

รายงานการศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ | การพิมพ์

CREATIVE INDUSTRIES DEVELOPMENT REPORT



PUBLISHING

PUBLISHING WITHOUT LIMITS

คอนเทนต์สร้างสรรค์กับ "อุตสาหกรรมการพิมพ์"

ข้อมูลสถานะอุตสาหกรรมของไทย

พร้อมแนวทางการพัฒนาที่เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

รายงานการศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

สาขาการพิมพ์

ปี 2564

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
ขอสงวนข้อมูลส่วนบุคคลในรายงานการศึกษาฉบับนี้
ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562
(Personal Data Protection Act: PDPA)

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

ฉบับปรับปรุง

โครงการจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

สาขาการพิมพ์ (Publishing)

ปี 2564

เสนอต่อ

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)



โดย

บริษัท เอฟฟินี จำกัด

31 สิงหาคม 2564

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)	3
บทที่ 1 บทนำ.....	22
1.1 หลักการและเหตุผล.....	22
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	23
1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน	23
1.4 แนวทางการศึกษาและขั้นตอนในการดำเนินงาน	24
บทที่ 2 การกำหนดขอบเขตการศึกษา และกรอบแนวคิด การจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา	33
2.1 การกำหนดขอบเขตการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (Publishing).....	33
2.2 กรอบแนวคิดการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา	38
บทที่ 3 สถานการณ์ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (Publishing).....	50
3.1 สถานการณ์ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ในระดับสากล	50
3.2 สถานการณ์ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของประเทศไทย	59
บทที่ 4 กรณีศึกษาจากต่างประเทศ	75
4.1 กรณีศึกษาประเทศเยอรมนี.....	77
4.2 กรณีศึกษาประเทศเกาหลีใต้	87
4.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบและสรุปบทเรียนสำคัญจากประเทศกรณีศึกษา.....	101
บทที่ 5 สรุปประเด็นปัญหาสำคัญ และการวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์	107
5.1 สรุปประเด็นปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (Publishing).....	107
5.2 การวิเคราะห์ช่องว่างในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทย	113
บทที่ 6 แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (Publishing).....	117
6.1 วิสัยทัศน์ของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์	119
6.2 ตัวชี้วัดของแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์	119
6.3 ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์	122
6.4 แผนการดำเนินโครงการ	139
บทที่ 7 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	145
7.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์	145
7.2 ข้อเสนอแนะแนวทางการบูรณาการแผน ‘Creative Content and Media’	147

บทที่ 8	แผนการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์	155
8.1	การกำหนดขอบเขตการจัดทำฐานข้อมูล	155
8.2	หน่วยงานที่มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องของไทย	163
8.3	กรณีศึกษาต้นแบบด้านฐานข้อมูลจากต่างประเทศ	177
8.4	สรุปแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทย	202

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

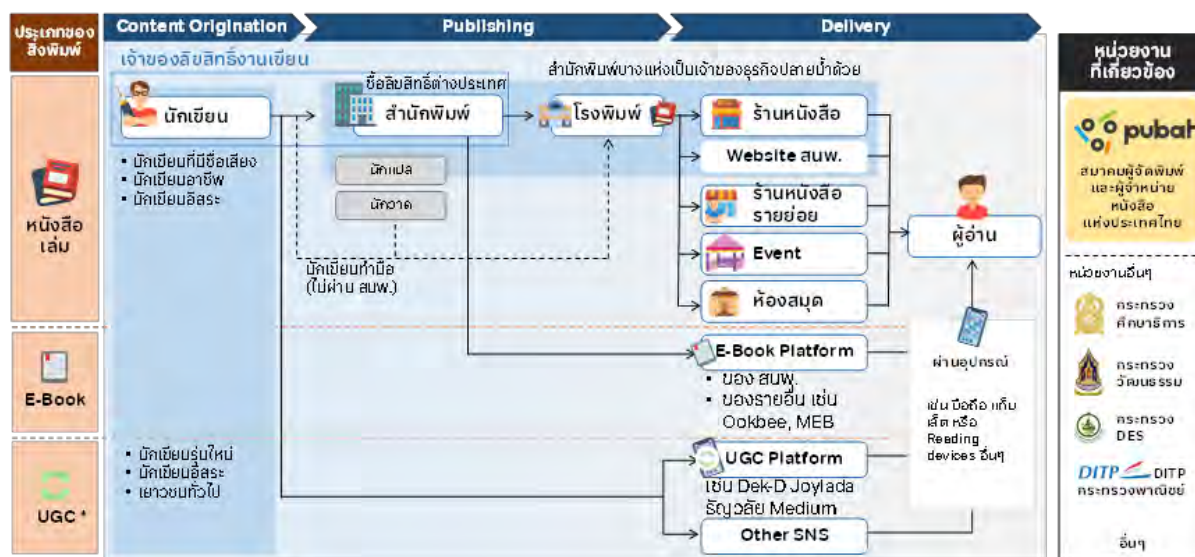
โครงการจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ในครั้งนี้ ถูกจัดทำขึ้น เพื่อเป็นการศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์ ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา ผ่านการรวบรวมข้อมูลทั้งจากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ รวมถึงการเก็บรวบรวมปฐมภูมิ จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม ทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) ตลอดจนการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อรวบรวมข้อมูล และข้อคิดเห็นจากหน่วยงานในอุตสาหกรรม ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการสนับสนุนการออกแบบแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ตลอดจนแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมรายสาขา รวมถึงข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

จากการดำเนินการศึกษาสถานการณ์ในภาพรวม ทำให้ทราบว่าปัจจุบัน หลายอุตสาหกรรมต่างได้รับผลกระทบจากการพัฒนาของเทคโนโลยี ตลอดจนความเปลี่ยนแปลงอื่นๆ ทั้งผลกระทบจากโครงสร้างเชิงเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไป การแข่งขันทางการค้าบนเวทีโลก ตลอดจนการระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ภูมิทัศน์ของอุตสาหกรรม การดำเนินการของอุตสาหกรรม รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ไม่เว้นแม้แต่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ที่ทำให้ภาคธุรกิจ ต่างต้องปรับตัวให้อยู่รอด และสามารถดำเนินธุรกิจภายใต้ความปกติใหม่ รวมถึงความเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นได้อีกต่อไปในอนาคต ในขณะเดียวกัน หน่วยงานภาครัฐที่เป็นผู้ดำเนินนโยบายที่เกี่ยวข้อง ก็ต้องทำความเข้าใจความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้น ให้สามารถออกแบบแนวทางการพัฒนา ส่งเสริม ต่อยอด ผู้ประกอบการและธุรกิจให้อุตสาหกรรมให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ สามารถผลิตผลงานสร้างสรรค์ที่หลากหลายมีประสิทธิภาพ และเกิดการต่อยอดไปในรูปแบบต่างๆ เพื่อขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยเติบโต เกิดการส่งออกวัฒนธรรม หรือ Soft Power ของไทยไปสู่นานาชาติ เพื่อเป็นการสร้างการเติบโตเชิงเศรษฐกิจ ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์อันดีของประเทศ สู่นานาชาติของประเทศสืบไป

ดังนั้น เพื่อเป็นการสรุปภาพรวมการดำเนินการ ตลอดจนผลลัพธ์ของการดำเนินการของโครงการในครั้งนี้ จึงได้หยิบยกประเด็นสำคัญตลอดการศึกษา เพื่อสร้างความเข้าใจต่อสถานการณ์ของอุตสาหกรรม ตลอดจนการนำเสนอแนวทางการพัฒนาภายใต้แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ และ แผนการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ อันเป็นผลลัพธ์ของโครงการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ระบบนิเวศ (Ecosystem) ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย

ข้อมูลส่วนแรก จะเป็นการนำเสนอภาพรวมระบบนิเวศของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของประเทศไทย เพื่อเป็นการทำความเข้าใจถึงกระบวนการผลิต รวมถึงผู้เล่นสำคัญ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ในปัจจุบัน โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ซึ่งสามารถสรุปเป็นภาพระบบนิเวศ (Ecosystem) ของอุตสาหกรรม ได้ดังนี้



แผนภาพแสดงระบบนิเวศ (Ecosystem) ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย

ที่มา: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์ของทีปรีชา

จากแผนภาพในข้างต้น จะเห็นได้ว่ากระบวนการผลิตในห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมการพิมพ์แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ การสร้างเนื้อหา (Content Origination) การดำเนินการของสำนักพิมพ์และการผลิต (Publishing) และการนำส่งไปยังผู้บริโภค (Delivery) และสามารถแบ่งตามประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ 1. หนังสือแบบจับต้องได้ (Physical Book) เช่น หนังสือเล่ม รวมถึงวารสารต่างๆ 2. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์แบบอีบุ๊ก (E-Book) และ 3. เนื้อหาที่ถูกรสร้างโดยผู้ใช้ (User Generated Content หรือ UGC) จะทำให้เห็นว่าการบวนการในการผลิตและผู้เล่นที่เกี่ยวข้อง มีความเหมือนและมีความแตกต่างกัน ดังนี้

กระบวนการผลิตหนังสือเล่ม จะมีผู้ผลิตคือนักเขียน โดยสามารถแบ่งออกเป็นนักเขียนรุ่นใหม่หรือนักเขียนอิสระ นักเขียนที่ประกอบเป็นอาชีพหลัก และนักเขียนที่มีชื่อเสียงแล้ว การผลิตหนังสือแบบดั้งเดิม มักผ่านตัวกลางในการจัดการผลิตคือสำนักพิมพ์ ซึ่งเป็นผู้คัดกรอง และพัฒนาคุณภาพของหนังสือ ผ่านกระบวนการบรรณาธิการ การออกแบบภาพประกอบ การพัฒนาคุณภาพของเนื้อหา เป็นต้น ทั้งนี้ สำนักพิมพ์ก็สามารถซื้อลิขสิทธิ์หนังสือจากต่างประเทศ มาผ่านการแปลให้เป็นหนังสือภาษาไทยได้ด้วยเช่นกัน หลังจากนั้น จะผ่านกระบวนการผลิตคือการพิมพ์เป็นรูปเล่ม โดยใช้โรงพิมพ์ของของสำนักพิมพ์ หรือใช้ธุรกิจโรงพิมพ์ภายนอก และจะผ่านกระบวนการจัดการหนังสือที่ผลิตเสร็จแล้ว ไปยังผู้บริโภคหรือผู้ผ่าน ผ่านทั้งช่องทาง Physical เช่น ผ่านเครือข่ายร้านหนังสือ มหกรรมหนังสือ ตลาดนัดวิชาการในมหาวิทยาลัยในภูมิภาคต่างๆ รวมถึงผ่านห้องสมุดในพื้นที่ต่างๆ ได้อีกด้วย ทั้งนี้ การขายหนังสือเล่มสามารถขายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น ผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) หรือผ่านเว็บไซต์ การขายของสำนักพิมพ์ ก็เป็นอีกรูปแบบของช่องทางการขายหนังสือเล่มเช่นกัน

จากรูปแบบการผลิตแบบดั้งเดิม จะเห็นได้ว่า ผู้เล่นที่เป็นสำนักพิมพ์ จะมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมาก ในฐานะเป็นธุรกิจตัวกลาง ในการคัดเลือกและพัฒนาคุณภาพของงานเขียน ประกอบกับการบริหารจัดการการผลิต และการจัดจำหน่ายหนังสือเล่ม ซึ่งค่าใช้จ่ายและส่วนแบ่งกำไรระหว่างผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์คือนักเขียน และสำนักพิมพ์ จะมีการกำหนดสัดส่วนส่วนแบ่งกำไรระหว่างกัน ประกอบกับปัจจุบัน การพัฒนาของเทคโนโลยี รวมถึงข้อมูลข่าวสาร

ต่างๆ ที่ดีขึ้น ทำให้เกิดรูปแบบการผลิตหนังสือเล่มแบบใหม่ คือ “การทำหนังสือทำมือ” คือนักเขียน สามารถดำเนินการผลิตและการจัดจำหน่ายด้วยตนเองได้ โดยไม่ต้องผ่านสำนักพิมพ์ ผ่านการใช้เครือข่ายหรือความสามารถในการเข้าถึงผู้สนับสนุน เช่น นักวาด บรรณาธิการ โรงพิมพ์ หรือช่องทางการขายเองได้อีกด้วย

รูปแบบถัดมาคือ **สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอีบุ๊ก (E-Book)** รูปแบบการผลิตจะคล้ายกับการผลิตหนังสือเล่ม แต่แตกต่างกันที่ภายหลังจากการพัฒนาจนได้ต้นฉบับที่พร้อมผลิต จะไม่มีการผลิตเป็นหนังสือเล่ม แต่จะตีพิมพ์ในช่องทางดิจิทัล โดยการตีพิมพ์เป็นอีบุ๊กนี้จะต้องมีการพัฒนาแพลตฟอร์มในการอ่านของสำนักพิมพ์เอง หรือการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการอ่านโดยเฉพาะ ซึ่งจะมีผู้เล่นใหม่ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง ยกตัวอย่างเช่น อีคิว (Ookbee) หรือ เม็บ (MEB) ซึ่งเป็น Platform Provider ให้เกิดการซื้อขายลิขสิทธิ์กับเจ้าของ คือ สำนักพิมพ์ และแปลงต้นฉบับเป็นรูปแบบไฟล์ดิจิทัล ให้ผู้อ่าน สามารถอ่านหนังสือ ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ได้อีกด้วย

รูปแบบสุดท้ายคือ **เนื้อหาที่ถูกสร้างโดยผู้ใช้ หรือ UGC** ซึ่งเป็นการสร้างเนื้อหาแบบใหม่ จากการพัฒนาของเทคโนโลยีที่ดีขึ้นนี้เอง ทำให้เกิดออนไลน์แพลตฟอร์มใหม่ๆ ที่นอกจากผู้ใช้จะเป็นเพียงผู้อ่านแล้วนั้น ผู้ใช้ก็สามารถสร้างเนื้อหาผ่านการเขียนได้บนแพลตฟอร์มเดียวกันได้อีกด้วย ยกตัวอย่างแพลตฟอร์มในประเทศ เช่น ‘Dek-D Writer’ หรือ ‘ธัญวลัย’ เป็นต้น ซึ่งมีรูปแบบการแตงนียายรูปแบบใหม่ คือการแตงนียายแซท หรือการเล่าผ่านรูปแบบตัวละครคุยกันผ่านคำพูดเป็นกล่องข้อความ เช่น แอปพลิเคชัน ‘จอยลดตา’ เป็นต้น ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในกลุ่มวัยรุ่น

จากภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ของไทยในปัจจุบันในข้างต้น จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี มีผลต่อกระบวนการผลิต และลักษณะของผลิตภัณฑ์สื่อสิ่งพิมพ์ที่เปลี่ยนไป อีกทั้งยังเป็นการสร้างโอกาสให้เกิดธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ รวมถึงเข้าไปทดแทนการดำเนินการของธุรกิจแบบดั้งเดิมได้อีกด้วย

ทั้งนี้ จากการรวบรวมข้อมูลพบว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาของอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ของไทยในปัจจุบัน มีสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย หรือ PUBAT ซึ่งเป็นการรวมตัวของเอกชนธุรกิจสำนักพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือ ทั้งรายเล็กและรายใหญ่ เป็นผู้ขับเคลื่อนการพัฒนา ผ่านการดำเนินกิจกรรมและรูปแบบการสนับสนุนอุตสาหกรรมที่หลากหลาย โดยมีหน่วยงานอื่นๆ เป็นผู้สนับสนุนในบางเรื่อง เช่น กระทรวงศึกษาธิการ ที่เป็นหน่วยงานสำคัญกับการพัฒนาระบบการศึกษาของประเทศ ซึ่งเป็นระบบที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการเรียนรู้ รวมถึงพฤติกรรมกรรมการอ่านของคนในประเทศ นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานรัฐอื่นๆ เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ที่มีบทบาทสนับสนุนอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทยในบางเรื่อง ตามบทบาทของแต่ละกระทรวงด้วยเช่นกัน

ผลการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย

จากความเข้าใจภาพรวมระบบนิเวศของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทย ถัดไปจะเป็นการนำเสนอข้อมูลประเด็นปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเอกชนของไทยกว่า 19 หน่วยงาน ประกอบกับการจัดประชุมระดมความเห็น และการประชุมนำเสนอร่างแผนพัฒนาอุตสาหกรรมฯ ทำให้สามารถรวบรวมข้อมูลเชิงลึก ของประเด็นปัญหา และอุปสรรคสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรม มาผ่านการวิเคราะห์โดยใช้กรอบ SWOT Analysis โดยมีรายละเอียดดังนี้



การวิเคราะห์ SWOT ศักยภาพของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

- **จุดแข็ง (Strengths)** จุดแข็งที่เป็นศักยภาพสำคัญของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รวมถึงสาขาการพิมพ์ คือความสามารถและทักษะในเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย ซึ่งนับเป็นทรัพยากรที่ทรงคุณค่าอันเป็นจุดกำเนิดของการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับสาขาการพิมพ์ ประกอบกับความเข้มแข็งของสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) ซึ่งนับเป็นจุดได้เปรียบสำคัญของอุตสาหกรรมการพิมพ์ที่มีทรัพยากรแรงงานสร้างสรรค์จำนวนมาก นอกจากนี้ ยังมีโครงสร้างเครือข่ายภาคธุรกิจที่เข้มแข็ง ที่สามารถเป็นปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมให้ดียิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต
- **จุดอ่อน (Weaknesses)** ปัจจัยภายในอุตสาหกรรมที่ยังต้องได้รับการพัฒนาอีกหลากหลายประการ ประกอบด้วยศักยภาพของแรงงานและธุรกิจ โดยเฉพาะความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป ตลอดจนการขาดการส่งเสริมให้แรงงานสร้างสรรค์ได้มีโอกาสในการสร้างงานเขียนที่หลากหลาย รวมถึงข้อจำกัดของภาษาไทย ทำให้สื่อบางประเภทสามารถส่งออกไปยังต่างประเทศได้ยากกว่าสื่อที่เป็นรูปภาพ

- **โอกาส (Opportunities)** ในขณะที่เทคโนโลยีทำให้หลายธุรกิจได้รับผลกระทบทางลบทำให้ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินการ แต่ในขณะเดียวกัน การพัฒนาของเทคโนโลยีก็ได้พัฒนาให้เกิดช่องทางที่สนับสนุนผู้เขียน ผู้สร้าง ให้เข้าถึงผู้บริโภคได้สะดวกขึ้น เกิดเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ รูปแบบการเขียนใหม่ๆ และสามารถสร้างรายได้ในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น รวมถึงส่งเสริมให้เกิดการต่อยอดงานเขียน ไปผลิตเป็นสื่อสร้างสรรค์ในรูปแบบอื่นได้ง่ายขึ้นอีกด้วย ทั้งนี้ ในมุมมองของการส่งออก พบว่าตลาดต่างประเทศให้ความสนใจกับสื่อสิ่งพิมพ์ของไทยที่เป็นรูปภาพ โดยเฉพาะหนังสือสำหรับเด็กและเยาวชน เนื่องจากภาพเป็นรูปแบบการสื่อสารที่เป็นสากลมากกว่าตัวอักษรที่ภาษาไทยยังเป็นข้อจำกัดอย่างยิ่งต่อการส่งออก
- **อุปสรรค (Threats)** อุปสรรคสำคัญคือการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ทำให้ทุกๆ อุตสาหกรรม รวมถึงอุตสาหกรรมการพิมพ์ในทุกประเทศทั่วโลก ต้องปรับตัวให้เข้ากับการดำเนินการของระบบนิเวศของอุตสาหกรรมแบบใหม่ ทำให้หลายธุรกิจที่ไม่สามารถปรับตัวได้จะต้องถูกปิดตัวเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์บางประเภท เช่น นิตยสาร ที่ถูกแทนที่ด้วยดิจิทัลคอนเทนต์ในช่องทางออนไลน์ต่างๆ รวมถึงทำให้พฤติกรรมการเสพเนื้อหา และสื่อสร้างสรรค์ของผู้บริโภคเปลี่ยนไป ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ได้รับความนิยมลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่น เช่น วิดีโอคอนเทนต์ นอกจากนี้ พบว่าผู้อ่านของไทยในปัจจุบันนั้น นิยมอ่านสื่อสิ่งพิมพ์ของต่างประเทศ เนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์ของต่างประเทศ มีคุณภาพ และความหลากหลาย รวมถึงตอบโจทย์ความต้องการของผู้อ่านได้มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ของไทย ทั้งนี้ พบว่าอุปสรรคสำคัญต่อการส่งเสริมและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย คือ ปัจจัยเชิงโครงสร้างและระเบียบกฎหมาย ตลอดจนการไม่เห็นความสำคัญของการส่งเสริมอุตสาหกรรมการพิมพ์ของหน่วยงานภาครัฐอย่างแท้จริงและต่อเนื่อง ทำให้ขาดกลไก และมาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมการพิมพ์ในระยะยาว

แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์

จากประเด็นปัญหาและอุปสรรคที่ได้นำเสนอไปในข้างต้น ภาพรวมของอุตสาหกรรมการพิมพ์นั้นยังต้องได้รับการพัฒนาในหลายๆ ส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสนับสนุนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ให้มีความหลากหลาย การพัฒนาตลาดและผู้อ่าน ตลอดจนการยกระดับปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรม เพื่อเป็นประโยชน์ในภาพรวมของหน่วยงานต่างๆ ในอุตสาหกรรม ทั้งนี้ จากประเด็นปัญหาดังกล่าว จึงได้จัดทำแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทยผ่านแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ซึ่งเป็นผลการศึกษาในครั้งนี้ โดยมีวิสัยทัศน์ของแผนคือ “ระบบนิเวศของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทยมีความเข้มแข็ง เป็นบ่อเกิดเนื้อหาที่หลากหลาย รองรับการต่อยอดและส่งออกเนื้อหาในรูปแบบอื่น” และมีตัวชี้วัดหลักของแผนฯ 3 ตัวชี้วัดหลักคือ

ตัวชี้วัดที่ 1: อัตราการเติบโตของมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ เติบโตเฉลี่ยอย่างน้อยร้อยละ

1 ต่อปี

ตัวชี้วัดที่ 2: จำนวนคอนเทนต์ที่ได้รับการต่อยอดเป็นสื่ออื่นอย่างน้อย 20 ผลงานต่อปี

ตัวชี้วัดที่ 3: สัดส่วนประชากรที่อ่าน เฉลี่ยเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 1.1 (ตลอดระยะเวลา 5 ปี)

เพื่อสนับสนุนให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ และบรรลุเป้าประสงค์ตามตัวชี้วัดในระดับภาพรวมของอุตสาหกรรมที่มีการกำหนดไว้ในข้างต้น มีความจำเป็นที่จะต้องวางแผนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เพื่อกำหนดกลไกในการดำเนินงานที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแนวทางที่ได้มีการกำหนดไว้ นำไปสู่การกำหนดแนวทางการดำเนินงานของแผนฯ โดยแบ่งออกเป็น 3 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1: ‘Content Bloom’ การพัฒนาให้มีเนื้อหาที่หลากหลายและมีคุณภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 2: ‘Market Development’ การส่งเสริมด้านตลาดและผู้อ่าน

ยุทธศาสตร์ที่ 3: ‘Value Enhancement’ การเพิ่มมูลค่าและการต่อยอดสื่อสิ่งพิมพ์

ยุทธศาสตร์ที่ 4: ‘Infrastructure Reinforcement’ การยกระดับปัจจัยเชิงโครงสร้างของอุตสาหกรรมฯ

จากยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ยุทธศาสตร์ข้างต้น ซึ่งจะมีรายละเอียดกลยุทธสนับสนุน ภายใต้การดำเนินการในแต่ละยุทธศาสตร์ โดยมีรายละเอียดแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ดังต่อไปนี้

แผนภาพแสดงแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (Publishing)



● : แนวทางการพัฒนาที่ CEA สามารถดำเนินการเองได้

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปภิรक्षा

ยุทธศาสตร์ที่ 1: ‘Content Bloom’ การพัฒนาให้มีเนื้อหาที่หลากหลายและมีคุณภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 นี้ จะเป็นการดำเนินการเพื่อพัฒนาคุณภาพทักษะและองค์ความรู้ของแรงงานในอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นนักเขียน นักแปล นักวาด หรือแรงงานอื่นๆ ที่อยู่ในอุตสาหกรรม โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดแรงงานที่มีทักษะ และมีจำนวนแรงงานที่มีศักยภาพมากขึ้น ให้สามารถการสร้างผลงานการเขียนใหม่ๆ เพื่อให้เกิดเนื้อหา (Content) ที่แตกต่าง และหลากหลาย รองรับการนำคอนเทนต์ไปต่อยอดเป็นสื่อต่างๆ ต่อไป

โดยมีกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนการพัฒนาให้มีเนื้อหาที่หลากหลายและมีคุณภาพ ภายใต้การดำเนินการของยุทธศาสตร์ที่ 1 ทั้งหมด 3 กลยุทธ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1.1 พัฒนาทักษะของบุคลากรในอุตสาหกรรม

กลยุทธ์ที่ 1.1 นี้ จะเป็นกลยุทธ์สำคัญสำหรับการเสริมสร้างองค์ความรู้ และพัฒนาทักษะของบุคลากรที่อยู่ในอุตสาหกรรมการพิมพ์ ให้สามารถมีศักยภาพที่รองรับการประกอบอาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภายใต้สถานการณ์ของอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ซึ่งนำมาทั้งข้อจำกัด รวมถึงโอกาสใหม่ๆ ให้กับแรงงานในอุตสาหกรรมได้อีกด้วย

ทั้งนี้ CEA สามารถต่อยอดการดำเนินการของ ‘CEA Online Academy’ ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ถูกสร้างขึ้นมา สำหรับการเผยแพร่หลักสูตรออนไลน์ สำหรับการพัฒนาแรงงานสร้างสรรค์ในสาขา หรือองค์ความรู้ที่หลากหลาย ผ่านความร่วมมือกับวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ และมีความเชี่ยวชาญจากหลากหลายสาขา จากการดำเนินการที่มีอยู่แล้วนี้ สามารถนำมาต่อยอดเพื่อให้เกิดหลักสูตรการเรียนรู้สำหรับแรงงานสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์เพิ่มเติมได้ ยกตัวอย่างเช่น หากมองเป็นภาพรวมแรงงานสร้างสรรค์ การให้ความรู้เกี่ยวกับ “การสร้างคอนเทนต์” ในการค้นหาแรงบันดาลใจ ตลอดจนการออกแบบเนื้อเรื่อง หรือการคัดเลือกวิธีการถ่ายทอดแนวคิดในรูปแบบต่าง ก็จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจในการเป็น Content Creator ได้ หรือหากพิจารณาแบบเจาะจงรายสาขาอาชีพมากขึ้น สามารถแยกเป็นแต่ละกลุ่มแรงงาน เช่น นักเขียน สามารถพัฒนาหลักสูตรการเขียน ทั้งสำหรับการเขียนหนังสือเล่มหรือโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเขียนบทสื่อออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ สำหรับนักวาด การให้ความรู้สำหรับการเป็นนักวาดภาพประกอบ หรือการให้ความรู้สำหรับการเป็นนักแปล ก็สามารถเป็นการให้ความรู้ สำหรับผู้ที่สนใจในสาขาอาชีพที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์ได้อีกด้วย

ทั้งนี้ นอกจากหลักสูตรสำหรับเฉพาะสาขาอาชีพแล้วนั้น ในแพลตฟอร์มดังกล่าว สามารถพัฒนาทักษะหรือองค์ความรู้ในภาพรวมของแรงงานสร้างสรรค์ในด้านอื่นๆ เช่น ความเข้าใจในด้านลิขสิทธิ์ เพื่อเป็นการคุ้มครองการนำผลงานสร้างสรรค์ ไปใช้ประโยชน์ต่อยอดอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง การให้ความรู้การใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยีสนับสนุนการสร้างงาน (โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์) หรือการให้ความรู้ด้านการดำเนินธุรกิจ ก็จะสามารถสร้างความเข้าใจพื้นฐาน ที่เป็นข้อมูลสนับสนุนการประกอบอาชีพของแรงงานที่อยู่ในอุตสาหกรรมได้เช่นเดียวกัน

กลยุทธ์ที่ 1.2 สนับสนุนการสร้างโอกาสในการสร้างงานใหม่ๆ

กลยุทธ์ที่ 1.2 เป็นการสร้างโอกาสให้แรงงานที่มีศักยภาพมากขึ้น ได้สามารถทดลองสร้างผลงานงานเขียนของตนเอง ในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเป็นการลองผิดลองถูก ตลอดจนเป็นกลไกในการพัฒนาคุณภาพงานเขียน หรือคอนเทนต์ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ ผ่านกิจกรรมการแข่งขัน การให้รางวัลต่างๆ ก็เป็นแนวทางสำคัญสำหรับการเป็นบันไดการต่อยอดงานเขียนให้มีความหลากหลาย และรองรับการต่อยอดงานเขียนในรูปแบบต่างๆ ได้มากขึ้น

นอกเหนือจากกองทุนของภาครัฐแล้ว หน่วยงานสนับสนุนด้านเงินทุนสำหรับการสร้างผลงานใหม่ๆ คือภาคเอกชนเอง ก็มีบทบาทสำคัญสำหรับการให้การสนับสนุนด้านเงินทุนแก่ผู้ผลิตคอนเทนต์ หรืองานเขียนให้มีโอกาสในการสร้างผลงานใหม่ๆ ได้อีกด้วย เนื่องจากการเขียนก็สามารถตอบโจทย์การประชาสัมพันธ์ หรือการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรเอกชนในรูปแบบหนึ่งได้เช่นกัน ยกตัวอย่างการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ หรือการทุนเพื่อโปรโมทภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในเมือง หรือในประเทศนั้นๆ เป็นต้น

จากแนวทางดังกล่าว การดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการประกวด หรือให้รางวัลการงานที่หลากหลายมากขึ้น ก็เป็นแนวทาง หรือเป็นกลไกการพัฒนาคุณภาพงานเขียนในด้านต่างๆ ได้มากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น รางวัลงานเขียนเยาวชน รางวัลระดับภูมิภาค รางวัลการเขียนบนสื่อออนไลน์ รางวัลโครงเรื่องยอดเยี่ยม รางวัลภาพประกอบดีเด่น รางวัลส่งเสริมความหลากหลายทางเพศ รางวัลงานเขียนเพื่อความเท่าเทียม รางวัลหนังสือแปลดีเด่น เป็นต้น จะเห็นได้ว่าการให้รางวัลที่หลากหลาย ก็เป็นการส่งเสริมให้เกิดงานเขียนที่มีคุณภาพในหลากหลายด้านมากขึ้นนั่นเอง

จากแนวทางข้างต้น จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในหลากหลาย ระดับ รวมถึงภาครัฐในระดับท้องถิ่น เพื่อจัดตั้งและเป็นผู้สนับสนุนรางวัลที่หลากหลายนี้เอง นอกจากนี้ ยังสามารถสร้างความร่วมมือกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อจัดทำโครงการการแข่งขัน หรือการให้รางวัล ให้หลากหลายมากขึ้นได้เช่นกัน

กลยุทธ์ที่ 1.3 ส่งเสริมและพัฒนาความมั่นคงในอาชีพ

แนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 1.3 นี้ เป็นการสนับสนุนให้เกิดช่องทาง หรือกิจกรรม เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจต่อเส้นทางอาชีพในอุตสาหกรรม ทั้งเส้นทางอาชีพนักเขียน นักวาด นักแปล หรืออาชีพอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดกิจกรรมในสถาบันการศึกษา เพื่อเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจต่อเส้นทางอาชีพ ตั้งแต่ในกลุ่มนักเรียนนักศึกษา ที่จะเติบโตมาเป็นแรงงานสร้างสรรค์ในอนาคต รวมถึงกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากบุคลากรที่ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นบทเรียนให้กับแรงงานรุ่นใหม่ให้มีความรู้ความเข้าใจต่อการประกอบอาชีพ อีกทั้งยังเป็นการสร้างแรงบันดาลใจให้กับแรงงานรุ่นใหม่ได้อีกด้วย นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ยังสามารถจัดทำเป็นรูปแบบ Forum หรือการเสวนาเชิงวิชาการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์ รวมทั้งการต่อยอดกับบุคลากรในต่างประเทศ ก็เป็นรูปแบบที่สามารถทำได้เพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายกับบุคลากรในต่างประเทศได้เช่นกัน

กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในรูปแบบดังกล่าว นอกจากจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดแรงงานสร้างสรรค์มากขึ้นในอนาคต หรือเป็นการให้ความรู้แก่ผู้สร้างสรรค์รุ่นใหม่แล้วนั้น ในอีกมุมหนึ่งก็เป็นการเอื้อให้เกิดการสร้างเครือข่ายของแรงงานในอุตสาหกรรม ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นกลไกให้แรงงานในอุตสาหกรรมสามารถเข้าถึงหน่วยงานหรือบุคลากรสนับสนุนในด้านต่างๆ และประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพอย่างยั่งยืนและมั่นคงได้ต่อไปในอนาคต

ยุทธศาสตร์ที่ 2: ‘Market Development’ การส่งเสริมด้านตลาดและผู้อ่าน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เป็นการดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาในด้านผู้อ่าน ให้สนใจการอ่าน และสามารถเข้าถึงสื่อสิ่งพิมพ์ได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม ซึ่งเปรียบเสมือนการสนับสนุนให้กลไกตลาดของสื่อสิ่งพิมพ์มีประสิทธิภาพมากขึ้น การซื้อขายที่เกิดขึ้น จะวนกลับไปเป็นรายได้ของผู้ผลิต หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตทั้งหมด ให้มีทุนสำหรับการผลิตงานใหม่ๆ ให้มีจำนวนสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีคุณภาพ และมีความหลากหลายมากขึ้นต่อไปเป็นวงจร

โดยมีกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมด้านตลาดและผู้อ่าน ภายใต้การดำเนินการของยุทธศาสตร์ที่ 2 ทั้งหมด 3 กลยุทธ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 2.1 ส่งเสริมการอ่านในรูปแบบใหม่ๆ และน่าสนใจ

การส่งเสริมด้านการอ่าน เปรียบเสมือนเป็นการกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์ของสื่อสิ่งพิมพ์ โดยในมุมมองการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้น การอ่านถือเป็นการพัฒนาองค์ความรู้ มุมมอง หรือทักษะใหม่ๆ ให้กับผู้อ่าน กล่าวคือการอ่าน เป็นอีกหนึ่งรูปแบบของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ภายในประเทศนั้นๆ สังเกตได้จากกรณีศึกษาจากต่างประเทศ รวมถึงประเทศอื่นๆ มักให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งสำคัญอันดับต้นๆ ของการพัฒนาในระยะยาวของแต่ละประเทศ ทำให้นานาประเทศต่างมีแนวทางการพัฒนาระบบการศึกษา หรือการส่งเสริมการเรียนรู้ ผ่านการอ่าน และการสนับสนุนให้เข้าถึงห้องสมุดที่มีคุณภาพ

นอกจากนี้ จากการรวบรวมข้อมูลการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสัมภาษณ์ พบว่าหลากหลายหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะหน่วยงานภายใต้กระทรวงศึกษาธิการ มีบางแนวทางในการส่งเสริมการอ่านอยู่แล้ว แต่ในมุมมองของความสำเร็จนั้น พบว่าส่วนใหญ่จะใช้มาตรการเชิงบังคับ หรือจำกัดหนังสือที่นักเรียนต้องอ่าน มากกว่าการสนับสนุนให้นักเรียนมีความอยากรู้ อยากอ่าน และให้อิสระกับการเลือกอ่านหนังสือที่แต่ละคนสนใจ

ดังนั้น กลยุทธ์ที่ 2.1 นี้ จะเป็นการส่งเสริมการอ่านโดยใช้วิธีใหม่ๆ ที่แตกต่าง หลากหลาย และสามารถสนับสนุนให้ประชาชนทุกวัยสนใจการอ่านมากขึ้น ยกตัวอย่างการดำเนินการเช่น การใช้ Influencer โปรโมทการอ่าน เพื่อดึงดูดเยาวชน การประชาสัมพันธ์หนังสือที่น่าสนใจ ผ่านความร่วมมือกับ Content Provider ต่างๆ โดยเฉพาะผู้ผลิตพอดแคสต์ที่ส่งเสริมด้านการอ่าน รวมถึงการร่วมมือกับผู้ผลิตสื่ออื่นๆ เช่น ผู้ผลิต Video Content ให้สอดแทรกการส่งเสริมการอ่านในสื่อต่างๆ ก็จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดจำนวนผู้อ่านมากขึ้นได้ ทั้งนี้ ยังสามารถต่อยอดการดำเนินการของสมาคม PUBAT ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการอ่าน เช่น แพลตฟอร์ม ‘No กองตอง’ ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ต่อยอดให้เกิดฟังก์ชัน รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการอ่านที่หลากหลาย ก็จะเป็นการสร้าง ‘ชุมชนนักอ่าน’ ให้เติบโต และเกิดการพูดคุย แลกเปลี่ยน และต่อยอดให้ชุมชนนักอ่านของไทยเติบโตมากขึ้นได้ต่อไป

กลยุทธ์ที่ 2.2 สนับสนุนช่องทางขายภายในประเทศ

กลยุทธ์ที่ 2.2 จะเป็นการสนับสนุนด้านช่องทางการตลาดภายในประเทศ เนื่องจากการสนับสนุนให้ผู้สนใจการอ่าน สามารถเข้าถึงการอ่านได้อย่างสะดวก ก็สามารถสนับสนุนให้เกิดการบริโภคสิ่งพิมพ์ภายในประเทศได้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสนับสนุนด้านช่องทางการขายในประเทศทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์

สำหรับกิจกรรมในรูปแบบออฟไลน์นั้น ในปัจจุบันพบว่ามีความจำกัดในการดำเนินการค่อนข้างสูง ทั้งการระบาดของไวรัสโควิด 19 ประกอบกับความนิยมการขายในช่องทางออนไลน์ ได้รับความนิยมสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญที่สุดของประเทศคือ เทศกาลสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ที่ต้องยกเลิกการจัดในรูปแบบออฟไลน์ แล้วเปลี่ยนเป็นรูปแบบออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ ‘thaibookfair.com’ ก็ยิ่งตอกย้ำความสำคัญของช่องทางการขายในรูปแบบออนไลน์ แต่ในปัจจุบัน สมาคม PUBAT ต่างต้องแบกรับต้นทุนสำหรับการจัดกิจกรรมทั้งหมด ในขณะที่ต่างประเทศ การจัดมหกรรมสัปดาห์หนังสือแห่งชาติในลักษณะนี้ ควรต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ทั้งในรูปแบบตัวเงิน และการสนับสนุนให้รูปแบบอื่นๆ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐต่างๆ จะต้องเข้ามาจับมือกับการสนับสนุนให้สมาคมฯ สามารถปรับเปลี่ยน และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อเป็นประโยชน์ในระดับประเทศ ในการส่งเสริมการเข้าถึงการอ่านของประชาชนมากขึ้นกว่าในปัจจุบัน

ทั้งนี้ กิจกรรมในรูปแบบออฟไลน์ก็ยังคงมีความสำคัญในฐานะที่เป็นช่องทางทางเลือกให้ผู้อ่านทุกช่วงวัย ทุกฐานะ สามารถเข้าถึงการอ่านได้มากขึ้นด้วย จึงควรร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาต่างๆ ในการสนับสนุนการดำเนินการในภูมิภาค เนื่องจากประชาชนบางส่วนก็ไม่สามารถเข้าถึงช่องทางออนไลน์ได้ทั้งหมด โดยเฉพาะประชาชนที่อยู่ในภูมิภาคต่างๆ สะท้อนจากสำนักพิมพ์ในต่างจังหวัด ที่ใช้ตลาดนัดของมหาวิทยาลัยในภูมิภาค เป็นอีกหนึ่งช่องทางการขายที่สำคัญ

กลยุทธ์ที่ 2.3 สร้างการเข้าถึงตลาดต่างประเทศผ่านการสนับสนุนการออกงานต่างๆ

ในปัจจุบัน แม้ว่าสื่อสิ่งพิมพ์ของไทย จะมีข้อจำกัดในการส่งออก อันเนื่องมาจากข้อจำกัดของภาษาไทย ทำให้งานเขียนของไทยอาจไม่เอื้อให้เกิดการส่งออกมานัก แต่ในขณะเดียวกัน งานเขียนบางประเภทก็ได้รับความสนใจในการไปออกงานในต่างประเทศ โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนที่ใช้ภาพเป็นตัวเล่าเรื่องเป็นหลัก มากกว่างานเขียนเชิงวรรณกรรมที่เป็นภาษาไทยเป็นหลัก ดังนั้น การพัฒนากระบวนการสนับสนุนการออกงานมหกรรมหนังสือในต่างประเทศ ให้มีความเหมาะสมต่อการดำเนินการของเอกชน ตลอดจนครอบคลุมค่าใช้จ่ายของการดำเนินการ และการสนับสนุนให้ไปออกงานที่หลากหลายมากขึ้น จะสามารถสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ สามารถเข้าถึงโอกาสทางการตลาดได้มากขึ้น

กล่าวได้ว่า การผลักดันให้หน่วยงานผู้รับผิดชอบการสนับสนุนการส่งผู้ประกอบการไปเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดในต่างประเทศ ควรพัฒนาวิธีการดำเนินการจะสามารถสนับสนุนให้ภาคเอกชนมีศักยภาพในการส่งออกได้มากขึ้น จึงควรพัฒนากระบวนการในการดำเนินการไม่ว่าจะเป็นสนับสนุนให้มีความต่อเนื่องมากขึ้น ครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินการมากขึ้น มีรูปแบบสนับสนุนที่มุ่งไปที่การแสดงผลงานงานเขียนที่แตกต่างและหลากหลาย โดยไม่นำผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง ไปจัดแสดงจนทำให้การออกงานหนังสือของไทยสับสน ดังนั้น การคัดเลือกสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย ให้มีผู้ได้รับการสนับสนุนอย่างครอบคลุม และคัดเลือกผลงานที่ตรงกับความต้องการของตลาดต่างประเทศมากขึ้น ย่อมส่งผลให้การไปออกงานในต่างประเทศแต่ละครั้ง คุ้มค่า และประสบความสำเร็จมากขึ้นด้วย นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐควรทำความเข้าใจ และให้ความสำคัญกับการวัดผลความสำเร็จในด้านอื่นๆ

นอกเหนือจากตัวชี้วัดเชิงมูลค่าเพียงอย่างเดียวด้วย เช่น ความสำเร็จในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศในเวทีโลก หรือแม้กระทั่งความสำเร็จในการสร้างความสนใจในด้านอื่นๆ แก่ประเทศไทยได้เช่นกัน

นอกจากนี้ การส่งเสริมการออกงาน หรือเข้าร่วมงานในต่างประเทศที่หลากหลายมากขึ้น ก็จะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงตลาดต่างประเทศที่หลากหลายมากขึ้นด้วย เช่น งานมหกรรมหนังสือที่ได้หวัน ปักกิ่ง หรืองานมหกรรมหนังสือเด็กและเยาวชนที่ญี่ปุ่น หรือที่เกาหลี เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 3: ‘Value Enhancement’ การเพิ่มมูลค่าและการต่อยอดสื่อสิ่งพิมพ์

ยุทธศาสตร์ทั้งสองข้างต้น จะเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งในด้านการผลิตให้เกิดผลงานการพิมพ์ที่แตกต่างและหลากหลายมากขึ้น ตลอดจนการพัฒนาด้านตลาดทั้งในและต่างประเทศ ยุทธศาสตร์ที่ 3 นี้ จะมองการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ ในการต่อยอดกับอุตสาหกรรมอื่นๆ และการสร้างมูลค่าเพิ่มเติมจากอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การประสานสอดคล้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาอื่นๆ ภายใต้กลุ่มอุตสาหกรรม Creative Content & Media ที่มีความเกี่ยวเนื่องกันกับอุตสาหกรรมการพิมพ์ ที่เปรียบเสมือนเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำของอุตสาหกรรมคอมเทนต์ทั้งหมดอีกด้วย

โดยมีกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนการเพิ่มมูลค่าและการต่อยอดสื่อสิ่งพิมพ์ ภายใต้การดำเนินการของยุทธศาสตร์ที่ 3 ทั้งหมด 2 กลยุทธ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 3.1 สนับสนุนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และเทคโนโลยีการผลิตที่มีคุณภาพ

การสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีการผลิตอย่างเท่าเทียม ตลอดจนการส่งเสริมการลงทุน และการลดต้นทุนการนำเข้าเครื่องจักร และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพสูง รวมถึงการสนับสนุนทางด้านภาษี จะช่วยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการธุรกิจสนับสนุนการผลิต เช่น ธุรกิจโรงพิมพ์ สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีเครื่องพิมพ์ที่ทันสมัย รองรับการผลิตเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสื่อสิ่งพิมพ์ได้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสนับสนุนการพัฒนาให้ศักยภาพของโรงพิมพ์ในภูมิภาคต่างๆ มีศักยภาพสูงขึ้น ลดการกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่ภาคกลางนั้น ก็จะเป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิตให้กับสำนักพิมพ์ที่อยู่ในพื้นที่ได้ในระยะยาวอีกด้วย

กลยุทธ์ที่ 3.2 เชื่อมโยงงานเขียนกับการต่อยอดในอุตสาหกรรมอื่น

อุตสาหกรรมการพิมพ์ เปรียบเสมือนเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำในการผลิตคอนเทนต์ ให้สามารถต่อยอดไปเป็นสื่อต่างๆ ได้อย่างหลากหลาย เช่น ภาพยนตร์ ละคร การ์ตูน รวมถึงเป็นแนวคิดให้กับการพัฒนาอุตสาหกรรมอื่นๆ ได้อีกด้วย ดังนั้น การมองหาโอกาส และการสนับสนุนให้เกิดการใช้ประโยชน์ต่อยอดในอุตสาหกรรมอื่น ก็เป็น การสนับสนุนงานเขียนในรูปแบบหนึ่งได้เช่นกัน

กลยุทธ์นี้ จะเป็นการมองหาโอกาสในการสร้างสรรค์ หรือสนับสนุนให้เกิดงานเขียนจากมุมมองหลากหลาย อุตสาหกรรม รวมถึงการใช้งานเขียนที่มี ในการไปต่อยอดในอุตสาหกรรมอื่นได้มากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การส่งเสริม การท่องเที่ยวผ่านงานเขียน ซึ่งเป็นแนวทางที่นักเขียนของไทย เคยได้รับทุนสนับสนุนการเขียนหนังสือเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวเมืองมาเก๊าของจีน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่การพนัน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ การท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้กับเมือง ผ่านการเขียนหนังสือนั่นเอง

นอกจากหน่วยงานรัฐที่จะเป็นผู้สนับสนุนได้แล้วนั้น ธุรกิจจากอุตสาหกรรมต่างๆ สามารถเป็นผู้สนับสนุนทุน การเขียนสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ เป็นอีกช่องทางการส่งเสริมภาพลักษณ์ หรือเป็นการโฆษณาได้อีกด้วย ซึ่งจะ ได้ประโยชน์ทั้งในมุมเจ้าของธุรกิจผู้สนับสนุน และเป็นประโยชน์แก่ผู้ผลิต และนักเขียน ให้สามารถผลิตงานเขียน การสนับสนุนในรูปแบบนี้ ทั้งการสนับสนุนการเขียนแบบไม่กำหนดโจทย์ หรือกรอบของการเขียน จะทำให้ให้นักเขียน สามารถสร้างสรรค์เนื้อหาให้มีความแตกต่างและหลากหลายได้มากขึ้น ซึ่งจะเป็ประโยชน์กับภาพรวมของสิ่งพิมพ์ และเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่านในระดับประเทศได้อีกด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 4: ‘Infrastructure Reinforcement’ การยกระดับปัจจัยเชิงโครงสร้างของอุตสาหกรรมการพิมพ์ ภายในประเทศ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 จะเป็นแนวทางการพัฒนาเชิงระบบโครงสร้างพื้นฐาน อันเปรียบเสมือนระบบสนับสนุน ให้แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ในเรื่องอื่นๆ สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ มากขึ้น อีกทั้งการมีระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมที่ดี เช่น มีกลไกหน่วยงานการขับเคลื่อน มีระบบ กฎหมายที่ไม่เป็นอุปสรรค มีระบบฐานข้อมูลและระบบการศึกษาที่มีคุณภาพ เป็นต้น ย่อมสนับสนุนการดำเนินการ ของหน่วยงานที่อยู่ในอุตสาหกรรม ทั้งหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนที่เกี่ยวข้อง ให้สามารถดำเนินธุรกิจ หรือสามารถ ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมให้เติบโตขึ้นไปในอนาคตได้อย่างมั่นคง ต่อเนื่อง และยั่งยืน

โดยมีกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนการยกระดับปัจจัยเชิงโครงสร้างของอุตสาหกรรมการพิมพ์ภายในประเทศ ภายใต้ การดำเนินการของยุทธศาสตร์ที่ 4 ทั้งหมด 4 กลยุทธ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 4.1 จัดหาหน่วยงานหลัก เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนา และบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง

การจัดหาหน่วยงานเจ้าภาพหลัก ตลอดจนเป็นหน่วยงานบูรณาการกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม ทั้ง หน่วยงานภาครัฐและเอกชนนั้น เป็นประเด็นการพัฒนาด้านกลไกการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ที่ สำคัญเป็นอย่างมาก ดังนั้น กลยุทธ์ที่ 4.1 คือการจัดหาหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมฯ รวมถึงดำเนิน การบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการพัฒนาแบบองค์รวมต่อไป

ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) และ สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) ได้ดำเนินการลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือร่วมกัน (MOU) เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม พ.ศ. 2564 ซึ่งถือเป็นการสร้างความร่วมมืออย่างเป็นทางการ ในการเป็นหน่วยงานพันธมิตรที่จะเป็นหน่วยงานหลักใน การสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทยต่อไปในอนาคต ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นอันดี ใน เชิงการสร้างกลไกรองรับการขับเคลื่อนแนวทางการพัฒนาในด้านอื่นๆ ประกอบกับการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้ต่อไปอีกด้วย

กลยุทธ์ที่ 4.2 พัฒนาระบบฐานข้อมูล และการรวบรวม/วิจัยข้อมูลที่สำคัญของอุตสาหกรรม

โครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญมาก ต่อการสนับสนุนการดำเนินการ หรือการตัดสินใจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม นั่นคือการพัฒนาให้เกิดฐานข้อมูลกลางของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การรวบรวมข้อมูลสำคัญที่เป็นข้อมูลพื้นฐานจากหน่วยงานที่มีการจัดเก็บอยู่แล้ว แต่ยังมีการจัดเก็บแบบกระจ่ายกันตามหน่วยงานต่างๆ ให้รวมอยู่ในฐานข้อมูลกลาง เพื่อให้ง่ายต่อการนำเสนอและเข้าถึงของผู้ใช้ รวมถึงการบริหารจัดการให้ฐานข้อมูลกลางนี้ มีข้อมูลส่วนอื่นๆ ที่ควรมีการจัดเก็บเพิ่มเติม รวมถึงมีข้อมูลที่เป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมออีกด้วย

จากผลลัพธ์ของโครงการในครั้งนี้ ทำให้ CEA มีแผนผังข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ รวมถึงข้อมูลที่ต้องจัดเก็บเพิ่มเติม ดังนั้น ในลำดับถัดไป จะเป็นการดำเนินการพัฒนาให้เกิดฐานข้อมูลกลางของอุตสาหกรรม ซึ่งจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานที่เป็นเจ้าของฐานข้อมูล หรือสามารถสนับสนุนการจัดเก็บข้อมูลต่างๆ ได้ต่อไปอีกด้วย ทั้งนี้ในอนาคต ฐานข้อมูลดังกล่าว สามารถมีการพัฒนาต่อยอด ทั้งการเผยแพร่ข้อมูลที่มีให้เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้ในทุกประเภทมากขึ้น เช่น การสรุปเป็นรายงานสถานการณ์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในแต่ละปี หรือการพัฒนาเชื่อมโยงฐานข้อมูลให้เป็นการเก็บข้อมูลแบบเชิงรุก (Active Data Collecting System) รวมถึงพัฒนาให้เกิดเป็นชุมชนผู้ใช้ออนไลน์ได้อีกด้วย

กลยุทธ์ที่ 4.3 ปรับปรุงระเบียบ / กฎหมาย / ภาษี ที่เป็นอุปสรรค เพื่อสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรม

การดำเนินการศึกษาระบบภาษีแบบองค์รวม ว่าการดำเนินการของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้ผลิต สำนักพิมพ์ ธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้บริโภคนั้น ยังมีข้อจำกัดในด้านภาษีในเรื่องใดบ้างที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการ ในปัจจุบัน ประกอบกับข้อจำกัดในด้านอื่นๆ เช่น ระเบียบของภาครัฐที่ไม่เอื้อให้การทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานมากนัก จึงต้องมีการศึกษา และดำเนินการปรับปรุงระเบียบเหล่านั้น เพื่อให้ในภาพรวม เกิดกลไกการขับเคลื่อนในภาพรวมของอุตสาหกรรม ไม่มีข้อจำกัดเชิงกฎหมาย รวมถึงเอื้อต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์มากขึ้นในอนาคตได้ต่อไป

กลยุทธ์ที่ 4.4 พัฒนาระบบการศึกษา และการเข้าถึงห้องสมุดที่มีคุณภาพ

ระบบเชิงโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมที่สำคัญอีกประการ คือระบบการศึกษาของประเทศไทย เปรียบเสมือนระบบที่มีความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมการพิมพ์เป็นอย่างมาก เนื่องจากระบบการศึกษาที่มีคุณภาพ ในการพัฒนาให้ประชากรในประเทศนั้นๆ เป็นบุคลากรที่มีกระตือรือร้นในการพัฒนาตนเอง หรือชวนชวนกับการหาข้อมูลและเรียนรู้ นั้น ก็เสมือนเป็นการสร้างจำนวนนักเรียนรู้ (Learner) รวมถึงจำนวนของนักอ่าน (Reader) ให้มีมากขึ้นด้วย ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการพัฒนาด้านอุปสงค์ของอุตสาหกรรมการพิมพ์

นอกเหนือจากการพัฒนาคุณภาพของระบบการศึกษาที่ดีขึ้นแล้วนั้น การส่งเสริมให้เกิดห้องสมุดที่มีคุณภาพในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ ให้ผู้ที่สนใจจะศึกษาหาข้อมูล สามารถเข้าถึงหนังสือ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ได้โดยสะดวก ก็เป็นอีกแนวทางที่สำคัญจำเป็น ควบคู่ไปกับการพัฒนาความต้องการในการอ่านของประชาชนในประเทศอีกด้วย ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะหน่วยงานในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ สถาบันการศึกษาต่างๆ ทั่วประเทศ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาพื้นที่การเรียนรู้ หรือห้องสมุดในพื้นที่ ก็มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ต่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการอ่านของประชาชนในประเทศด้วยเช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ไม่อาจดำเนินการโดยการขับเคลื่อนแผนพัฒนาอุตสาหกรรมข้างต้นเพียงอย่างเดียว แต่ในการดำเนินงานจำเป็นต้องพัฒนากลไกการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับบริบทการดำเนินงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรม เพื่อให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมมีความก้าวหน้าในระยะยาว เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์อย่างบูรณาการและยั่งยืน โดยมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการขับเคลื่อนแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ดังต่อไปนี้

1. CEA และ PUBAT เป็นหน่วยงานพันธมิตรหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์

สำหรับการดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ มีความจำเป็นต้องจัดหาหน่วยงานเจ้าภาพหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นหน่วยงานบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ที่ปัจจุบัน แยกกันดำเนินการตามบทบาทของแต่ละหน่วยงานเป็นหลัก ดังนั้น การมีหน่วยงานหลักที่เป็นเจ้าภาพในการบูรณาการความร่วมมือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ จะมีความสำคัญต่อการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมฯ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันมากขึ้น และที่สำคัญคือ ควรสนับสนุนการดำเนินการร่วมกันกับสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) เนื่องจากเป็นหน่วยงานหลัก ที่สร้างความร่วมมือกับเอกชนสมาชิก รวมถึงดำเนินการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทยอย่างดีเสมอมา เพียงแต่ยังขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) และ สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) ได้ดำเนินการลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือร่วมกัน (MOU) เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม พ.ศ. 2564 ซึ่งถือเป็นการสร้างความร่วมมืออย่างเป็นทางการ ในการเป็นหน่วยงานพันธมิตรที่จะสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทยต่อไปในอนาคตอันใกล้อีกด้วย

2. CEA ควรดำเนินการส่งเสริมและสร้างความเข้าใจต่อ Soft Power

ในขณะเดียวกัน เพื่อให้เกิดความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง CEA จะต้องดำเนินการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเครือข่ายและสร้างความตระหนักต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ในฐานะที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนแผนฯ ดังกล่าว รวมถึงการสร้างการเข้าใจในการสนับสนุนการส่งออก Soft Power ของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งออกความเป็นไทย ผ่านการส่งออกคอนเทนต์ เพื่อให้เกิดความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในภาพรวม และสามารถขับเคลื่อนการส่งออก Soft Power ของไทยให้ประสบความสำเร็จ และ

สามารถสร้างรายได้ รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ด้านความหลากหลายและการต่อยอดวัฒนธรรมของประเทศได้อย่างดีเยี่ยมต่อไป

3. ศึกษากลไกหรือการจัดตั้ง RRO / CMO

ในปัจจุบันที่ลักษณะของคอนเทนต์ในรูปแบบต่างๆ สามารถต่อยอดเป็นสื่อหลากหลายรูปแบบได้โดยง่าย และสามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคได้มากขึ้นในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อสิ่งพิมพ์ที่เปรียบเสมือนเป็นต้นน้ำของการผลิตเนื้อหาที่หลากหลาย การนำเนื้อหาไปต่อยอดในรูปแบบต่างๆ นี้ จะต้องผ่านการดำเนินการด้านการซื้อขายลิขสิทธิ์เป็นสำคัญ ซึ่งในปัจจุบัน หน่วยงานสำคัญที่เป็นตัวกลางดำเนินการด้านลิขสิทธิ์ อยู่ภายใต้การดำเนินการของสำนักพิมพ์ หรือแม้กระทั่งจากการตกลงระหว่างเจ้าของลิขสิทธิ์งานเขียน คือ นักเขียน กับธุรกิจที่จะนำคอนเทนต์ไปต่อยอด ทำให้หลายครั้งที่การตกลงด้านลิขสิทธิ์ อาจสร้างความไม่เป็นธรรมกับเจ้าของลิขสิทธิ์ อันเนื่องมาจากข้อจำกัดด้านความเข้าใจในลิขสิทธิ์ สัญญา และการดำเนินการทางกฎหมาย เปรียบเทียบกับในต่างประเทศ ที่มีหน่วยงานกลางในการดำเนินการด้านการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับลิขสิทธิ์คือ Collective Management Organization (CMO) หรือ Reproduction Rights Organization (RRO) ที่มีหน้าที่ในการจัดเก็บ และการกระจายรายได้จากลิขสิทธิ์ เพื่อสร้างความเป็นธรรมให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมากที่สุด

ดังนั้น เพื่อให้มีระบบการบริหารจัดการด้านลิขสิทธิ์ และรองรับการต่อยอดคอนเทนต์เป็นรูปแบบอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นต่อไป ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมต่างลงความเห็นร่วมกันว่าควรมีการดำเนินการจัดตั้งหน่วยงานกลางในการบริหารจัดการลิขสิทธิ์ในรูปแบบเดียวกันนี้ในอนาคต เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในด้านลิขสิทธิ์ ประกอบกับเป็นตัวกลางดำเนินการบริหารด้านลิขสิทธิ์ให้มีความเป็นธรรม และรองรับการต่อยอดคอนเทนต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นอีกด้วย

4. จัดหางบทุนสร้างสรรค์ (Creative Fund)

การดำเนินการแนวทางพัฒนาอุตสาหกรรมหลากหลายแนวทางที่ได้นำเสนอไปข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีความจำเป็นต้องอาศัยทรัพยากรด้านเงินทุนเพื่อสนับสนุนการดำเนินการในทุกรูปแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การมีกองทุนเพื่อสนับสนุนการสร้างงานเชิงสร้างสรรค์ จะมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการเป็นทุนสนับสนุนให้ผู้สร้างงานสามารถสร้างงานได้อย่างแตกต่าง หลากหลาย และสร้างสรรค์ได้มากขึ้น รวมถึงรูปแบบการใช้งบประมาณของรัฐในปัจจุบัน จะแยกออกไปตามบทบาทของหน่วยงานนั้นๆ เป็นหลัก ซึ่งจะเห็นได้ว่าบางรูปแบบการพัฒนา เช่น การจัดอบรมพัฒนาทักษะ มีหลากหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการดำเนินการบางรูปแบบอาจมีการดำเนินการที่ซ้ำซ้อนกัน

ดังนั้น การพิจารณาการใช้งบประมาณของแต่ละหน่วยงาน โดยมองเป็นภาพรวมระหว่างหน่วยงานมากขึ้นนั้น จะเอื้อให้เกิดการใช้งบประมาณของรัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ประกอบกับการจัดหาของทุนที่เอื้อให้เกิดการสร้างงานเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น จะช่วยสนับสนุนทั้งในเชิงของการสร้างงานใหม่ๆ หรือเป็นทุนสนับสนุนแนวทางการพัฒนาในด้านอื่นๆ ซึ่งแนวทางที่จะพัฒนาให้เกิดกองทุนสร้างสรรค์ได้นั้น ประกอบด้วย การพัฒนาแนวทางการให้ทุน หรือเงื่อนไขการให้ทุนของกองทุนที่มีอยู่แล้ว เช่น กองทุนสืบทอดภัยและสร้างสรรค์ ให้มีเกณฑ์ที่เอื้อให้เกิดการสร้างงานสร้างสรรค์ งานใหม่ๆ ไม่ได้จำกัดกรอบเนื้อหาของงานที่จำแนกมากเกินไปจนไม่เอื้อให้ผู้ผลิตได้ลองผลิตงานที่แตกต่างมากนัก ดังนั้น การมีเกณฑ์การให้ทุนที่มีเป้าหมายผู้รับทุนที่หลากหลายตามศักยภาพ

รวมถึงการสนับสนุนผู้ผลิตรุ่นใหม่ หรือมีเป้าหมายสนับสนุนสื่อที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ ก็จะเป็น การสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยได้อย่างเหมาะสมมากขึ้น

ทั้งนี้ การจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาภายใต้แนวคิด การมองอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แบบรายสาขา แต่ในขณะเดียวกัน จากความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี รวมถึง ผลกระทบด้านอื่นๆ ส่งผลให้ปัจจุบัน การดำเนินการของผู้เล่นในอุตสาหกรรม ตลอดจนพฤติกรรมของผู้บริโภค เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น นอกจากมุมมองการศึกษาแบบแยกรายสาขานั้น ในอนาคต CEA ควรมี การพิจารณาถึงแนวทางการบูรณาการการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ภายใต้กลุ่ม Creative Content and Media โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การดำเนินการใน 5 แนวทางสำคัญที่สามารถบูรณาการระหว่าง สาขาต่างๆ ได้ คือ 1. การกำหนดเป้าหมายการพัฒนา Creative Content ของไทย (Strategic Direction) 2. การพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์เนื้อหา (Content & Skill Development) 3. การส่งเสริมด้าน การเข้าถึงตลาด (Market Access) 4. การสร้างความรู้ความเข้าใจ และการประชาสัมพันธ์ (PR) และ 5. การจัดทำ ฐานข้อมูล (Database) เพื่อให้เกิดการบูรณาการขับเคลื่อนการพัฒนาแบบองค์รวม รวมถึงตอบโจทย์แนวทาง การส่งออกวัฒนธรรมของไทย หรือการส่งออก Soft Power อย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

แผนการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์

นอกจากการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์แล้ว การศึกษาครั้งนี้ ยังรวมถึง การศึกษาแผนการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ เพื่อเป็นแนวทางใน การจัดทำฐานข้อมูลกลางของอุตสาหกรรมต่อไป โดยกระบวนการศึกษา มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาจาก ต่างประเทศ รวมถึงการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมฯ แล้วนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดเก็บ และนำเสนอข้อมูลของแต่ละประเทศเทียบกับของไทยในปัจจุบัน แล้วจัดทำเป็นแนวทางสำหรับการเก็บรวบรวม ข้อมูลเพิ่มเติมในอนาคต รวมถึงข้อเสนอแนะรูปแบบการนำเสนอข้อมูลของอุตสาหกรรม โดยมีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

แผนผังการเชื่อมโยงฐานข้อมูล อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (Publishing)

และข้อเสนอแนะการจัดเก็บข้อมูลเพิ่มเติม

สถิติ	หน่วยงานที่จัดเก็บ / ควรจัดเก็บ
ข้อมูลที่มีการจัดเก็บอยู่แล้ว	
มูลค่าอุตสาหกรรม	CEA, PUBAT, DBD
การจ้างงาน	CEA
มูลค่าการส่งออก	พณ. / สมาคมการพิมพ์ไทย
สถิติการอ่าน	สำนักงานสถิติ / TK Park
ข้อมูลที่ต้องจัดเก็บ / รวบรวมเพิ่มเติม	
จำนวนสื่อสิ่งพิมพ์	สำนักหอสมุดแห่งชาติ / PUBAT
จำนวนธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	PUBAT, สสว., DBD
จำนวนหลักสูตร	CEA

องค์ความรู้	หน่วยงานที่จัดเก็บ / ควรจัดเก็บ
ข้อมูลที่มีการจัดเก็บอยู่แล้ว	
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	สำนักหอสมุดแห่งชาติ
Industry Trend	สมาคมการพิมพ์, CEA, TK Park
ทรัพย์สินทางปัญญา	DIP
การอบรม	CEA, หน่วยงานต่างๆ
องค์ความรู้อื่นๆ	สำนักหอสมุดแห่งชาติ
ข้อมูลที่ต้องจัดเก็บ / รวบรวมเพิ่มเติม	
ตลาดในประเทศ	PUBAT, พณ.
ตลาดต่างประเทศ	PUBAT, พณ.

บุคลากร / หน่วยงาน	หน่วยงานที่จัดเก็บ / ควรจัดเก็บ
ข้อมูลที่มีการจัดเก็บอยู่แล้ว	
รายชื่อสำนักพิมพ์	PUBAT
รายชื่อธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	PUBAT
ข้อมูลที่ต้องจัดเก็บ / รวบรวมเพิ่มเติม	
รายชื่อนักเขียน	วธ., แพลตฟอร์ม, PUBAT
Contact หน่วยงาน	CEA
Online Portfolio	CEA

สื่อสิ่งพิมพ์	หน่วยงานที่จัดเก็บ / ควรจัดเก็บ
ข้อมูลที่มีการจัดเก็บอยู่แล้ว	
ตามรหัส ISBN	สำนักหอสมุดแห่งชาติ
จัดอันดับสิ่งพิมพ์	Online Platform
ข้อมูลที่ต้องจัดเก็บ / รวบรวมเพิ่มเติม	
การแนะนำหนังสือ	ศธ., PUBAT, CEA

หมายเหตุ: คือ รายการข้อมูลที่ยังไม่มีการจัดเก็บ / ยังสามารถพัฒนาได้

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

จากข้อมูลแผนผังและการเชื่อมโยงฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทยข้างต้น แสดงให้เห็นถึงรายละเอียดรายการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทย โดยแยกออกเป็นข้อมูลที่มีการจัดเก็บอยู่แล้ว ได้ถูกจัดเก็บโดยหน่วยงานใด รวมถึงข้อมูลที่ต้องจัดเก็บเพิ่มเติม ควรผลักดันให้หน่วยงานใดเป็นผู้จัดเก็บ ทั้งนี้ ภายหลังจากที่ทำการจัดทำฐานข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้วนั้น จะสามารถต่อยอดการใช้ประโยชน์ของฐานข้อมูลได้อย่างหลากหลาย โดยสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะการประยุกต์ใช้ฐานข้อมูลประกอบด้วย 5 ประเด็น ดังนี้

1. มีการวิเคราะห์และออกแบบวิธีนำเสนอที่หลากหลาย

ภายหลังจากการดำเนินการพัฒนาเพื่อให้เกิดการรวบรวม และเชื่อมโยงฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องเข้าไว้ด้วยกันเรียบร้อยแล้วนั้น เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจและการเข้าถึงข้อมูลแก่สาธารณะ ควรมีการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่สำคัญจำเป็น และออกแบบจัดทำเป็นรูปแบบ Infographic เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าใจข้อมูลที่สำคัญๆ ของอุตสาหกรรม และสะดวกต่อการเผยแพร่ข้อมูลต่อไปในวงกว้าง

นอกจากนี้ ข้อมูลบางส่วน โดยเฉพาะข้อมูลสถิติที่มีความสำคัญต่อการนำไปวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจ หรือต่อยอดการดำเนินการในรูปแบบอื่น ก็จะต้องเตรียมข้อมูลเป็นรูปแบบไฟล์ที่หลากหลาย เช่น Excel เพื่อรองรับการนำข้อมูลไปใช้วิเคราะห์เชิงสถิติ ทั้งนี้ ข้อมูลบางส่วนอาจมีค่าใช้จ่ายในการได้มาซึ่งข้อมูล เนื่องจากข้อมูลบางประเภท โดยเฉพาะข้อมูลเชิงสถิติ นั้น มักมีบริษัทวิจัยที่ใช้เครื่องมือการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย ดังนั้น บางรูปแบบของข้อมูลอาจต่อยอดไปเป็น Subscription Model สำหรับบางข้อมูล โดยอาศัยความร่วมมือกับบริษัทเอกชนต่างๆ ได้อีกด้วย

2. เผยแพร่ข้อมูลผ่านทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์

นอกจากการนำเสนอผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางที่สะดวก เข้าถึงง่าย และเป็นที่ยอมรับในปัจจุบันนี้ หลายหน่วยงานต่างก็แนะนำ ให้นำเสนอข้อมูลผ่านช่องทางออฟไลน์ เช่น การจัดทำเป็นรูปเล่มรายงาน ก็เป็นช่องทาง

ที่ควรดำเนินการด้วยเช่นกัน เนื่องจากการเป็นการสร้างการเข้าถึงข้อมูลไปยังคนหมู่มาก (Mass) รวมถึงกลุ่มคนที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงทางออนไลน์ ก็จะมีช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลให้สามารถเข้าถึงผู้ใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น

3. ใช้เป็นระบบการติดตามตัวชี้วัดและการประเมินการเติบโตของอุตสาหกรรม

แม้ประโยชน์หลักของการจัดทำฐานข้อมูล จะเป็นเรื่องของการสร้างการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน หรือประชาชนทั่วไปแล้วนั้น ในขณะเดียวกัน การจัดทำฐานข้อมูล สามารถเป็นประโยชน์อีกทางสำหรับผู้กำหนดนโยบาย ในการเก็บข้อมูลภาพรวมของอุตสาหกรรม สนับสนุนการจัดทำตัวชี้วัดของอุตสาหกรรม ได้เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะข้อมูลสถิติที่เกี่ยวข้องกับสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัล ที่ยังขาดการจัดเก็บข้อมูล ทั้งในมุมการผลิต และข้อมูลผู้ใช้ผู้อ่านในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์อีกด้วย

นอกจากนี้ การจัดเก็บข้อมูลจากผู้ใช้ในฐานข้อมูล ก็สามารถใช้เป็นตัวชี้วัดเพิ่มเติมได้ในอนาคต เช่น การติดตามจำนวนผู้เข้าชมแต่ละส่วนข้อมูลในฐานข้อมูล จำนวนดาวน์โหลดเอกสาร จำนวนการแชร์ต่อบทความ เป็นต้น ซึ่งสามารถสะท้อนตัวเลขความสนใจต่อข้อมูลประเภทต่างๆ ได้อีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทางช่องทางออนไลน์ของฐานข้อมูล ที่สามารถนับจำนวนผู้เข้าชมแบบ Real-time

4. พัฒนาให้มีหลากหลายภาษาเพื่อรองรับผู้ใช้จากต่างประเทศ

ในอนาคต ฐานข้อมูลดังกล่าวนอกจากจะตอบโจทย์ผู้ใช้ในประเทศแล้วนั้น การออกแบบฐานข้อมูลให้มีหลากหลายภาษาตามประเภทผู้สนใจจากต่างประเทศนั้น จะเป็นช่องทางสนับสนุนให้ต่างชาติสามารถเข้าถึงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ในประเทศได้อีกด้วย ยกตัวอย่างเว็บไซต์ของเกาหลี ที่ออกแบบให้มีหลากหลายภาษา เพื่อรองรับการต่อยอดสื่อสิ่งพิมพ์ ในมุมมองการซื้อขายลิขสิทธิ์ และการส่งออกสื่อสิ่งพิมพ์ของเกาหลี ไปยังประเทศต่างๆ ได้อีกด้วย

5. เชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มออนไลน์ที่หลากหลาย เพื่อให้เกิด Online Community

การจัดเก็บข้อมูลเชิงรุกจากผู้ใช้ (Active data collecting system) จะสามารถทำได้ก็ต่อเมื่อฐานข้อมูลนั้นๆ มีจำนวนผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก ดังนั้น การพัฒนาฐานข้อมูลโดยการเชื่อมโยงกับฐานข้อมูลของหน่วยงานอื่นๆ รวมถึงเชื่อมโยงการใช้งานกับแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ จะสนับสนุนให้เกิดการสร้างระบบนิเวศของผู้ใช้ในระบบดิจิทัลได้ ซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดของการสร้างชุมชนผู้ใช้ออนไลน์ ให้สามารถต่อยอดการดำเนินการ หรือรูปแบบการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมในรูปแบบออนไลน์ได้มากขึ้น

การดำเนินการจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรม นับเป็นกลยุทธ์สำคัญ ภายใต้แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ในยุทธศาสตร์ที่ 4 คือการพัฒนาระบบโครงสร้างของอุตสาหกรรม เพื่อเป็นปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาในรูปแบบอื่นๆ ต่อไป รวมถึงเป็นระบบสนับสนุนการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน หรือเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ให้สามารถขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ไปสู่วิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ คือ “ระบบนิเวศของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทยมีความเข้มแข็ง เป็นบ่อเกิดเนื้อหาที่หลากหลาย รองรับการต่อยอดและส่งออกเนื้อหาในรูปแบบอื่น” ให้สำเร็จลุล่วงได้ต่อไป

บทที่ 1 บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบัน แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่รัฐบาลมุ่งเน้น คือ “ประเทศไทย 4.0” หรือ โมเดล การขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ที่ปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Value-based Economy) ด้วยการนำจุดแข็งของประเทศ อันได้แก่ ความหลากหลายทางชีวภาพ และ วัฒนธรรม มาเปลี่ยนเป็น ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน และต่อยอดไปสู่ 5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรม เป้าหมาย ซึ่งหนึ่งในนั้น คือ กลุ่ม อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง (Creative, Culture and High Value Services) โดยมี สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนากลไกขับเคลื่อน เศรษฐกิจชุดใหม่ (New Engines of Growth) ของประเทศ มีภารกิจหลักในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ผ่านการสนับสนุนนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งจัดเก็บข้อมูล สถิติ องค์ความรู้ และนวัตกรรม ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพของบุคลากรและพัฒนาธุรกิจของประเทศ

การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ให้มีความเป็นพร้อมและมีศักยภาพในการแข่งขัน จึงเป็นหนึ่งในเป้าหมายสำคัญของ สศส. โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้กำหนดสาขาของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยไว้ทั้งหมด 12 สาขา แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่ม Creative Originals 2) Creative Content/Media 3) Creative Service และ 4) Creative Goods/Products สศส. เล็งเห็นความจำเป็นในการศึกษาทำความเข้าใจกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในแง่มุมต่างๆ อาทิ รายละเอียดข้อมูล สถานการณ์ สภาพปัญหาที่ธุรกิจต้องเผชิญ รวมถึงประเด็นที่จะก่อให้เกิดผลต่อการดำเนินกิจการ จึงได้จัดทำ โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาขึ้น โดยจะจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรม สร้างสรรค์รายสาขา เพื่อศึกษาศักยภาพและขีดความสามารถของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา แนวทางการส่งเสริมผู้ประกอบการ เพื่อนำไปกำหนดเป็นแผนยุทธศาสตร์/แผนปฏิบัติการให้สอดคล้องกับนโยบายของ รัฐบาล กรอบร่างยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ต่อไป

สศส. จึงได้ดำเนินการจ้างที่ปรึกษาจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาในกลุ่ม Creative Originals เสร็จสิ้นตามแผนการในปีงบประมาณที่ผ่านมา และตั้งเป้าสานต่อโครงการจัดทำฐานข้อมูล แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาให้ครบทุกกลุ่มอุตสาหกรรม โดยตั้งเป้าจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรม สร้างสรรค์รายสาขาในกลุ่ม Creative Content/Media ในปีงบประมาณนี้ เพื่อนำแผนพัฒนาฯ ไปสู่การปฏิบัติอย่าง เป็นรูปธรรม อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดังกล่าวต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษา สถานการณ์ ปัญหาอุปสรรค และปัจจัยที่ผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาในกลุ่ม Creative Content/Media ประกอบด้วย ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film and Video) การพิมพ์ (Publishing) การกระจายเสียง (Broadcasting) และซอฟต์แวร์ (Software) อย่างเป็นระบบและสามารถนำไป ปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม
- 1.2.2) เพื่อจัดทำแนวทางการรวบรวมข้อมูลและสถิติที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ราย สาขาในกลุ่ม Creative Content/Media สำหรับวางโครงสร้างฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมดังกล่าว
- 1.2.3) เพื่อพัฒนาศาสตร์และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม สร้างสรรค์รายสาขาที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลและทิศทางการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของ ประเทศไทยและแผนปฏิบัติการที่มีความเหมาะสม สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน

ในการดำเนินการโครงการจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา มีรายละเอียด ของการดำเนินงาน ดังนี้

- 1.3.1) กำหนดกรอบการศึกษาเพื่อจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ และสาขา การกระจายเสียง รวมถึงฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาดังกล่าว เช่น นโยบาย กลุ่มเป้าหมาย แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ รวมทั้งกำหนดแผนการดำเนินงานที่แสดงให้เห็น ถึงระยะเวลาการดำเนินกิจกรรมต่างๆ
- 1.3.2) ศึกษาและวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบกรณีศึกษาต้นแบบที่ดีหรือแนวทางการพัฒนาระบบฐานข้อมูล ในต่างประเทศ เพื่อประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ และสาขาการกระจายเสียง และการจัดทำฐานข้อมูล
- 1.3.3) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ และ สาขาการกระจายเสียง เพื่อให้ได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแผนพัฒนาอุตสาหกรรม สร้างสรรค์สาขาเป้าหมาย ตลอดจนแนวทางในการจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดังกล่าว ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ
- 1.3.4) วิเคราะห์ข้อมูลจากการดำเนินงานในข้อ 1.3.2 – 1.3.3 เพื่อให้ทราบถึงทิศทางการพัฒนา สถานการณ์ปัจจุบัน ปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขา การพิมพ์ และสาขาการกระจายเสียง ตลอดจนแนวโน้มในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรม เป้าหมาย พร้อมทั้งแนวทางการออกแบบฐานข้อมูล (Database Design) ที่สามารถนำไปต่อยอด และสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้
- 1.3.5) จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ประกอบด้วย
 - (1) แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ และสาขาการกระจายเสียง พร้อมบทสรุป ผู้บริหาร (Executive Summary) และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย อุตสาหกรรมละ 1 ฉบับ รวม 2 ฉบับ

- (2) แผนการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ และสาขาการกระจายเสียง พร้อมทั้งข้อเสนอแนะการประยุกต์ใช้ฐานข้อมูล และแนวทางการดำเนินงานในระยะต่อไป อุตสาหกรรมละ 1 ฉบับ รวม 2 ฉบับ
- (3) แผนผังฐานข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน
- 1.3.6) จัดประชุมเชิงปฏิบัติการและระดมความคิดเห็น เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา แยกตามสาขา ประกอบด้วยสาขา การพิมพ์ และสาขาการกระจายเสียง
- 1.3.7) จัดประชุมเพื่อนำเสนอร่างแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงแก้ไขจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

1.4 แนวทางการศึกษาและขั้นตอนในการดำเนินงาน

จากข้อมูลข้างต้น เพื่อให้โครงการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา และการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา สามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ คณะที่ปรึกษาจึงได้มีการออกแบบขั้นตอนการทำงานออกมาเป็น 4 ขั้นตอนหลักในการดำเนินการ ดังนี้

1 ทบทวนนิยามและกำหนดขอบเขตของการศึกษา รวมถึงรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนย และแนวทางการจัดทำฐานข้อมูล 1.1 กำหนดนิยามศัพท์เพื่อเป็นขอบเขต ของการศึกษา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ 1.2 กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินงาน โดยการทบทวนข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม 1.3 ศึกษากรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง สำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ 1.4 ศึกษาเชิงเปรียบเทียบกรณีศึกษาต้นแบบที่ดี (Best Practice) หรือแนวทางการพัฒนาระบบฐานข้อมูลในต่างประเทศ เพื่อประยุกต์ใช้ในการจัดทำแผนย และฐานข้อมูล	2 รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรม สรรค์สร้างสาขาการพิมพ์ 2.1 ศึกษาสถานภาพปัจจุบันและ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงใน อนาคต 2.2 สัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วน เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม เพื่อ เก็บข้อมูลสถานการณ์ ประเด็น ปัญหา และข้อเสนอแนะต่อ แนวทางการพัฒนา 2.3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อม ศักยภาพ ปัจจัยที่มีผลต่อ การดำเนินธุรกิจ 2.4 กำหนดเป้าหมายและ ทิศทางการพัฒนาเชิง ยุทธศาสตร์ (Strategic Direction) 3 รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อจัดทำแนวทางการจัดทำ ฐานข้อมูลรายสาขา 3.1 รวบรวมข้อมูลที่สำคัญและ เกี่ยวข้องต่อการจัดทำ ฐานข้อมูล เพื่อให้ทราบถึงข้อมูล ภาพรวมของอุตสาหกรรม 3.2 สัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วน เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม เพื่อให้ ทราบถึงความต้องการการใช้ ข้อมูลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 3.3 วิเคราะห์ Gap Analysis เพื่อ จำแนกชุดข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่างๆ ให้ทราบถึงชุดข้อมูลที่ต้องเก็บ หรือปรับปรุงเพิ่มเติม 3.4 ออกแบบโครงสร้างของ ฐานข้อมูล (Database Design)	4 จัดประชุมระดมความคิดเห็น การประชุมเพื่อเสนอร่าง แผนย และฐานข้อมูล และการจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ 4.1 จัดประชุมเชิงปฏิบัติการและระดมความคิดเห็นต่อ การจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมและฐานข้อมูลของ แต่ละอุตสาหกรรม (อุตสาหกรรมละ 1 ครั้ง รวม 2 ครั้ง) 4.2 จัดประชุมเพื่อนำเสนอร่างแผนพัฒนาอุตสาหกรรม สรรค์สร้าง และแผนการจัดทำฐานข้อมูล แต่ละ อุตสาหกรรม (อุตสาหกรรมละ 1 ครั้ง รวม 2 ครั้ง) 4.3 จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์แยกรายอุตสาหกรรม ประกอบด้วย • แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา • แนวทางการจัดทำฐานข้อมูล • แผนผังฐานข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูล ระหว่างหน่วยงาน
แนวทางการศึกษา • ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Desk Research)	แนวทางการศึกษา • ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม • วิเคราะห์สถานการณ์และเก็บข้อมูลเชิงลึกของแต่ละอุตสาหกรรมในปัจจุบัน	แนวทางการศึกษา • นำเสนอผลการศึกษาและระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ • จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

ภาพที่ 1 ขั้นตอนในการดำเนินงาน

1.4.1 ทบทวนนิยามและกำหนดขอบเขตของการศึกษา รวมถึงรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนฯ และแนวทางการจัดทำฐานข้อมูล

ในส่วนของการทบทวนนิยามและการกำหนดขอบเขตของการศึกษา จะทำการพิจารณาจากข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ เพื่อกำหนดขอบเขตของการศึกษาและสร้างความเข้าใจถึงบริบทการพัฒนาในปัจจุบัน ทั้งในส่วนของการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมและการจัดเก็บฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม โดยมีการดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1.4.1.1 กำหนดนิยามศัพท์เพื่อเป็นขอบเขตของการศึกษาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์

การนิยามคำศัพท์ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ และศัพท์ที่มีความเกี่ยวข้องกับฐานข้อมูล (Database) ของอุตสาหกรรม จากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมต่างๆ คณะหรือมหาวิทยาลัย รวมไปถึงผลงานทางวิชาการหรือนักวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม เพื่อกำหนดขอบเขตของการศึกษาในการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมและการจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรม

1.4.1.2 กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินงาน โดยการทบทวนข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อวางแผนทางในการศึกษา ผ่านการทบทวนข้อมูลต่างๆ จากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือทั้งในภาพรวมอุตสาหกรรมและรายละเอียดของแต่ละผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ หลังจากนั้น จะวิเคราะห์และจำแนกข้อมูล รูปแบบผลงาน หรือผลิตภัณฑ์ ของแต่ละอุตสาหกรรม เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ และยังเป็นกำหนัดขอบเขตเพื่อการวางกรอบดำเนินงานของโครงการให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

