



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเป็นที่รับรู้กันทั่วไปว่า หนังสือมีความสำคัญยิ่งทั้งต่อบุคคลที่เป็นผู้อ่าน ต่อประเทศชาติ และสังคมมนุษยชาติ กล่าวคือในแง่ของตัวบุคคลจะช่วยให้เป็นผู้มีความรอบรู้กว้างขวาง สามารถปรับตัวให้เข้ากับสังคม และร่วมกิจกรรมในชุมชนได้เป็นอย่างดี ในแง่ประโยชน์ต่อประเทศชาติ หนังสือมีความจำเป็นยิ่งต่อการศึกษา การสืบทอดวัฒนธรรม และการกระตุ้นให้เกิดการค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ในแง่สังคมมนุษยชาติหนังสือที่ดีสามารถเป็นสื่อสร้างความรัก สันติสุข ขึ้นในใจคน สร้างทัศนคติและความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างบุคคล ระหว่างคนในแต่ละสังคม และแต่ละชาติ ทำให้เกิดความสงบและสันติ (แม้มาส ชวลิต 2526: คำนำ)

องค์การศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติได้ตระหนักถึงความสำคัญของหนังสือดังกล่าว จึงมีการประชุมร่วมระหว่างรัฐสมาชิก และได้ตกลงเป็นเอกฉันท์ประกาศกฎบัตรสากลว่าด้วยหนังสือ เมื่อปี ค.ศ. 1971 (พ.ศ. 2514) และปฏิญญาสากลว่าด้วยการสร้างสังคมการอ่าน เมื่อปี ค.ศ. 1982 (พ.ศ. 2525) เพื่อรณรงค์ส่งเสริมการผลิตหนังสือที่มีคุณภาพ และสอดคล้องกับความต้องการในการพัฒนาประเทศ รวมทั้งส่งเสริมการอ่านให้มากขึ้น ซึ่งการจะบรรลุผลสำเร็จนั้น อุตสาหกรรมการพิมพ์เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญ รวมทั้ง ห้องสมุด และร้านจำหน่ายหนังสือที่มีความจำเป็นต่อผู้จัดพิมพ์และประชาชนผู้อ่าน (กระทรวงศึกษาธิการ. กรมวิชาการ 2529: 147-154)

ห้องสมุดและร้านจำหน่ายหนังสือเป็นศูนย์กลางสำหรับนักอ่านและผู้แสวงหาหนังสือ แหล่งการอ่านทั้งสองแห่งนี้มีลักษณะที่แตกต่างกันบางประการ คือห้องสมุดเป็นแหล่งบริการแบบให้เปล่าหรือเสียค่าสมาชิกเพียงเล็กน้อย ส่วนร้านจำหน่ายหนังสือเป็นธุรกิจการค้า ผู้ที่ต้องการหนังสืออ่านจึงต้องใช้วิธีการซื้อ นอกจากนี้หนังสือที่จัดไว้บริการในห้องสมุดกับในร้านจำหน่ายหนังสือก็มีความแตกต่างกัน คือ ในห้องสมุดได้รับการคัดเลือกและกลั่นกรองแล้วขึ้นหนึ่งจากบรรณารักษ์ฝ่าย

จัดหาของห้องสมุด แต่หนังสือจากร้านจำหน่ายหนังสือจะมีหลากหลายทั้งรูปแบบ เนื้อหา และคุณภาพ ผู้อ่านจำเป็นจะต้องคัดเลือกและใช้วิจารณญาณในการซื้อ

การเลือกซื้อหนังสือเป็นสิ่งจำเป็น เพราะนอกจากเลือกเพื่อให้ได้หนังสือที่ตรงกับความ ต้องการแล้ว ยังเนื่องมาจากสภาวะของตลาดหนังสือคือ ปัจจุบันสำนักพิมพ์ต่าง ๆ มีการแข่งขันกัน ทั้งในด้านการจัดพิมพ์และการตลาด มีการผลิตหนังสือมากมายทั้งตำราวิชาการ สารคดีทั่วไป และบันเทิงคดี หนังสือจำนวนมากมาย่อมมีคุณภาพต่าง ๆ กันทั้งที่ดีและไม่ดี ผู้ซื้อจึงต้องพิจารณา หนังสือแต่ละเล่มที่จะซื้อในหลาย ๆ ด้าน เช่น การออกแบบและจัดพิมพ์ วัสดุที่ใช้ในการพิมพ์ และ ประเภทของหนังสือ เป็นต้น เพื่อให้ได้หนังสือที่มีคุณภาพมีคุณค่าแก่การอ่านและคุ้มกับค่าใช้จ่าย

