

ประตูลู่การอ่าน

เทศกาลหนังสือโคราช ครั้งที่ 1
3-12 พฤศจิกายน 2560

โคราช ฮอลล์ ชั้น 4
ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า นครราชสีมา
เวลา 10.00 - 21.00 น.

pubat | central plaza MAKHON RATCHASIMA

เทศบาลนครอุดรธานี และ สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย
ขอเชิญร่วมงาน

เทศกาลหนังสืออุดรธานี ครั้งที่ 4

1-10 ธันวาคม 2560
10.30 น. - 21.00 น.

ณ อุดรธานี ฮอลล์ ชั้น 4
ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า อุดรธานี

pubat | central plaza UDONTHANI

มหกรรมหนังสือภาคใต้ Southern Book Expo 2017 ครั้งที่ 4

25 พ.ย. 2560 ถึง 3 ธ.ค. 2560
10.30 - 21.00 น.

อ่านก้าวไกลสู่ Thailand 4.0

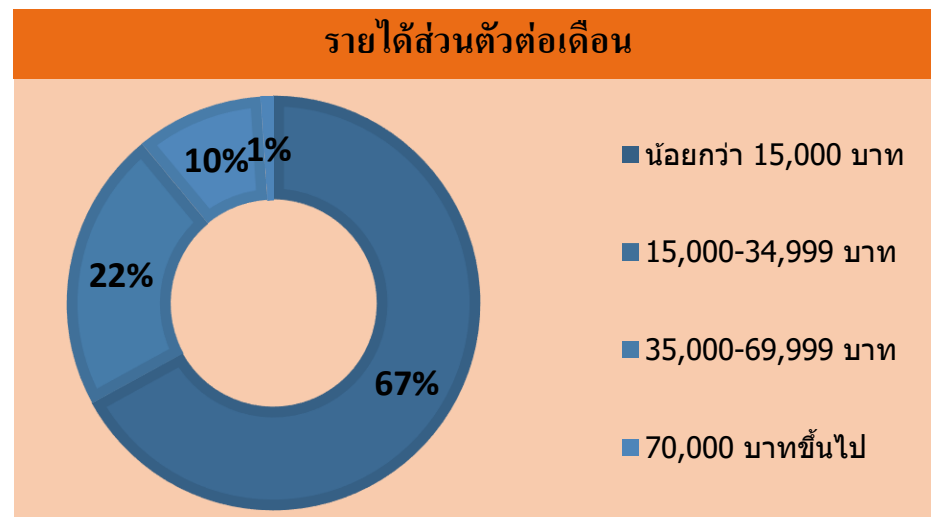
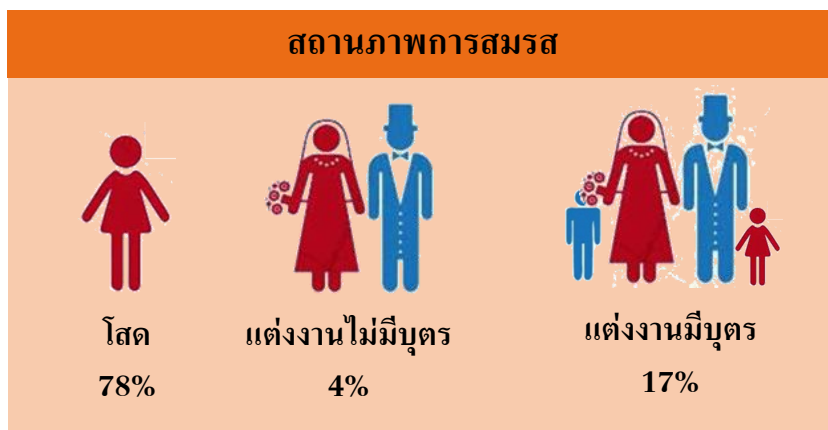
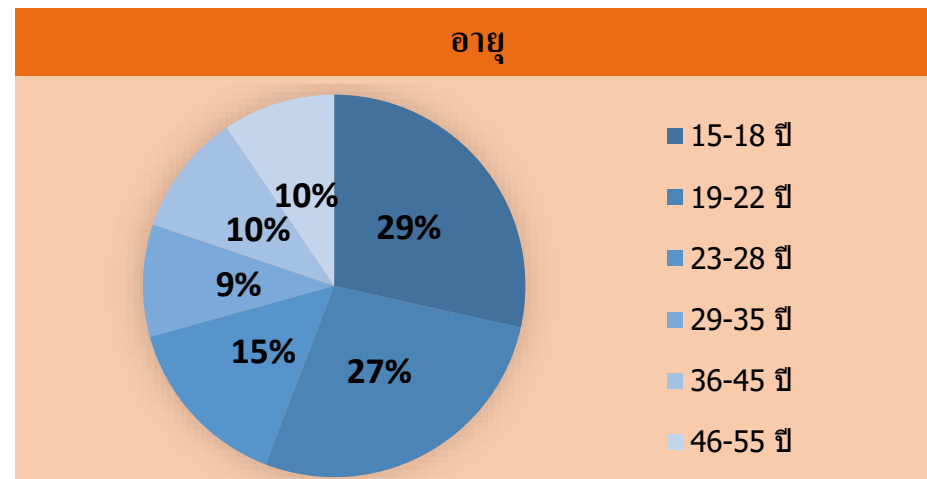
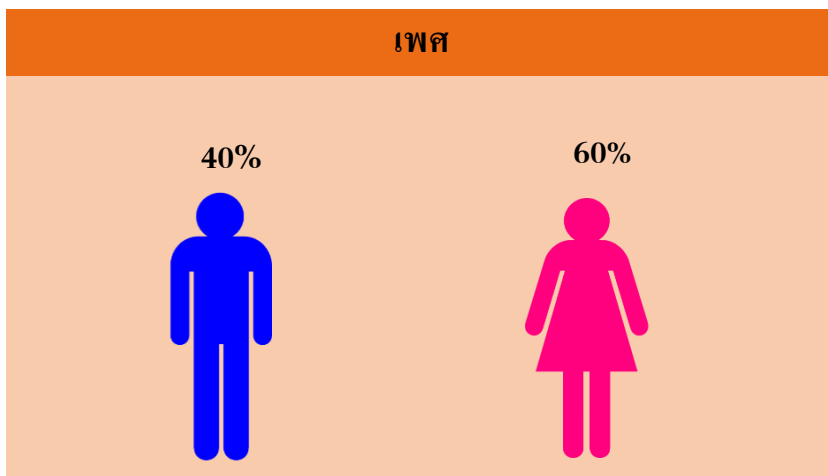
ณ ศูนย์ประชุมนานาชาติ ม.อ. หาดใหญ่

pubat

รายงานผลการสำรวจผู้ชมงานหนังสือระดับภูมิภาค

พฤติกรรมการอ่านหนังสือทั่วไป (โคราช)

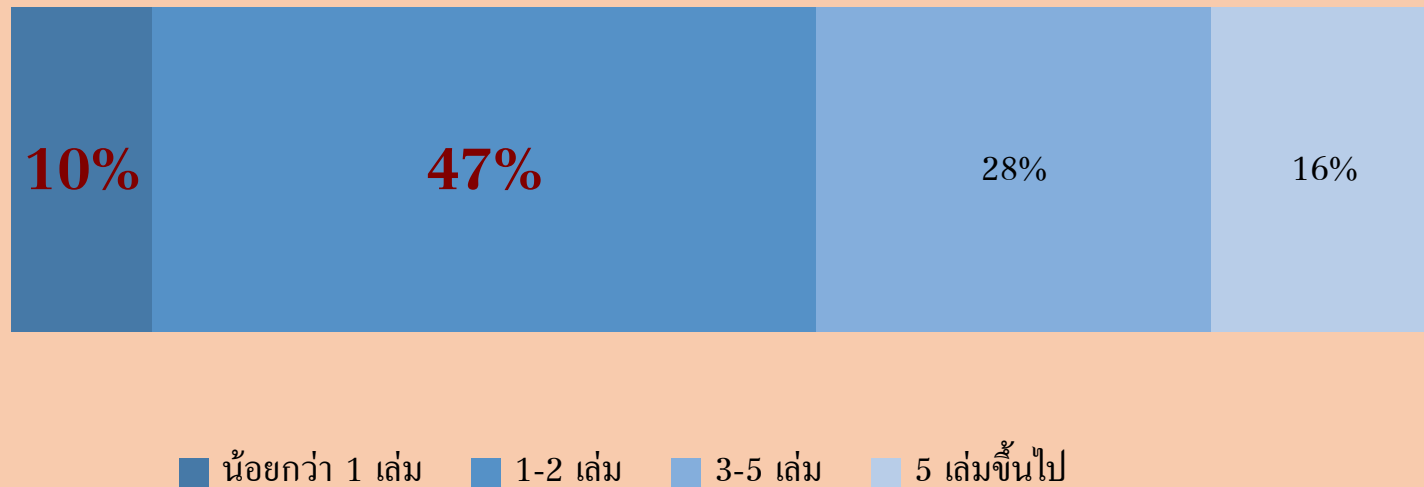
ลักษณะของผู้ให้สัมภาษณ์ (โคราช)



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 505
REF: 1.1/1.2/1.3/1.6

จำนวนหนังสือที่อ่านต่อเดือนโดยเฉลี่ย (โคราช) – 57% ของผู้ให้สัมภาษณ์อ่านหนังสือ ไม่เกิน 2 เล่ม

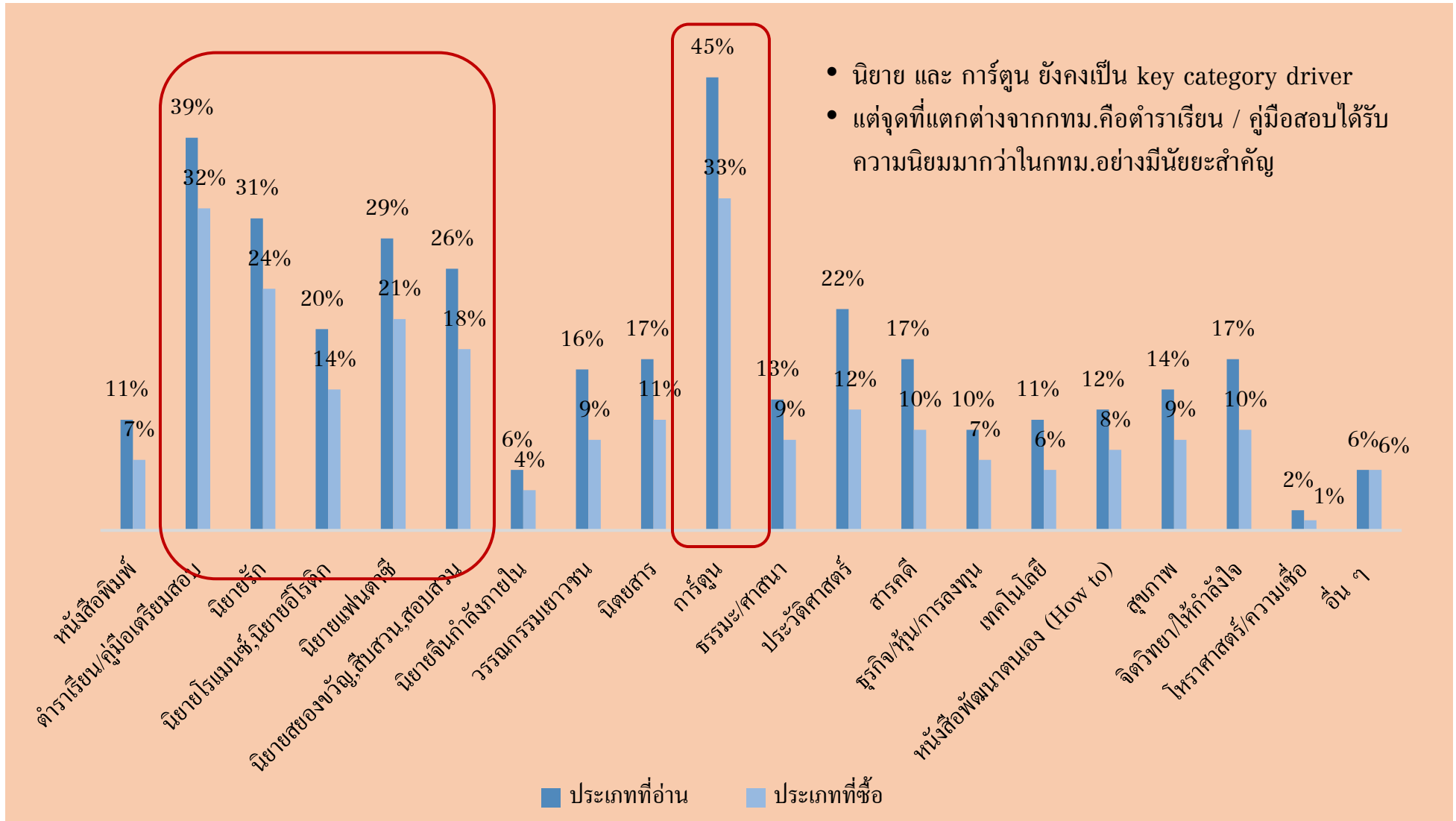
จำนวนหนังสือที่อ่านต่อเดือนโดยเฉลี่ย



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 505

REF: 2.3

ประเภทของหนังสือที่อ่านและซื้อ (โคราช)



