

อ่านอะไร...คนไทย?

นำเสนอเมื่อ : 2 มี.ค. 2558

ในยุคที่สังคมออนไลน์เป็นมากกว่าโลกคู่ขนาน 'การอ่าน' กับ 'การดู' มีเพียงเส้นบางกั้น...

...เป็นที่มาของคำกล่าวหา "คนไทยไม่อ่านหนังสือ" หรืออันที่จริงคนไทยอ่าน เพียงแต่ "อ่านอะไร?"

ดูเหมือนคำกล่าวที่ว่า "คนไทยไม่อ่านหนังสือ"

จะกลายเป็นคำจำกัดความถึงวัฒนธรรมการอ่านของคนไทยไปแล้ว ไม่ว่าจะด้วยนิสัยใจคอ, สภาพแวดล้อม หรือปัจจัยอะไรต่อมิอะไรที่ทำให้คนไทยไม่อ่านหนังสือ (อย่างที่เขาวา) แต่วันนี้มีคำอธิบายเป็นเรื่องเป็นราวเรียบร้อยแล้ว...

เพราะก่อนหน้านี้ยังไม่มีใครชี้ชัดได้ว่าคนไทยอ่านหนังสือหรือไม่ ถ้าอ่านพวกเขาอ่านอะไร มีเพียงการคาดเดาและตีตราว่าเป็นอย่างไรนั้นเป็นอย่างไร อันที่จริงข้อมูลเหล่านี้หากเราจริงจังจะมีคุณมากกว่าแค่รู้ว่าคนไทยอ่านหนังสือหรือไม่และอย่างไร เพราะไม่ว่าจะในธุรกิจใดก็ต้องการข้อมูลจากการสำรวจและวิจัยทั้งนั้น ธุรกิจหนังสือก็เช่นเดียวกัน

ดังนั้นสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) จึงร่วมมือกับคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ECON CHULA) และศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) ทำงานวิจัย 'พฤติกรรมกรรมการอ่านและการซื้อหนังสือของคนไทย' เพื่อเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบและนำไปสู่การวางนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้อย่างมีทิศทางที่เหมาะสม

โดยสำรวจเก็บแบบสอบถามจากประชาชนที่มีอายุระหว่าง 15-69 ปีที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และอำเภอเมืองของจังหวัดปริมณฑลนนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และ 8 จังหวัดใหญ่ใน 4 ภูมิภาค ประกอบด้วย นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ เชียงใหม่ ขอนแก่น สงขลา และชลบุรี รวม 12 จังหวัด สำรวจในช่วงเดือนธันวาคม 2557 ถึงมกราคม 2558 อ้างอิงฐานข้อมูลการสำมะโนประชากรปี 2553 สำนักงานสถิติแห่งชาติ รวมจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 3,432 ตัวอย่าง คำนวณสัดส่วนการเก็บข้อมูลตามสัดส่วนประชากรจริงจำแนกตามเพศและอายุ แล้วได้ผลดังนี้

พฤติกรรมกรรมการอ่าน

พฤติกรรมการอ่านทั่วไปของคนไทย ซึ่งรวมไปถึงตำราเรียน หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่น อาทิ เว็บไซต์ ฯลฯ พบว่าส่วนมากจะอ่าน 88.0 ระบุว่าอ่าน อย่างไรก็ตามก็ดี สัดส่วนร้อยละ

12.0 หรือ 1 ใน 10 ของประชากรที่ระบุว่าไม่อ่านอะไรเลยก็ยังถือเป็นตัวเลขที่ค่อนข้างมาก พวกเขาจะระบุว่าสาเหตุหลักคือ ไม่มีเวลาอ่าน (ร้อยละ 63.0) สายตาไม่ดี (ร้อยละ 29.5) และไม่ชอบอ่านหนังสือ (ร้อยละ 25.7)

เมื่อพิจารณาเฉพาะการอ่านหนังสือตามนิยามที่สมาคมผู้จัดพิมพ์ฯ ให้ไว้ ซึ่งก็คือหนังสือนอกเวลาเรียนหรือเวลาทำงานเฉพาะที่เป็นเล่ม ทั้งแบบพิมพ์ด้วยกระดาษและ e-book โดยไม่รวมตำราเรียน หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นอย่างเว็บไซต์ ฯลฯ ซึ่งต่อไปนี้จะถูกเรียกว่า “หนังสือ” พบว่า กลุ่มที่อ่านหนังสือเป็นประจำ (ความถี่มากกว่าสัปดาห์ละ 3 วัน) มีเพียงร้อยละ 40.2 ของประชากร ขณะที่กลุ่มที่อ่านหนังสืออยู่บ้าง (ความถี่น้อยกว่าสัปดาห์ละ 3 วัน) อยู่ที่ร้อยละ 20.1 แต่ประชากรสัดส่วนมากถึงร้อยละ 39.7 ที่ไม่อ่านหนังสือเลย