การเลือกซื้อหนังสือของกลุ่มผู้ซื้อนั้น จากการสำรวจข้อมูลโดยสอบถามความคิดเห็นของ ร้านจำหน่ายหนังสือและสำนักพิมพ์ โดย พูลสุข ศรีภรณ์ (2516: 217-218) ผลปรากฏว่าผู้ซื้อ ส่วนใหญ่ไม่คำนึงถึงคุณภาพ แต่ให้ความสำคัญกับราคามากกว่า กล่าวคือ ถ้าหนังสือราคาถูกแม้ ด้อยคุณภาพ ผู้ซื้อจะสนใจซื้อมากกว่าหนังสือที่มีราคาแพง นอกจากนี้ ผู้ซื้อส่วนใหญ่ยังมุ่งซื้อหนังสือ โดยเลือกจากชื่อนักเขียน ส่วนการโฆษณาไม่มีผลชักจูงให้ผู้ซื้อ ซื้อหนังสือ

ในด้านวัตถุประสงค์ในการซื้ออ่าน ผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายบางท่านมีความคิดเห็น ว่าผู้อ่านซื้อหนังสืออ่านด้วยวัตถุประสงค์จำกัด โดยส่วนใหญ่ซื้อหนังสืออ่านเพื่อความก้าวหน้าของอาชีพ หรือเพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวันเท่านั้น ทำให้เป็นปัญหาส่วนหนึ่ง ในด้านการผลิตและจำหน่าย หนังสือ ("การตลาด : พ็อคเก็ตบุ๊ก..." 2524 : 52-57)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกซื้อหนังสือข้างต้น เป็นทัศนะจากฝ่ายจำหน่ายหนังสือแต่ ทัศนะจากฝ่ายผู้ซื้อนั้น ยังไม่มีการสำรวจมาก่อน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการเลือก ซื้อหนังสือ และความคิดเห็นของผู้ซื้อต่อหนังสือ โดยจะทำการศึกษาจากผู้อ่านที่เข้าไปซื้อหนังสือ ในร้านจำหน่ายหนังสือย่านสยามสแควร์ อันเป็นตลาดหนังสือที่สำคัญที่สุดของกรุงเทพมหานคร มีบทบาทในธุรกิจการจำหน่ายหนังสือมากที่สุดในประเทศ ("ธุรกิจหนังสือและสิ่งพิมพ์ : ทนทาง หนังสือไทยในปี 2527" 2527 : 44-47) ซึ่งข้อมูลจากการวิจัยนี้ย่อมเป็นประโยชน์ต่อฝ่าย ผลิตและจำหน่ายหนังสือในอันที่จะปรับปรุงการผลิตและจัดจำหน่ายให้ดีขึ้น และสอดคล้องกับ ความ ต้องการของผู้ซื้อ ซึ่งย่อมเป็นผลดีต่อการส่งเสริมการอ่าน และการพัฒนาคุณภาพของประชากรด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจสภาพของผู้ซื้อหนังสือ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
2. เพื่อศึกษาการเลือกซื้อของผู้อ่าน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่าน ความถี่ในการซื้อหนังสือ จำนวนหนังสือที่ซื้อต่อเดือน ราคาต่อเล่มของหนังสือที่ซื้อ ประเภทหนังสือที่ซื้อ ซึ่งแบ่งเป็นประเภทสารคดี (Non-Fiction) รวมทั้งตำราวิชาการและวรรณคดี และประเภทบันเทิงคดี (Fiction) ได้แก่ นวนิยาย และเรื่องสั้น และเนื้อหาของหนังสือที่ซื้อ
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ซื้อที่มีต่อหนังสือและตลาดหนังสือในปัจจุบัน สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการซื้อหนังสือ ปัญหาในการซื้อหนังสือความเพียงพอของหนังสือประเภทต่าง ๆ คุณภาพของหนังสือ และข้อเสนอแนะอื่น ๆ