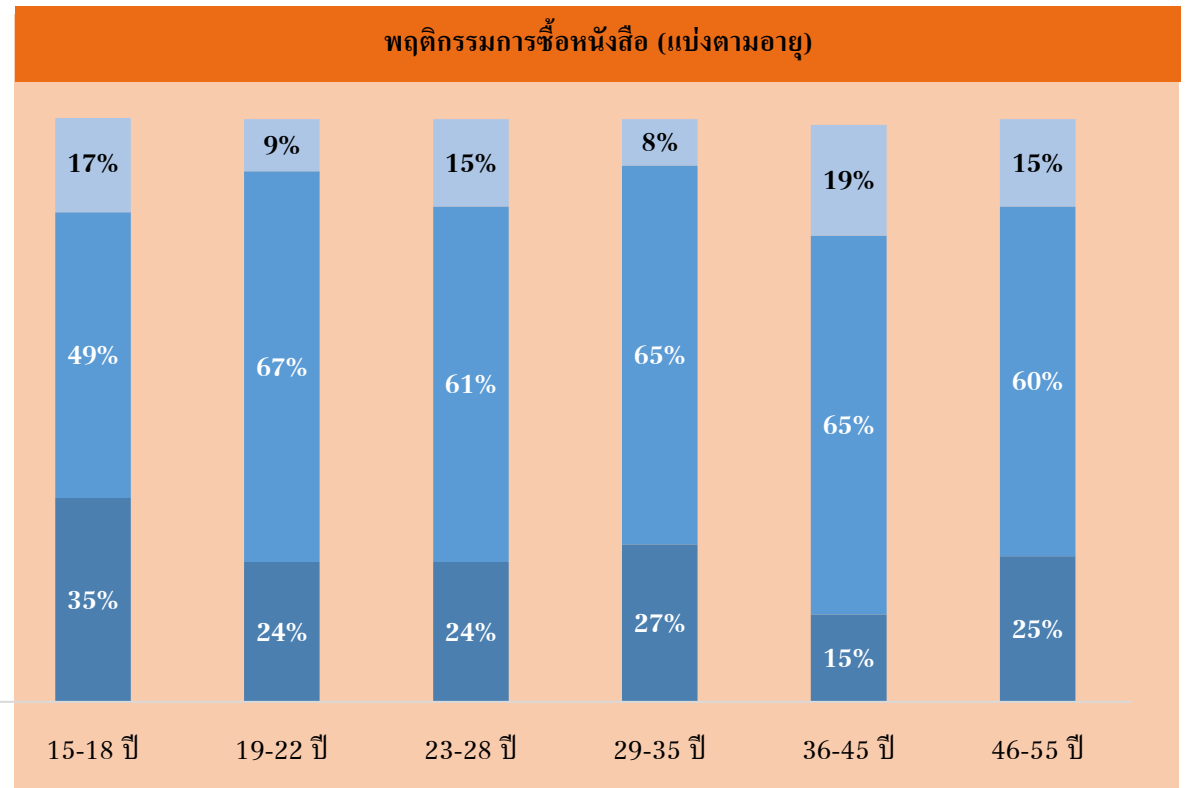
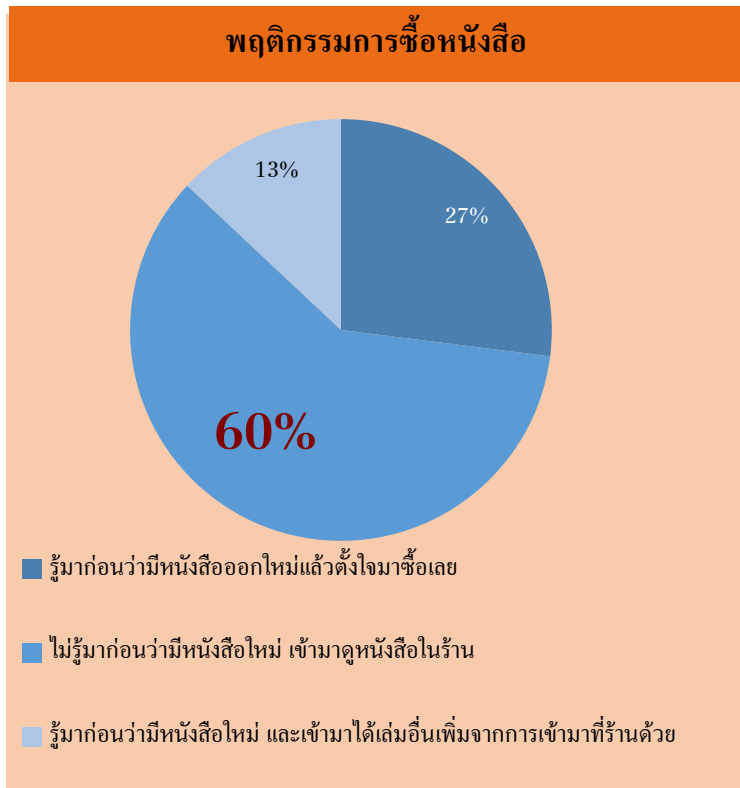
- นิยาย และ การ์ตูน ยังคงเป็น key category driver
- แต่จุดที่แตกต่างจากกทม.คือตำราเรียน / คู่มือสอบได้รับความนิยมนอกเหนือจากในกทม.อย่างมีนัยยะสำคัญ

ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 505 REF: 2.4 / 3.1

พฤติกรรมการซื้อหนังสือ (โคราช)

พฤติกรรมกรซื้อหนังสือ (โคราช)

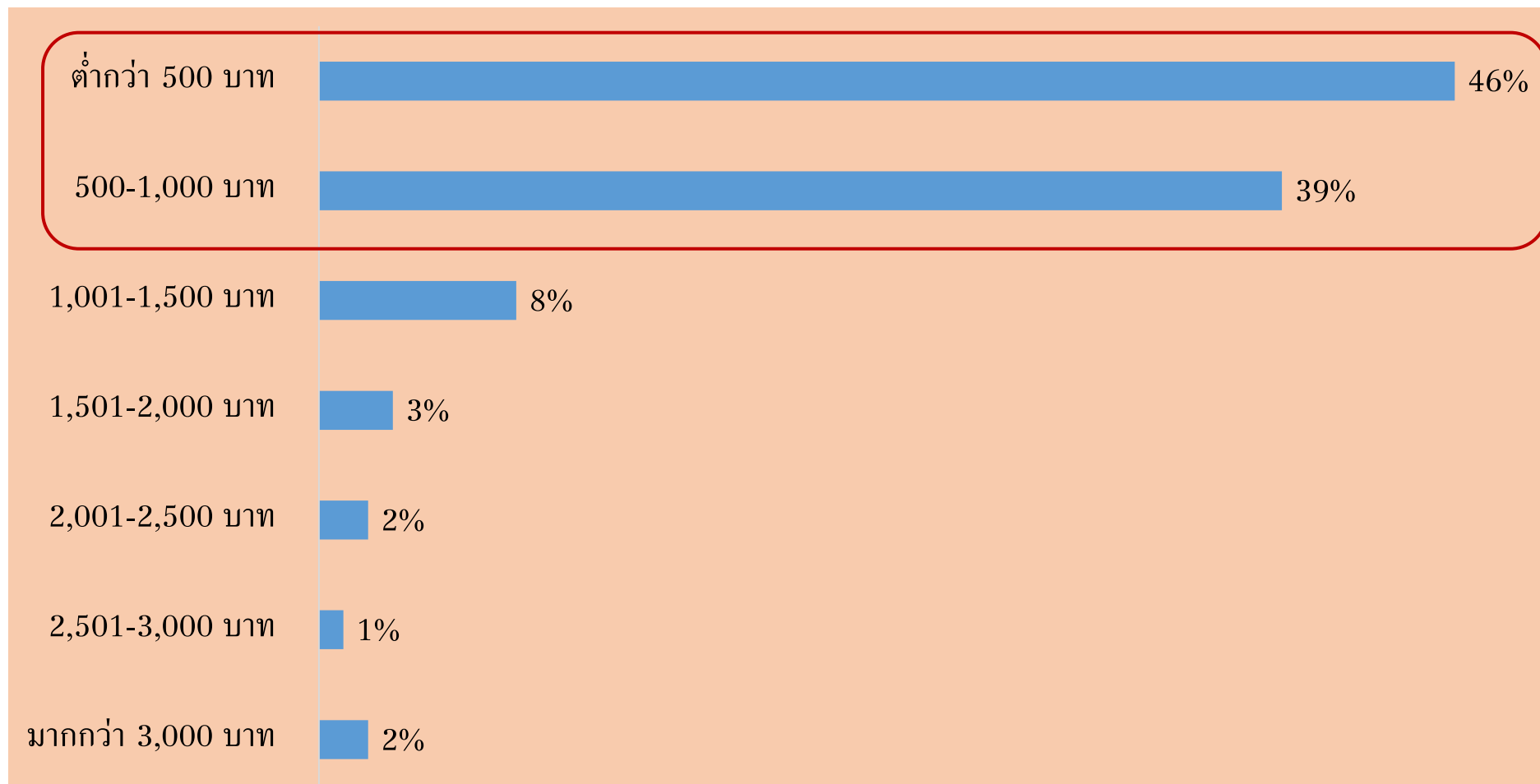
- ในส่วนของพฤติกรรมกรซื้อหนังสือนั้นค่อนข้างจะแตกต่างจากทม.อยู่พอสมควร คือส่วนใหญ่ยังคง**ใช้ร้านค้าเป็นช่องทางหลักในการติดตามความเคลื่อนไหวของหนังสือเล่มใหม่อยู่** เนื่องจากส่วนใหญ่ไม่รู้ว่ามีหนังสือใหม่มาก่อน แต่เข้ามาดูที่ร้าน ซึ่งอาจจะมาจากการที่โดยปกติแล้วร้านหนังสือในตจว.จะวางแผงช้ากว่าในทม.ทำให้ถึงแม้จะรู้วันวางแผงจากทางสำนักพิมพ์หรือนักเขียนอยู่แล้ว ก็ยังต้องเข้ามาตรวจสอบกับที่ร้านอยู่ดี



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 505

REF: 3.3

งบประมาณในการซื้อหนังสือต่อเดือน(โคราช)

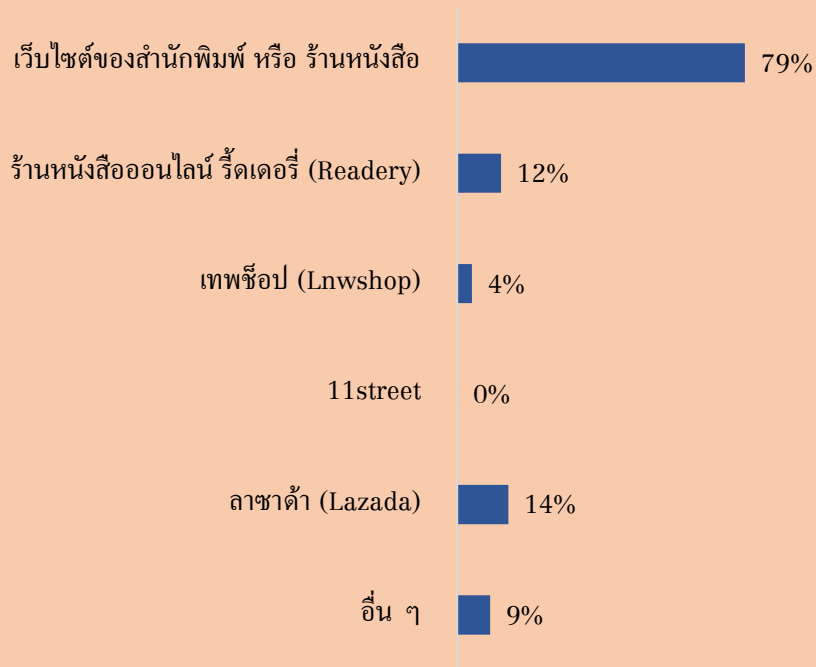


ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 505

REF: 3.2.5

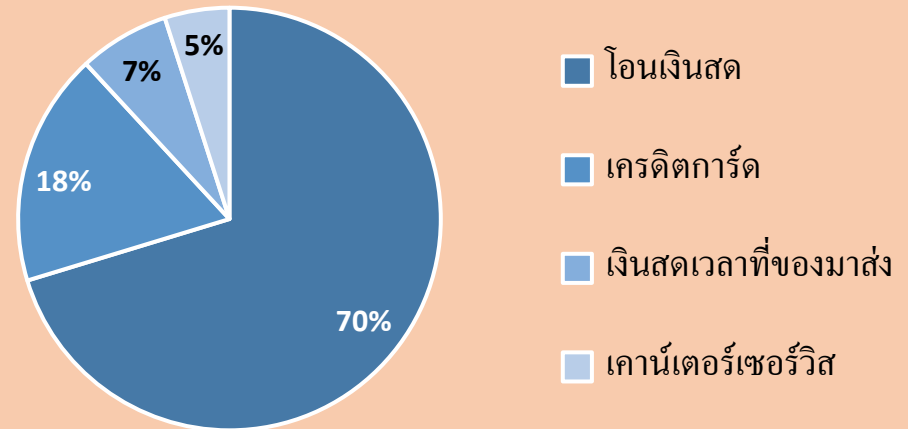
พฤติกรรมการซื้อหนังสือผ่านทางช่องทางออนไลน์(โคราช)

เว็บไซต์ที่ซื้อหนังสือออนไลน์



ฐาน: เฉพาะคนที่ซื้อหนังสือ(เล่ม)ออนไลน์ n = 136
REF: 3.7

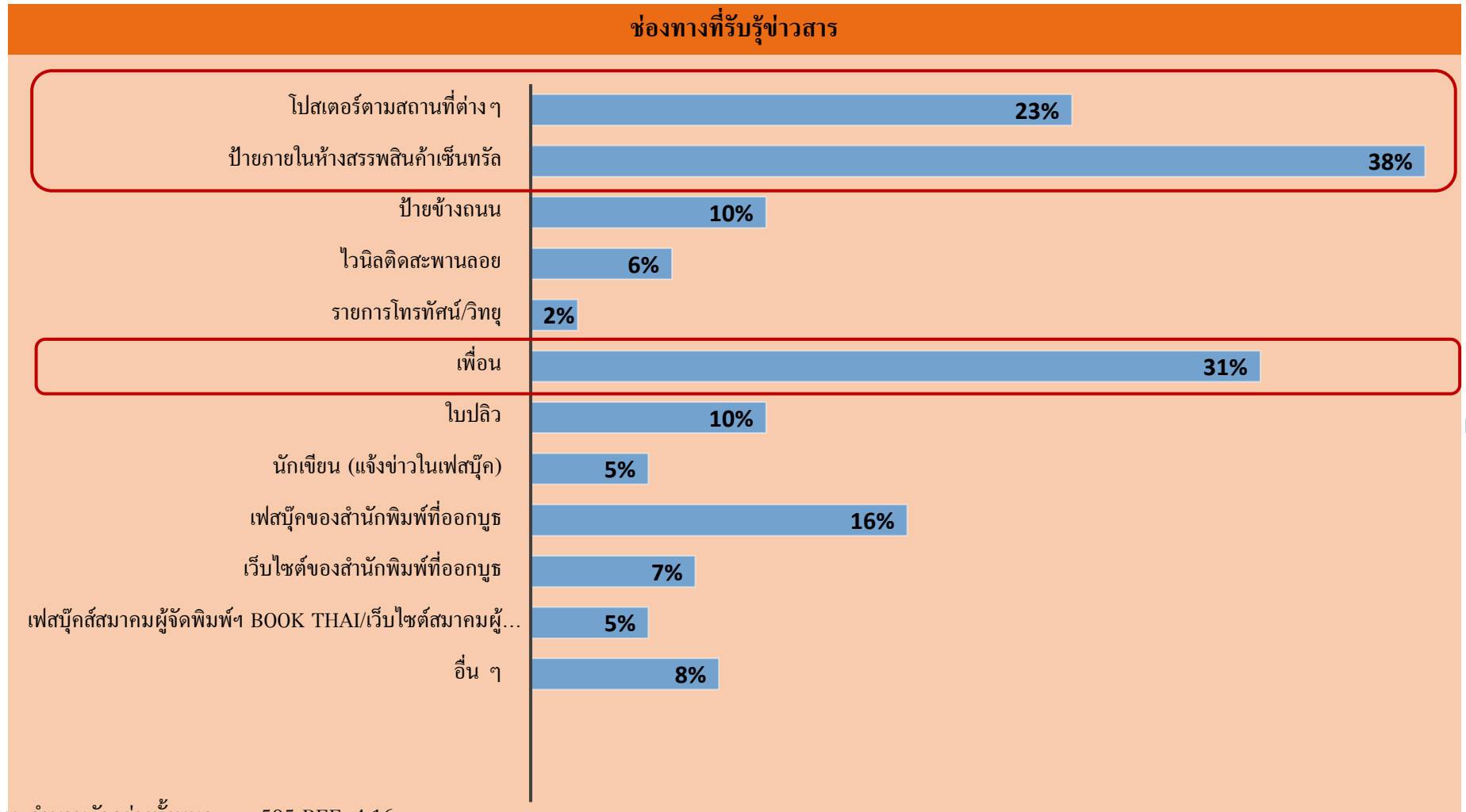
วิธีการชำระเงิน



ฐาน: เฉพาะคนที่ซื้อหนังสือ(เล่ม/อีบุ๊ก) ออนไลน์ n = 153
REF: 3.8

พฤติกรรมต่องานเทศกาลหนังสือโคราชครั้งที่ 1(โคราช)

