

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง สถานภาพและการเติบโตของหนังสือแปลในประเทศไทย และผลกระทบของหนังสือแปลที่มีต่อสังคม มีจุดประสงค์เพื่อต้องการศึกษาสถานภาพของหนังสือแปลในปัจจุบัน และพฤติกรรมของผู้อ่าน โดยในบทนี้จะนำเสนอผลการสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง

นำเสนอข้อมูลในตารางที่ 1-7 เกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ความรู้ทางภาษา ระดับความสามารถทางภาษาด้านการอ่านของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการคำนวณหาค่าจำนวนและร้อยละ

ตอนที่ 2 การเลือกซื้อหนังสือแปลของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเสนอข้อมูลเป็น 2 แบบ ดังนี้

- 2.1 การเลือกซื้อหนังสือแปลของกลุ่มตัวอย่าง เสนอข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อหนังสือในด้านความถี่ของการซื้อหนังสือแปลต่อเดือน ราคาต่อเล่ม จำนวนหน้า เนื้อเรื่องและประเภทของหนังสือแปล คุณภาพของหนังสือแปลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนประกอบของหนังสือแปลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ความเหมาะสมของราคา ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจต่อการซื้อหนังสือแปล เหตุผลในการตัดสินใจซื้อหนังสือแปล
- 2.2 พฤติกรรมในการอ่านหนังสือแปลของผู้อ่าน เสนอข้อมูลโดยหาค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความรู้ในเรื่องลิขสิทธิ์หนังสือแปลของกลุ่มตัวอย่าง, การตัดสินใจซื้อหนังสือแปลที่ไม่ได้ซื้อลิขสิทธิ์, การใช้ประโยชน์จากหนังสือแปลเมื่ออ่านจบแล้วและวัตถุประสงค์ในการอ่านหนังสือแปลของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	144	36
หญิง	256	64
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่า

โดยผู้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64 และเป็นเพศชาย จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36

ตารางที่ 2 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (400)	ร้อยละ (%)
น้อยกว่า 15 ปี	6	1.5
15-25 ปี	178	44.5
26-35 ปี	180	45.0
36-45 ปี	22	5.5
46-55 ปี	11	2.8
55 ปีขึ้นไป	3	0.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 2 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 15-35 ปี มีจำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 89.5 โดยผู้ที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือผู้ที่มีอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 3 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	4	1.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	6	1.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปกศ., ปวช.	36	9.0
อนุปริญญา, ปกศ.สูง, ปวส.	16	4.0
ปริญญาตรี (ในประเทศ)	269	67.3
ปริญญาตรี (ต่างประเทศ)	1	.3
ปริญญาโท (ในประเทศ)	51	12.8
ปริญญาโท (ต่างประเทศ)	12	3.0
อื่นๆ	5	1.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ในประเทศ) เป็นส่วนใหญ่ มีจำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 กลุ่มอื่นๆ มีจำนวนไม่มากนักเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปริญญาโท(ในประเทศ) จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปกศ.,ปวช., 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 อนุปริญญา, ปกศ.สูง, ปวส., จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ปริญญาโท(ต่างประเทศ) จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 อื่นๆ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ประถมศึกษา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และปริญญาตรี (ต่างประเทศ) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ .3

ตารางที่ 4 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน	29	7.3
นิสิต/นักศึกษา	104	26.0
รับราชการ	39	9.8
ลูกจ้างหรือพนักงานบริษัท/ห้างร้าน/โรงงาน	174	43.5
นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	18	4.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	2.8
บรรณารักษ์	2	.5
อื่นๆ	23	5.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ลูกจ้างหรือพนักงานบริษัท ห้างร้าน โรงงาน มีจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาเรียงตามลำดับคือ นิสิต นักศึกษา 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 รับราชการ 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 นักเรียน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 อื่นๆ ร้อยละ 5.8 นักธุรกิจ เจ้าของกิจการ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ บรรณารักษ์ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ .5

ตารางที่ 5 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ที่ได้รับต่อเดือน

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	91	22.8
5,001-10,000 บาท	94	23.5
10,001-15,000 บาท	89	22.3
15,001-20,000 บาท	53	13.3
20,001-30,000 บาท	44	11.0
30,001-40,000 บาท	10	2.5
40,001 บาทขึ้นไป	19	4.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 5

