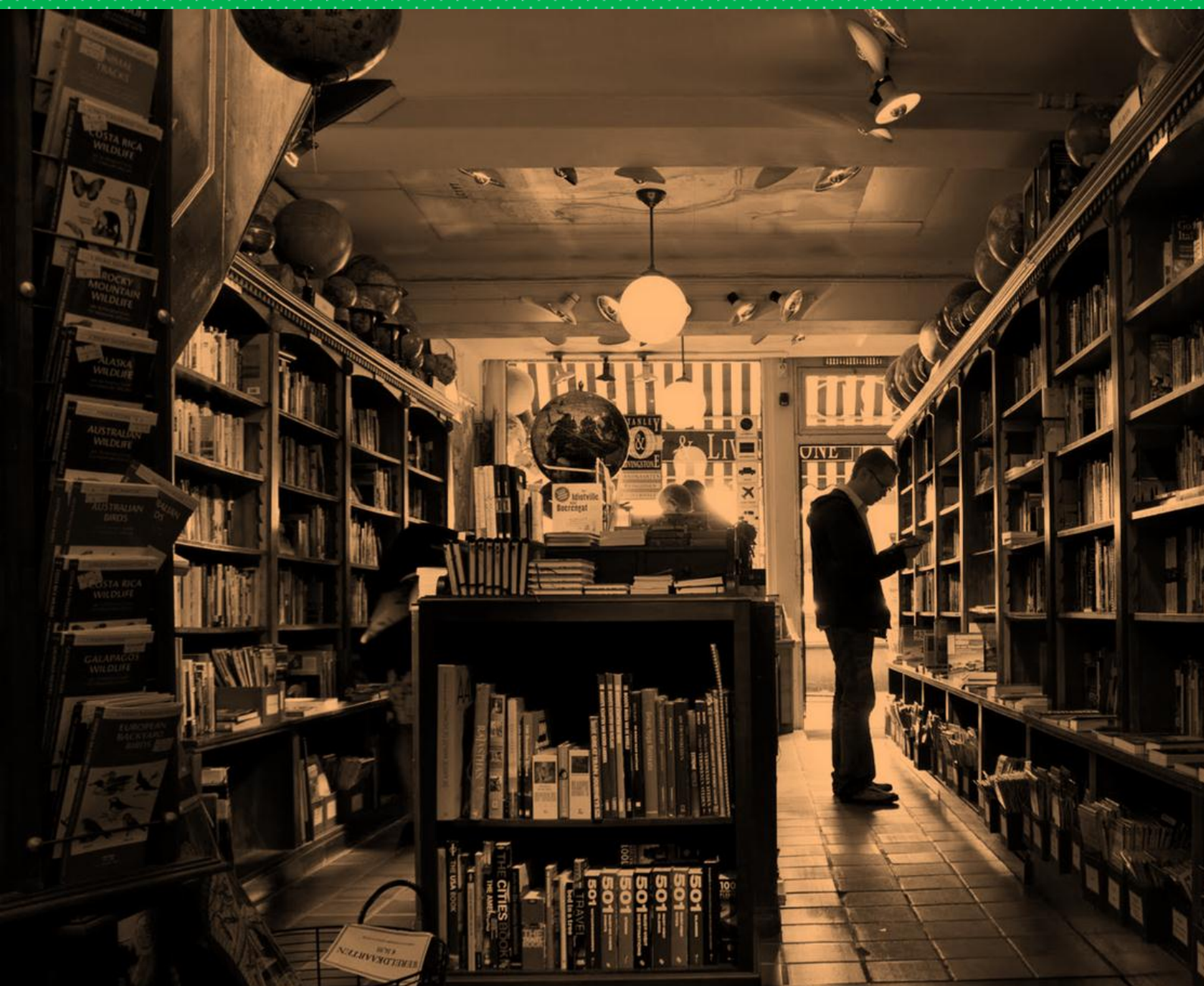


บทสำรวจองค์ความรู้และข้อเสนอว่าด้วย  
บทบาทของรัฐในการสนับสนุนธุรกิจหนังสือ และ  
การปรับตัวของผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระ

- สมคิด พุทธศรี -



ชุดหนังสือสำรวจองค์ความรู้เพื่อการปฏิรูปประเทศไทย มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ

## สารบัญ

	หน้า
ที่มาและความสำคัญ	2
สภาพปัจจุบันและปัญหาของผู้ผลิตหนังสือรายเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระของไทยเป็นอย่างไร	4
ข้อเสนอเกี่ยวกับการปรับตัวของผู้ผลิตหนังสืออิสระขนาดเล็กของไทยในปัจจุบัน	9
บทบาทของรัฐในการสนับสนุนธุรกิจหนังสือในต่างประเทศเป็นอย่างไร	11
การปรับตัวของผู้ผลิตหนังสือรายเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระผ่านตลาด	14
บทบาทของชุมชนในการปรับตัวของผู้ผลิตหนังสืออิสระและผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็ก	16
ข้อเสนอเบื้องต้นสำหรับธุรกิจหนังสือของไทย	21
เอกสารอ้างอิง	22

# บทสำรวจองค์ความรู้และข้อเสนอว่าด้วย บทบาทของรัฐในการสนับสนุนธุรกิจหนังสือ และการปรับตัวของผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระ

สมคิด พุทธิศรี

## บทคัดย่อ

ธุรกิจหนังสือไทยมีผู้ผลิตรายใหญ่เพียงไม่กี่รายที่มีอำนาจในตลาดค่อนข้างมากและเป็นผู้เล่นหลัก (dominant) ที่มีบทบาทสำคัญ แม้ว่าผู้ผูกขาดในธุรกิจหนังสืออาจจะผลิตหนังสือออกมาได้เป็นจำนวนมาก และทำให้ตลาดหนังสือเติบโตได้อย่างคึกคักและมีเสถียรภาพได้ตามสมควร แต่กระนั้น สถานะดังกล่าวก็อาจเป็นสถานะในอุดมคติของสังคมได้ เพราะการผูกขาดในธุรกิจหนังสือนั้นก่อให้เกิดผลเสียอยู่หลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลเสียต่อวัฒนธรรมทางปัญญาของสังคม

โจทย์ใหญ่ของธุรกิจหนังสือคือ การธำรงรักษาความหลากหลายภายในระบบธุรกิจหนังสือ ในทุกระดับตั้งแต่ผู้ผลิต สายส่ง ร้านหนังสือ และผู้บริโภค การอยู่รอดในตลาดได้อย่างไม่ลำบากจนเกินไปนักของผู้ประกอบการรายเล็กจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อธุรกิจหนังสือเองและต่อสังคมโดยรวมถึงคุณภาพของสังคมโดยรวมด้วย

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งสำรวจตัวอย่างและประสบการณ์ของการปรับตัวของผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้หนังสืออิสระในต่างประเทศรวมถึงบทบาทของรัฐในธุรกิจหนังสือเป็นสำคัญ ด้วยหวังว่าจะนำบทเรียนต่างๆ มาสังเคราะห์เป็นข้อเสนอแนะในการปฏิรูปและส่งเสริมธุรกิจหนังสือของไทยให้เติบโตไปในทิศทางที่เป็นธรรมและเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวมได้มากยิ่งขึ้น

# บทสำรวจองค์ความรู้และข้อเสนอว่าด้วย บทบาทของรัฐในการสนับสนุนธุรกิจหนังสือ และการปรับตัวของผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระ

สมคิด พุทธิศรี

## 1. ที่มาและความสำคัญ

หนังสือเป็นสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและปัญญา ดังนั้นหนังสือจึงมิได้ให้ อรรถประโยชน์แก่ผู้ที่บริโภคหนังสือเท่านั้นแต่ยังส่งผลต่อสังคมภายนอกอีกด้วย หลักคิดอย่างง่ายมีอยู่ว่า เมื่อปัจเจกบุคคลอ่านหนังสือมากขึ้น เขาก็จะมีความรู้ ประสบการณ์มากขึ้น และกลายมาเป็นคนที่มีความ คุณภาพมากยิ่งขึ้น เมื่อสังคมมีสมาชิกที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ทำยที่สุดสังคมนั้นก็ยกระดับคุณภาพ โดยรวมของสังคมขึ้นมาด้วย ในทางวิชาการและทางเทคนิค นักประวัติศาสตร์เศรษฐกิจบางคนใช้การ เติบโตของอุตสาหกรรมหนังสือเป็นตัวชี้วัดคุณภาพของแรงงานและของสังคมในระดับมหภาค (Baten and van Zanden, 2005; 2008) ในขณะที่งานวิจัยในประเทศกำลังพัฒนาบางชิ้นชี้ให้เห็นว่า การเติบโตในเชิง คุณภาพและในเชิงปริมาณของอุตสาหกรรมหนังสือนั้นมีความเชื่อมโยงอย่างแนบแน่นกับผลสัมฤทธิ์ของ นโยบายด้านการศึกษา (Ozohu-Sulieyman, 2011)

อย่างไรก็ตาม ในแง่ของความเป็นอุตสาหกรรมการผลิต ธุรกิจหนังสือต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่มี ผู้ผูกขาดรายใหญ่น้อยรายไม่แตกต่างจากสินค้าและบริการส่วนใหญ่ที่อยู่ในระบบตลาดเสรี ลักษณะ ดังกล่าวนี้เป็นลักษณะที่เกิดขึ้นในหลายๆประเทศ ไม่ว่าจะเป็นประเทศพัฒนาแล้วอย่าง สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส (Ouvry-Vial, 2003; Hollier, 2008; Huehn and Huter, 2005) หรือประเทศกำลัง พัฒนาอย่างประเทศในแถบละตินอเมริกา (Uribe, 2006) สำหรับประเทศไทย โครงสร้างธุรกิจหนังสือก็มี ลักษณะค่อนข้างไปทางผูกขาดเช่นกัน แม้ข้อมูลจะยังจำกัดอยู่มาก แต่ข้อมูลที่มีอยู่ก็พอที่จะสามารถสะท้อน ให้เห็นภาพต่างๆ ได้ว่า ธุรกิจหนังสือไทยมีผู้ผลิตรายใหญ่เพียงไม่กี่รายที่มีอำนาจในตลาดค่อนข้างมาก และเป็นผู้เล่นหลัก (dominant) ที่มีบทบาทสำคัญ ในทางกลับกัน สภาพดังกล่าวนี้เป็นเงาสะท้อนว่า ผู้ผลิต หนังสือรายเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระของไทยนั้นต้องเผชิญกับความยากลำบากในการเอาตัวรอด (ดู รายละเอียดในหัวข้อที่ 2)

จริงอยู่ว่า ผู้ผูกขาดในธุรกิจหนังสืออาจจะผลิตหนังสือออกมาได้เป็นจำนวนมากและทำให้ตลาด หนังสือเติบโตได้อย่างคึกคักและมีเสถียรภาพได้ตามสมควร แต่กระนั้น สภาพดังกล่าวก็มิอาจเป็นสภาวะ

