

รายงานผลการประชุม

International Publishers Congress 2015

จัดโดย

The International Publishers Association
สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย

วันที่ 24-26 มีนาคม 2558

ณ ห้อง Grand Ballroom โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ

ผู้จัดทำ

รองศาสตราจารย์ศุภณี เรียบเลิศหิรัญ

รายงานผลการประชุม
International Publishers Congress 2015
จัดโดย
The International Publishers Association
สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย

1. ผู้รายงาน

ชื่อ ศุภณีนามสกุล เรียบเลิศศิริคุณตำแหน่ง รองศาสตราจารย์

เข้าร่วม การประชุม

เรื่อง International Publishers Congress 2015

สถานที่ ห้อง Grand Ballroom โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ

ตั้งแต่ วันที่ 24 มีนาคม 2558 ถึง วันที่ 26 มีนาคม 2558 รวมระยะเวลา 3 วัน

จำนวนผู้เข้าร่วมทั้งหมด ประมาณ 800 คน

2. รายละเอียดเกี่ยวกับการไปฝึกอบรม ดูงาน ประชุม และสัมมนา

รายงานการสัมมนา เรื่อง International Publishers Congress 2015

2.1 วัตถุประสงค์:

- 1) เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับสภาพการณ์เกี่ยวกับธุรกิจสำนักพิมพ์ทั่วโลก
- 2) เพื่อนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการเขียนเอกสารการสอนและผลิตสื่อของสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

วิธีการสัมมนา : การอภิปรายและการบรรยาย

เข้าร่วมสัมมนา : ในฐานะผู้เข้าร่วมสัมมนา

คำชี้แจง: ขอขอบคุณที่ท่านให้ความสนใจศึกษาเอกสารเผยแพร่ความรู้ (KM) ของสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มสธ. ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ให้เกิดประโยชน์เชิงวิชาการในวงกว้าง ทั้งนี้หากท่านนำข้อมูลจากเอกสารนี้ไปใช้ ขอให้อ้างอิงแหล่งที่มา จากเราด้วย พร้อมทั้งแจ้งให้เราทราบแหล่งที่ท่านนำไปอ้างอิง โดยแจ้งทางอีเมลมาที่ stoffice@stou.ac.th เพื่อประโยชน์ในการบูรณาการข้อมูลร่วมกัน

2.2 สรุปสาระสำคัญจากการสัมมนาได้ดังนี้

วันที่ 24 มีนาคม 2558

การปาฐกถาพิเศษ โดย Keynote Speaker: ดร. ศุภชัย พานิชภักดิ์ (Dr. Supachai Panitchpakdi)
อดีตเลขาธิการการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD)

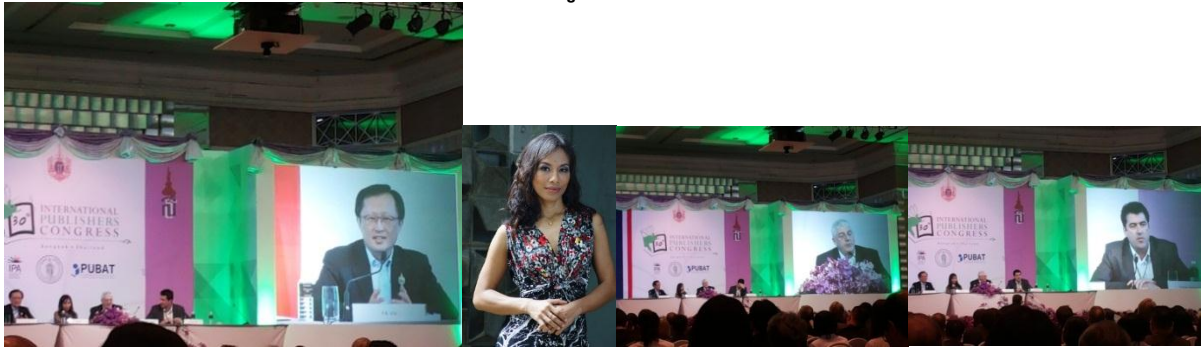


ส่วนหนึ่งของความศิวีไลซ์ มองเห็นได้จากสถาปัตยกรรมเก่าแก่ หนังสือโบราณที่มีคุณค่า ซึ่งมีอายุหลายล้านปี โดยดร. ศุภชัย ได้ยกตัวอย่างหนังสือเก่าแก่ที่มีชื่อเสียงมาก ชื่อ *The Name of the Rose* ซึ่งเป็นนวนิยายเรื่องแรกที่เขียนโดย Umberto Eco นักประพันธ์ชาวอิตาลีเขียน จัดพิมพ์ครั้งแรกในอิตาลีในปี 1980 ในชื่อ *Il nome della rosa* และในปี 1983 William Weaver ได้แปลเป็นภาษาอังกฤษ และให้ข้อคิดว่า “Book is the power, the central of the knowledge and culture the way we can govern the world” แต่เราได้ตระหนักถึงความสำคัญและคุณค่าของหนังสือมาน้อยเพียงใด ในยุคดิจิทัลที่มีการผลิต E-book และสื่อทางอินเทอร์เน็ตอื่น ๆ มากมาย ผู้จัดพิมพ์หรือสำนักพิมพ์ที่จัดพิมพ์หนังสือและร้านขายหนังสือต้องปรับตัวทางการตลาดเพื่อให้แข่งขันได้ และมีหลายแห่งที่ทำได้ โดยได้ยกตัวอย่าง ร้านขายหนังสือ Blackwell ในประเทศอังกฤษ ที่มีสาขาสตั้งอยู่ที่เมือง Oxford และ Cambridge ซึ่งต่างก็เป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยชื่อดังของอังกฤษ โดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย อาทิ การสร้างความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย Oxford และมหาวิทยาลัย Cambridge การเชิญบุคคลและนักเขียนที่มีชื่อเสียงมาพบปะกับผู้อ่านพร้อมแจกลายเซ็น

