

มหกรรมหนังสือระดับชาติ BOOK EXPO THAILAND 2022 ครั้งที่ 27

12-23 ตุลาคม 2565 10.00 น. - 21.00 น.
EXHIBITION HALL 5-7 ชั้น LG ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

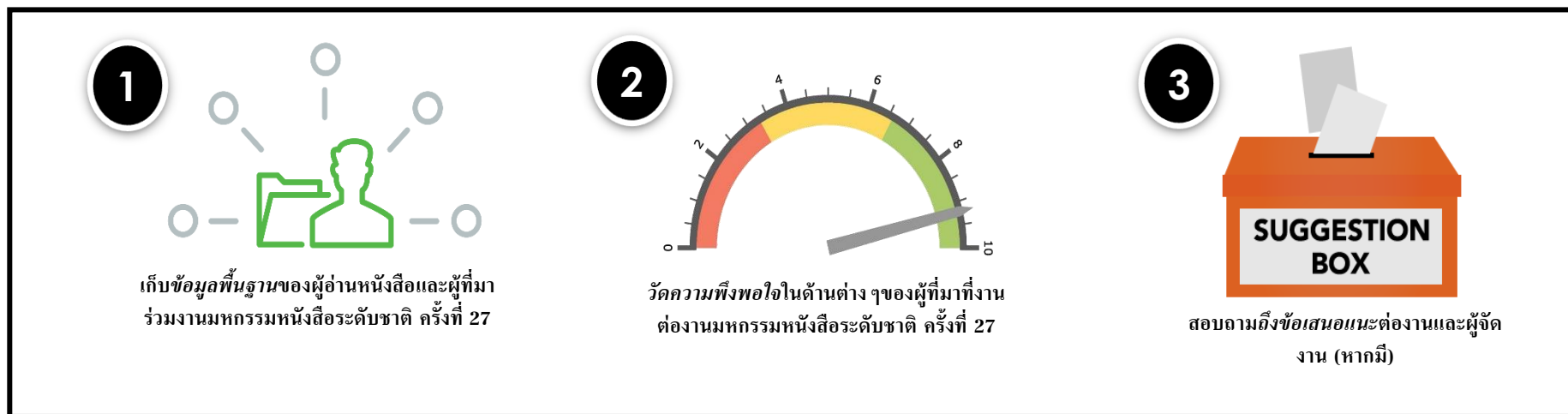


ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้าชมงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 27

จำนวนตัวอย่างทั้งหมดที่เก็บผลสำรวจคือ 2,977 ตัวอย่าง

รายละเอียดงานวิจัย

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทยได้มีการจัดงานหนังสือต่างๆหลายครั้งในแต่ละปี จึงมีความต้องการที่จะจัดทำการศึกษาเพื่อวัดถึงความพึงพอใจของงานรวมถึงเก็บข้อมูลคนมาร่วมงานเป็นฐานข้อมูลเพื่อใช้ในการทำกิจกรรมอื่นๆต่อไป โดยวิจัยในครั้งนี้ มีจุดประสงค์ดังต่อไปนี้



1 เก็บข้อมูลพื้นฐานของผู้อ่านหนังสือและผู้ที่มา
ร่วมงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 27

2 วัดความพึงพอใจในด้านต่างๆของผู้ที่มาร่วมงาน
ต่องานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 27

3 สอบถามถึงข้อเสนอแนะต่องานและผู้จัด
งาน (หากมี)

จำนวนตัวอย่าง:

2,977 ตัวอย่าง

ลักษณะการเก็บข้อมูล:

Self Completion Questionnaire – ผู้เข้าร่วมงานเป็นผู้สแกน QR Code และตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

ระยะเวลาที่เก็บข้อมูล:

ระหว่างวันที่ 12 – 23 ตุลาคม 2565

สถานที่ที่เก็บข้อมูล:

ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ข้อแตกต่างของการเก็บข้อมูลในแต่ละงาน

ผลการวิจัยระหว่าง ปี 2559 - 2561

- เป็นการเก็บข้อมูลแบบ สัมภาษณ์ตัวต่อตัว โดยใช้ อาสาสมัครจากทางสมาคมฯ เป็นผู้สัมภาษณ์และเก็บข้อมูล
- มีการกระจายโควตาของผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์และพื้นที่ การสัมภาษณ์ภายในสถานที่จัดงาน

ผลการวิจัย ปี 2562

- เป็นการเก็บข้อมูลแบบ สัมภาษณ์ตัวต่อตัว โดยใช้ พนักงานสัมภาษณ์อาชีพ เป็นผู้ เก็บข้อมูล
- มีการกระจายโควตาของผู้เข้าร่วมกันสัมภาษณ์และพื้นที่ การสัมภาษณ์ภายในสถานที่จัดงาน

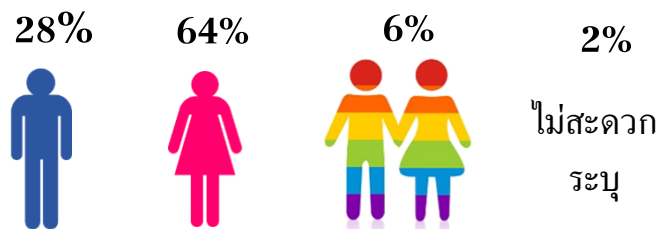
ผลการวิจัยระหว่าง ปี 2563 - 2565

- เป็นการเก็บข้อมูลแบบ Self-Completion โดยการให้ ผู้เข้าร่วมงานสแกนQR Code เพื่อตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง
- ไม่มีการกำหนดโควตาใด ๆ เป็นการเก็บข้อมูลโดยที่ให้ผู้มาร่วมงานสแกนQR Code เพื่อตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

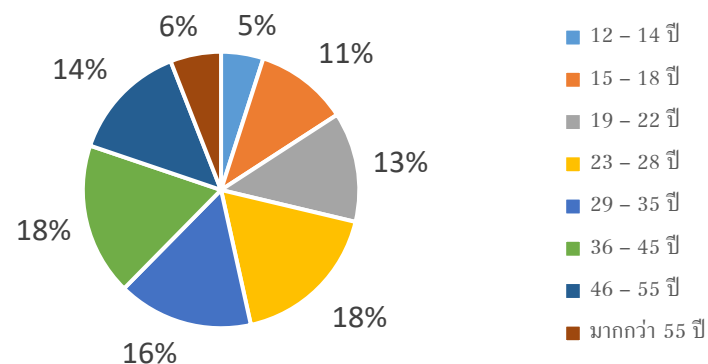
พฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือทั่วไป

ลักษณะของผู้ร่วมตอบแบบสอบถาม

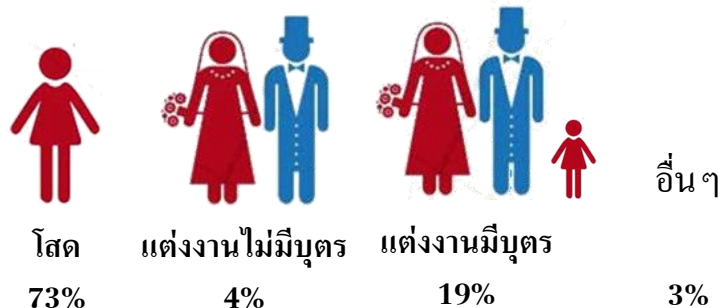
เพศ



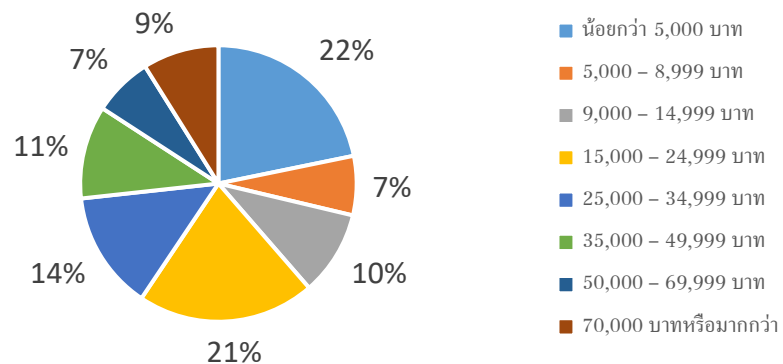
อายุ



สถานภาพการสมรส



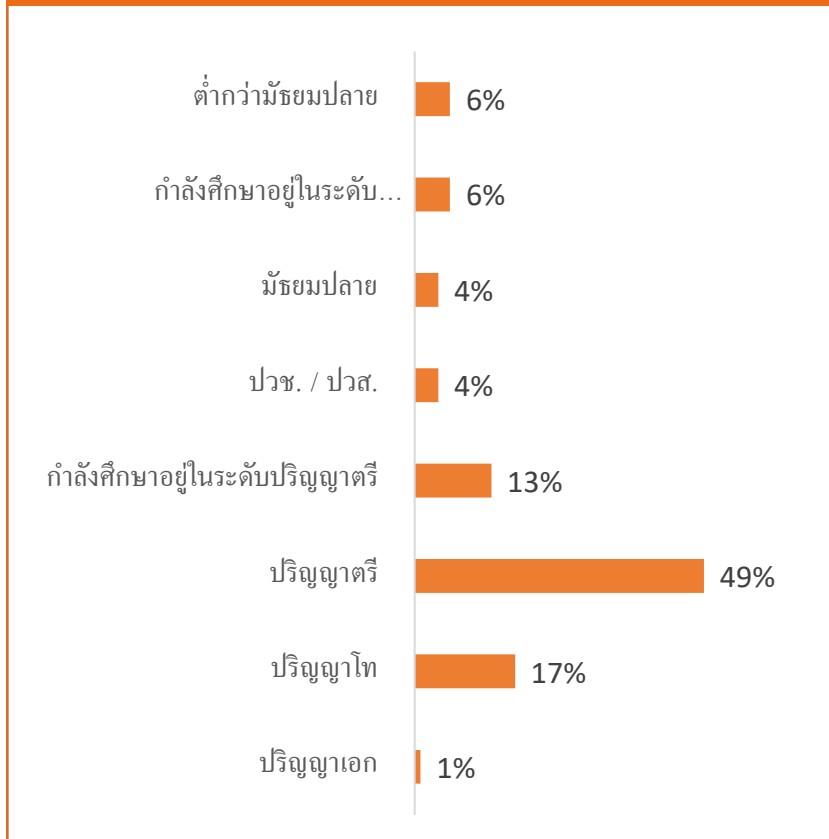
รายได้ส่วนตัวต่อเดือน



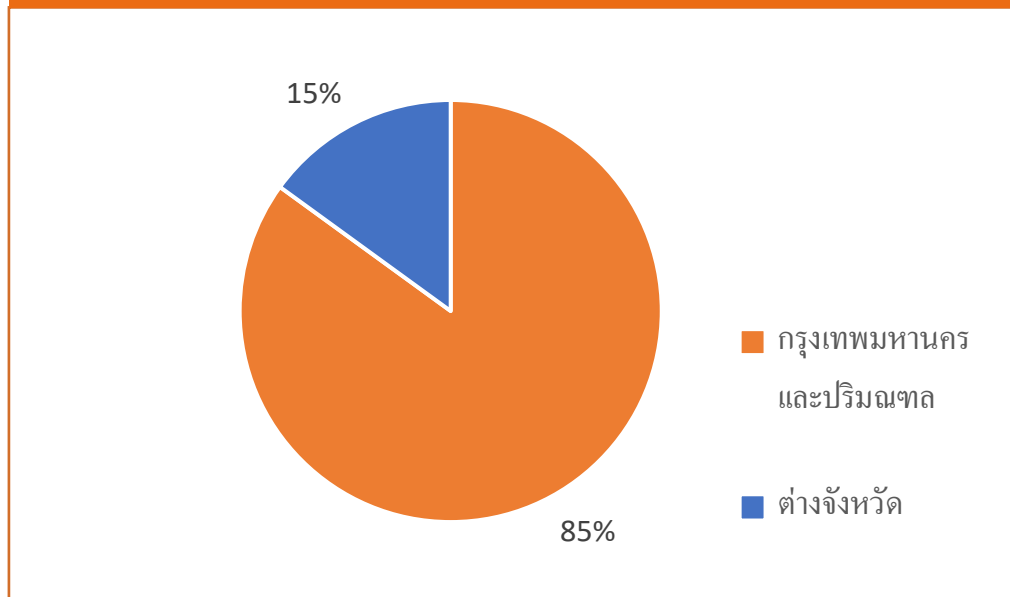
ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 2977
REF: 1.1/1.2/1.3/1.6

