



บทที่ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจสิ่งพิมพ์ของไทยในปัจจุบันนี้ได้กลายเป็นธุรกิจหนึ่ง que เข้าสู่การระดมทุนเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยสามารถเปิดช่องทางการระดมทุนเพื่อดำเนินกิจการได้อย่างมหาศาล และเท่าที่พบปรากฏอยู่ในทะเบียนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี 38 นี้ มีอยู่ับจำนวนได้ถึง 9 บริษัท

การแปรสภาพของธุรกิจสิ่งพิมพ์ จากบริษัทไปสู่การเป็น "บริษัทมหาชน" จึงทำให้คณะผู้บริหารจำเป็นต้องเร่งดำเนินการผลิตเพื่อสร้างส่วนแบ่งทางการตลาด (MARKET SHARE) และเพิ่มผลกำไรต่อหุ้นให้สูงที่สุดเท่าที่จะทำได้ สื่อสิ่งพิมพ์ที่ปรากฏให้เห็นในปัจจุบันจึงทวีความแตกต่างหลากหลาย โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ที่เน้นไปยังกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (SEGMENTATION) ที่นับวันจะเพิ่มทวีจำนวนขึ้น เช่น นิตยสารสำหรับวัยรุ่น หนังสือพิมพ์สำหรับเด็ก นิตยสารนักร้องเล่นกอล์ฟนิตยสารรถต่าง ๆ หนังสือพิมพ์ประเภทวิเคราะห์ธุรกิจ รายงานหุ้น หรือหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น

สำหรับเด็ก ๆ ก็เช่นกัน สิ่งพิมพ์ประเภทหนึ่งซึ่งเกิดขึ้นมาเป็นของคู่กันคือ "หนังสือการ์ตูน" ซึ่งได้มีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงรูปแบบและเนื้อหาเพื่อแข่งขันกันอย่างรุนแรงที่สุดเท่าที่เคยปรากฏมาในวงการหนังสือการ์ตูนของเมืองไทย อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากสิ่งที่เรียกว่า "กฎหมายลิขสิทธิ์" ซึ่งจะได้กล่าวถึงต่อไป

การผลิตหนังสือการ์ตูนเพื่อตอบสนองความต้องการของเด็ก ๆ จึงเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทางธุรกิจสิ่งพิมพ์ ซึ่งจากแหล่งข้อมูลที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ ได้ประมาณกันไว้ว่า มีมูลค่าไม่ต่ำกว่า 500 ล้านบาท ต่อปี (ผู้จัดการรายวัน, 31 สิงหาคม 2537) โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์บางฉบับประเมินวงเงินหมุนเวียนไว้ว่าสูงถึง 10,000

ล้านบาทต่อปี ซึ่งคำนวณมาจากราคาหนังสือการ์ตูนของสำนักพิมพ์ที่มีลิขสิทธิ์ (มีทั้งหมด 5 สำนักพิมพ์ ที่ได้รับสิทธิในการจัดพิมพ์หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น) ทหารด้วยจำนวนแผงหนังสือ ประมาณ 50,000 แผง ทั่วประเทศคิดด้วยยอดขายเฉลี่ยต่อแผงวันละ 300 บาท

ราคาการ์ตูนที่มีลิขสิทธิ์ทั้งหมด X 300 บาท = มูลค่าตลาดหนังสือการ์ตูน 50,000 แผง

ดังนั้นคาดว่าจะมีเงินทุนหมุนเวียนวันละประมาณ 15 ล้านบาท เดือนละ 450 ล้านบาทหรือประมาณปีละ 5,400 ล้านบาท ซึ่งยอดเงินจำนวนนี้ไม่รวมถึงเงินรายได้จากหนังสือการ์ตูนเดือนซึ่งมีการลักลอบพิมพ์ โดยไม่ได้จ่ายค่าลิขสิทธิ์อีกกว่า 10 สำนักพิมพ์ ซึ่งหากรวมมูลค่าก็อาจกล่าวได้ว่าธุรกิจนี้มีมูลค่าวงเงินหมุนเวียนไม่ต่ำกว่า 10,000 ล้านบาท (ไทยโพแนนเซียล, กันยายน 2537)

