



ECON CHULA

## การศึกษาพฤติกรรมการอ่านและซื้อหนังสือของคนไทย

โดย

# SAB

Research Centre for Social and Business Development Co.,Ltd.

### ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ

ร่วมกับ

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ECON CHULA)

สนับสนุนโดย

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT)

กุมภาพันธ์ 2558

---

อุตสาหกรรมหนังสือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการศึกษาและการพัฒนาประเทศในระยะยาว ผ่านการอ่าน ซึ่งถือเป็นกระบวนการในการสะสมทุนมนุษย์ที่มีความสำคัญยิ่ง โดยเฉพาะในยุคของสังคมแห่งปัญญา ความอยู่รอดและการพัฒนาของอุตสาหกรรมหนังสือเป็นเรื่องสำคัญ ทั้งต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมและต่อประเทศ ดังนั้น เพื่อให้เกิดการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบและนำไปสู่การวางนโยบาย การพัฒนาอุตสาหกรรมนี้อย่างมีทิศทางที่เหมาะสม งานวิจัยชิ้นนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลผู้บริโภคทั่วประเทศ ในประเด็นพฤติกรรมการอ่านหนังสือ พฤติกรรมการเลือกซื้อหนังสือทั้งประเภทที่มีวางจำหน่ายอยู่แล้วในตลาดและประเภทที่มีความต้องการแต่มีการผลิตไม่เพียงพอ รวมถึงมีการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การซื้อหนังสือ และวิเคราะห์ถึงผลกระทบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต 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

ผลการศึกษสามารถจำแนกออกเป็นหัวข้อตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

### พฤติกรรมการอ่านหนังสือ

พฤติกรรม “การอ่าน” โดยทั่วไปของคนไทย ซึ่งรวมไปถึงตำราเรียน หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นอย่างเว็บไซต์ ฯลฯ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 88.0 ระบุว่าอ่าน อย่างไรก็ตาม 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 ทั้งแบบพิมพ์ด้วยกระดาษ และ 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 อย่างไรก็ตาม ระยะเวลาของคนไทยเฉพาะที่อ่านหนังสือใช้ในการอ่านหนังสือนั้นเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 46 นาทีต่อวัน โดยคนที่อ่านหนังสือมากที่สุดคือคนที่อายุน้อยกว่า 20 ปี ใช้ระยะเวลาการอ่านเฉลี่ยอยู่ที่ 49 นาทีต่อวัน (ต่อคนที่ทั้งที่อ่านและไม่อ่านหนังสือ หรือ 56 นาทีต่อวันเมื่อคิดเฉพาะคนที่อ่าน) และค่อยๆ ลดลงเรื่อยๆ ในคนที่ที่มีอายุสูงขึ้นเป็นลำดับ จนกระทั่งคนที่มีอายุมากกว่า 61 ปีจะกลับมาอ่านเพิ่มขึ้นอีกครั้งหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านของเด็กและเยาวชนในปัจจุบันนั้นไม่แตกต่างจากการสำรวจการอ่านหนังสือของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2556 ที่พบว่า กลุ่มเด็กและเยาวชนใช้เวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ย 46-50 นาทีต่อวัน แต่ที่น่าสนใจคือ เกือบทั้งหมดของการอ่านในกลุ่มนี้เป็นหนังสือประเภทการ์ตูน/นิยายภาพ และคู่มือเตรียมสอบ

ทั้งนี้ ช่วงเวลาการอ่านหนังสือในวันจันทร์-ศุกร์ พบว่าโดยมากอ่านเวลากลางวัน และก่อนนอน คิดเป็นร้อยละ 58.5 และ 39.6 ตามลำดับ ส่วนวันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุด พบว่าโดยมากอ่านก่อนนอน และช่วง