1.4.1.3 ศึกษากรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง สำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์

การทบทวนกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ การยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ เพื่อพิจารณากรอบแนวคิดด้านการพัฒนาและในประเด็นสำคัญอื่นๆ จากหน่วยงานทั้งในและต่างประเทศที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น กรอบการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ CEA กรอบการวิเคราะห์ Porter's Value Chain Analysis หรือกรอบการศึกษาที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ทั้งนี้จะนำกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้ให้มีความเหมาะสมกับการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ต่อไป

1.4.1.4 ศึกษาเชิงเปรียบเทียบกรณีศึกษาต้นแบบที่ดี (Best Practice) หรือแนวทางการพัฒนาระบบฐานข้อมูลในต่างประเทศ

การศึกษาวិเคราะห์เชิงเปรียบเทียบกับกรณีศึกษาต้นแบบที่ดี (Best Practice) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาที่สามารถเป็นแบบอย่างแก่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ของประเทศไทย โดยพิจารณาจากสถานการณ์ของอุตสาหกรรมในต่างประเทศ รวมทั้งถอดบทเรียนการพัฒนาในบริบทของประเทศเป้าหมาย เช่น นโยบายจากภาครัฐในการสนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การพัฒนาในสาขาการพิมพ์ รวมถึงปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการพัฒนา ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการพัฒนา และแนวทางการสนับสนุนอื่นๆ เพื่อประยุกต์ใช้เป็น

แนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรม และแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลของสาขาการพิมพ์ของประเทศไทยต่อไป

ทั้งนี้ จากการค้นคว้าข้อมูลในเบื้องต้น และได้ทำการคัดเลือกจากประเทศที่มีความโดดเด่นด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในสาขาการพิมพ์ ที่มีความน่าสนใจมาศึกษาเป็นกรณีศึกษาต้นแบบ **อุตสาหกรรมละ 2 ประเทศ** โดยมีตัวอย่างรายนามประเทศที่น่าสนใจของแต่ละอุตสาหกรรมเป้าหมาย โดยคัดเลือกจากข้อมูลทางสถิติ คือ มูลค่าอุตสาหกรรมการพิมพ์รายประเทศ (จาก The Global Publishing Industry 2018 Report โดย IPA/WIPO) โดยมีรายชื่อประเทศที่น่าสนใจเบื้องต้น ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เยอรมนี สหราชอาณาจักร เกาหลี และ ฝรั่งเศส โดยจะทำการคัดเลือกประเทศที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์มา 2 ประเทศ จากรายชื่อประเทศต้นแบบข้างต้น ทั้งนี้ ประเทศที่จะศึกษาสามารถปรับเปลี่ยนได้ความเหมาะสม ตามความเห็นร่วมกันระหว่าง CEA และที่ปรึกษา

1.4.2 รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์

การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่สามารถบ่งชี้ถึงภาพรวมทางเศรษฐกิจและสถานการณ์ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของประเทศไทย พร้อมทั้งปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องตั้งแต่ในระดับนโยบายหรือแนวทางการสนับสนุนอุตสาหกรรมของภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนแนวโน้มสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ในการกำหนดแนวทางของแผนพัฒนาอุตสาหกรรมต่อไป โดยมีการดำเนินการในแต่ละขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1.4.2.1 ศึกษาสถานการณ์ในปัจจุบัน แนวโน้มและทิศทางการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เพื่อทราบถึงภาพรวมสถานการณ์และการพัฒนาของอุตสาหกรรม

ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ จากรายงานการศึกษาและข้อมูลทางสถิติทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีส่วนเกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อพัฒนาอุตสาหกรรม รวมถึงการรวบรวมข้อมูลจากภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการของอุตสาหกรรม เพื่อให้ทราบถึงภาพรวมของสถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน พร้อมทั้งพิจารณาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่อาจมีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมในอนาคต

1.4.2.2 สัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม เพื่อเก็บข้อมูลสถานการณ์ ประเด็นปัญหาการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และข้อเสนอแนะต่อแนวทางการพัฒนา

การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานภาครัฐ เอกชน สมาคม หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาในประเทศ โดยการนำผลสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ ประเด็นปัญหา การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และข้อเสนอแนะต่อแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในสาขาต่อไป

1.4.2.3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อม ศักยภาพ ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและประเมินศักยภาพ รวมไปถึงการพิจารณาปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย โดยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้ง 6 ประการ และใช้กรอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า ร่วมกับข้อมูลจากการศึกษาและการรวบรวมข้อมูลอื่นๆ ในช่วงต้น เพื่อสรุปข้อมูลการวิเคราะห์ โดยใช้กรอบการศึกษาที่ได้นำเสนอไปข้างต้น ยกตัวอย่างการสรุปผลการวิเคราะห์ เช่น ระบบนิเวศของอุตสาหกรรม (Ecosystem) ประเด็นปัญหาหรือช่องว่างการพัฒนาของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในปัจจุบัน (Industry's Key Issue) หรือการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้อง (Creative Content Industry Map) อาจรวมถึงการสรุปผลในรูปแบบอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแนวทางพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในสาขาเป้าหมายต่อไป

1.4.2.4 กำหนดเป้าหมายและทิศทางการพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Direction)

ขั้นตอนถัดมา จะเป็นการกำหนดเป้าหมายและทิศทางการพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์ จะมีการวิเคราะห์และประเมินประเด็นการพัฒนาและข้อจำกัดของอุตสาหกรรมในเชิงลึก ตลอดจนพิจารณาปัจจัยภายในและภายนอกทั้งหมดที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรม เพื่อให้สามารถกำหนดเป้าหมายของการพัฒนา (Strategic Option) และทิศทางเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมในปัจจุบันได้ต่อไป

1.4.3 รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อจัดทำแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลรายสาขา

การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินงานในการจัดทำฐานข้อมูลสาขาการพิมพ์ ให้มีความชัดเจนและเหมาะสมอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งตอบโจทย์ผู้ใช้งาน ทั้งผู้ใช้ที่เป็นหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน โดยมีแนวทางการดำเนินงานตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1.4.3.1 รวบรวมข้อมูลที่สำคัญและเกี่ยวข้องต่อการจัดทำฐานข้อมูล เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลภาพรวมของอุตสาหกรรม

การศึกษาข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับการจัดทำฐานข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบและองค์ประกอบโดยรวมของฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมที่มีอยู่ในปัจจุบัน รวมไปถึงภาพรวมของการเชื่อมโยงข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ พร้อมทั้งทำการจัดกลุ่มข้อมูลในส่วนโครงสร้างของฐานข้อมูลในเบื้องต้นให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรในอุตสาหกรรม

1.4.3.2 สัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเบื้องต้น

การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานภาครัฐและเอกชน หรือสมาคมที่เกี่ยวข้อง โดยการนำผลสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเบื้องต้น และความต้องการในการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลของผู้ใช้งาน รวมไปถึงการจัดลำดับความสำคัญของข้อมูลหลักและข้อมูลสนับสนุนที่มีความเหมาะสมกับผู้ใช้งานแต่ละประเภท เพื่อเป็นการวางแผนทางในการพัฒนาฐานข้อมูลให้มีความเหมาะสมและส่งผลประโยชน์สูงสุดต่อผู้ใช้งานต่อไป

1.4.3.3 วิเคราะห์ Gap Analysis เพื่อจำแนกชุดข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่างๆ ให้ทราบถึงชุดข้อมูลที่ต้องเก็บหรือปรับปรุงเพิ่มเติม

การวิเคราะห์และประเมินศักยภาพของฐานข้อมูลโดยการวิเคราะห์ด้วย Gap Analysis เพื่อประเมินการจัดเก็บข้อมูลที่มีอยู่ในปัจจุบัน เทียบกับลักษณะของฐานข้อมูลที่ควรจะเป็น และทำการวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนาฐานข้อมูล เพื่อให้สามารถลดช่องว่างของฐานข้อมูลว่ามีข้อมูลส่วนใดที่จำเป็นจะต้องจัดเก็บเพิ่มเติมหรือควรได้รับการปรับปรุง ในขณะเดียวกันเพื่อให้ทราบถึงความสอดคล้องของฐานข้อมูลและความต้องการของผู้ใช้งานทั้งในส่วนหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

ตัวอย่าง

A	B	C	...	X	Y

ข้อมูล X, Y คือ ฐานข้อมูลที่ต้องมีการจัดทำเพิ่มเติมหรือปรับปรุงจากฐานข้อมูลเดิม ซึ่งจะมาจากการวิเคราะห์ด้วย Gap Analysis และ Requirements ต่างๆ ทั้งจากภาครัฐ เอกชน และผู้ประกอบการ

ภาพที่ 2 ตัวอย่างผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ด้วย Gap Analysis

1.4.3.4 ออกแบบโครงสร้างของฐานข้อมูล (Database Design)

ขั้นตอนถัดมา จะเป็นการออกแบบโครงสร้างฐานข้อมูล ซึ่งจากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากการดำเนินงานในขั้นตอน 3.3.1 - 3.3.3 มาออกแบบเป็นโครงสร้างของฐานข้อมูลรายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการจัดทำฐานข้อมูลและข้อเสนอแนะด้านการเชื่อมโยงฐานข้อมูลกับหน่วยงานอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมต่อไปในอนาคต

ตัวอย่าง

รายละเอียดข้อมูลที่มีการจัดเก็บ		หน่วยงานที่จัดเก็บ
A		
B		
ข้อมูลที่ยังไม่จัดเก็บ		หน่วยงานที่ควรจัดเก็บ
A		
B		
C		

ภาพที่ 3 ตัวอย่างโครงสร้างข้อมูลในปัจจุบัน และข้อมูลที่ควรมีการจัดเก็บในอนาคต

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

1.4.4 จัดประชุมระดมความคิดเห็น การประชุมเพื่อเสนอร่างแผนฯ และฐานข้อมูล และการจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

การจัดประชุมระดมความคิดเห็น และการประชุมเพื่อนำเสนอ ร่างแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และแผนการจัดทำฐานข้อมูลของแต่ละอุตสาหกรรม โดยมีผู้เข้าร่วมประกอบด้วยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานวิชาการที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม เพื่อนำเสนอ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสรุปแนวทางการดำเนินงานของการศึกษา แล้วจึงนำข้อมูลจากการประชุมเบื้องต้น มาสรุปและจัดทำร่างผลการศึกษา ก่อนที่จะเสนอร่างผลการศึกษาดังกล่าว ในการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อผลการศึกษา และนำข้อมูลมาจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อไป โดยมีแนวทางการดำเนินงานตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1.4.4.1 จัดประชุมเชิงปฏิบัติการและระดมความคิดเห็นต่อการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมและฐานข้อมูลของแต่ละอุตสาหกรรม

การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการและระดมความคิดเห็นต่อการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมและฐานข้อมูล เพื่อนำเสนอผลการศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม แนวทางและปัจจัยที่มีความสำคัญในการพัฒนา และทิศทางเชิงกลยุทธ์ในเบื้องต้น พร้อมทั้งรับฟังข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมในลำดับต่อไป โดยให้มีการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการอุตสาหกรรมละ 1 ครั้ง รวมทั้งหมด 2 ครั้ง

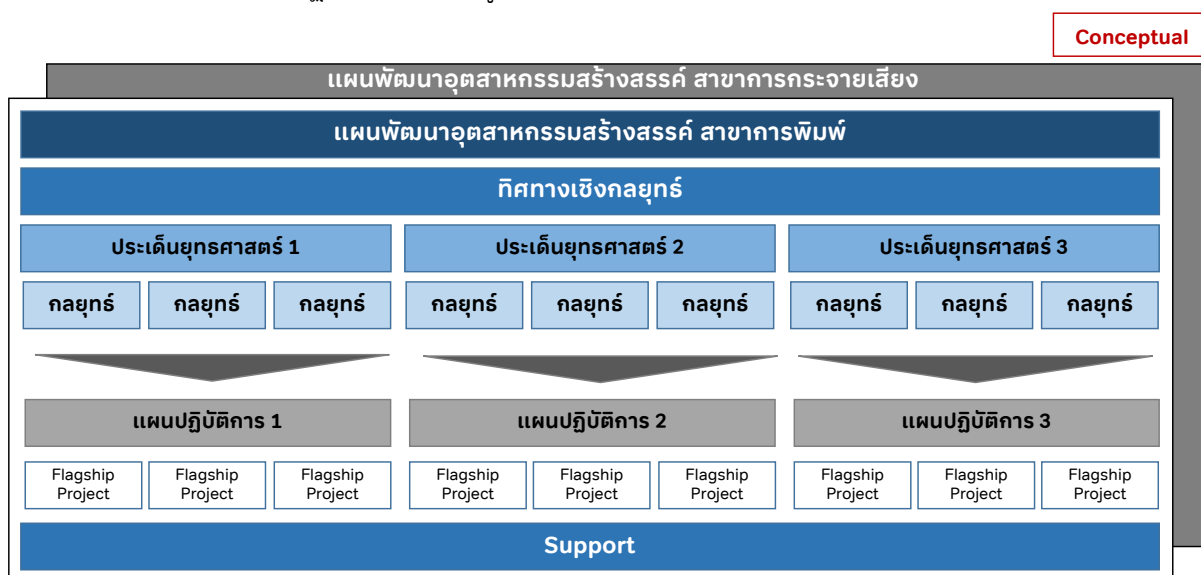
1.4.4.2 จัดประชุมเพื่อนำเสนอร่างแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และแผนการจัดทำฐานข้อมูลของแต่ละอุตสาหกรรม

การจัดประชุมเพื่อนำเสนอร่างแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และแผนการจัดทำฐานข้อมูลของแต่ละอุตสาหกรรม เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องโดยนำผลการศึกษามาปรับปรุงพัฒนาแผนพัฒนารายอุตสาหกรรม ให้มีความครบถ้วนและถูกต้องมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้มีการกำหนดแนวทางในการจัดประชุมเพื่อนำเสนอร่างแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และแผนการจัดทำฐานข้อมูลแยกรายอุตสาหกรรม โดยให้มีการจัดประชุมนำเสนอแผนอุตสาหกรรมละ 1 ครั้ง รวมทั้งหมด 2 ครั้ง

1.4.4.3 จัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา และแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลรายสาขา

เมื่อได้รับข้อมูล และข้อเสนอแนะต่างๆ จากการประชุมเชิงปฏิบัติการและระดมความคิดเห็นในข้างต้นแล้วนั้น จึงต้องทำการสรุปข้อมูลจากการประชุม พร้อมทั้งรวบรวมข้อมูลและข้อเสนอแนะจากการประชุม มาพัฒนาในผลการศึกษา และจัดทำเป็นรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ซึ่งผลลัพธ์ของโครงการ จะประกอบด้วย 3 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ ประกอบด้วยแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ พร้อมบทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary) และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่มีความเหมาะสมและสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม



ภาพที่ 4 ตัวอย่างผลการศึกษาการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา

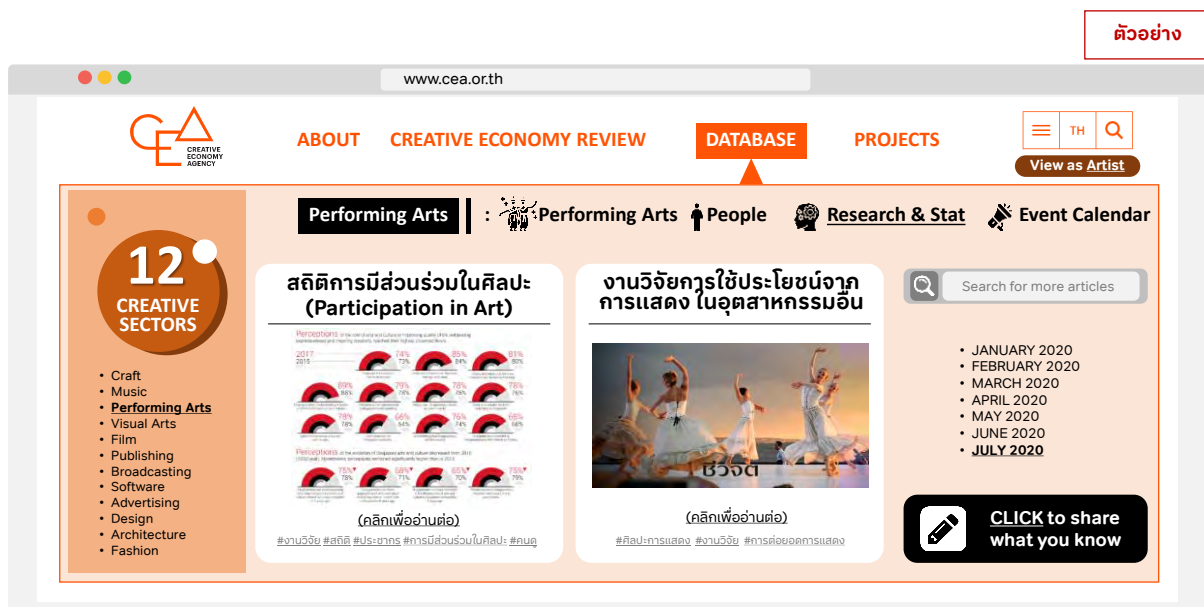
ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

- 2) แนวทางการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ ประกอบด้วย แผนการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ ข้อเสนอแนะในการประยุกต์ใช้ฐานข้อมูล และแนวทางการดำเนินงานในขั้นตอนต่อไป

3) แผนผังฐานข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน



ภาพที่ 5 ตัวอย่างผลการศึกษาแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา



ภาพที่ 6 ตัวอย่างข้อเสนอแนะในการประยุกต์ใช้ฐานข้อมูล

บทที่ 2 การกำหนดขอบเขตการศึกษา และกรอบแนวคิด การจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา

การศึกษาและจัดทำแผนพัฒนาและฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ มีความจำเป็นจะต้องกำหนดขอบเขตการศึกษา เพื่อให้สามารถวิเคราะห์และกำหนดขอบเขตการศึกษาว่าการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรม จะมีการมุ่งเน้นการต่อยอดพัฒนาภายใต้ขอบเขตการศึกษาเป็นอย่างไร หรือมีแนวทางมุ่งเน้นไปทิศทางใดเป็นสำคัญ เพื่อใช้กำหนดเป็นกรอบแนวทางที่จะศึกษาและกำหนดแนวทางพัฒนาต่อไปในอนาคต รวมถึงกรอบแนวคิดในการศึกษา และจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา ทั้งนี้ การนำเสนอประกอบไปด้วย 2 ส่วนคือ

- 1) การกำหนดขอบเขตการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ และ
- 2) กรอบแนวคิดการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา

ซึ่งมีรายละเอียดของแต่ละส่วน ดังนี้

2.1 การกำหนดขอบเขตการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (Publishing)

เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา สาขาการพิมพ์ (Publishing) ในส่วนต่อไป เป็นการนำเสนอข้อมูลเพื่อเป็นการกำหนดขอบเขตของการศึกษา โดยข้อมูลในส่วนนี้จะประกอบไปด้วย

- การกำหนดขอบเขตเชิงนิยาม
- การจัดประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์
- สรุบบอบเขตการศึกษาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (Publishing)

เพื่อเป็นแนวทางการศึกษา และจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา สาขาการพิมพ์ (Publishing) ในลำดับต่อไป โดยมีรายละเอียดของแต่ละส่วน ดังนี้

2.1.1 ขอบเขตเชิงนิยาม (Definition)

เพื่อให้เกิดการสื่อสารและความเข้าใจที่ตรงกันต่อขอบเขตการศึกษาในเชิงนิยาม จึงมีความจำเป็นต้องศึกษานิยามที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น “การพิมพ์” “สื่อสิ่งพิมพ์” หรือ “Publishing” หรือคำที่เกี่ยวข้องอื่นๆ โดยศึกษาการให้คำนิยามจากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ จากทั้งคำนิยามทั้งภาษาอังกฤษ และภาษาไทย โดยเบื้องต้น ได้มีการคัดเลือกคำนิยามจาก 3 แหล่งข้อมูล ได้แก่ คำนิยามจากพจนานุกรมภาษาอังกฤษโดยแคมบริดจ์ (Cambridge English Dictionary) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน และพระราชบัญญัติจัดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550 ของประเทศไทย ซึ่งได้ให้นิยามไว้ดังนี้

1. Cambridge English Dictionary ได้กำหนดความหมายไว้ว่า “*Publishing* is the activity of making information, literature, music, software and other content available to the public for sale or for free.”

2. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ได้กำหนดความหมายไว้ว่า “สิ่งพิมพ์ หมายถึง สมุด แผ่นกระดาษ หรือวัตถุใดๆ ที่พิมพ์ขึ้น รวมตลอดทั้งบทเพลง แผนที่ แผ่นผัง แผนภาพ ภาพวาด ภาพระบายสี ใบประกาศ แผ่นเสียง หรือสิ่งอื่นใดอันมีลักษณะเช่นเดียวกัน”
3. พระราชบัญญัติจัดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550 ได้กำหนดความหมายไว้ว่า “การพิมพ์ หมายถึง ทำให้เป็นตัวหนังสือหรือรูปอย่างใด ๆ โดยการกด หรือการใช้พิมพ์หิน เครื่องกล วิธีเคมี หรือวิธีอื่นใดอันอาจให้เกิดเป็นสิ่งพิมพ์ขึ้นหลายสำเนา” และอีกคำที่มีความเกี่ยวข้องคือ “สิ่งพิมพ์ หมายถึง สมุด หนังสือ แผ่นกระดาษ หรือวัตถุใดๆ ที่พิมพ์ขึ้นเป็นหลายสำเนา”

Cambridge English Dictionary

“ Publishing is **the activity** of **making** information, literature, music, software and other content **available to the public** for sale or for free. ”

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน

“ **สิ่งพิมพ์** หมายถึง สมุด แผ่นกระดาษ หรือวัตถุใดๆ ที่พิมพ์ขึ้น รวมตลอดทั้งบทเพลง แผนที่ แผ่นผัง แผนภาพ ภาพวาด ภาพระบายสี ใบประกาศ แผ่นเสียง หรือสิ่งอื่นใดอันมีลักษณะเช่นเดียวกัน ”

พระราชบัญญัติจัดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550

“ **การพิมพ์** หมายถึง ทำให้เป็นตัวหนังสือหรือรูปอย่างใด ๆ โดยการกด หรือการใช้พิมพ์หิน เครื่องกล วิธีเคมี หรือวิธีอื่นใดอันอาจให้เกิดเป็นสิ่งพิมพ์ขึ้นหลายสำเนา ”

สิ่งพิมพ์ หมายถึง สมุด หนังสือ แผ่นกระดาษ หรือวัตถุใดๆ ที่พิมพ์ขึ้นเป็นหลายสำเนา ”

การพิมพ์ (Publishing) คือ กิจกรรมเกี่ยวกับการผลิตสิ่งพิมพ์ลงบนกระดาษ เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ และ นิตยสาร รวมถึงการพิมพ์บนสื่อใหม่ เช่น สื่อดิจิทัลต่างๆ เพื่อเป็นการส่งข้อมูลไปยังผู้รับสารจำนวนมาก

ภาพที่ 7 ความหมายของการพิมพ์ (Publishing)

ที่มา: Cambridge English Dictionary พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน
พระราชบัญญัติจัดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550 และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

ทั้งนี้สามารถสรุปขอบเขตการดำเนินการศึกษาในเชิงนิยามของการศึกษาในครั้งนี้ได้ว่า “การพิมพ์ (Publishing) คือ กิจกรรมเกี่ยวกับการผลิตสิ่งพิมพ์ลงบนกระดาษ เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร รวมถึงการพิมพ์บนสื่อใหม่ เช่น สื่อดิจิทัลต่างๆ เพื่อเป็นการส่งข้อมูลไปยังผู้รับสารจำนวนมาก ”

2.1.2 ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์

จากข้อมูลขอบเขตเชิงนิยาม จะเห็นได้ว่ามีคำเรียกที่เกี่ยวข้องกับการพิมพ์คือ ในภาษาอังกฤษ คำว่า ‘Printing’ และคำว่า ‘Publishing’ ต่างแปลเป็นภาษาไทยได้ว่า ‘การพิมพ์’ ทั้งสองคำ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการกำหนดขอบเขตการศึกษาในครั้งนี้ เนื่องจากการพิมพ์ (Printing) ในความหมายกว้าง จะหมายถึงกระบวนการผลิตโดยอาศัยการพิมพ์ที่มีแม่พิมพ์บนสื่อประเภทกระดาษนั้น นอกจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นหนังสือ และสิ่งพิมพ์รายคาบ หรือการพิมพ์บนสื่อใหม่ ที่เป็นสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ แล้วนั้น การพิมพ์ในความหมายกว้าง จะรวมถึงสิ่งพิมพ์จากการพิมพ์ประเภทอื่นด้วย ได้แก่ การผลิตบรรจุภัณฑ์ของสินค้า (เช่น ฉลากผลิตภัณฑ์) การผลิตสิ่งพิมพ์มีค่า (เช่น หนังสือราชการต่างๆ) และสิ่งพิมพ์ลักษณะพิเศษ (เช่น นามบัตร) ด้วยเช่นกัน

ในขณะที่การศึกษาอุตสาหกรรมการพิมพ์ในครั้งนี้ อยู่ภายใต้การศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา ประเภทเนื้อหาและสื่อสร้างสรรค์ (Creative content and media) ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่กิจกรรมหลัก คือ การถ่ายทอดความคิดสร้างสรรค์ออกมาในรูปข้อความในตัวอักษร อันได้แก่งานเขียนที่ถ่ายทอดความคิดหรือแนวคิดผ่านตัวอักษรเป็นสำคัญ ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้ จะให้ความสำคัญไปที่การศึกษาการพิมพ์ ในความหมายแคบ หรือ ‘Publishing’ คือ การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นการถ่ายทอดเนื้อหา (content) ผ่านการเขียนลงบนสื่อ (media) ประเภทต่างๆ

ภาพที่ 8 ความแตกต่างของการพิมพ์ (Printing) และสื่อสิ่งพิมพ์ (Publishing)

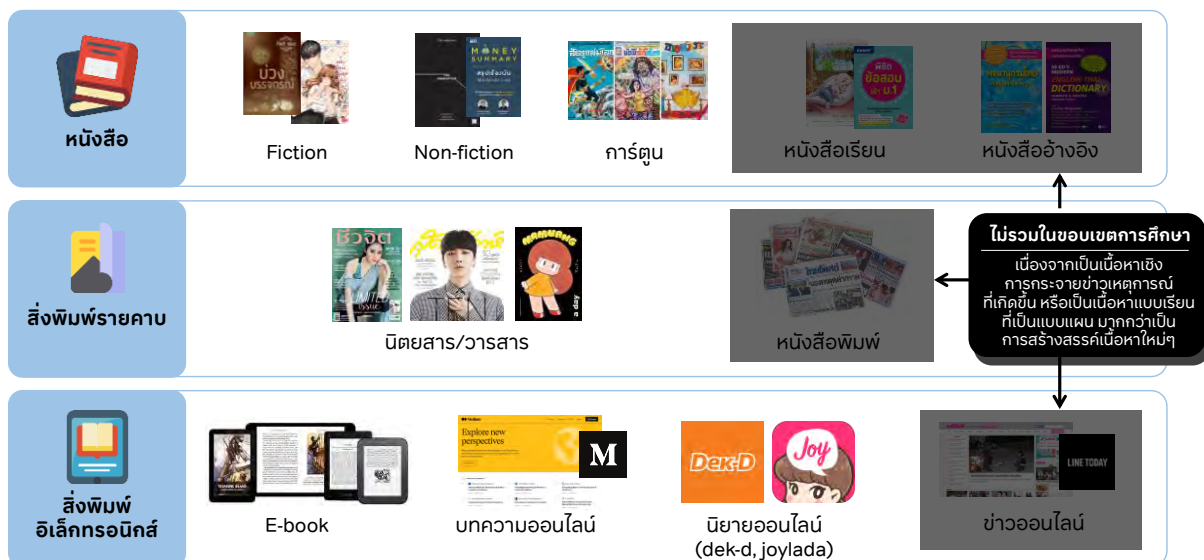


ที่มา: เว็บไซต์โรงพิมพ์ PlusPrinting

จากแผนภาพข้างต้น จึงสรุปขอบเขตการศึกษาในเชิงประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้ได้ว่าการศึกษานี้ จะให้ความสำคัญกับการศึกษา ‘การพิมพ์’ ในความหมายแคบ (Publishing) ซึ่งจะได้แก่สิ่งพิมพ์บนสื่อประเภทกระดาษ คือ หนังสือ และสิ่งพิมพ์รายคาบ (เช่น นิตยสาร/วารสาร) รวมถึงสิ่งพิมพ์บนสื่อใหม่คือสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ (เช่น E-book หรืองานเขียนในรูปแบบสื่อออนไลน์ต่างๆ เป็นต้น)

2.1.3 สรุปขอบเขตการศึกษาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ (Publishing)

จากข้อมูลที่ได้นำเสนอในข้างต้น ประกอบกับหากพิจารณาจากสิ่งพิมพ์ตามประเภทหรือลักษณะของสิ่งพิมพ์ คือ หนังสือ สิ่งพิมพ์รายคาบ และสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์นั้น พบว่าลักษณะของเนื้อหาในสิ่งพิมพ์แต่ละประเภทยังมีความแตกต่างกันด้วย โดยสิ่งพิมพ์และละประเภท อามีทั้งเนื้อหาที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ ผ่านกระบวนการเชิงสร้างสรรค์ หรือสิ่งพิมพ์ที่เป็นเพียงสื่อในการนำส่งข้อมูลข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น หรือเนื้อหาประเภทอื่น ที่ใช้สิ่งพิมพ์เป็นสื่อกลางในการกระจายข้อมูลเท่านั้น โดยมีรายละเอียดประเภทของเนื้อหาของแต่ละสิ่งพิมพ์ ดังนี้



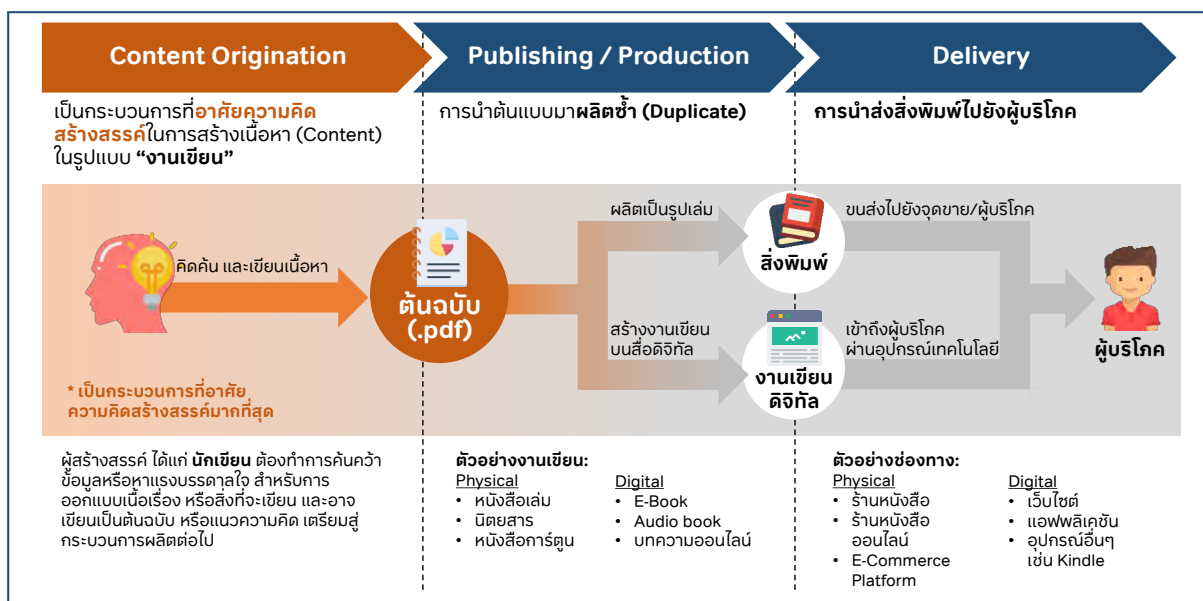
ภาพที่ 9 ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ (Type of Publishing)

ที่มา: Plookpedia เว็บไซต์สรุปปัญหา และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

ทั้งนี้ หากพิจารณาจากประเภทของเนื้อหาของสิ่งพิมพ์ ตามที่แสดงในแผนภาพข้างต้น คือ หนังสือ สิ่งพิมพ์รายคาบ และสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ จะเห็นได้ว่า สิ่งพิมพ์แต่ละชนิด มีความแตกต่างกันตามลักษณะของเนื้อหาที่ถูกเขียนลงบนสิ่งพิมพ์ ด้วยลักษณะของการใช้ประโยชน์จากสื่อสิ่งพิมพ์ ที่เป็นหนึ่งในช่องทางการกระจายข้อมูล ไปยังผู้รับจำนวนมาก ดังนั้น จึงมีงานเขียนบางประเภท ที่เป็นการเขียนที่ผู้เขียน ไม่ได้เป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหา จากความคิดหรือความคิดสร้างสรรค์ของตัวเองผู้เขียนทั้งหมด แต่เป็นเพียงการนำส่งข้อมูลที่เกิดขึ้นไปยังผู้รับเพื่อเป็นการให้ข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา มากกว่าเป็นการสร้างสรรค์เนื้อหาขึ้นมาใหม่ ยกตัวอย่างเช่น หนังสือพิมพ์ ที่นำเสนอข้อมูลที่เป็นข่าว คือ ความจริงที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ปัจจุบัน หรือหนังสือเรียน หนังสืออ้างอิง ที่ความคิดสร้างสรรค์ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างเนื้อหาใหม่ แต่อาจใช้ความคิดสร้างสรรค์ในส่วนประกอบ เช่น การออกแบบรูปเล่ม เป็นต้น

นอกจากนี้ ภาพพิจารณาในเชิงกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมการพิมพ์ ตามการวิเคราะห์เชิงห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการพิมพ์นั้น พบว่ากิจกรรมที่อาศัยความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างสรรค์เนื้อหาใหม่ๆ ผ่านกระบวนการคิด จินตนาการ และร้อยเรียงข้อมูลและเรื่องราว นำมาถ่ายทอดชุดความคิดผ่านรูปแบบตัวอักษรลงบนสื่อสิ่งพิมพ์นั้น เป็นกระบวนการขั้นต้นของห่วงโซ่คุณค่าในภาพรวมเท่านั้น แต่หลังจากการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เป็น “ต้นแบบ” ของสื่อสิ่งพิมพ์เรียบร้อย และสมบูรณ์แล้วนั้น กิจกรรมถัดไป จะเป็นเพียงกระบวนการผลิตที่ใช้การพิมพ์เป็นการผลิตซ้ำงานต้นแบบออกเป็นรูปเล่มในรูปแบบต่างๆ เป็นจำนวนมาก และอาศัยกิจการการพิมพ์และจัดจำหน่าย เพื่อเป็นการนำส่งผลิตภัณฑ์การพิมพ์ ผ่านช่องทางการขายไปยังผู้บริโภคหรือผู้อ่านต่อไป

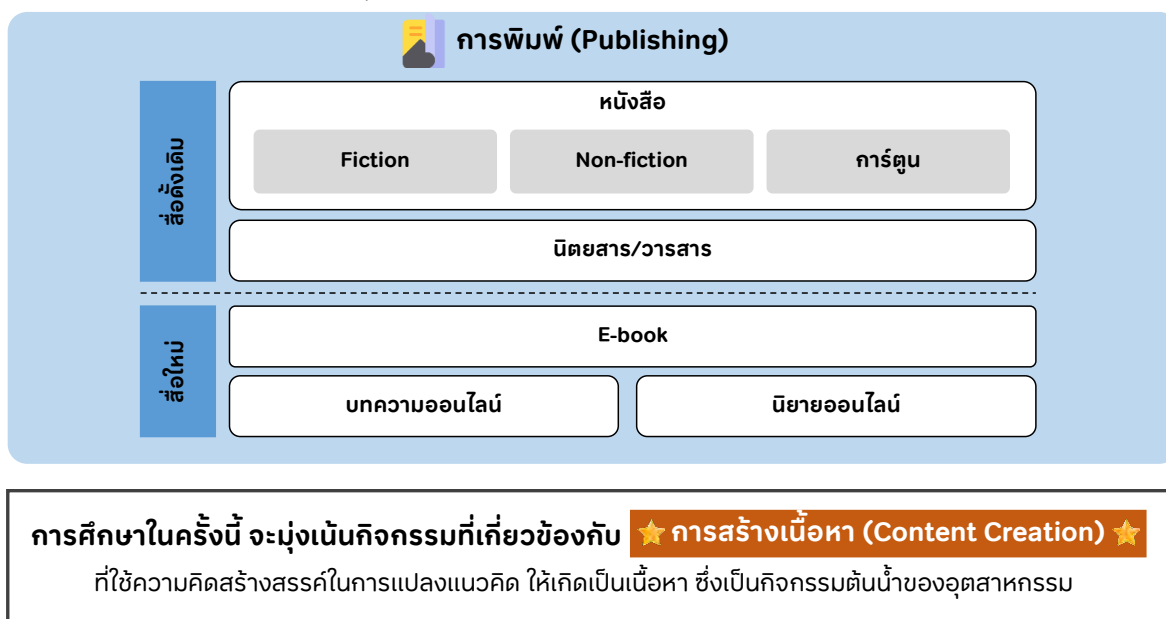
สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า การศึกษาในครั้งนี้ จะให้ความสำคัญไปที่กิจกรรมหลักของอุตสาหกรรมการพิมพ์ คือ กระบวนการสร้างเนื้อหา (Content Origination) โดยกิจกรรมอื่นๆ จะถูกมองเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น หากพิจารณาตามกระบวนการผลิต การศึกษาในครั้งนี้ จะให้ความสำคัญกับ “การสร้างเนื้อหา” ซึ่งเป็นกิจกรรมต้นน้ำของห่วงโซ่คุณค่าเป็นสำคัญ โดยกิจกรรมที่เป็นการผลิตสิ่งพิมพ์ เป็นกิจกรรมการผลิตซ้ำรูปเล่มสื่อสิ่งพิมพ์ รวมถึงการกระจายสิ่งพิมพ์เหล่านั้น ไปยังผู้บริโภคจำนวนมาก จะถูกมองเป็นกิจกรรมสนับสนุนของอุตสาหกรรมการพิมพ์ (Publishing) ดังสรุปในแผนภาพถัดไป



ภาพที่ 10 กระบวนการหลักในห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการพิมพ์

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

จากข้อมูลที่ได้นำเสนอไปข้างต้น ทั้งการนำเสนอข้อมูลขอบเขตเชิงนิยาม และประเภทของสิ่งพิมพ์รวมถึงกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรม นำมาสู่การสรุปขอบเขตการศึกษา โครงการจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา สาขาการพิมพ์ (Publishing) ได้ว่า การศึกษาจะครอบคลุมการพิมพ์ในความหมายแคบ (Publishing) คือ กระบวนการผลิตเนื้อหา (Content) และทำการถ่ายทอดเนื้อหาเหล่านั้นผ่านการเขียนลงบนสื่อทั้งสื่อเก่าที่เป็นกระดาษ (เช่น หนังสือ และสิ่งพิมพ์รายคาบ) และสื่อใหม่ในรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะให้ความสำคัญไปที่กระบวนการต้นน้ำ คือกิจกรรมการสร้างเนื้อหา (Content origination) ซึ่งเป็นกิจกรรมหลักของอุตสาหกรรมการพิมพ์ โดยสามารถสรุปในแผนภาพถัดไป

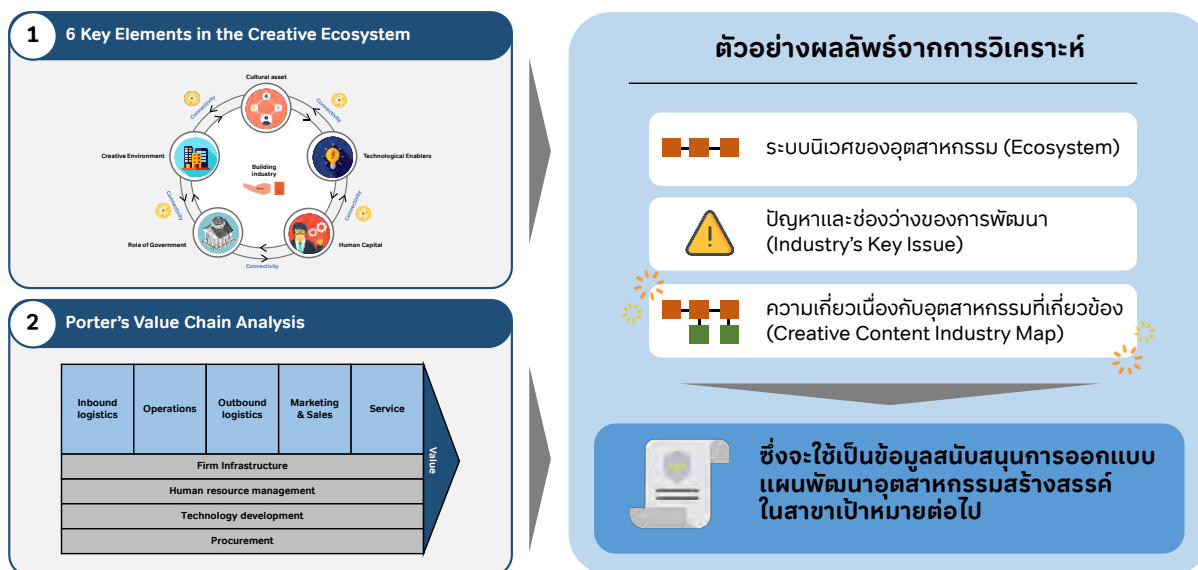


ภาพที่ 11 สรุปขอบเขตการศึกษาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ (Publishing)

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

2.2 กรอบแนวคิดการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา

นอกจากการกำหนดขอบเขตการศึกษา ในกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา ต้องอาศัยการรวบรวมข้อมูลจากหลายส่วน ทั้งรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่างๆ รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม เพื่อรวบรวมข้อมูลและใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการวิเคราะห์ และออกแบบแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา โดยการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา จะอาศัยกรอบแนวคิด 2 ส่วนในการวิเคราะห์และจัดทำแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ คือ 1. องค์ประกอบหลักในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และ 2. กรอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของพอร์เตอร์ (Porter's Value Chain Analysis) โดยมีรายละเอียดแต่ละกรอบแนวคิด รวมถึงตัวอย่างผลลัพธ์การวิเคราะห์ข้อมูลที่คาดหวัง ดังนี้



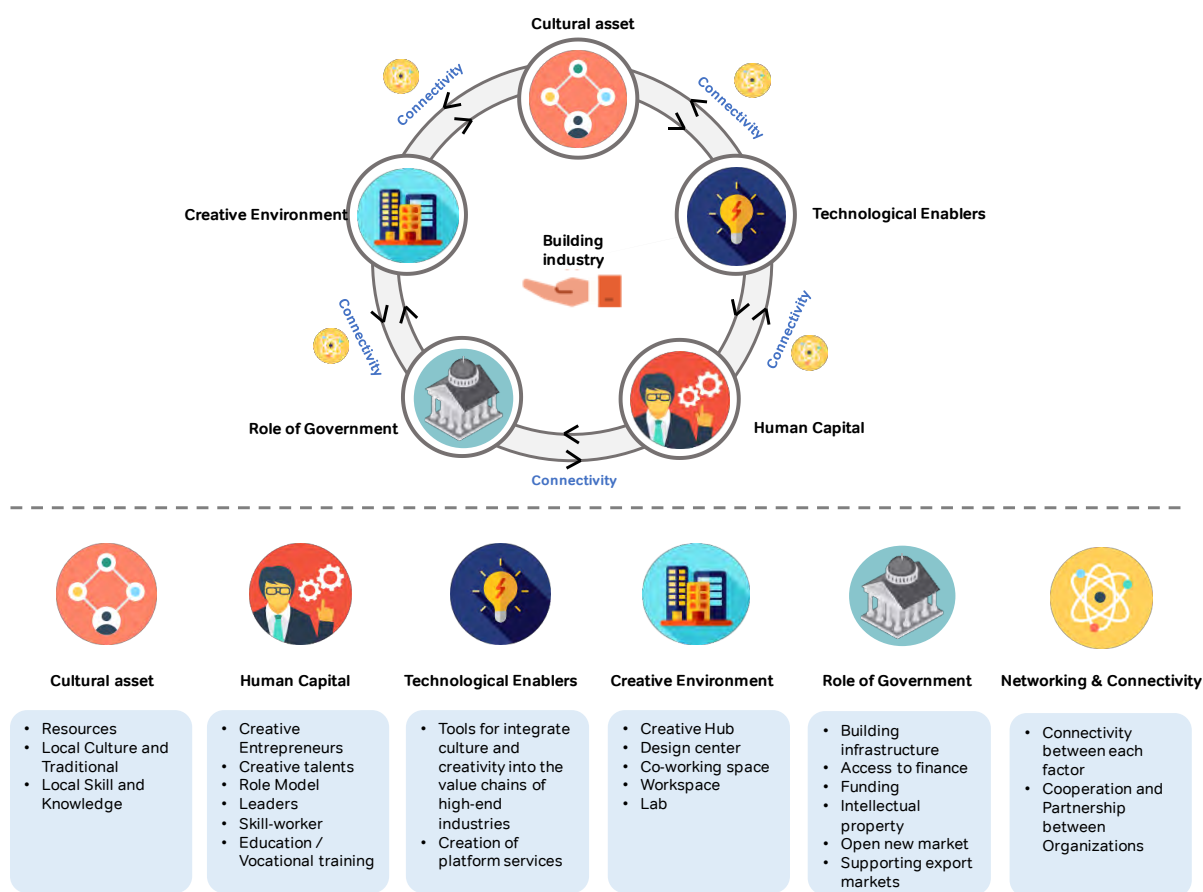
ภาพที่ 12 กรอบแนวคิดหลักในการศึกษา และตัวอย่างผลลัพธ์ที่คาดหวัง

2.2.1 องค์ประกอบหลักในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

จากการศึกษาข้อมูลแนวคิดการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จาก 6 หน่วยงานที่มีส่วนในการสนับสนุนอุตสาหกรรมทั้งในด้านการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและเอื้อต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และด้านการพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ประกอบไปด้วย

- 1) Innovation Ecosystems โดย World Bank
- 2) Creative Economy โดย The World Economic Forum
- 3) Creative Ecosystem โดย The United Nations Industrial Development Organization (UNIDO)
- 4) Creative Ecology โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (NESDC)
- 5) Entrepreneurial Ecosystem โดย The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)
- 6) Entrepreneurship Policy Framework โดย The United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)

ซึ่งข้อมูลจาก 6 หน่วยงานข้างต้น สามารถสรุปเป็นแนวคิดและกรอบในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ได้เป็นปัจจัยหลักในการพัฒนา 6 ด้าน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพที่ 13 องค์ประกอบและรายละเอียดของกรอบ 6 Key Elements in the Creative Ecosystem

ที่มา: World Economic Forum, UNCTAD, กรอบการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ CEA และการวิเคราะห์ของทีปกริช

1) ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Cultural asset)

ทุนทางวัฒนธรรมหรือมรดกทางวัฒนธรรมถือเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่อยู่ในกลุ่ม Creative Originals ซึ่งนำบริบทด้านสังคมและวัฒนธรรม มาใช้ในการสร้างสรรค์ต่อยอดผลงานในรูปแบบต่างๆ ดังนั้น ประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ของทุนทางวัฒนธรรมจะได้เปรียบในการพัฒนาผลสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กว่าประเทศอื่นๆ ด้วยเหตุที่ทุนทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทุนทางสังคม และเป็นจุดแข็งที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่ทุนทางเศรษฐกิจและทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อใช้เป็นพลังขับเคลื่อนทางด้านเศรษฐกิจ

ทั้งนี้ประเทศไทยถือว่ามีความหลากหลายและเอกลักษณ์ที่เฉพาะทางวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น เนื่องจากความแตกต่างของภูมิประเทศ ทรัพยากรทางธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมในแต่ละพื้นที่ ซึ่งเป็นปัจจัยประการหนึ่งที่กำหนดกรอบการดำรงชีวิตของคนในพื้นที่นั้นๆ ซึ่งส่งผลทั้งในเรื่องของวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรม ดังนั้นการนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์และต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์จากมรดกศิลปวัฒนธรรม จึงถือเป็นการรักษาองค์ความรู้ทางศิลปวัฒนธรรมที่มีโอกาสสูญหายไปคงอยู่ในขณะเดียวกันก็ส่งเสริมให้ชุมชนนำองค์ความรู้จากมรดกทางศิลปวัฒนธรรมไปใช้ในการสร้างสรรค์

พัฒนาต่อยอดให้มีคุณภาพหรือศักยภาพตามความเหมาะสมต่อเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนได้อีกทางหนึ่งด้วยเช่นกัน

จากความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานรัฐ เอกชน หรือชุมชนในพื้นที่ จำเป็นต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สำคัญไว้ไม่ให้สูญหาย และนำไปใช้เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานอื่นๆ ต่อไป ซึ่งประเด็นที่สำคัญของการรวบรวมและต่อยอดปัจจัยด้านทุนทางวัฒนธรรม มีตัวอย่างดังนี้

- ความหลากหลายและความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะในแต่ละท้องถิ่น (Resources)
- วัฒนธรรม ประเพณีและมรดกทางประวัติศาสตร์ที่สืบทอดกันมาในแต่ละท้องถิ่น (Local Culture and Traditional)
- ความรู้ในเรื่องของทักษะฝีมือ และความเชี่ยวชาญในงานช่างเฉพาะด้านที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น (Local Skill and Knowledge)

2) ปัจจัยทางด้านทรัพยากรบุคคล (Human Capital)

ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ปัจจัยทางด้านทรัพยากรบุคคลถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนามากที่สุดปัจจัยหนึ่ง เนื่องจากงานสร้างสรรค์ ถือเป็นงานที่เกิดขึ้นจากความสามารถของมนุษย์ ความรู้และทักษะฝีมือที่มีการฝึกจนมีความชำนาญ หรือการใช้ความคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ให้เกิดสินค้าหรือการบริการใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานสร้างสรรค์ในกลุ่ม Creative Originals มักจะมีการถ่ายทอดทักษะการสร้างสรรค์ผลงานจากรุ่นสู่รุ่นด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ดี การสร้างสรรค์ชิ้นงานหรือบริการจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจในสังคมปัจจุบัน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบริการสามารถตอบสนองต่อความต้องการและรูปแบบการดำรงชีวิตของคนสมัยใหม่ควบคู่กัน มากกว่าการสร้างสรรค์ชิ้นงานที่เป็นงานศิลปะที่เน้นการสร้างตัวตนของศิลปินเท่านั้น

ดังนั้น การพัฒนาและส่งเสริมให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถ ความเข้าใจ มีทักษะฝีมือในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามามีส่วนร่วมในการฝึกอบรม และสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรสร้างสรรค์ในแต่ละท้องถิ่น โดยประเด็นที่สำคัญของการพัฒนาปัจจัยทางด้านทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีตัวอย่างดังนี้

- การส่งเสริมผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Creative Entrepreneurs)
- การสนับสนุนบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ทั้งในเรื่องของการออกแบบและการต่อยอดทางความรู้เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ (Creative Talents)
- การให้ความสำคัญกับบุคลากรที่เป็นต้นแบบของการเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Role Model)
- สถาบันการศึกษาหรือศูนย์พัฒนางานทักษะพื้นฐานของงานสร้างสรรค์ (Education / Vocational Training)

3) ปัจจัยทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Technological Enablers)

การพัฒนาทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีจัดว่าเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่ช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และต่อยอดการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งมีผลต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมทั้งทางตรง และทางอ้อม เช่น การพัฒนาเครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีความประณีตและแปลกใหม่ เพื่อสร้างความน่าสนใจและตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในปัจจุบัน ตลอดจนการเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายหรือส่งเสริมการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ ซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสให้แก่ผู้ประกอบการ / ผู้ผลิตในการเข้าถึงผู้บริโภค ในขณะเดียวกันผู้บริโภคยังสามารถค้นหาสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุดอีกด้วย

นอกจากนี้ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยียังสามารถพัฒนาเป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างชุมชนหรือช่างฝีมือที่มีความรู้ มีทุนทางวัฒนธรรมและทักษะ การสร้างสรรค์งาน กับกลุ่มนักออกแบบที่ต้องการแรงบันดาลใจหรือความรู้ในการสร้างสรรค์ผลงานจากทักษะที่มีอยู่เดิม ซึ่งทั้งสองกลุ่มจะสามารถพัฒนาเป็นแรงขับเคลื่อนให้แกกัน และนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือการบริการรูปแบบใหม่ๆ ขึ้นในอนาคตอีกด้วย

อย่างไรก็ตามการพัฒนาทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากภาครัฐ ภาคการศึกษา โดยเฉพาะการพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีในมหาวิทยาลัย และภาคเอกชน เพื่อให้การพัฒนาสามารถดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง โดยประเด็นที่สำคัญของปัจจัยทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่มีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีตัวอย่างดังนี้

- การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในงานผลิตและออกแบบ เพื่อนำไปสู่การต่อยอดและโอกาสในการพัฒนางานสร้างสรรค์ (Tools for integrate culture and creativity into the value chains of high-end industries)
- การพัฒนาช่องทางการค้าขายออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการพบกันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคโดยตรง (Creation of platform services)

4) ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมสร้างสรรค์ (Creative Environment)

สภาพแวดล้อมหรือแหล่งรวมพื้นที่สร้างสรรค์ ถือว่าเป็นปัจจัยภายนอกที่มีส่วนสำคัญต่อกระบวนการคิดและการผลิตชิ้นงานในแวดวงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นอย่างมาก เนื่องจากความคิดสร้างสรรค์ถือเป็นสิ่งที่อยู่ภายในตัวของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความหลากหลายและแตกต่างกันไป ตามประสบการณ์และการเรียนรู้ที่ประสบพบเจอ โดยการที่คนจะสามารถแสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์นั้นๆ ได้ จำเป็นต้องมีสภาพแวดล้อมหรือพื้นที่ที่เหมาะสมในการแสดงออก ตัวอย่างเช่น การพัฒนาชุมชนหรือย่านสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักออกแบบ ผู้ประกอบการ นำผลงานหรือผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ มาจัดแสดงสู่สายตาประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ เมื่อกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์มารวมตัวกัน จะช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ มุมมอง และทัศนคติต่อกันและกัน ซึ่งจะทำให้ความคิดสร้างสรรค์ยิ่งกระจายวงกว้างออกไปในพื้นที่หรือสังคมนั้นๆ

นอกจากนี้ ยังมีตัวอย่างของปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมอื่นๆ ที่มีผลต่อการเกิดความคิดสร้างสรรค์อีกมากมาย เช่น ศูนย์เรียนรู้ทางด้านงานออกแบบ พื้นที่การสร้างสรรค์ผลงานต่างๆ ที่มีความพร้อมทางด้านเครื่องมือและเครื่องใช้ที่ทันสมัย ศูนย์การค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงอาคารและตึกที่มีรูปแบบทางด้านสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์ก็ถือเป็นจุดกำเนิดของความคิดสร้างสรรค์เช่นกัน โดยประเด็นที่สำคัญของปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมสร้างสรรค์ที่มีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีตัวอย่างดังนี้

- พื้นที่หรือแหล่งรวมความคิดสร้างสรรค์ (Creative Hub) ที่ดึงดูดคนที่อยู่ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มารวมกัน เพื่อแบ่งปันความคิดและความรู้ในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา เช่น สถานที่แสดงดนตรี (Live house) หอศิลป์ (Art Gallery)
- ศูนย์เรียนรู้การออกแบบ (Design center)
- การสร้างพื้นที่ทำงานที่คนสามารถร่วมแบ่งปันและแชร์ความคิดสร้างสรรค์ (Co-working space)
- พื้นที่การสร้างสรรค์ผลงานต่างๆ (Workspace/Lab) ที่มีความพร้อมทั้งในด้านของอุปกรณ์และเครื่องมือที่เหมาะสมต่อการพัฒนาและต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ให้ออกมาเป็นรูปธรรม

5) บทบาทของหน่วยงานภาครัฐ (Role of Government)

ในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีกระบวนการและแนวคิดที่ต่างไปจากอุตสาหกรรมแบบเดิมหรือเก่านั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ภาครัฐต้องเข้ามามีบทบาทให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ให้แก่ผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมนี้ ทั้งในเรื่องของการสนับสนุนทางการเงินและการลงทุน (Funding) ในกิจกรรมที่จำเป็นต่อการพัฒนา รวมถึงการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการและบุคลากร (Training policy or Planning guide) ตลอดจนการส่งเสริมในส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินธุรกิจภายใต้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Public products and service provision) เช่น การลงทุนทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน (การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร) การส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) สนับสนุนการส่งออกผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพและสื่อถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย เพื่อเป็นตัวอย่างให้แก่ผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายอื่นๆ โดยบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่สำคัญและส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีตัวอย่างดังนี้

- โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ จากภาครัฐ (Building infrastructure)
- การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Access to finance)
- การลงทุนในโครงการต่างๆ และการสนับสนุนทางการเงินจากภาครัฐ (Funding)
- การปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property)
- การเปิดตลาดใหม่ๆ ทั้งในและต่างประเทศ โดยการสนับสนุนและส่งเสริมจากภาครัฐ (Open new market)
- มาตรการสนับสนุนการส่งออกผลิตภัณฑ์/สินค้า มาตรการทางภาษีในการนำเข้าเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่จำเป็นในการสร้างสรรค์งาน รวมถึงสิทธิพิเศษทางการค้าต่างๆ (Supporting export markets)

6) ความเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายต่างๆ (Networking / Connectivity)

ความเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายหรือการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มคนต่างๆ ภายใต้ห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมนั้นๆ เนื่องจากการแข่งขันในตลาดที่สูงมากในปัจจุบัน ทั้งการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี ความต้องการและรสนิยมทางด้านแฟชั่น และไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค จึงเป็นเรื่องยากที่ผู้ประกอบการจะสามารถรักษาความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมถึงดำเนินธุรกิจอยู่ได้แต่เพียงผู้เดียว

ดังนั้นผู้ประกอบการในธุรกิจอุตสาหกรรมจึงมีความจำเป็นที่จะต้องจับมือและสร้าง ความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นๆ ที่มีความสำคัญต่อการแข่งขันในตลาด ตั้งแต่ผู้จัดหาวัตถุดิบ ผู้จัดส่ง ผู้สร้างสรรค์งาน สถานที่แสดงสินค้า/งาน และลูกค้า รวมถึงความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานหรือบุคคลที่มีส่วนในการสนับสนุนและพัฒนาขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ ระหว่างเครือข่ายและกลุ่มคนทั้งจากภายในและภายนอกกลุ่มธุรกิจ ที่ก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value-Creation Activities) ตลอดจนการยกระดับศักยภาพในการแข่งขัน (Competitive position) ให้แก่อุตสาหกรรมอีกด้วย โดยประเด็นทางด้านความเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายต่างๆ ที่สำคัญและส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีตัวอย่างดังนี้

- ความเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยและสภาพแวดล้อมในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่างๆ ที่มีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกัน (Connectivity between each factor)
- การประสานการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมอย่างมีบูรณาการ (Cooperation and Partnership between Organizations)
- ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในระบบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ
- ระดับความร่วมมือและการรวมกลุ่มของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม

จากการศึกษาปัจจัยและสภาพแวดล้อมในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ดังกล่าวในข้างต้น ในการดำเนินงานการจัดทำโครงการแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ จึงอาศัยกรอบแนวคิดในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้ มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและรวบรวมข้อมูลสถานการณ์ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้ง 2 อุตสาหกรรมเป้าหมาย พร้อมทั้งศึกษาปัจจัยหรือสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการพัฒนาผู้ประกอบการที่ควรได้รับการสนับสนุนเป็นลำดับแรกต่อไป

ตัวอย่างการใช้กรอบ 6 องค์ประกอบหลักของ Creative Ecosystem ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยพิจารณาจากสถานการณ์เบื้องต้นของแต่ละอุตสาหกรรม พร้อมทั้งนำประเด็นต่างๆ ในปัจจัยแต่ละส่วนมาพิจารณา เพื่อเป็นข้อมูลตั้งต้นสำหรับการวิเคราะห์ และจัดทำแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ โดยมีตัวอย่างการใช้กรอบแนวคิดมาวิเคราะห์ข้อมูลตามกรอบองค์ประกอบหลัก ดังนี้

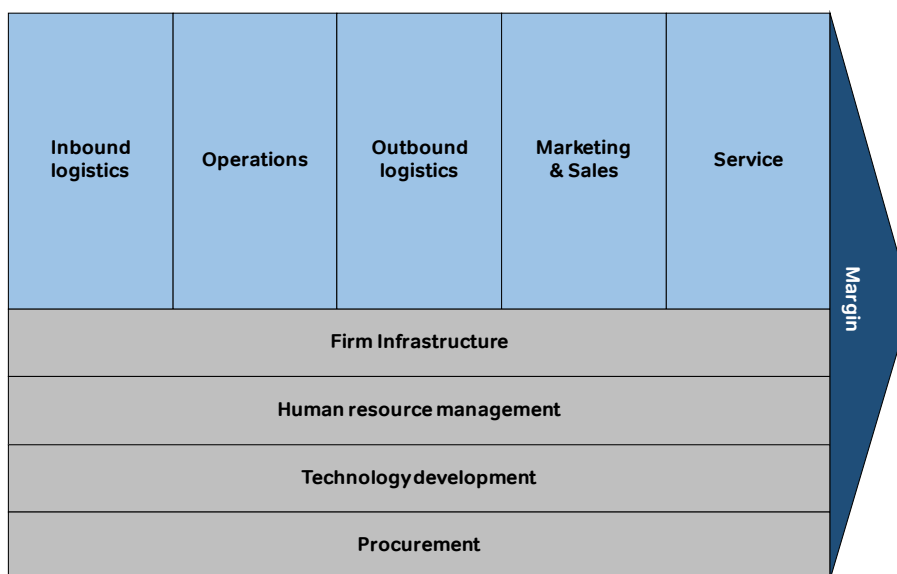


ภาพที่ 14 ตัวอย่างการใช้ 6 องค์ประกอบหลักของ Creative Ecosystem ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

2.2.2 กรอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของพอร์เตอร์ (Porter's Value Chain Analysis)

นอกจากกรอบปัจจัยในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้ง 6 ปัจจัยในข้างต้นแล้วนั้น การศึกษาในครั้งนี้จะใช้กรอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของพอร์เตอร์ (Porter's Value Chain Analysis) ในการศึกษาห่วงโซ่มูลค่าในแต่ละอุตสาหกรรม เพื่อเป็นการทำความเข้าใจกระบวนการสร้างมูลค่าของแต่ละอุตสาหกรรม รวมถึงผู้เล่นที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม กิจกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอน และวิเคราะห์ถึงประเด็นปัญหาของแต่ละขั้นตอน เป็นต้น โดยกรอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า มีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 15 กรอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของพอร์เตอร์ (Porter's Value Chain Analysis)

กรอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่านี้ มักใช้กับการวิเคราะห์กิจกรรมที่เกิดขึ้นในบริษัทหนึ่งๆ โดยจะแบ่งกิจกรรมที่เกิดขึ้น เป็น 2 ระดับ ประกอบด้วย กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Supporting Activities) โดยมีรายละเอียดดังนี้

กิจกรรมหลัก (Primary Activities) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการ การตลาด และการขนส่งสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วย 5 กิจกรรมหลัก คือ

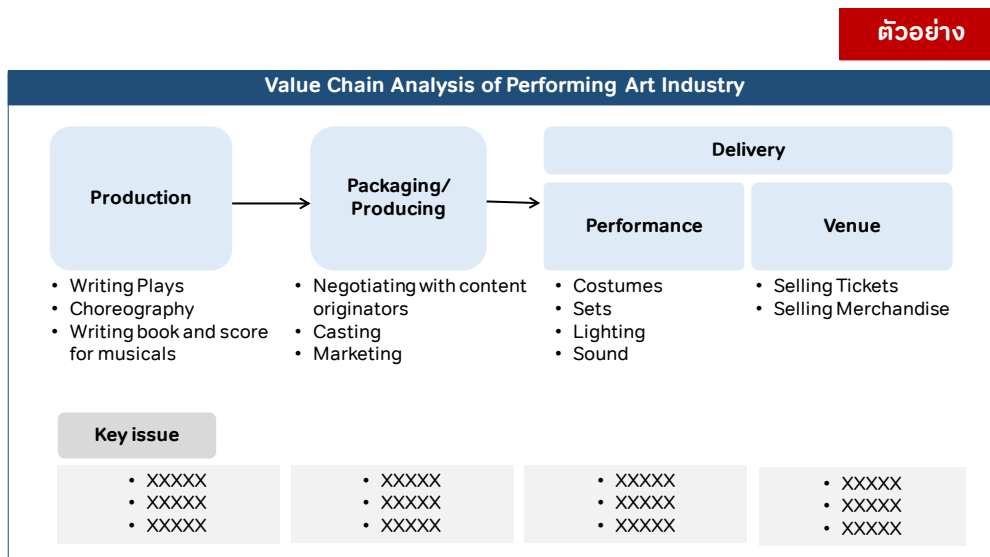
1. การขนส่งขาเข้า (Inbound Logistics): คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้รับหรือขนส่ง รวมถึงการจัดเก็บ และ แจกจ่ายวัตถุดิบ ก่อนเข้ากระบวนการในการแปรรูป
2. การปฏิบัติการ (Operations): คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปวัตถุดิบ ให้เกิดเป็นสินค้าหรือบริการ ซึ่งครอบคลุมทั้งกระบวนการผลิต และกระบวนการบรรจุ เป็นต้น
3. การขนส่งขาออก (Outbound Logistics): คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่ายสินค้า หรือบริการไปยังลูกค้า
4. การตลาดและการขาย (Marketing and Sales): คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการชักชวนให้เกิดการซื้อขาย รวมถึงการโฆษณา และช่องทางในการจัดจำหน่าย เป็นต้น
5. การบริการ (Services): คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า หรือการบริการ หลังการขาย เป็นต้น

กิจกรรมสนับสนุน (Supporting Activities) เป็นกิจกรรมที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมหลักให้ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งประกอบไปด้วย 4 กิจกรรมหลัก คือ

1. โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure): เช่น ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการของ องค์กร เป็นต้น
2. การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management): คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลขององค์กร ซึ่งรวมทั้งการวิเคราะห์งาน การสรรหาและคัดเลือก การประเมินผล การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะ หรือแรงงานสัมพันธ์ เป็นต้น
3. การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development): คือ กิจกรรมที่เป็นการพัฒนาเทคโนโลยีที่สามารถ เพิ่มคุณค่า หรือพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการให้มีประสิทธิภาพ หรือมีมูลค่ามากยิ่งขึ้น
4. การจัดซื้อจัดหา (Procurement): คือ กิจกรรมการจัดซื้อจัดหาปัจจัยนำเข้า (input) อันได้แก่วัตถุดิบ หรือ เครื่องจักร มาใช้ในกิจกรรมหลัก

จากกรอบแนวคิดในข้างต้น สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าในระดับอุตสาหกรรมได้ เนื่องจากห่วงโซ่มูลค่าในระดับอุตสาหกรรม แท้จริงแล้ว เปรียบเสมือนการมองภาพกระบวนการเพิ่มมูลค่าในระดับ อุตสาหกรรม โดยมีขั้นตอนหรือองค์ประกอบของกิจกรรมที่เป็นภาพรวมของบริษัทหรือเอกชนที่เกี่ยวข้องในแต่ละ กระบวนการ จนได้ภาพกระบวนการเพิ่มมูลค่าของทั้งอุตสาหกรรม

ดังนั้น การใช้กรอบแนวคิดนี้มาวิเคราะห์และจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา ซึ่งจะทำให้สามารถเข้าใจกระบวนการสร้างมูลค่าในแต่ละอุตสาหกรรม รวมถึงเข้าใจผู้เล่นหลักในแต่ละกระบวนการ และกิจกรรมที่เกิดขึ้นทั้งหมดในอุตสาหกรรมได้ ทั้งนี้ ภายหลังจากที่ทำการเก็บรวบรวมรายละเอียดมาวิเคราะห์กระบวนการเพิ่มมูลค่าของแต่ละอุตสาหกรรมนั้น จะทำให้เห็นว่า ในปัจจุบันกระบวนการสร้างมูลค่าของแต่ละอุตสาหกรรมนั้น มีปัญหาที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมนั้นๆ ในขั้นตอนใด ซึ่งจะทำให้สามารถวิเคราะห์เชิงภาพรวมของอุตสาหกรรมได้ดีมากยิ่งขึ้น โดยมีตัวอย่างผลลัพธ์การนำกรอบแนวคิดนี้มาวิเคราะห์ในแผนภาพถัดไป



ภาพที่ 16 ตัวอย่างการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า

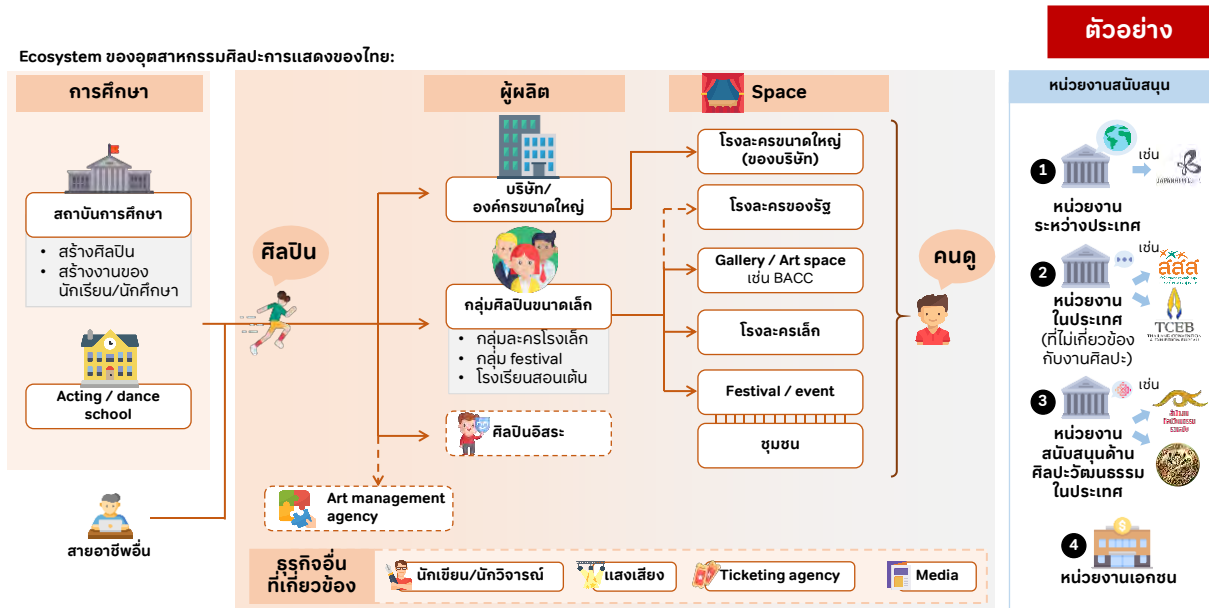
ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

2.2.3 ตัวอย่างผลลัพธ์การวิเคราะห์ข้อมูลที่คาดหวัง (Expected Output)

ทั้งนี้ จากกรอบแนวคิดทั้งสองที่ได้นำเสนอไปข้างต้น เป็นกรอบแนวคิดที่จะช่วยในการรวบรวมข้อมูลและสนับสนุนการวิเคราะห์ในองค์ประกอบของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในสาขาเป้าหมาย คือ อุตสาหกรรมการพิมพ์ (Publishing Industry) โดยมีตัวอย่างผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

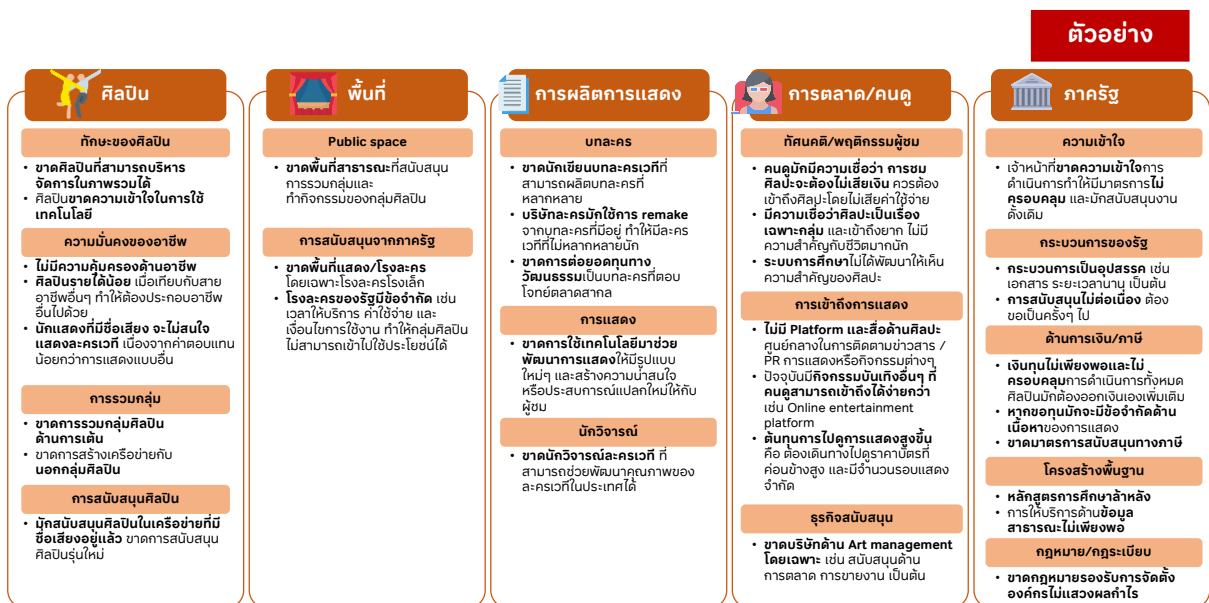
- ระบบนิเวศ (Ecosystem) ของแต่ละอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยในปัจจุบัน
- การสรุปประเด็นปัญหาและช่องว่างการพัฒนาที่สำคัญ (Industry's Key Issue) ที่เป็นอุปสรรคของการพัฒนาของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในแต่ละสาขา
- แผนภาพความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้อง (Creative Content Industry Map)

โดยมีตัวอย่างผลลัพธ์การสรุปผลการวิเคราะห์ของแต่ละอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในแผนภาพดังนี้



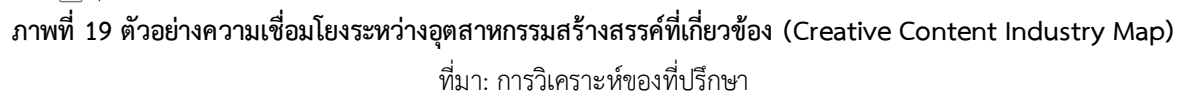
ภาพที่ 17 ตัวอย่างการวิเคราะห์ระบบนิเวศของอุตสาหกรรม (Ecosystem)

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा



ภาพที่ 18 ตัวอย่างสรุปประเด็นปัญหาของอุตสาหกรรม (Industry's Key Issue)

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा



บทที่ 3 สถานการณ์ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (Publishing)

ภายหลังจากที่ได้กำหนดขอบเขตการศึกษา ในส่วนการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตามที่ได้นำเสนอไปข้างต้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและจัดทำแนวทางการพัฒนาในอนาคตนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่ต้องทำความเข้าใจข้อมูลสถานการณ์ในภาพรวมของอุตสาหกรรมการพิมพ์ ทั้งในบริบทภาพรวมของโลก และในบริบทของประเทศไทยโดยข้อมูลในส่วนต่อไปนี้จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ประกอบด้วย

- สถานการณ์ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ในระดับสากล
- สถานการณ์ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของประเทศไทย

โดยมีรายละเอียดของแต่ละหัวข้อ ดังต่อไปนี้

3.1 สถานการณ์ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ในระดับสากล

ในส่วนแรก เป็นการนำเสนอข้อมูลในภาพรวมของอุตสาหกรรมการพิมพ์ในบริบทระดับสากล เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจต่อข้อมูลเบื้องต้นของอุตสาหกรรมการพิมพ์ ประกอบกับข้อมูลสถานการณ์ในบริบทระดับสากล โดยอาศัยการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และประกอบจากข้อมูลทั้ง เชิงปริมาณ (Quantitative Data) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการสร้างความเข้าใจต่อบริบทและสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการพิมพ์ในระดับสากล ทั้งนี้ การนำเสนอจะแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อ ประกอบด้วย

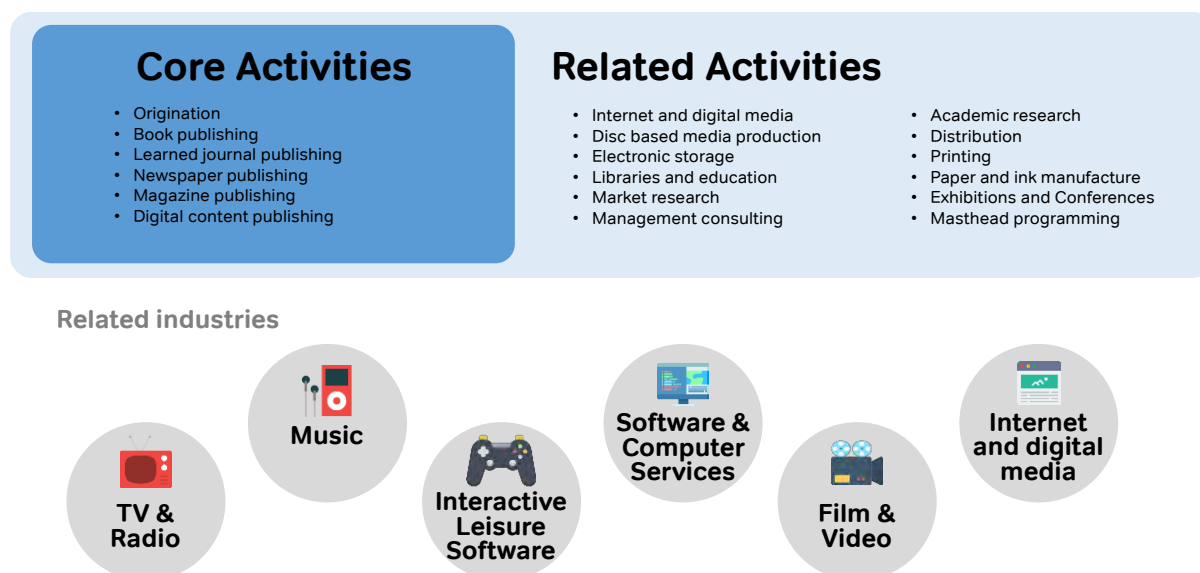
- กิจกรรมหลักและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องของอุตสาหกรรมการพิมพ์
- ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมการพิมพ์
- ข้อมูลทางสถิติของอุตสาหกรรมการพิมพ์ในระดับสากล
- แนวโน้มสำคัญของอุตสาหกรรมการพิมพ์ (Publishing)

โดยมีรายละเอียดของแต่ละหัวข้อ ดังต่อไปนี้

3.1.1 กิจกรรมหลักและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องของอุตสาหกรรมการพิมพ์

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ความเป็นไปของอุตสาหกรรมการพิมพ์ในเชิงลึกต่อไป ในหัวข้อนี้ จะเป็นการทำความเข้าใจกิจกรรมหลักและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องของอุตสาหกรรมการพิมพ์โดยกระทรวงดิจิทัลวัฒนธรรม สื่อ และกีฬา (Department for Digital, Culture, Media & Sport) ของสหราชอาณาจักร ได้เผยแพร่รายงาน ‘Creative Industries Mapping Documents 2001’ ซึ่งเป็นข้อมูลภาพรวมของแต่ละอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของสหราชอาณาจักร ทั้งหมด 13 อุตสาหกรรม รวมถึงอุตสาหกรรมการพิมพ์ (Publishing Industry)

จากเอกสารชุดดังกล่าว มีการนำเสนอข้อมูลภาพรวมของอุตสาหกรรมการพิมพ์ (Publishing) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมหลัก (Core activity) และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง (Related activity) ของการพิมพ์ รวมถึงอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องของอุตสาหกรรมการพิมพ์ในบริบทของสหราชอาณาจักร โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพที่ 20 กิจกรรมและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์
ที่มา: Creative Industries Mapping Documents 2001, GOV.UK

สำหรับ**กิจกรรมหลัก (Core activity)** ของอุตสาหกรรมการพิมพ์นั้น หากเป็นบริบทของสหราชอาณาจักร จะหมายรวมถึง การสร้างเนื้อหา การพิมพ์หนังสือ การพิมพ์บทความวิชาการ การพิมพ์หนังสือพิมพ์ การพิมพ์นิตยสาร และการพิมพ์เนื้อหาดิจิทัล

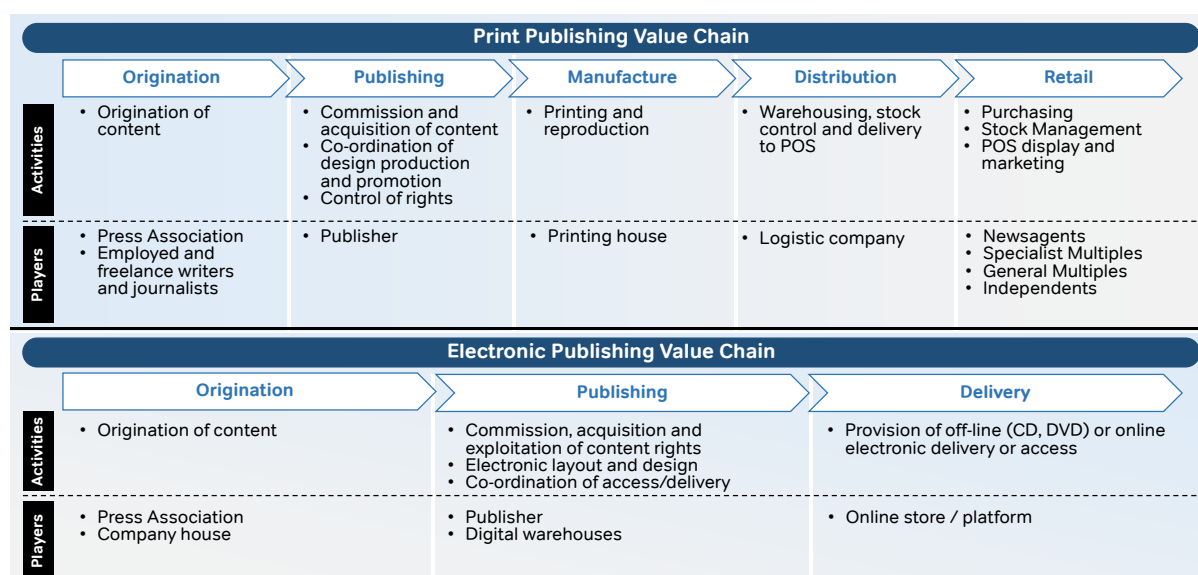
ในขณะที่**กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง (Related activity)** หรือกิจกรรมสนับสนุนการดำเนินการหลักของการพิมพ์นั้น จะหมายรวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อดิจิทัล การผลิตสื่อวีดิทัศน์ การจัดเก็บในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ การศึกษาและห้องสมุด การวิจัยด้านการตลาด การให้คำปรึกษาด้านการบริหารจัดการ การวิจัยวิชาการ การกระจายสินค้า การพิมพ์ การผลิตกระดาษและน้ำหมึก การจัดประชุมและนิทรรศการ และการจัดรายการในสื่ออื่นโดยใช้ชื่อเดียวกับนิตยสาร (Masthead programming) เป็นต้น

นอกจากในมุมมองของกิจกรรมแล้วนั้น การพิมพ์ สามารถเกี่ยวข้องและมีความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมอื่นๆ ได้อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น อุตสาหกรรมโทรทัศน์และวิทยุ อุตสาหกรรมดนตรี อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เพื่อการพักผ่อน อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์และคอมพิวเตอร์ อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และอุตสาหกรรมสื่ออินเทอร์เน็ตและดิจิทัล

จากข้อมูลข้างต้น สามารถทำให้เข้าใจได้ว่า หากกล่าวถึงการพิมพ์ (Publishing) หรืออุตสาหกรรมการพิมพ์ นั้น ในภาพรวมระดับสากล จะกล่าวถึงกิจกรรมใด เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและอุตสาหกรรมอื่นๆ อะไรบ้าง ซึ่งทำให้เข้าใจการดำเนินการของอุตสาหกรรม และอุตสาหกรรมใกล้เคียงได้มากขึ้น ทั้งนี้ จากการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น ลำดับถัดไป จะเป็นการนำเสนอรายละเอียดของกิจกรรมและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรม การพิมพ์ โดยมีรายละเอียดในหัวข้อต่อไปนี้