ในอุดมคติของสังคมได้ ในแง่ของวัฒนธรรมทางปัญญา การผูกขาดตลาดหนังสือไม่เพียงแต่เป็นการจำกัด และควบคุมการเข้าถึงหนังสือของผู้คนเท่านั้น หากแต่ยังเป็นการควบคุมการแสดงคิด ความเห็นสาธารณะ และอาจก่อให้เกิดการผูกขาดทางวัฒนธรรมด้วย (Ouvry-Vial, 2003; McQuivey and Mcquivey, 1998)

ในมิติของเศรษฐศาสตร์ การผูกขาดตลาดหนังสือย่อมทำให้หนังสือดีมีคุณภาพที่ไม่เป็นที่นิยมของ ตลาดอยู่ในตลาดน้อยกว่าระดับที่เหมาะสม อันจะทำให้สังคมได้รับผลกระทบภายนอกที่เป็นบวก (positive externalities) ของหนังสือน้อยเกินกว่าที่ควรจะเป็น นอกจากนี้ สภาวะผูกขาดยังสะท้อนให้เห็น ถึงการกระจายผลได้อย่างไม่เป็นธรรมในธุรกิจหนังสือ เมื่อผลได้ของการเติบโตของธุรกิจหนังสือส่วนใหญ่ กระจุกตัวอยู่กับผู้ผูกขาดธุรกิจหนังสือรายใหญ่ ในขณะที่ผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระที่ ส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ผลิตหนังสือคุณภาพและมีความหลากหลายในประเภทของหนังสือที่ผลิตกลับมีส่วน แบ่งเพียงหยิบมือเดียวและอยู่รอดในตลาดได้อย่างยากลำบาก<sup>1</sup>

ปฏิเสธไม่ได้ว่า การลงทุนและระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพของกลุ่มผู้นำตลาดและกลุ่ม สำนักพิมพ์ที่มีขนาดใหญ่มีส่วนทำให้พวกเขาประสบความสำเร็จในตลาดหนังสือและในโลกทุนนิยม ดังนั้น ใจที่ยิ่งใหญ่ของธุรกิจหนังสือไทยคือ จะทำอย่างไรให้ผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็ก และผู้ผลิตหนังสืออิสระที่ทำ หนังสือดีแต่ตลาดไม่นิยมอยู่รอดได้ในตลาด แน่แน่นอนว่า ผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระ ไม่ได้คาดหวังว่าตัวเองจะผลิตหนังสืออย่างสะดวกสบายไร้กังวลใดๆ พวกเขาเพียงแค่หวังว่า ตัวเองจะอยู่ รอดได้โดยไม่ลำบากจนเกินไปนัก

การอยู่รอดในตลาดได้อย่างไม่ลำบากจนเกินไปนักของผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสือ อิสระจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญทั้งต่อธุรกิจหนังสือเอง ต่อวัฒนธรรมทางปัญญาของสังคม และต่อ คุณภาพของสังคมโดยรวม ดังนั้นการศึกษาตัวอย่างและประสบการณ์ของการปรับตัวของผู้ผลิตหนังสือ ขนาดเล็กและผู้หนังสืออิสระในต่างประเทศ รวมถึงบทบาทของรัฐในธุรกิจหนังสือและอุตสาหกรรมทาง ปัญญาอื่นๆ ย่อมเป็นประโยชน์ในการเสริมสร้างองค์ความรู้และสามารถนำมาสังเคราะห์เป็นข้อเสนอแนะ

---

<sup>1</sup> ผู้เขียนใช้คำว่าหนังสือดีมีคุณภาพในความหมายกว้างๆเท่านั้น และตระหนักดีว่า นิยามของ ‘หนังสือดีและมีคุณภาพ’ เป็นที่ถกเถียงกัน ได้อย่างไม่รู้จัก เหนือสิ่งอื่นใด หากคุณค่าและความมีคุณภาพของหนังสือนั้นไม่สามารถหาปริมาณมาตรฐานที่แน่นอนตายตัวได้ การมี ตลาดหนังสือที่มีหลากหลายเพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกในสังคมแสวงหา ‘ความดีและมีคุณภาพ’ หลากๆ แบบ ย่อมเป็นสิ่งที่พึงปรารถนา อย่างไม่ต้องสงสัย

ในการปฏิรูปและส่งเสริมธุรกิจหนังสือของไทยให้เติบโตไปในทิศทางที่เป็นธรรมและเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวมได้มากยิ่งขึ้น

จากสภาพปัญหาข้างต้น จุดมุ่งหมายสำคัญของงานวิจัยชิ้นนี้คือการสำรวจการปรับตัวของผู้ผลิตหนังสืออิสระและผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กในต่างประเทศ เพื่อที่จะสังเคราะห์เป็นบทเรียนเบื้องต้นสำหรับธุรกิจหนังสือไทย โดยงานวิจัยชิ้นนี้จะแบ่งออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

1. ที่มาและความสำคัญ
2. สภาพปัจจุบันและปัญหาของผู้ผลิตหนังสือรายเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระของไทยเป็นอย่างไร
3. ข้อเสนอเกี่ยวกับการปรับตัวของผู้ผลิตหนังสืออิสระขนาดเล็กของไทยในปัจจุบัน
4. บทบาทของรัฐในการสนับสนุนธุรกิจหนังสือในต่างประเทศเป็นอย่างไร
5. การปรับตัวของผู้ผลิตหนังสือรายเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระผ่านตลาด
6. บทบาทของชุมชนในการปรับตัวของผู้ผลิตหนังสืออิสระและผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็ก
7. ข้อเสนอเบื้องต้นสำหรับธุรกิจหนังสือของไทย

## 2. โครงสร้างของธุรกิจหนังสือในประเทศไทย

ปัญหาใหญ่ในการศึกษาธุรกิจหนังสือในประเทศไทย คือ ความจำกัดด้านข้อมูล ปัญหานี้เป็นผลมาจากการที่ประเทศไทยไม่มีการจัดการข้อมูลอย่างจริงจังและเป็นระบบ อีกทั้งยังขาดแคลนการทำการศึกษาวิจัยธุรกิจหนังสืออย่างเข้มข้น ส่งผลให้ข้อมูลส่วนใหญ่เผยแพร่สู่สาธารณะมักจะเป็นข้อมูลที่กระจัดกระจาย ไม่ค่อยสมบูรณ์และขาดความรอบด้าน กระนั้น เมื่อพิจารณาข้อมูลที่มีอยู่ก็พอที่จะทำให้เห็นโครงสร้างของธุรกิจหนังสือได้อยู่บ้าง

ข้อมูลจากสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทยระบุว่า ในปี 2554 ธุรกิจหนังสือของไทยมีมูลค่าประมาณ 21,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นประมาณ 0.2 % ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ ในปีเดียวกันนี้รายได้เฉลี่ยของคนไทยอยู่ที่ประมาณ 282,000 บาท/ปี นั่นคือ คนไทยหนึ่งคนจ่ายเงินซื้อหนังสือเฉลี่ยแค่ประมาณ 564 บาท/ต่อปี หรือแค่ 47 บาท/เดือนเท่านั้น ในส่วนของการผลิต

โดยรวม ข้อมูลจากรายงานที่สูงสุดในธุรกิจหนังสือปี 2553 ของซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ระบุว่า ในปี 2553 มีหนังสือเข้าร้านซีเอ็ด<sup>2</sup>จำนวนทั้งสิ้น 15,086ปก หรือ คิดเป็น 236 ปกต่อประชากรไทยหนึ่งล้านคน

ธุรกิจหนังสือของไทยยังถือว่าเล็กมากเมื่อเทียบกับประเทศพัฒนาแล้วหลายๆ ประเทศจากตารางที่ 1 ข้างล่างจะเห็นได้ว่า ธุรกิจหนังสือของประเทศไทยนั้นมีขนาดเล็กทั้งในแง่ของมูลค่าของธุรกิจ จำนวนหนังสือใหม่ที่ผลิตได้ต่อปี และจำนวนหนังสือใหม่ต่อประชากร ข้อสังเกตสำคัญคือ ในบางประเทศ (เวียดนาม) มูลค่าของธุรกิจหนังสือน้อยกว่าไทยค่อนข้างมาก แต่กลับผลิตหนังสือได้มากกว่าไทยทั้งในจำนวนหนังสือที่ผลิตได้สุทธิและจำนวนหนังสือต่อประชากร

หันมามองที่ปัจจัยในเชิงวัฒนธรรม ข้อมูลสถิติชี้ว่า ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาคนไทยทุกเพศ ทุกวัย อ่านหนังสือเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยมีประชากรทั่วประเทศที่อ่านหนังสือนอกเวลาเรียนหรือนอกเวลาทำงานเพิ่มขึ้น จาก 61.2% ของประชากรทั่วประเทศ ในปี 2546 เป็น 68.8%ในปี 2554 ทั้งนี้แม้ว่าระยะเวลาที่ใช้อ่านหนังสือโดยเฉลี่ยต่อวันคือ 35 นาที จะยังถือว่าน้อยอยู่ก็ตาม (V-reformer, 2555)

ตารางที่ 1 ภาพรวมธุรกิจหนังสือในประเทศต่างๆ

ประเทศ	มูลค่าธุรกิจหนังสือ (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)	จำนวนปกหนังสือ ที่ผลิต (ต่อปี)	จำนวนหนังสือใหม่ ต่อประชากร (ต่อหนึ่งล้านคน)
สหรัฐอเมริกา (2553)	27,100	316,480	1018
อังกฤษ(2553)	5,034	151,969	2,156
ญี่ปุ่น (2553)	9,166	74,714	586
เกาหลีใต้ (2552)	2,558	42,191	863
ไต้หวัน (2553)	1,543	35,000*	1,522*
จีน (2553)	13,630	328,000	245
อินเดีย (2550)	2,153	100,000	87