เย็น คิดเป็นร้อยละ 43.3 และ 36.5 ตามลำดับ สำหรับสถานที่อ่านหนังสือ ส่วนใหญ่อ่านที่บ้านคิดเป็นร้อยละ 83.7 ทั้งนี้พฤติกรรมการอ่านที่ส่วนมากเป็นการอ่านในระยะเวลาที่ไม่ยาวนานคือไม่เกิน 30 นาทีในช่วงวันธรรมดา ระหว่างวันและก่อนนอน 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 ลดจำนวนลงในคนที่อายุมากขึ้น จนกระทั่งคนที่อายุมากกว่า 61 ปีขึ้นไปจะกลับมาซื้อเพิ่มขึ้นเป็นเฉลี่ย 4 เล่มต่อปี หากหนังสือที่เกิดการซื้อได้รับการอ่านครบทุกเล่มก็ยิ่งถือได้ว่า 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 ระบุว่าหนังสือที่ต้องการซื้อในใจอยู่แล้ว 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 ซื้อออนไลน์ กับร้านหนังสือ/สำนักพิมพ์ หรือโทรฯ สั่ง ยังมีเป็นส่วนน้อยมากไม่ถึงร้อยละ 5 โดยคุณสมบัติของร้านหนังสือที่มักเข้าไปซื้อคือ การมีหนังสือหลากหลายประเภท คิดเป็นร้อยละ 77.0 รองลงมาที่สำคัญได้แก่ เลือกรวมหนังสือได้ง่าย 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 หรืองานบู๊คส์แฟร์อื่นๆ ซึ่งผู้ที่ไปงานสัปดาห์หนังสือเหล่านี้มีการซื้อหนังสือด้วยจำนวนเฉลี่ยมากกว่าการซื้อจากร้านขายหนังสือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อหนังสือจำนวน 3 เล่มขึ้นไปมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 32.6 โดยเฉพาะผู้ที่ซื้อจำนวนมากกว่า 4 เล่มนั้น เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 4 เป็นร้อยละ 10 และมูลค่าการซื้อเกิน 500 บาท มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็น 30.2 นั้นหมายความว่าคนที่มางานสัปดาห์หนังสือ/งานมหกรรมหนังสือมีการซื้อจำนวนเล่มเฉลี่ยต่อคนในงานมากกว่าการซื้อในร้านหนังสือตลอดช่วง 6 เดือน และมีการใช้จ่ายเงินที่สูงกว่า

หากพิจารณาสัดส่วนของผู้ที่เคยไปงานสัปดาห์หนังสือ/งานมหกรรมหนังสือ หรืองานบู๊คส์แฟร์อื่นๆ 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 และเมื่อเทียบเป็นสัดส่วนเวลาที่ใช้ในการอ่านจะได้สัดส่วนการอ่านหนังสือกระดาษร้อยละ 90.51 และอ่าน e-book ร้อยละ 9.49 โดยส่วนใหญ่ของคน ที่อ่านหนังสือไม่เคยซื้อหนังสือ e-book แสดงว่าเป็นการเข้าถึง free e-book เป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม ระบุว่าตลาด e-book ยังค่อนข้างเล็กเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดหนังสือกระดาษในประเทศไทย และเมื่อสอบถามถึง ผลกระทบของ e-book ที่มีต่อหนังสือกระดาษแล้ว กลุ่มตัวอย่างเพียงร้อยละ 16.5 เท่านั้นของผู้ที่อ่านหนังสือ ที่ระบุว่าการซื้อ e-book ทำให้ซื้อหนังสือที่ผลิตจากกระดาษลดลง

## อินเทอร์เน็ตกับการอ่านและการซื้อหนังสือของคนไทย

พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยที่อ่านหนังสือ พบว่าวันจันทร์-ศุกร์ มีตัวอย่างร้อยละ 67.5 ที่ใช้อินเทอร์เน็ต ส่วนวันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุด มีตัวอย่างร้อยละ 64.8 ใช้อินเทอร์เน็ต เมื่อสอบถามผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตถึงผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ตต่อการอ่านหนังสือที่เป็นกระดาษ พบว่าเกือบครึ่งคือร้อยละ 41.4 ระบุว่าอ่านหนังสือที่เป็นกระดาษน้อยลง โดยส่วนใหญ่หันไปอ่านเว็บข่าวและเว็บรวบรวมข่าว (เช่น sanook, kapook, mthai) แทน นั่นหมายความว่าเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 2 ใน 5 ยอมรับว่าการใช้อินเทอร์เน็ตมีผลให้อ่านหนังสือเล่มน้อยลง ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เหลืออาจไม่ได้หมายความว่าอินเทอร์เน็ตไม่มีผลต่อการตัดสินใจอ่านหนังสือเล่มของพวกเขา แต่อาจจะเกิดผลกระทบโดยไม่รู้ตัว ในส่วนนี้จึงกล่าวได้เพียงว่า ประชากรจำนวน “อย่างน้อย” เกือบครึ่งหนึ่งอ่านหนังสือเล่มน้อยลง เนื่องจากการใช้อินเทอร์เน็ต

หากเปรียบเทียบพฤติกรรมการอ่านหนังสือกับการใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งหมายถึงเฉพาะคนในเขตเมือง เนื่องจากเป็นการสำรวจที่ยึดเอาตลาดหนังสือที่ขายได้มากในเขตเมืองเป็นหลักนั้น จะพบว่า คนไทยกว่าร้อยละ 71 ใช้อินเทอร์เน็ตและใช้เกือบทุกวัน โดยมีระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 92 นาทีต่อวัน ซึ่งมากกว่าระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือมากกว่า 3 เท่าตัว โดยคนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมีระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดอยู่ที่ 224 นาทีต่อวัน หรือประมาณเกือบ 4 ชั่วโมง และหากเปรียบเทียบกับระยะเวลาที่พวกเขาใช้ในการอ่านหนังสือแล้วเท่ากับว่าคนที่อายุน้อยกว่า 20 ปีใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตมากกว่าการอ่านหนังสือถึง 4 เท่า รองลงมาคือคนที่มีอายุ 21-30 ปี มีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ 153 นาทีและสูงกว่าระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือเกือบ 3 เท่า ขณะที่คนที่มีอายุมากจะใช้อินเทอร์เน็ตน้อยลงเรื่อยๆ และคนที่มีอายุมากกว่า 61 ปีจะใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 10 นาทีต่อวัน ซึ่งน้อยกว่าระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือที่ประมาณ 40 นาทีต่อวัน ทั้งนี้ ข้อมูลการใช้อินเทอร์เน็ตนั้นไม่สามารถบอกได้ว่าเป็นไปเพื่อความบันเทิงหรือเพื่อการทำงาน บอกได้แต่เพียงว่าเวลาว่างของคนไทยถูกนำไปใช้กับอินเทอร์เน็ตมากกว่าการอ่านหนังสืออย่างมาก

## บางประเด็นที่น่าสนใจของโครงสร้างตลาดหนังสือในประเทศไทย

ในการพิจารณาตัวแปรต่างๆ จากการสำรวจพฤติกรรมการอ่านและซื้อหนังสือของคนไทยแล้ว พบว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชายมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ขณะที่อายุมีผลอย่างมาก โดยคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะในช่วง 21-30 ปี มีแนวโน้มจะอ่านหนังสือมากและบ่อยกว่าคนรุ่นอื่นๆ ขณะที่คนที่มีอายุมากจะมีแนวโน้มที่จะไม่อ่านหนังสือเลย ในส่วนของการศึกษานั้น มีผลค่อนข้างชัดเจนเช่นเดียวกับอายุ กล่าวคือ คนที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะเป็นคนที่อ่านหนังสือบ่อยกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย ยิ่งไปกว่านั้น คนที่มีการศึกษาน้อยมีแนวโน้มที่จะเป็นคนที่ไม่เคยอ่านหนังสือเลย ดังนั้น ปัจจัยอายุและการศึกษาจึงน่าจะเป็นประเด็นต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือที่ชัดเจน โดยปัจจัยรายได้ไม่ได้มีผลที่ชัดเจน จึงอาจกล่าวได้ว่าราคาหนังสืออาจไม่ใช่เหตุของการไม่อ่านหนังสือของคนไทย

สอดคล้องกับความสัมพันธ์ระหว่างราคาหนังสือที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายกับความถี่ในการอ่านหนังสือนั้น กลับพบว่า คนที่อ่านหนังสือบ่อยส่วนใหญ่มองว่าราคาหนังสือเป็นเท่าไรก็ได้ ขณะที่คนที่มีความถี่ในการอ่านน้อยลง กลับมองว่าราคาหนังสือที่ยอมรับได้ถูกลงไปด้วย กล่าวคือ ผู้บริโภคเหล่านี้มีสองตลาดแยกขาดกันชัดเจน ตลาดหนึ่งคือ ผู้ที่อ่านหนังสือเล่มอยู่บ่อยๆ นับได้ว่าเป็นแฟนของการอ่านหนังสือเล่ม คนเหล่านี้จะยินดีจ่ายกับหนังสือได้ด้วยราคาที่ค่อนข้างสูง คนเหล่านี้จะตัดสินใจเลือกหนังสือจากคุณภาพ ขณะที่อีกตลาดหนึ่งคือ กลุ่มของคนที่อ่านหนังสือน้อยหรือไม่บ่อย จะเต็มใจจ่ายในราคาหนังสือที่ต่ำ เท่ากับว่าพวกเขามีแนวโน้มที่จะตัดสินใจจากกลยุทธ์ทางด้านราคา

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

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

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