

นิยายรุ่ง สวนกระแส สิ่งพิมพ์ร่วง



สิ่งพิมพ์ตาย...แต่ทำไมนิยายยังคงทน? ไม่ขอใช้คำว่าสิ่งพิมพ์ยังคงอยู่ ขอใช้คำว่ายังคงทน ก็เพราะว่าหลายสำนักพิมพ์ที่ผลิตหนังสือทอนแบกรับภาระในภาวะขาดทุนไม่ไหวปิดตัวลงไปเป็นจำนวนมาก ดังนั้นการเปิดกว้างของวงการหนังสือก็อาจจะเป็นทางรอดของวงการหนังสือไทย ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป นักอ่านหลายคนหันไปอ่านอีบุ๊ก แต่ก็เพราะเสน่ห์ของหนังสือคือการจับสัมผัสและกลิ่นของกระดาษจึงสามารถดึงดูดเหล่านักอ่านได้อย่างเหนียวแน่นไม่แพ้กัน

เคยเกิดคำถามขึ้นบ้างหรือเปล่าขณะที่กำลังเดินผ่านร้านหนังสือแผงลอยหรือร้านขายหนังสือชั้นนำว่าผู้ผลิตและผู้เขียนรวมถึงอาชีพต่าง ๆ ที่อยู่ Book Supply Chain ของกระบวนการทำหนังสืออยู่ได้อย่างไร ในสถานการณ์ที่หนังสือกำลังถูก disrupt ด้วยเทคโนโลยี ในวงการหนังสือต่างรู้ดีว่าหนังสือใกล้ตายเต็มทน และคำถามที่เกิดขึ้นตามมาคือ แล้วทำไมแล้วหนังสือบางประเภทถึงอยู่ได้และขายดีสวนกระแส อย่างหนังสือนิยายที่ยังขายได้ไม่ปิดตายกระดาษถูกกลายสภาพเป็นกระดาษห่อกล้วยแขก คำตอบที่แท้จริงคงต้องค้นหาจาก Customer Journey การสืบหาผ่านการเดินทางของลูกค้าซึ่งถือเป็นกลยุทธ์คลาสสิกที่น่าจะช่วยจุดรั้งวงการหนังสือไทยไม่ให้หายหน้าไปจากวงการหนังสือโลก

? อาจเพราะมนุษย์ชอบความบันเทิงเรีงรมย์

? อาจเพราะจินตนาการสำคัญกว่าการเรียนรู้

? อาจเพราะยังมีนักอ่านที่อยากเป็นนักเขียนอยู่

? อาจเพราะอ่านมากจะทำให้รู้มาก

? อาจเพราะปลายทางของนิยายจะกลายเป็นละคร ซีรีส์ หนังสือ ที่สามารถสร้างเม็ดเงินได้มหาศาล



ภาพอย่างง่ายของโซลูชันและโซลูชันหนังสือ

นอกจากนักเขียนจะต้องฝึกปรี้อลับฝีมือให้คมกริบแล้ว เจ้าของธุรกิจผู้ผลิตยังจะต้องเปิดใจมองหากลยุทธ์และแผนการตลาดใหม่ ๆ ที่โดนใจกลุ่มนักอ่านดึงดูดผู้ถูกป็นโตให้คงอยู่กับสำนักพิมพ์ต่อไป จากผลวิเคราะห์ข้อมูลภายในของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซระดับโลก Picodi.com เกี่ยวกับธุรกรรมในร้านหนังสือออนไลน์และการสำรวจที่ดำเนินการในเดือนมีนาคม 2562 ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 7,800 คน จาก 41 ประเทศ เรื่องการซื้อหนังสือในประเทศไทยในปี 2562 ทำให้ทราบว่ารูปแบบหนังสือที่คนไทยสนใจ 4 ลำดับแรก คือ หนังสือกระดาษในร้านหนังสือ 71% หนังสือกระดาษในร้านหนังสือออนไลน์ 34% ดาวน์โหลดจากแหล่งข้อมูลฟรี 19% อีบุ๊กจากร้านหนังสือออนไลน์ 12% อีกทั้งปัจจัยหลักที่กำหนดวิธีการซื้อหนังสือ 57% ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง 29% เป็นความคิดเห็นของนักเขียนบล็อก และ 26% ต่อรองได้ในราคาที่ถูกลงกว่า เป็นการตอกย้ำว่าการขายที่ได้กำไรมักเกิดจากการทำการตลาดด้วยวิธีการ Sale Promotion ซึ่งหนังสือแต่ละประเภทก็มีจุดยืนและกลยุทธ์การตลาดที่แตกต่างกันไปตามแต่ต้นทุนและความนิยมในใจนักอ่าน โดยหมวดหมู่หนังสือที่ครองใจนักอ่านนิรันดร์กาลก็ไม่ผิดคาดเพราะยังคงเป็น หนังสือนิยาย 49% หนังสือเกี่ยวกับงานอดิเรก 40% หนังสือธุรกิจและหนังสือสารคดี 34% และ 26% ตามลำดับ



การอ่านหนังสือแต่ละเล่มทำให้เราได้เห็นความคิดสร้างสรรค์ แรงคิด ทักษะคติ มุมมอง รวมถึงความรู้ที่นักเขียนพยายามในการค้นคว้าสืบค้นและสอดแทรกกระหว่างบรรทัดมาถึงนักอ่าน คอนเทนต์จึงถือเป็นกุญแจสำคัญของการทำหนังสือให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้นลองเปลี่ยนจากนักเขียนหนังสือให้คนอ่านมาเป็นนักอ่านใจนักอ่านดูบ้าง ว่าเขาต้องการ ชื่นชอบ ไม่ชอบ และคิดยังไงกับหนังสือของคุณ? ลองถอดความสำเร็จของหนังสือนิยาย อะไรคือ Key Success ที่ทำให้นิยายสามารถโลดแล่นสวนกระแสสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นที่ค่อย ๆ ร่วงโรยปิดตายไปในยุค Paperless สมัยนี้



ขายทั้งเล่ม ขายทั้งไฟล์ อยู่ได้ไม่อดตายแน่นอน

กลุ่มนักอ่านในปัจจุบันได้ขยายวงกว้างไม่จำกัดอยู่เฉพาะในรูปแบบรูปเล่มเท่านั้น อีบุ๊กยังเป็นทางเลือกของกลุ่มนักอ่านสมัยใหม่เช่นเดียวกัน ปัจจุบันนักเขียนหลายคนไม่ได้ยึดติดอยู่กับสำนักพิมพ์อีกต่อไปแล้ว การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับนิยายด้วยการพิมพ์ผลิตเองและขายเองแบบ Make to Order ขายอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์บนออนไลน์แพลตฟอร์มหรือ Fanpage เพื่อดูแลกลุ่มลูกค้านักอ่านอย่างใกล้ชิด หรือแม้กระทั่งกลยุทธ์เปิดให้อ่านฟรี แล้วปิดบางบทเพื่อกระตุ้นความอยากรู้ชวนให้นักอ่านติดตาม ปิดท้ายด้วยเปิดพรีออร์เดอร์นิยายก็สามารถเพิ่มกำไรยอดขายได้อีกโข

E-BOOK



เอาใจนักอ่าน ตอบโจทย์ความหลากหลายให้ครบทุกไลฟ์สไตล์

บางคนชอบอ่านเล่มหนา บางคนชอบอ่านเล่มบาง บางคนชอบอ่านเล่มต่อ บางคนชอบอ่านนิยายชุด ความวไรตี้ของแนวหนังสือนิยายจะสามารถช่วยดึงดูดนักอ่านที่ไม่ชอบความจำเจหรือนักอ่านที่ต้องการตัวเลือกได้เป็นอย่างดี นักเขียนบางคนวางแผนเขียนเพียงเล่มเดียวแต่เมื่อกระแสตอบรับดี นักอ่านแสดงความต้องการที่หลากหลายผ่านช่องทางต่าง ๆ มาถึงนักเขียนโดยตรงก็ทำให้นักเขียนเห็นพืดแบ็กและตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักอ่านของตัวเองได้อย่างสอดคล้องเหมาะสม รวมถึงการเอาใจนักอ่านด้วยการรักษาลูกค้าเก่ามองหาลูกค้าใหม่ การจัดโปรโมชั่นรวมถึงการบริการหลังการขายก็เป็นกลยุทธ์ที่สามารถสร้างความจงรักภักดีรักษาลูกค้าเก่าให้กลับมาซื้อซ้ำ



พล็อตกระแทกใจ หนา แพง แค่ไหนก็ทุ่มไม่อั้น

เพราะพล็อตเป็น Core Value ของหนังสือ เพราะฉะนั้นการวางแนวทางหลักของเรื่องเป็นสิ่งที่เรียกแขกให้มาลุ้นสนใจได้เสมอ บางเล่มเน้นสนุกสนานโลกสวย บางเล่มมีจุดยืนสอดแทรกความรู้เข้าไปด้วย อย่างเช่น ตำราพิชัยสงคราม การรบ การทหาร หลักคุณธรรม หลักศาสนา หลักวิทยาศาสตร์ หรือกฎเกณฑ์ตามธรรมชาติ พล็อตเรื่องที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำ ไม่ลอกเลียนแบบ เมื่อมารวมกับสำนวนภาษาในการเขียน ความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ และเทคนิคการเขียนเฉพาะตัวของนักเขียน ก็จะทำให้หนังสือเล่มนั้นเกิดคุณค่าในมือนักอ่านและเกิดมูลค่าเป็นรายได้ให้นักเขียนได้ในระยะยาว



การอ่านหนังสือนอกจากจะเป็นการเพิ่มพูนความรู้และคลายเครียดแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมอาชีพที่อยู่ในวงการหนังสืออุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ตั้งแต่ต้นทางยันปลายทางให้มีอาชีพต่อไป เรามาช่วยกันขยับอันดับการอ่านหนังสือของคนไทยให้สูงขึ้นเพิ่มขึ้นอีกหลาย ๆ บรรทัด หลาย ๆ สิบเล่ม แม้ว่าหนังสือที่คุณอ่านจะเป็นหนังสือนิยายก็ตาม...เพราะการอ่านนิยายไม่ได้ให้แค่ความสุขแบบฉาบฉวยหรือการมองโลกสวยไปวัน ๆ ทุกวรรคตอนของคำ นักเขียนแฝงแง่คิดจรรโลงใจนักอ่านไว้เสมอ ตราบใดที่คนไทยยังจ่ายเงินเพื่อซื้อหนังสืออ่านอยู่ ตราบนั้นเราก็ยังจะเห็นทางรอดของวงการสิ่งพิมพ์ไทย เพียงแค่ปรับตัวให้ทันกับสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงด้วยการเปิดใจยอมรับและเรียนรู้ ธุรกิจของคุณก็มีสิทธิ์รอดกลับมารุ่งได้อย่างแน่นอน



นางสาวชลธร เจาปัดชา
นักวิชาการอุตสาหกรรม
กลุ่มศึกษาและพัฒนาระบบส่งเสริมอุตสาหกรรม (โมเดล)
กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ที่มา :

1. <https://www.picodi.com/th/bargain-hunting/books-buying-in-thailand>
2. http://lertad.com/a2z/supply-chain-vs-value-chain-scm-vs-vc/vcm/?doing_wp_cron=1591000726.9097049236297607421875
3. <http://drvithaya.blogspot.com/2012/10/blog-post.html>

*** บทความนี้เป็นความคิดเห็นส่วนบุคคล ***