

จากพื้นที่การค้าสู่พื้นที่แห่งการคิด: ปฏิบัติการของร้านหนังสืออิสระในสังคมไทย

พงศกร สงวนศักดิ์¹

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาบทบาทและกลยุทธ์การอยู่รอดของร้านหนังสืออิสระในสังคมท่ามกลางสถานการณ์ที่ร้านหนังสือแบบมีหน้าร้านลดลงจาก 2,483 ร้าน เหลือเพียงประมาณ 800 ร้าน ในช่วงกว่าทศวรรษที่ผ่านมา (ประมาณ พ.ศ. 2557–2565) แม้ว่าคนไทยจะอ่านหนังสือมากขึ้นและตลาดหนังสือมีมูลค่าคาดการณ์กว่า 20,000 ล้านบาท (ปี 2568) การศึกษานี้ใช้กรอบแนวคิด 4 ประการ ได้แก่ การเป็นพื้นที่ต่อรองของความคิด พื้นที่ทางสังคมและวัฒนธรรม การค้าที่เชื่อมโยงกับสังคม และกลยุทธ์การอยู่รอดในบริบทท้องถิ่น ผ่านกรณีศึกษาร้านหนังสืออิสระ 4 แห่ง คือ ร้านเล่า (เชียงใหม่) ร้าน House of Commons (กรุงเทพฯ) ร้านหนังสือเล็ก ๆ (เชียงใหม่) และร้านพิลาเดลเฟีย (อุบลราชธานี)

ผลการศึกษาพบว่า ร้านหนังสืออิสระไม่ได้เป็นเพียงสถานที่ซื้อขายหนังสือ แต่เป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้ที่มีบทบาทสำคัญในฐานะพื้นที่ปลอดภัยสำหรับการพัฒนาจิตสำนึกวิพากษ์ พื้นที่ต่อต้านที่ท้าทายตรรกะของทุนนิยม และเรียนนอกระบบที่หล่อหลอมพลเมืองที่มีความคิดวิเคราะห์ อย่างไรก็ตาม ร้านเหล่านี้เผชิญความท้าทายจากโครงสร้างอุตสาหกรรมที่ไม่เป็นธรรม การผูกขาดในห่วงโซ่อุปทาน และการขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ บทความเสนอแนวทางแก้ไขเชิงนโยบายแบบหุ้นส่วน ได้แก่ การนำคูปองวัฒนธรรมมาใช้ การสร้างความเป็นธรรมในโครงสร้างอุตสาหกรรม การสนับสนุนร้านหนังสืออิสระโดยตรง และการจัดตั้งสถาบันหนังสือแห่งชาติ เพื่อรักษาร้านหนังสืออิสระในฐานะสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่สังคมไทยไม่ควรสูญเสียไป

คำสำคัญ: ร้านหนังสืออิสระ พื้นที่ทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมการอ่าน การปรับตัว

¹ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเทคโนโลยีและสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา <Email: ball_bunsai@hotmail.com>

From Commercial Space to the Space of Thought: The Practices of Independent Bookstores in Thai Society

Pongsakorn Sanguansak²

ABSTRACT

This article examines the roles and survival strategies of independent bookstores in Thai society amid a dramatic decline in physical bookstores—from 2,483 to approximately 800 over the past decade (c. 2014–2022)—despite increasing reading rates among Thai people and a book market valued at over 20 billion baht in 2025. The study employs four conceptual frameworks: bookstores as spaces for ideological negotiation, as social and cultural spaces, as socially connective retail, and survival strategies in local contexts. These frameworks were applied through case studies of four independent bookstores: Ran Lao Bookshop (Chiang Mai), House of Commons (Bangkok), Raan Nang Seu Lek Lek (Chiang Mai), and Philadelphia Bookstore (Ubon Ratchathani).

The findings reveal that independent bookstores function as more than mere commercial establishments, serving as vital learning spaces that provide safe environments for developing critical consciousness, as counterspaces that challenge capitalist logic, and as informal schools that cultivate analytical and socially engaged citizens. However, these bookstores face significant challenges originating from inequitable industry structures, supply chain monopolization, and inadequate government support. The article proposes partnership-based policy recommendations, including implementing cultural vouchers, structural reforms to ensure fair competition in the industry, direct support for independent

² Lecturer, Interdisciplinary and Technological College, Rajamangala University of Technology Lanna <Email: ball_bunsai@hotmail.com>

bookstores, and establishing a national book institute. These measures aim to preserve independent bookstores as cultural assets that Thai society cannot afford to lose.