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ที่ได้รับต่อเดือน กลุ่มที่มีจำนวนสูงสุดเป็นผู้ที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาทต่อเดือน จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 รองลงมาคือต่ำกว่า 5,000 บาท 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด ได้แก่กลุ่มผู้ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 6 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้ทางภาษานอกเหนือจากภาษาไทย

ภาษา	จำนวน	ร้อยละ
อังกฤษ	334	83.5
ฝรั่งเศส	16	4.0
เยอรมัน	4	1.0
จีน	23	5.8
ญี่ปุ่น	15	3.8
อื่นๆ	8	2.1
รวม	400	100

จากตารางที่ 6 พบว่า

จำนวนกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีความรู้ทางภาษาอังกฤษคิดเป็นร้อยละ 83.5 จำนวน 334 คน รองลงมาตามลำดับคือภาษาจีน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ภาษาฝรั่งเศส 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ภาษาญี่ปุ่น 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ภาษาอื่นๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 น้อยที่สุดคือภาษาเยอรมัน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 7 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสามารถทางภาษาด้านการอ่าน

ภาษา	จำนวน	ร้อยละ
อังกฤษ	355	88.8
ฝรั่งเศส	2	.5
เยอรมัน	1	.3
จีน	3	.8
ญี่ปุ่น	1	.3
อื่นๆ	38	9.6
รวม	400	100

จากตารางที่ 7 พบว่า

จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีความสามารถในการอ่านภาษาอังกฤษมากที่สุด จำนวน 355 คน คิดเป็นร้อยละ 88.8 รองลงมาคือภาษาอื่นๆ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 ภาษาญี่ปุ่นและเยอรมันมีจำนวนน้อยที่สุดเพียง 1 คน คิดเป็นร้อยละ .3

ตอนที่ 2 การเลือกซื้อหนังสือแปลของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 8 ความถี่ในการซื้อหนังสือแปลของกลุ่มตัวอย่าง

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง	99	24.8
เดือนละ 1 ครั้ง	44	11.0
2 เดือน - 3 เดือนครั้ง	69	17.3
ปีละ 2 ครั้ง	44	11.0
ปีละครั้ง	144	36.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 8 พบว่า

ความถี่ในการซื้อหนังสือแปลของกลุ่มตัวอย่างที่มากที่สุดคือปีละครั้ง จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาตามลำดับคือ น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 ผู้อ่านที่ซื้อหนังสือแปล 2 เดือน - 3 เดือนครั้ง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อหนังสือแปลเดือนละ 1 ครั้ง และ ปีละ 2 ครั้ง มีจำนวนเท่ากันคือ 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0

ตารางที่ 9 ราคาของหนังสือแปลที่ผู้อ่านคิดว่าจะซื้อ

ราคาหนังสือแปล	จำนวน	ร้อยละ
100-200 บาท	236	59.0
201-300 บาท	116	29.0
301-400 บาท	20	5.0
401 บาทขึ้นไป	2	.5
อื่นๆ	26	6.6
รวม	400	100

จากตารางที่ 9 พบว่า

ราคาของหนังสือแปลที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าจะซื้อเป็นส่วนมากคือ 100-200 บาท จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมาคือ 201-300 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 อื่นๆ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.6 301-400 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ราคาที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าจะซื้อน้อยที่สุดคือ 401 บาทขึ้นไป มีเพียง 2 คน คิดเป็นร้อยละ .5

ตารางที่ 10 จำนวนหน้าของหนังสือแปลที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าจะซื้อ

จำนวนหน้า	จำนวน	ร้อยละ
100-150 หน้า	118	29.5
151-200 หน้า	120	30.0
201-250 หน้า	74	18.5
251-300 หน้า	48	12.5
301-350 หน้า	24	6.0
351 หน้าขึ้นไป	16	4.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 10 พบว่า

จำนวนหน้าของหนังสือแปลที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าจะซื้อเป็นส่วนมากคือ 151-200 หน้า จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองมาคือ 100-150 หน้า จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 201-250 หน้า จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 251-300 หน้า จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 301-250 หน้า จำนวน 24 คนคิดเป็นร้อยละ 6.0 และจำนวนหน้าของหนังสือแปลที่กลุ่มตัวอย่างซื้อน้อยที่สุดคือ 351 หน้าขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 11 เนื้อเรื่องของหนังสือแปลที่กลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

