



บทความออนไลน์

ใช้ **Big Data** เพิ่มยอดขาย มีนโยบายช่วยร้านหนังสือ เหตุผลที่สิ่งพิมพ์จีนโตสวนกระแสโลก

ในช่วงสองสามปีที่ผ่านมา เป็นช่วงเวลาที่ค่อนข้างน่าเศร้าสำหรับหนอนหนังสือและคนที่ทำงานในแวดวงธุรกิจสิ่งพิมพ์ในประเทศไทยรวมถึงประเทศส่วนใหญ่ในโลกนี้ที่ถูก disrupt—การแทนที่ของเทคโนโลยีใหม่ เช่น การอ่าน e-book หรือสื่อออนไลน์ ทำให้เราเห็นสิ่งพิมพ์และร้านขายหนังสือทยอยปิดตัวลงเรื่อย ๆ แต่ทว่ายังมีอีกมุมหนึ่งของโลกที่กำลังสวนทางกระแสโลก ด้วยตัวเลขการเติบโตของตลาดของสิ่งพิมพ์และร้านหนังสือที่เติบโตขึ้นทุกปี

เรากำลังพูดถึงตลาดสื่อสิ่งพิมพ์ในจีน ซึ่งมีการเติบโตมากขึ้น เพราะแน่นอนว่าการจะเป็นเช่นนั้นได้ ไม่ใช่เพราะโชคช่วย แต่ต้องมีปัจจัยเกื้อหนุน อย่างมีเหตุและผล และเราอาจนำมาเป็นกรณีศึกษาของตลาดสื่อสิ่งพิมพ์และร้านหนังสือในไทยในการจะปรับตัวได้เช่นกัน

ประเทศจีนเป็นหนึ่งในประเทศที่นิยมซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ รวมถึงหนังสืออิเล็กทรอนิกส์หรือ e-book ซึ่งหากย้อนกลับไปช่วง 5 ปีที่แล้ว e-book เป็นที่นิยมในจีนมากจนยอดขาย Amazon kindle เติบโตมากในจีนแผ่นดินใหญ่ แต่ตั้งแต่เข้าสู่ปีค.ศ. 2017 กระแสความโหยหาหนังสือเป็นเล่มกลับเข้ามาสู่ทั่วทุกที่ในจีน โดยสถาบัน Bookdao New Publishing สถาบันที่ปรึกษาธุรกิจสิ่งพิมพ์ระดับชาติของจีน สำรวจตลาดหนังสือในจีนเมื่อปีค.ศ. 2017-2018 พบว่าร้านหนังสือแบบมีหน้าร้านเติบโตขึ้น ขณะที่ร้านค้าออนไลน์และตลาด e-book เริ่มนิ่ง ซึ่ง 65% ของร้านหนังสือที่สำรวจ มีแผนขยายสาขาอย่างน้อย 5 สาขาในปีถัดไป และ 18% มีแผนใหญ่กว่านั้น คือจะเปิดมากกว่า 100 สาขา เพื่อรองรับตลาดหนังสือแบบเป็นเล่มที่กลับมาคึกคักอีกครั้ง



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ARIT NPRU

ปีค.ศ. 2018 ที่ผ่านมามีร้านหนังสือ 225,000 ร้านทั่วจีน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 4.3% โดยมียอดขายทะลุ 1.6 แสนล้านหยวน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าเช่นกัน โดยข้อมูลเหล่านี้เป็นหลักฐานที่ชี้ให้เห็นถึงการขยายตัวของตลาดสื่อสิ่งพิมพ์และร้านหนังสือจีนที่สวนทางกับกระแสโลกที่ต่างพากันลดลง

สาเหตุหลักที่ส่งผลให้สื่อสิ่งพิมพ์และร้านหนังสือในจีนมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยมากกว่า 10%ในแต่ละปีเป็นผลจากนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมของรัฐบาลจีนที่สนับสนุนให้มีการผลิตสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรม ซึ่งร้านหนังสือถือเป็นหนึ่งในแคมเปญนี้ โดยมีการปรับปรุงภาพลักษณ์ของร้านหนังสือให้เป็นอุตสาหกรรมเชิงความคิดสร้างสรรค์สานวัฒนธรรมสมัยใหม่และวัฒนธรรมดั้งเดิมเข้าด้วยกัน ทำให้เราเห็นร้านหนังสือของจีน ณ ปัจจุบัน ตกแต่งอย่างสวยงามและมีเอกลักษณ์ อีกทั้งภายในร้านยังมีบริการอื่น ๆ อาทิ มุมดื่มชา-กาแฟ มุมขายสินค้าวัฒนธรรมจีน มุมแกลอรีศิลปะ รวมถึงมีมุมพักผ่อนอ่านหนังสือ ที่ไม่ต้องซื้อหนังสือไปอ่านที่บ้าน แต่สามารถอ่านที่ร้านได้เลย ร้านหนังสือในปัจจุบันจึงไม่ได้เป็นเพียงร้านหนังสือเหมือนที่เราเคยเห็นจากสมัยก่อนที่มีแต่หนังสืออย่างเดียว