ลักษณะของผู้ร่วมตอบแบบสอบถาม

การศึกษาสูงสุด



สถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน

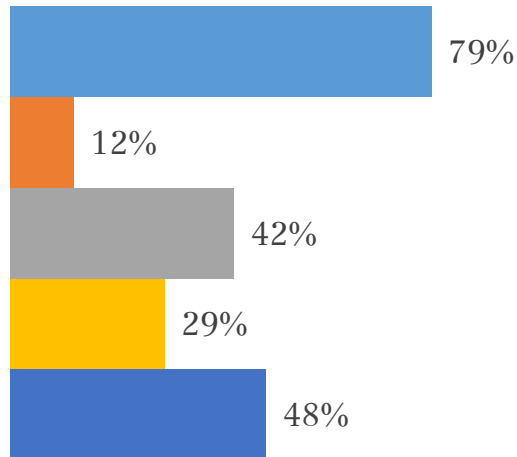


ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 2977

REF: 1.4 / 1.7

ประเภทหนังสือที่อ่าน – ส่วนใหญ่ของผู้ที่มานงานหนังสืออ่านหนังสือเล่มเป็นหลัก

Total



- อ่านหนังสือแบบเล่ม
- เช่า / ยืมหนังสือแบบเล่ม
- อ่านหนังสือแบบ e-book (ไม่เสียค่าใช้จ่าย)²
- อ่านหนังสือแบบ e-book (เสียค่าใช้จ่าย)
- อ่านแบบรายตอนผ่านทางแอปพลิเคชัน / เว็บไซต์

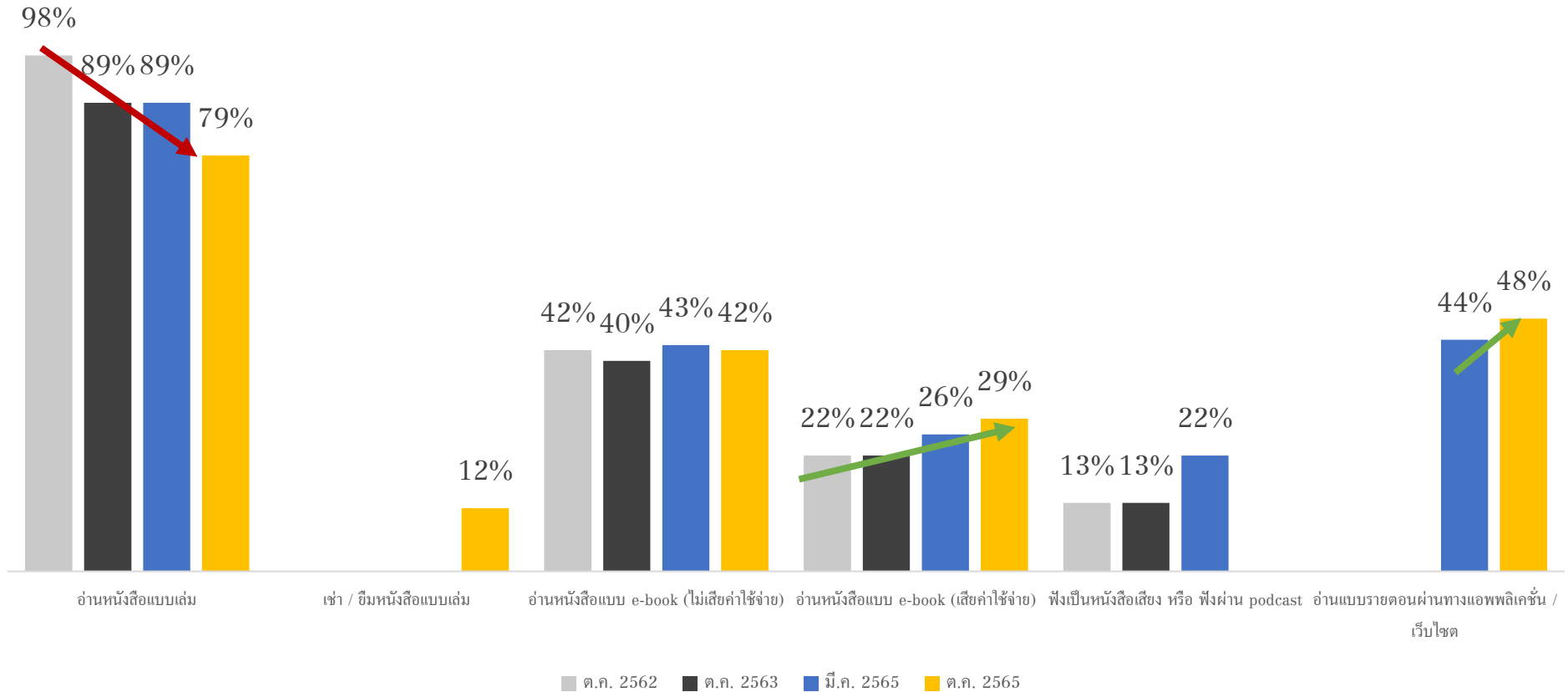
ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 2977

REF: 2.1

- โดยมีสัดส่วนการอ่าน **e-book** กว่า **40%** โดยจะมีทั้งการอ่านแบบเสียค่าใช้จ่ายและไม่เสียค่าใช้จ่าย รวมถึงการอ่านแบบรายตอนผ่านทางแอปพลิเคชันต่างๆด้วย
 - โดยคนที่อ่าน **e-book** ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ อายุ 19 – 28 ปี
 - ทั้งนี้สัดส่วนคนที่อ่านแบบรายตอนจะค่อนข้างใกล้เคียงกันในทุกช่วงอายุ

	รวม	เพศ				อายุ							
		ชาย	หญิง	LGBTQ+	ไม่สะดวกระบุ	12 – 14 ปี	15 – 18 ปี	19 – 22 ปี	23 – 28 ปี	29 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปี
Base	2977	838	1900	182	57	146	317	379	539	475	542	406	173
อ่านหนังสือแบบเล่มแบบเสียค่าใช้จ่าย	79%	81%	78%	86%	74%	82%	84%	83%	81%	82%	78%	71%	68%
เช่า / ยืมหนังสือแบบเล่ม	12%	12%	12%	18%	14%	8%	14%	18%	11%	14%	13%	8%	10%
อ่านหนังสือแบบ e-books แบบไม่เสียค่าใช้จ่าย	42%	42%	41%	47%	47%	32%	40%	50%	44%	42%	42%	38%	32%
อ่านหนังสือแบบ e-books แบบเสียค่าใช้จ่าย	29%	23%	30%	36%	30%	14%	31%	37%	35%	36%	28%	17%	13%
อ่านแบบรายตอนผ่านทางแอปพลิเคชัน / เว็บไซต์	48%	41%	51%	55%	54%	49%	55%	56%	50%	44%	46%	42%	50%

ประเภทหนังสือที่อ่าน – ถ้าเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้าจะเห็นได้ว่าสัดส่วนการอ่านหนังสือแบบเล่มลดลงเล็กน้อย ในขณะที่การอ่านหนังสือแบบ e-book เพิ่มขึ้นเล็กน้อยโดยเฉพาะแบบเสียค่าใช้จ่ายและแบบรายตอน

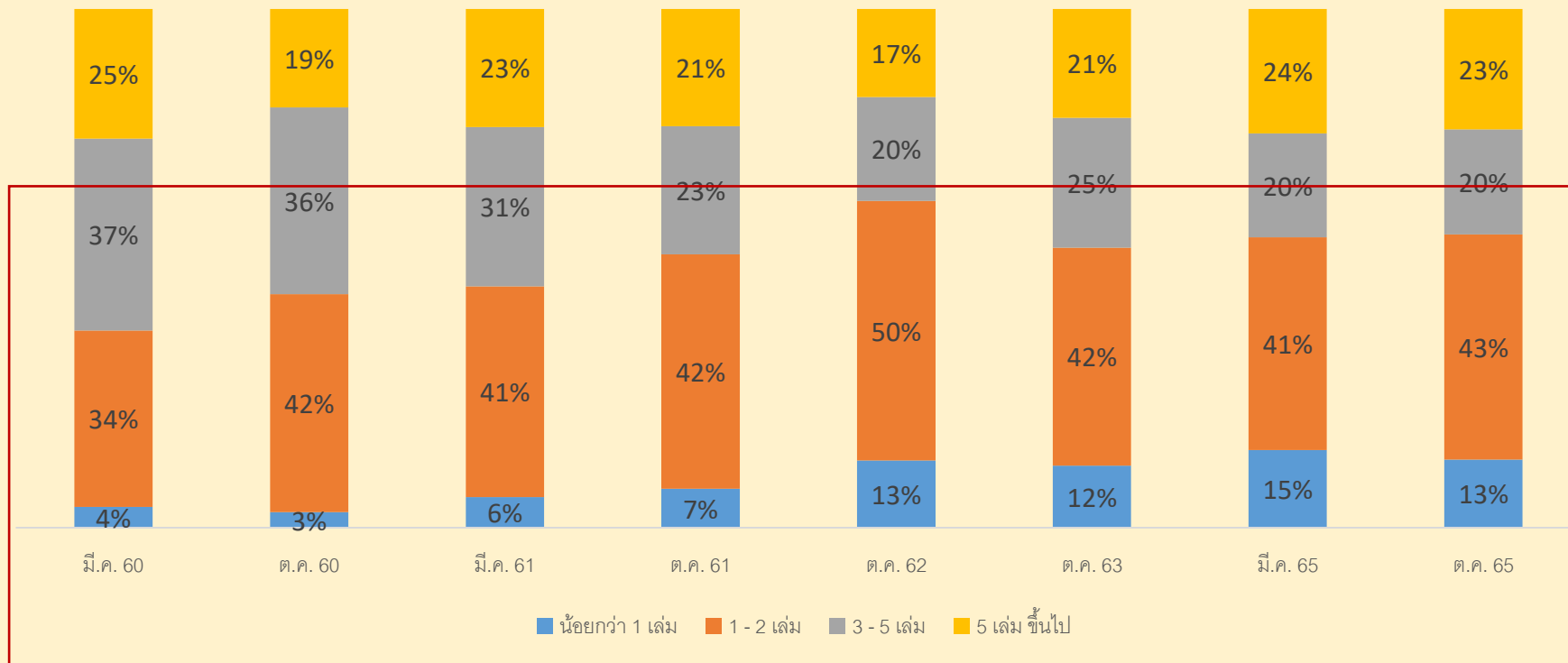


ฐาน: 450 (ต.ค. 2562), 454 (ต.ค. 2563), n = 1383 (มี.ค. 2565), n = 2977 (ต.ค. 2565), n = 2977 (ต.ค. 2565)