เนื้อเรื่อง	ระดับการตัดสินใจ					x	แปล ความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน		
เบ็ดเตล็ด,ความรู้ทั่วไป	60	117	159	42	22	3.38	ป
การศึกษา	40	95	164	65	36	3.60	ม
เรื่องสั้น	73	128	127	46	26	3.44	ป
นวนิยาย,ภาพยนตร์	71	103	103	68	55	3.17	ป
ชีวประวัติ	21	66	136	106	71	2.65	ป
ธุรกิจการจัดการ	23	62	120	97	98	2.54	น
สุขภาพ,อนามัย	22	81	135	82	80	2.70	ป
วิทยาศาสตร์,คณิตศาสตร์	17	58	110	112	102	2.43	น
ปรัชญา,ศาสนา	9	46	113	100	132	2.25	น
จิตวิทยา	21	67	127	94	91	2.58	ป
คอมพิวเตอร์,เทคโนโลยี	40	113	125	72	50	3.05	ป
ศิลปะและบันเทิง	42	114	130	70	44	3.10	ป
วรรณคดี,กวีนิพนธ์	28	64	104	106	98	2.54	น
เกษตรกรรม	14	26	78	103	179	1.98	น
ภาษาศาสตร์และภาษาต่างๆ	30	64	136	72	98	2.64	ป
ความรู้เกี่ยวกับอาชีพโดยตรง	68	81	121	70	60	3.07	ป

หมายเหตุ ดีความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำตอบแต่ละข้อ ดังนี้

4.60 - 5.0	=	มากที่สุด (มส)	3.60 - 4.59	=	มาก (ม)
2.60 - 3.59	=	ปานกลาง (ป)	1.60 - 2.59	=	น้อย (น)
1.0 - 1.59	=	น้อยที่สุด (นส)			

จากตารางที่ 11 พบว่า

เนื้อเรื่องของหนังสือแปลที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ คือ การศึกษา

เนื้อเรื่องของหนังสือแปลที่กลุ่มตัวอย่างชอบซื้อ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้คือ เรื่องสั้น เบ็ดเตล็ด-ความรู้ทั่วไป,นวนิยาย-ภาพยนตร์, ศิลปะและการบันเทิง,ความรู้เกี่ยวกับอาชีพโดยตรง,คอมพิวเตอร์ เทคโนโลยี,สุขภาพ อนามัย, ชีวประวัติ, วิทยาศาสตร์และภาษาต่างๆ, จิตวิทยา

เนื้อเรื่องของหนังสือแปลที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ คือ ธุรกิจการจัดการ,วรรณคดี-กวีนิพนธ์, วิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์, ปรัชญา ศาสนา และเกษตรกรรม

ตารางที่ 12 ประเภทของหนังสือแปลที่กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อ

ประเภทหนังสือแปล	ระดับการตัดสินใจ					\bar{x}	แปล ความ
	มากที่สุด จำนวน	มาก จำนวน	ปานกลาง จำนวน	น้อย จำนวน	น้อยที่สุด จำนวน		
หนังสืออ้างอิง	22	63	124	108	83	2.60	ป
ตำรา,คู่มือปฏิบัติการ	52	103	121	77	47	3.10	ป
ประวัติศาสตร์	26	50	135	105	84	2.60	ป
สังคมศาสตร์, การเมือง, การปกครอง	17	36	131	117	99	2.40	น
สารคดี	43	112	143	61	41	3.14	ป
หนังสือเด็ก	30	62	115	107	86	2.60	ป
หนังสือการ์ตูน	57	60	118	80	85	2.81	ป
กีฬา	20	55	120	111	94	2.50	น
ศิลปะ	29	61	123	107	80	2.63	ป
นวนิยายแปล	76	101	106	63	54	3.20	ป
บันเทิงคดี	58	103	118	69	52	3.12	ป

หมายเหตุ ดีความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำตอบแต่ละข้อ ดังนี้

4.60 - 5.0	=	มากที่สุด (มส)	3.60 - 4.59	=	มาก (ม)
2.60 - 3.59	=	ปานกลาง (ป)	1.60 - 2.59	=	น้อย (น)
1.0 - 1.59	=	น้อยที่สุด (นส)			

