

บทที่ 4

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยตลาดหนังสือเด็กมีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาความต้องการหนังสืออ่านสำหรับเด็ก ประเภทของหนังสือที่ต้องการอ่าน ราคาของหนังสือ และความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งให้บริการ 2) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการตลาดหนังสือเด็ก โดยเฉพาะประเด็นเรื่องการผลิต การกระจาย ราคาของหนังสือและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้จัดพิมพ์ ผู้จัดจำหน่าย และร้านจำหน่ายหนังสือ และ 3) ศึกษาและเสนอแนะความเป็นไปได้ของการสร้างตลาดหนังสือเด็กที่มีคุณภาพ

การวิจัยครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลทั้งข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิ โดยรวบรวมข้อมูล ทุติยภูมิจากองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และเอกสารที่เกี่ยวข้อง สื่อสิ่งพิมพ์ เอกสารวิชาการ บทความ ข้อคิดเห็นของนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ประกอบการ ตลอดจนหน่วยงานทั้งภาครัฐและ เอกชน เพื่อทำการศึกษาความเป็นมาและสถานการณ์ตลาดหนังสือเด็ก ทั้งในส่วนของอุปทานอัน ได้แก่ ผู้ประกอบการ ประกอบด้วย สำนักพิมพ์ ผู้จัดจำหน่าย และร้านหนังสือ และในส่วนของอุปสงค์ประกอบด้วย เด็ก ผู้ปกครอง โรงเรียน ห้องสมุด ตลอดจนองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาถึง ปัญหา โอกาส อุปสรรค จุดแข็ง จุดอ่อน และข้อเสนอแนะที่มีต่อตลาดหนังสือเด็ก ประกอบกับการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสัมภาษณ์จำแนกตามกลุ่มประชากรเป้าหมาย ทำการ สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth-Interview) โดยกลุ่มประชากรเป้าหมายในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอุปสงค์ ประกอบด้วย 1) นักเรียนที่มีอายุ 3-12 ปี จำนวน 250 คน 2) ผู้ปกครอง จำนวน 250 คน 3) ครูประจำการ จำนวน 120 คน และ 4) บรรณารักษ์ของโรงเรียน จำนวน 40 คน เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมความต้องการและความคิดเห็นที่มีต่อหนังสือ เด็ก และกลุ่มอุปทาน ประกอบด้วย 1) ผู้ประกอบการสำนักพิมพ์ รวม 10 ราย และ 2) ผู้ประกอบการ ร้านจำหน่ายหนังสือ รวม 24 ราย เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การดำเนิน ธุรกิจ การตลาดหนังสือเด็ก ตลอดจนความสัมพันธ์ที่มีต่อผู้เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคในการ ดำเนินธุรกิจหนังสือเด็ก และข้อเสนอแนะที่มีต่อตลาดหนังสือเด็ก เพื่อให้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยโครงการตลาดหนังสือเด็ก ใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วย SWOT Analysis ในส่วนของการศึกษาความเป็นมาและสถานการณ์ตลาดหนังสือเด็ก และใช้ สถิติเชิงพรรณนาในการศึกษาทางด้านอุปสงค์และอุปทานของตลาดหนังสือเด็ก ประกอบกับการ วิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis และนำข้อมูลทั้งหมดมาบูรณาการเข้าด้วยกัน เพื่อใช้กำหนด แนวทางการพัฒนาตลาดหนังสือเด็กให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผลการศึกษาโครงการตลาดหนังสือเด็ก สามารถสรุปได้ดังนี้

1. สถานการณ์ตลาดหนังสือ

จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้กล่าวถึงความเป็นมา และสถานการณ์ของตลาดหนังสือในประเทศไทย โดยรวบรวมข้อคิดเห็นจากผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ นักเขียน ตลอดจนองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน สามารถสะท้อนให้ทราบถึงสถานการณ์ของตลาดหนังสือและตลาดหนังสือเด็กในประเทศไทย ดังนี้

ในส่วนของตลาดสิ่งพิมพ์โดยรวมของไทยถือเป็นตลาดที่ใหญ่และมีโอกาสทางการตลาดสูง จากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทุกปี ทั้งในแง่ปริมาณสิ่งพิมพ์ ประเภทสิ่งพิมพ์และมูลค่าตลาดของสิ่งพิมพ์ โดยวัดจากยอดจำหน่ายหนังสือที่มีมูลค่าตลาดสูงถึง 18,000 ล้านบาท ในปี 2550 มีจำนวนปกหนังสือออกใหม่ 11,455 เรื่อง เฉลี่ย 23.3 เรื่องต่อสำนักพิมพ์ และ 31.4 เรื่องต่อวัน เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ตลาดหลักในการจำหน่ายหนังสืออยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประมาณ ร้อยละ 60–70 ของตลาดรวมทั้งประเทศ

อย่างไรก็ดี แม้ว่าตลาดจะมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แต่คงมีอุปสรรคจากการที่แนวโน้มอัตราการขยายตัวของยอดจำหน่ายหนังสือลดลงเหลือเพียง 6.5% ในปี 2550 และมีจำนวนปกหนังสือออกใหม่เพียง 23.3 เรื่องต่อสำนักพิมพ์ซึ่งเป็นอัตราที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ในปี 2548 สัดส่วนของประชากรไทยที่ไม่อ่านหนังสือยังคงสูงถึงร้อยละ 30.9 และใช้เวลาว่างในการอ่านหนังสือเพียงร้อยละ 4.4 ในปี 2549 คนไทยใช้เวลาในการอ่านหนังสือเพียง 1.59 ชั่วโมงต่อวัน ใช้เวลาเฉลี่ยในการเข้าห้องสมุดเพียง 0.02 นาทีต่อวัน อ่านหนังสือเพียง 5 เล่มต่อคนต่อปี ซื้อหนังสือเพียง 2 เล่มต่อคนต่อปี ใช้เงินเพียงร้อยละ 0.22 ของรายได้ต่อคน หรือ 286 บาท ต่อคนต่อปีในปี 2549 ดังตารางที่ 1 และ 2 ซึ่งถือเป็นอัตราที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว แสดงให้เห็นว่า คนไทยขาดทักษะในการอ่านหนังสือและขาดแรงจูงใจในการอ่านหนังสือ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาตลาดหนังสือในประเทศไทย

ตาราง 1 : สถิติตลาดหนังสือ

รายละเอียด	พ.ศ.					2550 สัดส่วน
	2546	2547	2548	2549	2550	
จำนวนสำนักพิมพ์ (ราย)	374	433	475	492	491	
อัตราการขยายตัวของจำนวนสำนักพิมพ์ (%)		15.8	9.7	3.6	-0.2	
จำนวนสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ (ราย)	20	25	30	36	40	8.2%
จำนวนสำนักพิมพ์ขนาดกลาง (ราย)	44	54	65	61	70	14.3%
จำนวนสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก (ราย)	310	354	380	395	381	77.5%
ยอดจำหน่ายหนังสือ (ล้านบาท)	10,500	13,100	15,000	16,900	18,000	
อัตราการขยายตัวของยอดจำหน่ายหนังสือ (%)		24.7	14.5	12.7	6.5	
ยอดจำหน่ายหนังสือเทียบกับ GDP	0.17	0.20	0.21	0.22	0.21	
จำนวนหนังสือออกใหม่ต่อปี (ชื่อเรื่อง)	10,108	11,103	11,651	11,236	11,455	
จำนวนหนังสือออกใหม่ต่อวัน (ชื่อเรื่อง)	27.7	30.4	31.9	30.8	31.4	
จำนวนหนังสือออกใหม่เฉลี่ยต่อสำนักพิมพ์ต่อปี (ชื่อเรื่อง)	27.0	25.6	24.5	22.8	23.3	
สัดส่วนยอดจำหน่ายหนังสือ/ส่วนแบ่งตลาด						
- สำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ %	57.0	57.2	58	62.7	62.8	
- สำนักพิมพ์ขนาดกลาง %	23.9	26.7	28	24.9	25.0	
- สำนักพิมพ์ขนาดเล็ก %	19.1	16.1	14	12.4	12.0	

ที่มา : ซีเอ็ดบุ๊ค เซ็นเตอร์

สมาคมผู้จัดพิมพ์ และผู้จัดจำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย

ตาราง 2 : สถิติด้านพฤติกรรมการอ่านและซื้อหนังสือ

ตัวชี้วัด	หน่วย	ไทย			ต่างประเทศ (2549)
		2548	2549	2550	
อัตราการอ่านหนังสือต่อคนต่อปีของคนไทย	เล่ม	2	5		40-60 เล่ม (สิงคโปร์/เวียดนาม)
จำนวนหนังสือออกใหม่เฉลี่ยต่อปี	ปก	11,651	11,236	11,455	10,000-72,000 (ไต้หวัน/ญี่ปุ่น)
จำนวนประชากรต่อร้านหนังสือ 1 ร้าน	คน	73,606	67,677	32,952	8,000-20,000
สัดส่วนประชากรผู้อ่านหนังสือ	%	69.1			
สัดส่วนประชากรผู้ไม่อ่านหนังสือ	%	30.9			ร้อยละ 24 (เกาหลี ปี 2547)
อัตราการซื้อหนังสือต่อคนต่อปี	เล่ม	1.53 เล่ม	1.66		
อัตราการใช้เงินซื้อหนังสือต่อรายได้ต่อหัว	%	0.18	0.22		
จำนวนเงินซื้อหนังสือต่อคนต่อปี	บาท	259.93	285.54		
จำนวนหนังสือเด็กในห้องสมุดประชาชน (เล่ม)					25.3 ล้านเล่ม (อังกฤษ)
จำนวนหนังสือเด็กต่อเด็ก 1 คน (อายุต่ำกว่า 15ปี)					2.3 เล่ม (อังกฤษ)
อัตราการขีมนหนังสือเด็กจากห้องสมุด (%)					29% (อังกฤษ)
จำนวนหนังสือใหม่ที่ซื้อเข้าห้องสมุด					3.9 ล้านเล่ม (อังกฤษ)

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

เอแบคโพลล์

ซีเ็ดบุ๊กเซ็นเตอร์

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย

2. การวิเคราะห์ตลาดหนังสือเด็กด้วย SWOT Analysis

สำหรับตลาดหนังสือเด็ก สามารถวิเคราะห์ให้เห็นถึงโอกาส อุปสรรค จุดแข็ง และจุดอ่อนของตลาดหนังสือเด็ก โดยอาศัยการวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis ได้ข้อสรุปที่สำคัญดังนี้

1. โอกาสทางการตลาดของตลาดหนังสือเด็ก ได้แก่ ภาวะตลาดหนังสือเด็กที่เอื้ออำนวยปัจจัยทางด้านอุปสงค์ที่เอื้ออำนวยจาก พฤติกรรมของเด็ก ผู้ปกครอง ครู และบรรณารักษ์ที่สนับสนุนด้านการอ่านหนังสือของเด็ก รวมทั้งปัจจัยทางด้านอุปทานที่เอื้ออำนวยทั้งในส่วนของสำนักพิมพ์ และร้านจำหน่ายหนังสือ ตลอดจนปัจจัยทางด้านมหภาคที่เอื้ออำนวยทั้งปัจจัยทางเศรษฐกิจ และนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนด้านการอ่านหนังสือ

2. อุปสรรคทางการตลาดของตลาดหนังสือเด็ก ได้แก่ ภาวะตลาดหนังสือเด็กที่มีความรุนแรง ปัจจัยทางด้านอุปสงค์อื่นเป็นอุปสรรคต่อตลาดหนังสือเด็ก ได้แก่ พฤติกรรมของเด็ก

ผู้ประกอบการ ครู และบรรณารักษ์ที่เป็นอุปสรรคต่อการอ่านหนังสือ รวมทั้งปัจจัยทางด้านอุปทานที่เป็นอุปสรรคต่อตลาดหนังสือเด็กทั้งในส่วนของสำนักพิมพ์ ร้านจำหน่ายหนังสือ ตลอดจนอุปสรรคจากปัจจัยทางด้านมหภาค ได้แก่ องค์กรที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

3. จุดแข็งของตลาดหนังสือเด็ก ได้แก่ จุดแข็งด้านการดำเนินธุรกิจหนังสือเด็กของผู้ประกอบการ จุดแข็งของสำนักพิมพ์ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย จุดแข็งด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และจุดแข็งของร้านจำหน่ายหนังสือ

4. จุดอ่อนของตลาดหนังสือเด็ก ได้แก่ จุดอ่อนด้านการดำเนินธุรกิจหนังสือเด็กของผู้ประกอบการ จุดอ่อนของสำนักพิมพ์ในด้านการผลิต ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย จุดอ่อนด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และจุดอ่อนของร้านจำหน่ายหนังสือ

5. ข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์อาศัยข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิมาบูรณาการเข้าด้วยกัน ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

2.1 โอกาสทางการตลาดของตลาดหนังสือเด็ก

ประกอบด้วยปัจจัยต่อไปนี้

2.1.1 ปัจจัยทางด้านอุปสงค์ที่ชี้ให้เห็นโอกาสทางการตลาดของตลาดหนังสือเด็ก

1. ภาวะตลาดหนังสือเด็กที่เอื้ออำนวย

จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับภาวะตลาดหนังสือเด็ก พบว่า ตลาดหนังสือเด็กมีโอกาสด้านการตลาดสูง เนื่องจากเป็นหมวดหนังสือที่คนไทยชอบอ่านมากที่สุด เป็นตลาดที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และเติบโตเป็นสัดส่วนร้อยละ 25-30 ของตลาดหนังสือโดยรวม ซึ่งมีมูลค่า 18,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นตลาดหนังสือเด็กมูลค่าตลาด 4,500 ล้านบาท ดังตารางที่ 3 ในปี 2550 โดยที่กว่าร้อยละ 40 เป็นหนังสือสำหรับเด็กชายอายุ 12-13 ปี รองลงมาเป็นหนังสือเด็กเล็ก นิยาย การ์ตูน หนังสือแปล รวมทั้งหนังสือธรรมะ ในปี 2548 มีจำนวนปกหนังสือเด็กออกใหม่เป็นจำนวน 1,391 ปก เพิ่มขึ้นจากปี 2547 ร้อยละ 4.4 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.9 ของจำนวนปกหนังสือออกใหม่ รวมทั้งตลาดและเป็นหนังสือแปลร้อยละ 2.0 โดยมีราคาปกเฉลี่ยของหนังสือเด็กออกใหม่เพิ่มสูงขึ้นในขณะที่ราคาเฉลี่ยของหนังสือเด็กออกใหม่ที่ขายได้มีราคาเฉลี่ยที่ 45.63 บาท ต่ำกว่าราคาปกหนังสือเด็กออกใหม่ และหนังสือออกใหม่ทั้งหมด แสดงว่าหนังสือเด็กส่วนใหญ่ที่ขายได้เป็นหนังสือเด็กในกลุ่มราคาไม่แพง ซึ่งสอดคล้องกับกำลังซื้อของประชาชน

