

การสำรวจพฤติกรรมการอ่านไลท์โนเวลของคนไทยในปัจจุบัน :

กรณีศึกษาเพจคยูเฟื่องเรื่อง LIGHT NOVEL

กนกศักดิ์ ผ่องท่าไม้<sup>1</sup>

รุ่งริษา ขลิบเงิน<sup>2</sup>

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์“การสำรวจพฤติกรรมการอ่านไลท์โนเวลของคนไทยในปัจจุบัน : กรณีศึกษา เพจคยูเฟื่องเรื่อง LIGHT NOVEL” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.ศึกษาช่วงอายุของกลุ่มผู้อ่านไลท์โนเวล 2. ศึกษาพฤติกรรมการอ่าน ในด้านช่วงเวลา สถานที่อ่าน และประเภทเนื้อหาที่อ่าน และ 3. ปัจจัย การเลือกอ่านและซื้อไลท์โนเวล โดยมีวิธีการศึกษา ด้วยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ และมีกลุ่มประชากร ผู้ที่อ่านไลท์โนเวลจากเพจ คยูเฟื่องเรื่อง LIGHT NOVEL

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่อ่านไลท์โนเวลส่วนใหญ่นั้นเป็นเพศชาย และผู้ที่อ่านไลท์โนเวลจะ อยู่ในช่วงอายุ 19-23 ปี และเป็นนักเรียน/นักศึกษา ผู้อ่านไลท์โนเวลมีพฤติกรรมการอ่านคืออ่าน ไลท์โนเวลที่บ้านในช่วงเวลากลางคืน และใช้เวลาในการอ่านต่อเล่มน้อยกว่า 5 ชั่วโมง มีพฤติกรรม ในการเลือกอ่านไลท์โนเวลของผู้ตอบแบบสอบถามนั้นจะอ่านในรูปแบบรูปเล่ม และเมื่อพิจารณา โดยจำแนกตามอายุและกลุ่มอาชีพแล้วนั้น คนในวัย 19-23 ปี และในกลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จะอ่านในรูปแบบรูปเล่มมากที่สุด

คำสำคัญ : ไลท์โนเวล, พฤติกรรมการอ่านไลท์โนเวล, การอ่านไลท์โนเวล

<sup>1</sup> นักศึกษาสาขาวิชาเอกศึกษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2563

<sup>2</sup> อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ อาจารย์ประจำภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

**Survey of light novel reading behavior of Thai people today:  
Case study of the LIGHT NOVEL discussion page**

Kanoksak Pongthamai<sup>1</sup>

Rungtiwa Klibngern<sup>2</sup>

**Abstract**

This article, “Surveying on Reading Behavior of Thai Light Novels: A Case Study of LIGHT NOVEL Talking Page” aims to: 1. Study the age range of light novel readers. 2. Study reading behavior in terms of time, place to read, and type of content read; and 3. Factors for choosing to read and buy light novels. The method of this study is collecting data from online questionnaires. The populations are people who read light novels from the page TALK ABOUT LIGHT NOVEL.

The results of the study found that most of the light novel readers are male. Those who read the light novel are students between the ages of 19-23. Light novel readers have a habit of reading light novels at home during the night. They spent less than 5 hours reading the book. The respondents' behavior in choosing to read the light novel would be read in the form of a book.

**Keywords:** Light novel, Light novel reading behavior, Reading light novel

---

<sup>1</sup> Undergraduate student, Asian Studies Program, Faculty of Arts, Silpakorn University

<sup>2</sup> Professor, Asian Studies Program, Faculty of Arts, Silpakorn University