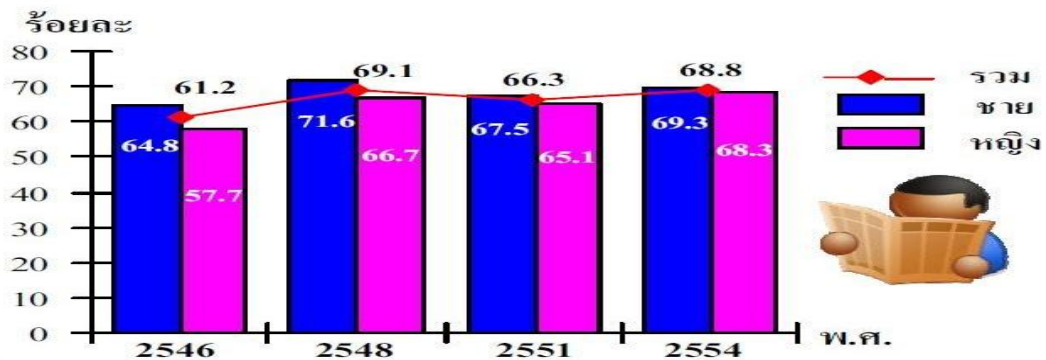
<sup>2</sup> แม้ว่าร้านซีเอ็ดฯ จะไม่ได้ขายหนังสือทุกเล่มที่พิมพ์ออกมา ทว่าข้อมูลของซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์เป็นฐานข้อมูลเกี่ยวกับหนังสือที่ดีที่สุดของไทย สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จัดจำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทยก็ใช้ข้อมูลนี้ในการวิเคราะห์ธุรกิจหนังสือไทยในเวทีนานาชาติ (ABPA, 2010)

ไทย (2554)	681	15,086	236
เวียดนาม (2553)	71	24,589	299

\* เป็นข้อมูลของปี 2551

ที่มา: ดัดแปลงจากสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (2554) ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ (2554) และ Winchenbart (2012)<sup>3</sup>

รูปที่ 1 อัตราการอ่านหนังสือของคนไทยระหว่าง พ.ศ.2546 – 2554



ที่มา : V-reformer (2554)

กล่าวโดยสรุป ธุรกิจหนังสือไทยยังมีขนาดค่อนข้างเล็กมาก ไม่ว่าจะมองจากมุมมองมูลค่าธุรกิจหรือมองจากมุมมองของการผลิตหนังสือใหม่ๆ ออกสู่ท้องตลาด (ทั้งการผลิตสุทธิและการผลิตต่อหัว) อย่างไรก็ตาม ธุรกิจหนังสือเองก็มีศักยภาพในการขยายตัวได้อีกมากเมื่อเทียบกับมาตรฐานของประเทศพัฒนาแล้ว อีกทั้งยังมีปัจจัยเชิงวัฒนธรรมที่เป็นตัวหนุนเสริมการขยายตัวของตลาดในอนาคต

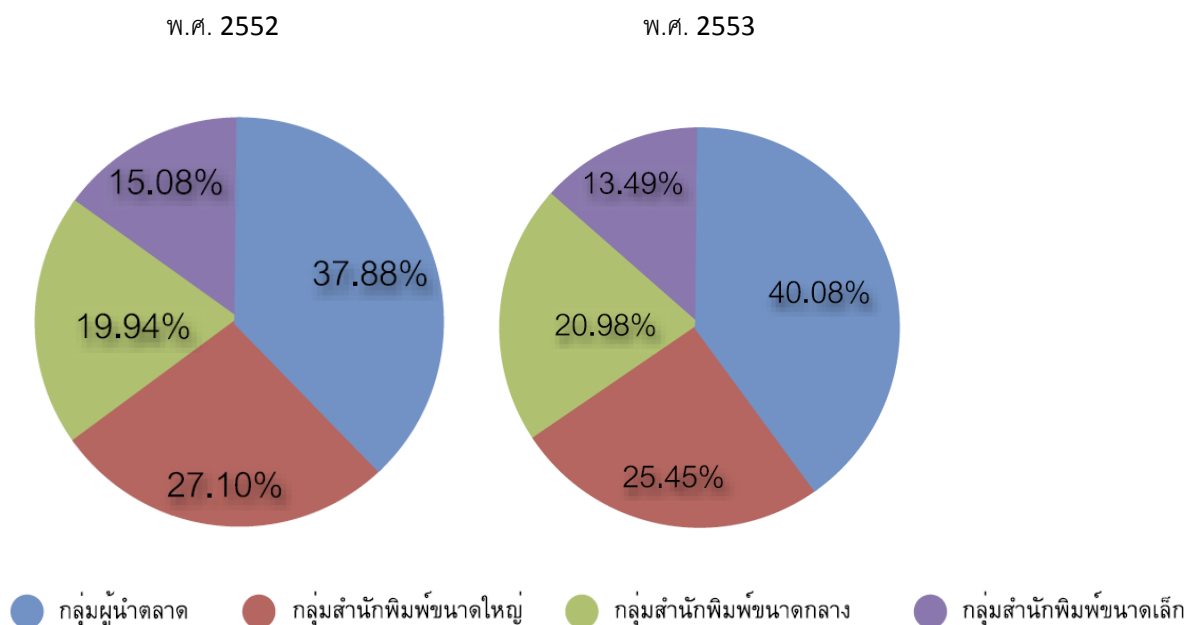
ในธุรกิจหนังสือมีแบ่งประเภทผู้ผลิตหนังสือออกเป็น 4 กลุ่มตามขนาด คือ กลุ่มผู้นำตลาด กลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ กลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดกลาง และกลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก ข้อมูลสถิติที่ระบุว่า ส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจหนังสือนั้นกระจุกอยู่กับผู้เล่นเพียงไม่กี่รายเท่านั้น ในปี 2552 กลุ่มผู้นำตลาดที่มีเพียง 8 ราย มีส่วนแบ่งตลาดสูงถึง 37.88% ของในขณะที่กลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ 25 รายมีส่วนแบ่งตลาด

<sup>3</sup> อันที่จริง ข้อมูลตัวเลขธุรกิจหนังสือจากแหล่งต่างๆ นั้นมักจะไม่ตรงกันขึ้นอยู่กับว่า นิยามธุรกิจหนังสือและระเบียบวิธีการประเมินของแต่ละแห่งเป็นอย่างไร อย่างไรก็ตาม Winchenbart (2012) ได้พยายามเก็บรวบรวมข้อมูลธุรกิจหนังสือจากประเทศต่างๆ กว่า 50 ประเทศทั่วโลกเพื่อสร้างข้อมูลที่มีมาตรฐานเดียวกัน แม้ข้อมูลจะยังไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ แต่ก็คงพอให้เห็นภาพรวมของธุรกิจหนังสือในทีต่างๆ ทั่วโลกได้อยู่บ้าง



รวมกัน 27.10% ส่วนสำนักพิมพ์ขนาดกลาง 45 รายมีส่วนแบ่งตลาด 19.94 % ในขณะที่สำนักพิมพ์ขนาดเล็กนั้นมีจำนวนมากที่สุดถึง 320 ราย แต่มีส่วนแบ่งตลาดรวมกันเพียงแค่ 15.08 %

รูปที่ 2 โครงสร้างธุรกิจหนังสือของไทย พ.ศ. 2552 และ 2553



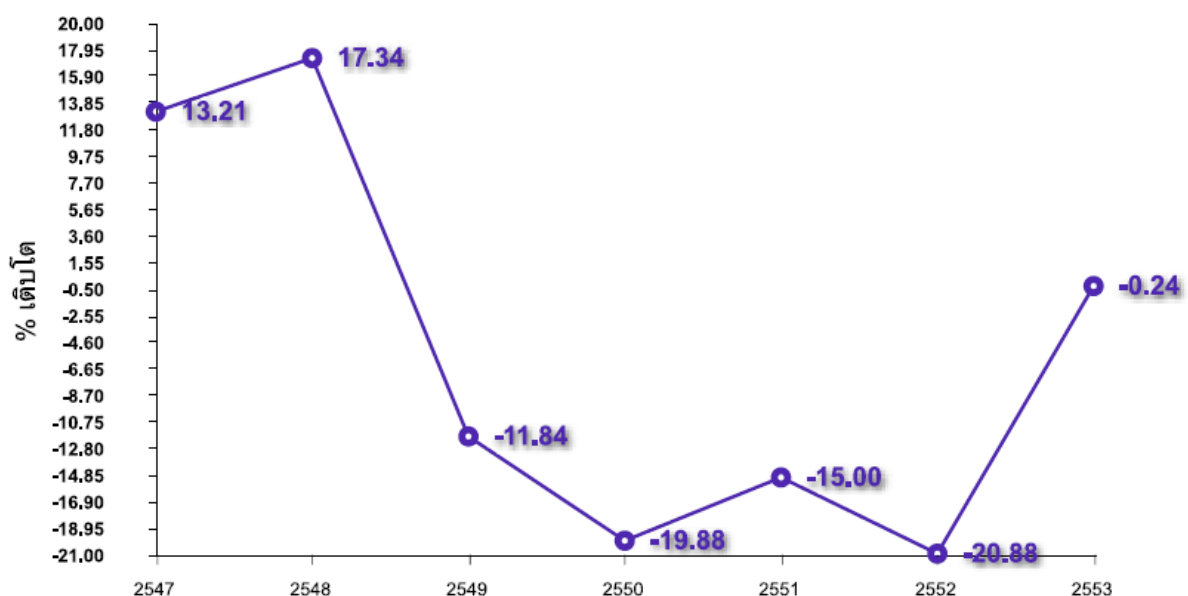
ที่มา: สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (2554)

ในปี 2553 แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงจำนวนผู้เล่นและส่วนแบ่งตลาดอยู่บ้าง แต่ภาพความกระจุกตัวของส่วนแบ่งตลาดยังไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ กลุ่มผู้นำตลาดมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 12 ราย มีส่วนแบ่งตลาดทั้งสิ้น 40.08 % ส่วนกลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่มีทั้งสิ้น 22 ราย มีส่วนแบ่งตลาด 25.45 % ส่วนกลุ่มผู้ผลิตขนาดกลางนั้นเพิ่มจำนวนเป็น 54 รายมีส่วนแบ่งตลาด 20.98 % ในขณะที่ผลิตขนาดเล็กมีจำนวนลดลงเหลือ 310 ราย และมีส่วนแบ่งตลาดลดลงเหลือ 13.49 %

จะเห็นว่า ถ้าพังกกลุ่มผู้นำตลาดและสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่รวมกันประมาณกว่า 30 ราย ซึ่งเป็นผู้ผลิตส่วนน้อย คิดเป็น 8 % ของผู้ผลิตทั้งหมด มีส่วนแบ่งตลาดรวมกันถึงกว่า 65 % ของส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด เมื่อคิดเป็นค่าเฉลี่ยต่อสำนักพิมพ์พบว่า ในปี 2553 กลุ่มผู้นำตลาด และกลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่มีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าสำนักพิมพ์ขนาดเล็กถึง 77 และ 26 เท่า ตามลำดับ

