

กิตติกรรมประกาศ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ได้รับความไว้วางใจจาก มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.) สนับสนุนแผนงานโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เพื่อจัดทำโครงการวิจัยเรื่อง “ตลาดหนังสือเด็ก” ซึ่งผู้วิจัยต้องขอขอบคุณเป็นอย่างสูง ที่ได้ให้โอกาสในการศึกษาเรื่องดังกล่าว เพื่อสะท้อนข้อเท็จจริงให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องร่วมกันผลักดันให้ตลาดหนังสือเด็กขยายขึ้น และมีอัตราการเจริญเติบโตในระดับสูงเช่นเดียวกับประเทศอื่นๆ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเด็ก ซึ่งเป็นทรัพยากรอันมีค่ายิ่งให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ และในท้ายที่สุดจะกลับคืนความดีงามที่ได้รับในวัยเด็กมาสู่สังคม ประเทศชาติให้พัฒนายิ่งขึ้น

วิจัยเล่มนี้สำเร็จลุล่วงตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ เพราะได้รับความกรุณาข้อมูลอันมีค่าจาก สำนักพิมพ์ ร้านค้าหนังสือ ผู้ปกครอง ครู นักเรียนและบรรณารักษ์ในกรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ พร้อมทั้งคำแนะนำที่สำคัญยิ่งจากคุณริสรวล อร่ามเจริญ นายกสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย และผู้ช่วยเหลือในหลายๆ ด้าน ได้แก่ คุณเข็มพร วรรณราพันธ์ ผู้จัดการแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก คุณแวมะรอดีง อีแมลอดีง เจ้าหน้าที่พัฒนาและติดตามโครงการฯ รศ.ดร.อุษา บิ๊กกินส์ และ ผศ.ลักขมี คงลาภ ซึ่งผู้วิจัยต้องขอขอบคุณไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัย

พฤษภาคม 2551

บทสรุปคัดย่อ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ได้รับความไว้วางใจจาก มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.) สนับสนุนแผนงานโดย สำนักงาน กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ให้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับตลาดหนังสือเด็ก โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความต้องการหนังสืออ่านสำหรับเด็ก พฤติกรรมการอ่านหนังสือของเด็ก ประเภทของหนังสือที่ต้องการอ่าน ราคาของหนังสือ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งให้บริการ ปัญหาและอุปสรรคของการตลาดหนังสือเด็ก ในประเด็นที่เกี่ยวกับการผลิต การกระจายราคาของหนังสือที่เกี่ยวกับผู้จัดพิมพ์ ผู้จัดจำหน่ายและร้านจำหน่ายหนังสือ เพื่อเสนอแนะความเป็นไปได้ของการสร้างตลาดหนังสือเด็กที่มีคุณภาพ

การวิจัยนี้ ได้รวบรวมข้อมูลทั้งทุติยภูมิและปฐมภูมิ โดยข้อมูลทุติยภูมิศึกษาจากเอกสารสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นข้อคิดเห็นของนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ประกอบการ ประกอบกับการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มอุปทาน ซึ่งประกอบไปด้วยผู้ประกอบการสำนักพิมพ์ จำนวน 10 ราย และผู้ประกอบการร้านหนังสือเด็ก จำนวน 24 ราย และใช้การศึกษาสำรวจด้านตัวอย่างในกลุ่มอุปสงค์ ซึ่งประกอบด้วย บิดา มารดา หรือผู้ปกครอง จำนวน 250 คน นักเรียนที่มีอายุ 3-12 ปี จำนวน 250 คน ครูประจำการ จำนวน 120 คน และบรรณารักษ์ จำนวน 40 คน โดยมีขอบเขตของการศึกษาใน 4 จังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร ปทุมธานี สมุทรปราการ และนนทบุรี การวิเคราะห์ในข้อมูลเชิงคุณภาพใช้ SWOT Analysis และใช้สถิติเชิงพรรณนาในการศึกษาด้านอุปสงค์ และอุปทาน เพื่อนำมาบูรณาการเข้าด้วยกัน และใช้กำหนดแนวทางการพัฒนาตลาดหนังสือเด็กให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ตลาดหนังสือเด็กประมาณร้อยละ 25-30 ของตลาดหนังสือ ซึ่งประมาณ 18,000 ล้านบาท ในปี 2550 ดังนั้น มูลค่าตลาดหนังสือเด็กประมาณ 4,500 ล้านบาท โดยหนังสือเด็กส่วนใหญ่ที่ขายได้เป็นหนังสือเด็กในกลุ่มราคาไม่แพง ซึ่งสอดคล้องกับกำลังซื้อของประชาชน แต่ตลาดหนังสือเด็กยังขาดการพัฒนาอย่างจริงจัง จึงมีโอกาสด้านการตลาดสูง เนื่องจากผู้ประกอบการยังไม่ค่อยให้ความสนใจ มีคู่แข่งน้อยถือเป็นช่องว่างทางการตลาดของหนังสือเด็กในประเทศไทย เมื่อวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis เพื่อทราบโอกาส อุปสรรค จุดแข็ง และจุดอ่อนของตลาดหนังสือเด็ก พบว่า

โอกาสทางการตลาด ได้แก่ ภาวะตลาดหนังสือเด็กที่เอื้ออำนวยจากพฤติกรรมของเด็ก ผู้ปกครอง ครู และบรรณารักษ์ ที่สนับสนุนด้านการอ่านหนังสือของเด็ก รวมทั้งปัจจัยทางด้านอุปทาน โดยผู้ประกอบการสำนักพิมพ์พบว่า ตลาดหนังสือเด็กมีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้น จาก 10-15% เป็น 25-30% ของยอดขายหนังสือ และร้านหนังสือเด็กพบว่า ตลาดหนังสือเด็กมีการเปลี่ยนแปลงไปทิศทางที่ดีขึ้น ประมาณการขายเพิ่มขึ้น เนื่องจากรูปแบบหนังสือมีความหลากหลายมากขึ้น มีการออกแบบที่สวยงามน่าสนใจ ตลอดจนปัจจัยทางด้านมหภาคที่เอื้ออำนวยทั้งปัจจัยทางเศรษฐกิจ และนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนด้านการอ่านหนังสือ

อุปสรรคทางการตลาด ได้แก่ พฤติกรรมของเด็กโดยอ่านหนังสือที่ไม่ใช่หนังสือเรียน วันละไม่เกิน 30 นาที ผู้ปกครองบางส่วนไม่สามารถสร้างนิสัยรักการอ่านให้กับบุตรได้ ขาดความเข้าใจในวิธีการสร้างนิสัย หรือขาดวิธีการที่ทำให้การอ่านเป็นนวัตกรรมการของเด็ก บรรณารักษ์ ขาดกลยุทธ์ใหม่ๆ ที่จะจูงใจให้เด็กรักการอ่าน ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ สำนักพิมพ์ ตัวแทนจำหน่าย ร้านค้า ยังขาดการประสานงาน ร่วมมือ ร่วมใจกัน เพื่อณรงค์ส่งเสริมพฤติกรรมการอ่านแก่พ่อแม่ ผู้ปกครอง ครู บรรณารักษ์ และเด็ก ขาดการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง รวมทั้งขาดการส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งทางตรงและทางอ้อม

จุดแข็งของตลาดหนังสือเด็ก ได้แก่ สำนักพิมพ์มีการพัฒนาคุณภาพของหนังสือเด็กอยู่เสมอ มีบุคลากรที่ดีมีคุณภาพ มีประสิทธิภาพในการบริหาร ทำให้หนังสือเด็กมีการออกหนังสือใหม่มากที่สุด 1 ใน 5 อันดับแรกของสำนักพิมพ์ มีจำนวนปกหนังสือออกใหม่ ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ร้านหนังสือมีการจัดสรรเนื้อที่เป็นมุมหนังสือเด็กโดยเฉพาะ และมีพนักงานขายแนะนำเพื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง

จุดอ่อนของตลาดหนังสือเด็ก ได้แก่ ธุรกิจขาดองค์ความรู้เรื่องหนังสือเด็ก ทำให้ไม่มีผู้มีความรู้เรื่องหนังสือเด็กอย่างแท้จริง ขาดแคลนบุคลากรที่เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน รวมทั้งมีความเสี่ยงในเรื่องระบบการจัดจำหน่ายที่ขาดประสิทธิภาพ โครงสร้างต้นทุนที่แพงกว่าหนังสือโดยทั่วไป ปริมาณการผลิตที่ต่ำ ทำให้ไม่เกิดการประหยัดทางด้านการผลิต หนังสือเด็กล้ำสมัยง่าย เสื่อมความนิยมเร็ว มีอัตราการคืนอยู่ในเกณฑ์สูง

ปี 2551 คาดการณ์ว่าผู้ประกอบการหรือสำนักพิมพ์ต้องระมัดระวังในเรื่องการบริหารจัดการ การบริหารต้นทุน โดยมีการปรับตัว และหาวิธีการที่ไม่ให้หนังสือโดนตีกลับคืนมา โดย

ผลิตหนังสือที่น่าสนใจ ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะต้องมีการหาข้อมูลเพื่อจัดทำหนังสือเด็กให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในทุกระดับ

ผู้วิจัยสนใจช่องทางที่ใช้จัดจำหน่าย ได้แก่ ร้านหนังสือ ตัวแทนจำหน่าย แต่ยังมีอีกช่องทางที่ไม่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อหนังสือ ได้แก่ ห้องสมุดโรงเรียน ห้องสมุดสาธารณะ รวมทั้งช่องทางอื่นๆ ที่สามารถกระจายหนังสือได้ เช่น โรงพยาบาล ศูนย์อาหาร ร้านตัดผม ดังนั้นการกระจายหนังสือใน 2 ช่องทางนี้ อาจทำให้การเข้าถึงหนังสือมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยใช้กลยุทธ์นำเสนอหนังสือให้ลูกค้า นอกร้านหนังสือหรือสถานที่ ซึ่งลูกค้าแวะเวียนเข้าไปเป็นประจำ ให้เด็กผู้ปกครอง และผู้เกี่ยวข้อง สามารถเข้าถึงหนังสือได้มากขึ้น โดยมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำหรือไม่มีค่าใช้จ่าย ซึ่งในท้ายที่สุดจะช่วยพัฒนาตลาดหนังสือเด็กในระยะยาว

Abstract

Faculty of Business Administration, Dhurakij Pundit University has been entrusted from Foundation for Child Development : Child Media Development Plan supported by Thai Health Promotion Foundation with the task of conducting a research on the market for children's books, their reading habits, types of books preferred, book prices, access to service centers, as well as problems and difficulties concerning marketing of children's books, especially on the issues of production, distribution, and book prices. From the perspectives of the publishers, distributors and bookshops, a study will be made on the viability of quality children's books.

This research includes both primary and secondary data. The secondary data were obtained from printing media comprising opinions from technocrats, experts, and operators. As for primary data, they were collected through in-depth interviews with suppliers comprising 10 operators of publishing houses and 24 operators of children's bookshops. A sample survey was also made among the demand groups including 250 parents or guardians, 250 students from age 3 to 12, 120 teachers, and 40 librarians in the following provinces : Bangkok, Pathumthanee, Samuthprakarn and Nonthaburi. The analysis in qualitative data, SWOT Analysis and descriptive statistic were combined to set a guideline for development of more efficient marketing of more efficient marketing of children's books.

Children's books account for 25-30 percent of the total book market worth about 18,000 million baht in 2550 (2007). The children's books market therefore has a value of approximately 4,500 million baht, most of which are sold at low prices in line with the public's purchasing power. However, since it has not yet been fully developed, there is a high potential for the marketing.

The fact that operators in this business do not provide adequate attentions as well as the fact that there is not much competition can be considered as a gap to be filled in the marketing of children's books in Thailand. When SWOT analysis has been applied, the following conclusions are reached.

There is now a better opportunity to go into children's books business, judging from children's behavior, guardians, teachers, and librarians who encourage children to read. As for the supply factors, publishers discover that the children's books market has shown considerable improvement with the total sales rising from 10-15% to 25-30%. This is confirmed by children's bookshops which attribute the sales increase to more varied book formats, more attractive designs, as well as favorable macro-economic factors and public policy that encourages reading.

Difficulties are caused by children's reading habits excluding textbooks, they do not read more than 30 minutes a day. Some parents are unable to teach their children to enjoy reading. Teachers lack the skills to cultivate reading habit in their students or the means to turn reading into a kind of innovation for children. Librarians cannot think of new strategies to induce children to love reading. All the sectors involved such as the government agencies, publishing houses, dealers, and bookstores lack coordination in the campaign to promote appreciation of reading among parents, guardians, teachers, librarians, and children. There is no real effect for public relations work, nor is there integrated marketing promotion aimed at the target group either directly or indirectly.

The strengths are represented by publishing houses which constantly improve the quality of children's books, employ quality personnel, and enjoy efficient management. As a result, children's books are among the top five of new books issued by publishing houses with continuous expansion.

Bookstores provide a separate corner for children's books with assistants assigned to offer useful information.

The weaknesses are that the business lacks the overall understanding about children's books. Nobody really knows about children's books, and there are no employees specializing in this area. The business also suffers and takes a risk from inefficient distribution, cost structures higher than general books, lower production that increases costs of children's books tend to go out of date quickly, lose their popularity rapidly, and are returned at a high rate.

For the trend in 2008, it is expected that operators or publishing houses will have to be more careful in business management, and cost management with the help of self – adjustment. They should take steps to avoid books being returned by producing interesting books that meet the demand of their customers. They should also seek information to help them prepare children's books that will meet the demand of the target group at every level.

The researchers are interested in channel of books distribution such as school library, public or community library, including another books distribution channel as followings hospital, food court, barber shop, salon. Thus both of these two channel of books distribution may enable for the access to children's books more efficiently by implementing strategic books presentation to the other customers at varieties of places or the venue that the customer regularly visit, and also for children, parents or guardians and the one who concern are able to access to the books more effectively with low cost or no cost at all. Eventually, the children's books market will be developed in a long term indeed.

คำนำ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ได้รับทุนจากมูลนิธิการพัฒนาเด็ก แผนงาน
ก่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.) สนับสนุนแผนงานโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริม
สุขภาพ (สสส.) เพื่อจัดทำโครงการวิจัย “โครงการตลาดหนังสือเด็ก ” เพื่อศึกษาความต้องการ
หนังสืออ่านสำหรับเด็ก พฤติกรรมการอ่านหนังสือของเด็ก ประเภทของหนังสือที่ต้องการอ่าน
ราคาของหนังสือ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งบริการ ปัญหาและอุปสรรคของตลาดหนังสือเด็ก
และเสนอแนะความเป็นไปได้ของการสร้างตลาดหนังสือเด็กที่มีคุณภาพ

งานวิจัยดังกล่าวนี้ได้รับความอนุเคราะห์ข้อมูลจากสำนักพิมพ์ ร้านจำหน่ายหนังสือ
ครู บรรณารักษ์ ผู้ปกครอง รวมทั้งเด็กนักเรียนระดับอนุบาลและประถมศึกษาจากกรุงเทพมหานคร
นนทบุรี สมุทรปราการ และปทุมธานี ซึ่งคณะผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณ มา ณ โอกาสนี้

ท้ายที่สุดนี้ หากมีสิ่งใดขาดตกบกพร่อง คณะผู้วิจัยขอน้อมรับไว้ทั้งหมด และหวัง
จะได้รับคำแนะนำเพื่อนำมาปรับปรุงเพิ่มเติม เพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

คณะผู้วิจัย

พฤษภาคม 2551

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ ก

บทคัดย่อภาษาไทย ข

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ จ

คำนำ ช

สารบัญ ฅ

สารบัญตาราง ฎ

บทที่ 1 บทนำ 1

ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ระเบียบวิธีศึกษา	2
ขนาดของตัวอย่าง	3
ขอบเขตของการศึกษา 3	
การเลือกตัวอย่าง	4

บทที่ 2 ทฤษฎี แนวความคิด เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 7

1. ตลาดหนังสือเด็กในประเทศไทย	7
2. บทบาทสำนักพิมพ์ภาครัฐ และเอกชน 11	
3. สภาพการอ่านหนังสือของเด็ก	13
4. ปัจจัยที่ทำให้เด็กสนใจการอ่านหรือปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือ	18
5. การศึกษาพฤติกรรมและสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการอ่านหรือส่งเสริมนิสัยรักการอ่าน	20
6. แนวทางการกระจายหนังสือทั่วไปให้เข้าถึงเด็ก	25

บทที่ 3 ผลการศึกษา 28

1. คุณลักษณะของตัวอย่าง	28
2. ความต้องการอ่านหนังสือของเด็ก	30
3. ความสำคัญของผู้ปกครองที่มีต่อตลาดหนังสือเด็ก	35
4. ความสำคัญของครูที่มีต่อตลาดหนังสือเด็ก	38
5. ความสำคัญของบรรณารักษ์ที่มีต่อการสร้างนิสัยรักการอ่านของเด็ก	40
6. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์สำนักพิมพ์ 43	
7. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ร้านหนังสือเด็ก 47	

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ 54	
1. สถานการณ์ตลาดหนังสือ 55	
2. การวิเคราะห์ตลาดหนังสือเด็กด้วย SWOT Analysis	57
3. แนวโน้มตลาดหนังสือเด็กในอนาคต	89
4. ข้อเสนอแนะขององค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง 93	
5. ข้อเสนอแนะของผู้วิจัยที่มีต่อการพัฒนาตลาดหนังสือเด็ก 107	
บรรณานุกรม 112	
ภาคผนวก	
- ตารางแสดงข้อมูลที่ได้จากการเก็บตัวอย่างของนักเรียน	
- ตารางแสดงข้อมูลที่ได้จากการเก็บตัวอย่างของผู้ปกครอง	
- ตารางแสดงข้อมูลที่ได้จากการเก็บตัวอย่างของครูประจำการ	
- ตารางแสดงข้อมูลที่ได้จากการเก็บตัวอย่างของบรรณารักษ์	
- ตัวอย่างแบบสอบถาม	
- นักเรียน	
- ผู้ปกครอง	
- ครูประจำการ	
- บรรณารักษ์	
- สำนักพิมพ์	
- ร้านหนังสือ	
- รายชื่อสำนักพิมพ์	
- รายชื่อร้านหนังสือ	
- คณะผู้วิจัย	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 : สถิติตลาดหนังสือ	56
ตาราง 2 : สถิติด้านพฤติกรรมการอ่านและซื้อหนังสือ	57
ตาราง 3 : สถิติตลาดหนังสือเด็ก	59
ตาราง 4 : สถิติร้านจำหน่ายหนังสือ 64	