

### บทที่ 3

## ผลการศึกษา

#### 1. คุณลักษณะของตัวอย่าง

การศึกษาแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน กล่าวคือ เป็นส่วนของกลุ่มอุปสงค์ และส่วนของอุปทาน ซึ่งกลุ่มอุปสงค์ประกอบด้วย นักเรียน ครู ผู้ปกครอง และบรรณารักษ์ ส่วนกลุ่มอุปทานประกอบด้วย สำนักพิมพ์และร้านจำหน่ายหนังสือเด็ก

#### กลุ่มอุปสงค์

● ตัวอย่างของการศึกษาและขนาดของตัวอย่างประกอบด้วยบุคคลที่มีส่วนในการปลูกฝังนิสัยรักการอ่านหนังสือของเด็ก ซึ่งมีจำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่

- 1) นักเรียนที่มีอายุไม่มากกว่า 12 ปี จำนวน 250 คน
- 2) ครูประจำการ จำนวน 120 คน
- 3) ผู้ปกครอง จำนวน 250 คน
- 4) บรรณารักษ์ของโรงเรียน จำนวน 40 คน

คุณลักษณะเฉพาะของแต่ละกลุ่ม มีดังนี้

#### กลุ่มเด็ก

(1) อายุอยู่ระหว่าง 3 ปี ถึง 12 ปี เป็นเด็กนักเรียนในระดับอนุบาล จำนวน 34% และในระดับประถมศึกษา จำนวน 66%

(2) เด็กนักเรียนที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนของรัฐบาลจำนวนร้อยละ 60 อีกร้อยละ 40 เป็นเด็กนักเรียนที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนของเอกชน

(3) ร้อยละ 22 ของนักเรียนเหล่านี้มีบิดาที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ อีกร้อยละ 24 มีธุรกิจส่วนตัว และร้อยละ 30 เป็นพนักงานของบริษัท ห้างร้าน

(4) เด็กนักเรียนเหล่านี้ส่วนมาก (ร้อยละ 30) นำเงินมาเพื่อใช้จ่ายที่โรงเรียนวันละ 20 บาท มีเพียงร้อยละ 45 ที่นำเงินมาโรงเรียนวันละมากกว่า 40 บาท โดยนักเรียนเหล่านี้ จำนวน ร้อยละ 50 มีเงินออมต่อเดือนระหว่าง 50 บาท ถึง 200 บาท

(5) ที่น่าสนใจคือ เด็กนักเรียนเหล่านี้ จำนวนถึงร้อยละ 36 นำเงินที่เก็บออมนี้ไปซื้อหนังสือ และมีอีกร้อยละ 44 ที่นำเงินที่ออมนี้ไปซื้อขนม

#### กลุ่มครูประจำการ

(6) อายุของครูที่เป็นตัวอย่างกระจายอยู่ในทุกกลุ่มอายุ โดยมีครูที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป ถึงร้อยละ 73 และมีครูที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี ร้อยละ 22 ครูเหล่านี้ ถึงร้อยละ 42 มีอายุงานมากกว่า 5 ปี มีครูเป็นจำนวนร้อยละ 17 มีอายุงานน้อยกว่า 4 ปี ครูส่วนมากร้อยละ 95 มีคุณวุฒิปริญญาตรี หรือสูงกว่า

#### กลุ่มผู้ปกครอง

(7) ผู้ปกครองกลุ่มนี้ ส่วนมาก (ร้อยละ 94) มีอายุไม่มากกว่า 49 ปี โดยเป็นผู้ปกครอง ของนักเรียนที่มีอายุต่าง ๆ กัน ดังนี้

ร้อยละ 32	:	มีอายุไม่เกิน 6 ปี
ร้อยละ 33	:	มีอายุระหว่าง 7 – 9 ปี
ร้อยละ 35	:	มีอายุระหว่าง 10 – 12 ปี

(8) อาชีพของผู้ปกครอง มีรายละเอียดดังนี้

ร้อยละ 36	:	เป็นพนักงานของบริษัทเอกชน
ร้อยละ 20	:	เป็นคหบดี หรือ คหบดีตानी
ร้อยละ 14	:	มีธุรกิจส่วนตัว
ร้อยละ 12	:	เป็นข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

(9) รายได้ของผู้ปกครองส่วนมาก (ร้อยละ 44) อยู่ระหว่าง 12,000 บาทต่อเดือน ไปถึง 20,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 36 มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท และร้อยละ 18 มีรายได้น้อยกว่า 12,000 บาทต่อเดือน

### กลุ่มบรรณารักษ์

(10) บรรณารักษ์ที่ตกเป็นตัวอย่างส่วนมาก (ร้อยละ 20) มีอายุไม่เกิน 35 ปี แต่ส่วนมาก (ร้อยละ 69) มีอายุงานเกิน 5 ปี โดยมีรายได้แบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ กล่าวคือ มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ถึงร้อยละ 40 และมีอีกกลุ่มมีจำนวน ร้อยละ 37 มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท

(11) การศึกษาสูงสุดของบรรณารักษ์ส่วนมาก (ร้อยละ 97) จบเพียงปริญญาตรี

### กลุ่มอุปทาน

กลุ่มอุปทานประกอบด้วย สำนักพิมพ์ และร้านจำหน่ายหนังสือเด็ก โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก สำนักพิมพ์ จำนวน 10 แห่ง และร้านจำหน่ายหนังสือเด็ก จำนวน 24 แห่ง

## **2. ความต้องการอ่านหนังสือของเด็ก**

การศึกษาความต้องการอ่านหนังสือจะวิเคราะห์ผ่านตัวแปร 8 ตัว ได้แก่

- (1) การมีสถานที่อ่านหนังสือภายในบ้าน / ที่พักอาศัย
- (2) ความบ่อยของการใช้ห้องสมุด
- (3) ประเภทของหนังสือที่อ่าน
- (4) คุณลักษณะของหนังสือที่อ่าน
- (5) วิธีการได้มาซึ่งหนังสือ
- (6) ระยะเวลาที่ใช้อ่านหนังสือที่มีชั่วโมงหนังสือเรียน
- (7) จำนวนเด็กที่ซื้อหนังสือที่มีชั่วโมงหนังสือเรียน
- (8) การเข้าถึงแหล่งจำหน่ายหนังสือของเด็ก

เป็นที่น่าสังเกตว่านักเรียนที่มีสถานที่เฉพาะในบ้าน เพื่ออ่านหนังสือ มีจำนวนถึง ร้อยละ 49 ซึ่งตัวเลขดังกล่าวมีความหมายได้ 2 ประการ

**ประการที่ 1 :** เด็กมีความต้องการในการอ่านหนังสือสูงจน พ่อ –แม่ ต้องจัดสรรสถานที่เพื่อสนองตอบความต้องการนั้น ๆ

**ประการที่ 2 :** พ่อ –แม่ เห็นความสำคัญของการอ่านหนังสือ จึงกระตุ้นให้เด็ก มีการอ่านโดยจัดสรรสถานที่เพื่อให้มีสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม

ไม่ว่าข้อเท็จ – จริง จะเป็นประการใด ข้อมูลดังกล่าวแสดงถึงโอกาสอันดีของธุรกิจหนังสือเด็ก

นอกเหนือไปจากนี้ จากการศึกษาได้พบอีกว่า สถานที่ที่จัดไว้เป็นการเฉพาะเพื่ออ่านหนังสือในบ้านนั้น ผู้ที่ใช้สถานที่ดังกล่าวมากที่สุด บ่อยที่สุด (ร้อยละ 67) คือ ตัวนักเรียน หรือตัวเด็กเอง นั่นก็แสดงว่า ตัวเด็กเองมีความต้องการอ่านหนังสืออยู่ในระดับค่อนข้างสูง

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้ห้องสมุดพบว่า นักเรียนส่วนมาก (ร้อยละ 81) ใช้ห้องสมุดของโรงเรียน มีการไปใช้ห้องสมุดสาธารณะน้อยมากเพียงร้อยละ 11 และได้พบว่านักเรียนไปใช้ห้องสมุดดังกล่าวไม่บ่อยนัก กล่าวคือ มีเพียงร้อยละ 21 ที่ใช้ห้องสมุดเกือบทุกวัน แต่มีถึงร้อยละ 40 ที่ไปใช้ห้องสมุด “นาน ๆ ครั้ง” (สัปดาห์ละ 1 ครั้ง) และที่น่าสนใจคือ มีนักเรียนถึงร้อยละ 14 ที่ไม่เคยไปห้องสมุดเลย

เด็กรักการอ่านหนังสือหรือไม่ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของหนังสือต้องตรงกับความต้องการของเด็ก เด็กอายุ 4 – 6 ปี ชอบหรือต้องการหนังสือที่คุณลักษณะที่สำคัญมาก และสำคัญดังนี้

**คุณลักษณะที่สำคัญมาก**

- (1) สนุก / ไม่น่าเบื่อ / เนื้อหาชวนให้อ่าน
- (2) รูปภาพสวย
- (3) ให้ความรู้

**คุณลักษณะที่สำคัญ**

- (4) ให้ความเพลิดเพลิน
- (5) อ่านเข้าใจง่าย

และ เมื่อนักเรียนโตขึ้น อายุ 7 – 9 ปี คุณลักษณะของหนังสือที่ต้องการจะเปลี่ยนแปลงไปเป็น ดังนี้

**คุณลักษณะที่สำคัญมาก**

- (1) สนุก /ไม่น่าเบื่อ /เนื้อหาชวนให้อ่าน
- (2) ให้ความเพลิดเพลิน
- (3) รูปภาพสวย
- (4) อ่านเข้าใจง่าย
- (5) ให้ความรู้

