

รายงานวิจัยเรื่อง

สำรวจความต้องการและปัญหาของงานมหกรรมหนังสือแห่งชาติครั้งที่ 24 พ.ศ.2562

เสนอ

ผศ.ดร.ศศิพิมล ประพินพงศกร

โดย

นายชนพัฒน์	เผ่ามานะเจริญ	60101010269
นางสาวปิยะธิดา	เวียงทอง	60101010276
นางสาวอุทุมพร	ซ้อนจันดี	60101010289
นางสาวกุลกรณั์	ริมวิเชียร	60101010770
นางสาวทารินทร์	สะท้อนดี	60101010772
นายวรุตม์	เพชรเกอร์	60101010780
นายวัชรพงษ์	จันทร์ตรี	60101010781
นายศักดิ์นันท	แหลมสุขสวัสดิ์	60101010782

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาคการเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา IS301 การวิจัยพื้นฐานสำหรับงานวิจัย

สารบัญ

บทที่ 1	1
บทนำ	1
บทคัดย่อ	1
ความมุ่งหมายของงานวิจัย	2
ความสำคัญของงานวิจัย	2
ขอบเขตวิจัย	3
ตัวแปรที่ศึกษา	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	4
บทที่ 2	5
แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
ความหมายและความสำคัญของงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ	5
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	6
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3	16
วิธีดำเนินการวิจัย	16
ประชากร	16
ตัวแปรที่ศึกษา	16
เครื่องมือในการวิจัย	17
บทที่ 4	20
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	20

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
การวิเคราะห์อัตราการเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือ	23
การวิเคราะห์สภาพ และปัญหาที่เกิดขึ้นในงานมหกรรมหนังสือ	29
บทที่ 5	37
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	37
สรุปผลการวิจัย	37
การอภิปราย	41
ข้อเสนอแนะในการวิจัย	43
แบบสำรวจ	45

สารบัญตาราง

ตารางที่

1. ผลวิเคราะห์เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
2. ผลวิเคราะห์ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
3. ผลวิเคราะห์ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	22
4. วิเคราะห์เงินที่ได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม	22
5. ตารางแสดงผลผู้เข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือ	23
6. ตารางแสดงเหตุผลของผู้ที่ไม่สามารถเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือได้	24
7. ตารางแสดงกิจกรรมที่ผู้เข้าร่วมงานได้ทำในงานหนังสือ	25
8. ตารางแสดงแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานมหกรรมหนังสือครั้งที่ 24	26
9. ตารางแสดงหนังสือที่ผู้เข้าร่วมสนใจในประเภทต่างๆ	27
10. ตารางแสดงหนังสือที่ผู้เข้าร่วมจะซื้อตามประเภทต่างๆ	28
11. ตารางแสดงสภาพด้านสถานที่ภายในงาน	29
12. ตารางแสดงด้านบริการและกิจกรรม	30
13. ตารางแสดงสภาพด้านการเดินทาง	31
14. ตารางแสดงสภาพด้านการประชาสัมพันธ์	31
15. ตารางแสดงสภาพด้านความปลอดภัย	32
16. ตารางแสดงปัญหาด้านสถานที่ภายในงาน	33
17. ตารางแสดงปัญหาด้านบริการและกิจกรรม	33
18. ตารางแสดงปัญหาด้านการเดินทาง	34
19. ตารางแสดงปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์	35
20. ตารางแสดงปัญหาด้านความปลอดภัย	35

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง ตำราตรวจสอบความต้องการและปัญหาของงานมหกรรมหนังสือแห่งชาติครั้งที่ 24 พ.ศ.2562 นั้นสำเร็จขึ้นได้โดยได้รับความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิพิมล ประพินพกร อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยและอาจารย์ผู้สอน ที่ได้ให้คำแนะนำ แนวคิดและความรู้ในการจัดทำงานวิจัย ตลอดจนการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ มาโดยตลอด จนงานวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลที่ทำให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์สูงสุดแก่ผู้วิจัย ซึ่งเป็นมุมมองที่ผู้วิจัยไม่เคยได้พบมาก่อนและระบุปัญหาในเชิงลึกที่เกิดขึ้นได้

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ชี้แนะแนวทางแก่ผู้วิจัย และทำให้เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลมีความพร้อมในการดำเนินการวิจัย

ขอขอบคุณเพื่อนๆผู้ร่วมวิจัยทุกคนที่ร่วมแรงร่วมใจ ช่วยกันผ่านปัญหาต่าง ๆ และทำงานวิจัยชิ้นนี้ให้ผลงานสำเร็จสมบูรณ์

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และนำข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปพัฒนาเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อนิสิตผู้พิการสืบไป

คณะผู้จัดทำ

บทที่ 1

บทนำ

บทคัดย่อ

งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ เริ่มจัดขึ้นครั้งแรกในปีพุทธศักราช 2515 ภายใต้ความร่วมมือของกรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการและคณะกรรมการพัฒนาหนังสือแห่งชาติ ซึ่งในภายหลังสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทยเข้าร่วมด้วย สถานที่จัดงานครั้งแรกคือบริเวณโรงละครแห่งชาติ ต่อมาได้มีการย้ายสถานที่จัดงานหลายแห่ง ได้แก่ สวนลุมพินี โรงเรียนหอวัง ห้องสนามหลวง ครุสภา และถนนลูกหลวง ข้างกระทรวงศึกษาธิการ ต่อมาในปีพุทธศักราช 2546 เพิ่มการจัดงานสัปดาห์หนังสือนานาชาติ (Bangkok International Book Fair) ไปพร้อมกันด้วย รวมทั้งย้ายสถานที่จัดงานไปยังศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ปัจจุบันมีการปรับปรุงรูปแบบและมีชื่อเรียกว่างานมหกรรมหนังสือระดับชาติ จัดเป็นครั้งที่ 24 โดยเปลี่ยนสถานที่จัดงานเป็นอิมแพค เมืองทองธานี จังหวัดปทุมธานี

งานมหกรรมหนังสือระดับชาติเป็นงานแสดงหนังสือระดับชาติที่ได้รับความสนใจและรอยคอบจากบรรดานักอ่านมาโดยตลอด ซึ่งเป็นการรณรงค์ส่งเสริมวัฒนธรรมการอ่านในสังคมไทย และกระตุ้นให้สังคมได้เห็นถึงความสำคัญของการอ่านมากขึ้น โดยตลาดหนังสือเล่มสามารถทำรายได้โดยรวมในแต่ละปีประมาณ 1.6 หมื่นล้านบาท ซึ่งงานสัปดาห์หนังสือฯ กับงานมหกรรมหนังสือแห่งชาติแต่ละครั้ง จะมียอดขายหนังสือเล่มรวมกันประมาณ 300-400 ล้านบาท หรือปีละประมาณ 600-800 ล้านบาท คิดเป็น 5 เปอร์เซ็นต์ของตลาดรวมทั้งหมด ถือเป็นหนึ่งในช่วงเวลา que ตลาดหนังสือเล่มมีเงินสะพัดมากที่สุดช่วงหนึ่งของปี หลายสำนักพิมพ์สามารถทำรายได้เป็นหลักล้านบาท จากการขายหนังสือในช่วงเวลาสั้นๆ เพียง 2 สัปดาห์ของงานหนังสือแต่ละครั้ง

ในปัจจุบันสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตและมีอิทธิพลในการดำเนินชีวิตเป็นอย่างมากจนก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์และหนังสือจนต้องมีการปรับตัวและทำข้อเสนอในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ภายใต้การแข่งขันของสำนักพิมพ์และหน่วยงานมากมาย ในการจัดงานมหกรรมหนังสือระดับชาติแต่ละครั้ง มักแบ่งเป็นโซนและบูธของแต่ละสำนักพิมพ์ มีการขายทั้งหนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวีดิ

ทัศน์ และยังกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความต้องการที่จะมางานผ่านการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ เช่น การแจก
ลายเซ็นของนักเขียน เวทีสัมมนา การทำ โปรโมชั่นลดราคาของหนังสือและแจกของแถมเมื่อซื้อหนังสือถึง
ราคาที่กำหนด เป็นต้น

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ตลาดหนังสือจึงมีการแปรผันและ
ปรับเปลี่ยนเพื่อให้สามารถรองรับความต้องการของผู้บริโภค กลุ่มผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญและต้องการ
สำรวจสภาพ ความต้องการและปัญหาของผู้ร่วมงานในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ในปีพ.ศ.
2562 เพื่อเป็นแนวทางในการจัดงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งถัดไป และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อ
หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องให้สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งสำรวจสภาพ ความต้องการและปัญหาของนักเรียน – นักศึกษาภายในงาน
มหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2562 โดยอาศัยการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยจึงกำหนด
วัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2562
2. เพื่อศึกษาความต้องการของนักเรียน-นักศึกษาในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 24 ในปี
พ.ศ.2562
3. เพื่อศึกษาปัญหาทั่วไปภายในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2562

ความสำคัญของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เพื่อสำรวจสภาพ ความต้องการและปัญหาของนักเรียน – นักศึกษาภายในงาน
มหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2562 มุ่งเน้นไปที่สำรวจสภาพทั่วไปภายในงานว่านักเรียน-
นักศึกษาที่เข้าร่วมงานมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด และมีความต้องการในการเข้าร่วมงานในด้านใด
รวมไปถึงปัญหาที่พบภายในงานว่ามีปัญหามากเพียงใด ซึ่งข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ หวังว่าจะเป็น
ประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย สำหรับสำนักพิมพ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สำหรับ
ผู้จัดงานเพื่อพัฒนางานให้ดียิ่งขึ้น และสำหรับตัวผู้เรียน-นักศึกษาเองเพื่อรับบริการที่ดีขึ้นในภาย
ภาคหน้า

ขอบเขตวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักเรียน-นักศึกษาที่เข้าร่วมงานและไม่ได้เข้าร่วมงาน มหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 จำนวน 150 คน รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเครื่องมือวิจัยที่ใช้คือ แบบสำรวจ

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 อายุ

1.2.1 น้อยกว่า 13 ปี

1.2.2 13-15 ปี

1.2.3 16-18 ปี

1.2.4 19-22 ปี

1.2.5 มากกว่า 23 ปี

1.3 รายได้ต่อเดือน (ค่าใช้จ่ายส่วนตัวที่ได้รับต่อเดือน เช่น ค่าขนม ค่าเดินทาง ฯลฯ)

1.4 ระดับชั้นที่ศึกษาอยู่

1.4.1 มัธยมศึกษาตอนต้น

1.4.2 มัธยมศึกษาตอนปลาย (เทียบเท่า ปวช.)

1.4.3 ปริญญาตรี (เทียบเท่า ปวส.)

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ สภาพ ความต้องการและปัญหาของนักเรียน-นักศึกษาในงาน มหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2562

นิยามศัพท์เฉพาะ

นักเรียน-นักศึกษา หมายถึง บุคคลทั้งเพศหญิงและเพศชายที่กำลังศึกษาอยู่ใน ระดับชั้นศึกษาตั้งแต่ ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จนถึง ระดับชั้นปริญญาตรี

สภาพทั่วไป หมายถึง ลักษณะความเป็นอยู่ของสิ่งต่างๆไม่ว่าจะจับต้องได้หรือไม่ เช่น สภาพด้านสิ่งของ สถานที่ สภาพด้านความปลอดภัย สภาพด้านการเดินทาง การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

ความต้องการ หมายถึง ความอยาก การสนองสิ่งที่ตัวเองต้องการ หรือความอยากได้ในสิ่งของ รวมถึงความอยาก การสนองสิ่งที่ตัวเองต้องการในสิ่งที่เป็นนามธรรมเช่น ต้องการความสนุก

ปัญหา หมายถึง ความผิดพลาดในการกระทำ หรือความผิดพลาดต่างๆในสิ่งที่เป็นนามธรรมเช่นการบริการ และหมายถึงความบกพร่องในการกระทำสิ่งต่างๆหรือความบกพร่องของระบบต่างๆ

งานมหรณพหนังสือระดับชาติ หมายถึง งานหนังสือที่รวมสำนักพิมพ์ต่างๆเพื่อมาเปิดบูธขายหนังสือ และมีกิจกรรมส่งเสริมการอ่านต่างๆอีกมากมาย เป็นแหล่งรวมสำนักพิมพ์และหนังสือต่างๆสำหรับคนรักการอ่าน และยังเป็นพื้นที่ที่สามารถสร้างประสบการณ์ใหม่ๆให้ผู้คนได้มากมาย และยังเป็นพื้นที่ที่สามารถมาเที่ยวกิจกรรมต่างๆภายในงานที่ไม่เกี่ยวกับหนังสือได้อีกด้วย เพราะมีทั้งของกินและกิจกรรมที่หลากหลายที่ไม่ได้มีแค่งานหนังสือ ซึ่งในแต่ละปีจะมีกิจกรรมที่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการทำวิจัยเรื่อง แบบสำรวจสภาพ ความต้องการและปัญหาของนักเรียน-นักศึกษาภายในงานมหรณพหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2562 คือ