จากตารางที่ 12 พบว่า

ประเภทของหนังสือแปลที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้คือ นวนิยายแปล, สารคดี, บันเทิงคดี, ตำรา-คู่มือปฏิบัติการ, หนังสือการ์ตูน, ศิลปะ, หนังสืออ้างอิง, ประวัติศาสตร์, หนังสือเด็ก

ประเภทของหนังสือแปลที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ กีฬา และสังคมศาสตร์-การเมือง-การปกครอง,

ตารางที่ 13 คุณภาพของหนังสือแปลที่กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อ

สิ่งจูงใจ	ระดับแรงจูงใจ						แปล ความ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่ สุด	\bar{x}	
เนื้อเรื่องตรงตามที่สนใจ	255	120	22	1	2	4.60	มส
ภาษาแปลที่เข้าใจง่าย	145	182	62	6	4	4.15	ม
ชื่อเสียงผู้แปล /สำนักพิมพ์	35	97	181	61	26	3.16	ป
มีความน่าเชื่อถือในการ แปล	97	160	106	30	7	3.79	ม
เป็นเรื่องที่กำลังเด่นดัง	54	122	150	51	23	3.40	ป

หมายเหตุ ดีความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำตอบแต่ละข้อ ดังนี้

4.60 - 5.0	=	มากที่สุด (มส)	3.60 - 4.59	=	มาก (ม)
2.60 - 3.59	=	ปานกลาง (ป)	1.60 - 2.59	=	น้อย (น)
1.0 - 1.59	=	น้อยที่สุด (นส)			

จากตารางที่ 13 พบว่า

คุณภาพของหนังสือแปลที่ผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างในระดับมากที่สุดคือ เนื้อเรื่องตรงตามที่สนใจ ส่วนคุณภาพของหนังสือแปลที่ผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างในระดับมากที่สุดคือมีภาษาแปลที่เข้าใจง่าย และมีความเชื่อถือในการแปล ส่วนคุณภาพของหนังสือแปลที่ผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้อ่านในระดับปานกลางคือเป็นเรื่องที่กำลังเด่นดัง, ชื่อเสียงผู้แต่งหรือชื่อเสียงสำนักพิมพ์

ตารางที่ 14 การตัดสินใจซื้อหนังสือจากส่วนประกอบของเล่มของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนประกอบของเล่ม	ระดับการตัดสินใจ					x	แปล ความ
	มากที่สุด จำนวน	มาก จำนวน	ปานกลาง จำนวน	น้อย จำนวน	น้อยที่สุด จำนวน		
การออกแบบปกเด่นสะดุดตา	43	138	172	35	12	3.42	ป
ชื่อเสียงผู้แปล	40	124	175	45	16	3.32	ป
ชื่อเรื่อง/ชื่อหนังสือ	92	171	111	18	8	3.81	ม
ชื่อเสียงผู้แต่ง	47	115	173	50	15	3.33	ป
ชื่อเสียงสำนักพิมพ์	18	63	189	87	43	2.90	ป
ราคา	85	157	138	13	7	3.80	ม
จำนวนหน้า	27	98	191	63	21	3.13	ป
คุณภาพของกระดาษ	34	118	163	66	19	3.22	ป
ภาพประกอบ	44	107	168	56	25	3.23	ป
เนื้อหา	218	119	35	5	3	4.50	ม

หมายเหตุ คือความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำตอบแต่ละข้อ ดังนี้

4.60 - 5.0	=	มากที่สุด (มส)	3.60 - 4.59	=	มาก (ม)
2.60 - 3.59	=	ปานกลาง (ป)	1.60 - 2.59	=	น้อย (น)
1.0 - 1.59	=	น้อยที่สุด (นส)			

จากตารางที่ 14 พบว่า

ส่วนประกอบของเล่มที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก ซึ่งเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้คือ เนื้อหา, ชื่อเรื่อง/ชื่อหนังสือและราคา

ส่วนประกอบของเล่มที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้คือ การออกแบบปกเด่น สะดุดตา, ชื่อเสียงผู้แต่ง, ชื่อเสียงผู้แปล, ภาพประกอบ,คุณภาพของกระดาษ,จำนวนหน้าและชื่อเสียงสำนักพิมพ์