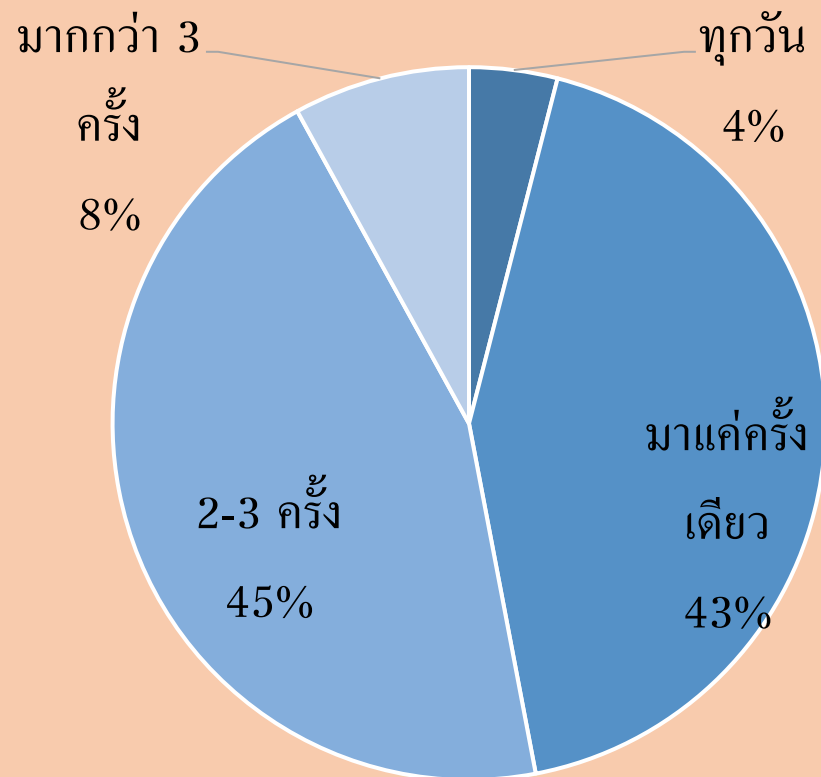
ช่องทางที่รับรู้ข่าวสารของการจัดงาน(โคราซ)



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 505 REF: 4.16

พฤติกรรมการมางานหนังสือ (โคราช)

ความถี่ในการมางานสัปดาห์หนังสือ

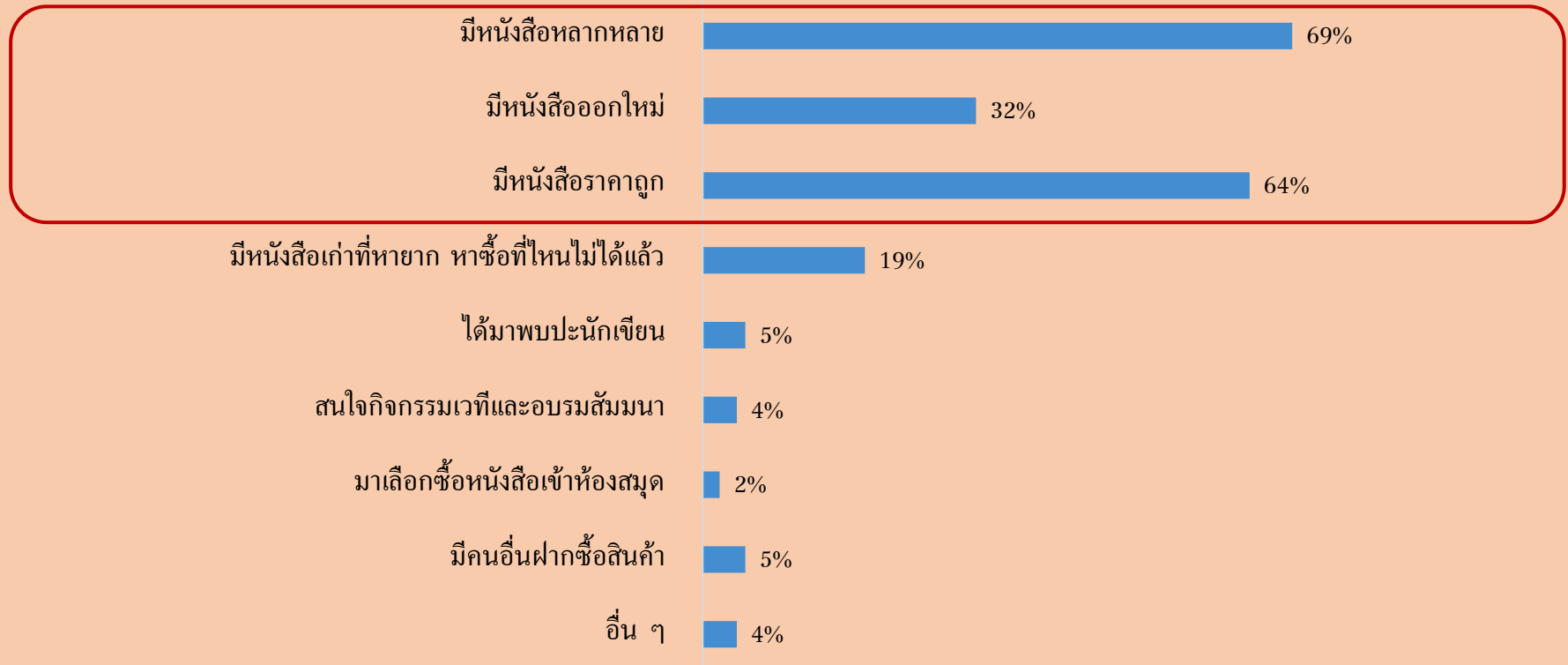


ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 505

REF: 4.3

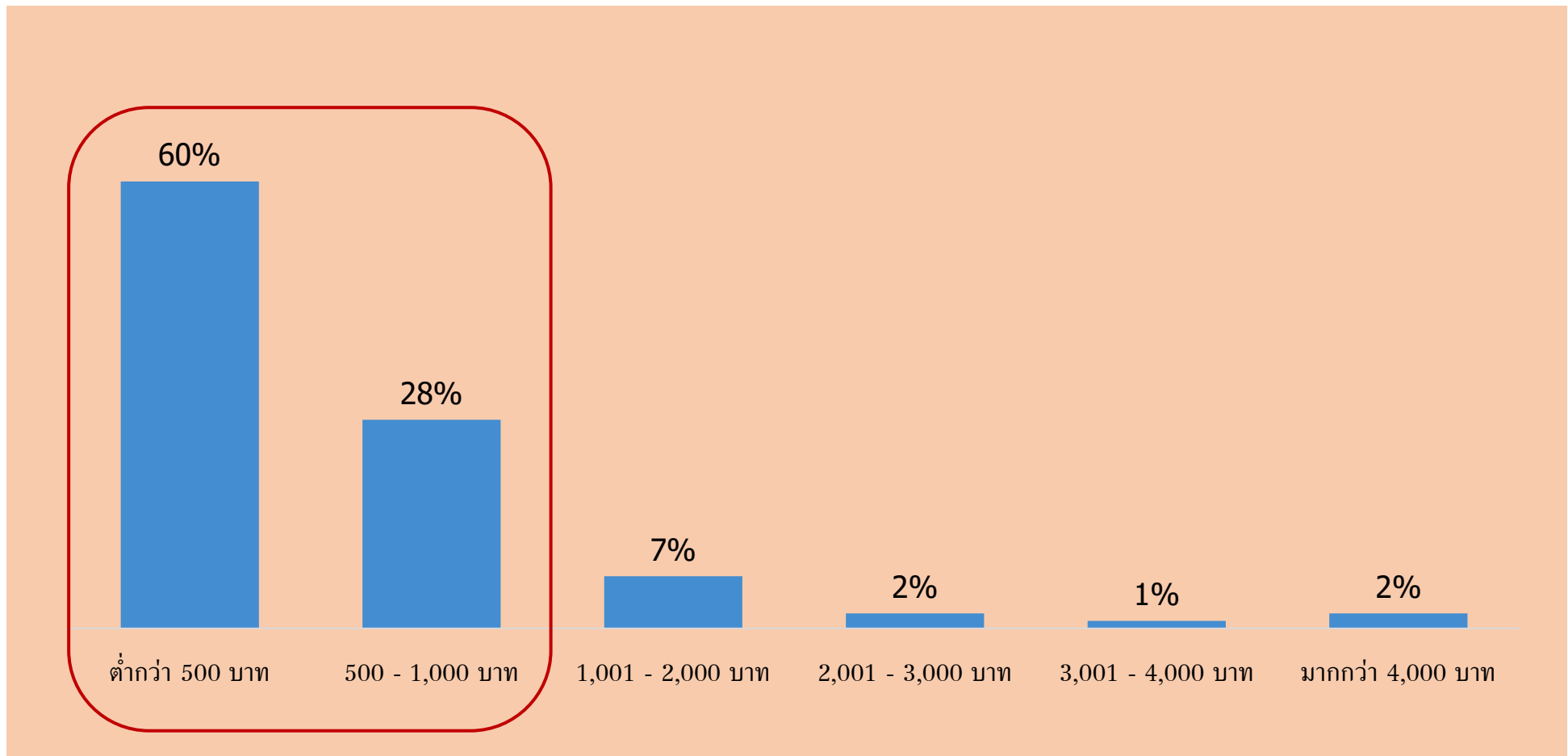
สาเหตุที่มาซื้อหนังสือทำงานหนังสือฯ (โคราช) -- **สาเหตุหลักจะเป็นเรื่องของความหลากหลายและราคาที่ถูก แต่จุดที่น่าสนใจคือ “หนังสือออกใหม่” ที่มีสัดส่วนที่น้อยกว่ากทม.อย่างมีนัยยะสำคัญ**

สาเหตุที่มาซื้อหนังสือทำงาน (ภาพรวม)



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 505 REF: 4.4

ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการซื้อหนังสือภายในงานฯ (โคราช)

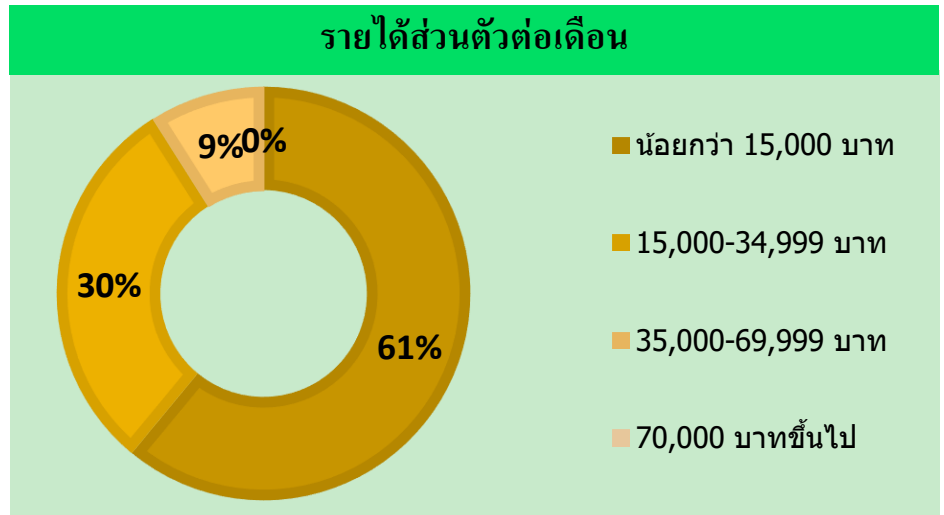
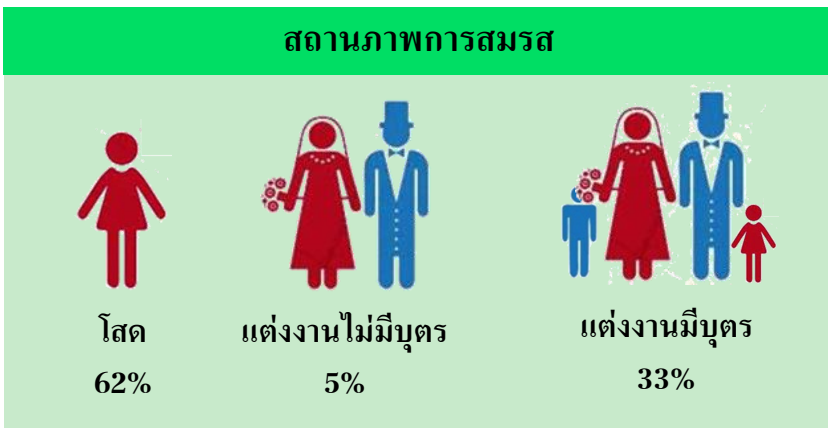
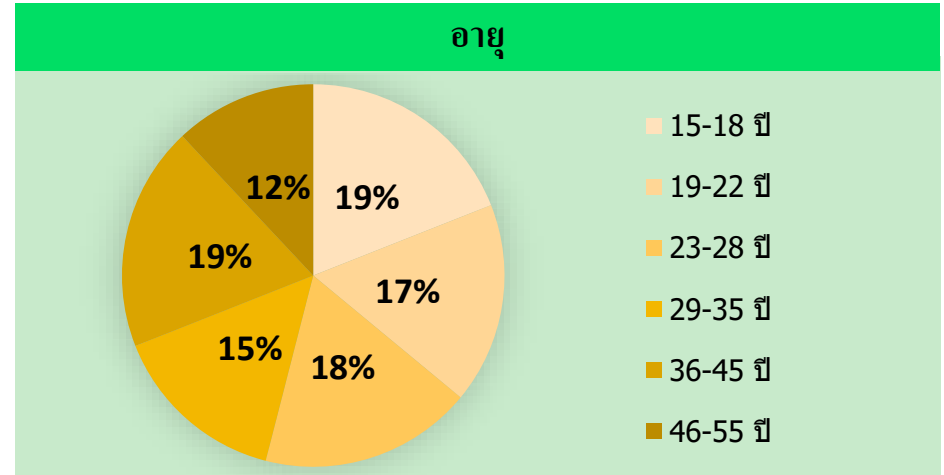
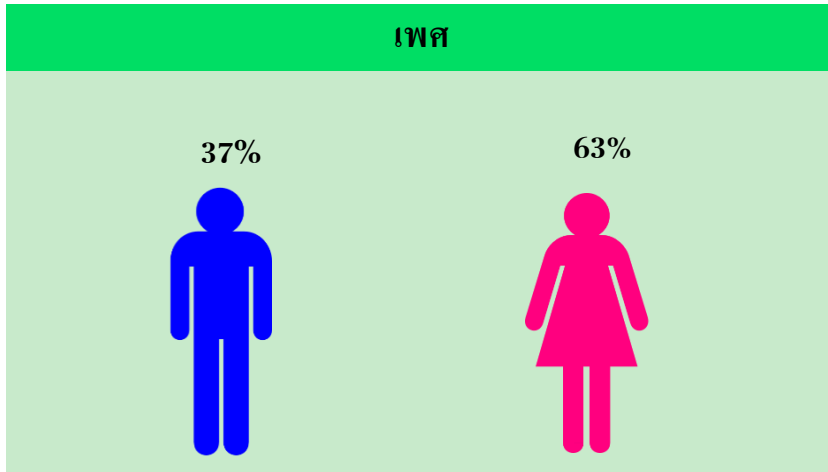


ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 505

REF: 4.8

พฤติกรรมการอ่านหนังสือทั่วไป (อุดรธานี)

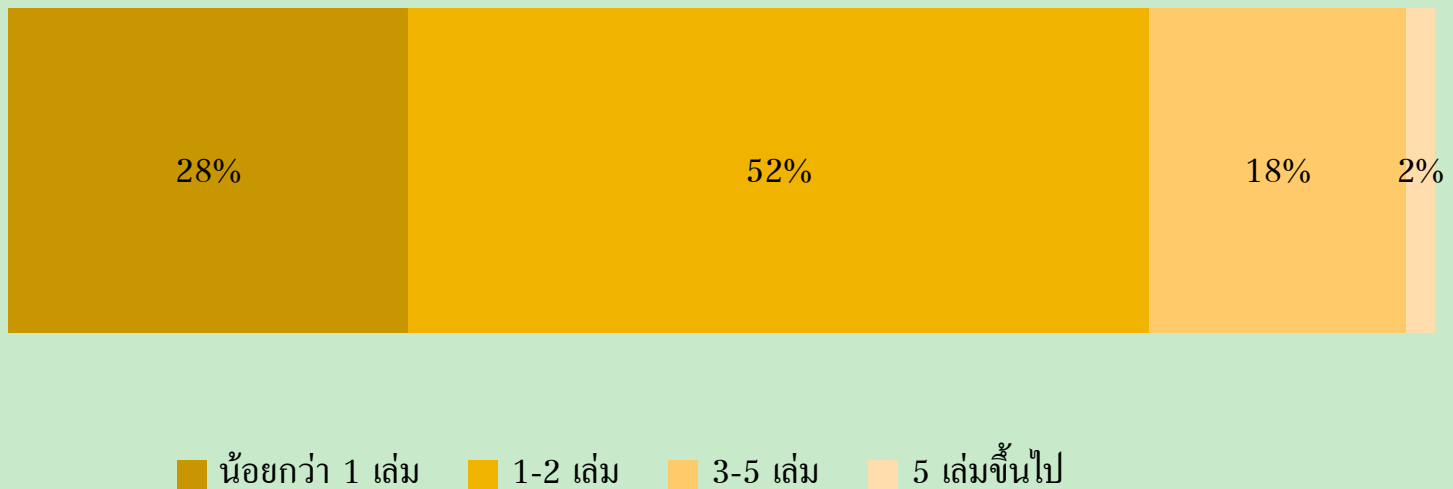
ลักษณะของผู้ให้สัมภาษณ์ (ผู้ครุธานี)



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 779
 REF: 1.1/1.2/1.3/1.6

จำนวนหนังสือที่อ่านต่อเดือนโดยเฉลี่ย (อุครธานี) – *กว่า 80% อ่านหนังสือไม่เกิน 2 เล่มต่อเดือนโดยเฉลี่ย*

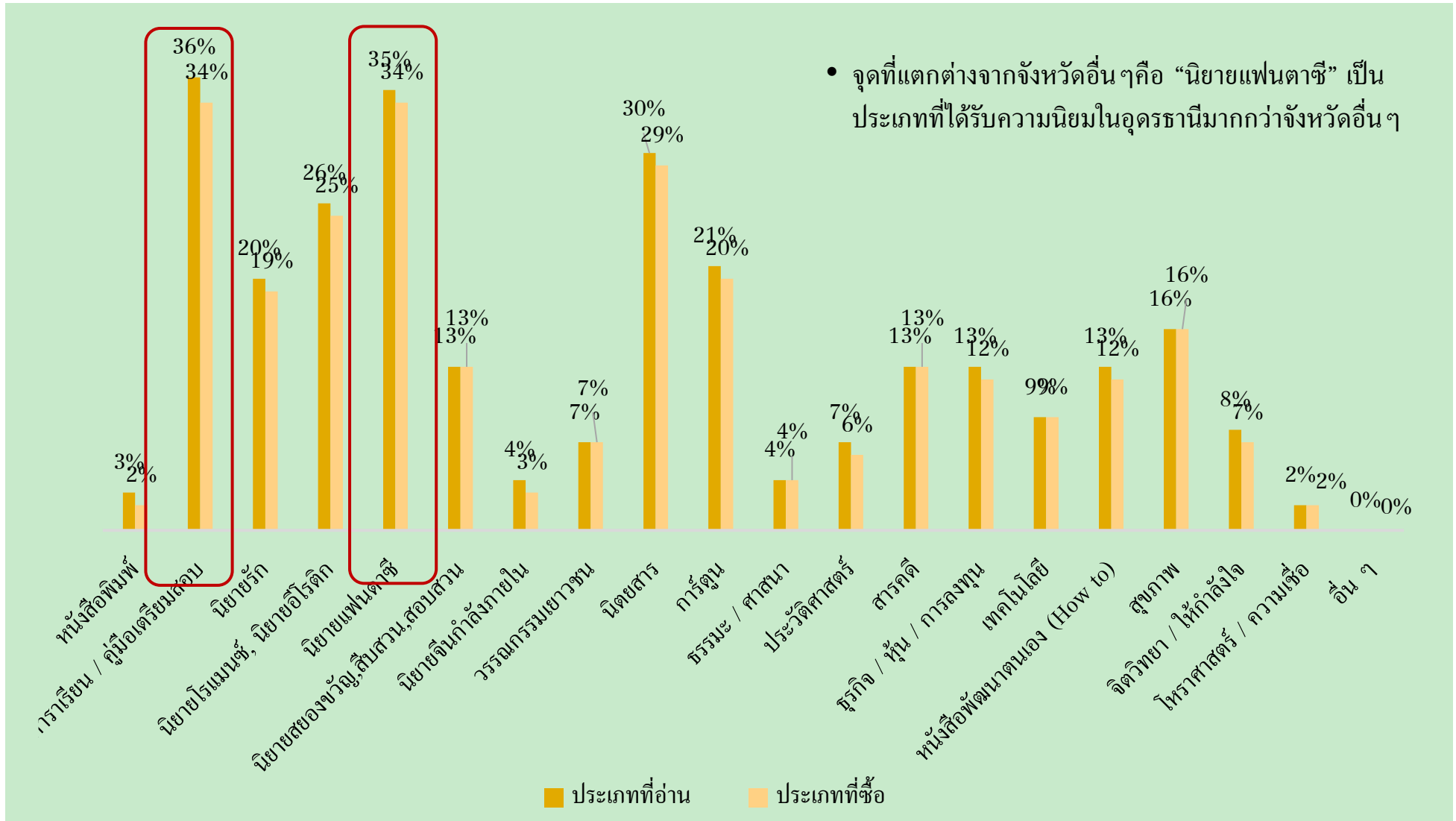
จำนวนหนังสือที่อ่านต่อเดือนโดยเฉลี่ย



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 779

REF: 2.3

ประเภทของหนังสือที่อ่านและซื้อ (อุดรธานี)

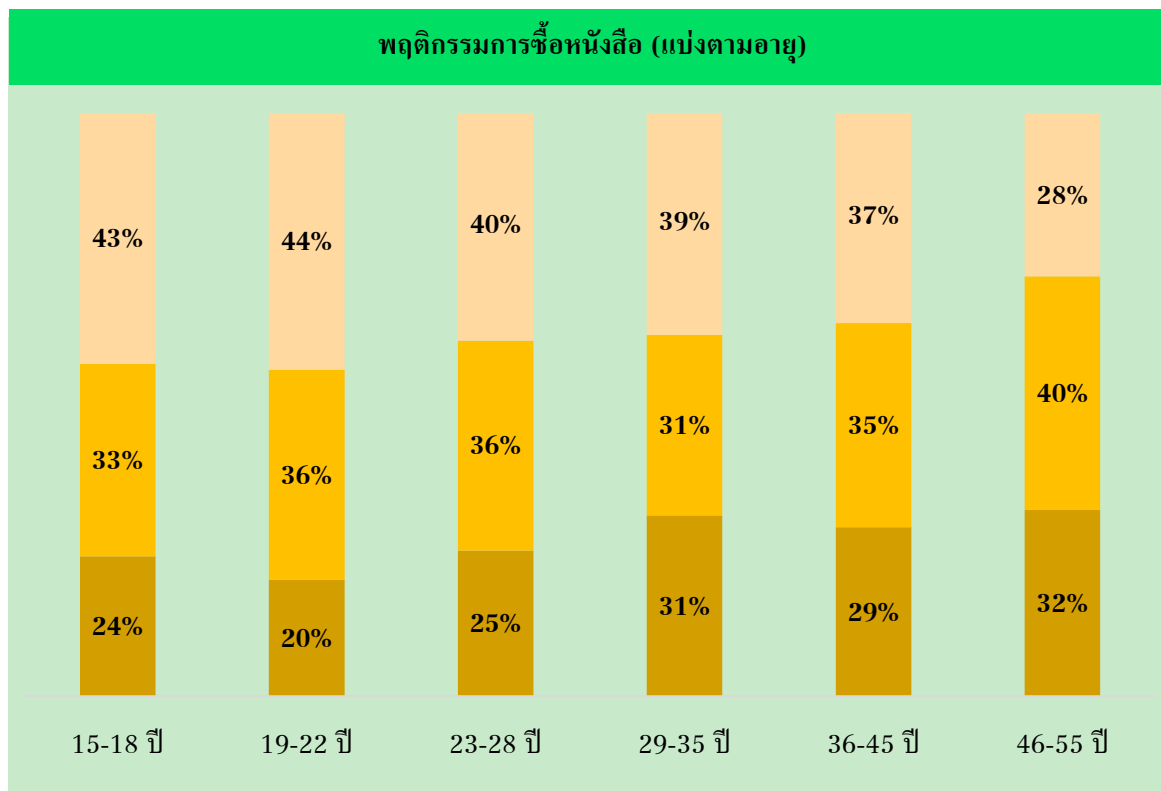
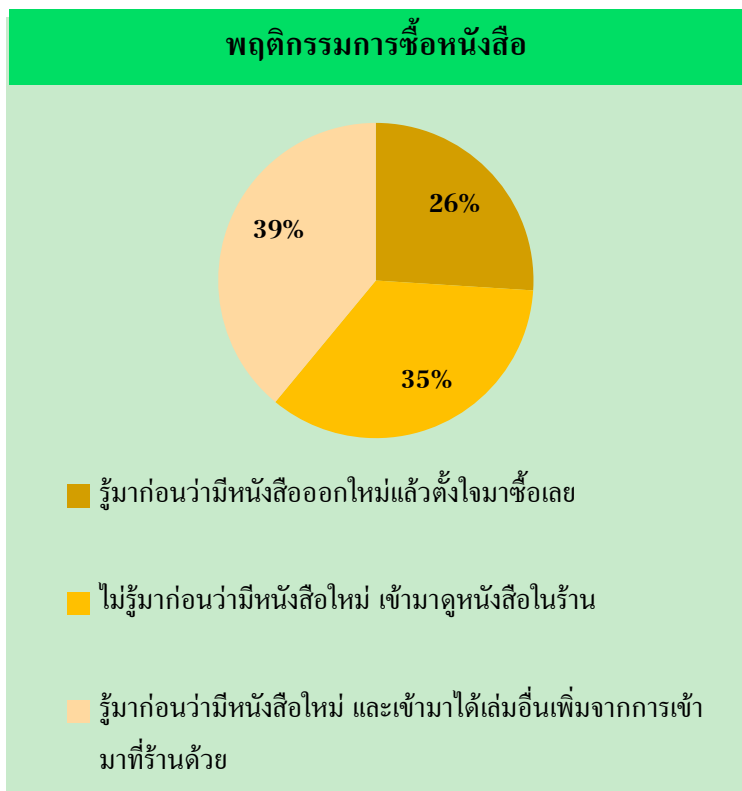


ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 779 REF: 2.4 / 3.1

พฤติกรรมการซื้อหนังสือ (อุดรธานี)

พฤติกรรมกรซื้อหนังสือ (อุดรธานี)

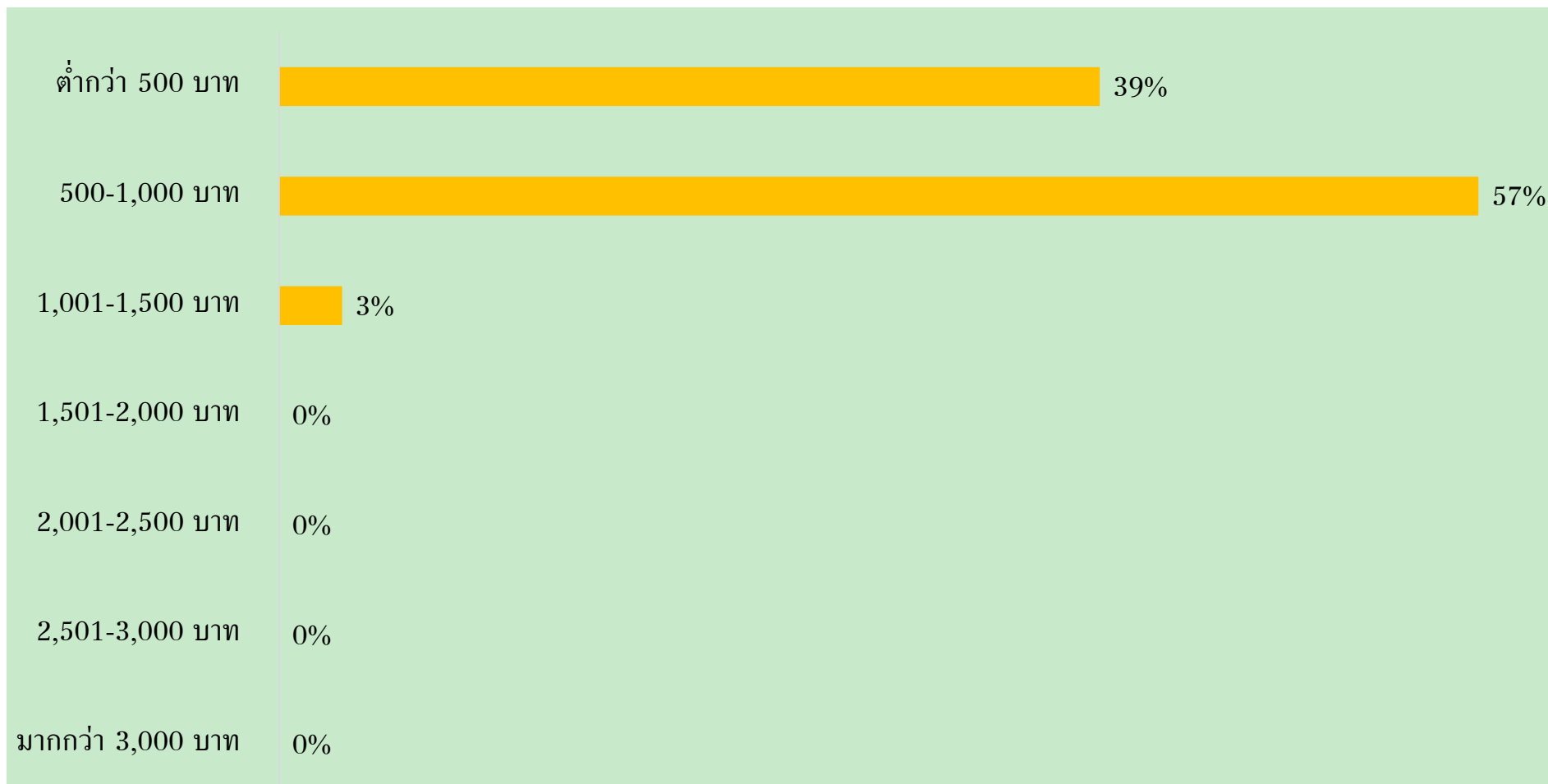
- ในส่วนของพฤติกรรมกรซื้อหนังสือนั้นค่อนข้างจะแตกต่างจากทม.และโคราชอยู่พอสมควร คือ **มีสัดส่วนระหว่างที่รู้ว่าหนังสือใหม่มากกว่ากลุ่มที่ไม่รู้ อย่างมีนัยยะสำคัญ** แต่ในกลุ่มที่รู้ว่าหนังสือใหม่ก็จะได้หนังสือเล่มอื่นเพิ่มเติมด้วยเวลาที่มาซื้อที่ร้าน แสดงให้เห็นว่าคนกลุ่มนี้สามารถมีการ upsell ได้ง่ายกว่าเหลืออยู่ ณ จุดขาย -- จุดนี้แตกต่างจากทม.ที่ส่วนใหญ่จะรับรู้ว่ามีหนังสือใหม่และค่อนข้างเฉพาะเจาะจงในการเข้ามาซื้อ มักไม่ได้หนังสือเล่มอื่นเพิ่มเติม