## บทนำ

ไลท์โนเวล คือ นวนิยายรูปแบบใหม่ที่รวมเอาวรรณกรรมเยาวชนเข้ากับหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น มีขนาดเล่มกระทัดรัด พกพาได้ง่าย ขนาดตัวเล่มโดยประมาณคือ A6 (10.5 cm × 14.8 cm) มีจำนวนคำประมาณห้าหมื่นคำ และมีภาพวาดประกอบและการวางพล็อตเรื่องเหมือนกับหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น ต้นกำเนิดของหนังสือประเภทไลท์โนเวลเกิดขึ้นที่ประเทศญี่ปุ่น โดยเกิดจากแนวคิดของสำนักพิมพ์ที่ต้องการให้นิยายสามารถอ่านได้ทุกที่ ทุกเวลา และมีกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่เด็กมัธยมไปจนถึงระดับมหาลัย จึงถูกจัดอยู่ในหนังสือหมวดวรรณกรรมเยาวชน (Young Adult Novel) รูปแบบและกลวิธีการเขียนมีลักษณะเป็นร้อยแก้วที่มีเนื้อหาเพื่อให้โคไนใจวัยรุ่น โดยเฉพาะ เน้นที่บทสนทนามากกว่าบรรยายในสัดส่วนที่มากกว่าอย่างเห็นได้ชัด ส่วนภาษาที่ใช้ในการบรรยายจะอ่านง่าย มีภาพประกอบสวยงาม มีเนื้อหาหลากหลายในลักษณะเดียวกับนวนิยายทั่วไป ยกตัวอย่างเช่น แนวแฟนตาซี (fantasy) แนวไซไฟ (Sci-fi) แนวโรแมนติก (Romantic/Romantic comedy) แนวลึกลับและสยองขวัญ (Thriller) เป็นต้น นอกจากนี้ ไลท์โนเวลายังมีเนื้อหาที่เข้าใจง่ายและสามารถจินตนาการตามได้ เพราะไลท์โนเวลจะมีการวางพล็อตเรื่องให้มีความคล้ายคลึงกับมังงะ (manga) และอนิเมะ (anime) ของญี่ปุ่น กลวิธีการแต่งจะเขียนบรรยายสั้น ๆ และใช้ภาษาง่าย ๆ ในการเขียน และมีภาพประกอบแทรกอยู่ในเล่ม ประเด็นสำคัญที่ทำให้วรรณกรรมประเภทไลท์โนเวลเป็นที่นิยมในประเทศญี่ปุ่น คือเนื้อหามักมีความเกี่ยวข้องกับสื่อรูปแบบอื่นในวัฒนธรรมป๊อปของญี่ปุ่น เช่นมีการนำไลท์โนเวลไปต่อยอดเป็นสินค้าอื่น ไม่ว่าจะเป็นหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น การ์ตูนอนิเมะ วิดีโอเกม และภาพยนตร์ (Live Action)

ในประเทศไทย หนังสือประเภทไลท์โนเวลเริ่มเข้ามาเผยแพร่ครั้งแรกเมื่อ พ.ศ.2542 โดยการนำเข้ามาของสำนักพิมพ์ลิขสิทธิ์ซึ่งในชื่อเครื่องหมายการค้า J-Book แต่ไม่ได้รับความนิยมมากนัก จนกระทั่งสำนักพิมพ์ได้เปิดตัวการพิมพ์หนังสือไลท์โนเวลลงใน พ.ศ. 2555 อย่างไรก็ตาม การพิมพ์การริเริ่มเผยแพร่หนังสือไลท์โนเวล ทำให้นักอ่านชาวไทยเริ่มรู้จักและมีความสนใจหนังสือประเภทนี้มากขึ้น หลายสำนักพิมพ์จึงเริ่มมีแนวคิดจะจัดพิมพ์หนังสือประเภทนี้ แต่เนื่องจากปัญหาข้อตกลงเรื่องลิขสิทธิ์ การจัดพิมพ์หนังสือไลท์โนเวลจึงยังไม่แพร่หลายมากนัก จนกระทั่งในช่วงปี พ.ศ.2559 ถึง ปี พ.ศ.2560 สำนักพิมพ์เหล่านั้นได้แก้ปัญหาคopyright และด้านลิขสิทธิ์ รวมถึงสามารถผลิตไลท์โนเวลในรูปแบบของ E-book ได้ ทำให้ต้นทุนในการจัดพิมพ์เผยแพร่ลดลง เมื่อมีการจัดพิมพ์แบบรูปเล่มและแบบ E-book ขนานกันไป ตอบโจทย์นักอ่านรุ่นใหม่ ที่อ่านผ่านแท็บเล็ต สมาร์ทโฟน และตอบโจทย์นักสะสมที่ประสงค์จะเก็บภาพลายเส้นสวย ๆ ในแบบรูปเล่มได้ ทำให้กลุ่มนักอ่านหนังสือไลท์โนเวลขยายตัวขึ้นอย่างมาก จากผลสำรวจของ MEB (Mobile E-Book) ซึ่งเป็นร้านค้าออนไลน์ที่ขายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่ใหญ่ที่สุดของไทย ได้ชี้ให้เห็น

ว่า อัตราการเติบโตของตลาดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในช่วง ปี พ.ศ.2559 ถึง ปี พ.ศ.2560 อัตราการเติบโตของหนังสือประเภทการ์ตูนและไลท์โนเวลเติบโตถึง 84% ในขณะที่นวนิยายหรือวรรณกรรมเติบโตขึ้นเพียง 36 % (Dokfon, 2018)

ความนิยมหนังสือประเภทไลท์โนเวลขยายตัวขึ้นอย่างมาก ทำให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้ที่ชอบอ่านหนังสือประเภทนี้ในสื่ออินเทอร์เน็ต โดยระยะแรกเป็นการรวมตัวพูดคุยเกี่ยวกับไลท์โนเวลในเว็บบอร์ด เช่น Ttrkx เป็นต้น จนกระทั่งปี 2554 ก็ได้เริ่มมีเพจเกี่ยวกับไลท์โนเวลเกิดขึ้นมา โดยกลุ่มนักอ่านจะรวมตัวกันผ่านการใช้เฟซบุ๊ก มีการพูดคุยเกี่ยวกับไลท์โนเวล ทั้งในแง่ลายเส้นของภาพประกอบ การเล่าเรื่อง โครงเรื่องและกลวิธีการแต่ง รวมถึงแนะนำหนังสือไลท์โนเวลที่น่าสนใจ โดยทางเพจ Light novel club thai เป็นเพจแรกที่มีการก่อตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการ

ปัจจุบันเฟซบุ๊กแฟนเพจเกี่ยวกับหนังสือไลท์โนเวลที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก มี 2 เพจหลักคือ เพจ Light novel club thai ผู้ติดตาม 18,954 บัญชี และคุยเฟื่องเรื่อง LIGHT NOVEL ผู้ติดตาม 44,585 บัญชี พฤติกรรมของสมาชิกเพจส่วนใหญ่จะพูดคุยเกี่ยวกับเนื้อเรื่องของไลท์โนเวลหรือสปอยเนื้อหาไลท์โนเวลในโพสต์ที่แอดมินเพจได้ลงไว้ อาทิ ความรู้สึกหลังอ่าน ความคิดเห็นต่อตัวละครในเรื่อง และการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมของไลท์โนเวลเรื่องนั้น ๆ นอกจากนี้แอดมินเพจยังมีการโพสต์เพื่อแนะนำไลท์โนเวลหลาย ๆ เรื่องไม่ว่าจะเป็นเรื่องที่มีลิขสิทธิ์ในประเทศไทยหรือไม่มีลิขสิทธิ์ให้กับสมาชิกพร้อมกับอธิบายเนื้อเรื่องคร่าว ๆ ทำให้ตลาดหนังสือไลท์โนเวลขยายตัวมากขึ้น การสำรวจพฤติกรรมกรรมการอ่านไลท์โนเวลในเว็บไซต์ และการตั้งกลุ่มนักอ่านในสื่อโซเชียลมีเดีย นั้นสะท้อนพฤติกรรมกรรมการอ่านที่เปลี่ยนแปลงของนักอ่านไทยในยุคปัจจุบันได้

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษา กลุ่มผู้อ่านไลท์โนเวล อยู่ในช่วงอายุใด มีอาชีพใด
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการอ่าน ในด้านช่วงเวลา สถานที่อ่าน และประเภทเนื้อหาที่อ่าน

