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านคู่มือเตรียมสอบมากกว่าผู้มีบุตรแล้ว (ระดับนัยสำคัญ 95%)

ประเภทหนังสือ (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)							
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย	การมีบุตร
			คู่มือเตรียมสอบมากกว่าผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ระดับนัยสำคัญ 95%)					
โหราศาสตร์ / ความเชื่อ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักนอกกรุงเทพฯ มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือโหราศาสตร์ / ความเชื่อมากกว่าผู้ที่ทำงานหลักในกรุงเทพฯ (ระดับนัยสำคัญ 99%)	- ผู้ที่อาศัยในอาศัยในคอนโดมิเนียม ห้องชุด หรือหอพัก (กลุ่มที่ 3) มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือโหราศาสตร์ / ความเชื่อมากกว่าผู้ที่อาศัยในบ้านเดี่ยว ไม่มีบริเวณ ทาวน์เฮ้าส์ ทาวน์โฮมหรือห้องแถว (กลุ่มที่ 2) (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่อยู่ในแบบจำลอง
เรื่องสั้น	เพศหญิงมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านเรื่องสั้นมากกว่าเพศชาย (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักนอกกรุงเทพฯ มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านเรื่องสั้นมากกว่าผู้ที่ทำงานหลักในกรุงเทพฯ (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ประเภทหนังสือ (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)							
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย	การมีบุตร
ปรัชญา / การเมือง	เพศชายมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือปรัชญา / การเมือง มากกว่าเพศหญิง (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	- ผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านปรัชญา/การเมืองมากกว่าผู้จบการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. ปวท. หรือต่ำกว่า (ระดับนัยสำคัญ 95%) - ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านปรัชญา/การเมืองมากกว่าผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่สมรสแล้วมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือปรัชญา / การเมืองมากกว่าผู้ที่เป็นโสด (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักนอกกรุงเทพฯ มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือปรัชญา/การเมือง มากกว่าผู้ที่ทำงานหลักในกรุงเทพฯ (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง
จิตวิทยา / ให้กำลังใจ / พัฒนาตนเอง	เพศหญิงมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านจิตวิทยา/ให้กำลังใจ/พัฒนาตนเองมากกว่า	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	- ผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือจิตวิทยา/	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักนอกกรุงเทพฯ มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือจิตวิทยา/ให้กำลังใจ/พัฒนาตนเอง มากกว่าผู้ที่ทำงาน	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง

ประเภทหนังสือ (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)							
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย	การมีบุตร
	เพศชาย (ระดับนัยสำคัญ 95%)		ให้กำลังใจ/พัฒนาตนเอง มากกว่าผู้จบการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. ปวท. หรือต่ำกว่า (ระดับนัยสำคัญ 95%) - ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือจิตวิทยา/ให้กำลังใจ/พัฒนาตนเอง มากกว่าผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ระดับนัยสำคัญ 95%)			หลักในกรุงเทพฯ (ระดับนัยสำคัญ 99%)		
ยานยนต์	เพศชายมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือยานยนต์มากกว่าเพศหญิง (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง
สอนภาษา	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	- ผู้ที่จบการศึกษา	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ประเภทหนังสือ (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)							
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย	การมีบุตร
			สูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือสอนภาษามากกว่าผู้จบการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. ปวท. หรือต่ำกว่า (ระดับนัยสำคัญ 99%) - ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือสอนภาษามากกว่าผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ระดับนัยสำคัญ 95%)					
หนังสือเด็ก (อ่านให้เด็กฟัง)	เพศหญิงมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือเด็ก (อ่านให้เด็กฟัง) มากกว่าเพศชาย (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่มีบุตรมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือเด็ก (อ่านให้เด็กฟัง) มากกว่าผู้ไม่มี

ประเภทหนังสือ (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)							
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย	การมีบุตร
								บุตร (ระดับนัยสำคัญ 99%)
อื่นๆ อาทิ กฎหมาย สัตว์เลี้ยง กีฬา	เพศชายมีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือประเภทอื่นๆ มากกว่าเพศหญิง (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักนอกกรุงเทพฯ มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือประเภทอื่นๆ มากกว่าผู้ที่ทำงานหลักในกรุงเทพฯ (ระดับนัยสำคัญ 90%)	- ผู้ที่อาศัยในบ้านเดี่ยว ไม่มีบริเวณ ทาวน์เฮ้าส์ ทาวน์โฮมหรือห้องแถว (กลุ่มที่ 2) มีความน่าจะเป็นในการชอบอ่านหนังสือประเภทอื่นๆ มากกว่าผู้ที่อาศัยในอาศัยในคอนโดมิเนียม ห้องชุด หรือหอพัก (กลุ่มที่ 3) (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่อยู่ในแบบจำลอง

ส่วนที่ 3.2 ปัจจัยกำหนดประเภทของหนังสือที่ซื้อ

ในการศึกษาปัจจัยกำหนดประเภทของหนังสือที่ซื้อ กำหนดให้ตัวแปรตามคือประเภทของหนังสือที่กลุ่มตัวอย่างซื้อ วิเคราะห์โดยใช้ Binary logit model ผลการศึกษาสรุปได้ดังตาราง

ตารางที่ 86 สรุปผลการศึกษาปัจจัยกำหนดประเภทของหนังสือที่ซื้อ

ประเภทหนังสือ (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)							
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย	การมีบุตร
นวนิยายไทย	เพศหญิงมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือนวนิยายไทยมากกว่าเพศชาย (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่โสดมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือนวนิยายไทยมากกว่าผู้ที่แต่งงานแล้ว (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง
นวนิยายแปลจากต่างประเทศ	เพศหญิงมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือนวนิยายแปลจากต่างประเทศมากกว่าเพศชาย (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ผู้ที่โสดมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือนวนิยายแปลจากต่างประเทศมากกว่าผู้ที่แต่งงานแล้ว (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง
การ์ตูน / นิยายภาพ	เพศหญิงมีความน่าจะเป็นในการซื้อการ์ตูน / นิยายภาพมากกว่าเพศชาย (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักในกรุงเทพฯ มีความน่าจะเป็นในการซื้อการ์ตูน / นิยายภาพมากกว่ามากกว่าผู้ที่ทำงานหลักนอกกรุงเทพฯ (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่ไม่มีบุตรมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือการ์ตูน / นิยายภาพ มากกว่าผู้มีบุตรแล้ว (ระดับนัยสำคัญ 99%)
ธุรกิจ / หุ้น / การลงทุน	เพศชายมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือธุรกิจ / หุ้น /	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	- เมื่อเทียบระหว่างผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทต่อ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักนอกกรุงเทพฯ มีความน่าจะเป็นในการซื้อ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง

ประเภทหนังสือ (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)							
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย	การมีบุตร
	การลงทุนมากกว่าเพศหญิง (ระดับนัยสำคัญ 99%)			เดือน (กลุ่มที่ 1) กับผู้มีรายได้มากกว่า 45,001 บาทต่อเดือน (กลุ่มที่ 3) พบว่า ผู้มีรายได้ในกลุ่มที่ 3 มีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือธุรกิจ / หุ้น / การลงทุนมากกว่า ผู้มีรายได้กลุ่มที่ 1 (ระดับนัยสำคัญ 95 %)		หนังสือธุรกิจ / หุ้น / การลงทุนมากกว่าผู้ที่ทำงานหลักในกรุงเทพฯ (ระดับนัยสำคัญ 95%)		
ท่องเที่ยว	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	- ผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือท่องเที่ยวมากกว่าผู้จบการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. ปวท. หรือต่ำกว่า (ระดับนัยสำคัญ 95%) - ที่จบการศึกษา	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักนอกกรุงเทพฯ มีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่ทำงานหลักในกรุงเทพฯ (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง

ประเภทหนังสือ (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)							
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย	การมีบุตร
			สูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือท่องเที่ยวมากกว่าผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ระดับนัยสำคัญ 95%)					
สุขภาพ / อาหาร	เพศหญิงมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือสุขภาพ / อาหารมากกว่าเพศชาย (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	- ผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือสุขภาพ/อาหารมากกว่าผู้จบการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. ปวท. หรือต่ำกว่า (ระดับนัยสำคัญ 95%) - ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือสุขภาพ / อาหารมากกว่าผู้จบ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่สมรสแล้วมีความน่าจะเป็นในการชอบซื้อหนังสือสุขภาพ / อาหาร มากกว่าผู้ที่แต่งงานแล้ว (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักนอกกรุงเทพฯ มีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือสุขภาพ / อาหารมากกว่าผู้ที่ทำงานหลักในกรุงเทพฯ (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง

ประเภทหนังสือ (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)							
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย	การมีบุตร
			การศึกษาระดับปริญญาตรี (ระดับนัยสำคัญ 95%)					
เทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์	เพศชายมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือเทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์มากกว่าเพศหญิง (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่โสดมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือเทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์มากกว่าผู้ที่แต่งงานแล้ว (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	- ผู้ที่อาศัยในอาศัยในบ้านเดี่ยวไม่มีบริเวณ ทาวน์เฮ้าส์ ทาวน์โฮมหรือห้องแถว (กลุ่มที่ 2) มีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือเทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์มากกว่าผู้ที่อาศัยในคอนโดมิเนียม ห้องชุด หรือหอพัก (กลุ่มที่ 3) (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่อยู่ในแบบจำลอง
สารคดี / ประวัติศาสตร์ / ชีวประวัติ	เพศชายมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือสารคดี / ประวัติศาสตร์ / ชีวประวัติมากกว่าเพศหญิง (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	- ผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือสารคดี/ประวัติศาสตร์/ชีวประวัติ มากกว่าผู้จบการศึกษา	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่โสดมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือสารคดี / ประวัติศาสตร์ / ชีวประวัติมากกว่าผู้ที่แต่งงานแล้ว (ระดับนัยสำคัญ 90%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง

ประเภทหนังสือ (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)							
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย	การมีบุตร
			ระดับอนุปริญญา ปวส. ปวท. หรือต่ำกว่า (ระดับนัยสำคัญ 99%) - ผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือสารคดี/ประวัติศาสตร์/ชีวประวัติ มากกว่าผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ระดับนัยสำคัญ 95%)					
ธรรมะ / ศาสนา	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่สมรสแล้วมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือธรรมะ / ศาสนา มากกว่าผู้ที่เป็นโสด (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง
คู่มือเตรียมสอบ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักในกรุงเทพฯ มีความน่าจะเป็นในการซื้อคู่มือเตรียมสอบมากกว่าผู้ที่ทำงานหลักนอกกรุงเทพฯ (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่ไม่มีบุตรมีความน่าจะเป็นในการซื้อคู่มือเตรียมสอบมากกว่าผู้มีบุตรแล้ว (ระดับนัยสำคัญ 95%)

ประเภทหนังสือ (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)							
	เพศ	**อายุ**	**การศึกษา**	**รายได้**	**สถานภาพ**	**จังหวัดที่ทำงานหลัก**	**ลักษณะที่อยู่อาศัย**	**การมีบุตร**
โหราศาสตร์ / ความเชื่อ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่มีสถานที่ทำงานหลักนอกกรุงเทพฯ มีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือโหราศาสตร์ / ความเชื่อ มากกว่าผู้ที่ทำงานหลักในกรุงเทพฯ (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง
ปรัชญา / การเมือง	เพศชายมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือปรัชญา / การเมือง มากกว่าเพศหญิง (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	- ผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการซื้อปรัชญา / การเมือง มากกว่าผู้จบการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. ปวท. หรือต่ำกว่า (ระดับนัยสำคัญ 99%) - ผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือปรัชญา / การเมือง มากกว่าผู้จบการศึกษาระดับ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่สมรสแล้วมีความน่าจะเป็นในการซื้ออ่านหนังสือปรัชญา / การเมืองมากกว่าผู้ที่เป็นโสด (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง

ประเภทหนังสือ (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)							
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย	การมีบุตร
			ปริญญาตรี (ระดับนัยสำคัญ 95%)					
จิตวิทยา / ให้กำลังใจ / พัฒนาตนเอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	- ผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือจิตวิทยา/ให้กำลังใจ/พัฒนาตนเอง มากกว่าผู้จบการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. ปวท. หรือต่ำกว่า (ระดับนัยสำคัญ 99%) - ผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือจิตวิทยา/ ให้กำลังใจ / พัฒนาตนเอง มากกว่าผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง

ประเภทหนังสือ (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)							
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย	การมีบุตร
ยานยนต์	เพศชายมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือยานยนต์มากกว่าเพศหญิง (ระดับนัยสำคัญ 99%)	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง
สอนภาษา	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	- ผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือสอนภาษามากกว่าผู้จบการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. ปวท. หรือต่ำกว่า (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่อยู่ในแบบจำลอง
หนังสือเด็ก (อ่านให้เด็กฟัง)	เพศหญิงมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือเด็ก (อ่านให้เด็กฟัง) มากกว่าเพศชาย (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ผู้ที่มีบุตรมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือเด็ก (อ่านให้เด็กฟัง) มากกว่าผู้ไม่มีบุตรแล้ว (ระดับนัยสำคัญ 95%)
อื่นๆ อาทิ กฎหมาย สัตว์เลี้ยง กีฬา	เพศชายมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสือประเภทอื่นๆ มากกว่าเพศหญิง (ระดับนัยสำคัญ 95%)	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	- ผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสืออื่นๆ มากกว่าผู้จบ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ไม่อยู่ในแบบจำลอง	ไม่อยู่ในแบบจำลอง

ประเภทหนังสือ (ตัวแปรตาม)	ปัจจัย (ตัวแปรอิสระ)							
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สถานภาพ	จังหวัดที่ทำงานหลัก	ลักษณะที่อยู่อาศัย	การมีบุตร
			การศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. ปวท. หรือต่ำกว่า (ระดับนัยสำคัญ 95%) - ผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นในการซื้อหนังสืออื่นๆ มากกว่าผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ระดับนัยสำคัญ 95%)					

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายในการซื้อหนังสือ

เมื่อกำหนดให้ตัวแปรตามคือ ราคาหนังสือต่อเล่มสูงสุดที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าสามารถจ่ายได้โดยไม่มีความยากลำบากในการตัดสินใจซื้อ ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ระดับรายได้ และสถานภาพการสมรส โดยรายละเอียดของแต่ละตัวแปร อธิบายได้ ดังนี้

ตัวแปรรายได้ ในการศึกษาแบ่งระดับรายได้ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1: กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน กลุ่มที่ 2: : กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-45,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มที่ 3 กลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า 45,000 บาทต่อเดือน การศึกษาพบว่าระดับรายได้ที่สูงขึ้นส่งผลให้ความยินดีจะจ่ายค่าหนังสือสูงขึ้นด้วย

โดยเมื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้ที่มีรายได้ในกลุ่มที่ 1 กับผู้มีรายได้ในกลุ่มที่ 3 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ผู้มีรายได้กลุ่มที่ 3 มีความยินดีจ่ายค่าหนังสือสูงกว่าผู้มีรายได้กลุ่มที่ 1 เท่ากับ 237 บาทต่อเล่ม (ที่ระดับนัยสำคัญ 95%) และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้ที่มีรายได้ในกลุ่มที่ 2 กับ ผู้มีรายได้ในกลุ่มที่ 3 พบว่า ผู้มีรายได้กลุ่มที่ 3 มีความยินดีจ่ายค่าหนังสือสูงกว่าผู้มีรายได้กลุ่มที่ 2 เท่ากับ 171 บาทต่อเล่ม (ที่ระดับนัยสำคัญ 95%) (ให้ผู้มีรายได้สูงกว่า 45,000 บาทต่อเดือน เป็นฐาน) สรุปได้ว่า ระดับรายได้ที่สูงขึ้น ส่งผลให้ความเต็มใจจ่ายค่าหนังสือเพิ่มสูงขึ้นด้วย

ตัวแปรสถานภาพการสมรส เมื่อกำหนดให้ ตัวแปรสถานภาพการสมรส (STATUS1) มีค่าเท่ากับ 0 เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด และมีค่าเท่ากับ 1 เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรส การศึกษาพบว่าสถานภาพมีผลต่อความเต็มใจจ่ายค่าหนังสืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 90% โดยผู้ที่มีสถานภาพโสดมีความเต็มในจ่ายในการซื้อหนังสือสูงกว่าผู้ที่สมรสหรือมีครอบครัวแล้ว เท่ากับ 42 บาท

ส่วนตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะที่อยู่อาศัย และจังหวัดที่ทำงานหลักในปัจจุบัน ไม่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายในการซื้อหนังสือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจจะจ่ายในการซื้อหนังสือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ รายได้ และสถานภาพการสมรส โดย รายได้ที่สูงขึ้น ส่งผลให้ค่าความเต็มใจจ่ายในการซื้อหนังสือสูงขึ้นด้วย ขณะที่ผู้ที่มีสถานภาพโสดมีความเต็มใจจ่ายสูงกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส (กลุ่มเป้าหมายในการขายหนังสือ คือ ผู้ที่โสด และมีรายได้สูง)

ภาคผนวก จ

ผลการประมาณค่าสมการจากโปรแกรม SPSS

(เฉพาะสมการที่ใช้ในการวิเคราะห์)

ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา

	Logit model	Regression
เพศ	Sex1 = 1 : เพศชาย = 2 : เพศหญิง	Sex1 = 1 : เพศชาย = 0 : เพศหญิง
อายุ	Age1 = 1 : อายุไม่เกิน 20 ปี = 2 : อายุไม่เกิน 21-40 ปี = 3 : อายุไม่เกิน 41-60 ปี = 4 : อายุมากกว่า 60 ปี	Age_1 = 1 : อายุไม่เกิน 20 ปี = 0 : อื่นๆ Age_2 = 1 : อายุไม่เกิน 21-40 ปี = 0 : อื่นๆ Age_3 = 1 : อายุไม่เกิน 41-60 ปี = 0 : อื่นๆ อายุมากกว่า 60 ปี เป็นฐาน
การศึกษา	Edu1 = 1 : อนุปริญญา / ปวส. / ปวท. หรือต่ำกว่า = 2 :ปริญญาตรี = 3 : สูงกว่าปริญญาตรี เป็นฐาน	Edu_1 = 1 : อนุปริญญา / ปวส. / ปวท. หรือต่ำกว่า = 0 : อื่นๆ Edu_2 = 1 : ปริญญาตรี = 0 : อื่นๆ สูงกว่าปริญญาตรี เป็นฐาน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Income1 = 1 : ไม่เกิน 15,000 บาท = 2 : 15,001-45,000 บาท = 3 : สูงกว่า 45,001 บาท	Income_1 = 1 : ไม่เกิน 15,000 บาท = 0 : อื่นๆ Income_2 = 1 : 15,001-45,000 บาท = 0 : อื่นๆ รายได้ สูงกว่า 45,001 บาทเป็นฐาน
สถานภาพ	Status1 = 1 : สมรส = 0 : โสด	Status1 = 1 : สมรส = 0 : โสด
จังหวัดที่ทำงานหลัก	Province1 = 1 : นอกกรุงเทพฯ = 0 : กรุงเทพฯ	Province1 = 1 : นอกกรุงเทพฯ = 0 : กรุงเทพฯ
ลักษณะที่อยู่อาศัย	House1 = 1 : บ้านเดี่ยวมีบริเวณ = 2 : บ้านเดี่ยวไม่มีบริเวณ/ทาวน์เฮาส์ ทาวน์โฮม หรือห้องแถว = 3 : คอนโดมิเนียมที่มีห้องย่อยๆ หรือห้องชุดเป็นฐาน/อพาร์ทเมนท์ หอพัก คอนโดมิเนียมที่เป็นห้องเดียว	House_1 = 1 : บ้านเดี่ยวมีบริเวณ = 0 : อื่นๆ House_2 = 1 : บ้านเดี่ยวไม่มีบริเวณ/ทาวน์เฮาส์ ทาวน์โฮม หรือห้องแถว = 0 : อื่นๆ คอนโดมิเนียมที่มีห้องย่อยๆ หรือห้องชุดเป็นฐาน/อพาร์ทเมนท์ หอพัก คอนโดมิเนียมที่เป็นห้องเดียว
การมีบุตร	Child1 = 1 : มีบุตร = 0 : ไม่มีบุตร	Child1 = 1 : มีบุตร = 0 : ไม่มีบุตร

ส่วนที่ 1 ปัจจัยกำหนดความถี่ในการอ่านหนังสือ

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q1	1	349	14.7%
	2	130	5.5%
	3	335	14.1%
	4	265	11.2%
	5	191	8.0%
	6	1103	46.5%
INCOME1	1	1090	45.9%
	2	1261	53.1%
	3	22	0.9%
HOUSE1	1	474	20.0%
	2	1479	62.3%
	3	420	17.7%
AGE1	1	26	1.1%
	2	1238	52.2%
	3	1016	42.8%
	4	93	3.9%
Valid		2373	100.0%
Missing		1059	
Total		3432	
Subpopulation		141[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 38 (27.0%) subpopulations.

Model Fitting Information

	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	1789.610			
Final	1568.415	221.195	50	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.089
Nagelkerke	.093
McFadden	.031

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	1568.415[a]	.000	0	.
PROVINCE1	1586.991	18.576	5	.002
STATUS1	1586.559	18.144	5	.003
SEX1	1599.679	31.264	5	.000
INCOME1	1628.018	59.602	10	.000
HOUSE1	1577.581	9.166	10	.516
AGE1	1610.209	41.793	15	.000

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q1[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-.210	.735	.081	1	.776			
	PROVINCE1	.086	.135	.409	1	.523	1.090	.836	1.421
	STATUS1	-.354	.157	5.100	1	.024	.702	.516	.954
	SEX1	-.604	.126	22.964	1	.000	.547	.427	.700
	[INCOME1=1]	-.896	.639	1.970	1	.160	.408	.117	1.427
	[INCOME1=2]	-.517	.638	.655	1	.418	.597	.171	2.084
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	.113	.219	.266	1	.606	1.120	.729	1.719
	[HOUSE1=2]	.152	.183	.691	1	.406	1.164	.814	1.665
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[AGE1=1]	-1.337	1.088	1.508	1	.219	.263	.031	2.218
	[AGE1=2]	.245	.323	.576	1	.448	1.277	.679	2.404
	[AGE1=3]	.083	.315	.069	1	.792	1.086	.586	2.013
	[AGE1=4]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
2	Intercept	-.010	.900	.000	1	.991			
	PROVINCE1	.164	.201	.665	1	.415	1.179	.794	1.749
	STATUS1	-.449	.226	3.935	1	.047	.639	.410	.995