ตัวแปรต้น

1. เพศ
2. อายุ
3. รายได้ต่อเดือน (ค่าใช้จ่ายส่วนตัวที่ได้รับต่อเดือน เช่น ค่าขนม ค่าเดินทาง ฯลฯ)
4. ระดับชั้นที่ศึกษาอยู่

สภาพ ความต้องการและปัญหาของนักเรียน-นักศึกษาในงานมหรณพหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2562

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเกี่ยวกับการสำรวจสภาพ ความต้องการและปัญหาของผู้ร่วมงานในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ. 2562 ผู้วิจัยได้ศึกษางานเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำมาเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ความหมายและความสำคัญของงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวความคิดและทฤษฎีด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์
4. เอกสารที่เกี่ยวข้อง

1. ความหมายและความสำคัญของงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ

ความหมายของงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายกับงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ คือ กิจกรรมการค้าหนังสือที่กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการและคณะกรรมการพัฒนาหนังสือแห่งชาติให้ความร่วมมือกัน เริ่มจัดขึ้นครั้งแรกในปีพุทธศักราช 2515 ซึ่งในภายหลังสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทยเข้าร่วมด้วย งานมหกรรมหนังสือระดับชาติ (Book Expo Thailand) เป็นงานจำหน่ายหนังสือและสื่อการศึกษาในส่วนกลาง ซึ่งจัดโดยสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย ตามปกติจะจัดขึ้นในช่วงเดือนตุลาคมของทุกปี เริ่มจัดขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2539 ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์มาโดยตลอด จนเมื่อวันที่ 2 ตุลาคม พุทธศักราช 2562 งานมหกรรมหนังสือระดับชาติได้ย้ายไปจัดที่ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพค เมืองทองธานีเป็นการชั่วคราว เนื่องจากศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ปิดปรับปรุง ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จพร้อมให้บริการอีกครั้งในปีพุทธศักราช 2565

ความสำคัญของงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ

งานมหกรรมหนังสือระดับชาติเป็นงานแสดงหนังสือระดับชาติที่ได้รับความสนใจและวอคอยจากบรรดานักอ่านมาโดยตลอด ซึ่งเป็นการรณรงค์ส่งเสริมวัฒนธรรมการอ่านในสังคมไทย และกระตุ้นให้สังคมได้เห็นถึงความสำคัญของการอ่านมากขึ้น โดยตลาดหนังสือเล่มสามารถทำรายได้โดยรวมในแต่ละปีประมาณ 1.6 หมื่นล้านบาท ซึ่งงานสัปดาห์หนังสือฯ กับงานมหกรรมหนังสือแห่งชาติแต่ละครั้ง จะมี

ยอดขายหนังสือเล่มรวมกันประมาณ 300-400 ล้านบาท หรือปีละประมาณ 600-800 ล้านบาท คิดเป็น 5 เปอร์เซ็นต์ของตลาดรวมทั้งหมด ถือเป็นหนึ่งในช่วงเวลาที่ตลาดหนังสือเล่มมีเงินสะพัดมากที่สุดช่วงหนึ่งของปี หลายสำนักพิมพ์สามารถทำรายได้เป็นหลักล้านบาท จากการขายหนังสือในช่วงเวลาสั้นๆ เพียง 2 สัปดาห์ของงานหนังสือแต่ละครั้ง

งานมหกรรมหนังสือแห่งชาติ จัดงานครั้งแรกบริเวณโรงละครแห่งชาติ ต่อมาได้มีการย้ายสถานที่จัดงานหลายแห่ง ได้แก่ สวนลุมพินี โรงเรียนหอวัง ท้องสนามหลวง ศูนย์ฯ และถนนลูกหลวง ช้าง

กระทรวงศึกษาธิการ ต่อมาในปีพุทธศักราช 2546 เพิ่มการจัดงานสัปดาห์หนังสือนานาชาติ (Bangkok International Book Fair) ไปพร้อมกันด้วย รวมถึงศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ปัจจุบันมีการปรับปรุงรูปแบบและมีชื่อเรียกงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ จัดเป็นครั้งที่ 24 โดยเปลี่ยนสถานที่จัดงานเป็นอิมแพค เมืองทองธานี จังหวัดปทุมธานี

2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

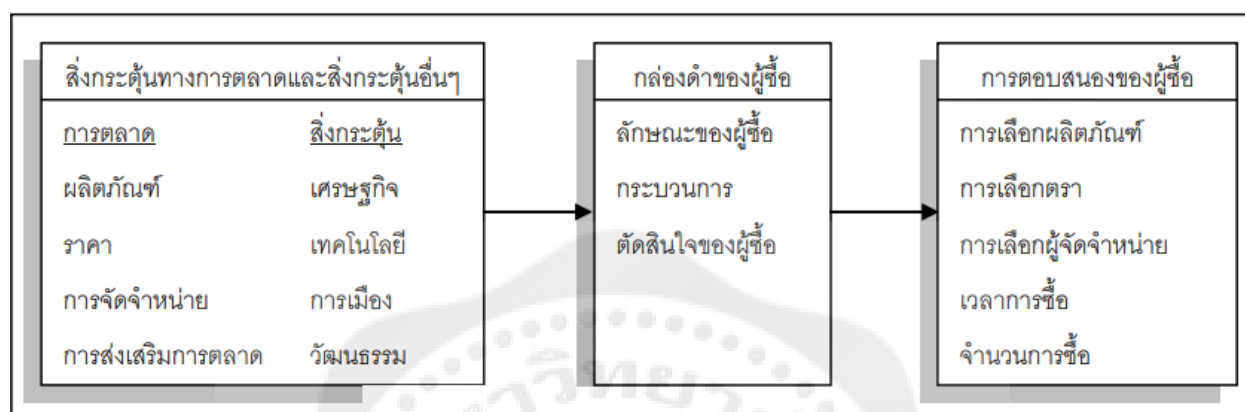
สุชนา ตันติพรอนันต์(2554, 22) กล่าวว่า ผู้บริโภค(Consumer) คือ ผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Need) มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior) และพฤติกรรมการใช้ (Using Behavior) ดังนี้

1. ผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีความต้องการ (Need) เป็นความต้องการเบื้องต้นในแง่ต่างๆ รวมไปถึงแง่ของสินค้า โดยความต้องการนั้นจะขึ้นอยู่แต่ละบุคคล ผู้บริโภคเป็นผู้ซื้อที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) ผู้บริโภคจะมีความต้องการอย่างเดียวยังไม่ได้ แต่จะต้องประกอบไปด้วยอำนาจการซื้อด้วย ถ้ามีเพียงความต้องการแต่ไม่มีอำนาจซื้อ ก็ยังไม่ใช่ว่าผู้บริโภคของสินค้านั้น เพราะฉะนั้นการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค จึงต้องวิเคราะห์ไปที่ตัวเงินของผู้บริโภคด้วย
2. การเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) เมื่อผู้บริโภคมีความต้องการและมีอำนาจซื้อแล้ว ก็จะเกิดพฤติกรรมการซื้อ เป็นต้นว่า ผู้บริโภคซื้อของสิ่งใด ซื้อเมื่อใด ใครเป็นคนซื้อ ใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจมากน้อยแค่ไหน ผู้ปกครองมีผลต่อการเลือกซื้อหรือไม่ เช่น ครอบครัวควบคุมการซื้อของเข้าบ้าน หรือต้องผ่านการตัดสินใจของผู้ปกครองก่อนทำการซื้อของใดๆ
3. พฤติกรรมการใช้ (Using behavior) ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้สินค้าอย่างไร เช่น ใช้ในการเพิ่มความรู้ ใช้ในการเป็นสื่อบันเทิง เป็นต้น

แบบจำลองพฤติกรรมของผู้บริโภค

ผู้บริโภคต้องทำการตัดสินใจซื้อมากมาย นักการตลาดจึงศึกษาว่าแท้จริงแล้ว การซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วยสิ่งในบ้าง

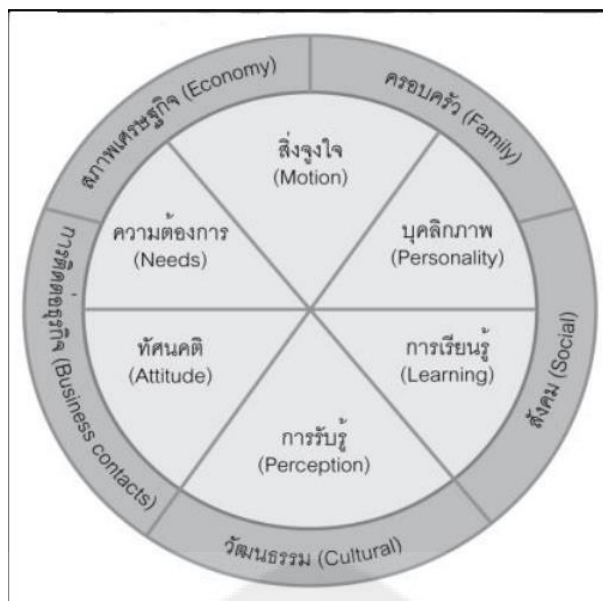
แบบจำลองสิ่งกระตุ้น-การตอบสนองของพฤติกรรมผู้ซื้อ จะเห็นได้ว่า สิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่นๆจำถูกนำเข้าสู่กล่องดำ และทำให้เกิดการตอบสนอง



ที่มา : Philip Kotler, Gary Armstrong. (2009). Principle of marketing. P.67.

ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่นๆให้สามารถตอบสนอง ในกล่องดำของผู้ซื้อ แบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือ ลักษณะของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลตามการรับรู้ และการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น ผู้บริโภค ส่วนที่สองคือกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่กระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ

ตัวกำหนดพื้นฐาน (Basic Determinants) : ปัจจัยภายใน (ปัจจัยด้านจิตวิทยา) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค



ภาพประกอบ 7 ตัวกำหนดพื้นฐาน (Basic Determinants)

ที่มา : รองศาสตราจารย์ ดร.เสวี วงษ์มณฑา. (2542) การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค. P.37.

1.ปัจจัยภายใน (ปัจจัยด้านจิตวิทยา) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

1.1 ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ ถูกแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.1.1 ความต้องการขั้นปฐมภูมิหรือความต้องการทางชีวภาพ เช่น ความหิว กระหาย ความง่วง ความต้องการพักผ่อน เป็นต้น เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่เกิด เป็นลักษณะของชีวภาพของมนุษย์

1.1.2 ความต้องการขั้นทุติยภูมิหรือความต้องการทางสังคม ความต้องการนี้ หมายถึง ความต้องการที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ถึงการอยู่ร่วมกันในสังคม ได้แก่ ความต้องการความรัก ต้องการความภูมิใจ ต้องการเพื่อน ต้องการความปลอดภัย เป็นต้น ความต้องการทุติยภูมิ เป็นความต้องการที่ไม่ได้เกิดขึ้นโดยร่างกายแต่กำเนิด แต่เป็นการเกิดจากการเรียนรู้จากผู้อื่น

1.2 แรงจูงใจ (Motions) หมายถึง ปัญหาที่ถึงจุดวิกฤติ ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่สบายใจ แรงจูงใจจึงเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นรุนแรง บังคับให้บุคคลนั้นหาวิธีมาตอบสนองความพึงพอใจ อาจจะเป็นความไม่สบายใจทางกายหรือจิตใจจนก่อเกิดความพยายามในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวนั้นโดยแรงจูงใจนั้นมีพื้นฐานมาจากความจำเป็น (Base on Needs) กล่าวคือถ้าไม่มีความจำเป็น (Needs) ก็จะไม่เกิดแรงจูงใจ (Motive) และเมื่อเกิดขึ้นรุนแรงจะกลายเป็นค้นหาแห่งความต้องการ แต่ถ้าความต้องการ (Wants) นั้นไม่รุนแรงพอจะให้เป็นไม่เกิดแรงจูงใจในการซื้อ

1.3 บุคลิกภาพ (Personality) คือ ลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาขึ้นมาในระยะยาว ซึ่งมีผลกระทบต่อการกำหนดรูปแบบในการโต้ตอบหรือตอบสนองที่แตกต่างกัน ทั้งที่ขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล ดังนั้นบุคลิกภาพจึงเป็นตัวกำหนดการตอบสนองต่อสิ่งต่างๆ รวมไปถึงการเลือกซื้อสารสนเทศ และสิ่งสิ่งที่ต้องการ(Needs) ในรูปแบบต่างๆ

1.4 ทศนคติ (Attitude) คือ การประเมินความพอใจหรือไม่พอใจความรู้สึกและท่าทีความรู้สึกที่คนเรามีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทศนคติเป็นสิ่งที่จะนำมาซึ่งการปฏิบัติต่อสิ่งนั้นๆของผู้บริโภค สิ่งที่เข้ามากำหนดนั้นประกอบไปด้วย 1) ความรู้ 2) ความรู้สึก 3) แนวโน้มของนิสัยหรือความพร้อมที่จะกระทำ ทั้งสามประการนี้เป็นสิ่งที่นักการตลาดพยายามจะเปลี่ยนแปลง โดยผู้บริโภคคนใดที่มีทัศนคติที่ดีต่อสินค้า เราจะพยายามรักษาเอาไว้ แต่ถ้าผู้บริโภคคนใดที่มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสินค้า เราจะพยายามเปลี่ยนทัศนคติของเขาให้ชอบสินค้าเรา การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของมนุษย์เป็นงานที่ยาก จากกรณีมักจะพบคนชอบพูดว่า การที่นักการตลาดไปเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล เป็นงานที่ยากกว่าตลาดที่ตามพฤติกรรมของผู้คน ตัวแทนบุคคลที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมถือว่าเป็นตัวแทนกระบวนการทางสังคม โดยเราอาจจะแบ่งการตลาดได้ 2 แบบคือ