ถ้าย้อนกลับไปดูความเป็นมาของหนังสือการ์ตูนในประเทศไทยนั้นตามประวัติได้ปรากฏขึ้นตั้งแต่สมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น โดยแอบแฝงอยู่ตามงานวิจิตรศิลป์ และจิตรกรรมฝาผนัง ต่าง ๆ ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 3 และ 4

"จิตรกรเอกที่มีฝีมือในการวาดภาพได้วิจิตรสวยงามมาก คือ "ขรัวอินโข่ง" ภาพของขรัวอินโข่งจะมีลักษณะเป็นภาพสมจริง และทุกครั้งที่ขรัวอินโข่งวาดภาพ ไม่ว่าจะ เป็นภาพฝาผนังหรือ ภาพจิตรกรรม ขรัวอินโข่งจะสอดแทรกอารมณ์ขันด้วยการเขียนภาพ คือ สิ่งล้อเลียนต่าง ๆ ไว้(สังเขต นาคไพจิตร : การ์ตูน มหาสารคาม/ปริดาการพิมพ์, 2530 น.27)

หนังสือ "นิทานสนุก" จัดพิมพ์โดย บริษัทประชาช่าง จำกัด ในช่วง พ.ศ. 2492 ซึ่งจัดทำ โดย ต่วน ยาวะประภาษ เป็นหนังสือนิทานอ่านเล่นสำหรับเด็กชั้น ประถมราคาเล่มละ 1 บาท ถือได้ว่าเป็นผู้ปลุกโลกหนังสือสำหรับเด็กชั้นอย่างจริงจัง ๆ และที่พิเศษคือในหนังสือนิทานสำหรับเด็กนั้นมีภาพประกอบ (ถือว่าเป็นภาพการ์ตูน)

จากฝีมือของมงคล วงศ์อุดม หรือบางฉบับก็เป็นฝีมือของสุนทร ศีระนาวัน บางทีก็เป็นฝีมือของตัวเอง โดยที่ภาพประกอบมักจะสอดแทรกอยู่ตามเนื้อเรื่องถี่มากบางเล่มมีถึงหน้าเว้นหน้า

ส่วน มงคลวงศ์อุดมภายหลังก็ได้วางภาพปกการ์ตูนให้กับ สำนักพิมพ์ดวงศึกษาไว้หลายเรื่อง เช่น เจ้าชายตำราฤทธิ์ ดาบเจ็ดสี เป็นต้น

ในปีพ.ศ.2494 พิมพ์ กาฬสีห์ เจ้าของนามปากกาว่า "ตุ๊กตา" ก็ได้เปิดตลาดหนังสือการ์ตูนพื้นบ้านไทยยุคที่สองด้วยเรื่อง "ระเด่น ลันได" ในเวลาเดียวกัน สงบแจ่มทัศนีย์ เจ้าของนามปากกา "แจ้วแหวน" ก็รวมเรื่อง "ป่าดงพงไพร" หรือ เมาศลิลูกหมาป่า ตีพิมพ์แข่งกัน(วารวิษณุ เวชุนเคราะห์, หนังสือพิมพ์คู่แข่งรายักษ์ : 2537)

จนประมาณปี พ.ศ.2504 ภาพยนตร์การ์ตูนชุด "เจ้าหนูปรมาณู" ก็ได้เข้ามาฉายออกอากาศทางโทรทัศน์ในประเทศไทยเป็นครั้งแรก จากนั้น จึงเข้าสู่ยุค "มนุษย์แปลงร่าง" คือ "ไอ้มดแดง" ที่เด็ก ๆ ในยุคนั้น (รวมทั้งผู้วิจัยเอง) ต่างก็เลียนแบบท่าแปลงร่างกันอย่างสนุกสนาน จากไอ้มดแดงตัวแรก ก็มีตัวต่อ ๆ ไปตามๆ กันมา

ในช่วงนี้เองที่พ่อค้าได้นำหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น ซึ่งมีวางจำหน่ายในวันขายหนังสือภาษาญี่ปุ่นมาแปล และ ตีพิมพ์ ให้เป็นฉบับภาษาไทย โดยใช้วิธีจ้างคนทีู้ภาษาญี่ปุ่น มาแปลให้คำแรงเป็นหน้า ๆ ไป โดยที่จะมีการลบบทสนทนาที่เป็นตัวหนังสือภาษาญี่ปุ่นออกแล้วใส่คำแปลเข้าไปแทน บางรายก็ใช้วิธีวาดเลียนแบบต้นฉบับเดิม อาศัยพอได้คำหน้าก็พอ เพราะเด็ก ๆ จะไม่พิถีพิถันมากนักเวลาดูหนังสือการ์ตูน (ผู้จัดการรายวัน, 16 ตุลาคม 2536)