นอกจากนี้ การเข้ามาของเทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่เหมือนจะเข้ามา disrupt ธุรกิจร้านหนังสือและสื่อสิ่งพิมพ์ให้ล้มหายตายจากไปเยอะ แต่ดูเหมือนจะไม่ใช่ที่จีน ผู้ประกอบการที่นำเทคโนโลยีเข้ามาเพื่อช่วยธุรกิจให้อยู่รอด โดยใช้การวิเคราะห์ Big Data เพื่อแนะนำหนังสือให้ตรงกับผู้อ่าน เพิ่มยอดขาย และตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

จากข้อมูลจากชาวจีน เรายังได้ข้อมูลที่น่าสนใจเพิ่มเติมอีกว่า

ทางรัฐบาลจีนมีนโยบายส่งเสริมสื่อสิ่งพิมพ์

โดยมีเงินอุดหนุนให้ราคาของหนังสือที่จำหน่ายมีราคาถูกลง

โดยเฉพาะหนังสือจากต่างประเทศหรือ Text book ที่นำมาผลิตในเวอร์ชันภาษาจีน หรือแม้แต่ต้นฉบับภาษาอังกฤษ แต่ก็สามารถผลิตออกมาในราคาที่ทุกคนในจีนสามารถเอื้อมถึงได้ ซึ่งนี่คืออีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้ตลาดหนังสือจีนยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง

นอกจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นแล้ว กระแสสังคมออนไลน์ในจีน รวมถึง soft power ที่รัฐบาลจีนกระตุ้นให้ประชาชนรักการอ่าน ผ่านทางสื่อต่าง ๆ ยังส่งผลให้ประชาชนชาวจีนเข้าร้านหนังสือและอ่านหนังสือเป็นเล่มมากยิ่งขึ้น เรียกได้ว่าเป็นแคมเปญการตลาดแคมเปญหนึ่งเลยก็ว่าได้ โดยคอนเซ็ปต์ของแคมเปญนี้คือ ‘ร้าน



หนังสือเป็นเสมือนสถานที่ท่องเที่ยวหรือแลนด์มาร์กที่ทุกคนต้องไป’ ดังนั้นอย่าแปลกใจ หากในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ หรือเทศกาลหยุดยาว จะเห็นคนจีนเต็มร้านหนังสือ โดยเฉพาะพ่อแม่ที่พาลูก ๆ ไปร้านหนังสือ เสมือนพาไปเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวชื่อดัง

การเติบโตของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ของจีนตอนนี้จึงไม่ได้พัฒนาเพื่อเอาตัวรอดในยุค disruptive technology แค่ในประเทศจีนเท่านั้น แต่ยังพัฒนาจนสามารถก้าวไปสู่ตลาดโลกด้วย ถึงอย่างนั้น ก็ยังมีปัญหาสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อการเติบโตของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ของจีนในต่างประเทศ เมื่อสงครามการค้าจีนอเมริกานั้นไม่ได้มีผลกระทบแค่สินค้าไอที หากทว่ายังส่งผลโดยตรงต่อธุรกิจร้านขายหนังสือในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดสำคัญของจีน

เป็นเวลากว่าสองปีแล้วที่จีนและอเมริกายังคงอยู่ในสงครามการค้า โดยเฉพาะเมื่อสองเดือนมานี้ที่เริ่มกลับมาปะทุความรุนแรงขึ้น อเมริกาได้ตั้งกำแพงภาษีสินค้านำเข้าจากจีน 25% ซึ่งจากข่าวที่ออกมาส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญไปที่สินค้าไอที โดยเฉพาะแบรนด์ Huawei ที่โดนทางอเมริกาแบน แต่ทว่าสินค้าประเภทหนังสือก็ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงเช่นกัน (ล่าสุด ในการประชุมสุดยอดผู้นำ G20 ณ ประเทศญี่ปุ่น ทรัมป์ได้พูดคุยกับสีจิ้นผิง ประธานาธิบดีจีน โดยภายหลังจากการพูดคุย ทรัมป์ประกาศให้บริษัทของอเมริกาสามารถทำการค้ากับ Huawei ได้ต่อ แต่ว่ากันด้วยข้อมูลที่ผ่านมา ก็อาจจะยังวางใจไม่ได้ เพราะอเมริการวมจะเปลี่ยนแปลงได้เสมอ) เมื่อช่วงกลางเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา สำนักข่าว Xinhua ของจีน เผยแพร่รายงานสื่อบุคคลว่า “ผู้ค้าหนังสือในจีนกำลังหวั่นกลัวต่อโดมิโนเอฟเฟกต์จากการตั้งกำแพงภาษีจีนอเมริกา” โดยสำนักข่าวจีนได้ไปสัมภาษณ์ประธานสมาคมผู้ค้าหนังสือแห่งอเมริกา และได้ข้อมูลที่น่าสนใจว่า “ขณะนี้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าหนังสือในประเทศอเมริกาต่างมีความกังวลต่อผลกระทบกำแพงภาษีว่าจะล้มกันทั้งหมดเหมือนกับโดมิโน โดยเฉพาะผู้ที่เปิดร้านหนังสือ ไม่ใช่การขายออนไลน์”

ทำไมผู้ค้าหนังสือในอเมริกา จึงได้รับผลกระทบจากกำแพงภาษีสินค้านำเข้าจากจีน?

ทางสมาคมผู้ค้าหนังสือแห่งอเมริกา ยอมรับว่า ถ้าไรจากการขายหนังสือจากเดิมที่ค่อนข้างน้อยอยู่แล้วนั้น กลับน้อยลงไปอีก เมื่อต้องแบกรับภาษีนำเข้าสินค้าจากจีน ที่ประธานาธิบดีของอเมริกา ได้ตั้งนโยบายขึ้น ซึ่งประเทศจีนถือเป็นประเทศผู้ผลิตหนังสือรายใหญ่ที่สุดในโลก และเป็นคู่ค้ารายใหญ่ของธุรกิจหนังสือในอเมริกา เพราะมีการนำเข้าหนังสือจากจีนมากที่สุด โดยเฉพาะหนังสือเด็ก



โดยสาเหตุที่นำเข้าหนังสือจากจีนเป็นหลัก เนื่องจากราคาถูกและผลิตได้ไว เมื่อเทียบกับการผลิตของอเมริกา และประเทศอื่นที่มีลักษณะเดียวกับที่จีนผลิต ซึ่งเป็นการพิมพ์สี่สีและใช้เทคนิคพิมพ์แบบ Full color ที่ให้คุณภาพดี แต่มีราคาสูง

จากข้อมูลของสมาคมผู้ค้าหนังสือแห่งอเมริกา สอดคล้องกับข้อมูลจากประเทศจีนที่รายงานออกมาเมื่อปีที่แล้วว่า ตลาดหนังสือเด็กในจีนกินพื้นที่ 24.64% ของหนังสือทั้งหมดที่วางขายในจีน มีแนวโน้มเติบโตปีละ 10-15% ซึ่งเพียงแค่ปีค.ศ. 2017 เพียงปีเดียวมีหนังสือเด็กมากกว่า 40,000 หัวเรื่อง ที่ได้รับการตีพิมพ์และวางขาย ทำให้จีนเป็นผู้ผลิตหนังสือเด็กเบอร์หนึ่งของโลกในตอนนี้

แม้ว่าจีนจะมีปัญหาเรื่องสงครามการค้ากับอเมริกาอยู่ แต่หากชำเลื่องมองธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และร้านหนังสือในจีนแล้ว ก็พอจะเรียกได้ว่าประสบความสำเร็จกว่าที่อื่น ๆ ทั่วโลก ซึ่งหากมองของบ้านเรา ก็เชื่อว่ายังคงมีพื้นที่ให้ธุรกิจนี้ยังสามารถอยู่รอดได้ หากเราพัฒนาอย่างถูกจุด โดยเฉพาะ พัฒนาคนในประเทศให้เห็นคุณค่าของ ‘หนังสือ’ และ ‘ร้านหนังสือ’ เหมือนที่จีนทำได้สำเร็จ

ที่มา <https://thematter.co/thinkers/how-book-store-and-publishing-in-china-can-survive/79974>