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 779

REF: 3.3

งบประมาณในการซื้อหนังสือต่อเดือน(อุดรธานี)



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 779

REF: 3.2.5

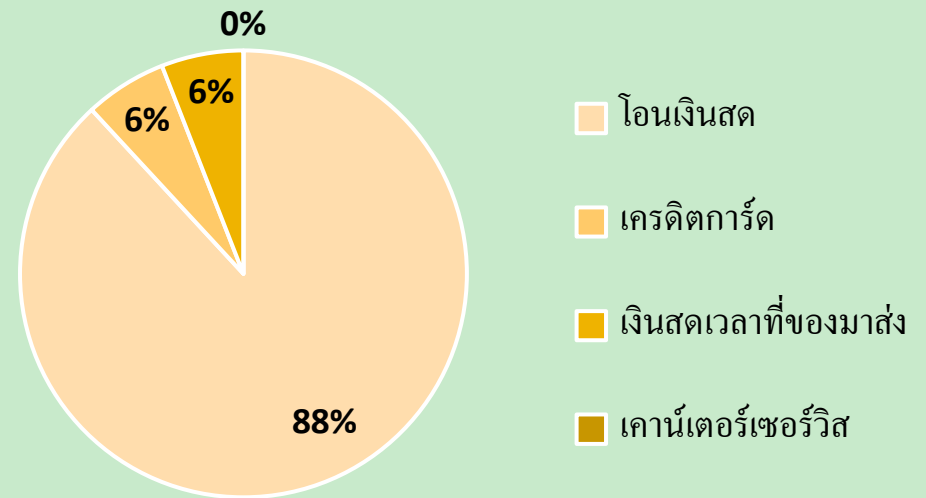
พฤติกรรมการซื้อหนังสือผ่านทางช่องทางออนไลน์(อุดรธานี)

เว็บไซต์ที่ซื้อหนังสือออนไลน์



ฐาน: เฉพาะคนที่ซื้อหนังสือ(เล่ม)ออนไลน์ n = 282
REF: 3.7

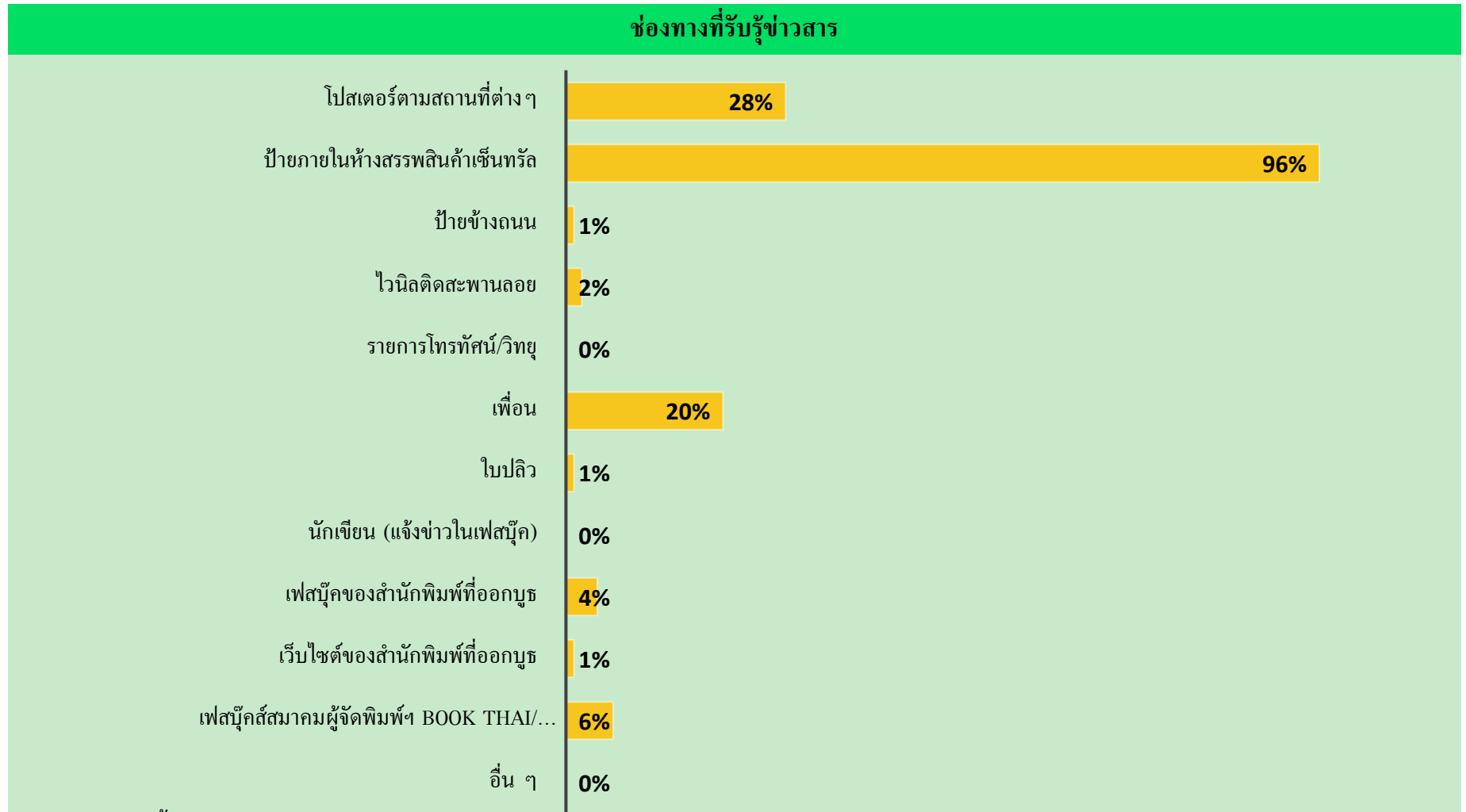
วิธีการชำระเงิน



ฐาน: เฉพาะคนที่ซื้อหนังสือ(เล่ม/อีบุ๊ก) ออนไลน์ n = 287
REF: 3.8

ความรู้สึกต่องานหนังสือฯ (อุดรธานี)

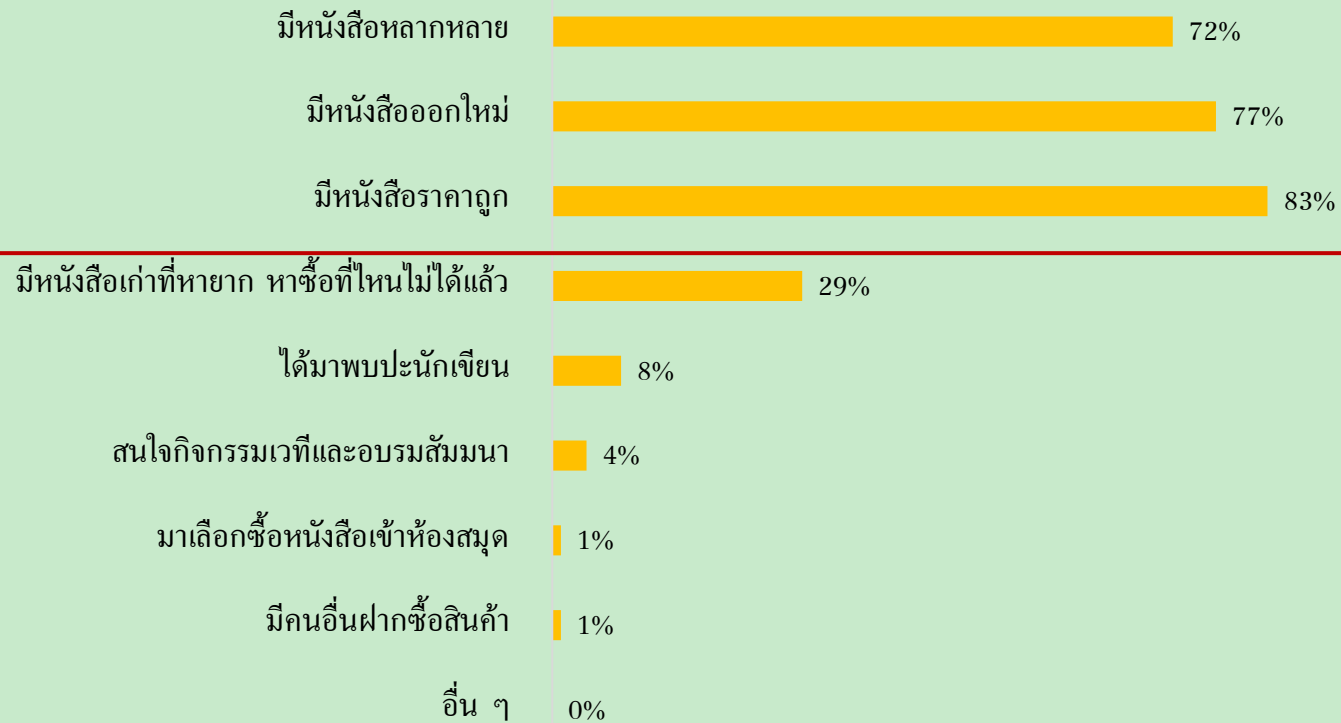
ช่องทางที่รับรู้ข่าวสารของการจัดงาน(อุดรธานี)



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 779 REF: 4.16

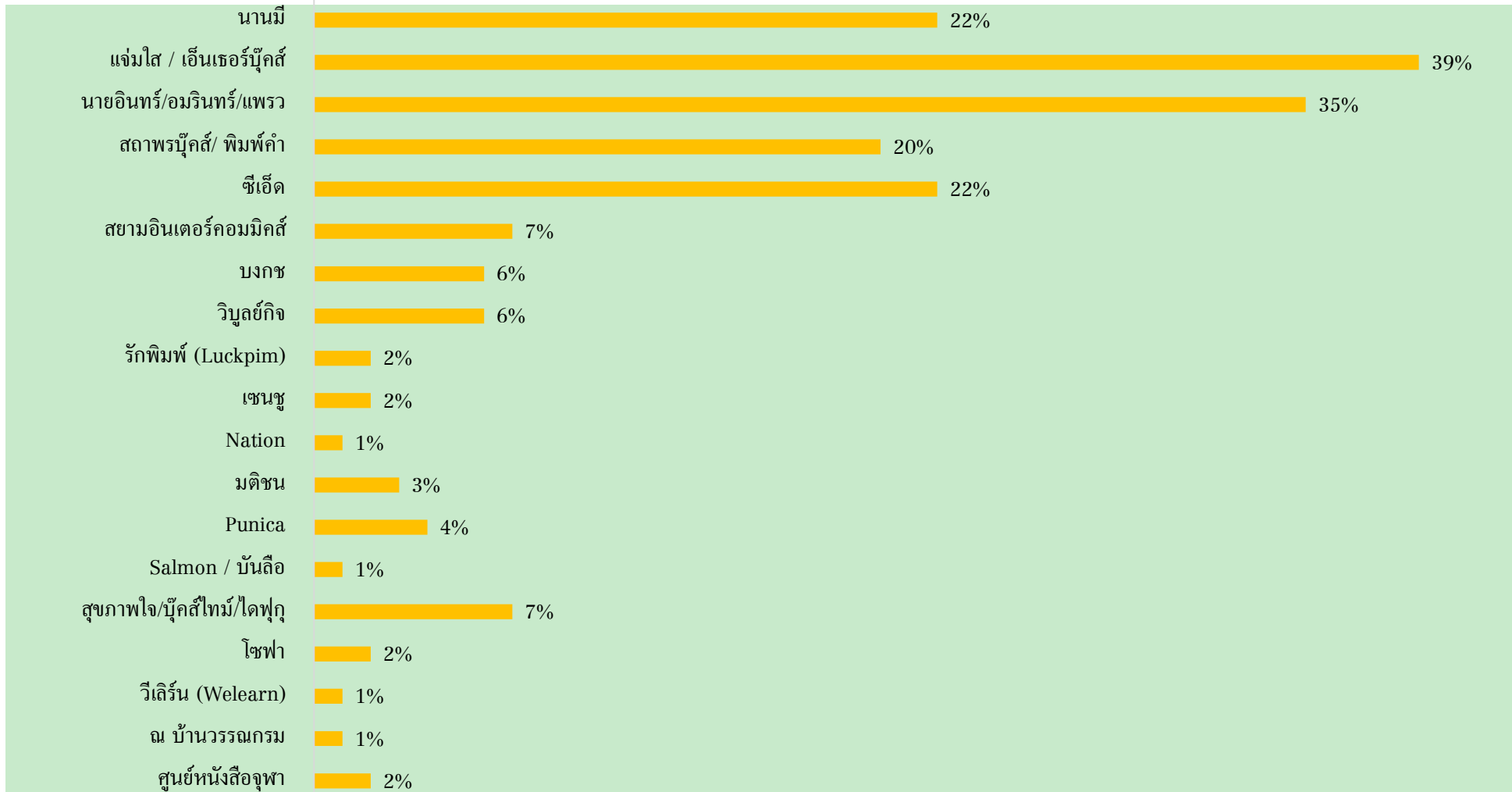
สาเหตุที่มาซื้อหนังสือทำงานหนังสือฯ (อุดรธานี)

สาเหตุที่มาซื้อหนังสือทำงาน (ภาพรวม)



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 779 REF: 4.4

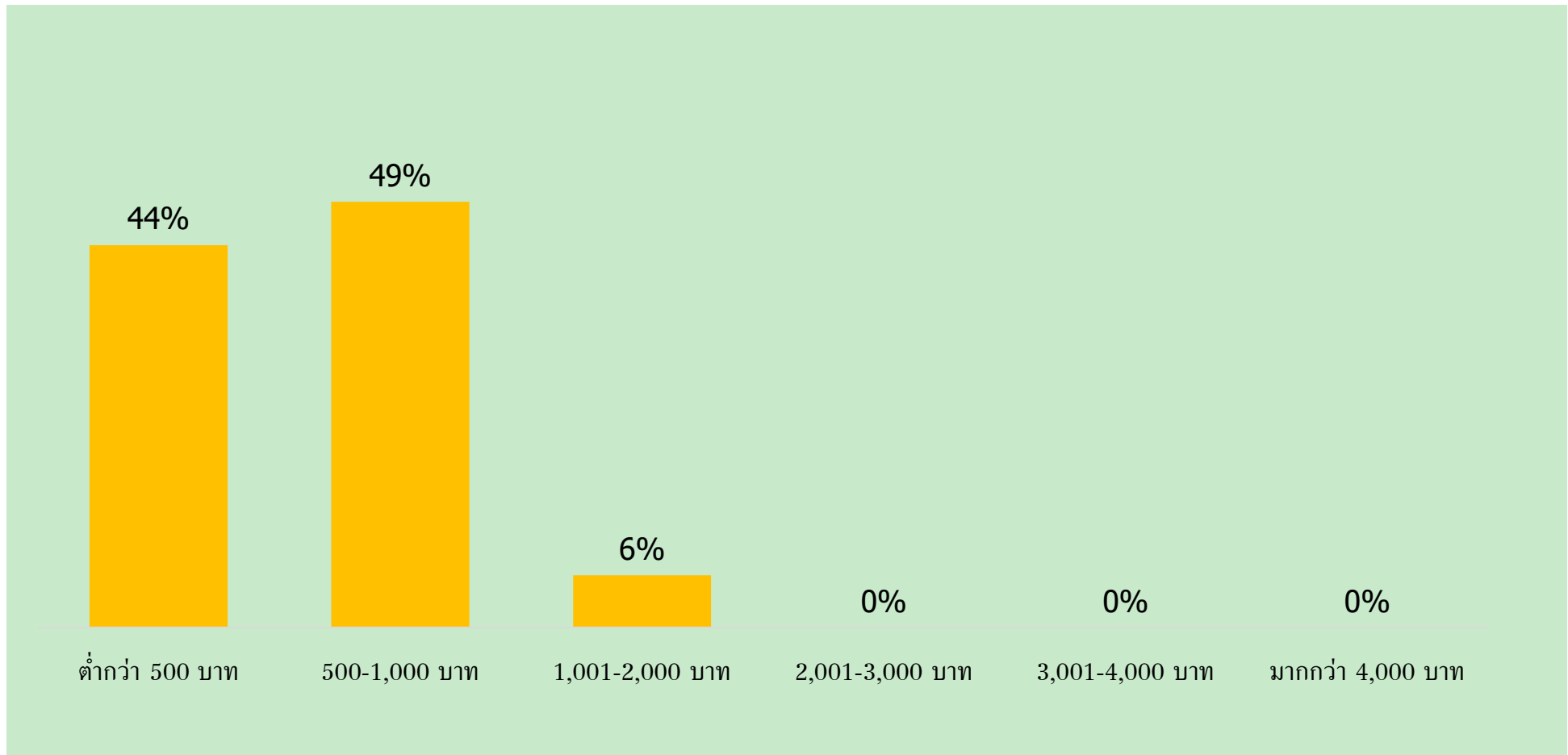
สนพ.ที่สนใจมาซื้อหนังสือ (รวม) (อุดรธานี) -- **แจ่มใสและอมรินทร์เป็นสนพ.ที่คนให้ความสนใจที่จะมาซื้อมากที่สุด**



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 779

REF: 4.6

ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการซื้อหนังสือภายในงานฯ (อุดรธานี)

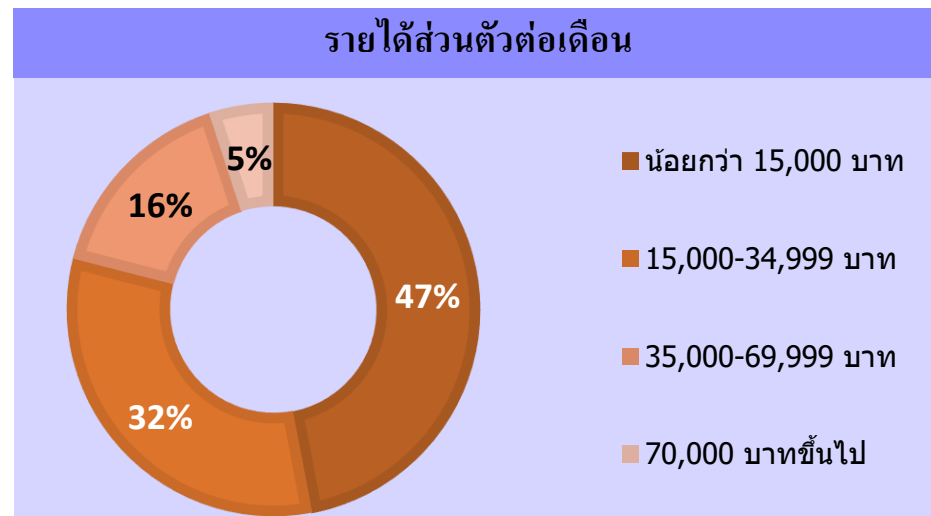
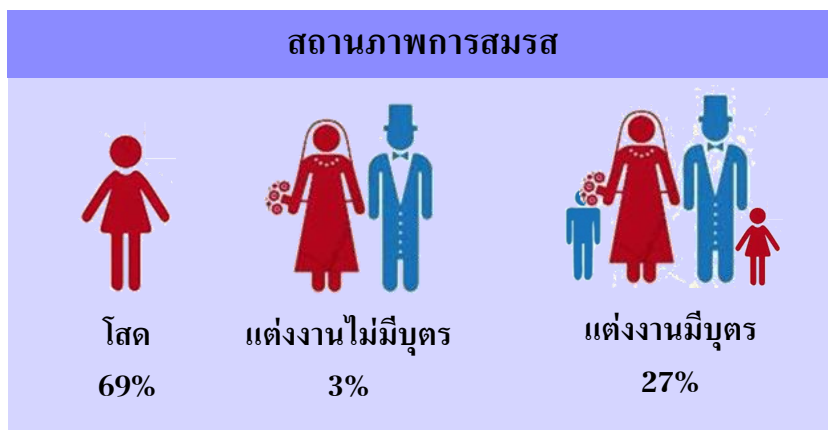
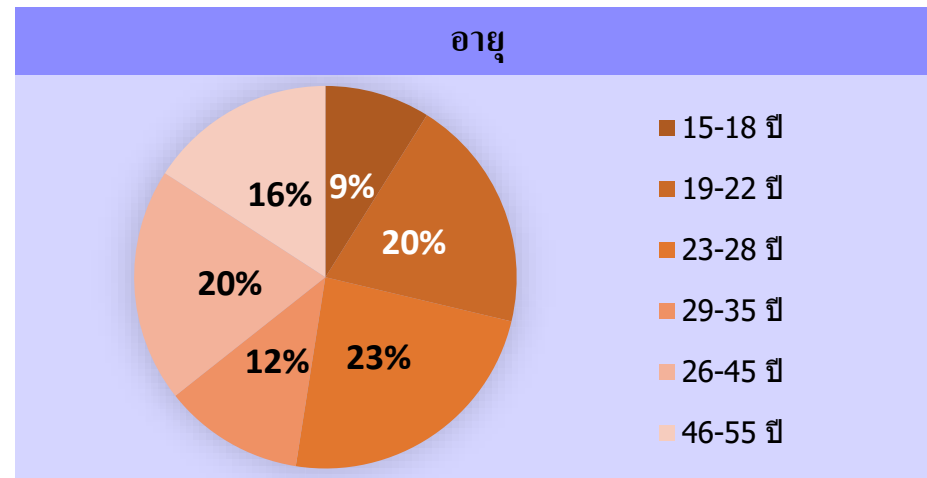
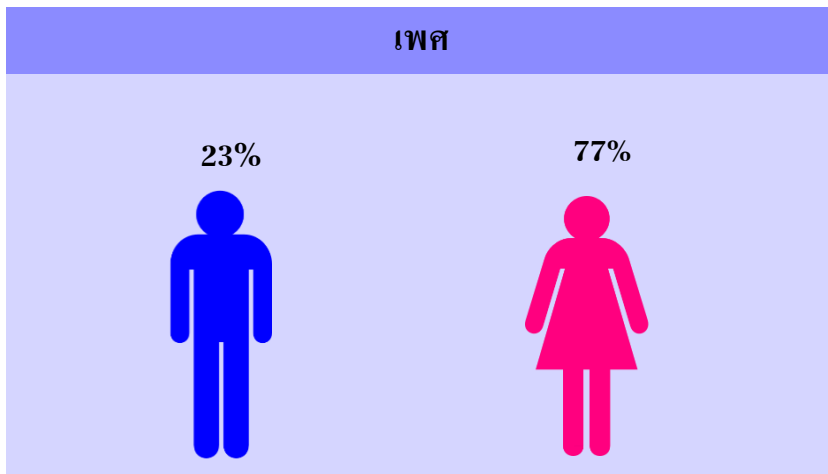


ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 779

REF: 4.8

พฤติกรรมการอ่านหนังสือทั่วไป (หาดใหญ่)

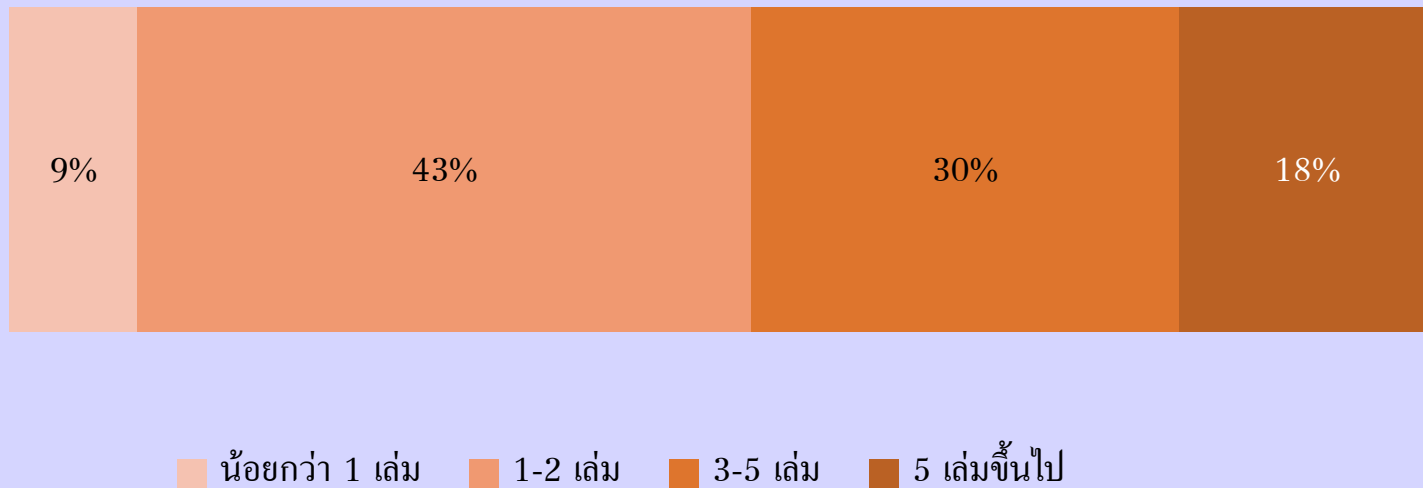
ลักษณะของผู้ให้สัมภาษณ์ (หาดใหญ่)



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 259
REF: 1.1/1.2/1.3/1.6

จำนวนหนังสือที่อ่านต่อเดือนโดยเฉลี่ย (หาดีใหญ่)

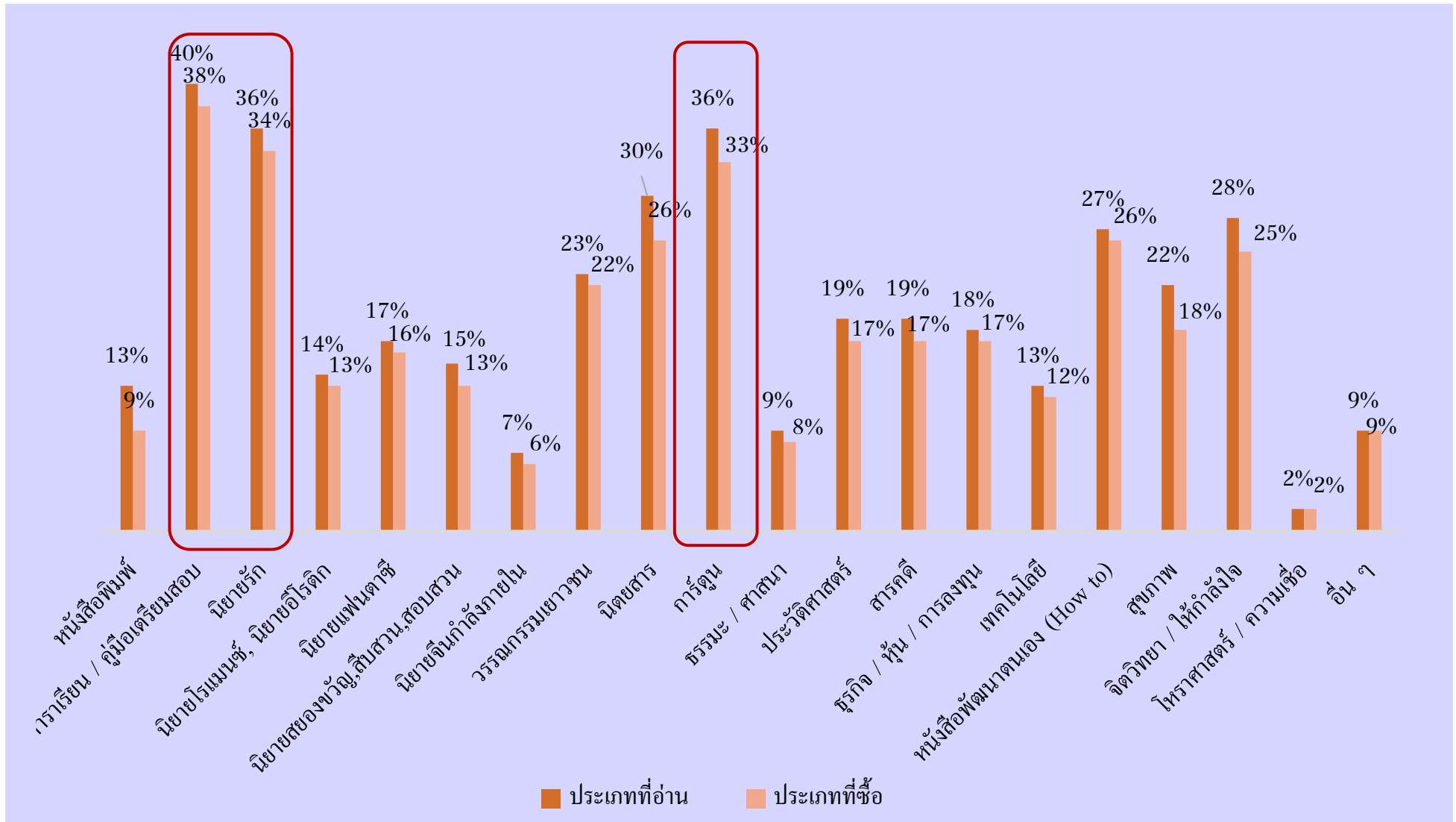
จำนวนหนังสือที่อ่านต่อเดือนโดยเฉลี่ย



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 259

REF: 2.3

ประเภทของหนังสือที่อ่านและซื้อ (ภาคใหญ่)

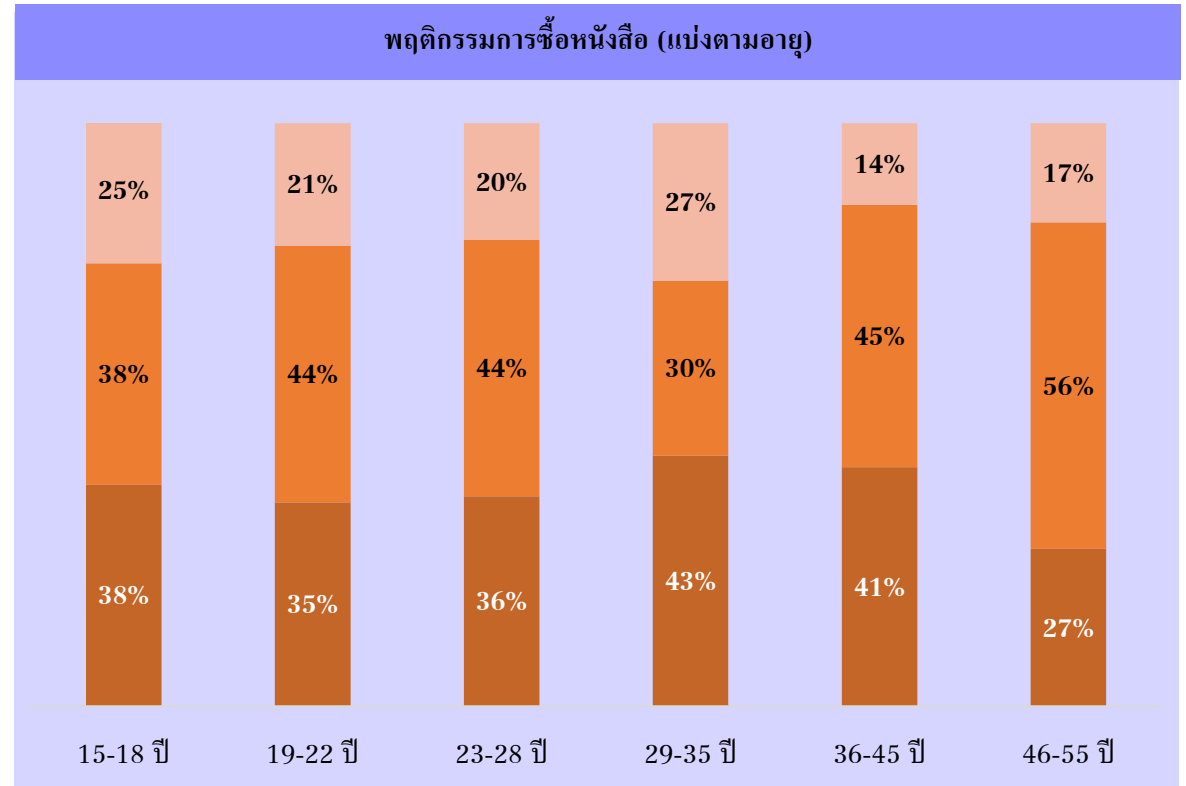
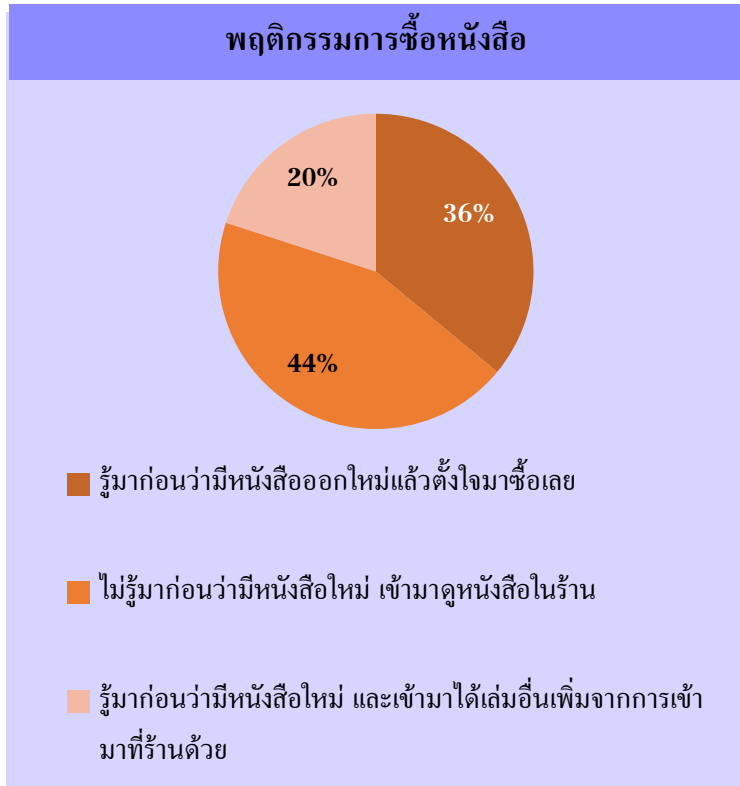


ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 259 REF: 2.4 / 3.1

พฤติกรรมการซื้อหนังสือ (หาดใหญ่)

พฤติกรรมกรซื้อหนังสือ (หาดใหญ่)

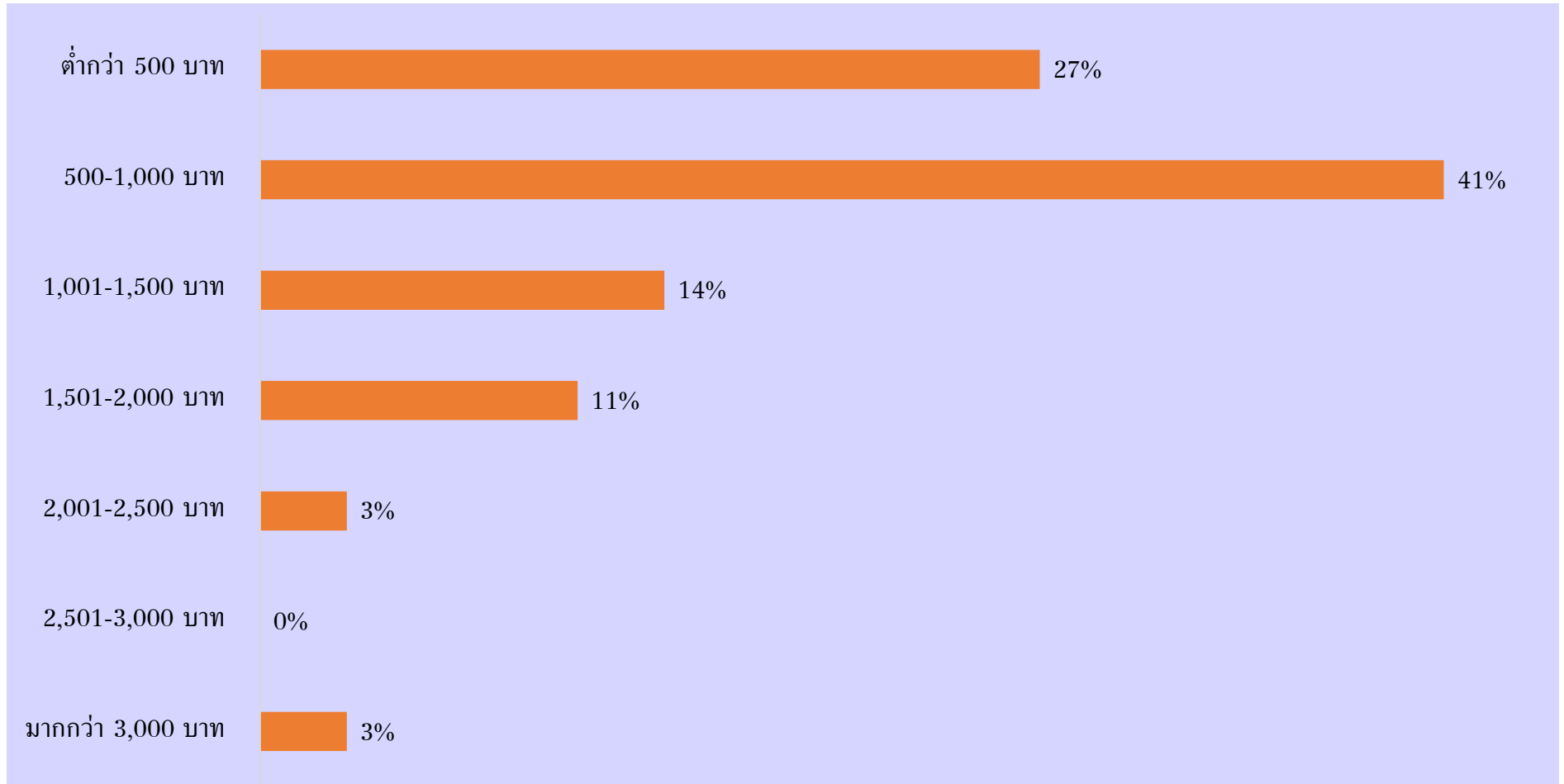
- ในส่วนของพฤติกรรมกรซื้อหนังสือของชาวหาดใหญ่นั้น **สัดส่วนของกลุ่มคนที่รู้และไม่รู้ว่าีหนังสือใหม่ก่อนข้างใกล้เคียงกัน** แต่ในกลุ่มคนที่รู้ว่าีหนังสือใหม่นั้น ส่วนใหญ่จะค่อนข้างเฉพาเจาะจงและตั้งใจเข้ามาซื้อเลย



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 259

REF: 3.3

งบประมาณในการซื้อหนังสือต่อเดือน(ขนาดใหญ่)

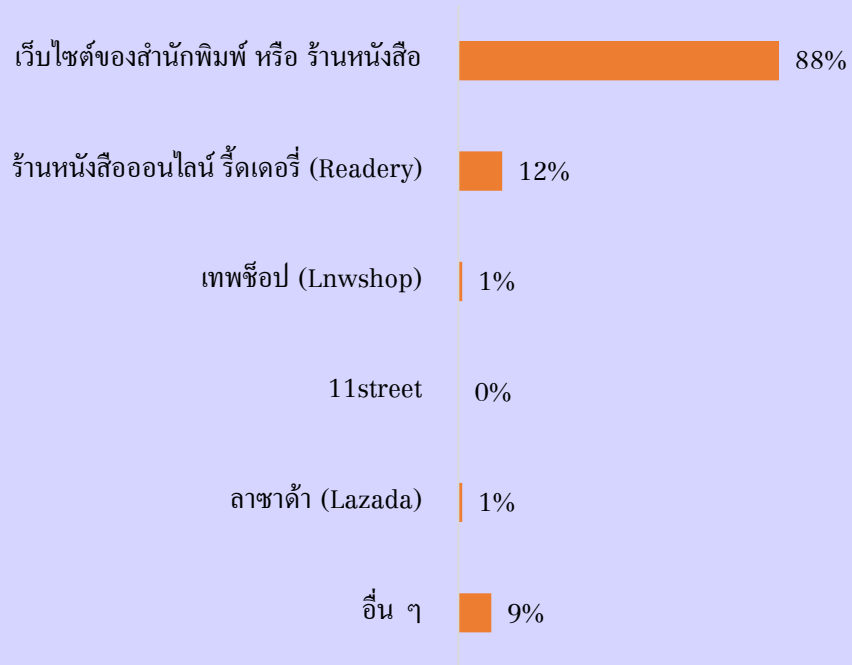


ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 259

REF: 3.2.5

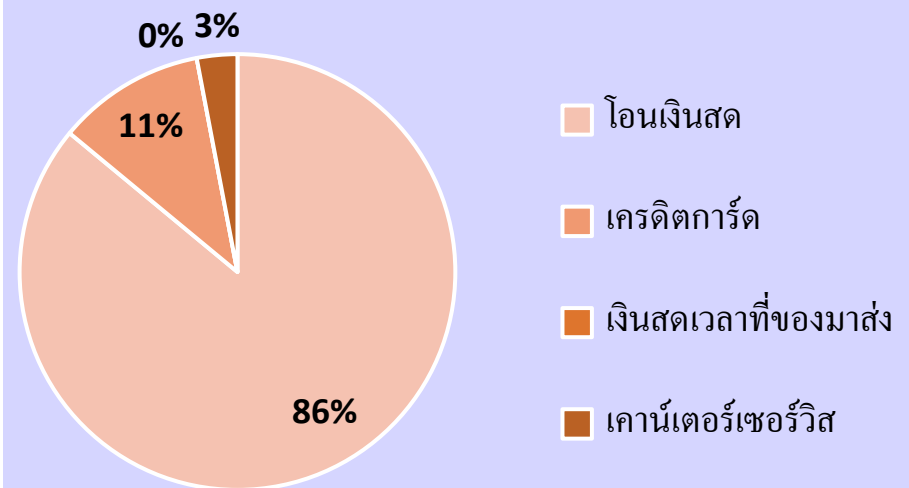
พฤติกรรมการซื้อหนังสือผ่านทางช่องทางออนไลน์(ขนาดใหญ่)

เว็บไซต์ที่ซื้อหนังสือออนไลน์



ฐาน: เฉพาะคนที่ซื้อหนังสือ(เล่ม)ออนไลน์ n = 104
REF: 3.7

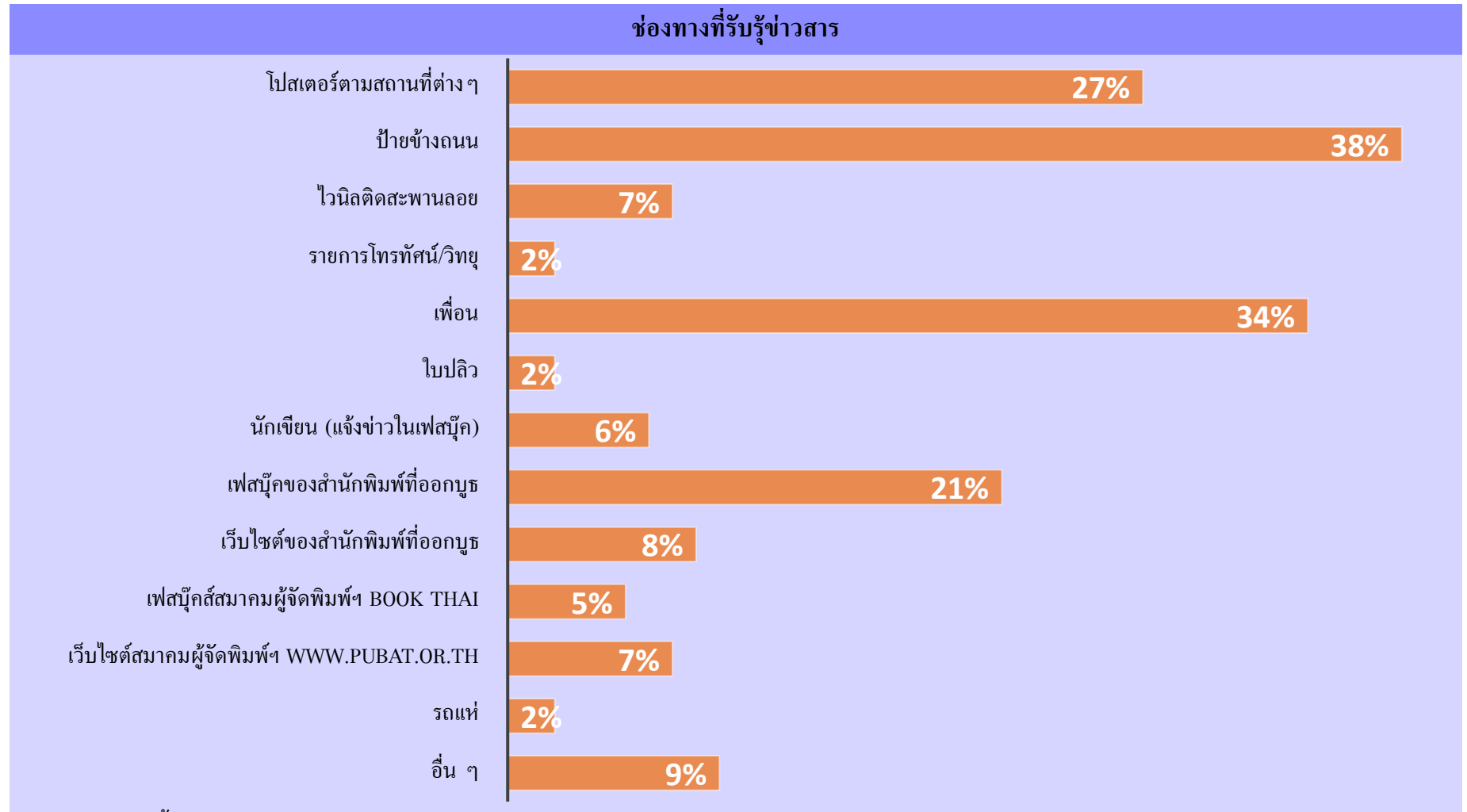
วิธีการชำระเงิน



ฐาน: เฉพาะคนที่ซื้อหนังสือ(เล่ม/อีบุ๊ก) ออนไลน์ n = 107
REF: 3.8

พฤติกรรมต่อางานงานมหกรรมหนังสือภาคใต้ครั้งที่ 4 (หาดใหญ่)

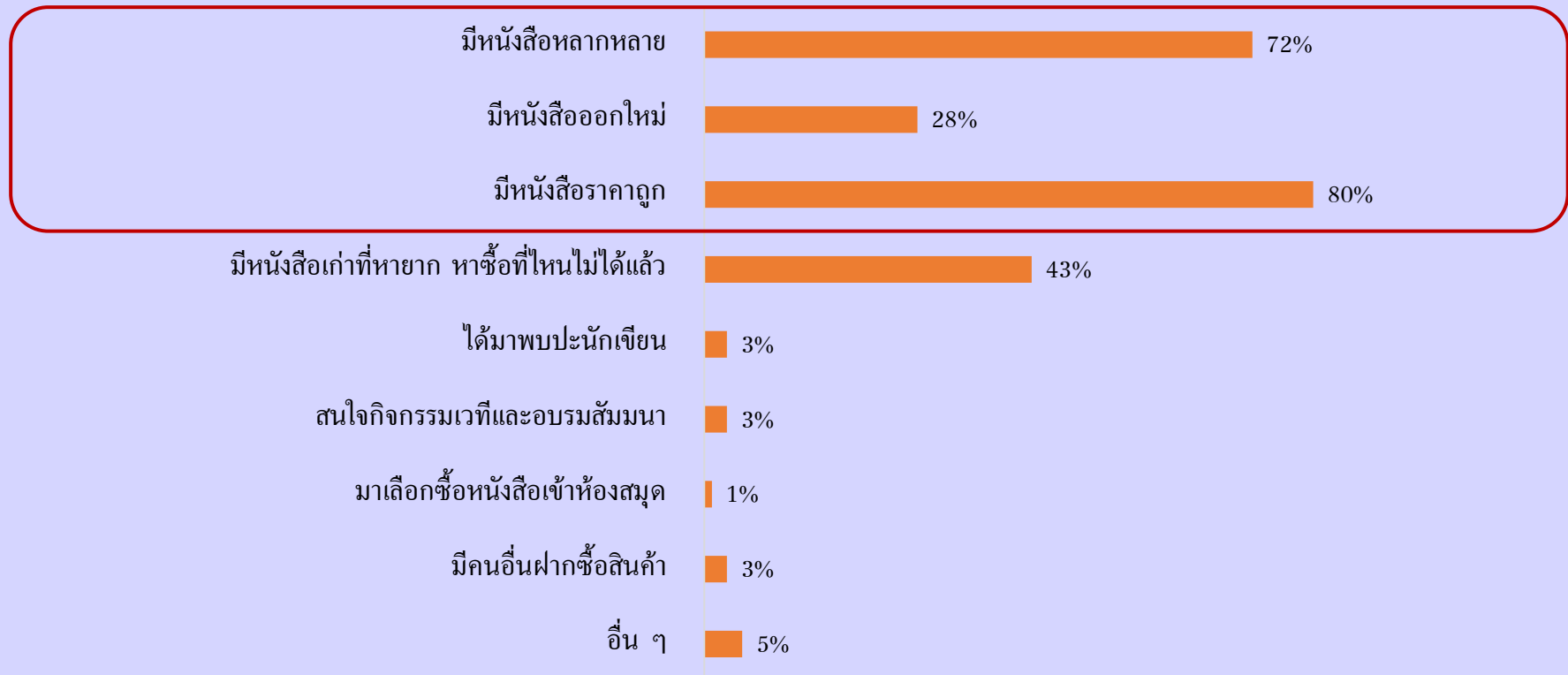
ช่องทางที่รับรู้ข่าวสารของการจัดงาน(ภาคใหญ่)



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 259 REF: 4.16

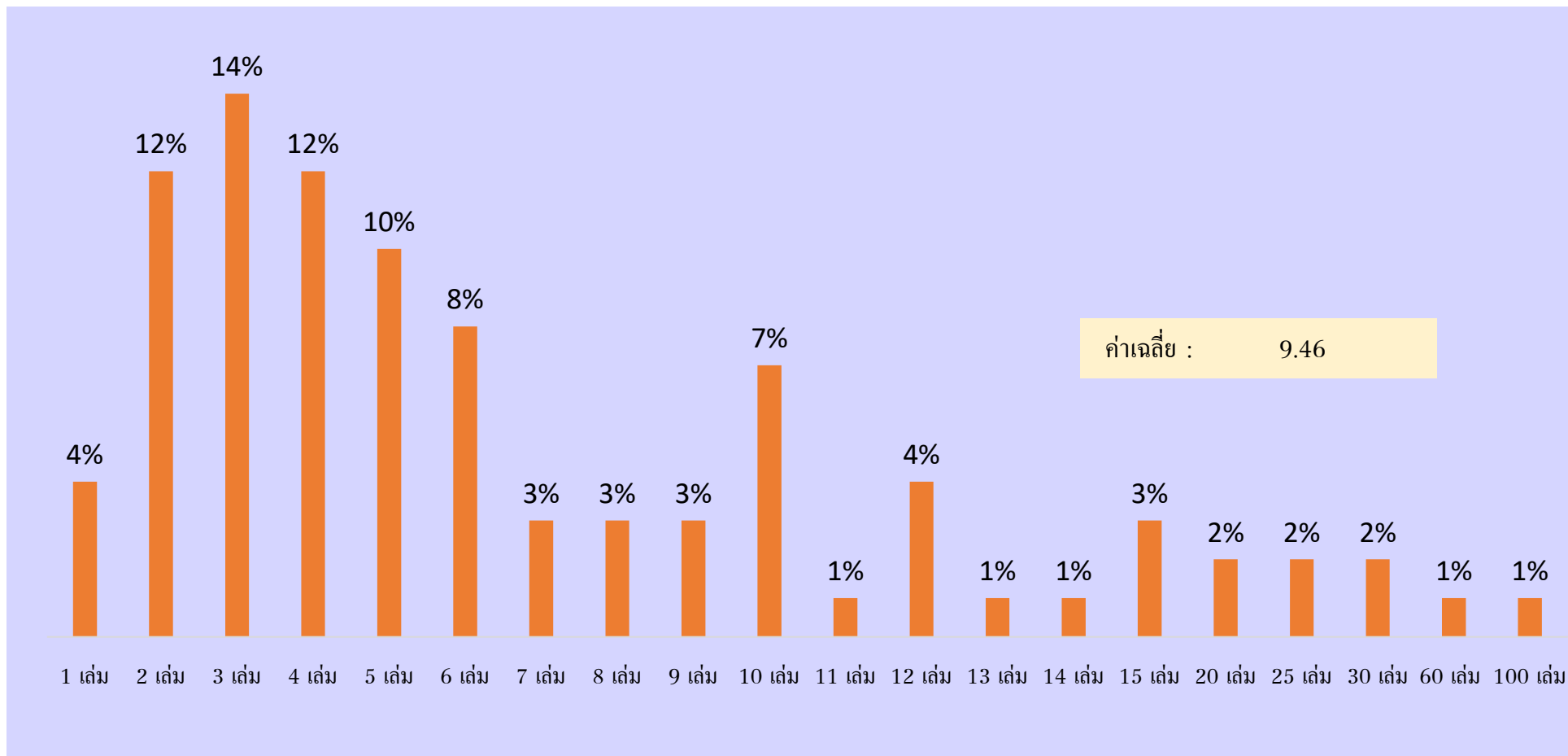
สาเหตุที่มาซื้อหนังสือที่งานหนังสือฯ (ภาคใหญ่) - - **สาเหตุหลักจะเป็นเรื่องของความหลากหลายและราคาที่ถูก แต่จุดที่น่าสนใจคือ “หนังสือออกใหม่” ที่มีสัดส่วนที่น้อยกว่าทม.อย่างมีนัยยะสำคัญ**

สาเหตุที่มาซื้อหนังสือที่งาน (ภาพรวม)



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 259 REF: 4.4

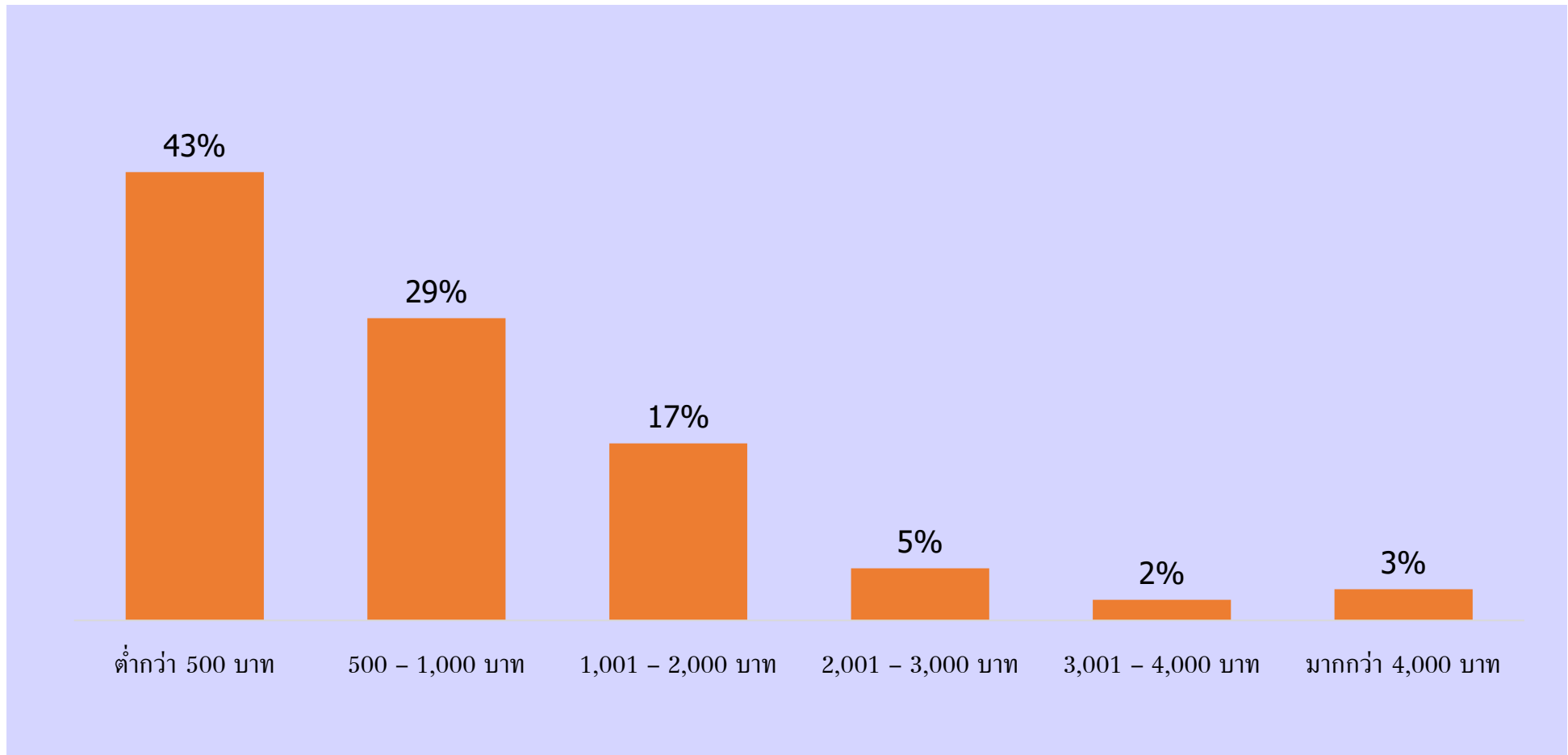
จำนวนหนังสือ(เล่ม)ที่ซื้อจากในงานฯ (หาดีใหญ่) -- ค่าเฉลี่ยสูงกว่าจังหวัดอื่น ๆ อย่างมีนัยยะสำคัญ น้อยกว่าทม.เล็กน้อย



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 259

REF: 4.7

ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการซื้อหนังสือภายในงานฯ (ขนาดใหญ่)



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 259

REF: 4.8

อ่านเพิ่มเติมได้ที่ www.pubat.or.th