	SEX1	-.579	.191	9.190	1	.002	.561	.386	.815
	[INCOME1=1]	-2.238	.720	9.652	1	.002	.107	.026	.438
	[INCOME1=2]	-.996	.707	1.988	1	.159	.369	.092	1.475
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.106	.316	.112	1	.738	.900	.484	1.672
	[HOUSE1=2]	-.101	.258	.153	1	.696	.904	.546	1.498
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[AGE1=1]	.385	.918	.175	1	.675	1.469	.243	8.888
	[AGE1=2]	.125	.504	.062	1	.804	1.133	.422	3.045
	[AGE1=3]	-.297	.499	.354	1	.552	.743	.279	1.977
	[AGE1=4]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
3	Intercept	-.999	.866	1.329	1	.249			
	PROVINCE1	.067	.138	.241	1	.624	1.070	.817	1.401
	STATUS1	-.587	.153	14.796	1	.000	.556	.412	.750
	SEX1	-.385	.128	9.002	1	.003	.681	.529	.875
	[INCOME1=1]	-.831	.705	1.391	1	.238	.436	.109	1.733
	[INCOME1=2]	-.202	.703	.082	1	.774	.817	.206	3.241
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.285	.217	1.723	1	.189	.752	.491	1.151
	[HOUSE1=2]	-.120	.172	.485	1	.486	.887	.633	1.243
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[AGE1=1]	1.138	.717	2.522	1	.112	3.122	.766	12.722
	[AGE1=2]	1.220	.482	6.391	1	.011	3.386	1.315	8.715
	[AGE1=3]	.753	.480	2.464	1	.117	2.123	.829	5.436
	[AGE1=4]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
4	Intercept	-1.631	.961	2.880	1	.090			
	PROVINCE1	.276	.148	3.456	1	.063	1.318	.985	1.763
	STATUS1	-.141	.169	.703	1	.402	.868	.624	1.208
	SEX1	-.163	.140	1.365	1	.243	.850	.646	1.117
	[INCOME1=1]	-.543	.814	.445	1	.505	.581	.118	2.866
	[INCOME1=2]	-.076	.813	.009	1	.926	.927	.188	4.564
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.370	.225	2.696	1	.101	.691	.444	1.074
	[HOUSE1=2]	-.385	.179	4.631	1	.031	.680	.479	.966
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[AGE1=1]	-.188	1.147	.027	1	.869	.828	.087	7.845
	[AGE1=2]	1.179	.484	5.946	1	.015	3.252	1.260	8.389
	[AGE1=3]	.593	.482	1.514	1	.219	1.809	.704	4.647
	[AGE1=4]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

5	Intercept	-1.341	.956	1.966	1	.161			
	PROVINCE1	-.606	.190	10.198	1	.001	.545	.376	.791
	STATUS1	-.332	.190	3.066	1	.080	.717	.495	1.040
	SEX1	-.151	.160	.899	1	.343	.859	.629	1.175
	[INCOME1=1]	-1.018	.707	2.072	1	.150	.361	.090	1.445
	[INCOME1=2]	-.777	.707	1.208	1	.272	.460	.115	1.839
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.318	.264	1.448	1	.229	.728	.434	1.221
	[HOUSE1=2]	-.268	.218	1.504	1	.220	.765	.499	1.174
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[AGE1=1]	1.587	.837	3.598	1	.058	4.890	.949	25.207
	[AGE1=2]	1.462	.610	5.745	1	.017	4.316	1.305	14.268
	[AGE1=3]	.946	.608	2.426	1	.119	2.576	.783	8.476
	[AGE1=4]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 6.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

ส่วนที่ 2 ปัจจัยกำหนดระยะเวลาในการอ่านหนังสือ

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	STATUS1, PROVINCE1, SEX1, INCOME_1, HOUSE_2, AGE_1, EDU_2, AGE_3, HOUSE_1, AGE_2, EDU_1, INCOME_2[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Q2

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.298[a]	.089	.080	40.341

a. Predictors: (Constant), STATUS1, PROVINCE1, SEX1, INCOME_1, HOUSE_2, AGE_1, EDU_2, AGE_3, HOUSE_1, AGE_2, EDU_1, INCOME_2

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	199873.018	12	16656.085	10.235	.000[b]
	Residual	2045628.828	1257	1627.390		
	Total	2245501.846	1269			

a. Dependent Variable: Q2

b. Predictors: (Constant), STATUS1, PROVINCE1, SEX1, INCOME_1, HOUSE_2, AGE_1, EDU_2, AGE_3, HOUSE_1, AGE_2, EDU_1, INCOME_2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	99.824	15.552		6.419	.000
	SEX1	-4.338	2.294	-.051	-1.891	.059
	AGE_1	45.824	13.517	.110	3.390	.001
	AGE_2	4.387	7.484	.051	.586	.558
	AGE_3	-2.395	7.417	-.028	-.323	.747
	EDU_1	-48.043	9.058	-.491	-5.304	.000
	EDU_2	-38.853	9.206	-.387	-4.221	.000
	INCOME_1	-1.439	10.704	-.017	-.134	.893
	INCOME_2	-1.067	10.589	-.012	-.101	.920
	HOUSE_1	-7.754	3.864	-.072	-2.007	.045
	HOUSE_2	-7.665	3.080	-.089	-2.489	.013
	PROVINCE1	-15.435	2.463	-.179	-6.267	.000
	STATUS1	-1.676	2.797	-.019	-.599	.549

a. Dependent Variable: Q2

ส่วนที่ 3 ปัจจัยกำหนดประเภทของหนังสือที่อ่าน
นวนิยายไทย

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q6.1	0	1034	81.4%
	1	236	18.6%
SEX	1	593	46.7%
	2	677	53.3%
AGE1	1	13	1.0%
	2	754	59.4%
	3	471	37.1%
	4	32	2.5%
EDU1	1	960	75.6%
	2	289	22.8%
	3	21	1.7%
INCOME1	1	507	39.9%
	2	748	58.9%
	3	15	1.2%
HOUSE1	1	240	18.9%
	2	784	61.7%
	3	246	19.4%
Valid		1270	100.0%
Missing		2162	
Total		3432	
Subpopulation		191[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 109 (57.1%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	481.091			
Final	370.093	110.999	12	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.084
Nagelkerke	.136
McFadden	.091

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	370.093[a]	.000	0	.
STATUS1	374.844	4.751	1	.029
PROVINCE1	390.085	19.992	1	.000
SEX	427.699	57.606	1	.000
AGE1	381.364	11.271	3	.010
EDU1	370.716	.624	2	.732
INCOME1	370.581	.489	2	.783
HOUSE1	371.635	1.543	2	.462

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q6.1[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-1.450	1.180	1.509	1	.219			
	STATUS1	-.387	.178	4.734	1	.030	.679	.479	.962
	PROVINCE1	-.770	.178	18.751	1	.000	.463	.327	.656
	[SEX=1]	-1.205	.168	51.674	1	.000	.300	.216	.416
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[AGE1=1]	-.667	1.230	.294	1	.588	.513	.046	5.716
	[AGE1=2]	.764	.637	1.442	1	.230	2.148	.617	7.477
	[AGE1=3]	.216	.639	.114	1	.736	1.241	.354	4.344
	[AGE1=4]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-.101	.610	.027	1	.869	.904	.273	2.990
	[EDU1=2]	.045	.614	.005	1	.942	1.046	.314	3.487
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	.525	.804	.427	1	.514	1.691	.350	8.181
	[INCOME1=2]	.486	.798	.371	1	.542	1.626	.340	7.767
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	.070	.254	.075	1	.784	1.072	.651	1.766
	[HOUSE1=2]	-.152	.209	.528	1	.467	.859	.570	1.295
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

นวนิยายแปลจากต่างประเทศ

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q6.2	0	1164	91.7%
	1	106	8.3%
SEX	1	593	46.7%
	2	677	53.3%
EDU1	1	960	75.6%
	2	289	22.8%
	3	21	1.7%
INCOME1	1	507	39.9%
	2	748	58.9%
	3	15	1.2%
HOUSE1	1	240	18.9%
	2	784	61.7%
	3	246	19.4%
Valid		1270	100.0%
Missing		2162	
Total		3432	
Subpopulation		110[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 68 (61.8%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	298.549			
Final	207.774	90.775	9	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.069
Nagelkerke	.158
McFadden	.124

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	207.774[a]	.000	0	.
STATUS1	231.923	24.149	1	.000
PROVINCE1	208.958	1.184	1	.276
SEX	240.555	32.781	1	.000
EDU1	213.692	5.918	2	.052
INCOME1	216.756	8.983	2	.011
HOUSE1	211.168	3.394	2	.183

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q6.2[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-1.708	1.353	1.594	1	.207			
	STATUS1	-1.100	.226	23.711	1	.000	.333	.214	.518
	PROVINCE1	-.254	.235	1.165	1	.280	.776	.489	1.230
	[SEX=1]	-1.316	.249	27.858	1	.000	.268	.165	.437
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-.261	.809	.104	1	.747	.770	.158	3.759
	[EDU1=2]	.317	.806	.154	1	.694	1.373	.283	6.666
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	-.089	1.093	.007	1	.935	.915	.108	7.789
	[INCOME1=2]	.625	1.075	.338	1	.561	1.867	.227	15.344
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.256	.402	.405	1	.525	.774	.352	1.703
	[HOUSE1=2]	.277	.293	.893	1	.345	1.319	.743	2.343
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

การ์ตูน / นิยายภาพ

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q6.3	0	949	74.7%
	1	322	25.3%
SEX	1	591	46.5%
	2	680	53.5%
EDU1	1	964	75.8%
	2	286	22.5%
	3	21	1.7%
INCOME1	1	511	40.2%
	2	745	58.6%
	3	15	1.2%
HOUSE1	1	242	19.0%
	2	784	61.7%
	3	245	19.3%
AGE1	1	13	1.0%
	2	749	58.9%
	3	477	37.5%
	4	32	2.5%
Valid		1271	100.0%
Missing		2161	
Total		3432	
Subpopulation		190[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 101 (53.2%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	541.590			
Final	385.520	156.071	12	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.116
Nagelkerke	.171
McFadden	.108

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	385.520[a]	.000	0	.
PROVINCE1	389.026	3.506	1	.061
CHILD1	393.021	7.502	1	.006
SEX	392.225	6.705	1	.010
EDU1	386.453	.933	2	.627
INCOME1	392.309	6.790	2	.034
HOUSE1	390.926	5.406	2	.067
AGE1	463.271	77.751	3	.000

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q6.3[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-4.923	1.589	9.600	1	.002			
	PROVINCE1	.279	.149	3.518	1	.061	1.322	.988	1.769
	CHILD1	-.426	.156	7.470	1	.006	.653	.481	.887
	[SEX=1]	-.363	.141	6.630	1	.010	.695	.527	.917
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	.573	.662	.751	1	.386	1.774	.485	6.489
	[EDU1=2]	.502	.665	.569	1	.451	1.652	.448	6.082
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	1.412	1.068	1.748	1	.186	4.102	.506	33.244
	[INCOME1=2]	1.082	1.063	1.035	1	.309	2.950	.367	23.714
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	.405	.226	3.210	1	.073	1.500	.963	2.337
	[HOUSE1=2]	-.010	.181	.003	1	.954	.990	.695	1.410
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[AGE1=1]	4.298	1.222	12.380	1	.000	73.557	6.712	806.105
	[AGE1=2]	2.701	1.026	6.936	1	.008	14.898	1.996	111.213
	[AGE1=3]	1.326	1.031	1.654	1	.198	3.765	.499	28.391
	[AGE1=4]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

ธุรกิจ / หุ้น / การลงทุน

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q6.4	0	1155	90.9%
	1	115	9.1%
SEX	1	593	46.7%
	2	677	53.3%
EDU1	1	960	75.6%
	2	289	22.8%
	3	21	1.7%
HOUSE1	1	240	18.9%
	2	784	61.7%
	3	246	19.4%
INCOME1	1	507	39.9%
	2	748	58.9%
	3	15	1.2%
Valid		1270	100.0%
Missing		2162	
Total		3432	
Subpopulation		110[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 70 (63.6%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	304.095			
Final	222.620	81.475	9	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.062
Nagelkerke	.136
McFadden	.106

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	222.620[a]	.000	0	.
PROVINCE1	225.197	2.577	1	.108
STATUS1	222.679	.059	1	.809
SEX	237.368	14.748	1	.000
EDU1	226.527	3.907	2	.142
HOUSE1	224.070	1.450	2	.484
INCOME1	266.876	44.255	2	.000