1.4.1 การตลาดแบบปรับตัวตามความต้องการของตลาด (Adaptive Marketing) เป็นการตลาดแบบปรับตัวตามพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยจะศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคแล้วปรับตัวตามการตลาดแบบนี้เป็นสิ่งที่ง่ายกว่า ใช้งบประมาณน้อยกว่า เพราะมีพฤติกรรมของผู้บริโภครองรับการกระทำขององค์กรอยู่แล้ว

1.4.2 การตลาดแบบจงใจเปลี่ยนแปลงผู้บริโภค (Manipulative Marketing) เป็นการตลาดที่เปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภค สินค้าที่จะใช้การตลาดแบบจงใจเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่นำสังคม โดยก่อนที่จะมีสินค้านั้น สังคมไม่มีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับสินค้านั้น แต่เมื่อสินค้าเข้ามาสนองความต้องการจะเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงทัศนคติให้เกิดความต้องการและพฤติกรรมการใช้สินค้า เช่น ทรนงค์การใช้น้ำมันไร้สารตะกั่ว และรัฐบาลก็ให้ความร่วมมือด้วยการลดภาษี เหตุนี้จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและทัศนคติของผู้บริโภคต้องได้รับความร่วมมือจากหลายฝ่ายหากต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดี

1.5 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งบุคคลเลือกจัดองค์ประกอบและตีความข้อมูลเพื่อกำหนดภาพที่มีความหมาย การรับรู้เป็นสิ่งสำคัญมากในการของการตลาด จนมีคำกล่าวว่า “สงครามการตลาดความจริงไม่ใช่สงครามสินค้า แต่เป็นสงครามการสร้างการรับรู้” ดังนั้นการสร้างภาพพจน์ตราสินค้าให้คนมองสินค้าของบริษัท การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ก็ล้วนเป็นเรื่องของการรับรู้ทั้งสิ้น

1.6 การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลซึ่งเกิดจากประสบการณ์ ดังนั้นการเรียนรู้จึงเป็นประสบการณ์ที่บุคคลสะสมเอาไว้ นักการตลาดจึงมีหน้าที่ใส่ประสบการณ์การเรียนรู้เกี่ยวกับตราสินค้าที่ถูกต้องให้กับผู้บริโภค

2. ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

2.1 สภาพเศรษฐกิจ (Economy) เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจการซื้อ (Purchasing Power) ของผู้บริโภค สิ่งนี้คือปัจจัยที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภค

2.2 ครอบครัว (Family) ครอบครัวทำให้เกิดการตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์การตอบสนองความต้องการของร่างกายจะได้รับอิทธิพลจากสมาชิกของครอบครัว

นักการตลาดต้องเป็นนักพฤติกรรมศาสตร์ (Socializing Agent) เป็นกระบวนการที่เตรียมคนเข้าสู่สังคมซึ่งประกอบด้วยโรงเรียน ศาสนา สื่อมวลชน สถาบันการ เมือง การเตรียมพร้อมเข้าสู่สังคมนั้น ครอบครัวจะเป็นพื้นฐาน การดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล ขณะเดียวกันโรงเรียนก็ชี้แนวทางในการดำรงชีวิตของบุคคลได้หลายประการ ศาสนาที่เรานับถือก็สอนบุคคลได้หลายอย่าง

2.3 สังคม (Social Group) ลักษณะด้านสังคมประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต ค่านิยมสังคม และความเชื่อถือ

นักการตลาดต้องเป็นนักสังคมวิทยาเพื่อที่จะได้มองว่าอิทธิพลของสังคมที่มีต่อการอยู่ร่วมกันของมนุษย์นั้นมีอะไรบ้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องบรรทัดฐาน (Norm) กล่าวคือต้องทราบว่าสิ่งใดที่สังคมยอมรับได้ สิ่งใดที่สังคมยอมรับไม่ได้ ความคิดในแต่ละวันของสังคมมีบรรทัดฐานที่ไม่เหมือนกัน

2.4 วัฒนธรรม (Culture) เป็นกลุ่มของค่านิยมพื้นฐาน การรับรู้ ความต้องการ พฤติกรรม ซึ่งเรียนรู้จากการเป็นสมาชิกในครอบครัว วัฒนธรรมจึงเป็นรูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิตที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับ

ธุรกิจใดที่ให้การสนับสนุนด้านศิลปวัฒนธรรม เชื่อว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสามารถส่งเสริมการรู้จักบริษัทและสร้างความรู้สึกรักหรือทัศนคติที่ดีให้เกิดกับบริษัทได้

2.5 การติดต่อธุรกิจ (Business Contract) หมายถึง โอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้านั้นๆ สินค้าตัวใดที่ผู้บริโภคได้รู้จักหรือพบเห็นบ่อยๆ มีความคุ้นเคย ซึ่งจะทำให้เกิดความรู้สึกไว้วางใจและมีความยินดีที่จะใช้สินค้านั้น แต่สินค้าที่ผู้บริโภคไม่รู้จัก ไม่ค่อยพบเห็น ทำให้ไม่มีความคุ้นเคยหรือไว้วางใจแก่สินค้านั้นๆ ดังนั้นในการธุรกิจจึงต้องเน้นในเรื่องของการทำให้เกิดการพบเห็นตราสินค้า (Brand Contract) นำสินค้าเข้าไปให้ผู้บริโภคพบเห็น รู้จัก ได้สัมผัส ได้ยิน และเกิดการเปิดรับ (Exposure)

การสื่อสารตราสินค้า (Brand Contract) ผู้บริโภคที่ได้พบเห็นตราสินค้าตลอดเวลา มักจะมีความคุ้นเคยกับตราสินค้านั้น ความคุ้นเคยทำให้เกิดความชอบ ความชอบทำให้เกิดการไว้วางใจ การไว้วางใจ

นำไปสู่การตัดสินใจซื้อ เมื่อมีการทำการสื่อสารตราสินค้าบ่อยๆ จะนำไปสู่ความต่อเนื่องในการติดต่อสื่อสารทางการตลาด ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุกขั้นตอน

3. แนวคิดแนวความคิดและทฤษฎีด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์



ภาพประกอบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ

ที่มา : Etzel, Walker; & Stanton. (1997). Marketing. International ed. McGraw-hill, Inc., p.193.

1. **คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product Quality)** เป็นการวัดการทำงานและวัดความคงทนของผลิตภัณฑ์ เกณฑ์ในการวัดคุณภาพถือหลักความพึงพอใจลูกค้าและคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง รวมทั้งต้องสม่ำเสมอและมีมาตรฐานเพื่อที่จะสร้างการยอมรับ ความน่าเชื่อถือที่มีต่อสินค้าทุกครั้งที่ซื้อ ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องมีการควบคุมคุณภาพสินค้า (Quality Control)
2. **ลักษณะทางกายภาพของสินค้า (Physical Characteristics of goods)** เป็นรูปร่างลักษณะที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ และสามารถรับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส เช่น รูปร่าง ลักษณะ รูปแบบ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น

3. **ราคา (Price)** เป็นจำนวนเงินที่บุคคลจ่ายเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งแสดงเป็นมูลค่าที่ผู้บริโภคจ่ายเพื่อแลกเปลี่ยนกับผลประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ (Kotler; & Armstrong.1999: G7) ซึ่งราคานี้มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค การตัดสินใจตั้งราคานี้ต้องสอดคล้องกับปรัชญาหรือแนวคิดทางการตลาด รวมไปถึงสอดคล้องกับระดับรายได้ของผู้บริโภคโดยอิงจากจำนวนประชากรต่างๆ
4. **ชื่อเสียงของผู้ขายหรือตราสินค้า (Brand)** หมายถึง ชื่อหรือสัญลักษณ์ที่เป็นตัวบ่งบอกและระบุถึงสินค้าและบริการของผู้ขาย ตราสินค้าเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ เพราะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกด้านจิตวิทยาในการเลือกหรือตัดสินใจซื้อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
5. **บรรจุภัณฑ์ (Packaging)** หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องในการออกแบบและการผลิตสิ่งบรรจุหรือสิ่งที่ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ เป็นตัวทำให้เกิดการรับรู้ คือการมองเห็นสินค้าเมื่อลูกค้าเกิดการยอมรับในบรรจุภัณฑ์ก็จะนำไปสู่การจูงใจให้เกิดความต้องการซื้อ และการตัดสินใจซื้อในที่สุด ดังนั้น บรรจุภัณฑ์จึงควรโดดเด่น โดยอาจจะแสดงถึงตำแหน่งผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่ดีควรแสดงตำแหน่งชัดเจน และควรจะได้เด่นในชั้นวาง
6. **การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Design)** เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบ ลักษณะ การบรรจุหีบห่อ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นการออกแบบจึงมีความสำคัญมากสำหรับสินค้าต่างๆ เพื่อให้ดึงดูดความสนใจและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค โดยคำนึงถึงเหตุจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้า ทั้งด้านเหตุผลและด้านอารมณ์
7. **การรับประกัน (Warranty)** และการประกันสินค้าหรือบริการ (Guarantee) มีความหมายต่างกันดังนี้
 - 7.1 การรับประกันหรือใบรับประกัน (Warranty) เป็นเอกสารที่มีข้อความระบุถึงการประกันสินค้า และจะชดเชยให้กับผู้ซื้อเมื่อผลิตภัณฑ์ไม่สามารถทำงานได้อย่างถูกต้อง เพื่อลดความเสี่ยงในการซื้อของลูกค้า
 - 7.2 การประกันสินค้าหรือบริการ (Guarantee) เป็นข้อความที่ยืนยันว่าผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี ฟังพอใจหรือถ้าไม่ได้ผลยินดีคืนเงิน
8. **สี (Color)** สีของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่เชิญชวนและจูงใจต่อการซื้อ เพราะสีทำให้เกิดอารมณ์ทางด้านจิตวิทยา เครื่องมือทางการตลาดไม่ว่าจะเป็นสถานบันทั้งต่างๆก็ใช้สีเข้ามาช่วย เพื่อให้เกิดการรับรู้ (Perception) ทำให้โดดเด่นเป็นลักษณะความต้องการทางด้านจิตวิทยาที่ว่าสินค้าแต่ละชิ้นจะมีการตัดสินใจซื้อจากการเลือกสีประกอบด้วย
9. **การให้บริการ (Servicing)** การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค บางครั้งขึ้นอยู่กับบริการแก่ลูกค้าผ่านผู้ขาย เช่น ผู้บริโภคมักจะซื้อสินค้ากับผู้ที่ให้บริการดี และมีแนวโน้มว่าจะเรียกร้องบริการจากผู้ขายมากขึ้น เป็นต้น

10. **วัตถุดิบ (Raw Material)** หรือวัสดุที่ใช้ในการผลิต ผู้ผลิตจะมีทางเลือกที่จะใช้วัตถุดิบหรือวัสดุหลายอย่างในการผลิต ซึ่งในการตัดสินใจเรื่องนี้ ผู้ผลิตต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคว่าพอใจแบบใดตลอดไปจนถึงต้นทุนในการผลิต
11. **ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ (Product Safety) และภาระจากผลิตภัณฑ์ (Product liability)** ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ เป็นประเด็นสำคัญมากที่ธุรกิจต้องเผชิญ และยังเป็นประเด็นปัญหาด้านจริยธรรมทั้งธุรกิจและผู้บริโภค
12. **มาตรฐาน (Standard)** เมื่อมีเทคโนโลยีใหม่เกิดขึ้น จะต้องคำนึงถึงประโยชน์และมาตรฐานของเทคโนโลยีนั้น ผลิตภัณฑ์จำนวนมากในตลาดจะต้องมีการออกแบบที่ได้มาตรฐาน
13. **ความเข้ากันได้ (Compatibility)** เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า และสามารถนำไปใช้ได้ดีในทางปฏิบัติโดยไม่เกิดความยุ่งเหยิงหรือปัญหาในการใช้งาน
14. **คุณค่าของผลิตภัณฑ์ (Product Value)** เป็นลักษณะผลตอบแทนที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งผู้บริโภคต้องเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าที่เกิดจากความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่สูงกว่าต้นทุนที่ผู้บริโภคซื้อ
15. **ความหลากหลายของสินค้า (Variety)** ผู้ซื้อส่วนมากพอใจที่จะเลือกซื้อสินค้าที่มีให้เลือกมากในรูปของสี กลิ่น รส ขนาด การบรรจุหีบห่อ แบบ ลักษณะ และคุณภาพ เนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้น จำเป็นต้องมีสินค้าให้เลือกมาก เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกันได้ดี
แนวคิดนี้สามารถปรับเข้ากับธุรกิจหนังสือได้เป็นอย่างดี เนื่องจากกับรับรู้ถึงค่านิยมและรสนิยมที่แตกต่างกันของผู้บริโภค ก่อให้เกิดความหลากหลายของรูปแบบหนังสือ และความหลากหลายในการเลือกซื้อ รวมไปถึงวัสดุที่ใช้ประดิษฐ์ เพื่อสร้างคุณค่าและความโดดเด่นแก่ตัวหนังสือเองอีกด้วย

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุชนา ตันติพรอนันต์ (2554) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อหนังสือสำหรับเด็กของผู้ปกครองนักเรียนช่วงอายุ 3-12 ปี ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองนักเรียนมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อหนังสือสำหรับเด็กในด้านต่างๆ โดยผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทจะมีการซื้อน้อยกว่า 6 ครั้งต่อปี ส่วนผู้ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาทจะมีการซื้อ 7-12 ครั้งต่อปี ส่วนผู้ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท จะมีการซื้อ 7-12 ครั้งต่อปี และผู้ที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป จะมีการซื้อมากกว่า 24 ครั้งต่อปี อาจะกล่าวได้ว่า ผู้ที่มีรายได้น้อย ต้องมีการใช้สอยอย่างประหยัดมากกว่าผู้ที่มีรายได้มาก เพราะผู้ที่มีรายได้ที่มากกว่าสามารถจับจ่ายใช้สอยได้ตามใจชอบมากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย

ปารณัฏ พิทยาพล (2554) ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการซื้อหนังสือการ์ตูนความรู้ของผู้ปกครอง เด็กระดับประถมศึกษาในกรุงเทพมหานคร จากผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ อาชีพ และความสัมพันธ์กับเด็กในปกครองมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อหนังสือการ์ตูนความรู้ โดยที่ส่วนใหญ่แล้ว การซื้อหนังสือการ์ตูนความรู้ของผู้ปกครองจะอยู่ในค่าเฉลี่ย 2-3 ครั้งต่อเดือนจากร้านหนังสือสรรพสินค้า จำนวนการซื้อคือเฉลี่ย 3 เล่มต่อครั้ง มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 540 ต่อครั้ง ประเภทที่ถูกเลือกมากที่สุดคือวิทยาศาสตร์ และเหตุผลที่ซื้อคือ ต้องการให้บุตรหลานมีนิสัยรักการอ่าน

ภาวิณี อุชชิน (2558 : 56) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวรรณกรรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือวรรณกรรมในเขต

กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล คือ ปัจจัยด้านตราสินค้า และปัจจัยด้านราคาและประเภทของหนังสือในส่วนของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษาสถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจซื้อหนังสือวรรณกรรมในเขต

กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยรวมไม่แตกต่างกันในระหว่างผู้ที่มีอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ในขณะที่ เพศ ในงานวิจัยนี้ไม่สามารถวัดผลได้เนื่องจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีจำนวนน้อยและไม่กระจายตัวมากพอที่จะวัดผลได้ในเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือวรรณกรรมในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

วลินี จารุเอียร (2559 : 72) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลจากการวิจัยพบว่า ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีทั้งหมด 3 ปัจจัย โดยเรียงตามค่าสัมประสิทธิ์ของสมการการถดถอยจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านลักษณะเนื้อหา ปัจจัยด้านนักเขียน (ผู้แต่ง/ผู้แปล) และปัจจัยด้านขนาดและส่วนประกอบเนื้อหา โดยปัจจัยด้านลักษณะเนื้อหา และปัจจัยด้านนักเขียน (ผู้แต่ง/ผู้แปล) มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือของผู้บริโภค ในขณะที่ปัจจัยด้านขนาดและส่วนประกอบเนื้อหา มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม (2) อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นเพศอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (2561) ได้มีความต้องการที่จะจัดทำ การสำรวจเพื่อวัดถึงความพึงพอใจของงานรวมถึงเก็บข้อมูลคนมาร่วมงานเป็นฐานข้อมูลเพื่อใช้ในการทำ

กิจกรรมอื่นๆต่อไป โดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 563 คน พบว่า ผู้ที่มาร่วมงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและอยู่ในกรุงเทพฯ โดยเฉลี่ยแล้วผู้บริโภคมักจะอ่านหนังสืออยู่ที่ประมาณ 3-4 เล่ม ตลอดช่วงอายุ และจะลดลงเมื่ออายุเพิ่มมากขึ้น หนังสือที่เลือกซื้อและเลือกอ่านส่วนใหญ่จะเป็นหนังสือเพื่อความบันเทิง เช่น นิยายรัก นิยายแฟนตาซี วรรณกรรมเยาวชน และการ์ตูน อีกประเภทคือจิตวิทยาและการให้กำลังใจ

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (2560) ได้มีความต้องการที่จะจัดทำการศึกษาสำรวจเพื่อวัดถึงความพึงพอใจของงานรวมถึงเก็บข้อมูลคนมาร่วมงานเป็นฐานข้อมูลเพื่อใช้ในการทำกิจกรรมอื่นๆต่อไป โดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 1154 คน พบว่า ผู้ที่มาร่วมงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและอยู่ในกรุงเทพฯ โดยเฉลี่ยแล้วผู้บริโภคมักจะอ่านหนังสืออยู่ที่ประมาณ 3-4 เล่ม ตลอดช่วงอายุ และจะลดลงเมื่ออายุเพิ่มมากขึ้น หนังสือที่เลือกซื้อเลือกอ่านส่วนใหญ่จะเป็นหนังสือเพื่อความบันเทิงเช่น นิยายรัก นิยายแฟนตาซี และ การ์ตูน

จากงานวิจัยข้างต้น จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคนั้นได้ให้ความสำคัญกับเนื้อหาและสาระที่จับต้อง รวมถึงความชอบต่างๆในการเลือกสินค้าประเภทต่างๆ โดยแต่ละกลุ่มผู้บริโภคก็จะมีทางเลือกซื้อที่แตกต่างกัน จึงบอกได้ว่าในเรื่องของเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ผู้ปกครอง การศึกษา สถานที่อยู่ และการดำเนินชีวิต มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อหนังสือต่างๆแตกต่างกันไปด้วย จึงมุ่งศึกษาถึงปัจจัยดังกล่าวว่ามีความสัมพันธ์และมีความสำคัญอย่างไรต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสารสนเทศ และเพื่อที่จะนำผลวิจัยที่ได้ไปประกอบเป็นข้อมูลเพื่อออกแบบ สร้างสรรค์และวางแผนกลยุทธ์ของงานหนังสือแห่งชาติในอนาคตปีต่อไป

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาเรื่อง สำนวนสภาพ ความต้องการและปัญหาของนักเรียน นักศึกษาภายในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ปี 2562 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการของนักเรียน นักศึกษาภายในงานมหกรรมหนังสือแห่งชาติครั้งที่ 24 ปี 2562 โดยมีวิธีการดำเนินวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรที่ศึกษา
2. ตัวแปรที่ศึกษา
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรที่ศึกษา

ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ เป็นนักเรียนนักศึกษาภายในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ปี 2562 จำนวน 50 คน ได้แก่

1. ประชากรผู้ชาย 10 คน
2. ประชากรผู้หญิง 40 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา รายได้ต่อเดือน (จำนวนเงินที่ได้รับต่อเดือน เช่น เงินเดือน หรือ ค่าขนม)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ สภาพความพึงพอใจ ความต้องการและปัญหาของนักเรียน-นักศึกษาภายในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2562 ดังนี้

1. สภาพความพึงพอใจ คือ ความพึงพอใจในด้านต่างๆภายในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ปี 2562 ได้แก่ สภาพด้านสถานที่ สภาพด้านบริการและกิจกรรม สภาพด้านการเดินทาง สภาพด้านการประชาสัมพันธ์ สภาพด้านความปลอดภัย

2. ความต้องการ คือ ความต้องการในการเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ปี 2562 ได้แก่ การซื้อหนังสือ เดินเที่ยวชมบรรณาคา เข้าร่วมกิจกรรม/เข้าร่วมเวทีสัมมนานักเขียน พบปะ ขอลายเซ็นนักเขียน รับหิ้วหนังสือภายในงาน สะสมแต้มรางวัลแลกซื้อของพิเศษจาก สำนักพิมพ์ รับของแจกภายในงาน สํารวจเพื่อทำวิจัย ศึกษาดูงาน มาตามเพื่อน ครอบครัว หรือผู้ปกครอง
3. ปัญหา คือ ปัญหาที่พบเจอระหว่างเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ปี 2562 ได้แก่ ปัญหาด้านสถานที่ ปัญหาด้านบริการและกิจกรรม ปัญหาด้านการเดินทาง ปัญหาด้าน การประชาสัมพันธ์ ปัญหาด้านความปลอดภัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล (Google Form) ในครั้งนี้ โดยมี ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องของการจัดงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2562 ศึกษา วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสัมภาษณ์บุคลากรที่เกี่ยวข้องและเคยไปของงานมหกรรม หนังสือระดับชาติความหมายของงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ เพื่อนำมาเป็นข้อมูล ในการสร้าง เครื่องมือการวิจัย
2. สร้างแบบสอบถาม เรื่อง “ความต้องการและปัญหาของนักเรียน-นักศึกษาภายในงานมหกรรม หนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2562” โดยผู้วิจัยได้ดัดแปลงมาจากเครื่องมือของ สุชนา ตันติพรอนันต์ และ สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (2561) เพื่อให้เข้ากับ งานมหกรรมหนังสือระดับชาติ และได้มีการตรวจสอบ โดยอาจารย์ประจำวิชา อาจารย์ศศิพิมล ประพินพงศกร
3. ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัยโดยการหาค่าความเชื่อถือมั่น (reliability) ของ แบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้
 - a. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะ ทำการศึกษา จำนวน 1 คน
 - b. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ตอบแล้วบันทึกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์
 - c. ทำการประมวลผลวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (reliability) ของ แบบสอบถาม ด้วยวิธี ของ แบบสอบถามเรื่อง“ความต้องการและปัญหาของนักเรียน-นักศึกษาภายในงานมหกรรม

หนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2562” มีลักษณะข้อคำถามประกอบด้วย 2 คำถามที่ต่างกันของผู้ที่ไปเข้าร่วมและผู้ที่ไม่เข้าร่วม ในส่วนของผู้ที่ไปเข้าร่วมมีด้วยกัน 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลส่วนตัวพื้นฐาน ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (close-ended questions) และ แบบปลายเปิด (open-ended questions) จำนวน 4 ข้อ ส่วนที่ 2 คือ คำถามเบื้องต้นเกี่ยวกับงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2562 ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (close-ended questions)และ ถ้าหากเลือกคำตอบที่บอกว่าไม่เข้าร่วมก็就会有การเข้าสู่อีกหน้าซึ่งไม่ซ้ำกับผู้ตอบว่าเคยเข้าร่วม จำนวน 3 ข้อ ส่วนที่ 3 คือ สำรวจความพึงพอใจที่มีต่อสภาพทั่วไปภายในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2562 (rating scale) 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด น้อย หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย กลาง หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง มาก หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก มากที่สุด หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด จำนวนคำถาม 24 ข้อ ส่วนที่ 4 คือ สำรวจความต้องการในการเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ) 1 ข้อ ส่วนสุดท้ายส่วนที่ 5 คือ สำรวจปัญหาที่พบภายในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 (rating scale) 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด น้อย หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย กลาง หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง มาก หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก มากที่สุด หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด จำนวนคำถาม ไม่รู้ ข้อ การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยและสมาชิกวิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการเก็บข้อมูลจากการเผยแพร่แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ (google form) การตอบแบบสอบถามของนักเรียนและนักศึกษาที่เข้าร่วมงานมหกรรมงานหนังสือแห่งชาติครั้งที่ 29 และผู้ที่ไม่เข้าร่วม รวมเป็นจำนวน 50 คน การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อ คำนวณหาความถี่ต่าง ๆ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลพื้นฐาน เช่น เพศ อายุ วุฒิการศึกษา รายได้ต่อเดือน คำนวณหาค่าความถี่และร้อยละ ส่วนที่ 2 คือคำถามเบื้องต้นเกี่ยวกับงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2562 เช่น เข้าร่วม ไม่เข้าร่วม คำนวณหา ค่าความถี่และร้อยละ ส่วนที่ 3 สำรวจความพึงพอใจที่มีต่อสภาพทั่วไปภายในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2562 เช่น ความถี่ในความเรียบร้อยและความง่ายในการหาตำแหน่งของบูธภายในงาน ความสวยงามในการจัดแต่งสถานที่ภายนอกและภายใน รวมถึงบูธภายในงาน คำนวณหาค่าเฉลี่ยและส่วน

เบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนที่ 4 คือ สำนวจความต้องการในการเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 เช่น ซื้อหนังสือ อ่านหนังสือ ส่วนสุดท้ายส่วนที่ 5 คือ สำนวจปัญหาที่พบภายในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 เช่น โปรโมชันภายในงานของแต่ละบูธไม่ดึงดูดและไม่คุ้มค่าแก่ผู้เข้าร่วมงาน จำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยไม่เพียงพอและไม่กระจายตำแหน่งให้ทั่วสถานที่ คำนวณหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจและความต้องการของนักศึกษา คำนวณหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหา และความต้องการ ของนักเรียน-นักศึกษาที่มีต่องานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ปีพ.ศ. 2562 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยนักเรียนตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จนถึงนักศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ผ่านแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ (Google Form) ได้จำนวน 50 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และเสนอผลการวิเคราะห์ โดยใช้ตารางประกอบคำบรรยาย จำแนกเป็น 3 ตอน ตามลำดับ ต่อไปนี้

- ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 การวิเคราะห์อัตราการเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือ
- ตอนที่ 3 การวิเคราะห์สภาพ ความต้องการ และปัญหาที่เกิดขึ้นในงานมหกรรมหนังสือ

โดยใช้สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

$\bar{X}$, mean แทน ค่าเฉลี่ย

โดย การให้ระดับคะแนนตามค่าเฉลี่ย ได้แก่

4.51 - 5.00 เท่ากับ มากที่สุด

3.51 - 4.50 เท่ากับ มาก

2.51 - 3.50 เท่ากับ ปานกลาง

1.51 - 2.50 เท่ากับ น้อย

1.00 - 1.50 เท่ากับ น้อยที่สุด

n แทน จำนวนทั้งหมด

S.D. แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

Min แทน ค่าต่ำสุดของแต่ละหัวข้อ

Max แทน ค่าสูงสุดของแต่ละหัวข้อ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน ซึ่งเป็นนักเรียนและนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ ปรากฏตามตารางที่ 1-4

เพศ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
เพศ	เพศชาย	10	20.0	20.0	20.0
	เพศหญิง	40	80.0	80.0	100.0
	รวม (n)	50	100.0	100.0	

ตารางที่ 1 ผลวิเคราะห์เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม
จากตารางที่ 1 จะประกอบด้วยเพศชาย 10 คน และเพศหญิง 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และ 80 ตามลำดับ รวมกันเป็นจำนวนทั้งสิ้น 50 คน

อายุ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
อายุ	13-15 ปี	4	8.0	8.0	8.0
	16-18 ปี	9	18.0	18.0	26.0
	19-22 ปี	28	56.0	56.0	82.0
	มากกว่า 22 ปี	9	18.0	18.0	100.0
	รวม (n)	50	100.0	100.0	

ตารางที่ 2 ผลวิเคราะห์ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 2 จะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นผู้ที่มีอายุ 19-22 ปีมากที่สุดด้วยจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมาจะเป็นผู้ที่มีอายุ 16-18 ปี และมากกว่า 22 ปี ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามในจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และกลุ่มอายุ 13-15 ปี เป็นช่วงอายุที่มีผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด ที่จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ของจำนวนทั้งหมด

ระดับการศึกษา					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	4	8.0	8.0	8.0
	มัธยมศึกษาปลาย	9	18.0	18.0	26.0
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	37	74.0	74.0	100.0
	รวม (n)	50	100.0	100.0	

ตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางนี้ จะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ที่จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 74 รองลงมาเป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ที่จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ

เงินรายเดือนที่ได้ (บาท)					
	N	Minimum	Maximum	$\bar{x}$	Std. Deviation
เงินรายเดือน	50	\$0	\$30,000	\$10,140.00	\$6,439.705
รวม (n)	50				

ตารางที่ 4 วิเคราะห์เงินที่ได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางดังกล่าว จะพบว่าค่าเฉลี่ยเงินที่ได้เป็นจำนวน 10,140 บาท และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่จำนวนประมาณ 6,440 บาท ซึ่งดูจากองค์ประกอบโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนมากจะเป็นนักศึกษาที่มีเงินรายเดือนมากกว่านักเรียน ด้วยปัจจัยด้านการเงินและการศึกษาที่มากขึ้น

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์อัตราการเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือ

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของการเข้าร่วม – ไม่เข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือ การทราบข่าวสารของงาน รวมถึงเหตุผลที่ไม่สามารถเข้าร่วมงานได้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เข้าร่วมงาน ปรากฏตามตารางที่ 5-10

การเข้าร่วมงาน		
	ความถี่	ร้อยละ
เข้าร่วม	19	38.0
ไม่เข้าร่วม	31	62.0
รวมทั้งหมด (n)	50	100.0

ตารางที่ 5 ตารางแสดงผลผู้เข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือ

จากตารางดังกล่าว จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 50 คน ประกอบด้วยผู้ที่เข้าร่วมงานเพียง 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38 ส่วนที่เหลือจะเป็นผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมงาน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 62

เหตุที่ผู้ตอบไม่สามารถเข้าร่วมงานได้				
		การตอบกลับ		Percent of Cases
		จำนวน	ร้อยละ	
เหตุที่ไม่เข้าร่วม (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	เดินทางยาก	18	23.1%	58.1%
	ไม่มีเงินพอที่จะไปร่วมงาน	9	11.5%	29.0%
	ไม่มีความประสงค์จะไป	9	11.5%	29.0%
	ไม่มีเพื่อนไปด้วย	9	11.5%	29.0%
	ทางบ้านไม่อนุญาตให้ไป	2	2.6%	6.5%
	ไม่มีโปรแกรมที่น่าสนใจ	6	7.7%	19.4%
	ไม่มีหนังสือที่สนใจ	7	9.0%	22.6%
	วันเวลาเป็นอุปสรรค	12	15.4%	38.7%
	กิจกรรมไม่น่าสนใจ	2	2.6%	6.5%
	ไม่รู้ว่ามีการประชาสัมพันธ์	4	5.1%	12.9%
	รวม	78	100.0%	251.6%

ตารางที่ 6 ตารางแสดงเหตุผลของผู้ที่ไม่สามารถเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือได้

จากตารางดังกล่าว เหตุผลที่ผู้ตอบไม่สามารถเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือได้ จะประกอบด้วยสาเหตุ การเดินทางที่ยาก ด้วยจำนวนผู้ตอบ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 เป็นสาเหตุที่พบเห็นมากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องของ อุปสรรคของวันและเวลา ด้วยจำนวนผู้ตอบ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 และสาเหตุของ เงินที่ไม่พอ ความไม่ประสงค์จะไป ไม่มีเพื่อนไปด้วย ด้วยจำนวนผู้ตอบ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

ผู้เข้าร่วมงานไปในงานเพื่อ				
		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
ไปงานเพื่อ (สามารถ เลือกตอบได้ มากกว่า 1 ข้อ)	ซื้อหนังสือ	18	32.1%	94.7%
	เดินเที่ยว	10	17.9%	52.6%
	ร่วมกิจกรรม	5	8.9%	26.3%
	ขอลายเซ็น นักเขียน	4	7.1%	21.1%
	รับหิ้วของ	5	8.9%	26.3%
	สะสมแต้ม เพื่อแลก รางวัล	4	7.1%	21.1%
	รับของแจก	5	8.9%	26.3%
	ตามเพื่อนไป	5	8.9%	26.3%
	Total	56	100.0%	294.7%

ตารางที่ 7 ตารางแสดงกิจกรรมที่ผู้เข้าร่วมงานได้ทำในงานหนังสือ
จากตารางดังกล่าว ผู้เข้าร่วมงานไปในงานหนังสือเพื่อซื้อหนังสือมากที่สุด ด้วยจำนวนผู้ตอบ 18 คน คิด
เป็นร้อยละ 32.1 รองลงมาเป็นการไปในงานเพื่อเดินเที่ยวภายในงาน ด้วยจำนวนผู้ตอบ 10 คน คิดเป็น
ร้อยละ 17.9 และไปเพื่อร่วมกิจกรรม รับหิ้วของภายในงาน รับของแจก และตามเพื่อนไปด้วยจำนวนผู้ตอบ
5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ตามลำดับ

แหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับงานหนังสือ				
		Responses		Percent of
		N	Percent	Cases
แหล่งที่รับข่าวมูลข่าวสาร งานหนังสือ (สามารถ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	สื่อโซเชียล	37	33.9%	74.0%
	เพื่อน / คนรู้จัก	30	27.5%	60.0%
	Webmail สำนักพิมพ์	12	11.0%	24.0%
	นักเขียน	18	16.5%	36.0%
	โทรทัศน์ / วิทยุ	5	4.6%	10.0%
	โปสเตอร์	2	1.8%	4.0%
	ป้าย อิเล็กทรอนิกส์	3	2.8%	6.0%
	pubat	2	1.8%	4.0%
Total		109	100.0%	218.0%

ตารางที่ 8 ตารางแสดงแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานมหกรรมหนังสือครั้งที่ 24

จากตารางดังกล่าว แหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบเกี่ยวกับงานมหกรรมหนังสือ ประกอบด้วยจากสื่อโซเชียลมากที่สุด ที่จำนวนผู้ตอบ 37 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมาทราบข้อมูลจากเพื่อน หรือคนรู้จัก ด้วยจำนวนผู้ตอบ 30 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และจากนักเขียน ด้วยจำนวนผู้ตอบ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ตามลำดับ

หนังสือที่ผู้เข้าร่วมสนใจ				
		Responses		Percent of
		N	Percent	Cases
หนังสือที่สนใจ (สามารถ เลือกตอบได้ มากกว่า 1 ข้อ)	นิยายรัก	15	21.4%	78.9%
	นิยายแฟนตาซี	11	15.7%	57.9%
	นิยายสยองขวัญ	7	10.0%	36.8%
	นิยายแปล	9	12.9%	47.4%
	วรรณกรรม	5	7.1%	26.3%
	การ์ตูน	10	14.3%	52.6%
	นิตยสาร	2	2.9%	10.5%
	ธุรกิจ	1	1.4%	5.3%
	สารคดี	1	1.4%	5.3%
	ประวัติศาสตร์	2	2.9%	10.5%
	หนังสือพัฒนา ตนเอง	1	1.4%	5.3%
	วิชาการ	4	5.7%	21.1%
	กฎหมาย	2	2.9%	10.5%
Total		70	100.0%	368.4%

ตารางที่ 9 ตารางแสดงหนังสือที่ผู้เข้าร่วมสนใจในประเภทต่างๆ

จากตารางดังกล่าว ประเภทหนังสือที่ผู้เข้าร่วมงานสนใจจะประกอบด้วยหนังสือประเภท
นิยายรักมากที่สุด ด้วยจำนวนผู้ตอบ 15 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 รองลงมาเป็นนิยายแฟนตาซี
ด้วยจำนวนผู้ตอบ 11 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 และหนังสือการ์ตูน ด้วยจำนวนผู้ตอบ 10 คน คิด
เป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

หนังสือที่ผู้เข้าร่วมจะซื้อ				
		Responses		Percent of
		N	Percent	Cases
หนังสือที่จะซื้อ (สามารถ เลือกตอบได้ มากกว่า 1 ข้อ)	ซื้อนิยายรัก	15	28.8%	83.3%
	ซื้อนิยายแฟนตาซี	9	17.3%	50.0%
	ซื้อนิยายสยองขวัญ	4	7.7%	22.2%
	ซื้อนิยายแปล	6	11.5%	33.3%
	ซื้อวรรณกรรม	4	7.7%	22.2%
	ซื้อการ์ตูน	7	13.5%	38.9%
	ซื้อนิตยสาร	1	1.9%	5.6%
	ซื้อประวัติศาสตร์	1	1.9%	5.6%
	ซื้อหนังสือพัฒนา ตนเอง	1	1.9%	5.6%
	ซื้อวิชาการ	3	5.8%	16.7%
	ซื้อกฎหมาย	1	1.9%	5.6%
Total		52	100.0%	288.9%

ตารางที่ 10 ตารางแสดงหนังสือที่ผู้เข้าร่วมจะซื้อตามประเภทต่างๆ
 จากตารางดังกล่าว หนังสือที่ผู้เข้าร่วมจะซื้อในงานมหกรรมหนังสือ ประกอบด้วยนิยายรัก
 มากที่สุด ด้วยจำนวนผู้ตอบ 15 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมาเป็นนิยายแฟนตาซี ด้วยจำนวน
 ผู้ตอบ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และซื้อการ์ตูน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์สภาพ และปัญหาที่เกิดขึ้นในงานมหกรรมหนังสือ

สภาพด้านสถานที่ภายในงาน				
	N	Mean	Std. Deviation	ระดับ
ความเรียบร้อยและ ความง่ายในการหา ตำแหน่งของบูธภายใน งาน	19	4.11	.737	มาก
ขนาดของสถานที่จัด งานมหกรรมหนังสือ ระดับชาติในการรองรับ ผู้เข้าร่วมงาน	19	4.05	1.129	มาก
Valid N (listwise)	19	4.09	0.304	มาก

ตารางที่ 11 ตารางแสดงสภาพด้านสถานที่ภายในงาน

จากตารางดังกล่าว สภาพด้านสถานที่ภายในงานโดยรวมอยู่ในระดับที่มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็นด้านความเรียบร้อยและความง่ายในการหาตำแหน่งของบูธภายในงาน ปลະขนาดของสถานที่จัดงานมหกรรมหนังสือในการรับรองผู้เข้าร่วมงาน ($\bar{x} = 4.11$ และ 4.05 ตามลำดับ)

