




ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้าชมงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 25

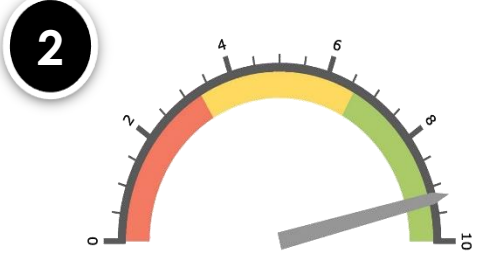
ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 30 ก.ย. 2563 - 11 ต.ค. 2563


จำนวนตัวอย่างทั้งหมดที่เก็บผลสำรวจคือ 454 ตัวอย่าง

# รายละเอียดงานวิจัย

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทยได้มีการจัดงานหนังสือต่างๆหลายครั้งในแต่ละปี จึงมีความต้องการที่จะจัดทำการศึกษาเพื่อวัดถึงความพึงพอใจของงานรวมถึงเก็บข้อมูลคนมาร่วมงานเป็นฐานข้อมูลเพื่อใช้ในการทำกิจกรรมอื่นๆต่อไป โดยวิจัยในครั้งนี้ มีจุดประสงค์ดังต่อไปนี้

**1**  เก็บข้อมูลพื้นฐานของผู้อ่านหนังสือและผู้ที่มา  
ร่วมงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 25

**2**  วัดความพึงพอใจในด้านต่างๆของผู้ที่มาทำงาน  
ต่องานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 25

**3**  สอบถามถึงข้อเสนอแนะต่องานและผู้จัด  
งาน (หากมี)

จำนวนตัวอย่าง: 454 ตัวอย่าง

ลักษณะการเก็บข้อมูล: Self Completion Questionnaire - ผู้เข้าร่วมงานเป็นผู้สแกนQR Code และตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

ระยะเวลาที่เก็บข้อมูล: ระหว่างวันที่ 30 ก.ย. 2563 – 11 ต.ค. 2563

สถานที่ที่เก็บข้อมูล: ชาเลนเจอร์ 2 อิมแพค เมืองทองธานี

# ข้อแตกต่างของงานวิจัยในครั้งนี้งกับงานก่อนหน้า

## ลักษณะการเก็บข้อมูล

- การเก็บข้อมูลของงานวิจัยครั้งก่อนหน้าเป็นการเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ตัวต่อตัว โดยใช้พนักงานสัมภาษณ์อาชีพ เป็นผู้เก็บข้อมูล
- การเก็บข้อมูลของงานวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลแบบ Self-Completion โดยการให้ผู้เข้าร่วมงานสแกน QR Code เพื่อตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

## การ weight ข้อมูล

- งานวิจัยครั้งนี้มีลักษณะการ weight ข้อมูลที่ต่างกัน
- งานวิจัยครั้งก่อนหน้ามีการ weight ข้อมูลกับข้อมูลของคนที่มาลงทะเบียนงานมาเป็นฐาน
- แต่งานวิจัยครั้งนี้ไม่มีการ weight ข้อมูล ไม่มีการกำหนดโควตาใด ๆ เป็นการเก็บข้อมูลโดยที่ให้ผู้มาร่วมงานสแกน QR Code เพื่อตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

# พฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือทั่วไป

# ลักษณะของผู้ร่วมตอบแบบสอบถาม

## เพศ

28%



72%



## สถานภาพการสมรส



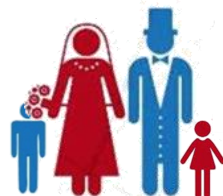
โสด

80%



แต่งงานไม่มีบุตร

4%

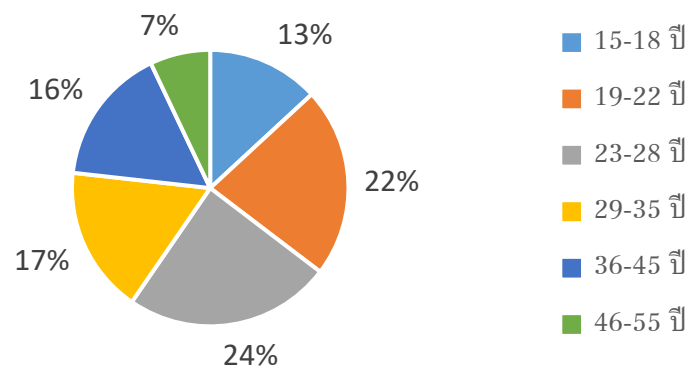


แต่งงานมีบุตร

13%

- ส่วนใหญ่ของผู้เข้าร่วมตอบแบบสอบถามจะเป็น
  - ผู้หญิง – 60%
  - โสด – 83%
  - กลุ่มคนรุ่นใหม่ อายุ 15 – 22 ปี – 62%

## อายุ

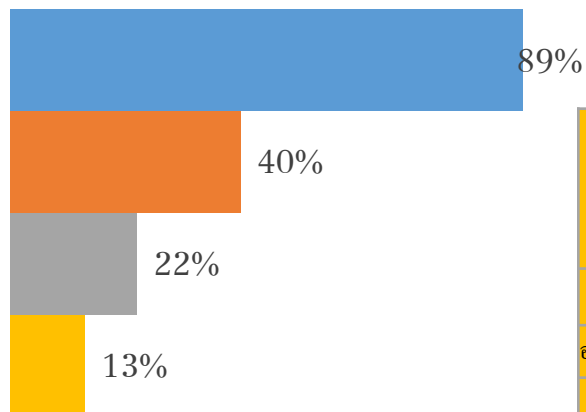


ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 454

REF: 1.1/1.2/1.3/1.6

# ประเภทของหนังสือที่อ่าน - กว่า 85% ผู้ที่มานงานหนังสือฯ ยังเป็นผู้ที่อ่านหนังสือเล่มเป็นหลัก

Total



- อ่านหนังสือแบบเล่ม
- อ่านหนังสือแบบ e-book (ไม่เสียค่าใช้จ่าย)
- อ่านหนังสือแบบ e-book (เสียค่าใช้จ่าย)
- ฟังเป็นหนังสือเสียง หรือ ฟังผ่าน podcast

- ทั้งนี้กว่า **48%** ก็มีการอ่านหนังสือแบบ **e-book** ด้วยเช่นกัน โดยส่วนใหญ่จะอ่านแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย — กลุ่มคนที่อายุน้อยกว่าและกลุ่มคนโสด / แต่งงานไม่มีบุตร เป็นกลุ่มที่อ่านหนังสือแบบ **e-book** มากกว่ากลุ่มอื่นๆ

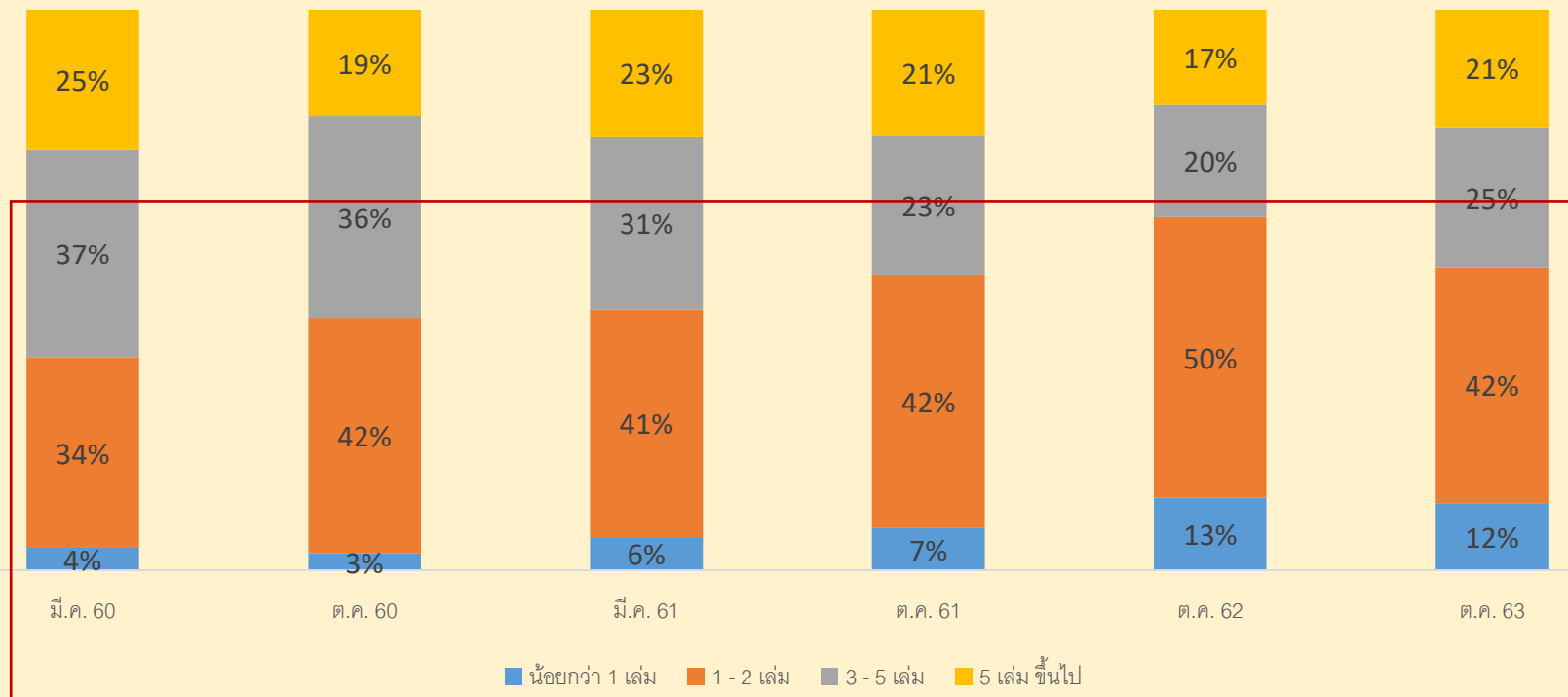
	รวม	เพศ		อายุ						สถานภาพการสมรส			
		ชาย	หญิง	15 – 18 ปี	19 – 22 ปี	23 – 28 ปี	29 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	โสด	แต่งงานไม่มีบุตร	แต่งงานมีบุตร	อื่นๆ
Base	454	126	328	61	100	111	76	72	34	365	16	59	14
อ่านหนังสือแบบเล่ม	<b>89%</b>	85%	91%	87%	91%	88%	93%	89%	85%	91%	88%	81%	79%
อ่านหนังสือแบบ e-book (ไม่เสียค่าใช้จ่าย)	<b>40%</b>	37%	41%	48%	40%	34%	37%	46%	35%	42%	19%	36%	21%
อ่านหนังสือแบบ e-book (เสียค่าใช้จ่าย)	<b>22%</b>	20%	22%	23%	25%	23%	21%	21%	9%	24%	12%	12%	-
ฟังเป็นหนังสือเสียง หรือ ฟังผ่าน podcast	<b>13%</b>	16%	11%	8%	11%	14%	9%	19%	12%	12%	12%	14%	14%

ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 454

REF: 2.1

# จำนวนหนังสือที่อ่านต่อเดือนโดยเฉลี่ย – จำนวนที่อ่านโดยเฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าเล็กน้อย แต่ยอดเฉลี่ยโดยรวมยังอยู่ที่ประมาณ 1 – 2 เล่ม

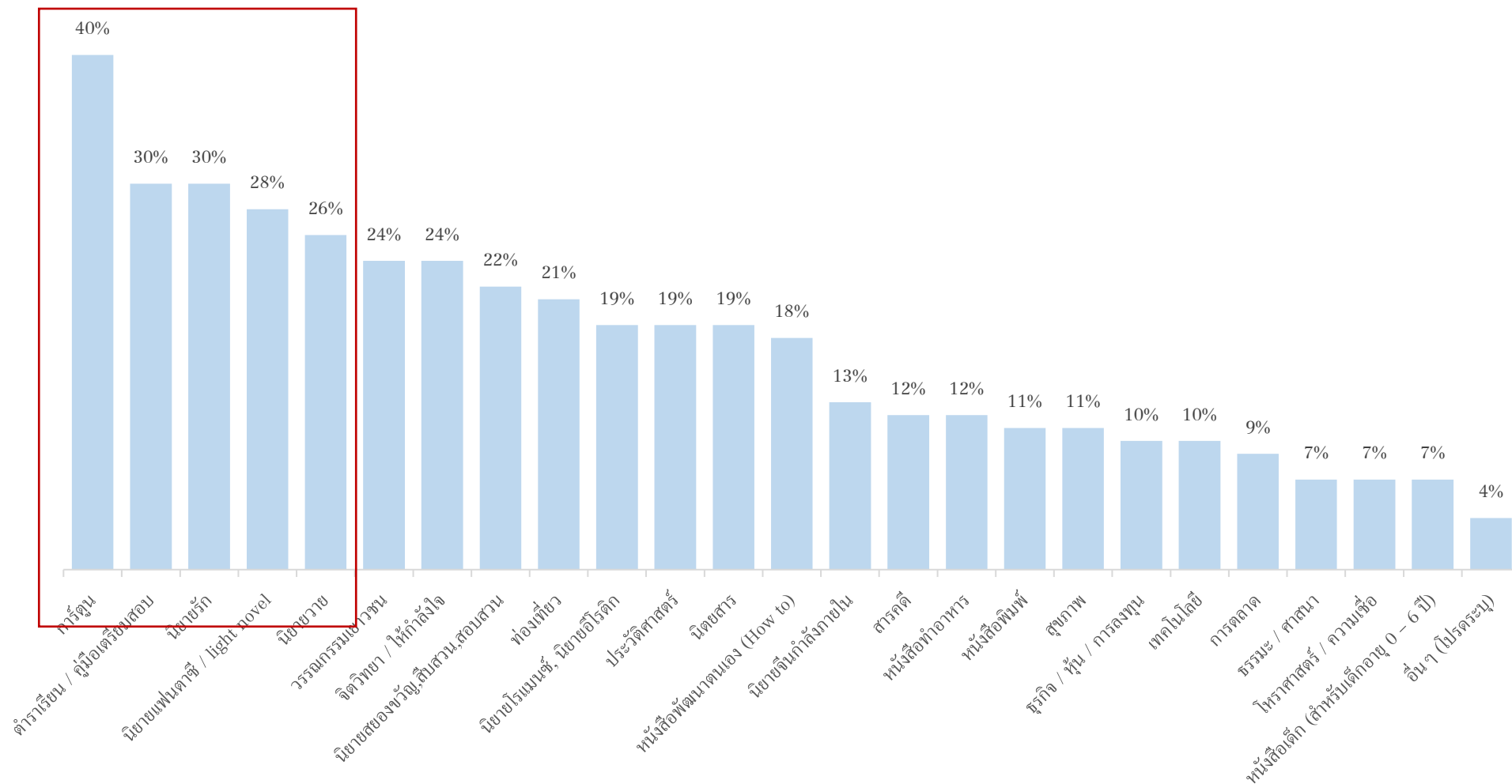
จำนวนหนังสือที่อ่านต่อเดือนโดยเฉลี่ย



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 1,050 (มี.ค. 2560) / n = 1,154 (ต.ค.2560) / n = 1,097 (มี.ค. 2561) / n = 563 (ต.ค.2561) / n = 450 (ต.ค. 2562) / n = 454 (ต.ค. 2563)

REF: 2.3

# ประเภทของหนังสือที่อ่าน -ประเภทที่อ่านเป็นหลักคือการ์ตูน ตำราเรียน และนิยายรัก / แฟนตาซี / วิทยาศาสตร์ / ภัย

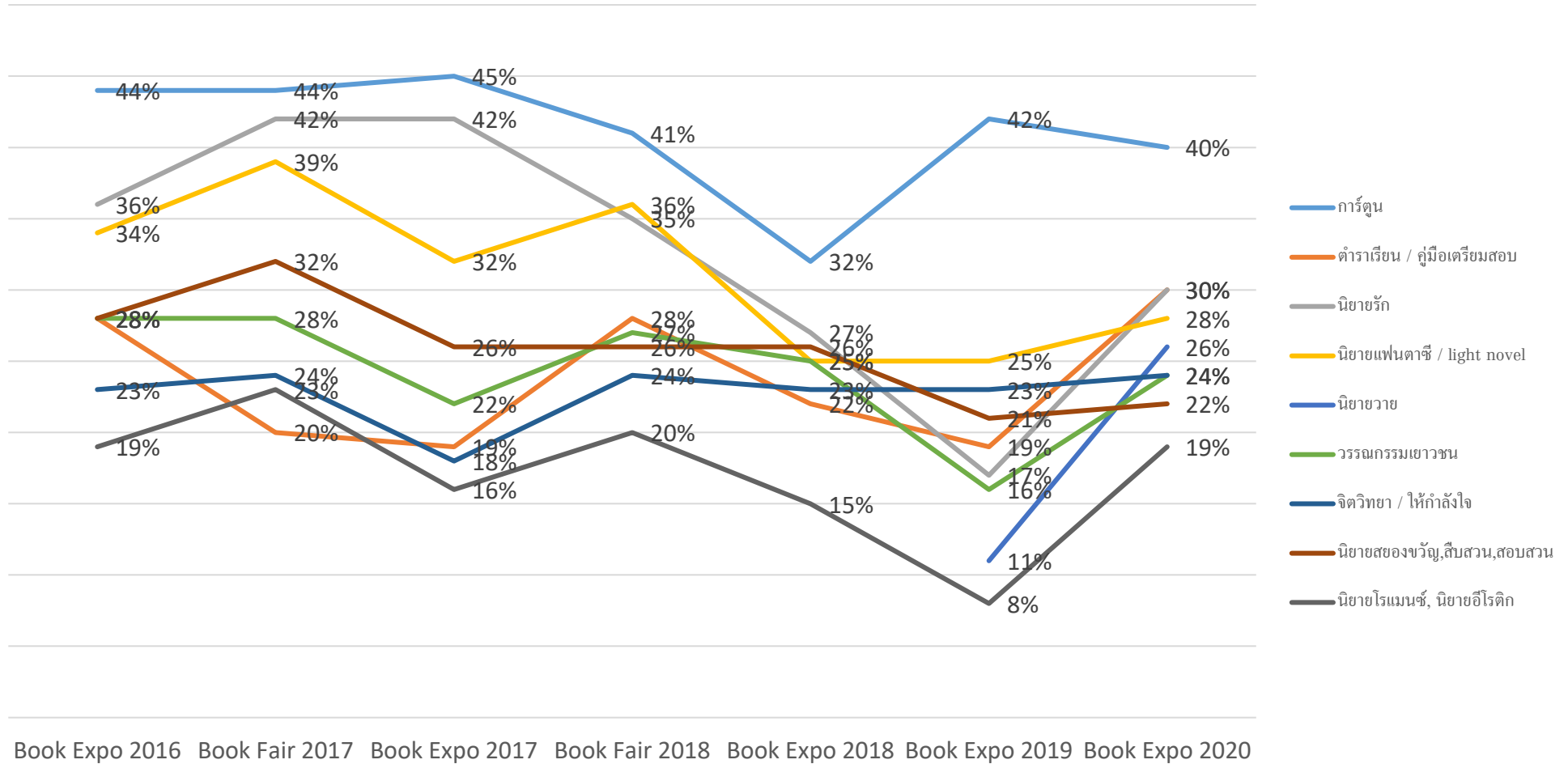


ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 454

REF: 2.3



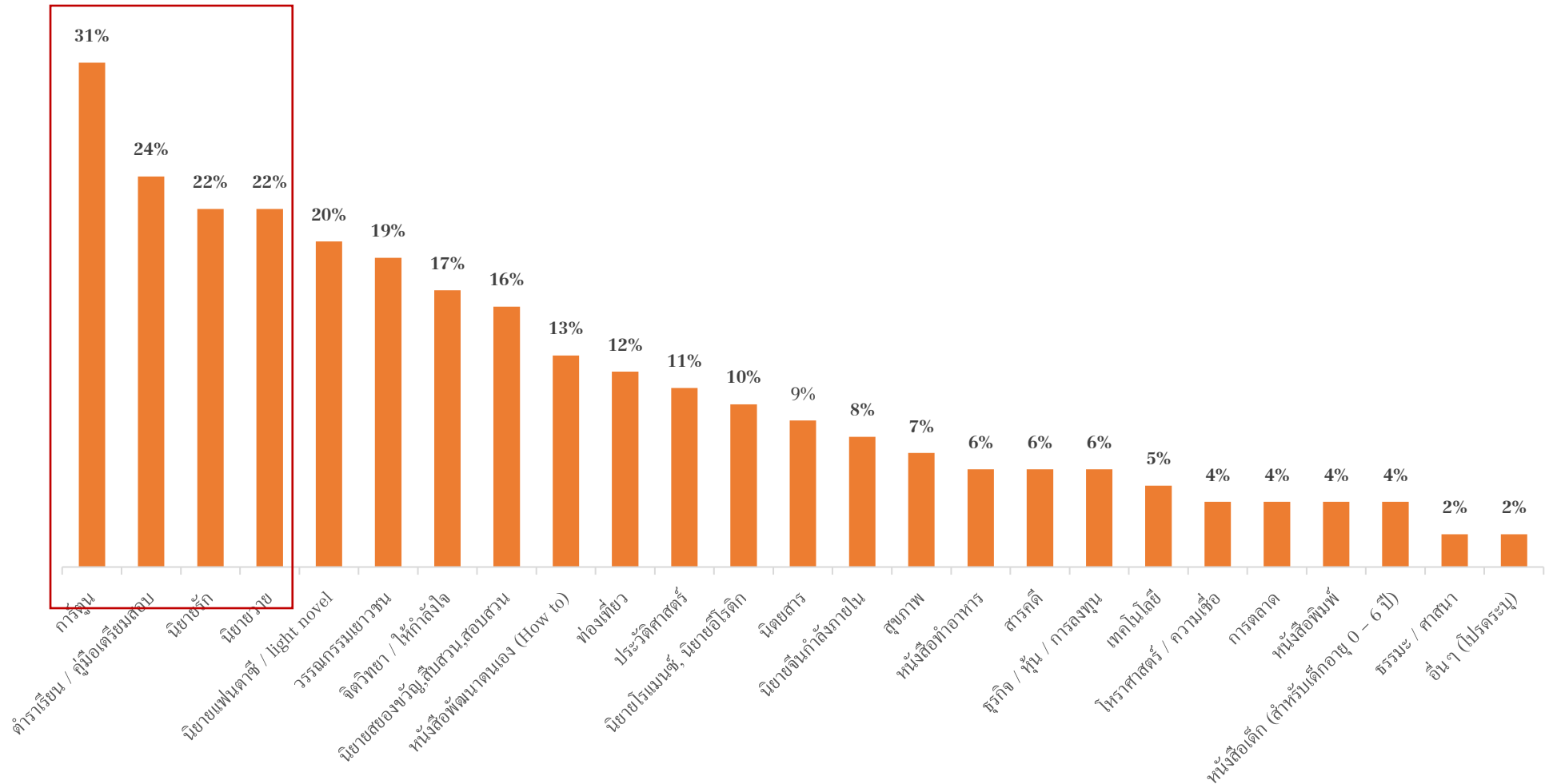
เปรียบเทียบประเภทของหนังสือที่อ่าน - การ์ตูนยังคงเป็นประเภทที่คนนิยมอ่านมากที่สุดตลอด 5 ปีที่ผ่านมา ตามมาด้วยนิยาย ซึ่งนิยายนั้นอาจจะมีสลับความนิยมของ sub-category กันบ้างเช่น นิยายวายได้รับความนิยมมากขึ้น ในช่วงหลัง ในขณะที่นิยายประเภทอื่นๆอาจจะลดลงเล็กน้อย แต่โดยรวม “นิยาย” ในภาพรวมยังคงได้รับความนิยมอยู่