**คุณลักษณะที่สำคัญ**

- (1) ราคาไม่แพง
- (2) ให้ความคิด / มีความแปลกใหม่
- (3) ตัวหนังสือใหญ่อ่านง่าย

ส่วนนักเรียนอายุ 10 – 12 ปี คุณลักษณะที่สำคัญของหนังสือที่ต้องการอ่านและสำคัญมากลดลงเหลือเพียง 3 ประการ ได้แก่

- (1) สนุก /ไม่น่าเบื่อ /เนื้อหาชวนให้อ่าน
- (2) ให้ความเพลิดเพลิน
- (3) เข้าใจง่าย

**ส่วนคุณสมบัติที่สำคัญนั้นมี 4 ประการ ดังนี้**

- (1) รูปภาพสวย
- (2) ราคาไม่แพง
- (3) ให้ความคิด / มีความแปลกใหม่
- (4) ให้ความรู้

### การได้มาซึ่งหนังสือเพื่ออ่าน

หนังสือที่เด็กอ่านมีช่องทางการได้มา 4 วิธี ได้แก่ ซื้อเอง ผู้ปกครองซื้อให้ ยืมจากห้องสมุด และยืมจากผู้อื่น อย่างไรก็ตาม การยืมจากห้องสมุดและการยืมจากผู้อื่นไม่เป็นที่นิยม แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนถึงความอ่อนแอของห้องสมุด รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนหนังสือระหว่างเด็กด้วย ส่วนการซื้อด้วยตนเอง และผู้ปกครองซื้อให้ นั้นเป็นวิธีของการได้มาซึ่งหนังสืออย่างชัดเจน โดยที่เด็กเล็กอายุน้อยกว่า 6 ปี ส่วนมาก (ร้อยละ 87) ผู้ปกครองซื้อให้และเป็นการซื้อด้วยตนเองเพียงร้อยละ 6 จำนวนร้อยละนี้จะเปลี่ยนแปลงเมื่อนักเรียนมีอายุสูงขึ้น นักเรียนอายุระหว่าง 10 – 12 ปี มีร้อยละของการซื้อหนังสือด้วยตนเองเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 41 และผู้ปกครองซื้อให้ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 52

ข้อมูลดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นถึงกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจหนังสือเด็กอย่างชัดเจน นั่นคือกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจหนังสือเด็กต้องประกอบด้วยทั้ง เด็กและผู้ปกครองเด็กที่เป็นเนื้อเดียวกับแยกกันไม่ได้

### ระยะเวลาที่ใช้อ่านหนังสือที่มีชั่วโมงหนังสือเรียน

สมมุติฐานที่สำคัญของประเด็นนี้คือ หากเด็กชอบอ่านหนังสือ ระยะเวลาเฉลี่ยต่อวันควรจะสูง และควรมีช่วงเวลาที่แน่นอน แต่จากการศึกษาพบว่าเด็กส่วนมาก (ร้อยละ 49) อ่านหนังสือที่มีชั่วโมงหนังสือเรียนวันละไม่เกิน 30 นาที และมีถึงร้อยละ 22 ที่มีช่วงเวลาอ่านที่ไม่แน่นอน แสดงให้เห็นถึงการไม่มีนิสัยรักในการอ่านหนังสือ

นอกจากนี้ จากข้อมูลการอ่านหนังสือภายใน 1 เดือนที่ผ่านมาพบว่า หนังสือที่เด็กอ่านส่วนมาก (ร้อยละ 83) เป็นการ์ตูนหรือนิยายภาพ ซึ่งหนังสือประเภทนี้เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 12 ปี ส่วนมากอ่าน (อายุ 4 – 6 ปี ร้อยละ 81 อายุ 7 – 9 ปี ร้อยละ 85 และอายุ 10 – 12 ปี ร้อยละ 81) จากการศึกษาได้พบอีกว่า เด็กอายุ 4 – 6 ปี มีประเภทของหนังสือที่อ่านน้อยมาก อาจกล่าวได้ว่ามีอยู่ประเภทเดียวที่อ่าน คือ การ์ตูนหรือนิยายภาพ แต่เมื่อเด็กโตขึ้นประเภทของหนังสือจะเพิ่มขึ้น โดยเด็กอายุระหว่าง 7 – 9 ปี จะเริ่มสนใจอ่านประเภทสารคดีของเด็กเพิ่มขึ้น และเด็กอายุระหว่าง 10–12 ปี จะสนใจอ่านหนังสือประเภทนวนิยายเพิ่มขึ้น

นั่นคือการไม่มีนิสัยรักการอ่านของเด็กนั้น ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากประเภทของสินค้า คือ หนังสือมีข้อจำกัด ไม่มีความหลากหลาย

นิสัยรักการอ่านของเด็กถูกกระตุ้นด้วยจำนวนครั้ง และความชอบในการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการอ่านของโรงเรียน และจะแสดงออกด้วยการซื้อหนังสือที่ไม่ใช่หนังสือเรียนบ่อยครั้ง



ประเด็นที่น่าสนใจที่แสดงถึงโอกาสของการสร้างตลาดหนังสือเด็ก อีกประการหนึ่งคือ คำตอบของผู้ปกครองเมื่อเด็กขอเงินผู้ปกครองเพื่อซื้อหนังสือ ซึ่งพบว่าน่าสนใจมาก ดังนี้

- “ได้เลย” ร้อยละ 30
- “เดี๋ยว พ่อ – แม่ ช่วยเลือกให้” ร้อยละ 28
- “อย่าซื้อเลย” ร้อยละ 21
- “ไม่มีประโยชน์” ร้อยละ 14
- “อ่านแล้วลูกไม่เก็บเสียค่า” ร้อยละ 11

ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับข้อมูลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น กล่าวคือ หากต้องการขยายตลาดหนังสือเด็ก จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้ปกครอง ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของตลาดหนังสือเด็กให้เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นของการอ่านหนังสือเด็ก

### 3. ความสำคัญของผู้ปกครองที่มีต่อตลาดหนังสือเด็ก

ดังได้กล่าวมาแล้วถึงความสำคัญของผู้ปกครองที่มีต่อตลาดหนังสือเด็ก นั่นคือ ทั้งเด็กและผู้ปกครองเป็นกลุ่มเป้าหมายของตลาดหนังสือเด็กที่มีความสำคัญพอๆ กัน การสร้างตลาดหนังสือเด็กต้องทำไปพร้อม ๆ กัน จะทิ้งกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งไม่ได้ ในบทนี้จะวิเคราะห์ให้เห็นถึงความสำคัญของผู้ปกครองที่มีต่อตลาดหนังสือเด็ก ซึ่งสามารถวิเคราะห์โดยใช้ตัวแปร 4 ตัว ดังนี้

- (1) ทัศนคติของผู้ปกครองที่มีต่อการอ่านหนังสือของบุตร
- (2) พฤติกรรมของผู้ปกครองในฐานะผู้มีอิทธิพลต่อการรักการอ่านของบุตร
- (3) ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับหนังสือหรือสิ่งพิมพ์
- (4) การสนับสนุนให้บุตรอ่านหนังสือ

#### ทัศนคติของผู้ปกครองที่มีต่อการอ่านหนังสือของบุตร

ผู้ปกครองส่วนมาก (ร้อยละ 67) มีสถานที่เพื่ออ่านหนังสือซึ่งอาจจะเป็นในห้องนอน ซึ่งเป็นห้องส่วนตัว หรือเป็นสถานที่เฉพาะเพื่ออ่านหนังสือ และหากแม้ไม่มีสถานที่เฉพาะดังกล่าวข้างต้น ก็มีจำนวนถึงร้อยละ 30 ที่จัดมุมพักผ่อนในบ้าน ซึ่งอาจใช้เป็นสถานที่อ่านหนังสือได้ นอกจากนี้ผู้ปกครองจำนวนร้อยละ 81 ระบุว่าตัวเองเป็นนักอ่าน แต่พฤติกรรมของผู้ปกครองกลุ่มนี้กลับไม่สอดคล้องกับการกล่าวอ้างดังกล่าว กล่าวคือ ผู้ปกครองกลุ่มนี้ใน 1 เดือนที่ผ่านมา มีจำนวนร้อยละ 41 ที่ไม่ได้ไปร้านหนังสือ หรือซื้อหนังสือแม้แต่เพียง 1 ครั้ง และมีผู้ที่ไม่ได้ไปร้านหนังสือ 1 ครั้ง

ร้อยละ 32 ไป 2 ครั้ง ร้อยละ 16 และไป 3 ครั้ง ร้อยละ 11 ผู้ปกครองเหล่านี้ส่วนมาก (ร้อยละ 60) ใช้เวลาในร้านหนังสือไม่เกิน 30 นาที โดยเวลาที่ใช้ในการไปร้านหนังสือดังกล่าวนี้เป็นการไปเพื่อซื้อหนังสือนิยายภาพ/การ์ตูน และบันเทิงคดีเป็นส่วนมาก (ร้อยละ 20 และ 16 ตามลำดับ)

จากข้อมูลดังกล่าวนี้พอจะกล่าวได้ว่า แม้ผู้ปกครองระบุว่าตนเองเป็นคนชอบอ่านหนังสือ แต่ข้อมูลสนับสนุนไม่เด่นชัด ทำให้เชื่อได้ว่าตัวผู้ปกครองเอง ก็เป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญที่ต้องสนับสนุนให้อ่านหนังสือ