### ขอบเขตการศึกษา

1. พื้นที่ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้คือ เพจ คุยเฟื่องเรื่อง LIGHT NOVEL
2. ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2563 ถึง เดือนพฤศจิกายน 2563
3. ศึกษาว่า ผู้อ่านไลท์โนเวลเลือกอ่านไลท์โนเวลประเภทใด-อยู่ในช่วงใดและพฤติกรรมการอ่าน มักอ่านในช่วงเวลาใด มีวัตถุประสงค์ใด และสนใจอ่านเนื้อหาประเภทใดมากที่สุด
4. ประชากร ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือสมาชิกที่กดถูกใจและติดตามแฟนเพจ คุยเฟื่องเรื่อง LIGHT NOVEL ซึ่งเป็นแฟนเพจที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับไลท์โนเวล

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นสมาชิกเพจ คุยเฟื่องเรื่อง LIGHT NOVEL จำนวน 26,323 (ข้อมูล ณ วันที่ 1 มกราคม 2564) โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จากสมาชิกเพจคุยเฟื่องเรื่อง LIGHT NOVEL จำนวน 822 คน

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามออนไลน์ โดยแบ่งเนื้อหาคำถามออกได้ 5 ตอน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลพฤติกรรมการอ่านไลท์โนเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม
3. ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อไลท์โนเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม
4. ข้อมูลความถี่และค่าใช้จ่ายในการเลือกไลท์โนเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม
5. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

## ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 822 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 736 คน (ร้อยละ 89.5) รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 76 คน (ร้อยละ 9.2) เกย์และ Non-binary จำนวน 4 คน (ร้อยละ 0.39) เมื่อจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุ 19-23 ปี จำนวน 311 คน (ร้อยละ 37.8) รองลงมาคือ อายุ 16-18 ปี จำนวน 251 คน (ร้อยละ 30.5) และอายุ 24-30 จำนวน 105 คน (ร้อยละ 12.8) และในการสำรวจครั้งนี้ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 13 ปี ส่วนใหญ่มีสถานะเป็นนักเรียน/นักศึกษา โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 607 คน (ร้อยละ 73.8) รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 76 คน (ร้อยละ 9.2) และอาชีพอิสระจำนวน 57 คน (ร้อยละ 6.9)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนี้สะท้อนว่า ผู้อ่านไลท์โนเวลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วงวัยรุ่น-วัยทำงาน (ช่วงอายุ 16-30 ปี) และเมื่อนำข้อมูลมาพิจารณาโดยละเอียดจะพบว่า กลุ่มอายุ 23 ปีขึ้นไปแต่ยังอ่านไลท์โนเวลอยู่นั้น ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีสถานะศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา มากกว่ากลุ่มอาชีพพนักงาน

ในด้านช่วงเวลาที่ย่าน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มักอ่านไลท์โนเวลในช่วงกลางคืน โดยมีจำนวนมากถึง 559 คน (ร้อยละ 68) รองลงมาคือ ช่วงเย็น จำนวน 157 คน (ร้อยละ 19.1) รองลงมาคือ ช่วงเที่ยง จำนวน 66 คน (ร้อยละ 8) และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้ระยะเวลาใน

การอ่านต่อเล่มน้อยกว่า 5 ชั่วโมง โดยมีจำนวน 414 คน (ร้อยละ 50.4) รองลงมาคือ 6-8 ชั่วโมง จำนวน 275 คน (ร้อยละ 33.5) และ 9-10 ชั่วโมง จำนวน 71 คน (ร้อยละ 8.6)

รูปแบบไลท์โนเวลที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมอ่านมากที่สุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกอ่านแบบรูปเล่มมากที่สุด (ร้อยละ 95.7) รองลงมาคือ อ่านจากเว็บบอร์ดออนไลน์ (ร้อยละ 33.6) และ E-Book (ร้อยละ 47) ซึ่งเมื่อจำแนกตามช่วงอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในช่วงอายุ 19-23 ปี จะชอบอ่านทั้งในแบบรูปเล่ม บนเว็บบอร์ดออนไลน์ และแบบ E-book รองลงมา กลุ่มอายุ 16-18 ปี จะชอบอ่านจากรูปเล่มและอ่านจากเว็บบอร์ดมากกว่าการอ่านจาก E-Book ในขณะที่กลุ่มอายุ 24-30 ปี อ่านจาก E-Book และรูปเล่มมากกว่า