หนังสือที่มีการแปลกันในช่วงนั้น มักเป็นเรื่องเดียวกับหนังสือการ์ตูนทางโทรทัศน์ที่กำลังออกอากาศอยู่ จึงเท่ากับเป็นการส่งเสริมการขายไปในตัว

เรื่องที่มีชื่อเสียง ในสมัยนั้น มี หน้ากากเสือ ไอ้มดแดง ส่วนที่เป็นที่นิยมที่

สุดจนพิมพ์แล้วพิมพ์อีกก็คือเรื่องศึกษอดมฺนุษย์ ซึ่งมียอดพิมพ์ในตอนนั้นถึง 30,000 เล่ม ซึ่งถือว่ามากที่สุดแล้วในสมัยนั้น แดมยังขายเล่มละ 5 บาท ซึ่งเป็นราคาที่แพงพอสมควร แต่ก็สามารถขายได้หมดทุกครั้งไป (ตะวัน แสนยากร, ผู้จัดการรายวัน 16 ตุลาคม 2536 - สัมภาษณ์)

สำหรับหนังสือการ์ตูนที่ดัง และเป็นที่ยอมรับในยุคนั้น อาทิ "ท็อป" "ทีวีไลน์" "อาร์ตการ์ตูน" "พิริยะการ์ตูน" เป็นต้น ต่อมาเมื่อนั่งการ์ตูนทีวีซบเซาลง ก็ได้ส่งผลให้การ์ตูนญี่ปุ่นซบเซาตามลงไปด้วย แต่แล้วก็ได้มีการ์ตูนญี่ปุ่นในรูปแบบเล่มใหม่เข้ามาแทนที่ ในขนาดพ็อกเก็ตบุ๊กซึ่งก็เริ่มเป็นที่แพร่หลายตามลำดับ (ผู้จัดการรายวัน, 31 สิงหาคม 2537)

จากการศึกษาและติดตามความเคลื่อนไหวของวงการหนังสือการ์ตูนอย่างใกล้ชิด และต่อเนื่องพบว่า ในช่วงระยะเวลา 12 ปีที่ผ่านมาตลาดหนังสือการ์ตูนในประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก คือเกิดการตื่นตัว และ มีการแพร่ขยายตัวอย่างสูง โดยรูปแบบของหนังสือการ์ตูนได้เปิดกว้างหลากหลายมากขึ้นเมื่อเทียบกับในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งมักจำกัดอยู่ในรูปแบบของนิยาย นิทานและการ์ตูนตลกขบขัน "หนังสือการ์ตูนไทยที่เป็นที่รู้จัก และได้รับความนิยมมากที่สุดในช่วงนั้น คือการ์ตูนตึกตา แจ๋วแหว และตืดตุ๋ อันเป็นการ์ตูนที่น่ารัก ซึ่งมีจุดขายหลักคือ ความเป็นไทย(ผู้จัดการรายวัน, 31 สิงหาคม 2537) ไปสู่ลักษณะที่เป็นหนังสือการ์ตูนเรื่องยาว โดยแปลคำบรรยาย และสำเนาภาพจากการ์ตูนญี่ปุ่นซึ่งได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง เพิ่มสัดส่วนการยึดครองตลาดสูงขึ้นเรื่อยๆ จนในปัจจุบันสามารถยึดครองตลาดหนังสือการ์ตูนของไทยไปแล้ว โดยนับหลังจากการ์ตูน "แคนดี้" ที่เป็นการ์ตูนพ็อกเก็ตบุ๊กสำหรับเด็กผู้หญิงที่โด่งดังมากในยุคนั้น (นับเป็นการแตกกลุ่มเป้าหมายการ์ตูนญี่ปุ่นครั้งแรกในประเทศไทยที่มีการผลิตหนังสือการ์ตูนสำหรับเด็กผู้หญิงโดยเฉพาะ) เรื่อยมาจนถึงยุคเจ้าแมวจอมยุ่ง "โดราเอมอน" ในปี พ.ศ.2524 ที่เข้ามาแทรกช่องว่างในช่วงที่ "การ์ตูนเล่มละบาทของไทย" กำลังตกอยู่ในช่วงซบเซาพอดี จึงเป็นเหตุที่ส่งผลให้การ์ตูนญี่ปุ่นมียอดขายสูงมากขึ้น จนได้กลายมาเป็นเจ้าตลาดหนังสือการ์ตูนไทยจวบจนทุกวันนี้