3.1.2 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมการพิมพ์

ลำดับต่อไป เป็นการนำเสนอข้อมูลห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการพิมพ์ ซึ่งแสดงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ กิจกรรมหลักในกระบวนการผลิต รวมถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักของแต่ละกระบวนการ ข้อมูลในส่วนนี้จะทำให้เห็นภาพ มากยิ่งขึ้นว่าในอุตสาหกรรมการพิมพ์ มีส่วนเกี่ยวข้องกับหน่วยงานประเภทใดบ้าง และหน่วยงานต่างๆ มีบทบาท อย่างไรกับกระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมการพิมพ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 21 ห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการพิมพ์ (Value Chain of Publishing Industry)

ที่มา: Creative Industries Mapping Documents 1998, GOV.UK

บทความ ‘Do readers dream of electronic books?’ โดย Kearney และการวิเคราะห์ของทีปภิรภา

จากแผนภาพข้างต้น จะเห็นได้ว่าห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการพิมพ์ สามารถจำแนกเป็น 2 ส่วน คือ ห่วงโซ่คุณค่าของการพิมพ์แบบดั้งเดิม (Print Publishing Value Chain) และห่วงโซ่คุณค่าของการพิมพ์ อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Publishing Value Chain) สำหรับ ห่วงโซ่คุณค่าของการพิมพ์แบบดั้งเดิม (Print Publishing Value Chain) มีรายละเอียดกิจกรรมหลักและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน มีรายละเอียด ดังนี้

1. การสร้างคอนเทนต์ (Content Origination) คือ กระบวนการสร้างเนื้อหาสาระของสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นการสร้างต้นฉบับ ผ่านการเขียน การออกแบบ เป็นต้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สมาคมสื่อ หรือนักเขียน นักเขียนข่าว นักหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

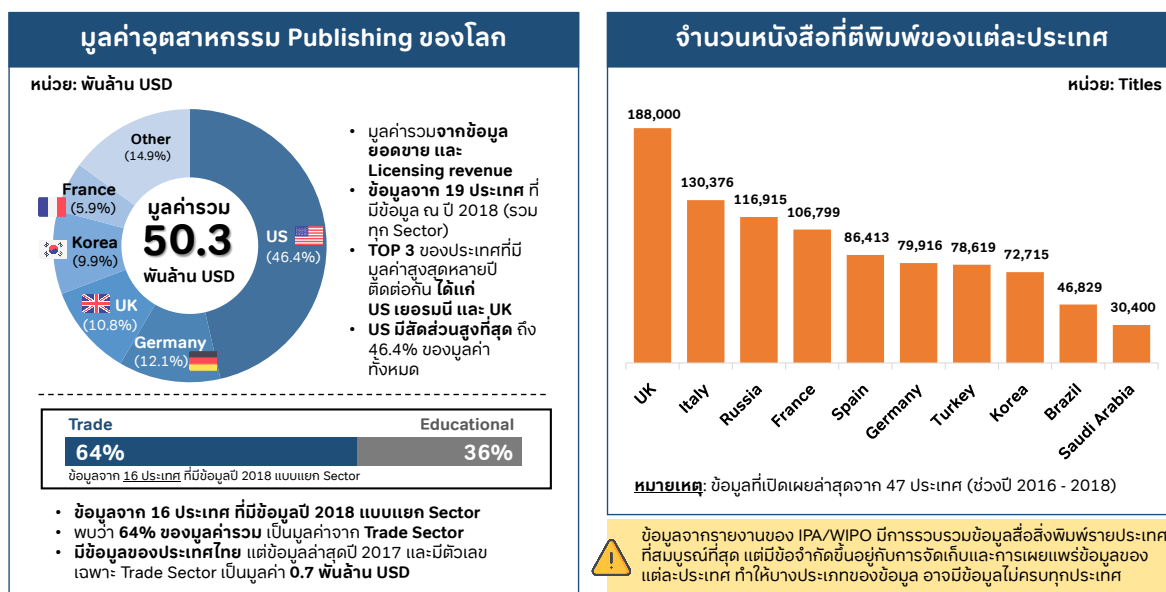
2. **กิจการการพิมพ์ (Publishing)** คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของสำนักพิมพ์ เช่น การจัดการเรื่องกรรมสิทธิ์และการได้มาซึ่งเนื้อหา (Content) การประสานงานด้านงานออกแบบและการตลาด การควบคุมลิขสิทธิ์ เป็นต้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักพิมพ์
3. **การผลิต (Manufacture)** คือ กระบวนการผลิตสิ่งพิมพ์ หรือรูปเล่มต่างๆ และการผลิตซ้ำ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ โรงพิมพ์ หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสิ่งพิมพ์
4. **การกระจายสินค้า (Distribution)** คือ กระบวนการจัดเก็บสิ่งพิมพ์ การจัดการสินค้าในคลัง และการขนส่งไปยังจุดขายต่างๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ธุรกิจโลจิสติก ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง
5. **การขายปลีก (Retail)** คือ การขายสินค้าไปยังลูกค้าสุดท้าย (End customer) ซึ่งจะรวมถึงกิจกรรมจัดการในร้าน รวมถึงการวางขายและการตลาด หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ร้านขายหนังสือต่างๆ เป็นต้น

ในขณะที่ ห่วงโซ่คุณค่าของการพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Publishing Value Chain) มีรายละเอียดกิจกรรมหลักและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ซึ่งรายละเอียดการดำเนินการหลายส่วน จะคล้ายกันกับการพิมพ์แบบดั้งเดิม จะต่างกันในกระบวนการการพิมพ์หรือการผลิตที่ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นตัวกลาง แทนการใช้กระดาษ หรือสื่อของการพิมพ์แบบดั้งเดิม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. **การสร้างคอนเทนต์ (Content Origination)** คือ จะคล้ายกับการพิมพ์แบบดั้งเดิม เป็นกระบวนการสร้างเนื้อหาสาระของสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นการสร้างต้นฉบับ ผ่านการเขียน การออกแบบ เป็นต้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สมาคมสื่อ หรือนักเขียน นักเขียนข่าว นักหนังสือพิมพ์ หรือธุรกิจการสร้างคอนเทนต์ เป็นต้น
2. **กิจการการพิมพ์ (Publishing)** คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของสำนักพิมพ์ เช่น การจัดการเรื่องกรรมสิทธิ์และการได้มาซึ่งคอนเทนต์ การควบคุมลิขสิทธิ์ เป็นต้น แต่ความแตกต่างจะเป็นกระบวนการจัดการสื่อที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การออกแบบ การประสานกับช่องทางการจัดส่งสิ่งพิมพ์ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักพิมพ์ ผู้ให้บริการการจัดเก็บดิจิทัล เป็นต้น
3. **การนำส่ง (Delivery)** คือ กระบวนการนำส่งสื่อคอนเทนต์ไปยังผู้บริโภค โดยช่องทางการนำส่งจะแตกต่างจากการนำส่งสิ่งพิมพ์แบบดั้งเดิม แต่จะผ่านช่องทางดิจิทัลเป็นสำคัญ เช่น ผ่านเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เป็นต้น

3.1.3 ข้อมูลทางสถิติของอุตสาหกรรมการพิมพ์ในระดับสากล

ในส่วนนี้ จะเป็นการนำเสนอข้อมูลสถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมการพิมพ์ในระดับสากล ซึ่งจะใช้ข้อมูลเชิงสถิติ จากข้อมูลรายงาน ‘The Global Publishing Industry 2018’ ซึ่งเป็นรายงานรายปีปีล่าสุดที่มีการเผยแพร่ โดยความร่วมมือระหว่าง 2 องค์กร คือ International Publishers Association (IPA) และ World Intellectual Property Organization (WIPO) ทำการรวบรวมข้อมูล ทั้งข้อมูลทุติยภูมิจากเครือข่ายหน่วยงานต่างๆ ในหลายประเทศทั่วโลก รวมถึงข้อมูลจากการสำรวจเพิ่มเติมโดย IPA/WIPO เอง โดยมีข้อมูลที่น่าสนใจ ดังนี้



ภาพที่ 22 มูลค่าของอุตสาหกรรมการพิมพ์และจำนวนหนังสือที่ตีพิมพ์ของแต่ละประเทศ

ที่มา: รายงาน ‘The Global Publishing Industry 2018’ ตีพิมพ์เมื่อปี 2019 โดย IPA/WIPO

จากแผนภาพข้างต้น ข้อมูลส่วนแรก คือข้อมูลมูลค่าของอุตสาหกรรมการพิมพ์รายประเทศจากทั้งหมด 19 ประเทศ ที่มีรายงานข้อมูลมูลค่าของอุตสาหกรรมการพิมพ์รายประเทศ และเป็นข้อมูล ณ ปี ค.ศ. 2018 โดยเมื่อเรียงลำดับมูลค่าของอุตสาหกรรมการพิมพ์ โดยใช้ข้อมูลยอดขายและรายได้จากการอนุญาตให้ใช้สิทธิ (Licensing revenue) พบว่ามีมูลค่ารวม 19 ประเทศ มีมูลค่ากว่า 50.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยประเทศที่มีมูลค่าของอุตสาหกรรมการพิมพ์มากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (มูลค่าคิดเป็นร้อยละ 46.4 ของมูลค่ารวม) เยอรมนี (มูลค่าคิดเป็นร้อยละ 12.1 ของมูลค่ารวม) สหราชอาณาจักร (มูลค่าคิดเป็นร้อยละ 10.8 ของมูลค่ารวม) เกาหลี (มูลค่าคิดเป็นร้อยละ 9.9 ของมูลค่ารวม) และฝรั่งเศส (มูลค่าคิดเป็นร้อยละ 5.9 ของมูลค่ารวม)

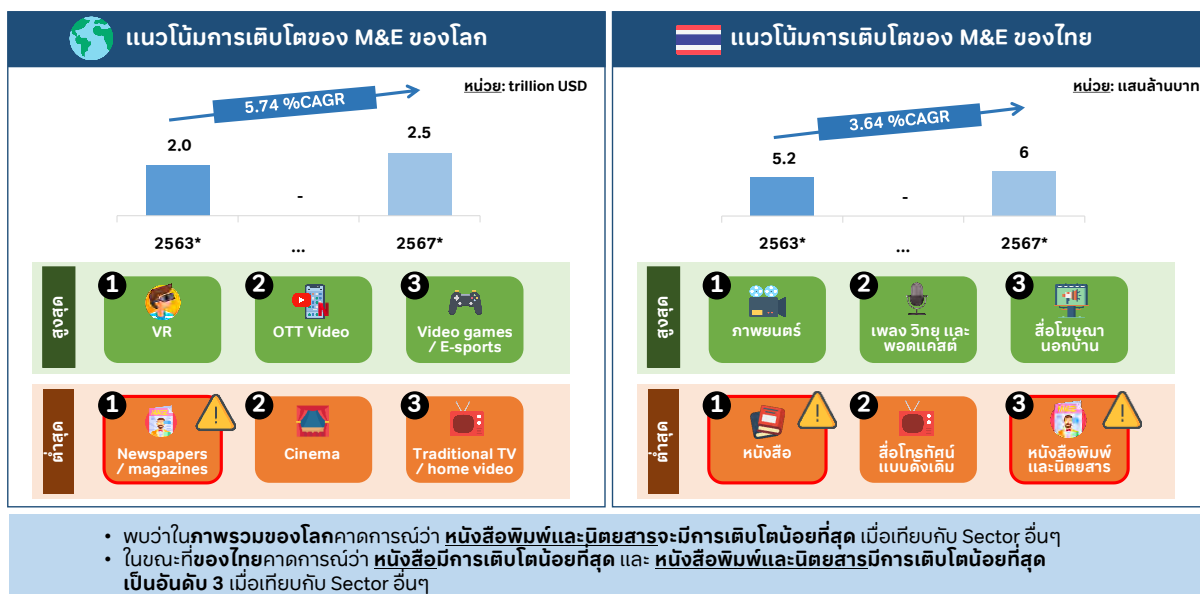
ทั้งนี้ หากนำข้อมูลที่มีการเผยแพร่แบบแยกเป็น Sector สิ่งพิมพ์ในภาคการค้า (Trade Sector) และสิ่งพิมพ์ในภาคการศึกษา (Educational Sector) โดยอาศัยข้อมูลจาก 16 ประเทศ (ไม่รวมอีก 3 ประเทศที่มีข้อมูลปี ค.ศ. 2018 ที่ไม่ได้แยกมูลค่าราย Sector) พบว่าร้อยละ 64 ของมูลค่ารวมจาก 16 ประเทศนั้น เป็นสัดส่วนมูลค่าจาก Trade Sector และร้อยละ 36 ของมูลค่ารวม มาจาก Educational Sector ทั้งนี้ รายงานดังกล่าวมีแสดงข้อมูลของประเทศไทย แต่เป็นข้อมูลที่ไม่เป็นปัจจุบัน คือข้อมูลของปีค.ศ. 2017 และเป็นมูลค่าจาก Trade Sector เท่านั้น โดยมีมูลค่าสิ่งพิมพ์ จาก Trade Sector อยู่ที่ 704.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

นอกจากนี้ ข้อมูลอีกประเภทที่มีการเปิดเผยในรายงานดังกล่าว คือข้อมูลสถิติของจำนวนหนังสือที่มีการตีพิมพ์ (Number of Titles Published) โดยใช้ข้อมูลรายประเทศปีล่าสุดที่มีการเปิดเผยในช่วงปี 2016-2018 พบว่าสหราชอาณาจักร มีจำนวนหนังสือที่ตีพิมพ์รวมมากที่สุดอยู่ที่ 188,000 เรื่อง รองลงมาคือ อิตาลี 130,376 เรื่อง และ รัสเซีย 116,915 เรื่อง ตามลำดับ (ข้อมูลประเทศอื่นๆ แสดงในแผนภาพข้างต้น) ทั้งนี้ รายงานดังกล่าวมีแสดงข้อมูลของประเทศไทย แต่เป็นข้อมูลที่ไม่เป็นปัจจุบัน เป็นข้อมูลของปีค.ศ. 2017 และเฉพาะจาก Trade Sector เท่านั้น โดยมีจำนวนหนังสือที่ตีพิมพ์จาก Trade Sector อยู่ที่ 6,750 เรื่อง

ประเด็นสำคัญที่ถูกกล่าวถึงในรายงานดังกล่าว คือข้อจำกัดเกี่ยวกับการเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้นำเสนอในข้างต้น เนื่องจากข้อมูลของแต่ละประเทศได้รับรายงานมาจากหน่วยงานที่รับผิดชอบหรือมีข้อมูลในประเทศนั้นๆ ที่มีวิธีการจัดเก็บข้อมูล การจำแนกข้อมูล หรือการสรุปข้อมูลที่แตกต่างกันไป รวมถึงมีข้อมูลล่าสุดของแต่ละประเทศที่แตกต่างกันอีกด้วย ดังนั้น ข้อมูลข้างต้นเป็นเพียงการแสดงผลข้อมูลที่ทำให้เห็นภาพรวมของอุตสาหกรรมการพิมพ์จากนานาประเทศ แต่มีข้อจำกัดในการเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างประเทศ เนื่องจากกระบวนการจัดเก็บข้อมูลที่แตกต่างกันนั่นเอง ดังนั้น การนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ต่อไปนั้น จะต้องพิจารณาข้อจำกัดของข้อมูลข้างต้นด้วย

3.1.4 แนวโน้มสำคัญของอุตสาหกรรมการพิมพ์ (Publishing)

นอกจากข้อมูลเชิงสถิติที่สามารถอธิบายสถานการณ์ในภาพรวมของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของต่างประเทศแล้วนั้น ลำดับต่อไปเป็นการนำเสนอทิศทางแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิง (Entertainment and Media) ที่ตีพิมพ์ใน รายงาน ‘Global Entertainment & Media (E&M) Outlook 2020-2024’ โดย PwC ซึ่งได้คาดการณ์มูลค่าของอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิง รวมถึงการเติบโตของแต่ละ Sector ของสื่อแต่ละประเภทในระยะเวลาจากปี ค.ศ. 2020 – 2024 ว่าแต่ละ Sector นั้นจะมีการเติบโตเป็นอย่างไรในอีก 5 ปีข้างหน้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงเศรษฐกิจกำลังจะฟื้นตัวจากผลกระทบของการระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยมีการคาดการณ์ไว้ ดังนี้



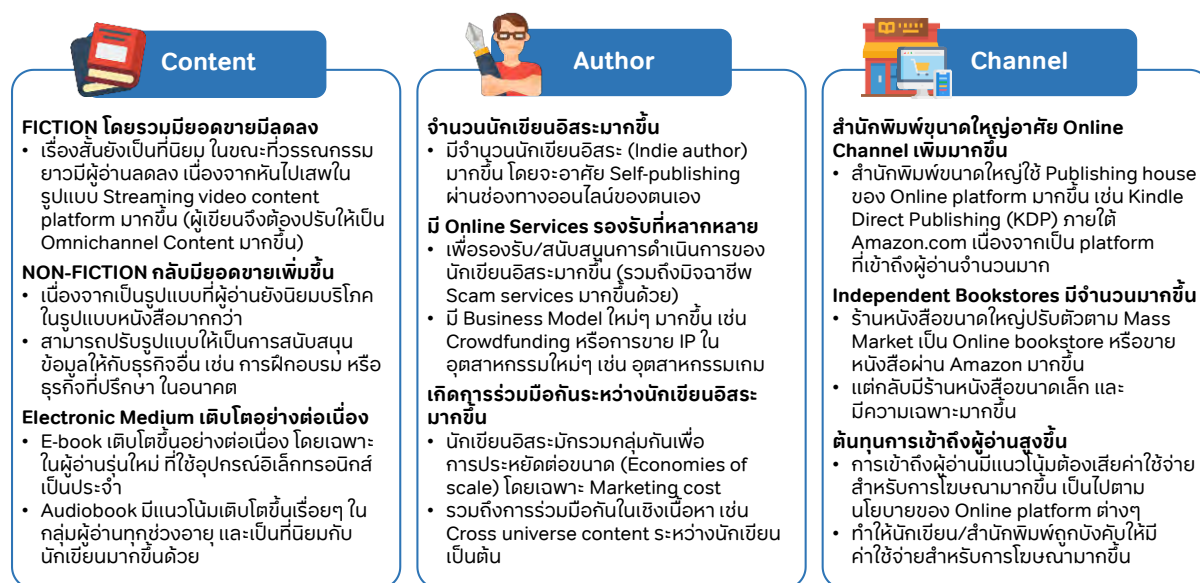
ภาพที่ 23 แนวโน้มสถานการณ์อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิง (E&M) ของโลกและของไทย
ที่มา: รายงาน ‘Global Entertainment & Media (E&M) Outlook 2020-2024’ โดย PwC
และเว็บไซต์ The Standard (เมื่อวันที่ 27 มกราคม 2564)

จากแผนภาพข้างต้น แสดงให้เห็นตัวเลขการคาดการณ์มูลค่าของอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงของโลก จะเติบโตเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 5.74 จากปี พ.ศ. 2563 – 2567 โดยคาดว่าจะมีมูลค่ารวมอยู่ที่ 2.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ.2563 หากพิจารณารายภาค (Sector) พบว่าภาคที่จะมีการเติบโตเชิงมูลค่ามากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ Virtual Reality (VR) รองลงมาคือ Over-The-Top Video (OTT) หรือการรับชมวิดีโอผ่าน streaming platform ต่างๆ และ วิดีโอเกมและอีสปอร์ต ตามลำดับ ในทางกลับกัน Sector ที่จะมีอัตราการเติบโตคาดการณ์ต่ำที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร โรงภาพยนตร์ และ โทรทัศน์แบบดั้งเดิม ตามลำดับ

นอกจากนี้ หากพิจารณาการคาดการณ์ของอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงของไทย พบว่ามีการคาดการณ์อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ร้อยละ 3.64 โดยคาดว่าจะมีมูลค่ารวมอยู่ที่ 6 แสนล้านบาทในปีพ.ศ. 2567 หากพิจารณาราย Sector พบว่า Sector ที่จะมีการเติบโตเชิงมูลค่ามากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ภาพยนตร์ เพลง วิทย์ และ พอดแคสต์ และ สื่อโฆษณานอกบ้าน ตามลำดับ ในทางกลับกัน Sector ที่จะมีอัตราการเติบโตคาดการณ์ต่ำที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ หนังสือ โทรทัศน์แบบดั้งเดิม และ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร ตามลำดับ

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้เห็นว่า เทคโนโลยีมีผลต่อช่องทางการบริโภคสื่อแต่ละประเภท โดยเป็นเรื่องที่ควรกังวลว่า อุตสาหกรรมการพิมพ์ ถูกคาดการณ์ว่าอยู่ในช่วงถดถอยในเชิงการเติบโตของมูลค่าของอุตสาหกรรม ทั้งในบริบทภาพรวมของโลก และบริบทของประเทศไทย สังเกตได้จาก Sector หนังสือพิมพ์และนิตยสาร และหนังสือ ต่างก็มีการคาดการณ์ว่าจะมีการเติบโตน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อประเภทอื่นๆ

ทั้งนี้ นอกจากข้อมูลการคาดการณ์เชิงสถิติที่คาดการณ์การเติบโตของสิ่งพิมพ์ โดยเปรียบเทียบกับสื่อประเภทอื่นๆ ตามที่ได้นำเสนอในข้างต้นนั้น ทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการพิมพ์ ต่างก็ต้องมีการปรับตัวกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยหากพิจารณาทิศทางการปรับตัวแบบแยกแต่ละส่วนของอุตสาหกรรมการพิมพ์ พบว่าบางธุรกิจก็ได้รับผลกระทบทางลบ จากการพัฒนาของเทคโนโลยีต่างๆ แต่ในขณะเดียวกัน บางส่วนในอุตสาหกรรมกลับได้รับประโยชน์จากการพัฒนาของเทคโนโลยี โดยจากการรวบรวมข้อมูลในเบื้องต้น สามารถสรุปแนวโน้มสำคัญ ในเชิงการปรับตัว / การเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมการพิมพ์ โดยแบ่งเป็น 3 ด้านหลักๆ คือ แนวโน้มเกี่ยวกับคอนเทนต์ (Content) แนวโน้มเกี่ยวกับนักเขียน (Author) และ แนวโน้มเกี่ยวกับช่องทางการนำส่งสิ่งพิมพ์ (Channel) โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 24 แนวโน้มสำคัญของอุตสาหกรรมการพิมพ์

ที่มา: ข้อมูลจาก WrittenWordMedia, บทความ โดย Paul Perry และการวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

1. เนื้อหา (Content)

จากข้อมูลการสำรวจและสัมภาษณ์ ในบริบทของสหรัฐอเมริกา พบว่างานเขียนประเภท นิยาย (Fiction) มียอดขายโดยรวมที่ลดลง นิยายที่เป็นเรื่องสั้นอาจยังมีตัวเลขจำนวนผู้อ่านไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ในขณะที่นิยายที่เป็นวรรณกรรมยาวกลับมีจำนวนผู้อ่านลดลง ส่วนหนึ่งให้ความเห็นว่าเป็นผลกระทบจากการเปลี่ยนไปบริโภคคอนเทนต์ในรูปแบบอื่นมากกว่า โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของแพลตฟอร์ม Streaming Video Content โดยเฉพาะการนำนิยายไปผลิตเป็นภาพยนตร์หรือซีรีส์มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคหันไปรับข้อมูลในรูปแบบวิดีโอมากกว่าการอ่านนั่นเอง ในขณะเดียวกันก็เป็นโอกาสให้กับนักเขียน หรือผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์งานเขียนต่างๆ เนื่องจากสามารถขายสิทธิในการเขียนไปผลิตในรูปแบบอื่นๆ มากกว่าในรูปแบบหนังสือได้อีกด้วย

คอนเทนต์ในรูปแบบสารคดี (Non-fiction) กลับมียอดขายมากขึ้น เนื่องจากเป็นประเภทคอนเทนต์ที่ผู้บริโภคนิยมรับสารผ่านการอ่านมากกว่าการชมผ่านวิดีโอ นอกจากนี้ข้อมูลในเนื้อหาประเภทสารคดี คือเป็นข้อมูลที่เป็นความจริง ดังนั้นจึงสามารถใช้ประโยชน์ในการเป็นข้อมูลอ้างอิงให้กับการใช้ประโยชน์ในด้านอื่นๆ ได้อีกด้วย เช่น การเป็นข้อมูลสนับสนุนเชิงธุรกิจ การฝึกอบรม หรือธุรกิจที่ปรึกษา เป็นต้น

งานเขียนบนสื่อดิจิทัลต่างๆ ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากเข้าถึงง่าย สะดวก มีความยืดหยุ่นมากกว่าสื่อแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้อ่านอายุน้อยและกลุ่มเยาวชน ที่มีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์มือถือ หรือแท็บเล็ตต่างๆ อยู่แล้ว นอกจากนี้ พบว่าจำนวนผู้อ่านในรูปแบบหนังสือเสียง (Audiobook) ก็กำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มนักอ่านทุกช่วงอายุในปัจจุบันมากขึ้น

2. นักเขียน (Author)

ปัจจุบันพบว่าจำนวนนักเขียนอิสระมากขึ้น ทั้งประเภทนักเขียนอิสระเป็นอาชีพที่ไม่ได้สังกัดสำนักพิมพ์ และนักเขียนอิสระที่เขียนเป็นงานอดิเรก ซึ่งเป็นผลกระทบจากการพัฒนาของเทคโนโลยีต่างๆ ทำให้รูปแบบการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบดิจิทัล มีความสะดวกมากขึ้นกว่าการเขียนบนสื่อแบบดั้งเดิม โดยนักเขียนสามารถเผยแพร่งานเขียนผ่านช่องทางออนไลน์ของตนเองในการเข้าถึงกลุ่มผู้อ่านได้โดยตรง ไม่ต้องผ่านตัวกลางหรือธุรกิจอื่นๆ เหมือนในการผลิตการพิมพ์แบบดั้งเดิมอีกต่อไป

นอกจากนี้ ผู้ให้บริการ หรือนักพัฒนาเทคโนโลยีที่มีความหลากหลายมากขึ้น ต่างก็มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการออนไลน์ที่ตอบโจทย์และรองรับการดำเนินการของนักเขียนอิสระมากขึ้น ทั้งแพลตฟอร์มสำหรับกลุ่มนักเขียนอิสระ บริการจัดการการตลาดสำหรับงานเขียนออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งทำให้เกิดโมเดลธุรกิจในการอุตสาหกรรมการพิมพ์ในรูปแบบใหม่ๆ มากขึ้นด้วย เช่น แพลตฟอร์มระดมทุนสำหรับนักเขียนหน้าใหม่ การขายลิขสิทธิ์การพิมพ์ให้กับอุตสาหกรรมใหม่ๆ เช่น อุตสาหกรรมเกม เป็นต้น ทั้งนี้ การพัฒนาของเทคโนโลยีนอกจากจะเป็นประโยชน์แล้วก็อาจเป็นข้อเสียได้เช่นกัน โดยเฉพาะมีอาชีพที่ให้บริการนักเขียนที่นำเสนอบริการปลอม เป็นต้น

กลุ่มสังคมของนักเขียนในสหรัฐอเมริกา พบว่านอกจากลักษณะของนักเขียนที่เป็นนักเขียนอิสระมากขึ้นนั้น ยังพบว่านักเขียนอิสระมีการรวมกลุ่มกันเองมากขึ้น ไม่ได้เป็นการรวมกลุ่มในสังกัดสำนักพิมพ์เหมือนในอดีต กลุ่มนักเขียนที่รวมตัวกันนี้มีกรรมร่วมกันเพื่อสร้างประโยชน์ให้กับตนเองที่เป็นนักเขียนอิสระ ยกตัวอย่างเช่น การรวมตัวกันเพื่อสร้างการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) สำหรับการลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณา การเพิ่มขึ้นของออนไลน์คอนเทนต์ ย่อมทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้อ่านได้มากขึ้น จึงต้องใช้การโฆษณาเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้อ่านจำนวนมาก หรือเข้าถึงกลุ่มผู้อ่านเฉพาะกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการรวมกลุ่มกันของนักเขียน สามารถเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายจากการโฆษณาแบบกลุ่มได้ นอกจากนี้ พบว่ายังมีการรวมกลุ่มกันในกระบวนการสร้างคอนเทนต์อีกด้วย เช่น การเขียนที่มีความเชื่อมโยงด้านเนื้อหา กับนักเขียนรายอื่นๆ ก็เป็นการสร้างความน่าสนใจและสามารถสร้างการเข้าถึงกลุ่มผู้อ่านระหว่างกลุ่มแฟนคลับได้มากขึ้นอีกด้วย

3. ช่องทางการนำส่งไปยังผู้บริโภค (Channel)

ช่องทางการนำส่งสื่อสิ่งพิมพ์แบบดั้งเดิม ได้รับผลกระทบจากการพัฒนาของเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก ยกตัวอย่างเช่น การเกิดขึ้นของ Online platform ต่างๆ ทำให้นักเขียนสามารถสร้างงานเขียนและนำส่งงานเขียนไปยังผู้อ่านได้โดยตรงโดยไม่ต้องผ่านตัวกลาง หรือธุรกิจสนับสนุนเหมือนในกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิม ทำให้สำนักพิมพ์ต่างๆ ต้องมีการปรับตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ของสหรัฐอเมริกาต้องหันไปใช้ Inhouse Publishing ของออนไลน์แพลตฟอร์ม หรือธุรกิจอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น การเผยแพร่งานเขียนในคินดิล (Kindle) หรืออุปกรณ์สำหรับการอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท Amazon ที่มีผู้ใช้งานจำนวนมาก เป็นต้น

อีกธุรกิจที่ได้รับผลกระทบเป็นจำนวนมาก คือธุรกิจร้านหนังสือ เนื่องจากผู้บริโภคนิยมอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ร้านหนังสือขนาดใหญ่ที่มีจำนวนสาขามากๆ ต่างต้องทยอยปิดตัวลง และปรับเป็นร้านหนังสือออนไลน์มากขึ้น ทำให้ร้านหนังสือในสหรัฐอเมริกา มีจำนวนร้านหนังสือที่มีขนาดใหญ่ลดลง แต่กลับมีร้านหนังสือเฉพาะกลุ่ม ที่ขายหนังสือเฉพาะ (Niche market) มากขึ้น โดยเฉพาะร้านที่ขายหนังสือประเภทที่ผู้อ่านยังนิยมอ่านในสื่อแบบดั้งเดิม

ในขณะเดียวกัน จะเห็นว่าช่องทางการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค หรือนักอ่านต่างๆ เปลี่ยนจากรูปแบบดั้งเดิมไปเป็นรูปแบบดิจิทัลมากขึ้น ทำให้มีความสะดวก ประหยัดเวลาในการเข้าถึงสื่อต่างๆ มากขึ้นนั้น ในขณะเดียวกัน ก็เป็นอุปสรรคกับผู้ผลิตมากขึ้น ทั้งธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ สำนักพิมพ์ หรือแม้กระทั่งนักเขียนที่จะต้องรับผิดชอบต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินการในแพลตฟอร์ม หรือช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในการโฆษณา เป็นต้น

3.2 สถานการณ์ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของประเทศไทย

ในส่วนต่อมา เป็นการนำเสนอข้อมูลสถานการณ์ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ในบริบทของประเทศไทย เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจต่อข้อมูลสถานการณ์ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย โดยอาศัยการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ และประกอบจากข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ (Quantitative Data) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการสร้างความเข้าใจต่อบริบทในปัจจุบัน และสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย ทั้งนี้ การนำเสนอจะแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อหลัก ประกอบด้วย

- ข้อมูลทางสถิติของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (Publishing) ของไทย
- ข้อมูลการใช้สื่อดิจิทัล และแพลตฟอร์มการอ่านที่เป็นที่นิยมของไทย
- ระบบนิเวศ (Ecosystem) ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย
- การดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย

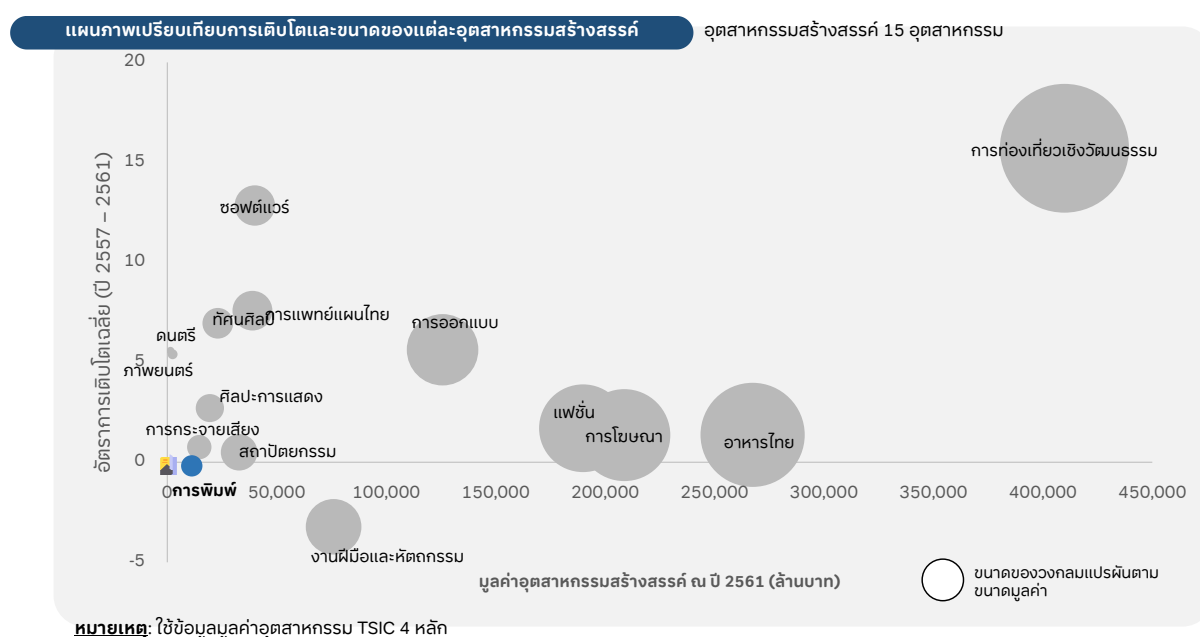
โดยมีรายละเอียดของแต่ละหัวข้อ ดังต่อไปนี้

3.2.1 ข้อมูลทางสถิติของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (Publishing) ของไทย

ในหัวข้อนี้ เป็นการนำเสนอข้อมูลเชิงสถิติ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย โดยรวบรวมจากแหล่งข้อมูลที่ได้รวบรวมและนำเสนอไว้ โดยข้อมูลสถิติ จะแบ่งออกเป็น 3 ชุดข้อมูล ประกอบด้วย ข้อมูลมูลค่าและ

การเติบโตของอุตสาหกรรม สถิติการจ้างงาน และสถิติมูลค่าการส่งออกหนังสือและสิ่งพิมพ์ของไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

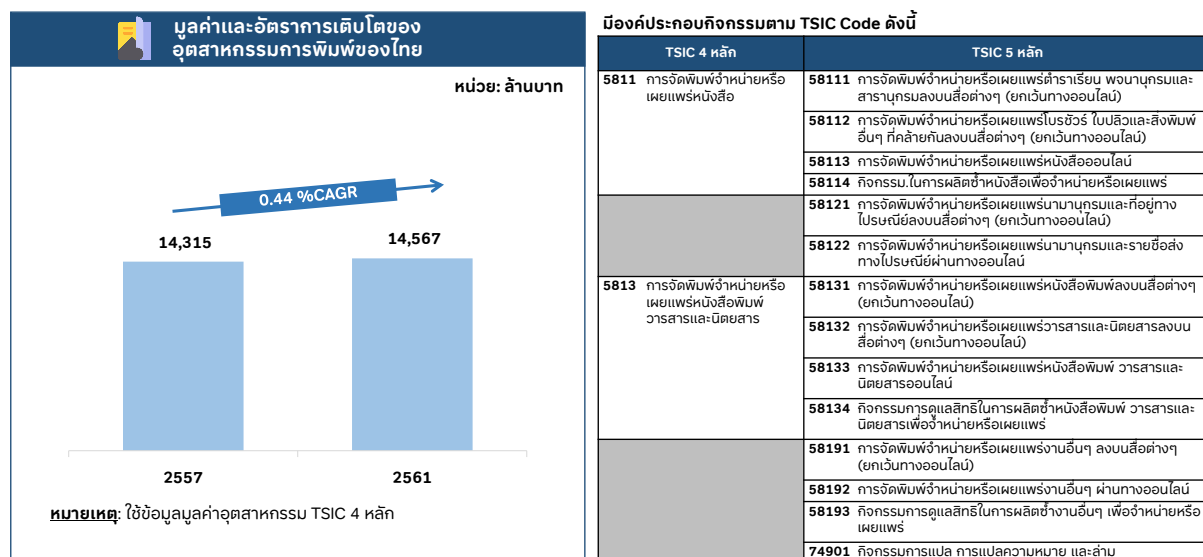
ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้จัดทำรายงานประมวลผลมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จำแนกตามสาขาการผลิต และข้อมูลจำนวนแรงงานที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยได้รวบรวมข้อมูลมูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 12 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลักข้างต้น รวมถึง 3 อุตสาหกรรมการบริการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบไปด้วย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การแพทย์แผนไทย และอาหารไทย โดยสามารถเปรียบเทียบมูลค่าและอัตราการเติบโตของแต่ละอุตสาหกรรม ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 25 เปรียบเทียบขนาดและการเติบโตของแต่ละอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ที่มา: รายงานประมวลผลมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จำแนกตามสาขาการผลิต และข้อมูลจำนวนแรงงานที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดย ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

หากเปรียบเทียบมูลค่าของแต่ละอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ณ ปีพ.ศ. 2561 และอัตราการเติบโตของแต่ละอุตสาหกรรม (คำนวณจากมูลค่าปีพ.ศ. 2557 - 2561) โดยแสดงดังในแผนภาพข้างต้น เห็นได้ว่าอุตสาหกรรมเป้าหมายของการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งได้แก่ อุตสาหกรรมการพิมพ์ มีขนาดของอุตสาหกรรม และอัตราการเติบโตไม่สูงนัก เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาอื่นๆ โดยหากพิจารณามูลค่าและการเติบโตของอุตสาหกรรมข้างต้น จะมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 26 มูลค่าและอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย

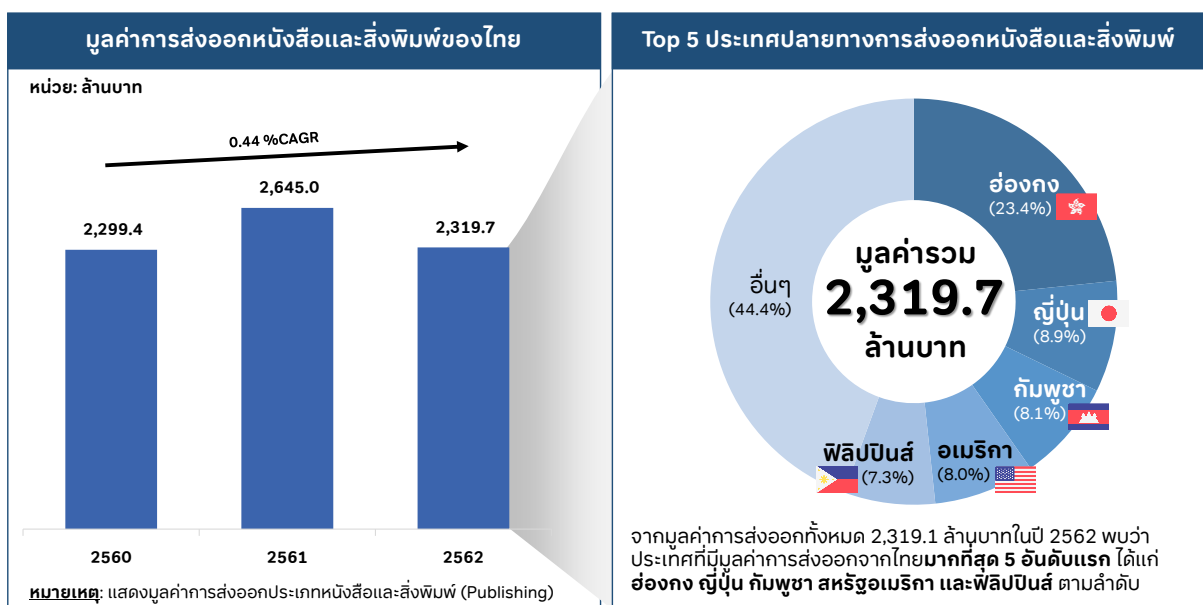
ที่มา: รายงานประมวลผลมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จำแนกตามสาขาการผลิต และข้อมูลจำนวนแรงงานที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดย ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สำหรับมูลค่าของอุตสาหกรรมการพิมพ์ในปีพ.ศ. 2561 มีมูลค่าทั้งอุตสาหกรรมเท่ากับ 14,567 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ร้อยละ 0.44 โดยเมื่อเทียบกับมูลค่าในปีพ.ศ. 2557 ที่มีมูลค่าเท่ากับ 14,315 ล้านบาท โดยข้อมูลดังกล่าว คำนวณรวมจากองค์ประกอบตามระบบ TSIC โดยมีรายละเอียดแสดงดังแผนภาพในข้างต้น

[illegible]

จากข้อมูลที่น่าสนใจในข้างต้น เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบข้อมูลของอุตสาหกรรมเป้าหมาย คือ อุตสาหกรรมการพิมพ์นั้น จะเห็นว่าในเชิงของจำนวนแรงงาน มีจำนวนแรงงานที่น้อยที่สุด เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในสาขาอื่นๆ และหากพิจารณาข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าแรงงานในอุตสาหกรรมการพิมพ์มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณค่าเฉลี่ยของรายได้ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งหมด

ข้อมูลสถิติชุดถัดไป เป็นการนำเสนอข้อมูลสถานการณ์ในด้านการส่งออกของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย ซึ่งจะแสดงข้อมูลเชิงสถิติมูลค่าการส่งออกประเภทหนังสือและสิ่งพิมพ์ของไทย โดยใช้ข้อมูลมูลค่าการส่งออกประเภทหนังสือและสิ่งพิมพ์ของไทย ที่ตีพิมพ์ในวารสารการพิมพ์ไทย (สมาคมการพิมพ์ไทย) ฉบับที่ 124 ตีพิมพ์เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 อ้างอิงข้อมูลจากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ และความร่วมมือของกรมศุลกากร โดยมีรายละเอียดดังนี้



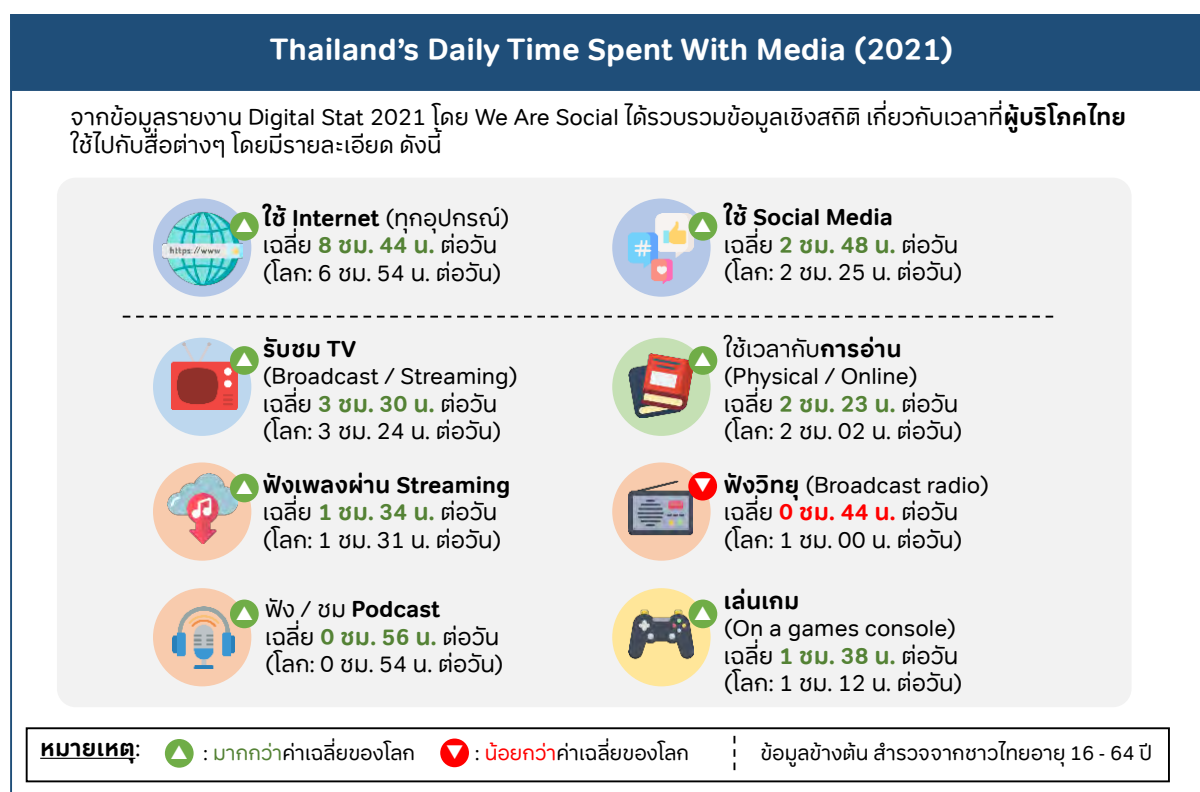
ภาพที่ 28 มูลค่าการส่งออกหนังสือและสิ่งพิมพ์ของไทย

ที่มา: วารสารการพิมพ์ไทย (สมาคมการพิมพ์ไทย) ฉบับที่ 124 และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

จากแผนภาพข้างต้น แสดงข้อมูลมูลค่าการส่งออกประเภทหนังสือและสิ่งพิมพ์ของไทย พบว่า อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของมูลค่าการส่งออกระหว่างปีพ.ศ. 2560 – 2562 เท่ากับร้อยละ 0.44 โดยมูลค่าการส่งออกประเภทหนังสือและสิ่งพิมพ์ของไทยในปีล่าสุด คือปีพ.ศ. 2562 มีมูลค่าเท่ากับ 2,319.7 ล้านบาท และหากพิจารณาประเทศปลายทางการส่งออกหนังสือและสิ่งพิมพ์จากประเทศไทย เรียงลำดับจากมูลค่าการส่งออก จากข้อมูลปี พ.ศ. 2562 สูงที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ฮ่องกง (คิดเป็นร้อยละ 23.4 ของมูลค่าการพิมพ์ทั้งหมด) ญี่ปุ่น (คิดเป็นร้อยละ 8.9 ของมูลค่าการพิมพ์ทั้งหมด) กัมพูชา (คิดเป็นร้อยละ 8.1 ของมูลค่าการพิมพ์ทั้งหมด) สหรัฐอเมริกา (คิดเป็นร้อยละ 8.0 ของมูลค่าการพิมพ์ทั้งหมด) และฟิลิปปินส์ (คิดเป็นร้อยละ 7.3 ของมูลค่าการพิมพ์ทั้งหมด) ตามลำดับ

3.2.2 ข้อมูลการใช้สื่อดิจิทัล และแพลตฟอร์มการอ่านที่เป็นที่นิยมของไทย

นอกจากรายละเอียดข้อมูลสถานการณ์ จากข้อมูลสถิติที่ได้นำเสนอไปข้างต้นแล้วนั้น เพื่อเข้าใจข้อมูลเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ปัจจุบันหันมาใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร รวมถึงเข้าถึงกิจกรรมบันเทิงต่างๆ มากขึ้น และบางส่วนก็สามารถทดแทนการใช้งานสื่อดั้งเดิมได้มากขึ้นเรื่อยๆ ในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ทำให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงสื่อสิ่งพิมพ์ได้สะดวก และรวดเร็วกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ดั้งเดิมที่เป็นสื่อบนกระดาษอีกด้วย ดังนั้น ข้อมูลในหัวข้อต่อไปนี้ จะทำให้เข้าใจและเห็นภาพมากขึ้นว่า สื่อดิจิทัล มีบทบาทต่อการบริโภคของผู้อ่านของไทยเป็นอย่างไรบ้างในปัจจุบัน โดยข้อมูลจะประกอบด้วยข้อมูลการใช้สื่อดิจิทัลของคนไทย รวมถึงแอปพลิเคชันสำหรับการอ่านที่เป็นที่นิยมในประเทศไทย



ภาพที่ 29 ระยะเวลาในการใช้สื่อแต่ละประเภทของคนไทย (ข้อมูลเดือนมกราคม ปีพ.ศ. 2564)

ที่มา: รายงานสถิติ Thailand Digital Stat 2021 จาก We Are Social

แผนภาพข้างต้น แสดงข้อมูลจากรายงาน ‘Thailand Digital Stat 2021’ โดย We Are Social ที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลด้านดิจิทัลจากหลายประเทศทั่วโลก เพื่อสรุปเป็นข้อมูลการใช้งานสื่อดิจิทัลรายปี ทั้งในภาพรวมของโลก รวมถึงข้อมูลในบางประเทศ รวมถึงข้อมูลการใช้งานของไทย จากแผนภาพข้างต้น จะเห็นได้ว่า ข้อมูลล่าสุด ที่เปิดเผยเมื่อเดือนมกราคม ปีพ.ศ. 2564 นี้ คนไทยใช้อินเทอร์เน็ต (รวมทั้งสำหรับการทำงานและไม่ใช้การทำงาน) ในแต่ละวันเฉลี่ย 8 ชั่วโมง 44 นาทีต่อวัน สูงกว่าค่าเฉลี่ยของโลก ณ 6 ชั่วโมง 54 นาที และใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ต่อวันสูงถึง 2 ชั่วโมง 48 นาทีต่อวัน และสูงกว่าค่าเฉลี่ยของโลก ณ 2 ชั่วโมง 25 นาทีต่อวัน จากข้อมูลดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าคนไทยสามารถเข้าถึงและใช้งานสื่อดิจิทัลเป็นระยะเวลาค่อนข้างนานในแต่ละวัน เมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลกอีกด้วย

ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบระยะเวลาที่ผู้บริโภคใช้ไปกับสื่อประเภทต่างๆ ในแต่ละวัน พบว่าคนไทย ใช้เวลาไปกับการรับชมโทรทัศน์ (ทั้งรูปแบบดั้งเดิมและแบบ Streaming) มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อประเภทอื่น โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยต่อวัน 3 ชั่วโมง 30 นาที (สูงกว่าค่าเฉลี่ยของโลกเล็กน้อย ณ 3 ชั่วโมง 24 นาทีต่อวัน) รองลงมาคือใช้เวลาไปกับการอ่าน (ทั้งสื่อดั้งเดิม และสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์) เฉลี่ย 2 ชั่วโมง 23 นาทีต่อวัน (สูงกว่าค่าเฉลี่ยของโลก ณ 2 ชั่วโมง 2 นาทีต่อวัน) นอกจากนี้ จะใช้เวลาไปกับสื่ออื่นๆ ที่รองลงมาคือ การเล่นเกม เฉลี่ย 1 ชั่วโมง 38 นาทีต่อวัน ฟังเพลงผ่าน Streaming เฉลี่ย 1 ชั่วโมง 34 นาทีต่อวัน ฟังวิทยุ เฉลี่ย 44 นาทีต่อวัน และฟัง/ชมพอดแคสต์ 56 นาทีต่อวัน

นอกจากข้อมูลเชิงพฤติกรรมในการใช้งานสื่อแต่ละประเภทในแต่ละวันนั้น ส่วนต่อไปเป็นการนำเสนอข้อมูลตัวอย่างแอปพลิเคชันด้านการอ่านที่เป็นที่นิยมของไทยในปัจจุบัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตัวอย่างแอปพลิเคชันการอ่านที่เป็นที่นิยมของไทย		
Application	รายละเอียด	ความนิยม
 นิยาย Dek-D	- ของไทย - นิยายรายตอน	ios: #11 in Books Android: 1 M+
 Ookbee	- ของไทย - ประเภท E-Book	ios: #18 in Books Android: 0.1 M+
 Joylada	- ของไทย - นิยายแซก	ios: #1 in Books Android: 5 M+
 รินวลัย	- ของไทย - นิยายรายตอน / แปะ	ios: #8 in Books Android: 1 M+
 Meb	- แอปฯ ของไทย - ประเภท E-Book	ios: #6 in Books Android: 1 M+
 ReadAWrite	- แอปฯ ของไทย - มีนิยาย, นิยายแซก	ios: #2 in Books Android: 1 M+
 Line Webtoon	- ของ Line (JP/KR) - การ์ตูนเกาหลี/ไทย	ios: #16 in Ent. Android: 50 M+
 Webtoon WeComics	- ของ Line (JP/KR) - การ์ตูนไทย / การ์ตูนของไทย	ios: #3 in Books Android: 1 M+

ภาพที่ 30 ตัวอย่างแอปพลิเคชันการอ่านที่เป็นที่นิยมของไทย

ที่มา: ข้อมูลแอปพลิเคชันจากเว็บไซต์ของแต่ละแพลตฟอร์ม และข้อมูลยอดขายดาวน์โหลดและการจัดอันดับจาก Google Play และ Apple Store และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा (สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พ.ค. 2564)

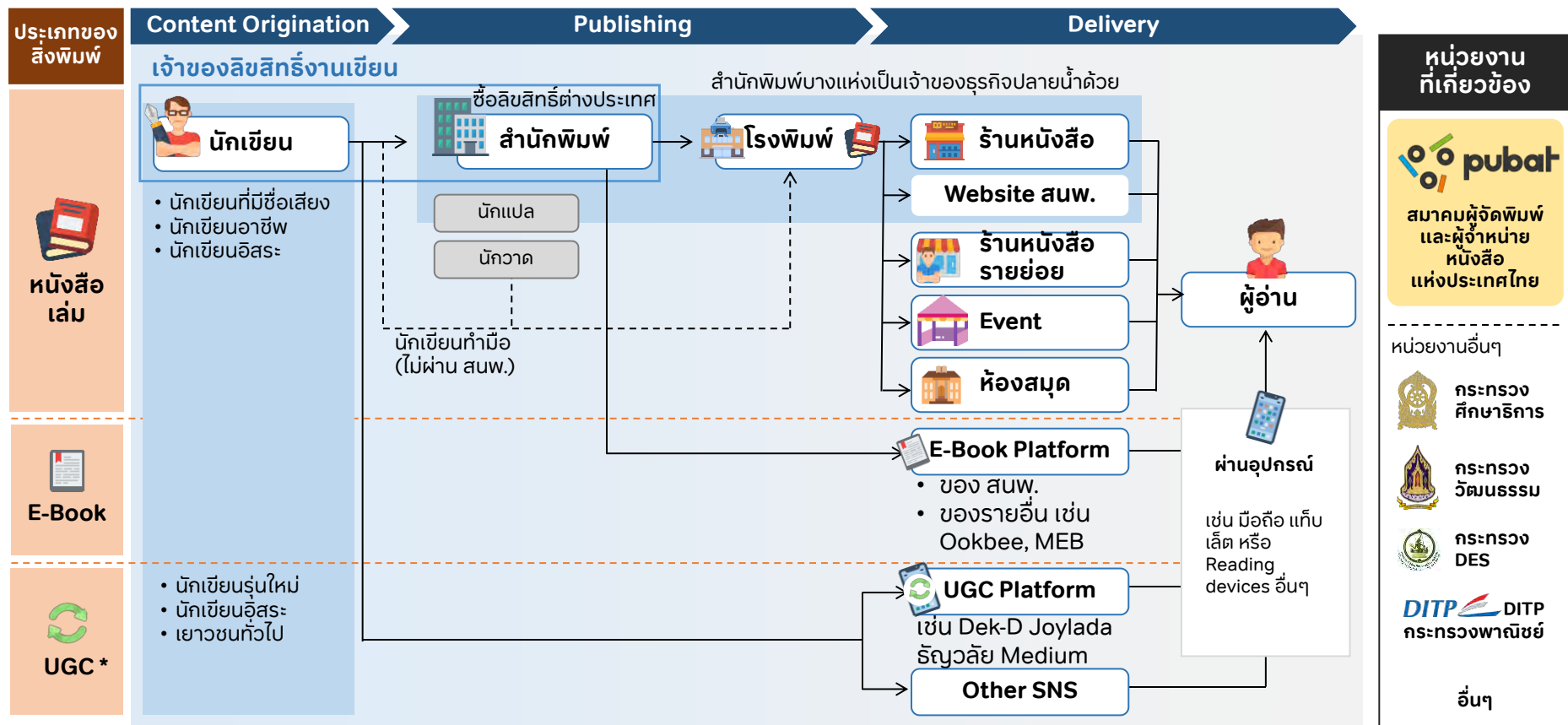
จากแผนภาพข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีแอปพลิเคชันด้านการอ่านที่เป็นที่นิยมของไทยที่หลากหลาย โดยส่วนมากจะเป็นแอปพลิเคชันที่ผลิตโดยคนไทยเอง หรือมาจากการต่อยอดแพลตฟอร์มที่เดิมทำในรูปแบบเว็บไซต์เป็นหลัก แล้วได้พัฒนาเป็นแอปพลิเคชัน เพื่อพัฒนาเป็นช่องทางหรือเครื่องมือการอ่านที่ตอบโจทย์ผู้ใช้ทั้งนักเขียนและนักอ่านได้มากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ‘นิยาย Dek-D’ เป็นต้น นอกจากนี้ พบว่าบริษัทเอกชนที่เป็นเจ้าของแพลตฟอร์มต่างๆ มีการพัฒนาแอปพลิเคชันหลายประเภท ภายใต้บริษัทเดียวกัน เพื่อให้มีแอปพลิเคชันที่มีการใช้งาน รูปแบบ หรือลักษณะของสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคได้มากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น แพลตฟอร์มภายใต้ บริษัท อู๋คิปี จำกัด ที่เป็นสตาร์ทอัพ (Startup) ที่น่าสนใจของไทย ผลิตภัณฑ์แอปพลิเคชันที่หลากหลาย เช่น ‘Ookbee’ (อู๋คิปี) สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ประเภท E-Book ที่ป็นรูปเล่ม ‘Joylada’ (จอยละดา) สำหรับนิยายรูปแบบใหม่คือ ‘นิยายแซท’ ที่ไม่ได้เป็นนิยายเชิงพรรณนา แต่เป็นนิยายที่นำเสนอในรูปแบบของตัวละครพูดคุยกันผ่านแอปพลิเคชันสื่อสาร (Chat) ที่เป็นรูปแบบวิธีการเล่าเรื่องสิ่งพิมพ์แบบใหม่ๆ ที่ไม่เคยมีในสิ่งพิมพ์แบบดั้งเดิม รวมถึงแอปพลิเคชัน ‘จันวลีย์’ สำหรับนิยายรายตอนของนักเขียนไทย และนิยายแปลจากภาษาต่างประเทศ (เช่น นิยายจีน) อีกด้วย นอกจากนี้แอปพลิเคชันของบริษัท อู๋คิปี จำกัด ยังมีแอปพลิเคชันการอ่านของบริษัท เมพ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ที่เป็นสตาร์ทอัพผู้ผลิตแอปพลิเคชัน ‘Meb’ ซึ่งเป็นแพลตฟอร์ม E-Book รวมถึงแอปพลิเคชัน ‘ReadAWrite’ ที่มีนิยายรายตอนรวมถึงนิยายแซทอีกด้วย

นอกจากตัวอย่างแอปพลิเคชันของไทยที่เป็นที่นิยมอยู่ในปัจจุบัน ก็จะมีแพลตฟอร์มการอ่านของต่างประเทศที่เป็นที่นิยมในประเทศไทย ยกตัวอย่างเช่นแอปพลิเคชัน ‘Webtoon’ (เว็บตูน) ผลิตภัณฑ์ในเครือบริษัท ‘Naver Corporation’ ของเกาหลี ซึ่งเป็นบริษัทแม่ของ ‘Line Corporation’ อีกด้วย โดยแพลตฟอร์ม Webtoon จะรวบรวมการ์ตูนเกาหลีที่แปลเป็นภาษาต่างๆ รวมถึงภาษาไทย และแอปพลิเคชัน ‘WeComics’ แอปพลิเคชันในเครือ Webtoon สำหรับสิ่งพิมพ์ที่เป็นการ์ตูนแปลเป็นภาษาไทย รวมถึงรองรับงานเขียนของนักเขียนการ์ตูนไทยอีกด้วย

ทั้งนี้ จากข้อมูลความนิยมเบื้องต้น ที่ได้รวบรวมจาก Google Play และ Apple Store จะเห็นได้ว่าแอปพลิเคชันข้างต้น เป็นที่นิยมในบรรดานักอ่านเป็นอย่างมาก โดยส่วนมากจะมียอดดาวน์โหลดมากกว่า 1 ล้านครั้งในระบบแอนดรอยด์ และติดอันดับแอปพลิเคชันหนังสือที่เป็นที่นิยมในระบบ iOS อีกด้วย เนื่องจากแอปพลิเคชันที่หลากหลายเหล่านี้ สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้อ่าน ทั้งในเรื่องความสะดวกในการเข้าถึง รูปแบบการเขียนที่แตกต่างและหลากหลาย รองรับการใช้งานกับทั้งผู้เขียน และผู้อ่านของไทยเป็นอย่างมากนั่นเอง

3.2.3 ระบบนิเวศ (Ecosystem) ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย

นอกจากข้อมูลเชิงสถิติ ที่ทำให้เข้าใจสถานการณ์ของอุตสาหกรรมในปัจจุบัน ประกอบกับข้อมูลห่วงโซ่คุณค่าที่ได้นำเสนอในข้างต้นนั้น เป็นการอธิบายกระบวนการผลิตในภาพรวมของอุตสาหกรรม ว่าประกอบไปด้วยกิจกรรมเชิงการผลิตแต่ละขั้นตอนอย่างไรบ้าง ในส่วนนี้ จะเป็นการนำเสนอข้อมูลที่จะขยายความเข้าใจให้เห็นภาพรวมของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทยมากขึ้น ว่าบริบทอุตสาหกรรมการพิมพ์ในปัจจุบันของไทยนั้น จะต้องเกี่ยวข้องกับหน่วยงานใดบ้าง มีกลุ่มใดเป็นผู้ผลิตหลัก และมีเส้นทางการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ เป็นอย่างไร ซึ่งภาพรวมระบบนิเวศ (Ecosystem) ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย มีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 31 ระบบนิเวศ (Ecosystem) ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย
ที่มา: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

จากแผนภาพในข้างต้น จะเห็นได้ว่ากระบวนการผลิตในห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมการพิมพ์แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ การสร้างเนื้อหา (Content Origination) การดำเนินการของสำนักพิมพ์และการผลิต (Publishing) และการนำส่งไปยังผู้บริโภค (Delivery) และสามารถแบ่งตามประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ 1. หนังสือแบบจับต้องได้ (Physical Book) เช่น หนังสือเล่ม รวมถึงวารสารต่างๆ 2. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์แบบอีบุ๊ก (E-Book) และ 3. เนื้อหาที่ถูกรสร้างโดยผู้ใช้ (User Generated Content หรือ UGC) จะทำให้เห็นว่ากระบวนการในการผลิตและผู้เล่นที่เกี่ยวข้อง มีความเหมือนและมีความแตกต่างกัน ดังนี้

กระบวนการผลิตหนังสือเล่ม จะมีผู้ผลิตคือนักเขียน โดยสามารถแบ่งออกเป็นนักเขียนรุ่นใหม่หรือนักเขียนอิสระ นักเขียนที่ประกอบเป็นอาชีพหลัก และนักเขียนที่มีชื่อเสียงแล้ว การผลิตหนังสือแบบดั้งเดิม มักผ่านตัวกลางในการจัดการผลิตคือนักพิมพ์ ซึ่งเป็นผู้คัดกรอง และพัฒนาคุณภาพของหนังสือ ผ่านกระบวนการบรรณาธิการ การออกแบบภาพประกอบ การพัฒนาคุณภาพของเนื้อหา เป็นต้น ทั้งนี้ สำนักพิมพ์ก็สามารถซื้อลิขสิทธิ์หนังสือจากต่างประเทศมาผ่านการแปลให้เป็นหนังสือภาษาไทยได้ด้วยเช่นกัน หลังจากนั้น จะผ่านกระบวนการผลิตคือการพิมพ์เป็นรูปเล่ม โดยใช้โรงพิมพ์ของของสำนักพิมพ์ หรือใช้ธุรกิจโรงพิมพ์ภายนอก และจะผ่านกระบวนการจัดการหนังสือที่ผลิตเสร็จแล้ว ไปยังผู้บริโภคหรือผู้ผ่าน ผ่านทั้งช่องทาง Physical เช่น ผ่านเครือข่ายร้านหนังสือ มหกรรมหนังสือ ตลาดนัดวิชาการในมหาวิทยาลัยในภูมิภาคต่างๆ รวมถึงผ่านห้องสมุดในพื้นที่ต่างๆ ได้อีกด้วย ทั้งนี้ การขายหนังสือเล่มสามารถขายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น ผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) หรือผ่านเว็บไซต์การขายของสำนักพิมพ์ ก็เป็นอีกรูปแบบของช่องทางการขายหนังสือเล่มเช่นกัน

จากรูปแบบการผลิตแบบดั้งเดิม จะเห็นได้ว่า ผู้เล่นที่เป็นสำนักพิมพ์ จะมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมาก ในฐานะเป็นธุรกิจตัวกลาง ในการคัดเลือกและพัฒนาคุณภาพของงานเขียน ประกอบกับการบริหารจัดการการผลิต และการจัดจำหน่ายหนังสือเล่ม ซึ่งค่าใช้จ่ายและส่วนแบ่งกำไรระหว่างผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์คือนักเขียน และสำนักพิมพ์ จะมีการกำหนดสัดส่วนส่วนแบ่งกำไรระหว่างกัน ประกอบกับปัจจุบัน การพัฒนาของเทคโนโลยี รวมถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ดีขึ้น ทำให้เกิดรูปแบบการผลิตหนังสือเล่มแบบใหม่ คือ “การทำหนังสือทำมือ” คือนักเขียน สามารถดำเนินการผลิตและการจัดจำหน่ายด้วยตนเองได้ โดยไม่ต้องผ่านสำนักพิมพ์ ผ่านการใช้เครือข่ายหรือความสามารถในการเข้าถึงผู้สนับสนุน เช่น นักวาด บรรณาธิการ โรงพิมพ์ หรือช่องทางการขายเองได้อีกด้วย

รูปแบบถัดมาคือสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอีบุ๊ก (E-Book) รูปแบบการผลิตจะคล้ายกับการผลิตหนังสือเล่ม แต่แตกต่างกันที่ภายหลังจากการพัฒนาจนได้ต้นฉบับที่พร้อมผลิต จะไม่มีการผลิตเป็นหนังสือเล่ม แต่จะตีพิมพ์ในช่องทางดิจิทัล โดยการตีพิมพ์เป็นอีบุ๊กนี้จะต้องมีการพัฒนาแพลตฟอร์มในการอ่านของสำนักพิมพ์เอง หรือการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการอ่านโดยเฉพาะ ซึ่งจะมีผู้เล่นใหม่ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง ยกตัวอย่างเช่น อู๊คบี (Ookbee) หรือ เม็บ (MEB) ซึ่งเป็น Platform Provider ให้เกิดการซื้อขายลิขสิทธิ์กับเจ้าของ คือ สำนักพิมพ์ และแปลงต้นฉบับเป็นรูปแบบไฟล์ดิจิทัล ให้ผู้อ่าน สามารถอ่านหนังสือ ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ได้อีกด้วย

รูปแบบสุดท้ายคือ เนื้อหาที่ถูกสร้างโดยผู้ใช้ หรือ UGC ซึ่งเป็นการสร้างเนื้อหาแบบใหม่ จากการพัฒนาของเทคโนโลยีที่ดีขึ้นนี้เอง ทำให้เกิดออนไลน์แพลตฟอร์มใหม่ๆ ที่นอกจากผู้ใช้จะเป็นเพียงผู้อ่านแล้วนั้น ผู้ใช้ก็สามารถสร้างเนื้อหาผ่านการเขียนได้บนแพลตฟอร์มเดียวกันได้อีกด้วย ยกตัวอย่างแพลตฟอร์มในประเทศ เช่น ‘Dek-D Writer’ หรือ ‘อัญวลัย’ เป็นต้น ซึ่งมีรูปแบบการแตงนียาารูปแบบใหม่ คือการแตงนียาาแซท หรือการเล่าผ่านรูปแบบตัวละครคุยกันผ่านคำพูดเป็นกล่องข้อความ เช่น แอปพลิเคชัน ‘จอยละครดา’ เป็นต้น ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในกลุ่มวัยรุ่น

จากภาพรวมอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ของไทยในปัจจุบันในข้างต้น จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี มีผลต่อกระบวนการผลิต และลักษณะของผลิตภัณฑ์สื่อสิ่งพิมพ์ที่เปลี่ยนไป อีกทั้งยังเป็นการสร้างโอกาสให้เกิดธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ รวมถึงเข้าไปทดแทนการดำเนินการของธุรกิจแบบดั้งเดิมได้อีกด้วย

ทั้งนี้ จากการรวบรวมข้อมูลพบว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาของอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ของไทยในปัจจุบันนั้น มีสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย หรือ PUBAT ซึ่งเป็นการรวบตัวของเอกชนธุรกิจสำนักพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือ ทั้งรายเล็กและรายใหญ่ เป็นผู้ขับเคลื่อนการพัฒนา ผ่านการดำเนินกิจกรรมและรูปแบบการสนับสนุนอุตสาหกรรมที่หลากหลาย โดยมีหน่วยงานอื่นๆ เป็นผู้สนับสนุนในบางเรื่อง เช่น กระทรวงศึกษาธิการ ที่เป็นหน่วยงานสำคัญกับการพัฒนาระบบการศึกษาของประเทศ ซึ่งเป็นระบบที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการเรียนรู้ รวมถึงพฤติกรรมกาอ่านของคนในประเทศ นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานรัฐอื่นๆ เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ที่มีบทบาทสนับสนุนอุตสาหกรรมกาพิมพ์ของไทยในบางเรื่อง ตามบทบาทของแต่ละกระทรวงด้วยเช่นกัน โดยผลการรวบรวมข้อมูลหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมกาพิมพ์ของไทย จะแสดงในหัวข้อถัดไป

3.2.4 การดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย

หัวข้อต่อไปนี้เป็นสรุปผลการศึกษา และการรวบรวมรายละเอียดการดำเนินการของหน่วยงานรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย โดยใช้กรอบการศึกษาที่ได้นำเสนอในส่วนก่อนหน้าเข้ามาช่วยในการพิจารณา โดยการศึกษาในเบื้องต้น พบว่า หน่วยงานที่มีหน้าที่และการดำเนินการเกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์นั้น มี 4 หน่วยงาน ประกอบด้วย 1) สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) 2) สำนักพัฒนาและบริหารองค์ความรู้ (OKMD) 3) กระทรวงศึกษาธิการ และ 4) สำนักหอสมุดแห่งชาติ โดยมีรายละเอียดเบื้องต้นของแต่ละหน่วยงาน ดังนี้

1. สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT)

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) เป็นหน่วยงานภาคเอกชนที่มีสำนักพิมพ์ทั่วประเทศเป็นสมาชิก มีภารกิจเกี่ยวกับการดำเนินการส่งเสริมการจัดพิมพ์หนังสือและจำหน่ายหนังสือที่ดี ให้ได้รับความแพร่หลายและปรับปรุงมาตรฐาน คุณภาพ ตลอดจนการจัดรูปหนังสือให้ได้มาตรฐานตามสากลนิยม อีกทั้งยังติดต่อประสานงานกับสถาบันต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและต่างประเทศ และระหว่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น และส่งเสริมงานและความเข้าใจอันดีระหว่างกัน

2. สำนักพัฒนาและบริหารองค์ความรู้ (OKMD)

สำนักพัฒนาและบริหารองค์ความรู้ (OKMD) เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีโอกาสแสวงหาพัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อสร้างสรรค์ และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและเยาวชนของประเทศ โดยมีหน้าที่ในการดำเนินการขยายโอกาสการเข้าถึงนวัตกรรมแหล่งเรียนรู้และองค์ความรู้ตามแนวเทคโนโลยีที่ทันสมัยผ่านการจัดให้มีระบบการเรียนรู้สาธารณะที่ประชาชนสามารถเข้าถึงและส่งเสริมเครือข่ายเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ด้านต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ

3. กระทรวงศึกษาธิการ

กระทรวงศึกษาธิการเป็นหน่วยงานราชการประเภทกระทรวง มีหน้าที่ส่งเสริมการศึกษาให้กับประชาชน สร้างความเสมอภาคและโอกาสทางการศึกษา ส่งเสริมให้หน่วยงานต่างๆ ได้มีส่วนร่วมทางการศึกษา ส่งเสริมการศึกษาวិชาชีพให้เอกชนมีส่วนร่วมในการศึกษา เน้นให้นักเรียนมีโอกาสศึกษาต่อสูงขึ้นทั้งในท้องถิ่นและสถาบัน เน้นการเรียนรู้ตลอดชีวิต ให้บริการแก่สังคม พัฒนาบุคลากรทางการศึกษา ส่งเสริมผู้ที่มีความสามารถพิเศษให้ได้เรียนและแสดงออกในทางที่เหมาะสมอย่างเท่าเทียม

4. สำนักหอสมุดแห่งชาติ

สำนักหอสมุดแห่งชาติเป็นหน่วยงานราชการที่อยู่ภายใต้ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม มีหน้าที่ดำเนินการสำรวจ จัดหา รวบรวม จัดเก็บ และสงวนรักษามรดกภูมิปัญญาด้านทรัพยากรสารสนเทศ อีกทั้งยังให้บริการและส่งเสริมการอ่าน ศึกษา ค้นคว้า และวิจัยแก่ประชาชน เพื่อให้เป็นแหล่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการศึกษาตามอัธยาศัยผ่านเครือข่ายหอสมุดแห่งชาติ

จากรายละเอียดการดำเนินการของแต่ละหน่วยงานในข้างต้น จะเห็นได้ว่าขอบเขตการดำเนินการของแต่ละหน่วยงานจะแตกต่างกัน คือ สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มกันของภาคธุรกิจ จะเน้นการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนธุรกิจสมาชิกเป็นหลัก แต่ในขณะเดียวกัน ก็มีการดำเนินการสนับสนุนอุตสาหกรรมในด้านอื่นๆ ด้วยเช่นกัน ในขณะที่สำนักพัฒนาและบริหารองค์ความรู้ และกระทรวงศึกษาธิการ จะมุ่งดำเนินการในขอบเขตที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรียนรู้ของประชาชนเป็นหลัก โดยสำนักหอสมุดแห่งชาติ จะเน้นไปที่การจัดเก็บข้อมูลทรัพยากรสารสนเทศเป็นหลัก โดยลำดับถัดไป จะเป็นการสรุปผลการศึกษาแนวทางการดำเนินการสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์ ตามหน่วยงานในข้างต้น โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตัวแทนจากหน่วยงานต่างๆ รวมถึงศึกษาข้อมูลการดำเนินการในเว็บไซต์ของหน่วยงาน แบ่งตามประเด็นการพัฒนาหลักๆ 4 ด้าน คือ แนวทางการสนับสนุนนักเขียน แนวทางการพัฒนาด้านช่องทางและการตลาด แนวทางการสนับสนุนด้านผู้อ่าน และ แนวทางการสนับสนุนในด้านอื่นๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 แนวทางการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย

	 นักเขียน	 ช่องทาง/การตลาด	 ผู้อ่าน	 การสนับสนุนอื่นๆ
	- อบรมนักเขียน ผ่านกิจกรรมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ - จัดประกวดหนังสือดีเด่น	- ให้ความรู้ด้านการขาย และการทำธุรกิจหนังสือทางออนไลน์ เช่น การสร้างร้านค้าออนไลน์ การขายออนไลน์ จัดตั้งกลุ่ม JYP (Junior & Young Publishers and Booksellers) - จัดงานสัปดาห์หนังสือ ในกรุงเทพมหานคร นอกเหนือ อุนราชมงคล เชียงใหม่ อุตรดิตถ์	ส่งเสริมการอ่าน เช่น เปิดตัวแอปพลิเคชัน 'Notongdang' โครงการ '1 อ่านล้านสิ่ง' สร้างโอกาสให้เด็กในพื้นที่ยากแค้น	- ผลักดัน 'พิพิธภัณฑ์การ์ตูนไทย' ปู่งามพื้นที่สร้างสรรค์ในการพัฒนาเด็กและเยาวชน - ผลักดันมาตรการทางกฎหมาย เช่น ข้อบ่งชี้ช่วยชาติ ลดหย่อนทางภาษี
	- จัดอบรมนักเขียน และสร้างแรงบันดาลใจในการเขียนหนังสือ เช่น โครงการ Writer's Journey - จัดประกวดปกหนังสือ (Book Cover Award)		ส่งเสริมการอ่านให้แก่เด็กปฐมวัย เช่น โครงการ Read & Learn Program for Family	- จัดตั้งอุทยานเรียนรู้ "ทีเคพาร์ค" (TK park) สถานที่ส่งเสริมการอ่าน การเรียนรู้กับสมัย และส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน - ให้ความรู้การบริหารห้องสมุด เช่น จัดอบรมบรรณารักษ์ห้องสมุด สืบมาเชิงปฏิบัติ - นำเสนอมาตรการหักลดหย่อนภาษีรายจ่ายซื้อหนังสือ
	จัดประกวดหนังสือดีเด่นประจำปี		ส่งเสริมการอ่าน โดยสร้างนิสัยรักการอ่านผ่านโครงการต่างๆ ในโรงเรียน	พัฒนาห้องสมุดของโรงเรียน เช่น พัฒนาประสิทธิภาพบรรณารักษ์ ทดลองทำคู่มือพัฒนาห้องสมุด จัดทำตัวชี้วัดมาตรฐานห้องสมุด
			จัดกิจกรรมสร้างสังคมแห่งการอ่าน เช่น NLT Edutainment กิจกรรมส่งเสริมการอ่านสำหรับเด็ก (Kids Inspiration)	- ให้บริการขอเลข ISBN ISSN และจดทะเบียนการพิมพ์ผ่านทางเว็บไซต์ - ให้บริการห้องสมุดดิจิทัลออนไลน์โดยมีระบบ NLT Smart Library

ที่มา: ข้อมูลจากเว็บไซต์ของหน่วยงาน จากการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

- **สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT)**

แนวทางการสนับสนุนนักเขียน สมาคม PUBAT ดำเนินการจัดอบรมให้กับนักเขียนผ่านกิจกรรมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และสานสัมพันธ์ระหว่างนักเขียน เช่น กิจกรรมสัมมนา เวิร์กช็อป ฯลฯ อีกทั้งมีการจัดประกวดหนังสือดีเด่นประจำปีร่วมกับกระทรวงศึกษาธิการเพื่อสนับสนุนผลงานของนักเขียนในประเทศ

แนวทางการพัฒนาช่องทางช่องทางการตลาด สมาคม PUBAT ดำเนินการอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการขายและการทำธุรกิจหนังสือออนไลน์ เช่น การสร้างร้านค้าออนไลน์ การขายออนไลน์ จัดตั้งกลุ่ม JYP (Junior & Young Publishers and Booksellers) โดยอบรมให้ความรู้ในการทำธุรกิจหนังสือรูปแบบใหม่ๆ อีกทั้งสมาคมฯ ยังเป็นหน่วยงานหลักในการจัดงานสัปดาห์หนังสือใน 5 จังหวัดทั่วประเทศ ได้แก่ กรุงเทพฯ ขอนแก่น อุบลราชธานี เชียงใหม่ และอุดรธานี

แนวทางการสนับสนุนด้านผู้อ่าน สมาคม PUBAT มุ่งเน้นการสนับสนุนด้านการอ่านโดยเปิดตัวแอปพลิเคชัน ‘NO กองตอง’ เพื่อสร้างนิสัยรักการอ่านอย่างเป็นรูปธรรมด้วยแรงจูงใจของฟังก์ชันต่างๆ และจัดทำโครงการ ‘1 อ่านล้านตื่น’ สร้างโอกาสให้กับคนในพื้นที่ขาดแคลนได้มีโอกาสเลือกหนังสือคุณภาพที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่นั้นๆ

แนวทางการสนับสนุนด้านอื่นๆ สมาคม PUBAT มีการผลักดันจัดตั้งพิพิธภัณฑ์การ์ตูนไทยเพื่อมุ่งเพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์ในการพัฒนาเด็กและเยาวชน อีกทั้งยังมีส่วนร่วมในการผลักดันมาตรการขอช่วยเหลือชาติมาตรการลดหย่อนทางภาษีเพื่อหาแนวทางร่วมกันเรื่องภาษีหัก ณ ที่จ่ายจากการฝากขายหนังสือ และจัดตั้งศูนย์ลิขสิทธิ์เพื่อสนับสนุนและให้ความรู้เรื่องหนังสือลิขสิทธิ์

- **สำนักพัฒนาและบริหารองค์ความรู้ (OKMD)**

แนวทางการสนับสนุนนักเขียน อุทยานการเรียนรู้ TK Park ซึ่งก่อตั้งโดยสำนักงาน OKMD ดำเนินการจัดอบรมและสร้างแรงบันดาลใจในการเขียนหนังสือให้นักเขียนผ่านโครงการ Writer’s Journey และดำเนินงานจัดประกวดปกหนังสือสร้างสรรค์ (OKMD Book Cover Award) เพื่อสนับสนุนการออกแบบปกหนังสือให้มีความสร้างสรรค์และสามารถเพิ่มมูลค่าของตัวหนังสือ

แนวทางการสนับสนุนด้านผู้อ่าน ดำเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านให้แก่เด็กปฐมวัยเพื่อพัฒนาจินตนาการทักษะด้วยกิจกรรม Read & Learn Program For Family ผ่านการจัดโปรแกรมการเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัยที่ส่งเสริมการอ่านและการเรียนรู้สำหรับครอบครัว

แนวทางการสนับสนุนด้านอื่นๆ สำนักงาน OKMD จัดตั้งอุทยานการเรียนรู้ “ทีเคพาร์ค” (TK park) สำหรับเป็นสถานที่ส่งเสริมการอ่านและการเรียนรู้ที่ทันสมัย ผ่านสื่อการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ เช่น หนังสือ ดนตรี มัลติมีเดียและการแลกเปลี่ยนความรู้สำหรับเด็กและเยาวชน รวมถึงให้ความรู้การบริหารห้องสมุดแก่บรรณารักษ์ และนำเสนอมาตรการลดหย่อนภาษีรายจ่ายซื้อหนังสือ

- **กระทรวงศึกษาธิการ**

แนวทางการสนับสนุนนักเขียน กระทรวงศึกษาธิการจัดประกวดหนังสือดีเด่นประจำปีร่วมกับสมาคมผู้จัดและผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) เพื่อสนับสนุนผลงานของนักเขียนในประเทศ

แนวทางการสนับสนุนด้านผู้อ่าน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานดำเนินการส่งเสริมการอ่านให้แก่เด็กนักเรียนผ่านโครงการต่างๆ ในโรงเรียน เช่น ตั้งศูนย์พัฒนากิจกรรมการส่งเสริมการอ่าน

แนวทางการสนับสนุนด้านอื่นๆ กระทรวงศึกษาธิการมีโครงการพัฒนาห้องสมุดภายในโรงเรียน ทั้งพัฒนาประสิทธิภาพบรรณารักษ์ จัดทำคู่มือพัฒนาห้องสมุด อีกทั้งยังมีตัวชี้วัดมาตรฐานของห้องสมุดภายในโรงเรียน

- **สำนักหอสมุดแห่งชาติ**

แนวทางการสนับสนุนด้านผู้อ่าน สำนักหอสมุดแห่งชาติจัดกิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจเพื่อสร้างสังคมแห่งการอ่านและจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านสำหรับเด็ก

แนวทางการสนับสนุนด้านอื่นๆ สำนักหอสมุดแห่งชาติมีบทบาทในการให้บริการด้านห้องสมุดแก่ประชาชนทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ โดยให้บริการห้องสมุดดิจิทัล (D-Library) ซึ่งมีบริการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศ บริการจองหนังสือในระบบออนไลน์ อีกทั้งให้บริการขอเลข ISBN ISNN และจัดแจ้งการพิมพ์ผ่านทางเว็บไซต์

นอกเหนือจากหน่วยงานหลักข้างต้นที่มีส่วนดำเนินการในการพัฒนาอุตสาหกรรมหลักในข้างต้น ยังมีหน่วยงานอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์โดยเฉพาะในบางเรื่อง ดังนี้

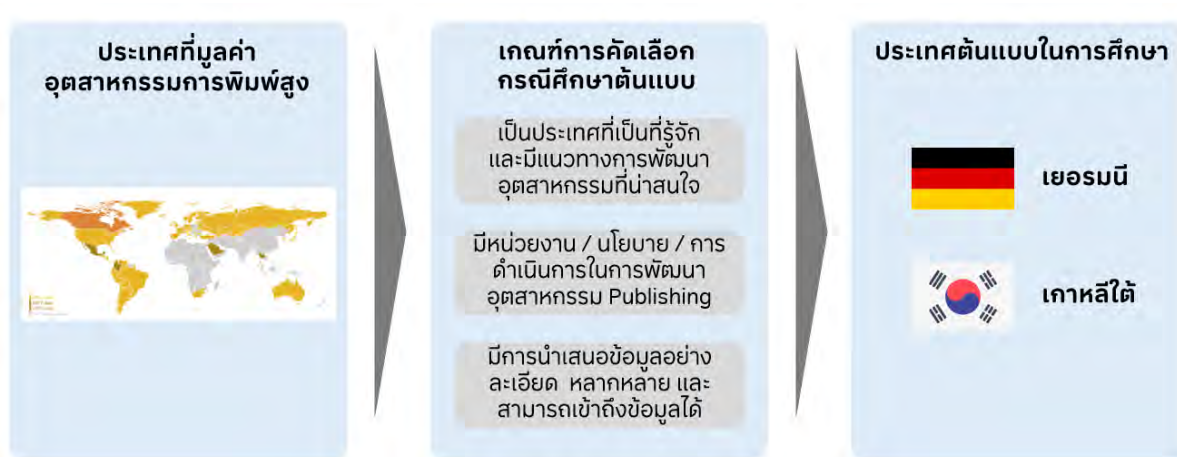
- **กรมทรัพย์สินทางปัญญา (DIP)** มีบทบาทในการคุ้มครองและจัดอบรมให้ความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญา และจัดทำระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจดทะเบียนลิขสิทธิ์
- **สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (สศร.)** มีการสนับสนุนด้านเงินทุนบางส่วน สำหรับกิจกรรมที่มิใช่เชิงพาณิชย์ รวมถึงดำเนินการอบรมผู้ที่สนใจเป็นนักเขียนและมีการจัดประกวดงานเขียนเรื่องสั้น การวิจารณ์วรรณกรรม และการรวบรวมข้อมูลศิลปินร่วมสมัยในสาขาต่างๆ
- **กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (TMF)** ดำเนินการจัดสรรทุนสำหรับสื่อออนไลน์ เผยแพร่สื่อหนังสือปลอดภัยและสร้างสรรค์และจัดโครงการชุมนุมการอ่าน
- **สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.)** ให้ทุนแก่โครงการที่พัฒนาด้านนิสัยการอ่านของเด็กปฐมวัย

จากรายละเอียดข้อมูลที่ได้นำเสนอไปทั้งหมด ทั้งข้อมูลสถานการณ์ของอุตสาหกรรมทั้งบริบทต่างประเทศและบริบทของไทย ตลอดจนข้อมูลระบบนิเวศของอุตสาหกรรม และแนวทางการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทย ทำให้เข้าใจภาพรวมสถานการณ์ของอุตสาหกรรมในปัจจุบันมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แนวทางการสนับสนุนอุตสาหกรรมการพิมพ์ในปัจจุบัน ทำให้เห็นว่า ทุกหน่วยงานมีแนวทางปฏิบัติในการดำเนินการที่แยกตามแต่ละบทบาทของหน่วยงานนั้นๆ และยังขาดการบูรณาการการสนับสนุนร่วมกันระหว่างหน่วยงาน จากความเข้าใจบริบทของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทยในปัจจุบันเรียบร้อยแล้วนั้น ในต่อไป จะเป็นการนำเสนอข้อมูลกรณีศึกษาจากต่างประเทศ เพื่อให้เห็นแนวทางการพัฒนาของต่างประเทศ และใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการออกแบบแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

บทที่ 4 กรณีศึกษาจากต่างประเทศ

ลำดับถัดไปเพื่อเป็นกรณีศึกษาสำหรับการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์สำหรับประเทศไทย การศึกษาและทบทวนแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของประเทศไทย เป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งจะได้เห็นได้จากแนวคิดในการพัฒนาและขับเคลื่อนอุตสาหกรรม ระบบเศรษฐกิจ ตลอดจนนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมในด้านต่างๆ ของต่างประเทศจะมีลักษณะเฉพาะตามจุดแข็งและต้นทุนทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของประเทศนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมาย แนวทางในการพัฒนาผู้ประกอบการ การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี ตลอดจนการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อระบบเศรษฐกิจ ดังนั้นการศึกษาจากกรณีตัวอย่างของประเทศไทย จะช่วยให้เกิดการเรียนรู้และตระหนักถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของประเทศไทย ตลอดจนเป็นแนวทางในการเสริมสร้างจุดแข็งและโอกาส และลดทอนอุปสรรคหรือข้อจำกัดต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต

ในการศึกษาการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์จากกรณีศึกษาประเทศต้นแบบ ที่ปรึกษาได้กำหนดเกณฑ์การพิจารณาประเทศต้นแบบเพื่อการศึกษาในโครงการนี้ ดังนี้



ภาพที่ 32 เกณฑ์การศึกษาประเทศต้นแบบ

ที่มา: การวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

- เป็นประเทศที่มีมูลค่าอุตสาหกรรมการพิมพ์สูงเป็นลำดับต้นๆ ของโลก ซึ่งจะสะท้อนขนาดและศักยภาพของอุตสาหกรรมการพิมพ์ในแต่ละประเทศ (อ้างอิงจากข้อมูลรายงานของ IPA/WIPO)
- เป็นประเทศที่เป็นที่รู้จักในเชิงผลลัพธ์การสนับสนุนที่จับต้องได้ หรือมีกิจกรรมสำคัญที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการพิมพ์ที่เป็นที่รู้จักและโดดเด่นไปทั่วโลก
- มีหน่วยงานที่รับผิดชอบการพัฒนาอุตสาหกรรม หรือมีแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างเป็นรูปธรรม
- สามารถเข้าถึงข้อมูลการดำเนินการของประเทศนั้นๆ ได้ และมีการเผยแพร่ข้อมูลที่ละเอียดและหลากหลาย

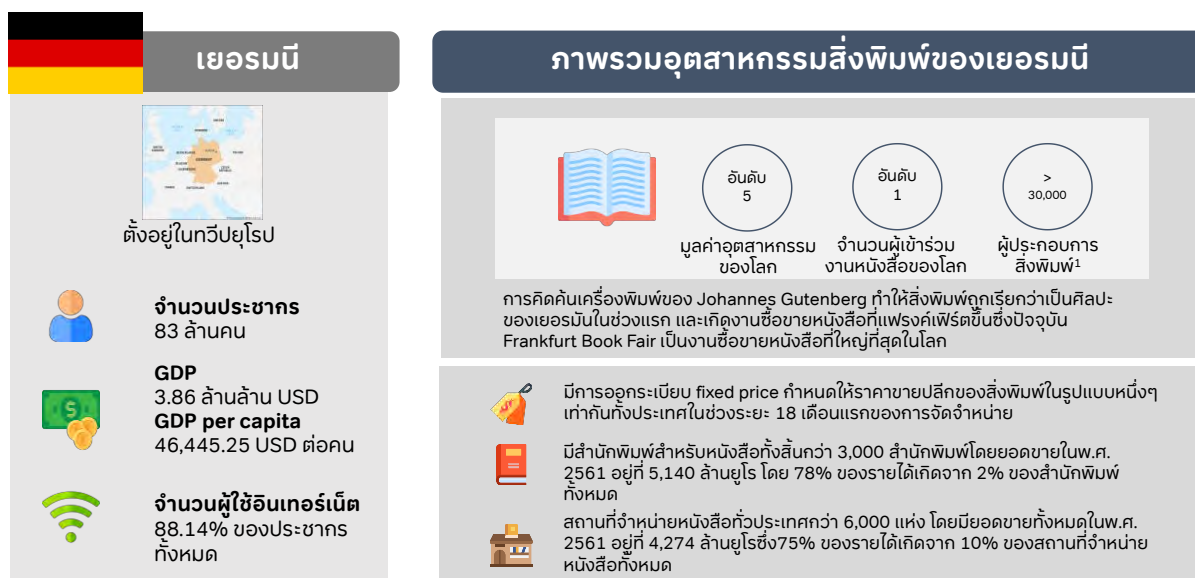
จากเกณฑ์การคัดเลือกในข้างต้น ทำให้ได้ประเทศที่ผ่านการคัดเลือก ที่มีความน่าสนใจที่จะศึกษาเป็นแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์สำหรับประเทศไทย ได้แก่ ประเทศเยอรมนี และประเทศเกาหลีใต้ ลำดับต่อไป จะเป็นการนำเสนอข้อมูลเชิงลึกของการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของแต่ละประเทศ โดยมีรายละเอียดของแต่ละกรณีศึกษา ประกอบไปด้วย 1. ภาพรวมอุตสาหกรรมการพิมพ์ 2. หน่วยงานที่เป็นกลไกขับเคลื่อนอุตสาหกรรม 3. แนวทางการสนับสนุนอุตสาหกรรม และ 4. สรุปประเด็นสำคัญจากกรณีศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดของแต่ละประเทศ ดังต่อไปนี้

4.1 กรณีศึกษาประเทศเยอรมนี

อุตสาหกรรมการพิมพ์ของ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี หรือ “เยอรมนี” เป็นประเทศอันดับแรกๆ ที่หลายๆ หน่วยงาน จะกล่าวถึง ในการยกตัวอย่างประเทศที่ประสบความสำเร็จ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ให้เป็นที่รู้จักและมีความโดดเด่นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กิจกรรมงานหนังสือที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของโลกอย่าง “Frankfurt Book Fair” ก็จัดขึ้น ณ เยอรมนีอีกด้วย ทั้งนี้ จากการรวบรวมข้อมูลของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเยอรมนี สามารถสรุปเป็นลักษณะ และแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเยอรมนี โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเยอรมนี

ก่อนที่จะทำความเข้าใจแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเยอรมนี ในส่วนแรก จะเป็นการทำความเข้าใจข้อมูลในภาพรวมของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเยอรมนี เพื่อให้เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเยอรมนี โดยมีรายละเอียดดังนี้



¹คำนวณจากจำนวนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมหนังสือและสื่อโดยไม่รวมจำนวนผู้สื่อข่าวและช่างภาพ

ภาพที่ 33 ภาพรวมอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเยอรมนี

ที่มา: World Bank 2019, BMWi, International Publisher Association, The German Publishers & Booksellers Association, Britannica และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

เยอรมนีเป็นประเทศที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 4 ของทวีปยุโรปมีพื้นที่ติดกับประเทศสวิตเซอร์แลนด์และออสเตรีย ซึ่งประชากรใช้ภาษาเยอรมันเป็นหลักและมีจำนวนประชากรกว่า 83 ล้านคน ปกครองในรูปแบบสหพันธ์รัฐ ซึ่งแต่ละมลรัฐมีรัฐธรรมนูญ สภาและฝ่ายบริหารเป็นของตนเอง ซึ่งลักษณะการปกครองรูปแบบนี้ทำให้โครงสร้างการรวมตัวของภาคเอกชนมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน

เยอรมนีเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญต่อการศึกษาโดยนักเรียนสามารถเข้าเรียนโรงเรียนรัฐโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และมีมูลค่าอุตสาหกรรมพิมพ์สูงเป็นลำดับที่ 5 ของโลก เยอรมนีมีความโดดเด่นในอุตสาหกรรมการพิมพ์นับตั้งแต่การประดิษฐ์เครื่องพิมพ์เป็นประเทศแรกของโลก และจากความแพร่หลายของสิ่งพิมพ์ เยอรมนีจึงเป็นสถานที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนสิ่งพิมพ์มาตั้งแต่อดีต และปัจจุบันเป็นสถานที่จัดงาน Frankfurt Book Fair ซึ่งเป็นงานซื้อขายสิ่งพิมพ์ที่มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานมากเป็นลำดับที่ 1 ของโลก

จากความนิยมในสิ่งพิมพ์ทำให้ปัจจุบันเยอรมนีมีผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์กว่า 30,000 ราย โดยแบ่งเป็นสำนักพิมพ์กว่า 3,000 แห่งและสถานที่จำหน่ายสิ่งพิมพ์กว่า 6,000 แห่งทั่วประเทศ โครงสร้างอุตสาหกรรมการพิมพ์ในเยอรมนีมีลักษณะที่บริษัทขนาดใหญ่เป็นผู้ครองตลาด กล่าวคือ ในด้านการผลิตสิ่งพิมพ์จะพบว่าร้อยละ 2 ของสำนักพิมพ์เป็นผู้ครอบครองรายได้กว่าร้อยละ 78 ของตลาดและในด้านการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์จะพบว่าร้อยละ 10 ของสถานที่จำหน่ายสิ่งพิมพ์ครอบครองรายได้กว่าร้อยละ 75 ของตลาดทั้งหมด

4.1.2 หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเยอรมนี

การสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเยอรมนีเกิดมาจากความร่วมมืออย่างเข้มแข็งระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ที่ให้การสนับสนุนปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการพิมพ์ และการสนับสนุนการดำเนินการของเอกชน ให้สามารถดำเนินการตามบทบาทของหน่วยงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยจากการศึกษาค้นคว้า สามารถสรุปหน่วยงานที่มีความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเยอรมนี โดยมีรายละเอียดดังนี้

	องค์กรภาครัฐ	องค์กรเอกชน	
หน่วยงาน	 Federal Ministry for Economic Affairs and Energy  Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien - Federal Ministry for Economic Affairs and Energy - Federal Government Commissioner for Culture and the Media	 KOMPETENZZENTRUM KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT DES BUNDES Federal Government's Cultural and Creative Industries Competence Center	Börsenverein des Deutschen Buchhandels  German Publishers & Booksellers Association
บทบาท และหน้าที่	วางแผนนโยบาย Cultural and Creative Industries Initiative	สร้างโอกาสสำหรับความร่วมมือ และผลงานของอุตสาหกรรม สร้างสรรค์กับอุตสาหกรรมอื่นๆ ด้วยกระบวนการ ดังนี้ - การส่งเสริมสิ่งใหม่ๆ - การเข้าถึงอุตสาหกรรมแก่ ผู้ประกอบการอื่นๆ - การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการ พัฒนาอุตสาหกรรม	- เป็นตัวแทนระหว่างนักเขียน และผู้อ่าน และสร้างตลาดด้วย สินค้าและบริการ - สร้างจุดสมดุลทางการเมือง และเศรษฐกิจ และรักษาความ เป็นอิสระของตลาดสิ่งพิมพ์ - แลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อสร้าง ทักษะทั้งในและต่างประเทศ

ภาพที่ 34 หน่วยงานสำคัญที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์ของประเทศเยอรมนี

ที่มา: เว็บไซต์ของหน่วยงาน BMWi, Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes, The German Publishers & Booksellers Association และการวิเคราะห์ของทีปภิภา

ในด้านการสนับสนุนอุตสาหกรรมการพิมพ์ซึ่งถือเป็นสาขาหนึ่งของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เยอรมนีมีนโยบาย Cultural and Creative Industries Initiative ตั้งแต่พ.ศ. 2550 ซึ่งกระทรวงเศรษฐกิจและพลังงานร่วมมือกับคณะทำงานด้านวัฒนธรรมและสื่อเป็นผู้วางนโยบาย โดยมี Federal Government's Cultural and Creative Industries Competence Center เป็นผู้ปฏิบัติงานเพื่อส่งเสริมการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆในกลุ่มเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การเข้าถึงอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอื่นๆและการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรม

ในขณะที่องค์กรภาครัฐเป็นผู้กำกับนโยบายและปฏิบัติงานสำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์กรเอกชนโดย The German Publishers & Booksellers Association หรือ “สมาคมนักพิมพ์” เป็นผู้มีส่วนสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเยอรมนี โดยองค์กรได้ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ พ.ศ. 2368 มีเอกภาพสำหรับการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการพิมพ์โดยเฉพาะสำนักพิมพ์และร้านหนังสือ ซึ่งสมาคมนักพิมพ์มีส่วนในการสะท้อนเสียงของผู้ประกอบการมายังรัฐบาลและดำเนินงานสนับสนุนอุตสาหกรรมในด้านต่างๆ เช่นเป็นศูนย์รวมข้อมูลข่าวสารของตลาดทั้งในและต่างประเทศ เป็นผู้จัดงานซื้อขายสิ่งพิมพ์และเป็นผู้พัฒนาระบบต่างๆ รวมถึงฐานข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของอุตสาหกรรม

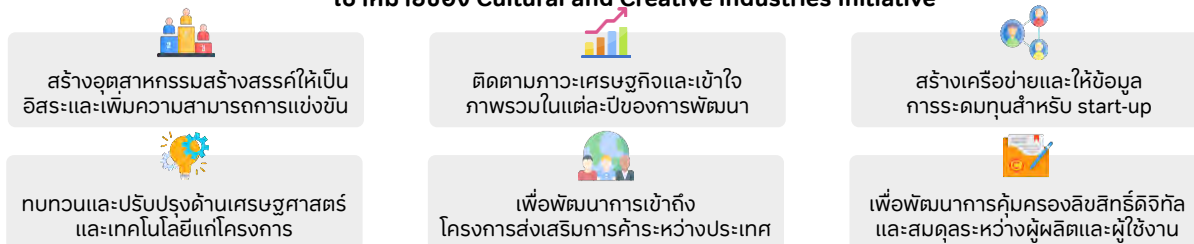
4.1.3 แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเยอรมนี

ในหัวข้อต่อไปนี้เป็นคำแนะนำแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเยอรมนี ภายใต้การดำเนินการของหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง ตามที่ได้นำเสนอไปในส่วนก่อนหน้า โดยรายละเอียดแนวทางการสนับสนุนอุตสาหกรรมการพิมพ์ให้มีศักยภาพที่เข้มแข็งรวมถึงเป็นอุตสาหกรรมการพิมพ์ที่เป็นที่นึกถึงของหน่วยงานต่างๆ ทั่วโลก มาจากการพัฒนาในหลากหลายองค์ประกอบกิจกรรม ในตลอดห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมการพิมพ์ ทั้งนี้ จากการรวบรวมข้อมูล พบว่ามีแนวทางการสนับสนุนอุตสาหกรรมการพิมพ์ที่น่าสนใจดังนี้

Cultural and Creative Industries Initiative

- กระทรวงเศรษฐกิจและพลังงานร่วมมือกับคณะทำงานด้านวัฒนธรรมและสื่อออกนโยบาย Cultural and Creative Industries Initiative โดยมี Federal Government's Cultural and Creative Industries Competence Center เป็นศูนย์กลางการทำงาน
 - เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมให้สามารถแข่งขันได้
 - เพื่อให้บริษัทขนาดเล็กรวมถึงศิลปินอิสระมีโอกาสในการสร้างรายได้ที่ดีขึ้น

เป้าหมายของ Cultural and Creative Industries Initiative



ภาพที่ 35 นโยบาย Cultural and Creative Industries Initiative

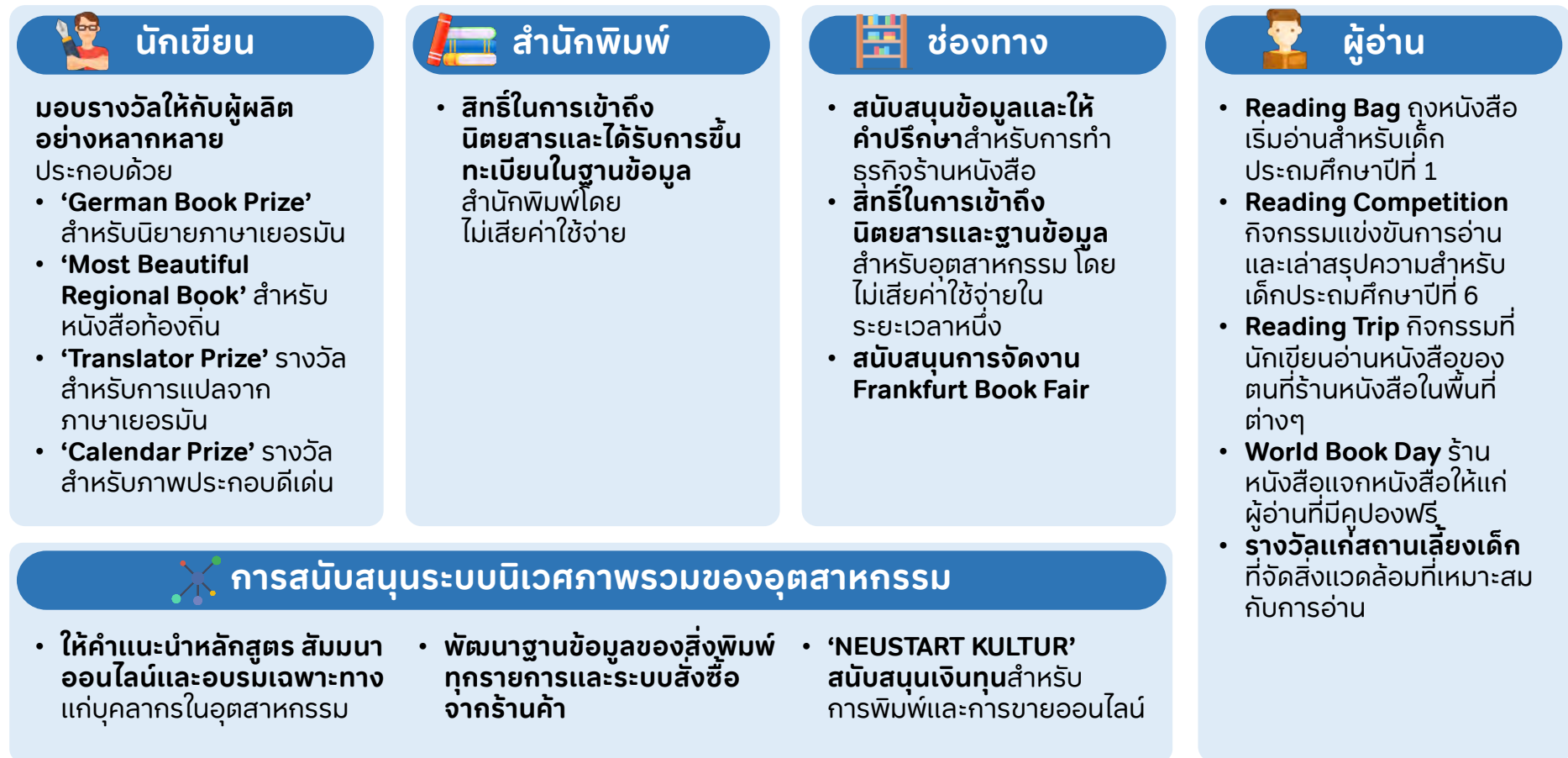
ที่มา: BMWi, Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

กระทรวงเศรษฐกิจและพลังงานร่วมกับคณะทำงานด้านวัฒนธรรมและสื่อได้วางนโยบาย Cultural and Creative Industries Initiative ตั้งแต่พ.ศ. 2550 โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์สามารถแข่งขันได้และสร้างโอกาสในการสร้างรายได้ที่ดีขึ้นให้แก่บริษัทขนาดเล็กและศิลปินอิสระ ซึ่งเป้าหมายหลักในการขับเคลื่อนนโยบายมี 6 ประการคือ

1. การสร้างอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้เป็นอิสระและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน
2. การติดตามสภาพเศรษฐกิจและเข้าใจภาพรวมของอุตสาหกรรม
3. การสร้างเครือข่ายและให้ข้อมูลการระดมทุนสำหรับ Start-up
4. การทบทวนและปรับปรุงด้านเศรษฐกิจศาสตร์และเทคโนโลยีสำหรับโครงการต่างๆ
5. การพัฒนาการเข้าถึงโครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้แก่อุตสาหกรรม
6. การพัฒนาการคุ้มครองลิขสิทธิ์ดิจิทัลและสมดุลระหว่างผู้ผลิตและผู้ใช้งาน

ในด้านการปฏิบัติงาน Federal Government's Cultural and Creative Industries Competence Center ได้วางบทบาทเป็นแพลตฟอร์มในการดำเนินงานแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) การพัฒนาและงานนวัตกรรม ซึ่งองค์กรทำหน้าที่ให้คำปรึกษาเพื่อการพัฒนาสินค้าต้นแบบ การสร้างพื้นที่ทดลองระยะสั้นสำหรับโครงการที่มีความเสี่ยงสูง 2) การขยายเครือข่าย เช่น การจัดสัมมนาโดยผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆและการสร้างโอกาสเพื่อขยายเครือข่ายสำหรับคนในอุตสาหกรรม และ 3) การวิเคราะห์และคาดการณ์แนวโน้มอุตสาหกรรม โดยองค์กรได้ทำวิจัยในสาขาต่างๆรวมถึงติดตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเช่นผลกระทบจากโควิด-19 ต่ออุตสาหกรรมเผยแพร่บนเว็บไซต์

สำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ พบว่าหน่วยงานที่มีบทบาทหลักได้แก่ **สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือของเยอรมนี (German Publishers & Booksellers Association)** เป็นผู้มีบทบาทหลักในการขับเคลื่อน สมาคมฯ สร้างและพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์อย่างครอบคลุมตั้งแต่การสร้างสรรค์ผลงาน การผลิตสิ่งพิมพ์ การจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์และการสร้างตลาดสำหรับสิ่งพิมพ์ รวมถึงงานสนับสนุนต่างๆ เช่นด้านบุคลากร ระบบฐานข้อมูลและการประสานงานโดยมีบทบาทเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลสำหรับโครงการของภาครัฐ เช่น การเป็นที่ประกาศราคาขายปลีกของสิ่งพิมพ์ตามกฎหมายว่าด้วยการกำหนดราคาสิ่งพิมพ์ การรวบรวมข้อมูลสำนักพิมพ์และร้านหนังสือที่สมัครเข้าร่วมโครงการ NEUSTART KULTUR ซึ่งเป็นโครงการสนับสนุนด้านเงินทุนจากรัฐบาลเนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 แก่สำนักพิมพ์ในการผลิตสิ่งพิมพ์และร้านหนังสือในการสร้างช่องทางการขายออนไลน์ โดยรายละเอียดในการสนับสนุนด้านต่างๆ มีดังนี้



ภาพที่ 36 แนวทางการสนับสนุนอุตสาหกรรมการพิมพ์ของ The German Publishers & Booksellers Association

ที่มา: : The German Publishers & Booksellers Association และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

1. การสนับสนุนนักเขียน

สมาคมฯ สร้างแรงจูงใจโดยการมอบรางวัลในสาขาต่างๆ อย่างหลากหลาย เช่นรางวัลสาขานิยาย สาขาส่งพิมพ์ที่ไม่ใช้นิยาย สาขาเนื้อหาที่กล่าวถึงท้องถิ่นและรางวัลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ผลงาน เช่นรางวัลให้แก่นักแปลและนักวาดภาพประกอบ เป็นต้น

2. การสนับสนุนการผลิตสิ่งพิมพ์ของสำนักพิมพ์

สมาคมฯ สนับสนุนสำนักพิมพ์โดยการให้สิทธิในการเข้าถึงนิตยสารสำหรับอุตสาหกรรมที่สมาคมฯ เป็นผู้จัดพิมพ์และบริการขึ้นทะเบียนในฐานข้อมูลสำนักพิมพ์โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

3. การสนับสนุนด้านช่องทาง

นอกจากการสนับสนุนข้อมูลสำหรับการดำเนินธุรกิจร้านหนังสือตั้งแต่การเริ่มกิจการ การบริหารกิจการและการส่งต่อกิจการแล้ว สมาคมฯ ยังให้สิทธิในการเข้าถึงฐานข้อมูลสิ่งพิมพ์แก่ร้านหนังสือที่เป็นสมาชิก และจัดงานซื้อขายสิ่งพิมพ์ทั้งระดับนานาชาติที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกโดยบริษัทลูกของสมาคมฯ ซึ่งเป็นการสร้างโอกาสให้สิ่งพิมพ์ภาษาเยอรมันออกสู่ตลาดต่างประเทศมากยิ่งขึ้น

4. การพัฒนาตลาดและผู้อ่าน

สมาคมฯ เน้นการปลูกฝังนิสัยรักการอ่านตั้งแต่เยาว์วัยโดยจัดกิจกรรมต่างๆ เช่นการแจกถุงหนังสือให้แก่เด็กประถม การจัดกิจกรรมให้นักเขียนอ่านผลงานของตนตามร้านหนังสือต่างๆ และการส่งเสริมพฤติกรรมรักการอ่านโดยจัดพื้นที่แสดงออกทางสังคม เช่น การแข่งขันการอ่านและสรุปความระดับประเทศ โดยมีการมอบรางวัลอย่างเป็นทางการในงาน Frankfurt Book Fair ทุกๆ ปี

5. การสนับสนุนระบบนิเวศ

สมาคมฯ จัดตั้งสถานที่และหลักสูตรเพื่อพัฒนาบุคลากรสำหรับอุตสาหกรรมการพิมพ์โดยเฉพาะ เช่น หลักสูตรสำหรับสำนักพิมพ์ซึ่งครอบคลุมการผลิตสิ่งพิมพ์ ขั้นตอน กระบวนการและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง การกระจายสินค้า การตลาด การบัญชี เศรษฐศาสตร์พื้นฐานและหลักสูตรสำหรับร้านหนังสือซึ่งครอบคลุมการจัดซื้อ การจัดการสินค้า การตลาด การขาย การควบคุมบริหาร

นอกจากนี้สมาคมฯ ยังพัฒนาระบบฐานข้อมูลสิ่งพิมพ์ซึ่งเพิ่มประสิทธิภาพในการค้นหาข้อมูล เนื่องจากสำนักพิมพ์และร้านค้าเข้าถึงข้อมูลชุดเดียวกัน และระบบการสั่งซื้อสิ่งพิมพ์จากร้านค้าเพื่อให้การทำงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่า สมาคมผู้จัดพิมพ์และจำหน่ายหนังสือของเยอรมนี มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนอุตสาหกรรมการพิมพ์ในเยอรมนี ผ่านรูปแบบการสนับสนุนที่หลากหลาย ตลอดห่วงโซ่ของอุตสาหกรรม ทั้งนี้ การดำเนินการที่ถือเป็นกิจกรรมสำคัญมาก ต่อวงการสื่อสิ่งพิมพ์ของโลก ได้แก่การจัดงาน ‘Frankfurt Book Fair’ ที่ถือเป็นกิจกรรมที่สำคัญที่สุดของวงการหนังสือของโลก โดยมีรายละเอียดของกิจกรรม ดังนี้



ภาพที่ 37 รายละเอียดกิจกรรม ‘Frankfurt Book Fair’ ของเยอรมนี

ที่มา: หน่วยงาน Frankfurt Buchmesse และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

งาน Frankfurt Book Fair มีประวัติยาวนานกว่า 500 ปีโดยการจัดงานภายใต้การดำเนินการของ Frankfurter Buchmesse GmbH เริ่มขึ้นตั้งแต่พ.ศ. 2492 ในครั้งที่ผู้จัดแสดงชาวเยอรมันกว่า 205 รายได้รวมตัวกันหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ปัจจุบัน Frankfurt Book Fair เป็นงานซื้อขายสิ่งพิมพ์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกซึ่งในพ.ศ. 2562 มีผู้จัดแสดงกว่า 7,450 รายและผู้เข้าร่วมงานกว่า 302,267 คน นอกจากนี้ Frankfurter Buchmesse GmbH ยังอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่ผู้ร่วมงาน เช่น งานด้านลิขสิทธิ์ ข้อมูลบุคลากรและบริการเอกสารที่เกี่ยวข้อง ทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างครบวงจรโดยข้อมูลต่างๆสามารถค้นหาได้ง่ายอย่างเป็นระบบ

ในพ.ศ. 2563 รูปแบบการจัดงานซื้อขายสิ่งพิมพ์ได้เปลี่ยนเป็นรูปแบบออนไลน์เนื่องจากการระบาดของโรคโควิด-19 โดยผู้จัดงานได้จัดทำเว็บไซต์และแอปพลิเคชันทางมือถือเพื่อให้ผู้เข้าร่วมชมงานสามารถค้นหาผู้ออกงานได้ตามกลุ่มเนื้อหาสิ่งพิมพ์หรือผลงาน พร้อมทั้งปรับรูปแบบการสนทนาจากการจัดเวทีในสถานที่จัดงานมาเป็นการสนทนาออนไลน์ซึ่งผู้ร่วมงานสามารถรับชมได้แม้จะสิ้นสุดระยะเวลาการจัดงานแล้ว นอกจากนี้ยังมีบริการจับคู่ธุรกิจออนไลน์โดยผู้สนใจลงทะเบียนในระบบและระบบจะแนะนำคู่ค้าจากอัลกอริทึมหรือจากความประสงค์ตามที่คุณลงทะเบียนได้กรอกข้อมูลไว้

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า สมาคมฯ มีส่วนในการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเยอรมนีเป็นอย่างดี ซึ่งสามารถเป็นกรณีศึกษาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งในการรวมตัวของภาคเอกชนในไทยได้ต่อไป

4.1.4 สรุปประเด็นสำคัญจากกรณีศึกษาประเทศเยอรมนี

จากข้อมูลแนวทางการสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของเยอรมนี ที่ได้นำเสนอไปข้างต้น ทำให้เข้าใจว่า ปัจจัยที่ทำให้อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของเยอรมนีมีการพัฒนาอย่างเป็นระบบมาจากความร่วมมือระหว่างเอกชนและรัฐบาล โดยเอกชนเป็นผู้มีบทบาทหลักในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสืบเนื่องจากการรวมกลุ่มอย่างเข้มแข็งและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมาอย่างยาวนาน ในขณะที่รัฐบาลตระหนักถึงบทบาทของเอกชนและสนับสนุนอุตสาหกรรมผ่านองค์กรเอกชนที่มีอยู่แล้วทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ สามารถสรุปเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเยอรมนี ประกอบด้วย 5 ปัจจัยหลัก ดังนี้



ภาพที่ 38 ปัจจัยความสำเร็จของการสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของเยอรมนี

ที่มา : การวิเคราะห์ของทีปภิรักษา

- 1) มีผู้รับผิดชอบในการสนับสนุนอุตสาหกรรมโดยเฉพาะ เยอรมนีจัดตั้งหน่วยงานเพื่อรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวางบทบาทของรัฐบาลในการร่วมมือกับเอกชนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์อย่างชัดเจน โดยรัฐบาลเป็นผู้สนับสนุนในขณะที่เอกชนเป็นผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งรูปแบบดังกล่าวสามารถดำเนินงานได้เนื่องจากมีจากการรวมตัวของภาคเอกชนอย่างเข้มแข็งและมีการดำเนินงานที่ละเอียด และครอบคลุมในทุกภาคส่วนของอุตสาหกรรม ดังจะเห็นได้จากการจัดตั้งกลุ่มย่อย (Interest Group) เพื่อดำเนินงานในหัวข้อต่างๆ โดยเฉพาะ ทำให้สมาคมฯ ทราบถึงรายละเอียดอย่างและตอบสนองต่อความต้องการของอุตสาหกรรมได้

- 2) **เอกชนมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน** จากแรกเริ่มและผ่านเหตุการณ์ต่างๆ ในประวัติศาสตร์มาร่วม 200 ปี ปัจจุบันสมาคมฯ มีสมาชิกกว่า 4,500 องค์กร โดยมี State Council เป็นผู้ตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงานต่างๆ ซึ่งภายในสมาคมมีการแบ่งการทำงานออกเป็นกลุ่มย่อยเพื่อปฏิบัติงานในรายละเอียดต่างๆ เช่น ด้านนิยาย และสิ่งพิมพ์ที่ไม่ใช่นิยาย สิ่งพิมพ์เสียง สื่อการสอน การส่งเสริมการอ่าน เป็นต้น อนึ่ง ในฐานะที่เป็นองค์กรหลักในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ สมาคมฯ ได้วางบทบาทเป็นตัวแทนของร้านหนังสือ ผู้จัดพิมพ์ ตัวแทนจำหน่ายและสื่อต่างๆ ทั้งในด้านการเมืองและเศรษฐกิจ จึงกล่าวได้ว่าสมาคมฯ มีการรวมกลุ่มอย่างเหนียวแน่นและชัดเจน ทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีเอกภาพ นอกจากนี้สมาคมฯ ยังได้จัดทำระบบสืบค้นข้อมูลสิ่งพิมพ์ภาษาเยอรมันและนิตยสารรายสัปดาห์ Börsenblatt เพื่อกระจายข้อมูลล่าสุดของอุตสาหกรรมและเพิ่มความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของอุตสาหกรรมอีกด้วย
- 3) **ส่งเสริมอุตสาหกรรมอย่างรอบด้าน** ในด้านการสร้างสรรค์เนื้อหา สมาคมฯ สร้างแรงจูงใจผ่านการให้รางวัลหลากหลายประเภททำให้มีเนื้อหาที่หลากหลาย รองรับความต้องการของผู้อ่านและให้รางวัลในส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น การวาดภาพประกอบและการแปล ทำให้สิ่งพิมพ์มีลักษณะที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มบุคคลที่หลากหลาย อีกทั้งสมาคมฯ ยังให้การสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านการสนับสนุนธุรกิจร้านหนังสือและการจัดงานซื้อขายสิ่งพิมพ์ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้สิ่งพิมพ์เข้าถึงผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น
- 4) **สร้างความต้องการต่อสิ่งพิมพ์เพื่อสร้างตลาด** นอกจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านโดยสมาคมฯ ที่เน้นไปที่เยาวชน เช่น การแจกถุงหนังสือและการให้รางวัลแก่สถานเลี้ยงเด็กที่จัดสิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมการอ่านแล้ว Stiftung Lesen (Reading Foundation) เป็นอีกองค์กรหนึ่งที่สนับสนุนการอ่านโดยเฉพาะ ซึ่งองค์กรได้จัดกิจกรรมการอ่านในระดับประเทศและแนะนำสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมกับช่วงอายุ กลุ่มเนื้อหา และรูปแบบการจัดพิมพ์ซึ่งทำให้ประชาชนสามารถตัดสินใจบริโภคสิ่งพิมพ์ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น
- 5) **เสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์** นอกจากการพัฒนาภาคส่วนต่างๆ ในอุตสาหกรรมแล้วนั้น สมาคมฯ ยังพัฒนาบุคลากรผ่านการจัดอบรมหลักสูตรต่างๆ ที่จัดทำขึ้นสำหรับอุตสาหกรรม เป็นศูนย์กลางในการกระจายข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมและเป็นผู้รวบรวมข้อมูลและประสานงานกับภาครัฐในการดำเนินโครงการต่างๆ อีกด้วย

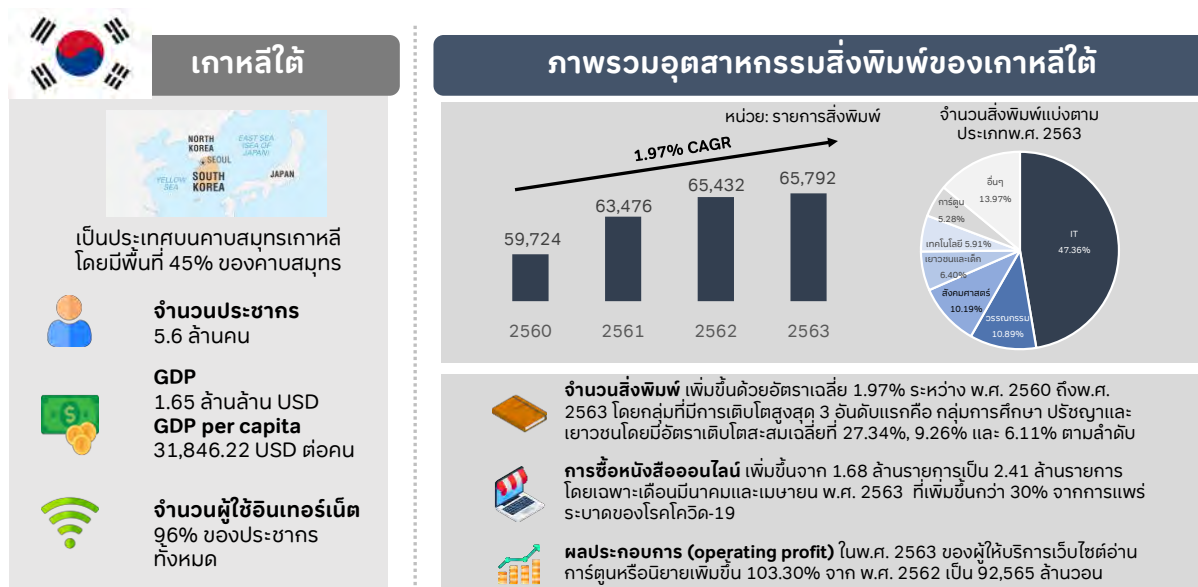
จากข้อมูลการศึกษานิเทศ์ศึกษาของอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ของเยอรมนี ทำให้เห็นภาพมากขึ้นว่า การพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ประสบผลสำเร็จทั้งการพัฒนาศักยภาพภายในประเทศและความสามารถในการแข่งขันในระดับเวทีโลกอย่างเป็นที่ประจักษ์ ลำดับต่อไป จะเป็นการนำเสนอข้อมูลกรณีศึกษาของประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นอีกประเทศที่ประสบความสำเร็จในการวางรากฐาน พัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการพิมพ์ได้อย่างครอบคลุมและมีความน่าสนใจ โดยมีรายละเอียดในส่วนต่อไปนี้

4.2 กรณีศึกษาประเทศเกาหลีใต้

นอกจากกรณีศึกษาประเทศเยอรมนีในข้างต้น อีกประเทศที่ได้รับการคัดเลือกเป็นกรณีศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ สาธารณรัฐเกาหลี หรือ “เกาหลีใต้” ซึ่งเป็นประเทศอันดับต้นๆ ในเชิงมูลค่าโดยรวมของอุตสาหกรรม เมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าของประเทศอื่นๆ ทั่วโลก (อ้างอิงจากรายงาน ‘The Global Publishing Industry 2018’ โดย IPA/WIPO ที่ได้นำเสนอไปในส่วนก่อนหน้านี้) พบว่าเกาหลีใต้ มีมูลค่าอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ สูงเป็นอันดับ 4 จากประเทศที่มีข้อมูลทั้งหมด รวมถึงในปัจจุบัน ความแพร่หลายของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทการ์ตูน โดยเฉพาะในช่องทางออนไลน์ ได้รับความนิยมมากขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศอีกด้วย ทั้งนี้ จากการรวบรวมข้อมูลการสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของเกาหลีใต้ ทำให้เห็นภาพแนวทางการสนับสนุนของเกาหลีใต้มากขึ้น และจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาเป็นแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทยในอนาคต

4.2.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเกาหลีใต้

ก่อนที่จะทำความเข้าใจแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเกาหลีใต้ ในส่วนแรก จะเป็นการทำความเข้าใจข้อมูลในภาพรวมของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเกาหลีใต้ เพื่อให้เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเกาหลีใต้ โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 39 ภาพรวมอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเกาหลีใต้

ที่มา: Britannica, World Bank 2018, KPIPA, Korea Publishers Association และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

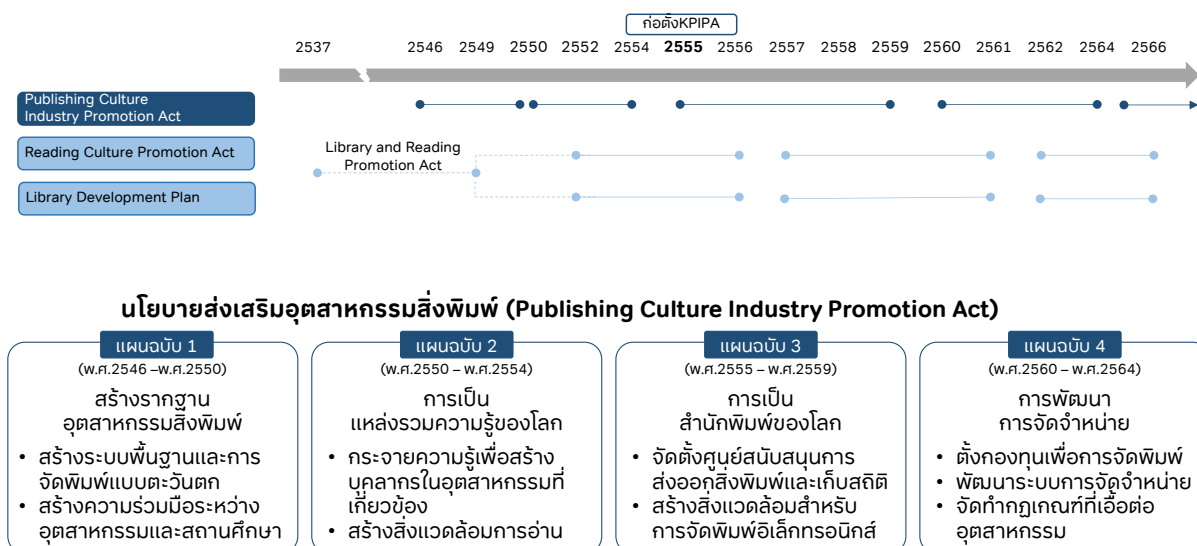
เกาหลีใต้เป็นประเทศที่ตั้งอยู่บนคาบสมุทรเกาหลีและมีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์อย่างยาวนาน ส่งผลให้มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย ตั้งแต่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สถาปัตยกรรมที่ได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลกจาก UNESCO เช่น พระราชวัง Changdeokgung อาหาร ศิลปะป้องกันตัวและวัฒนธรรมด้านบันเทิงเช่น K-pop เกาหลีใต้จึงเป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจในการดำเนินงานของรัฐบาลเพื่อผลักดันให้วัฒนธรรมเกาหลีเป็นที่รู้จักแก่ประเทศต่างๆ ทั่วโลก

เกาหลีใต้มีประชากรทั้งสิ้นกว่า 5.6 ล้านคน และมีจำนวนสิ่งพิมพ์ใหม่ที่ตีพิมพ์ต่อปีกว่า 65,792 รายการ ในปีพ.ศ. 2563 สิ่งพิมพ์ใหม่ที่ได้รับการตีพิมพ์เกือบครึ่งหนึ่งมีเนื้อหาอยู่ในกลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ และกลุ่มที่ได้รับการตีพิมพ์มากเป็นอันดับสองคือวรรณกรรม และเมื่อพิจารณาจากอัตราการเติบโตของสิ่งพิมพ์ระหว่าง พ.ศ. 2560 - 2563 จะพบว่ากลุ่มเนื้อหาที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมสูงสุดคือ กลุ่มการศึกษา ปรัชญาและหนังสือเยาวชนโดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมที่ร้อยละ 27.34 ร้อยละ 9.26 และร้อยละ 6.11 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการส่งออกสิ่งพิมพ์สู่ต่างประเทศของเกาหลีใต้ที่มีการส่งออกสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวกับการศึกษาและการใช้งานประจำวันไปยังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น จีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ไทย และเวียดนาม เป็นต้น

นอกจากนี้การที่ร้อยละ 96 ของประชากรสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยเกื้อหนุนต่อการซื้อขายและอ่านสิ่งพิมพ์ออนไลน์ โดยเมื่อพิจารณาจากยอดการขายสิ่งพิมพ์ออนไลน์จะพบว่าแนวโน้มที่สูงขึ้นทุกปีโดยเฉพาะในเดือนมีนาคม-เมษายน พ.ศ. 2563 ที่การเติบโตสูงกว่าร้อยละ 30 เนื่องจากการกักตัว และยังพบว่าใน พ.ศ. 2563 ผลประกอบการของผู้ให้บริการเว็บไซต์อ่านการ์ตูนหรือนิยายเพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัวแสดงแนวโน้มของพฤติกรรมการบริโภคสิ่งพิมพ์ที่เปลี่ยนไปทางออนไลน์มากขึ้น

ในด้านพฤติกรรมการอ่านของประชากรเกาหลีพบว่า ประชาชนเกาหลีได้อ่านหนังสือลดลงโดยเฉพาะในรูปแบบกระดาษอย่างมีนัยสำคัญจาก 8.3 เล่มต่อปีในพ.ศ. 2560 เป็น 6.1 เล่มต่อปีในพ.ศ. 2562 และมีการอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นในขณะที่อัตราการฟังหนังสือเสียงเริ่มมีการเก็บสถิติใน พ.ศ. 2562 จึงยังสามารถนำมาประเมินแนวโน้มได้ อย่างไรก็ตามก็ตีรัฐบาลเกาหลีใต้ได้ส่งเสริม การผลิตสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์และหนังสือเสียงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่แผนพัฒนาฉบับที่ 3 ที่เริ่มใช้ในพ.ศ. 2555 จนถึงปัจจุบัน

เพื่อให้เข้าใจทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเกาหลีใต้ ว่ามีแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันอย่างไร จึงได้รวบรวมข้อมูล แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของเกาหลีในช่วงเวลาต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 40 แนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของเกาหลีใต้ จากอดีตจนถึงปัจจุบัน

ที่มา: Ministry of Culture, Sports and Tourism, Korea Legislation Research Institute, K-Book, The Korea Publishing Science Society และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

เกาหลีใต้เริ่มพัฒนาการเข้าถึงสิ่งพิมพ์ของประชาชนจาก Library Act ที่ประกาศใช้ครั้งแรกในพ.ศ. 2506 เพื่อจัดตั้งห้องสมุดตามท้องที่ต่างๆ ซึ่งต่อมากฎหมายฉบับนั้นได้ถูกยกเลิกและประกาศใช้ Library Promotion Act แทนใน พ.ศ. 2534 พร้อมกับเปลี่ยนผู้รับผิดชอบการบังคับใช้กฎหมายจากกระทรวงศึกษาธิการไปเป็นกระทรวงวัฒนธรรม กล่าวได้ว่าในการเปลี่ยนกระทรวงผู้ดูแลการใช้กฎหมายนี้ เกาหลีใต้ได้เปลี่ยนมุมมองต่อสิ่งพิมพ์จากการที่เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาไปเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม และในพ.ศ. 2537 เกาหลีใต้ได้ประกาศใช้ Library and Reading Promotion Act จนกระทั่งในพ.ศ. 2549 ที่ได้แยกกฎหมายฉบับนี้เป็น 2 ฉบับคือ Reading Culture Promotion Act และ Library Development Plan โดยสาระสำคัญของ Reading Culture Promotion Act อยู่ที่การวางรากฐานการสนับสนุนการอ่าน การสร้างพฤติกรรมการอ่านในชีวิตประจำวัน ไปจนกระทั่งการสร้างค่านิยมการอ่านในสังคมและสร้างระบบนิเวศสำหรับการอ่านในอนาคต

ในด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ จากการศึกษาเมื่อเทียบกับ จีน ญี่ปุ่น และประเทศในกลุ่ม OECD ในช่วงพ.ศ. 2543-2549 เกาหลีใต้ตระหนักถึงปัญหาในด้านต่างๆ ดังนี้

- **ด้านจำนวนสิ่งพิมพ์ใหม่** การตีพิมพ์สิ่งพิมพ์ใหม่ของเกาหลีใต้เติบโตเพียงร้อยละ 1.2 ในระหว่าง พ.ศ. 2543 – 2548 ในขณะที่ญี่ปุ่นอยู่ที่ร้อยละ 10.5 และจีนอยู่ที่ร้อยละ 44.3 ในช่วงเวลาเดียวกัน และเมื่อพิจารณาจำนวนสิ่งพิมพ์จะพบว่า จำนวนสิ่งพิมพ์ใหม่ของเกาหลีใต้อยู่ที่ระดับ 40,000 รายการต่อปีในขณะที่ญี่ปุ่นอยู่ที่ระดับ 70,000 รายการต่อปีและจีนอยู่ที่ระดับ 100,000 รายการต่อปี

- **ด้านสำนักพิมพ์** มีสำนักพิมพ์เพียงร้อยละ 10 จากที่ได้รับการจดทะเบียนยังคงผลิตสิ่งพิมพ์และสำนักพิมพ์ส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 5 คน นอกจากนี้การจัดพิมพ์สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ยังเป็นไปเพื่อองค์กร เช่น ห้องสมุด หรือโรงเรียน ยังไม่เข้าถึงประชาชนและยังขาดแพลตฟอร์มที่สามารถตอบสนองต่อสภาพแวดล้อม
- **ด้านการจัดจำหน่าย** จำนวนร้านหนังสือทั่วประเทศลดลงกว่าร้อยละ 50 เมื่อเทียบกับทศวรรษก่อน อันเนื่องมาจากการขาดแคลนข้อมูลและรูปแบบการกระจายสิ่งพิมพ์อย่างเป็นระบบ และการแข่งขันทางด้านราคาครอบครองตลาดกว่าร้อยละ 40
- **ด้านความต้องการการอ่าน** จากผลสำรวจโดยบริษัท NOP ในพ.ศ. 2548 พบว่าประชากรเกาหลีใต้ใช้เวลาในการอ่านน้อยที่สุดใน 30 ประเทศ ชาวชนเกาหลีมีพฤติกรรมห่างไกลการอ่านโดยอัตราการอ่านในระดับมัธยมศึกษาลดลงจากร้อยละ 97 ในพ.ศ. 2537 เหลือเพียงร้อยละ 89 ในพ.ศ. 2549 และจำนวนเวลาในการอ่านลดลงจาก 62 นาทีเป็น 45 นาที นอกจากนี้อัตราจำนวนห้องสมุดต่อจำนวนประชากรอยู่ที่ 1:183 ซึ่งเมื่อเทียบกับอังกฤษที่ 1:7 และเยอรมนีที่ 1:10 แล้ว จำนวนห้องสมุดของเกาหลีใต้เห็นได้ว่าไม่เพียงพออย่างชัดเจน และจำนวนหนังสือที่ประชากรเกาหลีใต้ซื้ออยู่เพียง 0.9 เล่ม เทียบกับฟินแลนด์ที่ 7.2 เล่มและญี่ปุ่นที่ 2.7 เล่ม กล่าวได้ว่าอัตราการบริโภคสิ่งพิมพ์ของประชากรเกาหลีอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ
- **ด้านความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศ** จากการขาดการสร้างสรรค์เนื้อหาที่โดดเด่นทำให้มีหนังสือแปลจากต่างประเทศกว่าร้อยละ 30 ในพ.ศ. 2547 ส่งผลให้อัตราการพิมพ์สิ่งพิมพ์ต่างประเทศอยู่ในอันดับสูงสุดในกลุ่มประเทศ OECD เมื่อเทียบกับญี่ปุ่นที่อยู่ร้อยละ 8 จีนที่ร้อยละ 10 และเยอรมนีที่ร้อยละ 12 นอกจากนี้การขาดแคลนระบบสนับสนุนการส่งออกสิ่งพิมพ์อย่างเป็นรูปธรรมยังทำให้ความสามารถในการเผยแพร่สิ่งพิมพ์สู่ต่างประเทศลดลง
- **ด้านงานสนับสนุน** เกาหลีใต้ขาดแคลนการพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบ เช่นการไม่มีหลักสูตรเฉพาะสำหรับบุคลากรในสถานศึกษาของรัฐ การขาดแคลนองค์กรเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ซึ่งมีเพียงคณะกรรมการด้านจริยธรรมสิ่งพิมพ์ที่เป็นองค์กรขนาดใหญ่มีบุคลากรกว่า 45 คนในขณะที่องค์กรสนับสนุนสิ่งพิมพ์มีบุคลากรอยู่เพียง 3-5 คน

จากการตระหนักถึงสถานการณ์และมุมมองของเกาหลีใต้ต่ออุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในศตวรรษที่ 21 ที่เปลี่ยนรูปแบบจากการเน้นการพิมพ์เป็นการเน้นการผลิตเนื้อหา การมองผู้อ่านเป็นศูนย์กลาง การพัฒนารูปแบบไปในทางอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะการใช้เนื้อหาในหลากหลายรูปแบบ (One-source Multi-use) และการกระตุ้นผู้อ่านให้เข้าไปในลักษณะ Active Prosumer เกาหลีใต้ได้วางวิสัยทัศน์มุ่งสู่ พ.ศ. 2563 เป็นแหล่งวัฒนธรรมความรู้จากหนังสือ โดยมีเป้าหมาย 3 ประการคือ

- 1) ก้าวเป็น 1 ใน 5 แหล่งวัฒนธรรมความรู้ของโลก
- 2) เปลี่ยนแปลงจากอุตสาหกรรมพิมพ์เป็นศูนย์อุตสาหกรรมทางความรู้
- 3) สร้างวัฒนธรรมการเขียน การพิมพ์และการอ่านอย่างแพร่หลาย

ทั้งนี้ เกาหลีใต้ได้วางนโยบายการดำเนินงานเป็นแผนระยะสั้นทุกๆ 5 ปีโดยเริ่มจากการสร้างรากฐานสำหรับอุตสาหกรรม การปฏิรูปอุตสาหกรรมโดยเฉพาะด้านการผลิตและการกระจายสิ่งพิมพ์จนกระทั่งนำประเทศเข้าสู่วัฒนธรรมความรู้ โดยรายละเอียดเป็นไปตามที่ปรากฏอยู่ใน Publishing Culture Industry Promotion Act ดังนี้

แผนฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2546 - 2550) โดยมีเป้าหมายของแผนคือการสร้างเกาหลีใต้เป็นสังคมที่อุดมไปด้วยสิ่งพิมพ์ ผ่านการวางรากฐานของอุตสาหกรรม การวางนโยบายให้เกิดประสิทธิผลและการจัดการองค์ความรู้ให้เป็นลักษณะ โดยมีการดำเนินการที่เป็นรูปธรรมเช่น การจัดตั้งโครงสร้างพื้นฐานสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ การวางรากฐานลักษณะการพิมพ์แบบตะวันตก การพัฒนาบุคลากรสำหรับอุตสาหกรรมการพิมพ์ เป็นต้น

แผนฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550- 2554) โดยมีเป้าหมายของแผนคือการเป็น 1 ใน 5 แหล่งความรู้ที่ใหญ่ที่สุดของโลกผ่านการสร้างความมีส่วนร่วมจากประชากร การเสริมสร้างเครือข่ายสิ่งพิมพ์ให้เข้มแข็ง การสร้างโครงสร้างพื้นฐานสำหรับอุตสาหกรรม และการพัฒนาควบคู่กันไปทั้งทางด้านออนไลน์และออฟไลน์ ผ่านโครงการต่างๆ เช่น การสร้างรากฐานสำหรับการพิมพ์แบบดิจิทัล การสร้างผู้เชี่ยวชาญสำหรับอุตสาหกรรม การคิดค้นนวัตกรรมสำหรับการกระจายสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

แผนฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555 - 2559) โดยมีเป้าหมายของแผนคือการเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมผ่านการฟื้นฟูวัฒนธรรมสิ่งพิมพ์ การสร้างสิ่งแวดล้อมในระดับต่อยอดสำหรับสิ่งพิมพ์ การค้นหาปัจจัยใหม่ในการพัฒนาอุตสาหกรรมและการเผยแพร่สู่ต่างประเทศ โดยมีกิจกรรมต่างๆ คือ การสร้างความต้องการและระบบการกระจายสิ่งพิมพ์ การกระตุ้นให้เกิดการสร้างสรรค์เนื้อหาที่ดีเลิศ การสนับสนุนสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์และการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีออกสู่ต่างประเทศ ซึ่ง KPIPA ได้ก่อกำเนิดขึ้นมาในพ.ศ. 2555 อันเป็นปีแรกของการประกาศใช้แผนฉบับนี้

แผนฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560 - 2564) โดยมีเป้าหมายของแผนคือการส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสิ่งพิมพ์ได้ง่ายผ่านการสร้างระบบการกระจายสิ่งพิมพ์ในระดับต่อยอด การขยายแหล่งเงินทุนสำหรับการพิมพ์และฟื้นฟูการลงทุน การพัฒนาระบบกฎหมายที่เป็นมิตรต่ออุตสาหกรรมและศูนย์วิจัยข้อมูลอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ การสนับสนุนการใช้งานเนื้อหาในหลากหลายบริบทและพัฒนาสำนักพิมพ์ขนาดกลาง การส่งเสริม Korean Wave เป็นต้น

แม้การวางนโยบายจะเป็นสิ่งสำคัญ แต่สิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดความต่อเนื่องคือการมีผู้รับผิดชอบในโครงการต่างๆ ซึ่งหน่วยงานที่มีบทบาทต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์เป็นไปตามรายละเอียดดังนี้

4.2.2 หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเกาหลีใต้

หน่วยงานสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของเกาหลีใต้มี 3 องค์กรคือ 1. Korea Creative Content Agency (“KOCCA”) 2. Korea Publishing Culture Industry Promotion Agency (“KPIPA”) และ 3. The Korean Publishers Association โดยมีรายละเอียดบทบาทหน้าที่ และการดำเนินการของแต่ละหน่วยงาน ดังนี้

	องค์กรภาครัฐ	องค์กรเอกชน	
หน่วยงาน	 KOCCA KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY Korea Creative Content Agency (KOCCA)	 KPIPA www.kpipa.go.kr Korea Publishing Culture Industry Promotion Agency (KPIPA)	 대한출판문화협회 KOREAN PUBLISHERS ASSOCIATION Korean Publishers Association
บทบาทและหน้าที่	• เสริมสร้างรากฐานและสิ่งแวดล้อมสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ • สร้างบุคลากรและสนับสนุนการสร้างเนื้อหาตอบสนองความต้องการของตลาด • พัฒนาด้านวัฒนธรรมระหว่างภูมิภาคต่างๆอย่างสมดุลและขยายตลาดต่างประเทศ	• สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรม • วิจัยนโยบายอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ • สนับสนุนการศึกษาและการสร้างบุคลากร • พัฒนาการผลิตและการจัดจำหน่าย • การสร้างความต้องการต่อสิ่งพิมพ์ • เผยแพร่ข้อมูลต่อไปและต่างประเทศ • สร้างและพัฒนาสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์	• รักษาความเป็นอิสระของอุตสาหกรรม • วิจัยและพัฒนาการศึกษาสำหรับอุตสาหกรรม • เพิ่มการมีส่วนร่วมของสำนักพิมพ์ต่อสังคม
สาขาที่ส่งเสริม	เกมส์, การกระจายเสียง, pop culture, ICT, อนิเมชัน, การ์ตูนและดนตรี	Audio books, วรรณกรรมเยาวชน	สิ่งพิมพ์

ภาพที่ 41 หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเกาหลีใต้

ที่มา: เว็บไซต์ของแต่ละหน่วยงาน และการวิเคราะห์ของทีปรึกษา

KOCCA เป็นองค์กรที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว ทำหน้าที่เสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันและสนับสนุนสภาพแวดล้อมสำหรับอุตสาหกรรม ภายใต้เป้าหมายในการสร้างนวัตกรรมเพื่อการเจริญเติบโตทางด้านเนื้อหาและวัฒนธรรม ผ่านบทบาทในด้านต่างๆ เช่นการสำรวจและวิจัยข้อมูลตลาด การสร้างบุคลากรที่เกี่ยวข้อง การส่งเสริมการผลิตและกระจายผลผลิตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การสนับสนุนการสร้างสรรค์เนื้อหาทั้งทางด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และการศึกษา การวางบทบาทขององค์กรในลักษณะ start-up และสนับสนุนการบริหารจัดการและการขยายสู่ตลาดต่างประเทศ เป็นต้น โดยปัจจุบัน KOCCA ส่งเสริมเนื้อหาด้านเกมส์ การกระจายเสียง Pop Culture และ ICT อย่างโดดเด่นและมีสำนักงานตั้งอยู่ 7 ประเทศทั่วโลกในอเมริกา ญี่ปุ่น จีน (ปักกิ่ง และเซินเจิ้น) ฝรั่งเศส อินโดนีเซีย และอาหรับเอมิเรตส์

สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ องค์การที่มีบทบาทหลักในการขับเคลื่อนคือ KPIPA โดยจัดตั้งขึ้นในพ.ศ. 2555 ตามแผนพัฒนาฉบับที่ 3 ซึ่งเป็นการปรับการทำงานขององค์กรจากการเป็นคณะกรรมการด้านจริยธรรมสิ่งพิมพ์ (Korea Publication Ethics Committee) มาเป็นองค์กรส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ โดยมีบทบาทหลักๆ ในการวิจัยด้านนโยบายและระบบเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ การสนับสนุนการศึกษาและพัฒนาบุคลากร การต่อยอดการสนับสนุนการผลิตและการกระจายสิ่งพิมพ์ การส่งเสริมความต้องการต่อสิ่งพิมพ์รวมถึงการกระตุ้นการอ่าน การสร้างและพัฒนาการพิมพ์แบบอิเล็กทรอนิกส์ การสนับสนุนการเผยแพร่สิ่งพิมพ์ออกสู่ตลาดต่างประเทศและการควบคุมสิ่งพิมพ์ที่เป็นอันตราย (เช่น มีเนื้อหาหลอแหลม อนาจาร ผิดศีลธรรม หรือผิดกฎหมาย เป็นต้น)

ในภาคเอกชนสมาคมผู้จัดพิมพ์แห่งเกาหลีใต้เป็นผู้มีบทบาทด้านการรักษาความเป็นอิสระของอุตสาหกรรม การรวบรวมข้อมูล วิจัยและพัฒนาการศึกษาสำหรับอุตสาหกรรม ตลอดจนการเพิ่มการมีส่วนร่วมของสำนักพิมพ์ต่างๆ ต่อสังคม โดยสมาคมได้ก่อตั้งขึ้นในพ.ศ. 2490 ในฐานะสมาคมผู้จัดพิมพ์แห่งโซซอนและเริ่มกิจการโดยการจัดพิมพ์นิตยสารสำหรับอุตสาหกรรมในปีถัดมา ต่อมาได้รับการเปลี่ยนชื่อเป็นสมาคมผู้จัดพิมพ์แห่งเกาหลีใต้และปัจจุบันสมาคมมีสมาชิกกว่า 700 หน่วยงาน

4.2.3 แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเกาหลีใต้

จากข้อมูลหน่วยงานที่นำเสนอไปข้างต้น จะเห็นได้ว่า หน่วยงานที่มีความสำคัญกับการสนับสนุนอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ของเกาหลีใต้ คือ Korea Publishing Culture Industry Promotion Agency (KPIPA) ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐ ที่ตั้งขึ้นมาเพื่อดำเนินการสนับสนุนอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศโดยเฉพาะ

ทั้งนี้ จากปัญหาที่เกาหลีใต้ตระหนักถึงในจุดเริ่มต้นการก่อตั้ง KPIPA ได้พัฒนาอุตสาหกรรมอย่างครอบคลุมและเป็นระบบตั้งแต่การสร้างสรรค์เนื้อหา การผลิตผลงาน การพัฒนาช่องทางการเผยแพร่ การพัฒนาตลาด และการสนับสนุนอุตสาหกรรมทั้งด้านการพัฒนาบุคลากรและองค์ความรู้โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้



นักเขียน

- **'Sejong Selection'**
การจัดซื้อหนังสือที่ได้รับคัดเลือกโดยรัฐให้โรงเรียนและห้องสมุด
- **'Excellent Contents'**
การให้ทุนสนับสนุนสิ่งพิมพ์ที่ได้รับการคัดเลือก
- **การแนะนำหนังสือจาก**
คณะกรรมการและการแนะนำหนังสือเฉพาะกลุ่ม



สำนักพิมพ์

- **การให้ทุนจัดพิมพ์แก่**
สำนักพิมพ์ขนาดกลางและขนาดเล็ก
- **การให้บริการสถานที่**
สำหรับการผลิตโดยไม่มีค่าใช้จ่าย
- **การแนะนำผู้บรรยาย**
สำนักพิมพ์ และเว็บไซต์
สำหรับเผยแพร่ผลงาน



ช่องทาง

- **'K-book' K-BOOK**
แพลตฟอร์มแนะนำ
นักเขียน สำนักพิมพ์และ
สิ่งพิมพ์ สำหรับทั้งในและ
ต่างประเทศ
- **Book fairs** การเข้าร่วมงาน
หนังสือเพื่อส่งเสริมสิ่งพิมพ์
เกาหลีให้เป็นที่รู้จัก
- **Overseas supports**
การให้ทุนแก่สำนักพิมพ์
ต่างประเทศที่จัดพิมพ์
สิ่งพิมพ์จากเกาหลีใต้



ผู้อ่าน

- **Reading bag** ถุงหนังสือ
เริ่มอ่านสำหรับเด็กในแต่ละ
ช่วงวัย
- **Reading marathon**
กิจกรรมส่งเสริมการอ่าน
ทั่วประเทศสำหรับทุกวัย
- **Book experience bus**
รถทดลองอ่านหนังสือ
(ห้องสมุดเคลื่อนที่)
- **Youth book token**
การแจกคูปองให้นักเรียน
สามารถนำไปแลกหนังสือ
- **Excellent workplace**
รางวัลสถานที่ทำงานที่
ส่งเสริมการอ่าน



การสนับสนุนระบบนิเวศภาพรวมของอุตสาหกรรม

- **ให้บริการหลักสูตรสำหรับ**
สำนักพิมพ์และการจัดอบรม
บุคลากรในธุรกิจสิ่งพิมพ์
- **การให้ข้อมูลผ่านนิตยสาร**
สำหรับอุตสาหกรรม เช่น ข้อมูล
ตลาดในและต่างประเทศ ขั้นตอน
การจัดทำ audio book
- **การให้คำแนะนำแก่ธุรกิจ** เช่น
การบริหาร กฎหมาย ภาษีและ
ด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับ
อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

ภาพที่ 42 บทบาทของ KPIPA ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

ที่มา: เว็บไซต์ของ KPIPA และการวิเคราะห์ของทีปภิรักษา

1. การสนับสนุนนักเขียน

เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการสร้างเนื้อหาที่โดดเด่น KPIPA ได้มอบรางวัล ให้แก่สิ่งพิมพ์ที่ได้รับการคัดเลือก พร้อมทั้งสนับสนุนด้านเงินทุนโดยการจัดซื้อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับการคัดเลือกและกระจายไปตามห้องสมุดท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งการสนับสนุนดังกล่าวยังเป็นการส่งเสริมให้ประชากรเกาหลีใต้เข้าถึงสิ่งพิมพ์ได้สะดวกยิ่งขึ้น นอกจากนี้ KPIPA ยังมีโครงการให้ทุนในการจัดพิมพ์หนังสือสำหรับเนื้อหาที่ยังไม่ได้รับการตีพิมพ์และได้รับการคัดเลือกรวมถึงการประกาศหนังสือแนะนำที่ได้รับการคัดเลือกจากคณะกรรมการต่างๆ เป็นการส่งเสริมให้สิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาที่โดดเด่นได้รับการเข้าถึงมากยิ่งขึ้น

2. การสนับสนุนการผลิตสิ่งพิมพ์ของสำนักพิมพ์

KPIPA สนับสนุนการผลิตสิ่งพิมพ์โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือการสนับสนุนด้านเงินทุน และการสนับสนุนด้านสถานที่และการแนะนำบุคลากร โดยในด้านการสนับสนุนเงินทุน จากจุดเริ่มต้นที่สำนักพิมพ์ส่วนใหญ่เป็นสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก KPIPA จึงได้ให้ทุนสนับสนุนสำนักพิมพ์ขนาดกลางและขนาดเล็กเพื่อคงความหลากหลายในการผลิต

ในด้านสถานที่และการแนะนำบุคลากร จากการที่ต้นทุนในการผลิต audio books สำหรับเนื้อหา 400 หน้าโดยมีคนพากย์เพียงหนึ่งคนและไม่มีเสียงประกอบพบว่ามีต้นทุนกว่า 7-8 ล้านบาท (ประมาณ 196,000 – 224,000 บาท) ซึ่งประเมินว่าเป็นจำนวนเงินที่สำนักพิมพ์ไม่สามารถลงทุนได้ KPIPA จึงจัดเตรียมพื้นที่สำหรับการผลิตสิ่งพิมพ์เสียงให้กับผู้ประกอบการ พร้อมแนะนำขั้นตอนในการทำงาน ผู้บรรยายและแพลตฟอร์มที่สามารถจำหน่ายสิ่งพิมพ์เสียง

3. การสนับสนุนด้านช่องทาง

เพื่อเป็นการเผยแพร่สิ่งพิมพ์เกาหลีใต้สู่ต่างประเทศ KPIPA จึงจัดทำแพลตฟอร์ม K-Book โดยจัดเตรียมเนื้อหาเฉพาะสำหรับชาวต่างชาติ ทั้งในด้านข้อมูล เช่น สภาพอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในเกาหลีใต้ และการแนะนำสิ่งพิมพ์ ผู้ประพันธ์ สำนักพิมพ์ ตัวแทนต่างๆ เช่น ผู้แปลและตัวแทนลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ชาวต่างชาติในการเข้าถึงสิ่งพิมพ์เกาหลีใต้ที่มีเนื้อหาโดดเด่น

นอกจากนี้ เพื่อสร้างความตระหนักถึงสิ่งพิมพ์เกาหลีใต้ในตลาดต่างประเทศ KPIPA ได้เข้าร่วมงานซื้อขายสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น Paris Book Fair, Bologna Children's Book Fair, London Book Fair, Beijing International Book Fair, Shanghai International Children's Book Fair และ Frankfurt Book Fair

อีกทั้ง KPIPA ยังมอบทุนสนับสนุนให้แก่สำนักพิมพ์ต่างชาติ ในการแปล และจัดพิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์ของเกาหลีใต้ เป็นภาษาต่างๆ ในประเทศปลายทาง เพื่อเป็นการส่งเสริมการจัดพิมพ์สิ่งพิมพ์จากเกาหลีใต้ในต่างประเทศอีกด้วย

4. การพัฒนาตลาดและผู้อ่าน

เกาหลีใต้มีการพัฒนาตลาดและผู้อ่านอย่างเป็นระบบสืบเนื่องจากการประกาศใช้ Reading Culture Promotion Act โดยในแผนฉบับที่ 3 เน้นย้ำไปที่กิจกรรมทางสังคม เช่น การกระตุ้นการอ่านในชุมชนและสร้างสิ่งแวดล้อมให้การอ่านอยู่ในชีวิตประจำวัน การกระตุ้นการอ่านในทุกช่วงวัยและเพิ่มการเข้าร่วมจากกลุ่มผู้สูงอายุ การเผยแพร่วัฒนธรรมการอ่านทางสื่อต่างๆ รวมถึงการสร้างสภาพแวดล้อมสำหรับการอ่านแบบดิจิทัลและค้นหาปัจจัยเพื่อส่งเสริมให้มีการอ่านที่มากยิ่งขึ้น

KPIPA ได้สร้างแรงจูงใจสำหรับการอ่านในหลายๆ ด้านโดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชน เช่น การแจกหนังสือซึ่งมีหนังสือที่ได้รับการคัดเลือกว่าเหมาะสมให้แต่ละช่วงวัย การจัดกิจกรรมแข่งขันการอ่านในระดับประเทศ การจัดห้องสมุดเคลื่อนที่เพื่อให้เยาวชนมีโอกาสสัมผัสหนังสือใหม่ๆ การแจกคู่มือผ่านทางโรงเรียนให้นักเรียนสามารถไปแลกหนังสือเพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงและการให้รางวัลแก่สถานที่ทำงานที่จัดสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการอ่าน เป็นต้น

5. การสนับสนุนระบบนิเวศ

เพื่อเป็นการสนับสนุนอุตสาหกรรมอย่างครบวงจร KPIPA ได้ร่วมมือกับกระทรวงการจ้างงานและแรงงาน และบริการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แห่งเกาหลีใต้ เป็นสถานที่ฝึกงานสำหรับบริษัทในกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อเป็นการสร้างบุคลากรดังกล่าว KPIPA ได้จัดอบรมด้านการพิมพ์ทั้งสิ้น 8 หลักสูตรครอบคลุมด้านการวางแผนจัดพิมพ์ การออกแบบสิ่งพิมพ์ การตลาดและการจัดพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรม นอกจากนี้สำหรับผู้สนใจเผยแพร่สิ่งพิมพ์สู่ต่างประเทศ KPIPA ยังจัดการอบรมเฉพาะโดยเนื้อหาครอบคลุมการจัดพิมพ์ การกระจายสิ่งพิมพ์สู่ต่างประเทศ นโยบายเกี่ยวกับการส่งออกสิ่งพิมพ์ การทำงานร่วมกับตัวแทนต่างๆ และกลยุทธ์ในการส่งออก รวมถึงข้อมูลในตลาดต่างๆ และคำแนะนำในเรื่องการทำสัญญา เป็นต้น สำหรับข้อมูลอุตสาหกรรม KPIPA มีคณะทำงานด้านการวิจัยข้อมูลตลาดในประเทศต่างๆ โดยจะเผยแพร่ข้อมูลเป็นรายเดือน เช่น ข้อมูลจากประเทศไทยที่อยู่ในรายงานประกอบไปด้วยสิ่งพิมพ์เกาหลีและสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับความนิยมในขณะนั้น

นอกจากการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยรวมแล้ว เกาหลีใต้ยังสร้างเมืองหนังสือแห่งเดียวของโลก Paju Book City ในนิคมอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม Paju โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพที่ 43 Paju Book City

ที่มา: Paju book city, Cooperative of Paju book city, K-biz news

● เมืองแห่งหนังสือ Paju (Paju Book City)

เริ่มจากความคิดของผู้ผลิตสิ่งพิมพ์ใน พ.ศ. 2532 ที่ต้องการพัฒนาพื้นที่หนึ่งให้เป็นพื้นที่แห่งอุตสาหกรรม
การพิมพ์และนำเสนอต่อกระทรวงวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว จนได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในพ.ศ. 2540
นิคมอุตสาหกรรม Paju ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องภายใต้แนวคิด “เมืองแห่งหนังสือ” จนกระทั่งดำเนินการในเฟส
แรกสำเร็จใน พ.ศ. 2550 ซึ่งมีองค์กรย้ายเข้ามากกว่า 300 องค์กรโดยเป็นองค์กรในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และการ
กระจายสินค้าพร้อมพนักงานกว่า 8,000 คน ต่อมาโครงการได้รับการพัฒนาต่อในเฟสสองภายใต้แนวคิด “เมืองแห่ง
หนังสือและภาพยนตร์” ซึ่งเมื่อพัฒนาเสร็จในพ.ศ. 2554 มีองค์กรย้ายเข้าอีกกว่า 300 องค์กรประกอบธุรกิจ วีดีโอ
การพิมพ์ ซอฟต์แวร์และงานสนับสนุนพร้อมพนักงานอีกกว่า 8,000 คนทำให้นิคมอุตสาหกรรมวัฒนธรรม Paju แห่ง
นี้มีองค์กรทั้งสิ้นกว่า 600 องค์กรโดยเกินกว่าครึ่งเป็นหน่วยงานด้านสิ่งพิมพ์ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นสำนักพิมพ์ 117
แห่ง โรงพิมพ์ 39 แห่งและอีกกว่า 200 บริษัทที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์ เช่น ผู้เย็บหนังสือและผู้กระจาย
สิ่งพิมพ์ เป็นต้น

ปัจจัยที่ทำให้นิคมอุตสาหกรรม Paju มีผู้ประกอบการย้ายเข้ามาเป็นจำนวนมากเกิดจากการสนับสนุนทางด้านเงินทุนและภาษี โดยในด้านเงินทุนนั้น ผู้ประกอบการจะได้รับวงเงินกู้สูงถึงร้อยละ 80 สำหรับค่าใช้จ่ายในการครอบครองที่ดินและวงเงินกู้สูงถึงร้อยละ 80 หรือ 3 ล้านบาทสำหรับค่าใช้จ่ายในการก่อสร้าง นอกจากนี้ในด้านภาษี ผู้ประกอบการได้รับมาตรการลดหย่อนภาษีต่างๆ เช่น ได้รับการยกเว้นในการจ่ายภาษีจากการได้มาซึ่งสินทรัพย์ (Acquisition tax) การจ่ายภาษีท้องถิ่นพิเศษเพียงร้อยละ 20 การได้รับการลดหย่อนภาษีทรัพย์สินเหลือเพียงร้อยละ 50 การได้รับสิทธิไม่คิดภาษีกำไรส่วนทุน (Capital gain) จากการส่งมอบที่ดินหรืออาคารของสำนักงานใหญ่เป็นระยะเวลา 5 ปีในกรณีที่ย้ายออกจากเขตเมืองใหญ่ภายในระยะเวลาที่กำหนด การลดหย่อนภาษีนิติบุคคลสำหรับบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กร้อยละ 100 เป็นระยะเวลา 4 ปีและลดหย่อนลงร้อยละ 50 เป็นระยะเวลา 2 ปีต่อจากนั้น สำหรับบริษัทที่ย้ายออกจากเขตเมืองใหญ่ ซึ่งจากบทวิเคราะห์ที่สำนักพิมพ์ในเกาหลีใต้ส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก มาตรการเหล่านี้เป็นตัวช่วยกระตุ้นต่อการย้ายเข้ามาในนิคมอุตสาหกรรมได้มากขึ้น

นอกจากนี้ เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ นิคมอุตสาหกรรม Paju ได้ดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยการสร้างภาพลักษณ์เมืองแห่งการพิมพ์ เช่น การสร้างห้องสมุดขนาดใหญ่ส่งเสริมการศึกษางานวิจัยต่างๆ การสร้างพื้นที่ให้เยาวชนเรียนรู้ประวัติศาสตร์สิ่งพิมพ์ เช่น ความเป็นมาของตัวอักษรจินโบรอน กิจกรรมการทำตรายาง พิพิธภัณฑน์หนังสือ พื้นที่สำหรับเรียนรู้ขั้นตอนการผลิตสิ่งพิมพ์และร้านหนังสือมือสองเป็นต้น และ ในนิคมอุตสาหกรรมยังมีโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ซึ่งผู้มาใช้บริการโรงแรม สามารถใช้บริการห้องสมุดขนาดใหญ่ (Forest Wisdom) แบบกลุ่มได้ในการนี้เพื่อรองรับการเดินทางมายัง Paju Book City รัฐบาลได้จัดให้มีรถสาธารณะระหว่างกรุงโซลและเขตอิลซานอีกด้วย

จะเห็นได้ว่า แม้นิคมอุตสาหกรรมวัฒนธรรม Paju จะมีจุดกำเนิดจากความคิดโดยภาคเอกชนเพียงกลุ่มเดียว แต่เมื่อได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างจริงจัง ทำให้ปัจจุบัน Paju Book City สามารถสร้างภาพลักษณ์เป็นเมืองแห่งหนังสือและได้กลายเป็นพื้นที่สำหรับเรียนรู้การทำงาน ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของอุตสาหกรรมการพิมพ์ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ภายในเวลากว่า 20 ปี

4.2.4 สรุปประเด็นสำคัญจากกรณีศึกษาประเทศเกาหลีใต้

จากข้อมูลที่ได้นำเสนอไปข้างต้น ในภาพรวม เกาหลีใต้ให้ความสำคัญกับการจัดตั้งห้องสมุดและส่งเสริมการอ่านเป็นอย่างมาก โดยเห็นได้จากการออกกฎหมาย Library and Reading Promotion Act ตั้งแต่พ.ศ. 2537 ทว่าปัจจัยที่ทำให้เกาหลีใต้ประสบความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์เริ่มจากการตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์อย่างเป็นระบบ การกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรมจากรัฐบาล ทั้งนี้ สามารถสรุปเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเกาหลีใต้ ประกอบด้วย 5 ปัจจัยหลัก ดังนี้



ภาพที่ 44 ปัจจัยความสำเร็จของการสนับสนุนอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ของเกาหลีใต้

ที่มา: การวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

- 1) การวางนโยบายที่ชัดเจนและมีการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง จากจุดเริ่มต้นที่เกาหลีใต้ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์จะเห็นได้ว่าเกาหลีใต้มีกฎหมายต่างๆ ที่ครอบคลุมต่ออุตสาหกรรม เช่น การพัฒนาด้านการผลิตและการส่งออกใน Publishing Culture Industry Promotion Act ที่กล่าวได้ว่าเป็นแผนหลักในการดำเนินงาน การพัฒนาผู้อ่านใน Reading Culture Promotion Act และการส่งเสริมการเข้าถึงสิ่งพิมพ์ใน Library Development Plan และจะเห็นได้ว่าเป้าหมายในการทำงานของ Publishing Culture Industry Promotion Act สอดคล้องกันอย่างต่อเนื่องเริ่มจากการสร้างรากฐานอุตสาหกรรม การพัฒนาบุคลากร ไปยังการพัฒนาการพิมพ์ จนกระทั่งการเผยแพร่สิ่งพิมพ์สู่ต่างประเทศ นอกจากนี้เพื่อเป็นการผลักดันอย่างเป็นรูปธรรม เกาหลีใต้ยังปรับบทบาทองค์กรด้านสิ่งพิมพ์จากเดิมที่เป็นคณะกรรมการควบคุมด้านจริยธรรม เป็น KPIPA เพื่อสนับสนุนการทำงานของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

- 2) **การส่งเสริมทั้งด้านเนื้อหาและการผลิต** จากในจุดเริ่มต้นที่ตลาดสิ่งพิมพ์เกาหลีใต้พึ่งพาเนื้อหาจากต่างชาติถึงร้อยละ 30 ทำให้รัฐบาลส่งเสริมการสร้างสรรค์เนื้อหาอย่างเป็นรูปธรรมทั้งผ่านการสร้างแรงจูงใจโดยการให้รางวัลและเพิ่มจำนวนการจัดพิมพ์สิ่งพิมพ์ด้วยการให้เงินทุนในการจัดพิมพ์เนื้อหาที่ได้รับการคัดเลือก นอกจากนี้เพื่อเป็นการคงความหลากหลาย รัฐบาลได้ส่งเสริมสำนักพิมพ์ด้วยการให้เงินทุนแก่สำนักพิมพ์ขนาดกลางและขนาดเล็กในการจัดพิมพ์สิ่งพิมพ์
- 3) **การเผยแพร่สิ่งพิมพ์ในเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง** ตั้งแต่แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ฉบับที่ 3 ที่ตั้งเป้าหมายในการเผยแพร่สิ่งพิมพ์สู่ต่างประเทศ KPIPA ได้ถูกจัดตั้งขึ้นและเข้ามามีบทบาทอย่างมีนัยสำคัญโดยเริ่มจากการสร้างความตระหนักถึงสิ่งพิมพ์เกาหลีใต้ในตลาดต่างประเทศด้วยการนำเสนอสิ่งพิมพ์ในงานซื้อขายสิ่งพิมพ์ในประเทศต่างๆ นอกจากนี้เพื่อเป็นการนำเสนออย่างต่อเนื่องและสามารถเข้าถึงได้จากทุกมุมโลก KPIPA ยังได้จัดทำแพลตฟอร์ม K-book เพื่อนำเสนอสู่ชาวต่างชาติโดยเฉพาะ ซึ่งสามารถสังเกตได้จากลักษณะเนื้อหาบนแพลตฟอร์ม K-book ที่ต่างจากเนื้อหาบนเว็บไซต์ KPIPA อย่างชัดเจนโดยเน้นความสำคัญกับการแนะนำสิ่งพิมพ์ ผู้ประพันธ์ และสำนักพิมพ์
นอกจากนี้ KPIPA ยังให้บริการแปลเนื้อหาบางส่วนเป็นภาษาอังกฤษเพื่ออำนวยความสะดวกให้ชาวต่างชาติในการเข้าถึงสิ่งพิมพ์มากยิ่งขึ้น สำหรับผู้ซื้อลิขสิทธิ์ KPIPA ให้เงินทุนสนับสนุนสำนักพิมพ์ต่างชาติในการจัดพิมพ์สิ่งพิมพ์จากเกาหลีใต้ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้เกิดการซื้อขายลิขสิทธิ์มากยิ่งขึ้น
- 4) **การสร้างความต้องการต่อสิ่งพิมพ์** เกาหลีใต้ได้วางแนวทางในการส่งเสริมการอ่านอย่างเป็นระบบตั้งแต่การวางนโยบาย Reading Culture Promotion Act อย่างต่อเนื่องไปจนการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมผ่านโครงการต่างๆ โดย KPIPA มีการนำเสนอผ่านเว็บไซต์ ReadingIN เกี่ยวกับกิจกรรมและกิจกรรมต่างๆ ซึ่งการดำเนินงานของ KPIPA ครอบคลุมบริบททางสังคมที่หลากหลาย เช่นการแนะนำสิ่งพิมพ์สำหรับปฐมวัยจนถึงผู้สูงอายุ การจัดห้องสมุดเคลื่อนที่ไปยังพื้นที่ต่างๆ การให้รางวัลแก่สถานที่ทำงานที่จัดสิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมการอ่าน ทำให้เกิดความความต้องการต่อสิ่งพิมพ์จากหลากหลายกลุ่ม นอกจากนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นการอ่านอย่างต่อเนื่อง KPIPA ยังจัดการแข่งขันอ่านหนังสือ กิจกรรมการอ่านหนังสือเฉพาะเมืองทำให้ประชากรเกิดความตระหนักถึงการอ่านซึ่งสามารถนำไปสู่การสร้างความต้องการต่อสิ่งพิมพ์ได้
- 5) **การสร้างปัจจัยเกื้อหนุน** นอกจากการพัฒนาภาคส่วนต่างๆ ในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์แล้ว KPIPA ยังดำเนินงานด้านการพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรม โดยจัดให้มีการอบรมหลักสูตรจากผู้เชี่ยวชาญ เผยแพร่องค์ความรู้ของอุตสาหกรรมทั้งในและต่างประเทศเป็นการอำนวยความสะดวกทั้งสำหรับ สำนักพิมพ์เกาหลีใต้ และสำนักพิมพ์ต่างชาติในการเข้าใจสภาพแวดล้อมของพื้นที่ที่จะสร้างพันธมิตรและขยายธุรกิจต่อไป

4.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบและสรุปบทเรียนสำคัญจากประเทศกรณีศึกษา

จากการศึกษากรณีศึกษาของทั้งสองประเทศในข้างต้น หัวข้อต่อไปนี้จะเป็นการสรุปการศึกษากรณีศึกษาในข้างต้น ผ่านการวิเคราะห์เปรียบเทียบการดำเนินการของทั้งสองประเทศ พร้อมกับสรุปบทเรียนสำคัญของการออกแบบแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย โดยแบ่งออกเป็น 2 หัวข้อ ดังนี้

- สรุปเปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของแต่ละประเทศ
- สรุปบทเรียนสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย

โดยมีรายละเอียดของแต่ละหัวข้อ ดังนี้

4.3.1 สรุปเปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของแต่ละประเทศ

จากกรณีศึกษาประเทศเยอรมนีและเกาหลีใต้พบว่าแม้พื้นฐานทางประวัติศาสตร์และสังคมจะแตกต่างกัน ทว่าปัจจัยที่ส่งผลให้ทั้งสองประเทศสามารถพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์คล้ายคลึงกัน โดยสามารถแบ่งได้เป็น 5 ปัจจัยหลัก คือ การมีหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรง การสนับสนุนการสร้างสรรค์เนื้อหาและผู้จัดพิมพ์ การเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงสิ่งพิมพ์ และการสร้างตลาดและการสนับสนุนระบบนิเวศ ซึ่งแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันในเชิงรายละเอียด ดังที่สรุปเปรียบเทียบได้ดังนี้

ภาพที่ 45 สรุปเปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเยอรมนีและเกาหลีใต้

การพัฒนาอุตสาหกรรม		 เยอรมนี	 เกาหลีใต้
ภาพรวม		- ภาครัฐและเอกชนมีการแบ่งแยกหน้าที่อย่างชัดเจน - สมาคม มีความร่วมมือที่ครอบคลุมอุตสาหกรรมโดยเน้นที่ร้านหนังสือ - มีประวัติศาสตร์ด้านสิ่งพิมพ์ที่ยาวนานและงานหนังสือที่ใหญ่ที่สุดในโลก - มีการนำเทคโนโลยีมาในการจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบ - ระบบฐานข้อมูลสิ่งพิมพ์เยอรมันครอบคลุมถึงประเทศเพื่อนบ้านเช่นสิ่งพิมพ์ในประเทศสวิตเซอร์แลนด์และออสเตรีย - มีการจัดการองค์ความรู้สำหรับอุตสาหกรรมให้เข้าถึงง่ายต่อผู้ประกอบการ	- มีการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบกว่า 20 ปี - มีหน่วยงานอิสระ ‘KPIPA’ ดูแลการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของประเทศ - พัฒนาอุตสาหกรรมอย่างครอบคลุมและมีหน่วยงานสนับสนุนส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่นงานแปลและงานลิขสิทธิ์ - มีความเข้าใจในอุตสาหกรรมในเชิงลึก จากการเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลานาน - มีการคาดการณ์แนวโน้มอุตสาหกรรมและผลักดันอย่างเต็มที่เช่นการผลักดันสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ด้านเนื้อหา สถานะการผลิต การเผยแพร่และการทดลองอ่าน
แนวทางการพัฒนา	หน่วยงานรับผิดชอบ	- สมาคม รวมตัวอย่างเข้มแข็งและมีความเป็นเอกภาพ - ภายในสมาคม มีการทำงานเชิงลึกทำให้สะท้อนอุตสาหกรรมได้อย่างชัดเจน	- มีวิสัยทัศน์ นโยบายและเป้าหมายที่ชัดเจนในการพัฒนาอุตสาหกรรม - มีหน่วยงานทำงานเชิงลึกสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยเฉพาะ
	สนับสนุนเนื้อหาและผู้จัดพิมพ์	- มีการให้รางวัลสำหรับสิ่งพิมพ์หลากหลายประเภทเพื่อกระตุ้นการสร้างสรรคและส่งเสริมความหลากหลายในเนื้อหา - สนับสนุนผู้ประกอบการผ่านการให้ข้อมูลให้ประกอบธุรกิจได้สะดวกยิ่งขึ้น - ส่งเสริมการเข้าถึงตัวแทนลิขสิทธิ์เพื่อเพิ่มโอกาสในการออกสู่ต่างประเทศ - ขยายเครือข่ายสำนักพิมพ์ผ่านการให้สิทธิพิเศษต่างๆแก่องค์กรที่เข้าร่วมสมาคม	- สร้างแรงจูงใจในการผลิตเนื้อหาที่สร้างสรรค์และสนับสนุนเงินทุนในการพิมพ์ - สร้างพื้นที่สำหรับเนื้อหาที่โดดเด่นผ่านการแนะนำหนังสือ - สนับสนุนเงินทุนแก่สำนักพิมพ์ขนาดกลางและขนาดเล็ก - ให้บริการสถานที่ผลิตสิ่งพิมพ์เสียงเพื่อลดต้นทุนของผู้ประกอบการ - ส่งเสริมการจัดพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์
	เพิ่มช่องทางเข้าถึง	- สนับสนุนธุรกิจร้านหนังสือผ่านการให้ข้อมูลในการประกอบธุรกิจครบวงจร - ขยายเครือข่ายร้านหนังสือผ่านการให้สิทธิพิเศษต่างๆแก่ร้านที่เข้าร่วมสมาคม - เพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการเข้าถึงตลาดทั้งในและต่างประเทศผ่านการจัดงานซื้อขายสิ่งพิมพ์และพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการกระจายข้อมูลโดยเฉพาะ	- สร้างแพลตฟอร์มสำหรับต่างประเทศโดยเฉพาะเพื่อแนะนำสิ่งพิมพ์ บุคลากรและสำนักพิมพ์จากเกาหลีใต้ - สนับสนุนเงินทุนแก่สำนักพิมพ์ต่างประเทศจัดพิมพ์หนังสือเกาหลีใต้ - สนับสนุนการส่งออกด้วยการให้คำแนะนำเรื่องลิขสิทธิ์ในภูมิภาคต่างๆของโลก - สร้างความตระหนักถึงสิ่งพิมพ์เกาหลีใต้ด้วยการเข้าร่วมงานหนังสือต่างประเทศ
	สร้างตลาด	- สร้างนิสัยรักการอ่านตั้งแต่วัยเยาว์และจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านในเยาวชน - สร้างแรงจูงใจด้วยการให้รางวัลสถานที่ที่ส่งเสริมการสร้างนิสัยรักการอ่าน - สร้างค่านิยมรักการอ่านในสังคมด้วยการชักชวนผู้รักการอ่านผ่านการแข่งขัน	- สร้างนิสัยรักการอ่านในทุกช่วงวัยของประชากร - สร้างแรงจูงใจให้จัดสภาพแวดล้อมเอื้อต่อการอ่านผ่านการให้รางวัล - กระตุ้นการอ่านจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง
	ส่งเสริมระบบนิเวศ	- สร้างบุคลากรสำหรับอุตสาหกรรมการพิมพ์ด้วยการจัดอบรมเฉพาะทาง - สร้างโอกาสสำหรับอาชีพผ่านการฝึกงานกับสำนักพิมพ์ในสมาคม - สร้างระบบฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมเพื่อการจัดการที่มีประสิทธิภาพและกระจายข่าวสารภายในอุตสาหกรรมผ่านนิตยสารรายสัปดาห์ - เป็นศูนย์รวมองค์ความรู้สำหรับอุตสาหกรรม - มีการช่วยเหลือด้านเงินทุนสำหรับอุตสาหกรรมโดยเฉพาะจากรัฐบาล	- สร้างบุคลากรสำหรับอุตสาหกรรมด้วยการจัดอบรมผ่านหลักสูตรต่างๆ - สร้างโอกาสในการประกอบอาชีพแก่บุคลากรผ่านการประชาสัมพันธ์งาน - เป็นศูนย์รวมองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์รวมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรวดเร็วรายเดือน - ให้บริการแบบ one-stop-service เอื้อต่อการเข้าถึงข้อมูลของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

จากข้างต้น สามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบ ข้อมูลจากกรณีศึกษาทั้งสองประเทศได้ว่า การพัฒนาอุตสาหกรรมจะเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีระบบเมื่อมีวิสัยทัศน์ นโยบาย แผนการทำงานและหน่วยงานรับผิดชอบที่ชัดเจน โดยเริ่มจากการประเมินสถานการณ์ปัจจุบัน คาดการณ์แนวโน้มในอนาคตและตั้งเป้าหมายในการทำงาน ดังเช่นในเกาหลีใต้ที่รัฐบาลเป็นผู้นำในการดำเนินนโยบายอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบ เมื่อ 20 ปีก่อน ในขณะที่เยอรมนีมีการพัฒนาที่ดำเนินไปตามธรรมชาติจากบทบาทที่รัฐเป็นผู้สนับสนุนและมีเอกชนเป็นผู้ดำเนินงานหลัก โดยทั้งสองประเทศมีการพัฒนาในด้านต่างๆ ประกอบด้วย 1. ด้านหน่วยงานรับผิดชอบ 2. ด้านการสนับสนุนเนื้อหาและผู้จัดพิมพ์ 3. ด้านการเพิ่มช่องทางในการเข้าถึง 4. ด้านการสร้างตลาด และ 5. ด้านการส่งเสริมระบบนิเวศ โดยมีรายละเอียดแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านหน่วยงานรับผิดชอบ การมีหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรงทำให้มีศูนย์รวมทรัพยากรเพื่อการดำเนินงาน ไม่ว่าจะเป็นบุคลากร องค์ความรู้หรือแหล่งเงินทุนและพนักงานในเชิงลึกทำให้เข้าใจสถานการณ์อุตสาหกรรมได้ตามความเป็นจริง ซึ่งประเทศไทยสามารถจัดตั้งหน่วยงานผู้รับผิดชอบได้ไม่จำเป็นการจัดตั้งองค์กรภาครัฐขึ้นมาใหม่ หรือการให้สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทยเป็นผู้ดำเนินการอย่างในเยอรมนี ทว่าภาคเอกชนจะต้องมีการรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็งและสามารถเป็นตัวแทนของอุตสาหกรรมได้เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างครอบคลุมและมีเอกภาพ

ในการสร้างความเข้มแข็งสำหรับภาคเอกชน ผู้เล่านรายใหญ่ในแต่ละภาคส่วนไม่จำเป็นเป็นผู้จัดพิมพ์หรือผู้จำหน่ายหนังสือควรมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสมาคมและมีระบบการคานอำนาจอย่างชัดเจน ดังเช่นในเยอรมนีที่ State Council ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเกี่ยวกับ สมาคมฯ จะมีสมาชิกจากองค์กรท้องถิ่นอยู่ด้วย อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่ประเทศไทยต้องการฟื้นฟูอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์อย่างรวดเร็ว รัฐบาลจำเป็นต้องมีบทบาทอย่างเด่นชัด ดังเช่นประเทศเกาหลีใต้ที่กระทรวงวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยวมีบทบาทหลักตั้งแต่การตั้งวิสัยทัศน์ การวางแผนส่งเสริมอุตสาหกรรมทุก ๆ 5 ปีโดยแต่ละแผนมีการกำหนดเป้าหมาย และกลยุทธ์ในการทำงานที่ชัดเจน ไปจนกระทั่งการปรับบทบาทคณะกรรมการจริยธรรมที่เคยควบคุมสิ่งพิมพ์มาเป็นองค์กร KPIPA ที่ทำงานเพื่อสนับสนุนการผลิตและส่งออกสิ่งพิมพ์แทน

ด้านการสนับสนุนเนื้อหาและผู้จัดพิมพ์ เนื่องจากอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์เป็นอุตสาหกรรมที่พึ่งพาการสร้างสรรคเนื้อหาที่โดดเด่นและรูปเล่มที่น่าดึงดูดใจในการตอบสนองตลาด จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบที่ตรงต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประเทศไทยสามารถทำได้โดยการสำรวจความต้องการของผู้อ่าน เพิ่มสาขารางวัลที่มอบให้แก่ผู้ประพันธ์เพื่อเพิ่มความหลากหลายทางเนื้อหาและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น การวาดภาพประกอบและการแปลดังเช่นในเยอรมนีเพื่อเชิดชูและยกระดับการทำงาน รวมถึงประชาสัมพันธ์สิ่งพิมพ์ที่ได้รับรางวัลเพื่อสร้างความตระหนักถึงจากตลาดซึ่งจะนำไปสู่การซื้อ กลับมาเป็นเงินทุนสนับสนุนการจัดพิมพ์สิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาดีเด่นต่อไป วัฏจักรดังกล่าวจะเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประพันธ์สร้างสรรค์เนื้อหาที่โดดเด่นสำหรับกลุ่มผู้อ่านสืบเนื่องไป

สำหรับผู้จัดพิมพ์ ภาครัฐสามารถช่วยผู้ประกอบการด้วยการให้เงินทุนสนับสนุนการจัดพิมพ์โดยตรงหรือจัดซื้อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับการคัดเลือกอันจะเป็นการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการจัดพิมพ์สิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาโดดเด่นและสร้างความหลากหลายของเนื้อหาในท้องตลาด

ด้านการเพิ่มช่องทางในการเข้าถึง เพื่อเพิ่มโอกาสให้สิ่งพิมพ์เข้าถึงผู้อ่านในประเทศ ประเทศไทยสามารถพัฒนาร้านขายหนังสือและเครือข่ายดังเช่นในเยอรมนีที่ให้องค์ความรู้และคำแนะนำแก่ผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ การใช้ระบบการสั่งซื้อสิ่งพิมพ์ศูนย์กลางเพื่อลดค่าใช้จ่ายและความซับซ้อนในการติดต่อกับสำนักพิมพ์ การจัดตั้งห้องสมุดชุมชนดังเช่นในเกาหลีใต้หรือการร่วมมือกับองค์กรที่มีสาขาในท้องถิ่นอย่างทั่วถึงเพื่อจัดวางสิ่งพิมพ์ซึ่งจะเป็นโอกาสอันดีในการกระจายสิ่งพิมพ์สู่ท้องที่ต่างๆ รวมถึงการจัดโครงการห้องสมุดเคลื่อนที่ไปยังพื้นที่ต่างๆ เพื่อให้ผู้อ่านได้มีโอกาสรู้จักและทดลองอ่านสิ่งพิมพ์ใหม่ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างตลาดต่อไป

สำหรับการเพิ่มโอกาสออกสู่ตลาดต่างประเทศ เพื่อเป็นการเริ่มสร้างความตระหนักรู้ (Brand recognition) ถึงสิ่งพิมพ์จากไทย ในเบื้องต้นหน่วยงานผู้รับผิดชอบสามารถเริ่มจากกิจกรรมในเชิงรุกเช่น การนำเสนอสิ่งพิมพ์จากไทยในงานซื้อขายสิ่งพิมพ์ต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ต่ออุตสาหกรรม หรือนำเสนอผ่านทูตเศรษฐกิจที่ประจำอยู่ที่ประเทศต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ต่อพื้นที่เป้าหมาย นอกจากนี้ไทยยังสามารถจัดทำเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์แก่ชาวต่างชาติโดยเฉพาะดังเช่นเกาหลีใต้ เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมสิ่งพิมพ์ที่น่าสนใจ อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงและติดต่อซื้อขายลิขสิทธิ์ต่อไป

ด้านการสร้างตลาด ทั้งเยอรมนีและเกาหลีใต้มีการพัฒนาผู้อ่านอย่างเด่นชัดผ่านองค์กรหรือโครงการที่มีหน้าที่อย่างชัดเจน โดยเน้นไปด้านการปลูกฝังพฤติกรรมและสร้างนิสัยรักการอ่านตั้งแต่เยาว์วัย ผ่านการแจกหนังสือเริ่มอ่านผ่านร้านหนังสือที่เข้าร่วมโครงการ การคัดเลือกเนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับแต่ละช่วงอายุและการมอบรางวัลแก่สถานที่ต่างๆ ที่มีการจัดสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการอ่าน ไปจนกระทั่งการเชิญชวนผู้สูงอายุให้เข้าร่วมกิจกรรมการอ่าน นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาการอ่านอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในเกาหลีใต้ที่มีการแนะนำสิ่งพิมพ์ให้แก่ผู้อ่านในบริบทต่างๆ ของสังคม และจัดให้การอ่านเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่สร้างความมีส่วนร่วมในชุมชน ในการนี้ไทยสามารถนำกรณีศึกษามาปรับใช้ได้โดยเริ่มจากการปลูกฝังพฤติกรรมการอ่านในเยาวชนโดยการแจกสิ่งพิมพ์สำหรับหัดอ่านในตอนต้นและต่อยอดนิสัยรักการอ่านผ่านการจัดกิจกรรมในแต่ละช่วงอายุ พร้อมทั้งจัดให้มีเวทีแสดงออกเพื่อส่งเสริมค่านิยมอันดี และเพิ่มการมีส่วนร่วมจากร้านหนังสือเพื่อให้ชุมชนตระหนักถึงแหล่งที่สามารถซื้อหนังสือได้ เป็นต้น

ด้านการส่งเสริมระบบนิเวศ หน่วยงานที่รับผิดชอบทั้งในเยอรมนีและเกาหลีใต้ได้วางบทบาทเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลของอุตสาหกรรมทั้งในด้านองค์ความรู้ทั่วไปที่มาจากการวิเคราะห์วิจัย และการกระจายข้อมูลข่าวสารของตลาดรวมถึงการจ้างงาน นอกจากนี้ยังมีการจัดอบรมหลักสูตรเฉพาะสำหรับบุคลากรในสำนักพิมพ์และร้านหนังสือเพื่อรองรับการความต้องการของอุตสาหกรรมทำให้หน่วยงานเป็นจุดศูนย์กลางในการดำเนินงานสำหรับอุตสาหกรรม ในการนี้เพื่อสร้างหน่วยงานที่เป็นตัวแทนของอุตสาหกรรม ประเทศไทยจำเป็นต้องพัฒนาระบบบทบาทการรวบรวมข้อมูลของตลาดและองค์ความรู้รวมถึงการสร้างและพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้มีองค์กรที่เป็นศูนย์รวมความต้องการของอุตสาหกรรมได้

4.3.2 สรุปบทเรียนสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย

จากกรณีศึกษาใน 2 ประเทศที่อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์เป็นที่โดดเด่นในระดับโลก อันเป็นผลมาจากการที่ทั้งสองประเทศให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์มาอย่างยาวนาน โดยมองว่าสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อที่รวบรวมองค์ความรู้ หรือข้อมูลต่างๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้ของประชาชนในประเทศ ภาครัฐ และภาคเอกชนจึงสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ที่หลากหลายในตลอดห่วงโซ่อุตสาหกรรม ดังรายละเอียดที่ได้นำเสนอไปในข้างต้น ทั้งนี้ เมื่อได้วิเคราะห์เปรียบเทียบการดำเนินการในด้านต่างๆ ของแต่ละประเทศข้างต้น ทำให้สามารถถอดบทเรียนสำคัญ ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของประเทศไทยต่อไปในอนาคตได้เป็น 5 ประเด็นหลัก ดังนี้

 มีหน่วยงานสนับสนุนสิ่งพิมพ์โดยเฉพาะ	- จากกรณีศึกษาทั้ง 2 ประเทศ มีหน่วยงานสนับสนุนด้านสิ่งพิมพ์โดยเฉพาะไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชนทำให้มีหน่วยงานรับผิดชอบหลักในการวางแผนงานและการดำเนินงานที่เป็นระบบต่อเนื่อง - มีการกระจายข้อมูลอย่างต่อเนื่องเสริมสร้างความร่วมมือและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวในอุตสาหกรรม
 มีการดำเนินงานที่ครอบคลุมทุกภาคส่วน	- มีการทำงานที่ครอบคลุมและสอดคล้องเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างครบวงจร เช่นการส่งเสริมด้านเนื้อหา การผลิต การจัดจำหน่ายและการส่งออกสิ่งพิมพ์ - สนับสนุนงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสิ่งพิมพ์เช่นงานลิขสิทธิ์ คำแนะนำด้านกฎหมาย การแปล เป็นต้น
 สร้างความต้องการอ่านอย่างต่อเนื่อง	- สร้างค่านิยมและพฤติกรรมรักการอ่านโดยเน้นการปลูกฝังตั้งแต่วัยเด็กและมีหน่วยงานรับผิดชอบการจัดกิจกรรมกระตุ้นการอ่านอย่างต่อเนื่อง - สร้างกิจกรรมการอ่านให้เป็นกิจกรรมทางในชีวิตประจำวันและเชื่อมโยงกับชุมชนหรือสังคม
 สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรม	- มีการพัฒนาบุคลากรสำหรับอุตสาหกรรมโดยเฉพาะผ่านการฝึกอบรมทั้งด้านพื้นฐานและหลักสูตรต่อยอดเพื่อให้เป็นผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม - เสริมสร้างการเข้าถึงข้อมูลและสถานการณ์อย่างทั่วถึงแก่องค์กรในอุตสาหกรรม
 พัฒนาองค์ความรู้ฐานข้อมูลและการวิจัย	- สร้างองค์ความรู้ของอุตสาหกรรมผ่านการเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่องและการวิจัยอย่างเป็นระบบ โดยที่ประชาชนสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ดังกล่าวได้ง่าย - มีการเก็บข้อมูลตลาดต่างประเทศเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการในการเผยแพร่สิ่งพิมพ์สู่ต่างประเทศ

ภาพที่ 46 สรุปบทเรียนการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของประเทศไทย

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีชา

1. **การมีหน่วยงานสนับสนุนโดยเฉพาะ** แม้บริบทในการก่อตั้งหน่วยงานจะแตกต่างกันตามพื้นฐานทางประวัติศาสตร์ เยอรมนีและเกาหลีใต้ต่างมีหน่วยงานเพื่อการสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์โดยเฉพาะทำให้การทำงานเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีศูนย์กลางในการประสานงานกับอุตสาหกรรมอื่นๆ และรัฐบาลในการวางนโยบายต่างๆ ส่งผลให้การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป็นไปอย่างมีทิศทางและเป็นเอกภาพ
2. **การดำเนินงานที่ครอบคลุม** หน่วยงานผู้รับผิดชอบเข้าใจในสถานการณ์ของอุตสาหกรรมอย่างแท้จริง โดยมีการทำงานในรายละเอียดและสนับสนุนอุตสาหกรรมในทุกห่วงโซ่อุตสาหกรรม ตั้งแต่การสร้างสรรค์เนื้อหาการผลิตสิ่งพิมพ์ การสร้างช่องทางจัดจำหน่ายและการเผยแพร่สิ่งพิมพ์ รวมทั้งงานสนับสนุนในการผลิตสิ่งพิมพ์เช่นงานด้านลิขสิทธิ์ การให้คำปรึกษากฎหมายและการแปล ทำให้การพัฒนาเป็นไปอย่างครบวงจร
3. **การสร้างตลาดสำหรับอุตสาหกรรม** นอกจากการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์แล้ว ทั้งเยอรมนีและเกาหลีใต้ต่างมีผู้รับผิดชอบด้านการรณรงค์และปลูกฝังพฤติกรรมกรอ่านอย่างต่อเนื่องโดยเริ่มตั้งแต่วัยเยาว์และมีการจัดแบ่งสิ่งพิมพ์ตามกลุ่มช่วงอายุของเป้าหมาย รวมทั้งมีกิจกรรมสร้างค่านิยมให้กรอ่านเป็นพฤติกรรมประจำวันและเป็นส่วนหนึ่งของสังคมทำให้เกิดความต้องการต่อสิ่งพิมพ์จากคนหมู่มาก

4. การสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งเยอรมนีและเกาหลีใต้ต่างให้การพัฒนาศูนย์ข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมผ่านการอบรมหลักสูตรโดยเฉพาะและส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างเท่าเทียมโดยการกระจายข่าวสารล่าสุดผ่านนิตยสารรายสัปดาห์/รายเดือนของแต่ละประเทศ
5. การรวบรวมข้อมูลและสร้างองค์ความรู้ ทั้งเยอรมนีและเกาหลีใต้ต่างมีการรวบรวมข้อมูลอุตสาหกรรมอย่างละเอียดสืบเนื่องต่อกันมาเป็นระยะเวลานานเพียงพอที่จะวิเคราะห์แนวโน้มและเข้าใจในอุตสาหกรรม พร้อมทั้งมีการวิจัยภายในประเทศเช่น สถานการณ์ นโยบาย ผลกระทบและสถานการณ์ต่างประเทศ ทำให้มีบทบาทเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมและที่ปรึกษาในกรณีที่สำนักพิมพ์จะส่งออกสิ่งพิมพ์ได้

จากข้อมูลที่ได้นำเสนอไปข้างต้น ทำให้เข้าใจแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ รวมถึงบทบาทการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ ต่อการดำเนินการของหน่วยงานในอุตสาหกรรมมากขึ้น ทั้งนี้ บทเรียนสำคัญที่ได้เรียนรู้จากกรณีศึกษาจากต่างประเทศข้างต้น มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการออกแบบแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของประเทศไทยต่อไป ทั้งนี้ ในบทต่อไปจะเป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและอุปสรรค รวมถึงช่องว่างการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการประชุมระดมความคิดเห็น และการประชุมนำเสนอร่างแผนฯ ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญต่อการศึกษาและออกแบบแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (Publishing) ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

บทที่ 5 สรุปประเด็นปัญหาสำคัญ และการวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์

จากข้อมูลที่ได้นำเสนอไปข้างต้น ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลสถานการณ์ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ ทั้งในบริบทระดับสากล และบริบทระดับประเทศของไทย รวมถึงกรณีศึกษาต่างๆ จนก่อให้เกิดความเข้าใจต่อสถานการณ์ และแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของต่างประเทศ ในบทนี้ จะเป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทย ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการพิมพ์ รวมถึงการประชุมระดมความคิดเห็น และการประชุมนำเสนอร่างแผนฯ ทำให้ได้ข้อมูลรายละเอียดที่เกี่ยวข้องในหลายแง่มุม โดยข้อมูลที่จะนำเสนอต่อไปนี้ จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

- สรุปประเด็นปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (Publishing)
- การวิเคราะห์ช่องว่างในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทย
โดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ในแต่ละหัวข้อ ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปประเด็นปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (Publishing)

จากความเข้าใจภาพรวมระบบนิเวศของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทย ถัดไปจะเป็นการนำเสนอข้อมูลประเด็นปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเอกชนของไทยกว่า 19 หน่วยงาน ประกอบกับการจัดประชุมระดมความเห็น และการประชุมนำเสนอร่างแผนพัฒนาอุตสาหกรรมฯ ทำให้สามารถรวบรวมข้อมูลเชิงลึก ของประเด็นปัญหา และอุปสรรคสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรม มาผ่านการวิเคราะห์รวบรวมประเด็นปัญหาหลักๆ โดยการพิจารณาจะแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ การวิเคราะห์สื่อสิ่งพิมพ์รายประเภท และการวิเคราะห์ภาพรวมอุตสาหกรรม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

Segment	ภาพรวมของอุตสาหกรรม		
	หนังสือเล่ม	นิตยสาร	สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์
	• ขาดหนังสือที่หลากหลาย และส่วนใหญ่ ไม่ได้เป็น Global content • นักเขียนรุ่นใหม่เขียนหนังสือเล่มลดลง • ไม่สามารถเข้าถึงตลาดนักวาดได้	• เนื้อหาบางรูปแบบเริ่มหายไปจากสิ่งพิมพ์ เช่น Lifestyle / Fashion ถูกทำเป็น Video มากขึ้น	• มีนักเขียนหน้าใหม่จำนวนมาก แต่ขาดงานเขียนที่มีคุณภาพ • เกิดรูปแบบการเขียน / โมเดลการขายแบบใหม่ เช่น การขายรายตอน
ภาพรวมของอุตสาหกรรม			
	นักเขียน • แรงงาน / ธุรกิจรายย่อย ขาดความเข้าใจด้านลิขสิทธิ์และ Tech. • นักเขียนถ่ายทอดเนื้อหาผ่านการเขียนน้อยลง ผลิตสื่ออื่นมากขึ้น • เส้นทางอาชีพนักเขียน/นักแปลไม่มั่นคง	ธุรกิจสนับสนุน • PUBAT เป็นหน่วยงานสนับสนุนอุตสาหกรรมหลัก แต่ไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐเท่าที่ควร • สำนักพิมพ์ขาดความพร้อมในการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยี • ต่างจังหวัดขาดโรงพิมพ์ที่มีกำลังผลิต / คุณภาพเท่ากับใน กทม. • การต่อยอดงานเขียนยังต้องอาศัยสำนักพิมพ์เป็นตัวกลาง • ร้านหนังสือน้อยลง ปรับให้ Niche ขึ้น / เปลี่ยนเป็นธุรกิจอื่น	ตลาด • งานสัปดาห์หนังสือมีความนิยมลดลง • ตลาดนัด / Event เป็นช่องทางการขายที่สำคัญในต่างจังหวัด • ขาดการแปลหนังสือทั้งสองทาง ทั้งนำเข้าเนื้อหาดี ๆ และส่งออกเนื้อหาไทย • การส่งออกมีข้อจำกัดด้านภาษาไทย • ตลาดต่างประเทศให้ความสนใจหนังสือเด็กและเยาวชน
	นักอ่าน • คนไทยชอบเสพเนื้อหาแบบอื่นมากกว่าการอ่าน • ขาดการส่งเสริมผู้อ่านที่มีคุณภาพตั้งแต่ระดับเยาวชน • มองว่าหนังสือเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย เนื่องจากราคาแพง • ผู้อ่านในต่างจังหวัดเข้าถึงห้องสมุดได้ยาก	หน่วยงานภาครัฐ • ขาดหน่วยงานบูรณาการ • รัฐมักใช้การสนับสนุนระยะสั้น • ต้องพัฒนาควบคู่ไปกับระบบการศึกษา • ขาดการสนับสนุนการเข้าถึงห้องสมุด • ไม่เข้าใจความสำคัญในเชิง Soft Power และมักกำหนด KPI ในเชิงจำนวน / มูลค่าเป็นหลัก • ขาดการวิจัยด้านตลาด / ฐานข้อมูลกลาง • ระบบภาษีไม่ได้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์เท่าที่ควร	

ภาพที่ 47 ประเด็นปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมการพิมพ์ (Publishing) ของไทย

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

การวิเคราะห์สื่อสิ่งพิมพ์รายประเภท ในภาพรวม หากพิจารณาสื่อสิ่งพิมพ์ 3 ประเภทหลักๆ ได้แก่ 1. หนังสือเล่ม 2. นิตยสาร และ 3. สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า จากความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีทำให้เกิดสื่ออื่นๆ มาทดแทนหนังสือ ดังนั้นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือเล่มในปัจจุบันได้รับความนิยมลดลงและนักเขียนรุ่นใหม่ที่เขียนหนังสือเล่มมีจำนวนน้อยลงจึงส่งผลให้หนังสือเล่มขาดความหลากหลายของเนื้อหา รวมถึงเนื้อหาส่วนใหญ่ของหนังสือเล่มในประเทศไทยไม่ได้มีความสากลในด้านภาษาที่ใช้ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกหนังสือไปต่างประเทศ

ในขณะที่ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีมากที่สุด คือ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสาร โดยนิตยสารถูกทดแทนด้วยรูปแบบคอนเทนต์อื่นๆ บนสื่อออนไลน์ อย่างเช่น เนื้อหาแพชั่นและไลฟ์สไตล์ถูกทำเป็นรูปแบบของวิดีโอคอนเทนต์มากขึ้น

โดยส่วนสุดท้ายคือสื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ การเข้าสู่ยุคดิจิทัลและการพัฒนาของเทคโนโลยีทำให้เกิดสื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นทางเลือกใหม่ให้แก่ผู้อ่าน โดยมีนักเขียนหน้าใหม่จำนวนมากเขียนคอนเทนต์ในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ลงแพลตฟอร์มออนไลน์แทนที่การเขียนแบบหนังสือเล่ม และเกิดรูปแบบการขายใหม่ๆ เช่น การขายรายตอน โดยไม่ต้องผ่านสำนักพิมพ์ตัวกลาง แต่ปัญหาคืองานเขียนที่ออกมาปริมาณมากและขาดคุณภาพ เนื่องจากขาดการพัฒนามาตรฐานของคอนเทนต์

การวิเคราะห์ภาพรวมอุตสาหกรรม นอกจากประเด็นปัญหาของสื่อรายประเภทแล้วนั้น ส่วนต่อไป จะเป็น การสรุปประเด็นปัญหาในภาพรวมของระดับอุตสาหกรรม โดยแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ประกอบด้วย **ด้านนักเขียน** **ด้านผู้อ่าน** **ด้านธุรกิจสนับสนุน** **ด้านตลาด** และ **ด้านหน่วยงานภาครัฐ** โดยมีรายละเอียดของแต่ละด้าน ดังนี้

● ประเด็นด้านนักเขียน

ในด้านทัศนคติ พบว่านักเขียนในภาพรวมมีความเป็นปัจเจกสูงที่ให้ความสำคัญกับการสร้างงานเป็นหลัก และไม่นิยมรวมกลุ่มกันเมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ รวมถึงมักมีทัศนคติด้านลบต่อการสนับสนุนของสำนักพิมพ์ เพราะกลัวว่าจะถูกเอาเปรียบ เป็นต้น ดังนั้นเมื่อขาดการรวมกลุ่มและมีความปัจเจกในการทำงานสูง ทำให้ในภาพรวมนักเขียนขาดการพัฒนาความรู้และความเข้าใจในเรื่องของลิขสิทธิ์และการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการสร้างงานเขียน

จากการเข้ามามีบทบาทของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดนักเขียนหน้าใหม่ขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะนักเขียนอิสระ ประเภทเขียนเป็นงานอดิเรก อันเนื่องมาจากการเกิดขึ้นของแพลตฟอร์มการเขียนออนไลน์ต่างๆ และนักเขียนสามารถถ่ายทอดเนื้อหาผ่านสื่อที่หลากหลายมากขึ้น ไม่ได้จำกัดเพียงแค่หนังสือเหมือนในอดีต

หากเจาะลงไปที่เส้นทางอาชีพนักเขียนของประเทศไทย พบว่าอาชีพนักเขียนในประเทศไทยขาดความมั่นคงในด้านรายได้ โดยปัจจุบันนักเขียนส่วนใหญ่ในประเทศไทยไม่สามารถประกอบอาชีพนักเขียนเป็นหลักได้ต้องประกอบอาชีพอื่นควบคู่ไปด้วย ซึ่งส่งผลมายังคุณภาพงานเขียนเนื่องจากนักเขียนจึงไม่มีเวลาในการศึกษาวิจัยสำหรับงานเขียนมากพอ

● ประเด็นด้านผู้อ่าน

ในภาพรวม พบว่าพฤติกรรมคนไทย มักไม่ได้ให้ความสำคัญกับการอ่านเป็นทุนเดิม เนื่องจากระบบการศึกษาในประเทศ ที่ไม่ได้สนับสนุนให้คนไทยเห็นความสำคัญของการอ่านตั้งแต่ระดับเยาวชน ประกอบกับการเข้ามาของเทคโนโลยีทำให้ผู้อ่านมีทางเลือกในการเสพสื่ออื่นๆ มากยิ่งขึ้นและพฤติกรรมการเสพสื่อของคนในปัจจุบันที่ใช้เวลาในการเสพสื่อสั้นลง รวมถึงทัศนคติของคนไทยที่มองว่าหนังสือคือสินค้าฟุ่มเฟือย เนื่องจากหนังสือมีราคาสูง ยิ่งทำให้คนไทยยิ่งหันไปเสพเนื้อหาแบบอื่นแทนที่สื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบกับการเข้าถึงแหล่งหนังสือต่างๆ เช่น ห้องสมุด โดยเฉพาะในต่างจังหวัด ไม่ได้สร้างการเข้าถึงให้กับผู้อ่านอย่างเพียงพอ ทำให้ผู้อ่านในต่างจังหวัดเข้าถึงหนังสือได้ยาก

● ประเด็นด้านธุรกิจสนับสนุน

ในภาพรวมของอุตสาหกรรม ธุรกิจสำนักพิมพ์เป็นผู้เล่นหลักในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์และสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) ในฐานะที่เป็นสมาคมฯ ที่มีสำนักพิมพ์ทั่วประเทศเป็นสมาชิก ก็เป็นหน่วยงานภาคเอกชนที่ดำเนินการสนับสนุนอุตสาหกรรมอย่างเข้มแข็งมาโดยตลอด แต่สมาคมฯ มีข้อจำกัดด้านศักยภาพและทรัพยากรในการดำเนินการพัฒนาอุตสาหกรรม ซึ่งทางสมาคมฯ ไม่ได้ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเท่าที่ควร

ธุรกิจสำนักพิมพ์ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก สำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ที่พอจะมีทรัพยากรต้องปรับตัวให้มีการดำเนินการในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น ในขณะที่สำนักพิมพ์ส่วนใหญ่ขาดความพร้อมในการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยี รวมถึงบทบาทของสำนักพิมพ์ในการเป็นตัวกลางในการเชื่อมนักเขียนกับนักอ่าน ก็ถูกแทนที่ด้วยแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ที่ผู้เขียนกับผู้อ่านสามารถเข้าถึงกันได้โดยตรง แต่การต่อยอดงานเขียนในรูปแบบอื่นๆ เช่น นำไปผลิตเป็นภาพยนตร์ ละคร หรือซีรีส์ ก็ยังต้องผ่านสำนักพิมพ์ในการเชื่อมกับบริษัทผู้ผลิตต่างๆ อยู่

ธุรกิจถัดไปที่เป็นธุรกิจสนับสนุนคือธุรกิจโรงพิมพ์ต่างๆ ก็ได้รับผลกระทบไม่ต่างกับสำนักพิมพ์ เนื่องจากการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือลดลง ทำให้โรงพิมพ์ หากจะอยู่รอดได้ ก็ต้องปรับการให้บริการให้สามารถพิมพ์ได้หลากหลายมากขึ้น รวมถึงศักยภาพในกรุงเทพฯ มักมีกำลังการผลิตที่มากกว่าโรงพิมพ์ในต่างจังหวัด ทำให้โรงพิมพ์ในต่างจังหวัด ยังต้องใช้โรงพิมพ์ในกรุงเทพฯ ในการผลิต แล้วส่งไปกระจายจากต่างจังหวัดอีกครั้งหนึ่ง นอกจากนี้ ธุรกิจปลายน้ำอย่างร้านหนังสือต่างก็ต้องปิดตัวลงเป็นจำนวนมาก จำนวนที่เหลืออยู่ก็อาจเป็นร้านหนังสือที่มีความเฉพาะตัว (Niche Market) เช่น ร้านหนังสือหายาก ร้านหนังสือทำมือ เป็นต้น

● ประเด็นด้านตลาด

ในส่วนของตลาดภายในประเทศ ที่ผ่านมานงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติเป็นช่องทางการขายหนังสือและการพบปะกับผู้อ่านหลักของสำนักพิมพ์ ซึ่งในช่วงระยะหลังพบว่างานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติได้รับความนิยมน้อยลงอย่างต่อเนื่องซึ่งสะท้อนกระแสนิยมที่ตกลงของอุตสาหกรรมหนังสือ นอกเหนือจากงานสัปดาห์หนังสือที่เป็นช่องทางการขายในกรุงเทพมหานคร ช่องทางการขายที่สำคัญของสำนักพิมพ์ในต่างจังหวัดคือ ตลาดนัด หรือ งานอีเวนต์ตามสถานศึกษาและมหาวิทยาลัย

ในด้านการส่งออก พบว่ามีข้อจำกัดเนื่องจากหนังสือเป็นภาษาไทยซึ่งไม่ใช่ภาษาสากลของนานาชาติ โดยตลาดต่างประเทศให้ความสนใจกับหนังสือประเภทเด็กและเยาวชนเนื่องจากเนื้อหาของหนังสือมีความสากลที่รู้ภาพในการสื่อสารและไม่มีข้อจำกัดด้านภาษามากนัก นอกเหนือจากนี้ประเทศไทยยังขาดการแปลหนังสือทั้งสองทางจากทั้งการนำเข้าหนังสือเนื้อหาดี ๆ และส่งออกเนื้อหาไทยไปยังต่างประเทศ

● ประเด็นด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ

ประเด็นด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เป็นเรื่องที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด เนื่องจากอุตสาหกรรมการพิมพ์ขาดหน่วยงานรัฐที่รับผิดชอบ และดูแลทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์โดยตรง ทำให้ไม่มีหน่วยงานใดเป็นผู้กำหนดทิศทางการพัฒนาของอุตสาหกรรม รวมถึงขาดการบูรณาการการสนับสนุนแบบองค์รวม ทำให้การสนับสนุนแยกตามบทบาทของแต่ละหน่วยงาน และในภาพรวมการสนับสนุนที่มีไม่หลากหลายและไม่ทั่วถึง ประกอบกับหน่วยงานภาครัฐมักใช้การสนับสนุนระยะสั้นทำให้ละเลยการสร้างระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นประโยชน์ในระยะยาว เช่น การสนับสนุนให้คนไทยเข้าถึงหนังสือได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม ถือว่าล้าหลังมากเมื่อเปรียบเทียบกับ การสนับสนุนของต่างประเทศ

อุตสาหกรรมการพิมพ์ยังเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องระบบการศึกษาของประเทศจึงจำเป็นต้องพัฒนาอุตสาหกรรมควบคู่ไปกับระบบการศึกษา อีกทั้งมักกำหนดตัวชี้วัดในเชิงมูลค่า แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับผลกระทบในเชิง Soft Power ที่จะประโยชน์ในภาพรวมของประเทศ หรือเป็นประโยชน์กับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศ และการสนับสนุนด้านเงินทุนยังไม่เอื้อให้เกิดการสร้างงานเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากการให้ทุนของรัฐมักจำกัดการแสดงออกของเนื้อหา รวมถึงกระบวนการของรัฐที่ยุ่งยากซับซ้อน และใช้ระยะเวลานาน แสดงให้เห็นว่าหน่วยงานสนับสนุนไม่ได้เข้าใจ และไม่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ นอกจากนี้ อุตสาหกรรมการพิมพ์ยังขาดการรวบรวมและจัดทำฐานข้อมูลกลางที่เป็นประโยชน์แก่อุตสาหกรรม หรืออำนวยความสะดวกแก่สาธารณะ เช่น ข้อมูลการวิจัยตลาดทั้งในและต่างประเทศ เป็นต้น และในด้านระบบภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับสินค้าประเภทหนังสือไม่ได้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์เท่าที่ควร

จากประเด็นปัญหาของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ โดยพิจารณาในองค์ประกอบในด้านต่างๆ จะเห็นว่าประเด็นปัญหาในข้างต้นนั้น แสดงให้เห็นถึงสถานะ หรือศักยภาพของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทยในปัจจุบัน ทั้งนี้ หากพิจารณาศักยภาพของอุตสาหกรรมในภาพรวม โดยใช้กรอบการวิเคราะห์ SWOT เพื่อสรุปศักยภาพของอุตสาหกรรม โดยแยกออกเป็น จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 48 การวิเคราะห์ SWOT ศักยภาพของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

- **จุดแข็ง (Strengths)** จุดแข็งที่เป็นศักยภาพสำคัญของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รวมถึงสาขาการพิมพ์ คือ ความสามารถและทักษะในเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย ซึ่งนับเป็นทรัพยากรที่ทรงคุณค่าอันเป็นจุดกำเนิดของการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับสาขาการพิมพ์ ประกอบกับความเข้มแข็งของสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) ซึ่งนับเป็นจุดได้เปรียบสำคัญของอุตสาหกรรมการพิมพ์ที่มีทรัพยากรแรงงานสร้างสรรค์จำนวนมาก นอกจากนี้ ยังมีโครงสร้างเครือข่ายภาคธุรกิจที่เข้มแข็ง ที่สามารถเป็นปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมให้ดียิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต
- **จุดอ่อน (Weaknesses)** ปัจจัยภายในอุตสาหกรรมที่ยังต้องได้รับการพัฒนาอีกหลากหลายประการ ประกอบด้วยศักยภาพของแรงงานและธุรกิจ โดยเฉพาะความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป ตลอดจนการขาดการส่งเสริมให้แรงงานสร้างสรรค์ได้มีโอกาสในการสร้างงานเขียนที่หลากหลาย รวมถึงข้อจำกัดของภาษาไทย ทำให้สื่อบางประเภทสามารถส่งออกไปยังต่างประเทศได้ยากกว่าสื่อที่เป็นรูปภาพ
- **โอกาส (Opportunities)** ในขณะที่เทคโนโลยีทำให้หลายธุรกิจได้รับผลกระทบทางลบทำให้ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินการ แต่ในขณะเดียวกัน การพัฒนาของเทคโนโลยีก็ได้พัฒนาให้เกิดช่องทางที่สนับสนุนผู้เขียน ผู้สร้าง ให้เข้าถึงผู้บริโภคได้สะดวกขึ้น เกิดเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ รูปแบบการเขียนใหม่ๆ และสามารถสร้างรายได้ในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น รวมถึงส่งเสริมให้เกิดการต่อยอดงานเขียน ไปผลิตเป็นสื่อสร้างสรรค์ในรูปแบบอื่นได้ง่ายขึ้นอีกด้วย ทั้งนี้ ในมุมมองของการส่งออก พบว่าตลาดต่างประเทศให้ความสนใจกับสื่อสิ่งพิมพ์ของไทยที่เป็นรูปภาพ โดยเฉพาะหนังสือสำหรับเด็กและเยาวชน เนื่องจากภาพเป็นรูปแบบการสื่อสารที่เป็นสากลมากกว่าตัวอักษรที่ภาษาไทยยังเป็นข้อจำกัดอย่างยิ่งต่อการส่งออก

- **อุปสรรค (Threats)** อุปสรรคสำคัญคือการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ทำให้ทุกๆ อุตสาหกรรม รวมถึงอุตสาหกรรมการพิมพ์ในทุกประเทศทั่วโลก ต้องปรับตัวให้เข้ากับการดำเนินการของระบบนิเวศของอุตสาหกรรมแบบใหม่ ทำให้หลายธุรกิจที่ไม่สามารถปรับตัวได้จะต้องถูกปิดตัวเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์บางประเภท เช่น นิตยสาร ที่ถูกแทนที่ด้วยดิจิทัลคอนเทนต์ในช่องทางออนไลน์ต่างๆ รวมถึงทำให้พฤติกรรมการเสพเนื้อหา และสื่อสร้างสรรค์ของผู้บริโภคเปลี่ยนไป ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ได้รับความนิยมลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่น เช่น วิดีโอคอนเทนต์ นอกจากนี้ พบว่าผู้อ่านของไทยในปัจจุบันนั้น นิยมอ่านสื่อสิ่งพิมพ์ของต่างประเทศ เนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์ของต่างประเทศ มีคุณภาพ และความหลากหลาย รวมถึงตอบโจทย์ความต้องการของผู้อ่านได้มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ของไทย ทั้งนี้ พบว่าอุปสรรคสำคัญต่อการส่งเสริมและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย คือ ปัจจัยเชิงโครงสร้างและระเบียบกฎหมาย ตลอดจนการไม่เห็นความสำคัญของการส่งเสริมอุตสาหกรรมการพิมพ์ของหน่วยงานภาครัฐอย่างแท้จริงและต่อเนื่อง ทำให้ขาดกลไก และมาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมการพิมพ์ในระยะยาว

5.2 การวิเคราะห์ช่องว่างในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทย

จากประเด็นปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมที่ได้นำเสนอในข้างต้น ตลอดจนการวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรม ผ่านการวิเคราะห์ SWOT ประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ จากกรณีศึกษาจากประเทศต้นแบบ รวมถึงข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม ลำดับถัดไปจะเป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลช่องว่างการพัฒนาของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของประเทศไทย เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ โดยแยกตาม 5 ประเด็นหลักของการจัดกลุ่มประเด็นปัญหาตามข้างต้น โดยมีผลการวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทย ดังนี้

ตารางที่ 2 วิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย

	 นักเขียน	 ธุรกิจสนับสนุน	 ช่องทางการตลาด	 นักอ่าน	 โครงสร้างพื้นฐาน
 TO BE 	นักเขียนมีเส้นทางอาชีพที่ชัดเจนและมั่นคง เกิดการสร้างงานเขียนที่หลากหลาย และมีการต่อยอดงานเขียนในรูปแบบต่างๆ มากขึ้น	ธุรกิจต่างๆ สามารถปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของอุตสาหกรรมได้อย่างเข้มแข็ง	ตลาดสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศเติบโตขึ้น มีช่องทางการเข้าถึงสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย และเข้าถึงตลาดในต่างประเทศ	คนไทยชวนขวนขวายเรียนรู้และรักการอ่าน รวมถึงสามารถเข้าถึงสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ ได้มากขึ้น	ภาครัฐมีการบูรณาการความร่วมมือ และสนับสนุนการพัฒนาของอุตสาหกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ
ช่องว่างการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย	• พัฒนากทักษะของนักเขียน โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยี การประกอบอาชีพ ลิขสิทธิ์ เป็นต้น • พัฒนาเส้นทางอาชีพนักเขียน ให้มีความมั่นคง • สนับสนุนการเขียนที่หลากหลายและกว้างถึงทั้งด้านเงินทุน รางวัล และอื่นๆ • เชื่อมโยงนักเขียนกับหน่วยงานสนับสนุนอื่นๆ	• สนับสนุนการดำเนินการของเอกชน และสมาคม PUBAT โดยเฉพาะด้านเงินทุน / ภาษี • พัฒนากทักษะและให้ข้อมูล ที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจ • พัฒนาศักยภาพการผลิต หรือเทคโนโลยีการพิมพ์ • เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	• สนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการตลาดภายในประเทศ เช่น สัปดาห์หนังสือ ช่องทางออนไลน์ • สนับสนุนการเข้าถึงตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง • เก็บข้อมูลและให้ข้อมูลด้านผู้อ่าน การตลาดและการส่งออก	• ส่งเสริมการอ่านผ่านกิจกรรมรูปแบบใหม่ๆ • พัฒนาระบบการศึกษาและเสริมสร้างทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ • พัฒนาการเข้าถึงแหล่งข้อมูลและห้องสมุด	• จัดหาหน่วยงานหลักในการพัฒนาและบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • ส่งเสริมความเข้าใจใน Soft Power • จัดทำฐานข้อมูลกลางของอุตสาหกรรม • ปรับปรุงระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
AS IS	สถานภาพของอุตสาหกรรมการพิมพ์ในปัจจุบัน				

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

การวิเคราะห์ช่องว่างในการพัฒนาของอุตสาหกรรมการพิมพ์นั้น เป็นการวิเคราะห์ช่องว่าง ความแตกต่างระหว่างการดำเนินการในปัจจุบัน ซึ่งหมายถึงสถานการณ์ของอุตสาหกรรม โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และข้อมูลการดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐในปัจจุบัน เปรียบเทียบกับเป้าหมายของอุตสาหกรรมการพิมพ์ที่ควรจะเป็น ซึ่งเป็นภาพเป้าหมายที่คาดหวัง โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ว่ามองภาพอุตสาหกรรมการพิมพ์ที่ควรจะเป็นในอนาคต เป็นอย่างไร ประกอบกับข้อมูลการวิเคราะห์กรณีศึกษาจากต่างประเทศว่าในต่างประเทศ มีแนวทางการพัฒนาที่น่าสนใจเป็นอย่างไรบ้าง

เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลจากสองส่วนนั้น จะทำให้เห็นว่า ช่องว่างระหว่างสถานการณ์ปัจจุบัน กับภาพที่ควรจะเป็น มีความแตกต่างกันอย่างไรบ้าง จะทำให้เข้าใจว่า ในแต่ละองค์ประกอบการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ทั้ง 5 ด้าน (ตามการจัดกลุ่มประเด็นปัญหา) จะต้องดำเนินการเพิ่มเติมในเรื่องใดบ้าง ซึ่งจากแผนภาพในข้างต้น จะมีรายละเอียดช่องว่างการพัฒนาแต่ละด้าน ดังนี้

ช่องว่างด้านนักเขียน ยังมีช่องว่างการพัฒนานักเขียนหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาและส่งเสริมทักษะที่หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การส่งเสริมความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยี การให้ความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญาของนักเขียน และสร้างแรงจูงใจให้เกิงานเขียนที่มีคุณภาพแพร่หลายมากยิ่งขึ้นผ่านการให้เงินทุน รางวัล และมาตรการอื่นๆ รวมถึงพัฒนาเส้นทางอาชีพนักเขียนให้มีรายได้ที่มั่นคงและสามารถประกอบเป็นอาชีพได้ ทั้งนี้ มาตรการการสนับสนุนนักเขียน จะต้องเชื่อมโยงนักเขียนกับหน่วยงานสนับสนุนอื่นๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ หรือเอกชนที่สามารถสนับสนุนนักเขียนได้ และพิจารณาให้มีแนวทางการสนับสนุนนักเขียนที่หลากหลาย ทั้งถึงและครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกประเภทอย่างทั่วถึง

ช่องว่างด้านธุรกิจสนับสนุน ธุรกิจสนับสนุนต่างๆ ในอุตสาหกรรม เช่น สำนักพิมพ์ โรงพิมพ์ หรือร้านหนังสือ ยังขาดความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม ทั้งนี้ภาครัฐควรสนับสนุนการดำเนินการของภาคเอกชน โดยเฉพาะการสนับสนุนสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) ที่เป็นผู้เล่นหลักในการดำเนินการพัฒนาอุตสาหกรรมมาโดยตลอด โดยเฉพาะการสนับสนุนด้านเงินทุนและมาตรการสนับสนุนในด้านภาษี เพื่อให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจของสำนักพิมพ์มากขึ้น นอกเหนือจากนี้ยังต้อง พัฒนาศักยภาพความรู้ในการประกอบธุรกิจ รวมถึงการพัฒนาศักยภาพการผลิตหรือเทคโนโลยีการพิมพ์ให้เท่าทันศักยภาพการพิมพ์ในต่างประเทศ เพื่อให้เกิดสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีคุณภาพ และมีมูลค่าสูงขึ้น รวมถึงพัฒนาให้ธุรกิจต่างๆ มีศักยภาพในการแข่งขัน และสามารถปรับตัวให้เข้ากับความเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมได้อย่างเข้มแข็ง

ช่องว่างด้านช่องทางการตลาด ปัจจุบันความนิยมของสื่อสิ่งพิมพ์ลดน้อยลงจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และให้ความสนใจกับสื่อประเภทอื่นมากกว่า ดังนั้นภาครัฐจึงต้องดำเนินการส่งเสริมตลาดสื่อสิ่งพิมพ์ให้เติบโตขึ้นโดยการสนับสนุนกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดภายในประเทศ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสื่อสิ่งพิมพ์ได้มากขึ้นผ่านช่องทางต่างๆ เช่น สัปดาห์หนังสือแห่งชาติในช่องทางออนไลน์ นอกเหนือจากตลาดในประเทศ ตลาดต่างประเทศก็เป็นช่องทางสำคัญ ภาครัฐจึงควรดำเนินการสนับสนุนการเข้าถึงตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่องโดยเริ่มจากการทำวิจัยและเผยแพร่ข้อมูลที่สำคัญของตลาดในต่างประเทศ เช่น ข้อมูลด้านผู้อ่าน ข้อมูลด้านการตลาด และข้อมูลด้านการส่งออก เป็นต้น เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจความต้องการของตลาดต่างประเทศ และทำให้ผู้ประกอบการในประเทศ สามารถเข้าถึงตลาดทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น

ช่องว่างด้านผู้อ่าน ปัจจุบันคนไทยยังไม่เห็นความสำคัญของการอ่าน เนื่องจากขาดการส่งเสริมให้มินิสัยรักการอ่าน อีกทั้งคนส่วนหนึ่งไม่สามารถเข้าถึงการอ่านได้ ดังนั้นการส่งเสริมการเข้าถึงการอ่านและสร้างนิสัยรักการอ่านจึงเป็นสิ่งจำเป็น โดยสิ่งที่สำคัญที่สุดคือการเริ่มต้นปลูกฝังพฤติกรรมให้ชอบการเรียนรู้ และรักการอ่านแก่เยาวชนตั้งแต่ในโรงเรียน ผ่านการพัฒนากระบวนการศึกษา รวมถึงการพัฒนาการเข้าถึงแหล่งข้อมูลและห้องสมุด และการส่งเสริมการอ่านผ่านกิจกรรมรูปแบบใหม่ๆ ที่สร้างสรรค์และสามารถดึงดูดให้ผู้คนหันมาสนใจการอ่านเพิ่มมากขึ้น

ช่องว่างด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งสำคัญในการผลักดันอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย คือภาครัฐต้องมีการจัดหาหน่วยงานหลักในการพัฒนาและบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการผลักดันการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ในด้านต่างๆ ทั้งนี้ภาครัฐต้องส่งเสริมความเข้าใจในเรื่อง Soft Power ให้มากขึ้น เพื่อที่จะสร้างความเข้าใจต่อความสำคัญในการสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่างๆ รวมถึงอุตสาหกรรมการพิมพ์ ในฐานะที่เป็นอีกอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าและคุณค่าให้กับประเทศได้ นอกจากนี้ การปรับปรุงระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และการจัดทำฐานข้อมูลกลางของอุตสาหกรรม เพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมสามารถนำข้อมูลไปต่อยอดให้เกิดประโยชน์ ก็จะเป็นการพัฒนากระบวนการโครงสร้างพื้นฐานให้สามารถสนับสนุนการพัฒนาของอุตสาหกรรมการพิมพ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นได้

จากข้อมูลที่ได้นำเสนอผลสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษารวบรวมข้อมูล ทั้งข้อมูลจากการวิจัยในบริบทต่างประเทศ จากกรณีศึกษา ข้อมูลสถานการณ์ และการดำเนินการของหน่วยงานสนับสนุนในปัจจุบัน ข้อมูลจากการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลที่ได้รับจากการประชุมระดมความคิดเห็น และการประชุมนำเสนอร่างแผนฯ นำมาซึ่งข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาในเชิงลึก และการวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ซึ่งเป็นข้อมูลตั้งต้นที่มีประโยชน์เป็นอย่างมาก ในการออกแบบแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ว่าจะต้องมีองค์ประกอบแนวทางสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้อย่างไร โดยสามารถสรุปเป็น แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ อันเป็นผลลัพธ์ของโครงการในครั้งนี้ ดังแสดงในบทต่อไปนี้

บทที่ 6 แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (Publishing)

หลังจากการวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทย ที่ได้นำเสนอไปก่อนหน้านี้ โดยใช้ข้อมูลสถานการณ์และศักยภาพของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยต่อไป จะเป็นการออกแบบแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ยังได้นำประเด็นสำคัญที่สะท้อนถึงโอกาส และแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมถึงแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ จากกรณีศึกษาต่างประเทศ มาร่วมวิเคราะห์และประมวลจัดทำเป็นแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์อีกด้วย

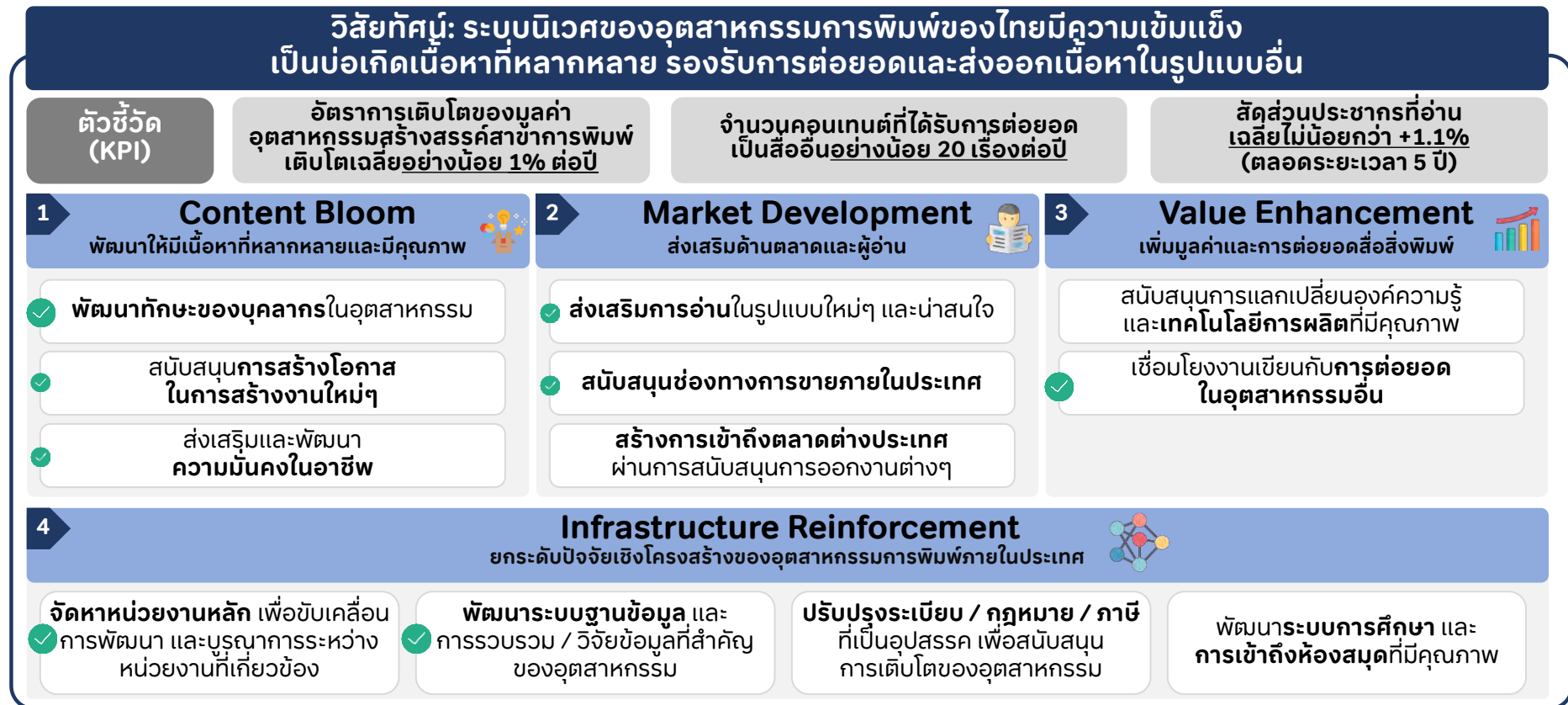
จากข้อมูลประเด็นปัญหาที่ได้นำเสนอไปในข้างต้น จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย ต้องการการสนับสนุนในหลากหลายด้าน และหลากหลายระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสนับสนุนให้ภาคเอกชน หรือสมาคม PUBAT รวมถึงสมาคมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องให้สามารถดำเนินโครงการสนับสนุนอุตสาหกรรมได้อย่างหลากหลาย และมีประสิทธิภาพต่อไป ประกอบกับมีหน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนที่ยังขาดการบูรณาการกัน ดังนั้น จะเห็นได้ว่า แนวทางการพัฒนาของอุตสาหกรรมการพิมพ์ จะประกอบไปด้วยแนวทางการพัฒนาที่หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ควรปรับปรุง หรือพัฒนาการดำเนินการในปัจจุบัน รวมถึงแนวทางที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะต้องดำเนินการใหม่ๆ เพิ่มเติม ในบางเรื่องที่ยังไม่มีหน่วยงานในสนับสนุน ซึ่งบางส่วน สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถดำเนินการสนับสนุนอุตสาหกรรมการพิมพ์ได้เช่นกัน

โดยลำดับต่อไป จะเป็นการนำเสนอกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ โดยใช้ข้อมูลที่ได้นำเสนอไปในข้างต้น ประกอบกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และข้อเสนอแนะจากการประชุมระดมความคิดเห็น และการประชุมนำเสนอร่างแผนฯ ที่ผ่านมา เพื่อให้ทราบถึงความสำคัญของแต่ละปัจจัยการพัฒนา รวมถึงรายละเอียดการดำเนินการพัฒนาที่คาดหวัง และจากการวิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลทั้งหมดตามข้างต้นนั้น ทำให้ได้ผลการวิเคราะห์ และออกแบบเป็นกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ซึ่งจะเห็นได้ว่า ในภาพรวมการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์นั้น มีทั้งกลยุทธ์ที่ CEA สามารถเป็นผู้ดำเนินการหลักได้ และกลยุทธ์ที่ต้องอาศัยการบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน หรือสมาคม ที่มีหน้าที่รับผิดชอบหลัก โดย CEA เป็นหน่วยงานสนับสนุนการขับเคลื่อนกลยุทธ์ได้ในบางส่วน

โดยการนำเสนอในส่วนต่อไปนี้ จะแยกออกเป็น 4 หัวข้อ ดังนี้

- วิสัยทัศน์ของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์
- ตัวชี้วัดของแผนฯ
- รายละเอียดแต่ละยุทธศาสตร์
- แผนการดำเนินโครงการ

โดยมีแผนภาพกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ และจะนำเสนอรายละเอียดของแต่ละหัวข้อข้างต้น ดังนี้



✓ : แนวทางการพัฒนาที่ CEA สามารถดำเนินการเองได้

ภาพที่ 49 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (Publishing)

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

6.1 วิสัยทัศน์ของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์

จากข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่า วิสัยทัศน์ของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ที่มาจากการกำหนดเป้าหมายร่วมกัน จากการประชุมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ ทั้งภาครัฐและเอกชน ได้สรุปวิสัยทัศน์ของการพัฒนาร่วมกันไว้ คือ “ระบบนิเวศของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทยมีความเข้มแข็ง เป็นบ่อเกิดเนื้อหาที่หลากหลาย รองรับการต่อยอดและส่งออกเนื้อหาในรูปแบบอื่น” ซึ่งจากการประชุมผู้เข้าร่วมมีความเห็นตรงกันว่า อุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย มีศักยภาพ และมีความสำคัญต่อการเป็นต้นกำเนิดของเนื้อหา (Content) ที่สามารถต่อยอดไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ ได้อย่างหลากหลาย เพียงแต่ยังไม่ได้รับการสนับสนุนในด้านต่างๆ มากเท่าที่ควร จึงมีความจำเป็นต้องส่งเสริม และผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีการดำเนินการสนับสนุนในเรื่องต่างๆ มากขึ้น เพื่อสร้างให้อุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย มีความเข้มแข็ง และเป็นบ่อเกิดของเนื้อหาที่หลากหลาย มีคุณภาพ และสามารถต่อยอดกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ได้ต่อไป

เพื่อดำเนินการให้บรรลุวิสัยทัศน์ของแผนฯ ตามข้างต้น จึงต้องมีแนวทางพัฒนา เพื่อเป็นรายละเอียดการดำเนินการการพัฒนาในด้านต่างๆ จึงได้มีการกำหนดตัวชี้วัดของแผนฯ ตลอดจนแนวทางการดำเนินการภายใต้แต่ละยุทธศาสตร์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

6.2 ตัวชี้วัดของแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์

เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการติดตามและประเมินผลการดำเนินการตามแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ต่อไป จึงต้องกำหนดตัวชี้วัดของแผน โดยเบื้องต้นได้กำหนดไว้ทั้งหมด 3 ตัวชี้วัดหลัก ซึ่งมีรายละเอียดค่าเป้าหมายและหลักการคิดของแต่ละตัวชี้วัดดังต่อไปนี้

6.2.1 ตัวชี้วัดที่ 1: อัตราการเติบโตของมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ เติบโตเฉลี่ยอย่างน้อยร้อยละ 1 ต่อปี

จากการกำหนดค่าเป้าหมายของอัตราการเติบโตของมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์นั้น มีหลักคิดมาจากการคำนวณอัตราการเติบโตเฉลี่ยของสาขาการพิมพ์ โดยใช้ข้อมูลจาก สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยการรวบรวมของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งจากการคำนวณ จะเห็นว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี ระหว่างมูลค่าของอุตสาหกรรมการพิมพ์ในปีพ.ศ. 2557 และปีพ.ศ. 2561 นั้น มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 0.45 ต่อปี

หากสังเกตจากอัตราการเติบโตของมูลค่าอุตสาหกรรมรายปี จะเห็นว่าตัวเลขการเติบโตค่อนข้างน้อย และเมื่อพิจารณาอัตราการเติบโตเทียบกับปีก่อนหน้า ในบางปีนั้น จะมีการเติบโตเป็นลบ ซึ่งแสดงถึงความผันผวนของการเติบโตของอุตสาหกรรมในปัจจุบัน ที่ได้รับผลกระทบจากความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก ประกอบกับสถานการณ์วิกฤตเศรษฐกิจในปัจจุบัน มีความเสี่ยงในระบบเศรษฐกิจค่อนข้างสูง (ผลจากการระบาดของโควิด 19) ดังนั้น การกำหนดค่าเป้าหมายดังกล่าว จะได้รับผลกระทบต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมในทางลบหลายประการ จึงกำหนดค่าเป้าหมายของตัวชี้วัดไว้เบื้องต้นว่า มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ เติบโตอย่างน้อยเฉลี่ยร้อยละ 1 ต่อปี

มูลค่าของอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์	2557	2558	2559	2560	2561	%CAGR (2557 - 2561)
มูลค่าของอุตสาหกรรม (หน่วยล้านบาท)	14,315	16,234	17,258	15,801	14,576	0.45 %CAGR
อัตราการเติบโต เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า	0.3%	13.4%	6.3%	- 8.5%	- 7.8%	

ตารางที่ 3 มูลค่าและอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทยในช่วงที่ผ่านมา
ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยการรวบรวมของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
และการวิเคราะห์ของทีปภิรึกษา

ทั้งนี้ จากการประชุมนำเสนอร่างแผนพัฒนาอุตสาหกรรม ผู้เข้าร่วมมีประเด็นที่ต้งข้อสังเกตเกี่ยวกับแหล่งที่มาของข้อมูล และกระบวนการจัดเก็บข้อมูลสถิติดังกล่าว ที่อิงจากระบบการจัดเก็บตามรหัสมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย หรือ Thailand Standard Industrial Classification (TSIC) ว่าระบบการจัดเก็บข้อมูลดังกล่าว สามารถสะท้อนมูลค่าของอุตสาหกรรมการพิมพ์ ได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมหรือไม่ ทั้งนี้ ในอนาคต CEA สามารถพิจารณาถึงกระบวนการในการจัดเก็บข้อมูลมูลค่าของอุตสาหกรรมในรูปแบบอื่นๆ ที่เห็นว่าจะจะเป็นกระบวนการได้มาซึ่งข้อมูลสถิติที่สามารถสะท้อนมูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ได้อย่างถูกต้อง และใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากขึ้นได้ในอนาคต โดยอาศัยความร่วมมือการเก็บข้อมูลจากเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จากสมาคม PUBAT ที่ในอดีต เคยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกชนที่เป็นสมาชิกอีกด้วย

6.2.2 ตัวชี้วัดที่ 2: จำนวนคอนเทนต์ที่ได้รับการต่อยอดเป็นสื่ออื่นอย่างน้อย 20 ผลงานต่อปี

ตัวชี้วัดที่ 2 คือ จำนวนคอนเทนต์ที่ได้รับการต่อยอดเป็นสื่ออื่นอย่างน้อย 20 ผลงานต่อปี เป็นตัวชี้วัดใหม่ที่ยังไม่มีหน่วยงานใด จัดเก็บข้อมูลสถิติที่เกี่ยวข้องกับการต่อยอดงานเขียน หรือสื่อสิ่งพิมพ์ ไปเป็นสื่ออื่น เช่น ภาพยนตร์ ละคร ซีรีส์ เป็นต้น โดยจากการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น ที่ได้มีการสรุปเป็นจำนวนนิยายของนักเขียนบนเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมที่มีการต่อยอดเป็นละครหรือซีรีส์ โดยเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม ทำให้ทราบจำนวนเบื้องต้น ดังนี้

ตารางที่ 4 จำนวนผลงานของนักเขียนเด็กดีที่ถูกนำไปต่อยอดในแต่ละปี

จำนวนผลงานนักเขียนของเด็กดี ที่มีการนำไปต่อยอดในแต่ละปี	2561	2562	2563
จำนวนผลงานโดยนักเขียนบนเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม ที่มีการนำไปผลิตเป็นละครหรือซีรีส์ (หน่วย: ผลงาน)	15	9	5

ที่มา: บทความโดย Columnist บนเว็บไซต์ <https://www.dek-d.com/writer> และการวิเคราะห์ของทีปภิรึกษา

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้ทราบจำนวนโดยคร่าวๆ ของงานเขียนโดยนักเขียนบนเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม ที่ได้รับการต่อยอดเป็นสื่ออื่นๆ ในแต่ละปี จะเห็นได้ว่าในปีพ.ศ. 2561 ที่ผ่านมานั้น เฉพาะงานเขียนของนักเขียนเด็กดี ได้ถูกนำไปต่อยอด ผลิตเป็นละครหรือซีรีส์มากถึง 15 ผลงานภายใน 1 ปี

นอกจากนี้ จากการประชุมนำเสนอร่างแผนพัฒนาอุตสาหกรรม เมื่อวันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2564 ที่ได้จัดขึ้น ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมประชุมจากทั้งภาคเอกชนและภาครัฐ ต่างมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน กับการให้ความสำคัญกับการจัดเก็บข้อมูลเชิงสถิติในด้านการผลิตผลงานสื่อสิ่งพิมพ์ในแต่ละปี รวมถึงข้อมูลสถิติการต่อยอดสื่อสิ่งพิมพ์ ไปเป็นสื่ออื่นๆ อีกด้วย โดยมีความเห็นว่า ในอนาคต เพื่อให้มีฐานข้อมูลที่ครอบคลุม และเป็นข้อมูลสนับสนุนการกำหนดตัวชี้วัดที่ 2 นี้ อย่างมีคุณภาพมากขึ้นในอนาคต CEA ควรดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น จาก 2 แหล่งข้อมูลหลัก คือ 1. เครือข่ายสำนักพิมพ์ผ่านสมาคม PUBAT และ 2 จากแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการเขียน เพื่อให้มีข้อมูลสถิติในด้านการผลิตงานเขียน รวมถึงข้อมูลสถิติงานเขียนที่ถูกต่อยอดได้ในอนาคตต่อไป

จากข้อมูลดังกล่าว ทำให้ที่ปรึกษา ได้กำหนดค่าเป้าหมายของตัวชี้วัดที่ 2 คือ จำนวนคอนเทนต์ที่ได้รับการต่อยอดเป็นสื่ออื่นอย่างน้อย 20 ผลงานต่อปี โดยอ้างอิงจากข้อมูลที่รวบรวมเบื้องต้นจากเว็บไซต์ของเด็กดีว่า จำนวนสูงสุดที่มีการต่อยอดงานเขียนเป็นสื่ออื่น ในปีพ.ศ. 2561 มีจำนวน 15 ผลงานภายใน 1 ปี ดังนั้น จากการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ อันประกอบด้วยจากเครือข่ายสำนักพิมพ์ รวมถึงจากแพลตฟอร์มการเขียน ย่อมได้มาซึ่งจำนวนสถิติงานเขียนที่ถูกต่อยอด มากกว่า 15 ผลงาน เบื้องต้นจึงได้กำหนดค่าเป้าหมายไว้ที่ 20 ผลงานต่อปี ทั้งนี้ ในอนาคต CEA จะต้องดำเนินการรวบรวมข้อมูลสถิติจากแหล่งข้อมูลอื่นตามข้างต้น เพื่อให้มีข้อมูลสนับสนุนการกำหนดค่าเป้าหมายที่ครอบคลุมมากขึ้น ก็สามารถพิจารณาปรับตัวเลขค่าเป้าหมายของตัวชี้วัดนี้ได้ตามความเหมาะสมต่อไปในอนาคต

6.2.3 ตัวชี้วัดที่ 3: สัดส่วนประชากรที่อ่านเฉลี่ยเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 1.1 (ตลอดระยะเวลา 5 ปี)

จากการกำหนดค่าเป้าหมายการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนประชากรที่อ่าน (ทั้งในรูปแบบดั้งเดิม และแบบดิจิทัล) มีหลักคิดมาจาก เก็บข้อมูลจากการสำรวจการอ่านของประชากร พ.ศ. 2561 โดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ ที่ทำการสำรวจข้อมูลการอ่านของประชากรในประเทศ ทุกๆ 2-3 ปี โดยจากข้อมูลดังกล่าว แสดงข้อมูลสัดส่วนประชากรไทยที่มีอายุมากกว่า 6 ปี ที่อ่าน ทั้งในรูปแบบหนังสือแบบดั้งเดิม และการอ่านในรูปแบบดิจิทัล จากข้อมูลของ 2 ปีล่าสุด คือ สัดส่วนประชากรที่อ่าน ปีพ.ศ. 2558 มีสัดส่วนประชากรที่อ่านร้อยละ 77.7 และ สัดส่วนประชากรที่อ่าน ปีพ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นข้อมูลปีล่าสุด มีสัดส่วนประชากรที่อ่านร้อยละ 78.8 เมื่อเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของตัวเลข สัดส่วนประชากรที่อ่านของทั้ง 2 ชุด พบว่าตลอดปีพ.ศ. 2558 – 2561 มีสัดส่วนประชากรที่อ่านเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.1

ตารางที่ 5 สัดส่วนประชากรไทยอายุมากกว่า 6 ปี ที่อ่าน ในช่วงปีที่ผ่านมา

สัดส่วนประชากรที่อ่าน	2551	2554	2556	2558	2561
สัดส่วนประชากรที่อ่าน จากจำนวนประชากรไทยอายุมากกว่า 6 ปีทั้งหมด	66.3%	68.6%	87.8%	77.7%	78.8%
อัตราการเติบโตเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า		+2.3%	+13.2%	-4.1%	+1.1%

ที่มา: รายงานการสำรวจการอ่านของประชากร พ.ศ. 2561 โดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

จากข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนประชากรที่อ่าน ประกอบกับความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม นำเสนอร่างแผนฯ ผู้เข้าร่วมประชุมเห็นด้วยที่จะให้มีการกำหนดตัวชี้วัดด้านการอ่าน เนื่องจากการส่งเสริมให้เกิดจำนวนผู้อ่านมากขึ้นนั้น นับว่าเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมการพิมพ์ ได้อย่างยั่งยืนมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การติดตามและทำความเข้าใจผู้อ่าน ซึ่งเป็นผู้บริโภคของอุตสาหกรรมการพิมพ์ เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถเข้าใจและปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจและสื่อสิ่งพิมพ์ ให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค นอกจากนี้ได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับกระบวนการในการจัดเก็บข้อมูลดังกล่าว ว่าปัจจุบัน กระบวนการสำรวจข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาตินั้น มีการปรับเปลี่ยนเกณฑ์ในการเก็บข้อมูลทุกปี ทำให้ตัวเลขที่ได้จากการสำรวจ โดยเฉพาะข้อมูลในช่วงปีท้ายๆ อาจมีผลที่เปลี่ยนไปจากปีก่อนๆ ดังนั้น การใช้ข้อมูลชุดนี้เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนการกำหนดตัวชี้วัด จะต้องพิจารณาถึงข้อจำกัดของการเก็บข้อมูล ประกอบกับผลกระทบภายนอกอื่นๆ ที่อาจทำให้ข้อมูลสถิติดังกล่าวมีความเปลี่ยนแปลงไปได้ เช่น ผลกระทบจากการระบาดของของโควิด 19 ประกอบกับพฤติกรรมกระแสเนื้อหาที่เปลี่ยนไป จากการพัฒนาของเทคโนโลยี ก็อาจทำให้พฤติกรรม และนิยามของการอ่าน จะต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงให้ทันความเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม และกระบวนการในการจัดเก็บข้อมูลในอนาคตด้วย

6.3 ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์

เพื่อให้เกิดการดำเนินการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทย ไปตามวิสัยทัศน์ และบรรลุตัวชี้วัดที่ได้นำเสนอไปนั้น ลำดับต่อไป เป็นการนำเสนอรายละเอียดยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ รวมถึงตัวอย่างโครงการสำคัญ ภายใต้การดำเนินการของแต่ละยุทธศาสตร์ เพื่อให้เป็นแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทยอย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น โดยภายใต้แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทยฉบับนี้ ได้แบ่งแนวทางการพัฒนาออกเป็น 4 ยุทธศาสตร์สำคัญ ประกอบด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 1: ‘Content Bloom’ การพัฒนาให้มีเนื้อหาที่หลากหลายและมีคุณภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 2: ‘Market Development’ การส่งเสริมด้านตลาดและผู้อ่าน

ยุทธศาสตร์ที่ 3: ‘Value Enhancement’ การเพิ่มมูลค่าและการต่อยอดสื่อสิ่งพิมพ์

ยุทธศาสตร์ที่ 4: ‘Infrastructure Reinforcement’ การยกระดับปัจจัยเชิงโครงสร้างของอุตสาหกรรมฯ

จากยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ยุทธศาสตร์ข้างต้น ลำดับถัดไป จะเป็นการนำเสนอรายละเอียดกลยุทธ์ รวมถึงตัวอย่างโครงการสำคัญภายใต้การดำเนินการในแต่ละยุทธศาสตร์ เพื่อให้เข้าใจภาพการดำเนินการในแต่ละกลยุทธ์อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.3.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1: ‘Content Bloom’ การพัฒนาให้มีเนื้อหาที่หลากหลายและมีคุณภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 นี้ จะเป็นการดำเนินการเพื่อพัฒนาคุณภาพทักษะและองค์ความรู้ของแรงงานในอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นนักเขียน นักแปล นักวาด หรือแรงงานอื่นๆ ที่อยู่ในอุตสาหกรรม โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดแรงงานที่มีทักษะ และมีจำนวนแรงงานที่มีศักยภาพมากขึ้น ให้สามารถสร้างผลงานการเขียนใหม่ๆ เพื่อให้เกิดเนื้อหา (Content) ที่แตกต่าง และหลากหลาย รองรับการนำคอนเทนต์ไปต่อยอดเป็นสื่อต่างๆ ต่อไป

โดยมีกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนการพัฒนาให้มีเนื้อหาที่หลากหลายและมีคุณภาพ ภายใต้การดำเนินการของยุทธศาสตร์ที่ 1 ทั้งหมด 3 กลยุทธ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1.1 พัฒนาทักษะของบุคลากรในอุตสาหกรรม

กลยุทธ์ที่ 1.1 นี้ จะเป็นกลยุทธ์สำคัญสำหรับการเสริมสร้างองค์ความรู้ และพัฒนาทักษะของบุคลากรที่อยู่ในอุตสาหกรรมการพิมพ์ ให้สามารถมีศักยภาพที่รองรับการประกอบอาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภายใต้สถานการณ์ของอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ซึ่งนำมาทั้งข้อจำกัด รวมถึงโอกาสใหม่ๆ ให้กับแรงงานในอุตสาหกรรมได้อีกด้วย

ทั้งนี้ CEA สามารถต่อยอดการดำเนินการของ ‘CEA Online Academy’ ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ถูกสร้างขึ้นมา สำหรับการเผยแพร่หลักสูตรออนไลน์ สำหรับการพัฒนาแรงงานสร้างสรรค์ในสาขา หรือองค์ความรู้ที่หลากหลาย ผ่านความร่วมมือกับวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ และมีความเชี่ยวชาญจากหลากหลายสาขา จากการดำเนินการที่มีอยู่แล้วนี้ สามารถนำมาต่อยอดเพื่อให้เกิดหลักสูตรการเรียนรู้สำหรับแรงงานสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์เพิ่มเติมได้ ยกตัวอย่างเช่น หากมองเป็นภาพรวมแรงงานสร้างสรรค์ การให้ความรู้เกี่ยวกับ “การสร้างคอนเทนต์” ในการค้นหาแรงบันดาลใจ ตลอดจนการออกแบบเนื้อเรื่อง หรือการคัดเลือกวิธีการถ่ายทอดแนวคิดในรูปแบบต่าง ก็จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจในการเป็น Content Creator ได้ หรือหากพิจารณาแบบเจาะจงรายสาขาอาชีพมากขึ้น สามารถแยกเป็นแต่ละกลุ่มแรงงาน เช่น นักเขียน สามารถพัฒนาหลักสูตรการเขียน ทั้งสำหรับการเขียนหนังสือเล่มหรือโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเขียนบทสื่อออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ สำหรับนักวาด การให้ความรู้สำหรับการเป็นนักวาดภาพประกอบ หรือการให้ความรู้สำหรับการเป็นนักแปล ก็สามารถเป็นการให้ความรู้ สำหรับผู้ที่สนใจในสาขาอาชีพที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์ได้อีกด้วย

ทั้งนี้ นอกจากหลักสูตรสำหรับเฉพาะสาขาอาชีพแล้วนั้น ในแพลตฟอร์มดังกล่าว สามารถพัฒนาทักษะหรือองค์ความรู้ในภาพรวมของแรงงานสร้างสรรค์ในด้านอื่นๆ เช่น ความเข้าใจในด้านลิขสิทธิ์ เพื่อเป็นการคุ้มครองการนำผลงานสร้างสรรค์ ไปใช้ประโยชน์ต่อยอดอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง การให้ความรู้การใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยีสนับสนุนการสร้างงาน (โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์) หรือการให้ความรู้ด้านการดำเนินธุรกิจ ก็จะสามารถสร้างความเข้าใจพื้นฐาน ที่เป็นข้อมูลสนับสนุนการประกอบอาชีพของแรงงานที่อยู่ในอุตสาหกรรมได้เช่นเดียวกัน

กลยุทธ์ที่ 1.2 สนับสนุนการสร้างโอกาสในการสร้างงานใหม่ๆ

กลยุทธ์ที่ 1.2 เป็นการสร้างโอกาสให้แรงงานที่มีศักยภาพมากขึ้น ได้สามารถทดลองสร้างผลงานงานเขียนของตนเอง ในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเป็นการลองผิดลองถูก ตลอดจนเป็นกลไกในการพัฒนาคุณภาพงานเขียน หรือคอนเทนต์ของอุตสาหกรรมการพิมพ์ ผ่านกิจกรรมการแข่งขัน การให้รางวัลต่างๆ ก็เป็นแนวทางสำคัญสำหรับการเป็นบันไดการต่อยอดงานเขียนให้มีความหลากหลาย และรองรับการต่อยอดงานเขียนในรูปแบบต่างๆ ได้มากขึ้น

นอกเหนือจากกองทุนของภาครัฐแล้ว หน่วยงานสนับสนุนด้านเงินทุนสำหรับการสร้างผลงานใหม่ๆ คือภาคเอกชนเอง ก็มีบทบาทสำคัญสำหรับการให้การสนับสนุนด้านเงินทุนแก่ผู้ผลิตคอนเทนต์ หรืองานเขียนให้มีโอกาสในการสร้างผลงานใหม่ๆ ได้อีกด้วย เนื่องจากการเขียนก็สามารถตอบโจทย์การประชาสัมพันธ์ หรือการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรเอกชนในรูปแบบหนึ่งได้เช่นกัน ยกตัวอย่างการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ หรือการ์ตูน เพื่อโปรโมทภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในเมือง หรือในประเทศนั้นๆ เป็นต้น

จากแนวทางดังกล่าว การดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการประกวด หรือให้รางวัลการงานที่หลากหลายมากขึ้น ก็เป็นแนวทาง หรือเป็นกลไกการพัฒนาคุณภาพงานเขียนในด้านต่างๆ ได้มากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น รางวัลงานเขียนเยาวชน รางวัลระดับภูมิภาค รางวัลการเขียนบนสื่อออนไลน์ รางวัลโครงเรื่องยอดเยี่ยม รางวัลภาพประกอบดีเด่น รางวัลส่งเสริมความหลากหลายทางเพศ รางวัลงานเขียนเพื่อความเท่าเทียม รางวัลหนังสือแปลดีเด่น เป็นต้น จะเห็นได้ว่าการให้รางวัลที่หลากหลาย ก็เป็นการส่งเสริมให้เกิงานเขียนที่มีคุณภาพในหลากหลายด้านมากขึ้นนั่นเอง

จากแนวทางข้างต้น จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในหลากหลาย ระดับ รวมถึงภาครัฐในระดับท้องถิ่น เพื่อจัดตั้งและเป็นผู้สนับสนุนรางวัลที่หลากหลายนี้เอง นอกจากนี้ ยังสามารถสร้างความร่วมมือกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อจัดทำโครงการการแข่งขัน หรือการให้รางวัล ให้หลากหลายมากขึ้นได้เช่นกัน

กลยุทธ์ที่ 1.3 ส่งเสริมและพัฒนาความมั่นคงในอาชีพ

แนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 1.3 นี้ เป็นการสนับสนุนให้เกิดช่องทาง หรือกิจกรรม เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจต่อเส้นทางอาชีพในอุตสาหกรรม ทั้งเส้นทางอาชีพนักเขียน นักวาด นักแปล หรืออาชีพอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดกิจกรรมในสถาบันการศึกษา เพื่อเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจต่อเส้นทางอาชีพ ตั้งแต่ในกลุ่มนักเรียนนักศึกษา ที่จะเติบโตมาเป็นแรงงานสร้างสรรค์ในอนาคต รวมถึงกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากบุคลากรที่ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นบทเรียนให้กับแรงงานรุ่นใหม่ให้มีความรู้ความเข้าใจต่อการประกอบอาชีพ อีกทั้งยังเป็นการสร้างแรงบันดาลใจให้กับแรงงานรุ่นใหม่ได้อีกด้วย นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ยังสามารถจัดทำเป็นรูปแบบ Forum หรือการเสวนาเชิงวิชาการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์ รวมทั้งการต่อยอดกับบุคลากรในต่างประเทศ ก็เป็นรูปแบบที่สามารถทำได้เพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายกับบุคลากรในต่างประเทศได้เช่นกัน

กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในรูปแบบดังกล่าว นอกจากจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดแรงงานสร้างสรรค์มากขึ้นในอนาคต หรือเป็นการให้ความรู้แก่ผู้สร้างสรรค์รุ่นใหม่แล้วนั้น ในอีกมุมหนึ่งก็เป็นการเอื้อให้เกิดการสร้างเครือข่ายของแรงงานในอุตสาหกรรม ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นกลไกให้แรงงานในอุตสาหกรรมสามารถเข้าถึงหน่วยงานหรือบุคลากรสนับสนุนในด้านต่างๆ และประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพอย่างยั่งยืนและมั่นคงได้ต่อไปในอนาคต

ตัวอย่างโครงการ/มาตรการสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1

จากกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 ซึ่งประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาใน 3 กลยุทธ์นั้น เพื่อให้เข้าใจแนวทางการพัฒนาของแต่ละกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 มากขึ้น จึงมีแนวทางการดำเนินงานที่ยกมาเป็นตัวอย่างโครงการ/มาตรการสำคัญ ทั้งหมด 3 โครงการ/มาตรการ ดังนี้

1) โครงการพัฒนาทักษะเส้นทาง Content Creator

รายละเอียดเบื้องต้น: การต่อยอดแพลตฟอร์มการพัฒนาทักษะแรงงานสร้างสรรค์ของ CEA หรือ “CEA Online Academy” โดยการพัฒนาหลักสูตรที่หลากหลายและตอบโจทย์แรงงานต่างๆ ในอุตสาหกรรมการพิมพ์มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การแยกกลุ่มเป้าหมายตามศักยภาพที่แตกต่างกัน เพื่อให้มีหลักสูตรที่ตอบโจทย์แรงงานในแต่ละระดับ ในการสร้างความรู้ความเข้าใจ ทั้งในเชิงการสร้างและออกแบบคอนเทนต์ การผลิต หรือแม้กระทั่งองค์ความรู้อื่นๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพ เช่น ความเข้าใจในลิขสิทธิ์ เทคโนโลยี หรือความรู้เบื้องต้นสำหรับการประกอบธุรกิจ เป็นต้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ รวมถึงหน่วยงานอื่นๆ ที่มีการดำเนินการด้านการพัฒนาทักษะแรงงานสร้างสรรค์ เป็นต้น

2) โครงการสนับสนุนการประกวดงานเขียนในด้านต่างๆ ในสถาบันการศึกษา

รายละเอียดเบื้องต้น: การดำเนินโครงการแข่งขัน หรือการสนับสนุนให้เยาวชนในสถาบันการศึกษาได้ลองสร้างผลงาน จะเป็นการสนับสนุนให้เยาวชนต่างๆ เกิดความเข้าใจต่อการประกอบอาชีพ รวมถึงการสร้างโอกาสในการผลิตงานเขียนที่หลากหลาย เพื่อเป็นการสร้างแรงงานที่มีคุณภาพให้มากขึ้นในอุตสาหกรรมต่อไป อีกมุมหนึ่งก็เป็นการสร้างโอกาสในการสร้างงานเขียน ที่สามารถได้รับการต่อยอดเป็นการผลิตในสื่อรูปแบบอื่นได้อีกด้วย ทั้งนี้ ยังสามารถสร้างเครือข่ายกับธุรกิจที่ต้องการสนับสนุนจากหลากหลายอุตสาหกรรมได้อีกด้วย

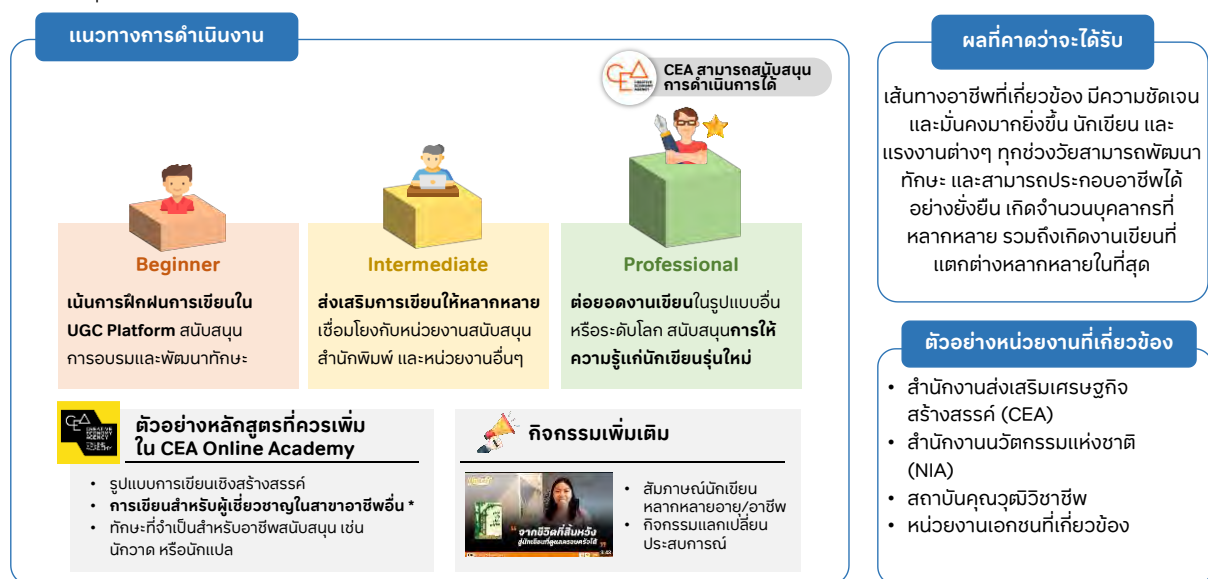
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สมาคมนักเขียน และหน่วยงานเอกชนในอุตสาหกรรมต่างๆ เป็นต้น

3) โครงการโครงการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ (Knowledge Sharing)

รายละเอียดเบื้องต้น: โครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างแรงงานในอุตสาหกรรมการพิมพ์ สามารถจัดทำในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การเสวนา (Talk) เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างบุคลากรที่ประสบความสำเร็จกับบุคลากรรุ่นใหม่ หรือในรูปแบบการเสวนาทางวิชาการ (Forum) เพื่อต่อยอดและสร้างเครือข่ายกับแรงงานในอุตสาหกรรมการพิมพ์จากต่างประเทศ กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสร้างความเข้าใจในมุมมองต่างๆ ของการประกอบอาชีพการเป็นนักเขียน นักวาด นักแปล หรือแรงงานอื่นๆ ในอุตสาหกรรม ให้สามารถประกอบอาชีพได้อย่างมั่นคง ตลอดจนเป็นการสร้างเครือข่ายระหว่างบุคลากรและหน่วยงานทั้งในประเทศและระหว่างประเทศอีกด้วย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กระทรวงวัฒนธรรมและหน่วยงานในสังกัด กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ สมาคมที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

จากตัวอย่างโครงการ/มาตรการสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 ได้นำตัวอย่างโครงการพัฒนาทักษะ เส้นทาง Content Creator มาแสดงรายละเอียดของการดำเนินการ เพื่อเป็นตัวอย่างแนวทางการดำเนินโครงการสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 โดยมีรายละเอียดดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 50 ตัวอย่างโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1
ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

6.3.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2: ‘Market Development’ การส่งเสริมด้านตลาดและผู้อ่าน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เป็นการดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาในด้านผู้อ่าน ให้สนใจการอ่าน และสามารถเข้าถึงสื่อสิ่งพิมพ์ได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม ซึ่งเปรียบเสมือนการสนับสนุนให้กลไกตลาดของสื่อสิ่งพิมพ์มีประสิทธิภาพมากขึ้น การซื้อขายที่เกิดขึ้น จะวนกลับไปเป็นรายได้ของผู้ผลิต หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตทั้งหมด ให้มีทุนสำหรับการผลิตงานใหม่ๆ ให้มีจำนวนสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีคุณภาพ และมีความหลากหลายมากขึ้นต่อไปเป็นวงจร

โดยมีกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมด้านตลาดและผู้อ่าน ภายใต้การดำเนินการของยุทธศาสตร์ที่ 2 ทั้งหมด 3 กลยุทธ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 2.1 ส่งเสริมการอ่านในรูปแบบใหม่ๆ และน่าสนใจ

การส่งเสริมด้านการอ่าน เปรียบเสมือนเป็นการกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์ ของสื่อสิ่งพิมพ์ โดยในมุมมองการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้น การอ่านถือเป็นการพัฒนาองค์ความรู้ มุมมอง หรือทักษะใหม่ๆ ให้กับผู้อ่าน กล่าวคือการอ่าน เป็นอีกหนึ่งรูปแบบของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ภายในประเทศนั้นๆ สังเกตได้จากกรณีศึกษาจากต่างประเทศ รวมถึงประเทศอื่นๆ มักให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งสำคัญอันดับต้นๆ ของการพัฒนาในระยะยาวของแต่ละประเทศ ทำให้นานาประเทศต่างมีแนวทางการพัฒนาระบบการศึกษา หรือการส่งเสริมการเรียนรู้ ผ่านการผ่าน และการสนับสนุนให้เข้าถึงห้องสมุดที่มีคุณภาพ

นอกจากนี้ จากการรวบรวมข้อมูลการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสัมภาษณ์ พบว่าหลากหลายหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะหน่วยงานภายใต้กระทรวงศึกษาธิการ มีบางแนวทางในการส่งเสริมการอ่านอยู่แล้ว แต่ในมุมมองของความสำเร็จนั้น พบว่าส่วนใหญ่จะใช้มาตรการเชิงบังคับ หรือจำกัดหนังสือที่นักเรียนต้องอ่านมากกว่าการสนับสนุนให้นักเรียนมีความอยากรู้ อยากอ่าน และให้อิสระกับการเลือกอ่านหนังสือที่แต่ละคนสนใจ

ดังนั้น กลยุทธ์ที่ 2.1 นี้ จะเป็นการส่งเสริมการอ่านโดยใช้วิธีใหม่ๆ ที่แตกต่าง หลากหลาย และสามารถสนับสนุนให้ประชาชนทุกวัยสนใจการอ่านมากขึ้น ยกตัวอย่างการดำเนินการเช่น การใช้ Influencer โปรโมทการอ่าน เพื่อดึงดูดเยาวชน การประชาสัมพันธ์หนังสือที่น่าสนใจ ผ่านความร่วมมือกับ Content Provider ต่างๆ โดยเฉพาะผู้ผลิตพอดแคสต์ที่ส่งเสริมด้านการอ่าน รวมถึงการร่วมมือกับผู้ผลิตสื่ออื่นๆ เช่น ผู้ผลิต Video Content ให้สอดแทรกการส่งเสริมการอ่านในสื่อต่างๆ ก็จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดจำนวนผู้อ่านมากขึ้นได้ ทั้งนี้ ยังสามารถต่อยอดการดำเนินการของสมาคม PUBAT ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการอ่าน เช่น แพลตฟอร์ม ‘No กองตอง’ ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ต่อยอดให้เกิดฟังก์ชัน รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการอ่านที่หลากหลาย ก็จะเป็นการสร้าง ‘ชุมชนนักอ่าน’ ให้เติบโต และเกิดการพูดคุย แลกเปลี่ยน และต่อยอดให้ชุมชนนักอ่านของไทยเติบโตมากขึ้นได้ต่อไป

กลยุทธ์ที่ 2.2 สนับสนุนช่องทางขายภายในประเทศ

กลยุทธ์ที่ 2.2 จะเป็นการสนับสนุนด้านช่องทางการตลาดภายในประเทศ เนื่องจากการสนับสนุนให้ผู้สนใจการอ่าน สามารถเข้าถึงการอ่านได้อย่างสะดวก ก็สามารถสนับสนุนให้เกิดการบริโภคสิ่งพิมพ์ภายในประเทศได้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสนับสนุนด้านช่องทางการขายในประเทศทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์

สำหรับกิจกรรมในรูปแบบออฟไลน์นั้น ในปัจจุบันพบว่า มีข้อจำกัดในการดำเนินการค่อนข้างสูง ทั้งการระบาดของไวรัสโควิด 19 ประกอบกับความนิยมการขายในช่องทางออนไลน์ ได้รับความนิยมสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญที่สุดของประเทศคือ เทศกาลสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ที่ต้องยกเลิกการจัดในรูปแบบออฟไลน์ แล้วเปลี่ยนเป็นรูปแบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ ‘thaibookfair.com’ ก็ยิ่งตอกย้ำความสำคัญของช่องทางการขายในรูปแบบออนไลน์ แต่ในปัจจุบัน สมาคม PUBAT ต่างต้องแบกรับต้นทุนสำหรับการจัดกิจกรรมทั้งหมด ในขณะที่ต่างประเทศ การจัดมหกรรมสัปดาห์หนังสือแห่งชาติในลักษณะนี้ ควรต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ทั้งในรูปแบบตัวเงิน และการสนับสนุนให้รูปแบบอื่นๆ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐต่างๆ จะต้องเข้ามามีบทบาทกับการสนับสนุนให้สมาคมฯ สามารถปรับเปลี่ยน และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อเป็นประโยชน์ในระดับประเทศ ในการส่งเสริมการเข้าถึงการอ่านของประชาชนมากขึ้นกว่าในปัจจุบัน

ทั้งนี้ กิจกรรมในรูปแบบออฟไลน์ก็ยังคงมีความสำคัญในฐานะที่เป็นช่องทางทางเลือกให้ผู้อ่านทุกช่วงวัย ทุกฐานะ สามารถเข้าถึงการอ่านได้มากขึ้นด้วย จึงควรร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาต่างๆ ในการสนับสนุนการดำเนินการในภูมิภาค เนื่องจากประชาชนบางส่วนก็ไม่สามารถเข้าถึงช่องทางออนไลน์ได้ทั้งหมด โดยเฉพาะประชาชนที่อยู่ในภูมิภาคต่างๆ สะท้อนจากสำนักพิมพ์ในต่างจังหวัด ที่ใช้ตลาดนัดของมหาวิทยาลัยในภูมิภาค เป็นอีกหนึ่งช่องทางการขายที่สำคัญ

กลยุทธ์ที่ 2.3 สร้างการเข้าถึงตลาดต่างประเทศผ่านการสนับสนุนการออกงานต่างๆ

ในปัจจุบัน แม้ว่าสื่อสิ่งพิมพ์ของไทย จะมีข้อจำกัดในการส่งออก อันเนื่องมาจากข้อจำกัดของภาษาไทย ทำให้งานเขียนของไทยอาจไม่เอื้อให้เกิดการส่งออกมากนัก แต่ในขณะเดียวกัน งานเขียนบางประเภทก็ได้รับความสนใจในการไปออกงานในต่างประเทศ โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชนที่ใช้ภาพเป็นตัวเล่าเรื่องเป็นหลัก มากกว่างานเขียนเชิงวรรณกรรมที่เป็นภาษาไทยเป็นหลัก ดังนั้น การพัฒนากระบวนการสนับสนุนการออกงานมหกรรมหนังสือในต่างประเทศ ให้มีความเหมาะสมต่อการดำเนินการของเอกชน ตลอดจนครอบคลุมค่าใช้จ่ายของการดำเนินการ และการสนับสนุนให้ไปออกงานที่หลากหลายมากขึ้น จะสามารถสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ สามารถเข้าถึงโอกาสทางการตลาดได้มากขึ้น

กล่าวได้ว่า การผลักดันให้หน่วยงานผู้รับผิดชอบการสนับสนุนการส่งผู้ประกอบการไปเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดในต่างประเทศ ควรพัฒนาวิธีการดำเนินการจะสามารถสนับสนุนให้ภาคเอกชนมีศักยภาพในการส่งออกได้มากขึ้น จึงควรพัฒนาระบบการในการดำเนินการไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนให้มีความต่อเนื่องมากขึ้น ครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินการมากขึ้น มีรูปแบบสนับสนุนที่มุ่งไปที่การแสดงผลงานงานเขียนที่แตกต่างและหลากหลาย โดยไม่นำผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง ไปจัดแสดงจนทำให้การออกงานหนังสือของไทยสับสน ดังนั้น การคัดเลือกสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย ให้มีผู้ได้รับการสนับสนุนอย่างครอบคลุม และคัดเลือกผลงานที่ตรงกับความต้องการของตลาดต่างประเทศมากขึ้น ย่อมส่งผลให้การไปออกงานในต่างประเทศแต่ละครั้ง คุ่มค่า และประสบความสำเร็จมากขึ้นด้วย นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐควรทำความเข้าใจ และให้ความสำคัญกับการวัดผลความสำเร็จในด้านอื่นๆ นอกเหนือจากตัวชี้วัดเชิงมูลค่าเพียงอย่างเดียวด้วย เช่น ความสำเร็จในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศในเวทีโลก หรือแม้กระทั่งความสำเร็จในการสร้างความสนใจในด้านอื่นๆ แก่ประเทศไทยได้เช่นกัน

นอกจากนี้ การส่งเสริมการออกงาน หรือเข้าร่วมงานในต่างประเทศที่หลากหลายมากขึ้น ก็จะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงตลาดต่างประเทศที่หลากหลายมากขึ้นด้วย เช่น งานมหกรรมหนังสือที่ได้หวัน ปักกิ่ง หรืองานมหกรรมหนังสือเด็กและเยาวชนที่ญี่ปุ่น หรือที่เกาหลี เป็นต้น

ตัวอย่างโครงการ/มาตรการสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2

จากกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 ซึ่งประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาใน 3 กลยุทธ์นั้น เพื่อให้เข้าใจแนวทางการพัฒนาของแต่ละกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 มากขึ้น จึงมีแนวทางการดำเนินงานที่ยกมาเป็นตัวอย่างโครงการ/มาตรการสำคัญ ทั้งหมด 3 โครงการ/มาตรการ ดังนี้

1) โครงการพัฒนาชุมชนนักอ่านออนไลน์

รายละเอียดเบื้องต้น: การต่อยอดโครงการ ‘No กองตอง’ แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการส่งเสริมการอ่านของสมาคม PUBAT ให้มีรูปแบบ และกิจกรรมที่หลากหลายมากขึ้น ผ่านการให้การสนับสนุนด้านเงินทุน หรือการออกแบบโครงการใหม่ๆ การเชื่อมกับหน่วยงานสนับสนุนทั้งภาครัฐ หรือเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น ออนไลน์แพลตฟอร์มสำหรับการอ่าน ก็จะส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเป็นชุมชนนักอ่านออนไลน์ที่เติบโตขึ้นต่อไปในอนาคต

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมหรือหน่วยงานในสังกัด สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ สำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ออนไลน์แพลตฟอร์ม และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2) โครงการส่งเสริมการอ่านผ่านการใช้ Influencer

รายละเอียดเบื้องต้น: การใช้รูปแบบการส่งเสริมใหม่ๆ เช่น การใช้ Influencer ในการส่งเสริมด้านการอ่าน จะเป็นรูปแบบที่ได้ผลดีกับการส่งเสริมการอ่านในกลุ่มเด็กและเยาวชน รวมถึงการใช้ช่องทางออนไลน์ อย่างเช่น เพจวีวหนังสือ พอดแคสต์ หรือผู้ให้บริการคอนเทนต์ออนไลน์ต่างๆ ก็จะเป็นช่องทางที่สามารถส่งเสริมการอ่านได้มากขึ้นอีกด้วย

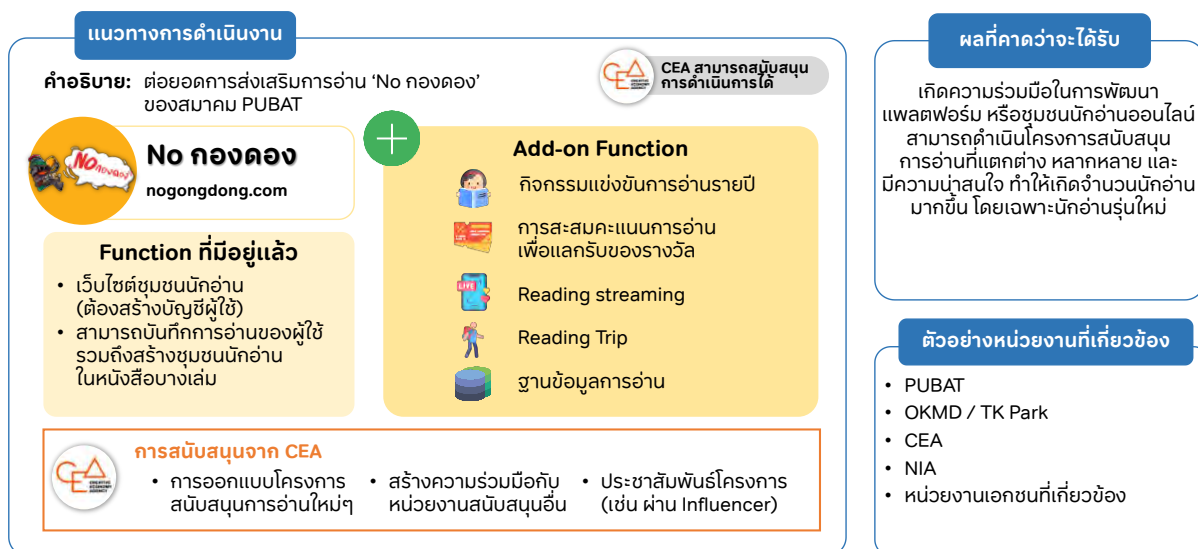
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย สมาคมที่เกี่ยวข้อง ออนไลน์แพลตฟอร์ม และเอกชน ผู้ผลิตคอนเทนต์ต่างๆ เป็นต้น

3) โครงการสนับสนุนการเข้าร่วมงาน Book Fair ในระดับโลก

รายละเอียดเบื้องต้น: โครงการสนับสนุนการออกงานเทศกาลหนังสือที่หลากหลาย นอกเหนือจากงาน Frankfurt Book fair โดยการไปออกงานแต่ละครั้ง จะต้องทำการออกแบบธีม รวมถึงแนวทางการไปออกงานแต่ละครั้ง รวมถึงการคัดเลือกผู้ผลิต หรือผลงานที่จะได้รับการสนับสนุนที่ตรงธีม หรือผู้ได้รับการสนับสนุนที่หลากหลาย โดยให้การสนับสนุนอย่างครอบคลุมมากขึ้น ทั้งในรูปแบบของทุนสนับสนุน รวมถึงการสนับสนุนในรูปแบบอื่นๆ เพื่อให้การไปออกงานแต่ละครั้ง เป็นการสร้างภาพลักษณ์อันดีของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย ตลอดจนสามารถสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนสื่อสิ่งพิมพ์ระหว่างประเทศ และการเข้าถึงตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องภายใต้กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือ เป็นต้น

จากตัวอย่างโครงการ/มาตรการสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 ได้นำตัวอย่างโครงการ 2 โครงการข้างต้น ได้แก่ โครงการพัฒนาชุมชนนักอ่านออนไลน์ และ โครงการส่งเสริมการอ่านผ่านการใช้ Influencer มาต่อยอดในรายละเอียด เพื่อเป็นตัวอย่างแนวทางการดำเนินโครงการสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 51 ตัวอย่างโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปกรศึกษา

6.3.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3: 'Value Enhancement' การเพิ่มมูลค่าและการต่อยอดสื่อสิ่งพิมพ์

ยุทธศาสตร์ทั้งสองข้างต้น จะเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งในด้านการผลิตให้เกิดผลงาน การพิมพ์ที่แตกต่างและหลากหลายมากขึ้น ตลอดจนการพัฒนาตลาดทั้งในและต่างประเทศ ยุทธศาสตร์ที่ 3 นี้ จะมองการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ ในการต่อยอดกับอุตสาหกรรมอื่นๆ และการสร้างมูลค่าเพิ่มเติมจาก อุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การประสานสอดคล้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาอื่นๆ ภายใต้กลุ่มอุตสาหกรรม Creative Content & Media ที่มีความเกี่ยวเนื่องกันกับอุตสาหกรรมการพิมพ์ ที่เปรียบเสมือนเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำของอุตสาหกรรมคอมเทนต์ทั้งหมดอีกด้วย

โดยมีกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนการเพิ่มมูลค่าและการต่อยอดสื่อสิ่งพิมพ์ ภายใต้การดำเนินการของยุทธศาสตร์ที่ 3 ทั้งหมด 2 กลยุทธ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 3.1 สนับสนุนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และเทคโนโลยีการผลิตที่มีคุณภาพ

การสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีการผลิตอย่างเท่าเทียม ตลอดจน การส่งเสริมการลงทุน และการลดต้นทุนการนำเข้าเครื่องจักร และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพสูง รวมถึงการสนับสนุน ทางด้านภาษี จะช่วยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการธุรกิจสนับสนุนการผลิต เช่น ธุรกิจโรงพิมพ์ สามารถเข้าถึงเทคโนโลยี เครื่องพิมพ์ที่ทันสมัย รองรับการผลิตเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสื่อสิ่งพิมพ์ได้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสนับสนุน การพัฒนาให้ศักยภาพของโรงพิมพ์ในภูมิภาคต่างๆ มีศักยภาพสูงขึ้น ลดการกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่ภาคกลางนั้น ก็จะเป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิตให้กับสำนักพิมพ์ที่อยู่ในพื้นที่ได้ในระยะยาวอีกด้วย

กลยุทธ์ที่ 3.2 เชื่อมโยงงานเขียนกับการต่อยอดในอุตสาหกรรมอื่น

จากที่ได้กล่าวไปข้างต้น อุตสาหกรรมการพิมพ์ เปรียบเสมือนเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำในการผลิตคอนเทนต์ให้สามารถต่อยอดไปเป็นสื่อต่างๆ ได้อย่างหลากหลาย เช่น ภาพยนตร์ ละคร การ์ตูน รวมถึงเป็นแนวคิด ให้กับการพัฒนาอุตสาหกรรมอื่นๆ ได้อีกด้วย ดังนั้น การมองหาโอกาส และการสนับสนุนให้เกิดการใช้ประโยชน์ต่อยอดในอุตสาหกรรมอื่น ก็เป็นการสนับสนุนงานเขียนในรูปแบบหนึ่งได้เช่นกัน

กลยุทธ์นี้ จะเป็นการมองหาโอกาสในการสร้างสรรค์ หรือสนับสนุนให้เกิดงานเขียนจากมุมมองหลากหลายอุตสาหกรรม รวมถึงการใช้งานเขียนที่มี ในการไปต่อยอดในอุตสาหกรรมอื่นได้มากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านงานเขียน ซึ่งเป็นแนวทางที่นักเขียนของไทย เคยได้รับทุนสนับสนุนการเขียนหนังสือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองมาเก๊าของจีน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่การพนัน เพื่อสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้กับเมือง ผ่านการเขียนหนังสือนั่นเอง

นอกจากหน่วยงานรัฐที่จะเป็นผู้สนับสนุนได้แล่นั้น ธุรกิจจากอุตสาหกรรมต่างๆ สามารถเป็นผู้สนับสนุนทุนการเขียนสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ เป็นอีกช่องทางการส่งเสริมภาพลักษณ์ หรือเป็นการโฆษณาได้อีกด้วย ซึ่งจะได้ประโยชน์ทั้งในมุมเจ้าของธุรกิจผู้สนับสนุน และเป็นประโยชน์แก่ผู้ผลิต และนักเขียน ให้สามารถผลิตงานเขียนการสนับสนุนในรูปแบบนี้ ทั้งการสนับสนุนการเขียนแบบไม่กำหนดโจทย์ หรือกรอบของการเขียน จะทำให้ให้นักเขียนสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาให้มีความแตกต่างและหลากหลายได้มากขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์กับภาพรวมของสื่อสิ่งพิมพ์ และเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่านในระดับประเทศได้อีกด้วย

ตัวอย่างโครงการ/มาตรการสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3

จากกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 ซึ่งประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาใน 2 กลยุทธ์นั้น เพื่อให้เข้าใจแนวทางการพัฒนาของแต่ละกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 มากขึ้น จึงมีแนวทางการดำเนินงานที่ยกมาเป็นตัวอย่างโครงการ/มาตรการสำคัญ ทั้งหมด 3 โครงการ/มาตรการ ดังนี้

1) โครงการ ‘Content Pitching’ เพื่อการต่อยอดงานเขียน

รายละเอียดเบื้องต้น: กิจกรรมการประกวดและจับคู่กันสร้างสรรค์งานเขียน (หรือแรงงานที่เกี่ยวข้อง) กับทุนในการผลิตหนังสือ หรือสื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบต่างๆ โดนนักเขียนที่มีแนวคิดการเขียน หรือผู้เป็นเจ้าของคอนเทนต์งานเขียนที่มีอยู่แล้ว ทั้งนักเขียน หรือสำนักพิมพ์ สามารถนำแนวคิด หรือสื่อสิ่งพิมพ์ มานำเสนอให้ผ่านกระบวนการคัดเลือก และได้รับรางวัล หรือเงินทุน ไปผลิตงานเขียน หรือให้งานเขียนนั้นๆ ได้รับการต่อยอดไปเป็นสื่ออื่น เช่น ภาพยนตร์ ซีรีส์ หรือละคร เป็นต้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือ สมาคมนักเขียน และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

2) โครงการระดมทุนเพื่อสนับสนุนการเขียนจากภาคเอกชน

รายละเอียดเบื้องต้น: การรวบรวมความต้องการ หรือธุรกิจที่มีทุน เพื่อใช้ในการสนับสนุนการสร้างงานเขียนใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทุนที่ใช้สำหรับการพัฒนาภาพลักษณ์ขององค์กร หรือทุนสำหรับการสร้างประโยชน์แก่สาธารณะ ก็เป็นการรวบรวมและเชื่อมโยงการใช้ทุนเหล่านั้น กับการสนับสนุนการสร้างงานเขียนของนักเขียน เพื่อเป็นการส่งเสริมวรรณกรรม โดยในอนาคต สามารถเพิ่มเติมการสนับสนุนโดยใช้มาตรการทางภาษี มากระตุ้นให้เอกชนต่างๆ ให้ทุนสนับสนุนการเขียน รวมถึงการให้รางวัลแก่ธุรกิจเอกชน ในฐานะที่เป็นองค์กรที่ส่งเสริมศิลปะ หรืองานสร้างสรรค์ให้กับประเทศได้อีกด้วย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงการคลัง สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือ สมาคมนักเขียน และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

3) โครงการ *Printing Tech Expo*

รายละเอียดเบื้องต้น: กิจกรรมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการผลิตการพิมพ์ เพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายของธุรกิจผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีการพิมพ์ ให้มีประสิทธิภาพ และศักยภาพการผลิตที่สูงขึ้น รองรับการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ที่แปลกใหม่ อันเป็นรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสื่อสิ่งพิมพ์ และสร้างความสามารถในการแข่งขัน และศักยภาพให้กับผู้ผลิตทั้งประเทศ ให้สามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้มากขึ้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สมาคมและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

จากตัวอย่างโครงการ/มาตรการสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 ได้นำตัวอย่างโครงการ 2 โครงการข้างต้น ได้แก่ โครงการ ‘Content Pitching’ เพื่อการต่อยอดงานเขียน และ โครงการระดมทุนเพื่อสนับสนุนการเขียนจากภาคเอกชน มาต่อยอดในรายละเอียด เพื่อเป็นตัวอย่างแนวทางการดำเนินโครงการสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 52 ตัวอย่างโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3
ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

6.3.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4: ‘Infrastructure Reinforcement’ การยกระดับปัจจัยเชิงโครงสร้างของอุตสาหกรรม การพิมพ์ภายในประเทศ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 จะเป็นแนวทางการพัฒนาเชิงระบบโครงสร้างพื้นฐาน อันเปรียบเสมือนระบบสนับสนุน ให้แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ในเรื่องอื่นๆ สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ มากขึ้น อีกทั้งการมีระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมที่ดี เช่น มีกลไกหน่วยงานการขับเคลื่อน มีระบบ กฎหมายที่ไม่เป็นอุปสรรค มีระบบฐานข้อมูลและระบบการศึกษาที่มีคุณภาพ เป็นต้น ย่อมสนับสนุนการดำเนินการ ของหน่วยงานที่อยู่ในอุตสาหกรรม ทั้งหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนที่เกี่ยวข้อง ให้สามารถดำเนินธุรกิจ หรือสามารถ ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมให้เติบโตขึ้นไปในอนาคตได้อย่างมั่นคง ต่อเนื่อง และยั่งยืน

โดยมีกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนการยกระดับปัจจัยเชิงโครงสร้างของอุตสาหกรรมการพิมพ์ภายในประเทศ ภายใต้ การดำเนินการของยุทธศาสตร์ที่ 4 ทั้งหมด 4 กลยุทธ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 4.1 จัดหาหน่วยงานหลัก เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนา และบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การจัดหาหน่วยงานเจ้าภาพหลัก ตลอดจนเป็นหน่วยงานบูรณาการกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม ทั้ง หน่วยงานภาครัฐและเอกชนนั้น เป็นประเด็นการพัฒนาด้านกลไกการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ที่ สำคัญเป็นอย่างมาก ดังนั้น กลยุทธ์ที่ 4.1 คือการจัดหาหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมฯ รวมถึงดำเนิน การบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการพัฒนาแบบองค์รวมต่อไป

ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) และ สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) ได้ดำเนินการลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือร่วมกัน (MOU) เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม พ.ศ. 2564 ซึ่งถือเป็นการสร้างความร่วมมืออย่างเป็นทางการ ในการเป็นหน่วยงานพันธมิตรที่จะเป็นหน่วยงานหลักใน การสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทยต่อไปในอนาคต ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นอันดี ใน เชิงการสร้างกลไกรองรับการขับเคลื่อนแนวทางการพัฒนาในด้านอื่นๆ ประกอบกับการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้ต่อไปอีกด้วย

กลยุทธ์ที่ 4.2 พัฒนาระบบฐานข้อมูล และการรวบรวม/วิจัยข้อมูลที่สำคัญของอุตสาหกรรม

โครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญมาก ต่อการสนับสนุนการดำเนินการ หรือการตัดสินใจของหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม นั่นคือการพัฒนาให้เกื้อหนุนข้อมูลกลางของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย โดยเฉพาะ อย่างยิ่ง การรวบรวมข้อมูลสำคัญที่เป็นข้อมูลพื้นฐานจากหน่วยงานที่มีการจัดเก็บอยู่แล้ว แต่ยังไม่มีการจัดเก็บแบบ กระจายกันตามหน่วยงานต่างๆ ให้รวมอยู่ในฐานข้อมูลกลาง เพื่อให้ง่ายต่อการนำเสนอและเข้าถึงของผู้ใช้ รวมถึง การบริหารจัดการให้ฐานข้อมูลกลางนี้ มีข้อมูลส่วนอื่นๆ ที่ควรมีการจัดเก็บเพิ่มเติม รวมถึงมีข้อมูลที่เป็นปัจจุบันอย่าง สม่าเสมออีกด้วย

จากผลลัพธ์ของโครงการในครั้งนี้ ทำให้ CEA มีแผนผังข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ รวมถึงข้อมูลที่ต้องจัดเก็บเพิ่มเติม ดังนั้น ในลำดับถัดไป จะเป็นการดำเนินการพัฒนาให้เกิดฐานข้อมูลกลางของอุตสาหกรรม ซึ่งจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานที่เป็นเจ้าของฐานข้อมูล หรือสามารถสนับสนุนการจัดเก็บข้อมูลต่างๆ ได้ต่อไปอีกด้วย ทั้งนี้ ในอนาคต ฐานข้อมูลดังกล่าว สามารถมีการพัฒนาต่อยอด ทั้งการเผยแพร่ข้อมูลที่มีให้เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้ในทุกประเภทมากขึ้น เช่น การสรุปเป็นรายงานสถานการณ์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในแต่ละปี หรือการพัฒนาเชื่อมโยงฐานข้อมูลให้เป็นการเก็บข้อมูลแบบเชิงรุก (Active Data Collecting System) รวมถึงพัฒนาให้เกิดเป็นชุมชนผู้ใช้ออนไลน์ได้อีกด้วย

กลยุทธ์ที่ 4.3 ปรับปรุงระเบียบ / กฎหมาย / ภาษี ที่เป็นอุปสรรค เพื่อสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรม

การดำเนินการศึกษาระบบภาษีแบบองค์รวม ว่าการดำเนินการของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้ผลิต สำนักพิมพ์ ธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้บริโภคนั้น ยังมีข้อจำกัดในด้านภาษีในเรื่องใดบ้างที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการ ในปัจจุบัน ประกอบกับข้อจำกัดในด้านอื่นๆ เช่น ระเบียบของภาครัฐที่ไม่เอื้อให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานมากนัก จึงต้องมีการศึกษา และดำเนินการปรับปรุงระเบียบเหล่านั้น เพื่อให้ในภาพรวม เกิดกลไกการขับเคลื่อนในภาพรวมของอุตสาหกรรม ไม่มีข้อจำกัดเชิงกฎหมาย รวมถึงเอื้อต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์มากขึ้นในอนาคตได้ต่อไป

กลยุทธ์ที่ 4.4 พัฒนาระบบการศึกษา และการเข้าถึงห้องสมุดที่มีคุณภาพ

ระบบเชิงโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมที่สำคัญอีกประการ คือระบบการศึกษาของประเทศไทย เปรียบเสมือนระบบที่มีความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมการพิมพ์เป็นอย่างมาก เนื่องจากระบบการศึกษาที่มีคุณภาพ ในการพัฒนาให้ประชากรในประเทศนั้นๆ เป็นบุคลากรที่มีกระตือรือร้นในการพัฒนาตนเอง หรือชวนชวนกับการหาข้อมูลและเรียนรู้ นั้น ก็เสมือนเป็นการสร้างจำนวนนักเรียนรู้ (Learner) รวมถึงจำนวนของนักอ่าน (Reader) ให้มีมากขึ้นด้วย ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการพัฒนาด้านอุปสงค์ของอุตสาหกรรมการพิมพ์นั่นเอง

นอกเหนือจากการพัฒนาคุณภาพของระบบการศึกษาที่ดีขึ้นแล้วนั้น การส่งเสริมให้เกิดห้องสมุดที่มีคุณภาพในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ ให้ผู้ที่สนใจจะศึกษาหาข้อมูล สามารถเข้าถึงหนังสือ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ได้โดยสะดวก ก็เป็นอีกแนวทางที่สำคัญจำเป็น ควบคู่ไปกับการพัฒนาความต้องการในการอ่านของประชาชนในประเทศอีกด้วย ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะหน่วยงานในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ สถาบันการศึกษาต่างๆ ทั่วประเทศ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาพื้นที่การเรียนรู้ หรือห้องสมุดในพื้นที่ ก็มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ต่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการอ่านของประชาชนในประเทศด้วยเช่นเดียวกัน

ตัวอย่างโครงการ/มาตรการสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4

จากกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 ซึ่งประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาใน 4 กลยุทธ์นั้น เพื่อให้เข้าใจแนวทางการพัฒนาของแต่ละกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 มากขึ้น จึงมีแนวทางการดำเนินงานที่ยกมาเป็นตัวอย่างโครงการ/มาตรการสำคัญ ทั้งหมด 3 โครงการ/มาตรการ ดังนี้

1) โครงการการจัดทำฐานข้อมูลกลางของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์

รายละเอียดเบื้องต้น: ในการจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรม นอกเหนือจากการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์อย่างเป็นระเบียบแล้วนั้น ยังสามารถช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลให้เป็นประโยชน์แก่สาธารณะให้มีความน่าสนใจ ค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก เพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้ออกแบบนโยบาย หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง เอกชนในอุตสาหกรรม หรือประชาชนทั่วไป รวมถึงผู้สืบค้นจากต่างประเทศ ให้สามารถเข้าถึงข้อมูลพื้นฐานของอุตสาหกรรม ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงไปยังหน่วยงานที่ต้องการติดต่อ หรือเป็นเจ้าของข้อมูลในเชิงลึกได้อีกด้วย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เป็นเจ้าของข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

2) โครงการศึกษาและพัฒนากลไกการสนับสนุนด้านกฎหมายหรือภาษี

รายละเอียดเบื้องต้น: การดำเนินการศึกษาข้อจำกัดต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคของการดำเนินการ และการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ เพื่อสร้างความเข้าใจ และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงระเบียบ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ก็จะเป็นการสร้างระบบเชิงโครงสร้างให้สามารถสนับสนุนการดำเนินการของหน่วยงาน หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม และส่งเสริมการพัฒนาของอุตสาหกรรมการพิมพ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นอีกด้วย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กรมสรรพากร หรือหน่วยงานในสังกัดกระทรวงการคลัง สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย เป็นต้น

3) โครงการพัฒนาห้องสมุดสร้างสรรค์ Creative Library (Creative Space)

รายละเอียดเบื้องต้น: สนับสนุนให้หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง พัฒนาและเพิ่มจำนวนห้องสมุด หรือพื้นที่ ส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีคุณภาพในภูมิภาคต่างๆ มากขึ้น เพื่อส่งเสริมการเข้าถึง ห้องสมุด หรือสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำให้ห้องสมุดยังตอบโจทย์การใช้งานของผู้อ่าน หรือผู้ใช้งานรุ่นใหม่ ตัวอย่างในต่างประเทศที่พัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ นอกเหนือจากห้องสมุด การพัฒนาเป็นพิพิธภัณฑ์ แหล่งเรียนรู้ หรือสถานที่จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ อุตสาหกรรมการพิมพ์ เป็นต้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ กระทรวงศึกษาธิการ สถาบันการศึกษา ในพื้นที่ รวมถึงรัฐบาลท้องถิ่น เป็นต้น

จากตัวอย่างโครงการ/มาตรการสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 ได้นำตัวอย่างโครงการพัฒนาฐานข้อมูลของ อุตสาหกรรมการพิมพ์ มาแสดงรายละเอียดของการดำเนินการ เพื่อเป็นตัวอย่างแนวทางการดำเนินโครงการสำคัญ ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 โดยมีรายละเอียดดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 53 ตัวอย่างโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรึกษา

6.4 แผนการดำเนินโครงการ

จากตัวอย่างโครงการสำคัญภายใต้แต่ละยุทธศาสตร์ที่ได้นำเสนอไปข้างต้น หากพิจารณาตามลำดับความสำคัญ ว่าควรมีการดำเนินโครงการใดก่อนหรือหลัง โดยใช้ข้อมูล และข้อเสนอแนะจากการสัมภาษณ์ และจากการประชุมระดมความคิดเห็นที่ได้จัดขึ้น สามารถกำหนดระยะการดำเนินการของโครงการภายใต้แต่ละยุทธศาสตร์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 6 แผนการดำเนินโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (Publishing)

ชื่อโครงการ / มาตรการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ระยะการดำเนินการ		
		ระยะสั้น (1-2 ปี)	ระยะกลาง (2-3 ปี)	ระยะยาว (4-5 ปี)
ยุทธศาสตร์ที่ 1: ‘Content Bloom’ การพัฒนาให้มีเนื้อหาที่หลากหลายและมีคุณภาพ				
โครงการพัฒนาทักษะเส้นทาง Content Creator (✓ ตอบโจทย์กลยุทธ์ที่ 1.1 และ 1.3)	- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - สำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ - สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ - หน่วยงานอื่นๆ ที่มีการดำเนินการด้านการพัฒนาทักษะแรงงานสร้างสรรค์	✓		
โครงการสนับสนุนการประกวดงานเขียนในด้านต่างๆ ในสถาบันการศึกษา (✓ ตอบโจทย์กลยุทธ์ที่ 1.2 และ 1.3)	- กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม - สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - สมาคมนักเขียน - หน่วยงานเอกชนในอุตสาหกรรมต่างๆ		✓	✓

ชื่อโครงการ / มาตรการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ระยะการดำเนินการ		
		ระยะสั้น (1-2 ปี)	ระยะกลาง (2-3 ปี)	ระยะยาว (4-5 ปี)
โครงการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ (Knowledge Sharing) (✓ ตอบโจทย์กลยุทธ์ที่ 1.3)	- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - กระทรวงวัฒนธรรมและหน่วยงานในสังกัด - กระทรวงพาณิชย์ - กระทรวงการต่างประเทศ - สมาคมที่เกี่ยวข้อง		✓	✓
ยุทธศาสตร์ที่ 2: ‘Market Development’ การส่งเสริมด้านตลาดและผู้อ่าน				
โครงการพัฒนาชุมชนนักอ่านออนไลน์ (✓ ตอบโจทย์กลยุทธ์ที่ 2.1 และ 2.2)	- สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย - กระทรวงศึกษาธิการ - กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม หรือหน่วยงานในสังกัด - สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ - สำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - ออนไลน์แพลตฟอร์ม	✓	✓	

ชื่อโครงการ / มาตรการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ระยะการดำเนินการ		
		ระยะสั้น (1-2 ปี)	ระยะกลาง (2-3 ปี)	ระยะยาว (4-5 ปี)
	หน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง			
โครงการส่งเสริมการอ่านผ่านการใช้ Influencer (✓ ตอบโจทย์กลยุทธ์ที่ 2.1)	- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - กระทรวงศึกษาธิการ - สำนักงานส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย - สมาคมที่เกี่ยวข้อง - ออนไลน์แพลตฟอร์ม และเอกชนผู้ผลิตคอนเทนต์ต่างๆ	✓	✓	
โครงการสนับสนุนการเข้าร่วมงาน Book Fair ในระดับโลก (✓ ตอบโจทย์กลยุทธ์ที่ 2.3)	- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องภายใต้กระทรวงพาณิชย์ - กระทรวงการต่างประเทศ - สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือ			✓
ยุทธศาสตร์ที่ 3: ‘Value Enhancement’ การเพิ่มมูลค่าและการต่อยอดสื่อสิ่งพิมพ์				
โครงการ ‘Content Pitching’ เพื่อการต่อยอดงานเขียน (✓ ตอบโจทย์กลยุทธ์ที่ 3.2)	- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย	✓	✓	✓

ชื่อโครงการ / มาตรการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ระยะการดำเนินการ		
		ระยะสั้น (1-2 ปี)	ระยะกลาง (2-3 ปี)	ระยะยาว (4-5 ปี)
	- สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือ - สมาคมนักเขียน - ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง หรือธุรกิจที่สนใจเป็นผู้สนับสนุน			
โครงการระดมทุนเพื่อสนับสนุนการเขียนจากภาคเอกชน (✓ ตอบโจทย์กลยุทธ์ที่ 3.2)	- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย - กระทรวงการคลัง - สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย - สมาคมนักเขียน - ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง หรือธุรกิจที่สนใจเป็นผู้สนับสนุน	✓	✓	✓
โครงการ Printing Tech Expo (✓ ตอบโจทย์กลยุทธ์ที่ 3.1)	- กระทรวงอุตสาหกรรม - กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม - กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม - สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน		✓	✓

ชื่อโครงการ / มาตรการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ระยะการดำเนินการ		
		ระยะสั้น (1-2 ปี)	ระยะกลาง (2-3 ปี)	ระยะยาว (4-5 ปี)
	สมาคมและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง			
ยุทธศาสตร์ที่ 4: ‘Infrastructure Reinforcement’ การยกระดับปัจจัยเชิงโครงสร้างของอุตสาหกรรมการพิมพ์ภายในประเทศ				
มาตรการจัดหาหน่วยงานเจ้าภาพหลักในการขับเคลื่อนและบูรณาการการพัฒนาอุตสาหกรรมฯ (✓ ตอบโจทย์กลยุทธ์ที่ 4.1)	- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย - หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง	✓		
โครงการจัดทำฐานข้อมูลกลางของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (✓ ตอบโจทย์กลยุทธ์ที่ 4.2)	- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย - หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เป็นเจ้าของข้อมูลที่เกี่ยวข้อง		✓	
โครงการศึกษาและพัฒนากลไกการสนับสนุนด้านกฎหมายหรือภาษี (✓ ตอบโจทย์กลยุทธ์ที่ 4.3)	- กรมสรรพากร หรือหน่วยงานในสังกัดกระทรวงการคลัง - สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย			✓
โครงการพัฒนาห้องสมุดสร้างสรรค์ Creative Library (Creative Space) (✓ ตอบโจทย์กลยุทธ์ที่ 4.4)	- สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ - กระทรวงศึกษาธิการ - รัฐบาลท้องถิ่น เอกชน หรือสถาบันการศึกษาในพื้นที่			✓

บทที่ 7 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากสถานการณ์ และแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (Publishing) ที่ได้นำเสนอไปข้างต้น แสดงให้เห็นถึงแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในภาพรวม ซึ่งมีความสอดคล้องกับสถานการณ์ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลง และความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไปตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ได้นั้น จำเป็นต้องมีการดำเนินการนอกเหนือไปจากแนวทางการพัฒนาข้างต้น จึงได้รวบรวมเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

- ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์
- ข้อเสนอแนะการบูรณาการแผน ‘Creative Content and Media’

โดยมีรายละเอียดของแต่ละส่วน ดังต่อไปนี้

7.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์

ในส่วนแรกนี้ เป็นการรวบรวมข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ต่อแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ ว่าควรมีการดำเนินการเพิ่มเติม นอกเหนือจากแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ตามที่ได้นำเสนอไปข้างต้นในเรื่องใดบ้าง เพื่อให้แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย 4 ข้อ ประกอบด้วย

1. CEA และ PUBAT เป็นหน่วยงานพันธมิตรหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์

สำหรับการดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ มีความจำเป็นต้องจัดหาหน่วยงานเจ้าภาพหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นหน่วยงานบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ที่ปัจจุบัน แยกกันดำเนินการตามบทบาทของแต่ละหน่วยงานเป็นหลัก ดังนั้น การมีหน่วยงานหลักที่เป็นเจ้าภาพในการบูรณาการความร่วมมือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ จะมีความสำคัญต่อการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมฯ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันมากขึ้น และที่สำคัญคือ ควรสนับสนุนการดำเนินการร่วมกันกับสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) เนื่องจากเป็นหน่วยงานหลัก ที่สร้างความร่วมมือกับเอกชนสมาชิก รวมถึงดำเนินการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทยอย่างดีเสมอมา เพียงแต่ยังขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) และ สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) ได้ดำเนินการลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือร่วมกัน (MOU) เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม พ.ศ. 2564 ซึ่งถือเป็นการสร้างความร่วมมืออย่างเป็นทางการ ในการเป็นหน่วยงานพันธมิตรที่จะสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทยต่อไปในอนาคตอันใกล้อีกด้วย

2. CEA ควรดำเนินการส่งเสริมและสร้างความเข้าใจต่อ Soft Power

ในขณะเดียวกัน เพื่อให้เกิดความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง CEA จะต้องดำเนินการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเครือข่ายและสร้างความตระหนักต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ในฐานะที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนแผนฯ ดังกล่าว รวมถึงการสร้างความเข้าใจในการสนับสนุนการส่งออก Soft Power ของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งออกความเป็นไทย ผ่านการส่งออกคอนเทนต์ เพื่อให้เกิดความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในภาพรวม และสามารถขับเคลื่อนการส่งออก Soft Power ของไทยให้ประสบความสำเร็จ และสามารถสร้างรายได้ รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ด้านความหลากหลายและการต่อยอดวัฒนธรรมของประเทศได้อย่างดีเยี่ยมต่อไป

3. ศึกษากลไกหรือการจัดตั้ง RRO / CMO

ในปัจจุบันที่ลักษณะของคอนเทนต์ในรูปแบบต่างๆ สามารถต่อยอดเป็นสื่อหลากหลายรูปแบบได้โดยง่าย และสามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคได้มากขึ้นในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อสิ่งพิมพ์ที่เปรียบเสมือนเป็นต้นน้ำของการผลิตเนื้อหาที่หลากหลาย การนำเนื้อหาไปต่อยอดในรูปแบบต่างๆ นี้ จะต้องผ่านการดำเนินการด้านการซื้อขายลิขสิทธิ์เป็นสำคัญ ซึ่งในปัจจุบัน หน่วยงานสำคัญที่เป็นตัวกลางดำเนินการด้านลิขสิทธิ์ อยู่ภายใต้การดำเนินการของสำนักพิมพ์ หรือแม้กระทั่งจากการตกลงระหว่างเจ้าของลิขสิทธิ์งานเขียน คือ นักเขียน กับธุรกิจที่จะนำคอนเทนต์ไปต่อยอด ทำให้หลายครั้งที่การตกลงด้านลิขสิทธิ์ อาจสร้างความไม่เป็นธรรมกับเจ้าของลิขสิทธิ์ อันเนื่องมาจากข้อจำกัดด้านความเข้าใจในลิขสิทธิ์ สัญญา และการดำเนินการทางกฎหมาย เปรียบเทียบกับในต่างประเทศ ที่มีหน่วยงานกลางในการดำเนินการด้านการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับลิขสิทธิ์คือ Collective Management Organization (CMO) หรือ Reproduction Rights Organization (RRO) ที่มีหน้าที่ในการจัดเก็บ และการกระจายรายได้จากลิขสิทธิ์ เพื่อสร้างความเป็นธรรมให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมากที่สุด

ดังนั้น เพื่อให้มีระบบการบริหารจัดการด้านลิขสิทธิ์ และรองรับการต่อยอดคอนเทนต์เป็นรูปแบบอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นต่อไป ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมต่างลงความเห็นร่วมกันว่าควรมีการดำเนินการจัดตั้งหน่วยงานกลางในการบริหารจัดการลิขสิทธิ์ในรูปแบบเดียวกันนี้ในอนาคต เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในด้านลิขสิทธิ์ ประกอบกับเป็นตัวกลางดำเนินการบริหารด้านลิขสิทธิ์ให้มีความเป็นธรรม และรองรับการต่อยอดคอนเทนต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นอีกด้วย

4. จัดหากองทุนสร้างสรรค์ (Creative Fund)

การดำเนินการแนวทางพัฒนาอุตสาหกรรมหลากหลายแนวทางที่ได้นำเสนอไปข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีความจำเป็นต้องอาศัยทรัพยากรด้านเงินทุนเพื่อสนับสนุนการดำเนินการในทุกรูปแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การมีกองทุนเพื่อสนับสนุนการสร้างงานเชิงสร้างสรรค์ จะมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการเป็นทุนสนับสนุนให้ผู้สร้างงานสามารถสร้างงานได้อย่างแตกต่าง หลากหลาย และสร้างสรรค์ได้มากขึ้น รวมถึงรูปแบบการใช้งบประมาณของรัฐในปัจจุบัน จะแยกออกไปตามบทบาทของหน่วยงานนั้นๆ เป็นหลัก ซึ่งจะเห็นได้ว่าบางรูปแบบการพัฒนา เช่น การจัดอบรมพัฒนาทักษะ มีหลากหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการดำเนินการบางรูปแบบอาจมีการดำเนินการที่ซ้ำซ้อนกัน

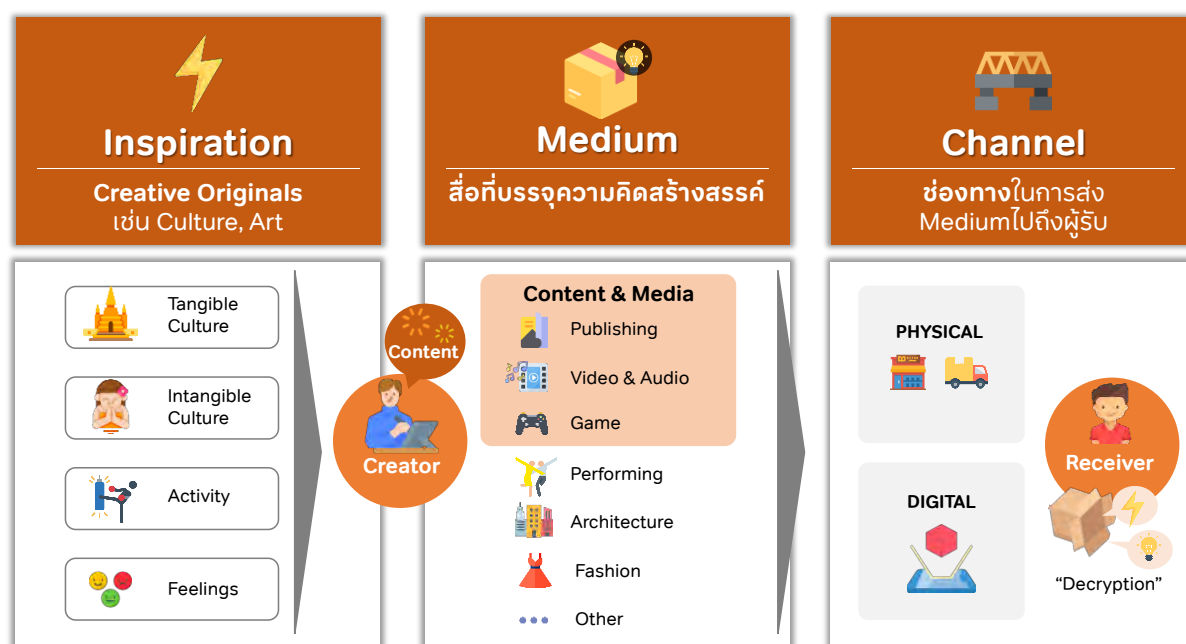
ดังนั้น การพิจารณาการใช้งบประมาณของแต่ละหน่วยงาน โดยมองเป็นภาพรวมระหว่างหน่วยงานมากขึ้น นั้น จะเอื้อให้เกิดการใช้งบประมาณของรัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ประกอบกับการจัดหาของทุนที่เอื้อให้เกิด การสร้างงานเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น จะช่วยสนับสนุนทั้งในเชิงของการสร้างงานใหม่ๆ หรือเป็นทุนสนับสนุน แนวทางการพัฒนาในด้านอื่นๆ ซึ่งแนวทางที่จะพัฒนาให้เกิดกองทุนสร้างสรรค์ได้นั้น ประกอบด้วย การพัฒนา แนวทางการให้ทุน หรือเงื่อนไขการให้ทุนของกองทุนที่มีอยู่แล้ว เช่น กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ให้มีเกณฑ์ที่ เอื้อให้เกิดการสร้างงานสร้างสรรค์ งานใหม่ๆ ไม่ได้จำกัดกรอบเนื้อหาของงานที่จำแนกมากเกินไปจนไม่เอื้อให้ ผู้ผลิตได้ลองผลิตงานที่แตกต่างมากนัก ดังนั้น การมีเกณฑ์การให้ทุนที่มีเป้าหมายผู้รับทุนที่หลากหลายตามศักยภาพ รวมถึงการสนับสนุนผู้ผลิตรุ่นใหม่ หรือมีเป้าหมายสนับสนุนสื่อที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ ก็จะเป็น การสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยได้อย่างเหมาะสมมากขึ้น

เพื่อให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นต่อนั้น CEA จะต้องพิจารณาแนวทางการดำเนินการเชิงนโยบายตามข้อเสนอแนะเชิงนโยบายตามข้างต้นนี้ เพื่อให้เกิดกลไก ความร่วมมือ การบูรณาการ รวมถึงปัจจัยเชิงโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อให้การดำเนินการพัฒนาอุตสาหกรรม และบรรลุ ตามวิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นต่อไปในอนาคต

7.2 ข้อเสนอแนะแนวทางการบูรณาการแผน ‘Creative Content and Media’

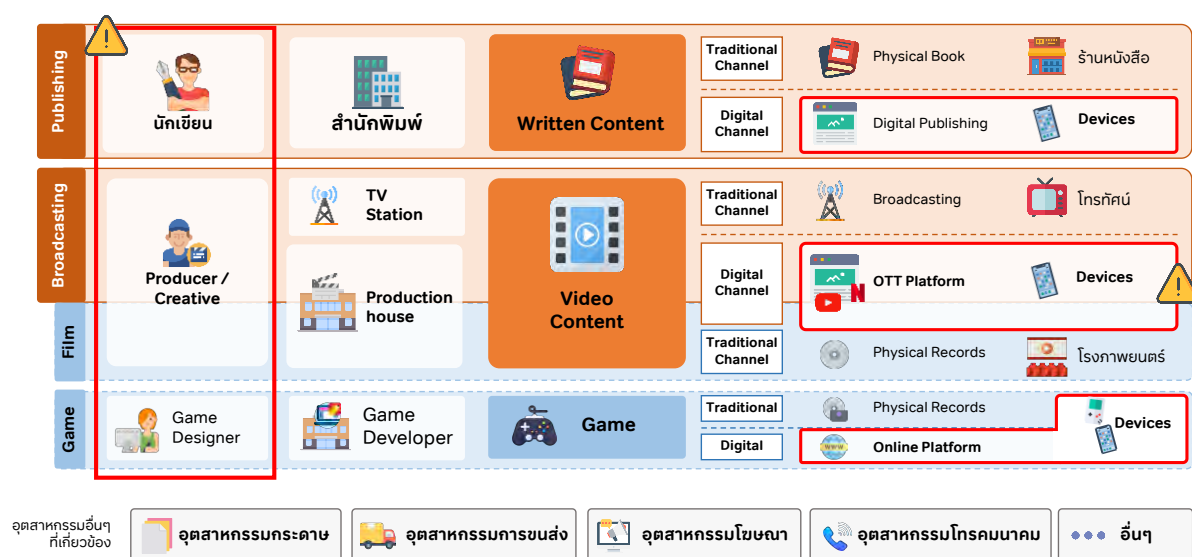
จากข้อมูลรายละเอียดแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ที่ได้นำเสนอไปข้างต้นนั้น เกิดขึ้น จากการศึกษาโดยกำหนดเป้าหมายการศึกษาแบบแยกรายสาขา ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ภายใต้กลุ่ม อุตสาหกรรม Creative Content & Media แต่จากข้อมูลสถานการณ์ของอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนไป ตลอดจน ข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมประชุมระดมความเห็นฯ และการประชุมนำเสนอร่างแผนฯ ที่ได้จัดขึ้น ต่างสนับสนุนให้ การจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้น **ควรมองเป็นแผนบูรณาการระหว่างสาขา มากกว่าเป็นการจัดทำ แผนพัฒนาสาขาใดสาขาหนึ่งเท่านั้น** ดังนั้น ในหัวข้อนี้ จะเป็นการนำเสนอความเป็นไปได้ และความสำคัญ ของ การจัดทำแผนบูรณาการ “Creative Content & Media” ตลอดจนข้อเสนอแนะแนวทางการดำเนินการภายใต้ แผนบูรณาการดังกล่าว

กระบวนการในการผลิตผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างสรรค์นั้น ต่างก็เป็นกระบวนการที่อาศัยปัจจัยนำเข้า (Input) ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรม ทั้งแบบที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ อารมณ์ ความรู้สึก รวมถึงกิจกรรม ต่างๆ รอบตัว เป็นปัจจัยตั้งต้น ต่อกระบวนการสร้างสรรค์ของผู้สร้าง (Creator) ต้องใช้ทักษะ และความคิดสร้างสรรค์ มาผ่านกระบวนการผลิตเพื่อให้ความคิดสร้างสรรค์นั้น ถูกถ่ายทอดออกมาเป็นสิ่งที่จับต้องได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การถ่ายทอดความคิด (Idea) ลงบนตัวกลาง (Medium) หรือที่เราเรียกกันว่ากระบวนการสร้างเนื้อหา (Content Creation) เพื่อเป็นตัวกลางในการบรรจุความคิดสร้างสรรค์นี้ ให้สามารถถูกส่งต่อไปยังผู้รับสาร หรือผู้บริโภค ผ่าน ช่องทาง (Channel) ทั้งช่องทางกายภาพ (Physical) หรือช่องทางดิจิทัล (Digital) ได้ต่อไป



ภาพที่ 54 กระบวนการสร้างสรรค์
ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

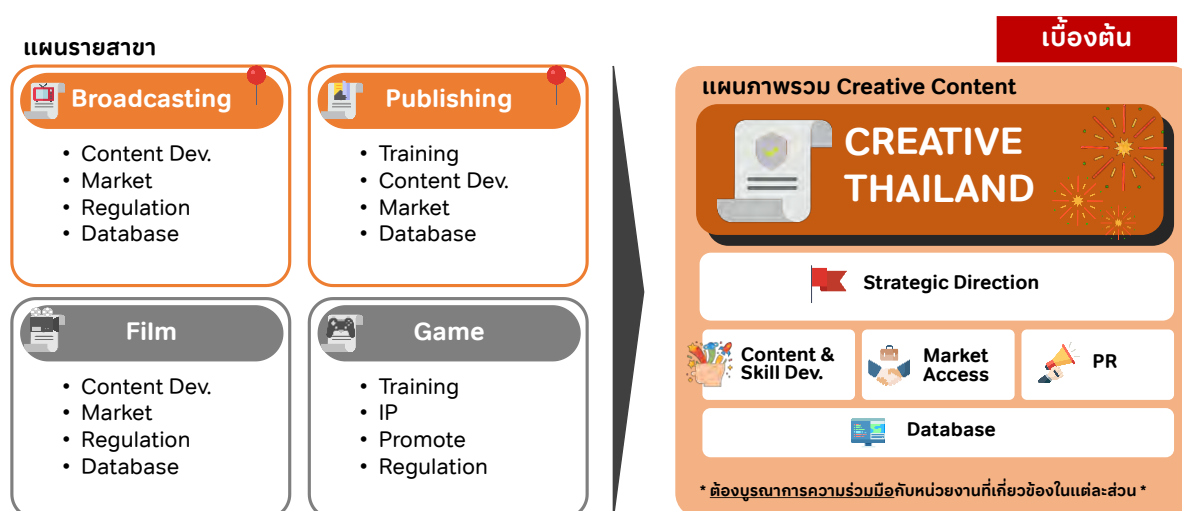
จากกระบวนการสร้างสรรค์ในข้างต้นนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กระบวนการผลิตคอนเทนต์สร้างสรรค์ อันเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาเป้าหมายของการศึกษาในครั้งนี้ และจากข้อมูลสถานการณ์ของอุตสาหกรรม ตลอดจนประเด็นปัญหาของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (รวมถึงสาขาอื่นๆ ภายใต้กลุ่มอุตสาหกรรม Creative Content & Media ในครั้งนี้) จะเห็นได้ว่าในปัจจุบัน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่างๆ ได้รับผลกระทบจากความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เช่น ผู้สร้างสรรค์เนื้อหาในปัจจุบัน อาจเป็นได้ทั้งนักเขียน ที่ถ่ายทอดผ่านการเขียน หรือเป็นผู้ผลิตสื่อแบบวิดีโอ สื่อเสียง หรือสื่ออื่นๆ ได้ เนื่องจากมีช่องทางดิจิทัลที่เอื้อให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานได้ง่ายขึ้นกว่าสมัยก่อน รวมถึงผู้ให้บริการด้านช่องทางในรูปแบบดิจิทัล ก็สามารถให้บริการช่องทางเพื่อนำส่งสื่อสร้างสรรค์ไปยังผู้บริโภคได้หลากหลายสื่อมากขึ้น (ยกตัวอย่าง OTT Platform ที่มีทั้งรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ซีรีส์ แอนิเมชัน หรือสารคดี จากนานาชาติ)



ภาพที่ 55 ภูมิทัศน์ของ Creative Content & Media ที่เปลี่ยนแปลงไป

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

ประกอบกับข้อเสนอแนะจากการประชุมระดมความเห็นฯ และการประชุมนำเสนอร่างแผนฯ ที่ได้จัดขึ้น ผู้เข้าร่วมประชุมในแต่ละรอบ ต่างมีความเห็นตรงกันว่า การจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในสาขาที่อยู่ภายใต้กลุ่ม Creative Content & Media นั้น ควรต้องจัดทำเป็นแผนบูรณาการกัน ระหว่างสาขาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง มากกว่ามองแยกเป็นรายสาขาแบบที่กำลังจัดทำอยู่ในปัจจุบัน ด้วยเหตุผลหลาย ประการ ไม่ว่าจะเป็นภูมิทัศน์ของอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนไปและเชื่อมโยงกันมากขึ้นระหว่างสาขา รวมถึงแนวทางการสนับสนุนในแต่ละสาขา สามารถสนับสนุนไปพร้อมกันได้ เช่น การสนับสนุนกระบวนการสร้างคอนเทนต์ การพัฒนาทักษะ หรือการพัฒนาการเข้าถึงตลาดทั้งในและต่างประเทศ เป็นต้น ดังนั้น ทีปรีक्षाจึงได้จัดทำแนวทาง สำหรับการบูรณาการแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ภายใต้กลุ่ม Creative Content & Media โดยอาศัยผล การศึกษาการจัดทำแผนฯ สาขาการพิมพ์ (Publishing) และสาขาการกระจายเสียง (Broadcasting) อันเป็นสาขา เป้าหมายที่ทีปรีक्षाรับผิดชอบเป็นสำคัญ ทำให้ได้ข้อเสนอแนะการจัดทำแผนบูรณาการ 5 แนวทาง ดังนี้



ภาพที่ 56 แนวทางการบูรณาการแผน Creative Content and Media

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

1. การกำหนดเป้าหมายการพัฒนา Creative Content ของไทย (Strategic Direction)

จากกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ภายใต้กลุ่ม Creative Content & Media ทั้ง 4 สาขาในปีนี้ ประกอบด้วยสาขาการพิมพ์ (Publishing) สาขาการกระจายเสียง (Broadcasting) สาขาภาพยนตร์ (Film) และสาขาซอฟต์แวร์เกม (Game) ทำให้มีข้อมูล และความเข้าใจสถานการณ์ และประเด็นปัญหาสำคัญของแต่ละสาขา ตลอดจนแนวทางการพัฒนาของแต่ละอุตสาหกรรม ว่าสาขานั้นๆ ต้องได้รับการสนับสนุนในด้านใดบ้างในอนาคต ดังนั้น การบูรณาการแนวทางการพัฒนาให้เป็นแผนบูรณาการ Creative Content & Media นั้น จะเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญ ในการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาภายใต้ภาพรวมของอุตสาหกรรมคอนเทนต์ ตลอดจนแนวทางการพัฒนาอย่างบูรณาการ เพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละสาขา มีความเข้าใจในภาพรวมว่าจะพัฒนาอุตสาหกรรมคอนเทนต์แบบบูรณาการไปในทิศทางใด

2. การพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์เนื้อหา (Content & Skill Development)

นอกจากการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นภาพรวมของ Creative Content & Media แล้วนั้น หากสังเกตจากกระบวนการสร้างสรรค์ที่ได้นำเสนอไปข้างต้น จะเห็นได้ว่ากระบวนการสำคัญในการสร้างสรรค์คอนเทนต์นั้น ต้องอาศัยทักษะและความคิดสร้างสรรค์ของผู้สร้างเป็นสำคัญ ในการค้นหาแรงบันดาลใจ ตลอดจนทักษะในการถ่ายทอดความคิด หรือคอนเทนต์ ลงบนตัวกลางในรูปแบบต่างๆ ดังนั้น แนวทางการพัฒนาที่สามารถดำเนินการอย่างบูรณาการในทุกสาขาได้คือ การพัฒนาทักษะรวมถึงองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์เนื้อหา

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง CEA ได้ดำเนินการพัฒนา ‘CEA Online Academy’ ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ รวบรวมหลักสูตรสำหรับการพัฒนาทักษะและความสามารถของบุคลากรสร้างสรรค์ ดังนั้น การเพิ่มบทเรียนที่เป็นหลักสูตรเฉพาะ สำหรับการพัฒนาทักษะในการสร้างคอนเทนต์ หรือความรู้ความเข้าใจในกระบวนการถ่ายทอดลงบนสื่อประเภทต่างๆ ทั้งการเขียน การผลิตสื่อวิดีโอ การผลิตสื่อเสียง รวมถึงองค์ความรู้ต่อกระบวนการผลิตสื่ออื่นๆ จะสร้างความเข้าใจเบื้องต้น ให้ผู้ผลิตสามารถเข้าใจ และได้ลองผลิตงานสร้างสรรค์ รวมถึงองค์ความรู้ประเภทอื่นๆ เช่น ความเข้าใจต่อลิขสิทธิ์ ความเข้าใจด้านกฎหมาย ภาษี การดำเนินธุรกิจ ฯลฯ ก็จะเป็นแนวทางการพัฒนาและเพิ่มจำนวนแรงงานผู้สร้างสรรค์ที่มีคุณภาพมากขึ้นในอนาคต

3. การส่งเสริมด้านการเข้าถึงตลาด (Market Access)

นอกจากการสนับสนุนด้านทักษะแล้วนั้น การส่งเสริมให้ผู้ผลิต สามารถนำผลงานสร้างสรรค์ของตนเอง ให้เข้าถึงผู้บริโภค ผ่านช่องทางการตลาดต่างๆ ก็จะเป็นการสร้างรายได้ให้กับผู้ผลิตได้ ดังนั้น บทบาทของ CEA ต่อการสนับสนุนการเข้าถึงแพลตฟอร์ม หรือช่องทางการตลาด ทั้งในและต่างประเทศ ย่อมมีความสำคัญต่อผู้ผลิตเป็นอย่างมาก

ยกตัวอย่างการดำเนินการสนับสนุนด้านการเข้าถึงการตลาด เช่น การเชื่อมโยงผู้ผลิต หรือเจ้าของคอนเทนต์ในรูปแบบต่างๆ กับเจ้าของแพลตฟอร์ม OTT ต่างๆ ก็สามารถสนับสนุนให้คอนเทนต์การเขียน หรือวิดีโอคอนเทนต์ของไทย สามารถต่อยอด และสามารถเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคทั้งในแต่ต่างประเทศได้มากขึ้นอีกด้วย

4. การสร้างความรู้ความเข้าใจ และการประชาสัมพันธ์ (PR)

จากประเด็นปัญหาของอุปสรรคการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขานั้น จะเห็นได้ว่า มีจำนวนหน่วยงาน หรือบุคคลที่เข้าใจความสำคัญของการส่งออก Soft Power ของไทยอยู่จำนวนน้อย จากความไม่เข้าใจในองของหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ทำให้หน่วยงานภาครัฐ ไม่อาจกำหนดแนวทางการสนับสนุนภาคเอกชน หรือแม้กระทั่งการสนับสนุนในเชิงนโยบายของประเทศ ที่ตอบโจทย์ในด้านการส่งออกวัฒนธรรม หรือ Soft Power ของไทย ไปยังต่างประเทศ เหมือนกันที่หลายประเทศทำสำเร็จ และสามารถใช้ในการส่งออกวัฒนธรรม เป็นอีกหนึ่งรูปแบบสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ พร้อมๆ ไปด้วย การนำเสนอภาพลักษณ์ของประเทศ ในเวทีของชาวโลกได้อีกด้วย

ดังนั้น CEA จะต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ และสร้างความเข้าใจต่อความสำคัญของ Soft Power รวมถึงความสำคัญของการสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย ที่สามารถต่อยอดจุดแข็งของประเทศ คือ ความหลากหลายของวัฒนธรรม และความสร้างสรรค์ของคนไทย ให้เกิดเป็นมูลค่า และคุณค่าในระดับประเทศได้ต่อไป

นอกจากนี้ จากการดำเนินการของ CEA ในปัจจุบัน ก็สามารถสร้างการรับรู้ต่อผลงานสร้างสรรค์ของนักสร้างสรรค์ของไทยที่ง่ายยิ่งขึ้น ให้เป็นที่รู้จัก ทั้งในระดับประเทศ หรือในระดับสากล ผ่านกิจกรรมที่ CEA ดำเนินการอยู่แล้ว เช่น กิจกรรม Creative Thailand รวมถึงช่องทางออนไลน์ต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ต่อ Creative Content ของไทย และต่อความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตลอดจนการรับรู้ต่อบทบาทหน้าที่ของ CEA ในฐานะที่เป็นหน่วยงานสำคัญในการส่งเสริมและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ ก็สามารถสนับสนุนให้เกิดการบูรณาการกับหน่วยงานต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ต่อไป

5. การจัดทำฐานข้อมูล (Database)

ปัจจัยเชิงโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญเป็นอย่างมากต่อการสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทุกสาขารวมถึงกลุ่มอุตสาหกรรม Creative Content & Media คือการจัดทำฐานข้อมูลกลาง เพื่อบูรณาการข้อมูลจากหน่วยงานผู้จัดเก็บต่างๆ รวมถึงใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม ให้กับผู้ใช้งาน หรือผู้ที่สนใจ

การจัดทำฐานข้อมูลกลางนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ต้องการข้อมูลสนับสนุน ทั้งในระดับผู้ออกแบบนโยบาย ผู้เล่นในอุตสาหกรรมทั้งหน่วยงานภาครัฐ หรือภาคธุรกิจ ประชาชนทั่วไป หรือแม้กระทั่งผู้ใช้จากต่างประเทศ ให้สามารถเข้าถึงข้อมูลพื้นฐานของอุตสาหกรรม Creative Content & Media รวมถึงเป็นช่องทางหลัก ในการสนับสนุนการเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกของหน่วยงานอื่น หรือติดต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละอุตสาหกรรมได้ต่อไปอีกด้วย

ทั้งนี้ จากแนวทางการออกแบบแผนบูรณาการการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมคอนเทนต์ของประเทศไทยในภาพรวม ตามรายละเอียดที่ได้นำเสนอไปในข้างต้นนั้น ที่ปรึกษาได้ออกแบบตัวอย่างกรอบยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมคอนเทนต์ไทย (Thailand Creative Content) โดยสามารถสรุปเป็นกรอบแนวทางได้ดังนี้

ตัวอย่าง

วิสัยทัศน์: ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้นำการส่งออกคอนเทนต์และวัฒนธรรมที่ประสบความสำเร็จในภูมิภาคเอเชีย
อุตสาหกรรมคอนเทนต์ของไทยมีความเชื่อมโยงและเข้มแข็ง สามารถสร้างคอนเทนต์ที่หลากหลายและมีคุณภาพ

1

Content & Skill Development



พัฒนากักษะนักสร้างสรรค์

ส่งเสริมการผลิตคอนเทนต์

สร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้เล่น
และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2

Market Access



ส่งเสริมการตลาดภายในประเทศ

ส่งเสริมการส่งออกคอนเทนต์
ไปยังต่างประเทศ

วิจัยเพื่อเข้าใจตลาดและผู้บริโภค
ทั้งในและต่างประเทศ

3

PR & Branding



ประชาสัมพันธ์กิจกรรมสำคัญ
ไปยังผู้เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ

กระตุ้นความต้องการผู้บริโภค

ส่งเสริมภาพลักษณ์
ด้านสร้างสรรค์ของประเทศ

4

Infrastructure & Supporting System



สร้างความร่วมมือกับหน่วยงาน
ที่เกี่ยวข้องอย่างบูรณาการ

พัฒนาระบบฐานข้อมูลที่สนับสนุน
การดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ลดข้อจำกัดด้านระเบียบ กฎหมาย และ
พัฒนากลไกการดำเนินการของภาครัฐ
ให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ

ภาพที่ 57 ตัวอย่างกรอบการดำเนินการ ภายใต้แผนพัฒนาอุตสาหกรรมคอนเทนต์ไทย (Thailand Creative Content)

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

จากข้อมูลที่ได้นำเสนอไปในข้างต้นนั้น แสดงให้เห็นความเป็นไปได้ และสนับสนุนให้เกิดการบูรณาการ แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในสาขาต่างๆ ภายใต้กลุ่มอุตสาหกรรม Creative Content & Media เพื่อให้เกิดการพัฒนาเป็นองค์รวม ในภาพของ Creative Content ของประเทศ และสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการส่งออก Soft Power ที่นานาประเทศ ใช้เป็นเป้าหมายการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศตัวเอง เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศในเวทีโลก และเป็นอีกหนึ่งรูปแบบสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศได้อีกด้วย

บทที่ 8 แผนการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์

นอกจากแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ที่ได้นำเสนอไปในนั้น ส่วนต่อไปนี้จะเป็นการนำเสนอแผนการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทย เพื่อเป็นแนวทางการรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลที่อยู่กระจัดกระจายตามหน่วยงานที่มีการจัดเก็บ ประกอบกับการวิเคราะห์ในภาพรวมของการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ว่า มีข้อมูลในส่วนใดที่ยังไม่มีการจัดเก็บ เพื่อใช้เป็นกรอบการพัฒนาฐานข้อมูลอุตสาหกรรมฯ ให้มีข้อมูลสมบูรณ์และครบถ้วน ตลอดจนการศึกษาแนวทางการต่อยอดและประยุกต์ใช้ฐานข้อมูลเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และสามารถรองรับการใช้งานของผู้ใช้ในรูปแบบต่างๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐที่เป็นผู้ออกนโยบาย หรือดำเนินการสนับสนุนอุตสาหกรรม และหน่วยงานภาคเอกชน โดยในการนำเสนอต่อไปนี้จะแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อหลัก ประกอบด้วย

- การกำหนดขอบเขตการจัดทำฐานข้อมูล
 - หน่วยงานที่มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องของไทย
 - กรณีสืบค้นแบบด้านฐานข้อมูลจากต่างประเทศ
 - สรุปแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทย
- ซึ่งจะนำเสนอผลการศึกษาของแต่ละหัวข้อ ดังต่อไปนี้

8.1 การกำหนดขอบเขตการจัดทำฐานข้อมูล

นอกจากการนำเสนอรายละเอียดขอบเขตการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ตามที่ได้นำเสนอไปก่อนหน้านี้ หัวข้อต่อไปนี้จะเป็นการนำเสนอกรอบการดำเนินการการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาการพิมพ์ โดยวัตถุประสงค์หลักของการจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมการพิมพ์ มีดังนี้

- (1) เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในสาขาการพิมพ์ รวมถึงสามารถเป็นศูนย์กลางการเชื่อมต่อเครือข่ายข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง
- (2) เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาและค้นคว้า รวมถึงองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์ของประเทศไทย ให้แก่ประชาชน นักศึกษา นักวิชาการ นักวิจัย หรือบุคคลที่สนใจ
- (3) เพื่อสร้างช่องทาง (Platform) ในการอำนวยความสะดวกแก่การประกอบธุรกิจให้แก่ผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการ ในการพัฒนาและต่อยอดมูลค่าทางเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมการพิมพ์ต่อไป

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการศึกษาแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป และบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการจัดทำฐานข้อมูลต่อไปนั้น ในส่วนต่อไปนี้จะเป็นการนำเสนอข้อมูลการกำหนดขอบเขตในเชิงนิยามของฐานข้อมูล (Database) ประกอบกับข้อมูลโครงสร้างของสถาปัตยกรรมของระบบฐานข้อมูล (Database Architecture) เพื่อสร้างความเข้าใจการจัดทำฐานข้อมูล และจะสรุปเป็นขอบเขตของการศึกษาแนวทางของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ (Publishing) ต่อไป โดยจะมีรายละเอียดของแต่ละส่วนดังนี้

8.1.1 คำนิยามของฐานข้อมูล (Database)

นิยามของฐานข้อมูลโดยทั่วไป หมายถึง แหล่งที่ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งอยู่ในรูปแฟ้มข้อมูลมารวมไว้ที่เดียวกัน โดยข้อมูลแต่ละส่วนมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งไม่ได้บังคับว่าข้อมูลทั้งหมดนี้จะต้องเก็บไว้ในแฟ้มข้อมูลเดียวกันหรือแยกเก็บหลายๆ แฟ้มข้อมูล ทั้งนี้ควรมีส่วนของพจนานุกรมข้อมูล (Data Dictionary) เพื่อเก็บคำอธิบายเกี่ยวกับโครงสร้างของฐานข้อมูลด้วย เนื่องจากข้อมูลที่จัดเก็บนั้น สามารถสืบค้น (Retrieval) แก้ไข (Modified) ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง ข้อมูล (Update) และจัดเรียง (Sort) ได้อย่างสะดวก

กล่าวโดยสรุป นิยามของฐานข้อมูล (Database) ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มของข้อมูลที่ถูกเก็บรวบรวมไว้อย่างเป็นระบบ โดยข้อมูลที่ประกอบกันเป็นฐานข้อมูลนั้น ต้องถูกเก็บรวบรวมขึ้นตามวัตถุประสงค์การใช้งานของฐานข้อมูลหรือขององค์กรนั้นๆ ซึ่งข้อมูลแต่ละส่วนในฐานข้อมูลจะมีความสัมพันธ์กันและสามารถนำออกมาใช้ประโยชน์ต่อไปในอนาคต

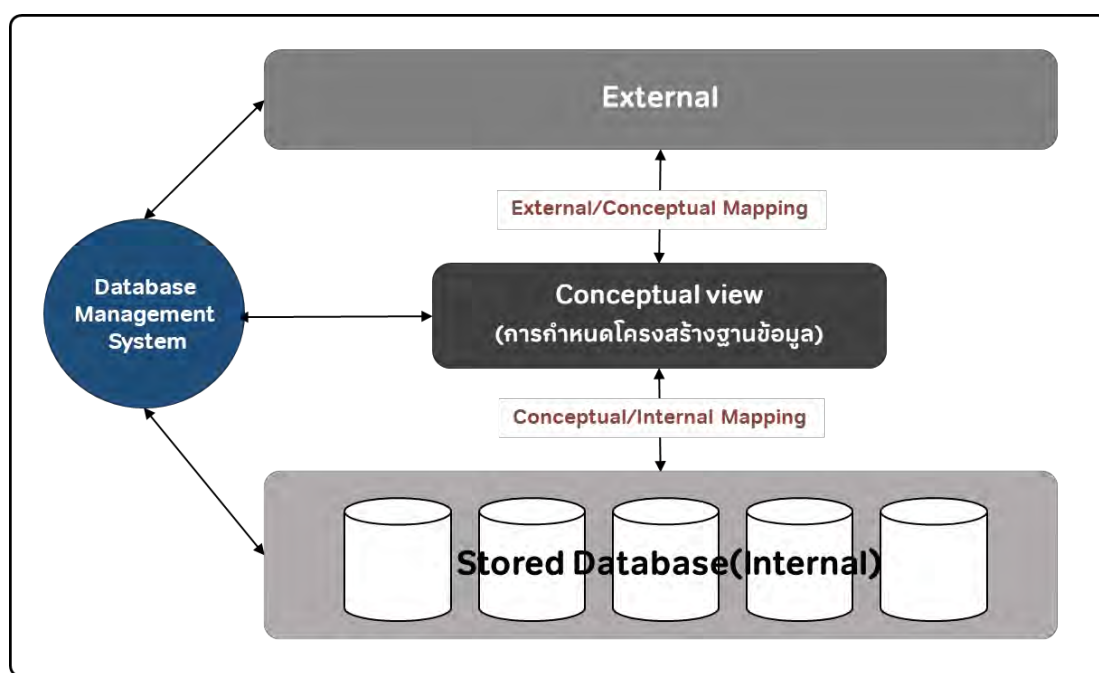
ทั้งนี้ข้อมูลแต่ละส่วนอาจมีความหลากหลายแตกต่างกันไป เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สิ่งของ สถานที่ หรือเหตุการณ์ใดๆ ที่สำคัญหรือน่าสนใจ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวอาจได้มาจากการสังเกต การนับ การวัด หรือการสืบค้น รวมถึงรูปแบบของข้อมูลที่จัดเก็บ สามารถอยู่ในรูปแบบที่เป็นตัวเลข ข้อความ และรูปภาพต่างๆ ก็ได้

8.1.2 โครงสร้างของสถาปัตยกรรมของระบบฐานข้อมูล (Database Architecture)

สถาปัตยกรรมฐานข้อมูลเป็นมุมมองแนวความคิดที่ใช้ในการอธิบายถึงรูปแบบและโครงสร้างของข้อมูลในระบบฐานข้อมูลโดยไม่ขึ้นอยู่กับโครงสร้างจริงของระบบฐานข้อมูลนั้นๆ ผู้ใช้ฐานข้อมูลจะมองข้อมูลนี้ในมุมมอง (View) ที่แตกต่างกันไปตามจุดประสงค์ของการประยุกต์ใช้งานโดยไม่จำเป็นต้องสนใจว่ามีลักษณะการจัดเก็บข้อมูลอย่างไร ระบบฐานข้อมูลจะทำการซ่อนรายละเอียดไว้โดยจัดแบ่งระดับของข้อมูลออกเป็นระดับชั้น ทั้งนี้ระดับชั้นของข้อมูลถูกพัฒนาขึ้นโดย The Standards Planning and Requirements Committee (SPARC) ของ American National Standards Institute (ANSI) ที่เรียกว่า ANSI/SPARC โดยจะแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

- (1) ระดับภายนอก (External Level/ Individual User Views) เป็นระดับที่อยู่สูงสุด เป็นมุมมองของผู้ใช้แต่ละคนที่ต่อข้อมูลว่ามีการจัดเก็บหรือมีข้อมูลโดยอยู่บ้างซึ่งไม่ใช่รูปร่างหรือโครงสร้างของข้อมูลที่แท้จริงทั้งหมดเป็นเพียงบางส่วนของข้อมูลที่จัดเก็บอยู่จริงในฐานข้อมูลโดยผู้ใช้แต่ละคนจะมีความต้องการใช้งานหรือมีมุมมองของข้อมูลที่แตกต่างกันออกไป

- (2) **ระดับแนวความคิด (Conceptual Level)** เป็นระดับที่อยู่ถัดลงมาได้แก่ ระดับของการมองความสัมพันธ์ของข้อมูลในระบบฐานข้อมูล ว่ามีการจัดเก็บข้อมูลอย่างไร มีความสัมพันธ์กับข้อมูลอื่นอย่างไรบ้าง รวมทั้งกฎเกณฑ์ต่างๆ เกี่ยวกับข้อมูล เช่น กฎเกณฑ์ของตัวข้อมูล ความปลอดภัย (Security) และความคงสภาพของข้อมูล (Integrity) ซึ่งยังไม่ใช้รูปแบบหรือวิธีการจัดเก็บจริงในสื่อบันทึกข้อมูล เป็นเพียงแค่มุมมองในแนวความคิดว่า ข้อมูลจะมีการจัดเก็บอย่างไรเท่านั้น โดยผู้ที่มีการใช้ข้อมูลในระดับนี้ คือโปรแกรมเมอร์ (Programmer) หรือผู้บริหารฐานข้อมูล (Database Administrator) นอกจากนี้ในระดับ Conceptual view ยังประกอบไปด้วย เคอร์รา (Schema) ที่อธิบายเกี่ยวกับการออกแบบฐานข้อมูล เช่น ฐานข้อมูลประกอบไปด้วยตารางอะไรบ้าง แต่ละตารางประกอบไปด้วยรายการอะไรบ้าง แต่ละรายการมีค่าเป็นอะไรได้บ้าง รายการใดเป็นคีย์หลัก รายการใดเป็นคีย์นอก และอ้างอิงถึงตารางอะไร เป็นต้น
- (3) **ระดับภายใน (Internal Level / Physical view)** เป็นระดับที่มองถึงวิธีการจัดเก็บข้อมูลในระดับ Physical ว่ามีรูปแบบและโครงสร้างการจัดเก็บข้อมูลอย่างไร ประกอบด้วยเคอร์ราเกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูลจริงในอุปกรณ์เก็บข้อมูล (storage) เช่น รูปแบบการจัดเก็บข้อมูล วิธีการเข้าถึงข้อมูล ขนาดของข้อมูล กำหนดดิสก์ในการเก็บข้อมูล เป็นต้น



ภาพที่ 58 โครงสร้างของสถาปัตยกรรมของระบบฐานข้อมูล (Database Architecture)

กล่าวโดยสรุป จากแผนภาพในข้างต้น จะทำให้เข้าใจถึงโครงสร้างของสถาปัตยกรรมระบบฐานข้อมูลได้อย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น โดยในการสร้างหรือออกแบบฐานข้อมูล จำเป็นต้องกำหนดโครงสร้างของฐานข้อมูล หรือในระดับแนวคิด (Conceptual view) ขึ้นมาก่อน เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานในอีก 2 ส่วนหลัก คือ ส่วน Internal และ External ต่อไป

นอกจากนี้ ในการพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อให้เกิดการใช้งานอย่างครบวงจร ยังมีส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่ง ได้แก่ การทำระบบจัดการฐานข้อมูล หรือ Database Management System (DBMS) ซึ่งมีหน้าที่ช่วยให้ผู้ใช้เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย สะดวกและมีประสิทธิภาพ โดยระบบจัดการฐานข้อมูล (DBMS) ประกอบด้วยซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการจัดการฐานข้อมูล การจัดเตรียมพื้นที่ในการเก็บ การเข้าถึง ระบบรักษาความปลอดภัย การสำรองข้อมูล และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ทั้งนี้ ระบบจัดการฐานข้อมูลสามารถแบ่งหมวดหมู่ได้ตามแบบจำลองฐานข้อมูลที่สนับสนุน ซึ่งจะแบ่งตามความเหมาะสมของรูปแบบการใช้งานที่แตกต่างกันไป เป็นต้น

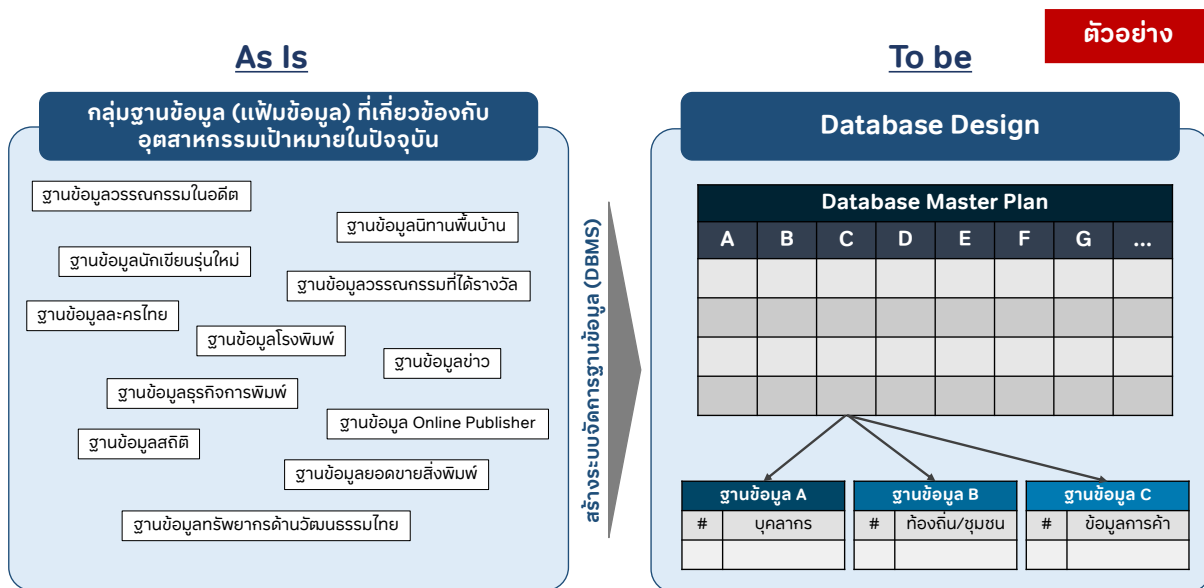
จากโครงสร้างของสถาปัตยกรรมของระบบฐานข้อมูลข้างต้น การศึกษานี้กำหนดขอบเขตการดำเนินงานใน ระดับแนวคิด (Conceptual Schema) ซึ่งเป็นโครงสร้างหลักที่แสดงรายละเอียดของฐานข้อมูลทั้งหมดเท่านั้น

8.1.3 กรอบแนวคิดการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา

เช่นเดียวกันกับการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา การจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา ก็จำเป็นต้องมีกรอบแนวคิดการจัดทำฐานข้อมูล เพื่อเป็นประโยชน์ในการเป็นกรอบแนวคิดการรวบรวมข้อมูล รวมถึงเป็นแนวทางในการออกแบบโครงสร้างฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาอีกด้วย สำหรับกรอบแนวคิดการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขานี้ ประกอบไปด้วยแนวคิดหลักในการจัดกลุ่มข้อมูลสำหรับการจัดทำฐานข้อมูล และกรอบแนวคิดการออกแบบฐานข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

8.1.3.1 แนวคิดการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมการพิมพ์

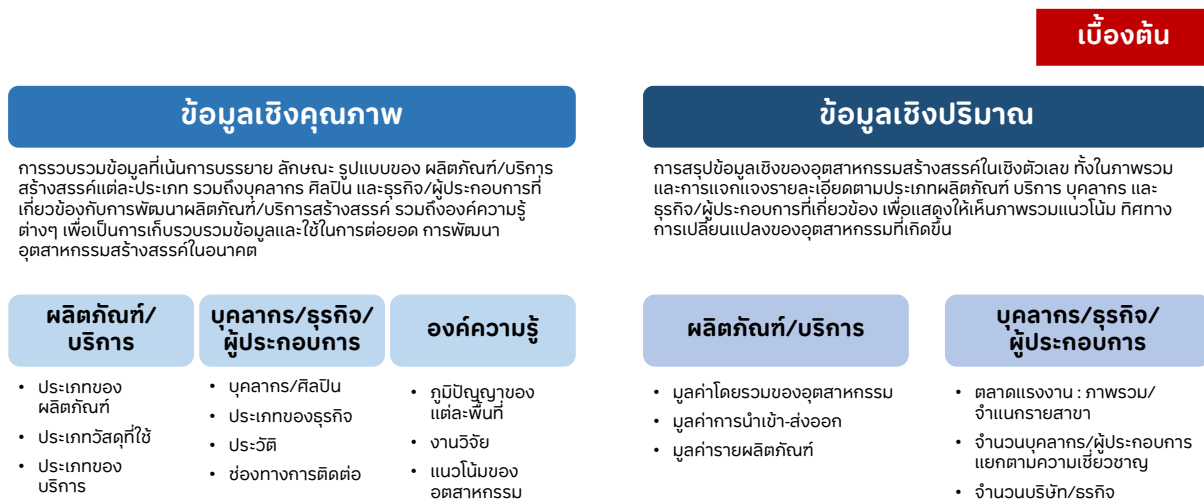
การศึกษาในโครงการนี้ มุ่งเน้นการออกแบบโครงสร้างของศูนย์กลางของฐานข้อมูลการพิมพ์ขึ้น ภายใต้แนวคิดของการเป็นแหล่งรวมข้อมูลและศูนย์รวมของการเข้าถึงข้อมูลทางด้านการพิมพ์ สำหรับบุคคลทั่วไป ทั้งนักเรียน นักศึกษา ผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนในการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมดังกล่าว ตลอดจนพัฒนา ต่อยอดและสืบสานองค์ความรู้ ผ่านการเข้าถึงข้อมูลอันเป็นประโยชน์ของการพิมพ์ของประเทศไทยต่อไป



ภาพที่ 59 แนวคิดการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมการพิมพ์
ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรึกษา

โดยแนวคิดการจัดการฐานข้อมูลในลักษณะนี้ จะช่วยให้เกิดความซ้ำซ้อนของข้อมูลน้อยลง และพัฒนาให้เกิดการจัดข้อมูลอย่างเป็นระบบ สร้างมาตรฐานของการจัดเก็บข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถตรวจสอบย้อนกลับและสามารถบังคับใช้มาตรการรักษาความปลอดภัยให้แก่ชุดข้อมูลเฉพาะอีกด้วย

นอกจากนี้ ในการกำหนดกรอบของข้อมูล สามารถแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ ข้อมูลเชิงคุณภาพ และข้อมูลเชิงปริมาณ ดังรายละเอียดต่อไปนี้



ภาพที่ 60 กรอบการจัดกลุ่มข้อมูลการพิมพ์
ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรึกษา

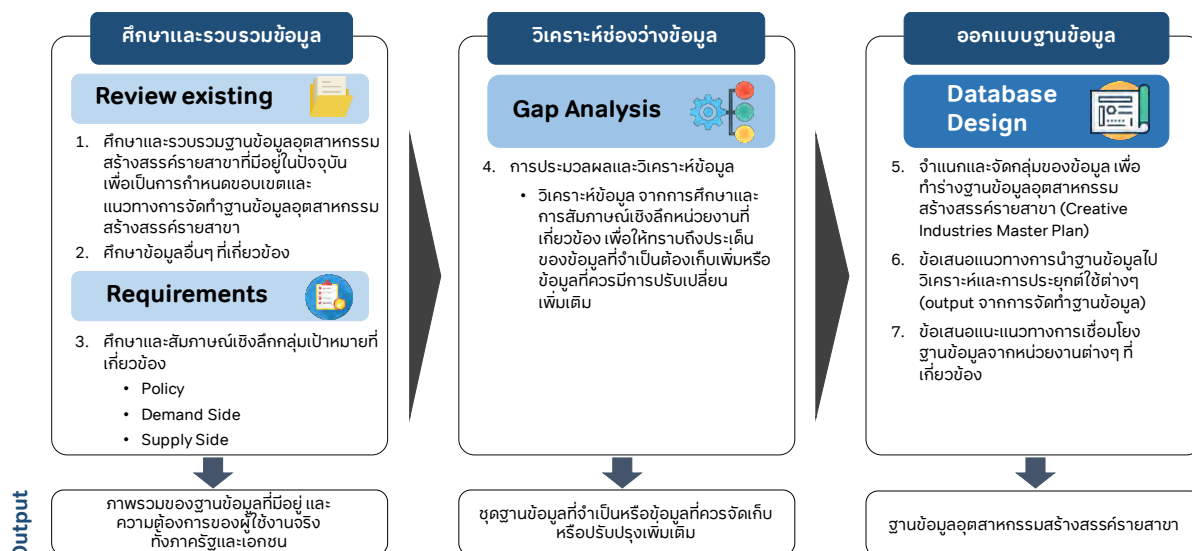
- 1) **ข้อมูลเชิงคุณภาพ** เป็นการรวบรวมข้อมูลที่เน้นการบรรยาย ลักษณะ รูปแบบของ ผลิตภัณฑ์ / บริการ สร้างสรรค์แต่ละประเภท รวมถึงบุคลากร ศิลปิน และธุรกิจ / ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ / บริการสร้างสรรค์ รวมถึงองค์ความรู้ต่างๆ เพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้ในการต่อยอด การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในอนาคต โดยมีหัวข้อการจัดเก็บข้อมูลเบื้องต้นดังนี้
 - ผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ เช่น ประเภทของผลิตภัณฑ์ ประเภทวัสดุที่ใช้ ประเภทของบริการ
 - บุคลากร ศิลปิน ธุรกิจ หรือผู้ประกอบการ เช่น บุคลากร/ศิลปินจำแนกตามประเภทของสินค้า/ บริการ ประวัติ ช่องทางการติดต่อ
 - องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ภูมิปัญญาของแต่ละพื้นที่ แนวโน้มของอุตสาหกรรม

- 2) **ข้อมูลเชิงปริมาณ** เป็นการสรุปข้อมูลเชิงของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในเชิงตัวเลข ทั้งในภาพรวม และการแจกแจงรายละเอียดตามประเภทผลิตภัณฑ์ บริการ บุคลากร ธุรกิจ และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง เพื่อแสดงให้เห็นภาพรวมแนวโน้ม ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้น โดยมีหัวข้อการจัดเก็บ ข้อมูลเบื้องต้นดังนี้
 - ผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ เช่น มูลค่าโดยรวมของอุตสาหกรรม มูลค่าการนำเข้า-ส่งออก มูลค่าราย ผลิตภัณฑ์
 - บุคลากร ศิลปิน ธุรกิจ หรือผู้ประกอบการ เช่น ตลาดแรงงาน : ภาพรวม/จำแนกรายสาขา จำนวน บุคลากร/ศิลปิน/ธุรกิจหรือผู้ประกอบการแยกตามความเชี่ยวชาญ เป็นต้น

ซึ่งกรอบการรวบรวมข้อมูลข้างต้นจะนำมาใช้ในการจัดกลุ่มข้อมูลของแต่ละอุตสาหกรรมต่อไป

8.1.3.2 กรอบแนวคิดการออกแบบฐานข้อมูลการพิมพ์

ในการจัดทำฐานข้อมูลครั้งนี้ได้ศึกษาถึงการพัฒนาระบบฐานข้อมูลเบื้องต้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบฐานข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก ดังนี้



ภาพที่ 61 กรอบแนวคิดการจัดทำฐานข้อมูล

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

- 1) ศึกษาและรวบรวมข้อมูล** เป็นขั้นตอนของการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำฐานข้อมูลการพิมพ์ ในปัจจุบันทั้งจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก รวมถึงการทบทวนนโยบายและแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดโครงสร้างของชุดข้อมูลที่สำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ พร้อมทั้งศึกษาความต้องการในการนำฐานข้อมูลไปใช้ประโยชน์ทั้งของภาครัฐและเอกชน (Supply & Demand Side)
- 2) วิเคราะห์ช่องว่างข้อมูล (Gap Analysis)** เป็นการพิจารณาช่องว่างของข้อมูลที่มีอยู่ในปัจจุบันเปรียบเทียบกับทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรม และความต้องการใช้ประโยชน์จากภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เห็นถึงความต้องการชุดข้อมูลที่เหมาะสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อไป
- 3) ออกแบบฐานข้อมูล (Database design)** ออกแบบฐานข้อมูลการพิมพ์ (Masterplan Database) จากผลการวิเคราะห์ช่องว่างของข้อมูล (Gap Analysis) และการทำ Data Grouping โดยจำแนกและจัดกลุ่มข้อมูลของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของประเทศไทยที่มีอยู่ในปัจจุบัน ตามกรอบแนวคิดการจัดกลุ่มข้อมูลข้างต้น พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางการใช้ประโยชน์และการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น รวมถึงข้อเสนอแนะในการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีตัวอย่างผลลัพธ์ดังแสดงในแผนภาพต่อไปนี้

เบื้องต้น

1

แผนการจัดทำฐานข้อมูลรายสาขา

Database Blueprint



รายการข้อมูลที่ต้องจัดเก็บและนำเสนอตามความสำคัญ และความจำเป็นต่อการใช้งานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง



แนวทางการนำเสนอข้อมูล และการใช้ประโยชน์/ต่อยอดฐานข้อมูลในรูปแบบต่างๆ

Database Implementation



ข้อเสนอแนะแนวทางการดำเนินการพัฒนาฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา

2

แผนผังฐานข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน

รายละเอียดข้อมูลที่มีการจัดเก็บ		หน่วยงานที่จัดเก็บ
A		
B		
ข้อมูลที่ยังไม่จัดเก็บ		หน่วยงานที่ควรจัดเก็บ
A		
B		
C		

- แผนผังการจัดเก็บข้อมูลและหน่วยงานที่รับผิดชอบในปัจจุบัน
- แสดงรายการข้อมูลที่ต้องจัดเก็บเพิ่มเติม พร้อมข้อเสนอแนะหน่วยงานที่ควรรับผิดชอบ

ภาพที่ 62 ตัวอย่างผลลัพธ์ (Output) จากกระบวนการดำเนินงานจัดทำฐานข้อมูลรายสาขา

ตัวอย่าง

ประเภทของข้อมูล		ญี่ปุ่น	สิงคโปร์	ไทย
สถิติ	มูลค่ารายสาขา	ไม่ปรากฏข้อมูลสถิติในหน่วยงานที่คัดเลือกมา	✓	✓
	จำนวนแรงงานรายสาขา		✓	รวมศิลปิน 3 สาขา: ดนตรี ศิลปะการแสดง ทัศนศิลป์
	จำนวนนักเรียน/นักศึกษาด้านศิลปะ		✓	(มีข้อมูลในเอกชนบางแห่ง: The Showhopper)
	จำนวนกิจกรรม/การแสดง		✓	
	จำนวนองค์กร/หน่วยงาน		✓	
	จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม		✓	
	จำนวนหลักสูตร/อบรม		✓	
	ข้อมูลสำหรับการมีส่วนร่วมในศิลปะ		✓	
	จำนวนเงินสนับสนุน/งบประมาณ		✓	
การแสดง & PR	รายละเอียด/ประวัติการแสดง	✓		✓
	บทละคร	✓		
	องค์ประกอบการแสดง เช่น เวที ชุด	✓		
	ตาราง/ปฏิทินการแสดง	✓	✓	✓ เฉพาะแต่ละหน่วยงาน
	ช่องทางการจำหน่ายบัตร	✓	✓	✓ เฉพาะของโรงละครแห่งชาติ
ศิลปิน/หน่วยงาน	รายชื่อ	✓	✓	✓
	ประวัติ/ผลงาน	✓	✓	✓
	ช่องทางการติดต่อ	✓	✓	
	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	✓	✓	
KNOWLEDGE	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	✓	✓	✓
	หลักสูตร/โปรแกรมอบรม	✓	✓	มีเพียงเอกสารประกอบการสอน
	บทความ/บทสัมภาษณ์	✓	✓	✓ เฉพาะในเว็บไซต์ BACC
	อื่นๆ	การให้ความรู้ผู้ชม เช่น มายากลการชม	โครงการที่ดำเนินการโดย NAC	

หมายเหตุ: คือ รายการข้อมูลที่ยังไม่มีหน่วยงานไทยจัดเก็บ

ภาพที่ 63 ตัวอย่างการวิเคราะห์โครงสร้างข้อมูล และรายการข้อมูลที่ต้องจัดเก็บในอนาคต
ที่มา: โครงการจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาศิลปะการแสดง

8.2 หน่วยงานที่มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องของไทย

ในหัวข้อต่อไปนี้จะเป็นการนำเสนอฐานข้อมูลที่มีการจัดเก็บอยู่แล้วของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทย เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์การเก็บข้อมูลปัจจุบันในด้านของฐานข้อมูลของหน่วยงานรัฐใดบ้างที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้รวมถึงกระบวนการจัดเก็บข้อมูลของแต่ละหน่วยงานว่ามีการดำเนินการจัดเก็บข้อมูลอย่างไร มีรายละเอียดข้อมูลในส่วนใดบ้าง รวมถึงมีการเผยแพร่หรือนำเสนอข้อมูลมากน้อยเพียงใด นอกจากนี้ยังมีการเห็นถึงความสำคัญของการนำเสนอในรูปแบบว่ามีการใช้รูปแบบใดเนื่องจากสามารถนำมาวิเคราะห์การเก็บรายละเอียดของข้อมูลได้จากการศึกษาพบว่าหน่วยงานที่มีการจัดทำฐานข้อมูลที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์ของประเทศไทยนั้นประกอบด้วย 7 หน่วยงาน ได้แก่

- 1) สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT)
- 2) สำนักหอสมุดแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม
- 3) สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม
- 4) กรมทรัพย์สินทางปัญญา
- 5) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
- 6) สมาคมการพิมพ์ไทย
- 7) อุทยานการเรียนรู้ทีเคพาร์ค (TK Park)

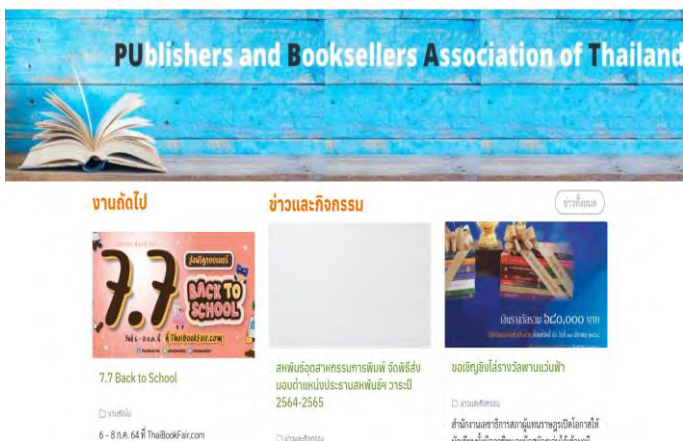
โดยในแต่ละหัวข้อได้มีการจำแนกประเภทของข้อมูลและการแสดงรูปแบบข้อมูลที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับการจัดเก็บข้อมูลของแต่ละหน่วยงาน โดยทางที่ปรึกษาได้เข้าไปศึกษาฐานข้อมูลทั้งหมดและสามารถนำมาสรุปได้ดังนี้

8.2.1 การจัดเก็บข้อมูลของสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือ (PUBAT)

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือ (PUBAT) เป็นการรวมตัวกันของสำนักพิมพ์ที่ก่อตั้งเป็นสมาคม โดยสมาคม PUBAT เป็นผู้ดำเนินการหลักในการจัดงานสัปดาห์หนังสือที่เป็นช่องทางสำคัญที่เชื่อมต่อกับสำนักพิมพ์กับผู้อ่าน ซึ่งในช่วงสถานการณ์โควิดสมาคมฯ ได้ปรับมาจัดงานสัปดาห์หนังสือออนไลน์ทางเว็บไซต์

<https://www.thaibookfair.com/> ดังนั้นสมาคมฯ จึงมีการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลสถิติต่างๆ เกี่ยวกับงานสัปดาห์หนังสือ นอกเหนือจากนี้สมาคมฯ ยังนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการพิมพ์และรายชื่อสมาชิกของสมาคมฯ ผ่านทางเว็บไซต์ <https://pubat.or.th/>

ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์



Website Structure

1. งานหนังสือ
 - สถิติของงานหนังสือ
2. ข่าว/กิจกรรม
 - ข่าวและกิจกรรมของสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือ (PUBAT)
3. โครงการพิเศษ
 - รายละเอียดโครงการภายใต้การดำเนินงานของ CEA
4. ต่างประเทศ
 - ข่าวสารในอุตสาหกรรมการพิมพ์ของต่างประเทศ
5. สมาชิก
 - รายชื่อสมาชิก
 - รายงานประจำปีของสมาคมฯ
 - รายงานการประชุมใหญ่ของสมาคมฯ
6. เกี่ยวกับสมาคม
 - ประวัติสมาคม
 - คณะกรรมการ

ภาพที่ 64 ภาพรวมฐานข้อมูลของสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือ (PUBAT)

ที่มา : เว็บไซต์ของหน่วยงานและการวิเคราะห์ของทีปรึกษา

จากการค้นคว้าข้อมูลจากเว็บไซต์ของสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือ (PUBAT) พบว่ามีการนำเสนอข้อมูลของอุตสาหกรรมการพิมพ์ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ข้อมูลสถิติ องค์ความรู้ ข้อมูลสิ่งพิมพ์ และ บุคลากร/หน่วยงาน

ด้านข้อมูลสถิติ นำเสนออยู่ในส่วน ‘สถิติของงานหนังสือ’ ภายในเว็บไซต์ของสมาคมฯ มีที่มาจากการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับงานหนังสือประจำปีของสมาคมฯ โดยนำเสนอข้อมูลด้านสถิติซึ่งมีข้อมูลสถิติผู้เข้าร่วมงานหนังสือทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ ประกอบด้วย พฤติกรรมการอ่านของผู้เข้าร่วมงานหนังสือ ยอดคนเข้าเว็บไซต์ งานหนังสือออนไลน์ ยอดขายหนังสือจากงานหนังสือออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งข้อมูลสถิติงานหนังสือออฟไลน์มาจากการเก็บข้อมูลผู้เข้าร่วมงานหนังสือผ่านพนักงานสัมภาษณ์อาชีพเป็นผู้สัมภาษณ์ตัวต่อตัวและเก็บข้อมูลแบบ Self – Completion คือให้ผู้เข้าร่วมงานสแกน QR Code เพื่อตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

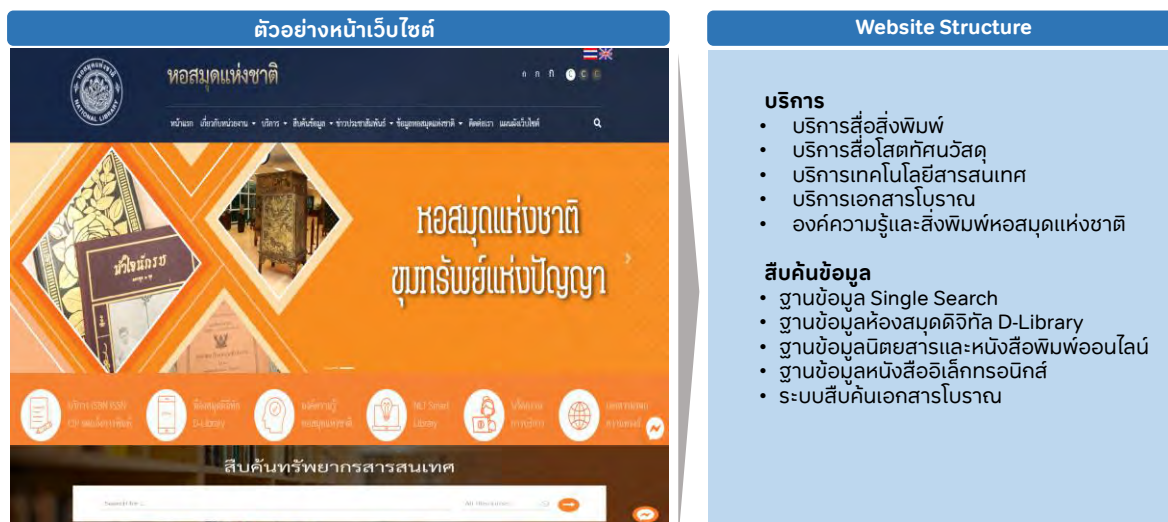
ด้านองค์ความรู้ สมาคมฯ มีการนำเสนอความเป็นไปของอุตสาหกรรมการพิมพ์ทั้งในและต่างประเทศ โดยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมของสมาคมฯ และความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมการพิมพ์ในประเทศไทย ในส่วนของ ‘ข่าว/กิจกรรม’ ภายในเว็บไซต์ของสมาคมฯ รวมถึงนำเสนอข่าวสารของวงการหนังสือต่างประเทศซึ่งอยู่ในส่วน ‘ต่างประเทศ’ ภายในเว็บไซต์ของสมาคมฯ

ด้านข้อมูลสิ่งพิมพ์ จากสถานการณ์โควิด ทำให้สมาคมฯ ต้องปรับรูปแบบการจัดงานหนังสือมาในรูปแบบออนไลน์ภายในเว็บไซต์ ThaiBookFair.com ซึ่งเป็นพื้นที่ขายหนังสือออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศโดยมีหนังสือมากกว่าหกหมื่นเล่มจากหลากหลายสำนักพิมพ์ ภายในเว็บไซต์มีการจำแนกประเภทหนังสือให้ง่ายต่อการเลือกหนังสือของนักอ่านและสามารถค้นหาหนังสือตามชื่อหนังสือ ชื่อนักเขียน ชื่อสำนักพิมพ์หรือเลข ISBN

ที่มา : เว็บไซต์ของหน่วยงานและการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

8.2.2 การจัดเก็บข้อมูลของสำนักหอสมุดแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม

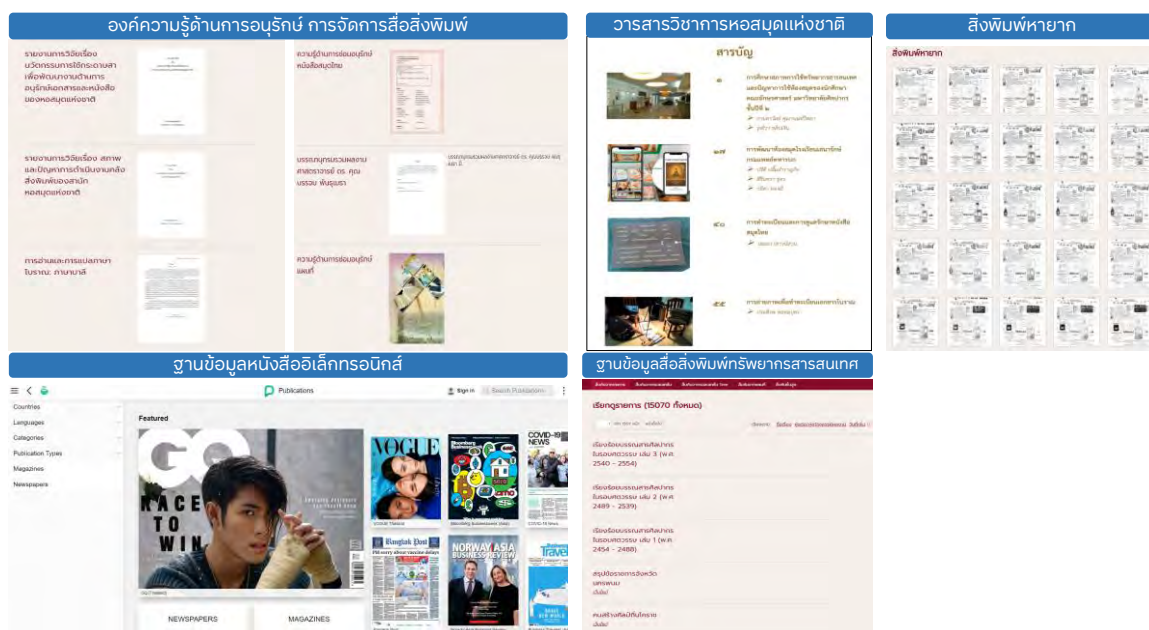
สำนักหอสมุดแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม เป็นหน่วยงานรัฐที่ดำเนินการจัดการรวบรวม จัดเก็บ สงวนและเผยแพร่มรดกภูมิปัญญาด้านทรัพยากรสารสนเทศในรูปของสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และเอกสารโบราณ รวมถึงให้บริการและส่งเสริมการอ่าน ศึกษา ค้นคว้า และวิจัยแก่ประชาชน โดยมีการนำเสนอข้อมูลทรัพยากรสารสนเทศผ่านทางเว็บไซต์ <https://www.nlt.go.th/>



ภาพที่ 66 ภาพรวมฐานข้อมูลของสำนักหอสมุดแห่งชาติ

ที่มา : เว็บไซต์ของหน่วยงานและการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

จากการค้นคว้าข้อมูลจากเว็บไซต์ของสำนักหอสมุดแห่งชาติพบว่า การนำเสนอข้อมูลของอุตสาหกรรม การพิมพ์ส่วนใหญ่จะเป็นการดำรงรักษาและสงวนทรัพยากรสารสนเทศของประเทศไทยเป็นหลักและสำนักหอสมุด แห่งชาติเป็นผู้ให้บริการพื้นที่ห้องสมุดที่ให้แก่ประชาชนจึงมีการรวบรวมข้อมูลทรัพยากรสารสนเทศเอาไว้ โดยสำนักหอสมุดแห่งชาตินำเสนอข้อมูลทั้งด้านข้อมูลสิ่งพิมพ์ ซึ่งประกอบด้วยเอกสารโบราณและสิ่งพิมพ์ หายากของประเทศไทย ฐานข้อมูลสื่อสิ่งพิมพ์และทรัพยากรสารสนเทศ จำนวนทรัพยากรสารสนเทศ ฐานข้อมูล หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ทั้งไทยและต่างประเทศ (E-Book) รวมถึงนำเสนอข้อมูลด้านองค์ความรู้ ซึ่งประกอบไปด้วย ข้อมูลองค์ความรู้ในการอนุรักษ์และจัดการสิ่งพิมพ์ วารสารวิชาการหอสมุดแห่งชาติ องค์ความรู้ด้านการจัดแจ้ง การพิมพ์ โดยข้อมูลทั้งหมดมีการเผยแพร่ในเว็บไซต์ในรูปแบบของหน้าเว็บไซต์ (HTML) ไฟล์ PDF และ JPG



ภาพที่ 67 ตัวอย่างข้อมูลภายในเว็บไซต์ของสำนักหอสมุดแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม
ที่มา : เว็บไซต์ของหน่วยงานและการวิเคราะห์ของทีปกรศึกษา

8.2.3 การจัดเก็บข้อมูลของสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม

สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม เป็นหน่วยงานภายใต้การดูแลของกระทรวงวัฒนธรรมมีจุดมุ่งหมายในการสนับสนุนงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยโดยเฉพาะ โดยหน้าที่ของหน่วยงานคือการนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาดั้งเดิมมาประยุกต์เข้ากับความร่วมมือ เพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายและมีความเข้ากันได้กับยุคสมัยใหม่ โดยมีการนำเสนอข้อมูลศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยผ่านทางเว็บไซต์ <http://ocac.go.th/>



ภาพที่ 68 เว็บไซต์ของสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย
ที่มา : เว็บไซต์ของหน่วยงาน

จากการค้นคว้าข้อมูลภายในเว็บไซต์ของสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยพบว่ามีการจัดเก็บข้อมูลศิลปวัฒนธรรมหลากหลายสาขา ซึ่งงานวรรณกรรมถือเป็นหนึ่งในผลงานศิลปวัฒนธรรมสาขาวิจิตรศิลป์แต่หน่วยงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยไม่ได้มีการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสื่อสิ่งพิมพ์มากนัก โดยมีการนำเสนอเพียงข้อมูลด้านบุคลากรทำเนียบศิลปินสาขาวรรณศิลป์ในรูปแบบของหน้าเว็บไซต์ (HTML)



ภาพที่ 69 ตัวอย่างข้อมูลภายในเว็บไซต์ของสำนักงานศิลปวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม

ที่มา : เว็บไซต์ของหน่วยงาน

8.2.4 การจัดเก็บข้อมูลของกรมทรัพย์สินทางปัญญา

กรมทรัพย์สินทางปัญญา เป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงพาณิชย์ซึ่งมีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรค และใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ รวมทั้งให้ความคุ้มครองและปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาแก่ผู้ผลิตเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาผ่านทางเว็บไซต์ <https://www.ipthailand.go.th/>



ภาพที่ 70 เว็บไซต์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา

ที่มา : เว็บไซต์ของหน่วยงาน

จากการค้นคว้าข้อมูลภายในเว็บไซต์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญพบว่ามีการนำเสนอข้อมูลด้านองค์ความรู้ ซึ่งเผยแพร่ในลักษณะของหนังสือและแผ่นพับข้อมูลความรู้เกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาให้แก่ประชาชน และมีการนำเสนอข้อมูลสถิติการรับจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาและจัดแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์แยกตามอุตสาหกรรม โดยข้อมูลทั้งหมดมีการเผยแพร่ ในรูปแบบของ ไฟล์ PDF ไฟล์ JPG และไฟล์ Excel (XLS)

สถิติการรับจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา และจัดแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์แยกตามอุตสาหกรรม

Statistics of Copyrights Registration classified by Work

ปี (Year)	งาน Literary	ศิลปกรรม Artistic	ประดิษฐ์ Invention	แบบอย่าง Model	เครื่องหมายการค้า Trademark	สิทธิบัตร Patent	รวม Total
2552 / 2009	3,397	4,021	1,014	1,010	196	10	9,648
2553 / 2010	7,876	1,154	7	2,396	1,378	124	13,835
2554 / 2011	18,274	2,021	4	2,598	2,408	131	25,436
2555 / 2012	12,894	1,982	3	3,951	5,811	789	27,630
2556 / 2013	18,812	2,187	6	4,457	7,376	100	33,838
2557 / 2014	15,981	2,021	9	3,581	5,347	154	27,093
2558 / 2015	16,823	2,079	11	3,093	6,036	172	28,145
2559 / 2016	16,372	1,894	9	4,267	7,917	183	26,585
2560 / 2017	17,199	1,522	13	4,477	8,487	176	29,874
2561 / 2018	16,849	1,377	14	4,920	9,680	184	28,034
2562 / 2019	21,836	1,202	15	6,176	9,407	137	32,763
2563 / 2020	18,988	1,262	16	4,926	10,014	158	25,364
2564 / 2021	22,721	1,131	43	5,505	11,871	181	31,552
2565 / 2022	24,952	1,117	18	4,571	16,511	172	37,232
2566 / 2023	23,311	1,052	4	3,081	25,347	179	33,975
2567 / 2024	22,813	1,046	3	2,923	16,376	176	33,337
2568 / 2025	26,418	1,106	5	2,981	16,486	199	37,105
2569 / 2026	16,749	1,079	3	2,327	12,239	187	32,584
2570 / 2027	12,174	887	2	2,123	9,819	174	25,189
2571 / 2028	9,789	591	17	2,412	6,954	162	20,925
2572 / 2029	9,223	726	1	2,758	5,921	111	19,640
2573 / 2030	9,889	524	11	471	1,810	115	12,810
2574 / 2031	1,114	2	286	794	171	2	1,363
2575 / 2032	711	1,182	254	45	101	75	1,289
2576 / 2033	582	1	184	232	47	1	947
2577 / 2034	914	3	123	481	76	2	1,599
2578 / 2035	1,398	12	144	1,001	976	3	3,434
2579 / 2036	2,844	13	162	1,051	1,053	3	5,067
2580 / 2037	4	3	3	3	3	3	15
รวม / Total	257,747	44,116	1,449	81,434	280,046	13,897	668,689



ภาพที่ 71 ตัวอย่างข้อมูลภายในเว็บไซต์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา

ที่มา : เว็บไซต์ของหน่วยงาน

8.2.5 การจัดเก็บข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมหาชน)

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ Creative Economy Agency (CEA) เป็นองค์กรภายใต้รัฐบาลสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาและสนับสนุนธุรกิจของคนไทยโดยมีการผสมผสานระหว่างนวัตกรรมสมัยใหม่และความคิดที่แปลกใหม่เพื่อเป็นการยกระดับสินค้าและเพิ่มมูลค่าของตนเอง ทั้งนี้จุดมุ่งหมายของทางหน่วยงานนอกจากการพัฒนาสินค้าแล้ว ยังต้องการพัฒนาอุตสาหกรรมต่างๆ เพื่อนำไปเข้าสู่เวทีโลกเพื่อนำผลงานเข้าไปแข่งขันกับประเทศต่างๆ และขยายตลาดต่อไปในอนาคต ดังนั้นหน่วยงาน CEA จึงมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยข้อมูลทั้งหมดมีการเผยแพร่ในเว็บไซต์

<https://www.cea.or.th/>



ภาพที่ 72 ภาพรวมฐานข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมหาชน)
ที่มา : เว็บไซต์ของหน่วยงานและการวิเคราะห์ของทีปกริษา

จากการค้นคว้าข้อมูลจากเว็บไซต์ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) พบว่าการนำเสนอข้อมูลของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในส่วนของ ‘Creative Economy Review’ ที่มีการนำเสนอข้อมูลสถิติและองค์ความรู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้ง 15 สาขา ในส่วนของการนำเสนอข้อมูลสถิติที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์ หน่วยงาน CEA นำเสนอข้อมูลจำนวนแรงงานสร้างสรรค์ มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แยกตามสาขา มูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และในด้านองค์ความรู้หน่วยงาน CEA ได้นำเสนอบทความรายงานและผลวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์ โดยข้อมูลทั้งหมดมีการเผยแพร่ในเว็บไซต์ในรูปแบบของหน้าเว็บไซต์ (HTML)



ภาพที่ 73 ตัวอย่างข้อมูลภายในเว็บไซต์ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมหาชน)
ที่มา : เว็บไซต์ของหน่วยงานและการวิเคราะห์ของทีปกริษา

8.2.6 การจัดเก็บข้อมูลของสมาคมการพิมพ์ไทย

สมาคมการพิมพ์ไทยเป็นการรวมตัวกันของผู้ประกอบการกิจการการพิมพ์และกิจการที่เกี่ยวข้องกับการพิมพ์ (Printing) โดยสมาคมการพิมพ์ไทยได้จัดทำแผนงานยุทธศาสตร์การพิมพ์แห่งชาติซึ่งเป้าหมายหลักคือการพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ไทยอย่างเป็นระบบและรูปธรรม ทั้งนี้ทางสมาคมฯ มีการรวบรวม จัดเก็บและนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพิมพ์ไว้ในเว็บไซต์ของสมาคมฯ <https://www.thaiprint.org/>



ภาพที่ 74 ภาพรวมฐานข้อมูลของสมาคมการพิมพ์ไทย

ที่มา : เว็บไซต์ของหน่วยงานและการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

จากการค้นคว้าข้อมูลจากเว็บไซต์ของสมาคมการพิมพ์ไทยพบว่าข้อมูลของสมาคมการพิมพ์ไทยส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลของการพิมพ์ในลักษณะ Printing เป็นหลัก โดยสมาคมการพิมพ์ไทยมีการจัดทำวารสารการพิมพ์รายเดือนออกมาในรูปแบบของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E Book) ที่นำเสนอเรื่องราวใหม่ๆ และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพิมพ์ของประเทศไทยโดยสามารถเข้าไปอ่านได้ภายในเว็บไซต์ซึ่งปัจจุบันออกวารสารมาแล้วจำนวน 130 ฉบับ นอกเหนือจากการเผยแพร่วารสารการพิมพ์เป็นรูปเล่ม สมาคมฯ มีการเผยแพร่บทความต่างๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในธุรกิจการพิมพ์ เช่น บทความเจาะเทรนด์แฟกเกจิ้งแห่งปี บทความสื่อสิ่งพิมพ์เร่งปรับตัวระลอกใหม่ สู่ยุคดิจิทัล รวมถึงบทสัมภาษณ์บุคคลสำคัญในแวดวงการพิมพ์ของประเทศไทย ในขณะเดียวกันภายในเว็บไซต์ของสมาคมฯ ยังนำเสนอข้อมูลด้านสถิติด้านการส่งออก เช่น มูลค่าการส่งออกหนังสือและสิ่งพิมพ์ของประเทศไทย ตลาดส่งออก 20 อันดับแรกของการส่งออกสินค้าประเภทหนังสือและสิ่งพิมพ์ของประเทศไทย เป็นต้น โดยข้อมูลทั้งหมดมีการเผยแพร่ในเว็บไซต์ในรูปแบบของหน้าเว็บไซต์ (HTML) ไฟล์ PDF และ JPG



บทความพิมพ์

วารสารการพิมพ์ ฉบับที่ 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344, 345, 346, 347, 348, 349, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 356, 357, 358, 359, 360, 361, 362, 363, 364, 365, 366, 367, 368, 369, 370, 371, 372, 373, 374, 375, 376, 377, 378, 379, 380, 381, 382, 383, 384, 385, 386, 387, 388, 389, 390, 391, 392, 393, 394, 395, 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402, 403, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412, 413, 414, 415, 416, 417, 418, 419, 420, 421, 422, 423, 424, 425, 426, 427, 428, 429, 430, 431, 432, 433, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 450, 451, 452, 453, 454, 455, 456, 457, 458, 459, 460, 461, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 468, 469, 470, 471, 472, 473, 474, 475, 476, 477, 478, 479, 480, 481, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 488, 489, 490, 491, 492, 493, 494, 495, 496, 497, 498, 499, 500, 501, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 514, 515, 516, 517, 518, 519, 520, 521, 522, 523, 524, 525, 526, 527, 528, 529, 530, 531, 532, 533, 534, 535, 536, 537, 538, 539, 540, 541, 542, 543, 544, 545, 546, 547, 548, 549, 550, 551, 552, 553, 554, 555, 556, 557, 558, 559, 560, 561, 562, 563, 564, 565, 566, 567, 568, 569, 570, 571, 572, 573, 574, 575, 576, 577, 578, 579, 580, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 591, 592, 593, 594, 595, 596, 597, 598, 599, 600, 601, 602, 603, 604, 605, 606, 607, 608, 609, 610, 611, 612, 613, 614, 615, 616, 617, 618, 619, 620, 621, 622, 623, 624, 625, 626, 627, 628, 629, 630, 631, 632, 633, 634, 635, 636, 637, 638, 639, 640, 641, 642, 643, 644, 645, 646, 647, 648, 649, 650, 651, 652, 653, 654, 655, 656, 657, 658, 659, 660, 661, 662, 663, 664, 665, 666, 667, 668, 669, 670, 671, 672, 673, 674, 675, 676, 677, 678, 679, 680, 681, 682, 683, 684, 685, 686, 687, 688, 689, 690, 691, 692, 693, 694, 695, 696, 697, 698, 699, 700, 701, 702, 703, 704, 705, 706, 707, 708, 709, 710, 711, 712, 713, 714, 715, 716, 717, 718, 719, 720, 721, 722, 723, 724, 725, 726, 727, 728, 729, 730, 731, 732, 733, 734, 735, 736, 737, 738, 739, 740, 741, 742, 743, 744, 745, 746, 747, 748, 749, 750, 751, 752, 753, 754, 755, 756, 757, 758, 759, 760, 761, 762, 763, 764, 765, 766, 767, 768, 769, 770, 771, 772, 773, 774, 775, 776, 777, 778, 779, 780, 781, 782, 783, 784, 785, 786, 787, 788, 789, 790, 791, 792, 793, 794, 795, 796, 797, 798, 799, 800, 801, 802, 803, 804, 805, 806, 807, 808, 809, 810, 811, 812, 813, 814, 815, 816, 817, 818, 819, 820, 821, 822, 823, 824, 825, 826, 827, 828, 829, 830, 831, 832, 833, 834, 835, 836, 837, 838, 839, 840, 841, 842, 843, 844, 845, 846, 847, 848, 849, 850, 851, 852, 853, 854, 855, 856, 857, 858, 859, 860, 861, 862, 863, 864, 865, 866, 867, 868, 869, 870, 871, 872, 873, 874, 875, 876, 877, 878, 879, 880, 881, 882, 883, 884, 885, 886, 887, 888, 889, 890, 891, 892, 893, 894, 895, 896, 897, 898, 899, 900, 901, 902, 903, 904, 905, 906, 907, 908, 909, 910, 911, 912, 913, 914, 915, 916, 917, 918, 919, 920, 921, 922, 923, 924, 925, 926, 927, 928, 929, 930, 931, 932, 933, 934, 935, 936, 937, 938, 939, 940, 941, 942, 943, 944, 945, 946, 947, 948, 949, 950, 951, 952, 953, 954, 955, 956, 957, 958, 959, 960, 961, 962, 963, 964, 965, 966, 967, 968, 969, 970, 971, 972, 973, 974, 975, 976, 977, 978, 979, 980, 981, 982, 983, 984, 985, 986, 987, 988, 989, 990, 991, 992, 993, 994, 995, 996, 997, 998, 999, 1000.

สถิติการส่งออกหนังสือและสิ่งพิมพ์

ตลาดส่งออก 20 อันดับแรกของไทยประเภทประเภทหนังสือและสิ่งพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์ กระดาษ (คณ. กล้อง ขงขง)

พ.ศ. 2561 - 2564 (ม.ค. - ก.พ.)

หนังสือและสิ่งพิมพ์ พ.ศ. 2561 - 2564 (ม.ค. - ก.พ.)

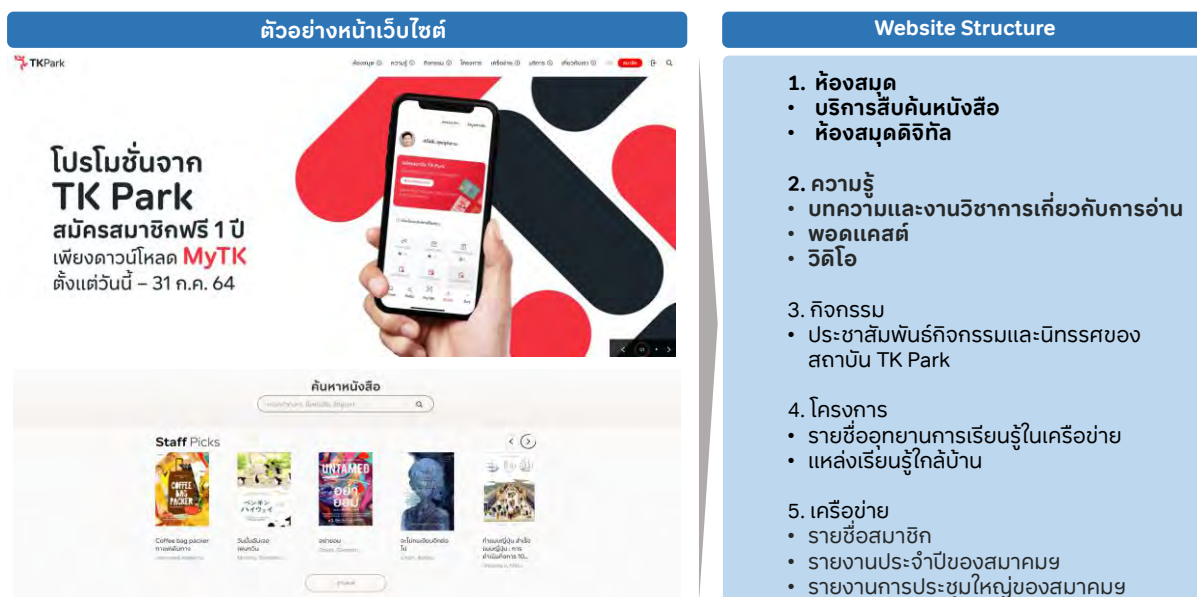
อันดับ	ประเทศ	2561	2562	2563	2564	2561	2562	2563	2564	2561	2562	2563	2564
1	จีน	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113
2	เวียดนาม	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113
3	สหรัฐอเมริกา	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113
4	ญี่ปุ่น	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113
5	เกาหลีใต้	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113
6	อินเดีย	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113
7	ไต้หวัน	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113
8	สิงคโปร์	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113
9	มาเลเซีย	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113
10	ออสเตรเลีย	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113
11	ฝรั่งเศส	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113
12	เยอรมนี	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113
13	สหราชอาณาจักร	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113
14	เกาหลีเหนือ	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113
15	รัสเซีย	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113
16	อิตาลี	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113
17	แคนาดา	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113
18	สหรัฐอเมริกา	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113
19	ญี่ปุ่น	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113
20	เกาหลีใต้	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113	10,113



ภาพที่ 75 ตัวอย่างข้อมูลภายในเว็บไซต์ของสมาคมการพิมพ์ไทย
ที่มา : เว็บไซต์ของหน่วยงานและการวิเคราะห์ของทีปรีกษา

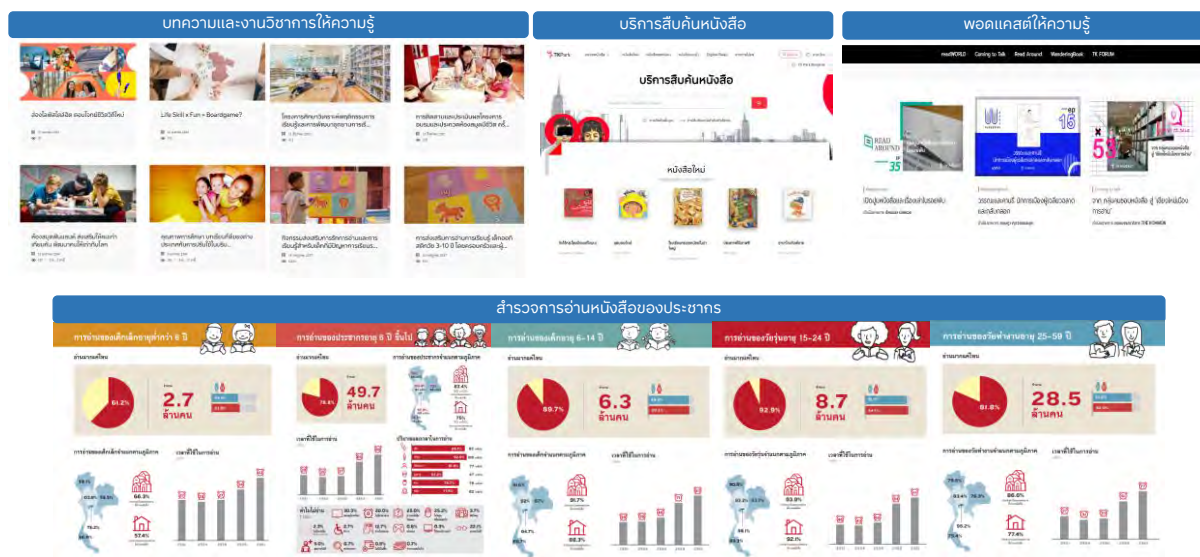
8.2.7 การจัดเก็บข้อมูลของอุทยานการเรียนรู้ทีเคพาร์ค (TK Park)

อุทยานการเรียนรู้ทีเคพาร์ค (TK Park) เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งโดยสำนักพัฒนาและบริหารองค์ความรู้ (OKMD) โดยทีเคพาร์คตั้งใจที่จะสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ผ่านรูปแบบของ ‘ห้องสมุดมีชีวิต’ ที่มีหนังสือและสื่อการเรียนรู้อย่างครบครันรวมถึงมีกิจกรรมส่งเสริมการอ่านและการเรียนรู้สำหรับเด็ก เยาวชนและประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ทีเคพาร์คมีการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการพิมพ์ภายในเว็บไซต์ของหน่วยงาน <https://www.tkpark.or.th/>



ภาพที่ 76 ภาพรวมฐานข้อมูลของสมาคมการพิมพ์ไทย
ที่มา : เว็บไซต์ของหน่วยงานและการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

อุทยานการเรียนรู้ทีเคพาร์ค (TK Park) มีการนำเสนอรายงาน ‘การสำรวจปรากฏการณ์และความเปลี่ยนแปลง 10 ปี ทศวรรษแห่งการอ่าน พ.ศ. 2552 – 2561’ หรือหนังสือเข็มซึ่งทำร่วมกับสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในหนังสือเข็มมีรายงานการสำรวจการอ่านหนังสือของประชากรโดยแยกตามช่วงอายุตั้งแต่ช่วงวัยเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 6 ปีจนถึงช่วงอายุ 60 ปี ซึ่งมีรายละเอียดเจาะลึกถึงพฤติกรรมกรรมการอ่านของแต่ละช่วงวัย เช่น เวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือ การอ่านจำแนกตามภูมิภาค เหตุผลที่อ่านหรือไม่อ่านหนังสือ ประเภทที่อ่าน รวมถึงช่องทางการเข้าถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ นอกเหนือจากการสำรวจการอ่านหนังสือในรายงานยังนำเสนอสถิติการใช้ห้องสมุดของประชาชน มูลค่าตลาดหนังสือ บทวิเคราะห์ของตลาดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E Book) ในประเทศไทย และสถิติของร้านหนังสือประเภทเชนส์โตร์ (chain store) อีกทั้งในเว็บไซต์ของทีเคพาร์คยังมีการนำเสนอข้อมูลองค์ความรู้เกี่ยวกับการอ่านให้แก่ประชาชนในรูปแบบของบทความงานวิชาการ วิดีโอและพอดแคสต์ โดยข้อมูลทั้งหมดมีการเผยแพร่ในเว็บไซต์ในรูปแบบของหน้าเว็บไซต์ (HTML) ไฟล์ PDF และ JPG



ภาพที่ 77 ภาพรวมฐานข้อมูลของสมาคมการพิมพ์ไทย

ที่มา : เว็บไซต์ของหน่วยงานและการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

8.2.8 สรุปรายละเอียดแผนผังฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และรายละเอียดหน่วยงานที่เป็นผู้จัดเก็บ

ฐานข้อมูลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยทั้งภาคเอกชนและภาครัฐทั้ง 7 หน่วยงานข้างต้น พบว่าแต่ละหน่วยงานมีการนำเสนอรายละเอียดข้อมูลที่แตกต่างกัน โดยนำมาสรุปเป็นหัวข้อได้ทั้งหมด 4 กลุ่ม ได้แก่ องค์ความรู้เกี่ยวกับการพิมพ์ ข้อมูลสิ่งพิมพ์ บุคลากรและสถานที่ และข้อมูลสถิติ ทั้งนี้ในแต่ละหน่วยงานมีการจัดเก็บประเภทข้อมูลแตกต่างกันออกไปในด้านเนื้อหาข้อมูลจะสังเกตได้ว่าการเผยแพร่รายละเอียดข้อมูลจะแตกต่างกันในแต่ละหน่วยงานตามอำนาจและหน้าที่ของหน่วยงานนั้นๆ โดยสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) นำเสนอข้อมูลสถิติงานหนังสือ สำนักหอสมุดแห่งชาตินำเสนอข้อมูลทรัพยากรสารสนเทศ สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยเผยแพร่ทำเนียบศิลปินสาขาวรรณศิลป์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา (DIP) ให้ความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญาและเผยแพร่สถิติการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) นำเสนอสถิติและรายงานผลการวิจัยของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สมาคมการพิมพ์จัดทำวารสารการพิมพ์ไทย และอุทยานการเรียนรู้ทีเคพาร์ค (TK Park) นำเสนอรายงานพฤติกรรมกรรมการอ่านของประชากรในแต่ละช่วงวัย

นอกจากนี้องค์ความรู้ด้านการพิมพ์ยังถูกกระจายอยู่ตามหน่วยงานต่างๆ อย่างหลากหลายทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้จากการที่มีหน่วยงานที่จัดเก็บข้อมูลจำนวนมากทำให้มีการจัดเก็บข้อมูลบางหัวข้อที่ทับซ้อนกันระหว่างหน่วยงาน อาทิเช่น การเผยแพร่หนังสือให้แก่ประชาชนมีให้บริการทั้งจากสำนักหอสมุดแห่งชาติและอุทยานการเรียนรู้ทีเคพาร์ค ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับมูลค่าอุตสาหกรรมการพิมพ์มีการนำเสนอ จากทั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุทยานการเรียนรู้ทีเคพาร์ค อีกทั้งในภาพรวมของทุกหน่วยงานยังขาดข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อมุมมองการดำเนินธุรกิจ โดยสามารถสรุปการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลอุตสาหกรรมการพิมพ์เป็นแผนภาพได้ดังนี้

	องค์ความรู้	ข้อมูลสิ่งพิมพ์	บุคลากร / หน่วยงาน	ข้อมูลสถิติ
 สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT)	ข่าวสารและกิจกรรมการพิมพ์ทั้งในและต่างประเทศ	ช่องทางทางการจำหน่ายหนังสือพร้อมทั้งข้อมูลหนังสือและสำนักพิมพ์ผ่านเว็บไซต์ www.thaibookfair.com	รายชื่อสำนักพิมพ์ที่เป็นสมาชิกพร้อมช่องทางการติดต่อ	- ข้อมูลสถิติงานหนังสือ - พฤติกรรมผู้บริโภคและการอ่านของผู้เข้าร่วมงาน
 สำนักหอสมุดแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม	- องค์ความรู้ด้านการอนุรักษ์ การจัดการสื่อสิ่งพิมพ์ - องค์ความรู้การจดทะเบียน การพิมพ์ - วารสารวิชาการหอสมุดแห่งชาติ	- ฐานข้อมูลสื่อสิ่งพิมพ์/ ทรัพยากรสารสนเทศ - สิ่งพิมพ์หายาก - ฐานข้อมูลหนังสืออิเล็กทรอนิกส์		
 สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม			ทำเนียบศิลปิน สาขา วรรณศิลป์	
 กรมทรัพย์สินทางปัญญา (DIP)	หนังสือและแผนผังให้อินโฟด้านทรัพย์สินทางปัญญา			สถิติการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา และจัดแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์แยกตามอุตสาหกรรม
 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)	รายงานและผลการวิจัยเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์			- รายงานสร้างสรรค์แยกตามสาขา - มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา - มูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
 สมาคมการพิมพ์	- บทความที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์ - วารสารการพิมพ์ - บทสัมภาษณ์บุคคลสำคัญ			สถิติการส่งออกหนังสือและสิ่งพิมพ์
 อุทยานการเรียนรู้ทีเคพาร์ค (TK Park)	- บทวิเคราะห์อุตสาหกรรม - เหตุการณ์สำคัญในวงการหนังสือในประเทศไทยและต่างประเทศ - เผยแพร่บทความและงานวิชาการ	- รายชื่อนิตยสารและหนังสือพิมพ์ที่จัดการจำหน่าย - รายชื่อนิตยสารออนไลน์ใหม่ - เผยแพร่และให้บริการสืบค้นหนังสือออนไลน์		- รายงานการสำรวจการอ่านหนังสือของประชากร - สถิติการไปห้องสมุด - มูลค่าตลาดหนังสือ - สถิติของร้านหนังสือประเภท chain store

ภาพที่ 78 สรุปรายละเอียดฐานข้อมูลด้านการพิมพ์ในแต่ละหน่วยงานของประเทศไทย

ที่มา: การวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

นอกจากรวบรวมรายละเอียดของข้อมูล ที่ปรึกษายังให้ความสำคัญกับรูปแบบการนำเสนอที่ดีเนื่องจาก รูปแบบการนำเสนอที่ดี จะนำไปสู่การใช้งานของผู้ใช้ที่สะดวกขึ้น หรือแม้กระทั่งเข้าใจและนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ต่อยอดได้ง่ายขึ้นอีกด้วย ซึ่งจะเห็นว่าฐานข้อมูลส่วนมากเป็นการจัดเก็บในรูปแบบของ ไฟล์.PDF และ JPG เป็นหลัก โดยจะเป็นในรูปแบบของหนังสือและรายงานซึ่งจะมีรายละเอียดอธิบายที่สามารถนำไปต่อยอดทางวิชาการได้ ขณะเดียวกันในบางหน่วยงานจะมีการเก็บข้อมูลในรูปแบบของ HTML หรือการอธิบายบนเว็บไซต์พอสังเขป จะไม่มีการลงรายละเอียดเชิง ทั้งนี้หลังจากการค้นคว้าข้อมูลทั้งหมดสามารถนำมาจัดกลุ่มและสรุปได้ดังแผนภาพด้านล่างดังนี้

	องค์ความรู้	ข้อมูลสิ่งพิมพ์	บุคลากร / หน่วยงาน	ข้อมูลสถิติ
 สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT)	 	 	 	 
 สำนักหอสมุดแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม	 			
 สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม				
 กรมทรัพย์สินทางปัญญา (DIP)	 			
 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)				  
 สมาคมการพิมพ์	  			
 อุทยานการเรียนรู้ทีเคพาร์ค (TK Park)	  	 	 	 

ภาพที่ 79 สรุปรูปแบบการแสดงผลข้อมูลสาขาการพิมพ์ในแต่ละหน่วยงานของประเทศไทย

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้เข้าใจสถานการณ์ของข้อมูลที่มีการจัดเก็บโดยหน่วยงานต่างๆ ทั้ง 7 หน่วยงาน ซึ่งถึงแม้ว่ารายละเอียดของข้อมูลที่มีการจัดเก็บจะครบทั้ง ข้อมูลองค์ความรู้ ข้อมูลสิ่งพิมพ์ ข้อมูลบุคลากร/หน่วยงาน และข้อมูลสถิติ แต่ยังไม่ครอบคลุมและยังขาดข้อมูลบางส่วนที่ผู้คนในอุตสาหกรรมสามารถนำไปต่อยอดให้เกิดประโยชน์เพิ่มเติมได้ อาทิเช่น ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค ข้อมูลนักเขียน ข้อมูลมูลค่าอุตสาหกรรมในส่วนดิจิทัล เป็นต้น ดังนั้น เพื่อเป็นประโยชน์กับการออกแบบฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทยต่อไป ลำดับถัดไป จะเป็นการนำเสนอข้อมูลกรณีศึกษาการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพิมพ์ในต่างประเทศ เพื่อศึกษาเป็นแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลได้อย่างน่าสนใจต่อไป

8.3 กรณีศึกษาต้นแบบด้านฐานข้อมูลจากต่างประเทศ

เมื่อได้เข้าใจลักษณะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม การพิมพ์ของไทย ที่มีการจัดเก็บโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังที่ได้นำเสนอไปข้างต้นแล้วนั้น ในส่วนต่อไป จะเป็นการนำเสนอข้อมูลกรณีศึกษาด้านฐานข้อมูลของต่างประเทศว่าในแต่ละประเทศนั้น มีการดำเนินการจัดเก็บข้อมูลเป็นอย่างไร มีรายละเอียดข้อมูลที่จัดเก็บ รวมถึงรูปแบบวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจอย่างไรบ้าง โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อเป็นต้นแบบ หรือแนวทางที่จะนำมาปรับใช้กับกระบวนการออกแบบฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทยต่อไป



ภาพที่ 80 เกณฑ์การคัดเลือกกรณีศึกษาแบบจากต่างประเทศ

ในการศึกษาการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมศิลปะการพิมพ์จากกรณีศึกษาประเทศต้นแบบ ที่ปรึกษาได้กำหนดเกณฑ์การพิจารณาประเทศต้นแบบเพื่อการศึกษาในโครงการนี้ ดังนี้

- ✓ เป็นประเทศที่มีหน่วยงานรับผิดชอบการพัฒนาอุตสาหกรรมและฐานข้อมูลอุตสาหกรรมการพิมพ์
- ✓ จัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมการพิมพ์ในประเทศต้นแบบ มีการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลที่มีหลากหลายและครบถ้วนในรายละเอียด ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษาหรือการต่อยอดทางธุรกิจ
- ✓ รูปแบบของฐานข้อมูลอุตสาหกรรมการพิมพ์ของประเทศต้นแบบมีความน่าสนใจในรูปแบบและเนื้อหาที่ทำการนำเสนอ ผู้ใช้สามารถทำการสืบค้นข้อมูลได้ง่าย

จากเกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศกรณีศึกษาด้านฐานข้อมูลในข้างต้น จึงได้ประเทศที่จะทำการศึกษาเป็นกรณีตัวอย่างด้านการจัดทำฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์ 2 ประเทศ คือ ประเทศเยอรมนี และประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งลำดับถัดไปจะเป็นการนำเสนอข้อมูลรายละเอียดการจัดเก็บข้อมูลของหน่วยงานในแต่ละประเทศ ดังนี้

8.3.1 กรณศึกษาฐานข้อมูลประเทศเยอรมนี

ประเทศเยอรมนีเป็นประเทศที่มีประวัติศาสตร์ด้านอุตสาหกรรมการพิมพ์มายาวนานและมีการให้ความสำคัญจากรัฐบาลในฐานะหนึ่งในสาขาของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงมีการจัดเก็บข้อมูลทั้งโดยรัฐบาลและเอกชน ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดแสดงข้อมูลต่างๆเหล่านี้มี 2 องค์กร คือ 1. Federal Ministry for Economic Affairs and Energy และ 2. The German Publishers & Booksellers Association โดยมีรายละเอียดข้อมูลของแต่ละหน่วยงาน รวมถึงลิงค์ของแต่ละฐานข้อมูล ดังนี้



Federal Ministry for Economic Affairs and Energy

กระทรวงเศรษฐกิจและพลังงานของเยอรมนีร่วมมือกับ Federal Government Commissioner for Culture and The Media ออกนโยบายการดำเนินงานของอุตสาหกรรมด้านวัฒนธรรมและสร้างสรรค์รวมถึงตีพิมพ์รายงานอุตสาหกรรมและข้อมูลระดับมหภาคประจำปี

เว็บไซต์ของหน่วยงาน: <https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de>



The German Publishers & Booksellers Association

การรวมตัวของภาคเอกชนตั้งแต่ปี ค.ศ. 2368 โดยปัจจุบันมีสมาชิกกว่า 4,500 แห่งจากสำนักพิมพ์ ร้านขายหนังสือ ตัวแทนจำหน่ายหนังสือและสื่อต่างๆ มีบทบาทด้านนโยบาย ด้านการสร้างความรู้ โปร่งใสในตลาด การเป็นกึ่งแลกเปลี่ยนข้อมูลและการสร้างความอิสระในการแสดงออก

เว็บไซต์ของหน่วยงาน: <https://www.boersenverein.de>

ภาพที่ 81 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลสื่อสิ่งพิมพ์ของเยอรมนี

ที่มา: เว็บไซต์ของแต่ละหน่วยงาน

ในด้านการแสดงข้อมูล 2 หน่วยงานข้างต้นได้แบ่งแยกลักษณะข้อมูลที่จัดแสดงอย่างชัดเจน กล่าวคือ Federal Ministry for Economic Affairs and Energy จะเป็นผู้จัดแสดงข้อมูลของอุตสาหกรรมแบบมหภาค มีการกล่าวในมุมของประเทศและเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยรวม ในขณะที่ The German Publishers & Booksellers Association จะเป็นผู้แสดงข้อมูลโดยเฉพาะของอุตสาหกรรม ซึ่งมีความแตกต่างในรายละเอียด ดังนี้

- **การจัดเก็บข้อมูล โดย กระทรวงเศรษฐกิจและพลังงาน**

Federal Ministry for Economic Affairs and Energy จัดทำเว็บไซต์สำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ <https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de> โดยเฉพาะเพื่อประชาสัมพันธ์นโยบาย แนะนำอุตสาหกรรมรวมถึงหน่วยงานผู้ปฏิบัติงาน โดยบนหน้าเว็บไซต์นำเสนอข้อมูลที่โดดเด่น 4 รายการคือ ยอดขาย จำนวนบุคลากร จำนวนผู้ประกอบการอาชีพอิสระและเจ้าของกิจการรวมถึงสัดส่วนต่อ GDP ของประเทศ และยังนำเสนอข้อมูลในรูปแบบ Infographic เพื่อแนะนำสาขาย่อยของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตลอดจนข้อมูลจำนวนบริษัท รายได้และมูลค่าเพิ่มในแต่ละสาขาย่อย

ตัวอย่างหน้า website



Database Structure

- 1. Creative Industries**
Four figures of the industries (turnover, people, freelancer and commercial companies and shares on GDP)
- 2. Monitoring Report**
 - Section in cultural and creative industries
 - Facts & Data in the previous year of the industries
 - Profiles of Section
 - Statistics in brief
 - Challenges, trends and forecast
 - Attachment
 - Key indicators of the industries
 - 10-year statistics of each indicator
 - 10-year statistics of each indicator by sub-section

ภาพที่ 82 ภาพรวมฐานข้อมูลของ Federal Ministry for Economic Affairs and Energy

ที่มา: เว็บไซต์ของ Federal Ministry for Economic Affairs and Energy

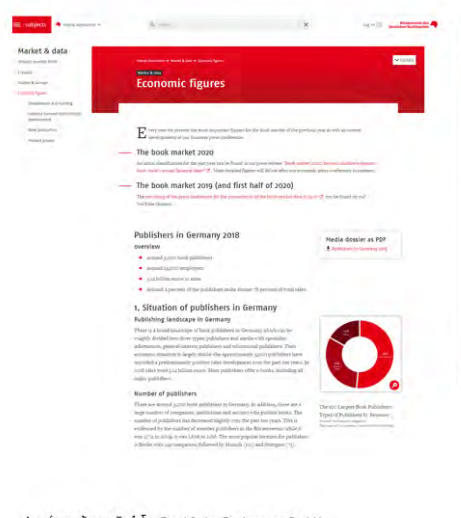
สำหรับรายละเอียดของข้อมูล กระทรวงได้นำเสนอผ่าน Industry Monitoring Report ที่จัดทำขึ้นเป็นประจำทุกปีโดยนำเสนอข้อมูลในมิติเดียวกันสำหรับทุกสาขาย่อยของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ส่งผลให้นอกจากจะสามารถเข้าใจสัดส่วนของแต่ละสาขาต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยรวมได้ง่ายแล้วยังเห็นทิศทางการส่งเสริมสาขาย่อยของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านบทแยกที่กล่าวถึงสาขาใดสาขาหนึ่งโดยเฉพาะ ดังเช่นใน พ.ศ. 2562 ที่กล่าวถึงการเผยแพร่วิดีโอและเสียง (Video and audio streaming) พอดแคสต์และเกม โดยต่างหาก



● การจัดเก็บข้อมูล โดย The German Publishers & Booksellers Association

สมาคมผู้จัดพิมพ์และจำหน่ายหนังสือของเยอรมนี โดยการรวมตัวของภาคเอกชนตั้งแต่พ.ศ. 2368 ซึ่งปัจจุบันมีสมาชิกกว่า 4,500 แห่งจากสำนักพิมพ์ ร้านขายหนังสือ ตัวแทนจำหน่ายหนังสือและสื่อต่างๆ มีบทบาทด้านนโยบาย ด้านการสร้างความโปร่งใสในตลาด การเป็นที่แลกเปลี่ยนข้อมูลและการสร้างความอิสระในการแสดงออกนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทั้งข้อมูลทางด้านสถิติ ผลสำรวจ งานวิจัยและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องผ่านทางเว็บไซต์ <https://www.boersenverein.de> เป็นหลัก

ตัวอย่างหน้า website



ตัวอย่างหน้า website แสดงข้อมูลเกี่ยวกับตลาดหนังสือในเยอรมนี รวมถึงสถิติยอดขายและข้อมูลเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้อง

Database Structure

ข้อมูลทั่วไป

- สถิติอุตสาหกรรม**
 - สถิติการจำหน่ายและการผลิต
 - สถิติสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์
 - สถิติการจ้างงาน การฝึกอบรม
- ผลสำรวจและงานวิจัย**
 - การสำรวจผู้อ่าน
 - การวิจัยนโยบาย
 - ผลสำรวจตลาดในและต่างประเทศ¹
- องค์ความรู้**
 - องค์ความรู้ด้านกฎหมายและการบริหารธุรกิจ
 - แนะนำผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
- การศึกษาและการจ้างงาน**
 - หลักสูตรและการอบรมที่เกี่ยวข้อง
 - ประกาศตำแหน่งงาน

ข้อมูลเฉพาะทาง

- ฐานข้อมูลสิ่งพิมพ์ VLB**
 - ข้อมูลด้านการตลาด
 - ข้อมูลสิ่งพิมพ์
- ฐานข้อมูลผู้ประกอบการ Adb**
 - ข้อมูลร้านหนังสือ
 - ข้อมูลสำนักพิมพ์
 - ข้อมูลตัวแทนด้านต่างๆ

¹ องค์ความรู้ตลาดจัดทำโดยFrankfurter Buchmesse GmbH

ภาพที่ 84 ภาพรวมฐานข้อมูลของ The German Publishers & Booksellers Association

ที่มา: เว็บไซต์ของ The German Publishers & Booksellers Association

ลักษณะข้อมูลที่เผยแพร่บนเว็บไซต์ของสมาคมฯ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบหลักๆคือ ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลเฉพาะทาง ซึ่งข้อมูลทั่วไปประกอบไปด้วย สถิติอุตสาหกรรม ผลสำรวจและการวิจัย องค์ความรู้ การศึกษา และการจ้างงาน ซึ่งข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และเข้าใจอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเยอรมนีโดยรวม ในขณะที่ข้อมูลเฉพาะทางคือฐานข้อมูลด้านหนึ่งๆโดยเฉพาะเช่น ฐานข้อมูลสำหรับสิ่งพิมพ์ VLB และฐานข้อมูลผู้ประกอบการสิ่งพิมพ์ภาษาเยอรมัน Adb ซึ่งรวบรวมข้อมูลร้านหนังสือ สำนักพิมพ์และตัวแทนด้านต่างๆที่ให้บริการใน 3 ประเทศคือเยอรมนี สวิตเซอร์แลนด์และออสเตรีย

ในด้านการนำเสนอข้อมูลทั่วไปจะพบว่า สมาคมฯ ทำงานเชิงรุก โดยจัดทำข้อมูลอย่างต่อเนื่องและเผยแพร่ข้อมูลตามสื่อต่างๆ นอกเหนือไปจากเว็บไซต์ของสมาคมเช่น Youtube ซึ่งจะกล่าวถึงโดยละเอียดในลำดับถัดไป

Economic figures

Industry turnover and industry development

Estimated sales of booksellers at retail prices

	Sales in € million	Changes in %
2015	9,188	-1.4
2016	9,276	+1.0
2017	9,173	-1.6
2018	9,174	+0.0
2019	9,291	+1.2

การเผยแพร่ผลงานด้านสถิติ

Current

KWV compensation fund
Submitters of compensation claims by publishing agreed KWV equipment price discounts.
Add price for quotation

All practical tips

- Banking costs**
Information on bank fees and bank services for publishers and booksellers.
- Company contracts and bookkeeping**
Information on company contracts and bookkeeping.
- Insurance for bookstores**
Information on insurance for bookstores.
- Inventory in bookstores**
Information on the inventory in bookstores.
- Inventory in bookstores**
Information on the inventory in bookstores.
- Prevention of bookstores (and libraries)**
Information on the prevention of bookstores (and libraries).
- Finance and copyright**
Information on finance and copyright.

subjects

Info

German Children's Books On Tour 2021
Updated 2 days ago
VIEW FULL PLAYLIST

Seminars for publishing professionals in the Arabic...
Updated 4 days ago
VIEW FULL PLAYLIST

Taipei International Book Fair - Online Events 2021
Updated 4 days ago
VIEW FULL PLAYLIST

Litprom Welttempfanger-Salon
Updated 4 days ago
VIEW FULL PLAYLIST

การเผยแพร่องค์ความรู้
การบริหารธุรกิจ

การให้คำแนะนำ
ธุรกิจร้านหนังสือ

YouTube

frankfurter buchmesse

#fbm21
20. bis 24. Oktober 2021

buchmesse
8.31K subscribers

HOME VIDEOS PLAYLISTS COMMUNITY CHANNELS ABOUT

German Children's Books On Tour 2021
Updated 2 days ago
VIEW FULL PLAYLIST

Seminars for publishing professionals in the Arabic...
Updated 4 days ago
VIEW FULL PLAYLIST

Taipei International Book Fair - Online Events 2021
Updated 4 days ago
VIEW FULL PLAYLIST

Litprom Welttempfanger-Salon
Updated 4 days ago
VIEW FULL PLAYLIST

การจัดทำช่อง Youtube เพื่อเผยแพร่กิจกรรมและงานซื้อขายสิ่งพิมพ์

Market Insights 2020
Discover international publishing markets in our exciting Market Insights series! In 50-minute sessions with panel discussions and video snapshots from all over the world you will learn how

Market Insights Spanish Bookmarkets
1:42:47
Market Insights Spanish Bookmarkets: Covid-19's...
buchmesse
731 views • 7 months ago

Market Insights South Asia
50:27
Market Insights South Asia - Trends, challenges and...
buchmesse
324 views • 7 months ago

Market Insights Germany
44:04
Market Insights Germany: Market overview and...
buchmesse
242 views • 7 months ago

Market Insights Russia
59:58
Market Insights Russia: The Eleven Optimists
buchmesse
520 views • 8 months ago

การเผยแพร่ข้อมูลตลาดทั้งในและต่างประเทศ

ภาพที่ 85 ตัวอย่างการแสดงผลข้อมูลโดย The German Publishers & Booksellers Association

ที่มา: เว็บไซต์ของ The German Publishers & Booksellers Association และ Youtube

ด้านข้อมูลเชิงสถิติ สมาคมฯ นำเสนอข้อมูล 3 ประเภทหลักๆคือสถิติการจำหน่ายและการผลิตหนังสือ สถิติสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์และสถิติการจ้างงานและฝึกอบรม โดยมีการนำเสนอเป็นช่วงระยะเวลาอย่างน้อย 5 ปี ทำให้เห็นภาพแนวโน้มของอุตสาหกรรม ซึ่งในด้านการจำหน่ายและการผลิต สมาคมฯ จัดเก็บข้อมูลต่างๆเช่น ยอดขายจำนวนผู้ซื้อหนังสือ ร้านหนังสือ สิ่งพิมพ์ใหม่ การจัดซื้อและการจำหน่ายลิขสิทธิ์ และในด้านสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ สมาคมฯ แสดงสถิติโดยละเอียดเป็นรายไตรมาสเป็นระยะเวลากว่า 8 ปีจึงกล่าวได้ว่า สมาคมฯ ได้ให้มองเห็นความสำคัญของสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์มาเป็นระยะเวลาหนึ่ง

ด้านผลสำรวจและงานวิจัย สมาคมฯ จัดทำการสำรวจพฤติกรรมผู้อ่านในประเทศมาอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลากว่า 8 ปีและมีการปรับเปลี่ยนหัวข้อในการสำรวจให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันเช่น การจัดทำผลสำรวจการอ่านจากผลกระทบโรคโควิด-19 ซึ่งทำให้สามารถคาดการณ์พฤติกรรมผู้อ่านได้ในสถานการณ์ที่โรคระบาดอาจเป็นระยะเวลาต่อเนื่องและยังจัดทำหรือเผยแพร่การสำรวจด้านอื่นที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการพิมพ์ เช่น การสำรวจถึงผลของมาตรการกำหนดราคาขายปลีกสิ่งพิมพ์ พฤติกรรมการยืมหนังสือออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งข้อมูลดังกล่าวทำให้เข้าใจโครงสร้างของอุตสาหกรรมการพิมพ์ในเยอรมนีได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้จากการที่สมาคมฯ ได้จัดตั้งบริษัทลูก (Frankfurter Buchmesse GmbH) เพื่อสนับสนุนการจัดงานจำหน่ายสิ่งพิมพ์ที่มีเครือข่ายไปทั่วโลก ทำให้บริษัทลูกดังกล่าวได้รับความร่วมมือจากองค์กรในเครือข่ายในการจัดทำองค์ความรู้ของตลาดสิ่งพิมพ์ในพื้นที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นประเทศสเปน รัสเซีย จีน อินโดนีเซีย เอเชียใต้รวมกว่า 11 พื้นที่ทั่วโลก ทำให้มีองค์ความรู้ในเชิงลึกและองค์กรยังได้จัดทำช่อง buchmesse บนเว็บไซต์ Youtube ในการเผยแพร่องค์ความรู้ส่วนนี้และประชาสัมพันธ์กิจกรรมเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์

ด้านองค์ความรู้ การศึกษาและการจ้างงาน สมาคมฯ เผยแพร่องค์ความรู้ด้านการบริหารธุรกิจและการเงินบนเว็บไซต์ของสมาคม และมีองค์ความรู้สำหรับธุรกิจร้านหนังสือโดยเฉพาะอย่างครบวงจรตั้งแต่การก่อตั้งกิจการไปจนกระทั่งการส่งต่อกิจการ รวมถึงการให้ความช่วยเหลือในด้านกฎหมายเช่น การเผยแพร่สัญญาตัวอย่างสำหรับผู้ผลิตเนื้อหาและผู้ผลิตสิ่งพิมพ์ การให้ความช่วยเหลือด้านเครือข่ายโดยแนะนำผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องเช่น งานเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ปรึกษาธุรกิจและภาษี เป็นต้น นอกจากนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมบุคลากรในอุตสาหกรรม สมาคมฯ ยังจัดทำองค์ความรู้เพื่อการฝึกอบรม โดยมีหลักสูตรการอบรมโดยเฉพาะและประกาศตำแหน่งงานต่างๆในอุตสาหกรรมด้วย

ในด้านข้อมูลเฉพาะทาง สมาคมฯ จัดทำระบบฐานข้อมูลสำหรับสิ่งพิมพ์ที่มีการจัดเก็บรายละเอียดอย่างน่าสนใจและฐานข้อมูลผู้ประกอบการสิ่งพิมพ์ภาษาเยอรมัน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อมูลสิ่งพิมพ์สำหรับการตลาด			ข้อมูลเฉพาะสิ่งพิมพ์	
Target Group - Audience Text - Reading age - Customer group - Age of Interest - Age rating	Product-Classification - DOC groups - BIC Subject - BISAC Subject - Topic subject - Topic qualifier - product group - tags	Territorial Sales Rights - Exclusivity - Non-exclusivity - None	Title - Main title (title/subtitle) - Product language - Short title - Distribution title (Name/year/type) - Original (sub)/title - Original language - University Thesis	Customs - Custom tariff number - Origin/country of manufacture
Hierarchies & rows - Hierarchies (Via X number) - Rows (Via row Abbreviation)	Illustration - Total no. of images - Illustration text - Illustration details		Publishers - Main publishers - Original Publishers - Reference information for bar assortments and publishing deliveries - Co-publishers - ADB identification	Product Identification - ISBN13 - ISBN-A - GTIN-13 - Digital Object - Order Number
Sub-Products Add-on/bundle - Product Shapes - No. of Parts & Ties - Prices	Warning - Type of warning - Warning text		Price - Retail price - Special price (subscription/ member price, if series, retail prices, volume price, retail price suspension cancellation, VAT rate, VAT splitting bundle products) - Callback information - Subscription price - Product w/o quotation	Authors - Name - Birth and Death - Profession/Affiliation - Type of author (e.g. translator) - Corporate website
Additional Text & Media Data - Reading sample - Author Interview - Main description - Inside Front Cover - Review quote- Inside View - Audio Sample - Preface - Author's picture	- Table of contents - Brief description/annotation - Back Cover - Inside Back Cover - Blurb - Chapter1 - Long description - Author reading	- Register - Cover - Author portrait - Review text - Film excerpt - Publisher logo - Author Interview	Product Form & Scope - No. of Pages - Product content - Height, Width and weight - E-book format and File Size(kB) - DRM art - Running time (mins) E-PUB Ver - Cover Type - Product Shape, Shape Detailed	Edition & Events - Edition no. - Edition type - Edition text - Place of publication - Availability status - Publication country - Publication status - Earliest Announcement date - Release date - Expected date of sale - 1st day of sale

ภาพที่ 86 รายการข้อมูลสิ่งพิมพ์ในฐานข้อมูลสิ่งพิมพ์

ที่มา: ฐานข้อมูล VLB ในเว็บไซต์ของสมาคมฯ

ฐานข้อมูลสิ่งพิมพ์ VLB สมาคมฯ จัดทำระบบฐานข้อมูล VLB สำหรับสิ่งพิมพ์ภาษาเยอรมันโดยปัจจุบันมีจำนวนข้อมูลกว่า 2,500,000 รายการครอบคลุมประเทศเยอรมนีและออสเตรีย ซึ่งจากการที่สำนักพิมพ์และร้านค้าสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลชุดเดียวกันทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงานเช่น การอัปเดตข้อมูลสิ่งพิมพ์ในคลังสำนักพิมพ์รายไตรมาส หรือในกรณีที่สำนักพิมพ์แก้ไขข้อมูลราคาขายปลีกสิ่งพิมพ์ ข้อมูลดังกล่าวจะปรากฏที่ร้านหนังสือในทันที ทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว ลดงานที่ร้านหนังสือต้องติดตามการเปลี่ยนแปลงจากแต่ละสำนักพิมพ์ ลดงานในการเปลี่ยนแปลงข้อมูลและค่าใช้จ่ายในการดูแลระบบในกรณีที่ร้านหนังสือจัดทำระบบฐานข้อมูลเอง พร้อมกันนี้สำนักพิมพ์จะได้ประโยชน์จากการเข้าร่วมฐานข้อมูลในการเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์สิ่งพิมพ์เพิ่มโอกาสให้ร้านหนังสือรู้จักสิ่งพิมพ์มากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ ข้อมูลที่จัดเก็บบนระบบฐานข้อมูล VLB สามารถแบ่งได้หลักๆ เป็น 2 ประเภท คือ ข้อมูลสำหรับการทำการตลาดและข้อมูลของสิ่งพิมพ์โดยเฉพาะ โดยมีรายการจัดเก็บข้อมูลกว่า 100 รายการต่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งข้อมูลสำหรับการตลาดจะระบุถึงกลุ่มเป้าหมายและการจำหน่ายลิขสิทธิ์ ในขณะที่ข้อมูลเฉพาะของสิ่งพิมพ์จะรวมข้อมูลด้านราคาขายปลีกไว้ ซึ่งการที่ผู้จัดพิมพ์แจ้งราคาขายปลีกในระบบฐานข้อมูลถือว่าผู้จัดพิมพ์ได้ปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการให้ผู้จัดพิมพ์ต้องกำหนดและเผยแพร่ราคาขายปลีกแล้ว ทั้งนี้ตัวอย่างรายการข้อมูลเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ที่ถูกจัดเก็บโดยสมาคมฯ ได้แสดงในแผนภาพข้างต้น ซึ่งสมาคมฯ ได้สร้างแรงจูงใจในการให้สำนักพิมพ์ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล โดยลดค่าใช้จ่ายในการใช้บริการฐานข้อมูลเมื่อสำนักพิมพ์กรอกข้อมูลที่จำเป็นตามที่กำหนดไว้ลงในระบบ

การค้นหาค้นหาพร้อมกันด้วยรหัสต่างประเภท

การแสดงผลการค้นหานี้

การแสดงผลภาพการค้นหาค้นหาโดยละเอียด

เช่นหน้าปก ผู้ประพันธ์ สำนักพิมพ์ รหัสสิ่งพิมพ์ ราคา ฯลฯ

ภาพที่ 87 ตัวอย่างการแสดงผลข้อมูลในระบบฐานข้อมูล VLB

ที่มา: ระบบฐานข้อมูล VLB

ในด้านการใช้งานและการแสดงผลของฐานข้อมูลพบว่า เป็นมิตรต่อผู้ใช้งาน กล่าวคือเมื่อต้องการสืบค้นข้อมูล ผู้ใช้งานสามารถสืบค้นได้หลายรูปแบบพร้อมๆ กัน เช่นการสืบค้นจากรหัสสิ่งพิมพ์ที่ต่างชนิดกัน หรือการแสดงผลเบื้องต้นที่จัดเป็นระเบียบ อีกทั้งการแสดงผลในรายละเอียด ที่แสดงข้อมูลอย่างพร้อมใช้งานและสบายตาเสมือนเป็นเว็บไซต์ร้านค้ามากกว่าระบบฐานข้อมูล

ฐานข้อมูลผู้ประกอบการ AdB นอกจากฐานข้อมูลสิ่งพิมพ์แล้ว สมาคมฯ ยังจัดทำระบบฐานข้อมูลผู้ประกอบการซึ่งรวบรวมข้อมูลสำนักพิมพ์ ร้านหนังสือ ผู้จัดส่งและตัวแทนต่างๆ ในเยอรมนี สวิตเซอร์แลนด์และออสเตรีย ทำให้สามารถค้นหาข้อมูลได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ ซึ่งในการค้นหาจะแสดงรายละเอียดข้อมูลเช่นเลข ISBN สำหรับสำนักพิมพ์ แนวธุรกิจ ชื่อเจ้าของหรือผู้บริหาร บริษัทที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

- **สรุปรายละเอียดการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลการพิมพ์ของเยอรมนี**

จากรายละเอียดที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าทั้งภาครัฐและภาคเอกชนของเยอรมนีมีการทำงานเชิงรุกจัดเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ลงลึกในรายละเอียดและแสดงผลอย่างเป็นระบบ รวมถึงมีการแบ่งแยกหน้าที่อย่างชัดเจน โดยภาครัฐเป็นผู้ดูแลข้อมูลในด้านมหภาค ในขณะที่เอกชนเป็นผู้จัดการข้อมูลเฉพาะอุตสาหกรรมรวมถึงองค์ความรู้และฐานข้อมูลต่างๆ ซึ่งโดดเด่นเป็นอย่างยิ่งในเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม

นอกจากนี้ทั้งสองฝ่ายยังมีการประสานงานกันทำให้การพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นไปอย่างมีทิศทางและตอบสนองต่อความต้องการของอุตสาหกรรมอย่างแท้จริง ซึ่งรายละเอียดการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลต่างๆ สามารถสรุปได้ดังแผนภูมิในหน้าต่อไป

		ข้อมูลสถิติ	องค์ความรู้	ข้อมูลสิ่งพิมพ์	บุคลากร/หน่วยงาน
 Federal Ministry for Economic Affairs and Energy	รายการ	- จำนวนบริษัท - ยอดขายโดยภาคส่วนต่างๆ - มูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรม - จำนวนพนักงาน	- ความเคลื่อนไหวอุตสาหกรรมนวัตกรรม digitization บกบาททางมหภาค - ข้อมูลการประกอบธุรกิจ แหล่งเงินทุน แหล่งเรียนรู้	ข้อมูลไอเวนท์ต่างๆ	
	รูปแบบ	 	 		
 The German Publishers & Booksellers Association	รายการ	- ยอดขาย จำนวนผู้ซื้อหนังสือ ร้านหนังสือ หนังสือใหม่ การซื้อและจำหน่ายลิขสิทธิ์ การผลิต E-book - การจ้างงานและฝึกอบรม	- หลักสูตรอบรมและการฝึกงาน - กฎหมาย การบริหารธุรกิจ - คำศัพท์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม - สำรวจพฤติกรรมกรรมการอ่าน	(ระบบฐานข้อมูลสิ่งพิมพ์VLB) - รายการและรหัสหนังสือ สำนักพิมพ์ ราคา จำนวน กลุ่มผู้อ่าน ลิขสิทธิ์ ภาพประกอบ - รายการนิตยสาร	(ระบบฐานข้อมูลผู้ประกอบการ AdB) - ร้านหนังสือ, สำนักพิมพ์และองค์กรต่างๆ - คู่ค้าในงานหนังสือ
	รูปแบบ	  		  	

ภาพที่ 88 รายละเอียดและรูปแบบการจัดเก็บข้อมูลของแต่ละหน่วยงานของประเทศเยอรมนี

ที่มา : เว็บไซต์ฐานข้อมูลของแต่ละหน่วยงานและการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

8.3.2 กรณีศึกษาฐานข้อมูลประเทศเกาหลีใต้

จากการวางแผนนโยบายเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์อย่างเป็นรูปธรรม เกาหลีใต้ได้ให้ความสำคัญกับการรวบรวมข้อมูลและพัฒนาองค์ความรู้ตั้งแต่แผนพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์ฉบับที่ 3 โดยปัจจุบันนอกจากแบบสำรวจพฤติกรรมกรรมการอ่านที่รวบรวมและเผยแพร่โดยกระทรวงวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยวแล้ว ข้อมูลต่างๆ ได้ถูกจัดเก็บและนำเสนอโดย 2 องค์กรหลักๆ คือ 1. KPIPA และ 2. The Korea Publishers Association



Korea Publishing Culture Industry Promotion Agency : KPIPA

หน่วยงานสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์เพื่อรวบรวมข้อมูล พัฒนาศักยภาพบุคคล การผลิตและการกระจายสิ่งพิมพ์ สร้างความต้องการต่อสิ่งพิมพ์ สร้างและพัฒนาสิ่งพิมพ์ อิเล็กทรอนิกส์ และสนับสนุนการขยายตัวไปต่างประเทศ โดยสร้างแพลตฟอร์ม K-book เพื่อแนะนำ สิ่งพิมพ์ สำนักพิมพ์และเจ้าของผลงาน รวมทั้งให้ข้อมูลอุตสาหกรรมเกาหลีให้แก่ชาวต่างชาติ

เว็บไซต์ของหน่วยงาน: <https://www.kpipa.or.kr>



The Korean Publishers Association

ก่อตั้งขึ้นในพ.ศ. 2490 สมาคมผู้จัดพิมพ์แห่งเกาหลีใต้ปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกกว่า 700 องค์กร โดยมีกิจกรรมในการส่งเสริมการอ่าน รวบรวมหนังสือที่จัดพิมพ์ใหม่ จัด Seoul International Book Fair และเข้าร่วมงานหนังสือในต่างประเทศ เป็นศูนย์กลางจัดการลิขสิทธิ์และรวบรวมข้อมูล เกี่ยวกับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งพิมพ์

เว็บไซต์ของหน่วยงาน: <http://kpa21.or.kr>

ภาพที่ 89 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลสิ่งพิมพ์ของเกาหลีใต้

ที่มา: เว็บไซต์ของแต่ละหน่วยงาน

อย่างไรก็ดีข้อมูลที่จัดเก็บและแสดงมีลักษณะที่แตกต่างกันโดย KPIPA จัดเก็บข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ อุตสาหกรรมในขณะที่ The Korean Publishers Association การจัดเก็บข้อมูลของสิ่งพิมพ์โดยเฉพาะ โดยมี รายละเอียด ดังนี้



ภาพที่ 90 เว็บไซต์ KPIPA และโครงสร้างฐานข้อมูล

ที่มา: เว็บไซต์ KPIPA, k-book

● การจัดเก็บข้อมูล โดย KPIPA

KPIPA ในฐานะหน่วยงานสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ มีการรวบรวมข้อมูลในหลายมิติเช่น ข้อมูลด้านสถิติ องค์ความรู้และข้อมูลหน่วยงานองค์กรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ต่างๆ โดยนำเสนอในช่องทางที่แตกต่างกันตามแต่ละกลุ่มเป้าหมาย เช่นการนำเสนอข้อมูลเพื่อการบริหารงานและประกอบธุรกิจสำหรับประชาชนเกาหลีใต้ผ่านเว็บไซต์ KPIPA (<https://www.kpipa.or.kr>) ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การสนับสนุนต่างๆเพื่อการจัดพิมพ์ การส่งออกสิ่งพิมพ์ กิจกรรมส่งเสริมการอ่าน และการนำเสนอข้อมูลสู่ต่างประเทศผ่านเว็บไซต์ K-book (<http://www.k-book.or.kr>) ซึ่งมีกิจกรรมหลักคือการแนะนำสิ่งพิมพ์ สำนักพิมพ์ เจ้าของผลงานและตัวแทนต่างๆ ให้แก่ชาวต่างชาติ โดยในเว็บไซต์มีการจัดทำนิตยสารรายเดือน K-Book trends แยกต่างหากเพื่อนำเสนอความเคลื่อนไหวล่าสุดและบทวิเคราะห์ทั้งด้านแนวโน้มอุตสาหกรรมและนโยบายที่เกี่ยวข้อง

สำหรับข้อมูลสำหรับประชาชนเกาหลีใต้ KPIPA มีการจัดพิมพ์บทวิเคราะห์อุตสาหกรรมประจำปีซึ่งครอบคลุมสถิติต่างๆของอุตสาหกรรมในประเทศ บทวิสัยนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมการพิมพ์ในและต่างประเทศ การจัดทำองค์ความรู้ด้านการบริหารและการผลิตสิ่งพิมพ์เสียง ตลอดจนถึงหลักสูตรการฝึกอบรมและการแนะนำสิ่งพิมพ์ต่างๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

The screenshot displays the KPIPA (Korea Copyright Commission) website. At the top, there are social media links for Twitter, Facebook, and Instagram, along with a login button and a SITEMAP. The main navigation bar includes links for 'promotion agency', 'Publishing Industry', 'Publication export', 'Reading culture support', 'Information and', 'Disclosure', and 'About the Promotion'. Below this, there are three main sections: 'research report', 'Questions and Answers by Field', and 'Training and inquiry'. The 'research report' section lists various reports with their titles and dates. The 'Questions and Answers by Field' section features a 'Publishing Consulting' icon and a grid of icons representing different publishing-related services. The 'Training and inquiry' section includes a 'training schedule' table and a 'training guide' link.

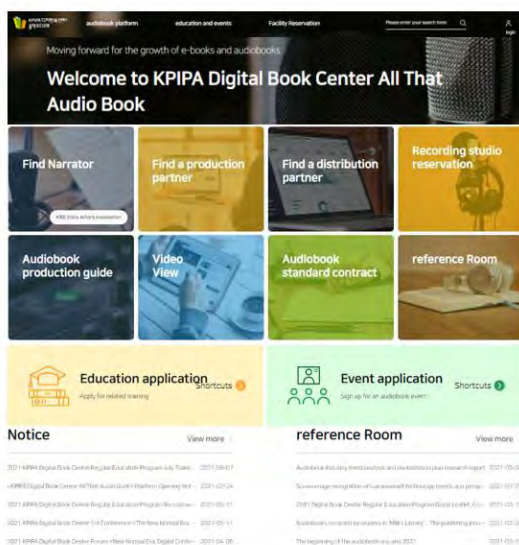
การเผยแพร่ผลวิจัยอุตสาหกรรม
และนโยบายทั้งในและต่างประเทศ

การให้คำแนะนำด้านต่างๆ
ในการประกอบธุรกิจสิ่งพิมพ์
ภาพที่ 91 การนำเสนอข้อมูลโดย KPIPA
ที่มา: เว็บไซต์ KPIPA

การให้บริการอบรม
บุคลากรในอุตสาหกรรม

ข้อมูลสถิติ ในรายงานอุตสาหกรรมประจำปี KPIPA มีการนำเสนอข้อมูลเป็นระยะเวลาอย่างน้อยประมาณ 5 ปีสำหรับหัวข้อต่างๆเช่น ดัชนีการจัดพิมพ์ การขายและการซื้อสิ่งพิมพ์ออฟไลน์และออนไลน์ ค่าใช้จ่ายครัวเรือนในการซื้อสิ่งพิมพ์ การนำเข้าและส่งออกสิ่งพิมพ์ การกระจายสิ่งพิมพ์ จำนวนบุคลากรในอุตสาหกรรม ผลประกอบการของสำนักพิมพ์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ จำนวนร้านหนังสือ ซึ่งการรวบรวมข้อมูลดังกล่าวเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการวิเคราะห์และการวางนโยบายเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรม

ข้อมูลองค์ความรู้ KPIPA เผยแพร่องค์ความรู้สำหรับการประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมไว้อย่างครอบคลุมและสะดวกต่อการเข้าถึง ซึ่งเนื้อหาดังกล่าวครอบคลุมตั้งแต่การก่อตั้งธุรกิจ การผลิต การตลาด การส่งออกและงานสนับสนุนอื่นๆ เช่นร่างสัญญามาตรฐานสำหรับผู้มีบทบาทต่างๆ นอกจากนี้ยังพบว่า KPIPA ดำเนินงานในเชิงรุกเพื่อเผยแพร่และสร้างผู้ประกอบการในธุรกิจที่ประเมินว่าจะเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมในอนาคต เช่น สิ่งพิมพ์เสียง ซึ่ง KPIPA ได้จัดทำเว็บไซต์โดยเฉพาะเพื่อการเผยแพร่เนื้อหาไว้อย่างน่าสนใจ (<https://www.kaudiobook.or.kr>)



การผลิต audio book ตั้งแต่การแนะนำผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
ความรู้ในการผลิต การให้บริการสถานที่ สัญญาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง



การให้คำแนะนำลักษณะ audio book และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

การให้คำแนะนำขั้นตอนในการผลิต audio book โดยละเอียด

ภาพที่ 92 การเผยแพร่องค์ความรู้ในการผลิตสิ่งพิมพ์เสียง
ที่มา: เว็บไซต์ Kaudiobook

เพื่อส่งเสริมการผลิตสิ่งพิมพ์เสียง KPIPA ดำเนินกิจกรรมหลักๆ 3 กิจกรรมดังนี้ 1) แนะนำผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตสิ่งพิมพ์เสียง เช่น ผู้บรรยาย ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย 2) เผยแพร่องค์ความรู้ในการผลิต ร่างสัญญามาตรฐานและบทวิจัยอุตสาหกรรมรวมถึงปัจจัยความสำเร็จในการผลิตสิ่งพิมพ์เสียง และ 3) การให้บริการสถานที่ในการผลิต

1. แนะนำผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิต KPIPA แนะนำนักพากย์ในสาขาต่างๆรวมทั้งลิงค์ไปยัง KBS Voice Actors Association ซึ่งนักพากย์ในสมาคมดังกล่าวคือผู้ที่ทำงานหรือเคยทำงานกับ KBS ซึ่งเป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในกิจการกระจายเสียงเกาหลีใต้ และเนื่องจากในการเข้าทำงานกับ KBS จะต้องผ่านการทดสอบและคัดเลือก จึงกล่าวได้ว่านักพากย์ในสมาคมเป็นผู้ที่มีความสามารถในการพากย์ การแนะนำบุคลากรกลุ่มนี้ในการผลิตสิ่งพิมพ์เสียงจึงประเมินได้ว่า KPIPA มีเจตนารมณ์ที่จะผลักดันให้สิ่งพิมพ์เสียงเป็นที่พึงพอใจและได้รับความนิยมจากตลาด

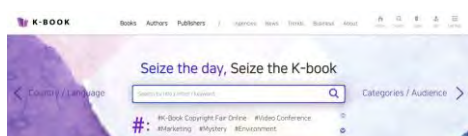
ในการแนะนำผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ KPIPA นำเสนอบริษัทและเว็บไซต์พร้อมลักษณะการทำงานและผู้ติดต่อ อำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการธุรกิจให้สามารถหาแหล่งผลิตและกระจายสินค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

2. **เผยแพร่องค์ความรู้** KPIPA เผยแพร่องค์ความรู้ในการผลิตสิ่งพิมพ์เสียงอย่างครบวงจร ตั้งแต่ลักษณะต่างๆของสิ่งพิมพ์เสียงตลอดจนค่าใช้จ่ายและกระบวนการในการผลิต ซึ่งมีการนำเสนออย่างครบถ้วนและเป็นขั้นตอน โดยสรุปกระบวนการเป็น flow chart ในขั้นต้นแล้วจึงกล่าวถึงรายละเอียดเป็นลำดับขั้น ทำให้สามารถเห็นภาพการทำงานอย่างชัดเจนและเข้าใจได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ KPIPA ยังเผยแพร่บทวิจัยทั้งในและต่างประเทศเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์เสียง ทำให้สามารถเข้าใจสถานการณ์รอบด้านและเผยแพร่ร่างสัญญามาตรฐานเพื่อเป็นแหล่งอ้างอิงสำหรับผู้ประกอบการอีกด้วย
3. **ให้บริการสถานที่** จากต้นทุนในการผลิตสิ่งพิมพ์เสียงที่ KPIPA ประเมินว่าค่อนข้างสูงต่อสำนักพิมพ์ขนาดกลางและขนาดเล็ก KPIPA จึงสนับสนุนการลดค่าใช้จ่ายโดยจัดเตรียมสถานที่และอุปกรณ์ที่สำนักงาน เพื่อให้การผลิตสิ่งพิมพ์เสียงเป็นไปอย่างราบรื่นยิ่งขึ้น

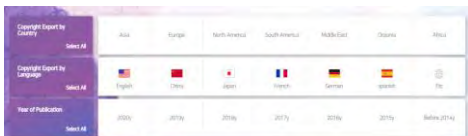
จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า KPIPA ดำเนินการสนับสนุนการผลิตสิ่งพิมพ์เสียงอย่างเป็นรูปธรรมและครอบคลุมทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรายละเอียดทั้งหมดอยู่ในเว็บไซต์เดียวในลักษณะ One-stop-service เอื้อต่อผู้ประกอบการในการเข้าถึงและเข้าใจธุรกิจไปจนการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างดี

ข้อมูลสิ่งพิมพ์ เพื่อเป็นการส่งเสริมการอ่านในประเทศ KPIPA นำเสนอข้อมูลสิ่งพิมพ์ที่ได้รับการแนะนำผ่านทางเว็บไซต์ ReadingIN (<https://www.readin.or.kr>) โดยแบ่งการนำเสนอตามช่วงอายุ เช่นหนังสือสำหรับวัยรุ่น หนังสือสำหรับผู้สูงอายุเกิน 60 ปีขึ้นไป หรือกลุ่มผู้แนะนำ เช่น หนังสือที่ได้รับการแนะนำจากห้องสมุด โดยข้อมูลที่แนะนำจะประกอบไปด้วยภาพปก กลุ่มเนื้อหา ผู้ประพันธ์ ผู้จัดพิมพ์ จำนวนหน้า ราคารหัส ISBN คำนำและเนื้อหาโดยสังเขป

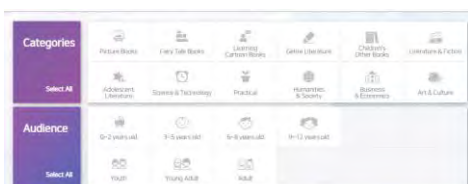
บุคลากร/หน่วยงาน มีการนำเสนอข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ K-Book เพื่อนำเสนอต่อต่างประเทศโดยเฉพาะซึ่งลักษณะข้อมูลเป็นไปเพื่อการแนะนำสิ่งพิมพ์สู่ชาวต่างชาติ โดยมีรายละเอียดต่างๆ ดังนี้



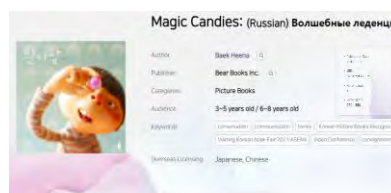
บริการค้นหาโดยใช้ keyword รวมถึงการแสดงผลเนื้อหาโดยแบ่งเป็นสิ่งพิมพ์ ผู้ประพันธ์ สำนักพิมพ์และตัวแทนต่างๆเช่นด้านการแปลและด้านลิขสิทธิ์



บริการค้นหาสิ่งพิมพ์ที่ขายลิขสิทธิ์ไปโดยประเทศที่จัดพิมพ์ ภาษาและปีที่จัดพิมพ์



บริการค้นหาสิ่งพิมพ์โดยแบ่งตามประเภทของเนื้อหาและกลุ่มผู้อ่าน



รายละเอียดข้อมูล

- รูปหน้าปก
- ชื่อสิ่งพิมพ์
- ผู้ประพันธ์
- สำนักพิมพ์
- กลุ่มเป้าหมาย
- keyword
- การขายลิขสิทธิ์และที่ติดต่อ

- ข้อมูลโดยสังเขป

- แนะนำสิ่งพิมพ์ (ภาษาอังกฤษ, ภาษารัสเซีย)
- รางวัลที่ได้รับ

- ข้อมูลผู้ประพันธ์หรือรูปภาพ

- รีวิวและคำโฆษณา

*สำหรับหนังสือในภาษาอื่นตามรางวัลที่ได้รับจากประเทศอื่นๆ

ภาพที่ 93 ฐานข้อมูล 'K-Book' ของ KPIPA

ที่มา: K-Book ภายใต้การดำเนินการของ KPIPA

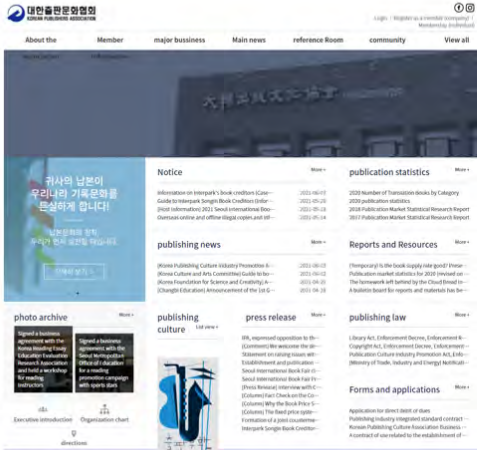
เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงสิ่งพิมพ์เกาหลีใต้ได้สะดวกรวดเร็ว เว็บไซต์ K-book มีการจัดวางให้สามารถสืบค้นได้หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการสืบค้นโดยใช้ keyword การสืบค้นจากหมวดหมู่การทำงาน เช่น สิ่งพิมพ์ ผู้ประพันธ์ สำนักพิมพ์ และตัวแทนจัดจำหน่าย การสืบค้นจากประเทศที่ซื้อลิขสิทธิ์และจัดพิมพ์ ภาษาที่ใช้ในการพิมพ์ และปีที่จัดพิมพ์ หรือการค้นหาสิ่งพิมพ์โดยแบ่งตามประเภทของเนื้อหาและกลุ่มผู้อ่าน ซึ่งจะเห็นได้ว่าบริการสืบค้นข้อมูลเหล่านี้อำนวยความสะดวกต่อการเข้าถึงสิ่งพิมพ์เกาหลีใต้เป็นอย่างมาก

ในด้านรายละเอียดของข้อมูลจะพบว่ามีคำแนะนำข้อมูลสิ่งพิมพ์ที่น่าสนใจ จัดเป็นหมวดหมู่ และการนำเสนอเป็นมิตรกับผู้ใช้ โดยข้อมูลสิ่งพิมพ์ประกอบไปด้วย รูปภาพหน้าปก ชื่อสิ่งพิมพ์ ผู้ประพันธ์ สำนักพิมพ์ กลุ่มเนื้อหา กลุ่มเป้าหมาย keyword ข้อมูลการขายและสถานที่ติดต่อเพื่อจัดซื้อลิขสิทธิ์ ข้อมูลโดยสังเขปของสิ่งพิมพ์ คำแนะนำสิ่งพิมพ์และรางวัลที่ได้รับ รวมถึงการแสดงความเห็นโดยผู้ใช้อื่นๆ และคำโปรยสำหรับโฆษณาสิ่งพิมพ์ ซึ่งรายละเอียดเหล่านี้เพียงพอสำหรับการพิจารณาเบื้องต้นในการติดต่อสำนักพิมพ์เพื่อซื้อลิขสิทธิ์ โดยในตัวอย่างตามแผนภาพ คำแนะนำสิ่งพิมพ์ได้รับการจัดทำเป็นภาษาอังกฤษและภาษารัสเซีย เนื่องจากสิ่งพิมพ์ดังกล่าวเคยได้รับรางวัลจากรัสเซียอีกด้วย

สำหรับรายละเอียดผู้ประพันธ์ มีการแนะนำผู้ประพันธ์พร้อมรูปถ่าย ผลงานในอดีตและแนวของผลงาน ทำให้ผู้สนใจสามารถสืบค้นผลงานอื่นๆอันเป็นการเพิ่มโอกาสให้สิ่งพิมพ์ของผู้ประพันธ์นั้นๆได้รับการรู้จักมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้เพื่อนำเสนอความเคลื่อนไหวในอุตสาหกรรม KPIPA ยังจัดทำนิตยสารรายเดือน K-Book Trends ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการแนะนำสิ่งพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายสูง การแนะนำผู้ประพันธ์ การวิเคราะห์นโยบายเกี่ยวกับอุตสาหกรรมและการศึกษาที่น่าสนใจในอุตสาหกรรม ซึ่งการจัดทำนิตยสารดังกล่าวเป็นการเพิ่มโอกาสให้เนื้อหาที่ KPIPA ต้องการผลักดันเข้าสู่การรับรู้ของผู้ชมเว็บไซต์ได้ดียิ่งขึ้น

จะเห็นว่า KPIPA รวบรวม วิเคราะห์และเผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมมาอย่างต่อเนื่อง เป็นระบบและลงลึกในรายละเอียด ทว่ายังมีได้กล่าวถึงข้อมูลสิ่งพิมพ์ในลักษณะฐานข้อมูล ซึ่งรายละเอียดส่วนนี้จะเป็นขอบเขตงานของสมาคมผู้จัดพิมพ์แห่งเกาหลีใต้ ดังที่จะกล่าวถึงในลำดับถัดไป

ตัวอย่างหน้า website



Database Structure

1. **สิ่งพิมพ์**
 - สถิติสิ่งพิมพ์ใหม่
 - แนะนำสิ่งพิมพ์ใหม่
2. **ผลการศึกษา**
 - ผลการศึกษาเกี่ยวกับตลาดสิ่งพิมพ์
 - ผลการศึกษาเกี่ยวกับลิขสิทธิ์
3. **กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง**
4. **อาชีพ**
 - ประกาศตำแหน่งงานในอุตสาหกรรม
5. **บุคลากร/หน่วยงาน**
 - รายนามสมาชิกสมาคมและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

ภาพที่ 94 เว็บไซต์ Korean Publishers Association และโครงสร้างฐานข้อมูล

ที่มา: เว็บไซต์ Korean Publishers Association

● การจัดเก็บข้อมูล โดย The Korean Publishers Association

สมาคมผู้จัดพิมพ์แห่งเกาหลีใต้ก่อตั้งขึ้นในพ.ศ. 2490 และปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกกว่า 700 องค์การ โดยมีกิจกรรมในการส่งเสริมการอ่าน รวบรวมหนังสือที่จัดพิมพ์ใหม่ จัด Seoul International Book Fair เข้าร่วมงานหนังสือในต่างประเทศ และเป็นศูนย์กลางจัดการลิขสิทธิ์และรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งพิมพ์ โดยมีการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม ผ่านทางเว็บไซต์ <http://kpa21.or.kr>

ฐานข้อมูลของสมาคม ประกอบไปด้วยข้อมูลด้านสถิติและการเผยแพร่รายการสิ่งพิมพ์ใหม่ประจำปีเดือนเป็นหลักและองค์ความรู้ที่เป็นผลการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าต่างๆในอุตสาหกรรม ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



대한출판문화협회
KOREAN PUBLISHERS ASSOCIATION

로그인 | 회원가입(기업) | 회원가입(개인)

협회소개 | 회원안내 | 주요사업 | 주요소식 | 자료실 | 커뮤니티 | 전체보기

publication statistics
Publishing industry statistics

2021년 03월의 신간

number	title	author	date	category
1001	2021 Korean Market Statistical Research Report (May '21, 2020 edition)	Statistics Korea	2021-02-28	Statistics
1002	2021 Korean Market Statistical Research Report (May '21, 2020 edition)	Statistics Korea	2021-02-28	Statistics

Publishing job listings

number	title	author	date	category
110	Other Book Publishing: Jobs for Planning Editor	CompuLink	2021-04-28	110
111	Watson Books is hiring a children's book editor	Watson Books	2021-04-22	111
112	Changhe Co., Ltd. is looking for employees in the editing, book design, and accounting departments.	Changhe Co., Ltd.	2021-04-28	112
113	The National Library is looking for talents to work with children's publishing, sales/marketing & book S/S	National Library	2021-02-28	113

การเผยแพร่สถิติสิ่งพิมพ์และตัวอย่างข้อมูลสิ่งพิมพ์ใหม่รายเดือน

การประกาศตำแหน่งงานในอุตสาหกรรม

Reports and Resources
Research reports and materials related to the publishing industry and reading culture

2021-04-28

number	title	author	date	category
1001	Competition law study to promote the target status of publishers	Competition Law Study	2021-04-28	1001
1002	Competition law study to promote the target status of publishers	Competition Law Study	2021-04-28	1002

Member company search

A total of 706 companies (as of April 2021)

publisher	home page	representative	registration date	member since
Royal Food Research Institute	www.royal.co.kr	Han Bok-yeon	1990-08-24	1999-07-07
Korea Nursing Association	www.koreanurse.or.kr	Shin Shin-Rim	1962-07-13	1962-07-13
Duramus Seowon	www.duramus.com	Lee Hyung-gi	1988-08-06	1996-07-25
Seoul National University Publishing & Cultural Center	www.snupress.com	Oh Sejeong	2002-10-09	1978-05-23

การเผยแพร่ผลการศึกษา
และตัวอย่างผลการศึกษาด้านผลประกอบการ

รายนามสมาชิกสมาคมและผู้เกี่ยวข้อง

ภาพที่ 95 การนำเสนอข้อมูลโดย Korean Publishers Association

ที่มา: เว็บไซต์ Korean Publishers Association

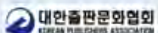
ด้านสถิติ สมาคมนำเสนอสถิติเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์เช่น จำนวนและมูลค่าสิ่งพิมพ์ จำนวนสิ่งพิมพ์ที่ได้รับการแปลข้อมูลโดยเฉลี่ยของจำนวนสิ่งพิมพ์ต่อการจัดพิมพ์หนึ่งครั้ง ราคาที่จัดพิมพ์และจำนวนหน้า โดยแบ่งตามกลุ่มเนื้อหาของสิ่งพิมพ์

องค์ความรู้ สมาคมผู้จัดพิมพ์เกาหลีได้จัดพิมพ์รายงานประจำปีโดยกล่าวถึงผลประกอบการของหน่วยต่างๆ ในห่วงโซ่มูลค่าซึ่งข้อมูลมีระยะเวลาประมาณ 3-5 ปีและมีการนำเสนอในรูปแบบกราฟ ทำให้เข้าใจง่าย มีการนำเสนอความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมทั้งในและต่างประเทศรวมถึงกฎหมายในเชิงปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม

ข้อมูลสิ่งพิมพ์และบุคลากร สมาคมเผยแพร่ข้อมูลสิ่งพิมพ์ใหม่รายเดือนออกสู่สาธารณะโดยมีรายละเอียดรวมถึงราคาจำหน่าย เนื่องจากเกาหลีใต้เป็นอีกหนึ่งประเทศที่ใช้ระบบราคาขายปลีกคงที่ การเผยแพร่ราคาขายปลีกโดยสมาคมจึงเป็นแหล่งอ้างอิงสำหรับร้านค้าได้อย่างดี ในด้านหน่วยงานและบุคลากร สมาคมผู้จัดพิมพ์ฯ เผยแพร่ข้อมูลสมาชิกที่อยู่ในสมาคมในลักษณะฐานข้อมูลรวมทั้งประกาศตำแหน่งงานต่างๆในอุตสาหกรรมด้วย

- **สรุปรายละเอียดการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลการพิมพ์ของเกาหลีใต้**

ประเทศเกาหลีใต้เป็นกรณีศึกษาที่ชัดเจนในด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างก้าวกระโดด โดยมีปัจจัยมาจากการขับเคลื่อนจากภาครัฐเป็นหลัก เริ่มตั้งแต่การตระหนักถึงปัญหาไปจนกระทั่งการสร้างวิสัยทัศน์และการวางแผนอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งจะเห็นได้ว่าแต่เดิมเกาหลีใต้เป็นหนึ่งในประเทศที่มีข้อมูลอุตสาหกรรมไม่เพียงพอ ทว่าด้วยการผลักดันจากภาครัฐเริ่มตั้งแต่พ.ศ. 2555 ที่มุ่งเน้นในเรื่องการเก็บสถิติและการวิจัย จะเห็นได้ว่าปัจจุบันเกาหลีใต้มีการรวบรวมข้อมูลอย่างละเอียดและครอบคลุมการพัฒนาอุตสาหกรรม รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลที่มีการแบ่งแยกชัดเจนตามความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสามารถสรุปการรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลได้ดังนี้

		ข้อมูลสถิติ	องค์ความรู้	ข้อมูลสิ่งพิมพ์	บุคลากร/หน่วยงาน
 KPIPA	รายการ	- ดัชนีการจัดพิมพ์ การขายและการซื้อสิ่งพิมพ์ - จำนวนสำนักพิมพ์ ร้านหนังสือ การนำเข้าและส่งออกสิ่งพิมพ์ - จำนวนบุคลากรในอุตสาหกรรม	- แนวโน้มอุตสาหกรรมและร้านหนังสือออนไลน์ - การใช้จ่ายในการซื้อหนังสือของครัวเรือน - การผลิต audio book	- สิ่งพิมพ์แนะนำตามช่วงวัยของกลุ่มเป้าหมาย K-BOOK - สิ่งพิมพ์แนะนำจากผู้ประพันธ์และสำนักพิมพ์เกาหลี	K-BOOK - นักประพันธ์พร้อมประวัติโดยสังเขป - สำนักพิมพ์แนะนำพร้อมเนื้อหาลักษณะสิ่งพิมพ์
	รูปแบบ	 PDF	 PDF	 HTML	 HTML
 The Korean Publishers Association	รายการ	- จำนวน มูลค่า ข้อมูลโดยเฉลี่ยของจำนวนที่จัดพิมพ์ ราคาและจำนวนหน้าแบ่งตามประเภทสิ่งพิมพ์ - จำนวนหนังสือที่ได้รับการแปล	- ความเคลื่อนไหวอุตสาหกรรมในและต่างประเทศ - ผลประกอบการของหน่วยต่างๆใน value chain - กฎหมายเกี่ยวกับอุตสาหกรรม	ข้อมูลสิ่งพิมพ์ใหม่รายเดือน (ชื่อสิ่งพิมพ์ ผู้เรียบเรียง ขนาด ราคา รหัส ISBN)	สำนักพิมพ์และองค์กรต่างๆที่เป็นสมาชิก
	รูปแบบ	 XLSX	 PDF  HTML	 PDF	 HTML

ภาพที่ 96 รายละเอียดและรูปแบบการจัดเก็บข้อมูลของแต่ละหน่วยงานของประเทศเกาหลีใต้

ที่มา : เว็บไซต์ฐานข้อมูลของแต่ละหน่วยงานและการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

8.3.3 สรุปเปรียบเทียบฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของแต่ละประเทศ

จากข้อมูลที่ได้นำเสนอไปข้างต้น การนำเสนอการรวบรวมและนำเสนอข้อมูลโดยกรณีศึกษาต้นแบบจากต่างประเทศ ทั้ง 2 ประเทศ คือ เยอรมนี และเกาหลีใต้ ในลำดับต่อไปนี้จะเป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูล โดยจะแบ่งออกเป็น การวิเคราะห์เชิงรายละเอียดของข้อมูล ว่ามีข้อมูลใดที่ถูกจัดเก็บและนำเสนอบนฐานข้อมูล และการวิเคราะห์วิธีการนำเสนอข้อมูลของแต่ละประเทศ โดยมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

รายละเอียด		 เยอรมนี	 เกาหลีใต้
 รายละเอียดข้อมูล	ภาพรวม	- มีการเก็บข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ - มีระบบจัดเก็บข้อมูลสิ่งพิมพ์อย่างละเอียดและระบบการส่งหนังสือสำหรับร้านค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ	- มีการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบเชื่อมโยงกับแผนการทำงานของภาครัฐ - มีการแบ่งข้อมูลสำหรับกลุ่มเป้าหมายในและต่างประเทศอย่างชัดเจน
	สถิติ	มีข้อมูลครอบคลุมหลากหลายด้านและจัดทำเป็นระยะเวลานานเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวในอุตสาหกรรม	- มีการวิจัยและสำรวจข้อมูลที่หลากหลาย - มีการประเมินอุตสาหกรรมผ่านการวิเคราะห์ผลกระทบของการของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรม
	องค์ความรู้	- มีองค์ความรู้รอบด้านทั้งสำหรับการเริ่มต้นและการบริหารธุรกิจสิ่งพิมพ์ - มีการรวบรวมข้อมูลตลาดทั้งในและต่างประเทศ	- มีองค์ความรู้รอบด้านทั้งการผลิตและการซื้อสิ่งพิมพ์ในประเทศและต่างประเทศในรายเดือน - มีองค์ความรู้ธุรกิจสำนักพิมพ์อย่างครบถ้วน
	ข้อมูลสิ่งพิมพ์	- มีข้อมูลอีเวนท์หลากหลายเพื่อประชาสัมพันธ์ - มีระบบจัดเก็บข้อมูลสิ่งพิมพ์ที่โดดเด่นและละเอียด	- มีข้อมูลสิ่งพิมพ์ใหม่รายเดือนและแนะนำสิ่งพิมพ์ตามกลุ่มเป้าหมาย - มีการแนะนำสิ่งพิมพ์แก่ผู้สนใจต่างประเทศ
	บุคลากร/หน่วยงาน	- มีฐานข้อมูลสำนักพิมพ์และร้านหนังสือที่หลากหลาย - มีระบบสืบค้นข้อมูลผู้ออกงานพร้อมด้วยข้อมูลสิ่งพิมพ์	- มีข้อมูลสำนักพิมพ์และการแนะนำสำนักพิมพ์พร้อมข้อมูลสิ่งพิมพ์สำหรับผู้สนใจต่างประเทศ - มีการแนะนำผู้ประพันธ์พร้อมประวัติโดยสังเขปแก่ผู้สนใจต่างประเทศ
 การนำเสนอข้อมูล		- นำเสนอข้อมูลที่เข้าใจง่ายและครอบคลุมสำหรับการเข้าใจอุตสาหกรรม - การนำเสนอข้อมูลสถิติระดับเมืองทำให้เห็นภาพของประเทศ - การนำเสนอข้อมูลที่ทำให้การสืบค้นเป็นลำดับขั้นทำได้โดยง่ายและเชื่อมต่อไปถึงสิ่งพิมพ์ที่สามารถซื้อได้ทางเว็บไซต์	- เว็บไซต์ของหน่วยงานมีการจัดแสดงอย่างเป็นระบบและสะดวกต่อการเข้าถึง - จัดแบ่งข้อมูลสำหรับต่างประเทศและในประเทศอย่างชัดเจน - มีข้อมูลการวิเคราะห์ตลาดรายปีและมีการเปรียบเทียบข้อมูลรายเดือน

ภาพที่ 97 สรุปวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลอุตสาหกรรมการพิมพ์ของเยอรมนีและเกาหลีใต้

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรึกษา

ในภาพรวมเยอรมนีและเกาหลีใต้มีการจัดเก็บข้อมูลในรายละเอียดอย่างเป็นระบบโดยเฉพาะข้อมูลสิ่งพิมพ์ ในเยอรมนีและข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์อุตสาหกรรมในเกาหลีใต้ โดยแยกออกเป็นการเปรียบเทียบเป็น 2 ด้าน ประกอบด้วย **ด้านรายละเอียดข้อมูล** และ **ด้านรูปแบบการนำเสนอ** ดังนี้

ด้านรายละเอียดข้อมูล พบว่า ในข้อมูลเชิงสถิติ ทั้งเยอรมนีและเกาหลีใต้มีการจัดเก็บข้อมูลอย่างหลากหลายและเป็นระยะเวลาต่อเนื่องยาวนานเพียงพอที่จะใช้ในการวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรม ทั้งนี้ เกาหลีใต้มีการจัดเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลประกอบการรายงานต่างๆ ในอุตสาหกรรมทำให้เห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ส่วนข้อมูลองค์ความรู้ ทั้งเยอรมนีและเกาหลีใต้มีการวิเคราะห์ตลาดทั้งในและต่างประเทศเพื่อเป็นความรู้แก่อุตสาหกรรมรวมถึงคำแนะนำในการดำเนินกิจการซึ่งเยอรมนีจะเน้นไปทางธุรกิจร้านขายหนังสือ ในขณะที่ เกาหลีใต้จะเน้นไปทางสำนักพิมพ์ ข้อมูลสิ่งพิมพ์ของเยอรมนีมีความโดดเด่นในการสร้างฐานข้อมูลอย่างละเอียดสำหรับสิ่งพิมพ์โดยมีการเก็บข้อมูลรวม 100 รายการต่อสิ่งพิมพ์และฐานข้อมูลสิ่งพิมพ์ภาษาเยอรมันที่เชื่อมต่อกับประเทศสวิตเซอร์แลนด์และออสเตรีย ในขณะที่เกาหลีใต้โดดเด่นในด้านข้อมูลสิ่งพิมพ์สำหรับการส่งออกสู่ต่างประเทศ โดยมีการแนะนำรางวัลต่างๆที่เคยได้รับและภาษาที่ได้รับการแปลแล้วในต่างประเทศ นอกจากนี้ทั้งสองประเทศยังได้จัดทำเว็บไซต์รวบรวมและนำเสนอสิ่งพิมพ์แนะนำตามกลุ่มเป้าหมายเพื่อกระตุ้นการอ่านในประเทศอีกด้วย ด้านข้อมูลบุคลากร/หน่วยงาน ทั้งเยอรมนีและเกาหลีใต้มีฐานข้อมูลสำนักพิมพ์และผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเยอรมนีจัดทำระบบสืบค้นข้อมูลผู้ออกงานซื้อขายสิ่งพิมพ์โดยแบ่งตามกลุ่มเนื้อหาของสิ่งพิมพ์ในขณะที่เกาหลีใต้มีการเก็บข้อมูลและแนะนำผู้ประพันธ์ สำนักพิมพ์และตัวแทนต่างๆ บนเว็บไซต์

ด้านการนำเสนอข้อมูล พบว่าเยอรมนีและเกาหลีใต้มีการนำเสนอข้อมูลที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เยอรมนีจะมีการนำเสนอข้อมูลในลักษณะการให้ข้อเท็จจริงเป็นลำดับขั้น สืบค้นได้ง่ายและมีการจัดหน้าจอแสดงผลอย่างเป็นสัดส่วน ในขณะที่เกาหลีใต้โดยเฉพาะบนแพลตฟอร์มเพื่อชาวต่างชาติ มีการนำเสนอข้อมูลในเชิงแนะนำ สามารถเข้าถึงได้ง่ายผ่านการค้นหาหลากหลายวิธีและจัดหน้าจอแสดงผลโดยคัดเลือกเนื้อหาสำคัญต่อการส่งออกสิ่งพิมพ์เช่น ข้อมูลด้านลิขสิทธิ์และค่านำสิ่งพิมพ์ในภาษาต่างๆ นอกจากนี้เกาหลีใต้ยังมีข้อเด่นด้านความถี่ในการนำเสนอโดยการเผยแพร่องค์ความรู้เป็นรายเดือนทันต่อความเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม

จากกรณีศึกษา 2 ประเทศด้านฐานข้อมูลพบว่า ทั้งสองประเทศต่างมีการรวบรวมข้อมูลอย่างละเอียดต่อเนื่องและเป็นระบบซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้วางนโยบายสามารถเข้าใจถึงสถานการณ์อุตสาหกรรมอย่างแท้จริง ทำให้สามารถวางนโยบายที่ตอบสนองต่อความต้องการของอุตสาหกรรม ทั้งนี้เกาหลีใต้เป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจอย่างยิ่งในการพัฒนาองค์ความรู้อย่างก้าวกระโดดและการให้ข้อมูลที่เอื้อต่อการปฏิบัติ จะเห็นได้จากการที่เริ่มรวบรวมข้อมูลเพียงระยะเวลา 10 ปีสามารถทำให้เกาหลีใต้ในปัจจุบันมีข้อมูลที่เพียงพอต่อการศึกษา และการเผยแพร่ข้อมูลพร้อมสนับสนุนการผลิตสิ่งพิมพ์เสียงบนการคาดการณ์ว่าสิ่งพิมพ์เสียงจะเป็นเครื่องจักรตัวใหม่ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในอนาคต

ในการนี้สามารถสรุปได้ว่า ประเทศไทยสามารถพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ให้ก้าวสู่การรับรู้ของตลาดโลกได้เช่นกัน ถ้ามีการวางเป้าหมาย นโยบายที่ชัดเจนและการปฏิบัติงานที่จริงจังดังที่เกาหลีใต้ได้พลิกโฉมอุตสาหกรรมในเวลากว่า 3 ทศวรรษที่ผ่านมา

นอกจากนี้ จากการศึกษารายละเอียดของข้อมูลที่มีการจัดเก็บโดยหน่วยงานต่างๆ ในแต่ละประเทศต้นแบบทั้งสองประเทศนั้น หากลองนำข้อมูลที่มีการจัดเก็บโดยหน่วยงานที่มีการจัดเก็บของไทย จะทำให้เห็นภาพรวมการเปรียบเทียบรายละเอียดที่มีการจัดเก็บของแต่ละประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือ ทำให้เห็นว่า รายละเอียดข้อมูลประเภทใดบ้าง ที่ยังไม่ได้มีการดำเนินการจัดเก็บโดยหน่วยงานของไทย โดยสามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดเก็บข้อมูลของไทยกับของต่างประเทศ

ประเภทของข้อมูล		 เยอรมัน	 เกาหลีใต้	 ไทย
สถิติ	มูลค่ารายสาขา	✓	✓	✓
	จำนวนบุคลากร	✓	✓	✓
	มูลค่าการส่งออกสิ่งพิมพ์		✓	✓
	จำนวนหนังสือ	✓	✓	✓ จำนวน audio book
	สถิติการอ่านของคนในประเทศ	✓	✓	✓
	สถิติงานหนังสือ	✓		✓
	สถิติการใช้ห้องสมุด			✓
	จำนวนสำนักพิมพ์ ร้านหนังสือ	✓	✓	
	จำนวนหนังสือที่ได้รับการแปล		✓	
	จำนวนหลักสูตร/อบรม	✓	✓	
ข้อมูล สิ่งพิมพ์	รายละเอียดหนังสือ (ผู้แต่ง รหัส ISBN)	✓	✓	✓
	สิ่งพิมพ์แนะนำ		✓ จำแนกตามช่วงอายุ	
	จำนวนหน้า / รูปร่างของสิ่งพิมพ์	✓	✓	
บุคลากร / หน่วยงาน	นักเขียนพร้อมประวัติ/ผลงาน	✓	✓	✓ มีแคในทำเนียบศิลปิน สาขาวรรณศิลป์
	ช่องทางการติดต่อนักเขียน	✓		✓ มีแคในทำเนียบศิลปิน สาขาวรรณศิลป์
	ข้อมูลสำนักพิมพ์ ร้านหนังสือ	✓	✓	✓ สมาชิกของสมาคม PUBAT
	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	✓	✓	
องค์ความรู้	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	✓	✓	✓
	ความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรม	✓	✓	✓
	ข้อมูลตลาดทั้งในและต่างประเทศ	✓	✓	
	ความรู้การบริหารธุรกิจ	✓	✓	
	อื่นๆ		กฎหมายเกี่ยวกับการพิมพ์ กระบวนการผลิตสิ่งพิมพ์	การอนุรักษ์สิ่งพิมพ์ บทสัมภาษณ์บุคคลสำคัญ

หมายเหตุ: ☐ คือ รายการข้อมูลที่ยังไม่มีหน่วยงานไทยจัดเก็บ

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

8.4 สรุปแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทย

ภายหลังจากที่ได้นำเสนอรายละเอียดข้อมูล และแนวทางการนำเสนอข้อมูลของแต่ละประเทศกรณีศึกษา ต้นแบบ และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเปรียบเทียบรายละเอียดข้อมูลที่ยังไม่มีการจัดเก็บในประเทศไทย ที่ได้นำเสนอไป ในส่วนก่อนหน้านี้แล้วนั้น ลำดับถัดไป จะเป็นการนำเสนอแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทย โดยต่อยอดจากการวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูลของหน่วยงานไทย กับ ของต่างประเทศ ประกอบกับใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมฯ ซึ่งได้สอบถามถึง ความต้องการการใช้ฐานข้อมูล รวมถึงข้อเสนอแนะจากการประชุมระดมความคิดเห็น และการประชุมนำเสนอร่าง แผนฯ ทำให้สามารถสรุปเป็นแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ โดยแบ่ง ออกเป็น 3 หัวข้อ ดังนี้

- แผนผังและการเชื่อมโยงฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทย
- ข้อเสนอแนะการประยุกต์ใช้ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทย
- แนวทางการดำเนินงานการจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ในขั้นถัดไป

โดยมีรายละเอียดของแต่ละหัวข้อ ดังนี้

8.4.1 แผนผังและการเชื่อมโยงฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทย

จากข้อมูลที่ได้นำเสนอไปส่วนก่อนหน้านี้ คือการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายละเอียดของรายการข้อมูลที่มี การจัดเก็บของแต่ละประเทศ และรายการข้อมูลที่ยังไม่มีหน่วยงานใดของไทยจัดเก็บ หรือยังขาดการรวบรวม ทำให้ สามารถสรุปเป็นแผนผังการเชื่อมโยงข้อมูล ซึ่งเปรียบเสมือนแผนที่เชิงโครงสร้างข้อมูลว่า ข้อมูลที่มีการจัดเก็บอยู่แล้ว ในแต่ละประเภะนั้น ถูกจัดเก็บโดยหน่วยงานใด และข้อมูลใดที่ยังไม่มีการจัดเก็บ และจะต้องจัดเก็บเพิ่มเติมในแต่ละ รายการนั้น ควรผลักดันให้หน่วยงานใดรับผิดชอบการจัดเก็บหรือรวบรวมข้อมูลชุดนั้นขึ้นมาบ้าง โดยสามารถสรุปได้ ดังแผนภาพต่อไปนี้

สถิติ	หน่วยงานที่จัดเก็บ / ควรจัดเก็บ
ข้อมูลที่มีการจัดเก็บอยู่แล้ว	
มูลค่าอุตสาหกรรม	CEA, PUBAT, DBD
การจ้างงาน	CEA
มูลค่าการส่งออก	พณ. / สมาคมการพิมพ์ไทย
สถิติการอ่าน	สำนักงานสถิติ / TK Park
ข้อมูลที่ต้องจัดเก็บ / รวบรวมเพิ่มเติม	
จำนวนสื่อสิ่งพิมพ์	สำนักหอสมุดแห่งชาติ / PUBAT
จำนวนธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	PUBAT, สสว. , DBD
จำนวนหลักสูตร	CEA

องค์ความรู้	หน่วยงานที่จัดเก็บ / ควรจัดเก็บ
ข้อมูลที่มีการจัดเก็บอยู่แล้ว	
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	สำนักหอสมุดแห่งชาติ
Industry Trend	สมาคมการพิมพ์, CEA, TK Park
ทรัพย์สินทางปัญญา	DIP
การอบรม	CEA, หน่วยงานต่างๆ
องค์ความรู้อื่นๆ	สำนักหอสมุดแห่งชาติ
ข้อมูลที่ต้องจัดเก็บ / รวบรวมเพิ่มเติม	
ตลาดในประเทศ	PUBAT, พณ.
ตลาดต่างประเทศ	PUBAT, พณ.

บุคลากร / หน่วยงาน	หน่วยงานที่จัดเก็บ / ควรจัดเก็บ
ข้อมูลที่มีการจัดเก็บอยู่แล้ว	
รายชื่อสำนักพิมพ์	PUBAT
รายชื่อธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	PUBAT
ข้อมูลที่ต้องจัดเก็บ / รวบรวมเพิ่มเติม	
รายนามนักเขียน	วส. , แพลตฟอร์ม, PUBAT
Contact หน่วยงาน	CEA
Online Portfolio	CEA

สื่อสิ่งพิมพ์	หน่วยงานที่จัดเก็บ / ควรจัดเก็บ
ข้อมูลที่มีการจัดเก็บอยู่แล้ว	
ตามรหัส ISBN	สำนักหอสมุดแห่งชาติ
จัดอันดับสิ่งพิมพ์	Online Platform
ข้อมูลที่ต้องจัดเก็บ / รวบรวมเพิ่มเติม	
การแนะนำหนังสือ	ศร. , PUBAT, CEA

* ส่วนมากไม่ได้ให้ข้อมูล “ช่องทางการติดต่อ”

หมายเหตุ: ☐ คือ รายการข้อมูลที่ยังไม่มีการจัดเก็บ / ยังสามารถพัฒนาได้

ภาพที่ 98 แผนผังการเชื่อมโยงฐานข้อมูล และข้อเสนอแนะการจัดเก็บข้อมูลเพิ่มเติม

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

8.4.2 ข้อเสนอแนะการประยุกต์ใช้ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทย

จากข้อมูลแผนผังและการเชื่อมโยงฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ของไทยข้างต้น ซึ่งแสดงรายละเอียดโครงสร้างข้อมูลที่มีการจัดเก็บอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงรายละเอียดข้อมูลที่จะเป็นในอนาคต เพื่อเป็นแนวทางการจัดเก็บข้อมูลให้มีรายละเอียดครบถ้วน และเพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้ ทั้งหน่วยงานรัฐ เอกชน หรือประชาชนทั่วไป ได้เข้าถึงข้อมูลสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฯ แล้วนั้น ลำดับต่อไปนี้จะเป็นการนำเสนอข้อเสนอแนะต่อการประยุกต์ใช้ฐานข้อมูล เพื่อให้เกิดการต่อยอดฐานข้อมูลให้ประโยชน์ในรูปแบบอื่นๆ มากขึ้น ซึ่งใช้ข้อมูลจากแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลที่ได้เรียนรู้จากการศึกษากรณีศึกษาต้นแบบด้านการจัดทำฐานข้อมูลของต่างประเทศ ประกอบกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้อง จากการประชุมระดมความคิดเห็น และการประชุมนำเสนอร่างแผนฯ โดยประกอบด้วย 5 ประเด็น ดังนี้

1. มีการวิเคราะห์และออกแบบวิธีนำเสนอที่หลากหลาย

ภายหลังจากการดำเนินการพัฒนาเพื่อให้เกิดการรวบรวม และเชื่อมโยงฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องเข้าไว้ด้วยกันเรียบร้อยแล้วนั้น เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจและการเข้าถึงข้อมูลแก่สาธารณะ ควรมีการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่สำคัญจำเป็น และออกแบบจัดทำเป็นรูปแบบ Infographic เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าใจข้อมูลที่สำคัญ ของอุตสาหกรรม และสะดวกต่อการเผยแพร่ข้อมูลต่อไปในวงกว้าง

นอกจากนี้ ข้อมูลบางส่วน โดยเฉพาะข้อมูลสถิติที่มีความสำคัญต่อการนำไปวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจ หรือต่อยอดการดำเนินการในรูปแบบอื่น ก็จะต้องเตรียมข้อมูลเป็นรูปแบบไฟล์ที่หลากหลาย เช่น Excel เพื่อรองรับการนำข้อมูลไปใช้วิเคราะห์เชิงสถิติ ทั้งนี้ ข้อมูลบางส่วนอาจมีค่าใช้จ่ายในการได้มาซึ่งข้อมูล เนื่องจากข้อมูลบางประเภท โดยเฉพาะข้อมูลเชิงสถิติ นั้น มักมีบริษัทวิจัยที่ใช้เครื่องมือการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย ดังนั้น บางรูปแบบของข้อมูลอาจต่อยอดไปเป็น Subscription Model สำหรับบางข้อมูล โดยอาศัยความร่วมมือกับบริษัทเอกชนต่างๆ ได้อีกด้วย

2. เผยแพร่ข้อมูลผ่านทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์

นอกจากการนำเสนอผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางที่สะดวก เข้าถึงง่าย และเป็นที่ยอมรับในปัจจุบันนั้น หลายหน่วยงานต่างก็แนะนำ ให้นำเสนอข้อมูลผ่านช่องทางออฟไลน์ เช่น การจัดทำเป็นรูปเล่มรายงาน ก็เป็นช่องทางที่ควรดำเนินการด้วยเช่นกัน เนื่องจากการสร้างการเข้าถึงข้อมูลไปยังคนหมู่มาก (Mass) รวมถึงกลุ่มคนที่มิชอบจำกัดในการเข้าถึงทางออนไลน์ ก็จะเพิ่มช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลให้สามารถเข้าถึงผู้ใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น

3. ใช้เป็นระบบการติดตามตัวชี้วัดและการประเมินการเติบโตของอุตสาหกรรม

แม้ประโยชน์หลักของการจัดทำฐานข้อมูล จะเป็นเรื่องของ การสร้างการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน หรือประชาชนทั่วไปแล้วนั้น ในขณะเดียวกัน การจัดทำฐานข้อมูลสามารถเป็นประโยชน์อีกทางสำหรับผู้ดำเนินนโยบาย ในการเก็บข้อมูลภาพรวมของอุตสาหกรรม สนับสนุนการจัดทำตัวชี้วัดของอุตสาหกรรมได้เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะข้อมูลสถิติที่เกี่ยวข้องกับสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัล ที่ยังขาดการจัดเก็บข้อมูล ทั้งในมุมการผลิต และข้อมูลผู้ใช้ผู้อ่านในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์อีกด้วย

นอกจากนี้ การจัดเก็บข้อมูลจากผู้ใช้ในฐานข้อมูล ก็สามารถเป็นตัวชี้วัดเพิ่มเติมได้ในอนาคต เช่น การติดตามจำนวนผู้เข้าชมแต่ละส่วนข้อมูลในฐานข้อมูล จำนวนดาวน์โหลดเอกสาร จำนวนการแชร์ต่อบทความ เป็นต้น ซึ่งสามารถสะท้อนตัวเลขความสนใจต่อข้อมูลประเภทต่างๆ ได้อีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางช่องทางออนไลน์ของฐานข้อมูล ที่สามารถนับจำนวนผู้เข้าชมแบบ Real-time

4. พัฒนาให้มีหลากหลายภาษาเพื่อรองรับผู้ใช้จากต่างประเทศ

ในอนาคต ฐานข้อมูลดังกล่าวนอกจากจะตอบโจทย์ผู้ใช้ในประเทศแล้วนั้น การออกแบบฐานข้อมูลให้มีหลากหลายภาษา ตามประเภทผู้สนใจจากต่างประเทศนั้น จะเป็นช่องทางสนับสนุนให้ต่างชาติ สามารถเข้าถึงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ในประเทศได้อีกด้วย ยกตัวอย่างเว็บไซต์ของเกาหลี ที่ออกแบบให้มีหลากหลายภาษา เพื่อรองรับการต่อยอดสื่อสิ่งพิมพ์ ในมุมมองการซื้อขายลิขสิทธิ์ และการส่งออกสื่อสิ่งพิมพ์ของเกาหลี ไปยังประเทศต่างๆ ได้อีกด้วย

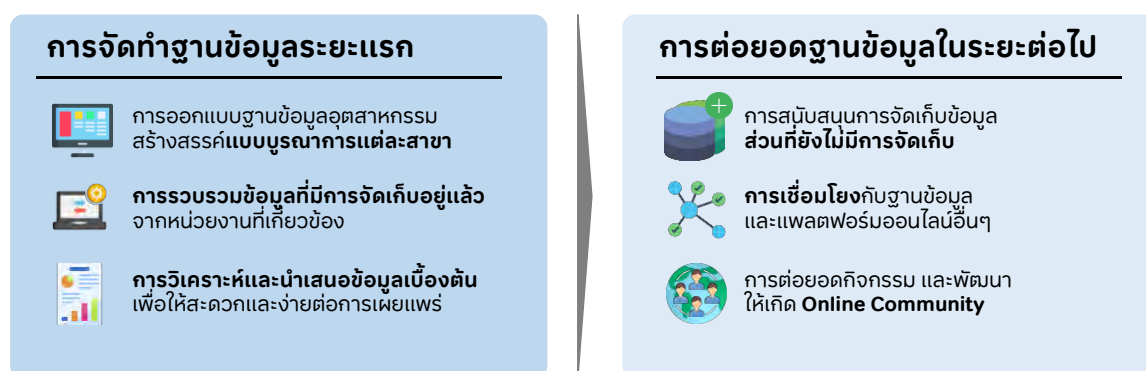
5. เชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มออนไลน์ที่หลากหลาย เพื่อให้เกิด Online Community

การจัดเก็บข้อมูลเชิงรุกจากผู้ใช้งาน (Active data collecting system) จะสามารถทำได้ก็ต่อเมื่อ ฐานข้อมูลนั้นๆ มีจำนวนผู้ใช้งานเป็นจำนวนมากหนึ่ง ดังนั้น การพัฒนาฐานข้อมูลโดยการเชื่อมโยงกับฐานข้อมูลของหน่วยงานอื่นๆ รวมถึงเชื่อมโยงการใช้งานกับแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ จะสนับสนุนให้เกิดการสร้างระบบนิเวศของผู้ใช้ในระบบดิจิทัลได้ ซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดของการสร้างชุมชนผู้ใช้ออนไลน์ ให้สามารถต่อยอดการดำเนินการ หรือรูปแบบการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมในรูปแบบออนไลน์ได้มากขึ้น

นอกจากข้อเสนอแนะการประยุกต์ใช้ฐานข้อมูลที่ได้นำเสนอไปข้างต้นนั้น เนื่องด้วยในปัจจุบัน ความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีถูกพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ประเด็นที่สำคัญที่สุด สำหรับการพัฒนาฐานข้อมูลคือ หน่วยงานเจ้าของฐานข้อมูลเอง จะสามารถประยุกต์ฐานข้อมูลที่มีนี้ ให้สามารถตอบโจทย์ผู้ใช้งาน มีรูปแบบการทำงานที่รองรับความต้องการของผู้ใช้ หรือสามารถสนับสนุนการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐที่เป็นผู้ออกนโยบาย หน่วยงานที่ดำเนินการพัฒนาอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจ หรือแม้กระทั่งผู้คนทั่วไป ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดได้อย่างไร ดังนั้น การทบทวนผลการดำเนินการพัฒนาฐานข้อมูลอยู่เสมอ จะเป็นประโยชน์อย่างมากกับการพัฒนาให้ฐานข้อมูลสามารถสนับสนุนผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดต่อไป

8.4.3 แนวทางการดำเนินงานการจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ในขั้นถัดไป

จากรายละเอียดข้างต้นทั้งหมดที่ได้นำเสนอไปนั้น เป็นเพียงกระบวนการจัดทำเฉพาะการออกแบบฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์เท่านั้น ซึ่งผลลัพธ์ของการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้เข้าใจมากขึ้นว่าฐานข้อมูลสำหรับสาขาการพิมพ์ ควรจะมีข้อมูลอะไรบ้าง มีรูปแบบการนำเสนอเป็นอย่างไร เพื่อให้มีข้อมูลและรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ และสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับฐานข้อมูลที่มีคุณภาพเหมือนที่ต่างประเทศดำเนินการ ทั้งนี้ ลำดับถัดไปนั้น CEA ก็จะต้องประสานและดำเนินการขับเคลื่อนการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับสาขาการพิมพ์ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ ต่อไป ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด จึงได้สรุปเป็นแนวทางการดำเนินงานการจัดทำฐานข้อมูลในขั้นถัดไป โดยแบ่งการดำเนินการออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้



ภาพที่ 99 แนวทางการดำเนินการในขั้นถัดไป

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

สำหรับการดำเนินการจัดทำฐานข้อมูลในระยะแรก จะเป็นการดำเนินการจัดทำให้เกิดฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา ให้มีฐานข้อมูลเกิดขึ้น และรองรับการใช้งานในปัจจุบัน ประกอบด้วยการออกแบบฐานข้อมูลต่อยอดจากผลการศึกษานี้ กำหนดเป็นกรอบข้อมูลเบื้องต้นที่จะเป็นข้อมูลพื้นฐานของแต่ละสาขารวมถึงการจัดทำลักษณะการแสดงผล เนื่องจากข้อมูลพื้นฐานของอุตสาหกรรมแต่ละสาขานั้น สามารถคัดเลือกเฉพาะบางข้อมูลที่มีข้อมูลอยู่ในทุกสาขา แสดงผลเป็นข้อมูลในระยะเบื้องต้นได้ทันที ทั้งนี้ สามารถดำเนินการเชื่อม หรือขอข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ที่มีการจัดเก็บข้อมูลอยู่แล้วในปัจจุบัน มาแสดงผลในฐานข้อมูลดังกล่าว รวมถึงการวิเคราะห์หรือแปลงข้อมูลบางส่วนเป็นรูปแบบ Infographic หรือรูปแบบอื่นๆ ตามสมควร เพื่อให้เอื้อต่อการเผยแพร่ข้อมูลหรือองค์ความรู้ที่มี ให้เป็นประโยชน์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระยะแยก

ในระยะถัดไป คือ การต่อยอดฐานข้อมูลในระลอกต่อไป ภายหลังจากที่มีการจัดทำฐานข้อมูลในระยะแรกแล้วเสร็จ จะเป็นการพัฒนาฐานข้อมูลโดยการผลักดันการจัดเก็บข้อมูลในส่วนที่ยังไม่มีการจัดเก็บข้อมูล โดยข้อมูลบางส่วน จะมาจากทั้งหน่วยงานภาครัฐ หรือจากสมาคม / ภาครธุรกิจ ตามรายละเอียดแผนผังการเชื่อมโยงฐานข้อมูลที่ได้นำเสนอไปในส่วนก่อนหน้า ทั้งนี้ ข้อมูลบางส่วน CEA สามารถดำเนินการจัดเก็บได้เอง หากเป็นการดำเนินการที่อยู่ภายใต้บทบาทของ CEA และมีทรัพยากรต่างๆ เพียงพอต่อการดำเนินการจัดเก็บด้วยตนเองได้ ทั้งนี้ จะต้องดำเนินการเชื่อมโยงการใช้งานกับแพลตฟอร์ม หรือฐานข้อมูลอื่นๆ เพื่อเป็นการเพิ่มข้อมูลในเครือข่าย รวมถึงเป็นการบูรณาการการใช้งานกับผู้ใช้จากแพลตฟอร์มต่างๆ ให้สามารถสร้างเป็น Online Community เพื่อรองรับการจัดเก็บข้อมูลจากผู้ใช้หรือ Active Data Collecting System รวมถึงสามารถรองรับการจัดกิจกรรมในรูปแบบออนไลน์ได้อีกด้วย

จากข้อมูลการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ที่ได้นำเสนอไปข้างต้น เป็นเพียงการศึกษาแนวทางการจัดทำฐานข้อมูลเท่านั้น ลำดับถัดไป CEA หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะต้องมีการดำเนินการจัดทำฐานข้อมูลสาขาการพิมพ์ให้เกิดขึ้นจริงต่อไป ซึ่งจะเห็นได้ว่าจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีการจัดเก็บอยู่แล้ว การดำเนินการจัดเก็บข้อมูลเพิ่มเติม การร่วมดำเนินการสร้างฐานข้อมูล การบริหารจัดการฐานข้อมูล หรือความร่วมมือในรูปแบบอื่นๆ เพื่อร่วมกันสร้างฐานข้อมูลกลางของสาขาการพิมพ์ อันจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม

นอกจากนี้ การดำเนินการจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรม นับเป็นกลยุทธ์สำคัญ ภายใต้แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ ในยุทธศาสตร์ที่ 4 คือการพัฒนากระบวนโครงสร้างของอุตสาหกรรม เพื่อเป็นปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาในรูปแบบอื่นๆ ต่อไป รวมถึงเป็นระบบสนับสนุนการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน หรือเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ให้สามารถขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาการพิมพ์ไปสู่วิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ คือ “ระบบนิเวศของอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทยมีความเข้มแข็ง เป็นบ่อเกิดเนื้อหาที่หลากหลาย รองรับการต่อยอดและส่งออกเนื้อหาในรูปแบบอื่น” ให้สำเร็จลุล่วงได้ต่อไป