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q6.4[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-1.392	.902	2.382	1	.123			
	PROVINCE1	.345	.214	2.591	1	.107	1.412	.928	2.149
	STATUS1	.053	.220	.058	1	.809	1.055	.685	1.623
	[SEX=1]	.790	.210	14.160	1	.000	2.203	1.460	3.324
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-.701	.555	1.593	1	.207	.496	.167	1.473
	[EDU1=2]	-.293	.564	.270	1	.603	.746	.247	2.254
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	.095	.327	.084	1	.772	1.099	.579	2.086
	[HOUSE1=2]	-.194	.270	.519	1	.471	.824	.486	1.397
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	-2.261	.742	9.281	1	.002	.104	.024	.446
	[INCOME1=2]	-.445	.677	.432	1	.511	.641	.170	2.414
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

ท่องเที่ยว

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q6.5	0	983	77.4%
	1	287	22.6%
SEX	1	593	46.7%
	2	677	53.3%
EDU1	1	960	75.6%
	2	289	22.8%
	3	21	1.7%
HOUSE1	1	240	18.9%
	2	784	61.7%
	3	246	19.4%
INCOME1	1	507	39.9%
	2	748	58.9%
	3	15	1.2%
AGE1	1	13	1.0%
	2	754	59.4%
	3	471	37.1%
	4	32	2.5%
Valid		1270	100.0%
Missing		2162	
Total		3432	
Subpopulation		191[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 98 (51.3%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	464.143			
Final	411.121	53.022	12	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.041
Nagelkerke	.062
McFadden	.039

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	411.121[a]	.000	0	.
PROVINCE1	426.349	15.228	1	.000
STATUS1	411.562	.441	1	.507
SEX	412.094	.973	1	.324
EDU1	417.082	5.961	2	.051
HOUSE1	411.153	.032	2	.984
INCOME1	424.641	13.520	2	.001
AGE1	416.600	5.479	3	.140

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q6.5[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-.724	.964	.565	1	.452			
	PROVINCE1	-.594	.155	14.638	1	.000	.552	.407	.749
	STATUS1	-.109	.164	.441	1	.507	.897	.650	1.237
	[SEX=1]	.137	.139	.973	1	.324	1.147	.874	1.505
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-1.101	.460	5.730	1	.017	.332	.135	.819
	[EDU1=2]	-.951	.468	4.126	1	.042	.386	.154	.967
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.019	.235	.007	1	.935	.981	.619	1.554
	[HOUSE1=2]	-.033	.191	.030	1	.863	.967	.665	1.408
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	-.473	.613	.594	1	.441	.623	.187	2.073
	[INCOME1=2]	.088	.603	.021	1	.884	1.092	.335	3.557
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[AGE1=1]	.578	1.002	.333	1	.564	1.782	.250	12.701
	[AGE1=2]	1.009	.632	2.549	1	.110	2.744	.795	9.472
	[AGE1=3]	.720	.631	1.300	1	.254	2.054	.596	7.073
	[AGE1=4]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

สุขภาพ / อาหาร

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q6.6	0	865	68.1%
	1	405	31.9%
SEX	1	593	46.7%
	2	677	53.3%
EDU1	1	960	75.6%
	2	289	22.8%
	3	21	1.7%
HOUSE1	1	240	18.9%
	2	784	61.7%
	3	246	19.4%
INCOME1	1	507	39.9%
	2	748	58.9%
	3	15	1.2%
AGE1	1	13	1.0%
	2	754	59.4%
	3	471	37.1%
	4	32	2.5%
Valid		1270	100.0%
Missing		2162	
Total		3432	
Subpopulation		191[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 94 (49.2%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	586.041			
Final	450.553	135.488	12	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.101
Nagelkerke	.142
McFadden	.085

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	450.553[a]	.000	0	.
PROVINCE1	468.030	17.476	1	.000
STATUS1	455.626	5.073	1	.024
SEX	527.286	76.733	1	.000
EDU1	466.189	15.635	2	.000
HOUSE1	450.566	.012	2	.994
INCOME1	459.046	8.493	2	.014
AGE1	452.411	1.857	3	.603

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q6.6[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-.078	.946	.007	1	.934			
	PROVINCE1	-.586	.142	17.016	1	.000	.557	.421	.735
	STATUS1	.355	.158	5.033	1	.025	1.426	1.046	1.945
	[SEX=1]	-1.135	.134	71.651	1	.000	.321	.247	.418
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-1.753	.507	11.972	1	.001	.173	.064	.468
	[EDU1=2]	-1.424	.514	7.684	1	.006	.241	.088	.659
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	.016	.220	.005	1	.941	1.016	.661	1.563
	[HOUSE1=2]	.020	.178	.012	1	.912	1.020	.720	1.445
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	.784	.678	1.335	1	.248	2.190	.579	8.280
	[INCOME1=2]	1.117	.672	2.762	1	.097	3.055	.819	11.402
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[AGE1=1]	-.230	.920	.063	1	.802	.794	.131	4.819
	[AGE1=2]	.456	.461	.978	1	.323	1.578	.639	3.897
	[AGE1=3]	.399	.459	.757	1	.384	1.490	.607	3.661
	[AGE1=4]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

เทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q6.7	0	1120	88.2%
	1	150	11.8%
SEX	1	593	46.7%
	2	677	53.3%
EDU1	1	960	75.6%
	2	289	22.8%
	3	21	1.7%
HOUSE1	1	240	18.9%
	2	784	61.7%
	3	246	19.4%
INCOME1	1	507	39.9%
	2	748	58.9%
	3	15	1.2%
Valid		1270	100.0%
Missing		2162	
Total		3432	
Subpopulation		110[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 59 (53.6%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	337.445			
Final	251.449	85.995	9	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.065
Nagelkerke	.127
McFadden	.093

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	251.449[a]	.000	0	.
PROVINCE1	251.468	.018	1	.892
STATUS1	253.234	1.785	1	.182
SEX	295.787	44.338	1	.000
EDU1	257.781	6.332	2	.042
HOUSE1	254.353	2.903	2	.234
INCOME1	272.087	20.637	2	.000

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q6.7[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-2.214	.974	5.171	1	.023			
	PROVINCE1	-.026	.195	.018	1	.892	.974	.665	1.427
	STATUS1	-.256	.191	1.800	1	.180	.774	.533	1.125
	[SEX=1]	1.243	.197	39.962	1	.000	3.465	2.357	5.093
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-.438	.550	.635	1	.426	.645	.220	1.895
	[EDU1=2]	.088	.557	.025	1	.874	1.092	.366	3.256
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	.188	.290	.419	1	.517	1.207	.683	2.131
	[HOUSE1=2]	-.191	.243	.614	1	.433	.826	.513	1.332
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	-.663	.814	.664	1	.415	.515	.105	2.540
	[INCOME1=2]	.306	.792	.149	1	.700	1.357	.288	6.409
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q6.8	0	954	75.1%
	1	316	24.9%
SEX	1	593	46.7%
	2	677	53.3%
EDU1	1	960	75.6%
	2	289	22.8%
	3	21	1.7%
HOUSE1	1	240	18.9%
	2	784	61.7%
	3	246	19.4%
INCOME1	1	507	39.9%
	2	748	58.9%
	3	15	1.2%
AGE1	1	13	1.0%
	2	754	59.4%
	3	471	37.1%
	4	32	2.5%
Valid		1270	100.0%
Missing		2162	
Total		3432	
Subpopulation		191[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 102 (53.4%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	511.673			
Final	395.811	115.862	12	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.087
Nagelkerke	.129
McFadden	.081

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	395.811[a]	.000	0	.
PROVINCE1	419.521	23.710	1	.000
STATUS1	397.031	1.220	1	.269
SEX	437.471	41.660	1	.000
EDU1	421.489	25.678	2	.000
HOUSE1	396.159	.348	2	.840
INCOME1	409.969	14.158	2	.001
AGE1	397.606	1.795	3	.616

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q6.8[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	.480	1.044	.212	1	.645			
	PROVINCE1	-.735	.155	22.572	1	.000	.480	.354	.650
	STATUS1	-.186	.168	1.219	1	.269	.831	.598	1.155
	[SEX=1]	.885	.139	40.345	1	.000	2.423	1.844	3.184
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-2.618	.646	16.405	1	.000	.073	.021	.259
	[EDU1=2]	-2.684	.653	16.897	1	.000	.068	.019	.246
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.070	.236	.089	1	.765	.932	.587	1.480
	[HOUSE1=2]	.035	.191	.033	1	.857	1.035	.711	1.507
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	.259	.713	.132	1	.716	1.296	.320	5.242
	[INCOME1=2]	.804	.705	1.300	1	.254	2.234	.561	8.897
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[AGE1=1]	-.238	.935	.065	1	.799	.788	.126	4.928
	[AGE1=2]	.263	.509	.267	1	.606	1.300	.480	3.525
	[AGE1=3]	.412	.504	.668	1	.414	1.510	.562	4.054
	[AGE1=4]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

ธรรมะ / ศาสนา

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q6.9	0	964	75.9%
	1	306	24.1%
SEX	1	593	46.7%
	2	677	53.3%
EDU1	1	960	75.6%
	2	289	22.8%
	3	21	1.7%
HOUSE1	1	240	18.9%
	2	784	61.7%
	3	246	19.4%
INCOME1	1	507	39.9%
	2	748	58.9%
	3	15	1.2%
AGE1	1	13	1.0%
	2	754	59.4%
	3	471	37.1%
	4	32	2.5%
Valid		1270	100.0%
Missing		2162	
Total		3432	
Subpopulation		191[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 122 (63.9%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	630.573			
Final	321.468	309.105	12	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.216
Nagelkerke	.323
McFadden	.220

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	321.468[a]	.000	0	.
PROVINCE1	330.515	9.047	1	.003
STATUS1	330.765	9.297	1	.002
SEX	331.258	9.790	1	.002
EDU1	326.695	5.226	2	.073
HOUSE1	322.116	.648	2	.723
INCOME1	329.542	8.073	2	.018
AGE1	469.048	147.580	3	.000

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q6.9[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	.318	1.095	.084	1	.772			
	PROVINCE1	-.502	.169	8.844	1	.003	.605	.435	.843
	STATUS1	.666	.223	8.962	1	.003	1.947	1.259	3.012
	[SEX=1]	-.481	.155	9.641	1	.002	.618	.456	.838
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	.823	.711	1.340	1	.247	2.278	.565	9.179
	[EDU1=2]	.368	.731	.253	1	.615	1.444	.345	6.055
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	.073	.267	.074	1	.786	1.075	.637	1.816
	[HOUSE1=2]	.162	.222	.531	1	.466	1.176	.761	1.816
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	.538	.669	.648	1	.421	1.713	.462	6.352
	[INCOME1=2]	.086	.663	.017	1	.897	1.090	.297	3.995
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[AGE1=1]	-3.901	1.177	10.987	1	.001	.020	.002	.203
	[AGE1=2]	-3.682	.526	48.991	1	.000	.025	.009	.071
	[AGE1=3]	-1.906	.510	13.943	1	.000	.149	.055	.404
	[AGE1=4]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

คู่มือเตรียมสอบ

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q6.10	0	1222	96.1%
	1	49	3.9%
SEX	1	591	46.5%
	2	680	53.5%
EDU1	1	964	75.8%
	2	286	22.5%
	3	21	1.7%
HOUSE1	1	242	19.0%
	2	784	61.7%
	3	245	19.3%
Valid		1271	100.0%
Missing		2161	
Total		3432	
Subpopulation		56[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 32 (57.1%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	164.435			
Final	110.550	53.885	7	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.042
Nagelkerke	.149
McFadden	.130

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	110.550[a]	.000	0	.
PROVINCE1	111.044	.493	1	.482
CHILD1	121.418	10.868	1	.001
SEX	111.063	.513	1	.474
EDU1	138.180	27.630	2	.000
HOUSE1	114.813	4.263	2	.119