### พฤติกรรมของผู้ปกครองในฐานะผู้มีอิทธิพลต่อการรักการอ่านของบุตร

หนังสือที่ผู้ปกครองส่วนมาก (ร้อยละ 41) อ่านเป็นประจำคือ หนังสือประเภทบันเทิงคดี โดยมีหนังสือประเภทนวนิยายและรวมเรื่องสั้นเป็นประเภท ที่นิยมอ่านรองลงมา (ร้อยละ 19 และ 16 ตามลำดับ) และมีหนังสือที่ซื้อภายใน 1 เดือนที่ผ่านมาเป็นจำนวน 1 –2 เล่มเป็นส่วนมาก (ร้อยละ 36) ร้อยละ 20 ซื้อ 3 –5 เล่ม และมีจำนวนผู้ที่ไม่ระบุว่าได้ซื้อหนังสือใน 1 เดือนที่ผ่านมาถึงร้อยละ 34 แต่หนังสือที่ซื้อเหล่านี้มิใช่หนังสือที่อ่านประจำ แต่ส่วนมากแล้ว (ร้อยละ 20) เป็นหนังสือนิยายภาพ/การ์ตูน สำหรับบุตร และบันเทิงคดีสำหรับตนเอง (ร้อยละ 16) ซึ่งข้อมูลดังกล่าวนี้สอดคล้องอย่างมากกับพฤติกรรมการพาบุตรไปร้านหนังสือ ซึ่งพบว่ามีร้อยละ 24 ที่พาบุตรไปด้วยทุกครั้ง และมีถึงร้อยละ 38 ที่พาบุตรไปด้วยเป็นส่วนมาก ที่น่าสนใจคือ มีถึงร้อยละ 20 ที่ไม่พาบุตรไปร้านหนังสือด้วย

ข้อมูลดังกล่าวข้างต้นช่วยให้เห็นความสำคัญของผู้ปกครองที่มีต่อความชอบหรือรักการอ่านของเด็ก หากเคยเชื่อว่าเด็กในปัจจุบันไม่ชอบอ่านหรือไม่รักการอ่าน ก็น่าจะสอดคล้องกับข้อมูลที่ระบุว่าผู้ปกครองถึงร้อยละ 34 ที่ใน 1 เดือนที่ผ่านมาไม่ซื้อหนังสือประเภทใดเลย รวมถึงพฤติกรรมการไปร้านหนังสือที่มีผู้ปกครองเพียงร้อยละ 20 ที่ไม่พาบุตรไปร้านหนังสือด้วย แต่มีผู้ปกครองถึงร้อยละ 62 ที่ส่วนมากพาบุตรไปร้านหนังสือด้วย นั่นก็น่าเชื่อได้ว่าพฤติกรรมกรอ่านและซื้อหนังสือมีแนวโน้มไปในทางบวก

### ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับหนังสือหรือสิ่งพิมพ์

ผู้ปกครองของกลุ่มนี้ใช้จ่ายเพื่อซื้อหนังสือหรือสิ่งพิมพ์ต่อครั้งไม่เกิน 200 บาท โดยมีเพียงร้อยละ 17 เท่านั้นที่ใช้จ่ายเกินครั้งละ 200 บาท แต่อย่างไรก็ดี ในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมา

ผู้ประกอบการได้มีการจ่ายเงินเพื่อซื้อหนังสือหรือสิ่งพิมพ์เป็นจำนวนที่มากขึ้น โดยมีผู้ที่จ่ายเงินกว่า 200 บาท เป็นจำนวนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 17 เป็นร้อยละ 22 ซึ่งโดยทั่วไปแล้วผู้ประกอบการจะจ่ายเงินเพื่อซื้อหนังสือเดือนละไม่เกิน 100 บาท ซึ่งข้อมูลดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นถึงขนาดของตลาดหนังสือปีละประมาณ 18,000 ล้านบาท ซึ่งในจำนวนนี้จากการสัมภาษณ์สำนักพิมพ์พบว่าหนังสือเด็กมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 25 – 30 ดังนั้นขนาดของหนังสือเด็กควรเป็นปีละประมาณ 4,950 ล้านบาท

### **การสนับสนุนให้บุตรอ่านหนังสือ**

จากการสังเกตของบิดา-มารดาพบว่า เด็กในทุกกลุ่มทั้งกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 6 ปี หรืออายุระหว่าง 7 – 9 ปี หรือกลุ่มอายุ 10 – 12 ปี ชอบอ่านนิยายภาพหรือการ์ตูน โดยหนังสือประเภทสารคดี และบันเทิงคดีได้รับความนิยมมากขึ้นเมื่ออายุสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้ปกครองส่วนมาก (ร้อยละ 67) เห็นว่าค่าใช้จ่ายในการซื้อหนังสือของบุตรควรจะมีมากกว่า 100 บาทต่อเดือน ข้อมูลเช่นนี้เป็นบวกกับตลาดหนังสือเด็ก แต่จากการศึกษาพบว่าในความเห็นของผู้ปกครองแล้ว หนังสือเด็ก แม้จะมีข้อดีหลายประการ แต่ก็มีข้อเสียหรือจุดอ่อนอยู่หลายประการ ดังนี้

#### **ข้อดี**

- 1) รูปภาพสวย/ชวนอ่าน (ร้อยละ 94)
- 2) เนื้อหาสนุก (ร้อยละ 93)

#### **ข้อเสีย**

- 1) ราคาแพง (ร้อยละ 70)
- 2) เนื้อหาน่าเบื่อ (ร้อยละ 50)
- 3) ไม่คุ้มค่า (ร้อยละ 39)
- 4) เนื้อหาไม่ต่อเนื่อง (ร้อยละ 35)
- 5) เนื้อหาไม่สอดคล้องกับวัยของเด็ก (ร้อยละ 32)
- 6) ไม่มีความหลากหลาย (ร้อยละ 24)
- 7) เนื้อหาไม่สร้างสรรค์ (ร้อยละ 21)

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเดือนละ 100 บาท โดยประมาณของผู้ปกครอง เพื่อส่งเสริมการอ่านหนังสือของบุตร แม้ไม่มากนัก แต่แสดงให้เห็นถึงโอกาสทางการตลาด ซึ่งเชื่อได้ว่าใน 2 –3 เดือน จะมีการซื้อหนังสือเพื่ออ่านได้อย่างน้อย 1 เล่ม และสถานการณ์ทางการตลาดจะดีขึ้นหากมีการปรับพฤติกรรมและทัศนคติของพ่อ-แม่ ให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างนิสัยรักการอ่านของเด็ก

จากที่ได้พบว่า พ่อ-แม่ ที่ไม่เคยพาบุตรไปห้องสมุดเลยมีจำนวนถึงร้อยละ 49 ในขณะที่มีพ่อ-แม่ ที่พาบุตรไปห้องสมุดเสมอ ๆ หรือให้บุตรไปห้องสมุดด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอมีเพียง ร้อยละ 26 การสนับสนุนให้บุตรอ่านหนังสือ จึงควรที่จะซื้อหนังสือให้อ่านและพาไปห้องสมุดบ่อยขึ้น

#### 4. ความสำคัญของครูที่มีต่อตลาดหนังสือเด็ก

ครูเป็นกลุ่มบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อความหวังไว้อย่างมาก โดยหวังว่าครูจะเป็นกลไกที่สำคัญที่สร้างการรักการอ่านให้กับเด็ก ความหวังดังกล่าวจะสัมฤทธิ์ผลหรือไม่วิเคราะห์ได้ โดยใช้ตัวแปร ดังนี้

- 1) พฤติกรรมของครูในการอ่านหนังสือ
- 2) กิจกรรมที่ครูสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อสร้างนิสัยรักการอ่านให้กับเด็ก
- 3) ความคิดเห็นของครูที่มีต่อตลาดหนังสือเด็ก

##### พฤติกรรมของครูในการอ่านหนังสือ

จากการศึกษาพบว่าหนังสือที่ครูส่วนมากอ่านเป็นประจำภายใน 7 วันที่ผ่านมาได้แก่ หนังสือพิมพ์ และวารสารวิชาการ ส่วนหนังสือประเภทสร้างความเพลิดเพลิน เช่น นวนิยาย รวมเรื่องสั้น บทกวี หรือร้อยกรอง มีผู้อ่านเป็นประจำน้อยมาก แตกต่างกับการอ่านหนังสือพิมพ์ และวารสารวิชาการอย่างมีนัยสำคัญ โดยหนังสือที่สร้างความเพลิดเพลิน ครูจะอ่านเป็นครั้งคราว ประเด็นที่น่าสนใจคือ หนังสือที่ครูอ่านน้อยมาก มี 3 ประเภท ได้แก่

- (1) นวนิยาย (อ่านเพียงร้อยละ 21)
- (2) กวีนิพนธ์ (อ่านเพียงร้อยละ 19)
- (3) ร้อยกรอง (อ่านเพียงร้อยละ 12)

ซึ่งประเภทของหนังสือที่ครูอ่านแสดงถึงทัศนคติของครูที่ไม่เป็นบวกต่อการสร้างนิสัยรักการอ่านให้กับเด็ก โดยเฉพาะเมื่อได้พบว่าเพียงร้อยละ 25 ของครู มีการซื้อหนังสืออ่านอย่างสม่ำเสมอ ข้อสงสัยคือ “หากครูไม่มีนิสัยรักการอ่าน ครู จะสร้างนิสัยรักการอ่านให้เด็กได้หรือ ” จากการศึกษา ได้รับความคิดเห็นเพิ่มเติมจากครู โดยกล่าวว่า เหตุผลสำคัญที่ทำให้เด็กไม่รักการอ่านหนังสือคือ ครูไม่รักการอ่าน “ครูไม่ชอบอ่านหนังสือ ก็จะทำให้เด็กไม่ชอบไปด้วย”

##### กิจกรรมที่ครูสร้างสรรค์เพื่อสร้างนิสัยรักการอ่านให้กับเด็ก

กิจกรรมที่จัดในโรงเรียนเป็นอีกตัวชี้หนึ่งที่แสดงถึงความตั้งใจในการสร้างนิสัยรักการอ่านให้กับเด็ก ซึ่งพบว่ากิจกรรมที่นิยมจัดมาก 5 อันดับแรก ได้แก่