เมื่อการผลิตสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือการ์ตูนกลายเป็นธุรกิจที่มีมูลค่ามหาศาล บรรดาผู้ประกอบการธุรกิจสิ่งพิมพ์ ไม่ว่าจะเป็นสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก หรือขนาดใหญ่ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ รวมไปถึงโรงพิมพ์ย่อย ๆ ต่างก็พากันผลิตหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น ออกมาวางขาย จนทำให้หนังสือการ์ตูนไทย และหนังสือการ์ตูนอื่น ๆ ถูกกลืนหายไป ด้วยจำนวนการผลิตที่ต่ำกว่า และที่สำคัญคือ การประกาศใช้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์การพิมพ์ 2535 ซึ่งถือเป็นการจุดประกายการแข่งขันเชิงพาณิชย์ที่รุนแรงในวงการสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะวงการหนังสือการ์ตูน บรรดาผู้ประกอบการต่างก็พากันเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น เพื่อติดต่อเจรจาขอซื้อลิขสิทธิ์การพิมพ์หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นในประเทศไทย

ต่อมาได้มีการจัดตั้งบริษัทในเครือขึ้นมารองรับการดำเนินงานติดต่อเจรจาสิทธิ การดำเนินการจัดพิมพ์และจัดจำหน่ายหนังสือการ์ตูน ซึ่งสำนักพิมพ์ใหญ่ ๆ ที่มองเห็น ความสำคัญของธุรกิจหนังสือการ์ตูน ก็มีอาทิเช่น

| | |
|-------------------------------|--------------------------|
| ธนาชัย แอนด์ เอ็น พี จี กรุ๊ป | ในเครือเดอะเนชั่น |
| โพสต์คอมมิคส์ | ในเครือบางกอกโพสต์ |
| อมรินทร์คอมมิคส์ | ในเครืออมรินทร์พริ้นติ้ง |

นอกจากนั้น แม้แต่บริษัทมหาชนเองก็เคยผลิตหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นออกมาบ้าง เล็ก น้อยเพื่อเป็นการทดสอบตลาด บริษัทแนวหน้าก็ได้ทดลองผลิตอยู่ช่วงหนึ่ง เหมือนกันแต่ไม่ได้ ได้รับความนิยมเท่าที่ควร ส่วนเครือผู้จัดการ นอกจากจะมีบริษัทนิวเจนเนอเรชั่น พับลิชชิ่ง ซึ่งผลิตหนังสือต่าง ๆ รวมทั้งวารสารการ์ตูน สำหรับเด็กแล้ว ก็ยังมีโครงการที่จะผลิตหนังสือ การ์ตูนเล่มอีกด้วย

การบังคับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์ ได้ส่งผลกระทบต่อวงการหนังสือการ์ตูนแบบในไทย โดยเฉพาะการ์ตูนญี่ปุ่น ซึ่งถือครองส่วนแบ่งทางการตลาดสูงที่สุด ทั้งนี้ก็ เพราะการซื้อสิทธิ์ในการจัดพิมพ์ทำให้หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นมีราคาสูงขึ้น ซึ่งหากเปรียบเทียบกับในช่วงที่ยังไม่มีการจ่ายค่าลิขสิทธิ์จะเห็นว่ามีความแพงขึ้นเกือบเท่าตัว คือราว 75-80% กล่าวคือหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นขนาดพ็อกเก็ตบุ๊ก (POCKET BOOK) 16 หน้ายก จำนวน

184 หน้าพิมพ์ ปกติก่อนมีลิขสิทธิ์ราคา15บาทแต่หลังจากที่ได้รวมต้นทุนค่าลิขสิทธิ์แล้วจะมีราคาสูงถึง25 บาทขึ้นไปเลยทีเดียว