แนวเหตุผล

ต่อไป

การเลือกซื้อหนังสือของผู้อ่าน ขึ้นกับสภาพของผู้อ่าน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยศึกษาการเลือกซื้อหนังสือของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ประชากรที่ศึกษาเป็นกลุ่มตัวอย่างจาก ผู้ที่เข้าไปเลือกซื้อหนังสือ จำนวน 400 คน ในร้านจำหน่ายหนังสือย่านสยามสแควร์ทั้งหมด 8 ร้าน ได้แก่ ดวงกมล ศูนย์หนังสือกรุงเทพ บรรณกิจ โอเดียนสโตร์ บุกเชส ทมิวจีน ประพันธ์สาส์น และธีรสาส์น



วิธีดำเนินการวิจัย

1. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกซื้อหนังสือ ประกอบด้วยคำถามแบบปลายเปิด และปลายเปิด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 ประกอบด้วยสถานภาพของผู้อ่านที่ซื้อหนังสือ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาการเลือกซื้อหนังสือของผู้อ่าน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสืออ่าน ขนาด รูปเล่ม ราคาต่อเล่มที่ซื้อ ประเภทและเนื้อหาของหนังสือที่ซื้อ

ส่วนที่ 3 เป็นการสำรวจความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และปัญหาของผู้อ่านต่อหนังสือและตลาดหนังสือในปัจจุบัน

2. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้ซื้อหนังสือที่ร้านดวงกมล จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ของกลุ่มตัวอย่าง ทดสอบประสิทธิภาพของแบบสอบถามและปรับปรุงแก้ไขให้เป็นฉบับสมบูรณ์ต่อไป

3. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งเป็นผู้ซื้อหนังสือจากร้านจำหน่ายหนังสือย่านสยามสแควร์ 8 ร้าน ๆ ละ 50 คน การแจกแบบสอบถาม จะแจกร้านละ 2 ครั้ง ในวันปฏิบัติงานราชการ 1 ครั้ง และวันหยุดสุดสัปดาห์ 1 ครั้ง โดยจะแจกในเดือน พฤษภาคม ในช่วงที่ปิดภาคการศึกษาซึ่งมีผู้ซื้อหนังสือมาก

4. วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติ ดังนี้ คือ

4.1 คำนวณค่าอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตร

$$P = \frac{f}{N} \times 100$$

4.2 ค่าเฉลี่ยมัธยฐานเลขคณิต (The Arithmetic Mean) โดยใช้สูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum fx}{N}$$

4.3 ทดสอบไคสแควร์ (Chi - Square test) โดยใช้สูตร

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^c \sum_{j=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

5. สรุปผลการวิจัยและให้ข้อเสนอแนะ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบสภาพภาพของผู้ซื้อหนังสือ ตลอดจนแนวทางในการพิจารณาเลือกซื้อหนังสือ วัตถุประสงค์ในการซื้ออ่าน สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ องค์ประกอบของหนังสือที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ ปัญหาในการซื้อ และความคิดเห็นของผู้ซื้อต่อตลาดหนังสือในปัจจุบัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อฝ่ายผลิตและจำหน่ายหนังสือ ในอันที่จะวางแผนทางด้านการตลาดให้สามารถผลิตและจำหน่ายหนังสือให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อยิ่งขึ้น
2. บรรณารักษ์ได้ทราบความสนใจ หรือแนวทางในการเลือกหนังสืออ่าน ของผู้อ่านที่มีสภาพต่างกัน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการเลือกซื้อหนังสือของห้องสมุด เพื่อให้สนองความต้องการของผู้ใช้ได้ดียิ่งขึ้น และส่งเสริมการอ่านได้อย่างเหมาะสม

คำอธิบายศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

ผู้อ่าน, ผู้ซื้อหนังสือ

หมายถึง ผู้ที่เข้าไปเลือกซื้อหนังสือในร้าน
จำหน่ายหนังสือย่านสยามสแควร์ ทั้งชาย
และหญิง ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป

ร้านจำหน่ายหนังสือ

หมายถึง ร้านจำหน่ายหนังสือทั้งหมด 8 ร้าน
ในย่านสยามสแควร์ ในช่วงเวลาที่เริ่มดำเนินการ
วิจัยในปี พ.ศ. 2530 ได้แก่ ร้านดวงกมล
ศูนย์หนังสือกรุงเทพ บรรณกิจ โอเดียนสโตร์
บิคเชส ทมิวจีน ประพันธ์สาส์น และธีรสาส์น
หมายถึง ปัจจัยที่มีผลให้ผู้อ่านตัดสินใจซื้อหนังสือ
แบ่งออกเป็น

สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการซื้อหนังสือ

1. องค์ประกอบของหนังสือ ได้แก่
เนื้อเรื่อง ผู้แต่ง ภาพประกอบ สำนักพิมพ์
ปีพิมพ์ เป็นต้น

2. แรงจูงใจอื่น ๆ ที่โน้มน้าวใจให้ผู้อ่านต้องการซื้อหนังสือ ได้แก่ คำแนะนำของเพื่อนหรืออาจารย์ บทวิจารณ์หนังสือตามวารสารและหนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ หรือละครโทรทัศน์ ผลการประกวดหนังสือ เป็นต้น

หนังสือ

หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่มีการเย็บเล่มถาวร ไม่รวมนิตยสาร วารสาร

วรรณกรรมวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การสำรวจเกี่ยวกับสภาพทั่วไปในการเลือกซื้อหนังสือทั้งในด้านประเภทและเนื้อหาของหนังสือที่ซื้อ ปริมาณที่ซื้อ ปัญหาในการซื้อ และอื่น ๆ ที่จะทำการวิจัยนี้ ยังไม่มีวรรณกรรมวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรง แต่มีวรรณกรรมวิจัยบางเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหนังสือ ดังนี้ คือ

ใน ค.ศ. 1959 อาห์หมัด (Ahmad 1964 : 9-49) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ของชาวปากีสถานตะวันตกที่มีต่อการอ่านหนังสือ พบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการซื้อหนังสือ ดังนี้ คือ ผู้มีรายได้สูงนิยมซื้อหนังสืออ่านมากกว่าการยืม คือ ซื้อถึง ร้อยละ 80 ยืมเพียงร้อยละ 20

ต่อมาใน ค.ศ. 1965 แมคเอลรอย (McElroy 1968 : 154-157) ได้ศึกษาเกี่ยวกับหนังสือประเภทต่าง ๆ ที่ชาวอเมริกันชอบอ่าน โดยรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,469 คน มีผลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหนังสือ ดังนี้ คือ แหล่งที่ผู้อ่านได้หนังสืออ่านเป็นส่วนใหญ่คือ การซื้อและยืมจากห้องสมุด รองลงมาคือ ยืมจากเพื่อนหรือญาติ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้อ่านที่ชอบอ่านหนังสือเกี่ยวกับการพัฒนาตนเอง (Self improvement) ส่วนใหญ่ซื้อหนังสืออ่าน

ใน ค.ศ. 1982 องค์การแกลลัป (Gallup Organization) ในสหรัฐอเมริกาได้สัมภาษณ์ชาวอเมริกันทางโทรศัพท์ จำนวน 3,083 คน ซึ่งมีอายุมากกว่า 18 ปีขึ้นไป เกี่ยวกับการซื้อหนังสืออ่าน พบว่า ผู้ซื้อหนังสือส่วนใหญ่ซื้อหนังสือจากร้านจำหน่ายหนังสือ มากกว่าซื้อจากห้าง

สรรพสินค้าและแผงขายหนังสือ ผู้ซื้อส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับวิทยาลัย เพศชายซื้อหนังสือมากกว่าเพศหญิง ช่วงอายุที่ซื้อหนังสือมากที่สุดอยู่ในช่วงอายุ 18-24 ปี และผู้ซื้อหนังสือส่วนใหญ่มีรายได้ตั้งแต่ 30,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปีขึ้นไป (Wood 1983 : 17)