อย่างไรก็ดี ตลาดหนังสือเด็กยังขาดการพัฒนาอย่างจริงจัง จึงมีโอกาสทางการตลาดสูง เนื่องจากผู้ประกอบการยังไม่ค่อยให้ความสนใจ มีคู่แข่งน้อย ถือเป็นช่องว่างทางการตลาดของหนังสือเด็กเมืองไทย

ตาราง 3 : สถิติตลาดหนังสือเด็ก

ตัวชี้วัด	ปี 2547	ปี 2548
จำนวนปกออกใหม่ต่อปี (ชื่อเรื่อง)	1,332	1,391
จำนวนปกที่เป็นหนังสือแปล (ชื่อเรื่อง)	148	260
สัดส่วนหนังสือเด็กแปลต่อหนังสือเด็กปกใหม่ (ชื่อเรื่อง)	11.11	18.7
สัดส่วนหนังสือเด็กแปลต่อหนังสือเด็กปกใหม่รวม (ชื่อเรื่อง)	1.33	2.23
ราคาปกเฉลี่ยของหนังสือออกใหม่ (บาท)	66.15	79.19
ราคาปกเฉลี่ยของหนังสือออกใหม่ที่ขายได้ (บาท)	43.02	45.63
จำนวนปกที่ออกใหม่รวมทั้งตลาด (ปก)	11,103	11,651
สัดส่วนปกหนังสือเด็กออกใหม่ต่อตลาดรวม (%)	12.0%	11.9%
	ปี 2549	ปี 2550
สัดส่วนมูลค่าหนังสือเด็กต่อมูลค่าตลาดรวม (%)	10%	25-30%
มูลค่าตลาดรวม (ล้านบาท)	16,900	18,000
มูลค่าตลาดหนังสือเด็ก (ล้านบาท)	1,690	4,500

ที่มา : ซีเอ็ดบุ๊ค เซ็นเตอร์

สมาคมผู้จัดพิมพ์ และผู้จัดจำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย

2. พฤติกรรมของเด็กที่สนับสนุนด้านการอ่านหนังสือ

จากการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือของเด็กพบว่าประชากรวัยเด็กของไทยมีสัดส่วนประชากรที่อ่านหนังสือสูงสุดร้อยละ 87.7 ซึ่งนอกเหนือจากตำราเรียนที่มักอ่านมากที่สุดแล้ว เด็กโดยมากมักชอบอ่านหนังสือประเภทนวนิยาย การ์ตูน หนังสืออ่านเล่น และหนังสือเกี่ยวกับความรู้ โดยที่กว่าร้อยละ 90 ของเด็กทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด นิยมอ่านหนังสือโดยการอ่านหนังสือถือเป็นทางเลือกในการใช้เวลาว่างของเยาวชน รองลงมาจากการเล่นอินเทอร์เน็ต แสดงถึงความสนใจของเด็กที่มีต่อการอ่านหนังสืออยู่ในเกณฑ์สูง

ประกอบกับการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิจากการวิจัยโดยการสัมภาษณ์เด็ก

นักเรียน จำนวน 250 คน อายุระหว่าง 3-12 ปี ซึ่งศึกษาอยู่ทั้งในโรงเรียนของรัฐบาลและเอกชน โดยบิดามืออาชีพทั้งที่เป็นข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว และพนักงานบริษัทหรือห้างร้าน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นพฤติกรรมของเด็กที่สนับสนุนด้านการอ่านหนังสือดังนี้

1. เด็กส่วนมากนำเงินออมที่เหลือจากค่าใช้จ่ายที่ได้ไปโรงเรียนนำไปซื้อขนม โดยที่หนังสือเป็นสิ่งที่เด็กนึกถึงรองลงมา
2. สภาพแวดล้อมที่บ้านของเด็ก ผู้ปกครองมีการจัดสถานที่เฉพาะในบ้านเพื่ออ่านหนังสือ และเด็กส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ใช้สถานที่ดังกล่าวเพื่ออ่านหนังสือ
3. ลักษณะของหนังสือที่ตรงกับความต้องการของเด็ก ได้แก่ หนังสือที่ประกอบด้วยความสุข ไม่น่าเบื่อ เนื้อหาชวนอ่าน มีรูปสวย อ่านแล้วเพลิดเพลิน เข้าใจง่าย ควรแฝงด้วยความรู้ ให้ความคิด มีความแปลกใหม่ ราคาไม่แพง และตัวหนังสืออ่านง่าย ประเภทหนังสือที่เด็กเล็กและเด็กโตอ่านส่วนมากเป็นการ์ตูน หรือนิยายภาพ ส่วนเด็กที่โตขึ้นจะเริ่มสนใจอ่านหนังสือประเภทสารคดี และนวนิยายเพิ่มขึ้น ซึ่งหนังสือเด็กในปัจจุบันสามารถตอบสนองความต้องการของเด็กได้ในระดับหนึ่ง
4. หนังสือที่เด็กอ่านส่วนใหญ่เด็กมักจะซื้อเอง หรือผู้ปกครองซื้อให้ และไม่นิยมยืมจากห้องสมุดหรือยืมผู้อื่น แสดงถึงความสนใจในการเลือกหาหนังสืออ่านของเด็ก และความต้องการเป็นเจ้าของหนังสือของเด็ก
5. เด็กส่วนใหญ่มีการซื้อหนังสือที่ไม่ใช่หนังสือเรียนเดือนละไม่เกิน 2 ครั้ง โดยแต่ละครั้งส่วนใหญ่จ่ายค่าหนังสือไม่เกินครั้งละ 150 บาท และเป็นเงินของผู้ปกครอง แม้จำนวนครั้งในการซื้อหนังสือและค่าใช้จ่ายในการซื้อหนังสือจะไม่มาก แต่ก็เริ่มเห็นแนวโน้มที่ดีในด้านความสนใจที่มีต่อหนังสือของเด็ก และแนวโน้มที่ดีของผู้ปกครองที่ยินดีให้การส่งเสริมการอ่านหนังสือของบุตร
6. เด็กส่วนใหญ่มักซื้อหนังสือจากร้านจำหน่ายหนังสือในห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านในศูนย์การค้า หรือศูนย์ค้าปลีก ค้าส่ง ขนาดใหญ่ รองลงมาเป็นร้านที่อยู่ใกล้บ้านหรือใกล้โรงเรียน แสดงถึงโอกาสของแหล่งจำหน่ายหนังสือข้างต้น ที่เด็กสามารถเข้าถึงได้สะดวก
7. เด็กมีการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการอ่านหนังสือของโรงเรียน แม้จะเป็นจำนวนไม่มาก แต่ก็เห็นแนวโน้มของความสนใจด้านการอ่านหนังสือที่ดี
8. อย่างน้อยผู้ปกครองบางส่วนมีทัศนคติที่ดีต่อการอ่านหนังสือและยินดีซื้อหนังสือให้บุตรอ่าน

3. พฤติกรรมของผู้ปกครองที่สนับสนุนด้านการอ่านหนังสือของเด็ก

การวิจัยในส่วนนี้ได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ปกครอง จำนวน 250 คน มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ในทุกระดับรายได้ โดยแบ่งกลุ่มผู้ปกครองตามอายุเด็กในปกครอง เป็น 3 ช่วงอายุ คือ เด็กอายุไม่เกิน 6 ปี อายุ 7-9 ปี และอายุ 10-12 ปี ผลการวิจัยชี้ให้เห็นพฤติกรรมของผู้ปกครองที่สนับสนุนด้านการอ่านหนังสือของเด็ก ดังนี้

1. ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีสถานที่เพื่ออ่านหนังสือภายในบ้าน ส่วนกลุ่มที่ไม่มีจะมีการจัดมุมพักผ่อนภายในบ้านที่สามารถใช้อ่านหนังสือได้ แสดงถึงความสนใจของผู้ปกครองที่มีต่อการอ่านหนังสือ
2. ผู้ปกครองส่วนใหญ่มักพาบุตรไปร้านหนังสือด้วยทุกครั้ง หรือพาบุตรไปด้วยเป็นส่วนมาก ซึ่งช่วยสร้างนิสัยรักการอ่านให้แก่บุตรได้
3. ผู้ปกครองหนึ่งในสาม ซื้อหนังสือจำนวน 1-2 เล่ม ในรอบ 1 เดือนที่ผ่านมา แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มความสนใจของผู้ปกครองที่มีต่อหนังสือมีมากขึ้น
4. หนังสือที่ผู้ปกครองอ่านประจำ ได้แก่ บันเทิงคดี นวนิยาย และรวมเรื่องสั้น ส่วนหนังสือที่บุตรชอบอ่าน ได้แก่ แก่ หนังสือนิยาย ภาพ หรือการ์ตูน โดยหนังสือประเภทสารคดี และบันเทิงคดีได้รับความนิยมมากขึ้น เมื่ออายุสูงขึ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประเภทของหนังสือที่อยู่ในความสนใจของทั้งเด็กและผู้ปกครอง
5. การใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อหนังสือ หรือสิ่งพิมพ์ต่อครั้งของผู้ปกครองส่วนใหญ่ พบว่ามีการใช้จ่ายเงินไม่เกิน 200 บาท โดยมีแนวโน้มของสัดส่วนผู้ที่จ่ายเงินเกิน 200 บาท ในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ผู้ปกครองยังเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการซื้อหนังสือของบุตรควรมากกว่า 100 บาทต่อเดือน แสดงถึงการให้ความสำคัญต่อการซื้อหนังสือให้ตนเอง และการซื้อหนังสือให้บุตรเพิ่มมากขึ้น

4. พฤติกรรมของครูที่สนับสนุนด้านการอ่านหนังสือของเด็ก

การวิจัยในส่วนนี้ได้ทำการสัมภาษณ์ครูประจำการ จำนวน 120 คน ในทุกกลุ่มอายุ โดยเป็นครูอายุ 40 ปีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ โดยมีอายุงานเกิน 5 ปี และเกือบทั้งหมดมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ผลการวิจัยชี้ให้เห็นพฤติกรรมของครูที่สนับสนุนด้านการอ่านหนังสือของเด็ก ดังนี้

1. ครูมีพฤติกรรมรักการอ่านหนังสือ โดยหนังสือที่อ่านเป็นประจำในรอบ 7 วัน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ และวารสารวิชาการ ส่วนหนังสือประเภทสร้างความเพลิดเพลิน ได้แก่ นวนิยาย กวีนิพนธ์ และร้อยกรองมีครูอ่านน้อยมาก
2. ครูเห็นด้วยว่า เหตุผลสำคัญที่ทำให้เด็กไม่รักการอ่านหนังสือ คือ ครูไม่รักการอ่าน แสดงถึงการที่ครูมีความเข้าใจในบทบาทของตนว่า มีความสำคัญที่จะช่วยสร้างนิสัยรักการอ่านแก่เด็ก
3. ครูเห็นว่าผู้บริหาร โรงเรียนยังคงมีนโยบายสนับสนุนให้เด็กอ่านหนังสือ

5. พฤติกรรมของบรรณารักษ์ที่สนับสนุนด้านการอ่านหนังสือของเด็ก

การวิจัยในส่วนนี้ได้ทำการสัมภาษณ์บรรณารักษ์ของโรงเรียน จำนวน 40 คน ในทุกกลุ่มอายุ อายุงาน ระดับรายได้ และระดับการศึกษา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุไม่เกิน 35 ปี มีอายุงานเกิน 5 ปี ทั้งที่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาทต่อเดือน และสูงกว่า 30,000 บาทต่อเดือน โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ผลการวิจัยชี้ให้เห็นพฤติกรรมของบรรณารักษ์ที่สนับสนุนด้านการอ่านหนังสือของเด็กดังนี้

1. บรรณารักษ์ในกลุ่มที่มีอายุงานเกิน 5 ปี เป็นผู้ที่ขวนขวายหาความรู้อย่างมาก มีการอ่านหนังสือที่หลากหลาย แสดงถึงความสนใจที่มีต่อการอ่านของบรรณารักษ์
2. ประเภทหนังสือที่บรรณารักษ์ชอบอ่านมากที่สุดในรอบ 1 เดือนที่ผ่านมา หรือเมื่อเร็วๆ นี้ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสารวิชาการ สารคดี บันเทิงคดี และรวมเรื่องสั้น ตามลำดับ โดยมักอ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำ และอ่านวารสารวิชาการเป็นครั้งคราว แสดงถึงความมีนิสัยรักการอ่านของบรรณารักษ์
3. บรรณารักษ์บางส่วนมีการจัดสรรเงินไว้เพื่อซื้อหนังสืออ่านอย่างสม่ำเสมอ บางส่วนมีการซื้อหนังสือเป็นครั้งคราว

พฤติกรรมข้างต้นของบรรณารักษ์ แสดงให้เห็นถึงการให้ความสนใจด้านการอ่านหนังสือของบรรณารักษ์ ซึ่งจะช่วยให้บรรณารักษ์มีความเข้าใจและส่งเสริมให้เด็กมีพฤติกรรมรักการอ่านได้มากขึ้น

2.1.2 ปัจจัยทางด้านอุปทานที่ชี้ให้เห็นโอกาสทางการตลาดของตลาดหนังสือเด็ก

1. โอกาสทางการตลาดของธุรกิจสำนักพิมพ์

จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของสำนักพิมพ์ พบว่า ธุรกิจสำนักพิมพ์เป็นธุรกิจที่เข้าถึงง่าย ออกง่าย อาศัยเงินไม่มาก จึงเป็นธุรกิจที่มีโอกาสทางการตลาดสูง โดยเฉพาะในกลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ที่มีส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 62.8 และสำนักพิมพ์ขนาดกลางที่มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 25 ในปี 2550 โดยมีสัดส่วนในตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีอัตราการขยายตัวสูงกว่าการขยายตัวของตลาดโดยรวม ทำให้ได้เปรียบในด้านการแข่งขัน ขนาดการผลิต และการบริหารค่าใช้จ่าย แสดงถึงความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมที่มีมากขึ้น และเป็นฐานสำคัญที่จะทำให้สินค้ามีคุณภาพดีขึ้น

ประกอบกับการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิจากการวิจัย โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth-Interview) ผู้ประกอบการสำนักพิมพ์รวม 10 ราย ผลการวิจัยชี้ให้เห็นโอกาสทางการตลาดของธุรกิจสำนักพิมพ์ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการสำนักพิมพ์เห็นว่าตลาดหนังสือเด็กมีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้น จากอัตราการเติบโตของยอดขายที่มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีสัดส่วน 10-15% เป็น 25-30% ของยอดขายหนังสือรวมทั้งหมด แสดงถึงแนวโน้มที่ดีของตลาด

2. หนังสือเด็กมีราคาจำหน่ายหลายระดับราคาตั้งแต่ 10-200 บาทขึ้นไป ระดับราคาไม่เกิน 200 บาท ค่อนข้างขายง่ายและดี โดยราคาที่ 150-180 บาท เป็นช่วงราคาที่ สามารถสร้างผลตอบแทนให้กับสำนักพิมพ์มากที่สุด ดังนั้นจึงเป็นโอกาสดีที่สำนักพิมพ์มีทางเลือก ในการผลิตหนังสือได้หลายทางเลือก หลายระดับราคา ทำให้หนังสือมีความหลากหลายมากขึ้น

2. โอกาสทางการตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือ

จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือ พบว่า มีโอกาสทางการตลาดสูงจากการที่ธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือยังคงมีอัตราการขยายตัวมากกว่าร้อยละ 10 ต่อปี โดยเฉพาะในปี 2550 มีร้านหนังสือรวมทั้งสิ้น 1,913 ร้าน เติบโตถึง 100.31% ซึ่งเป็นการเติบโตในทุกส่วนตลาดไม่ว่าจะเป็นร้านหนังสือขนาดใหญ่หรือร้านหนังสือขนาดเล็ก โดยส่วนตลาดที่มีโอกาสทางการตลาดสูง ได้แก่ ร้านจำหน่ายหนังสือประเภทเครือข่าย ซึ่งมีจำนวนมากกว่าร้อยละ 50 ของตลาดร้านหนังสือทั้งระบบ และมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะร้านหนังสือสะดวกซื้อขนาดเล็กที่มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นกว่าร้านหนังสือประเภทอื่นๆ การขยายตัวของร้านหนังสือช่วยทำให้การกระจายหนังสือเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น อัตราการเข้าถึงหนังสือเพิ่มขึ้น และโอกาสในการขายหนังสือมีมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคมีมากขึ้น ผู้บริโภค

มีความสะดวกสบายในการซื้อมากขึ้น และมีแนวโน้มที่ร้านจำหน่ายหนังสือมีการขยายตัวไปสู่ต่างจังหวัดมากขึ้น ทำให้อัตราการเข้าถึงหนังสือต่อจำนวนประชากรของไทยมีอัตราที่ดีขึ้นประมาณ 32,952 คนต่อหนึ่งร้านหนังสือ ลดลงจากปี 2549 แต่ยังเป็นอัตราที่ต่ำ เมื่อเทียบกับประเทศพัฒนาแล้ว ดังตารางที่ 4 ดังนั้นร้านหนังสือของไทยจึงยังมีโอกาสที่จะขยายตัวเพิ่มได้อีกมาก

ประกอบกับการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิจากการวิจัยโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการร้านจำหน่ายหนังสือรวม 24 ราย ผลการวิจัยชี้ให้เห็นโอกาสทางการตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายหนังสือ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการร้านหนังสือส่วนใหญ่เห็นว่าตลาดหนังสือเด็กมีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้น ปริมาณการขายเพิ่มขึ้น เนื่องจากรูปแบบหนังสือมีความหลากหลายมากขึ้น มีการออกแบบที่สวยงามน่าสนใจ สำนักพิมพ์มีการผลิตหนังสือออกมามากขึ้น

ตาราง 4 : สถิติร้านจำหน่ายหนังสือ

2. ร้านจำหน่ายหนังสือ	พ.ศ. 2546	พ.ศ. 2547	พ.ศ. 2548	พ.ศ. 2549	พ.ศ. 2550
จำนวนร้านหนังสือ (ร้าน)	678	759	848	955	1,913
อัตราการขยายตัวของร้านหนังสือ %		11.9	11.7	12.6	100.0
จำนวนประชากรต่อร้านหนังสือ 1 ร้าน (คน)	93,313	81,651	73,606	67,677	32,952
อายุการวางหนังสือหน้าร้าน (เดือน)					2-6 เดือน
อัตราการคืนหนังสือ (%)					28-30%

2.1.3 ปัจจัยทางด้านมหภาคที่เอื้อต่อตลาดหนังสือเด็ก

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่เอื้ออำนวยต่อการอ่านหนังสือ

จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชน พบว่า แม้ภาวะเศรษฐกิจจะไม่เอื้ออำนวยต่อกำลังซื้อของประชาชน แต่ผลจากการที่เศรษฐกิจไม่ดี ทำให้คนมักชอบอยู่บ้านมากขึ้น และทำกิจกรรมภายในบ้าน หนังสือจึงจัดเป็นทางเลือกของกิจกรรมที่ดีในการใช้เวลาว่างที่บ้าน

2. นโยบายของภาครัฐที่สนับสนุนด้านการอ่านหนังสือ

จากการศึกษาข้อมูลทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านนโยบายของภาครัฐ พบว่า ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนทางการศึกษา การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สนับสนุนด้านการอ่านเพื่อต้องการให้ประชาชนได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น และนโยบายให้สังคมไทยเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้เหล่านี้ ช่วยสนับสนุนและกระตุ้นให้การอ่านหนังสือของประชากรไทยมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

2.2 อุปสรรคทางการตลาดของตลาดหนังสือเด็ก

ประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้

2.2.1 ปัจจัยทางด้านอุปสงค์ที่เป็นอุปสรรคต่อตลาดหนังสือเด็ก

1. พฤติกรรมของเด็กที่เป็นอุปสรรคต่อการอ่านหนังสือ

จากการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิด้วยการวิจัย โดยใช้การสัมภาษณ์เด็กนักเรียนจำนวน 250 คน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นพฤติกรรมของเด็กที่เป็นอุปสรรคต่อการอ่านหนังสือของเด็ก ดังนี้

1. เด็กส่วนใหญ่อ่านหนังสือที่ไม่ใช่หนังสือเรียนวันละไม่เกิน 30 นาที แม้ว่าการใช้เวลาในการอ่านหนังสือจะใกล้เคียงกับประเทศที่พัฒนาแล้ว แต่ยังคงถือว่าอยู่ในระดับต่ำ
2. หนังสือของเด็กอายุ 4-6 ปี จะมีประเภทของหนังสือที่อ่านน้อยมาก ซึ่งให้เห็นว่าสำนักพิมพ์ขาดความสนใจในตลาดหนังสือเด็กเล็ก
3. เด็กบางส่วนให้ความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการอ่านหนังสือของโรงเรียนน้อยครั้ง หรือแทบไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมเลย แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมส่งเสริมการอ่านหนังสือของโรงเรียนไม่บรรลุผล
4. เด็กส่วนใหญ่มักซื้อหนังสือจากร้านจำหน่ายหนังสือในห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านในศูนย์การค้า หรือศูนย์ค้าปลีกค้าส่งขนาดใหญ่ รองลงมาเป็นร้านที่อยู่ใกล้บ้าน หรือโรงเรียน แสดงถึงข้อจำกัดด้านเวลาของเด็กในการเข้าถึงหนังสือ เนื่องจากต้องใช้เวลาหลังเลิกเรียน หรือวันหยุดที่ไปกับพ่อแม่ ความถี่ในการเข้าถึงร้านหนังสือจึงน้อย
5. ผู้ปกครองบางส่วนยังมีทัศนคติในด้านลบต่อการซื้อหนังสือให้ลูก โดยเห็นว่าไม่มีประโยชน์ อย่าซื้อ และอ่านแล้วลูกไม่เก็บเสียขาย
6. เด็กมีพฤติกรรมการใช้ห้องสมุดที่โรงเรียนแต่ไม่บ่อยนัก และบางส่วนไม่เคยไปห้องสมุดเลย มีเด็กเข้าห้องสมุดเป็นจำนวนน้อยมาก แสดงถึงการส่งเสริมให้เด็กมีการใช้ห้องสมุดไม่บรรลุผล

2. กิจกรรมในโรงเรียนที่สร้างนิสัยรักการอ่านให้กับเด็กและเป็นที่ยอมรับ
 มากไม่สามารถสร้างนิสัยและวัฒนธรรมในการอ่านหนังสือให้กับเด็กได้ เนื่องจากเป็นการบังคับ
 ให้เด็กอ่าน ทำให้เด็กขาดความสนใจ

3. ครูขาดความเข้าใจในวิธีการสร้างนิสัย หรือขาดวิธีการที่ทำให้การอ่าน
 เป็นวัฒนธรรมของเด็ก

4. ครูมีความเห็นว่า โรงเรียนจัดสรรงบประมาณให้ซื้อหนังสือน้อยมาก

4. พฤติกรรมของบรรณารักษ์ที่เป็นอุปสรรคต่อการอ่านหนังสือของเด็ก

การวิจัยในส่วนนี้ได้ทำการสัมภาษณ์บรรณารักษ์ของโรงเรียน จำนวน
 40 คน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นพฤติกรรมของบรรณารักษ์ที่เป็นอุปสรรคต่อการอ่านหนังสือของเด็ก
 ดังนี้

1. บรรณารักษ์บางส่วนไม่มีการจัดสรรเงินไว้ซื้อหนังสือและเป็นผู้ไม่ซื้อ
 หนังสืออ่าน แสดงถึงพฤติกรรมไม่รักการอ่านของบรรณารักษ์

2. กิจกรรมภายในห้องสมุดที่หลากหลาย ซึ่งจัดอยู่เป็นประจำ และมีกร
 ปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง แต่เป็นกลยุทธ์ดั้งเดิมที่ไม่สามารถสร้างนิสัยรักการอ่านของเด็กได้ และขาด
 กลยุทธ์ใหม่ๆ ที่น่าสนใจ ทำให้การใช้บริการห้องสมุดอย่างสม่ำเสมอ และครั้งละนานๆ ของเด็ก
 จึงยังไม่บรรลุผล

3. การจัดสรรงบประมาณของโรงเรียนเพื่อการซื้อหนังสือเข้าห้องสมุด
 ยังมีน้อยมาก โดยส่วนใหญ่ได้รับการจัดสรรงบประมาณน้อยกว่าปีละ 60,000 บาท

2.2.2 ปัจจัยทางด้านอุปทานที่เป็นอุปสรรคต่อตลาดหนังสือเด็ก

1. ภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการในตลาดหนังสือเด็กมีความรุนแรง

จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับภาวะตลาดและภาวะการแข่งขันใน
 ตลาดหนังสือเด็ก พบว่า ภาวะการแข่งขันในส่วนของผู้ประกอบการมีความรุนแรงทั้งในระดับ
 สำนักพิมพ์ และระดับร้านหนังสือ ในด้านสำนักพิมพ์มีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากถึง 491 ราย
 ใน ปี 2550 โดยมีการแข่งขันกันในกลุ่มของสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่และขนาดกลาง ในขณะที่
 สำนักพิมพ์ขนาดเล็กมีแนวโน้มลดลง ส่วนกลุ่มผู้ประกอบการร้านจำหน่ายหนังสือมีผู้ประกอบการ
 เป็นจำนวนมากถึง 1,913 ร้าน ในปี 2550 และมีการแข่งขันที่รุนแรงเช่นกัน โดยเฉพาะการแข่งขัน
 ของผู้ประกอบการรายใหญ่ที่เป็นระบบเครือข่าย การแข่งทำเลเปิดร้านหนังสือ ประกอบกับการ
 ขยายตัวของร้านจำหน่ายหนังสือมักเน้นในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากกว่าต่างจังหวัด

สะท้อนถึงภาวะการณ์ขาดแคลนร้านหนังสือในพื้นที่ต่างจังหวัด ซึ่งผู้ประกอบการไม่ค่อยให้ความสนใจเท่าที่ควร จำนวนร้านหนังสือต่อจำนวนประชากรยังอยู่ในระดับต่ำ ทำให้การกระจายหนังสือไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะในต่างจังหวัด โอกาสในการเข้าถึงหนังสือของประชาชนในต่างจังหวัดจึงมีโอกาสน้อย ประกอบกับร้านจำหน่ายหนังสือมักไม่ค่อยให้ความสำคัญกับหนังสือเด็กพื้นที่ให้น้อยและไม่โซวี่สินค้า ปัจจัยข้างต้นจึงเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการขยายตัวของตลาดหนังสือจึงจัดสรรเด็ก

2. อุปสรรคด้านสินค้าทดแทน

สำหรับทางด้านสินค้าทดแทนมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือของเด็กเป็นอย่างมากเช่นกัน เนื่องจากเด็กมักมีปัจจัยอื่นที่จูงใจมากกว่าการอ่าน เช่น การดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ การเล่นเกมออนไลน์ ซึ่งเป็นทางเลือกในอันดับต้นๆ ก่อนหนังสือ นอกจากนี้ ตลาดหนังสือมือสองยังมีผลกระทบต่อยอดขายของร้านจำหน่ายหนังสือ โดยเฉพาะราคาที่ถูกลงกว่า และหนังสืออยู่ในสภาพดี รวมทั้งหนังสือการ์ตูนหรือนิทานบางประเภท

3. ปัจจัยทางด้านมหภาคอันเป็นอุปสรรคต่อตลาดหนังสือเด็ก

อุปสรรคที่สำคัญของการพัฒนาตลาดหนังสือเด็กเกิดจากหลายปัจจัยประกอบกัน ได้แก่ วัฒนธรรมของคนไทยที่เด็กจะต้องสงบเสงี่ยม เรียบร้อย ไม่กล้าแสดงออก ทำให้ขาดสภาพแวดล้อมที่กระตุ้นการอ่าน ภาคครัวเรือน พ่อแม่ องค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน โรงเรียนอนุบาล บรรณารักษ์ ขาดความเข้าใจถึงพัฒนาการด้านภาษาของเด็ก ไม่ดูแลเอาใจใส่ และขาดความเข้าใจว่าหนังสือเด็กจะส่งผลดีต่อเด็กอย่างไร ประกอบกับปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวยทั้งการเพิ่มของราคาน้ำมัน อัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้น ปัญหาน้ำท่วม ภาวะเงินเฟ้อที่สูงขึ้น และการเมืองภายในประเทศที่ไม่มั่นคง ทำให้ประชาชนมีการใช้จ่ายอย่างระมัดระวังมากขึ้น

อย่างไรก็ดี แม้ว่าภาครัฐจะสนับสนุนนโยบายทางการศึกษา การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สนับสนุนด้านการอ่าน และต้องการให้สังคมไทยเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ก็ตาม เนื่องจากนโยบายของรัฐยังขาดความชัดเจน จึงไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาตลาดหนังสือเด็กเท่าที่ควร ซึ่งจะเห็นจากห้องสมุดสาธารณะที่ยังคงมีน้อย ถ้าสมมุติ หนังสือไม่หลากหลาย ไม่สนองตอบความต้องการของเด็กอย่างเพียงพอ หนังสือเข้าไม่ถึงพื้นที่ โดยเฉพาะต่างจังหวัด ระบบสาธารณะมีหนังสือเพื่อให้บริการไม่เพียงพอ ปริมาณหนังสือ คุณภาพหนังสือที่ไม่ได้มาตรฐาน รวมทั้งในระดับโรงเรียนที่จัดสรรงบประมาณให้น้อย ทำให้โรงเรียนมีหนังสืออ่านที่ไม่ใช่หนังสือ

เรียนเป็นจำนวนน้อย โดยเฉพาะโรงเรียนในชนบทไม่ค่อยมีโอกาสเข้าถึงหนังสือ รวมทั้งระบบการศึกษาและสภาพแวดล้อมของโรงเรียนที่มีความไม่เท่าเทียมกัน เช่น โรงเรียนในกรุงเทพฯ กับต่างจังหวัด ทำให้มีผลกระทบต่อสภาพการอ่านของเด็ก

นอกจากนี้ ทางด้านผู้ประกอบการเอง โดยเฉพาะสำนักพิมพ์ยังขาดการสนับสนุนอย่างเต็มที่จากภาครัฐ เนื่องจากภาครัฐขาดความเข้าใจ ความแตกต่างระหว่างสำนักพิมพ์และโรงพิมพ์ ทำให้มุ่งสนับสนุนเพียงโรงพิมพ์เท่านั้น ส่วนทางด้านผู้ประกอบการร้านจำหน่ายหนังสือ ก็ได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐที่กำหนดเวลาเปิดปิดห้างสรรพสินค้าและдисเคาน์สโตร์ให้เร็วขึ้น ทำให้โอกาสในการขายหนังสือลดลง

ในส่วนขององค์กรที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะภาคเอกชน ยังพบว่า ขาดความร่วมมือกันอย่างจริงจังระหว่างองค์กร การทำงานยังเป็นลักษณะต่างคนต่างทำ ทำให้สามารถพัฒนาตลาดหนังสือเด็กได้เพียงในพื้นที่แคบๆ

นอกจากนี้ ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ สำนักพิมพ์ ตัวแทนจำหน่าย ร้านค้า ยังขาดการประสานงาน ร่วมมือ ร่วมใจกัน ทำการรณรงค์ ส่งเสริมพฤติกรรมรักการอ่านแก่พ่อแม่ ผู้ปกครอง และเด็ก รวมทั้งขาดการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง รวมทั้งขาดการส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการ ไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งทางตรงและทางอ้อม

2.3 จุดแข็งของตลาดหนังสือเด็ก

2.3.1 จุดแข็งด้านการดำเนินธุรกิจหนังสือเด็กของผู้ประกอบการ

สำนักพิมพ์มีการพัฒนาคุณภาพของหนังสือเด็กอยู่เสมอ โดยอาศัยบุคลากรที่ดี มีคุณภาพและควมมีประสิทธิภาพในการบริหาร ทำให้หนังสือเด็กของไทยมีจุดแข็งจากการเป็นหมวดหนังสือที่มีการออกหนังสือใหม่มากที่สุด 1 ใน 5 อันดับแรกของสำนักพิมพ์ และมีจำนวนปกหนังสือออกใหม่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มีหนังสือเด็กหลากหลายประเภท ทำให้สามารถสร้างทางเลือกให้กับผู้อ่าน ซึ่งเป็นเด็กและเยาวชน ได้มากทั้งในรูปของการ์ตูน สารคดี ธรรมะ หนังสือแปล สอดคล้องกับความต้องการที่หลากหลาย โดยเฉพาะหนังสือเด็กออกใหม่ที่เป็นหนังสือแปลมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2548 คิดเป็นร้อยละ 18.7 ของหนังสือเด็กปกใหม่ทั้งหมด แสดงถึงความนิยมในหนังสือเด็กประเภทนี้ที่มีเพิ่มมากขึ้น โดยการซื้อหนังสือในปัจจุบันผู้ซื้อมักให้ความสำคัญกับยี่ห้อมากขึ้น เพื่อใช้เป็นบรรทัดฐานในการเลือก โดยมักเลือกยี่ห้อที่คุ้นเคย ซึ่งอาจหมายถึงสำนักพิมพ์ ตัวนักเขียนหรือนักแปลผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียง

2.3.2 จุดแข็งด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

หนังสือเด็กที่ทำการผลิตและจำหน่ายอยู่ในปัจจุบันมีจุดแข็งหลายประการดังนี้

- ผู้เกี่ยวข้องในทุกส่วนทั้งผู้ปกครอง ครู และบรรณารักษ์ และร้านจำหน่ายหนังสือ ต่างเห็นว่าคุณภาพของหนังสือเด็กที่มีอยู่ในปัจจุบัน มีข้อดีในเรื่องของรูปภาพที่สวยงาม ชวนอ่าน มีเนื้อหาสนุก หนังสือมีความหลากหลายมากขึ้น มีความเหมาะสมกับวัย หาซื้อง่าย ตัวหนังสือใหญ่ อ่านง่าย มีการออกแบบที่สวยงามน่าสนใจ

- สำนักพิมพ์มีการผลิตหนังสือออกมามากขึ้น โดยเฉพาะหนังสือการ์ตูนทั้งไทยและญี่ปุ่น นิตยสารการ์ตูนรายสัปดาห์ สูตรเกมส์คอมพิวเตอร์ นิตานแนววิทยาศาสตร์ ภูมิศาสตร์ หนังสือระบายสี และแบบฝึกหัดทักษะเด็ก

- หนังสือเด็กที่มีวางจำหน่ายมีหลากหลายประเภทและหลากหลายราคาทั้งราคาถูก และราคาแพง ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของเด็กได้ในทุกกลุ่มทุกระดับ

- สำนักพิมพ์มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะตัวแทนจำหน่าย และร้านหนังสือ มีการพึ่งพาช่วยเหลือซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี

ทางด้านราคาหนังสือ พบว่า ในปัจจุบันราคาหนังสือขายปลีกในประเทศไทย ยังไม่มีกฎหมายควบคุมราคา และราคาหนังสือเด็กที่ออกใหม่ โดยเฉลี่ยยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในปี 2548 มีราคาปกประมาณ 79.19 บาทต่อปก ซึ่งเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาปกหนังสือออกใหม่หมวดอื่นๆ ในขณะที่การขายหนังสือผ่านร้านสะดวกซื้อและการขายตรงผ่านอินเทอร์เน็ตมีบทบาทมากขึ้น ส่วนงานแสดงหนังสือจัดเป็นช่องทางสำคัญของสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก สำหรับสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่และขนาดกลางมีความสามารถในการจัดจำหน่ายได้เอง และบางส่วนมีช่องทางจำหน่ายของตนเอง

2.3.3 จุดแข็งด้านร้านจำหน่ายหนังสือ

ร้านจำหน่ายหนังสือมีจุดแข็งหลายประการดังนี้

- หนังสือเด็กที่จำหน่ายในร้านหนังสือมีหลากหลายประเภท หลากหลายราคา ทั้งในกลุ่มราคาถูก ซึ่งได้แก่ หนังสือการ์ตูนไทย/ญี่ปุ่น หนังสือเสริมสร้างปัญญา เช่น ต่อจุด ลากเส้น หนังสือคัดลายมือ แบบหัดอ่าน หนังสือนิทานอีสป หนังสือการ์ตูนรายสัปดาห์ รายเดือน นิตานของดีสนีย์ โดยมีราคาอยู่ระหว่าง 15-100 บาทต่อเล่ม และในกลุ่มหนังสือราคาแพง ได้แก่ หนังสือการ์ตูนไทย/ญี่ปุ่น หนังสือวรรณกรรมไทย ชาดกไทย และหนังสือการ์ตูนรายเดือนที่มีราคาเกิน 100-399 บาทต่อเล่ม โดยหนังสือเด็กที่สามารถสร้างผลตอบแทนให้ร้านมากที่สุดจะมีราคาอยู่ที่ 15-60 บาทต่อเล่ม ดังนั้น ความหลากหลายของหนังสือ และความหลากหลายของระดับ

ราคา ช่วยให้หนังสือเด็กสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กได้ในทุกระดับ

- ร้านจำหน่ายหนังสือส่วนใหญ่มีการจัดสรรเนื้อที่เป็นมุมหนังสือเด็ก โดยเฉพาะ หลายร้านตกแต่งอย่างสวยงามเพื่อดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมาย ทุกร้านมีการจัดชั้นขายหนังสือเด็ก เพื่อสร้างความได้เปรียบในการขาย โดยหนังสือราคาถูกจัดไว้ด้านล่าง ราคาแพงจัดไว้ชั้นบนเพื่อให้พ่อแม่เห็นชัดเจน ตลอดจนการจัดวางหนังสือเด็กไว้ หน้าร้านหรือชั้นหน้าร้าน กลางร้าน รวมทั้งหน้าแคชเชียร์ จัดเรียงหนังสือใหม่ไว้ด้านหน้า จัดแยกตามสำนักพิมพ์ตามประเภทหนังสือ เด็กเล็ก เด็กโต ให้เป็นหมวดหมู่ ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวช่วยทำให้หนังสือเด็กขายดี
- การขายจะมีการเชียร์หนังสือโดยพนักงานขายของร้าน เพื่อผลักดันให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น
- ร้านจำหน่ายหนังสือมีความสัมพันธ์อันดีกับตัวแทนจำหน่าย และได้รับบริการที่ดี เช่น บริการจัดส่งหนังสือจากหลากหลายสำนักพิมพ์มาให้
- ร้านจำหน่ายหนังสือช่วยสำนักพิมพ์ในด้านกิจกรรมการตลาด โดยนำหนังสือที่จัดโปรโมชันลดราคาพิเศษมาจัดวางโดยใช้พื้นที่หน้าร้าน ดัดตั้งป้ายโฆษณาให้สะดุดตา ให้พนักงานขายช่วยประชาสัมพันธ์ และแนะนำหนังสือให้ลูกค้า

2.4 จุดอ่อนของตลาดหนังสือเด็ก

2.4.1 จุดอ่อนด้านการดำเนินธุรกิจหนังสือเด็กของผู้ประกอบการ

อย่างไรก็ดี ยังคงพบว่าตลาดหนังสือเด็กมีจุดอ่อนอยู่หลายประการ โดยเฉพาะ การที่ธุรกิจขาดองค์ความรู้เรื่องหนังสือเด็ก ทำให้ไม่มีผู้ที่มีความรู้เรื่องหนังสือเด็กอย่างจริงจัง นอกจากนี้ยังขาดแคลนบุคลากรที่เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น นักเขียน นักแปล นักวาดรูป และสำนักพิมพ์หนังสือยังมีน้อย เนื่องจากไม่มั่นใจที่จะยึดเป็นอาชีพหลัก รวมทั้งมีความเสี่ยงในเรื่องของระบบการจัดจำหน่ายที่ขาดประสิทธิภาพ หรือปัญหาของศูนย์กระจายสินค้า ทำให้ระบบการจัดจำหน่ายเกิดการล่าช้า ความเสี่ยงจากสินค้าเกิดการสูญหายเสียหายจากการขนส่ง หรือการถูกขโมย ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ กรณีส่งออกหรือการซื้อขายลิขสิทธิ์ รวมทั้งปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์หนังสือ

ทางด้านความร่วมมือกับองค์กรที่เกี่ยวข้องพบว่า สำนักพิมพ์ขาดการดูแลเอาใจใส่ร้านค้า การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ มุ่งเน้นการขายมากกว่าการส่งเสริมการอ่านของเด็ก ร้านจำหน่ายหนังสือและตัวแทนจำหน่าย ควรเป็นหน่วยงานที่มีความเข้มแข็งที่สุด ในการให้บริการช่องทางจำหน่าย และแนะนำหนังสือให้ลูกค้า

2.4.2 จุดอ่อนของสำนักพิมพ์

- สำนักพิมพ์ยังขาดการประสานงานด้านกิจกรรมการส่งเสริมการขายกับผู้เกี่ยวข้อง
- ตัวแทนจำหน่ายและร้านจำหน่ายหนังสือไม่ค่อยให้การสนับสนุนด้านการให้พื้นที่เพื่อวางหนังสือเด็ก รวมทั้งขาดการสนับสนุนด้านการแบ่งพื้นที่ให้สำนักพิมพ์ เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การจัดดีสเพลย์หนังสือ การจัดรายการพิเศษ กิจกรรมเล่านิทาน เอกสารและอุปกรณ์ประกอบการขาย เช่น โปสเตอร์ การจัดแยกประเภทหมวดหมู่หนังสือ เว็บไซต์ และโบรชัวร์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับหนังสือเด็ก เป็นต้น

2.4.3 จุดอ่อนด้านการผลิตหนังสือเด็ก

- ทางด้านการผลิตสำนักพิมพ์บางส่วนยังผลิตได้ไม่เต็มกำลังการผลิต
- เรื่องที่ซื้อลิขสิทธิ์มาแล้ว แต่ยังไม่ได้นำมาดำเนินการจัดพิมพ์
- บางสำนักพิมพ์ต้องการขยายการผลิต แต่ยังไม่สามารถดำเนินการได้ก็จะใช้วิธีจ้างสำนักพิมพ์อื่นผลิตให้
- การผลิตหนังสือเด็กมีกระบวนการซับซ้อนกว่าหนังสือประเภทอื่นๆ และต้องมีภาพประกอบที่ออกแนวสีสันสดใสกว่าหนังสือโดยทั่วไป
- โครงสร้างต้นทุนหนังสือเด็กที่แพงกว่าหนังสือทั่วไป เนื่องจากหนังสือเด็กมีกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนกว่า วัสดุวัตถุดิบที่มีคุณภาพมากกว่า การเข้าเล่มปกแข็งก็มีต้นทุนแพงกว่าปกอ่อน
- จำนวนเล่มที่ผลิตต่ำทำให้ไม่เกิดการประหยัด จากขนาดการผลิต
- ต้นทุนค่ากระดาษและค่าจัดจำหน่ายมีต้นทุนที่สูง สำนักพิมพ์ต้องการให้ต้นทุนข้างต้นลดต่ำลง และหลายสำนักพิมพ์ใช้วิธีเพิ่มยอดขายให้มากขึ้น จึงจะมีผลกำไรต่อหน่วยสูงขึ้น
- สำนักพิมพ์มีนักเขียนไม่เพียงพอ บุคลากรในการคิด Concept ต่างๆ มีไม่พอ และขาดผู้ที่เข้าใจการเรียนรู้ของเด็ก
- การผลิตหนังสือเด็กของสำนักพิมพ์ขาดการสำรวจความต้องการของผู้อ่าน

2.4.4 จุดอ่อนด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ทางด้านผลิตภัณฑ์หนังสือเด็กมีจุดอ่อนในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่ล้ำสมัยง่าย และเสื่อมความนิยมเร็ว อัตราการคืนหนังสืออยู่ในเกณฑ์สูงร้อยละ 28-30 ทำให้มีโอกาที่หนังสือ 1 ใน 3 ร้านจะขายไม่ได้เลยในรอบเวลา 3 เดือน ทำให้สำนักพิมพ์ขาดทุน ขณะเดียวกันปริมาณหนังสือเด็กที่มีจำหน่ายอยู่ในตลาดยังมีปริมาณค่อนข้างน้อย และเนื้อหาสาระของหนังสือเด็กที่เป็นของคนไทยมักถูกตีกรอบทางสังคมเอาไว้นักวิชาการสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่

นอกจากนี้ หนังสือเด็กยังมีเนื้อหาที่น่าเบื่อ ไม่คุ้มค่า เนื้อหาไม่ต่อเนื่อง เนื้อหาไม่สอดคล้องกับวัยของเด็ก ไม่มีความหลากหลาย และเนื้อหาไม่สร้างสรรค์ เป็นเรื่องซ้ำ เนื้อหาซ้ำๆ ทำให้เด็กเบื่อหน่าย และไม่คุ้มค่ากับเงินที่จ่าย

ทางด้านราคาหนังสือ เนื่องจากต้นทุนค่าหนังสือในปัจจุบันสูงขึ้น เนื่องจากวัตถุดิบหลัก ได้แก่ กระดาษ น้ำหมึกมีราคาสูงอย่างต่อเนื่อง มีผลทำให้ราคาหนังสือแพงขึ้น แต่เมื่อเทียบราคาปกหนังสือเด็กออกใหม่โดยเฉลี่ย และราคาปกเฉลี่ยของหนังสือเด็กที่ขายได้ พบว่า ยังมีราคาต่ำกว่าราคาปกหนังสือออกใหม่หมวดอื่นๆ แสดงถึงมูลค่าปกและมูลค่าขายที่ยังอยู่ในระดับต่ำ ผู้ประกอบการมีรายได้เฉพาะหนังสือเด็กราคาไม่แพงเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตามในแง่ผู้บริโภคยังคงมองว่าราคาหนังสือเด็กของไทยยังมีราคาค่อนข้างแพง เมื่อเทียบกับค่าครองชีพของคนไทย และหนังสือจัดเป็นสื่ออินเทอร์เน็ตเทรนด์ที่แพงที่สุด เมื่อเทียบกับการโหลดเพลง การดูภาพยนตร์ หรือการดูโทรทัศน์

ทางด้านการจัดจำหน่าย ในปัจจุบันค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่ายเพิ่มสูงขึ้น จากผลกระทบของราคาน้ำมันที่มีต่อค่าขนส่ง ทำให้มีผลต่อต้นทุนและราคาของหนังสือเด็ก และสำนักพิมพ์ขนาดเล็กเองค่อนข้างขาดความชำนาญด้านการขาย และการตลาดจึงมักให้ผู้จัดจำหน่ายดูแลแทน

ขณะเดียวกันระบบการจัดจำหน่ายแบบฝากขายหนังสือที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน ทำให้ระบบการจัดจำหน่ายหนังสือเด็กล่าช้า

ปัญหาค่าเช่าร้าน โดยเฉพาะในห้าง ซึ่งมีค่าเช่าแพงมาก

2.4.5 จุดอ่อนของร้านจำหน่ายหนังสือ

- ผู้ประกอบการร้านหนังสือบางร้านประสบปัญหาปริมาณการขายหนังสือเด็กทุกประเภทลดลง เนื่องจากหนังสือเด็กมีราคาแพงขึ้น โดยมียอดขายลดลงจากเดิม 30-40%
- ร้านหนังสือมีต้นทุนในการบริหารร้านค่อนข้างสูง
- ร้านหนังสือที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า ต้องเผชิญกับปัญหาค่าเช่าร้านที่ห้างเรียกเก็บในราคาแพง ปัญหาการให้ส่วนลดที่น้อยของเอเยนต์ สำนักพิมพ์ และยี่ปี่ว ในขณะที่มีต้นทุนคงที่ที่ต้องเสีย ประกอบด้วย ค่าเช่าร้าน ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าพนักงาน ทำให้การลดต้นทุนข้างต้นทำได้ยาก
- มีร้านจำหน่ายหนังสือน้อยมากที่มีการจัดมุมให้เด็กนั่งหรือยืนอ่านหนังสือ
- ร้านจำหน่ายหนังสือไม่ค่อยมีการส่งเสริมการตลาดให้ลูกค้า

สรุปการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของตลาดหนังสือโดยรวม

ปัจจัย	โอกาส	อุปสรรค
ขนาดตลาด และมูลค่าตลาด	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ตลาดสิ่งพิมพ์เป็นตลาดที่ใหญ่และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทุกปี ทั้งในแง่ปริมาณสิ่งพิมพ์ ประเภทสิ่งพิมพ์ และมูลค่าตลาดของสิ่งพิมพ์ โดยวัดจากยอดจำหน่ายหนังสือ มีมูลค่าตลาดสูงถึง 18,000 ล้านบาทในปี 2550 ▪ จำนวนปกหนังสือออกใหม่ มีจำนวน 11,455 เรื่อง เฉลี่ย 23.3 เรื่องต่อสำนักพิมพ์ และ 31.4 เรื่องต่อวัน ▪ เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ▪ การเติบโตของธุรกิจหนังสือ แข่งหน้าสินค้าอุปโภคบริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ อัตราการขยายตัวของยอดจำหน่ายหนังสือมีแนวโน้มลดลง ▪ จำนวนปกหนังสือออกใหม่ของแต่ละสำนักพิมพ์ มีจำนวนน้อยมาก เมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว
การแบ่งส่วนตลาด	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ตลาดหนังสือกว่าร้อยละ 40 เป็นหนังสือสำหรับเยาวชนอายุ 12 – 23 ปี รองลงมาเป็นหนังสือเด็กเล็ก นิยาย และหนังสือแปลตามลำดับ ▪ ตลาดหนังสือเด็กและเยาวชนขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เดิมโตเป็นสัดส่วนมากกว่า 20% ของมูลค่าตลาดรวม อนาคตคาดว่าจะมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็น 25% ถือเป็นส่วนตลาดที่ใหญ่ ▪ ตลาดหนังสือเด็กเล็ก ผู้ประกอบการยังไม่ค่อยให้ความสนใจ มีคู่แข่งน้อย ถือเป็นช่องทางการตลาดหนังสือเด็กในเมืองไทย ▪ ตลาดหนังสือธรรมชาติเป็นตลาดที่ใหญ่ มียอดขายในอันดับต้น ๆ ▪ ตลาดหลักในการจำหน่ายหนังสืออยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กว่าร้อยละ 60-70 ของตลาดรวมทั้งประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ตลาดหนังสือเด็กเล็ก ผู้ประกอบการยังไม่ค่อยให้ความสนใจ ทำให้ตลาดส่วนนี้ขาดการพัฒนาเท่าที่ควร ▪ ตลาดต่างจังหวัดผู้ประกอบการยังไม่ค่อยให้ความสนใจ

ปัจจัย	โอกาส	อุปสรรค
<p>พฤติกรรมการซื้อและอ่านหนังสือของผู้บริโภค</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ แนวโน้มประชากรไทยมีการอ่านหนังสือเพิ่มขึ้น ■ ประชากรนอกเขตเทศบาลมีการอ่านหนังสือเพิ่มกว่าประชากรในเขตเทศบาล ■ หมวดหนังสือที่คนไทยชอบอ่านมากที่สุดได้แก่ หนังสือเด็ก รองลงมาเป็นวรรณกรรม คู่มือเรียน – สอบคอมพิวเตอร์ ดังนั้นหนังสือเด็กจึงมีโอกาสด้านการตลาดที่ดี ■ คนยุคใหม่ให้ความสำคัญกับการอ่านหนังสือ ทำให้มีคนอ่านหนังสือเป็นจำนวนมากขึ้น และทำให้มีหนังสือออกใหม่เพิ่มขึ้น ■ ประเภทหนังสือที่คนไทยชอบอ่านได้แก่ นวนิยาย การ์ตูน หนังสืออ่านเล่น นิตยสาร ตำราเรียน ส่วนใหญ่เป็นหนังสือประเภทบันเทิงคดี ทำให้เป็นตลาดที่น่าสนใจ ■ ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อหนังสือจากปกหนังสือเป็นจำนวนมาก รองลงมาพิจารณาจากสำนักพิมพ์ นักเขียน ความเชื่อถือของสำนักพิมพ์ ซึ่งหมายถึงคุณภาพด้วย 	<ul style="list-style-type: none"> ■ สัดส่วนผู้ไม่อ่านหนังสือ แต่ยังเป็นสัดส่วนที่สูง เนื่องจากชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ มากกว่าอ่านหนังสือ รวมทั้งไม่มีเวลาและไม่ชอบอ่านหนังสือ ■ ประชากรไทยใช้เวลาว่างเข้าห้องสมุดเพียง 0.02 นาทีต่อวัน (ปี 2544) ■ มีผู้ใช้เวลาว่างอ่านหนังสือเพียง 4.4% ซึ่งต่ำมากเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ■ คนไทยอ่านหนังสือเล่มต่อคนต่อปี ในปี 2549 ซึ่งน้อยมากเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ■ คนไทยซื้อหนังสือเพียง 2 เล่มต่อคนต่อปี ในปี 2549 ใช้เงินเพียง 286 บาทต่อคนต่อปี ในการซื้อหนังสือหรือเพียง 0.22 ของรายได้ต่อหัว ■ ประชาชนเริ่มนิยมการอ่านจากอินเทอร์เน็ตมากขึ้นแทนการอ่านจากเล่มกระดาษ ■ คนไทยใช้เวลาในการอ่านหนังสือ 1.59 ชั่วโมงในปี 2549 ซึ่งถือว่ายังต่ำมาก ■ คนไทยขาดทักษะในการอ่านหนังสือ ทักษะการอ่านของเด็กไทยอ่อนแอลง ■ วัฒนธรรมของคนไทยที่เด็กต้องสงบเสงี่ยม เรียบร้อย ไม่กล้าแสดงออก ทำให้ขาดสภาพแวดล้อมที่กระตุ้นการอ่าน

ปัจจัย	โอกาส	อุปสรรค
<p>พฤติกรรมกรซื้อ และอ่านหนังสือของ ผู้บริโภค (ต่อ)</p>		<ul style="list-style-type: none"> ■ ภาคครัวเรือนขาดความเข้าใจ พัฒนาการด้านภาษาของเด็ก ไม่ดูแล เอาใจใส่ ปล่อยให้เด็กไว้กับพี่เลี้ยงที่ ไม่มีคุณภาพ เน้นกิจกรรมอื่น เช่น ดูหนัง เล่นเกมส์ มากกว่าการอ่าน หนังสือ ■ อัตราการซื้อหนังสือของคนไทย ยังต่ำ เพียง 2 เล่มต่อคนต่อปี โดยใช้ เงินเพียงร้อยละ 0.22 ของรายได้ ต่อคน หรือเพียง 28.6 บาทต่อคน ต่อปี ในปี 2550 แสดงว่าคนไทย ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการลงทุน ด้านความรู้อย่างเพียงพอ ■ คนไทยขาดโอกาสในการมีหนังสือ ดีๆ อ่าน ■ คนไทยขาดแรงจูงใจในการอ่าน หนังสือ