วิรัตน์ ธีรพิทธิสกุล แห่งสยามอินเตอร์คอมมิคส์ (บริษัทในเครือสยามสปอร์ต พับลิชชิ่ง) ซึ่งเป็นผู้จัดพิมพ์และจำหน่าย การ์ตูนลิขสิทธิ์รายใหญ่รายหนึ่งในปัจจุบันเปิดเผยว่า ค่าลิขสิทธิ์ในการจัดพิมพ์นั้นตกประมาณ 8-10% ของราคาขายปลีก คูณด้วยจำนวนเล่มที่พิมพ์ ซึ่งนับว่าสูงพอที่จะทำให้สำนักพิมพ์เล็ก ๆ สูญด้วยราคาไม่ได้เลย (ไทยโพเนนเชียล, 5 กันยายน 2537)

หากแต่เมื่อพิจารณากันในอีกแง่มุมหนึ่ง การดำเนินการผลิตภายใต้ลิขสิทธิ์ที่ถูกต้องนั้น ที่จริงก็จะช่วยให้หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นมีคุณภาพดีขึ้น คือมีความเป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยที่การนำเสนอเนื้อเรื่องก็จะไม่มีการผลิตเรื่องเดียวกัน ซ้ำๆ กันอยู่เป็นประจำ เพียงแต่ใช้กลวิธีในการตั้งชื่อเรื่องให้ต่างกันไป ซึ่งทำให้เกิดความสับสนแก่ผู้ซื้อ ด้วยเหตุนี้ถ้าหากมีการควบคุมในแง่ของคุณภาพการจัดพิมพ์ การแปลเนื้อหา การเขียนคำบรรยายภาพ การกลับภาพจากซ้ายเป็นขวา คุณภาพของกระดาษที่ใช้พิมพ์ ฯลฯ ให้ดีขึ้นภายใต้กฎหมายดังกล่าว ในฐานะของผู้บริโภค ก็จะมีใจได้ว่าหนังสือการ์ตูนที่ตนเลือกซื้อนั้นเหมาะสมแล้ว

คงเป็นที่ทราบกันดีว่า ผู้บริโภคหนังสือการ์ตูนส่วนใหญ่แล้วก็คือ "กลุ่มเด็กๆ" ส่วนที่นอกเหนือจากนั้นก็ได้ขยายตัว ไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ เกือบทุกเพศ ทุกวัย รวมถึงคนในกลุ่มวัยรุ่นวัยทำงาน วัยกลางคน หรือแม้กระทั่งผู้สูงอายุก็นิยมอ่านหนังสือการ์ตูนเช่นกัน โดยเฉพาะหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นซึ่งจะมีลักษณะที่เด่นกว่าการ์ตูนทั่วไป ตรงที่มีลักษณะเป็นเรื่องยาว คล้าย ๆ นิยายแต่พิเศษกว่าตรงที่มีภาพประกอบ ซึ่งสามารถสื่อสารให้เข้าใจได้ง่ายโดยมีเนื้อหา ลายเส้น ที่แบ่งแยกออกอย่างเห็นได้ชัดว่าเป็นการ์ตูนสำหรับผู้่านวัยไหน เด็ก วัยรุ่น วัยรุ่นตอนปลาย วัยทำงานผู้ใหญ่ หรือผู้สูงอายุ เป็นต้น อีกทั้งยังจำแนกออกเป็นการ์ตูนประเภทต่าง ๆ เช่น การ์ตูนกีฬา การ์ตูนผจญภัย การ์ตูนแนวบู๊ การ์ตูนน่ารักหวานแหวว การ์ตูนแนววิบ ๆ แวม ๆ หรือแม้กระทั่งการ์ตูนเรท X เหล่านี้ เป็นต้น จึงเป็นผลให้การ์ตูนญี่ปุ่นสามารถเจาะเข้าถึงหัวใจของผู้บริโภคการ์ตูนระดับต่าง ๆ