นอกจากจะมีส่วนแบ่งตลาดที่น้อยกว่าสำนักพิมพ์ขนาดยักษ์ใหญ่หลายเท่าแล้ว ข้อมูลสถิติชี้ชัดว่า กลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดเล็กเป็นกลุ่มที่มีความยากลำบากในการดำเนินธุรกิจมากที่สุด ในปี 2553 สำนักพิมพ์กลุ่มผู้นำตลาด กลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ และกลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดกลาง ล้วนมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น (18.06 % , 4.79 % และ 17.42 % ตามลำดับ) ในขณะที่สำนักพิมพ์ขนาดเล็กเป็นกลุ่มเดียวที่มีอัตราการขยายตัวติดลบ 0.24 % ไม่ต้องพูดถึงว่าการติดลบในปีนี้นับเป็นการติดลบเป็นปีที่ติดต่อกัน ดังนั้นจึงไม่เป็นที่น่าแปลกใจว่า จำนวนของสำนักพิมพ์ขนาดเล็กมีแนวโน้มที่จะลดลงเรื่อยๆ จากที่เคยมีมากกว่า 400 รายในช่วงระหว่างปี 2549 – 2551(ABPA, 2010) เหลือเพียงแค่ 310 รายในปี 2553 ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

รูปที่ 3 อัตราการขยายตัวของรายได้ของกลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก พ.ศ.2547 – พ.ศ.2553



ที่มา: สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จัดจำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (2554)

แม้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่แสดงมาทั้งหมดข้างต้นจะไม่ได้แสดงรายละเอียดในเชิงลึกว่า ธุรกิจหนังสือของไทยมีสภาพที่แท้จริงอย่างไรกันแน่ กระนั้นก็คงพอทำให้เห็นภาพต่างๆ ได้ว่า ธุรกิจหนังสือของไทยมีสภาพเป็นตลาดที่แข่งขันกันดุเดือด มีผู้เล่นรายยักษ์และรายใหญ่น้อยรายเป็นผู้นำตลาด มีระดับการผูกขาดสูง ส่วนแบ่งตลาดมาก แม้สำนักพิมพ์รายยักษ์และรายใหญ่จะไม่ได้ปิดกั้นการเข้ามาแข่งขันของ

ผู้ผลิตรายใหม่ๆ แต่สำนักพิมพ์อิสระขนาดเล็กก็ต้องเผชิญกับความยากลำบากอย่างมากในการเอาตัวรอด อยู่ในตลาดโดยยึดเอาอุดมคติเป็นสิ่งค้ำจุนในการทำธุรกิจ(ปกป้อง, 2553ข.)

ควรกล่าวด้วยว่า ผู้เล่นรายใหญ่บางรายนั้นทำธุรกิจแบบครบวงจร ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ (สำนักพิมพ์) กลางน้ำ (สายส่ง) และปลายน้ำ (ร้านหนังสือ) ส่งผลให้ผู้เล่นเหล่านี้มีอำนาจเหนือตลาดค่อนข้างมาก แม้จะไม่มีข้อมูลที่ยืนยันอย่างชัดเจน (อันเนื่องมาจากการขาดแคลนข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจหนังสือในประเทศไทย) แต่พฤติกรรมบางประการของผู้เล่นรายใหญ่เหล่านี้ก็สะท้อนให้เห็นถึงอำนาจเหนือตลาดที่เด่นชัด<sup>4</sup>

### 3. ข้อเสนอเกี่ยวกับการปรับตัวของผู้ผลิตหนังสืออิสระขนาดเล็กของไทยในปัจจุบัน<sup>5</sup>

ในประเทศไทย การสนับสนุนอุตสาหกรรมหนังสือมักจะเป็นไปแบบฉาบฉวย เน้นไปที่จัดโครงการเพื่อโปรโมตและรณรงค์ที่ดี แต่กลับมีแต่เปลือกและภายในกลวงเปล่า ละเลยการแก้ปัญหาเชิงโครงสร้างของธุรกิจหนังสือเอง ตัวอย่างที่ชัดเจนในกรณีนี้คือ การรณรงค์โครงการ ‘กรุงเทพฯ เมืองหนังสือโลก’ ซึ่งถูกวิจารณ์อย่างมากจากทั้งนักวิชาการ สื่อ และประชาชนทั่วไป<sup>6</sup> ในขณะที่การจัด ‘งานหนังสือ’ เป็นประจำปีละ 2 ครั้งเพื่อรณรงค์การอ่านหนังสือของคนไทยและส่งเสริมการขายหนังสือของสำนักพิมพ์ก็ถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นการทำให้โครงสร้างของธุรกิจหนังสือไทยบิดเบี้ยวมากยิ่งขึ้น (ปกป้อง, 2553ก.; มกุฏ และ มุสะหมัด, 2555)

ที่ผ่านมา มีนักคิด นักเขียน และนักวิชาการจำนวนไม่น้อยที่วิพากษ์วิจารณ์ปัญหาเชิงโครงสร้างของธุรกิจหนังสือในเมืองไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความยากลำบากของสำนักพิมพ์ขนาดเล็กในการอยู่รอดในตลาด และผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อตลาดหนังสือและสังคมในภาพรวม กระนั้นก็มีเพียงไม่กี่คนที่พยายามเสนอแนะทางออกที่เป็นระบบและเป็นรูปธรรม หนึ่งในข้อเสนอที่มีการพูดถึงและมีการผลักดันอย่างจริงจังในช่วงที่ผ่านมาคือข้อเสนอเรื่อง ‘สถาบันหนังสือแห่งชาติ’ ที่เสนอโดย มกุฏ อรฤดี แห่งสำนักพิมพ์ผีเสื้อ

<sup>4</sup> ตัวอย่างที่เป็นที่พูดถึงกันมากคือการขอขึ้นค่ากระจายสินค้า 1% ของซีอีดีและอมรินทร์ในช่วงเดือนกรกฎาคม 2555 บทวิเคราะห์ที่ชี้ให้เห็นถึงความเป็นไปได้ถึงพฤติกรรมการใช้อำนาจผูกขาดดู กฤติกร (2555)

<sup>5</sup> เนื้อหาหลักในส่วนนี้เก็บความจาก ข้อเขียนว่าด้วย ‘สถาบันหนังสือแห่งชาติ’ ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของสำนักพิมพ์ผีเสื้อ <http://www.bflybook.com/ArticleList.aspx?ArticleCategoryID=7>

<sup>6</sup> ตัวอย่างการวิจารณ์ได้ใน นิธิ (2555); กฤติกร (2555); หรือลองค้นหาคำว่า ‘กรุงเทพฯ เมืองหนังสือโลก’ ในเครื่องมือค้นหาออนไลน์อย่าง google.com

สาระสำคัญของ 'สถาบันหนังสือแห่งชาติ' ก็คือการเสนอให้มีการจัดตั้งสถาบันทางการที่ทำหน้าเป็นตัวกลางในการดูแลและพัฒนาระบบหนังสือประเทศทั้งระบบให้เป็นเอกภาพ ดูแลรับผิดชอบระบบห้องสมุดทั่วประเทศและระบบการอ่านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ สถาบันหนังสือยังทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางของบุคคล องค์กรที่เกี่ยวข้องกับหนังสือและระบบการอ่านของชาติ ทั้งนี้ข้อเสนอดังกล่าวเสนอให้จัดตั้งสถาบันหนังสือเป็นหน่วยงานอิสระที่มีกฎหมายรองรับอย่างเป็นทางการ

ในบทความเรื่อง 'สถาบันหนังสือแห่งชาติ' ได้ระบุปัญหาในธุรกิจหนังสือไทยที่คาดหวังว่าสถาบันหนังสือแห่งชาติจะเข้ามาช่วยอุดหนุนให้หลายประการ โดยมีมาตรการรูปธรรมที่น่าสนใจ ได้แก่

- การที่อาชีพนักเขียนเป็นอาชีพที่ไม่สามารถเลี้ยงตนเองได้ ต้องทำอาชีพอย่างอื่นเสริมส่งผลให้ไม่สามารถพัฒนาทักษะการเขียนได้อย่างเต็มที่ สถาบันหนังสือจะเป็นตัวกลางในการจัดหาทุนมาให้มาสนับสนุนนักเขียนที่มี 'แวว' สามารถกั๊กไปก่อนและนำมาคืนทีหลังได้
- การให้สถาบันหนังสือเป็นเจ้าภาพในการจัดการระบบหนังสือสาธารณะที่จะให้ห้องสมุดท้องถิ่นหมุนเวียนแลกเปลี่ยนหนังสือกันไปเรื่อยๆ ด้วยหวังว่าจะให้ประชาชนสามารถเข้าถึงหนังสือได้มากขึ้นด้วยต้นทุนที่ต่ำลง
- สถาบันหนังสือทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการรวบรวมความต้องการหนังสือจากหน่วยงานต่างๆ เช่น โรงเรียน ถ้าหากมีปริมาณมากพอสถาบันหนังสือก็สามารถส่งโดยตรงจากโรงพิมพ์ได้เลยเพื่อลดต้นทุนในการซื้อหนังสือลง ซึ่งจะทำให้การจัดสรรงบประมาณการซื้อหนังสือของประเทศให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- การทำงานวิชาการด้านหนังสือ เช่น โรงเรียนวิชาหนังสือที่ทำหน้าที่ปลูกฝังความคิดและสำนึก ความรับผิดชอบ รวมทั้งการผลิตหนังสือดีมีคุณภาพให้กับคนที่สนใจ รวมไปถึงการทำวิจัยเพื่อสะสมข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับหนังสืออย่างเป็นระบบ
- พัฒนาอาชีพที่เกี่ยวข้องกับระบบหนังสือ เช่น บรรณารักษ์ ครู อาจารย์ รวมไปถึงนักวิจารณ์หนังสือ
- เป็นตัวกลางในการซื้อกระดาษให้กับสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก เนื่องจากว่าการซื้อกระดาษเป็นจำนวนมากในคราวเดียวจะทำให้กระดาษในราคาที่ถูกลง

จุดเด่นที่สุดของแนวคิดเรื่องสถาบันหนังสือแห่งชาติคือการมุ่งหวังที่จะปฏิรูปและเปลี่ยนแปลงระบบการจัดการหนังสือของประเทศอย่างถึงราก ทว่าจุดเด่นนี้เองกลับเป็นข้อจำกัดสำคัญทั้งในเชิงวิชาการและในภาคการปฏิบัติจริง ในเชิงวิชาการ ยิ่งข้อเสนอเรื่องสถาบันหนังสือแห่งชาติเป็นข้อเสนอที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากเท่าไร การศึกษาผลได้และผลเสียจากการเปลี่ยนแปลง รวมไปถึงการออกแบบระบบใหม่ที่มาแทนที่ให้ชัดเจนและมีแบบแผนยิ่งเป็นเรื่องจำเป็นและมีความยุ่งยากมากขึ้นเท่านั้น ดังจะเห็นได้ว่า ยังไม่มีงานวิชาการใดเลยที่จะศึกษาเรื่องนี้อย่างจริงจัง ทั้งๆที่แนวคิดเรื่องสถาบันหนังสือแห่งชาตินั้นได้ถูกนำเสนอต่อสาธารณชนมาเป็นเวลากว่า 10 ปีแล้ว