ตารางที่ 15 ความเหมาะสมในเรื่องราคาของหนังสือแปลที่วางจำหน่ายในปัจจุบัน

ความเหมาะสมของราคา	จำนวน	ร้อยละ
แพงเกินไป	223	55.8
เหมาะสมดีแล้ว	155	38.8
ถูกเกินไป	5	1.3
อื่นๆ	17	4.3

จากตารางที่ 15 พบว่า

ความเหมาะสมของราคาของหนังสือแปลในปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า แพงเกินไปเป็นจำนวนมากที่สุด จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาเห็นว่าเหมาะสมดีแล้ว จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าราคาของหนังสือแปลในปัจจุบันมีราคาถูกเกินไปนั้น มีจำนวนเพียง 5 คนคิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 16 สิ่งที่เป็นแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือแปลของกลุ่มตัวอย่าง

สิ่งจูงใจ	ระดับแรงจูงใจ					— x	แปล ความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน		
คำแนะนำของบุคคลอื่น เช่น เพื่อน อาจารย์ พนักงานขาย	53	151	141	37	18	3.58	ป
บทวิจารณ์หรือบทแนะนำหนังสือในนิตยสาร, หนังสือพิมพ์	46	167	128	46	13	3.50	ป
คำโฆษณาเกี่ยวกับหนังสือ	13	106	179	85	17	3.03	ป
นำเนื้อเรื่องไปสร้างเป็นภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์	42	90	161	81	26	3.13	ป
รายงานการจัดอันดับหนังสือขายดี	48	137	147	47	21	3.40	ป
หนังสือได้รับรางวัล, Best-sellers	69	146	125	42	18	3.60	ม
การลดราคาหนังสือ	64	144	127	50	15	3.50	ป
การส่งเสริมการขายของร้านหนังสือ	37	93	181	71	18	3.18	ป
การประชาสัมพันธ์หนังสือภายในร้าน	25	82	173	99	21	3.00	ป
การเปิดตัวแนะนำหนังสือใหม่	31	94	170	77	28	3.10	ป
นิทรรศการหนังสือ, งานแสดงหนังสือ	62	129	139	58	12	3.50	ป
การจัดอภิปราย, เสวนาเกี่ยวกับหนังสือ	28	76	151	105	40	2.90	ป
การจัดนัดพบนักเขียน, นักแปล, นักอ่าน	30	61	142	109	58	2.80	ป

หมายเหตุ ดีความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำตอบแต่ละข้อ ดังนี้

4.60 - 5.0 = มากที่สุด (มส) 3.60 - 4.59 = มาก (ม)

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

1.0 - 1.59 = น้อยที่สุด (นส)

จากตารางที่ 16 พบว่า

ระดับแรงจูงใจที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดคือ หนังสือได้รับรางวัล หรือ Best-sellers (หนังสือขายดี)

แรงจูงใจที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อหนังสือแปลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้คือ คำแนะนำของบุคคลอื่น เช่น เพื่อน อาจารย์ พนักงานขาย, บทวิจารณ์หรือบทแนะนำหนังสือในนิตยสาร หนังสือพิมพ์, การลดราคาหนังสือ, นิทรรศการหนังสือ งานแสดงหนังสือ, รายงานการจัดอันดับหนังสือขายดี, การส่งเสริมการขาย

ของร้านหนังสือ, นำเนื้อเรื่องไปสร้างเป็นภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์, การเปิดตัวแนะนำหนังสือใหม่, คำโฆษณาเกี่ยวกับหนังสือ, การประชาสัมพันธ์หนังสือภายในร้าน การจัดอภิปรายหรือเสวนาเกี่ยวกับหนังสือ

ตารางที่ 17 เหตุผลในการตัดสินใจซื้อหนังสือแปลของกลุ่มตัวอย่าง

เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เนื้อหาดี มีคุณภาพประโยชน์	268	67.0
ชอบนักเขียนชาวต่างประเทศ	83	20.8
เพราะไม่มีหนังสืออื่นให้เลือกตามต้องการ	62	15.5
เพื่อให้มีวิสัยทัศน์ที่กว้างขึ้น	156	39.0
เพื่อความเป็นคนทันสมัย	93	23.3
เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีในสังคม	75	18.8
เพื่อความเพลิดเพลิน	86	21.5