เนื้อหาของไลท์โนเวลที่นิยมอ่าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมอ่านเนื้อหาแนวต่างโลกมากที่สุด โดยมีจำนวน 656 คน (ร้อยละ 79.8) รองลงมาคือแนวคอมเมดี้ (ร้อยละ 78.2) และแนวเกิดใหม่ (ร้อยละ 69.2) ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกอ่านน้อยที่สุดคือแนวสยองขวัญ (ร้อยละ 11.2)

ปัจจัยในการเลือกซื้อไลท์โนเวล เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าปัจจัยในการซื้อไลท์โนเวลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มากที่สุดคือ ซื้อเพราะต้องการติดตามเนื้อเรื่องต่อจากภาพยนตร์การ์ตูน (อนิเมะ) หรือ หนังสือการ์ตูน (มังงะ) ที่ชอบ ( $\bar{x}=4.22$ ) ปัจจัยที่เลือกซื้อรองลงมาที่อยู่ในระดับมากมี 3 รายการ ได้แก่ เลือกซื้อจากภาพหน้าปก และภาพประกอบ ( $\bar{x}=3.84$ ) เพราะมีโปรโมชันน่าสนใจ ( $\bar{x}=3.46$ ) และเลือกซื้อจากคำโปรยของหนังสือ ( $\bar{x}=3.44$ ) ในขณะที่ปัจจัยที่ส่งผลน้อยที่สุดในการเลือกซื้อไลท์โนเวลคือเลือกซื้อหนังสือที่ติดอันดับขายดี ( $\bar{x}=2.95$ )

นอกเหนือจากปัจจัยในการเลือกซื้อแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามยังได้ระบุปัจจัยที่ทำให้เลิกติดตาม (เลิกซื้อ) ซึ่งผลการสำรวจพบว่า ปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลิกติดตามไลท์โนเวล อยู่ในระดับมากมี 2 รายการ คือ อ่านแล้วไม่ชอบ ( $\bar{x}=3.77$ ) บริษัทเลิกตีพิมพ์หรือไม่ตีพิมพ์เล่มต่อไป ( $\bar{x}=3.73$ ) และคุณภาพของไลท์โนเวลไม่เหมาะสมกับราคา ( $\bar{x}=3.85$ ) ในขณะที่ปัจจัยในการเลิกติดตามที่มีผลในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน คือ เมื่อเจอคำผิดในตัวเล่มจำนวนมาก ( $\bar{x}=2.37$ ) และระยะเวลาในการตีพิมพ์ต่อเล่มนานเกินไป ( $\bar{x}=2.35$ ) ตามลำดับ

ประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อไลท์โนเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ แหล่งจำหน่ายที่เลือกซื้อ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการเลือกซื้อที่ร้านหนังสือมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง (ร้อยละ 82.1) รองลงมาคือการสั่งซื้อออนไลน์ (ร้อยละ 80.4) และงานหนังสือ (ร้อยละ 66.9) และเมื่อจำแนกตามจำนวนในการซื้อต่อครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ซื้อครั้งละ 1-3 เล่ม จำนวน 425 คน (ร้อยละ 51.7) รองลงมา 4-6 เล่ม จำนวน 208 คน (ร้อยละ 25.3) รองลงมา 7-9 เล่ม จำนวน 107 คน (ร้อยละ 13) ตามลำดับ

### อภิปรายผลการศึกษา

ผลการวิจัยเรื่อง การสำรวจพฤติกรรมการอ่านไลท์โนเวลของคนไทยในปัจจุบัน : กรณีศึกษาเพ็ญเพียงเรื่อง LIGHT NOVEL มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ที่อ่านไลท์โนเวล มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

จากการวิจัยในครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในกลุ่มอายุ 19-23 ปี และเป็นนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของไลท์โนเวลที่ว่า ไลท์โนเวลเป็นบทประพันธ์หรือนิยายที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้อ่านระดับเด็กมัธยม ถึงระดับมหาวิทยาลัย

จากการสำรวจในส่วนของพฤติกรรมการอ่านไลท์โนเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ช่วงเวลาที่ใช้อ่านคือช่วงกลางคืน โดยอ่านที่บ้าน และใช้เวลาในการอ่านต่อเล่มน้อยกว่า 5 ชั่วโมง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภา มิ่งนัน เรื่องพฤติกรรมการอ่านหนังสือของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ พบว่า คือผู้ที่อ่านหนังสืออ่านที่บ้านหรือหอพัก และใช้เวลาเฉลี่ยในการอ่านต่อเล่มคือน้อยกว่า 5 ชั่วโมง (Mingnan, 2013)

จากการสำรวจในส่วนพฤติกรรมการเลือกอ่านไลท์โนเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จะเลือกอ่านในรูปแบบรูปเล่ม โดยเนื้อหาที่เลือกอ่านมากที่สุด มีเนื้อหาเกี่ยวกับต่างโลก และเนื้อหาแนวสนุกสนาน และเลือกซื้อไลท์โนเวลจากร้านหนังสือใกล้เคียงกับการซื้อผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับวิทยานิพนธ์ของ ถัดดา ยอดทองเลิศ (Yodthonglert, 2008) เรื่องพฤติกรรมการอ่านหนังสือการ์ตูนของนักเรียนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย : กรณีศึกษาโรงเรียนเชียงรายวิทยาคม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่าในการซื้อการ์ตูนจะไม่เจาะจงร้าน พบที่ไหนก็ซื้อ จำนวนหนังสือการ์ตูนที่ซื้อในแต่ละเดือน จำนวน 1-5 เล่ม โดยซื้อประมาณ 1-3 เล่มต่อครั้ง และมีงบประมาณการซื้อ 501-1000 บาท/ครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉานนัท ปิ่นเสมอ เรื่องพฤติกรรมการซื้อหนังสือผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พบว่า ผู้ที่ซื้อหนังสือผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซื้อครั้งละ 2-4 เล่ม และใช้จ่ายประมาณ 501-1000 บาท ต่อครั้ง อย่างไรก็ตามในรายละเอียดที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อมูลไว้ พบว่า จำนวนเล่มที่ซื้อแต่ละครั้ง ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น กรณีสำนักพิมพ์จัดโปรโมชันลดราคา การซื้อในงานหนังสือต่าง ๆ อาทิ สัปดาห์หนังสือแห่งชาติ และงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ เป็นต้น ซื้อเพื่อสะสมให้ครบชุด และซื้อจำนวนมากกว่าปกติ โดยอาจจะซื้อมากถึง 20 เล่ม/ครั้ง

### ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดพิมพ์และจัดจำหน่ายไลท์โนเวล

ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านไลท์โนเวลของคนไทยในปัจจุบัน : กรณีศึกษาเพ็ญเพียงเรื่อง LIGHT NOVEL นั้น ทำให้ทราบความคิดเห็นและความต้องการของผู้ตอบ

แบบสอบถาม เกี่ยวกับลักษณะและเนื้อหาของไลท์โนเวล ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทที่ตีพิมพ์ และจัดจำหน่ายไลท์โนเวล โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้อ่านส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเพศชายวัยรุ่น ช่วงอายุ 19-23 ปี และเลือกซื้อจากความชื่นชอบ เนื้อหาสำนักพิมพ์ควรพิจารณาคัดเลือกเรื่องที่ตรงกับความสนใจของผู้อ่านกลุ่มนี้

2. ผู้อ่านส่วนใหญ่นิยมอ่านไลท์โนเวลเรื่องที่เกี่ยวข้องกับนิยาย อนิเมะหรือมังงะที่ตนชื่นชอบ ดังนั้นการสำรวจความนิยมของนิยาย อนิเมะหรือมังงะจะช่วยให้สำนักพิมพ์คัดเลือกต้นฉบับเพื่อแปลและจัดพิมพ์เผยแพร่ได้สอดคล้องกับความนิยมได้ และมีข้อเสนอแนะว่า ควรพิจารณาคัดเลือกต้นฉบับหลากหลายแนวมากขึ้น