สภาพด้านการบริการและกิจกรรม				
	N	Mean	Std. Deviation	ระดับ
คุณภาพ การจัดวางและ จำนวนสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกสำหรับผู้เข้าร่วม งาน	19	3.53	1.073	มาก
การบำรุง ดูแลรักษาความ สะอาดของสถานที่จัดงาน	19	4.00	.882	มาก
จำนวนพนักงานที่คอย อำนวยความสะดวกมาก เพียงพอกับจำนวน ผู้เข้าร่วมงาน	19	4.16	.765	มาก
ความหลากหลายของ กิจกรรมภายในงาน	19	3.79	.855	มาก
Valid N (list wise)	19	3.87	.112	มาก

ตารางที่ 12 ตารางแสดงด้านบริการและกิจกรรม

จากตารางดังกล่าว สภาพด้านการบริการและกิจกรรมโดยรวมอยู่ในระดับที่มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ส่วนใหญ่จะพบด้านที่อยู่ในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพ การจัดวางและจำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้าใช้งาน , การบำรุง ดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่จัดงาน , จำนวนพนักงานที่คอยอำนวยความสะดวก และความหลากหลายของกิจกรรมภายในงาน ($\bar{x} = 3.53, 4, 4.16, 3.79$) ตามลำดับ

สภาพด้านการเดินทาง				
	N	Mean	Std. Deviation	ระดับ
ความหลากหลายของ เส้นทางในการเดินทาง มาร่วมงานมหกรรมหนังสือ ระดับชาติครั้งนี้	19	3.05	1.311	ปานกลาง
ความสะดวก ง่ายและ รวดเร็วในการเดินทาง มายังงานมหกรรมหนังสือ ระดับชาติครั้งนี้	19	3.00	1.563	ปานกลาง
Valid N (list wise)	19	3.03	.126	ปานกลาง

ตารางที่ 13 ตารางแสดงสภาพด้านการเดินทาง

จากตารางดังกล่าว สภาพการเดินทางมางานมหกรรมหนังสือ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณา
รายด้าน ส่วนใหญ่จะพบด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง ไม่ว่าจะเป็นด้านความหลากหลายของเส้นทางในการ
มางาน และความสะดวก ง่าย และรวดเร็วในการเดินทาง ($\bar{x} = 3.05, 3.00$ ตามลำดับ)

สภาพด้านการประชาสัมพันธ์				
	N	Mean	Std. Deviation	ระดับ
ช่องทางที่หลากหลายใน การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ งานมหกรรมหนังสือ ระดับชาติครั้งนี้	19	4.11	.937	มาก
ความง่ายในการเข้าถึง แหล่งข่าวสารที่เกี่ยวกับ งานมหกรรมหนังสือ ระดับชาติ	19	4.21	.855	มาก
Valid N (list wise)	19	4.16	.041	มาก

ตารางที่ 14 ตารางแสดงสภาพด้านการประชาสัมพันธ์

จากตารางดังกล่าว สภาพด้านการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับที่มาก เมื่อพิจารณารายด้าน ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับที่มาก ไม่ว่าจะเป็นด้านช่องทางที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับงาน มหกรรมหนังสือ และความง่ายในการเข้าถึงแหล่งข่าวสาร ($\bar{x} = 4.11, 4.21$ ตามลำดับ)

สภาพด้านความปลอดภัย				
	N	Mean	Std. Deviation	ระดับ
ความรอบคอบในการตรวจสอบความปลอดภัยภายในการเข้า - ออกงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งนี้	19	4.05	.780	มาก
จำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยเพียงพอต่อสถานที่จัดงาน	19	4.11	.809	มาก
Valid N (listwise)	19	4.08	.0145	มาก

ตารางที่ 15 ตารางแสดงสภาพด้านความปลอดภัย

จากตารางดังกล่าว สภาพด้านความปลอดภัยโดยรวมอยู่ในระดับที่มาก เมื่อพิจารณารายด้าน ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับที่มาก ไม่ว่าจะเป็นด้านความรอบคอบในการตรวจสอบความปลอดภัยภายในการเข้า-ออกงาน และจำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยในงานเพียงพอต่อสถานที่จัดงาน ($\bar{x} = 4.05, 4.11$ ตามลำดับ)

ปัญหาด้านสถานที่ภายในงาน				
	N	Mean	Std. Deviation	ระดับ
การขาดความเรียบร้อยการ จัดตำแหน่งบูธของแต่ละ สำนักพิมพ์ภายในงาน	19	3.42	1.121	ปานกลาง
พื้นที่สำหรับเดินชมงานไม่ กว้างมากพอสำหรับ ผู้เข้าร่วมงาน	19	2.95	1.393	ปานกลาง
จำนวนบูธไม่มากเท่ากับ ก่อนๆ หรือไม่มีบูธที่ตนเอง ต้องการจะมาอ่าน - ชื้อ หนังสือ	19	3.53	1.219	มาก
Valid N (listwise)	19	3.3	.112	ปานกลาง

ตารางที่ 16 ตารางแสดงปัญหาด้านสถานที่ภายในงาน

จากตารางดังกล่าว ปัญหาด้านสถานที่ภายในงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ด้านที่อยู่ในระดับมากได้แก่ด้านจำนวนบูธที่ไม่มากเท่ากับปีก่อนๆ หรือไม่มีบูธที่ตนเองต้องการจะมาอ่าน - ชื้อหนังสือ ($\bar{x} = 3.53$) ส่วนด้านที่อยู่ในระดับปานกลางประกอบด้วย ด้านการขาดความเรียบร้อยในการจัดตำแหน่งบูธของแต่ละสำนักพิมพ์ภายในงาน และด้านพื้นที่สำหรับเดินชมงานไม่กว้างพอสำหรับผู้เข้าร่วมงาน ($\bar{x} = 3.42$, 2.95 ตามลำดับ)

ปัญหาด้านการบริการและกิจกรรม				
	N	Mean	Std. Deviation	ระดับ
สิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับผู้เข้าร่วมขาด คุณภาพ	19	3.05	1.224	ปานกลาง
Valid N (listwise)	19			

ตารางที่ 17 ตารางแสดงปัญหาด้านการบริการและกิจกรรม

จากตาราง ปัญหาด้านการบริการและกิจกรรมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้าร่วมสำหรับผู้เข้าร่วมขาดคุณภาพ ($\bar{x} = 3.05$)

ปัญหาด้านการเดินทาง				
	N	Mean	Std. Deviation	ระดับ
สภาพการจราจรที่ติดขัดในการเดินทางมาร่วมงาน มหกรรมหนังสือระดับชาติ	19	4.26	1.046	มาก
การใช้ระยะเวลาที่นานในการเดินทางมาเข้าร่วมงาน	19	4.21	1.134	มาก
จำนวนรถประจำทางที่ทาง งานมหกรรมหนังสือเตรียม ไว้ให้ไม่เพียงพอต่อจำนวน ผู้เข้าร่วมงาน	19	3.68	1.336	มาก
Valid N (list wise)	19	4.05	1.21	มาก

ตารางที่ 18 ตารางแสดงปัญหาการเดินทาง

จากตารางดังกล่าว ปัญหาการเดินทางอยู่ในระดับที่มาก เมื่อพิจารณารายด้าน ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็นด้านสภาพจราจรที่ติดขัดในการเดินทาง ด้านการใช้ระยะเวลาที่นานในการเดินทาง และด้านจำนวนรถประจำทางที่ไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าร่วมงาน ($\bar{x}$ = 4.26 ,4.21 ,3.68 ตามลำดับ)

ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์				
	N	Mean	Std. Deviation	ระดับ
การประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลในความอยากเข้าร่วมงานในปีถัดๆ ไป	19	3.32	1.293	ปานกลาง
โปรแกรมชั้นภายในงานของแต่ละบูธไม่ดึงดูดและไม่คุ้มค่าแก่ผู้เข้าร่วมงาน	19	3.21	.918	ปานกลาง
การเข้าถึงยากของข้อมูลข่าวสารหรือคำแนะนำที่ทางงานมหกรรมหนังสือระดับชาติเตรียมไว้ให้	19	2.89	1.410	ปานกลาง
Valid N (list wise)	19	3.14	.21	ปานกลาง

ตารางที่ 19 ตารางแสดงปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์

จากตารางดังกล่าว ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับปานกลาง ไม่ว่าจะเป็นด้านการประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลในความอยากเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือในปีถัดๆ ไป ด้านโปรแกรมชั้นของแต่ละบูธไม่ดึงดูดและไม่คุ้มค่าแก่ผู้เข้าร่วมงาน และด้านการเข้าถึงยากของข้อมูลข่าวสารหรือคำแนะนำที่ทางงานเตรียมไว้ให้ ($\bar{x}$ = 3.32 , 3.21 , 2.89 ตามลำดับ)

ปัญหาด้านความปลอดภัย				
	N	Mean	Std. Deviation	ระดับ
จำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยไม่เพียงพอและไม่กระจายตำแหน่งให้ทั่วสถานที่	19	2.84	.958	ปานกลาง
การขาดความเข้มงวดในการรักษาความปลอดภัยในการเข้าออกงาน	19	3.21	1.228	ปานกลาง
Valid N (list wise)	19	3.03	.135	ปานกลาง

ตารางที่ 20 ตารางแสดงปัญหาด้านความปลอดภัย

จากตารางดังกล่าว ปัญหาด้านความปลอดภัยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับปานกลาง ไม่ว่าจะเป็นด้านจำนวนของพนักงานรักษาความปลอดภัยที่ไม่เพียงพอและไม่กระจายตำแหน่งทั่วสถานที่ แบะการขาดความเข้มงวดในการรักษาความปลอดภัยในการเข้าร่วมงาน

($\bar{x}$ = 2.84 , 3.21 ตามลำดับ)



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาศภาพ ปัญหา และความต้องการ ของนักเรียน-นักศึกษาที่มีต่องานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ปีพ.ศ. 2562 มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาความต้องการของนักเรียน-นักศึกษาในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2562
2. เพื่อศึกษาปัญหาทั่วไปภายในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2562
3. เพื่อศึกษาศภาพทั่วไปของงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 24 ในปีพ.ศ. 2562

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วยนักเรียนตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจนถึง นักศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ (Google Form) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปสำหรับการวิจัย (SPSS) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าร้อยละ จากผลวิจัยนี้ พบว่า

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จนถึงนักศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบด้วยเพศชาย 10 คน และส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 40 คน รวมเป็นจำนวนทั้งหมด 50 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่กล่าวไปนั้นประกอบด้วยนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น 4 คน นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย 9 คน และส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า 37 คน ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย อายุ 13-15 ปี 4 คน อายุ 16-18 ปี 9 คน อายุ 19 –22 ปี 28 คน และอายุมากกว่า 22 ปี 9 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ของทั้งหมด เงินรายเดือนที่ได้ของกลุ่มตัวอย่างจะมีผู้ตอบที่มีเงินที่ได้ตั้งแต่ 0 บาท ถึง 30,000 บาท ค่าเฉลี่ยของเงินที่ได้จะอยู่ที่ 10,400 บาท

2. อัตราการเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือ

การเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือระดับครั้งที่ 24 ในปีพ.ศ. 2562 พบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมงานมากกว่าผู้ที่เข้าร่วมงานด้วยจำนวนผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 62 จากทั้งหมด 50 คน นอกจากนั้นเป็นผู้ที่เข้าร่วมงานดังกล่าว ที่ 19 คน ส่วนเหตุผลที่ผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมไม่สามารถมาร่วมงานได้ ประกอบด้วย สาเหตุ การเดินทางที่ยาก ด้วยจำนวนผู้ตอบ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 เป็นสาเหตุที่พบเห็นมากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องของ อุปสรรคของวันและเวลา ด้วยจำนวนผู้ตอบ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 และสาเหตุของ เงินที่ไม่พอ ความไม่ประสงค์จะไป ไม่มีเพื่อนไปด้วย ด้วยจำนวนผู้ตอบ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่เข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือส่วนใหญ่เข้าร่วมเพื่อซื้อหนังสือมากที่สุด ด้วยจำนวนผู้ตอบ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 รองลงมาเป็นการไปในงานเพื่อเดินเที่ยงภายในงาน ด้วยจำนวนผู้ตอบ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 และไปเพื่อร่วมกิจกรรม รับหิ้วของภายในงาน รับของแจก และตามเพื่อนไปด้วยจำนวนผู้ตอบ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ตามลำดับ และแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานมหกรรมหนังสือครั้งที่ 24 นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะทราบจากสื่อโซเชียลมากที่สุด ที่จำนวนผู้ตอบ 37 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมาทราบข้อมูลจากเพื่อนหรือคนรู้จัก ด้วยจำนวนผู้ตอบ 30 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และจากนักเขียน ด้วยจำนวนผู้ตอบ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ตามลำดับ

3. ความต้องการหนังสือของผู้เข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 24 ในปีพ.ศ.2562