ในภาคปฏิบัตินั้น การปฏิรูปและเปลี่ยนแปลงระบบการจัดการหนังสือของประเทศอย่างถึงรากนั้นย่อมส่งผลกระทบต่อส่วนอื่นๆ อย่างสำคัญ เช่น เมื่อมีการตั้งสถาบันหนังสือแห่งชาติมาทำหน้าที่ดูแลห้องสมุดของรัฐก็อาจส่งผลให้ต้องมีการลดอำนาจหรือยุบหน่วยงานอื่นๆ ที่เคยหน้าที่ดังกล่าว เป็นต้น เมื่อเป็นเช่นนี้การผลักดันแนวคิดเรื่องสถาบันหนังสือแห่งชาติให้เกิดเป็นรูปธรรมจริงๆ จึงเป็นไปได้ยากมากในทางการเมืองแม้ครั้งหนึ่งรัฐบาลพรรคไทยรักไทยเคยสนใจที่จะนำแนวคิดนี้ไปดำเนินการ แต่ลงท้ายสถาบันหนังสือแห่งชาติก็มิได้เกิดขึ้นจริง

ภายใต้ข้อจำกัดดังกล่าวนี้ แนวคิดสถาบันหนังสือแห่งชาติจึงน่าจะเกิดขึ้นได้ยาก และต้องใช้พลังขับเคลื่อนอย่างมหาศาลในการทำให้เกิดขึ้นจริง ดังนั้นการสำรวจบทเรียนในต่างประเทศน่าจะเป็นประโยชน์สำหรับการปรับตัวในระยะสั้นของผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระ อีกทั้งยังเป็นการทำงานเชิงวิชาการเพื่อสนับสนุนมาตรการย่อยๆ บางมาตรการของแนวคิดสถาบันหนังสือแห่งชาติอีกด้วย

#### **4. บทบาทของภาครัฐในการสนับสนุนผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระในต่างประเทศ**

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เสนอว่า เมื่อตลาดทำงาน หรือไม่ทำงาน หรือไม่อาจทำงานได้โดยสมบูรณ์ แต่สินค้านั้นส่งผลกระทบต่อภายนอกที่เป็นบวกแก่สังคม รัฐจำเป็นต้องเข้ามามีบทบาทสนับสนุนเพื่อให้มีการผลิตและการบริโภคในวงกว้าง อันจะทำให้ระดับสวัสดิการโดยรวมของสังคมดีขึ้นไปด้วย

ในหลายๆ ประเทศ ภาครัฐมีบทบาทอย่างสำคัญในการส่งเสริมผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระ ให้สามารถปรับตัวอยู่ร่วมกับตลาดได้ดีพอสมควร นอกจากการรณรงค์ให้ประชาชนของตน

อ่านหนังสือมากขึ้นแล้ว รัฐอาจสามารถใช้มาตรการอื่นที่เป็นรูปธรรมในการสนับสนุนธุรกิจหนังสือขนาดเล็กได้ ดังนี้

#### 4.1 มาตรการด้านการเงิน

มาตรการที่เป็นรูปธรรมส่วนใหญ่ที่รัฐในประเทศพัฒนาแล้วนิยมใช้คือการสนับสนุนทางการเงิน ตัวอย่างเช่น ในแคนาดา ภาครัฐได้จัดสรรเงินทุนเพื่อสนับสนุนสำนักพิมพ์เกิดใหม่ (Emerging Publishing Grant) เป็นประจำทุกปี หรืออย่างในสวีเดน ผู้ประกอบการในธุรกิจหนังสือก็จะได้รับดอกเบี้ยราคาถูกลงกว่าต้องตลาดค่อนข้างมาก ที่ฝรั่งเศส สำนักพิมพ์อิสระที่ต้องการเงินลงทุนในโครงการที่ใช้งบประมาณสูงแต่ไม่มีเงินทุน ก็สามารถขอกู้เงินแบบปราศจากดอกเบี้ยจากศูนย์หนังสือแห่งชาติของฝรั่งเศส มาตรการเหล่านี้ส่วนใหญ่แล้วมักจะมีเงื่อนไขพ่วงมาด้วยว่า ผู้ผลิตจะต้องเลือกทำหนังสือสาระคุณภาพดี อาทิ กวีวรรณกรรมวิชาการ วรรณกรรมคลาสสิก และวรรณกรรมภาษาถิ่น/ท้องถิ่น เป็นต้น

ในบางประเทศ ภาครัฐได้พยายามคิดค้นนวัตกรรมทางนโยบายใหม่ เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงของสังคม กรณีของสกอตแลนด์นั้นเป็นตัวอย่างที่น่าสนใจ แต่ก่อนนั้น รัฐบาลสกอตแลนด์สนับสนุนผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระ ด้วยการให้เงินอุดหนุนผ่านสภาศิลปะแห่งสกอตแลนด์ (The Scottish Art Council) ปีละหลายสิบล้านปอนด์ซึ่งแม้จะมีประสิทธิผลพอสมควร แต่การช่วยเหลือก็จำกัดเฉพาะผู้ผลิตหนังสือที่เป็นสมาชิกของสมาคมผู้จัดพิมพ์แห่งสกอตแลนด์เท่านั้น

ต่อมาในปี 2009 รัฐบาลสกอตแลนด์จึงได้ตั้งหน่วยงานขึ้นมาใหม่ชื่อว่า Creative Scotland 2009 Ltd. ซึ่งมีลักษณะการดำเนินการในรูปแบบบริษัทเอกชน โดยหน่วยงานแห่งนี้จะต้องนำเงินงบประมาณที่ได้จากภาครัฐไปร่วมลงทุนในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ภาคเอกชนเป็นผู้ดำเนินการ

ความน่าสนใจของ Creative Scotland 2009 Ltd. คือ การเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ในทุกแขนงสามารถนำเสนอโครงการที่ตนเองจะทำเพื่อขอให้รัฐร่วมเป็นหุ้นส่วนได้โดยตรง ที่สำคัญคือ Creative Scotland 2009 Ltd. ไม่ได้จำกัดประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามรูปแบบของศิลปะ (art form) เหมือนที่เคยทำมา กล่าวคือ ไม่ได้มีการแยกธุรกิจหนังสือ ธุรกิจเพลง หรือธุรกิจภาพยนตร์ ออกจากกันอย่างเด็ดขาด แต่จะใช้ลักษณะของกิจกรรมเป็นเกณฑ์ในการแบ่งประเภทของการลงทุน เช่น การลงทุนพัฒนาช้างเผือก (talent development) การลงทุนสร้างสาธารณูปโภคทางปัญญาและวัฒนธรรม

(cultural facilities) และการพัฒนานวัตกรรม (innovation) เป็นต้น การใช้เกณฑ์เช่นนี้ส่งผลให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมมีความยืดหยุ่นและมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

#### 4.2 การเป็นตัวกลางเพื่อจับคู่ผลิตและผู้บริโภค

นอกจากการให้เงินอุดหนุนและการร่วมทุนแล้ว รัฐยังสามารถเป็นตัวกลางในการจับคู่ผู้ผลิตและผู้บริโภคได้ด้วย ในหลายๆ ประเทศ นโยบายการศึกษาและระบบห้องสมุด เป็นเครื่องมือสำคัญที่รัฐบาลใช้เพื่อสนับสนุนผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระได้เป็นอย่างดี เช่น ในสวีเดนและนอร์เวย์ หนังสือที่ถูกผลิตออกมาเกือบทุกเล่มจะถูกซื้อโดยองค์กรหรือมูลนิธิที่เชื่อมโยงกับรัฐ เพื่อส่งไปยังห้องสมุดสาธารณะทุกแห่งในประเทศ ในสกอตแลนด์ แม้รัฐจะไม่ได้บังคับให้ห้องสมุดต้องซื้อหนังสือของทุกสำนักพิมพ์ แต่จากการสำรวจพบว่า ระบบห้องสมุดสาธารณะในสกอตแลนด์ให้ความสำคัญกับการสั่งซื้อหนังสือของผู้ผลิตขนาดเล็กและผู้ผลิตอิสระไว้ในห้องสมุด เนื่องจากหนังสือเหล่านี้มีถูกผลิตน้อยและมักจะหาได้ยากในท้องตลาด

#### 4.3 การพัฒนาระบบห้องสมุดและบรรณารักษ์

ระบบห้องสมุดที่ก้าวหน้ายังมีประโยชน์ในเชิงของกลไกนโยบายอื่นๆ อีกด้วย ในประเทศอังกฤษ ฮอลแลนด์ และยุโรปเหนือ รัฐบาลสนับสนุนอุตสาหกรรมหนังสือด้วยการจ่ายเงินค่าลิขสิทธิ์สำหรับการยืมในห้องสมุด (Library Lending Right) ให้กับผู้ผลิตหนังสือ โดยมีตรรกะว่า เมื่อหนังสือมาอยู่ในห้องสมุดสาธารณะ สังคมจะได้ประโยชน์จากการที่คนสามารถเข้าถึงหนังสือมากขึ้น แต่ผู้ผลิตหนังสือกลับเป็นผู้เสียประโยชน์เมื่อหนังสือที่ตนผลิตอาจขายได้น้อยลงในท้องตลาด เพราะคนหันมายืมจากห้องสมุดแทนที่จะซื้ออ่านเอง ทั้งนี้ หนังสือเล่มใดถูกยืมมากผู้ผลิตก็จะได้รับค่าลิขสิทธิ์มากขึ้นตามไปด้วย

ระบบบรรณารักษ์เองก็เป็นระบบมีความสำคัญต่อการรอดของของผู้ผลิตขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระอย่างมีนัยสำคัญ เพราะบรรณารักษ์นั้นจะเป็นผู้ที่มีอำนาจในการสั่งซื้อหนังสือเข้าห้องสมุด ในบางประเทศที่มีระบบบรรณารักษ์ที่ 'ก้าวหน้า' เช่น สกอตแลนด์ บรรณารักษ์จะตระหนักดีถึงความจำเป็นที่จะต้องซื้อหนังสือของสำนักพิมพ์อิสระและสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก เนื่องจากว่าสำนักพิมพ์เหล่านี้มักจะพิมพ์หนังสือออกมาในจำนวนที่ค่อนข้างน้อยโดยเปรียบเทียบ เมื่อเวลาผ่านไปจะหาซื้อได้ยาก (แม้ว่าจะยังขายไม่หมด) การสั่งซื้อหนังสือของสำนักพิมพ์ขนาดเล็กจึงเป็นทั้งการจัดหาหนังสือที่มีปริมาณจำกัดให้เป็นหนังสือสาธารณะ พร้อมๆ กับการส่งเสริมสำนักพิมพ์ขนาดเล็กและสำนักพิมพ์อิสระไปพร้อมๆ กัน