สรุปการวิเคราะห์ SWOT Analysis ด้านพฤติกรรมของเด็ก

ปัจจัย	โอกาส	อุปสรรค
พฤติกรรมกรซื้อและอ่านหนังสือของเด็ก	<ul style="list-style-type: none"> ▪ เด็กมีสัดส่วนประชากรที่อ่านหนังสือสูง โดยมักอ่านตำราเรียนมากที่สุด รองลงมาเป็นนวนิยาย / การ์ตูน / หนังสืออ่านเล่น และหนังสือเกี่ยวกับความรู้ ส่วนวัยรุ่นนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่าหนังสือประเภทอื่น ๆ ▪ กว่าร้อยละ 90 ของเด็กทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัดนิยมการอ่านหนังสือ โดยการอ่านหนังสือเป็นทางเลือกในการใช้เวลาว่างของเยาวชน รองลงมาจากการเล่นอินเทอร์เน็ต แสดงถึงความสนใจอ่านหนังสือของเด็กที่มีอยู่สูง ▪ เด็กส่วนใหญ่มักซื้อหนังสือมาอ่านเอง หรือผู้ปกครองซื้อให้ โดยมักซื้อเดือนละไม่เกิน 2 ครั้ง จ่ายเงินครั้งละไม่เกิน 150 บาท ▪ เด็กส่วนใหญ่มักนำเงินออม ไปซื้อขนม รองลงมาไปซื้อหนังสือ ▪ เด็กมักใช้สถานที่อ่านหนังสือภายในบ้าน เพื่ออ่านหนังสือ ▪ เด็กส่วนใหญ่อ่านหนังสือที่ไม่ใช่หนังสือเรียนวันละไม่เกิน 30 นาที ▪ เด็กต้องการหนังสือที่อ่านแล้วสนุก ไม่เบื่อ เนื้อหาชวนอ่าน มีรูปสวย อ่านแล้วเพลิดเพลินเข้าใจง่าย แห่งด้วยความรู้ ให้ความคิด มีความแปลกใหม่ ราคาไม่แพง ตัวหนังสืออ่านง่าย 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ พ่อแม่ องค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน โรงเรียนอนุบาล และบรรณารักษ์ ขาดความเข้าใจว่าหนังสือเด็กจะส่งผลดีต่อเด็กอย่างไร ▪ เด็กไม่นิยมยืมหนังสือจากห้องสมุดหรือยืมผู้อื่น ▪ เด็กมีข้อจำกัดด้านเวลาในการเข้าถึงแหล่งหนังสือ เฉพาะเวลาหลังเลิกเรียน หรือวันหยุดที่ไปกับพ่อแม่

สรุปการวิเคราะห์ SWOT Analysis ด้านพฤติกรรมของผู้ปกครอง

ปัจจัย	โอกาส	อุปสรรค
พฤติกรรมการอ่าน และซื้อหนังสือของ ผู้ปกครอง	<ul style="list-style-type: none"> ▪ มีการจัดบริเวณเพื่อการอ่านหนังสือภายในบ้าน ▪ ผู้ปกครองส่วนใหญ่มักพาบุตรไปร้านหนังสือด้วย ▪ ผู้ปกครองมักซื้อหนังสือนิยายภาพ/การ์ตูน และบันเทิงคดี ▪ ผู้ปกครองส่วนใหญ่ซื้อหนังสือประมาณเดือนละ 1-2 เล่ม ▪ ผู้ปกครองส่วนใหญ่จ่ายเงินค่าหนังสือครั้งละไม่เกิน 200 บาท โดยมีอัตราการจ่ายเงินเพิ่มขึ้น ▪ ค่าใช้จ่ายในการซื้อหนังสือให้บุตรควรมากกว่า 100 บาทต่อเดือน ▪ ผู้ปกครองครึ่งหนึ่งยินดีซื้อหนังสือให้ลูกอ่าน ▪ ผู้ปกครองเห็นความสำคัญของการอ่านหนังสือของเด็กมีการจัดสถานที่ สำหรับอ่านหนังสือภายในบ้าน 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ผู้ปกครองซื้อหนังสืออ่านน้อยมาก และไปร้านหนังสือน้อยครั้งมาก ส่วนใหญ่ไปร้านหนังสือเพียงเดือนละครั้ง ▪ ผู้ปกครองใช้เวลาในร้านหนังสือไม่นานเพียง 30 นาทีต่อครั้ง ▪ ผู้ปกครองบางส่วนยังมีทัศนคติไม่ดีต่อการอ่านหนังสือโดยเห็นว่าไม่มีประโยชน์ อย่าซื้อ อ่านแล้วลูกไม่เก็บเสียค่าย

สรุปการวิเคราะห์ SWOT Analysis ด้านพฤติกรรมของครู และบรรณารักษ์

ปัจจัย	โอกาส	อุปสรรค
ห้องสมุดและบรรณารักษ์	<ul style="list-style-type: none"> ▪ มีบรรณารักษ์ที่ดี ขวนขวายหาความรู้ อ่านหนังสือหลากหลาย ทั้งหนังสือพิมพ์ วารสารวิชาการ บันเทิงคดี สารคดี ▪ บรรณารักษ์ส่วนใหญ่มีการซื้อหนังสืออ่าน ▪ พ่อแม่บางส่วนพาบุตรไปห้องสมุดอย่างสม่ำเสมอ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ กิจกรรมของห้องสมุดเป็นกลยุทธ์เดิมๆ ไม่สามารถสร้างนิสัยรักการอ่านของเด็กได้ ▪ มีนักเรียนเข้าห้องสมุดโรงเรียนแต่นานๆ ครั้ง ▪ การใช้ห้องสมุดของเด็กเพื่อค้นคว้าและถูกบังคับให้อ่าน ▪ ห้องสมุดมีน้อย และถ้าสมัย ▪ ห้องสมุดที่มีอยู่มีหนังสือไม่หลากหลาย ไม่สนองตอบความต้องการของเด็กอย่างเพียงพอ ▪ หนังสือเข้าไปไม่ถึงพื้นที่ ▪ เด็กไปใช้ห้องสมุดสาธารณะน้อยมาก ▪ ระบบสาธารณะมีหนังสือเพื่อให้บริการไม่เพียงพอ ▪ พ่อแม่ส่วนใหญ่ไม่เคยพาบุตรไปห้องสมุดเลย ▪ ปริมาณหนังสือ คุณภาพหนังสือไม่ได้มาตรฐาน ▪ บรรณารักษ์ขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้หนังสือ เป็นเครื่องมือสร้างนิสัยรักการอ่านของเด็ก

ปัจจัย	โอกาส	อุปสรรค
โรงเรียนและครู	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ครูอ่านหนังสือเป็นประจำ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ วารสารวิชาการ ▪ ผู้บริหาร โรงเรียนสนับสนุนให้เด็กอ่านหนังสือ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ โรงเรียนมีหนังสือประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากหนังสือเรียนเป็นจำนวนน้อย ▪ มีครูน้อยมากที่ซื้อหนังสืออ่านอย่างสม่ำเสมอ ▪ ครูขาดความเข้าใจในวิธีการสร้างนิสัยรักการอ่านของเด็ก ▪ นักเรียนในโรงเรียนชนบทไม่ค่อยมีโอกาสเข้าถึงหนังสือ ▪ โรงเรียนจัดสรรงบประมาณให้ซื้อหนังสือน้อยมาก ▪ กิจกรรมกระตุ้นการอ่านในโรงเรียนไม่สามารถสร้างนิสัยรักการอ่านของเด็กได้ แม้จะเข้าร่วมกิจกรรมแทบทุกครั้ง
สินค้าทดแทน		<ul style="list-style-type: none"> ▪ เด็กมีปัจจัยอื่นที่จูงใจมากกว่าการอ่าน เช่น ดูโทรทัศน์ เล่นอินเทอร์เน็ต โดยที่โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต มักเป็นทางเลือกในอันดับต้นๆ ก่อนหนังสือ

สรุปการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของธุรกิจสำนักพิมพ์

ปัจจัย	โอกาส	อุปสรรค
ภาวะตลาด	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ธุรกิจสำนักพิมพ์เข้าง่ายออกง่าย อาศัยเงินทุนไม่มาก ▪ สำนักพิมพ์ขนาดใหญ่มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 62.8 รองลงมาเป็นสำนักพิมพ์ขนาดกลาง ▪ สำนักพิมพ์ขนาดใหญ่และขนาดกลาง มีสัดส่วนเพิ่มขึ้น และมีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราการขยายตัวของตลาด ทำให้ได้เปรียบในการแข่งขัน ขนาดการผลิต และการบริหารค่าใช้จ่าย ▪ สำนักพิมพ์มีความสัมพันธ์ที่ดีกับองค์กร 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ธุรกิจสำนักพิมพ์ มีการแข่งขันที่รุนแรง มีผู้ประกอบการจำนวนมากถึง 491 ราย ในปี 2550 ซึ่งมักแข่งขันในกลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่และกลาง ▪ การแข่งขันด้านราคามีความรุนแรงทั้งในระดับสำนักพิมพ์และระดับร้านหนังสือ โดยแข่งขันกันในด้านของการให้ส่วนลดการค้า และส่วนลดราคาหนังสือ ทำให้สำนักพิมพ์ขนาดเล็กลำบากมากขึ้น ▪ แต่ละสำนักพิมพ์มีจำนวนปกออกใหม่เฉลี่ยต่อปีน้อยมากเพียง 23.3 เรื่องต่อปี ในปี 2550 ▪ จำนวนสำนักพิมพ์ขนาดเล็กมีแนวโน้มลดลง
ปัจจัย	จุดแข็ง	จุดอ่อน
สำนักพิมพ์ กลยุทธ์การตลาด	<ul style="list-style-type: none"> ▪ มีบุคลากรที่ดี มีคุณภาพ ▪ มีการพัฒนาคุณภาพหนังสืออยู่เสมอ ▪ ผู้ประกอบการมีประสิทธิภาพในการบริหาร ▪ บางสำนักพิมพ์กำลังขยายกำลังการผลิต หรือจ้างสำนักพิมพ์อื่นผลิตให้ได้ ▪ สำนักพิมพ์มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เกี่ยวข้องทั้งตัวแทนและร้านหนังสือ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ธุรกิจขาดองค์ความรู้เรื่องหนังสือเด็ก ▪ ความรู้เรื่องหนังสือเด็กไม่มีผู้รู้อย่างจริงจัง ▪ ขาดความเข้าใจเรื่องการเรียนรู้ของเด็ก ▪ การขาดแคลนบุคลากรที่เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น นักเขียน นักแปล นักวาดรูป ผู้คิด concept ▪ บางสำนักพิมพ์ยังผลิตได้ไม่เต็มกำลังการผลิต

ปัจจัย	จุดแข็ง	จุดอ่อน
<p>สำนักพิมพ์ กลยุทธ์การตลาด (ต่อ)</p>		<ul style="list-style-type: none"> ■ ขาดการประสานงานด้านกิจกรรมการขายกับตัวแทนจำหน่ายและร้านจำหน่าย ■ ขาดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด แบบบูรณาการไปยังกลุ่มเป้าหมาย ■ หนังสือเด็กสำนักพิมพ์มีน้อย นักเขียนมีน้อยเนื่องจากไม่มั่นใจที่จะยึดเป็นอาชีพหลัก ■ ความเสี่ยงจากระบบการจัดจำหน่ายที่ขาดประสิทธิภาพ หรือศูนย์กระจายสินค้ามีปัญหา ทำให้ระบบการจัดจำหน่ายเกิดความล่าช้า ■ สินค้าเกิดการสูญเสียบ่อยหายจากการขนส่ง หรือการถูกขโมย ■ ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ กรณีส่งออก หรือการซื้อขายลิขสิทธิ์
<p>ผลิตภัณฑ์หนังสือ เด็ก (Product)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ หนังสือเด็กเป็นหนังสือในหมวดที่มีการออกหนังสือใหม่มากที่สุด 1 ใน 5 อันดับแรกของสำนักพิมพ์ และมีจำนวนปกหนังสือออกใหม่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ■ หนังสือเด็กมีหลายประเภท มีความหลากหลาย สร้างทางเลือกให้กับผู้อ่าน ซึ่งเป็นเด็กและเยาวชนได้มาก ทั้งในรูปแบบการ์ตูน สารคดี ธรรมชาติ หนังสือแปล สอดคล้องกับความต้องการที่หลากหลาย 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์หนังสือ ■ ผลิตภัณฑ์ล้ำสมัยง่าย เสื่อมความนิยมเร็ว ■ อัตราการคืนหนังสืออยู่ในเกณฑ์สูง ร้อยละ 28-30 ■ ปริมาณหนังสือเด็กที่มีจำหน่ายในตลาดค่อนข้างน้อย ■ เนื้อหาสาระหนังสือเด็กที่เป็นของคนไทยมักถูกตีกรอบทางสังคม เอาไว้จนขาดการสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่

ปัจจัย	จุดแข็ง	จุดอ่อน
<p>ผลิตภัณฑ์หนังสือเด็ก (Product) (ต่อ)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ หนังสือมีรูปภาพที่สวยงาม เนื้อหาสนุก ชวนให้อ่าน ตัวหนังสือใหญ่ อ่านง่าย ▪ หนังสือเด็กเน้นการ์ตูน ภาพประกอบแนวสีสดใสกว่าหนังสือทั่วไป ▪ หนังสือการ์ตูน นิยายภาพเป็นหนังสือที่เด็กชอบอ่านมากที่สุด รองลงมาเป็นสารคดี และบันเทิงคดีในกลุ่มอายุมากขึ้น ▪ แบรินด์ดี มีความสำคัญเนื่องจากสำนักพิมพ์ออกหนังสือเป็นจำนวนมาก และหลากหลาย และผู้อ่านมีความสับสน เวลาเลือกหนังสือจึงต้องมีบรรทัดฐานของการเลือก โดยมักเลือกแบรนด์ที่คุ้นเคย ซึ่งอาจเป็นสำนักพิมพ์ ตัวนักเขียน หรือนักแปล ผู้ประกอบการที่มีแบรนด์ดี 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ วัตถุดิบหลัก ได้แก่ กระดาษ น้ำหมึก มีการปรับราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น และหนังสือมีราคาแพงขึ้น ▪ โครงสร้างต้นทุนหนังสือเด็กแพงกว่าหนังสือทั่วไป เนื่องจากมีกระบวนการผลิตซับซ้อนใช้วัตถุดิบกระดาษ ที่มีคุณภาพมากกว่าการเข้าเล่มปกแข็งต้นทุนแพงกว่าปกอ่อน ▪ การผลิตมีจำนวนเล่มต่ำ ไม่ประหยัดทางด้านต้นทุน (Economy of Scale) ▪ หนังสือประเภทบันเทิงคดีและนวนิยายเด็กชอบอ่านน้อยมาก ▪ เด็กสนใจห้องสมุดดิจิทัล ▪ เนื้อหาซ้ำๆ ไม่หลากหลายเด็กเบื่อหน่าย ไม่คุ้มค่ากับเงินที่จ่าย ▪ เนื้อหาไม่ต่อเนื่อง ▪ เนื้อหาไม่สอดคล้องกับวัยของเด็ก ▪ เนื้อหาไม่สร้างสรรค์ ▪ หนังสือเด็กอายุ 4-6 ปี มีประเภทหนังสือน้อยมาก