จากจำนวนผู้ที่เข้าร่วมในงานมหกรรมหนังสือ 19 คน ในส่วนใหญ่นั้นมีความต้องการหนังสือที่สนใจเป็นประเภทนิยายรักมากที่สุด ด้วยจำนวนผู้ตอบ 15 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 รองลงมาเป็นนิยายแฟนตาซี ด้วยจำนวนผู้ตอบ 11 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 และหนังสือการ์ตูน ด้วยจำนวนผู้ตอบ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ และส่วนใหญ่มีความต้องการจะซื้อในประเภทนิยายรักมากที่สุด ด้วยจำนวนผู้ตอบ 15 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมาเป็นนิยายแฟนตาซี ด้วยจำนวนผู้ตอบ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และซื้อการ์ตูน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ตามลำดับ

4. สภาพภายในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ในปีพ.ศ. 2562

- ด้านสถานที่ ภายในงาน ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับที่มาก ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 4.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็นด้านความเรียบร้อยและความง่ายในการทำตำแหน่งของบูธภายในงาน ความสะดวกของสถานที่จัดงานมหกรรมหนังสือในการรับรองผู้เข้าร่วมงาน ($\bar{x}$ = 4.11 และ 4.05 ตามลำดับ)

- ด้านการบริการและกิจกรรม ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับที่มาก ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 3.87 เมื่อพิจารณารายด้าน ส่วนใหญ่จะพบด้านที่อยู่ในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพ การจัดวางและจำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้าใช้งาน , การบำรุง ดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่จัดงาน , จำนวนพนักงานที่คอยอำนวยความสะดวก และความหลากหลายของกิจกรรมภายในงาน ($\bar{x} = 3.53, 4, 4.16, 3.79$) ตามลำดับ
- ด้านการเดินทาง ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับที่ปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 3.03 เมื่อพิจารณารายด้าน ส่วนใหญ่จะพบด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง ไม่ว่าจะเป็นด้านความหลากหลายของเส้นทางในการมางาน และความสะดวก ง่าย และรวดเร็วในการเดินทาง ($\bar{x} = 3.05, 3.00$ ตามลำดับ)
- ด้านการประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับที่มาก ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 4.16 เมื่อพิจารณารายด้าน ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับที่มาก ไม่ว่าจะเป็นด้านช่องทางที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับงานมหกรรมหนังสือ และความง่ายในการเข้าถึงแหล่งข่าวสาร ($\bar{x} = 4.11, 4.21$ ตามลำดับ)
- ด้านความปลอดภัย ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับที่มาก ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 4.08 เมื่อพิจารณารายด้าน ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับที่มาก ไม่ว่าจะเป็นด้านความรอบคอบในการตรวจสอบความปลอดภัยภายในการเข้า-ออกงาน และจำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยในงานเพียงพอต่อสถานที่จัดงาน ($\bar{x} = 4.05, 4.11$ ตามลำดับ)

5. ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ในปีพ.ศ. 2562

- ด้านสถานที่ภายในงาน ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 3.3 เมื่อพิจารณารายด้าน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ด้านที่อยู่ในระดับมากได้แก่ด้านจำนวนบูธที่ไม่มากเท่ากับปีก่อน หรือไม่มีบูธที่ตนต้องการจะมาอ่าน - ชื่อหนังสือ ($\bar{x} = 3.53$) ส่วนด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง ประกอบด้วย ด้านการขาดความเรียบร้อยในการจัดตำแหน่งบูธของแต่ละสำนักพิมพ์ภายในงาน และด้านพื้นที่สำหรับเดินชมงานไม่กว้างพอสำหรับผู้เข้าร่วมงาน ($\bar{x} = 3.42, 2.95$ ตามลำดับ)

- ด้านการบริการและกิจกรรม ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้าร่วมสำหรับผู้เข้าร่วมขาดคุณภาพ ($\bar{x} = 3.05$)
- ด้านการเดินทาง ในภาพรวมอยู่ในระดับที่มาก ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 4.05 เมื่อพิจารณารายด้าน ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็นด้านสภาพจราจรที่ติดขัดในการเดินทาง ด้านการใช้ระยะเวลาที่นานในการเดินทาง และด้านจำนวนรถประจำทางที่ไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าร่วมงาน ($\bar{x} = 4.26, 4.21, 3.68$ ตามลำดับ)
- ด้านการประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 3.14 เมื่อพิจารณารายด้าน ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับปานกลาง ไม่ว่าจะเป็นด้านการประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลในความอยากเข้าร่วมงานมหรกรรมหนังสือในปีถัดไป ด้านโปรโมชันของแต่ละบูธไม่ดึงดูดและไม่คุ้มค่าแก่ผู้เข้าร่วมงาน และด้านการเข้าถึงยากของข้อมูลข่าวสารหรือคำแนะนำที่ทางงานเตรียมไว้ให้ ($\bar{x} = 3.32, 3.21, 2.89$ ตามลำดับ)
- ด้านความปลอดภัย ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 3.03 เมื่อพิจารณารายด้าน ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับปานกลาง ไม่ว่าจะเป็นด้านจำนวนของพนักงานรักษาความปลอดภัยที่ไม่เพียงพอและไม่กระจายตำแหน่งทั่วสถานที่ แบบการขาดความเข้มงวดในการรักษาความปลอดภัยในการเข้าร่วมงาน ($\bar{x} = 2.84, 3.21$ ตามลำดับ)

จากสภาพและปัญหาที่เกิดขึ้นในงานมหรกรรมหนังสือ หากกล่าวโดยรวมแล้ว จากงานมหรกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ในปีพ.ศ. 2562 จากผู้ตอบแบบสอบถาม 19 คน ที่เข้าร่วมงานดังกล่าว ได้ข้อสรุปว่า สภาพที่ผู้ตอบพึงพอใจมากที่สุดเป็นด้านการประชาสัมพันธ์ (ที่ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาเป็นด้านสถานที่ภายในงาน (ที่ค่าเฉลี่ย 4.09) และด้านความปลอดภัย (ที่ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ ส่วนปัญหาที่เกิดขึ้นภายในงาน ผู้ตอบมีความเห็นตรงกับปัญหาในด้านการเดินทางมากที่สุด (ที่ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือด้านสถานที่ภายในงาน (ที่ค่าเฉลี่ย 3.3) และด้านการประชาสัมพันธ์ (ที่ค่าเฉลี่ย 3.14) ตามลำดับ ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ที่ศึกษาสภาพและปัญหาทั่วไปของงานมหรกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ. 2562 และจากส่วนความต้องการของนักเรียน – นักศึกษาที่เข้าร่วมในงานมหรกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ. 2562 โดยได้ข้อสรุปว่าความต้องการมาซื้อหนังสือมากที่สุด รองลงมาเป็นการเดินเที่ยวตามงาน และเข้าร่วมกิจกรรม รับหิ้วของ มาตามเพื่อน ตามลำดับ จากที่กล่าวมานั้นตรงตามวัตถุประสงค์

ของการศึกษาความต้องการของนักเรียน-นักศึกษาในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2562 ที่กลุ่มวิจัยได้ตั้งเป้าหมายไว้

การอภิปรายผล

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา เพศ และเงินที่ได้ ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวข้างต้นนี้เป็นตัวแปรต้นของการทำวิจัยครั้งนี้ ส่งผลต่อการเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ. 2562 เนื่องด้วยอาจเป็นเพราะปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เป็นสิ่งที่ทำให้ความต้องการเข้าร่วมงานของแต่ละคนต่างกัน ตามทฤษฎีและแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ (Kotler , 2003) ได้กล่าวไว้ว่า

ทฤษฎีและแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย ปัจจัยดังต่อไปนี้

1. เพศ (Sex) สถานภาพที่ได้รับตั้งแต่เกิด คือ เพศชายและเพศหญิง ซึ่งมี ปัจจัยพื้นฐานทางร่างกายแตกต่างกัน มีความคิด ความต้องการ ทัศนคติ ค่านิยม พฤติกรรม และการตัดสินใจซื้อสินค้าที่แตกต่างกัน โดยที่เพศหญิงเป็นเพศที่ถูกชักจูงได้ง่ายกว่าเพศชาย
2. อายุ (Age) คุณลักษณะที่เปลี่ยนไปตามเวลา ซึ่งจะแสดงวุฒิภาวะ ความสามารถในการเข้าใจ และรับรู้เรื่องราว รวมทั้งการตัดสินใจที่แตกต่างกัน และอายุยังเป็นตัวบ่งชี้ ความสนใจและทำให้เห็นอารมณ์ความรู้สึกที่ต่างกันในแต่ละช่วงเวลา ที่อาจเกิดขึ้นจากประสบการณ์ที่ผ่านมา และจะเห็นได้ว่าผู้ที่อยู่ในช่วงอายุน้อยจะถูกชักจูงได้มากกว่าผู้ที่อยู่ในช่วงอายุมาก
3. ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ (Education, Occupation and Income) ระดับการศึกษาต่างก็มีแนวโน้มที่จะต้องการข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ประเภทและ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ต่างกัน อาชีพเป็นตัวสะท้อนคุณค่าในตัวบุคคลและผู้ที่เกี่ยวข้อง ส่วนรายได้จะเป็นตัววัดความสามารถในการซื้อสินค้า

เช่นเดียวกับผลการวิจัยของปารินทร์ พิทยาพล (2554) ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการซื้อหนังสือการ์ตูนความรู้ของผู้ปกครองเด็กระดับประถมศึกษาในกรุงเทพมหานคร จากผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ อาชีพ และความสัมพันธ์กับเด็กในปกครองมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อหนังสือการ์ตูนความรู้ ซึ่งที่กล่าวข้างต้นมีผลต่อตัวแปรต้นต่อการเลือกซื้อหนังสือของนักเรียน – นักศึกษาในงานมหกรรมหนังสือด้วยเช่นกัน

2. สภาพและปัญหาที่เกิดขึ้นในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ. 2562 ด้วยการ
จัด ขึ้นครั้งนี้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในหลายอย่าง ทั้งสถานที่ การเดินทาง การประชาสัมพันธ์ เป็น
ต้น ซึ่งที่กล่าวมาข้างต้นอาจส่งผลต่อผู้ที่สนใจเข้าร่วมในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง สอดคล้องกับทฤษฎี
การตลาด 4P (E.Jerome Mccarthy , 2015) ที่สามารถมาใช้กับงานมหกรรมหนังสือนี้ได้ด้วย
ปัจจัยใน ด้านที่คล้ายกัน ได้แก่

1. Product : ในด้านผลิตภัณฑ์ที่เป็นหนังสือในงานนั้น กลุ่มเป้าหมายอาจให้ความสนใจ
ในเรื่องของ เนื้อหาภายในเล่ม หน้าปก ประเภทของหนังสือ แม้แต่คุณภาพของกระดาษก็มีผลต่อการ
เลือกซื้อ รวมทั้งรูปแบบการเข้าเล่มก็ส่งผลเช่นกัน นอกจากนี้ชื่อเสียงของผู้เขียนก็ทำให้มีผลต่อการ
ตัดสินใจซื้อด้วยเช่นกัน และสำนักพิมพ์มีผลต่อการ เลือกซื้อด้วยเช่นกัน

2. Price : กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจซื้อ
เช่น ราคาไม่สูงเกินไปเมื่อเทียบกับหนังสือประเภทเดียวกัน ด้วยในวัยศึกษาเล่าเรียน เลยเป็นหนึ่งใน
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือในงานมหกรรมหนังสือ เนื่องด้วยกลุ่มตัวอย่างที่เป็น
นักเรียน หรือนักศึกษาเองบางคนอาจไม่ได้มีรายได้จากการทำงานเหมือนกับวัยทำงาน อาจได้จากการ
เก็บเงินค่าขนมจากครอบครัวมาใช้จ่ายในงานนี้ก็อาจเป็นไปได้

3. Place : การให้ความสำคัญกับการจัดจำหน่ายที่ใกล้กับที่ทำงาน ที่ บ้าน หรือสถานที่ที่เปิด
กว้าง ผู้คนเข้ามาในงานได้ง่ายและสะดวก เพราะจะได้สะดวกต่อการเลือกซื้อ สอดคล้องกับการศึกษา
พฤติกรรมของผู้บริโภค ต่อการเลือกซื้อหนังสือในงานมหกรรมหนังสือ แต่ด้วยงานมหกรรมหนังสือในครั้ง
นี้ได้จัดขึ้นที่อิมแพค อารีนา เมืองทองธานี แต่เดิมจัดที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ด้วยพื้นที่ในอิมแพค
อารีนา นั้นมีพื้นที่ที่กว้างใหญ่กว่าที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ แต่ก็แลกด้วยการที่ผู้คนต้องเดินทางไกล
ขึ้นเพื่อที่ไปงานหนังสือที่เมืองทองธานี และเกิดการไม่คุ้นชินในสถานที่ นี่อาจจะเป็นหนึ่งในปัจจัย
ในการเข้าถึงงานว่าจะมีแนวโน้มเป็นอย่างไร