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 454

REF: 2.3

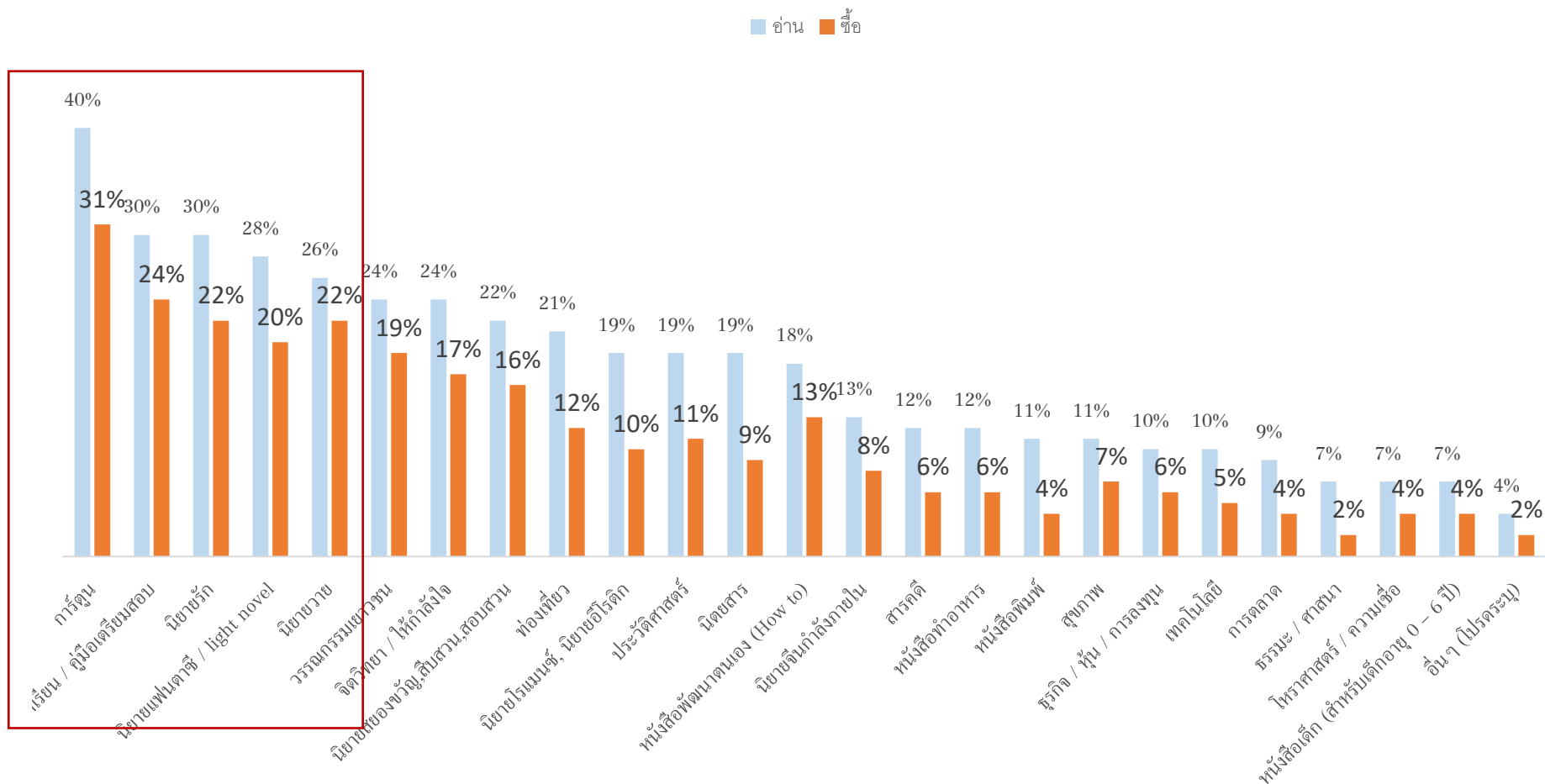
# ประเภทของหนังสือที่ซื้อ -ประเภทที่ซื้อเป็นหลักคือการ์ตูน ตำราเรียน และนิยายรัก / แฟนตาซี / วาย



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 454

REF: 3.1

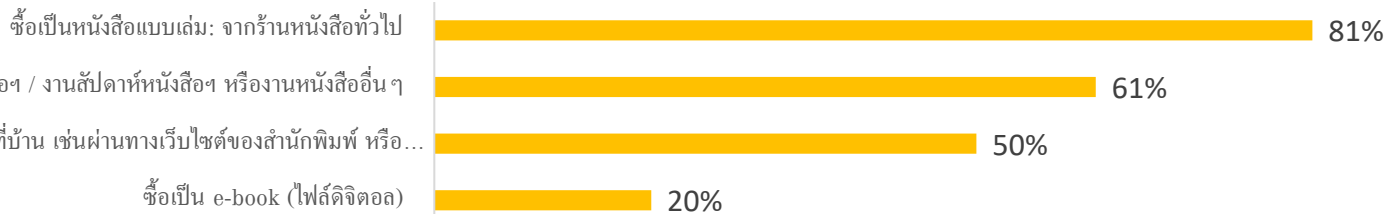
# เปรียบเทียบประเภทของหนังสือที่อ่าน VS. ซื้อ: โดยรวมมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกันคือ การ์ตูน / ตำราเรียน / นิยาย เป็นหนังสือประเภทหลักที่ผู้เข้าชมอ่านและซื้อ



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 454

REF: 2.3 / 3.1

# ช่องทางการซื้อหนังสือ - ร้านหนังสือยังคงเป็นช่องทางหลักในการซื้อหนังสือแต่การซื้อผ่านทางออนไลน์นั้นค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในกลุ่มโสด / วัยทำงาน



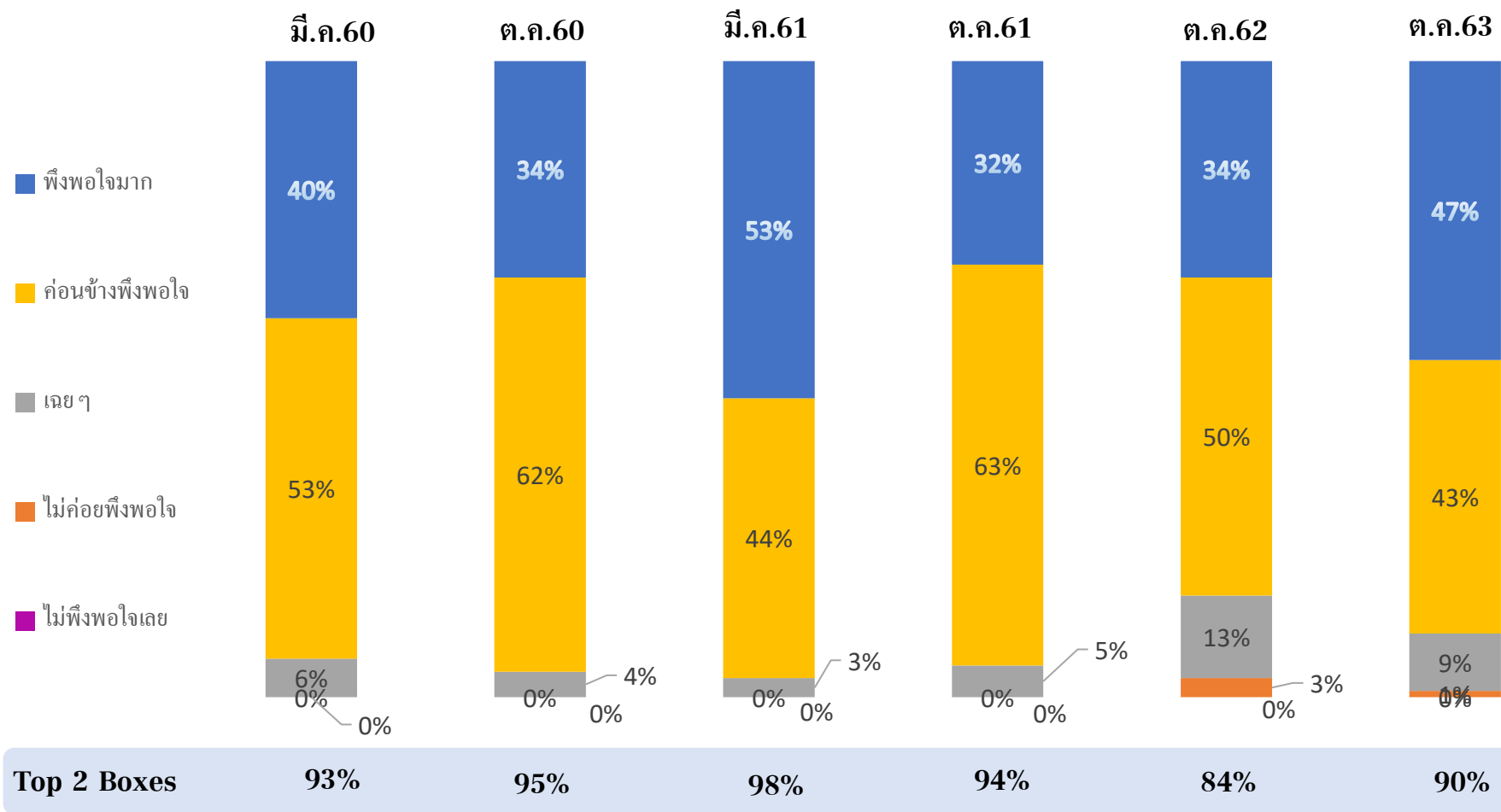
	รวม	เพศ		อายุ						สถานภาพการสมรส			
		ชาย	หญิง	15 - 18 ปี	19 - 22 ปี	23 - 28 ปี	29 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 - 55 ปี	โสด	แต่งงานไม่มีบุตร	แต่งงานมีบุตร	อื่นๆ
Base	454	126	328	61	100	111	76	72	34	365	16	59	14
ซื้อเป็นหนังสือแบบเล่ม: จากร้านหนังสือ	81%	79%	82%	82%	84%	79%	78%	85%	74%	82%	75%	80%	64%
ซื้อเป็นหนังสือแบบเล่ม: จากงานหนังสือฯ	61%	61%	62%	61%	62%	61%	64%	54%	71%	64%	50%	49%	64%
ซื้อเป็นหนังสือแบบเล่ม: จากช่องทางออนไลน์	50%	46%	51%	43%	51%	57%	53%	44%	41%	52%	56%	34%	50%
ซื้อเป็น e-book (ไฟล์ดิจิทัล)	20%	17%	21%	18%	21%	26%	18%	19%	6%	22%	12%	12%	-

ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 454

REF: 3.3

# พฤติกรรมต่องานมหกรรมหนังสือแห่งชาติครั้งที่ 25

# ความพึงพอใจโดยรวมต่องานหนังสือฯ – ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าเล็กน้อย (2562)



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 1,050 (มี.ค. 2560) / n = 1,154 (ต.ค.2560) / n = 1,097 (มี.ค.2561) / n = 563 (ต.ค. 2561) / n=450 (ต.ค.2562) / n = 454 (ต.ค. 2563)

REF: 4.12

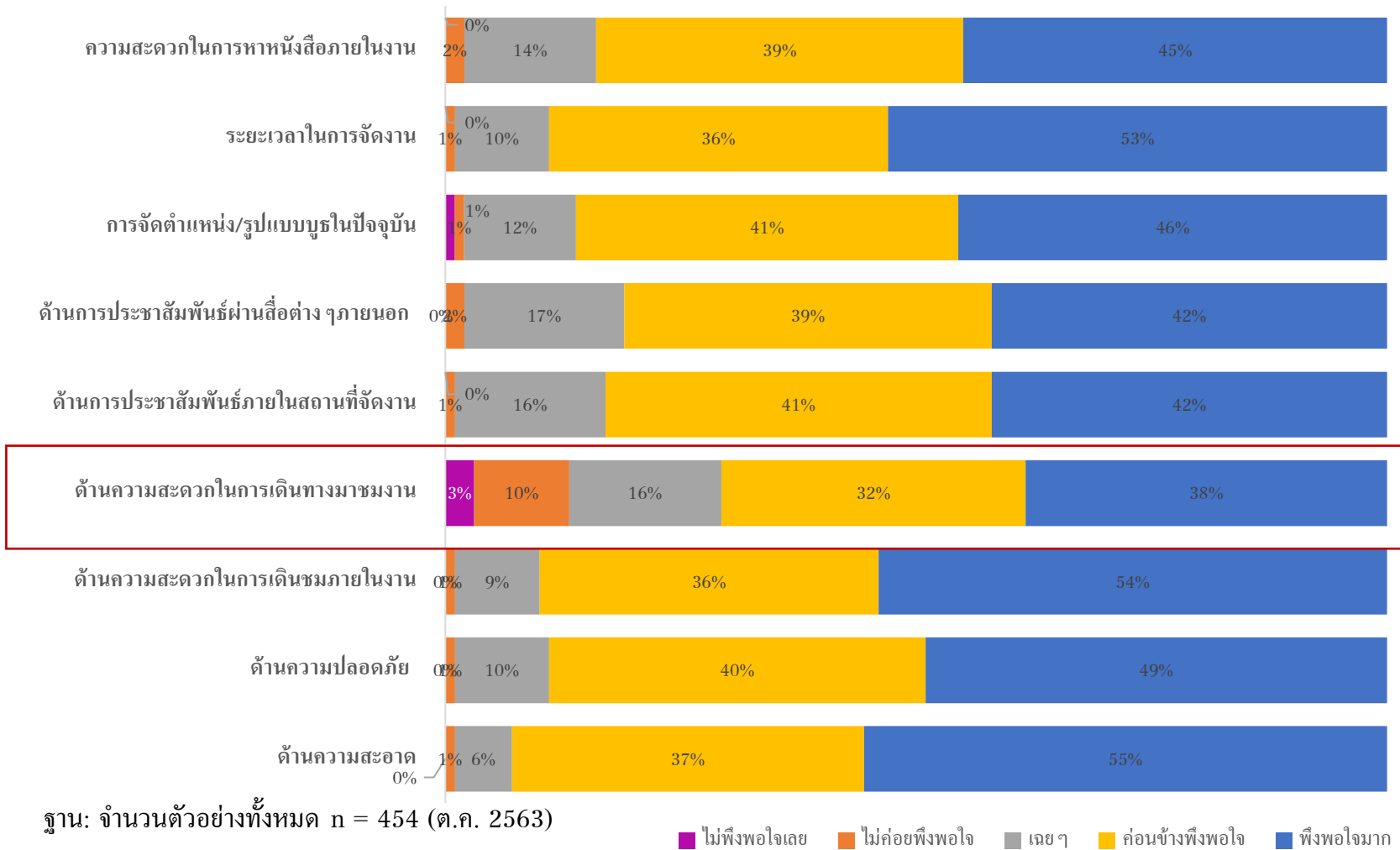
# ความพึงพอใจโดยรวมต่องานหนังสือฯ – โดยความพึงพอใจส่วนใหญ่มาจากกลุ่มเด็กวัยรุ่น และ กลุ่มอายุ 36 ปีขึ้นไป

	รวม	เพศ		อายุ						สถานภาพการสมรส			
		ชาย	หญิง	15 – 18	19 – 22	23 – 28	29 – 35	36 – 45	46 – 55	โสด	แต่งงานไม่ มีบุตร	แต่งงาน มีบุตร	อื่นๆ
				ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี				
	<b>454</b>	<b>126</b>	<b>328</b>	<b>61</b>	<b>100</b>	<b>111</b>	<b>76</b>	<b>72</b>	<b>34</b>	<b>365</b>	<b>16</b>	<b>59</b>	<b>14</b>
พึงพอใจมาก	<b>47%</b>	46%	48%	52%	46%	44%	42%	40%	79%	44%	62%	59%	57%
ค่อนข้างพึงพอใจ	<b>43%</b>	41%	44%	44%	39%	43%	49%	54%	21%	45%	25%	39%	29%
เฉยๆ	<b>9%</b>	13%	7%	2%	14%	13%	9%	4%	-	9%	12%	2%	14%
ไม่ค่อยพึงพอใจ	<b>1%</b>	-	1%	2%	1%	-	-	1%	-	1%	-	-	-
ไม่พึงพอใจเลย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
T2B	<b>91%</b>	87%	92%	<b>97%</b>	85%	87%	91%	<b>94%</b>	<b>100%</b>	90%	88%	98%	86%
Mean	<b>4.37</b>	4.33	4.39	4.48	4.30	4.32	4.33	4.33	4.79	4.33	4.50	4.58	4.43

ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 454 (ต.ถ. 2563)

REF: 4.5

# ความพึงพอใจในแต่ละด้าน: อิมแพค เมืองทองธานียังคงจุดหลักที่ส่งผลต่อความสะดวกในการเดินทางมาชมของ

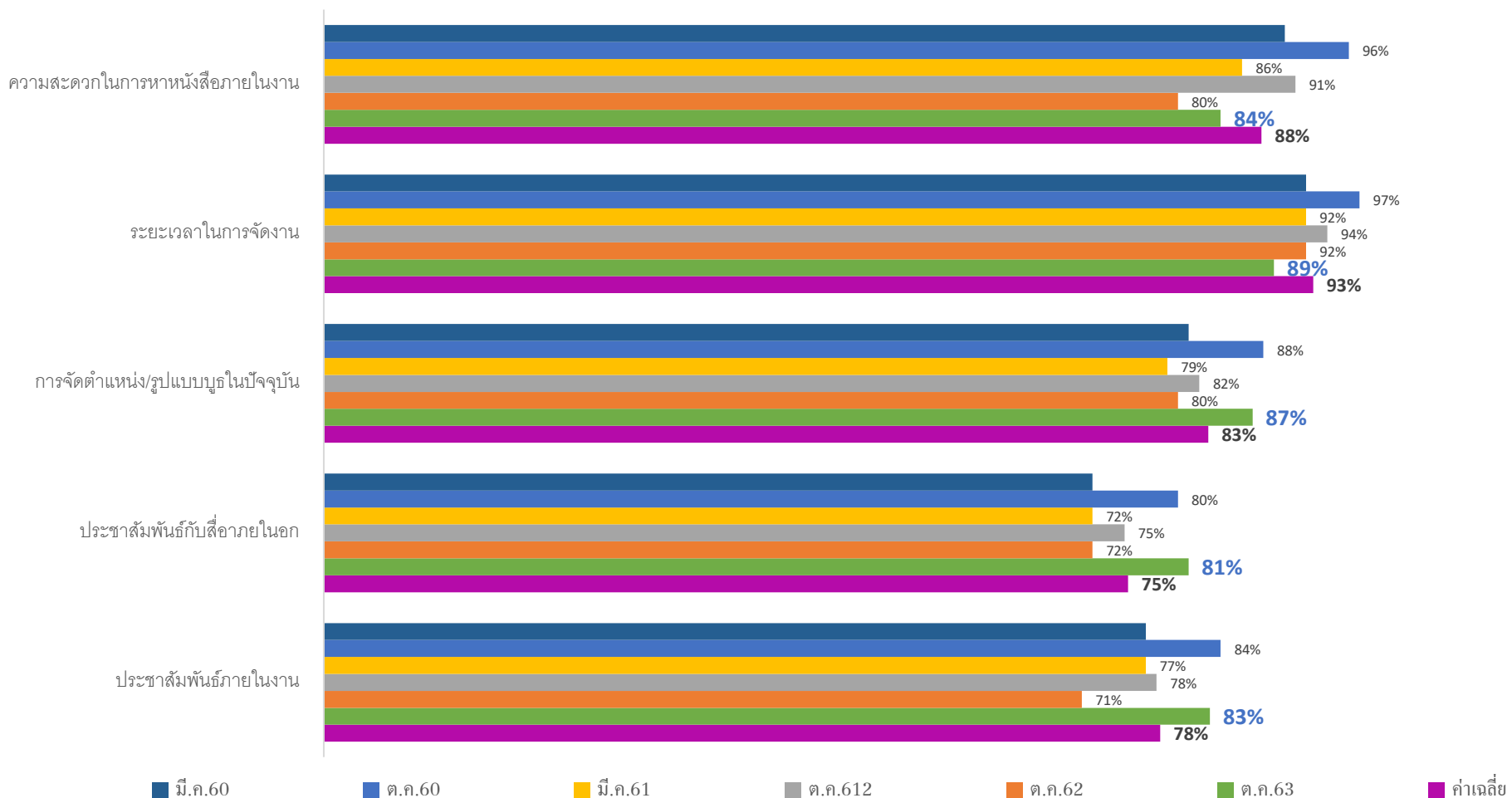


ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 454 (ต.ค. 2563)