ปัจจัย	จุดแข็ง	จุดอ่อน
<p>ราคาจำหน่าย (Pricing)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ราคาหนังสือขายปลีกในประเทศไทย ยังไม่มีกฎหมายควบคุมราคา ▪ ราคาหนังสือเด็กที่ออกใหม่โดยเฉลี่ยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในปี 2548 มีราคาปกประมาณ 79.19 บาทต่อปก ▪ ราคาปกเฉลี่ยของหนังสือเด็กที่ขายได้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 43.02 บาท ต่อปกเพิ่มเป็น 45.63 บาทต่อปก ▪ ราคาจำหน่ายมีหลายระดับตั้งแต่ 10-200 บาทขึ้นไป ระดับราคาไม่เกิน 200 บาทค่อนข้างขายง่ายและดี โดยเฉพาะราคา 150-180 บาท เป็นช่วงราคาที่สร้างผลตอบแทนให้กับสำนักพิมพ์มากที่สุด 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ หนังสือเป็นสื่อเอ็นเตอร์เทนเมนต์ที่แพงที่สุด เมื่อเทียบกับการโหลดเพลงหรือการดูภาพยนตร์ ดูโทรทัศน์ ▪ ราคาปกหนังสือเด็กที่ออกใหม่โดยเฉลี่ยมีราคาต่ำกว่าราคาปกหนังสือออกใหม่หมวดอื่นๆ ซึ่งมีราคาเฉลี่ย 113-195 บาทต่อปก หรือราคาเฉลี่ยรวมทั้งตลาดประมาณ 157 บาทต่อปก แสดงถึงมูลค่าปกที่ยังอยู่ในระดับต่ำ ▪ ราคาปกเฉลี่ยของหนังสือเด็กที่ขายได้ยังคงมีราคาปกเฉลี่ยต่ำกว่าราคาปกหนังสือออกใหม่หมวดอื่นๆ ▪ ราคาหนังสือเด็กของไทยค่อนข้างแพง เมื่อเทียบกับค่าครองชีพของคนไทย
<p>ช่องทางจำหน่าย (Place)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ การขายหนังสือผ่านร้านจำหน่ายหนังสือยังเป็นช่องทางใหญ่ที่สุดและสำคัญที่สุด ▪ การขายหนังสือผ่านร้านสะดวกซื้อและการขายตรงผ่านอินเทอร์เน็ตจะมีบทบาทมากขึ้น ▪ งานแสดงหนังสือเป็นช่องทางสำคัญของสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ สำนักพิมพ์ขนาดเล็กขาดความชำนาญด้านการขายและการตลาดจึงมักให้ผู้จัดจำหน่ายดูแลแทน ▪ ค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่ายเพิ่มสูงขึ้นจากผลกระทบของราคาน้ำมันที่มีต่อค่าขนส่ง ▪ ระบบการฝากขายทำให้ระบบการจัดจำหน่ายหนังสือเด็กล่าช้า ▪ ปัญหาค่าเช่าร้านในห้างซึ่งมีราคาแพงมาก

ปัจจัย	จุดแข็ง	จุดอ่อน
<p>ช่องทางจำหน่าย (Place) (ต่อ)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ สำนักพิมพ์ขนาดใหญ่และขนาดกลาง มีความสามารถในการจัดจำหน่ายได้เอง บางส่วนมีช่องทางจำหน่ายของตนเอง เนื่องจากความได้เปรียบจากการประหยัดต่อขนาด การกระจายสินค้าและประสิทธิผลทางด้านการบริหารการตลาด ■ หนังสือหาซื้อได้ง่าย ■ โดยส่วนใหญ่เด็กมักซื้อหนังสือจากร้านจำหน่ายหนังสือในห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านในศูนย์การค้าหรือศูนย์ค้าปลีกขนาดใหญ่ ร้านใกล้บ้าน ร้านใกล้โรงเรียน ตามลำดับ ■ การขายส่วนใหญ่เป็นระบบฝากขาย ■ ระยะเวลาหมุนเวียนของหนังสือเด็กจะอยู่ประมาณ 2 เดือน ถึง 1 ปี 	

ปัจจัย	จุดแข็ง	จุดอ่อน
ภาวะตลาด	<ul style="list-style-type: none"> ■ ร้านหนังสือเป็นธุรกิจที่มีอัตราการขยายตัวมากกว่าร้อยละ 10 ต่อปี ■ ร้านจำหน่ายหนังสือมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในทุกส่วนตลาด ไม่ว่าจะเป็นร้านขนาดใหญ่หรือขนาดเล็ก โดยในปี 2550 มีร้านหนังสือรวม 1,913 ร้าน เติบโตถึง 100.31% ทำให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น ■ ร้านจำหน่ายหนังสือประเภทเครือข่าย มีจำนวนมากกว่าร้อยละ 50 ของตลาด ร้านหนังสือทั้งระบบ และมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ สำนักพิมพ์ต้องพึ่งพาร้านหนังสือเครือข่ายมากขึ้น ■ ร้านหนังสือสะดวกซื้อขนาดเล็กมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นกว่า ร้านหนังสือประเภทอื่นๆ ■ มีแนวโน้มในการขยายร้านจำหน่ายหนังสือไปต่างจังหวัดมากขึ้น ■ ร้านจำหน่ายหนังสือเป็นธุรกิจที่มีมาร์จิ้นสูง ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 25-30 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ธุรกิจร้านหนังสือมีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก มีการแข่งขันที่รุนแรง ■ มีความเสี่ยงในเรื่องของการแบกรับต้นทุนค่าหนังสือและการสต็อกหนังสือ โดยเฉพาะหนังสือที่มีอายุจำหน่ายสั้น ■ การแย่งทำเลเปิดร้านหนังสือของผู้ประกอบการ ■ การแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ที่เป็นระบบเครือข่าย ■ การขยายตัวของร้านหนังสือมักเน้นในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลมากกว่าต่างจังหวัด
ร้านจำหน่ายหนังสือ	<ul style="list-style-type: none"> ■ การเข้าถึงร้านหนังสือต่อจำนวนประชากรมีอัตราดีขึ้นประมาณ 32,952 คนต่อหนึ่งร้านหนังสือ ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 แต่ยังคงต่ำเมื่อเทียบกับประเทศพัฒนาแล้ว ดังนั้นร้านหนังสือไทยยังสามารถขยายตัวเพิ่ม ได้อีกมาก 	<ul style="list-style-type: none"> ■ จำนวนร้านหนังสือต่อจำนวนประชากรยังอยู่ในระดับต่ำ แสดงถึงจำนวนร้านหนังสือที่มีอยู่น้อย เมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทำให้การกระจายหนังสือไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะในต่างจังหวัด ■ ร้านจำหน่ายหนังสือมักไม่ค่อยให้ความสำคัญกับหนังสือเด็ก ให้พื้นที่น้อยไม่โซ่วสินค้า

สรุปการวิเคราะห์ SWOT Analysis ปัจจัยทางด้านมหภาคที่มีผลกระทบ

ปัจจัย	โอกาส	อุปสรรค
ภาวะเศรษฐกิจ	<ul style="list-style-type: none"> ภาวะเศรษฐกิจไม่ดี คนมักอยู่บ้านมากขึ้น จึงต้องมีกิจกรรมภายในบ้าน หนังสือจัดเป็นตัวเลือกของกิจกรรมที่ดี ในการใช้เวลาว่างที่บ้าน 	<ul style="list-style-type: none"> ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมัน อัตราดอกเบี้ย ปัญหาน้ำท่วม และภาวะเงินเฟ้อที่สูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีการใช้จ่ายอย่างระมัดระวังมากขึ้น
เสถียรภาพทางการเมือง		<ul style="list-style-type: none"> การเมืองของประเทศไม่มั่นคง ทำให้ประชาชนใช้จ่ายอย่างระมัดระวังมากขึ้น
บทบาทของภาครัฐ	<ul style="list-style-type: none"> รัฐสนับสนุนนโยบายทางด้านการศึกษาและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ รัฐสนับสนุนเรื่องการอ่านต้องการให้ประชาชนได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น และนโยบายให้สังคมไทยเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ 	<ul style="list-style-type: none"> นโยบายของรัฐด้านการศึกษาและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของรัฐไม่เอื้ออำนวยและขาดความชัดเจน ธุรกิจสำนักพิมพ์ขาดความสนับสนุนอย่างเต็มที่จากภาครัฐเนื่องจากภาครัฐขาดความเข้าใจ ความแตกต่างระหว่างสำนักพิมพ์ และ โรงพิมพ์ และมุ่งสนับสนุนเพียงโรงพิมพ์เท่านั้น นโยบายของรัฐที่กำหนดเวลาเปิดปิดของห้างสรรพสินค้า และดิสนีย์ สโตร์ให้เร็วขึ้น ทำให้โอกาสในการขายหนังสือลดลง
องค์กรที่เกี่ยวข้อง		<ul style="list-style-type: none"> ขาดความร่วมมืออย่างจริงจังระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้องในภาคเอกชนต่างคนต่างทำ ทำให้ได้เพียงพื้นที่แคบๆ ทุกองค์กรที่เกี่ยวข้องขาดการประสานงานในการณรงค์ส่งเสริมพฤติกรรมรักการอ่านแก่พ่อแม่ ผู้ปกครอง และเด็ก

3. แนวโน้มตลาดหนังสือเด็กในอนาคต

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็น จากผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่ายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สมาคม ผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการ ที่แสดงความคิดเห็นถึงแนวโน้มตลาดหนังสือเด็กในอนาคต สามารถสรุปประเด็นความคิดเห็นได้ดังนี้

ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยในปี 2551 มีการคาดการณ์ว่ามีแนวโน้มชะลอตัวลงจากปีที่แล้ว เนื่องจากการชะลอตัวของการใช้ภายในประเทศ ซึ่งถูกกระทบทั้งจากปัจจัยภายนอกประเทศที่คาดว่าภาวะเศรษฐกิจโลกจะชะลอตัวลง และจากปัจจัยภายในประเทศทั้งในเรื่องเศรษฐกิจและการเมือง ที่ประชาชนยังไม่มีเชื่อมั่นในนโยบายและแนวทางของรัฐบาลชุดใหม่ โดยในปี 2551 คาดว่าอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจจะอยู่ระหว่างร้อยละ 4.5-5.0

เสถียรภาพทางเศรษฐกิจในประเทศต้องเผชิญกับปัจจัยต่างๆ ที่เป็นปัญหามากขึ้น ซึ่งมาจากแนวโน้มการชะลอตัวลงของเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะเศรษฐกิจโลกอย่างสหรัฐฯ และต้นทุนด้านพลังงาน ซึ่งเป็น 2 ปัจจัยหลักที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยในปี 2551 โดยผลกระทบที่เกิดจากการชะลอตัวลงของเศรษฐกิจโลก ได้แก่การค้าต่างประเทศ

การส่งออกสินค้าและบริการในปี 2551 มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง มาอยู่ที่ร้อยละ 4.8-6.2 โดยนโยบายจากกระทรวงพาณิชย์ที่พยายามหาตลาดแห่งใหม่ ในภูมิภาคตะวันออกและเอเชียแปซิฟิก ที่ยังมีแนวโน้มอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น โดยจะสามารถทดแทนการส่งออกไปยังตลาดที่มีปัญหาการชะลอตัวของเศรษฐกิจได้ ซึ่งจะทำให้ภาคการส่งออกไม่น่าจะมีปัญหา แต่สิ่งที่น่าเป็นห่วงคือ เรื่องค่าเงินที่แข็งขึ้น โดยค่าเงินบาทมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ปัจจัยแวดล้อมที่หนุนเงินบาทแข็งค่าในปีนี้ ประกอบด้วยแนวโน้มการอ่อนค่าของดอลลาร์สหรัฐฯ การชะลอตัวของเศรษฐกิจสหรัฐฯ ตลอดจนการลดอัตราดอกเบี้ยของธนาคารกลางสหรัฐฯ (เฟด) เพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ ที่ยังมีแนวโน้มปรับลดลงอีก

อัตราเงินเฟ้อทั่วไปปรับตัวสูงขึ้นตามการปรับขึ้นของราคาสินค้าในหมวดพลังงาน ในขณะที่อัตราเงินเฟ้อพื้นฐานปรับขึ้นเล็กน้อย โดยการปรับขึ้นของราคาสินค้าในหมวดพลังงานส่วนใหญ่มาจากราคาน้ำมันโลกที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นและยังคงผันผวนอยู่ในระดับสูง อีกทั้งมีแนวโน้มดำเนินต่อเนื่องไปอีกตลอดปี 2551 ประกอบกับการทยอยปรับขึ้นราคาสินค้าและบริการต่างๆ ภายในประเทศ และการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของดัชนีราคาสินค้าผู้ผลิต อัตราเงินเฟ้อปี 2551 จึงคาดการณ์อยู่ที่ร้อยละ 3.8-4.2 และอัตราเงินเฟ้อพื้นฐานคาดการณ์อยู่ที่ร้อยละ 1.7-2.1

ปัจจัยหลายอย่างกำลังส่งสัญญาณให้ต้องเพิ่มความระมัดระวังในการวางแนวทางการทำงานและการประกอบธุรกิจหนังสือ โดยเฉพาะที่ออกเกี่ยวกับที่เคเบิ้ลพื้นวนิยายกันแบบใช้