ได้เป็นอย่างดี

แต่ทว่า ลูกค้าหลักที่สำคัญของหนังสือการ์ตูนก็คือ เด็กและเยาวชน ที่ต้องพึ่งพา รายได้จากผู้ประกอบการที่หนังสือการ์ตูนได้รับการจัดพิมพ์อย่างมีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมาย นั้นจนเป็นเหตุให้ต้องมีการปรับราคาสูงขึ้นตามไปด้วย ได้ก่อให้เกิดความลำบากแก่บรรดา ลูกค้า โดยเฉพาะที่เป็นเด็กซึ่งต้องอดออมเงินเพิ่มมากขึ้น เพื่อสะสมไว้สำหรับซื้อหนังสือ การ์ตูนที่ชอบพฤติกรรมการซื้อขายก็อาจต้องเปลี่ยนแปลงไป คือมีการพิจารณานำตัว เลือกลงต่าง ๆ มาประกอบการตัดสินใจซื้อมากขึ้น และแม้แต่ทางด้านผู้ผลิตเองก็อาจต้องมีการแข่งขันกัน เลือกสรรประเภทของการ์ตูนมาเสนอสนองความต้องการของตลาดกันมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้รัฐ คงต้องมีการควบคุมการที่นำเสนอเนื้อหาสาระที่จะปรากฏอยู่ในหนังสือการ์ตูนให้มีความพิถี พิถันขึ้น โดยคำนึงถึงการไม่หมิ่นเมาเด็กและเยาวชน หรือการเป็นสื่อที่ไม่แสดงออกถึง ความวิปริตทางอารมณ์ ทางเพศ ทางสังคมและวัฒนธรรม ฯลฯ หากแต่คำนึงถึงผลประโยชน์ ที่เด็กและเยาวชนจะได้รับคุณภาพของหนังสือการ์ตูน ไม่มุ่งหวังแต่เพียงผลกำไรด้านเดียว

ดังนั้นหากผู้ผลิตสามารถล่วงรู้ใจ ทราบความต้องการของผู้บริโภคควบคู่ไปกับการ แสดงบทบาทในการช่วยจรรโลงและสร้างสรรค์สังคมด้วยแล้ว ก็ย่อมสามารถผลิตสินค้า ออกมาได้ตรงกับความต้องการและประโยชน์ของผู้บริโภค นั่นก็หมายถึง ยอดจำหน่ายที่ สูงกว่าคู่แข่งผลกำไร และ ความเชื่อถือ เชื่อมั่นในสินค้า (BRAND LOYALTY) ก็จะมีบัง เกิดขึ้นตามมา และส่งผลต่อ ๆ ไป

ในภาวะตลาดที่ต้องผลิตสินค้าภายใต้ลิขสิทธิ์ (UNDER LICENSED) ซึ่งมีภาระ ต้นทุนในการดำเนินงานสูงขึ้นกว่าเดิมแล้ว การแข่งขันทางการตลาดด้วยกลยุทธ์ทางด้าน ราคา คงไม่ใช่สิ่งที่คุณผลิตอยากจะทำนัก ทางออกที่ดีที่สุดของผู้ผลิตก็คือ การแข่งขันกัน ผลิตสินค้าของตนให้ออกมามีคุณภาพ และที่สำคัญที่สุด คือ ตรงกับความต้องการของผู้ บริโภคนั่นเอง

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ได้พัฒนาขึ้นจากความสนใจพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรม

การบริโภคหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นของเด็กและเยาวชนไทย ความรักและความคาดหวังที่จะให้เด็กไทย ได้มีหนังสือการ์ตูนที่ตีประกอบการอ่าน เพื่อพัฒนาความคิด จิตใจและพักผ่อน สมองจากการเล่าเรียน นอกจากนี้ยังสนใจในการที่จะสรรหา รวบรวมข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ทั้งในแง่วิชาการและการดำเนินธุรกิจผลิตจำหน่ายหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นในอันที่จะกระตุ้นให้ผู้ผลิตได้ตระหนักถึงความต้องการของผู้บริโภคซึ่งมุ่งเน้นไปที่กลุ่มเด็กและเยาวชนที่มีความแตกต่างกันในทางเพศ อายุ ระดับการศึกษา และ ภูมิหลังทางด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งนับเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่บริโภคหนังสือการ์ตูนประเภทดังกล่าว นอกจากนี้ยังอาจทำให้ การดำเนินการผลิตและการจัดจำหน่ายมีความสอดคล้องกับ ความชอบและ ความต้องการ ของทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องทั้งในแง่กฎหมายและศีลธรรม จริยธรรม