#### 4.4 การรับประกันซึ่งสิทธิและเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น

นโยบายและมาตรการต่างๆดังกล่าวข้างต้นนี้อาจไม่มีความหมายใดๆ เลย ถ้าสิทธิและเสรีภาพในการอ่านและการเขียนในสังคมถูกจำกัด ในประเทศพัฒนาแล้ว ไม่ว่านโยบายและมาตรการสนับสนุนธุรกิจหนังสือจะแตกต่างกันเพียงใด แต่สิ่งที่ทุกรัฐมีร่วมกันคือการให้ความสำคัญกับสิทธิขั้นพื้นฐานในการแสดงความคิดเห็น และการเข้าถึงสินค้าวัฒนธรรมเป็นลำดับต้นๆ นี่เป็นเงื่อนไขที่จำเป็นในการยกระดับธุรกิจหนังสือ และอาจหมายรวมถึงสังคมในภาพรวมด้วย

### 5. การปรับตัวของผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระผ่านตลาด

#### 5.1 การปรับตัวด้วยการมุ่งสู่ตลาดขนาดเล็ก (micro-niche)

เป็นที่รับรู้กันมานานแล้วว่า แนวทางหนึ่งในการปรับตัวของผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระคือการมุ่งไปสู่ตลาดขนาดเล็ก (niche market) ที่ผู้บริโภคมีรสนิยมเฉพาะเจาะจงบางอย่าง ผู้บริโภคในตลาดขนาดเล็กมักจะมีขนาดไม่ใหญ่มากนักจนไม่อาจดึงดูดให้ผู้ผลิตรายใหญ่ ทุนหนา เข้ามาแข่งขันในตลาด

ในสหรัฐอเมริกาความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและเครือข่ายสังคมออนไลน์ก็ทำให้รูปแบบการปรับตัวของผู้ผลิตหนังสือหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตอิสระเปลี่ยนไปอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อผู้ผลิตหนังสือรายเล็กมีแนวโน้มที่จะมุ่งไปสู่ตลาด “ขนาดเล็ก” (micro-niche) มากยิ่งขึ้น การปรับตัวแบบมุ่งสู่ตลาดขนาดเล็ก ก็คือ การผลิตหนังสือตามยอดสั่งซื้อ (print on demand - POD) นั่นเอง

โดยทั่วไป ผู้ผลิตหนังสือจะให้ผู้อ่านเลือกหนังสือจากแคตตาล็อกออนไลน์ เมื่อมีคำสั่งซื้อเสร็จหนังสือก็จะถูกพิมพ์และส่งไปถึงมือผู้บริโภคโดยตรง

POD นั้นเป็นเทคโนโลยีการพิมพ์ที่เป็นประโยชน์กับผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กค่อนข้างมาก เพราะนอกจากจะมีต้นทุนการผลิตไม่สูงมากนัก ยังสามารถลดต้นทุนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้อีกด้วย เช่น สตี๊กหนังสือ ต้นทุนค่าสายส่ง ความเสี่ยงจากการขายหนังสือไม่ได้ รวมถึงความเสี่ยงจากการมีขายน้อยเกินไปด้วย ในอังกฤษมีการประเมินกันว่า ต้นทุนเหล่านี้อาจสูงถึงร้อยละ 50 ของราคาปกหนังสือเลยทีเดียว



มีกรณีศึกษาที่น่าสนใจคือ Rice University Press ซึ่งเป็นสำนักพิมพ์ในสังกัดของมหาวิทยาลัย แต่เดิมนั้น Rice University Press เคยเปิดดำเนินการและได้ปิดตัวลงไปตั้งแต่ปี 1996 แต่ในปี 2006 สำนักพิมพ์ได้กลับมาดำเนินการอีกครั้ง โดยใช้โมเดลแบบ POD ผสมผสานกับรูปแบบของวารสารออนไลน์ หนังสือเล่มแรกของ Rice University Press เป็นตำราแพทยศาสตร์ที่ประกอบด้วยภาพสีจำนวนมาก ถ้าตีพิมพ์ตำราฉบับนี้ด้วยวิธีการแบบแล้ว ตำราจะมีราคาอย่างน้อย 175 ดอลลาร์ ซึ่งถือว่าเป็นราคาที่สูงมาก และมีความเสี่ยงสูงเกินไปที่จะตีพิมพ์ สำนักพิมพ์ Rice University Press จึงทดลองเอาเนื้อหาของหนังสือเล่มดังกล่าวขึ้นเว็บไซต์และเปิดให้อ่านฟรี แต่ถ้าต้องการดาวน์โหลดจะต้องเสียค่าใช้จ่ายตามสมควร ในขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสให้คนสั่งซื้อหนังสือเป็นเล่มตามจำนวนสั่งได้ เมื่อคำนวณค่าใช้จ่ายและความเสี่ยงทั้งหมด Rice สามารถผลิตหนังสือออกมาในราคา 80 เหรียญเท่านั้นโดยที่ไม่ขาดทุน

ในปัจจุบัน สำนักพิมพ์ของมหาวิทยาลัยชื่อดังหลายแห่งก็หันมาใช้ POD ในการพิมพ์หนังสือและตำราวิชาการ ตัวอย่างเช่น Oxford University Press มีหนังสือที่ผลิตด้วยวิธีการแบบ POD รวมกันทั้งหมดกว่า 100,000 เล่มต่อปี เลยกี่เดียว

## 5.2 ธุรกิจสิ่งพิมพ์แบบครบวงจรสำหรับหนังสือพิมพ์เอง

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการเติบโตของ POD ยังทำให้เกิดธุรกิจสิ่งพิมพ์รูปแบบใหม่ที่ทำให้การบริการแบบครบวงจร ขอเพียงผู้เขียนหรือผู้ที่ต้องการทำหนังสือนั้นมีต้นฉบับที่อยู่ในรูปแบบของไฟล์ดิจิทัลก็สามารถทำหนังสืออย่างง่ายได้ด้วยตนเอง กรณีตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จมากในสหรัฐอเมริกา คือ lulu.com

สมมติว่า เรามีต้นฉบับที่เป็นไฟล์ดิจิทัลในมือ เราสามารถเข้าไปขอใช้บริการกับ lulu.com ได้ทันที ในเว็บไซต์ lulu จะมีแพ็คเกจให้เราเลือกที่ค่อนข้างหลากหลายตามแพ็คเกจ เช่น การทำให้ต้นฉบับของเราอยู่ในรูปหนังสืออย่างง่ายโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย แต่ถ้าหากเราต้องการให้หนังสือเราดูดีขึ้นมาหน่อย ก็สามารถเลือกซื้อแพ็คเกจขนาดย่อม (369 เหรียญ) ซึ่งครอบคลุมการบริการ จัดรูปเล่ม การออกแบบปกแบบพื้นฐาน การขอเลขมาตรฐานหนังสือ การส่งไปขาย amazon.com การส่งมอบหนังสือจริง และเปิดให้ดาวน์โหลดไฟล์ PDF ของหนังสือ หรือหากต้องการผลิตหนังสือแบบมืออาชีพเราก็สามารถเลือกแพ็คเกจพรีเมียม (4,499 เหรียญ) ได้ ซึ่งการบริการจะครอบคลุม การจัดรูปเล่มแบบไม่จำกัดจำนวนหน้าและรูป การออกแบบปกขั้นสูง บทวิจารณ์จากบรรณาธิการ การแก้ไขปรับปรุงต้นฉบับ การส่งมอบหนังสือปกแข็ง

และอ่อน รวมไปถึงการทำการตลาดด้วย นอกจากนี้ lulu.com ยังมีบริการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำหนังสือด้วย เช่น งานบรรณาธิการ ออกแบบ จัดรูปเล่ม บริการนักเขียนผี เป็นต้น

ปัจจุบัน การตีพิมพ์หนังสือเอง (self-publishing) เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในสหรัฐอเมริกาปี 2009 มีจำนวน 7.6 แสนปก (สูงขึ้น 181% จากปีก่อนหน้า) เทียบกับสำนักพิมพ์อย่าง Random House ตีพิมพ์ 2.9 แสนปกในปีเดียวกัน

## 6. บทบาทของชุมชนในการปรับตัวของผู้ผลิตหนังสืออิสระและผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็ก

นอกจากการพึ่งพิงรัฐและการปรับตัวด้วยตนเองผ่านตลาดแล้ว ในต่างประเทศ การพึ่งกันเองของสมาชิกชุมชนก็เป็นทางเลือกที่น่าสนใจยิ่งในการปรับตัวของผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระ

ควรกล่าวในที่นี้ก่อนว่า 'ชุมชน' ที่กล่าวถึงนี้มิได้หมายความว่าถึงชุมชนในความหมายเชิงพื้นที่ชนบทอย่างที่เข้าใจกันทั่วไป หากแต่หมายถึงกลุ่มคนที่มีปฏิสัมพันธ์กันเองและบ่อยครั้งในหลากหลายมิติ สมาชิกในชุมชนในความหมายนี้มักจะมีเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างกัน มีความเชื่อ อุดมการณ์ และค่านิยมใกล้เคียงกัน ปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกในชุมชนจะมีความต่อเนื่องระยะยาวและถี่บ่อยทำให้มีกระบวนการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันภายในชุมชน

ชุมชนมีจุดเด่น คือ มีโครงสร้างแรงจูงใจที่เน้นการร่วมมือกันมากกว่าแข่งขันกัน สมาชิกของชุมชนจะตัดสินใจโดยคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากขึ้น ในขณะที่เดียวกัน ชุมชนก็มีกลไกกลไกพิเศษสมาชิกภายในชุมชนกันเองเมื่อมีคนเบียดเบียนหรือตีตัวพรี ในโลกแห่งความเป็นจริง ชุมชนมักจะมีบทบาทสำคัญในการช่วยยกระดับสวัสดิการของสมาชิกได้ดีกว่าการทำงานลำพัง กระนั้นชุมชนเองก็ต้องการกฎกติกาในการกำกับดูแลที่ชัดเจนเพื่อให้สมาชิกสามารถร่วมมือกันได้อย่างราบรื่น

### 6.1 ชุมชนของผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระ

โดยทั่วไปแล้ว กติกาชุมชนจะทำงานได้ดีในกรณีที่สมาชิกมีความเท่าเทียมกันมาก เหลือมล้ำแตกต่างกันน้อย ตัวอย่างที่สนใจในกรณีนี้ได้แก่ กลุ่ม UTB ในประเทศเยอรมัน และ SPUNC ของประเทศออสเตรเลีย

กลุ่ม UTB ของเยอรมันเป็นการรวมตัวกันของผู้ผลิตหนังสือวิชาการและหนังสือคลาสสิกขนาดเล็กในเยอรมัน UTB ตั้งขึ้นในปี 1971 เนื่องจากว่า ตลาดหนังสือในเยอรมันปรับเปลี่ยนในทิศทางตามกระแส (mass) มากขึ้น จนทำให้หนังสือวิชาการและหนังสือคลาสสิกเริ่มไม่มีที่ยืนในตลาด UTB มีสมาชิกเริ่มต้น 11 สำนักพิมพ์ ปัจจุบันมี 15 สำนักพิมพ์

UTB ถูกตั้งขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาในเรื่องการตลาดและการขนส่งซึ่งมักจะเป็นต้นทุนที่สูงเกินไปสำหรับสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก โดย UTB จะเลือกหนังสือใหม่ๆ จากสมาชิกของตนเองมาทำการตลาดภายใต้แบรนด์ของ UTB เอง ทั้งนี้ UTB จะมีคณะกรรมการที่ทำหน้าที่ให้คำแนะนำการคัดเลือกหนังสือและการตลาดสำหรับหนังสือที่ได้รับการคัดเลือก เช่น ชื่อเรื่อง ช่วงเวลาที่หนังสือควรจะวางตลาด ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของหนังสือในตลาด นอกจากนี้ คณะกรรมการยังทำหน้าที่เป็นคลังสมอง (think tank) ที่ช่วยกันวางแผนเพื่อแข่งขันในตลาดหนังสือด้วย เช่น การประเมินทิศทางตลาดหนังสือว่าควรจะเน้นไปที่สาขาวิชาใด เป็นต้น

UTB จะทำแคตตาล็อกหนังสือใหม่ของตัวเองทุกปีเพื่อแจกจ่ายให้กับร้านหนังสือ ทั้งนี้ UTB จะมีตัวแทนจำหน่ายเป็นของตนเองที่ทำงานเต็มเวลา ตัวแทนจำหน่ายของ UTB จะเดินทางไปร้านหนังสือทั่วยุโรปเพื่อเจรจาขายหนังสือโดยตรง ปัจจุบันมีร้านหนังสือมากกว่า 250 ร้านที่เป็นลูกค้าประจำของ UTB เมื่อหนังสือพิมพ์เสร็จ หนังสือจะถูกส่งตรงจากโรงพิมพ์ไปยังร้านหนังสือตามจำนวนที่สั่งไว้โดยตรง ไม่ต้องผ่านสายส่ง

ความที่ UTB จัดพิมพ์เฉพาะหนังสือวิชาการและหนังสือคลาสสิก หน้าที่สำคัญประการหนึ่งของ UTB คือ การติดต่อกับอาจารย์มหาวิทยาลัยทั่วประเทศเพื่อแนะนำหนังสือใหม่ๆ ของ UTB พร้อมกันนี้ UTB ก็จะช่วยตรวจสอบความเห็นของเหล่าอาจารย์ที่มีต่อหนังสือ เพื่อทำการประเมินคุณภาพหนังสือและส่งกลับไปยังสำนักพิมพ์ต่อไป นอกจากนี้ข้อคิดเห็นที่มีต่อหนังสือแล้ว UTB ยังต้องรายงานตัวเลขสถิติต่างๆ เช่น ยอดขาย และสต็อก พร้อมคำแนะนำในการสำรวจหนังสือสำหรับขายให้แก่สมาชิกด้วย

การยื่นหยัดมากกว่า 40 ปี ทำให้สมาชิกได้ประโยชน์จาก UTB ค่อนข้างมาก เพราะชื่อเสียงของ UTB เสมือนเป็น “แบรนด์เนม” สำหรับตำราทางวิชาการในเยอรมันนี้ไปแล้ว

SPUNC หรือ Small Press Underground Networking Community เป็นเครือข่ายของผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระของออสเตรเลีย ถือเป็นเครือข่ายของผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กที่ใหญ่มากที่สุดในออสเตรเลีย โดยในปัจจุบัน SPUNC มีสมาชิกกว่า 100 สำนักพิมพ์

โจทย์ใหญ่ของ SPUNC คือการพยายามแก้ปัญหาพื้นฐานที่สำนักพิมพ์ขนาดเล็กต้องเผชิญ เช่น ปัญหาด้านสายส่ง ปัญหาด้านการตลาด โดย SPUNC มีเครื่องมือหลักคือ การทำแคตตาล็อก การจัดเทศกาลหนังสือเป็นของตัวเอง และการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ SPUNC ยังไปต่อรอกับระบบไปรษณีย์ของออสเตรเลียให้ลดค่าใช้จ่ายในการจัดส่งหนังสือให้กับสมาชิกของตน รวมถึงการพยายามพัฒนา platform ของหนังสือออนไลน์เพื่อให้สมาชิกสามารถนำ e-book มาขายได้

กระนั้น จุดแข็งที่แท้จริงของ SPUNC คือ การเป็นศูนย์กลางความร่วมมือของผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระ เนื่องจาก SPUNC เป็นศูนย์รวมของผู้ที่มีความคิดความอ่าน วัฒนธรรม และเป้าหมายในการทำหนังสือคล้ายๆกัน ดังนั้นสมาชิกของ SPUNC จึงมุ่งที่จะร่วมมือกันมากกว่าที่จะแข่งขันกัน ผลประโยชน์ของส่วนรวมจึงมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าผลประโยชน์ส่วนตัว

ฟังก์ชันที่สำคัญของ SPUNC คือ การเป็น information provider โดยสมาชิกของ SPUNC จะเข้ามาแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ให้กันและกัน และคอยช่วยเหลือกัน เช่น การให้คำแนะนำว่าควรจะไปออกแบบปกหนังสือกับใคร ควรจะใช้เป็นสายส่งเจ้าไหน นอกจากนี้ การ SPUNC เน้นวัฒนธรรมการช่วยเหลือกันยังทำให้ สมาชิกของ SPUNC ได้สิทธิพิเศษบางประการจากผู้ที่อยู่ในเครือข่าย เช่น โรงพิมพ์ที่อยู่ในเครือข่ายอาจมีการคิดค่าจ้างของตนในราคาที่ถูกลงกว่าราคาตลาดให้กับสมาชิกของ SPUNC

## 6.2 ชุมชนของผู้ผลิตขนาดเล็กและผู้ผลิตขนาดใหญ่

โดยทั่วไปแล้ว ชุมชนนั้นจะสามารถทำงานได้ดีหากสมาชิกมีลักษณะคล้ายกัน มีความเท่าเทียมกันสูง และมีความเหลื่อมล้ำกันน้อย เพราะผลประโยชน์ของสมาชิกในชุมชนจะเป็นไปในทางเดียวกันและมีความขัดกันของผลประโยชน์น้อย กลุ่มตัวอย่างที่ยกมาดังกล่าวข้างต้นล้วนอยู่ในขอบข่ายนี้ทั้งสิ้น กระนั้นก็มีบางกรณีที่ผู้ผลิตรายเล็กและผู้ผลิตรายใหญ่สามารถทำงานร่วมกันได้ภายใต้ค่านิยมร่วมกันบางประการ

ฝรั่งเศสนั้นถือว่าเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมการอ่านเข้มแข็งที่สุดเป็นอันดับต้นๆ ของโลก และผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระของฝรั่งเศสก็มักจะได้รับการยอมรับจากสังคมอย่างสูง และถือว่ามีอิทธิพลต่อวงการหนังสือฝรั่งเศสค่อนข้างมาก ดังจะเห็นได้ว่าสำนักพิมพ์อิสระหลายสำนักพิมพ์ในฝรั่งเศสนั้นมีชื่อเสียงค่อนข้างมากและสามารถยืนหยัดสืบต่อมาหลายช่วงอายุคน โดยคนรุ่นใหม่ก็พยายามสานต่อเกียรติยศ ภาพลักษณ์ และคุณภาพที่คนในอดีตสร้างไว้ต่อไป

ภายใต้บริบทของวัฒนธรรมการอ่านที่เข้มแข็ง ผู้ผลิตหนังสือฝรั่งเศสไม่ว่าจะรายเล็กหรือรายใหญ่ต่างตระหนักถึงความสำคัญของธุรกิจหนังสือในฐานะรากฐานทางปัญญา Ouvry-Vial (2003) บรรยายลักษณะของธุรกิจหนังสือในฝรั่งเศสไว้ว่า ผู้ผลิตขนาดเล็กทำหน้าที่เสมือนโรงเรียนนักเรียนโดยทำหน้าที่ปั้นนักเขียนหน้าใหม่และนักเขียนคุณภาพเข้าสู่วงการ และเมื่อนักเขียนมีชื่อเสียงก็จะถูกสำนักพิมพ์ใหญ่มาแย่งตัวหรือซื้อตัวไป (ซึ่งอาจไม่ต่างจากที่อื่นๆ) แต่ในทางปฏิบัติแล้วผู้ผลิตหนังสือขนาดใหญ่และขนาดเล็กจะมีลักษณะถ้อยที่ถ้อยอาศัยอยู่ ในขณะที่แม้ผู้ผลิตขนาดใหญ่มักจะเข้ามาซื้อตัวและผลงานนักเขียนที่ดังมาจากสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก แต่ก็มักจะไม่ใช่ทั้งหมด ดังนั้นจึงเป็นปกติที่ผลงานของนักเขียนชื่อดังในฝรั่งเศสจะพิมพ์กับทั้งสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่และสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก

นอกจากนี้ ยังมีกรณีที่ผู้ผลิตขนาดใหญ่เข้าไปลงทุนในผู้ผลิตอิสระขนาดเล็กในลักษณะการทำหนังสือร่วมกัน เช่น ให้คณะบรรณาธิการของสำนักพิมพ์ขนาดเล็กเป็นผู้เลือกทำหนังสือ แต่สำนักพิมพ์ขนาดใหญ่เป็นคนให้เงินทุนและจัดจำหน่าย เมื่อหนังสือออกมาก็ใส่ให้เครดิตสำนักพิมพ์ทั้งสองร่วมกัน ในกรณีนี้ผู้ผลิตขนาดใหญ่จะได้ประโยชน์จากชื่อเสียงเฉพาะทางที่สำนักพิมพ์ขนาดเล็กส่งสมมา ในขณะที่ผู้ผลิตขนาดเล็กก็ได้ประโยชน์ในด้านการบริหารจัดการ (อย่างไรก็ตาม วิธีการนี้ก็เป็นที่ถกเถียงกันมากถึงความ เป็นอิสระที่แท้จริงของสำนักพิมพ์ขนาดเล็กในการทำงาน)