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q6.10[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-.701	.722	.942	1	.332			
	PROVINCE1	.229	.323	.500	1	.480	1.257	.667	2.369
	CHILD1	-1.093	.348	9.894	1	.002	.335	.170	.662
	[SEX=1]	-.219	.308	.508	1	.476	.803	.439	1.468
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-2.746	.647	17.994	1	.000	.064	.018	.228
	[EDU1=2]	-1.320	.635	4.322	1	.038	.267	.077	.927
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.708	.596	1.410	1	.235	.493	.153	1.585
	[HOUSE1=2]	.242	.393	.378	1	.539	1.273	.589	2.752
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q6.11	0	1077	84.8%
	1	193	15.2%
SEX	1	593	46.7%
	2	677	53.3%
EDU1	1	960	75.6%
	2	289	22.8%
	3	21	1.7%
HOUSE1	1	240	18.9%
	2	784	61.7%
	3	246	19.4%
AGE1	1	13	1.0%
	2	754	59.4%
	3	471	37.1%
	4	32	2.5%
INCOME1	1	507	39.9%
	2	748	58.9%
	3	15	1.2%
Valid		1270	100.0%
Missing		2162	
Total		3432	
Subpopulation		191[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 116 (60.7%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	392.776			
Final	351.005	41.771	12	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.032
Nagelkerke	.056
McFadden	.039

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	351.005[a]	.000	0	.
PROVINCE1	384.476	33.471	1	.000
STATUS1	351.417	.412	1	.521
SEX	351.064	.059	1	.807
EDU1	355.985	4.980	2	.083
HOUSE1	353.736	2.731	2	.255
AGE1	355.379	4.375	3	.224
INCOME1	354.390	3.385	2	.184

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q6.11[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-3.019	1.541	3.838	1	.050			
	PROVINCE1	-1.069	.196	29.731	1	.000	.343	.234	.504
	STATUS1	-.128	.200	.413	1	.521	.880	.595	1.301
	[SEX=1]	-.039	.161	.059	1	.807	.962	.702	1.318
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	1.643	1.039	2.502	1	.114	5.170	.675	39.593
	[EDU1=2]	1.396	1.046	1.780	1	.182	4.039	.520	31.401
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.273	.266	1.051	1	.305	.761	.452	1.283
	[HOUSE1=2]	-.367	.219	2.799	1	.094	.693	.451	1.065
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[AGE1=1]	-1.502	1.146	1.719	1	.190	.223	.024	2.103
	[AGE1=2]	-.722	.465	2.413	1	.120	.486	.195	1.208
	[AGE1=3]	-.439	.457	.922	1	.337	.645	.263	1.579
	[AGE1=4]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	.905	1.056	.735	1	.391	2.471	.312	19.565
	[INCOME1=2]	1.147	1.051	1.192	1	.275	3.149	.402	24.689
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

เรื่องสั้น

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q6.12	0	1075	84.6%
	1	195	15.4%
SEX	1	593	46.7%
	2	677	53.3%
EDU1	1	960	75.6%
	2	289	22.8%
	3	21	1.7%
HOUSE1	1	240	18.9%
	2	784	61.7%
	3	246	19.4%
AGE1	1	13	1.0%
	2	754	59.4%
	3	471	37.1%
	4	32	2.5%
INCOME1	1	507	39.9%
	2	748	58.9%
	3	15	1.2%
Valid		1270	100.0%
Missing		2162	
Total		3432	
Subpopulation		191[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 114 (59.7%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	426.010			
Final	363.600	62.410	12	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.048
Nagelkerke	.083
McFadden	.057

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	363.600[a]	.000	0	.
PROVINCE1	368.032	4.432	1	.035
STATUS1	363.688	.089	1	.766
SEX	384.113	20.513	1	.000
EDU1	365.863	2.264	2	.322
HOUSE1	364.687	1.088	2	.581
AGE1	381.550	17.951	3	.000
INCOME1	366.266	2.667	2	.264

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q6.12[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-2.122	1.353	2.460	1	.117			
	PROVINCE1	-.374	.180	4.325	1	.038	.688	.483	.979
	STATUS1	-.055	.185	.089	1	.766	.946	.659	1.360
	[SEX=1]	-.749	.170	19.507	1	.000	.473	.339	.659
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-.009	.659	.000	1	.990	.991	.272	3.610
	[EDU1=2]	.278	.663	.175	1	.675	1.320	.360	4.838
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.218	.270	.654	1	.419	.804	.474	1.364
	[HOUSE1=2]	-.218	.211	1.060	1	.303	.805	.532	1.217
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[AGE1=1]	-.701	1.189	.347	1	.556	.496	.048	5.100
	[AGE1=2]	.286	.559	.262	1	.609	1.331	.445	3.983
	[AGE1=3]	-.563	.567	.986	1	.321	.569	.187	1.730
	[AGE1=4]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	.852	1.066	.640	1	.424	2.345	.290	18.946
	[INCOME1=2]	1.065	1.059	1.011	1	.315	2.900	.364	23.104
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

ปรัชญา / การเมือง

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q6.13	0	1120	88.2%
	1	150	11.8%
SEX	1	593	46.7%
	2	677	53.3%
EDU1	1	960	75.6%
	2	289	22.8%
	3	21	1.7%
HOUSE1	1	240	18.9%
	2	784	61.7%
	3	246	19.4%
INCOME1	1	507	39.9%
	2	748	58.9%
	3	15	1.2%
Valid		1270	100.0%
Missing		2162	
Total		3432	
Subpopulation		110[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 59 (53.6%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	322.805			
Final	235.036	87.769	9	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.067
Nagelkerke	.129
McFadden	.095

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	235.036[a]	.000	0	.
PROVINCE1	244.126	9.090	1	.003
STATUS1	241.001	5.965	1	.015
SEX	296.296	61.260	1	.000
EDU1	244.278	9.242	2	.010
HOUSE1	236.654	1.618	2	.445
INCOME1	235.048	.012	2	.994

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q6.13[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-1.353	.962	1.980	1	.159			
	PROVINCE1	-.610	.208	8.641	1	.003	.543	.362	.816
	STATUS1	.487	.203	5.732	1	.017	1.627	1.092	2.423
	[SEX=1]	1.482	.204	52.715	1	.000	4.402	2.950	6.567
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-1.526	.495	9.489	1	.002	.218	.082	.574
	[EDU1=2]	-1.599	.516	9.600	1	.002	.202	.074	.556
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.128	.296	.189	1	.664	.880	.493	1.570
	[HOUSE1=2]	-.295	.248	1.418	1	.234	.744	.458	1.210
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	.024	.816	.001	1	.977	1.024	.207	5.071
	[INCOME1=2]	.043	.804	.003	1	.957	1.044	.216	5.049
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q6.14	0	1133	89.2%
	1	137	10.8%
SEX	1	593	46.7%
	2	677	53.3%
EDU1	1	960	75.6%
	2	289	22.8%
	3	21	1.7%
HOUSE1	1	240	18.9%
	2	784	61.7%
	3	246	19.4%
INCOME1	1	507	39.9%
	2	748	58.9%
	3	15	1.2%
AGE1	1	13	1.0%
	2	754	59.4%
	3	471	37.1%
	4	32	2.5%
Valid		1270	100.0%
Missing		2162	
Total		3432	
Subpopulation		191[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 125 (65.4%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	352.232			
Final	289.999	62.233	12	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.048
Nagelkerke	.097
McFadden	.072

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	289.999[a]	.000	0	.
PROVINCE1	307.585	17.586	1	.000
STATUS1	290.121	.122	1	.727
SEX	294.682	4.684	1	.030
EDU1	311.781	21.782	2	.000
HOUSE1	290.519	.521	2	.771
INCOME1	291.835	1.837	2	.399
AGE1	291.119	1.120	3	.772

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q6.14[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	.231	1.116	.043	1	.836			
	PROVINCE1	-.919	.232	15.756	1	.000	.399	.253	.628
	STATUS1	-.078	.223	.122	1	.727	.925	.598	1.432
	[SEX=1]	-.414	.193	4.583	1	.032	.661	.453	.966
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-2.021	.490	16.989	1	.000	.133	.051	.346
	[EDU1=2]	-1.310	.493	7.070	1	.008	.270	.103	.709
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.231	.327	.498	1	.480	.794	.418	1.507
	[HOUSE1=2]	-.101	.267	.143	1	.705	.904	.536	1.525
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	-.041	.801	.003	1	.959	.960	.200	4.614
	[INCOME1=2]	.242	.785	.095	1	.758	1.273	.273	5.931
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[AGE1=1]	-.219	1.236	.031	1	.859	.803	.071	9.062
	[AGE1=2]	-.035	.653	.003	1	.957	.965	.269	3.469
	[AGE1=3]	-.276	.652	.179	1	.672	.759	.211	2.725
	[AGE1=4]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

ยานยนต์

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q6.15	0	1158	91.2%
	1	112	8.8%
SEX	1	593	46.7%
	2	677	53.3%
HOUSE1	1	240	18.9%
	2	784	61.7%
	3	246	19.4%
AGE1	1	13	1.0%
	2	754	59.4%
	3	471	37.1%
	4	32	2.5%
Valid		1270	100.0%
Missing		2162	
Total		3432	
Subpopulation		63[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 34 (54.0%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	263.590			
Final	134.475	129.114	8	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.097
Nagelkerke	.215
McFadden	.170

Parameter Estimates

Q6.15[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-5.341	1.129	22.373	1	.000			
	PROVINCE1	.161	.218	.542	1	.461	1.174	.766	1.800
	STATUS1	-.089	.242	.134	1	.714	.915	.570	1.470
	[SEX=1]	2.766	.354	60.923	1	.000	15.895	7.936	31.836
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.319	.337	.896	1	.344	.727	.376	1.407
	[HOUSE1=2]	-.321	.261	1.512	1	.219	.726	.435	1.210
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[AGE1=1]	2.005	1.344	2.226	1	.136	7.430	.533	103.545
	[AGE1=2]	1.463	1.047	1.951	1	.162	4.317	.554	33.613
	[AGE1=3]	.863	1.049	.677	1	.411	2.371	.303	18.531
	[AGE1=4]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	134.475[a]	.000	0	.
PROVINCE1	135.015	.540	1	.463
STATUS1	134.610	.135	1	.714
SEX	248.261	113.786	1	.000
HOUSE1	136.022	1.547	2	.461
AGE1	141.667	7.192	3	.066

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

สอนภาษา

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q6.16	0	1232	96.9%
	1	39	3.1%
SEX	1	591	46.5%
	2	680	53.5%
HOUSE1	1	242	19.0%
	2	784	61.7%
	3	245	19.3%
EDU1	1	964	75.8%
	2	286	22.5%
	3	21	1.7%
Valid		1271	100.0%
Missing		2161	
Total		3432	
Subpopulation		56[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 33 (58.9%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	128.676			
Final	102.796	25.879	7	.001

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.020
Nagelkerke	.084
McFadden	.074

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	102.796[a]	.000	0	.
PROVINCE1	102.797	.000	1	.985
CHILD1	104.875	2.079	1	.149
SEX	103.311	.515	1	.473
HOUSE1	105.837	3.040	2	.219
EDU1	120.261	17.465	2	.000

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q6.16[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-1.121	.767	2.137	1	.144			
	PROVINCE1	-.007	.365	.000	1	.985	.993	.486	2.031
	CHILD1	-.505	.353	2.054	1	.152	.603	.302	1.204
	[SEX=1]	-.242	.339	.509	1	.476	.785	.404	1.527
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.356	.650	.300	1	.584	.700	.196	2.503
	[HOUSE1=2]	.417	.479	.760	1	.383	1.518	.594	3.881
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-2.658	.637	17.394	1	.000	.070	.020	.244
	[EDU1=2]	-1.607	.641	6.291	1	.012	.200	.057	.704
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

หนังสือเด็ก (อ่านให้เด็กฟัง)

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q6.17	0	1230	96.8%
	1	41	3.2%
SEX	1	591	46.5%
	2	680	53.5%
HOUSE1	1	242	19.0%
	2	784	61.7%
	3	245	19.3%
EDU1	1	964	75.8%
	2	286	22.5%
	3	21	1.7%
AGE1	1	13	1.0%
	2	749	58.9%
	3	477	37.5%
	4	32	2.5%
INCOME1	1	511	40.2%
	2	745	58.6%
	3	15	1.2%
Valid		1271	100.0%
Missing		2161	
Total		3432	
Subpopulation		190[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 167 (87.9%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	198.110			
Final	141.304	56.806	12	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.044
Nagelkerke	.176
McFadden	.157

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	141.304[a]	.000	0	.
PROVINCE1	143.651	2.347	1	.126
CHILD1	167.244	25.940	1	.000
SEX	157.237	15.933	1	.000
HOUSE1	144.033	2.729	2	.256
EDU1	144.081	2.777	2	.249
AGE1	148.900	7.596	3	.055
INCOME1	141.479	.175	2	.916

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q6.17[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-3.669	1.905	3.708	1	.054			
	PROVINCE1	-.610	.414	2.166	1	.141	.544	.241	1.224
	CHILD1	2.380	.576	17.072	1	.000	10.803	3.494	33.406
	[SEX=1]	-1.575	.456	11.919	1	.001	.207	.085	.506
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	.367	.743	.244	1	.621	1.443	.337	6.186
	[HOUSE1=2]	.830	.647	1.643	1	.200	2.293	.645	8.156
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-1.165	1.129	1.065	1	.302	.312	.034	2.851
	[EDU1=2]	-.532	1.145	.216	1	.642	.588	.062	5.539
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[AGE1=1]	1.891	1.466	1.663	1	.197	6.626	.374	117.287
	[AGE1=2]	-.193	.797	.058	1	.809	.825	.173	3.932
	[AGE1=3]	-.976	.813	1.442	1	.230	.377	.077	1.854
	[AGE1=4]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	-.054	1.136	.002	1	.962	.947	.102	8.774
	[INCOME1=2]	-.197	1.115	.031	1	.859	.821	.092	7.302
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

อื่นๆ อาทิ กฎหมาย สัตว์เลี้ยง กีฬา

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q6.18	0	1239	97.6%
	1	31	2.4%
SEX	1	593	46.7%
	2	677	53.3%
HOUSE1	1	240	18.9%
	2	784	61.7%
	3	246	19.4%
EDU1	1	960	75.6%
	2	289	22.8%
	3	21	1.7%
INCOME1	1	507	39.9%
	2	748	58.9%
	3	15	1.2%
Valid		1270	100.0%
Missing		2162	
Total		3432	
Subpopulation		110[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 94 (85.5%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	115.229			
Final	86.867	28.362	9	.001

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.022
Nagelkerke	.108
McFadden	.097

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	86.867[a]	.000	0	.
PROVINCE1	89.787	2.920	1	.087
STATUS1	87.917	1.050	1	.306
SEX	91.347	4.479	1	.034
HOUSE1	93.534	6.667	2	.036
EDU1	86.972	.105	2	.949
INCOME1	96.247	9.379	2	.009

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q6.18[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-4.852	1.871	6.727	1	.009			
	PROVINCE1	-.726	.447	2.635	1	.105	.484	.202	1.162
	STATUS1	.430	.431	.995	1	.319	1.538	.660	3.582
	[SEX=1]	.795	.385	4.267	1	.039	2.215	1.042	4.710
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	1.023	1.139	.807	1	.369	2.781	.298	25.906
	[HOUSE1=2]	1.796	1.033	3.021	1	.082	6.025	.795	45.667
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-.162	1.075	.023	1	.880	.851	.104	6.991
	[EDU1=2]	-.028	1.099	.001	1	.980	.972	.113	8.380
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	-1.840	1.186	2.409	1	.121	.159	.016	1.622
	[INCOME1=2]	-.378	1.075	.124	1	.725	.685	.083	5.633
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

ส่วนที่ 4 ปัจจัยกำหนดประเภทของหนังสือที่ซื้อ

นวนิยายไทย

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q24.1.1	0	443	79.2%
	1	116	20.8%
SEX	1	238	42.6%
	2	321	57.4%
HOUSE1	1	131	23.4%
	2	341	61.0%
	3	87	15.6%
INCOME1	1	211	37.7%
	2	339	60.6%
	3	9	1.6%
EDU1	1	348	62.3%
	2	191	34.2%
	3	20	3.6%
Valid		559	100.0%
Missing		2873	
Total		3432	
Subpopulation		97[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 53 (54.6%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	222.974			
Final	175.595	47.379	9	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.081
Nagelkerke	.127
McFadden	.083

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	175.595[a]	.000	0	.
PROVINCE1	175.639	.044	1	.835
STATUS1	181.062	5.466	1	.019
SEX	214.516	38.921	1	.000
HOUSE1	176.628	1.033	2	.597
INCOME1	176.425	.830	2	.660
EDU1	176.466	.871	2	.647

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q24.1.1[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-2.140	1.370	2.440	1	.118			
	PROVINCE1	.060	.286	.044	1	.834	1.062	.606	1.860
	STATUS1	-.560	.239	5.487	1	.019	.571	.358	.913
	[SEX=1]	-1.494	.263	32.176	1	.000	.225	.134	.376
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	.385	.381	1.018	1	.313	1.469	.696	3.104
	[HOUSE1=2]	.237	.334	.504	1	.478	1.268	.659	2.440
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	.848	1.114	.580	1	.446	2.335	.263	20.731
	[INCOME1=2]	.714	1.097	.424	1	.515	2.043	.238	17.534
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	.602	.802	.565	1	.452	1.826	.380	8.787
	[EDU1=2]	.683	.795	.738	1	.390	1.980	.417	9.412
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

นวนิยายแปลจากต่างประเทศ

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q24.2.1	0	510	91.1%
	1	50	8.9%
SEX	1	238	42.5%
	2	322	57.5%
HOUSE1	1	131	23.4%
	2	342	61.1%
	3	87	15.5%
EDU1	1	349	62.3%
	2	191	34.1%
	3	20	3.6%
Valid		560	100.0%
Missing		2872	
Total		3432	
Subpopulation		56[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 31 (55.4%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	151.498			
Final	112.880	38.618	7	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.067
Nagelkerke	.147
McFadden	.115

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	112.880[a]	.000	0	.
PROVINCE1	114.171	1.291	1	.256
STATUS1	131.644	18.764	1	.000
SEX	116.233	3.353	1	.067
HOUSE1	115.583	2.703	2	.259
EDU1	117.978	5.098	2	.078

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q24.2.1[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-1.808	.904	4.005	1	.045			
	PROVINCE1	.423	.365	1.341	1	.247	1.526	.746	3.121
	STATUS1	-1.417	.340	17.314	1	.000	.243	.124	.473
	[SEX=1]	-.598	.335	3.189	1	.074	.550	.285	1.060
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	.403	.567	.504	1	.478	1.496	.492	4.546
	[HOUSE1=2]	.706	.468	2.272	1	.132	2.025	.809	5.070
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-.595	.813	.535	1	.464	.552	.112	2.714
	[EDU1=2]	.138	.804	.030	1	.863	1.148	.237	5.552
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

การ์ตูน / นิยายภาพ

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q24.3.1	0	427	75.8%
	1	136	24.2%
SEX	1	237	42.1%
	2	326	57.9%
HOUSE1	1	132	23.4%
	2	344	61.1%
	3	87	15.5%
INCOME1	1	216	38.4%
	2	338	60.0%
	3	9	1.6%
Valid		563	100.0%
Missing		2869	
Total		3432	
Subpopulation		52[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 13 (25.0%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	183.828			
Final	136.969	46.859	7	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.080
Nagelkerke	.119
McFadden	.075

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	136.969[a]	.000	0	.
PROVINCE1	146.149	9.180	1	.002
CHILD1	149.575	12.607	1	.000
SEX	152.200	15.232	1	.000
HOUSE1	141.505	4.536	2	.104
INCOME1	140.775	3.806	2	.149

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q24.3.1[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-1.338	1.129	1.404	1	.236			
	PROVINCE1	.773	.251	9.458	1	.002	2.166	1.324	3.545
	CHILD1	-.739	.210	12.455	1	.000	.477	.317	.720
	[SEX=1]	-.836	.221	14.335	1	.000	.434	.281	.668
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	.150	.328	.210	1	.647	1.162	.611	2.210
	[HOUSE1=2]	-.347	.288	1.455	1	.228	.707	.402	1.242
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	1.120	1.093	1.049	1	.306	3.064	.360	26.105
	[INCOME1=2]	.752	1.088	.477	1	.490	2.121	.251	17.910
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

ธุรกิจ / หุ้น / การลงทุน

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q24.4.1	0	516	92.1%
	1	44	7.9%
SEX	1	238	42.5%
	2	322	57.5%
HOUSE1	1	131	23.4%
	2	342	61.1%
	3	87	15.5%
INCOME1	1	212	37.9%
	2	339	60.5%
	3	9	1.6%
EDU1	1	349	62.3%
	2	191	34.1%
	3	20	3.6%
Valid		560	100.0%
Missing		2872	
Total		3432	
Subpopulation		97[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 80 (82.5%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	170.745			
Final	111.795	58.950	9	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.100
Nagelkerke	.236
McFadden	.191

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	111.795[a]	.000	0	.
PROVINCE1	117.274	5.478	1	.019
STATUS1	112.015	.219	1	.640
SEX	138.950	27.155	1	.000
HOUSE1	112.204	.409	2	.815
INCOME1	123.223	11.428	2	.003
EDU1	119.353	7.557	2	.023

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q24.4.1[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-2.687	1.313	4.185	1	.041			
	PROVINCE1	-1.191	.569	4.376	1	.036	.304	.100	.928
	STATUS1	.171	.367	.217	1	.641	1.187	.578	2.439
	[SEX=1]	1.832	.387	22.380	1	.000	6.249	2.925	13.351
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	.179	.658	.074	1	.785	1.196	.330	4.340
	[HOUSE1=2]	.333	.598	.310	1	.578	1.395	.432	4.499
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	-2.301	1.045	4.850	1	.028	.100	.013	.776
	[INCOME1=2]	-.700	.903	.602	1	.438	.497	.085	2.912
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-.517	.718	.517	1	.472	.597	.146	2.438
	[EDU1=2]	.525	.701	.562	1	.453	1.691	.428	6.677
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

ท่องเที่ยว

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q24.5.1	0	471	84.1%
	1	89	15.9%
SEX	1	238	42.5%
	2	322	57.5%
HOUSE1	1	131	23.4%
	2	342	61.1%
	3	87	15.5%
INCOME1	1	212	37.9%
	2	339	60.5%
	3	9	1.6%
EDU1	1	349	62.3%
	2	191	34.1%
	3	20	3.6%
Valid		560	100.0%
Missing		2872	
Total		3432	
Subpopulation		97[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 63 (64.9%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	190.254			
Final	169.481	20.773	9	.014

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.036
Nagelkerke	.062
McFadden	.042

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	169.481[a]	.000	0	.
PROVINCE1	174.817	5.337	1	.021
STATUS1	169.516	.035	1	.852
SEX	169.481	.000	1	.988
HOUSE1	171.597	2.116	2	.347
INCOME1	175.239	5.758	2	.056
EDU1	177.835	8.355	2	.015