ผลสำรวจจะใช้เวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยต่อวัน พบว่า ระยะเวลาของคนไทย (ที่มีอายุ 15-69 ปี) ที่ใช้ในการอ่านหนังสืออยู่ที่เฉลี่ยประมาณวันละ 28 นาที ลดลงจากการสำรวจการอ่านหนังสือของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2556 ที่พบว่า ผู้อ่านหนังสือที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป ใช้เวลาอ่านหนังสือเฉลี่ยวันละ 37 นาที (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557) และลดลงต่อเนื่องจากการสำรวจในปี 2548 ที่ผู้อ่านหนังสือที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป ใช้เวลาอยู่ที่ระหว่าง 30-59 นาที (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2548)

สัดส่วนของคนอ่านหนังสือต่อประชากรทั้งหมดอยู่ที่ร้อยละ 60.3 หรือกล่าวได้ว่ามีคนอีก 2 ใน 5 ของประชากรอายุ 15-69 ปีที่ไม่อ่านหนังสือเลย (อย่างน้อยในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา) ซึ่งนับว่าเป็นสัดส่วนที่มากอย่างไรก็ดี ระยะเวลาของคนไทยเฉพาะที่อ่านหนังสือใช้ในการอ่านหนังสือนั้นเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณวันละ 46 นาที โดยคนที่อ่านหนังสือมากที่สุดคือคนที่อายุน้อยกว่า 20 ปี ใช้ระยะเวลาการอ่านเฉลี่ยอยู่ที่วันละ 49 นาที (ต่อคนที่ทั้งที่อ่านและไม่อ่านหนังสือ หรือวันละ 56 นาทีเมื่อคิดเฉพาะคนที่อ่าน) และค่อยๆ ลดลงเรื่อยๆ ในคนที่ที่มีอายุสูงขึ้นเป็นลำดับ จนกระทั่งคนที่ที่มีอายุมากกว่า 61 ปี จะกลับมาอ่านเพิ่มขึ้นอีกครั้งหนึ่งอย่างไรก็ดี ระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านของเด็กและเยาวชนในปัจจุบันนั้นไม่แตกต่างจากการสำรวจการอ่านหนังสือของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2556 ที่พบว่า กลุ่มเด็กและเยาวชนใช้เวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยวันละ 46-50 นาที แต่ที่น่าสนใจคือ เกือบทั้งหมดของการอ่านในกลุ่มนี้เป็นหนังสือประเภทการ์ตูน/นิยายภาพ และคู่มือเตรียมสอบ

ทั้งนี้ ช่วงเวลาการอ่านหนังสือในวันจันทร์-ศุกร์ พบว่าโดยมากอ่านเวลารว่างระหว่างวัน และก่อนนอน คิดเป็นร้อยละ 58.5 และ 39.6 ตามลำดับ ส่วนวันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุด พบว่าโดยมากอ่านก่อนนอน และช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 43.3 และ 36.5 ตามลำดับ สำหรับสถานที่อ่านหนังสือ ส่วนมากอ่านที่บ้านคิดเป็นร้อยละ 83.7 ทั้งนี้พฤติกรรมการอ่านที่ส่วนมากเป็นการอ่านในระยะเวลาที่ไม่ยาวนานก็คือไม่เกิน 30 นาทีในช่วงวันธรรมดา ระหว่างวันและก่อนนอน และสถานที่หลักเป็นที่บ้าน แสดงให้เห็นว่าการอ่านหนังสือของคนไทยมีลักษณะเป็นงานอดิเรกประเภทหนึ่ง เพื่อฆ่าเวลาในช่วงเวลาสั้นๆ