REF: 4.6



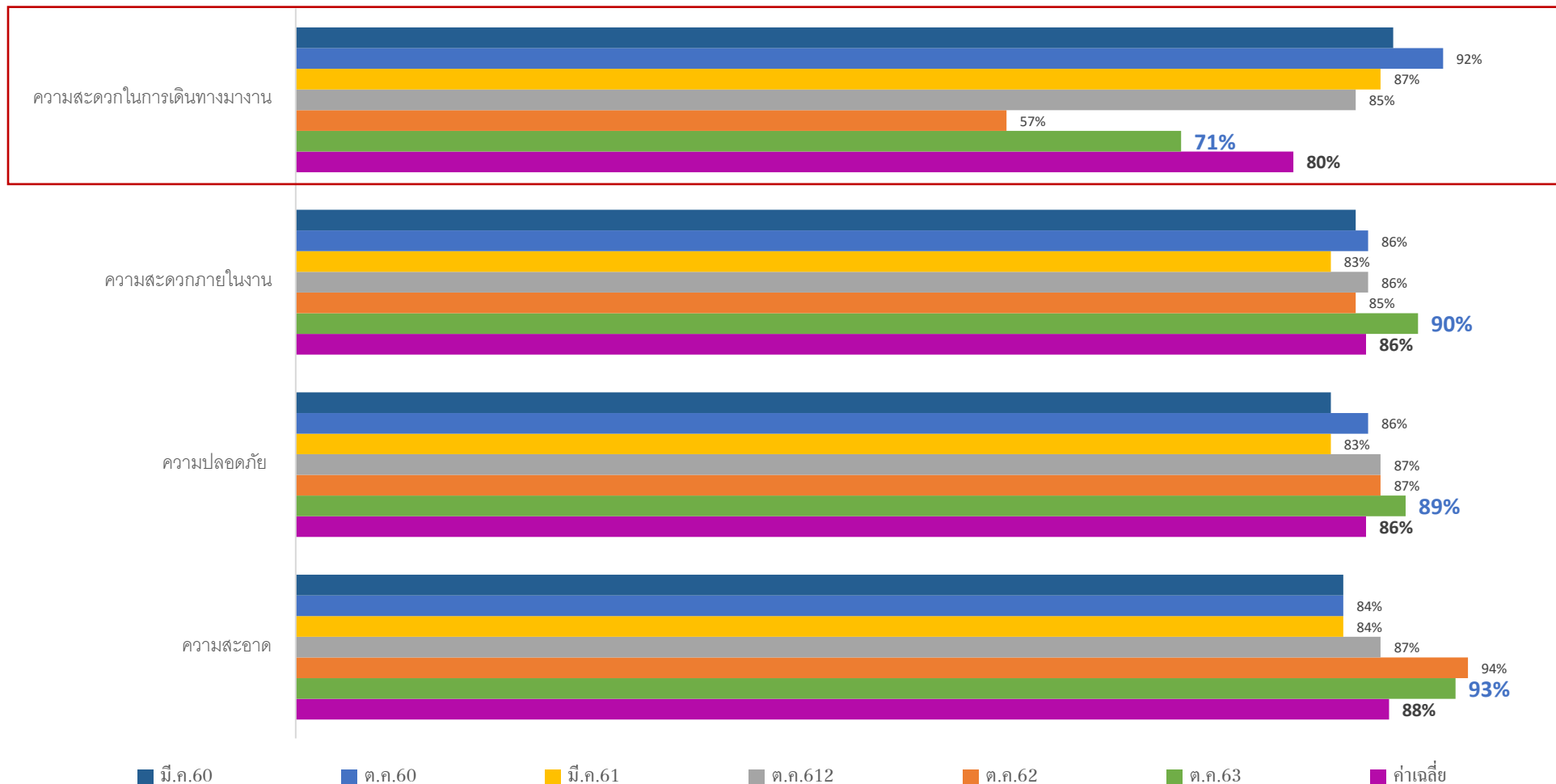
# ความพึงพอใจในแต่ละด้าน – จุดที่เป็นประเด็นหลักที่ส่งผลต่อความพึงพอใจคือเรื่องการ “ความสะดวกในการเดินทาง”



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 1,050 (มี.ค. 2560) / n = 1,154 (ต.ค. 2560) / n = 1,097 (มี.ค.2561)/ n = 563 (ต.ค. 2561) / n = 450 (ต.ค. 2562)

REF: 4.13

# ความพึงพอใจในแต่ละด้าน – จุดที่เป็นประเด็นหลักที่ส่งผลต่อความพึงพอใจคือเรื่องการ “ความสะดวกในการเดินทาง”

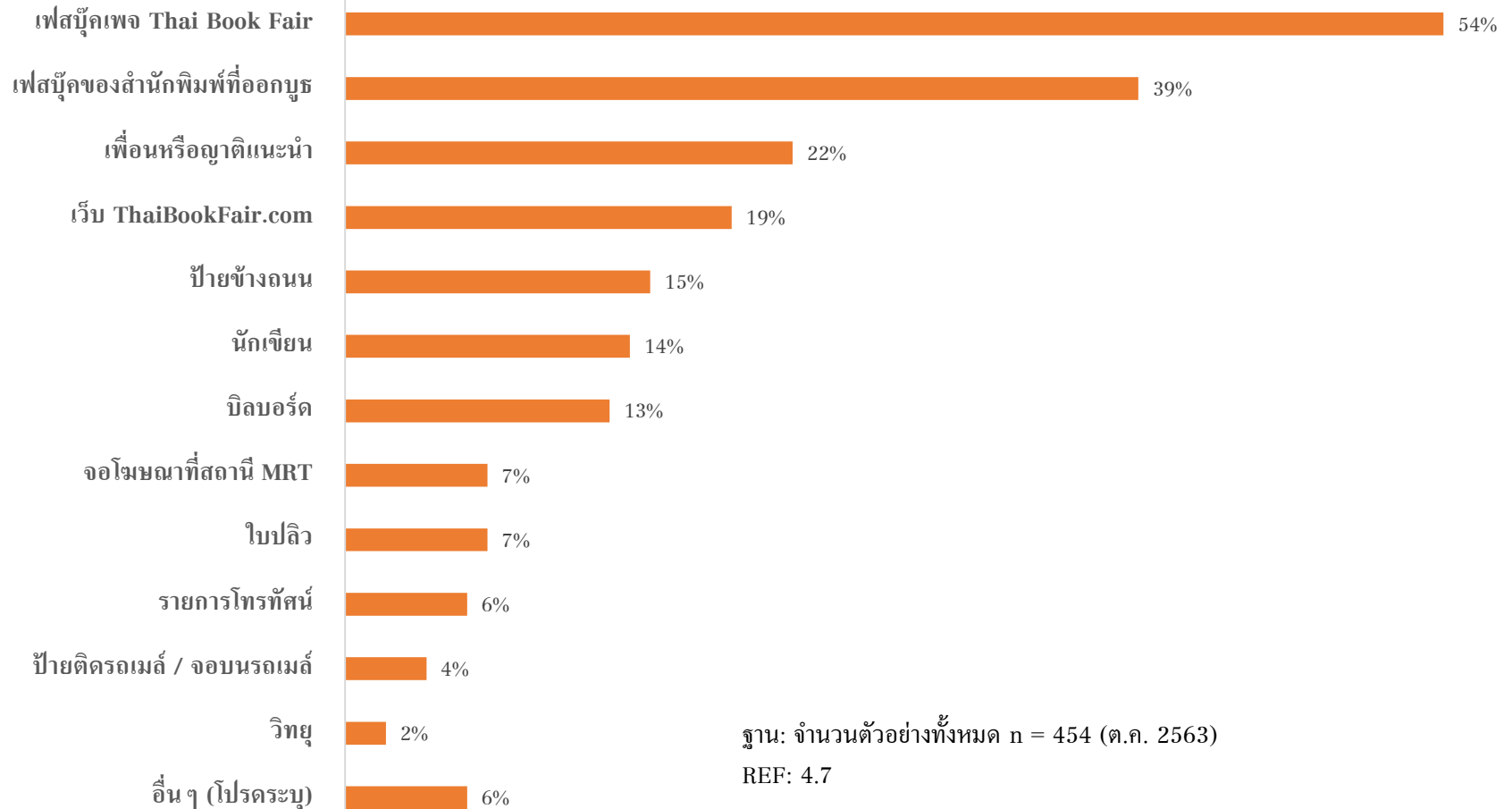


ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 1,050 (มี.ถ. 2560) / n = 1,154 (ต.ถ. 2560) / n = 1,097 (มี.ถ.2561)/ n = 563 (ต.ถ. 2561) / n = 450 (ต.ถ. 2562) / n = 454 (ต.ถ. 2563)

REF: 4.13

# ช่องทางที่รับรู้ข่าวสารของการจัดงาน – เฟสบุ๊ก และ เพื่อนเป็นช่องทางหลักในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดงาน

## ช่องทางที่รับรู้ข่าวสาร



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 454 (ต.ค. 2563)

REF: 4.7

# ช่องทางที่รับรู้ข่าวสารของการจัดงาน – เฟสบุ๊ก และ เพื่อนเป็นช่องทางหลักในการรับรู้ ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดงาน

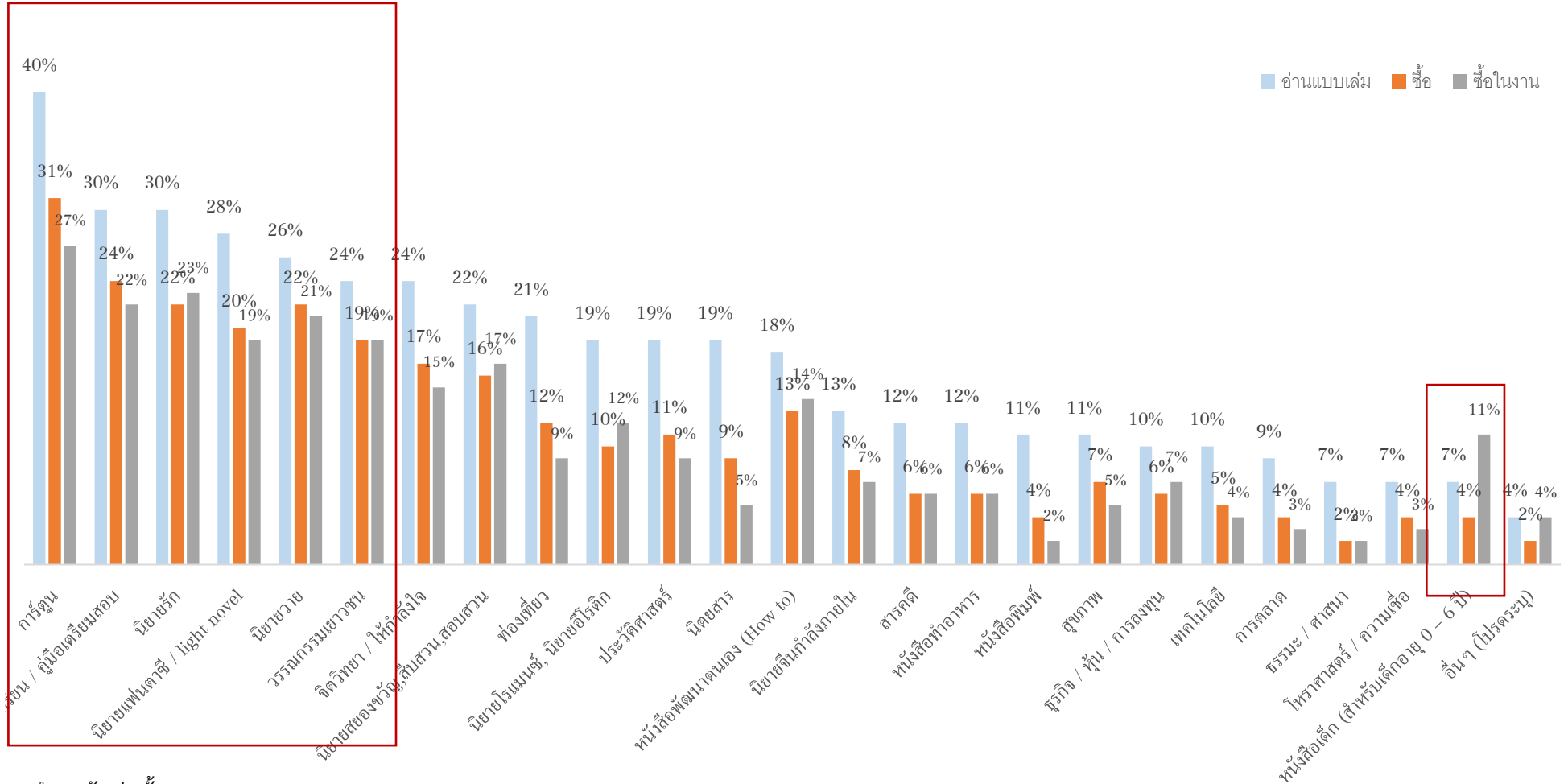
## ช่องทางที่รับรู้ข่าวสาร

	รวม	เพศ		อายุ						สถานภาพการสมรส		
		ชาย	หญิง	15 – 18 ปี	19 – 22 ปี	23 – 28 ปี	29 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	โสด	แต่งงานไม่มีบุตร	แต่งงานมีบุตร
		454	126	328	61	100	111	76	72	34	365	16
เฟสบุ๊กเพจ Thai Book Fair	<b>54%</b>	55%	54%	44%	52%	60%	66%	46%	47%	58%	31%	37%
เฟสบุ๊กของสำนักพิมพ์ที่ออกนุศ	<b>39%</b>	37%	39%	25%	39%	40%	42%	46%	35%	40%	38%	31%
เพื่อนหรือญาติแนะนำ	<b>22%</b>	17%	23%	39%	27%	16%	14%	17%	18%	22%	6%	24%
เว็บ ThaiBookFair.com	<b>19%</b>	25%	16%	7%	16%	31%	17%	17%	21%	21%	6%	8%
ป้ายข้างถนน	<b>15%</b>	17%	14%	20%	17%	12%	16%	11%	15%	14%	19%	22%
นักเขียน	<b>14%</b>	11%	16%	21%	13%	15%	11%	15%	9%	16%	6%	7%
บิลบอร์ด	<b>13%</b>	13%	13%	18%	11%	13%	16%	14%	9%	12%	38%	17%
จอโฆษณาที่สถานี MRT	<b>7%</b>	6%	8%	18%	10%	6%	3%	4%	3%	8%	-	7%
ใบปลิว	<b>7%</b>	10%	7%	18%	9%	5%	4%	4%	6%	8%	-	8%
รายการโทรทัศน์	<b>6%</b>	6%	5%	7%	7%	4%	4%	7%	6%	5%	6%	8%
ป้ายติดรถเมล์ / จอบนรถเมล์	<b>4%</b>	2%	4%	8%	5%	4%	-	-	6%	4%	-	3%
วิทยุ	<b>2%</b>	5%	2%	5%	1%	2%	4%	1%	3%	2%	-	5%
อื่นๆ (โปรดระบุ)	<b>6%</b>	5%	6%	13%	6%	5%	-	3%	12%	5%	6%	5%

ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 454 (ต.ค. 2563)

REF: 4.7

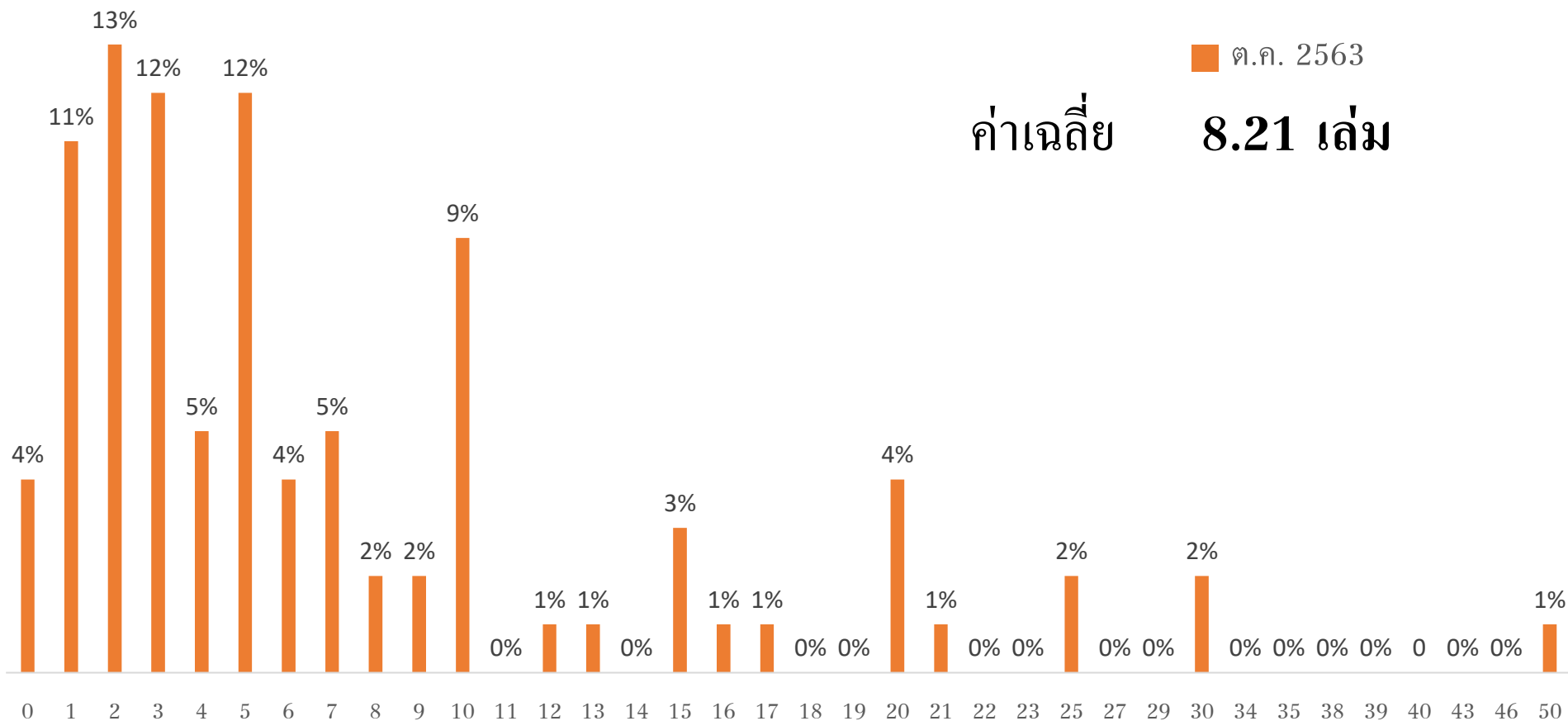
เปรียบเทียบประเภทของหนังสือที่อ่าน VS. ซื้อ VS. **ซื้อในงาน**: โดยรวมทิศทางยังใกล้เคียงกับพฤติกรรมปกติคือการดู ตำราเรียน และ นิยายยังคงเป็นประเภทหลักที่มาซื้อในงาน แต่หนังสือเด็กได้รับความนิยมมากกว่าปกติ



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 454

REF: 2.3 / 3.1

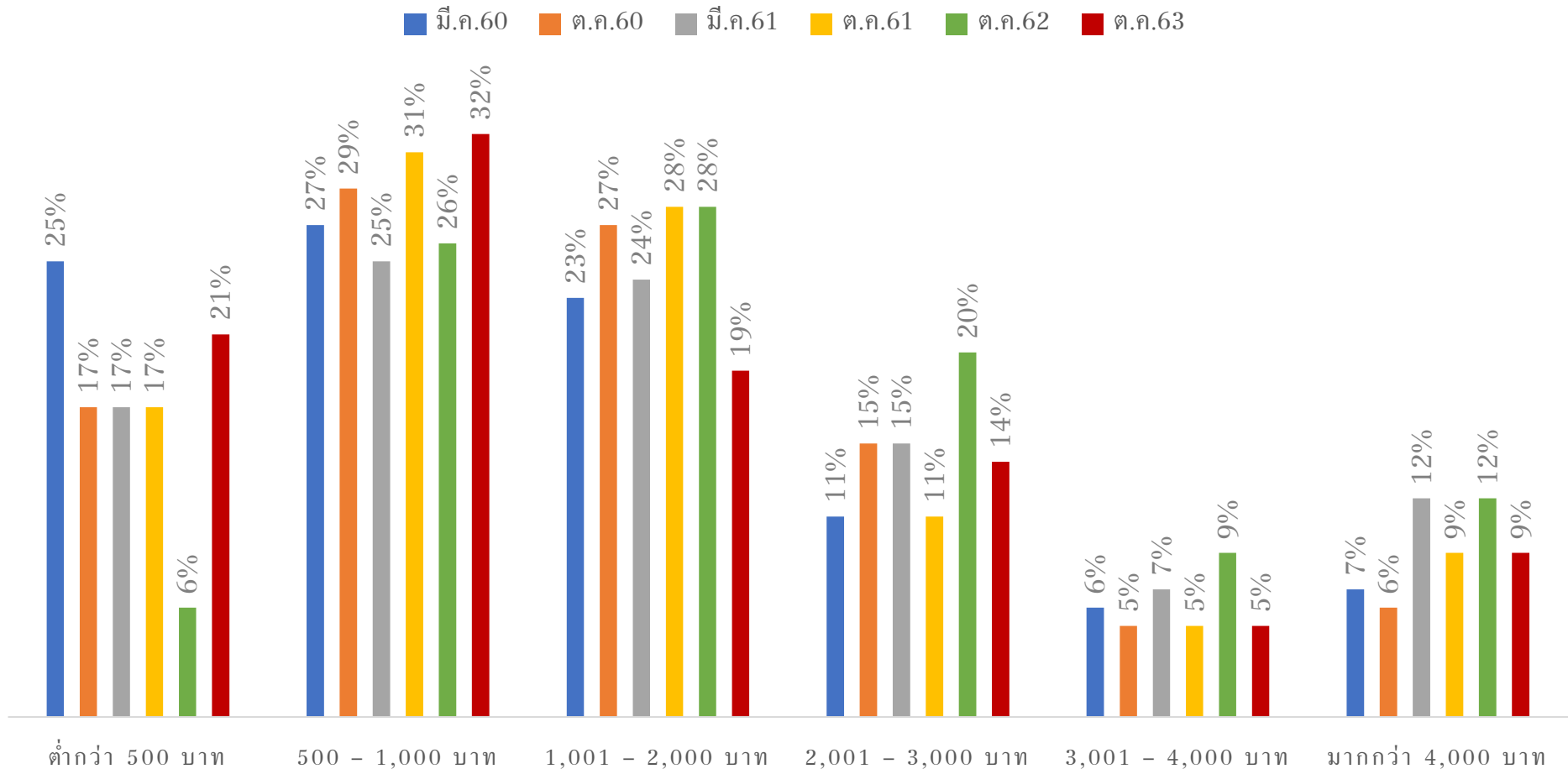
# จำนวนหนังสือ(เล่ม)ที่ซื้อจากในงานฯ – จำนวนเล่มที่ซื้อในงานฯปีนี้อยู่ที่ประมาณ 8 เล่ม