ปัญหาวิจัย

1. ปัจจัยอะไรบ้างที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ หนังสือการ์ตูน ของเด็กและเยาวชน
2. เด็กและเยาวชนมีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคหนังสือการ์ตูนอย่างไรบ้าง
3. ลักษณะภูมิหลังทางประชากรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคหนังสือการ์ตูนของเด็กและเยาวชนอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความชอบในการบริโภคหนังสือการ์ตูนของเด็กและเยาวชน
2. เพื่อเข้าใจพฤติกรรมในการเลือกบริโภคหนังสือการ์ตูนของเด็กและเยาวชน
3. เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ กับพฤติกรรมการบริโภคหนังสือการ์ตูน ของเด็กและเยาวชน

สมมติฐานการวิจัย

1. เด็กและเยาวชนชายหรือหญิงจากต่างฐานะ เศรษฐกิจและสังคมจะมีระดับ ความชอบ และพฤติกรรมในการบริโภคหนังสือการ์ตูนต่างกัน

2. บัณฑิตที่เกี่ยวกับเนื้อหาของเรื่อง ขนาดรูปเล่ม ลายเส้นภาพการ์ตูน มีส่วนอย่างสำคัญต่อการเลือกบริโภคหนังสือการ์ตูน
3. ราคาและลิขสิทธิ์ของหนังสือการ์ตูน มีบทบาทต่อการตัดสินใจซื้อ

ขอบเขตของการวิจัย

1. มุ่งศึกษาสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะเป็นการ์ตูนเรื่อง (comic book) ซึ่งแปลคำบรรยายมาจากภาษาญี่ปุ่น ที่วางจำหน่ายตามร้านหนังสือ และแผงขายหนังสือ โดยทั่วไป ทั้งประเภทเล่มเดี่ยวจบ รายสัปดาห์ รายเดือน และรายบ็อกซ์
2. ศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ระหว่างชั้น ป.5-ม.6 ซึ่งอ่านหรือเคยอ่านหนังสือการ์ตูนเท่านั้น

นิยามศัพท์

1. ความชอบ (PREFERENCE) หมายถึง ความพอใจในลักษณะ/ประเภทของหนังสือการ์ตูน
2. ลิขสิทธิ์ (LICENSED) หมายถึง การได้รับกรรมสิทธิ์ หรือ สัมปทานในการจัดทำ ทำซ้ำ เผยแพร่ ผลิตภัณฑ์ จากเจ้าของผู้กำเนิดผลิตภัณฑ์นั้น ๆ
3. เนื้อหา (STORY) หมายถึง เรื่องราวที่ดำเนินไปในการ์ตูนเรื่องนั้น ๆ
4. ลายเส้น (DRAWING) หมายถึง การวาดลายเส้นของตัวการ์ตูน การให้สีสันภาพวาดที่ใช้วาดการ์ตูนเรื่องหนึ่ง ๆ ซึ่งจะมีลักษณะเฉพาะตัว
5. ขนาด (SIZE) หมายถึง ขนาดของหนังสือการ์ตูน เช่น ขนาดกระเป๋า (POCKET BOOK) ความหนา/จำนวนหน้าของหนังสือการ์ตูน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อสะท้อนถึงรสนิยม พฤติกรรม ความต้องการ ในการบริโภคหนังสือการ์ตูนของเด็กและเยาวชน
2. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาหนังสือการ์ตูน ให้สอดคล้องกับความต้องการ และคุณประโยชน์ต่อการเรียนรู้ของผู้บริโภค โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน

3. เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจอย่างจริงจังในการดำเนินธุรกิจหนังสือการ์ตูนและสิ่งพิมพ์อื่น ๆ สำหรับเด็กและเยาวชนที่สร้างสรรค์ขึ้นเองในประเทศ
4. เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องตระหนักในความสำคัญของการบริโภคสิ่งพิมพ์ของเด็กและเยาวชน โดยเฉพาะหนังสือการ์ตูน อันจะช่วยให้การบริโภคดังกล่าวเกิดประโยชน์ยิ่งขึ้น
5. เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนปรับปรุงการดำเนินการผลิตสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ที่สามารถนำมาใช้เป็นหนังสือประกอบการเรียนสำหรับเด็กและเยาวชนต่อไป



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย