



บทความออนไลน์

โอกาสและข้อจำกัดของอีบุ๊กไทย

ระยะเวลาเพียง 10 ปี หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) เป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เข้ามาตอบสนองความต้องการของนักอ่านทั่วโลก ทั้งที่เป็นส่วนเสริมและแทนที่หนังสือกระดาษ มีการใช้งานอย่างแพร่หลาย ยอดขายอีบุ๊กในระดับโลกทะยานขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่สื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ

กระทั่งปี 2559 เริ่มมีสัญญาณว่าการเติบโตของอีบุ๊กชะลอตัวลงคล้ายกับเข้าสู่จุดอิ่มตัว แต่ถึงแม้ยอดขายจะไม่ร้อนแรงเท่ากับช่วงก่อนหน้านี้ มูลค่าการจำหน่ายอีบุ๊กโดยรวมยังคงเพิ่มขึ้นทุกปี ทว่าความกังวลว่าอีบุ๊กจะเข้ามาเป็นคู่แข่งหรือแทนที่หนังสือกระดาษ กลับค่อย ๆ ลดลงจนไม่มีใครเชื่อว่าหนังสือจะสาบสูญไปดังที่เคยสันนิษฐานคาดการณ์ไว้ก่อนหน้านี้

สำหรับประเทศไทย อีบุ๊กในระยะแรก ๆ มีลักษณะเป็นไฟล์เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ เช่น งานวิจัยหรือบทความวิชาการ การบุกเบิกจำหน่ายอีบุ๊กออนไลน์เริ่มต้นเมื่อปี 2552 ซึ่งเป็นช่วงที่มีอุปกรณ์ประเภท e-reader เข้ามาจำหน่าย และโทรศัพท์มือถือสามารถทำงานได้มากกว่าเพียงแค่การสื่อสารข้อมูลเสียง ทำให้ผู้ใช้สามารถอ่านอีบุ๊กได้จากทั้งจากเครื่องคอมพิวเตอร์และแอปพลิเคชันผ่านอุปกรณ์อัจฉริยะ (smart device)

ในวงการห้องสมุด จากเดิมที่การใช้งานอีบุ๊กจะแพร่หลายอยู่เฉพาะในส่วนของห้องสมุดมหาวิทยาลัย ก็เริ่มมีห้องสมุดประเภทอื่นทดลองให้บริการยืมคืนอีบุ๊กควบคู่ไปกับการให้บริการหนังสือและสื่อรูปแบบเดิม เช่น อุทยานการเรียนรู้ (TK park) และหอสมุดแห่งชาติ ถือเป็น การเพิ่มช่องทางเข้าถึงความรู้และสารสนเทศได้ทุกที่ทุกเวลาโดยไม่จำเป็นต้องซื้อหาจากร้านหนังสือออนไลน์



มูลค่าการจำหน่ายหนังสือและอีบุ๊กในบางประเทศ

หน่วย : พันล้านบาทสหรัฐ

ปี	USA		ญี่ปุ่น		เยอรมนี		จีน		อิตาลี		อังกฤษ	
	หนังสือ	อีบุ๊ก	หนังสือ	อีบุ๊ก	หนังสือ	อีบุ๊ก	หนังสือ	อีบุ๊ก	หนังสือ	อีบุ๊ก	หนังสือ	อีบุ๊ก
2552	15.09	0.82	8.55	0.35	6.32	<0.01	4.00	<0.01	3.30	0.01	2.64	0.14
2553	14.14	1.52	8.22	0.52	6.26	0.03	3.92	<0.01	3.31	0.01	2.59	0.19
2554	13.10	2.31	7.91	0.70	6.29	0.06	3.92	0.02	3.19	0.03	2.46	0.29
2555	11.87	3.35	7.61	0.89	6.20	0.15	4.10	0.06	3.13	0.05	2.33	0.48
2556	10.84	4.52	7.20	1.12	6.14	0.25	4.21	0.01	3.06	0.09	2.22	0.59
2557	9.99	5.69	6.94	1.33	6.12	0.35	4.22	0.14	2.97	0.12	2.09	0.76
2558	9.31	6.74	6.69	1.52	6.08	0.46	4.19	0.20	2.86	0.17	1.94	0.95
2559	8.76	7.59	6.49	1.69	6.07	0.57	4.14	0.26	2.72	0.24	1.78	1.15
2560	8.31	8.23	6.32	1.83	6.06	0.67	4.08	0.33	2.54	0.32	1.60	1.35
2561	7.94	8.69	6.18	1.93	6.05	0.78	4.07	0.38	2.35	0.39	1.41	1.54

ข้อมูลจาก The Economist¹

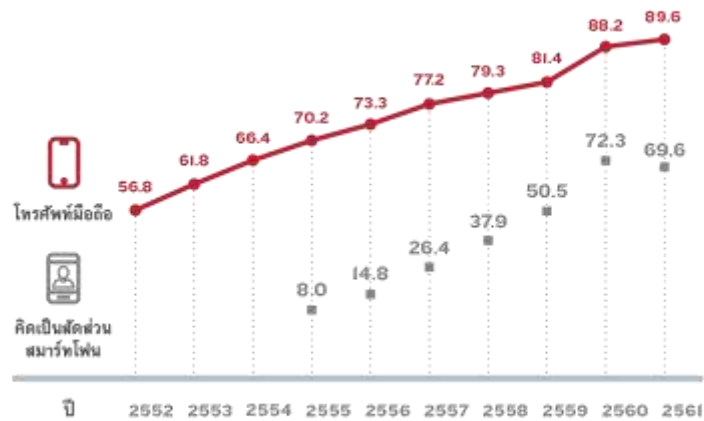
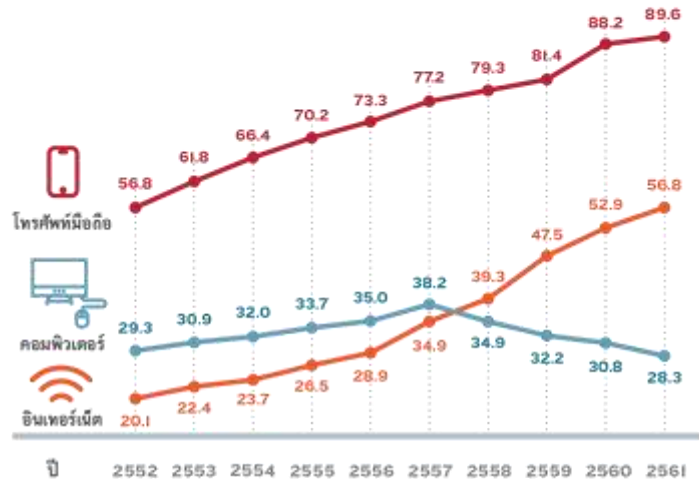
บทความซึ่งจัดทำโดย PwC Thailand ระบุว่า ยอดจำหน่ายอีบุ๊กของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยประมาณร้อยละ 14 ต่อปี จากมูลค่าตลาด 2,960 ล้านบาทในปี 2560 คาดว่าจะเพิ่มเป็น 5,705 ล้านบาทในปี 2565 และส่วนแบ่งการตลาดของอีบุ๊กจะเพิ่มจากร้อยละ 7.4 ในปี 2560 เป็นร้อยละ 14.1 ในปี 2565[2] บทวิเคราะห์ดังกล่าวค่อนข้างจะเป็นมุมมองเชิงบวก และอิงอยู่กับมูลค่าตลาดหนังสือสูงถึงประมาณ 40,000 ล้านบาท ในขณะที่ข้อมูลจากผู้จำหน่ายหนังสือของไทยระบุว่ามูลค่าตลาดหนังสือนั้นอยู่ที่ประมาณ 26,000 ล้านบาทและภาพรวมมีการเติบโตไม่มากนัก[3]

มุมมองเชิงบวกดังกล่าวมาจากปัจจัยสนับสนุนการเติบโตของตลาดอีบุ๊กที่ค่อนข้างเด่นชัด แนวโน้มการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตของคนไทยเป็นไปอย่างแพร่หลาย ปริมาณผู้ใช้อุปกรณ์โมบายโดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยที่เกือบร้อยละ 70 เป็นโทรศัพท์ประเภทสมาร์ทโฟน นอกจากนี้ปริมาณการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือที่เป็นข้อมูลดาต้าก็เพิ่มขึ้นถึง 6 เท่าในระยะเวลาเพียง 4 ปี (2557-2560) สวนทางกับปริมาณการใช้งานข้อมูลเสียงหรือเพื่อโทรศัพท์พูดคุยที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง



ประชากรที่ใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ

หน่วย : ร้อยละ

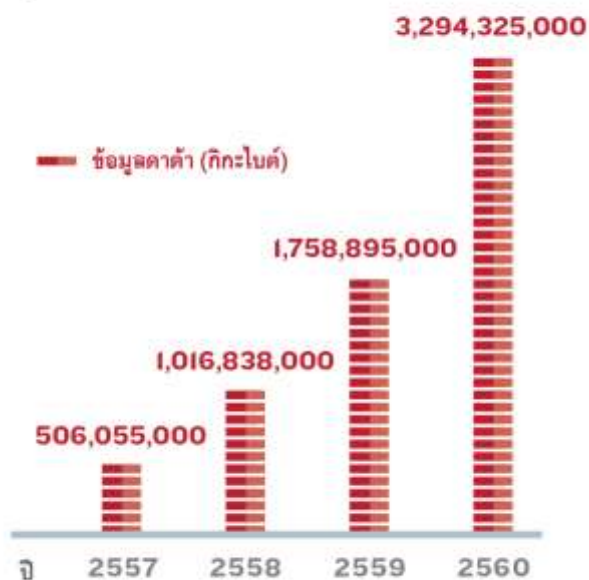


ข้อมูลจาก ผลสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ



ปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ต จากโทรศัพท์เคลื่อนที่

ข้อมูลเสียงหรือการใช้โทรศัพท์ (ล้านนาที)



ข้อมูลจาก คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลผลสำรวจการอ่านของประชากร โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ กลับชี้ให้เห็นว่าท่ามกลางการเติบโตของตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และความนิยมใช้งานอุปกรณ์อัจฉริยะ (smart device) ในการเข้าถึงสารสนเทศด้วยการดู ฟัง หรืออ่านนั้น ส่งผลให้การอ่านหนังสือกระดาษลดลงเป็นลำดับ จากร้อยละ 99.3 ในปี 2556 เป็นร้อยละ 96.1 ในปี 2558 และร้อยละ 88.0 ในปี 2561 ส่วนการอ่านเนื้อหา



อิเล็กทรอนิกส์นั้นมีตัวเลขสูงชันอันเป็นผลมาจากความแพร่หลายของอุปกรณ์ไอที โดยในการสำรวจปี 2558 พบว่านักอ่านเกินกว่าครึ่งหนึ่งอ่านเนื้อหาจากสื่อที่ไม่ใช่หนังสือกระดาษ หรือร้อยละ 54.9 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 75.4 ในปี 2561 แต่มีข้อที่น่าสังเกตคือรูปแบบของสื่อที่ใช้อ่านนั้นเป็นอีบุ๊กเพียงร้อยละ 1.9 ในปี 2558 และขยับเป็นร้อยละ 6.5 ในปี 2561 ถือว่าเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูง แต่ก็ยังเป็นสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับหนังสือกระดาษหรือการอ่านผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ประชากรที่อ่านหนังสือ จำแนกตามประเภทและสื่อที่ใช้อ่าน

หน่วย : ร้อยละ

	อ่านหนังสือ	99.3	96.1	88.0
	อ่านเนื้อหา อิเล็กทรอนิกส์	12.1	54.9	75.4
HTTP://	เว็บไซต์	N.A.	17.5	15.2
	อีบุ๊ก	N.A.	1.9	6.5
	ซีดีหรือไฟล์	0.4	1.3	0.3
	สื่อสังคม ออนไลน์	N.A.	45.5	68.1
	อีเมล	N.A.	0.9	0.8
	จ	2556	2558	2561

ข้อมูลจาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ

อีบุ๊ก-ออดิโอบุ๊ก โอกาสที่อาจหลุดลอย

หากคำนวณฐานคนอ่านอีบุ๊กจากข้อมูลผลสำรวจการอ่านข้างต้น พบว่าผู้อ่านอีบุ๊กจะมีอยู่ประมาณ 9 แสนคนเศษ ถึงแม้ว่าจะเป็นสัดส่วนไม่มากเมื่อเทียบกับนักอ่านหลายสิบล้านคน แต่ในมุมมองธุรกิจแล้วจำนวนผู้บริโภคขนาดนี้ย่อมไม่อาจมองข้ามไปได้ เพราะผู้อ่านอีบุ๊กน่าจะเป็นกลุ่มที่มีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง มีกำลังซื้อ ค่อนข้าง



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ARIT NPRU

กับการใช้เทคโนโลยี นิยมความทันสมัยทันโลก สนใจหาความรู้ใหม่ ๆ และตัดสินใจใช้ง่ายไม่ยากเพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ที่สนใจ

รวีวรร มะหะสิทธิ์ ผู้บริหาร MEB ให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจว่า ตลาดอีบุ๊กของไทยมีมูลค่าประมาณ 600-700 ล้านบาท คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 5 ของตลาดหนังสือ จึงมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก เทียบกับสหรัฐอเมริกาอีบุ๊กมีส่วนแบ่งประมาณร้อยละ 20 ไทยอาจจะใช้เวลาอีก 3-5 ปี เฉพาะร้านหนังสือออนไลน์ MEB มีอีบุ๊กในระบบประมาณ 70,000 เล่ม[4]

ห้องสมุดนอคมหาวิทยาลัยก็มีอีบุ๊กไว้ให้เลือกอ่านอยู่ในระดับหลักหมื่นรายการ อาทิ ห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ของทีเคพาร์ค ซึ่งเปิดให้บริการปี 2558 มีอีบุ๊ก 22,409 รายการ เป็นหนังสือภาษาไทย 12,844 รายการ ภาษาต่างประเทศ 9,565 รายการ[5] ห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ของหอสมุดแห่งชาติ เปิดให้บริการปี 2561 มีอีบุ๊กประมาณ 18,000 รายการ ประกอบด้วยทรัพยากรอิเล็กทรอนิกส์ 14 ฐาน เป็นทรัพยากรสารสนเทศมากกว่า 10,000 รายการ วารสารและหนังสือพิมพ์รวมแล้วกว่า 7,400 ชื่อเรื่อง และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์อีกประมาณ 700 ชื่อเรื่อง[6] ถือว่ายังมีปริมาณไม่มากนักเมื่อเทียบกับหนังสือกระดาษหรืออีบุ๊กภาษาต่างประเทศที่จำหน่ายทั่วไป

ในระยะแรก ๆ การจัดทำอีบุ๊กภาษาไทยพบกับอุปสรรคอย่างมาก เนื่องจากการตัดแปลงหนังสือที่เคยตีพิมพ์แล้วให้เป็นอีบุ๊ก ติดขัดเกี่ยวกับประเด็นลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาของผู้เขียน ผู้ออกแบบภาพศิลป์ และสำนักพิมพ์ ซึ่งมีความซับซ้อนคลุมเครือ แต่ละเล่มมีเงื่อนไขที่แตกต่างกัน นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ลดทอนแรงจูงใจในการผลิตอีบุ๊กภาษาไทย แต่ภายหลังเมื่อมีการจัดสรรผลประโยชน์ในการจำหน่ายหนังสือที่ชัดเจนมากขึ้น การตีพิมพ์หนังสือเล่มใหม่เพื่อวางจำหน่ายจึงมักมีการผลิตเป็นอีบุ๊กควบคู่กันไปด้วย แต่ถึงกระนั้นรายได้จากการขายอีบุ๊กภาษาไทยยังมีสัดส่วนน้อยมาก เพราะคนยังคงนิยมอ่านหนังสือกระดาษ

ผลสืบเนื่องจากปริมาณอีบุ๊กภาษาไทยที่มีจำนวนไม่มากเท่าที่ควรในช่วงแรก ทำให้ความหลากหลายของเนื้อหากลายเป็นปัญหาที่ตามมา ถึงแม้ว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาจะมีนักเขียนรุ่นใหม่ ๆ ที่ผลิตผลงานเป็นอีบุ๊กให้เห็นอยู่บ้าง แต่ส่วนใหญ่แล้วมักจะเขียนเป็นตอน ๆ ให้ผู้ติดตามอ่านทางออนไลน์ก่อน เมื่องานเขียนนั้นได้รับความนิยมมากขึ้นจึงค่อยจัดพิมพ์เป็นรูปเล่มกระดาษพร้อมกับฉบับอีบุ๊ก เนื้อหาของอีบุ๊กประเภทนี้จึงตอบโจทย์ความต้องการของนักอ่านเพียงบางกลุ่มเท่านั้น

ทุกวันนี้ เมื่อนักอ่านเริ่มคุ้นเคยและลองอ่านอีบุ๊กมากขึ้น แต่กลับมีคู่แข่งสำคัญคือแพลตฟอร์มสื่อที่สามารถดูหรือฟังได้ด้วย อาทิเช่นยูทูบหรือพอดแคสต์ ซึ่งมีความดึงดูดน่าสนใจและเป็นช่องทางในการแสวงหาข่าวสารความรู้หรือความบันเทิงที่มีทั้งปริมาณและความหลากหลายมากกว่า อีกทั้งส่วนใหญ่เป็นฟรีคอนเทนต์



หรือไม่มีค่าใช้จ่าย รวมไปถึงโซเชียลมีเดียและเว็บไซต์สื่อออนไลน์ที่มีเนื้อหาสั้น กระชับ หรือเป็นตอน ๆ สอดคล้องกับพฤติกรรมกรรมการอ่านผ่านหน้าจอของคนในยุคปัจจุบัน

ตลาดอีบุ๊กภาษาไทยจึงมีมูลค่าไม่สูง แม้จะมีการเติบโตต่อเนื่องทุกปี แต่ก็ไม่หวือหวา ฟากฝั่งผู้ผลิตเนื้อหา ก็ยังไม่ลงทุนกับตลาดนี้มากนักตราบดีที่ยังไม่เห็นแนวโน้มความต้องการจากผู้อ่าน แม้จะเป็นตลาดที่มีศักยภาพและเทคโนโลยีพื้นฐานมีความพร้อมอย่างมากแล้วก็ตาม

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) อีกประเภทที่น่าสนใจคือ หนังสือเสียงหรือออดิโอบุ๊ก (Audio Book) มีสัดส่วนการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเมื่อประชากรโลกใช้อุปกรณ์อัจฉริยะ (smart device) เพิ่มขึ้น ในสหรัฐอเมริกาประชากรร้อยละ 26 นิยมฟังออดิโอบุ๊ก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มคนรุ่นใหม่ซึ่งอายุต่ำกว่า 35 ปี [7] ร้านออดิโอบุ๊กที่ใหญ่ที่สุดคือ Audible มีออดิโอบุ๊กจำหน่ายมากกว่า 4.2 แสนรายการ[8]

สำหรับประเทศไทย ออดิโอบุ๊กยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก ส่วนใหญ่เป็นการผลิตแบบไม่แสวงหากำไรเพื่อรองรับการใช้งานของผู้มีความบกพร่องทางสายตา ส่วนการผลิตในเชิงพาณิชย์มีต้นทุนในการอัดเสียงโดยนักอ่านที่มีทักษะ จึงทำให้ราคาจำหน่ายออดิโอบุ๊กสูงกว่าอีบุ๊กและหนังสือกระดาษ ยิ่งทำให้การตัดสินใจซื้อออดิโอบุ๊กเป็นไปได้ยาก

ณัฐวุฒิ พิงเจริญพงศ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ก่อตั้งบริษัท อีบุ๊ก จำกัด ให้ความเห็นถึงปัจจัยที่ทำให้ตลาดออดิโอบุ๊กยังไม่เติบโตว่า “ปัจจุบันออดิโอบุ๊กยังขาดความหลากหลาย เป็นเหมือนปัญหาไก่กับไข่ เมื่อออดิโอบุ๊กมีจำนวนน้อยคนฟังก็น้อย เมื่อคนฟังน้อยการผลิตก็น้อยตามไปด้วย แต่ตลาดหนังสือในต่างประเทศใหญ่กว่าเมื่อผลิตแล้วมีคนฟังเยอะก็คุ้มที่จะทำ ตลาดก็จะพัฒนาได้เร็วกว่า

“บริบทของไทยไม่เหมือนกับสิ่งที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ เช่นในอเมริกา การอ่านอีบุ๊กหรือฟังออดิโอบุ๊กมีมาตั้งแต่ยังไม่มียุคสมาร์ทโฟน การพัฒนาเทคโนโลยีสอดคล้องไปกับสิ่งที่ผู้คนใช้งานกันอยู่แล้ว แต่พวกเราเป็น mobile first คอมพิวเตอร์เครื่องแรกคือสมาร์ทโฟน พฤติกรรมการใช้งานส่วนใหญ่คือเข้าเฟซบุ๊ก ยูทูบ หรือโซเชียลมีเดียอื่น ๆ เพื่อติดตามข่าวสารสั้น ๆ แต่ไม่ได้คุ้นเคยกับการใช้งานสื่อที่ต้องจดจ่อยาว ๆ เช่นการอ่านหนังสือทั้งเล่มหรือฟังทั้งเรื่อง ในขณะที่สื่อประเภทพอดแคสต์น่าจะเติบโตได้มากกว่า เพราะใคร ๆ ก็สามารถผลิตขึ้นเองได้ มีรูปแบบเหมือนเป็นการชวนคุยเรื่องราววิปาระบบสนุกๆ ไปพร้อมกับสาระ ซึ่งเมื่อสื่อมีปริมาณมาก ผู้ฟังก็มีทางเลือกที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น” [9]

อีบุ๊กและออดิโอบุ๊กนั้นเป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันเพียงแค่วิธีการอ่าน คือเป็นหนังสือที่อ่านเอง (อีบุ๊ก) กับหนังสือที่ฟังคนอื่นอ่านให้ฟัง (ออดิโอบุ๊ก) ในต่างประเทศได้รับความนิยมสูงไม่ต่างจากหนังสือกระดาษ เป็นรูปแบบการอ่านที่ไม่ได้แปลกแยกไปจากการอ่านหนังสือทั่วไป และมักจะมีข่าวคราวความเคลื่อนไหว



ที่มีสีสันน่าสนใจเกิดขึ้นเป็นระยะ อีกทั้งยังช่วยให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงสารสนเทศทั้งที่เป็นความรู้และความเพลิดเพลินได้เช่นเดียวกับการอ่านหนังสือเล่ม

แต่สำหรับประเทศไทย ในรอบ 10 ปีมานี้ยอดขายอีบุ๊กอาจเพิ่มขึ้นอย่างน่าจับตามอง แต่ก็ไม่สามารถชดเชยยอดขายที่ลดลงของหนังสือกระดาษได้ ส่วนนอติโอบุ๊กนั้นแทบจะไม่ปรากฏข่าวหรือข้อมูล ด้วยสาเหตุและข้อจำกัดทั้งหลายดังที่กล่าวมาจึงเป็นเรื่องยากที่หนังสืออิเล็กทรอนิกส์จะสร้างปรากฏการณ์หรือมีบทบาทต่อวงการหนังสือและการอ่านของไทย หรือมีเช่นนั้นคงต้องรอจนกว่าจะเกิดเทคโนโลยีพลิกผันเข้ามาเปลี่ยนโฉม



Click เพื่อชมภาพใหญ่

[1] <https://www.economist.com/graphic-detail/2014/10/09/turning-the-pixelated-page?fsrc=scn/fb/wl/dc/turningpixelated>

[2] The Global Entertainment & Media Outlook 2018-2022 อ้างถึงใน <https://www.pwc.com/th/en/pwc-thailand-blogs/blog-20180628.html>

[3] <https://www.prachachat.net/marketing/news-45120>

[4] <https://www.prachachat.net/ict/news-204960>

[5] ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2561

[6] ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2561

[7] Global Audiobook Trends and Statistics for 2018

[8] <https://www.audible.com/> (ข้อมูล ณ เดือนมกราคม 2562)



[9] สัมภาษณ์โดย ฝ่ายวิชาการ สำนักงานอุทยานการเรียนรู้

ที่มา <https://www.tkpark.or.th/>