เมื่อหันมามองเมืองไทย คนไทยนับว่ายังอ่านหนังสือน้อย ราว 30% ของประชากรทั้งหมดเท่านั้น นอกนั้นสนใจสื่ออื่นๆ โดยเฉพาะสื่อดิจิทัลมากกว่า ทำอย่างไรจึงทำให้คนไทยอ่านออกเขียนได้ 100% ทำอย่างไรจึงทำให้คนไทยมีพฤติกรรมหรือมีนิสัยรักการอ่านหนังสือไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน ซึ่งทางหนึ่ง คือ ต้องทำให้หนังสือมีราคาต่ำ เพื่อให้คนสามารถเข้าถึงได้มากที่สุด

อีกไม่นาน ประเทศไทยจะเข้าสู่ AEC คนไทยจำเป็นต้องเรียนรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนผ่านการอ่านหนังสือ และต้องมีทักษะในการแปลหนังสือของประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อสร้างโอกาสในการเป็น Publishing & Printing hub ของอาเซียน เพราะไทยเองก็มีสำนักพิมพ์คุณภาพดีจำนวนมาก ก่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้ทั้งกับผู้จัดพิมพ์ ผู้เขียน นักออกแบบกราฟิก ซึ่งนับเป็นภาคส่วนสำคัญของอุตสาหกรรมงานสร้างสรรค์ เมื่อประเทศไทยจะเข้าสู่ AEC สิ่งที่ต้องคำนึงถึงควบคู่กัน คือ เรื่องของลิขสิทธิ์ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมของประเทศภาคีสมาชิก จะทำให้ปัญหาลิขสิทธิ์มีความซับซ้อนขึ้น ท้ายที่สุดแล้วภาครัฐต้องให้ความสนับสนุนปกป้อง และช่วยเหลืออย่างจริงจัง

การอภิปราย เรื่อง “Does Publishing Matter? The Challenge of the Digital World”
(การจัดพิมพ์ยังมีความหมายอยู่ไหม? ความท้าทายในโลกดิจิทัล)



Chair: Y.S. Chi จาก Chairman, Elsevier

Speakers:

- Ayu Utami, Indonesian author
- Charlie Redmayne, CEO, HarperCollins, UK
- Richard Charkin, IPA President; Executive Director, Bloomsbury, UK

Ayu Utami : เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้สามารถจัดพิมพ์หนังสือออกจำหน่ายได้โดยไม่ต้องพิมพ์เป็นจำนวนมาก เพียงไม่กี่เล่มก็พิมพ์ได้ นักเขียนสามารถเห็นหนังสือของตนเป็นรูปเป็นเล่มได้ทันที โดยไม่ต้องไปติดต่อโรงพิมพ์ออฟเซต ซึ่งถ้าพิมพ์แบบออฟเซต จะต้องพิมพ์ที่จำนวนพิมพ์เป็นพันเล่มขึ้นไป จึงจะทำให้ต้นทุนการพิมพ์ต่อหน่วยต่ำมากพอ แต่ถ้าเป็นหนังสือดิจิทัล เราจะสูญเสียความรู้สึกของการสัมผัสและกลิ่นของหนังสือ ได้รับเพียงแค่เนื้อหาของหนังสือเท่านั้น เทคโนโลยีดิจิทัลเปลี่ยนโลกของการอ่านและการเขียนจริงหรือ ทำให้เกิดคำถามต่อมาที่ว่า “การจัดพิมพ์ยังมีความหมายอยู่ไหม”

แต่ก็ต้องยอมรับว่าเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้นักเขียนสามารถนำเสนองานเขียนผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ และหากติดตลาด จะสร้างอำนาจต่อรองกับผู้จัดพิมพ์มากขึ้น หากจะต้องจัดพิมพ์เป็นรูปเล่ม นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้ทุกคนที่รักการเขียนสามารถสร้างและนำเสนอผลงานหนังสือของตนได้ด้วยตนเองง่ายขึ้น เพราะการเกิดขึ้นของนักเขียนหน้าใหม่และต้นฉบับจำนวนมากมาย ทำให้ผู้จัดพิมพ์ไม่สามารถพิจารณาอ่านและคัดเลือกต้นฉบับมาจัดพิมพ์เป็นหนังสือและจ้างนักเขียนได้ทันภายใน 30 วัน เหมือนที่เคยทำ

Utami เคยถามความเห็นของบรรณาธิการของสำนักพิมพ์ KPG ซึ่งก่อตั้งมาจากความรักหนังสือ แต่เมื่อเป็นธุรกิจ ทำอย่างไรจึงจะประสานความรักกับธุรกิจให้ไปด้วยกันได้ เพราะเทคโนโลยีดิจิทัลสร้างความกังวลว่า จะเกิดการปิดฉากยุคที่รุ่งเรืองของการพิมพ์หนังสือลง หลายสำนักพิมพ์ปิดตัว ร้านขายหนังสือลดพื้นที่ขายหนังสือ หันไปเพิ่มการขายของอื่น ๆ แทน ในอินโดนีเซีย บริบท ณ ขณะนี้ หนังสือดิจิทัลยังไม่สามารถเอาชนะหนังสือที่พิมพ์เป็นเล่มได้ แต่ยังอยู่ในสถานการณ์ที่เกือหนุนซึ่งกันและกัน เพราะหนังสือดิจิทัลมีบทบาทด้านการทดสอบตลาดก่อนจะจัดพิมพ์ ลดความเสี่ยงของธุรกิจ ในอนาคตทั้งผู้จัดพิมพ์และโรงพิมพ์ต่างเตรียมตัวที่จะขยายสู่ธุรกิจสื่ออื่น ๆ โดยเฉพาะธุรกิจและอุตสาหกรรมความคิดและงานสร้างสรรค์ เพื่อแปลงร่างหนังสือสู่งานสร้างสรรค์รูปแบบอื่น ๆ อาทิ เกม ของเล่น ที่สร้างผลกำไรให้กับบริษัท