REF: 2.1

จำนวนหนังสือที่อ่านเฉลี่ยต่อเดือน – จำนวนเล่มที่อ่านโดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 1 – 2 เล่ม ซึ่งใกล้เคียงกับปีก่อนหน้า แต่ถ้าเทียบเป็นแนวโน้มโดยรวมจะเห็นได้ว่าจำนวนเล่มที่อ่านในช่วง 5 ปีที่ผ่านมามีทิศทางที่น้อยลง

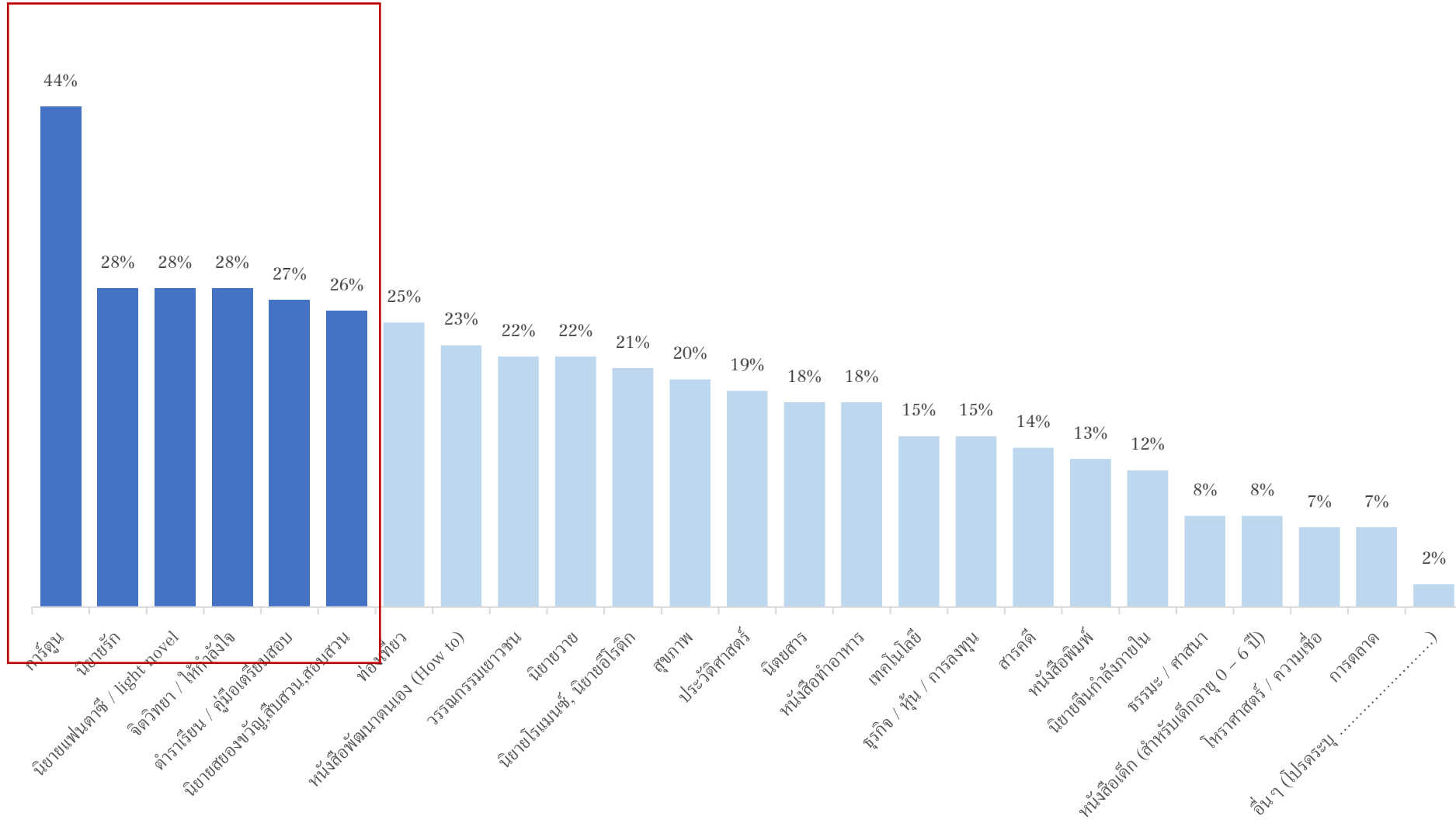
จำนวนหนังสือที่อ่านต่อเดือนโดยเฉลี่ย



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), n = 1383 (มี.ค. 2565), n=2997 (ต.ค. 2565)

REF: 2.2

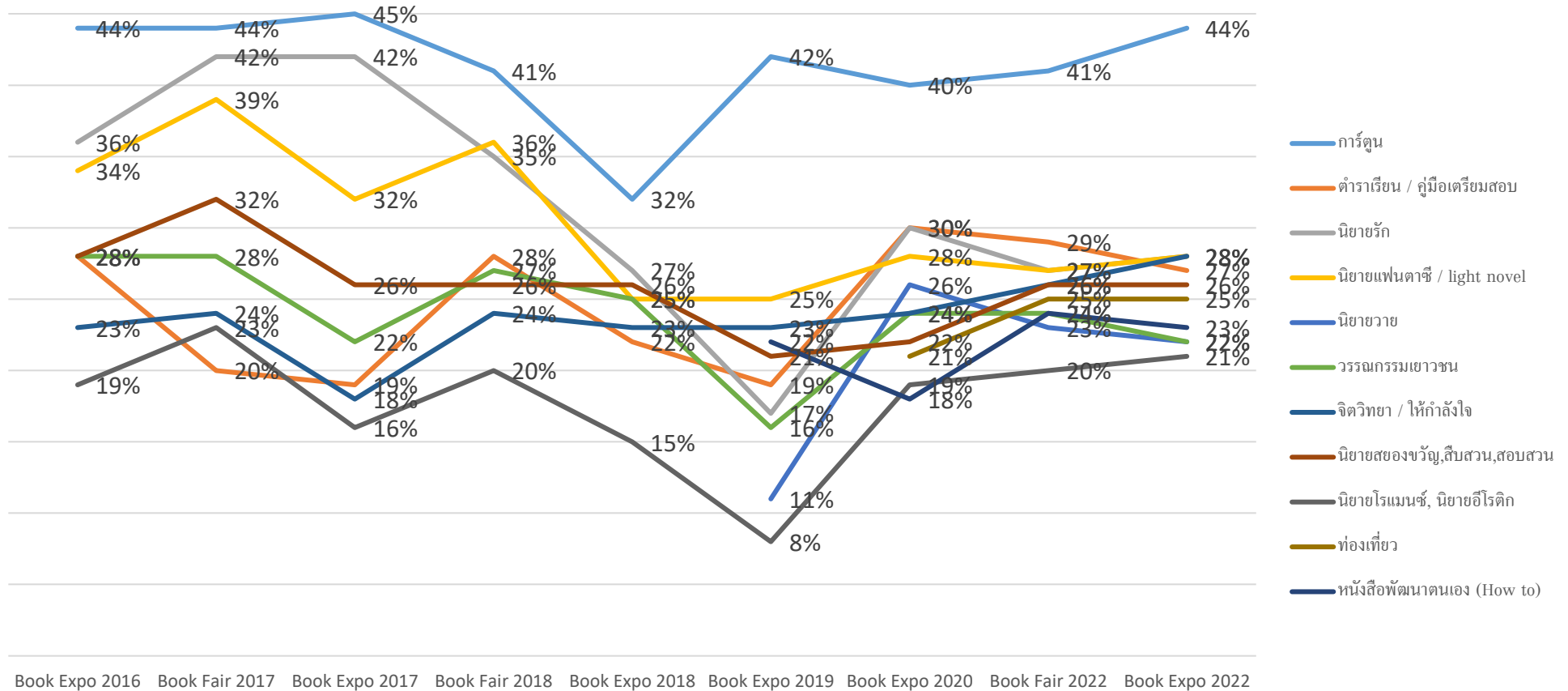
ประเภทของหนังสือที่อ่าน -ประเภทที่อ่านสูงสุด 5 อันดับแรก คือการ์ตูน นิยายรัก / แฟนตาซี / จิตวิทยา / ตำราเรียน / สืบสวนสอบสวน



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 2977

REF: 2.3

เปรียบเทียบประเภทของหนังสือที่อ่าน – การ์ตูนยังเป็นที่นิยมมากที่สุดตลอด 5 ปีที่ผ่านมา ตามมาด้วย นิยาย ซึ่งความนิยมอาจมีการสลับกลุ่ม เช่น นิยายวายได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ส่วนแฟนตาซีหรือหรือโรมานซ์ ลดลง แต่ภาพรวม “นิยาย” ยังคงได้รับความนิยมเป็นอันดับสอง ตามมาด้วยหนังสือท่องเที่ยวและ How-to

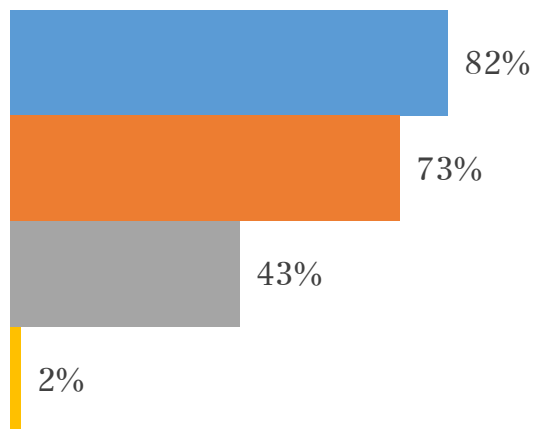


ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 2977

REF: 2.3

พฤติกรรมการชอหนังสือ

Total



- เพื่อความบันเทิง
- เพื่อเพิ่มความรู้ใหม่ๆ และอัปเดตข้อมูลข่าวสาร
- เพื่อฆ่าเวลาในช่วงที่มีเวลาว่าง
- อื่นๆ

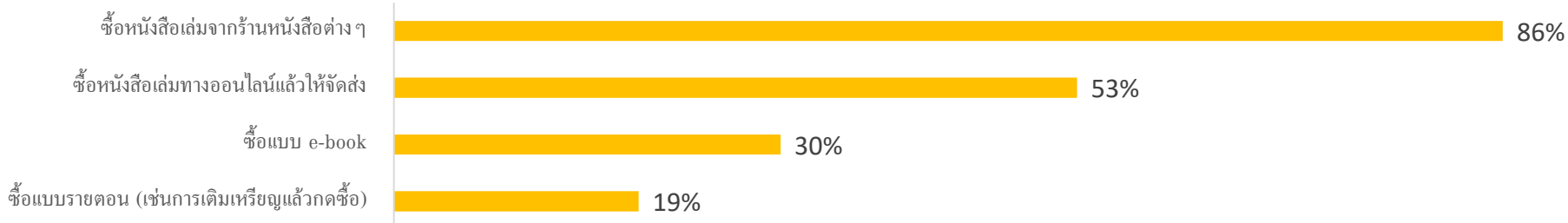
ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 2977

REF: 2.4

- โดยมีสัดส่วนการอ่าน e-book กว่า 40% โดยจะมีทั้งการอ่านแบบเสียค่าใช้จ่ายและไม่เสียค่าใช้จ่าย รวมถึงการอ่านแบบรายตอนผ่านทางแอปพลิเคชันต่างๆด้วย
 - โดยคนที่อ่าน e-book ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ อายุ 19 – 28 ปี
 - ทั้งนี้สัดส่วนคนที่อ่านแบบรายตอนจะค่อนข้างใกล้เคียงกันในทุกช่วงอายุ