### 6.3 ชุมชนของผู้ผลิตและผู้บริโภค

ในเทศกาลหนังสือที่เมือง Hay-on-Wye ในปี 2011 ได้มีการเปิดตัว unbound.co.uk ซึ่งเป็นพื้นที่แบบใหม่ที่เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตหนังสือและผู้อ่านสามารถสร้างรูปแบบในการทำธุรกิจหนังสือแบบใหม่ได้ นั่นคือ การเชื่อมร้อยผู้ผลิตหนังสือและผู้อ่านเข้าด้วยกัน โดยให้ผู้อ่านสามารถมีส่วนร่วมในการผลิตหนังสือได้โดยตรง ในเว็บไซต์ unbound.co.uk ระบุว่า เป้าหมายสำคัญของการสร้างรูปแบบธุรกิจหนังสือนี้ก็คือ การพยายามทำให้อ่านจากกลับมาอยู่ในมือผู้ผลิตหนังสือและคนอ่าน

Unbound.co.uk ทำหน้าที่เป็นพื้นที่ตรงกลางที่เชื่อมผู้ผลิตหนังสือกับผู้อ่านเข้าด้วยกัน โดยผู้ผลิตหนังสือจะสามารถนำเสนอความคิด แนวทาง หรือแม้กระทั่งต้นฉบับแรก เข้าไปในพื้นที่นี้และเมื่อมีผู้อ่านเห็นโอกาสเห็นกระบวนการผลิตหนังสือ (ความคิดเบื้องต้น ชื่อหนังสือ กระบวนการพัฒนาต้นฉบับ) และชอบเล่มไหนเป็นพิเศษ ผู้อ่านสามารถร่วมลงทุนสนับสนุนให้หนังสือเล่มดังกล่าวออกมาเป็นรูปเล่มได้

ความน่าสนใจประการหนึ่งของโมเดลการผลิตหนังสือแบบใหม่ คือ ผู้อ่านนั้นมีส่วนร่วมในการผลิตหนังสือมากขึ้น สามารถเห็นพัฒนาการของต้นฉบับและให้คำแนะนำรวมถึงแลกเปลี่ยนกับผู้เขียนและผู้ผลิตหนังสือได้

ผู้อ่านที่ร่วมลงทุนจะได้สิทธิพิเศษเล็กน้อยๆ จากผู้เขียนหนังสือ ซึ่งสิทธิพิเศษที่ได้นั้นจะแตกต่างกันไปโดยขึ้นอยู่กับยอดบริจาค เช่น หากลงทุนขั้นต่ำ (10 ปอนด์) ก็จะได้หนังสือในรูปแบบของ e-book เป็นการตอบแทน หรือถ้าหากลงทุนขั้นสูงสุด (250 ปอนด์) ก็จะได้ไปร่วมรับประทานอาหารกับนักเขียนและผู้ก่อตั้งเว็บไซต์ 2 มื้อ ได้หนังสือในรูปเล่มพร้อมลายเซ็น กระเป๋าที่ระลึก และหนังสือในรูปแบบ e-book เป็นต้น แต่ไม่ว่าจะลงทุนขั้นใดก็ตาม ผู้อ่านที่ร่วมลงทุนจะได้รับเครดิตในหนังสือด้วย

ในกระบวนการผลิตหนังสือ ผู้ผลิตหนังสือจะกำหนดเป้าหมายในการระดมทุนไว้ หากหนังสือเล่มใดสามารถระดมทุนได้ตามเป้าที่ตั้งไว้ได้ หนังสือเล่มดังกล่าวก็จะถูกผลิตออกมาและกระจายสู่ตลาด (ไม่ใช่ POD) แต่หากหนังสือเล่มใดไม่สามารถระดมทุนได้ตามเป้าหมายที่กำหนด หนังสือเล่มนั้นจะไม่ถูกผลิต และผู้ที่ร่วมลงทุนไปแล้วก็จะได้เงินคืนจากผู้ผลิตทั้งหมด

นอกจากนี้ ถ้าหนังสือเล่มใดประสบความสำเร็จในการระดมทุนและสามารถพิมพ์หนังสือออกมาเป็นรูปเล่มแล้ว หนังสือเล่มนั้นจะถูกเสนอขายด้วยวิธีการแบบ POD ด้วย ทั้งนี้หากผู้อ่านที่สั่งซื้อหนังสือด้วยวิธีการ POD ต้องการไปร่วมกิจกรรมกับนักเขียนเช่นเดียวกับผู้อ่านที่ให้เงินสนับสนุนตั้งแต่ต้น พวกเขา ก็สามารถจ่ายซื้อแพ็คเกจเพิ่มเติมเช่นเดียวกันแต่จะต้องเสียในอัตราที่แพงกว่าปกติ

unbound.co.uk ได้รับการตอบรับดีพอสมควร ผู้ผลิตและนักเขียนที่มีชื่อเสียงของอังกฤษหลายคนได้เข้าร่วมและทดลองใช้โมเดลการผลิตหนังสือแบบใหม่นี้ นับตั้งแต่เปิดตัวในเดือนพฤษภาคม 2011 ปัจจุบัน unbound.co.uk สามารถผลิตหนังสือออกมาได้ 15 ปกแล้ว และมีหนังสือที่อยู่ในระหว่างการระดมทุนอยู่อีก 20 เล่ม

## 7. ข้อเสนอเบื้องต้นสำหรับธุรกิจหนังสือของไทย

จากการสำรวจประสบการณ์การปรับตัวของผู้ผลิตหนังสือขนาดเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระในต่างประเทศ สามารถสรุปบทเรียนและข้อเสนอแนะเบื้องต้นสำหรับธุรกิจหนังสือไทยมีดังนี้

1. ความอยู่รอดของธุรกิจหนังสืออิสระขนาดเล็กขึ้นอยู่กับการทำงานร่วมกันของสถาบันตลาด รัฐ และชุมชน อย่างเหมาะสม โดยรัฐและชุมชนมีบทบาทสำคัญในการถมช่องว่างและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด

2. การกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม และการส่งเสริมการแข่งขัน-ลดการกระจุกตัวของส่วนแบ่งผู้ผลิตรายักษ์และรายใหญ่ ต้องการการออกแบบสถาบันที่ดีและการกำกับดูแลที่เหมาะสม

3. การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศและเครือข่ายสังคมเป็นตัวช่วยสำคัญของธุรกิจหนังสืออิสระขนาดเล็ก เนื่องจากต้นทุนต่ำ

4. การขยายฐานตลาดหนังสือให้ใหญ่ขึ้นเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับอุตสาหกรรมหนังสือ เพราะตลาดขนาดเล็กเป็นคอขวดของการพัฒนาที่สำคัญ โดยต้องผลักดันเรื่องระบบห้องสมุด รวมถึงการต่อสายไปยังสถาบันการศึกษาต่างๆ

5. การรวมกลุ่มดำเนินกิจกรรมร่วมกัน โดยเฉพาะด้านการกระจายหนังสือ และการขยายฐานตลาดหนังสือเป็นเงื่อนไขสำคัญของการอยู่รอดของกลุ่มธุรกิจหนังสืออิสระขนาดเล็ก และการรวมกลุ่มควรเป็นไปอย่างเป็นระบบ แบบมืออาชีพ มีเจ้าภาพรับผิดชอบและพนักงานประจำ และมีโมเดลทางธุรกิจ

6. การทำงานร่วมกันของสำนักพิมพ์อิสระขนาดเล็กกับแหล่งทุนเป็นการช่วยแก้ปัญหาเรื่องเงินทุนดำเนินการได้ทางหนึ่ง (สำนักพิมพ์ดำเนินการลักษณะ one stop service ส่วนแหล่งทุนการันตียอดรับซื้อ

7. การทำกิจกรรมร่วมกับกลุ่มนักอ่านเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญของกลุ่มฯ

8. การต่อสู้เรียกร้องบทบาทที่ควรจะเป็นของรัฐเป็นเรื่องที่ต้องทำเช่นกัน โดยต้องจัดทำข้อเสนอรวมหมู่ที่เป็นรูปธรรม

## เอกสารอ้างอิง

### ภาษาไทย

กฤติกร เผติเม็กเกื้อกุลพงศ์ (2555). “ความลวงของเมืองหนังสือโลก” สำนักข่าวไทยพับลิค้า, 4 สิงหาคม 2555, <http://thaipublica.org/2012/08/se-ed-and-amarin-charge-fees/>

ซีอีดีดูเคชั่น (มหาชน) จำกัด (2554). “ที่สุดในธุรกิจหนังสือ 2553”, <http://www.se-ed.com/release10/downloads/SE-ED%20Release%202010.pdf>

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (2554). “บทวิเคราะห์ ภาวะอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ปี 2553 คาดการณ์ปี 2554 และแนวโน้มปี 2555”, <http://www.pubat.or.th/default/index.php>

### ภาษาอังกฤษ

ABPA (2010). “ABPA 6<sup>th</sup> Annual General Meeting Report”, Asian Book Publisher Association. <http://mabopa.com.my/>

Baten, J. & van Zanden, J. (2006). “The Impact of Human Capital on Early Modern Welfare Growth, 1450-1913: Book Production as Human Capital Indicator”, Paper present at Workshop and Conference 2005, Center for Economic and Policy Research, [http://www.cepr.org/meets/wkcn/1/1626/papers/van\\_zanden.pdf](http://www.cepr.org/meets/wkcn/1/1626/papers/van_zanden.pdf)

Baten, J. & van Zanden, J. (2008). “Book Production and the Onset of Modern Economic Growth”. *Journal of Economic Growth*, 13(3), pp. 217-235.

Baten, J. & van Zanden, J. (2008). “Book Production and the Onset of Modern Economic Growth”. *Journal of Economic Growth*, 13(3), pp. 217-235.

Hollier, N. (2008). “Australian Small and Independent Publishing: The Freeth Report”. *Publishing Research*, 24, pp. 165 – 174.



Huehn, V. &Huter, M. (2005). "The Red Jacket: UTB as a Model for Cooperative Textbook Publishing". *Publishing Research Quarterly*, Winter, pp. 79 - 82.

McQuivey, M. &Mcquivey, J. (1998). "Is It a Small Publishing World After All?: Media Monopolization of the Children's Book Market, 1992-1995". *Journal of Media Economics*, 11(4), pp. 35-48.

Ouvry-Vial, B. (2003). "Small and Big Publishers in France: Is Literature a Rare Species?". ". *Publishing Research Quarterly*, Spring, pp. 31 – 44.

Ozohu-Suleiman, Y. (2011). "Children Literacy Development and The Book Industry in Nigeria: The Efa 2015 Policy Somersault", *Journal Pengajian Media Malaysia*, 13(1).

Uribe, M. (2006). "Perspective of a Smaller Latin American Publisher". *Publishing Research Quarterly*, Fall, pp. 38 -41.

Winchenbart, R. (2012). "Global Publishing Markets Mapping data, Developments, and Patterns of the Publishing Industry Worldwide" A study for the International Publishers Association (IPA), supported by the London Book Fair and BookExpo America. Presented at the London Book fair, April 16, 2012