จากตารางที่ 17 พบว่า

เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อหนังสือแปลมากที่สุดคือ เนื้อหาดี มีคุณภาพประโยชน์ จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมาคือ เพื่อให้มีวิสัยทัศน์ที่กว้างขึ้น จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 เพื่อความเป็นคนทันสมัย 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 เพื่อความเพลิดเพลิน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ชอบนักเขียนชาวต่างประเทศ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีในสังคม 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และน้อยที่สุดคือ เพราะไม่มีหนังสืออื่นให้เลือกตามต้องการ 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมในการอ่าน

ตารางที่ 18 ความรู้เรื่องลิขสิทธิ์หนังสือแปลของกลุ่มตัวอย่าง

ความรู้เรื่องลิขสิทธิ์	จำนวน (N=400)	ร้อยละ (%)
ทราบ	265	66.2
ไม่ทราบ	135	33.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 18 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบว่าหนังสือแปลในปัจจุบันมีการซื้อลิขสิทธิ์อย่างถูกต้อง จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบว่าหนังสือแปลมีการซื้อลิขสิทธิ์มีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8

ตารางที่ 19 การตัดสินใจซื้อหนังสือแปลที่ไม่ซื้อลิขสิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง

การตัดสินใจซื้อ	จำนวน (N=400)	ร้อยละ (%)
ซื้อ	265	66.2
ไม่ซื้อ	135	33.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 19 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อหนังสือแปลที่ไม่มีการซื้อลิขสิทธิ์อย่างถูกต้อง จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ซื้อหนังสือแปลที่ไม่ซื้อลิขสิทธิ์อย่างถูกต้อง มีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8

ตารางที่ 20 การใช้ประโยชน์จากหนังสือแปลเมื่ออ่านจบแล้วของกลุ่มตัวอย่าง

การใช้ประโยชน์	จำนวน (N = 400)	ร้อยละ (%)
เป็นของสะสม	20	5
เอาไปขายต่อ	27	6.7
เก็บไว้เฉยๆ	84	21
ให้พี่-น้องยืมอ่าน	17	4.3
อ่านซ้ำใหม่วันหลัง	20	5
ให้เพื่อนยืมอ่าน	31	7.8
เอาไปบริจาค	194	48.5
อื่นๆ	7	1.8

จากตารางที่ 20

พบว่า หลังจากอ่านหนังสือแปลแล้วกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมนำหนังสือแปลไปบริจาคมากที่สุด จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาคือ เก็บไว้เฉยๆ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21 ให้เพื่อนยืมอ่าน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8

ตารางที่ 21 วัตถุประสงค์ในการอ่านหนังสือแปลของกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ในการอ่านหนังสือแปล	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อฆ่าเวลา	68	17.0
เพื่อความเพลิดเพลิน	112	28.0
เพื่อใช้ประกอบการสนทนา	61	15.3
เพื่อปรับปรุงการใช้ภาษาของตนเอง	57	14.3
เพื่อนำความรู้ไปใช้ในการศึกษา	65	16.3
เพื่อนำความรู้ไปใช้โดยตรงในการทำงาน	59	14.8
เพราะเป็นนิสัยรักการอ่าน	49	12.3
เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป	85	21.3
เพื่อเป็นแบบอย่างในการแปล	20	5.0
อื่นๆ	1	.3

จากตารางที่ 21 พบว่า

วัตถุประสงค์ในการอ่านหนังสือแปลของกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดคือ เพื่อความเพลิดเพลิน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาตามลำดับคือ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 อ่านเพื่อฆ่าเวลา จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 เพื่อนำความรู้ไปใช้ในการศึกษา จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 เพื่อใช้ประกอบการสนทนา จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 เพื่อนำความรู้ไปใช้โดยตรงในการทำงาน จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 เพื่อปรับปรุงการใช้ภาษาของตนเอง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 เพราะเป็นนิสัยรักการอ่าน จำนวน 49 คน คิดเป็น ร้อยละ 12.3 เพื่อเป็นแบบอย่างในการแปล จำนวน 20 คนคิดเป็นร้อยละ 5.0