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q24.5.1[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-.381	1.234	.095	1	.757			
	PROVINCE1	-.804	.372	4.670	1	.031	.447	.216	.928
	STATUS1	-.049	.263	.035	1	.852	.952	.569	1.594
	[SEX=1]	-.003	.240	.000	1	.988	.997	.622	1.596
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.553	.425	1.696	1	.193	.575	.250	1.322
	[HOUSE1=2]	-.182	.359	.258	1	.612	.833	.413	1.684
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	-.194	1.106	.031	1	.860	.823	.094	7.188
	[INCOME1=2]	.459	1.080	.181	1	.670	1.583	.191	13.140
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-1.027	.513	4.013	1	.045	.358	.131	.978
	[EDU1=2]	-1.497	.525	8.140	1	.004	.224	.080	.626
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

สุขภาพ / อาหาร

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q24.6.1	0	388	69.3%
	1	172	30.7%
SEX	1	238	42.5%
	2	322	57.5%
HOUSE1	1	131	23.4%
	2	342	61.1%
	3	87	15.5%
INCOME1	1	212	37.9%
	2	339	60.5%
	3	9	1.6%
EDU1	1	349	62.3%
	2	191	34.1%
	3	20	3.6%
Valid		560	100.0%
Missing		2872	
Total		3432	
Subpopulation		97[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 50 (51.5%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	279.382			
Final	202.799	76.583	9	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.128
Nagelkerke	.180
McFadden	.111

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	202.799[a]	.000	0	.
PROVINCE1	212.904	10.105	1	.001
STATUS1	212.344	9.545	1	.002
SEX	244.807	42.008	1	.000
HOUSE1	206.900	4.101	2	.129
INCOME1	207.202	4.403	2	.111
EDU1	209.634	6.835	2	.033

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q24.6.1[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	.115	1.033	.012	1	.911			
	PROVINCE1	-.893	.294	9.224	1	.002	.409	.230	.728
	STATUS1	.695	.230	9.163	1	.002	2.004	1.278	3.142
	[SEX=1]	-1.339	.219	37.350	1	.000	.262	.171	.403
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	.236	.343	.472	1	.492	1.266	.646	2.480
	[HOUSE1=2]	-.234	.311	.566	1	.452	.791	.430	1.456
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	.301	.869	.120	1	.729	1.352	.246	7.420
	[INCOME1=2]	.740	.850	.760	1	.383	2.097	.397	11.085
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-1.357	.521	6.775	1	.009	.257	.093	.715
	[EDU1=2]	-1.197	.521	5.277	1	.022	.302	.109	.839
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

เทคโนโลยี / คอมพิวเตอร์

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q24.7.1	0	505	90.2%
	1	55	9.8%
SEX	1	238	42.5%
	2	322	57.5%
HOUSE1	1	131	23.4%
	2	342	61.1%
	3	87	15.5%
INCOME1	1	212	37.9%
	2	339	60.5%
	3	9	1.6%
EDU1	1	349	62.3%
	2	191	34.1%
	3	20	3.6%
Valid		560	100.0%
Missing		2872	
Total		3432	
Subpopulation		97[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 71 (73.2%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	187.810			
Final	134.322	53.488	9	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.091
Nagelkerke	.192
McFadden	.149

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	134.322[a]	.000	0	.
PROVINCE1	134.857	.536	1	.464
STATUS1	141.771	7.450	1	.006
SEX	166.685	32.364	1	.000
HOUSE1	138.914	4.592	2	.101
INCOME1	135.478	1.156	2	.561
EDU1	140.179	5.857	2	.053

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q24.7.1[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-3.531	1.291	7.477	1	.006			
	PROVINCE1	.275	.371	.550	1	.458	1.317	.636	2.725
	STATUS1	-.852	.313	7.390	1	.007	.427	.231	.788
	[SEX=1]	1.786	.344	27.010	1	.000	5.966	3.042	11.700
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	.914	.591	2.389	1	.122	2.494	.783	7.948
	[HOUSE1=2]	1.042	.529	3.877	1	.049	2.836	1.005	8.004
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	-.955	.956	.998	1	.318	.385	.059	2.506
	[INCOME1=2]	-.675	.904	.558	1	.455	.509	.087	2.992
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	.222	.840	.070	1	.792	1.249	.240	6.484
	[EDU1=2]	1.005	.823	1.490	1	.222	2.731	.544	13.699
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q24.8.1	0	449	80.2%
	1	111	19.8%
SEX	1	238	42.5%
	2	322	57.5%
HOUSE1	1	131	23.4%
	2	342	61.1%
	3	87	15.5%
INCOME1	1	212	37.9%
	2	339	60.5%
	3	9	1.6%
EDU1	1	349	62.3%
	2	191	34.1%
	3	20	3.6%
AGE1	1	8	1.4%
	2	362	64.6%
	3	181	32.3%
	4	9	1.6%
Valid		560	100.0%
Missing		2872	
Total		3432	
Subpopulation		141[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 88 (62.4%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	274.126			
Final	207.646	66.480	12	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.112
Nagelkerke	.178
McFadden	.119

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	207.646[a]	.000	0	.
PROVINCE1	210.159	2.513	1	.113
STATUS1	210.265	2.619	1	.106
SEX	233.839	26.193	1	.000
HOUSE1	208.938	1.292	2	.524
INCOME1	210.197	2.551	2	.279
EDU1	220.982	13.336	2	.001
AGE1	215.519	7.874	3	.049

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q24.8.1[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-.163	1.345	.015	1	.903			
	PROVINCE1	-.511	.332	2.363	1	.124	.600	.313	1.151
	STATUS1	-.471	.293	2.584	1	.108	.624	.352	1.109
	[SEX=1]	1.172	.234	24.976	1	.000	3.228	2.039	5.110
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	.463	.418	1.229	1	.268	1.589	.701	3.605
	[HOUSE1=2]	.354	.378	.874	1	.350	1.424	.678	2.990
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	.071	.925	.006	1	.938	1.074	.175	6.579
	[INCOME1=2]	.481	.897	.288	1	.592	1.618	.279	9.380
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-1.894	.538	12.403	1	.000	.151	.052	.432
	[EDU1=2]	-1.515	.532	8.114	1	.004	.220	.078	.623
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[AGE1=1]	-.998	1.373	.528	1	.467	.369	.025	5.433
	[AGE1=2]	-.755	.816	.856	1	.355	.470	.095	2.325
	[AGE1=3]	.030	.800	.001	1	.971	1.030	.215	4.946
	[AGE1=4]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q24.9.1	0	470	83.9%
	1	90	16.1%
SEX	1	238	42.5%
	2	322	57.5%
HOUSE1	1	131	23.4%
	2	342	61.1%
	3	87	15.5%
INCOME1	1	212	37.9%
	2	339	60.5%
	3	9	1.6%
EDU1	1	349	62.3%
	2	191	34.1%
	3	20	3.6%
Valid		560	100.0%
Missing		2872	
Total		3432	
Subpopulation		97[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 68 (70.1%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	196.426			
Final	159.355	37.071	9	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.064
Nagelkerke	.109
McFadden	.075

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	159.355[a]	.000	0	.
PROVINCE1	160.539	1.185	1	.276
STATUS1	178.397	19.042	1	.000
SEX	159.616	.261	1	.609
HOUSE1	160.014	.660	2	.719
INCOME1	161.686	2.332	2	.312
EDU1	162.592	3.238	2	.198

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q24.9.1[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-2.504	1.350	3.443	1	.064			
	PROVINCE1	-.387	.365	1.120	1	.290	.679	.332	1.390
	STATUS1	1.302	.328	15.752	1	.000	3.676	1.933	6.991
	[SEX=1]	.124	.241	.262	1	.609	1.132	.705	1.816
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.327	.418	.611	1	.434	.721	.318	1.637
	[HOUSE1=2]	-.155	.366	.181	1	.671	.856	.418	1.753
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	.447	1.110	.162	1	.687	1.563	.178	13.766
	[INCOME1=2]	.051	1.097	.002	1	.963	1.052	.122	9.039
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	.000	.676	.000	1	1.000	1.000	.266	3.763
	[EDU1=2]	-.556	.701	.630	1	.427	.573	.145	2.264
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q24.10.1	0	526	93.4%
	1	37	6.6%
SEX	1	237	42.1%
	2	326	57.9%
HOUSE1	1	132	23.4%
	2	344	61.1%
	3	87	15.5%
EDU1	1	354	62.9%
	2	189	33.6%
	3	20	3.6%
Valid		563	100.0%
Missing		2869	
Total		3432	
Subpopulation		54[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 34 (63.0%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	131.422			
Final	100.852	30.570	7	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.053
Nagelkerke	.138
McFadden	.112

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	100.852[a]	.000	0	.
PROVINCE1	105.608	4.756	1	.029
CHILD1	106.632	5.781	1	.016
SEX	100.852	.000	1	.990
HOUSE1	104.036	3.184	2	.204
EDU1	111.004	10.153	2	.006

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q24.10.1[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-2.417	.957	6.377	1	.012			
	PROVINCE1	.880	.390	5.087	1	.024	2.411	1.122	5.180
	CHILD1	-.918	.394	5.435	1	.020	.400	.185	.864
	[SEX=1]	.005	.362	.000	1	.990	1.005	.494	2.041
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	.220	.663	.110	1	.740	1.246	.340	4.572
	[HOUSE1=2]	.776	.537	2.091	1	.148	2.173	.759	6.223
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-1.244	.830	2.247	1	.134	.288	.057	1.466
	[EDU1=2]	-.054	.806	.004	1	.947	.948	.195	4.595
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

โหราศาสตร์ / ความเชื่อ

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q24.11.1	0	498	88.9%
	1	62	11.1%
SEX	1	238	42.5%
	2	322	57.5%
HOUSE1	1	131	23.4%
	2	342	61.1%
	3	87	15.5%
INCOME1	1	212	37.9%
	2	339	60.5%
	3	9	1.6%
Valid		560	100.0%
Missing		2872	
Total		3432	
Subpopulation		52[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 31 (59.6%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	104.965			
Final	98.882	6.083	7	.530

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.011
Nagelkerke	.022
McFadden	.016

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	98.882[a]	.000	0	.
PROVINCE1	102.629	3.747	1	.053
STATUS1	100.469	1.587	1	.208
SEX	98.904	.022	1	.883
HOUSE1	100.386	1.504	2	.472
INCOME1	98.908	.026	2	.987

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q24.11.1[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-1.755	1.158	2.298	1	.130			
	PROVINCE1	-.785	.436	3.243	1	.072	.456	.194	1.072
	STATUS1	.373	.301	1.530	1	.216	1.452	.804	2.621
	[SEX=1]	.040	.274	.022	1	.883	1.041	.609	1.780
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.430	.447	.924	1	.336	.651	.271	1.562
	[HOUSE1=2]	-.493	.393	1.576	1	.209	.611	.283	1.319
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	-.103	1.093	.009	1	.925	.902	.106	7.681
	[INCOME1=2]	-.062	1.082	.003	1	.954	.940	.113	7.836
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

เรื่องสั้น

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q24.12.1	0	477	85.2%
	1	83	14.8%
SEX	1	238	42.5%
	2	322	57.5%
HOUSE1	1	131	23.4%
	2	342	61.1%
	3	87	15.5%
INCOME1	1	212	37.9%
	2	339	60.5%
	3	9	1.6%
Valid		560	100.0%
Missing		2872	
Total		3432	
Subpopulation		52[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 21 (40.4%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	139.892			
Final	113.810	26.083	7	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.046
Nagelkerke	.080
McFadden	.056

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	113.810[a]	.000	0	.
PROVINCE1	113.832	.023	1	.880
STATUS1	114.589	.779	1	.377
SEX	135.015	21.205	1	.000
HOUSE1	115.123	1.314	2	.518
INCOME1	116.144	2.334	2	.311

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q24.12.1[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-1.157	1.144	1.023	1	.312			
	PROVINCE1	-.049	.322	.023	1	.880	.953	.507	1.791
	STATUS1	-.226	.255	.786	1	.375	.797	.483	1.315
	[SEX=1]	-1.228	.289	18.073	1	.000	.293	.166	.516
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.469	.411	1.304	1	.253	.626	.280	1.399
	[HOUSE1=2]	-.299	.341	.767	1	.381	.742	.380	1.447
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	.465	1.095	.180	1	.671	1.592	.186	13.627
	[INCOME1=2]	.086	1.090	.006	1	.937	1.090	.129	9.237
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