3. ปัจจัยการเลือกซื้อนอกจากเรื่องที่ชื่นชอบแล้ว ปัจจัยเรื่องความสวยงามของหน้าปก และภาพประกอบ และรูปเล่ม มีผลต่อการเลือกซื้อด้วย ดังนั้นสำนักพิมพ์ควรใส่ใจในเรื่องคุณภาพของภาพ ปก ภาพประกอบและรูปเล่มด้วยเช่นกัน และมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดพิมพ์ชุดพิเศษ/การจัด box set ว่า ควรมีจัดการให้สวยงามเหมาะสม รวมถึงควรพิจารณาจัดพิมพ์ในรูปแบบ E-Book

4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย กรณีที่ยอดจำหน่ายน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอความเห็นที่ไม่ควรยกเลิกการจัดพิมพ์กลางคัน แต่ควรจัดพิมพ์ให้ครบชุดเสียก่อน และอาจแยกขายเป็นตอนย่อย ๆ เพื่อให้ผู้อ่านแบ่งซื้อได้ที่ละตอนย่อย ๆ ไม่จำเป็นต้องซื้อทั้งหมด



### เอกสารอ้างอิง

- 12DWCEMBER. (2013). *Know Light Novel!*. Retrieved 20 December 2020 From [https://entertainment.marumura.com/japan-light-novel/?fbclid=IwAR3uhKehF6PzOy5s8r023kGr9SXXY7wt6Bf\\_69\\_VITQ4d9f8A5916vYb8so](https://entertainment.marumura.com/japan-light-novel/?fbclid=IwAR3uhKehF6PzOy5s8r023kGr9SXXY7wt6Bf_69_VITQ4d9f8A5916vYb8so).
- Dokfon. (2018). *E-Book Trends and Growth in MEB's opinion*. Retrieved 18 December 2020 From [https://www.matichon.co.th/book/news\\_1208779](https://www.matichon.co.th/book/news_1208779).
- Eam sa-ad, J, Raksamane, S. & Sengnet, R. (2018). A Study of Thai Language Usage in Light Novel. *Journal of Research and Development* ,13(2) 23-32.
- Faculty of Economics and Research Centre for Social and business Development (SAB). (2015). *Research Report Reading and book buying behavior of Thai people*. Bangkok: Faculty of Economics Chulalongkorn University.
- Light novel*. (2020). Retrieved 16 January 2020 From [https://en.wikipedia.org/wiki/Light\\_novel](https://en.wikipedia.org/wiki/Light_novel).
- Megan, P. (2016). *What's The Difference Between Manga & Light Novels?*. Retrieved 22 March 2021 From <https://comicbook.com/anime/news/whats-the-difference-between-manga-light-novels-/#3>.
- Mingnan, N. (2013). *Reading behaviors of undergraduate students, Uttaradit Rajabhat University*. Uttaradit: Uttaradit Rajabhat University.
- Open the world of Light Novel. Discuss questions that frustrate the minds of children these days. What are they reading?*. (2019). Retrieved 18 December 2020 From <http://www.voicetv.co.th/read/rJ74kHy37>.
- Pinsem, C. (2008). *Buying behavior of books through electronic commerce group of Thai internet users*. Bangkok: Faculty of Industrial Technology and Management, King Mongkut's University of Technology North Bangkok.
- Theprasit, P. (2007). *The Behavior of Reading Japanese Comic on Attitude Towards Gender Roles: a Case Study on Rajamangala University of Technology Thnayaburi Students Academic Year 2007*. Pathumthani: Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
- Yodthonglert, L. (2008). *Comic book reading behavior of students in Muang District, Province Chiang Rai : A Case Study of Chiang Rai Wittayakom School, Muang District, Chiang Rai Province*. (Thesis). Chiang Rai: Chiang Rai Rajabhat University.