ประเด็นนี้สอดคล้องกับเหตุผลในการอ่านหนังสือ ได้แก่ สนุก เพลิดเพลิน บันเทิง (ร้อยละ 49.2) เพิ่มพูนความรู้ พัฒนาตนเอง (ร้อยละ 47.3) และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ (ร้อยละ 38.7) ส่วนประเภทเนื้อหาที่ชอบอ่าน อันดับหนึ่งคือ การ์ตูน/นิยายภาพ (ร้อยละ 34.4) ลำดับรองลงมาที่สำคัญได้แก่ สุขภาพ/อาหาร (ร้อยละ 28.1) สารคดี/ประวัติศาสตร์/ชีวประวัติ (ร้อยละ 23.1) นวนิยายไทย (ร้อยละ 21.8) และท่องเที่ยว (ร้อยละ 21.3) ตามลำดับ

ส่วนผู้ที่ไม่ได้อ่านหนังสือตามนิยามของ PUBAT แต่อ่านจากประเภทอื่นนั้น ส่วนมากร้อยละ 83.2 ระบุว่าเนื้อหาที่ชอบอ่านคือข่าวสารประจำวัน รองลงมาคือร้อยละ 48.4 ชอบอ่านกีฬา ร้อยละ 43.4 ชอบอ่านวิเคราะห์ข่าว ร้อยละ 38.3 ชอบอ่านบันเทิง ร้อยละ 23.0 ชอบสุขภาพ/อาหาร และร้อยละ 19.7

ชอบดูดวง/โหราศาสตร์/ความเชื่อ ตามลำดับ ซึ่งส่วนมากเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

พฤติกรรมกาซื้อ

หากพิจารณาการซื้อหนังสือพบว่า คนไทยที่อ่านหนังสือจะซื้อหนังสือเฉลี่ยปีละ 4 เล่ม โดยคนกลุ่มที่ซื้อหนังสือมากที่สุดคือคนที่อายุน้อยกว่า 20 ปีซื้อเฉลี่ยปีละ 9 เล่ม รองลงมาคือคนที่อายุ 21-30 ปีซื้อเฉลี่ยปีละ 6 เล่ม และค่อยๆ ลดจำนวนลงในคนที่มียุมากขึ้น จนกระทั่งคนที่มียุมากกว่า 61 ปีขึ้นไปจะกลับมาซื้อเพิ่มขึ้นเป็นเฉลี่ยปีละ 4 เล่ม หากอ่านหนังสือที่ซื้อครบทุกเล่มก็ยิ่งถือได้ว่าการอ่านของคนไทยเมื่อนับเป็นจำนวนเล่มอยู่ในระดับที่น้อยมากและน่าสนใจว่าเด็กไทยอ่านหนังสือปีละ 9 เล่มนั้นจำนวน 4 เล่มเป็นการดู/นินยภาพ และอีก 3 เล่มเป็นคู่มือเตรียมสอบ

ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านหนังสือจำนวนร้อยละ 68.3 เคยเข้าร้านขายหนังสือ ซึ่งเฉพาะกลุ่มที่เคยเข้าร้านหนังสือนั้น พบว่าเกือบ 3 ใน 4 ระบุว่าเขาที่ร้านแล้วซื้อหนังสือเมื่อสอบถามต่อไปถึงจำนวนหนังสือโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ซื้อจากร้านหนังสือพบว่าส่วนมากหรือร้อยละ 83.8 ซื้อไม่เกินครั้งละ 2 เล่ม มีค่าใช้จ่ายในการซื้อหนังสือโดยเฉลี่ยต่อครั้งส่วนใหญ่อ้อยละ 87.9 ไม่เกิน 500 บาท และมากกว่าครึ่งหรือร้อยละ 59.5 ใช้เวลาในการเลือกหนังสือไม่เกิน 30 นาที นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 63.6 ระบุว่าหนังสือที่ต้องการซื้อในใจอยู่แล้ว จึงไปร้านหนังสือส่วนที่เหลือร้อยละ 36.4 เขาร้านหนังสือตามความสะดวกแล้วเลือกซื้อหนังสือออกมา ทั้งนี้ร้านหนังสือคือแหล่งที่ทำให้ทราบข่าวการออกหนังสือที่สำคัญที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.6 แต่ที่น่าสนใจคือการแชร์ต่อจาก social media เช่น Facebook, twitter มีสัดส่วนการทำให้ทราบข่าวสูงถึงร้อยละ 24.2 จึงเป็นอีกหนึ่งของทางที่มีความสำคัญในแง่การประชาสัมพันธ์ตัวร้านหนังสือเองจึงเป็นช่องทางสำคัญของการตัดสินใจเลือกหนังสือแต่ละชื่อเรื่องของผู้บริโภค

ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 99.1 ระบุว่าซื้อหนังสือที่ร้านหนังสือ ส่วนช่องทางอื่นๆ อาทิ ซื้อออนไลน์กับร้านหนังสือ/สำนักพิมพ์ หรือโทรสั่ง ยังมีเป็นส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 5 โดยคุณสมบัติของร้านหนังสือที่มักเข้าไปซื้อคือ การมีหนังสือหลากหลายประเภท คิดเป็นร้อยละ 77.0 รองลงมาที่สำคัญได้แก่ เลือกรวมหนังสือได้ง่าย และไกลบ้าน/ที่ทำงาน/สถานศึกษา คิดเป็นร้อยละ 53.9 และ 38.4 ตามลำดับ โดยร้านที่มักเข้าไปซื้อคือ SE-ED, ร้านนายอินทร์ และ B2S คิดเป็นร้อยละ 56.2 40.9 และ 29.8 ตามลำดับ

เมื่อสอบถามถึงการซื้อหนังสือแต่ละประเภทในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา พบว่า การดู/นินยภาพ มีผู้ซื้อมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32.6 โดยซื้อเฉลี่ย 4 เล่ม รองลงมาได้แก่ สุขภาพ/อาหาร มีผู้ซื้อร้อยละ 24.5 เฉลี่ย 2 เล่ม คู่มือเตรียมสอบมีผู้ซื้อร้อยละ 23.2 เฉลี่ย 3 เล่ม และนวนิยายไทยมีผู้ซื้อร้อยละ 23.1 เฉลี่ย 3 เล่ม

งานสัปดาห์/มหกรรมหนังสือ กับการซื้อหนังสือในร้านหนังสือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านหนังสือจำนวน 1 ใน 5 หรือร้อยละ 20.2 เคยไปงานสัปดาห์หนังสือ/งานมหกรรมหนังสือ หรืองานบุคส์แฟร์อื่นๆ ซึ่งผู้ที่ไปงานสัปดาห์หนังสือเหล่านี้ซื้อหนังสือจำนวนเฉลี่ยมากกว่าการซื้อจากร้านขายหนังสือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อหนังสือจำนวน 3 เล่มขึ้นไปมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 32.6 โดยเฉพาะผู้ที่ซื้อจำนวนมากกว่า 4 เล่มนั้น เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 4 เป็นร้อยละ 10 และมูลค่าการซื้อเกิน 500 บาท มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็น 30.2 นั้นหมายความว่าคนที่มางานสัปดาห์หนังสือ/งานมหกรรมหนังสือมีการซื้อจำนวนเล่มเฉลี่ยต่อคนในงานมากกว่าการซื้อในร้านหนังสือตลอดช่วง 6 เดือน

และใช้จ่ายเงินที่สูงกว่า

หากพิจารณาสัดส่วนของผู้ที่เคยไปงานสัปดาห์หนังสือ/งานมหกรรมหนังสือ หรืองานบู๊คส์แฟร์อื่นๆ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาในแต่ละจังหวัด พบว่า คนกรุงเทพฯและปริมณฑลมีจำนวนผู้ที่เคยไปงานน้อยที่สุด โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ประมาณร้อยละ 7 ของผู้อ่านหนังสือ ขณะที่ในต่างจังหวัดนั้นอยู่ที่ประมาณร้อยละ 20 แต่หากเทียบเป็นจำนวนคน คนกรุงเทพฯมีจำนวนคนที่ไปเดินงานสัปดาห์หนังสือ/งานมหกรรมหนังสือมากกว่าต่างจังหวัดมาก ทั้งนี้เพราะตลาดหนังสือในกรุงเทพฯและปริมณฑลนั้นใหญ่กว่าในต่างจังหวัดหลายเท่า

เมื่อพิจารณาความถี่ในการเข้าร้านหนังสือและความถี่ในการซื้อหนังสือในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามพฤติกรรมที่ว่าเคยหรือไม่เคยไปงานมหกรรมหนังสือ พบว่า คนที่ซื้อหนังสือในร้านหนังสือมีแนวโน้มจะเป็นคนที่ไปงานมหกรรมหนังสือ แต่คนที่ไปงานมหกรรมหนังสือมีทั้งคนที่เคยและไม่เคยเดินเข้าร้านหนังสือเลยในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา กล่าวคือ งานมหกรรมหนังสือจะมีตลาดครอบคลุมผู้ซื้อที่กว้างกว่าการขายหนังสือในร้านหนังสือทั่วไป