ความรู้สึกไม่ได้ การผลิตหนังสือแต่ละเล่ม แต่ละเรื่อง สิ่งที่จะต้องนำมาพิจารณาร่วมกันคือ ความต้องการของตลาด ความสนใจของผู้อ่านในห้วงเวลานั้นๆ ว่า ต้องการอ่านหนังสือแนวไหน กลุ่มไหนและนักเขียนคือใคร หลายสำนักพิมพ์กำลังหรือแผนการทำงานหลังจากทราบผลการเลือกตั้ง เหตุผลเพราะว่าสิ่งที่จะเข้ามามีส่วนประกอบในการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อหนังสือ จะต้องคิดเรื่องประหยัดเงิน เพราะค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าน้ำมัน ค่าใช้จ่ายต่างๆ กำลังปรับตัวสูงขึ้น ขณะที่ราคาหนังสือก็ค่อยๆ ขยับตัวสูงขึ้น จนทำให้คนที่เคยซื้อหนังสืออ่านเดือนละสามเล่มก็อาจจะเหลือเล่มเดียว คนที่เคยซื้อเล่มเดียวก็อาจจะรอไปซื้อในงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ หรือมหกรรมหนังสือระดับชาติ หรืองานมหกรรมหนังสือเด็ก หรือตามแผงขายหนังสือเก่าลด 50% เพราะฉะนั้นจึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างมากที่สำนักพิมพ์ต่างๆ จะต้องระมัดระวังในการผลิตหนังสือ ทุกเล่มที่จะต้องพิมพ์ ต้องมีการวางแผน ที่ดีเพื่อที่จะไม่เจ็บตัว และต้องพยายามให้กลับมาเป็นภาระในการจัดการพื้นที่เก็บหนังสือให้น้อยที่สุด เนื่องจากพื้นที่ในร้านหนังสือมีจำกัด ถ้าพิมพ์ออกไปแล้วขายไม่ได้หรือขายได้น้อยเวลาหนังสือก็คืนกลับมาจากร้านหนังสือ แล้วจะขนออกไปขายอีกรอบจะลำบาก บางสำนักพิมพ์จากเดิมที่ผลิตเดือนละสามสิบสี่สิบปก ต้องลดกำลังการผลิตลงมาเหลือเดือนละไม่เกินยี่สิบปก ทุกอย่างต้องระมัดระวังไม่ว่าจะเป็นการพิจารณาต้นฉบับ คุณภาพของงานเขียน ความสวยงามของรูปเล่ม และแผนการประชาสัมพันธ์ที่รัดกุม หลายสำนักพิมพ์เพิ่มความรอบคอบในการควบคุมต้นทุนการผลิตมากขึ้น จนอาจจะทำให้ลูกจ้างบางส่วนอดใจไม่ได้

ดังนั้นสำหรับปี 2551 ผู้ประกอบการธุรกิจหนังสือ หรือสำนักพิมพ์ยังต้องระมัดระวังในการบริหารจัดการ และบริหารต้นทุน ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อรองรับภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง จากปี 2550 ทั้งนี้มาจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐฯ และต้นทุนพลังงานที่สูงขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทย ได้รับความกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบปรับราคาจำหน่าย เช่น กระดาษ และน้ำหมึก เป็นต้น และค่าเงินบาทที่ปรับค่าแข็งขึ้น นอกจากนี้ยังมีเรื่องความมีเสถียรภาพทางการเมือง ที่ประชาชนยังไม่มีเชื่อมั่นในนโยบายและแนวทางของรัฐบาลชุดใหม่ ซึ่งทั้งหมดล้วนเป็นผลที่ทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นและยังต้องระมัดระวังในเรื่องการใช้จ่ายอยู่

ทั้งนี้ในปี 2551 ธุรกิจหนังสือต้องมีการปรับตัว และหาวิธีการที่ไม่ให้หนังสือคืนกลับมา มากที่สุด เพื่อแก้ไขปัญหาในเรื่องการขาดทุนที่อาจเกิดขึ้นทั้งระบบ จากที่จะเกิดขึ้นเฉพาะสำนักพิมพ์เท่านั้น สำหรับแนวทางในการแก้ไขปัญหาเรื่องดังกล่าว สำนักพิมพ์จำเป็นจะต้องผลิตเนื้อหาภายในหนังสือให้มีความน่าสนใจ รวมไปถึงหน้าปกควรจะต้องตกแต่งให้สวยงามเหมาะสมกับเรื่อง รวมไปถึงการออกแบบรูปเล่มทั้งภายในและภายนอกให้ดูทันสมัยและน่าอ่าน นอกจากนี้

สำนักพิมพ์อาจจะต้องมีการปรับขนาดหนังสือเป็นขนาดพิเศษ หรือการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับหนังสือ ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ช่วยให้ธุรกิจหนังสือเพิ่มมากขึ้น สำหรับทิศทางของหนังสือออกใหม่ จะยังคงเป็นหนังสือประเภทวรรณกรรมสำหรับเยาวชนเป็นหลัก เนื่องจากหนังสือกลุ่มดังกล่าวจะได้รับความสนใจจากผู้อ่านทุกวัย ส่วนหนังสือประเภทให้ความรู้และธรรมะยังเป็นหนังสือที่มีการผลิตออกมาวางจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นหนังสือที่มีกลุ่มลูกค้าเฉพาะและขายได้ตลอดเวลา ในปี 2550 มีจำนวนหนังสือออกใหม่ทั้งหมด 11,455 เล่ม หรือเฉลี่ยอยู่ที่ 955 เล่มต่อเดือน ซึ่งจำนวนหนังสือที่ออกใหม่ทั้งหมดนี้ถือว่ามียอดการเติบโตของธุรกิจหนังสือ ทั้งนี้เนื่องจากภายในประเทศในปีที่ผ่านมาไม่สู้ดีนัก ทำให้ผู้ประกอบการหรือสำนักพิมพ์จำเป็นต้องออกหนังสือมาในอัตราที่จำกัด และคาดว่าจะเป็กลุ่มหนังสือที่สามารถทำรายได้ให้กับสำนักพิมพ์ ขณะที่อัตราการเติบโตของธุรกิจโตกว่านั้นมาจากราคาของหนังสือมีการปรับราคาจำหน่ายเพิ่ม แต่ผู้บริโภคซื้อหนังสือได้น้อยลง อย่างไรก็ตามในปี 2551 นี้ยังเชื่อว่าอัตราการเติบโตของจำนวนหนังสือออกใหม่และอัตราการเติบโตของธุรกิจหนังสือยังเป็นไปในทิศทางเดียวกับปีที่ผ่านมา เนื่องจากขณะนี้เศรษฐกิจยังอยู่ในช่วงชะลอตัวและราคาต้นทุนที่ปรับตัวสูงขึ้นต่อเนื่อง ทั้งนี้ ราคาจำหน่ายหนังสือออกใหม่ จะมีการปรับราคาเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาประมาณ 5-10% เมื่อเทียบกับหนังสือออกใหม่ในกลุ่มเดียวกัน ปัจจัยที่ทำให้ราคาของหนังสือต้องปรับราคาเพิ่มนั้นมาจากราคาต้นทุนกระดาษที่เป็นวัตถุดิบหลักของการผลิตได้ปรับราคาขึ้นเฉลี่ยกิโลกรัมละ 1 บาท ซึ่งเพิ่มสูงกว่าปีที่ผ่านมาประมาณ 10-12% รวมถึงราคาน้ำมัน และค่าเงินบาทที่แข็งขึ้นอย่างไรก็ตาม แม้เศรษฐกิจจะอยู่ในภาวะชะลอตัวนั้น แต่ธุรกิจหนังสือก็ยังมีอัตราการเติบโต ทำให้ผู้ประกอบการร้านหนังสือทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ต่างขยายร้านหนังสือตลอดเวลา ซึ่งปีที่ผ่านมามีร้านหนังสือเปิดบริการทั่วประเทศทั้งหมด 1,913 ร้าน จากทั้งหมด 491 สำนักพิมพ์ที่มีในประเทศไทย และเมื่อเทียบกับปี 2549 ที่มีร้านหนังสืออยู่เพียง 955 ร้าน ซึ่งจะเห็นได้ว่าจำนวนร้านหนังสือปีที่ผ่านมามียอดการเติบโตสูงกว่า 100% ทั้งนี้เพราะร้านหนังสือ “Book Smile” เป็นร้านในเครือเซเว่นอีเลฟเว่น ได้ทำการขยายสาขาเป็นจำนวนมากในปี 2550 แม้การขยายตัวของร้านจำหน่ายหนังสือจะมีอัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดดก็ตาม แต่ในทางกลับกันคนไทยที่อ่านหนังสือมียอดที่ต่ำมากจากผลสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ เมื่อเทียบกับประเทศใกล้เคียง เช่น สิงคโปร์พบว่า ประชากรในประเทศมีสถิติการอ่านหนังสือสูงถึงปีละ 40-50 เล่ม ขณะที่เวียดนาม พบว่าประชากรในประเทศ อ่านหนังสือประมาณ 60 เล่มต่อปี ส่วนประชากรในประเทศไทยมีสถิติการอ่านหนังสืออยู่เพียง 2 เล่มต่อปีเท่านั้น ซึ่งถือเป็นสถิติการอ่านที่ต่ำเป็นห่วง แต่ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา พบว่า เด็กไทยและเยาวชนมีส่วนร่วมการอ่านหนังสือเพิ่มขึ้น 20% ของ

มูลค่าตลาดรวมหนังสือ ขณะที่ในอนาคตคาดว่าจะมีสัดส่วนการอ่านหนังสือเพิ่มขึ้นเป็น 25%

คนไทยใช้เงินซื้อหนังสือประมาณ 286 บาท ต่อคนต่อปี ซึ่งเป็นจำนวนที่น้อยมาก สะท้อนให้เห็นภาวะตลาดหนังสือเด็กโดยรวมที่ยังมีศักยภาพในการเติบโตได้อีกหลายเท่าตัวเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว นอกจากนี้การที่มีจำนวนร้านหนังสือเพิ่มมากขึ้น และรายเดิมมีการปรับปรุงให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้การหาซื้อหนังสือสะดวกมากขึ้น ทำให้ฐานตลาดหนังสือใหญ่ขึ้น ซึ่งเป็นผลดีต่อภาพรวมของธุรกิจหนังสือ

แนวโน้มทางด้านผู้ประกอบการสำนักพิมพ์และร้านจำหน่ายหนังสือพบว่า สื่อชั้นนำทั้งหลายที่มีบทบาทต่อกระแสสังคมเริ่มเข้ามาสนใจธุรกิจหนังสือมากขึ้น เนื่องจากธุรกิจนี้ไม่ค่อยถูกควบคุมมากนัก ประกอบกับธุรกิจนี้มีแนวโน้มที่ดี ทำให้คนเริ่มเห็นความสำคัญของการอ่าน เริ่มไต่ขึ้นซื้อหนังสือบ่อยครั้งขึ้น การอ่านก็จะวิ่งตามกระแส ยกตัวอย่าง เช่น ค่ายมติชน ผู้จัดการ เนชั่น แกรมมี่ กันตนา เวิร์คพอยท์ หรือแม้แต่รายการคนค้นคน หรือแมกกาซีน a day ทั้งหมดนี้มีส่วนที่ทำให้กระแสเรื่องการอ่านสูงขึ้น เป็นสัญญาณที่ดีมากๆ สำหรับวงการสื่อ ขณะเดียวกันคนนอกวงการหนังสือรายใหญ่ให้ความสนใจเข้ามาในวงการหนังสือเพิ่มขึ้น เช่น เซเวนอีเลฟเว่น ลงมาเปิดร้านหนังสือบูคส์ไมล์ ทำให้เกิดการอ่านในระดับรากหญ้า ระดับชุมชน มีความคึกคักมากขึ้น หรือร้าน B2S ซึ่งเป็นร้านหนังสือสไตล์ใหม่ สามารถรองรับเยาวชนหรือกลุ่มคนที่มีไลฟ์สไตล์ในแบบของร้านทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่น่าสนใจ

สำหรับภาพรวมธุรกิจสำนักพิมพ์ มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีอัตราการเติบโตไม่น้อยกว่า 10% ต่อปี แต่เมื่อปี 2546 เป็นต้นมา จากสถานะเศรษฐกิจส่งผลให้การขยายตัวมีแนวโน้มลดลง จนมาถึงในปี 2549 ยอดจำหน่ายหนังสืออยู่ที่ 1.68 หมื่นล้านบาท ขณะที่ในปี 2550 ที่ผ่านมายอดจำหน่ายหนังสือสูงขึ้นเป็น 1.8 หมื่นล้านบาท ซึ่งยอดจำหน่ายส่วนใหญ่มีจากสำนักพิมพ์ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ที่รวมกันแล้วมีประมาณ 110 แห่ง ขณะที่ในปี 2551 คาดว่าธุรกิจหนังสือจะมีอัตราการเติบโต เพิ่มขึ้น 6-7% หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 1.92 ล้านบาท ทั้งนี้จากการส่งเสริมให้คนรักการอ่าน สำหรับตลาดหนังสือเด็กซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 25-30 คิดว่าจะมีมูลค่าตลาดประมาณ 4,950 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักจากจำนวนร้านจำหน่ายหนังสือที่เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับผู้ประกอบการสำนักพิมพ์มีการพัฒนาและวางแผนผลิตหนังสือเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภควัยเด็กเพิ่มมากขึ้น

4. ข้อเสนอแนะขององค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลทฤษฎีเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อตลาดหนังสือเด็ก ขององค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากภาครัฐบาล ภาคเอกชน สมาคม ผู้ประกอบการ นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ ประกอบกับข้อมูลปฐมภูมิซึ่งได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก (Indepth Interview) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็ก ผู้ปกครอง ครู บรรณารักษ์ ตลอดจนผู้ประกอบการในส่วนของสำนักพิมพ์และร้านจำหน่ายหนังสือ ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะของผู้เกี่ยวข้องข้างต้นมาบูรณาการเข้าด้วยกัน ซึ่งผู้เกี่ยวข้องข้างต้นได้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาตลาดหนังสือเด็ก ดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะที่มีต่อตลาดหนังสือเด็ก
2. ข้อเสนอแนะด้านการดำเนินธุรกิจของสำนักพิมพ์
3. ข้อเสนอแนะด้านการปรับปรุงและพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์
4. ข้อเสนอแนะด้านการดำเนินธุรกิจของร้านจำหน่ายหนังสือ
5. ข้อเสนอแนะด้านบทบาทของครอบครัว พ่อแม่ผู้ปกครองที่ส่งเสริมการอ่านหนังสือ
6. ข้อเสนอแนะที่มีต่อบทบาทของโรงเรียนและครูและระบบการศึกษาในการส่งเสริมการอ่าน
7. ข้อเสนอแนะที่มีต่อภาครัฐบาลในการส่งเสริมด้านการอ่านหนังสือ
8. ข้อเสนอแนะด้านการร่วมมือกันระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้อง
9. ข้อเสนอแนะด้านการกระจายหนังสือให้เข้าถึงเด็กและชุมชนมากขึ้น
10. ข้อเสนอแนะที่มีต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของการอ่านหนังสือ