สำหรับนักอ่านเป็นผู้อ่านที่พร้อมจะอ่านหนังสือนับพันหน้า แต่ผู้อ่านหนุ่มสาวรุ่นใหม่ ๆ มักไม่อดทนเพียงพอที่จะอ่านหนังสือหนาๆ เป็นเวลานาน ๆ เช่นนั้น ผู้อ่านหนุ่มสาวรุ่นใหม่ ๆ นี้พอใจจะเสพภาพข้อความสั้น ๆ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม สื่อออนไลน์มากกว่า พฤติกรรมของผู้อ่านที่ต่างกัน ส่งผลต่อการสร้างสมความสามารถและทักษะที่แตกต่างกัน

คำถามที่ว่า “การจัดพิมพ์ยังมีความหมายอยู่ไหม” **Utami** เห็นว่า แนนอนยังมีความหมายอยู่ แต่อยู่ภายใต้เงื่อนไขของคุณภาพ แม้เทคโนโลยีจะพัฒนาไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่อง แต่ทั้งนักเขียนและผู้จัดพิมพ์ต้องให้ความสำคัญกับความคิดและแปลงความคิดนั้นให้อยู่ในรูปแบบที่มีคุณภาพ เป็นที่ต้องการ และขายได้ **Utami** ปิดท้ายว่า “Ideas are shaping the world. When we create a story, we create the world.”

Charlie Redmayne: ในยุคของโลกดิจิทัล ใคร ๆ ก็เป็นผู้จัดพิมพ์ได้ ไม่ว่าจะเป็นนักเขียน ผู้จัดจำหน่ายหนังสือ โดยยกตัวอย่างนักเขียนคนดังชาวอังกฤษ คือ เจ. เค. โรว์ลิง ที่เป็นผู้แต่งวรรณกรรมแฟนตาซีชุด แฮร์รี่ พอตเตอร์ ที่ได้รับความนิยมทั่วโลก มียอดขายมากกว่า 400 ล้านเล่ม และเป็นหนังสือชุดที่มียอดขายสูงที่สุดในประวัติศาสตร์ ในสถานการณ์ที่ใคร ๆ ก็เป็นผู้จัดพิมพ์ได้เช่นนี้ ผู้ประกอบการสำนักพิมพ์ต้องปรับตัว คำนึงว่าต้องเปลี่ยนแปลงอย่างไร เช่น ออกแบบรูปแบบหนังสือและปกให้แปลกใหม่ ผู้จัดพิมพ์จะมีสัญญาณที่ว่าเมื่อเห็นปกแล้ว จะส่งสัญญาณบอกตัวเองว่า หนังสือเล่มนี้จะขายได้หรือไม่ได้ ต้องหานักเขียนใหม่ ๆ อย่างที่ตลาดผู้อ่านต้องการ เพิ่มทักษะทางการตลาด ใช้เนื้อหาของหนังสือเป็นจุดขายผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ พยายามสร้างกิจกรรมที่มีการติดต่อสื่อสารกับทั้งผู้เขียนและผู้อ่าน หลอมรวมหนังสือให้เข้าไปอยู่ในวิถีการดำเนินชีวิตของผู้อ่านให้ได้ ส่วนผู้ประกอบการร้านขายหนังสือซึ่งพบว่ามีจำนวนลดลง ที่ยังเหลืออยู่ต้องปรับตัวเช่นกัน แสวงหากลยุทธ์ใหม่ ๆ ในการดึงดูดผู้อ่าน ออกหนังสือใหม่พร้อมจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเป็นแคมเปญที่น่าสนใจ และสร้างแบรนด์ หาโอกาสยกระดับการขายสู่ตลาดทั่วโลกและผ่านช่องทางการขายใหม่ ๆ ที่สร้างทางเลือกให้กับผู้อ่าน เช่น นำเนื้อหาหรือตัวละครไปใช้ในเกม ภาพยนตร์ และวิถีการดำเนินชีวิตของผู้อ่าน

Richard Charkin: ผู้จัดพิมพ์มีหน้าที่หลักหลายอย่างทั้งคิดเนื้อหาและรูปแบบของหนังสือ จัดจำหน่าย ส่งเสริมการขาย และหารายได้ แม้ในโลกดิจิทัล หน้าที่เหล่านี้ก็ยังไม่เปลี่ยนแปลง แต่ต้องปรับตัวเพิ่มความเข้มข้นในการแสวงหาเนื้อหาที่ดีและนักเขียนที่ดีหรือจะโด่งดังได้เพื่อ ใช้เป็นจุดขายผ่านการเพิ่มแพลตฟอร์มหรือช่องทางการขายใหม่ ๆ ที่ผู้อ่านเข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว และยืดหยุ่น แพลตฟอร์มใหม่ ๆ ช่วยแก้ปัญหาข้อจำกัดของหนังสือที่มีเนื้อหามาก เป็นพันหน้า คือ หนักและพกพายาก

การอภิปราย เรื่อง “The Future Role of Publishers” (บทบาทในอนาคตของผู้จัดพิมพ์)



Chair: Joachim Kaufmann, Managing Director, Carlsen

Speakers:

- Alexander Sandy Grant, Chief Executive, Hardie Grant Publishing
- Rarin Utakapan Punjarungroj, CEO, Amarin
- Nigel Newton, founder and CEO, Bloomsbury, UK
- Juergen Boos, Director, Frankfurt Book Fair

Sandy Grant: บทบาทในอนาคตของผู้จัดพิมพ์ที่ต้องตระหนักและตั้งรับ คือ ผลกระทบที่ผู้จัดพิมพ์ได้รับจากการขายหนังสือผ่านการสั่งซื้อแบบออนไลน์ ซึ่งมีอิทธิพลมาก คือ เว็บไซต์ AMAZON เพราะตั้งราคาขายไว้ค่อนข้างต่ำ ด้วยแนวคิดที่ว่า ราคาหนังสือของ AMAZON เป็นราคาของทุกคน ทำให้สามารถเข้าถึงผู้อ่านได้ทั่วโลก ส่งผลต่อการลดคุณค่าและความสำคัญของผู้จัดพิมพ์ ผู้จัดจำหน่ายหนังสือ และร้านขายหนังสือในรูปแบบเดิม ๆ ในประเทศออสเตรเลีย สัดส่วนหนังสือที่จัดพิมพ์ต่อ E-book เป็น 30% : 70% ทำให้ไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้านขายหนังสือ และหากจัดพิมพ์ ผู้จัดจำหน่ายหนังสือ และร้านขายหนังสือจะแข่งขันกับ AMAZON ต้องค้นหูปหนังสือที่ตีบวกกับการสร้างสรรค์ใหม่ ๆ เปิดเว็บไซต์รับสมัครสมาชิก สร้างแรงจูงใจ ให้ส่วนลดแก่สมาชิกเมื่อสั่งซื้อหนังสือ

Rarin Utakapan Punjarungroj: ผู้เขียนที่คิดจะจัดพิมพ์และขายหนังสือเองนั้น อาจทำได้ในโลกยุคดิจิทัล แต่ทักษะและประสบการณ์ในด้านการจัดจำหน่ายและการวางกลยุทธ์การขาย ยังเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้อ่านจำเป็นต้องมีหนังสือยังไม่ได้ เพราะผู้จัดพิมพ์มีข้อมูลทางการผลิต การตลาด และเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่พร้อมกว่า ทำให้สามารถตั้งราคาขายหนังสือและกระจายสินค้าได้เหมาะสม นอกจากนี้ยังชำนาญในการให้บริการที่ดีกับผู้อ่านและผู้เขียน ในโลกยุคดิจิทัล ผู้จัดพิมพ์และผู้จัดจำหน่ายต้องปรับตัวหลายด้าน เช่น

- ผู้จัดพิมพ์ต้องหมั่นสำรวจตลาดว่าผู้อ่านมีพฤติกรรมการอ่านและไม่อ่านในแต่ละช่วงเวลาเป็นอย่างไร
- ผู้จัดพิมพ์ต้องสื่อสารกับผู้เขียน เพื่อร่วมกันคิดสร้างสรรค์เนื้อหาของหนังสือและนวัตกรรมรูปแบบใหม่ ๆ ที่ตลาดต้องการ เช่น สำนักพิมพ์อมรินทร์สร้างสรรค์เนื้อหาของหนังสือที่ผลิตออกมาเป็นชุดหรือซีรีส์ ยกตัวอย่างเช่น ในยุคนี้นักเดินทางกันมากและต้องการสื่อสารกันคนในประเทศอื่น ดังนั้น หนังสือที่จะใช้เป็นคู่มือในการท่องเที่ยวหรือเดินทางไปประเทศอื่นควรเป็นเล่มเล็ก ๆ น้ำหนักเบา พกพาสะดวก มีเนื้อหาที่เป็นบทสนทนาง่าย ๆ ที่จำเป็นในภาษาต่าง ๆ และให้ผู้อ่านลองพูดออกเสียงตามได้

- ผู้จัดพิมพ์ต้องพัฒนาการใช้เทคโนโลยีการพิมพ์ดิจิทัลหรือเทคโนโลยีการพิมพ์ลูกผสมที่เอื้อต่อการพิมพ์ได้รวดเร็ว คงคุณภาพดี จำนวนพิมพ์ไม่มาก ต้นทุนไม่สูง

- ผู้จัดจำหน่ายต้องสร้างฐานลูกค้าที่เข้มแข็ง ใช้เทคโนโลยีโซเชียลมีเดียให้เป็นประโยชน์ในการขายตรง ยกตัวอย่างเช่น การใช้ app หรือพัฒนา app ของตนเอง เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้อ่านหรือลูกค้ารายใหญ่จำพวกห้องสมุด



Nigel Newton: ร้านขายหนังสืออิสระ (independent bookshop) ในอังกฤษปิดตัวลงมาก จากข้อมูลทางสถิติตั้งแต่ปี 2005-2014 พบว่าลดลงอย่างเห็นได้ชัดจาก 1535 ร้าน เหลือ 939 ร้าน แต่จำนวนร้านขายหนังสือที่เป็นของผู้จัดพิมพ์กลับไม่ลดลง ดังตารางที่ 1 ส่วนในสหรัฐอเมริกาจำนวนคลังสินค้าที่เก็บหนังสือตามเมืองต่างๆ ตั้งแต่ปี 2010-2014 ก็ไม่ลดลง ดังตารางที่ 2 แสดงว่าในยุคของโลกดิจิทัล ช่องทางการขายหนังสือดิจิทัล หรือ E-book และหนังสือที่พิมพ์ต้องทำควบคู่กันทั้งสองทาง คือ ทำในรูปแบบตลาดผสม การขายเป็น E-book ใช้เป็นการแนะนำเนื้อหาบางส่วนหรือเพียงครึ่งหนึ่งของหนังสือ เมื่อลูกค้าแจ้งความสนใจ จึง

จัดพิมพ์เป็นหนังสือ โดยยกตัวอย่างแนวทางการจัดการของ Embiggen ในเมลเบิร์น ออสเตรเลีย สำหรับแนวทางทำการตลาดใหม่ ๆ ของผู้จัดพิมพ์ในโลกดิจิทัล คือ การจัดพิมพ์ออนไลน์และพิมพ์ดิจิทัล ด้วยแนวคิดพิมพ์ได้ทุกที่ ทุกเวลา

ตารางที่ 1

UK BOOK SHOP CLOSURE STATISTICS

Year	Total outlets in BA membership	Total High Street Bookshops (Chain & Independent)	Total Independent Bookshops
2005	3935		1535
2006	4435		1446
2007	4407		1424
2008	3845		1350
2009	3845		1252
2010	3784		1159
2011	3655		1094
2012	3580		1028
2013	3746	2240	987
2014	4139	2195	939

ตารางที่ 2

US BOOK INDUSTRY

Store Locations

	2010	2011	2012	2013	2014
Barnes & Noble	717	691	689	673	658
Borders/Walden	668	0	0	0	0
Books a Million	229	256	257	250	257
Hastings	147	146	138	135	126
Indigo (Canada)	250	244	237	227	222
ABA Members*	1410	1200	1561	2059	2137
Approx. Total	3354	2537	2882	3344	3400
Walmart (US & Canada)		4015	4354	4559	4790
Target (US & Canada)		1750	1782	1914	1923
Costco (US & Canada)		515	533	548	562
Sam's Club		610	620	630	645

*Numbers reported by ABA are sometimes store locations, sometimes number of companies

Juergen Boos (ส่งผู้พูดแทน คือ Claudia) : ในการจัดพิมพ์หนังสือ ผู้จัดพิมพ์ควรทำการตลาดหาหนังสือดี ๆ มาพัฒนาเนื้อหา จัดพิมพ์ และขยายการจัดพิมพ์หนังสือที่สามารถจำหน่ายได้ทั่วโลก ให้เหมาะกับตลาดหลายชาติพันธุ์ หรือเข้าถึงผู้อ่านได้หลายชาติหลายภาษา ยกตัวอย่างตลาดหนังสือในประเทศอังกฤษและอเมริกาจะถูกซื้อโดยบริษัทใหญ่ ๆ ตลาดหนังสือในประเทศเยอรมันราว 12 % เป็นหนังสือแปล ส่วนใหญ่แปลเป็นภาษาอังกฤษ ตลาดหนังสือในประเทศอินโดนีเซียราว 40 % เป็นหนังสือแปล คนอินโดนีเซียนิยมเล่น facebook จึงอาจขายหนังสือออนไลน์ได้ ในประเทศอินเดีย สำนักพิมพ์ Penguin ใช้กลยุทธ์แสวงหานักเขียนดี ๆ จากประเทศเล็ก ๆ และเลือกคนที่มีศักยภาพและสร้างจุดขายได้เพื่อส่งเสริมผลักดันให้แจ้งเกิดในระดับโลก ร่วมกับหาช่องทางการขายใหม่ ๆ

วันที่ 25 มีนาคม 2558

การอภิปราย เรื่อง “Freedom to Publish in the Digital Age”

(เสรีภาพของการจัดพิมพ์ในยุคดิจิทัล)



Chair: Ola Wallin. Chair, IPA Freedom to Publish Committee

Speakers:

- Trasvin Jittidecharak, Director, Silkworm Books
- Bei Ling, President, Independent Chinese PEN Center
- Irina Prokhorova, Editor-in-Chief, New Literary Observer publishing house

Trasvin Jittidecharak: สิทธิเสรีภาพในการพูด การเขียน การพิมพ์ในประเทศไทยมีมาตั้งแต่ปี 1941 เมื่อประเทศไทยมีการจัดตั้งสำนักพิมพ์ต่าง ๆ ก็มีการออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องออกมาควบคุม ในช่วงเวลาของการปกครองโดยรัฐบาลที่มาจาก การเลือกตั้งนั้น สิทธิเสรีภาพในการพูด การเขียนของสาธารณชน และของสำนักพิมพ์ก็มีมากกว่าในช่วงเวลาที่ปกครองโดยรัฐบาลจากการปฏิวัติหรือรัฐประหาร ในภาวะที่อยู่ภายใต้การปกครองจากรัฐบาลที่มาจาก การปฏิวัติหรือรัฐประหารเช่นนี้ ทุกคนต้องระมัดระวังในการพูด การเขียน การตีพิมพ์ เสมือนการที่ต้องเซ็นเซอร์ตัวเองก่อนจะพูด เขียน ตีพิมพ์อะไรออกไปทุกครั้งเพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชน ตัวอย่างการเซ็นเซอร์ที่เข้มงวดมากเกิดขึ้นเมื่อปี 1952 ที่รัฐบาลในสมัยนั้นได้ออกกฎหมายต่อต้านคอมมิวนิสต์ มีการบังคับใช้บทลงโทษที่รุนแรง เพื่อป้องปรามไม่ให้เกิดการกระทำที่ฝ่าฝืนกฎหมายในสังคมออนไลน์

ในยุคดิจิทัลนี้ มีการผลิตหนังสือดิจิทัลออกมามากมาย จึงมีการออกกฎหมายเกี่ยวกับอาชญากรรมคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้จัดการหรือลงโทษคนที่ใช้ข้อความ ภาพ คลิปวิดีโอที่ไม่เหมาะสมผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือสังคมออนไลน์ ขณะนี้กำลังมีการร่างกฎหมายใหม่อีกราว 8 ฉบับ เกี่ยวกับข้อมูลที่ใช้ในการเขียน รับส่ง สื่อสารระหว่างกันว่าต้องเป็นข้อมูลสีเขียว และต้องมีลักษณะอย่างไรจึงจะเหมาะสมกับสาธารณชน ใช้ควบคุมคนที่สื่อสารกันอยู่ในสังคมออนไลน์นี้ ซึ่งมีศัพท์เฉพาะเรียกคนกลุ่มนี้ว่า Netizen แปลเป็นไทยว่า พลเมืองเครือข่าย

Bei Ling: ในสมัยที่ Bei Ling ยังอยู่ที่ปักกิ่งเมื่อ 14 ปีที่แล้ว เคยจัดพิมพ์นิตยสาร และถูกจับในข้อหาเกี่ยวกับพิมพ์ที่มีการแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ แต่ฝ่าฝืนกฎหมายของประเทศ จึงถูกเนรเทศออกนอกประเทศจีนและลี้ภัยไปอยู่ที่สหรัฐอเมริกาในเวลาต่อมา ในยุคนั้น การจัดพิมพ์หนังสือในประเทศจีน ขาดเสรีภาพอย่างมาก เพราะถูกควบคุมอย่างเข้มงวดโดยรัฐบาลในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต ดังนั้น จึงไม่มีสำนักพิมพ์อิสระเกิดขึ้นเลย มีแต่สำนักพิมพ์ที่เป็นของรัฐบาลเท่านั้น คนที่ทำงานในสำนักพิมพ์ก็ไม่มีเงินเดือน

แม้จะเข้าสู่ยุคดิจิทัลแล้ว สำนักพิมพ์ประมาณ 20% ยังเป็นของรัฐ (official publisher) มีการตั้งเป็นสำนักพิมพ์อิสระ (independent publisher) ราว 10% ที่เหลือเป็นผู้เขียนที่เป็นผู้จัดพิมพ์ผลงานของตนเอง (self publisher) เอง สำนักพิมพ์ที่ไม่ได้เป็นของรัฐ ไม่ได้รับการส่งเสริม ถูกเพ่งเล็ง ต้องเสียเงินในการซื้อเลข ISBN จากรัฐบาล หนังสือที่จัดพิมพ์ก็ยังคงเซ็นเซอร์โดยรัฐบาล การเซ็นเซอร์ที่เน้นมาก คือ เนื้อหาของหนังสือต้องไม่มีเรื่องทางเพศและการเมือง และต้องผ่านการเซ็นเซอร์ทั้งชื่อเรื่องและเนื้อหาทุกเล่ม การจะพิมพ์อะไร พิมพ์เมื่อไร ต้องรายงานและขออนุญาตจากรัฐบาล ในภาวะของการกดขี่นักเขียน ผู้จัดพิมพ์ และผู้ที่อยากอ่านหนังสือเช่นนี้ จึงทำให้เกิดสำนักพิมพ์ใต้ดินขึ้นและต้องแอบหรือลักลอบขายหนังสือ จะขายอย่างเปิดเผยในร้านหนังสือไม่ได้ เพราะจะมีคนของรัฐบาลเข้าไปตรวจสอบ สำนักพิมพ์ที่ฝ่าฝืน หากถูกจับได้ จะถูกปิด ถูกปรับ และถูกลงโทษ แม้กระทั่งการจัดงานประชุมสัมมนาเกี่ยวกับการจัดพิมพ์หนังสือเช่นที่ IPA จัด ไม่สามารถทำได้

Irina Prokhorova: ในประเทศรัสเซีย มีต้นฉบับงานวรรณกรรมเป็นจำนวนมาก หลายเล่มมีเนื้อหาสอดแทรกเรื่องการเมือง ในอดีต การจัดพิมพ์วรรณกรรมเหล่านี้เป็นหนังสือออกเผยแพร่หรือจำหน่าย จึงมักไม่ได้รับอนุญาตจากรัฐบาล มีระบบการแทรกแซงและเซ็นเซอร์จากรัฐบาล คนรัสเซียจึงขาดแคลนหนังสือที่อยากอ่าน ต่อมาเกิดการจัดตั้งสำนักพิมพ์อิสระขึ้นหลายแห่ง เกิดเป็นตลาดสำนักพิมพ์อิสระขึ้น และมีกลุ่มผู้อ่านอยากซื้ออยากอ่านหนังสือจำนวนมาก ผลักดันจนมีผู้เห็นช่องทางอาชีพด้านนี้ จึงมีผู้จัดพิมพ์หนังสือมากขึ้น แม้จะยังไม่มีเสรีภาพของการจัดพิมพ์มากนัก ในยุคดิจิทัล ตลาดหนังสือในประเทศรัสเซียจะมีความเป็นอิสระมากขึ้น แต่มีปัญหาหนึ่งที่ตามมาและเกิดขึ้นมาก คือ ปัญหาเรื่องการฟ้องร้องทางสาธารณะ เช่น มีกรณีผู้อำนวยการแสดงละครเวทีที่ใช้เนื้อเรื่องจากหนังสือที่มีปัญหา แล้วถูกฟ้องร้อง ทำลายไปสเตอร์โฆษณาละคร และถูกจับกุม ในภาวะที่มีทั้งคนจากรัฐบาลและประชาชนคนอื่นๆ เป็นผู้คอยจับจ้องหรือจับผิดการจัดพิมพ์

หนังสือหรือนำเนื้อหาไปใช้ในด้านต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชนแล้วเข้าข่ายผิดกฎหมาย จะถูกฟ้องร้องได้ง่าย ทำให้ผู้จัดพิมพ์ ผู้เผยแพร่ต้องระมัดระวังเป็นอย่างมาก ก่อนจะทำ จึงต้องใช้วิธีเซ็นเซอร์ตัวเองก่อน

ในยุคดิจิทัล การจัดพิมพ์หนังสือลดลง แต่การเขียนเผยแพร่ผลงานหนังสือทางอินเทอร์เน็ตมีมากขึ้น การที่ประเทศรัสเซียมีพื้นที่ใหญ่มาก ดังนั้น การกระจายหนังสือให้ทั่วถึงจึงสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายและใช้เวลานาน จึงเหมาะกับช่องทางอินเทอร์เน็ตมากกว่า สำหรับผู้ที่ชอบอ่านหนังสือที่มีการพิมพ์นั้น ทำให้เกิดวัฒนธรรมของการจับคู่หรือจับกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนกันอ่าน หนังสือที่ต่างคนต่างซื้อมา ซึ่งรัฐบาลเองแม้จะขาดแคลนงบประมาณในการส่งเสริมการอ่าน แต่ก็เคยจัดงานแสดงและเปิดเป็นตลาดหนังสือขึ้นที่บริเวณจัตุรัสแดง

วันที่ 26 มีนาคม 2558

การอภิปราย เรื่อง “Innovation in Publishing: Latest Technologies, New Business Models”
(นวัตกรรมในการจัดพิมพ์: เทคโนโลยีล่าสุด รูปแบบธุรกิจใหม่)



Chair: Norio Yamamoto, President, Chuokeizai-sha, Inc.

Speakers:

- Simon Littlewood, Executive Committee member, International Publishers Association
- Bill Park, CEO, DeepDyve
- Kim Chongsatitwatana, Deputy Managing Director, Nanmeebooks

Simon Littlewood : นวัตกรรมในการจัดพิมพ์ที่เป็นรูปแบบธุรกิจใหม่เกิดขึ้นทั่วโลก ส่วนใหญ่เป็นการทำธุรกิจจัดพิมพ์หนังสือเป็นเล่ม (printed book) หรือ P-book ควบคู่กับ E-book ก่อนหน้านี้นในงาน Frankfurt Book Fair ปี 2013 ยังมีการผลิตเป็น P-book มากกว่า E-book เพราะตลาดมีความแน่นอนมากกว่า ต่อมาในปี 2014 การผลิตเป็น P-book เริ่มลดลง สวนทางกับการผลิต E-book ที่เพิ่มขึ้นเป็น 17% ในอังกฤษจึงมีการเปลี่ยนมาส่งเสริมการขาย P-book แบบจัดเป็นชุด (volume sale) มากกว่าขายเป็นเล่มเดี่ยว ๆ (unit sale) ซึ่งมียอดขายเพิ่มขึ้นถึง 25% ส่วนในยุโรป เพิ่มขึ้นมากกว่า 25% ถ้าเป็นหนังสือสำหรับผู้ใหญ่ (adult book) เพิ่มขึ้นราว 20%

การพัฒนา E-book มีการใช้นวัตกรรมในการผลิตที่เกี่ยวข้องกับภาพมากขึ้น ยิ่งเครือข่ายอินเทอร์เน็ตดีขึ้น จะส่งเสริมให้เกิดร้านขายหนังสือรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า hybrid bookshop ซึ่งขายทั้ง P-book, E-book และสื่ออื่น ๆ เช่น ในเกาหลี ในขณะที่คนญี่ปุ่นยังคงชอบ P-book มากกว่า E-book และยังพิมพ์ขายมากถึง 90% เมื่อเทียบกับ E-book ซึ่งอาจเนื่องด้วยเหตุผลทางวัฒนธรรมและวิถีการดำเนินชีวิต (life style)

Bill Park: นวัตกรรมในการจัดพิมพ์ที่เป็นรูปแบบธุรกิจใหม่ภายใต้ชื่อหรือแบรนด์ Deepdyve เป็น search engine เพื่อการสืบค้นผลงานวิจัยที่ผู้สืบค้นสามารถเข้าถึงข้อมูลเนื้อหาที่เป็นรายละเอียดได้ DeepDyve rental model เกิดจากช่องทางการตลาดที่ผู้ประกอบการสังเกตเห็นว่า บ่อยครั้งที่ผู้เข้าไปในร้านหนังสือแล้ว แต่กลับออกมาโดยไม่ได้ซื้อหนังสือ จึงคิดถึงบริการให้เช่าขึ้น และมุ่งเป้าไปที่การบริการสืบค้นและเข้าถึงข้อมูลผลงานทางวิชาการและงานวิจัยต่าง ๆ ช่วยให้อาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และผู้สนใจอื่น ๆ ที่ไม่สะดวกเข้าไปใช้บริการสืบค้นในห้องสมุด สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้ผ่านทางบริการของ DeepDyve rental model

ในตอนเริ่มต้น ก่อตั้งโดยบริษัท Silicon Valley Technology พัฒนาบริการที่ช่วยให้มีการสืบค้นและเข้าถึงผลงานของผู้เขียนได้ ในปี 2011 ได้ริเริ่มบริการรูปแบบการเข้าถึงข้อมูลแบบ read only ผ่านบราวเซอร์ ปัจจุบันทางบริษัทมีข้อมูลผลงานวิจัยให้เข้ามาที่มากกว่า 12 ล้านเรื่อง จากวารสารทางวิชาการกว่า 10,000 วารสาร สร้างเครือข่ายและให้ผลตอบแทนกับสำนักพิมพ์ชั้นนำที่ผลิตหนังสือวิชาการและเจ้าของวารสาร เสนอบริการเข้าถึงข้อมูลจากสารบัญคําค้นที่จัดไว้เป็นหมวดหมู่ที่ผู้ใช้บริการสามารถทดลองใช้งานได้ 14 วัน จากนั้นจึงสมัครเป็นสมาชิกและเสียค่าใช้จ่ายตามอัตราที่กำหนด ในปี 2014 มีจำนวนชื่อเรื่องในแค็ตตาล็อกเพิ่มขึ้น 20% ตลาดผู้ใช้เติบโตถึง 90% ปริมาณชื่อเรื่องที่มีการเช่าเพิ่มขึ้น 128% ทำให้บริษัทสามารถจ่ายเงินให้กับสำนักพิมพ์และเจ้าของวารสารวิชาการมากขึ้นเป็น 2 เท่า ขณะนี้ประมาณ 78% ของผู้ใช้บริการ DeepDyve มาจากผู้ที่ทำงานในภาคธุรกิจ นักวิชาการและนักวิจัยของหน่วยงานต่าง ๆ และ นักวิชาการและนักวิจัยอิสระ

Kim Chongsatitwatana: นวัตกรรมในการจัดพิมพ์หนังสือเด็กจำเป็นต้องรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ ที่อาศัยการสร้างเนื้อหาที่เหมาะสมกับเด็กไปพร้อม ๆ กับการสร้างกิมมิก (Gimmick) ซึ่งเป็น "ลูกเล่น" หรือ "กลเม็ด" หรือ "เคล็ดลับ" ที่ทำให้หนังสือน่าสนใจและดูแตกต่างจากเล่มอื่น สำนักพิมพ์นานมีบุ๊คส์ใช้รูปแบบนี้ร่วมกับการสร้างวัฒนธรรมการอ่านผ่านกิจกรรมหรืออีเวนต์และแคมเปญต่าง ๆ ที่จัดให้กับเด็กอย่างต่อเนื่อง อาทิ การประกวด การให้เกียรติบัตร การให้รางวัลนักอ่านแห่งปี การให้การศึกษาและการฝึกอบรมกับผู้สอน การให้นักเขียนไปเยี่ยมเยียนห้องสมุดและโรงเรียนต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีการก่อตั้งร้านขายหนังสือรูปแบบใหม่ อย่างที่เด็กต้องการ คือ ร้านแว่นแก้ว ซึ่งขายหนังสือเด็กของสำนักพิมพ์นานมีบุ๊คส์และสำนักพิมพ์อื่น ๆ อีกกว่า 50 สำนักพิมพ์ สำหรับนวัตกรรมที่เป็นกลไกผลักดันให้เด็กรักการอ่านที่ทางนานมีบุ๊คส์นำมาใช้ ได้แก่ การใช้งานห้องสมุดที่ฝึกให้เด็กไปหาคำตอบสิ่งที่อยากรู้ด้วยตนเอง การขายหนังสือพร้อมสื่อและของเล่น นานมีบุ๊คส์ การช่วยครูสร้างแผนการสอนที่ช่วยฝึกเด็กให้เพิ่มทั้ง IQ และ EQ การทำแคมป์ และการจัดพิมพ์หนังสือที่มีการหลอมรวมกับศิลปะและเกมเข้าด้วยกัน

ประโยชน์ที่ได้รับ

ได้รับความรู้เกี่ยวกับสภาพการณ์เกี่ยวกับธุรกิจสำนักพิมพ์ทั่วโลก และนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการเขียนเอกสารการสอนและผลิตสื่อของสาขาวิชา ในชุดวิชา 97432 ประสบการณ์วิชาชีพทางการพิมพ์และบรรณรักษ์ หน่วยที่ 1 โครงสร้างและสถานภาพอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรณรักษ์ และหน่วยที่ 7 กรณีศึกษาในธุรกิจสำนักพิมพ์

ข้อเสนอแนะ

นำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในเป็นแนวทางในการหาหัวข้อโครงการวิจัย การจัดการบริการวิชาการแก่สังคม และการปรับปรุงหลักสูตร

คำชี้แจงการใช้เอกสาร:

ขอขอบคุณที่ท่านให้ความสนใจศึกษาเอกสารเผยแพร่ความรู้ (KM) ของสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มสธ. ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ให้เกิดประโยชน์เชิงวิชาการในวงกว้าง ทั้งนี้หากท่านนำข้อมูลจากเอกสารนี้ไปใช้ ขอให้อ้างอิงแหล่งที่มาจากเราด้วย พร้อมทั้งแจ้งให้เราทราบแหล่งที่ท่านนำไปอ้างอิง โดยแจ้งทางอีเมลมาที่ stoffice@stou.ac.th เพื่อประโยชน์ในการบูรณาการข้อมูลร่วมกัน