4. Promotion : สำหรับสื่อสารข้อมูลของผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสาร
และจุดตลาด เพื่อให้ตลาดหรือผู้บริโภคนั้นมีทัศนคติที่ดีชักจูงใจและกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ
สินค้า ในงานมหกรรมหนังสือก็เช่นกัน ทั้งการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ การขายโดยใช้พนักงาน
ขาย การส่งเสริมการขาย การโฆษณา นอกจากนี้การอำนวยความสะดวกก็ถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญ
เพื่อที่จะดึงดูดผู้คนเข้ามาร่วมงานนี้และตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วมงานได้

จากทฤษฎีที่กล่าวข้างต้น ปัจจัยทั้ง 4 นั้นมีความสอดคล้องในตัวแปรตามของวิจัยที่ศึกษาความต้องการ สภาพของงาน และปัญหาของงานที่มีผลต่อผู้เข้าร่วมงานในครั้งนี้

ตามวิจัยของภาวิณี อุชชิน (2558 : 56) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวรรณกรรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือวรรณกรรมในเขต

กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล คือ ปัจจัยด้านตราสินค้า และปัจจัยด้านราคาและประเภทของหนังสือ ในส่วนของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษาสถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจซื้อหนังสือวรรณกรรมในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ด้านสถานที่ของงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 24 ในปี พ.ศ.2562 ยังถือว่าเอื้ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าร่วมพอสมควร แต่ยังมีจุดที่ยังต้องปรับปรุงมากขึ้นหากครั้งต่อไปจะจัดขึ้นที่เดิม ทั้งในส่วนของบูธที่มากขึ้นเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้เข้าร่วม รวมถึงการวางตำแหน่งของแต่ละส่วนของพื้นที่บูธหรือส่วนกลางเพื่ออำนวยความสะดวกที่ง่ายขึ้น ถึงแม้ว่าจะเป็นครั้งแรกที่เปลี่ยนสถานที่จัดงานอยากให้ในส่วนของผู้จัดงานได้นำในส่วนนี้มาแก้ไขในครั้งหน้า

2. ด้านการเดินทางของงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 ในปีพ.ศ.2562 ในส่วนของรถประจำทางที่ขนส่งผู้ร่วมงานมายังสถานที่ดังกล่าวยังไม่เพียงพอมากที่ควร หากหักลบกับจำนวนผู้คนที่เข้ามางานที่มากกว่ารถประจำทางที่คอยบริการ

3. ผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ ต้องมีวิธีวางแผนแก้ปัญหาที่จะเกิดไม่ว่าจะเกินอุปสรรคอะไรขึ้น เนื่องด้วยงานมหกรรมหนังสือครั้งที่ 24 นี้ จะอยู่ในช่วงหลังที่กำลังทำเครื่องมือที่ใช้ในการหาข้อมูลจึงต้องมีความหลากหลายในการทำเครื่องมือให้กลุ่มเป้าหมายสามารถให้ข้อมูลได้เข้าใจแม้ว่างานนั้นจบลงแล้วก็ตาม

4. การวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปให้ผู้ที่เป็นทั้งผู้จัดงานและผู้จะเข้าร่วมในครั้งต่อไปทั้งในแง่ของแนวโน้มของการดึงดูดผู้บริโภค การบริการที่ดีและตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วม ในส่วนของผู้จัด

งานเองก็สามารถนำสิ่งนี้ไปแก้ไขอุปสรรคและปัญหาที่ผู้เข้าร่วมเห็นพ้องตรงกัน และเพิ่มคุณภาพในสิ่งที่ผู้เข้าร่วมพึงพอใจในครั้งต่อไปได้



แบบสำรวจสภาพ ความพึงพอใจ ความต้องการและปัญหาของนักเรียน – นักศึกษา

ภายในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่24

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

เพศ : ☐ ชาย ☐ หญิง

อายุ : ☐ น้อยกว่า 13 ปี ☐ 13-15 ปี ☐ 16-18 ปี ☐ 19-22 ปี ☐ มากกว่า 23 ปี

รายได้ต่อเดือน (ค่าใช้จ่ายส่วนตัวที่ได้รับต่อเดือน เช่น ค่าขนม ค่าเดินทาง ฯลฯ) : บาท

ระดับชั้นที่ศึกษาอยู่ : ☐ มัธยมตอนต้น ☐ มัธยมตอนปลาย (เทียบเท่า ปวช.) ☐ ปริญญาตรี (เทียบเท่า ปวส.)

คำถามเบื้องต้นเกี่ยวกับงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 24

1. ท่านได้เข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 24 วันที่ 2-13 ตุลาคม 2562 ณ ชาเลนเจอร์ 2 อิมแพ็ค เมืองทองธานี ครั้งที่ผ่านมาหรือไม่?

☐ เข้าร่วม (กรุณาตอบคำถามข้อที่ 3 เป็นต้นไป) ☐ ไม่เข้าร่วม (กรุณาตอบคำถามเฉพาะข้อที่ 2 และ 3 เท่านั้น)

2. เหตุใดท่านถึงไม่เข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือระดับชาติ ครั้งที่ 24 วันที่ 2-13 ตุลาคม 2562 ณ ชาเลนเจอร์ 2 อิมแพ็ค เมืองทองธานี (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ เดินทางไม่สะดวก ☐ ปัญหาด้านค่าใช้จ่าย ☐ ไม่ประสงค์ที่จะเข้าร่วม
☐ ไม่มีเพื่อนร่วมทาง ☐ ครอบครัวยุติขาด ☐ ไม่มีโปรโมชั่นที่สนใจ
☐ ไม่มีหนังสือที่สนใจ ☐ ปัญหาวันและเวลา ☐ กิจกรรมไม่น่าสนใจ
☐ ไม่ทราบข้อมูลการประชาสัมพันธ์

3. ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 วันที่ 2-13 ตุลาคม 2562 ณ ชาเลนเจอร์ 2 อิมแพ็ค เมืองทองธานีจากแหล่งใด (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ สื่อ Social ต่างๆ (Facebook , Twitter , Instagram ฯลฯ)
☐ เพื่อนหรือคนรู้จัก
☐ Website / E-mail จากสำนักพิมพ์ที่ออกบูธ
☐ นักเขียนที่ติดตาม
☐ รายการโทรทัศน์ / วิทยุ
☐ โปสเตอร์สิ่งพิมพ์
☐ ป้ายโฆษณาอิเล็กทรอนิกส์
☐ Website สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT)

4. ประเภทหนังสือที่ท่านสนใจ

☐ นิยายรัก
☐ นิยายแฟนตาซี/ light novel
☐ นิยายวาย

- ☐ นิยายสยองขวัญ, สืบสวน, สอบสวน
- ☐ นิยายแปลต่างประเทศ (จีน, อังกฤษ, เกาหลี, ญี่ปุ่น ฯลฯ)
- ☐ วรรณกรรม
- ☐ การ์ตูน
- ☐ นิตยสาร/วารสาร
- ☐ ธุรกิจ/หุ้น/การลงทุน
- ☐ สารคดี
- ☐ ประวัติศาสตร์
- ☐ สุขภาพ
- ☐ หนังสือพัฒนาตนเอง (How to)
- ☐ เทคโนโลยีและสารสนเทศ
- ☐ ธรรมะ/ศาสนา
- ☐ หนังสือทำอาหาร
- ☐ ท่องเที่ยว

ตอนที่ 1 สำรวจความต้องการในการเข้าร่วมงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 วันที่ 2-13 ตุลาคม 2562 ณ ชาเลน

เจอร์ 2 อิมแพ็ค เมืองทองธานี ของนักเรียน-นักศึกษาที่เข้าร่วมงาน (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ท่านมาเข้าร่วมงานโดยมีความต้องการเพื่อ

- ☐ ซื้อหนังสือ

ประเภทหนังสือที่เลือกซื้อ :

- ☐ นิยายรัก
- ☐ นิยายแฟนตาซี/ light novel
- ☐ นิยายวาย
- ☐ นิยายสยองขวัญ, สืบสวน, สอบสวน
- ☐ นิยายแปลต่างประเทศ (จีน, อังกฤษ, เกาหลี, ญี่ปุ่น ฯลฯ)
- ☐ วรรณกรรม
- ☐ การ์ตูน
- ☐ นิตยสาร/วารสาร
- ☐ ธุรกิจ/หุ้น/การลงทุน
- ☐ สารคดี
- ☐ ประวัติศาสตร์
- ☐ สุขภาพ
- ☐ หนังสือพัฒนาตนเอง (How to)
- ☐ เทคโนโลยีและสารสนเทศ
- ☐ ธรรมะ/ศาสนา
- ☐ หนังสือทำอาหาร

☐ ท่องเที่ยว

- ☐ เดินเที่ยวชมบรรยากาศภายในงาน
- ☐ เข้าร่วมกิจกรรม / เวทีสัมมนากับนักเขียน
- ☐ พบปะขอลายเซ็นนักเขียน
- ☐ รับหิ้วหนังสือภายในงาน
- ☐ สะสมแต้มรางวัลแลกซื้อของพิเศษจากสำนักพิมพ์
- ☐ รับของแจกภายในงาน
- ☐ สำรองเพื่อทำวิจัย
- ☐ ศึกษาดูงาน
- ☐ มาตามเพื่อน ครอบครัว ผู้ปกครอง

อื่นๆ (โปรด

ระบุ).....

ตอนที่ 2 สำรวจความพึงพอใจที่มีต่อสภาพทั่วไปภายในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 วันที่ 2-13 ตุลาคม

2562 ณ ชาเลนเจอร์ 2 อิมแพ็ค เมืองทองธานี โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในระดับความพึงพอใจที่มีต่อคำถามต่อไปนี้

สภาพทั่วไปภายในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านสถานที่					
1.1 ความเรียบร้อยและความง่ายในการหาตำแหน่งของบูธภายในงาน					
1.2 ขนาดของสถานที่จัดงานมหกรรมหนังสือระดับชาติในการรองรับผู้เข้าร่วมงาน					
2. ด้านการบริการและกิจกรรม					
2.1 คุณภาพ การจัดวางและจำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้าร่วมงาน					
2.2 การบำรุง ดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่จัดงาน					
2.3 จำนวนพนักงานที่คอยอำนวยความสะดวกมากเพียงพอกับจำนวนผู้เข้าร่วมงาน					
2.4 ความหลากหลายของกิจกรรมภายในงาน					
3. ด้านการเดินทาง					
3.1 ความหลากหลายของเส้นทางในการเดินทางมาร่วมงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งนี้					
3.2 ความสะดวก ง่ายและรวดเร็วในการเดินทางมายังงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งนี้					

4. ด้านการประชาสัมพันธ์					
4.1 ช่องทางที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับงาน มหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งนี้ (สื่อออนไลน์ Facebook Twitter รายการโทรทัศน์ Website ของสำนักพิมพ์ ฯลฯ)					
4.2 ความง่ายในการเข้าถึงแหล่งข่าวสารที่เกี่ยวกับงานมหกรรม หนังสือระดับชาติ					
5. ด้านความปลอดภัย					
5.1 ความรอบคอบในการตรวจสอบความปลอดภัย ภายในการเข้า - ออกงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งนี้					
5.2 จำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยเพียงพอต่อสถานที่ จัดงาน					

ตอนที่ 3 สำรวจปัญหาที่พบภายในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24 โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในระดับของปัญหา
ที่มีต่อคำถามต่อไปนี้

ปัญหาที่พบภายในงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 24	ระดับของปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านสถานที่					
1.1 การขาดความเรียบร้อยการจัดตำแหน่งบูธของแต่ละ สำนักพิมพ์ภายในงาน					
1.2 พื้นที่สำหรับเดินชมงานไม่กว้างมากพอสำหรับ ผู้เข้าร่วมงาน					
1.3 จำนวนบูธไม่มากเท่าปีก่อนๆ หรือไม่มีบูธที่ตนเอง ต้องการจะมาอ่าน - ซื้อหนังสือ					
2. ด้านการบริการและกิจกรรม					
2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้าร่วมขาดคุณภาพ					
3. ด้านการเดินทาง					
3.1 สภาพการจราจรที่ติดขัดในการเดินทางมาร่วมงาน มหกรรมหนังสือระดับชาติ					
3.2 การใช้ระยะเวลาที่นานในการเดินทางมาเข้าร่วมงาน					
3.3 จำนวนรถประจำทางที่ทางงานมหกรรมหนังสือเตรียม ไว้ให้ไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าร่วมงาน					
4. ด้านการประชาสัมพันธ์					
4.1 การประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลในความอยากเข้าร่วมงานใน ปีถัดๆ ไป					

4.2 โปรโมชันภายในงานของแต่ละบูธไม่ดึงดูดและไม่คุ้มค่าแก่ผู้เข้าร่วมงาน					
4.3 การเข้าถึงยากของข้อมูลข่าวสารหรือคำแนะนำที่ทางงานมหกรรมหนังสือระดับชาติเตรียมไว้ให้					
5. ด้านความปลอดภัย					
5.1 การขาดความเข้มงวดในการรักษาความปลอดภัยในการเข้าออกงาน					
5.2 จำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยไม่เพียงพอ และไม่กระจายตำแหน่งให้ทั่วสถานที่					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