ปรัชญา / การเมือง

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q24.13.1	0	518	92.5%
	1	42	7.5%
SEX	1	238	42.5%
	2	322	57.5%
HOUSE1	1	131	23.4%
	2	342	61.1%
	3	87	15.5%
INCOME1	1	212	37.9%
	2	339	60.5%
	3	9	1.6%
EDU1	1	349	62.3%
	2	191	34.1%
	3	20	3.6%
Valid		560	100.0%
Missing		2872	
Total		3432	
Subpopulation		97[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 79 (81.4%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	165.363			
Final	101.314	64.049	9	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.108
Nagelkerke	.262
McFadden	.215

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	101.314[a]	.000	0	.
PROVINCE1	101.884	.570	1	.450
STATUS1	111.067	9.753	1	.002
SEX	140.508	39.195	1	.000
HOUSE1	101.586	.273	2	.873
INCOME1	105.627	4.313	2	.116
EDU1	111.502	10.188	2	.006

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q24.13.1[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-1.929	1.321	2.132	1	.144			
	PROVINCE1	.351	.456	.590	1	.442	1.420	.580	3.473
	STATUS1	1.283	.446	8.262	1	.004	3.606	1.504	8.649
	[SEX=1]	2.484	.494	25.286	1	.000	11.991	4.554	31.575
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.021	.579	.001	1	.971	.979	.315	3.047
	[HOUSE1=2]	-.199	.517	.149	1	.700	.819	.297	2.257
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	-.856	1.033	.686	1	.407	.425	.056	3.220
	[INCOME1=2]	-1.517	.997	2.314	1	.128	.219	.031	1.549
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-2.108	.650	10.503	1	.001	.122	.034	.435
	[EDU1=2]	-1.947	.666	8.546	1	.003	.143	.039	.526
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q24.14.1	0	490	87.5%
	1	70	12.5%
SEX	1	238	42.5%
	2	322	57.5%
HOUSE1	1	131	23.4%
	2	342	61.1%
	3	87	15.5%
INCOME1	1	212	37.9%
	2	339	60.5%
	3	9	1.6%
EDU1	1	349	62.3%
	2	191	34.1%
	3	20	3.6%
Valid		560	100.0%
Missing		2872	
Total		3432	
Subpopulation		97[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 65 (67.0%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	177.239			
Final	152.528	24.711	9	.003

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.043
Nagelkerke	.082
McFadden	.059

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	152.528[a]	.000	0	.
PROVINCE1	153.689	1.161	1	.281
STATUS1	152.577	.049	1	.824
SEX	153.529	1.002	1	.317
HOUSE1	152.914	.386	2	.825
INCOME1	153.025	.498	2	.780
EDU1	171.167	18.640	2	.000

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q24.14.1[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-1.129	1.256	.808	1	.369			
	PROVINCE1	-.387	.369	1.099	1	.294	.679	.330	1.399
	STATUS1	.063	.285	.049	1	.825	1.065	.609	1.863
	[SEX=1]	-.272	.274	.986	1	.321	.762	.445	1.303
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	.247	.461	.287	1	.592	1.280	.518	3.160
	[HOUSE1=2]	.083	.417	.040	1	.842	1.086	.480	2.461
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	.697	1.118	.389	1	.533	2.009	.225	17.953
	[INCOME1=2]	.570	1.086	.276	1	.599	1.769	.211	14.850
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-1.977	.553	12.780	1	.000	.138	.047	.409
	[EDU1=2]	-.861	.520	2.736	1	.098	.423	.153	1.172
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

ยานยนต์

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q24.15.1	0	508	90.7%
	1	52	9.3%
SEX	1	238	42.5%
	2	322	57.5%
HOUSE1	1	131	23.4%
	2	342	61.1%
	3	87	15.5%
INCOME1	1	212	37.9%
	2	339	60.5%
	3	9	1.6%
Valid		560	100.0%
Missing		2872	
Total		3432	
Subpopulation		52[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 36 (69.2%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	158.655			
Final	77.600	81.054	7	.000

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.135
Nagelkerke	.292
McFadden	.234

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	77.600[a]	.000	0	.
PROVINCE1	77.646	.046	1	.831
STATUS1	78.735	1.135	1	.287
SEX	154.665	77.065	1	.000
HOUSE1	79.316	1.716	2	.424
INCOME1	78.645	1.044	2	.593

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q24.15.1[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-5.211	1.444	13.020	1	.000			
	PROVINCE1	-.090	.422	.045	1	.831	.914	.400	2.090
	STATUS1	-.346	.323	1.145	1	.285	.708	.376	1.333
	[SEX=1]	3.762	.728	26.728	1	.000	43.043	10.339	179.199
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	.371	.563	.435	1	.510	1.449	.481	4.366
	[HOUSE1=2]	.602	.497	1.469	1	.225	1.826	.690	4.838
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	.080	1.177	.005	1	.946	1.083	.108	10.878
	[INCOME1=2]	-.249	1.169	.045	1	.831	.779	.079	7.709
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

สอนภาษา

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q24.16.1	0	530	94.6%
	1	30	5.4%
SEX	1	238	42.5%
	2	322	57.5%
HOUSE1	1	131	23.4%
	2	342	61.1%
	3	87	15.5%
EDU1	1	349	62.3%
	2	191	34.1%
	3	20	3.6%
Valid		560	100.0%
Missing		2872	
Total		3432	
Subpopulation		56[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 38 (67.9%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	102.973			
Final	82.866	20.107	7	.005

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.035
Nagelkerke	.103
McFadden	.086

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	82.866[a]	.000	0	.
PROVINCE1	83.053	.187	1	.665
STATUS1	82.983	.117	1	.732
SEX	83.874	1.008	1	.315
HOUSE1	84.187	1.321	2	.517
EDU1	98.249	15.383	2	.000

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q24.16.1[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-1.114	.842	1.751	1	.186			
	PROVINCE1	.202	.461	.192	1	.662	1.223	.496	3.017
	STATUS1	-.139	.406	.118	1	.732	.870	.393	1.927
	[SEX=1]	-.404	.410	.975	1	.324	.667	.299	1.489
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.653	.673	.942	1	.332	.520	.139	1.946
	[HOUSE1=2]	-.116	.527	.048	1	.826	.891	.317	2.499
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-2.229	.746	8.924	1	.003	.108	.025	.465
	[EDU1=2]	-.748	.697	1.150	1	.284	.473	.121	1.857
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

หนังสือเด็ก (อ่านให้เด็กฟัง)

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q24.17.1	0	536	95.2%
	1	27	4.8%
SEX	1	237	42.1%
	2	326	57.9%
EDU1	1	354	62.9%
	2	189	33.6%
	3	20	3.6%
INCOME1	1	216	38.4%
	2	338	60.0%
	3	9	1.6%
HOUSE1	1	132	23.4%
	2	344	61.1%
	3	87	15.5%
Valid		563	100.0%
Missing		2869	
Total		3432	
Subpopulation		95[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 78 (82.1%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	113.732			
Final	87.184	26.549	9	.002

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.046
Nagelkerke	.144
McFadden	.123

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	87.184[a]	.000	0	.
PROVINCE1	87.214	.030	1	.862
CHILD1	98.890	11.707	1	.001
SEX	99.659	12.475	1	.000
EDU1	89.839	2.656	2	.265
INCOME1	88.204	1.020	2	.600
HOUSE1	87.415	.231	2	.891

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q24.17.1[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-2.155	1.763	1.494	1	.222			
	PROVINCE1	-.098	.567	.030	1	.863	.907	.298	2.755
	CHILD1	1.772	.590	9.015	1	.003	5.883	1.850	18.704
	[SEX=1]	-1.838	.633	8.440	1	.004	.159	.046	.550
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-1.185	1.148	1.066	1	.302	.306	.032	2.900
	[EDU1=2]	-.436	1.136	.148	1	.701	.646	.070	5.990
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[INCOME1=1]	-.276	1.211	.052	1	.819	.758	.071	8.144
	[INCOME1=2]	-.689	1.166	.349	1	.554	.502	.051	4.933
	[INCOME1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[HOUSE1=1]	-.274	.706	.150	1	.698	.761	.190	3.036
	[HOUSE1=2]	-.312	.637	.239	1	.625	.732	.210	2.554
	[HOUSE1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

อื่นๆ อาทิ กฎหมาย สัตว์เลี้ยง กีฬา

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Q24.18.1	0	494	98.2%
	1	9	1.8%
SEX	1	212	42.1%
	2	291	57.9%
EDU1	1	303	60.2%
	2	181	36.0%
	3	19	3.8%
Valid		503	100.0%
Missing		2929	
Total		3432	
Subpopulation		22[a]	

a. The dependent variable has only one value observed in 14 (63.6%) subpopulations.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	35.622			
Final	26.375	9.247	5	.100

Pseudo R-Square

Cox and Snell	.018
Nagelkerke	.111
McFadden	.102

Likelihood Ratio Tests

Effect	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	26.375[a]	.000	0	.
PROVINCE1	26.414	.039	1	.843
STATUS1	27.211	.836	1	.361
SEX	30.235	3.861	1	.049
EDU1	29.835	3.460	2	.177

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Parameter Estimates

Q24.18.1[a]		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
1	Intercept	-3.780	1.244	9.230	1	.002			
	PROVINCE1	.168	.837	.040	1	.841	1.183	.229	6.100
	STATUS1	.721	.831	.753	1	.385	2.056	.404	10.477
	[SEX=1]	1.466	.818	3.213	1	.073	4.331	.872	21.515
	[SEX=2]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.
	[EDU1=1]	-1.783	.898	3.946	1	.047	.168	.029	.976
	[EDU1=2]	-1.985	1.058	3.523	1	.061	.137	.017	1.092
	[EDU1=3]	0[b]	.	.	0	.	.	.	.

a. The reference category is: 0.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจะซื้อหนังสือ

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	STATUS1, INCOME_2, SEX1, HOUSE_1, PROVINCE1, AGE_1, AGE_3, EDU_2, HOUSE_2, EDU_1, AGE_2, INCOME_1[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Q30

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.401[a]	.160	.135	178.919

a. Predictors: (Constant), STATUS1, INCOME_2, SEX1, HOUSE_1, PROVINCE1, AGE_1, AGE_3, EDU_2, HOUSE_2, EDU_1, AGE_2, INCOME_1

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2470878.606	12	205906.551	6.432	.000[b]
	Residual	12932920.924	404	32012.181		
	Total	15403799.530	416			

a. Dependent Variable: Q30

b. Predictors: (Constant), STATUS1, INCOME_2, SEX1, HOUSE_1, PROVINCE1, AGE_1, AGE_3, EDU_2, HOUSE_2, EDU_1, AGE_2, INCOME_1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	566.803	117.526		4.823	.000
	SEX1	12.703	18.321	.033	.693	.488
	AGE_1	-49.891	96.022	-.036	-.520	.604
	AGE_2	-24.982	70.604	-.062	-.354	.724
	AGE_3	-16.369	70.365	-.040	-.233	.816
	EDU_1	-80.487	62.214	-.196	-1.294	.197
	EDU_2	5.051	63.304	.012	.080	.936
	INCOME_1	-237.484	70.613	-.610	-3.363	.001
	INCOME_2	-171.331	69.298	-.442	-2.472	.014
	HOUSE_1	28.955	30.070	.064	.963	.336
	HOUSE_2	-25.208	26.518	-.064	-.951	.342
	PROVINCE1	11.742	25.766	.022	.456	.649
	STATUS1	-42.099	22.174	-.103	-1.899	.058

a. Dependent Variable: Q30