	รวม	เพศ				อายุ							
		ชาย	หญิง	LGBTQ+	ไม่ สะดวก ระบุ	12 – 14 ปี	15 – 18 ปี	19 – 22 ปี	23 – 28 ปี	29 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปี
Base	2977	838	1900	182	57	146	317	379	539	475	542	406	173
เพื่อความบันเทิง	82%	76%	83%	91%	84%	87%	89%	88%	84%	83%	79%	73%	69%
เพื่อเพิ่มความรู้ใหม่ๆ และอัปเดตข้อมูล ข่าวสาร	73%	77%	71%	75%	61%	61%	65%	69%	70%	71%	77%	79%	89%
เพื่อฆ่าเวลาในช่วงที่มี เวลาว่าง	43%	37%	44%	54%	49%	53%	55%	49%	44%	41%	39%	35%	33%
อื่นๆ	2%	1%	2%	2%	4%	4%	2%	2%	1%	1%	2%	2%	2%

ช่องทางการซื้อหนังสือ - ร้านหนังสือยังคงเป็นช่องทางหลัก แต่การซื้อผ่านทางออนไลน์ก็มีสัดส่วนที่สูงพอสมควรโดยเฉพาะในกลุ่มนักเรียน นักศึกษาและวัยทำงาน



	รวม	เพศ				อายุ							
		ชาย	หญิง	LGBTQ+	ไม่สะดวกระบุ	12 - 14 ปี	15 - 18 ปี	19 - 22 ปี	23 - 28 ปี	29 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 - 55 ปี	มากกว่า 55 ปี
Base	2977	838	1900	182	57	146	317	379	539	475	542	406	173
ซื้อหนังสือเล่มจากร้านหนังสือต่างๆ	86%	90%	85%	84%	79%	90%	86%	88%	82%	84%	87%	87%	90%
ซื้อหนังสือเล่มทางออนไลน์แล้วให้จัดส่ง	53%	47%	54%	64%	61%	36%	55%	53%	59%	58%	56%	46%	29%
ซื้อแบบ e-book	30%	25%	31%	36%	32%	14%	31%	37%	35%	38%	28%	19%	12%
ซื้อแบบรายตอน (เช่น การเติมเหรียญแล้วซื้อ)	19%	9%	21%	33%	25%	29%	30%	26%	25%	19%	11%	7%	3%

ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 2977

REF: 3.1

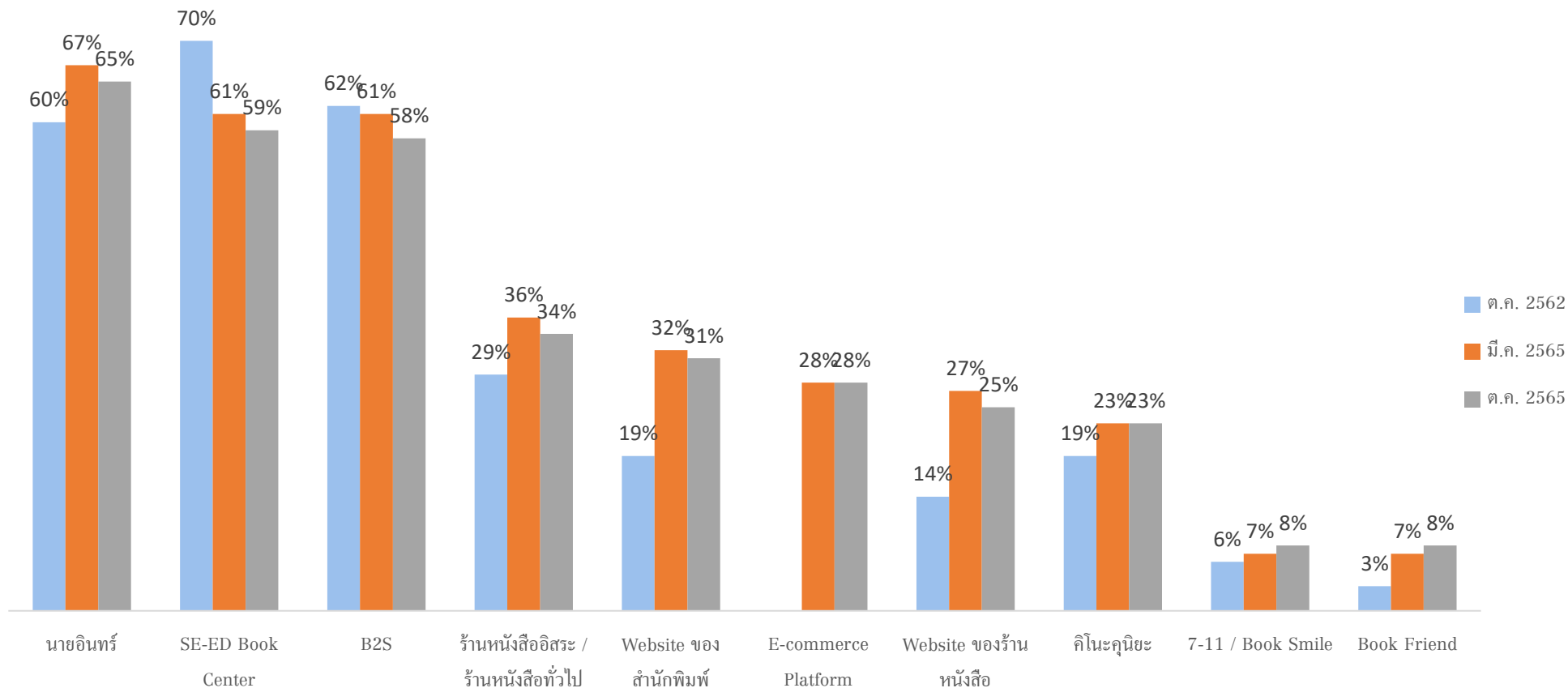
ช่องทางการซื้อหนังสือแบบเล่ม – นายอินทร์ / SE-ED / B2S เป็นร้านหนังสือหลักที่นักอ่านเลือกซื้อหนังสือแบบเล่ม ในขณะที่ Website ของสำนักพิมพ์และ E-commerce Application เป็นช่องทางออนไลน์ที่นักอ่านเลือกซื้อหนังสือแบบเล่ม

	รวม	เพศ				อายุ							
		ชาย	หญิง	LGBTQ+	ไม่สะดวกระบุ	12 – 14 ปี	15 – 18 ปี	19 – 22 ปี	23 – 28 ปี	29 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปี
Base	2841	809	1808	170	54	138	298	358	510	451	525	391	170
นายอินทร์	65%	64%	67%	61%	54%	59%	69%	65%	63%	67%	65%	67%	65%
SE-ED Book Center	59%	65%	58%	52%	44%	63%	60%	57%	59%	52%	63%	64%	56%
B2S	58%	56%	59%	64%	48%	65%	64%	60%	56%	61%	57%	56%	49%
ร้านหนังสืออิสระ / ร้านหนังสือทั่วไป	34%	32%	34%	46%	39%	39%	41%	39%	35%	31%	31%	30%	35%
Website ของสำนักพิมพ์ต่าง ๆ	31%	25%	33%	36%	31%	17%	34%	36%	37%	35%	30%	23%	15%
Application ซื้อ-ขายของออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Lazada, Shopee	28%	23%	29%	38%	41%	20%	31%	34%	35%	33%	28%	17%	14%
Website ของร้านหนังสือต่าง ๆ	25%	23%	26%	29%	20%	13%	29%	31%	30%	28%	23%	23%	9%
กิโอะคุนิยะ	23%	22%	23%	36%	37%	18%	21%	31%	30%	29%	20%	16%	8%
Book Friend	8%	9%	7%	10%	6%	9%	10%	12%	10%	8%	6%	2%	2%
7-11 / Book Smile	8%	7%	8%	10%	4%	9%	5%	9%	8%	8%	9%	7%	9%
อื่น ๆ	3%	3%	3%	5%	4%	4%	1%	3%	3%	2%	2%	3%	6%

ฐาน: เฉพาะคนที่ซื้อหนังสือแบบเล่มทั้งจากร้านหนังสือและสั่งทางออนไลน์เพื่อจัดส่ง n = 2,841

REF: 3.2

ช่องทางการซื้อหนังสือแบบเล่ม –เปรียบเทียบกับงานที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่าสัดส่วนของการซื้อหนังสือแบบเล่มใกล้เคียงกับปีนี้



ฐาน:เฉพาะคนที่ซื้อหนังสือแบบเล่มทั้งจากร้านหนังสือและสั่งทางออนไลน์เพื่อจัดส่ง n=439 (ต.ค. 2562) / n = 1,340 (มี.ค.65)

REF: 3.2.1 / 3.2

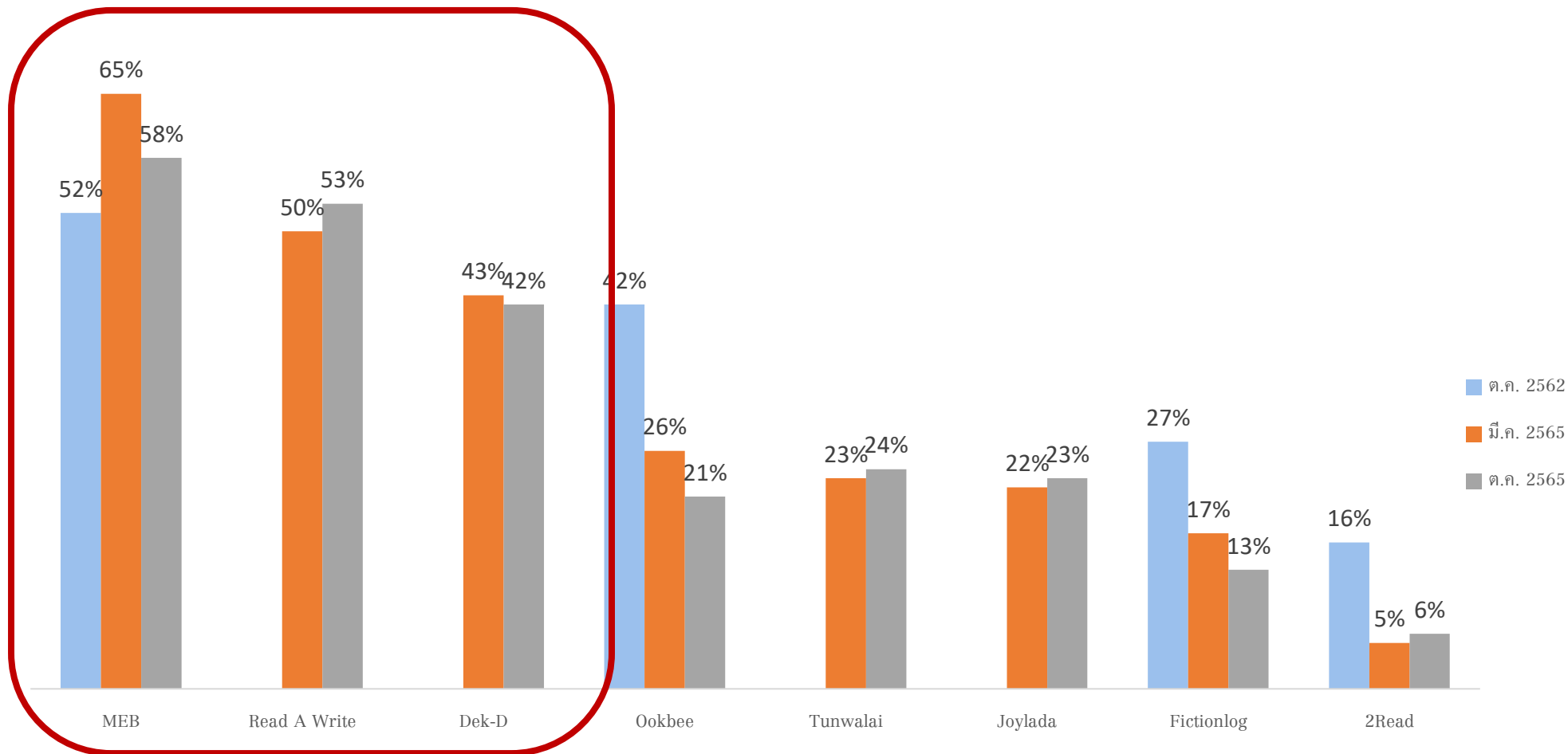
ช่องทางการซื้อหนังสือแบบ e-book – MEB / Read A Write / Dek-D เป็นแอปพลิเคชัน หลักที่นักอ่านเลือกซื้อหนังสือแบบ e-book มากที่สุด