อินเทอร์เน็ตกับการอ่านและการซื้อ

พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนผู้อ่านหนังสือ พบว่าวันจันทร์-ศุกร์ มีตัวอย่างร้อยละ 67.5 ที่ใช้อินเทอร์เน็ต ส่วนวันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุด มีตัวอย่างร้อยละ 64.8 ใช้อินเทอร์เน็ต เมื่อสอบถามผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตถึงผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ตต่อการอ่านหนังสือที่เป็นกระดาษ พบว่าเกือบครึ่งคือร้อยละ 41.4 ระบุว่าหนังสือที่เป็นกระดาษนั้นลดลง โดยส่วนใหญ่หันไปอ่านเว็บข่าวและเว็บรวบรวมข่าว (เช่น sanook, kapook, mthai) แทน นั่นหมายความว่าเมื่อสอบถามจำนวน 2 ใน 5 ยอมรับว่าการใช้อินเทอร์เน็ตมีผลให้อ่านหนังสือเล่มน้อยลง ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เหลืออาจไม่ได้หมายความว่าอินเทอร์เน็ตไม่มีผลต่อการตัดสินใจอ่านหนังสือเล่มของพวกเขา แต่อาจจะเกิดผลกระทบโดยไม่รู้ตัว ในส่วนนี้จึงกล่าวได้เพียงว่า ประชากรจำนวน 'อย่างน้อย' เกือบครึ่งหนึ่งอ่านหนังสือเล่มน้อยลง เนื่องจากการใช้อินเทอร์เน็ต

หากเปรียบเทียบพฤติกรรมการอ่านหนังสือกับการใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งหมายถึงเฉพาะคนในเขตเมือง เนื่องจากเป็นการสำรวจที่ยึดเอาตลาดหนังสือที่ขายได้มากในเขตเมืองเป็นหลักนั้น จะพบว่า คนไทยกว่าร้อยละ 71 ใช้อินเทอร์เน็ตและใช้เกือบทุกวัน โดยมีระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณวันละ 92 นาที ซึ่งมากกว่าระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือมากกว่า 3 เท่าตัวโดยคนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมีระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดอยู่ที่วันละ 224 นาที หรือประมาณเกือบ 4 ชั่วโมง และหากเปรียบเทียบกับระยะเวลาที่พวกเขาใช้ในการอ่านหนังสือแล้วเท่ากับว่าคนที่อายุน้อยกว่า 20 ปีใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตมากกว่าการอ่านหนังสือถึง 4 เท่า รองลงมาคือคนที่มีอายุ 21-30 ปี มีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ 153 นาทีและมากกว่าระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือเกือบ 3 เท่าขณะที่คนที่มีอายุมากจะใช้อินเทอร์เน็ตน้อยลงเรื่อยๆ และคนที่มีอายุมากกว่า 61 ปีจะใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 10 นาทีต่อวัน ซึ่งน้อยกว่าระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือที่ประมาณวันละ 40 นาที ทั้งนี้ ข้อมูลการใช้อินเทอร์เน็ตนั้นบอกไม่ได้ว่าเป็นไปเพื่อความบันเทิงหรือเพื่อการทำงาน บอกได้แต่เพียงว่าเวลาวางของคนไทยถูกนำไปใช้กับอินเทอร์เน็ตมากกว่าการอ่านหนังสืออย่างมาก

ฉีปะาะโครงสร้างตลาดหนังสือ

ในการพิจารณาตัวแปรต่างๆ จากการสำรวจพฤติกรรมการอ่านและซื้อหนังสือของคนไทยแล้ว พบว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชายมีพฤติกรรมการอ่านหนังสือที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ขณะที่อายุมีผลอย่างมาก

โดยคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะในช่วง 21-30 ปี มีแนวโน้มจะอ่านหนังสือมากและบ่อยกว่าคนรุ่นอื่นๆ ขณะที่คนที่มีอายุมากจะมีแนวโน้มที่จะไม่อ่านหนังสือเลย ในสวนของการศึกษานั้น มีผลค่อนข้างชัดเจนเช่นเดียวกับอายุ กล่าวคือ คนที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะเป็นคนที่อ่านหนังสือบ่อยกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย ยิ่งไปกว่านั้น คนที่มีการศึกษาน้อยมีแนวโน้มที่จะเป็นคนที่ไม่เคยอ่านหนังสือเลย ดังนั้น ปัจจัยอายุและการศึกษาจึงน่าจะเป็นประเด็นต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือที่ชัดเจน โดยปัจจัยรายได้ไม่ได้มีผลที่ชัดเจน จึงอาจกล่าวได้ว่าราคาหนังสืออาจไม่ใช่เหตุของการไม่อ่านหนังสือของคนไทย

สอดคล้องกับความสัมพันธ์ระหว่างราคาหนังสือที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายกับความถี่ในการอ่านหนังสือนั้น กลับพบว่า คนที่อ่านหนังสือบ่อยส่วนใหญ่ระบุว่าร่าราคาหนังสือเป็นเท่าไรก็ได้ ขณะที่คนที่มีความถี่ในการอ่านน้อยลง กลับระบุราคาหนังสือที่ยอมรับได้ถูกลงไปด้วย กล่าวคือ ผู้บริโภคเหล่านี้มีสองตลาดแยกขาดกันชัดเจน ตลาดหนึ่งคือ ผู้ที่อ่านหนังสือเล่มอยู่บ่อยๆ นับได้ว่าเป็นแฟนของการอ่านหนังสือเล่ม คนเหล่านี้จะยินดีจ่ายกับหนังสือได้ด้วยราคาที่ค่อนข้างสูง คนเหล่านี้จะตัดสินใจเลือกหนังสือจากคุณภาพ ขณะที่อีกตลาดหนึ่งคือกลุ่มของคนที่ไม่อ่านหนังสือหรือไม่บ่อย จะเต็มใจจ่ายในราคาหนังสือที่ต่ำ เท่ากับว่าพวกเขามีแนวโน้มที่จะตัดสินใจจากกลยุทธ์ทางด้านราคา

หากพิจารณากรณีของหนังสือเด็กนั้น พบว่า ผู้ที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพสมรส มีบุตรแล้ว มีการศึกษาตั้งแต่ระดับ ปวช. ขึ้นไปจนถึงระดับปริญญา กระจายอยู่ในเกือบทุกช่วงรายได้และลักษณะของที่อยู่อาศัย นั่นหมายความว่า ไม่ว่าจะเป็นคนที่มีรายได้เท่าไร และมีลักษณะของที่อยู่อาศัยเป็นแบบใด หนังสือเด็กยังเป็นที่ต้องการของผู้เป็นแม่ โดยส่วนใหญ่ซื้อตั้งแต่ 2 ถึง 6 เล่มต่อปี สะท้อนการที่คนไทยให้ความสำคัญกับการศึกษา อย่างไรก็ตาม ผู้ที่ซื้อหนังสือเด็ก นอกจากซื้อเพื่อตัวเองแล้วยังเป็นการซื้อเพื่อสะสม และเพื่อเป็นของขวัญในสัดส่วนรองลงมาอีกด้วย

ส่วนความถี่ในการอ่านหนังสือและระยะเวลาในการอ่านหนังสือของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น พบว่า ส่วนใหญ่ใช้เวลาอ่านไม่เกิน 30 นาที และอ่านทุกวัน รองลงมาคือการอ่านครั้งละไม่เกิน 30 นาที แต่อ่านสัปดาห์ละ 3-4 วัน นั่นคือไม่ว่าจะเป็นการอ่านด้วยความถี่บ่อยหรือไม่ ระยะเวลาในการอ่านคราวละไม่เกิน 30 นาทีเป็นประเด็นสำคัญของพฤติกรรมการอ่าน หนังสือประเภทตอนสั้นๆ แต่มีหลายๆ ตอนในเล่มเดียวกันจึงน่าจะเป็นที่น่าสนใจสำหรับผู้บริโภค

...

จากการคาดเดานำมาซึ่งการค้นหาคำตอบ คำกล่าวที่ว่าคนไทยอ่านหรือไม่อ่าน และถ้าอ่านนั้นอ่านอะไร ตอนนี้น่าจะแจ่มแจ้งขึ้นบ้าง แต่หลังจากนี้คงอยู่ที่คนในธุรกิจหนังสือและภาคส่วนอื่นๆ แล้วว่าจะนำตัวเลขเหล่านี้ไปต่อยอดอย่างไร

ที่มา กรุงเทพธุรกิจ