- (1) เปลี่ยนกันเล่าเรื่องที่อ่านให้เพื่อนฟังในชั้นเรียน
- (2) การเล่าเรื่องในหนังสือ
- (3) ให้เด็กอ่านหนังสือในชั้นเรียน
- (4) จัดมุมหนังสือในชั้นเรียน
- (5) การให้เด็กเล่าเรื่องที่อ่านมาแล้ว

ซึ่งทั้งหมดนี้ไม่มีกิจกรรมใดเลยที่แสดงให้เห็นถึงการสร้างนิสัย หรือวัฒนธรรมในการอ่านหนังสือให้กับเด็ก จากการศึกษาได้พบว่า การสร้างนิสัยของการอ่านเกิดขึ้นจากการอยากรู้อยากเห็น การรู้จักบันทึกสิ่งที่ได้พบได้เห็น สร้างนิสัยในการวิเคราะห์ แยกแยะข้อเท็จจริง แล้วสรุปเป็นความเห็นของตนเอง แต่กิจกรรมดังกล่าวข้างต้นเป็นการฝึกฝนเพื่อสร้างความสามารถบางประการ จึงเป็นผลให้ครูพบกับพฤติกรรมของเด็ก ดังนี้

- (1) เด็กขาดสมาธิในการอ่าน ชอบคุย และเล่น
- (2) ขาดความสนใจ เนื่องจากต้องอ่านหนังสือที่ไม่ชอบ
- (3) กิจกรรมขาดความหมาย เนื่องจากเด็กอ่านหนังสือไม่ออก หรือ ไม่เข้าใจภาษาในหนังสือที่อ่าน
- (4) กิจกรรมขาดความหมายเหมือนถูกบังคับให้อ่าน

ประเด็นที่พบและน่าสนใจมากคือ ผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะครูขาดความเข้าใจในวิธีการสร้างนิสัย หรือขาดวิธีการที่ทำให้การอ่านเป็นวัฒนธรรมของเด็ก

#### ความคิดเห็นของครูที่มีต่อตลาดหนังสือเด็ก

จากการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นด้านบวกที่มีต่อตลาดหนังสือเด็ก ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียนสนับสนุนให้เด็กอ่านหนังสือ (คะแนนเฉลี่ย 4.2 จากคะแนนเต็ม 5 ) แต่ที่น่าประหลาดใจคือ ครูเห็นว่าโรงเรียนจัดสรรงบประมาณให้ซื้อหนังสือน้อยมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.3 จากคะแนนเต็ม 5) ความคิดเห็นในด้านบวกต่อตลาดหนังสือเด็กที่สำคัญมี 3 ประการ ดังนี้

- (1) หนังสือมีความหลากหลาย
- (2) หนังสือมีความเหมาะสมกับวัย
- (3) หาซื้อง่าย

อย่างไรก็ดี ประเด็นเรื่อง ราคา ยังคงเป็นปัญหาของหนังสือเด็กในความเห็นของคุณ  
(ร้อยละ 85)

## 5. ความสำคัญของบรรณารักษ์ที่มีต่อการสร้างนิสัยรักการอ่านของเด็ก

บรรณารักษ์เป็นผู้มีส่วนได้-เสียที่สำคัญของการสร้างนิสัยรักการอ่านของเด็ก ซึ่งนิสัยรักการอ่านนี้ย่อมส่งผลดีต่อตลาดหนังสือเด็กอย่างแน่นอน ในบทนี้เป็นการศึกษาความเห็นของบรรณารักษ์ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับเด็กที่มีอายุไม่เกิน 12 ปี และทุกคนมีการศึกษาในระดับที่ไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาเพื่อให้เข้าใจถึงอิทธิพลของบรรณารักษ์ที่มีต่อการสร้างนิสัยรักการอ่านของเด็กในปัจจุบันมีทั้งสิ้น 3 ตัว ดังนี้

- 1) พฤติกรรมของบรรณารักษ์ที่มีต่อการซื้อและอ่านหนังสือ
- 2) ความเห็นที่มีต่อพฤติกรรมของเด็กในการใช้ห้องสมุด
- 3) ความเห็นที่มีต่อ “งานห้องสมุด” ในการส่งเสริมนิสัยรักการอ่านของเด็ก

### พฤติกรรมของบรรณารักษ์ที่มีต่อการซื้อและอ่านหนังสือ

แหล่งบริการหนังสือเพื่ออ่านที่สำคัญคือ ห้องสมุด ในการศึกษานี้หมายถึงเฉพาะห้องสมุดในโรงเรียนกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น คุณภาพของหนังสือของเด็ก ความสะดวกในการเข้าใช้บริการ และการจัดกิจกรรมของห้องสมุด เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมารักการอ่านของเด็กอย่างชัดเจน ซึ่งคุณลักษณะต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นจะเกิดผลดีต่อเด็กหรือไม่ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของบรรณารักษ์ที่มีต่อการอ่านหนังสือ หากบรรณารักษ์ไม่อ่านหนังสือ ไม่รู้จักคัดสรรหนังสือ ก็เป็นการยากที่จะหวังให้ห้องสมุดเป็นเครื่องมือในการสร้างนิสัยรักการอ่านในเด็ก

จากการศึกษาพบว่า บรรณารักษ์โดยเฉพาะกลุ่มที่มีอายุงานมากกว่า 5 ปี เป็นผู้ที่ขวนขวายหาความรู้อย่างมาก มีการอ่านหนังสือหลากหลาย ทั้งบันเทิงคดี หนังสือเกี่ยวกับความรู้ทั่วไป เพื่อให้ทันกับเหตุการณ์ รวมถึงหนังสือที่จำเป็นต่อการทำงาน

หนังสือจำนวน 5 ประเภทที่บรรณารักษ์อ่านมากที่สุด ทั้งใน 1 เดือนที่ผ่านมาหรือเมื่อเร็วๆ นี้ (7 วันที่ผ่านมา) ได้แก่

- หนังสือพิมพ์
- วารสารวิชาการ
- สารคดี

- บันเทิงคดี
- รวมเรื่องสั้น

ประเด็นที่น่าสนใจคือ ใน 5 ประเภท ของหนังสือที่อ่านในข้างต้นนี้ มีเพียงหนังสือพิมพ์เท่านั้น ที่บรรณารักษ์อ่านเป็นประจำ (ร้อยละ 85) ส่วนวารสารวิชาการนั้นมีการอ่านเป็นครั้งคราว แต่ยังน้อยกว่า สารคดี บันเทิงคดี และรวมเรื่องสั้น

นอกจากนี้ พบว่ามีบรรณารักษ์ร้อยละ 30 ที่มีการจัดสรรเงินไว้เพื่อซื้อหนังสืออ่านอย่างสม่ำเสมอ และมีอีกร้อยละ 48 ที่ แม้ไม่มีการจัดสรรเงินไว้ซื้อหนังสือ แต่ก็มี การซื้อหนังสือบ้างเป็นครั้งคราว ที่เหลืออีกร้อยละ 22 เป็นผู้ที่ไม่ซื้อหนังสืออ่าน

จากข้อมูลข้างต้น แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของบรรณารักษ์ที่เป็นบวกต่อตลาดหนังสือ และน่าจะเป็นเครื่องมือในการสร้างนิสัยรักการอ่านในเด็กได้

#### ความเห็นที่มีต่อพฤติกรรมของเด็กในการใช้ห้องสมุด

จากการสังเกตของบรรณารักษ์ พบว่า จุดประสงค์ของการใช้ห้องสมุดของเด็กมีอยู่ในวงจำกัด โดยให้น้ำหนักอยู่ที่การอ่านหนังสือเพียงประการเดียว (ร้อยละ 80) แต่การมาอ่านหนังสือดังกล่าว พบว่า มีถึงร้อยละ 70 ที่อ่านเพื่อค้นคว้าตามคำสั่งของอาจารย์ นั่นคือ การใช้ห้องสมุดของเด็กยังมีได้เป็นการใช้ เพื่อสร้างสรรค์ความคิด อ่านเพื่อผลิตเพลิน เพื่อให้รักการอ่าน แต่เป็นการอ่านตามคำสั่ง อ่านเพราะต้องอ่าน ดังได้พบว่า ทั้งครูและบรรณารักษ์ให้ความเห็นตรงกันว่า เด็กถูกบังคับให้อ่าน หรืออ่านในสิ่งที่ตัวเองไม่ต้องการอ่าน ในความเห็นของบรรณารักษ์นั้น หนังสือที่เด็กชอบอ่านแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ การ์ตูน / นิยายภาพเป็นหนังสือที่เด็กทุกกลุ่มอายุ (การศึกษานี้หมายถึง อายุต่ำกว่า 12 ปี) ชอบอ่านมากที่สุด หนังสือที่เด็กชอบอ่านเป็นกลุ่มที่ 2 ได้แก่ หนังสือประเภทสารคดีเด็ก เพื่อความรู้ทั่วไป หนังสือประเภทมีรูปสวยงาม และประเภทรวมเรื่องสั้น ส่วนหนังสือประเภท บันเทิงคดี หรือนวนิยาย เด็กชอบอ่านน้อยมาก

ประเด็นที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ จำนวนเด็กที่เข้าไปใช้ห้องสมุดนั้น แม้เป็นไปตามคำสั่งของอาจารย์ แต่จำนวนผู้ใช้บริการดังกล่าวไม่ถึงร้อยละ 50 ของนักเรียนทั้งโรงเรียน การศึกษาพบว่า บรรณารักษ์จำนวนร้อยละ 23 เชื่อว่าผู้ใช้บริการของห้องสมุดเป็นประมาณร้อยละ 10-20 ของนักเรียนทั้งโรงเรียน และเช่นเดียวกันในความเห็นของบรรณารักษ์ พฤติกรรมการใช้ห้องสมุดของเด็ก ก็ไม่แสดงให้เห็นถึงนิสัยรักการอ่านของเด็ก

#### ความคิดเห็นที่มีต่อ “งานห้องสมุด” ในการส่งเสริมนิสัยรักการอ่านของเด็ก

งานห้องสมุดที่สำคัญงานหนึ่งเป็นการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการใช้ห้องสมุด ซึ่งเน้นพฤติกรรมทั้งการใช้ “บ่อย” และ ใช้ “นาน” กิจกรรมของห้องสมุดที่บรรณารักษ์จัดมีมากกว่า 15

ประเภท บางประเภทจัดทุกวัน หรือสัปดาห์ละครั้ง หรือเดือนละครั้ง แต่กิจกรรมที่นิยมจัดมากเป็นอันดับแรก ได้แก่ การจัดมุมหนังสือ การแนะนำหนังสือให้อ่าน และการเล่านิทาน กิจกรรมที่นิยมจัดเป็นกลุ่มรองลงมา ได้แก่ การจัดประกวดเรียงความ ประกวดวาดภาพ ประกวดการเล่าเรื่องจากหนังสือที่อ่าน ประกวดทายปัญหา และการจัดนิทรรศการหนังสือ ประเด็นคือ กิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ มีการปฏิบัติมาแล้วอย่างต่อเนื่องและยาวนาน ถือได้ว่าเป็นกลยุทธ์ดั้งเดิม ที่ไม่สร้างนิสัยรักการอ่านของเด็ก การศึกษานี้ไม่พบกลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อให้เด็กมีนิสัยรักการอ่าน คือการอ่านเป็นวัฒนธรรม มีการใช้บริการของห้องสมุดอย่างสม่ำเสมอ และครั้งละนาน ๆ จึงยังไม่บรรลุงบประมาณการซื้อหนังสือเป็นประเด็นที่น่าสนใจมาก การศึกษาได้พบว่า งบประมาณของโรงเรียนในการซื้อหนังสือเข้าห้องสมุดนั้นน้อยมาก จำนวนโรงเรียนที่จัดสรรงบประมาณเพื่อซื้อหนังสือเด็กน้อยกว่าปีละ 60,000 บาท มีอยู่มากถึงร้อยละ 49 ของโรงเรียนที่ตกเป็นตัวอย่าง ข้อมูลเช่นนี้แสดงถึงอนาคตที่ไม่สดใสของการสร้างนิสัยรักการอ่านของเด็ก และตลาดหนังสือเด็กตามความเห็นของบรรณารักษ์นั้นหนังสือเด็กมีทั้งในด้านบวก และด้านลบ ดังนี้

#### ด้านบวก

- (1) รูปภาพสวย
- (2) เนื้อหาสนุก / ชวนให้อ่าน
- (3) ตัวหนังสือใหญ่ อ่านง่าย

#### ด้านลบ

- (1) ราคาสูง
- (2) เด็กสนใจห้องสมุดดิจิทัลมากกว่าหนังสือ
- (3) หนังสือเป็นเรื่องซ้ำๆ
- (4) ไม่มีความหลากหลาย
- (5) เนื้อหาซ้ำๆ ทำให้เด็กเบื่อ
- (6) ไม่คุ้มค่าของเงินที่จ่าย

ความคิดเห็นด้านลบของบรรณารักษ์ดังกล่าวข้างต้น ในมุมหนึ่ง อาจเชื่อได้ว่าเป็นจริง แต่ในอีกมุมหนึ่งพอจะเป็นข้อมูลที่ให้เชื่อได้ว่า ความรู้ และความเข้าใจที่มีต่อการใช้หนังสือเพื่อเป็นเครื่องมือเพื่อสร้างนิสัยรักการอ่านของเด็กของบรรณารักษ์ยังไม่ชัดเจน การทำความเข้าใจและ

พัฒนาความรู้ความสามารถเป็นเรื่องจำเป็น ดังนั้นการฝากความหวังในการสร้างนิสัยรักการอ่านไว้กับบรรณารักษ์จึงเป็นเรื่องที่น่าเป็นห่วง

## 6. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์สำนักพิมพ์

### ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของหนังสือเด็ก และกำลังการผลิต

กล่าวได้ว่าหนังสือเด็กมีทิศทางการเปลี่ยนไปในทิศทางที่ดีขึ้น จะเห็นได้จากอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายที่เพิ่มสูงขึ้น จากเดิมที่มี 10-15% ในปัจจุบันยอดขายเพิ่มขึ้นเป็น 25-30% ของยอดขายหนังสือรวมทั้งหมด

ในปัจจุบันการผลิตของสำนักพิมพ์ส่วนใหญ่ไม่เต็มกำลังการผลิต โดยเฉพาะเรื่องบางเรื่องที่มีลิขสิทธิ์มาแล้วแต่ยังไม่ได้จัดพิมพ์ และบางสำนักพิมพ์กำลังหาทางขยายกำลังการผลิต แต่ยังไม่ได้จึงใช้วิธีจัดจ้างสำนักพิมพ์อื่นให้ทำการผลิตแทน

### กระบวนการขั้นตอนการผลิตหนังสือเด็ก

โดยทั่วไปไม่มีความแตกต่างกับหนังสือประเภทอื่นๆ กล่าวคือ เริ่มจากการเปิดรับต้นฉบับ ถ้าเป็นหนังสือแปลก็หาผู้แปลที่เหมาะสมกับแนวหนังสือ หรือทางสำนักพิมพ์คิด Theme ขึ้นมา แล้วพูดคุยกับนักเขียนการ์ตูน นักเขียนเรื่องเพื่อสร้างงาน ทางสำนักพิมพ์ก็จะมาพิจารณาต้นฉบับ เมื่อต้นฉบับผ่านก็จะส่งขออนุมัติจำนวนพิมพ์ จากนั้นดำเนินการจัดเตรียมต้นฉบับจัดทำภาพประกอบ อาร์ตเวิร์ค ขนาด ลักษณะปก รูปแบบของหนังสือ จัดหน้าตามเลย์เอาท์ พิสูจน์อักษร ตรวจแก้ ปิดเล่ม แล้วนำส่งโรงพิมพ์จัดพิมพ์ โดยมีภาพและปกออกแนวสีสดใส นอกจากนี้ต้องตรวจดูด้วยว่าสีสันทึบไม่ผิดเพี้ยน จากนั้นก็จัดให้สายส่งจัดจำหน่าย บางส่วนทางสำนักพิมพ์ก็จัดจำหน่ายเอง และดำเนินการประชาสัมพันธ์

### โครงสร้างต้นทุนหนังสือเด็ก

โครงสร้างต้นทุนหนังสือเด็กแพงกว่าหนังสือทั่วไป เนื่องจากหนังสือเด็กมีกระบวนการผลิตที่สลับซับซ้อนกว่า ใช้วัสดุดี กระดาษที่มีคุณภาพมากกว่า การเข้าเล่ม แข็งแรงกว่าหนังสือโดยทั่วไป

สำหรับค่าลิขสิทธิ์ ค่าเรื่องโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 10% ของราคาปก

### แนวทางการลดค่าใช้จ่าย

แทบทุกสำนักพิมพ์ต้องการลดค่ากระดาษ อยากให้กระดาษมีราคาถูกลง ค่าจัดจำหน่ายลดลง รวมทั้งสำนักพิมพ์บางแห่ง มีจำนวนเล่มที่พิมพ์ต่อครั้งน้อย จึงไม่เกิด ถ้าประหยัดเนื่องจากจำนวนพิมพ์

สำนักพิมพ์หลายแห่ง จึงพยายามหาทางเพิ่มยอดขายให้มากขึ้น เพื่อให้มีผลกำไรต่อหน่วยสูงขึ้น

### ราคาหนังสือเด็ก

มีหลายราคา ราคาถูกที่สุดอยู่ที่ 10 บาท แพงที่สุดเล่มละ 200 กว่าบาท ระดับราคาไม่เกิน 200 บาท ค่อนข้างขายได้ง่ายและดี ระดับราคาหนังสือเด็กที่ 150-180 บาท เป็นช่วงราคาของหนังสือเด็กที่สามารถสร้างผลตอบแทนให้กับสำนักพิมพ์มากที่สุด

### แนวทางดำเนินการเพื่อเพิ่มปริมาณการขายหนังสือเด็ก

- กระทรวงศึกษาธิการ ควรจัดเรื่องการอ่านหนังสือนอกเวลาไว้ในระบบการศึกษา ทั้งนี้แต่ละโรงเรียนต้องให้ความสนใจกับเรื่องนี้อย่างเต็มที่ และจริงจัง เพื่อผลักดันให้เด็กรักการเรียนรู้ โดยการจัดกิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมการอ่านของเด็กนักเรียนให้มากขึ้น
- ร้านหนังสือควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย จัดมุมอ่านสำหรับเด็ก เพื่อสร้างนิสัยรักการอ่านให้แก่เด็ก นอกจากนี้ทางร้านควรจัดแยกประเภทกลุ่มหนังสือที่ให้บริการในร้าน เช่น จัดเป็นหมวดสำหรับพ่อแม่เพื่อหาซื้อได้เหมาะสมตามวัยของเด็ก เช่น หมวดสื่อพัฒนาตามวัย แรกเกิดถึง 3 ขวบ หมวดสื่อพัฒนาตามวัย 3-5 ขวบ หมวดสื่อพัฒนาตามวัย 5-8 ขวบ หมวดสื่อพัฒนาต่างๆ และอื่นๆ
- สำนักพิมพ์ต้องเห็นความสำคัญและเข้าใจในเรื่องการส่งเสริมการตลาด เช่น ดำเนินการจัดแนะนำหนังสือแก่ร้านค้า เพื่อพนักงานขายของร้านจะได้ช่วยแนะนำหนังสือให้เด็กอ่านได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- รัฐบาลควรสนับสนุนเรื่องงบประมาณการจัดสร้างห้องสมุดโรงเรียน ห้องสมุดประชาคม ห้องสมุดชุมชน ตลอดจนเพิ่มงบประมาณการจัดซื้อหนังสือเข้าห้องสมุดให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในขณะนี้ เพื่อที่ทางห้องสมุดจะได้ดำเนินการคัดสรรหนังสือดีๆ เข้าห้องสมุดได้อย่างเต็มที่
- ทุกฝ่ายต้องร่วมมือกันปรับเปลี่ยนทัศนคติของครู เด็ก ผู้ปกครองเห็นความสำคัญของโลกการอ่านของเด็กว่าเป็นการสร้างจินตนาการและความคิด เพื่อเรียนรู้โลก ทั้งใบ การอ่านก่อให้เกิดการเรียนรู้ทางสังคม ทุกสิ่งทุกอย่างจะพัฒนาขึ้นได้จากการอ่านทั้งสิ้น

### ความสัมพันธ์ระหว่างสำนักพิมพ์ ตัวแทนจำหน่าย และร้านหนังสือ

โดยทั่วไปมีลักษณะแบบน้ำพึ่งเรือ เสือพึ่งป่าอยู่แล้ว ไม่มีปัญหาอะไร ต่างฝ่ายต่างก็พยายามช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ให้ความสนับสนุนช่วยเหลือซึ่งกันและกัน แต่ยังคงขาดการประสานงานด้านกิจกรรมส่งเสริมการขายอยู่บ้าง

#### **บทบาทของตัวแทนจำหน่าย ร้านค้าหนังสือ เพื่อช่วยสนับสนุนสำนักพิมพ์**

ควรให้การสนับสนุนด้านพื้นที่การวางหนังสือเด็กให้เพิ่มมากขึ้น ผนวกกับการจัดแบ่งพื้นที่เพื่อให้สำนักพิมพ์มาจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้แก่ทางร้านเพิ่มขึ้น

#### **บทบาทของสำนักพิมพ์เพื่อช่วยสนับสนุนตัวแทนจำหน่ายและร้านหนังสือ**

- สำนักพิมพ์ควรดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเชิงรุก ทำให้คนซื้อหนังสือรู้ว่าหนังสือเด็กที่ดีมีอะไร เป็นอย่างไร เพื่อช่วยให้ร้านหนังสือมีปริมาณการขายเพิ่มสูงขึ้น
- สำนักพิมพ์ควรดำเนินการจัด Road Show เพื่อกระตุ้นให้ครู ผู้ปกครองเกิดความรู้ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของการอ่านหนังสือ กิจกรรมดังกล่าวควรดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เช่น จัดหน่วยเสริมไปอบรมครูอนุบาล ครูพี่เลี้ยงเด็ก ให้รู้จักประโยชน์ วิธีใช้หนังสือเด็กในการเรียนการสอน
- ทางสำนักพิมพ์จัด Display หนังสือ จัดรายการพิเศษ จัดกิจกรรมเล่านิทานในร้าน จัดอุปกรณ์ประกอบการขาย เช่น Poster Banner จัดแยกประเภท หมวดหมู่หนังสือ จัดทำ Website จัดทำแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับหนังสือเด็ก

#### **รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน**

- แบบ Standing order คือ หนังสือต้องมีจำนวนเต็มตามที่กำหนดไว้บนชั้นวางของร้านเสมอ เช่น หากสำนักพิมพ์ส่งให้ร้านหนังสือ 10 เล่ม เมื่อร้านขายไป 2 เล่ม จะต้องนำ 2 เล่มไปเติมให้ครบ 10 เล่ม
- แบบ Firm Sell ระบบขายขาด โดยปกติร้านหนังสือจะขอเปอร์เซ็นต์ส่วนลดเพิ่มขึ้น เนื่องจากต้องแบกรับความเสี่ยงมาก หากหนังสือขายไม่ได้
- แบบฝากขาย ซึ่งร้านค้าส่วนใหญ่จะปฏิบัติเช่นนี้ โดยถ้าขายไม่หมดสำนักพิมพ์จะรับคืน ซึ่งเป็นเรื่องที่เป็นปัญหาใหญ่ที่สุดสำหรับสำนักพิมพ์ในการบริหารค่าใช้จ่ายส่วนนี้

### วิธีการเก็บรักษา / การกระจายหนังสือ / รอบระยะเวลาการหมุนเวียนหนังสือเด็ก

#### ช่วงเวลาที่ผลิตและขายมากที่สุด

- สำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ และขนาดกลางจะมีคลังสินค้าไว้เก็บ หนังสือที่รับคืนมาจากร้านจำหน่ายบางครั้งก็นำไปขายในงานมหกรรมหนังสือ งาน Book Fair โครงการ “ปันความรัก ด้วยความรู้” หรือนำไปขายในงานสัปดาห์ห้องสมุดของโรงเรียน
- รอบระยะเวลาการหมุนเวียนของหนังสือเด็กอยู่ที่ประมาณ 2 เดือน ถึง 1 ปี
- ช่วงเวลาที่ขายดีที่สุด คือ ช่วงงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ช่วงงานมหกรรมหนังสือ ช่วงปิดเทอม ช่วงงานประกวดรางวัลหนังสือแห่งชาติ

### ปัญหา / อุปสรรคที่สำคัญของการจัดทำหนังสือเด็กและข้อเสนอแนะเพื่อให้การจัดทำ

#### หนังสือเด็กมีการพัฒนามากขึ้น

- ปัญหาทางการผลิตหนังสือเด็กของบางสำนักพิมพ์คือ ไม่มีนักเขียนหนังสือเด็กที่มีคุณภาพเพียงพอ
- ระบบฝากขายหนังสือที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันมีผลให้ระบบการจำหน่ายหนังสือเด็กดำเนินไปได้ล่าช้า การขายหนังสือเด็กเหลือแล้วคืนเป็นอุปสรรคในการพัฒนาตลาดหนังสือเด็กที่สำคัญ
- ในกระบวนการผลิตหนังสือเด็กนั้น บุคลากรในการคิด Concept ต่างๆ ยังมีไม่เพียงพอ ขาดบุคลากรที่จะเข้าใจการเรียนรู้ของเด็ก เพื่อผลิตหนังสือเด็กให้ตรงกับความต้องการในแต่ละวัน
- ปัญหาเช่าร้าน โดยเฉพาะร้านที่อยู่ในห้างมีราคาแพงมาก
- ทุกภาคส่วนไม่ว่ารัฐ สำนักพิมพ์ ตัวแทนจำหน่าย ร้านค้า ยังขาดการประสานงาน ร่วมมือ ร่วมใจกันทำการรณรงค์ส่งเสริมพฤติกรรมรักการอ่านแก่พ่อแม่ ผู้ปกครอง และเด็ก ขาดการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งทางตรงและทางอ้อม

#### ข้อเสนอแนะ

- ผู้ปกครอง ครู ต้องสร้างสภาพแวดล้อมส่งเสริมการอ่าน
- การปรับพฤติกรรมพ่อแม่ในการอ่านหนังสือให้เด็กเห็นเป็นตัวอย่างที่ดี
- การมีห้องสมุดคุณภาพตามโรงเรียน บ้าน วัด สถานชุมชน

- การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการซื้อขายหนังสือเข้าบ้านของพ่อแม่ ผู้ปกครอง และเด็ก
- การขับเคลื่อนของรัฐที่จะทำให้พ่อแม่ ผู้ปกครองและเด็กตระหนักรู้ถึงคุณค่าของการศึกษาที่ทำให้มนุษย์เป็นมนุษย์ การวัดและประเมินคุณค่าของมนุษย์ที่ความสุข ความดีงามของการประพฤติปฏิบัติ มิใช่วัดที่ความร่ำรวยทรัพย์สิน ฉะนั้นภาครัฐต้องดำเนินการขับเคลื่อนเพื่อรณรงค์ส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงคุณค่าของการอ่านหนังสืออย่างจริงจัง

## 7. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ร้านหนังสือเด็ก

### ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของหนังสือเด็ก

ร้านหนังสือส่วนใหญ่มีความเห็นว่าทิศทางการเปลี่ยนแปลงของหนังสือเด็ก มีทิศทางที่ดีขึ้น ปริมาณการขายเพิ่มขึ้น เนื่องจากรูปแบบหนังสือมีความหลากหลายมากขึ้น ออกแบบสวยงาม น่าสนใจ สำนักพิมพ์ผลิตหนังสือออกมามาก โดยเฉพาะหนังสือการ์ตูน ทั้งไทยและญี่ปุ่น นิยายสารคดีรายสัปดาห์ สูตรเกมส์คอมพิวเตอร์ นิทานคิดแนววิทยาศาสตร์ ภูมิศาสตร์ หนังสือระบายสี และแบบฝึกทักษะเด็ก

บางร้านประสบกับปัญหาปริมาณการขายหนังสือเด็กทุกประเภทลดลง เนื่องจากหนังสือเด็กมีราคาแพงขึ้น ยอดขายลดลงจากเดิม 30-40%

### ด้านโครงสร้างต้นทุนหนังสือเด็ก

เกือบทุกร้านมีโครงสร้างที่เหมือนกันคือ ระบบฝากขาย โดยได้เปอร์เซ็นต์จากการขาย ประมาณ 20-25%

### ต้นทุนค่าใช้จ่าย และแนวทางการลดต้นทุน

ทุกร้านต้องเผชิญกับต้นทุนคงที่ เช่น ค่าเช่าร้าน ค่าพนักงาน ค่าน้ำ ค่าไฟ ซึ่งการลดต้นทุนส่วนนี้ทำได้ยาก ส่วนร้านหนังสือที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าก็เผชิญกับปัญหาค่าเช่าที่สูงขึ้น รวมทั้งปัญหาการให้ส่วนลดที่น้อยของเอเยนต์ สำนักพิมพ์ ยี่สิบ ซึ่งทุกร้านมีแนวความคิดเห็นที่เหมือนๆ กันคือ การลดต้นทุนดังกล่าวทำได้ค่อนข้างยาก

### ประเภทและราคาของหนังสือเด็กที่ขาย รวมทั้งระดับราคาที่ขายดีที่สุดในแต่ละประเภท

- หนังสือการ์ตูนไทย/ญี่ปุ่น ราคา 15-200 บาท
- หนังสือเสริมสร้างปัญญา (ต่อจุด ลากเส้น หาคำ บัตรคำ บัตรภาพ ระบายสี) ราคา 15-75 บาท
- หนังสือวรรณกรรมไทย 80 ซาดกไทย ราคา 399 บาท
- หนังสือคัดเขียนลายมือ และแบบหัดอ่าน ราคา 20-30 บาท
- หนังสือนิทานอีสป ราคา 15-60 บาท
- หนังสือการ์ตูนรายสัปดาห์ ราคา 40 บาท
- หนังสือการ์ตูนรายเดือน ราคา 35-120 บาท
- นิทานของคิสนีย์ ราคา 45-60 บาท
- ระดับราคาหนังสือที่สามารถสร้างผลตอบแทนให้ร้านมากที่สุดอยู่ที่ 15-60 บาท

### เนื้อหาที่จัดสรรให้กับหนังสือเด็กรวมทั้งการจัดวาง

ร้านหนังสือส่วนมากได้จัดสรรเนื้อหาที่ในร้าน เป็นมุมหนังสือเด็กโดยเฉพาะ หลายร้านมีการตกแต่งมุมขายหนังสือเด็กอย่างสวยงาม เพื่อสร้างแรงดึงดูดผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ทุกร้านให้ความสำคัญกับการจัดชั้นขายหนังสือเด็กเพื่อสร้างความได้เปรียบในการขาย โดยมีลักษณะการจัดดังนี้

จัดวางหนังสือเด็กที่มีราคาอยู่ชั้นล่าง ราคาแพงจะถูกนำมาจัดวางบนชั้นหนังสือด้านบน เพื่อให้พ่อแม่เห็นชัดเจนจะได้หยิบให้ลูกอ่านได้ง่าย

จัดวางหนังสือเด็กไว้หน้าร้าน ชั้นด้านหน้าร้าน จัดวางไว้พื้นที่ตรงด้านหน้าเคชเชียร์

จะทำให้หนังสือเด็กขายดี คนเห็นชัดเจน โดยเฉพาะทางร้านจะจัดวางหนังสือใหม่ นิตยสาร การ์ตูนรายเดือน หนังสือที่ขายดี ตรงกลางร้าน ทางร้านจะจัดวางการ์ตูนที่ออกมานานแล้ว แต่ยังขายดี ส่วนด้านในของร้านจะจัดแยกตามสำนักพิมพ์ เพื่อให้ลูกค้าเลือกหาซื้อได้ง่าย

### แนวทางที่จะทำให้หนังสือเด็กขายได้มากขึ้น

แทบทุกร้านเห็นสอดคล้องกันว่าผู้ปกครอง ครอบครัวเด็ก เป็นผู้มีบทบาทสำคัญที่สุด ในการส่งเสริมการอ่านของเด็กเป็นอันดับแรก พ่อแม่ผู้ปกครองเด็กควรหันมาให้การสนับสนุนการอ่านหนังสือให้มากกว่านี้ โดยเฉพาะการมองเห็นความสำคัญ of หนังสือในการปลูกฝังความรู้ ความดีงามให้แก่บุตรหลานของตนต่อไป

ทางสำนักพิมพ์ควรดำเนินการพัฒนารูปเล่ม เนื้อเรื่อง เนื้อหาที่มีประโยชน์ มีคุณค่ามากขึ้น เช่น การ์ตูนไทยที่มักจะมีภาพวาด สีสันแบบเดิมๆ ไม่ค่อยสวยงาม น่าจะมีการพัฒนาให้ดีขึ้นกว่าเดิม

ควรลดราคาหนังสือเด็กให้ถูกลงกว่านี้ จะได้เพิ่มปริมาณการขาย

การปรับปรุงการสื่อสารของสำนักพิมพ์ เช่น ลงโฆษณาใน Web เพื่อลูกค้าทราบว่า

หนังสืออะไรบ้าง การส่งรายละเอียดถึงร้านค้าว่ามีรายการหนังสืออะไรออกใหม่บ้าง โดยระบุวัน

เวลา ที่ออกหนังสือให้ชัดเจนและเร็ว ทางร้านจะได้ทำการส่งเสริมการขายได้ล่วงหน้า

หนังสือเด็กควรเน้นที่เนื้อหาดี เข้าใจง่าย มีความคิดสร้างสรรค์ ให้สาระความรู้

อ่านง่าย สีสันสดใส จดจำง่าย ไม่ซับซ้อนมากเกินไป ผู้ผลิตควรใส่ใจกับการพัฒนาคุณภาพ

กระดาษ การพิมพ์ การเข้าเล่มและอื่นๆ

ทางร้านควรจัดร้าน จัดชั้นหนังสือให้ดูน่าหยิบมาอ่านมากๆ โดยเฉพาะควรจัดพื้นที่

วางหนังสือเด็กไว้ด้านหน้า เพื่อดึงดูดใจลูกค้า

### **ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อราคาขายของหนังสือเด็ก**

ทุกร้านมีความคิดเห็นว่าราคาของหนังสือเด็กมีราคาที่สูงเกินไป อันมีผลต่อการ

ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

### **ความสัมพันธ์ระหว่างสำนักพิมพ์ ตัวแทนจำหน่าย และร้านหนังสือ**

สำนักพิมพ์ส่วนใหญ่ไม่ได้มาติดต่อกับร้านจำหน่ายโดยตรง แต่ทางร้านมักจะได้รับบริการที่ดีจากตัวแทนจำหน่าย เช่น บริการจัดส่งหนังสือจากหลายๆ สำนักพิมพ์มาให้ร้านหนังสือภาพรวม โดยสรุปความสัมพันธ์เป็นไปด้วยดี

### **บทบาทของตัวแทนจำหน่าย/ร้านหนังสือเพื่อช่วยสนับสนุนสำนักพิมพ์**

ร้านหนังสือจะนำหนังสือที่อยู่ในช่วงสำนักพิมพ์จัด โปรโมชัน เช่น รายการลดราคา พิเศษ มาจัดคิสเพลย์โดยใช้พื้นที่หน้าร้าน มีการติดตั้งป้ายโฆษณาให้สะดุดตาลูกค้า พนักงานขายช่วยประชาสัมพันธ์ แนะนำหนังสือให้กับลูกค้า

### บทบาทของสำนักพิมพ์เพื่อช่วยสนับสนุนตัวแทนจำหน่าย/ร้านหนังสือ

สำนักพิมพ์ควรลดราคาหนังสือให้ต่ำลง เพื่อทางร้านจำหน่ายได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ ควรให้ส่วนลดแก่ร้านค้าเพิ่มมากขึ้นพร้อมกับช่วยจัด โปร โมชันให้แก่ทางร้านด้วย เช่น จัดทำโปสเตอร์แนะนำหนังสือ จัดของแถมเพื่อดึงดูดใจลูกค้า รวมทั้งการลงโฆษณาหนังสือ

สำนักพิมพ์ควรจัดส่งพนักงานขายมาดูแลร้านค้าพร้อมให้คำแนะนำ การให้เครดิตที่นานกว่าเดิม กรณีที่เป็นหนังสือที่ขายขาดหรือจ่ายสด ก็ควรให้เปอร์เซ็นต์การขายเพิ่มขึ้น และควรจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคนิคการขายเพื่อทางร้านจะได้เพิ่มยอดขายให้มากขึ้น

### ทางการเปลี่ยนแปลงของตลาดหนังสือเด็ก เพื่อการขยายตัวของตลาด

ควรปรับปรุงรูปแบบ หน้าปก (สีของปก รูปภาพหน้าปก) การวาดภาพประกอบ ในเล่มให้สะดุดตาเด็กมากกว่าเดิม ภาพ และคำ เด็กต้องสามารถออกเสียงได้ ทำให้เด็กเกิดจินตนาการและเป็นการปูพื้นฐานการอ่านเบื้องต้นให้แก่เด็ก ควรเปลี่ยนแปลงพัฒนารูปแบบของตัว ลินค้าประเภทให้ความรู้ เสริมทักษะการเรียนรู้แก่เด็กให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเนื้อหาสาระของหนังสือ และ รูปเล่ม

นอกจากนี้ ควรออกหนังสือประเภทฝึกทักษะ ฝึกปฏิบัติประเภทฮาตูกุ เป็นหนังสือที่เด็กสามารถสื่อสัมผัสได้ให้มากขึ้น (ไม่ใช่เน้นการท่องจำ ซึ่งรูปภาพฯ) เด็กจะได้สนุกกับการอ่าน เพื่อการเรียนรู้ รวมทั้งมีการสอดแทรกความรู้คุณธรรม

รัฐบาลควรออกมาตรการควบคุมราคาหนังสือเด็กไม่ให้มีราคาแพงเกินไป และควรมีการปรับปรุงราคาหนังสือให้ถูกลง เด็กจะได้สามารถซื้อหาได้มากขึ้น

### อุปสรรคของตลาดหนังสือมือสองต่อการขยายตัวของสำนักพิมพ์/ตัวแทนจำหน่ายหรือร้านขายหนังสือ

ร้านหนังสือส่วนใหญ่ต่างเห็นตรงกันว่าตลาดหนังสือมือสองมีผลกับยอดขายของร้าน โดยเฉพาะราคาที่ถูกลง และหนังสืออยู่ในสภาพที่ดี แต่โดยสรุปไม่เป็นปัญหาหรืออุปสรรคต่อการขายของร้านแต่อย่างใด

## รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายหนังสือเด็กในปัจจุบัน

สำนักพิมพ์ → เอเยนต์ (ตัวแทนจำหน่าย) → ร้านค้า

สำนักพิมพ์ดำเนินการส่งถึงร้านค้าเอง โดยเฉพาะหนังสือเด็กเล็กทางสำนักพิมพ์ จะเสนอรายการหนังสือในรูปแบบแค็ตตาล็อกมาให้ร้านเลือก และสั่งซื้อ

มีลักษณะที่สำนักพิมพ์/ตัวแทนจำหน่ายนำหนังสือมาฝากขายทางร้านหนังสือโดย ให้ผลตอบแทนประมาณ 20% จากราคาปก

ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ เช่น การขายตรงตาม โรงเรียนต่างๆ

ขายในงานบู๊คแฟร์ ขายในงานมหกรรมหนังสือแห่งชาติ งานประกวดรางวัลหนังสือ แห่งชาติ

## วิธีการเก็บรักษาและการกระจายหนังสือเด็กและระยะเวลาการหมุนเวียนหนังสือเด็ก

คอยทำความสะอาดฝุ่น จัดเรียงเอาหนังสือที่มาใหม่จัดวางด้านหน้า มีการจัดเรียง โดยแยกตามเรื่อง จัดแยกตามประเภทของหนังสือ

ไม่มีการเก็บสต็อก ถ้าหนังสือเหลือจากการขาย ทางร้านก็จะส่งคืน

ทางร้านจะกระจายจัดแบ่งเป็นพื้นที่สำหรับหนังสือเด็กโต หนังสือเด็กเล็ก นิตยสาร เด็ก มีการจัดคิสเพลย์หนังสือให้เป็นหมวดหมู่ ประเภท สำนักพิมพ์ เพื่อสะดวกและง่ายต่อการเลือก ซื้อของลูกค้า ร่วมกับการเชียร์หนังสือ โดยพนักงานขายของร้านให้แก่ลูกค้าเพื่อสนับสนุน และผลักดันพฤติกรรมกระตุ้นใจซื้อของลูกค้าให้รวดเร็วขึ้น

รอบระยะเวลาการหมุนเวียนของหนังสือเด็กไม่เท่ากัน ถ้าเป็นนิตยสารการ์ตูน รายสัปดาห์ 7 วัน หนังสือการ์ตูน 7-14 วัน หนังสือเด็กเล็ก 1-3 เดือน

## วิธีการจัดเก็บหนังสือเด็กที่ค้างสต็อก

ทางร้านดำเนินการส่งคืนสำนักพิมพ์ หรือทางยี่ปั้วมาเก็บคืน หรืออาจมีการขายครึ่ง ราคาในบางครั้ง เพื่อให้มีเงินหมุน

## ช่วงเวลาหนังสือเด็กมีการผลิต/ขายมากที่สุด

ร้านที่อยู่ริมถนนมักจะขายดีช่วงเปิดเทอม โดยเฉพาะร้านที่อยู่ใกล้กับ โรงเรียน

ร้านที่อยู่ในย่านชุมชนขายดีในช่วงวันหยุด

ร้านหนังสือที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าจะขายดีช่วงปิดเทอม เสาร์/อาทิตย์ และ  
ช่วงที่ห่างๆ มีการจัดกิจกรรมพิเศษ  
หลายร้านที่มีขนาดเล็กอยู่นอกห้างสรรพสินค้าขายดีมากที่สุดในช่วงปิดเทอม เสาร์/  
อาทิตย์

**จำนวนสัดส่วนของลูกค้าที่เข้าร้าน / การจัดสถานที่รองรับเป็นการเฉพาะและการส่งเสริม  
การตลาด**

จำนวนสัดส่วนของลูกค้าเด็กอยู่ที่ 20-60% ของจำนวนลูกค้าทั้งหมด และประมาณ  
10% ของร้านที่สำรวจมีการจัดพื้นที่ จัดมุมอ่านหนังสือให้เด็กได้นั่งหรือยืนอ่านหนังสือ 5% ของ  
ร้านที่สำรวจมีการจัดการส่งเสริมการตลาด เช่น ห่อปกพลาสติกให้ / ไม้ที่คั่นหนังสือ ให้ส่วนลด  
เบื้องต้น 5% / ลดแลก แจก แถม เช่น แอม ไม้บรรทัด ปากกา ดินสอ ยางลบ ในช่วงเทศกาลต่างๆ  
เมื่อลูกค้าซื้อหนังสือครบตามจำนวนเงินที่ทางร้านกำหนด

#### **การสนับสนุนส่งเสริมการอ่านของเด็ก**

ภาครัฐ โดยเฉพาะกระทรวงศึกษาธิการควรเร่งดำเนินการปลูกฝังให้เด็กรักการอ่าน  
เช่น ทำการรณรงค์อย่างจริงจังไปตาม โรงเรียนต่างๆ ทุกโรงเรียนทั่วประเทศ และควรส่งเสริมให้มี  
ห้องสมุดเยาวชนให้มากขึ้นกว่านี้โดยจัดให้มีทั่วทุกชุมชน ตามวัด รวมทั้งในเขตชุมชนต่างๆ ไป

ผู้ปกครองและครู เป็นผู้มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการสนับสนุนส่งเสริมการอ่าน  
ของเด็ก ดังนั้นผู้ปกครองและครู ต้องสนับสนุนให้มากกว่านี้ ควรสวมบทบาทเป็นผู้ปลูกฝังให้เด็ก  
รักการอ่าน เช่น ครูเป็นผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านให้แก่เด็กนักเรียนในโรงเรียน

ทางร้านค้าควรจัดหาผู้ขายที่มีใจรักการอ่าน เพื่อจะคอยเป็นผู้แนะนำหนังสือ  
ให้แก่ผู้ซื้อด้วย

#### **ปัญหา/ อุปสรรคที่สำคัญของตลาดหนังสือเด็ก**

หนังสือเด็กมีราคาแพงเกินไป ผู้ซื้อที่เป็นผู้ปกครองมีกำลังซื้อน้อยลง เนื่องจาก  
ค่าครองชีพในปัจจุบันสูงขึ้นมาก รายได้ลดลง รวมทั้งภาวะเงินเฟ้อ และเงินฝืด

ทัศนคติความคิดเห็นของผู้ปกครองที่ยังให้ความสำคัญกับหนังสือเด็กน้อยมาก  
ไม่ค่อยให้การสนับสนุนการอ่านของเด็ก

ขาดการสนับสนุนและส่งเสริมจากรัฐบาลอย่างจริงจัง

หลายครอบครัวยังไม่เห็นความสำคัญของการอ่าน ฉะนั้นจึงไม่มีการปลูกฝังให้เด็กมีนิสัยรักการอ่านได้มากเท่าที่ควร

ภาครัฐยังไม่ได้ดำเนินการอย่างจริงจังในการรณรงค์ปลูกฝังให้เยาวชนไทยมีนิสัยรักการอ่าน พร้อมทั้งขาดการประชาสัมพันธ์ในเรื่องนี้

การจัดงานสัปดาห์ส่งเสริมการอ่านที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ปีละ 2 ครั้ง มักจะมีลักษณะเป็นการส่งเสริมการขายหนังสือของสำนักพิมพ์ต่างๆ มากกว่าที่จะเป็นการส่งเสริมการอ่านของเด็ก

ร้านค้า ตัวแทนจำหน่ายเป็นหน่วยงานที่มีความเข้มแข็งที่สุดในการให้บริการ รวมทั้งมีช่องทางการจัดจำหน่าย และการแนะนำหนังสือให้ลูกค้า

สำนักพิมพ์ เป็นหน่วยงานที่มีจุดอ่อนตรงที่ยังขาดการดูแลเอาใจใส่ร้านค้า การผลิตหนังสือโดยขาดการสำรวจความต้องการของผู้อ่าน

### ข้อเสนอแนะต่างๆ ที่จะทำให้ตลาดหนังสือเด็กของประเทศไทยขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

ภาครัฐต้องเป็นผู้ริเริ่ม และสนับสนุนการอ่านของเยาวชนไทยอย่างจริงจัง ให้มากกว่านี้

นอกจากนี้ ควรจะมีการออกมาตรการควบคุมราคาหนังสือเด็กไม่ให้สูงจนเกินไป โรงเรียนควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านให้เด็กมากขึ้น

สำนักพิมพ์ควรจัดบริการหนังสือให้เด็กอย่างทั่วถึง โดยการให้หนังสือตามห้องสมุด โรงเรียน ห้องสมุดประชาชน รวมทั้งการปรับเนื้อหา รูปเล่มหนังสือให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น

ห้างสรรพสินค้า สวนสนุก ควรจัดทำโซนอ่านหนังสือให้เด็กโดยเฉพาะ

พ่อแม่ ผู้ปกครองจัดกิจกรรมปลูกฝังนิสัยรักการอ่านแก่บุตรหลาน จัดมุมอ่านหนังสือในบ้านให้กับลูกหลานของตน