วรรณกรรมวิจัยของไทยที่เกี่ยวกับการเลือกซื้อหนังสือมี 1 เรื่อง คือ เรื่อง การเลือกซื้อหนังสือสำหรับเด็กของผู้ปกครองนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 และประถมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสาธิตของมหาวิทยาลัย และวิทยาลัยครูในเขตกรุงเทพมหานคร ของสุพร วงศ์สุนทรเลิศ (2528 : ง - จ) ผลการวิจัยพบว่าหนังสือส่วนใหญ่ที่ผู้ปกครองซื้อให้เด็ก เป็นหนังสือที่ให้ความบันเทิงประเภทเทพนิยายและนิทานพื้นเมือง ส่วนประเภทสารคดีจะซื้อหนังสือที่มีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับความรู้รอบตัวมากที่สุด รูปแบบการเขียนเป็นร้อยแก้ว เป็นหนังสือปกอ่อน รูปเล่มเป็นสี่เหลี่ยมแนวตั้ง ไม่จำกัดขนาดและความหนา ภาพประกอบเป็นภาพสี มีราคาระหว่าง 10-20 บาท และในการเลือกซื้อหนังสือจะพิจารณาด้วยตนเองโดยคำนึงถึงเนื้อเรื่องเป็นอันดับแรก ส่วนความคิดเห็นต่อคุณภาพของหนังสือในด้านเนื้อเรื่องภาพ ประกอบ การใช้ภาษาและลักษณะรูปร่างพบว่าอยู่ในระดับดี

ส่วนวรรณกรรมวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ของผู้อ่านที่ซื้อหนังสือมี 1 เรื่อง คือ เรื่องลักษณะเฉพาะบุคคลของผู้ใช้ห้องสมุดประชาชนในกรุงเทพมหานครกับการอ่าน ของจินตนา เจียมพิทักษ์วงษ์ (2527 : 170-171) ผลการวิจัย พบว่า เพศชายนิยมซื้อหนังสือมากกว่าเพศหญิง ผู้อ่านช่วงอายุ 24-29 ปี นิยมซื้อหนังสืออ่านมากกว่าผู้อ่านในช่วงอายุอื่น ผู้อ่านที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและระดับประถมศึกษาซื้อหนังสืออ่านมากกว่าระดับการศึกษาอื่น และผู้อ่านอาชีพผู้ประกอบการค้านิยมซื้ออ่านมากกว่าชอยืมจากห้องสมุด จากเพื่อนหรือญาติ หรือเช่าอ่าน

จากวรรณกรรมวิจัยข้างต้น สรุปสถานการณ์ของผู้อ่านกับการซื้อหนังสือได้ดังนี้

เพศ วรรณกรรมวิจัยเกี่ยวกับการซื้อหนังสือในสหรัฐอเมริกา (Wood 1983 : 17) และวรรณกรรมวิจัยผู้อ่านหนังสือในประเทศไทย (จินตนา เจียมพิทักษ์วงษ์ 2527 : 170-171) พบผลที่ได้สอดคล้องกัน คือ เพศชายซื้อหนังสืออ่านมากกว่าเพศหญิง

อายุ ระดับอายุผู้ซื้อหนังสือส่วนใหญ่ ซึ่งองค์การแกลลัป (Gallup Organization) ในสหรัฐอเมริกา ได้ทำการสำรวจพบว่า อยู่ในช่วงอายุ 18-24 ปี (Wood 1983 : 17) ส่วนการสำรวจผู้อ่านในประเทศไทย ของจินตนา เจียมพิทักษ์วงษ์ (2527 : 170) พบว่า ผู้ซื้อหนังสือส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุ 24-29 ปี

ระดับการศึกษา ระดับการศึกษาที่ซื้อหนังสืออ่านเป็นส่วนใหญ่ ในสหรัฐอเมริกา พบว่า อยู่ในระดับวิทยาลัย (Wood 1983 : 17) ส่วนในประเทศไทยผู้ซื้อหนังสือส่วนใหญ่ คือ ระดับประถมศึกษา และระดับที่สูงกว่าปริญญาตรี (จินตนา เจียมพิทักษ์วงษ์ 2527 : 171)

อาชีพ จากการสำรวจอาชีพกับการซื้อหนังสือในประเทศไทย พบว่า ผู้ซื้อหนังสือส่วนใหญ่ คือผู้ประกอบการค้า (จินตนา เจียมพิทักษ์วงษ์ 2527 : 171)

รายได้ ในการสำรวจผู้อ่านในปากีสถานตะวันตก พบว่า ผู้มีรายได้สูงนิยมซื้อหนังสือมากกว่าผู้มีรายได้ต่ำ กล่าวคือ ร้อยละ 80 ซื้อหนังสืออ่าน ร้อยละ 20 ขอยืมหนังสืออ่าน (Ahmad 1964 : 39) และจากการสำรวจในสหรัฐอเมริกา พบว่า ผู้ซื้อหนังสือส่วนใหญ่ มีรายได้ตั้งแต่ 30,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปีขึ้นไป (Wood 1983 : 17)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย