

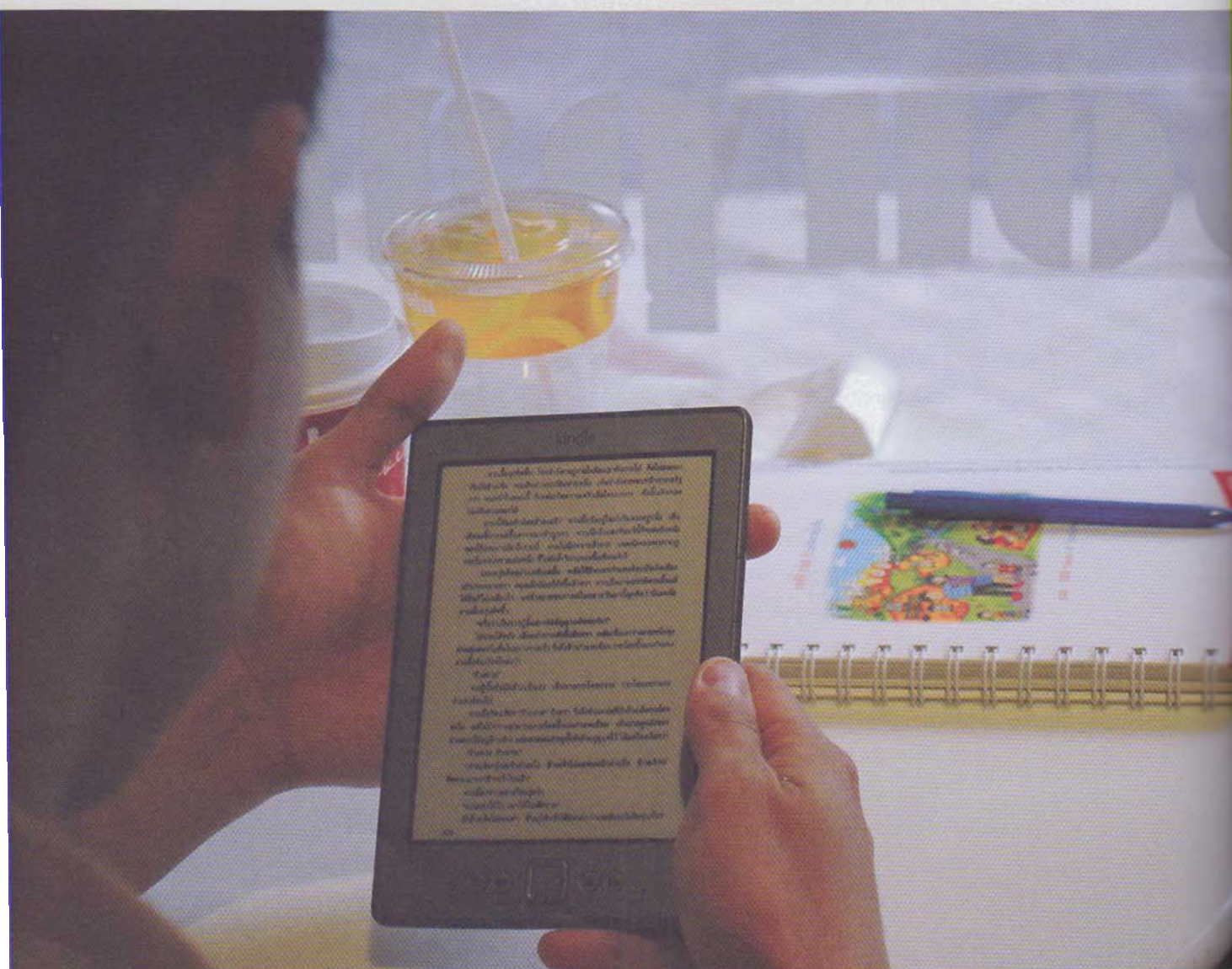
ปีปฏิทินหรือหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ถือกำเนิดขึ้นตั้งแต่ปี ๒๕๑๔ แนวคิดที่มีมากกว่า ๗๐ ปีแล้ว เริ่มสร้างเอกสารหรือจัดเก็บหนังสือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างจริงจังเมื่อกว่า ๓๐ ปีที่แล้ว อย่างไรก็ตามด้วยปัญหาของมาตรฐานไฟล์จัดเก็บและเครื่องอ่าน ส่งผลให้ที่ผ่านมาอีบุ๊กยังเป็นที่ยอมรับเฉพาะกลุ่มเท่านั้น

อย่างไรก็ตามนับตั้งแต่การเปิดตัวคินดิล (Kindle) เครื่องอ่านอีบุ๊กของเว็บไซต์ Amazon ในปี ๒๕๕๑ ตามด้วยไอแพด (iPad) ของบริษัท Apple ในปี ๒๕๕๓ ข่าวคราวเกี่ยวกับอีบุ๊กก็ส่งแรงสั่นสะเทือนวงการหนังสืออย่างไม่อาจมองข้าม

ห้าปีที่ผ่านมามีหนังสือพิมพ์หลายร้อยหัวประกาศหยุดตีพิมพ์ หลายบริษัทหันไปนำเสนอข่าวผ่านทางเว็บไซต์แทน

# eBook

## ตลาดใหม่ที่รอวันเติบโต







Ookbee

## Ookbee รังใหญ่แห่งหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

หากจะนับรูปแบบการขายอีบุ๊กที่ได้รับความนิยมที่สุดในปัจจุบันคงไม่พ้นการขายผ่านแอปพลิเคชันร้านหนังสือ หรือแยกขายตามแอปพลิเคชันของหัวนิตยสารที่วางแข่งกับแอปพลิเคชันความบันเทิงอื่นๆ ที่เรียงรายบนแท็บเล็ต-โทรศัพท์สมาร์ทโฟน เนื่องจากสั่งซื้อได้ทันที และใช้เวลาดาวน์โหลดไม่นานก็เปิดอ่านได้โดยไม่ต้องไปร้านหนังสือ ราคาที่ถูกกว่าหนังสือเล่ม รวมถึงระบบป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ที่ช่วยสนับสนุนให้แก่สำนักพิมพ์ต่างๆ

“ประมาณ ๓ ปีที่แล้วตอน iPad ออกมา ตอนนั้นบริษัทเรา (IT Works) รับจ้างเขียนโปรแกรมบนมือถืออยู่แล้ว ก็เลยดึงทีมโปรแกรมเมอร์ออกมาทำตลาดตรงนี้ห้าคน กลายมาเป็นบริษัทใหม่” **ณัฐวุฒิ พิงเจริญพงศ์** CEO และผู้เปิดบริษัทอุ๊คบี (Ookbee) เล่าที่มาของบริษัทซึ่งผวนชื่อจาก “อีบุ๊ก” กลายเป็น “อุ๊คบี” และกลายเป็นผู้นำการขายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ซึ่งมีส่วนแบ่งในตลาดมากที่สุดถึง ๔๐ เปอร์เซ็นต์

อุ๊คบีไม่ได้ทำหน้าร้านของตนเอง แต่เป็นผู้ผลิตแอปพลิเคชันให้ร้านหนังสือแหล่งใหญ่อย่าง AIS Book store, B2S, Samsung Galaxy Bookstore และแอปฯของนิตยสารและสำนักพิมพ์อีกกว่า ๙๐ ราย นอกจากนี้ยังขยายตลาดไปประเทศเพื่อนบ้านอย่างเวียดนาม มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ ซึ่งยังมีช่องว่างตลาดที่บริษัทใหญ่อย่าง Amazon และ Apple ที่เน้นขายอีบุ๊กภาษาอังกฤษเป็นหลัก ไม่ได้เจาะตลาดภาษาอื่นๆ

นิตยสารประเภทที่ขายดีกลุ่มใหม่ คือกลุ่มเน้นแนวแฟชั่นเช็กซี่ ทั้งที่ขายตามแผงและนิตยสารหัวใหม่ที่ผลิตเพื่อขายช่องทางนี้โดยเฉพาะ “ส่วนหนึ่งคงเพราะไม่อยากจะนิตยสารเหล่านี้ตามแผง และเป็นส่วนตัวดี” และอีกเหตุผลคงปฏิเสธไม่ได้ว่ามาจากความหือหวาของดิจิทัลแมกกาซีน ที่ตอบสนองผู้ใช้แบบอินเตอร์แอ็กทีฟ หรือการแสดงวิดีโอนอกเหนือจากภาพนิ่งและตัวอักษรอีกด้วย

อย่างไรก็ตามณัฐวุฒิตั้งข้อสังเกตว่า “สิ่งที่เราพบคือนิตยสารที่ขายดีบนกระดาษก็ขายดีบนนี้ ไม่ใช่ทำอินเตอร์แอ็กทีฟแล้วจะขายดีขึ้นมา ลองนึกถึงว่าเราอ่าน



พฤษภาคม ๒๕๕๔ Amazon ประกาศยอดขายอีบุ๊กในรูปแบบคินดิลซึ่งหน้ายอดจำหน่ายหนังสือเล่มทุกประเภท

๓๑ ธันวาคม ๒๕๕๕ คือฉบับตีพิมพ์สุดท้ายของ Newsweek นิตยสารข่าวรายสัปดาห์ที่มีอายุเกือบ ๘๐ ปี

กุมภาพันธ์ ๒๕๕๖ Borders เครือร้านหนังสือยักษ์ใหญ่ประกาศล้มละลาย หลายฝ่ายวิเคราะห์ว่าบริษัทปรับตัวสู่การขายออนไลน์และอีบุ๊กไม่ทัน

แม้ตัวเลขโดยรวมของภาคอุตสาหกรรมหนังสือในสหรัฐอเมริกา อีบุ๊กจะยังคงมีสัดส่วนทั้งหมดเพียง ๒๕ เปอร์เซ็นต์ แต่ก็ส่งสัญญาณให้เห็นว่านับจากนี้จะกลายเป็นทางเลือก และใช้สำหรับการอ่านในอนาคตอย่างแน่นอน

เช่นเดียวกับในประเทศไทย มีความพยายามบุกเบิกอีบุ๊กมานาน ทั้งแบบแจกฟรีและเชิงพาณิชย์ แต่ด้วยข้อจำกัดหลาย ๆ อย่างทำให้สื่อการอ่านชนิดใหม่นี้ไม่ประสบความสำเร็จ มักเกิดขึ้นและหายไปอย่างรวดเร็วเมื่อเกิดการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจอีบุ๊กในต่างประเทศ ตลาดนี้จึงกลับมาได้รับความสนใจอีกครั้งด้วยมาตรฐานใหม่ที่ดูทันสมัยและเข้าถึงง่ายขึ้น



นิตยสารหัวนี้อยู่ เราคงไม่ไปอ่านหัวอื่นเพราะมีอินเตอร์-  
แอ็กทีฟ มันเป็นแค่ลูกเล่นเพิ่ม เนื้อหาหรือคนเขียนก็  
ไม่เหมือนกันอยู่ดี” เขายกตัวอย่างนิตยสารกลุ่มอื่นที่  
ขายดีอย่าง แพรว, GM, บ้านและสวน ฯลฯ

นอกจากนี้จากการสำรวจยังพบว่ามียุคค้ากลุ่มใหม่  
ที่ไม่เคยซื้ออ่านฉบับกระดาษของนิตยสารหัวนั้นเลย  
โดยประเมินว่ามาจากคนรุ่นใหม่ ๆ ที่ชอบดาวน์โหลด  
เกม และอยากลองซื้อหนังสือ เพราะช่องทางที่ง่าย  
ประหยัดโดยอ่านจากเล่มที่ให้ดาวน์โหลดฟรี ย้อนกลับ  
มาอ่านได้โดยไม่เปลืองที่เก็บ “นี่ถึงคนรุ่นใหม่สมัยนี้  
ถ้ายื่นแท็บเล็ตให้เขา เขาเปิดเอง เล่นเอง โหลดเอง เป็น  
หมดแล้ว”

ความแตกต่างอีกประการของตลาดอีบุ๊ก คือการ  
เกิดนักเขียนอิสระที่ส่งเรื่องมาจำหน่ายในตลาดนี้โดยตรง  
ไม่ได้พิมพ์เป็นรูปเล่ม “ส่วนใหญ่เป็นนักเขียนที่มีผู้ติดตาม  
ตามเว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น เด็กดี.คอม และเว็บแต่งนิยาย  
ต่าง ๆ แนวเรื่องที่ขายดีหน่อยจะเป็นนิยายรัก นิยาย  
อีโรติก คงเหมือนแนวโน้มตลาดในหลาย ๆ ประเทศ  
เช่น ประเทศจีน กลายเป็นว่านักเขียนชื่อดังเกิดมาจาก  
ตลาดดิจิทัลก่อน เนื่องจากไม่มีต้นทุนการพิมพ์เป็น  
กระดาษ นักเขียนก็เกิดขึ้นมาเยอะ สำนักพิมพ์ก็มาดูว่า  
เล่มไหนขายดีแล้วค่อยกลับไปพิมพ์ขายเป็นเล่มกระดาษ  
หน้าปกก็จะพาดว่าจำหน่ายเป็นอีบุ๊กไปแล้วก็มีเล่ม  
วิธีนี้ช่วยคัดกรองให้สำนักพิมพ์ จากนักเขียนหลายร้อย  
คนเลือกให้เหลือแค่ ๑๐ คน มีก็คนที่โยนขึ้นดิจิทัลไป  
ก่อน ซึ่งน่าจะเป็น business model ที่ดีกว่า” ณัฐวุฒิ  
กล่าว

อนาคตอีบุ๊กยังคงจับตลาดการอ่านบนแท็บเล็ต  
เป็นหลัก โดยไม่ได้คิดมองตลาดบนเครื่องอ่านอี-รีดเดอร์  
“ผมเชื่อว่าเทคโนโลยีจะค่อย ๆ เปลี่ยนตามแนวโน้มแบบ  
คอนเวอร์เจนซ์ว่าใคร ๆ ก็อยากจะมีเครื่องเดียวแล้ว  
เล่นได้ทุกอย่าง ทั้งเช็คเมล เล่นเฟซบุ๊ก ไม่มีใครถือเครื่อง  
ออกจากบ้านเพียงเพื่อมานั่งอ่านหนังสือ ต้องยอมรับ  
ว่าอ่านอี-รีดเดอร์สบายตากว่า เหมือนกับกระดาษที่อ่าน  
สบายที่สุด แต่ตลาดของอี-รีดเดอร์คงค่อย ๆ เล็กลง  
เพราะจะถูกกินโดยตลาดของอุปกรณ์ที่ครอบคลุมกว่า  
มากขึ้นเรื่อย ๆ”

## E-Reader และตลาดอีบุ๊กรายย่อย

อีกด้านหนึ่งการขายอีบุ๊กยังมีรูปแบบที่ได้รับความนิยม  
ในแวดวงเฉพาะ

ชัยณรงค์ ตั้งสุรกิจ โปรแกรมนเมอร์ผู้นำเครื่องอี-

รีดเดอร์มาขายเป็นงานเสริมภายหลังจากเขาลองใช้  
Kindle แทนการซื้อหนังสือสอนเขียนภาษาคอมพิวเตอร์  
เล่มหนา นานักมาก แล้วประทับใจความเบาของตัว  
เครื่อง ประกอบกับบริการที่ดีของ Amazon โดยเขา  
Kindle เป็นหลักในการขาย รวมถึงเขียนบทความแนะนำ  
ข่าวสารเกี่ยวกับอี-รีดเดอร์ และอีบุ๊กอยู่เป็นระยะ

“เป็นอุปกรณ์ที่อุทิศเพื่ออีบุ๊ก ตัดทุกอย่างที่ไม่  
จำเป็นออก สี ระบบโทรศัพท์ ไม่ใช่ว่ามีเยอะแล้วยิ่ง  
ฉลาด แล้วปรับราคาให้เหมาะสม มีแบตเตอรี่ที่ถือ  
ไม่ต้องพ่วงกับการชาร์จทุกวัน ถนอมสายตากว่า ตอนนี  
หน้าจอ E-ink\* เองก็พยายามพัฒนาให้สีให้ละเอียดขึ้น”

ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นคนอ่านนิยาย ตำราเรียน และ  
สารคดีภาษาอังกฤษทางเว็บไซต์ Amazon และมีวัย  
หลากหลายตั้งแต่เด็กวัยรุ่นจนถึงอายุ ๕๐ ปี บางคน  
ไม่นิยมอ่านบนแท็บเล็ตจึงให้ความสนใจกับเครื่องอ่าน  
แบบนี้

“เท่าที่เคยคุย หลายคนมองว่าหนังสือแบบ  
อินเตอร์แอ็กทีฟรบกวนสมาธิ ถ้ามีภาพและสื่อ  
สิ่งที่หายไปก็คือจินตนาการ คล้าย ๆ ดูหนังกับ  
หนังสือ มันให้สัมผัสไม่เหมือนกัน”

อี-รีดเดอร์ไม่ได้มีเพียงแค่ผู้นำเข้าเครื่องจากต่าง  
ประเทศมาจำหน่าย หจก. พีวเจอร์ โซลูชัน ได้ผลิต  
เครื่อง iReed ออกมาทำตลาดเช่นกันตั้งแต่ปี ๒๕๕๕  
โดยจุดเด่นของเมนูภาษาไทย การอ่านภาษาไทยดีกว่า  
เครื่องจากต่างประเทศ และมีพจนานุกรมไทย-อังกฤษ  
โดยมีกลุ่มผู้อ่านที่เน้นอ่านบทความวิชาการและเอกสาร  
ซึ่งเป็นอีบุ๊กในคอมพิวเตอร์

รัตนา ปัสตานนท์ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด หจก.  
พีวเจอร์ โซลูชัน ชี้ปัญหาที่พบว่า “เพราะเรื่องลิขสิทธิ์  
ของเจ้าของหนังสือและสำนักพิมพ์ เนื่องจากผู้เขียน  
หรือสำนักพิมพ์อาจยังไม่ได้เตรียมการเรื่องการจัดการ  
ลิขสิทธิ์หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เช่นเรื่องส่วนแบ่งรายได้  
ของอีบุ๊ก ดังนั้นปัจจัยในการประสบความสำเร็จ  
ภาครัฐบาลต้องมีส่วนสนับสนุน ออกกฎระเบียบเพื่อ  
สร้างมาตรฐาน และสำนักพิมพ์ยังห่วงเรื่องการละเมิด  
ลิขสิทธิ์”

\* E-ink รูปแบบหน้าจอของเครื่องอ่านแบบอี-รีดเดอร์ ที่สร้าง  
เม็ดแคปซูลขนาดเล็กนับล้าน ๆ ทำให้ภาพไม่มีการกระพริบ ให้  
ผลที่เหมือนการอ่านบนกระดาษมากกว่าจอ LCD



และใช้จะมีเพียงผู้ประกอบการรายใหญ่ๆ เท่านั้น  
ที่เข้าทำตลาดผลิตภัณฑ์ มีผู้ประกอบการรายย่อยอีก  
จำนวนมาก อาทิ eBooks (ebooks.in.th), I Love Library  
(ilovelibrary.com) Bookmoby (bookmoby.com)

พัฒนา ฟลิ๊กฤกษ์ รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท  
ไอ.พี.เจ. อินเตอร์เนชั่นแนลฯ ผู้ขายอีบุ๊กผ่านเว็บไซต์  
Hytex.com ซึ่งเพิ่มช่องทางการดาวน์โหลดไฟล์เพื่อ  
อ่านผ่านเครื่องอี-รีดเดอร์ นอกเหนือจากการอ่านผ่าน  
แอปพลิเคชันบนแท็บเล็ต มองเห็นการเติบโตของธุรกิจ  
นี้ ส่วนหนึ่งเพราะราคาของเครื่องลดลงมาพอสมควร  
แม้ผลประกอบการจะยังไม่ได้สูงมากนัก แต่ก็มีแนวโน้ม  
เพิ่มขึ้น

“จำนวนหนังสือยังน้อยอยู่ แต่ก็มีลูกค้าประจำ ปี  
ที่ผ่านมาบางคนซื้อหนังสือจากเราไปแล้วมากกว่า ๕  
หมื่นบาท”

พัฒนามองต่างในเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์ว่า “อาจ  
จะแก้ได้ยาก แต่เราก็ควรปรับตัวเข้าหาเทคโนโลยีและ  
ทำให้การเข้าถึงอีบุ๊กง่ายที่สุดและอ่านในแพลตฟอร์มที่  
หลากหลายได้โดยไม่จำกัดเฉพาะแท็บเล็ตหรือสมาร์ตโฟน  
และไม่พยายามมีกฎหมายมากมายที่บีบบังคับจนเกินไป”

ส่วนปัญหาที่ซัณณรงค์พบ คือการที่เขาสั่งซื้อเครื่อง  
เองโดยไม่มีผู้แทนจำหน่ายโดยตรง ทำให้ราคาขายของ  
อี-รีดเดอร์ไม่ต่างจากแท็บเล็ต ผิดกับอี-รีดเดอร์ใน  
ต่างประเทศจะมีราคาถูกกว่ามาก ระยะเวลาจึงมีผู้สนใจ  
น้อยลง แต่เขาก็เชื่อว่า “ในอนาคตอาจจะถูกกลง เพราะ  
ต้นทุนต้องลดลงตามจำนวนความต้องการที่มากขึ้น”

...

แม้จะเห็นว่าอีบุ๊กและอุปกรณ์เพิ่มขึ้น  
จำนวนไม่น้อย และหลายบริษัทก็เห็นแนวโน้มของ  
ยอดขายที่สูงขึ้น แต่สัดส่วนในอุตสาหกรรมหนังสือ  
ของไทยก็ยังมีเพียงแค่ ๑ เปอร์เซ็นต์เท่านั้น โดยมี  
ยอดขายได้ประจำปีนี้ทั้งหมดไม่เกิน ๓๐๐ ล้านบาท

ณัฐภูมิมองอุปสรรคกว่าปัจจัยหลักคือหนังสือไม่ได้  
อยู่บนอีบุ๊กทั้งหมด “เรายังอยู่ในช่วงที่สำนักพิมพ์ยัง  
เบรกรอยู่ว่าควรจะทำอีบุ๊กใหม่ จะกระทบกับหนังสือ  
กระดาษไหม เรายังตะกุกตะกักอยู่ตรงนั้น คนยังไม่ได้  
มีมุมมองว่าถ้าตลาดอีบุ๊กใหญ่แล้วจะช่วยตลาดหนังสือ  
ไปพร้อมกัน ตลาดอย่างสำนักพิมพ์แจ่มใสซึ่งตรงกับ  
กลุ่มวัยรุ่นที่ซื้ออุปกรณ์พวกนี้ก็เพิ่งเริ่มเข้ามา และสิ่งที่  
เกิดขึ้นคือรายได้ยังน้อย มีไม่กี่คนที่จะตัดสินใจซื้อ  
แท็บเล็ตราคาหลายหมื่นบาทกับยังต้องเสียเงินซื้ออีบุ๊ก  
ในนั้นอีก เรายังอยู่ในระยะของการพิสูจน์ที่ช่วงแรกคง

ต้องใช้เวลา แต่ท้ายที่สุดก็เหมือนคอมพิวเตอร์ที่แต่ก่อน  
มีแค่ในมหาวิทยาลัย ถึงตอนนี้ทุกคนก็มีโน้ตบุ๊ก มี  
แล็ปท็อปใช้กัน”

ทั้งนี้สัดส่วนการดาวน์โหลดฟรียังเป็นสัดส่วนต่อ  
การซื้อถึงสามต่อหนึ่ง ซึ่งทำให้ทางอีบุ๊กต้องส่งเสริมการ  
ตลาดด้วยการขายแบบบุฟเฟต์จ่ายรายเดือนครั้งเดียว  
อ่านนิตยสารไทยได้ทุกหัว

รัตนายังมองเห็นข้อดีของอีบุ๊กว่า “อีบุ๊กอาจทำให้  
คนไทยสนใจหันมาอ่านหนังสือกันมากขึ้น เพราะสะดวก  
หาอ่านได้ในทุกที่ ไม่ต้องออกไปที่ร้านหนังสือ ประหยัด  
เวลาการเดินทาง ถ้าเราพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ให้  
น่าสนใจมากขึ้นก็อาจเป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้คนหันมาสนใจ  
อ่านหนังสือกันมากขึ้นก็ได้”

ซัณณรงค์ชี้ถึงความเปลี่ยนแปลงต่อหนังสือและการ  
อ่านที่มาจากอีบุ๊กว่า “มีทั้งบวกและลบ ตัวเลขจากซีเอ็ด  
บอกว่ามีหนังสือปกใหม่ออกวันละ ๓๐๐ ปก หนังสือที่  
ขายง่ายจะวางอยู่ข้างหน้าและขายดี ส่วนหนังสือดี ๆ  
กลับไม่มีที่วาง แต่อีบุ๊กมีพื้นที่วางหนังสือได้ไม่จำกัด  
หรือถ้าเป็นหนังสือกระดาษ ขายดี และไม่รู้จะซื้อที่ไหน  
อีบุ๊กก็สามารถค้นหาและซื้อได้เลย แต่ข้อเสียของอีบุ๊ก  
คือ มีอาชีพที่เกี่ยวข้องกับหนังสือต่าง ๆ จะค่อย ๆ  
หายไป นักเขียนสมัครเล่นที่เกิดง่ายขึ้นก็อาจสร้างความ  
ไม่น่าประทับใจให้คนอ่านได้เหมือนกัน”

**“สำนักพิมพ์ไม่ได้ปิด แต่มีทั้งรวมตัวกัน  
หาทางดิ้นรน เคลื่อนย้ายไปสู่ออนไลน์ อย่าง  
นิตยสารดิจิทัลก็ไม่ต้องจ่ายเป็นรายปักษ์ ราย  
เดือนแล้ว แต่ถ้าจ่ายเงินเพิ่มจะได้สิทธิ์อ่านข่าว  
ที่เจาะลึกขึ้น”**

มุมมองของเขาจึงเห็นว่าการปิดตัวของสื่อสิ่งพิมพ์  
บนกระดาษไม่ใช่การหยุดผลิตสื่ออย่างสิ้นเชิง แต่คือการ  
เปลี่ยนไปยังสื่ออื่น และในอนาคตสำนักพิมพ์ก็ต้องปรับ  
ตัวจากการมาของอีบุ๊ก ๓

#### ขอขอบคุณ

- หจก. พีวเจอร์ โซลูชั่น
- คุณซัณณรงค์ ตั้งสุรกิจ
- Hytexas.com
- บริษัท Ookbee จำกัด