	รวม	เพศ				อายุ							
		ชาย	หญิง	LGBTQ+	ไม่สะดวก ระบุ	12 – 14 ปี	15 – 18 ปี	19 – 22 ปี	23 – 28 ปี	29 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปี
Base	1100	241	742	91	26	54	145	176	240	209	167	87	22
MEB	58%	51%	62%	54%	50%	30%	50%	60%	65%	63%	62%	53%	41%
Read A Write	53%	14%	62%	78%	58%	74%	68%	59%	55%	46%	43%	38%	36%
Dek-D	42%	36%	45%	38%	42%	33%	56%	43%	37%	38%	41%	48%	45%
Tunwalai	24%	8%	28%	27%	35%	13%	26%	29%	26%	22%	22%	15%	32%
Joylada	23%	11%	25%	30%	27%	52%	38%	32%	22%	11%	11%	11%	5%
Ookbee	21%	28%	19%	19%	23%	2%	21%	19%	20%	22%	25%	31%	32%
Fictionlog	13%	11%	13%	18%	23%	7%	17%	18%	14%	10%	10%	16%	5%
2Read	6%	7%	6%	7%	8%	9%	8%	6%	5%	5%	5%	13%	5%
อื่นๆ	8%	13%	7%	9%	4%	6%	9%	8%	9%	9%	6%	10%	18%

ฐาน: เฉพาะคนที่ซื้อหนังสือแบบ e-book และแบบรายตอน n = 1,100

REF: 3.2.1

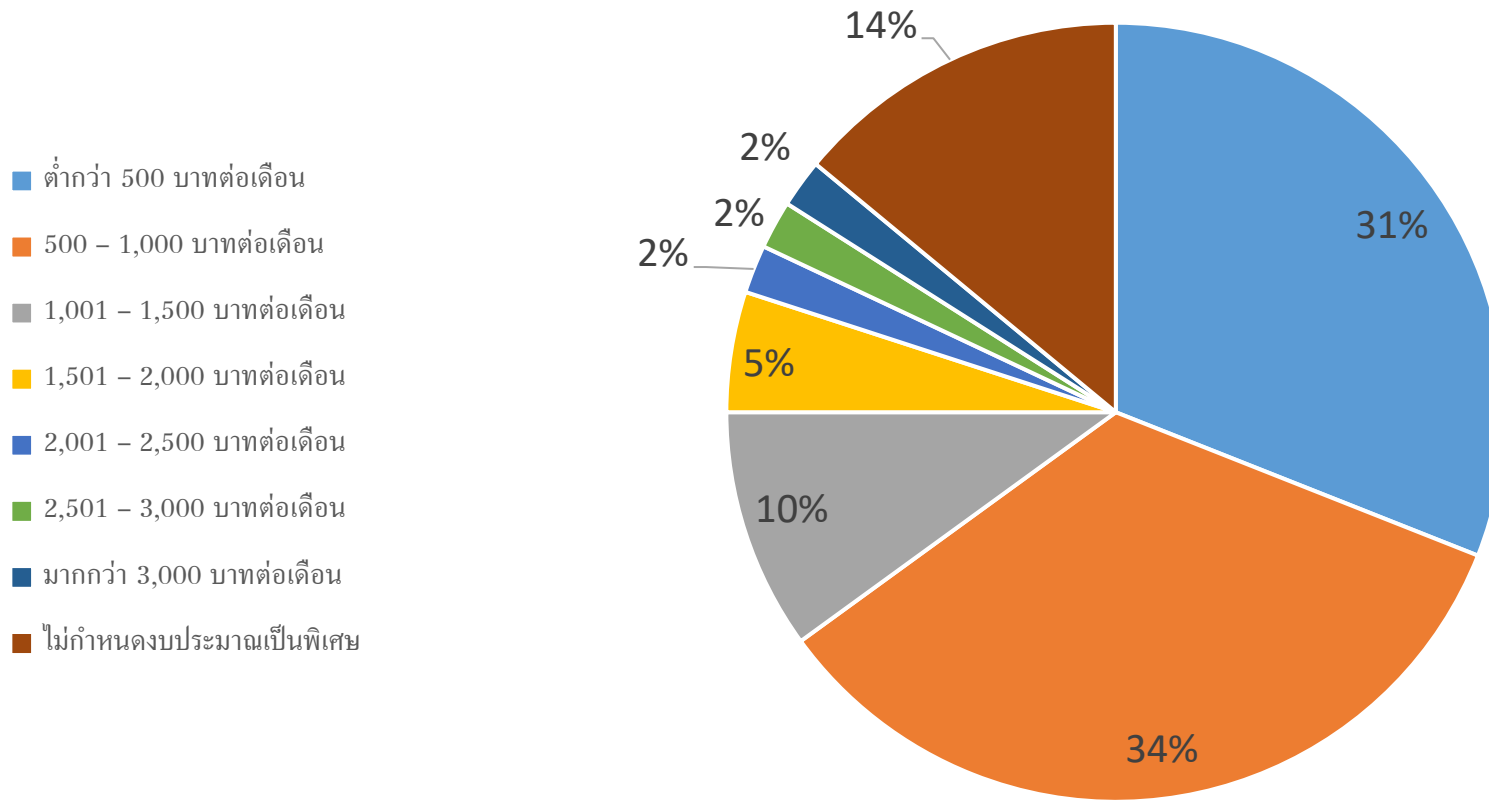
ช่องทางการซื้อหนังสือแบบ e-book แบบเปรียบเทียบกับงานก่อนหน้า



ฐาน: เฉพาะคนที่อ่านและซื้อหนังสือแบบ e-book และแบบรายตอน n = 108 (ต.ค. 2562) / n = 478 (มี.ค. 2565) / n = 1,100 (ต.ค. 2565)

REF: 3.2.2

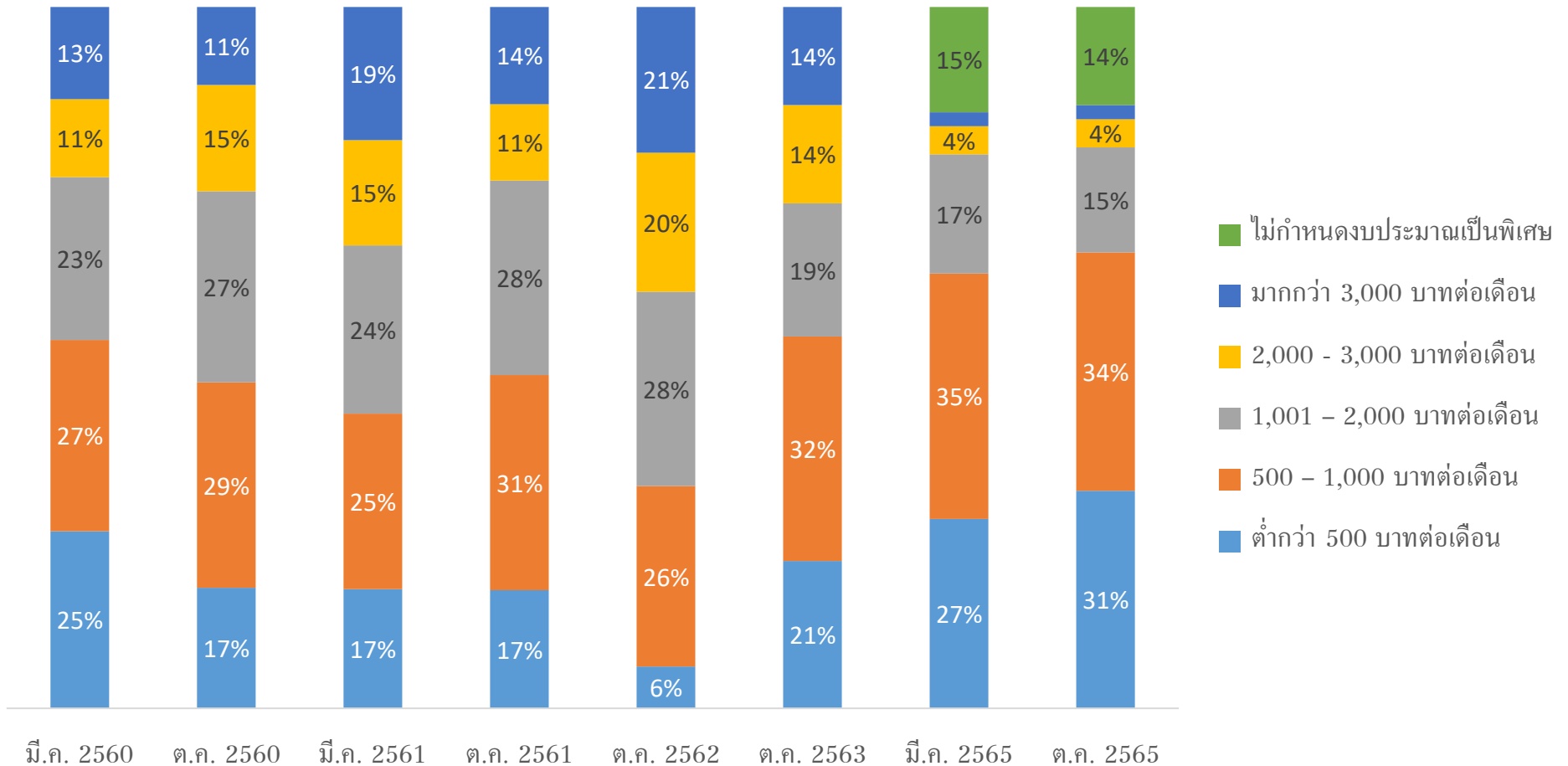
งบประมาณการซื้อหนังสือ (เล่ม / e-book / รายตอน) – งบประมาณการซื้อหนังสือของนักอ่านส่วนใหญ่จะอยู่ที่ไม่เกิน 1,000 บาทต่อเดือน



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 2977

REF: 3.3.3

งบประมาณการซื้อหนังสือ (เล่ม / e-book / รายตอน) – เปรียบเทียบกับงานฯก่อนหน้า

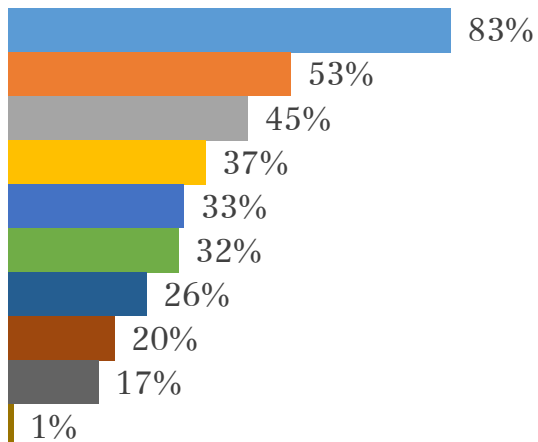


ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 2977

REF: 3.3.3

ปัจจัยที่ทำให้คุณเลือกซื้อหนังสือ – เนื้อหา / ภาพหน้าปก / นักเขียน เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อหนังสือ

Total



- มีเนื้อหาที่น่าสนใจ
- ภาพหน้าปก
- นักเขียน
- คำโปรย
- สำนักพิมพ์
- มีโปรโมชันพิเศษ
- กระจายจากสื่อต่างๆ
- ได้รับการสร้างเป็นละคร / ซีรีส์ / ภาพยนตร์
- เป็นหนังสือหายาก
- อื่นๆ

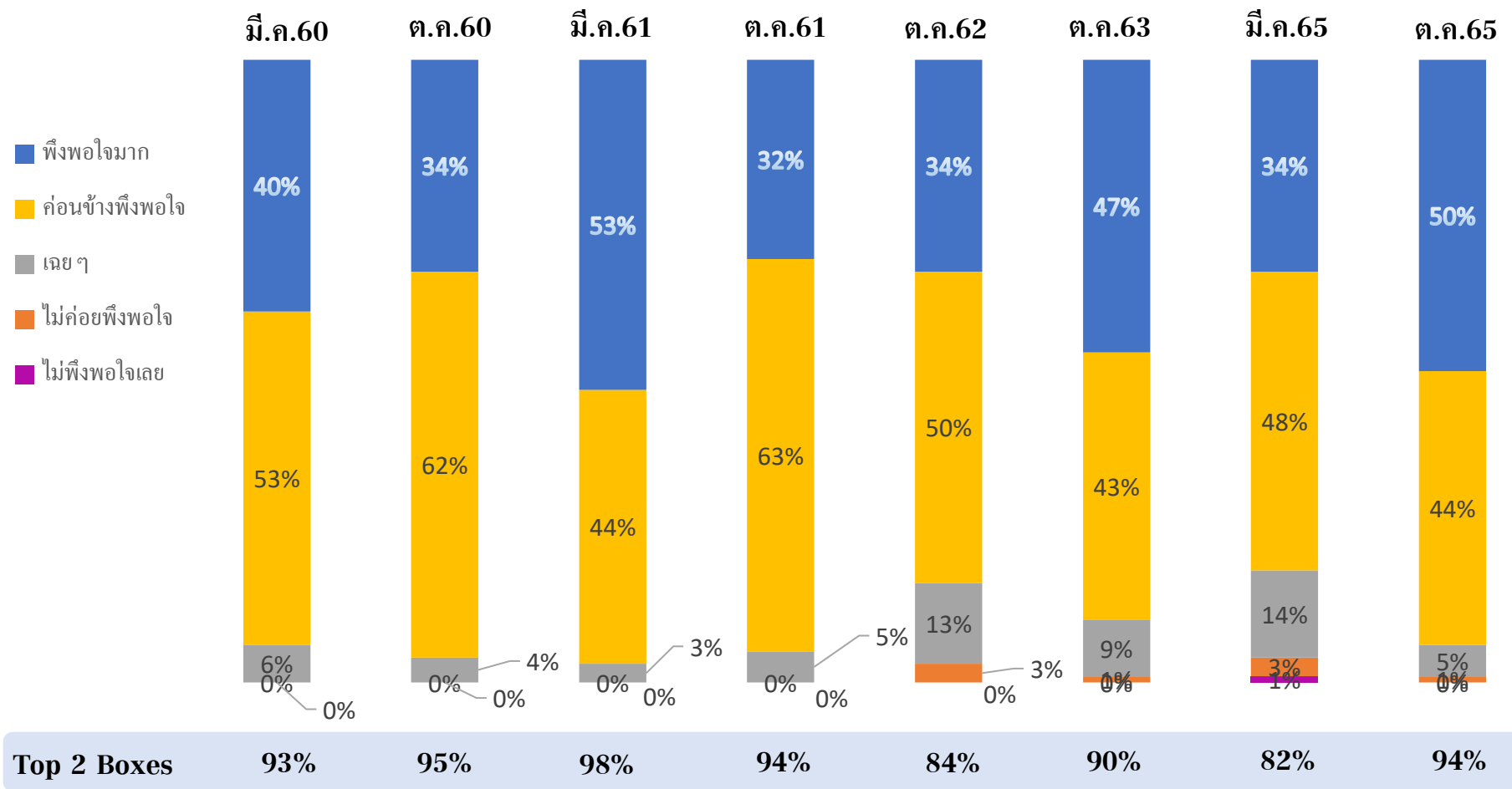
ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 2977

REF: 3.4

	รวม	เพศ				อายุ							
		ชาย	หญิง	LGBTQ+	ไม่สะดวกระบุ	12 - 14 ปี	15 - 18 ปี	19 - 22 ปี	23 - 28 ปี	29 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 - 55 ปี	มากกว่า 55 ปี
Base	2977	838	1900	182	57	146	317	379	539	475	542	406	173
มีเนื้อหาที่น่าสนใจ	83%	82%	84%	82%	82%	88%	85%	83%	85%	80%	83%	84%	79%
ภาพหน้าปก	53%	51%	53%	64%	72%	71%	78%	75%	59%	50%	42%	29%	32%
นักเขียน	45%	37%	48%	53%	56%	36%	42%	44%	48%	48%	46%	44%	48%
คำโปรย	37%	22%	41%	54%	49%	33%	45%	51%	47%	36%	34%	19%	18%
สำนักพิมพ์	33%	31%	33%	38%	39%	29%	32%	37%	37%	35%	31%	27%	28%
มีโปรโมชันพิเศษ	32%	29%	32%	35%	44%	29%	26%	36%	33%	27%	36%	34%	28%
กระจายจากสื่อต่างๆ เช่น เป็นหนังสือที่ได้	26%	23%	27%	30%	37%	31%	37%	37%	29%	24%	24%	15%	12%
ได้รับการสร้างเป็นละคร / ซีรีส์ / ภาพยนตร์	20%	16%	21%	27%	23%	32%	27%	27%	22%	14%	17%	13%	10%
เป็นหนังสือหายาก	17%	20%	14%	26%	35%	27%	18%	21%	16%	15%	16%	14%	12%
อื่นๆ	1%	1%	1%	2%	4%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	2%	2%

พฤติกรรมต่องานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติครั้งที่ 50

ความพึงพอใจโดยรวมต่องานหนังสือฯ – ความพึงพอใจต่องานฯในปี 2565 เพิ่มขึ้นจากงานก่อนหน้า



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) / n = 1,383 (มี.ค.65) / n = 2,977 (ต.ค. 65)

REF: 4.2

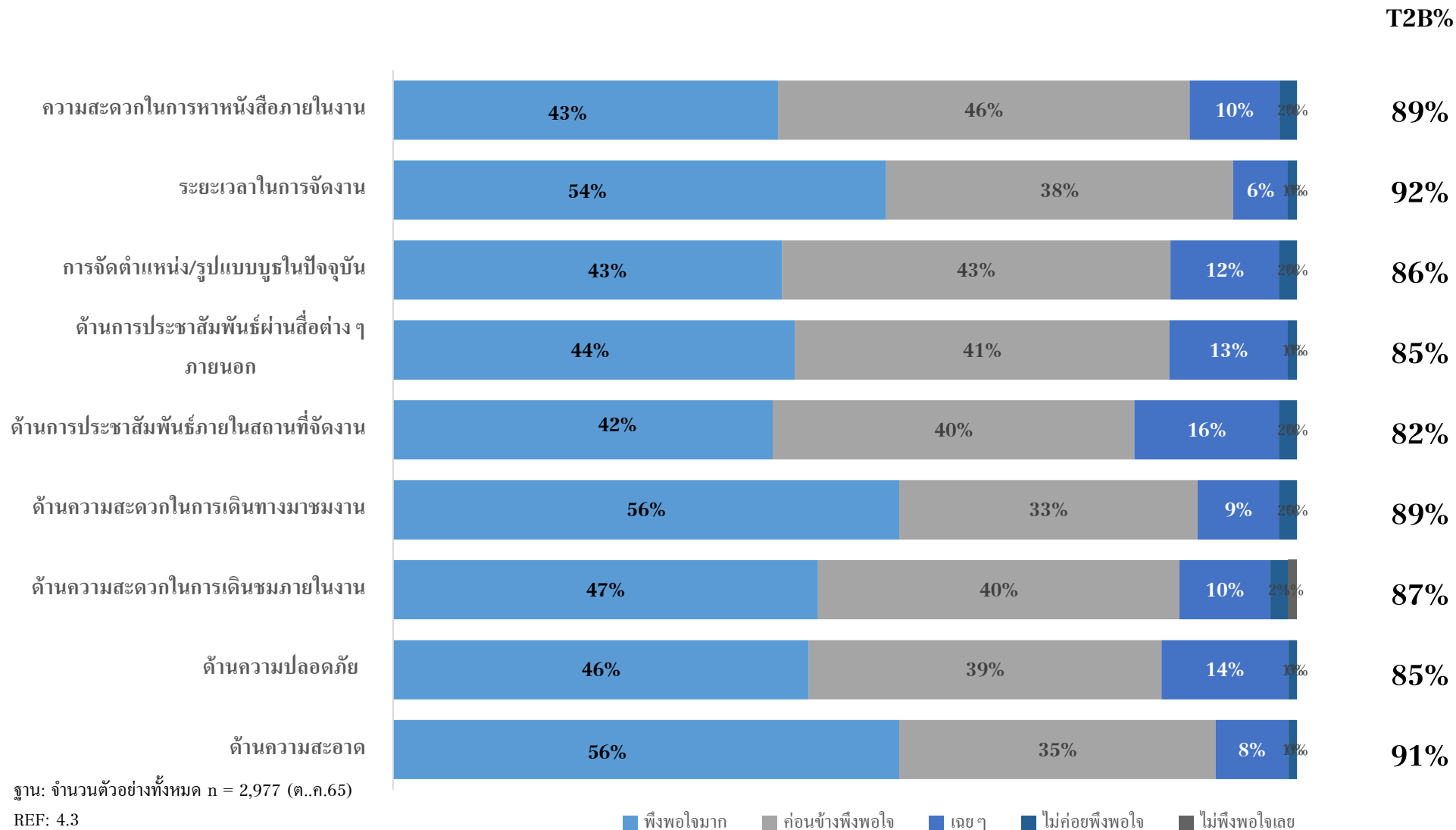
ความพึงพอใจโดยรวมต่องานหนังสือฯ – คะแนนความพึงพอใจในงานฯนี้ สูงขึ้นกว่างานก่อนหน้าและเป็นที่ยอมรับโดยรวมในทุก ๆ กลุ่ม profiles

	รวม	เพศ				อายุ							
		ชาย	หญิง	LGBTQ+	ไม่สะดวกระบุ	12 - 14 ปี	15 - 18 ปี	19 - 22 ปี	23 - 28 ปี	29 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 - 55 ปี	มากกว่า 55 ปี
Base	2977	838	1900	182	57	146	317	379	539	475	542	406	173
พึงพอใจมาก	50%	48%	51%	50%	39%	64%	50%	45%	47%	49%	50%	53%	52%
ค่อนข้างพึงพอใจ	44%	46%	44%	40%	44%	31%	43%	47%	45%	45%	45%	44%	43%
เฉย ๆ	5%	5%	4%	9%	12%	5%	5%	6%	6%	6%	5%	2%	4%
ไม่ค่อยพึงพอใจ	1%	1%	0%	1%	5%	-	1%	1%	1%	0%	0%	0%	1%
ไม่พึงพอใจเลย	0%	0%	0%	-	-	-	0%	1%	0%	-	-	-	-
T2B	94%	93%	95%	90%	82%	95%	94%	92%	92%	94%	95%	97%	95%

ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 2,977 (ต..ค.65)

REF: 4.2

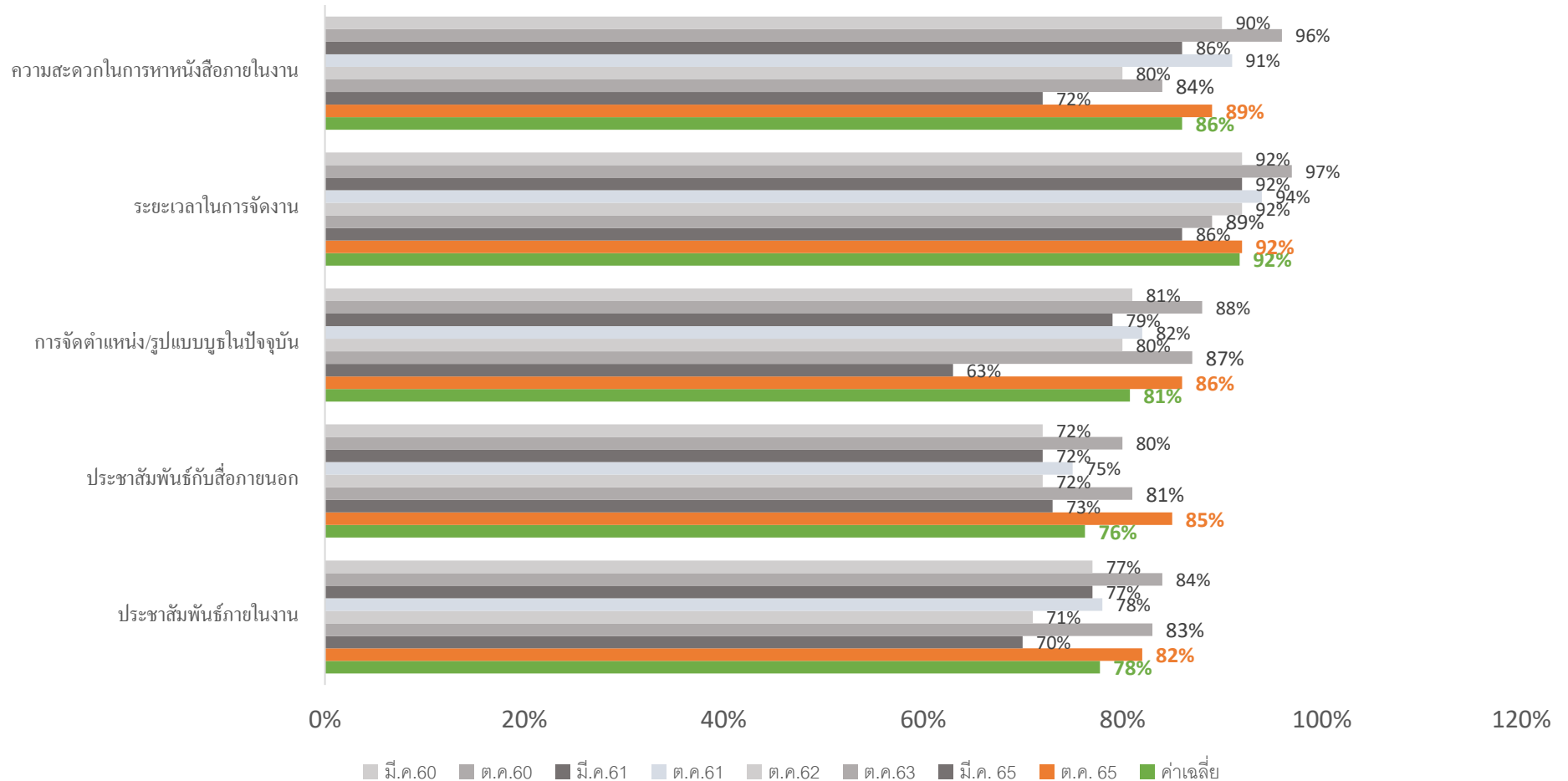
ความพึงพอใจในแต่ละด้าน: คะแนนความพึงพอใจในแต่ละด้านค่อนข้างอยู่ในเกณฑ์ดี โดยเฉพาะในด้านรูปแบบการออกบูธและความสะดวกในการเดินทางมาทำงาน



ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 2,977 (ต..ค.65)

REF: 4.3

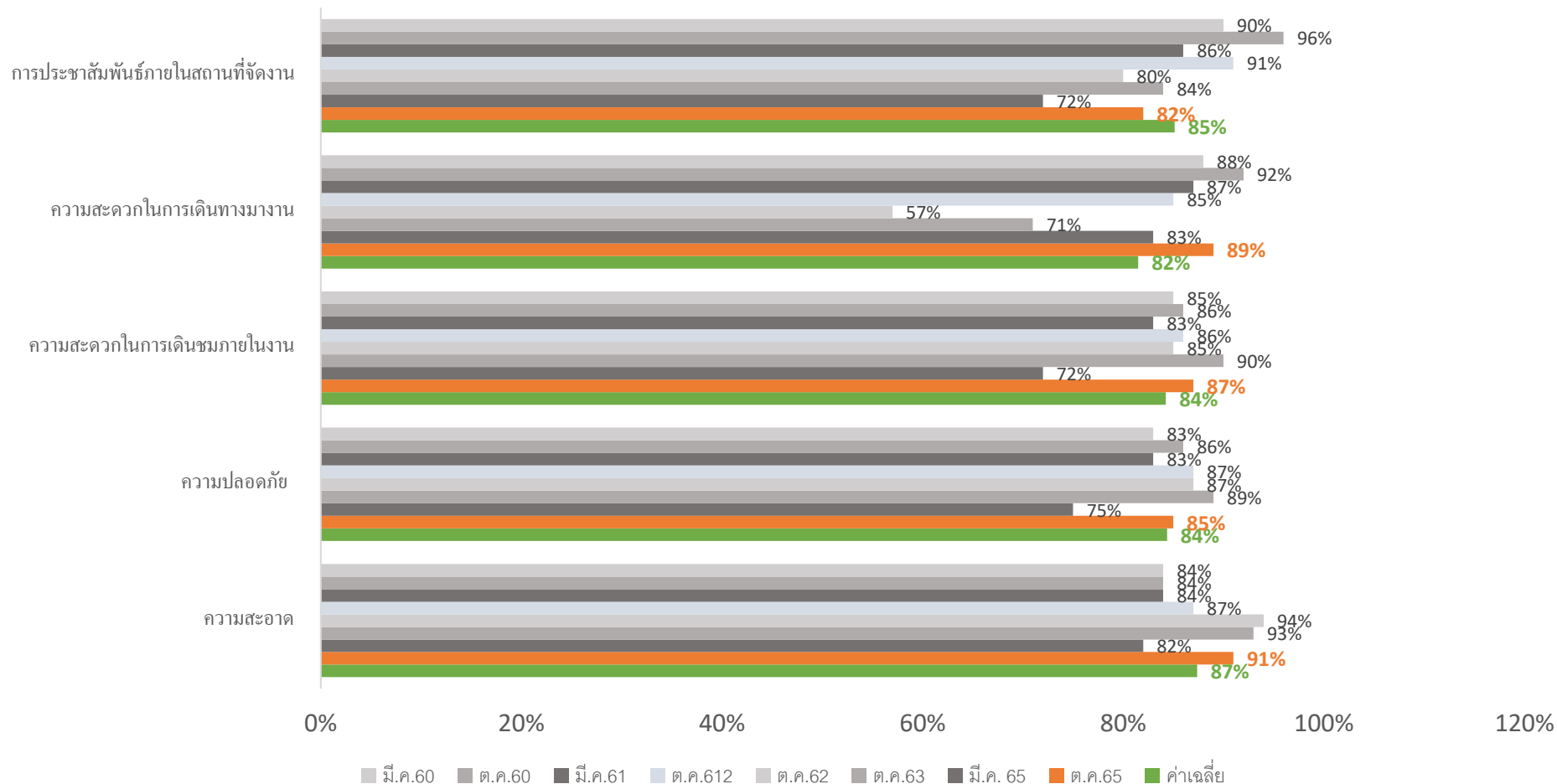
ความพึงพอใจในแต่ละด้าน -คะแนนความพึงพอใจในแต่ละด้านสูงขึ้นจากงานก่อนหน้าอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในด้านรูปแบบการออกบูธและความสะดวกในการเดินทางมาทำงาน



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 = 1,383 (มี.ค.65) / n = 2,977 (ต.ค.65)

REF: 4.3

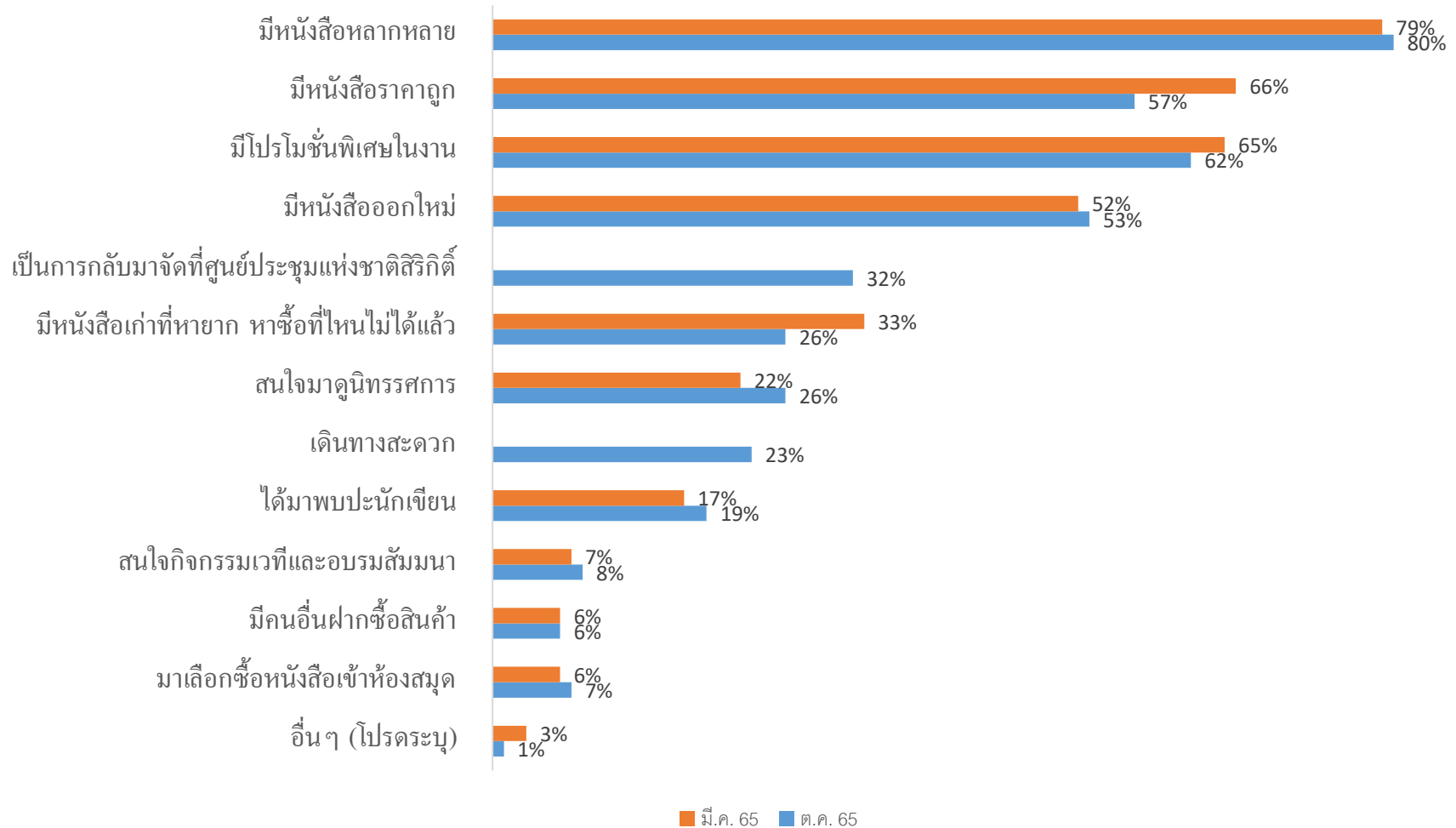
ความพึงพอใจในแต่ละด้าน -คะแนนความพึงพอใจในแต่ละด้านสูงขึ้นจากงานก่อนหน้าอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในด้านรูปแบบการออกบูธและความสะดวกในการเดินทางมาทำงาน