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 454

REF: 4.3

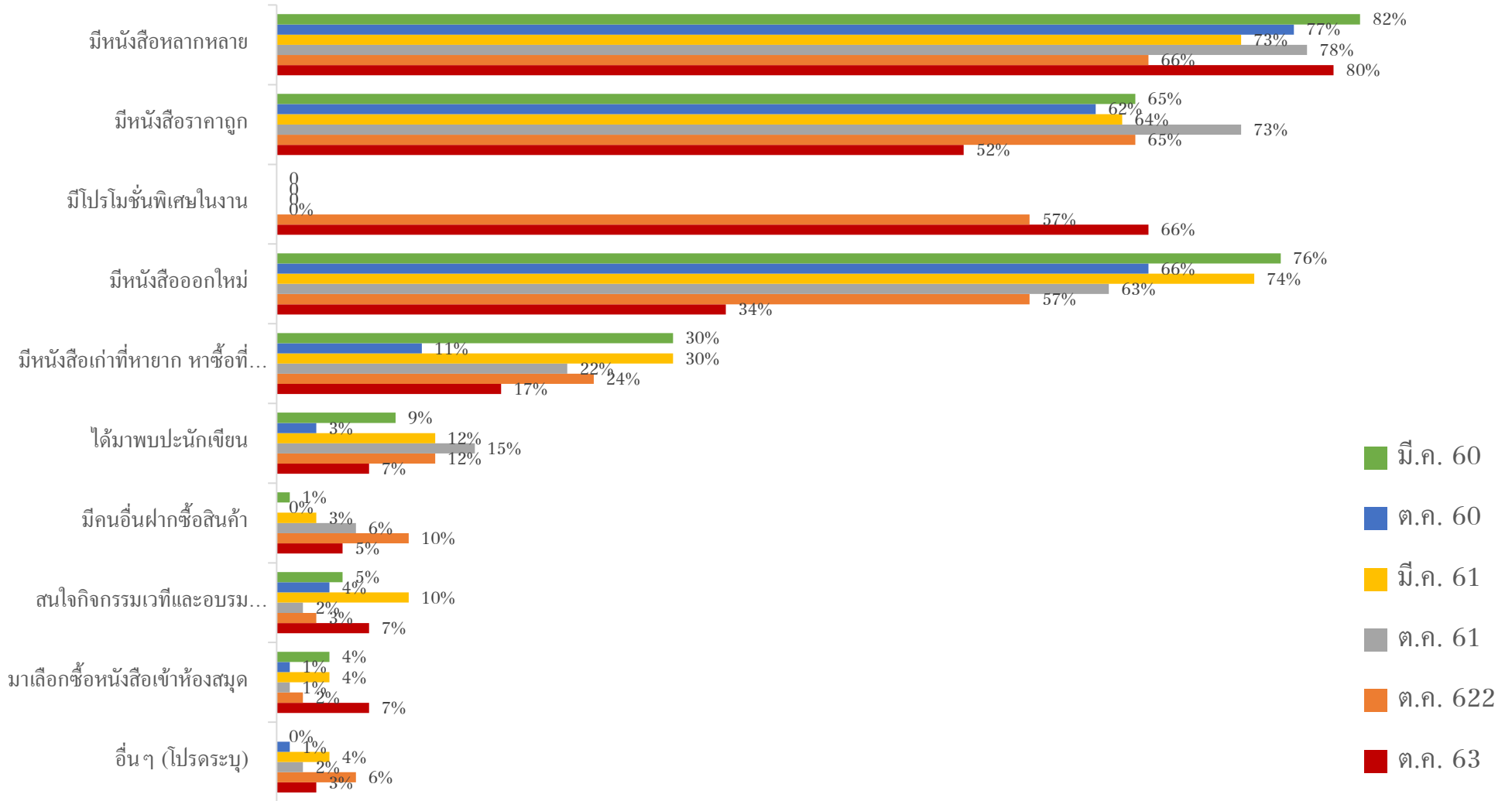
# เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการซื้อหนังสือภายในงานฯ – จะเห็นได้ว่างบประมาณการซื้อน้อยกว่า ก่อนหน้าค่อนข้างมาก ด้วยยอดซื้อส่วนใหญ่ที่ประมาณ 500 – 1,000 บาท



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 1,050 (มี.ค. 2560) / n = 1,154 (ต.ค. 2560) / n = 1,097 (มี.ค.2561)/ n = 563 (ต.ค. 2561) / n = 450 (ต.ค. 2562) / n = 454 (ต.ค. 2563)

REF: 4.4

# สาเหตุที่มาซื้อหนังสือที่งานหนังสือฯ - สาเหตุหลักยังคงเป็นเรื่องของความหลากหลาย ราคา และ โปรโมชั่น



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 1,050 (มี.ค. 2560) / n = 1,154 (ต.ค. 2560)/ n = 1,097 (มี.ค.2561)/ n = 563 (ต.ค.2561)/ n = 450 (ต.ค.2562)

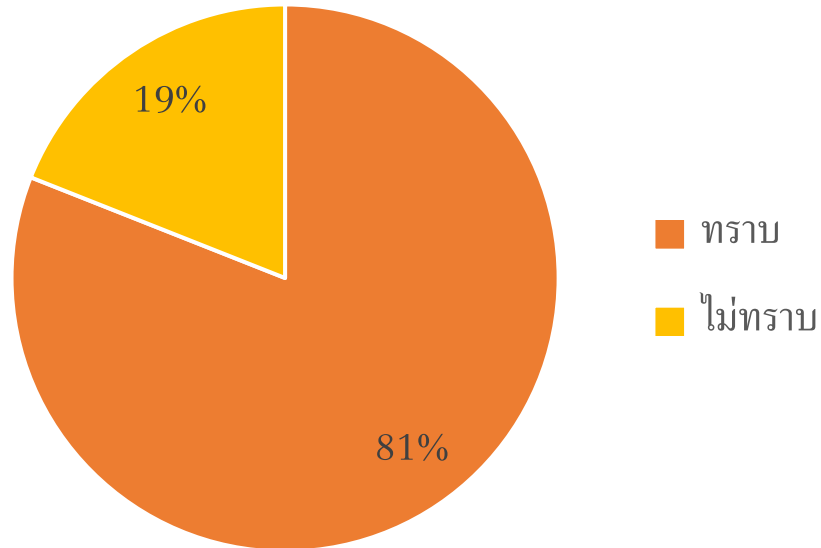
REF: 4.4



# ทัศนคติต่องานหนังสือออนไลน์

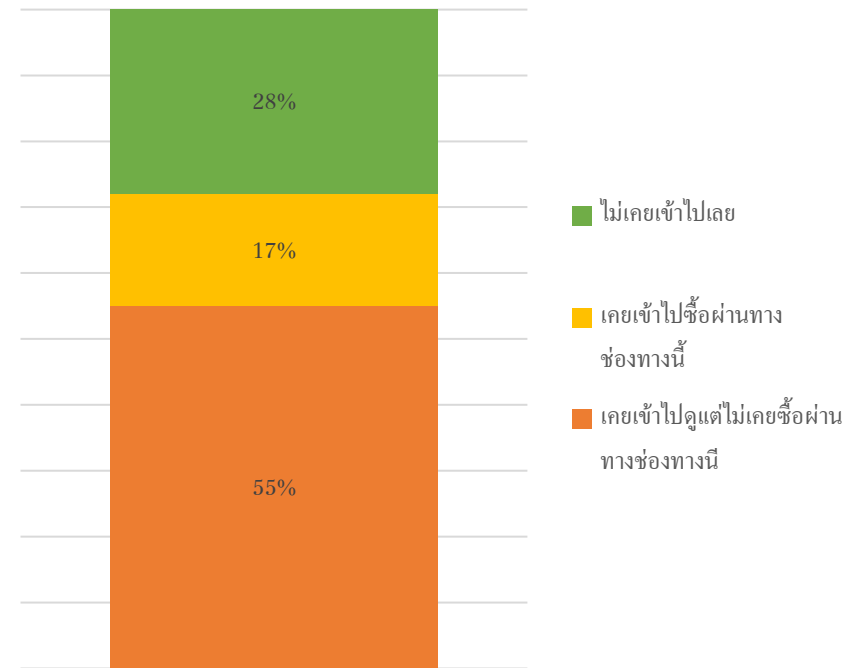
# ทัศนคติต่องานหนังสือออนไลน์ – มี 81% ที่ทราบว่ามียานหนังสือออนไลน์ แต่มีเพียง 14% จากทั้งหมด (17% จากคนที่ทราบว่ามียานหนังสือออนไลน์) ที่เคยซื้อผ่านทางช่องทางออนไลน์ [www.thaibookfair.com](http://www.thaibookfair.com)

ทราบหรือไม่ว่ามีงานมหกรรมหนังสือผ่านทาง  
ช่องทางออนไลน์ [www.thaibookfair.com](http://www.thaibookfair.com)



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 454  
REF: 4.8

พฤติกรรมการซื้อทางช่องทางออนไลน์  
[www.thaibookfair.com](http://www.thaibookfair.com)



ฐาน: เฉพาะคนที่ทราบว่ามียานหนังสือออนไลน์ n = 368  
REF: 4.9

# ทัศนคติต่องานหนังสือออนไลน์

ทราบหรือไม่ว่ามีงานหนังสือ เชียงใหม่บุ๊กแฟร์ ผ่านทางช่อง ออนไลน์ www.thaibookfair.com	รวม	เพศ		อายุ						สถานภาพการสมรส			
		ชาย	หญิง	15 – 18 ปี	19 – 22 ปี	23 – 28 ปี	29 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	โสด	แต่งงานไม่ มีบุตร	แต่งงานมี บุตร	อื่นๆ
Base	664	263	401	205	203	119	55	65	17	549	22	64	29
ทราบ	81%	79%	82%	79%	83%	77%	87%	83%	76%	82%	75%	80%	79%
ไม่ทราบ	19%	21%	18%	21%	17%	23%	13%	17%	24%	18%	25%	20%	21%

ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 454

REF: 4.8

พฤติกรรมกรซื้อทางช่องทาง ออนไลน์ www.thaibookfair.com	รวม	เพศ		อายุ						สถานภาพการสมรส			
		ชาย	หญิง	15 – 18 ปี	19 – 22 ปี	23 – 28 ปี	29 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	โสด	แต่งงานไม่ มีบุตร	แต่งงานมี บุตร	อื่นๆ
Base	272	95	177	99	81	43	17	22	10	225	10	28	9
เคยเข้าไปดูแต่ไม่เคยซื้อผ่านทาง ช่องทางนี้	55%	55%	55%	52%	53%	64%	53%	47%	58%	53%	92%	57%	55%
เคยเข้าไปซื้อผ่านทางช่องทางนี้	17%	18%	17%	19%	13%	19%	23%	17%	12%	18%	8%	13%	18%
ไม่เคยเข้าไปเลย	28%	27%	28%	29%	34%	18%	24%	37%	31%	29%	-	30%	27%

ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 454

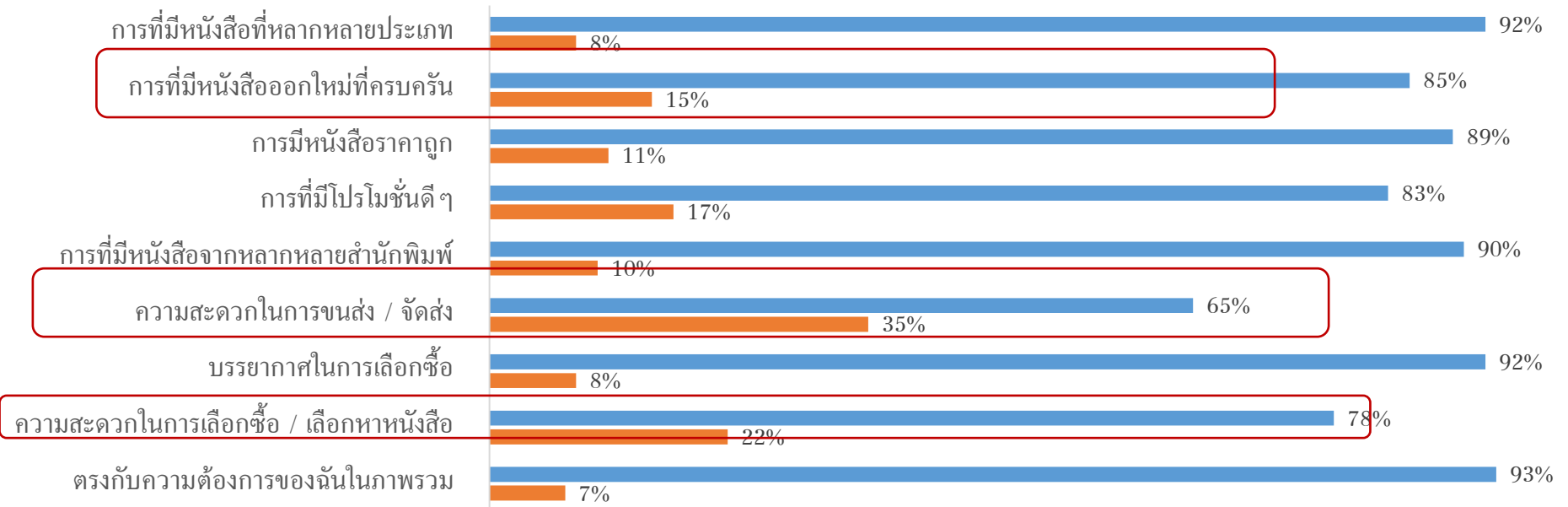
REF: 4.9

# เปรียบเทียบจุดเด่นของงานหนังสือและงานหนังสือออนไลน์

- โดยรวมจะเห็นได้ว่างานหนังสือขงถูกมองว่าทำได้ดีกว่าทุกๆด้าน
- ทั้งนี้ “ความสะดวกในการเลือกซื้อ สั่งซื้อและขนส่ง” นั้นเป็นจุดที่งานหนังสือออนไลน์ทำได้โดดเด่นกว่ามมอื่นๆ

■ งานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 25ทำได้ดีกว่า

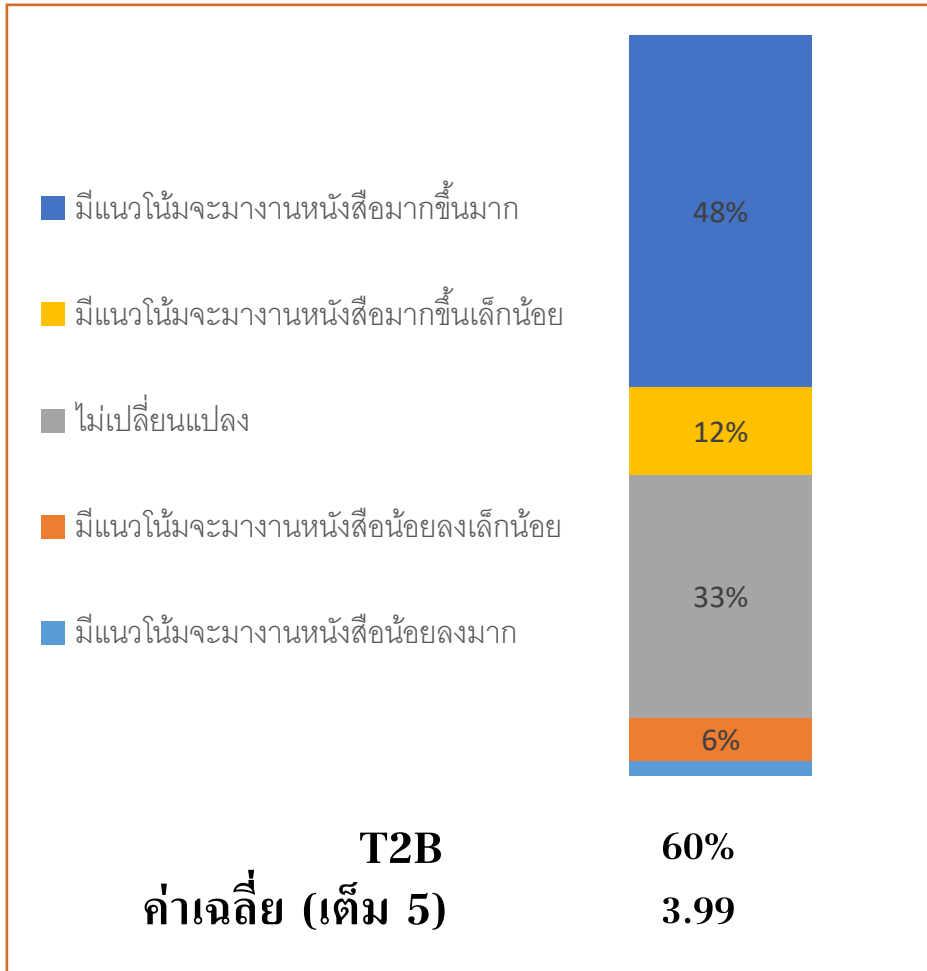
■ งานหนังสือออนไลน์ [www.thaibookfair.com](http://www.thaibookfair.com) ทำได้ดีกว่า



ฐาน: เฉพาะคนที่ทราบว่ามีงานหนังสือออนไลน์ n = 368

REF: 4.10

# แนวโน้มในการมางานหนังสือ หลังจากที่มีงานหนังสือออนไลน์



- งานหนังสือออนไลน์นั้นยังไม่สามารถทดแทนงานหนังสือแบบ offline ได้ โดย 60% มองว่าตนเองจะมีแนวโน้มที่จะมางานหนังสือมากกว่าอีกด้วย
- ซึ่งอาจจะมากจากการที่
  - เลือกดูหนังสือจากช่องทางออนไลน์ก่อน แต่อยากมาดูเพิ่มเติมที่งาน
  - กลุ่มคนที่งานมาหนังสือส่วนใหญ่จะชอบมาเดินที่งานอยู่แล้ว ช่องทางออนไลน์เลยยังไม่มีผลในการเปลี่ยนพฤติกรรมส่วนนี้

ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 454

REF: 4.11

# สรุปผลการสำรวจ

# Key Points

## พฤติกรรมการอ่านหนังสือในภาพรวม

- กว่า 89% ผู้ที่มางานหนังสือฯ ยังเป็นผู้ที่อ่านหนังสือเล่มเป็นหลัก
  - แต่ก็มียั้ตราการอ่าน e-book ที่สูงเช่นเดียวกัน (40%) - กลุ่มคนที่อายุน้อยกว่าและกลุ่มคนโสดเป็นกลุ่มที่อ่านหนังสือแบบ e-book มากกว่ากลุ่มอื่นๆ
  - การอ่าน e-book ส่วนใหญ่จะเป็นการอ่านแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย

## ประเภทของหนังสือที่อ่าน

- ประเภทหลักที่ได้รับความนิยมมาตลอดคือ การ์ตูน ตำราเรียน รวมถึงนิยาย (รัก / วาย)
- โดยจำนวนเล่มที่อ่านต่อเดือนยังคงใกล้เคียงกับปีก่อนหน้า - ประมาณ 1 - 2 เล่มต่อเดือน
- ร้านหนังสือเป็นช่องทางหลักในการซื้อหนังสือ แต่การซื้อผ่านทางออนไลน์นั้นถือว่าค่อนข้างสูงขึ้นมา โดยเฉพาะในกลุ่มโสด / วัยรุ่น - วัยทำงาน

## เกี่ยวกับงานหนังสือฯ

- คะแนนความพึงพอใจต่องานเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าเล็กน้อย แต่โดยรวมแล้ว “ความสะดวกในการเดินทางมางาน” ยังคงเป็นปัจจัยที่ได้คะแนนน้อยลงกว่าปีก่อนๆ หน้า เนื่องจากการมาจัดที่อิมแพค เมืองทองธานี
- ประเภทของหนังสือที่ซื้อในงานยังคงเป็นการ์ตูน ตำราเรียน และนิยาย โดยที่ค่าใช้จ่ายน้อยกว่าปีก่อนหน้าเล็กน้อย
- สำหรับ [www.thaibookfair.com](http://www.thaibookfair.com) นั้น มี 81% ที่ทราบว่าม้งานหนังสือออนไลน์ และมี 14% จากทั้งหมดที่เคยซื้อผ่านทาง [www.thaibookfair.com](http://www.thaibookfair.com)
- ซึ่งโดยรวมคนยังม้งานหนังสือฯทำได้ดีกว่าในแทบทุกด้านเมื่อเทียบกับงานหนังสือออนไลน์ อีกทั้งการม้งานหนังสือออนไลน์ยังช่วยทำให้คนอยากม้งานหนังสือปกติมากขึ้นด้วย

มากรรม  
หนังสือ  
ระดับชาติ  
ครั้งที่ 25

“NO กองดง”  
ซื้อไป ไล้กวด ไล้กวด ต้องอ่าน!!

30 ก.ย. - 11 ต.ค. 63  
10.00 - 21.00 น.  
๗ ชั้นเวอร 2  
อิมแพค เมืองทองธานี



THANK YOU