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 = 1,383 (มี.ค.65) / n = 2,977 (ต.ค.65)

REF: 4.3

สาเหตุที่มาซื้อหนังสือที่งานหนังสือๆ - สาเหตุหลักที่มาซื้อหนังสือที่งานได้แก่ความหลากหลาย ราคา โปรโมชั่น และหนังสือออกใหม่

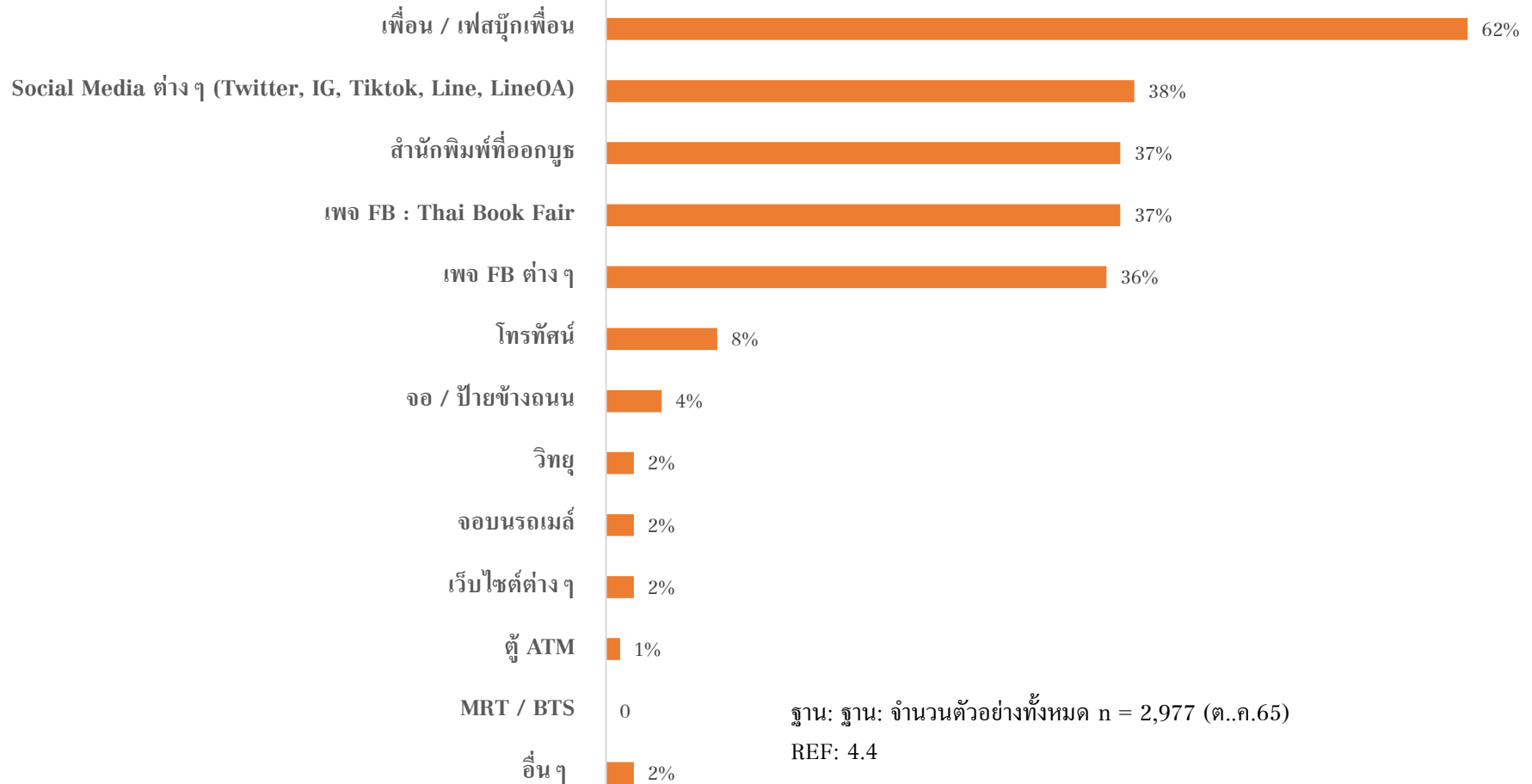


ฐาน: ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 2,977 (ต..ก.65) / n = 2,977 (ต.ค.65)

REF: 4.1

ช่องทางที่รับรู้ข่าวสารของการจัดงาน – เฟสบุ๊ก และ เพื่อนเป็นช่องทางหลักในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดงาน ตามมาด้วยช่องทางออนไลน์ต่างๆ

ช่องทางที่รับรู้ข่าวสาร



ช่องทางที่รับรู้ข่าวสารของการจัดงาน – เฟสบุ๊ก และ เพื่อนเป็นช่องทางหลักในการรับรู้ ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดงาน ตามมาด้วยช่องทางออนไลน์ต่างๆ

ช่องทางที่รับรู้ข่าวสาร

	รวม	เพศ				อายุ							
		ชาย	หญิง	LGBTQ+	ไม่สะดวกระบุ	12 - 14 ปี	15 - 18 ปี	19 - 22 ปี	23 - 28 ปี	29 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 - 55 ปี	มากกว่า 55 ปี
Base	2977	838	1900	182	57	146	317	379	539	475	542	406	173
เพื่อน / เฟสบุ๊กเพื่อน	62%	64%	60%	67%	65%	72%	70%	65%	61%	61%	60%	57%	51%
Social Media	38%	31%	39%	54%	39%	44%	40%	47%	42%	35%	35%	29%	31%
สำนักพิมพ์ที่ออกบูธ	37%	31%	38%	48%	35%	32%	40%	44%	40%	44%	35%	25%	19%
เพจ FB : Thai Book Fair	37%	35%	36%	47%	32%	17%	30%	41%	45%	44%	39%	28%	20%
เพจ FB ต่างๆ	36%	39%	34%	37%	42%	28%	33%	38%	39%	38%	37%	33%	27%
โทรทัศน์	8%	9%	8%	4%	5%	6%	5%	4%	3%	5%	9%	14%	28%
จอ / ป้ายข้างถนน	4%	4%	4%	5%	5%	3%	2%	6%	3%	5%	3%	4%	9%
วิทยุ	2%	2%	2%	1%	4%	2%	2%	1%	1%	1%	3%	4%	8%
จอบนรถเมย์	2%	1%	1%	2%	4%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	2%	4%
เว็บไซต์ต่างๆ	2%	2%	2%	3%	2%	1%	2%	2%	1%	1%	3%	4%	5%
ตู้ ATM	1%	0%	0%	1%	2%	1%	0%	1%	0%	1%	0%	-	1%
MRT / BTS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ	2%	2%	2%	1%	2%	5%	1%	1%	1%	1%	2%	3%	5%

ฐาน: ฐาน: จำนวนตัวอย่างทั้งหมด n = 2,977 (ด..ก.65)

REF: 4.4

สรุปผลการสำรวจ

Key Points

พฤติกรรมการอ่านหนังสือ

- ประมาณ 80% ผู้ที่ทำงานหนังสือฯ ยังอ่านหนังสือเล่มเป็นหลัก
 - แต่ก็มีอัตราการอ่าน e-book ที่สูงเช่นเดียวกัน (ประมาณ 40%) – โดยเฉพาะกลุ่มคนที่อายุน้อยกว่า
 - การอ่าน e-book ส่วนใหญ่จะเป็นการอ่านแบบไม่มีค่าใช้จ่ายและการอ่านแบบรายตอนผ่านทาง application ต่างๆ
 - ซึ่งถ้าเทียบกับปีก่อนหน้าจะเห็นได้ว่าสัดส่วนการอ่านหนังสือแบบ e-book เพิ่มสูงขึ้นเล็กน้อย โดยเฉพาะแบบเสียค่าใช้จ่ายและแบบรายตอน

ประเภทหนังสือที่อ่าน

- ประเภทที่ได้รับความนิยมมาตลอดคือ การ์ตูน ตำราเรียน รวมถึงนิยาย (รัก / วาย / สืบสวน) และหนังสือจิตวิทยา
- จำนวนเล่มที่อ่านต่อเดือนยังคงใกล้เคียงกับต้นปี 2565 ที่ผ่านมา – 1 – 2 เล่มต่อเดือน แต่มีทิศทางที่ลดลงเรื่อยๆ ตลอด 5 ปีที่ผ่านมา
- ถึงแม้ว่าร้านหนังสือจะยังเป็นช่องทางหลักในการซื้อหนังสือ (เนื่องจากคนทำงานหนังสือฯ มีแนวโน้มจะชอบการซื้อหนังสือแบบเล่มและชื่นชอบบรรยากาศการเลือกซื้อหนังสือมากกว่า) แต่การซื้อทางออนไลน์นั้นสูงขึ้น ทั้งผ่านทางเว็บไซต์ของสำนักพิมพ์และร้านหนังสือ รวมไปถึงผ่านทาง application เช่น MEB และ Read a Write

เกี่ยวกับงานหนังสือฯ

- เพื่อนและ Social Media ต่างๆ เป็นช่องทางหลักในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดงาน
- คะแนนความพึงพอใจต่องานหนังสือฯ ในครั้งนี้เพิ่มขึ้นจากงานก่อนในทุกๆ ส่วนของการวัดผล โดยเฉพาะในเรื่องของการจัดผังงานของและความสะดวกในการเดินทางมาที่งาน ซึ่งคาดว่ามาจากการกลับมาจัดงานที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์อีกครั้งนี้

มหกรรมหนังสือระดับชาติ
BOOK EXPO THAILAND 2022 ครั้งที่ 27

12-23 ตุลาคม 2565 10.00 น. - 21.00 น.
EXHIBITION HALL 5-7 ชั้น LG ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์



End of Document