Keywords: Independent Bookstores, Cultural Spaces, Reading Culture, Adaptation

บทนำ

วงการหนังสือไทยในปัจจุบันกำลังเผชิญกับความท้าทายที่น่าสนใจ ข้อมูลของสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) ใน พ.ศ.2565 แสดงให้เห็นว่า ร้านหนังสือที่มีหน้าร้านกำลังหายไปอย่างรวดเร็ว โดยลดลงจาก 2,483 ร้าน เหลือเพียงประมาณ 800 ร้าน หรือลดลงมากกว่า 2 ใน 3 (Chettaphayak, 2025a) แต่ในขณะเดียวกัน คนไทยกลับอ่านหนังสือมากขึ้น โดยอ่านเฉลี่ย 51.37 นาที/วัน สำหรับหนังสือกระดาษ และ 152.10 นาที/วัน เมื่อรวมทุกแพลตฟอร์ม ตัวเลขเหล่านี้แตกต่างอย่างสิ้นเชิงจากความเชื่อเก่าที่ว่าคนไทยอ่านหนังสือเพียง 8 บรรทัดต่อปี แต่ตลาดหนังสือที่มีมูลค่ามากกว่า 20,000 ล้านบาท (และคาดว่าจะเติบโต ร้อยละ 3.5 ต่อปี) นี้กลับไม่ได้กระจายลงสู่ร้านหนังสืออิสระซึ่งกำลังปิดตัวลงอย่างต่อเนื่อง (Chettaphayak, 2025b)

ปัญหาหลักที่ร้านหนังสืออิสระต้องเผชิญมาจากหลายระดับ ในระดับโครงสร้างอุตสาหกรรม สำนักพิมพ์ขนาดใหญ่บางแห่งครอบคลุมทุกขั้นตอน ตั้งแต่การผลิต การจัดจำหน่าย ไปจนถึงการค้าปลีก ทำให้ร้านหนังสืออิสระไม่มีอำนาจต่อรอง การแข่งขันจากแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 28.9 เทียบกับร้านแบบมีหน้าร้านที่เหลือเพียง ร้อยละ 16 ยิ่งทำให้สถานการณ์แย่งชิง ในระดับการจัดการภายใน เจ้าของร้านส่วนใหญ่มาจากสายวรรณกรรมจึงมักขาดความเชี่ยวชาญด้านระบบบริหารธุรกิจ ทำให้กำไรเฉลี่ยอยู่ที่เพียง ร้อยละ 9-10 ซึ่งแทบไม่เพียงพอต่อการอยู่รอด (Chokcharatkun, 2025) อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางวิกฤตของร้านหนังสือ กลับมีสัญญาณเชิงบวกที่ชัดเจนว่าคนไทยไม่ได้อ่านหนังสือน้อยลง จากงานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 30 (ตุลาคม 2568) มีผู้เข้าชมทะลุ 1.5 ล้านคน สร้างยอดขายกว่า 474 ล้านบาท โดยกลุ่ม Gen Z คิดเป็น ร้อยละ 70 ของผู้เข้าชม และร้านหนังสือแบบมีหน้าร้านยังคงเป็นแหล่งซื้อหนังสือยอดนิยม (ร้อยละ 39.75) แซงหน้าร้านค้าออนไลน์ (ร้อยละ 34.96) (Premasawas, 2025)

ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่นี้ คำถามสำคัญจึงไม่ใช่คำถามที่ว่า คนจะหยุดอ่านหรือไม่ เพราะตัวเลขบอชัดเจนว่าคนยังอ่านอยู่ แต่เป็นคำถามที่ว่า ร้านหนังสืออิสระมีปฏิบัติการอย่างไรท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงนี้ และสร้างความหมายอะไรให้กับสังคมไทยเกินกว่าการเป็นเพียงสถานที่ซื้อขายหนังสือ บทความนี้นำเสนอคำตอบผ่านการวิเคราะห์แนวคิดทางทฤษฎีและกรณีศึกษาร้านหนังสืออิสระ 4 ร้าน คือ (1) ร้านเล่า จังหวัดเชียงใหม่ (2) ร้าน House of Commons กรุงเทพฯ

(3) ร้านหนังสือเล็ก ๆ จังหวัดเชียงใหม่ และ (4) ร้านฟิลาเดลเฟีย (Philadelphia) จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อแสดงให้เห็นว่าร้านหนังสืออิสระไม่ใช่แค่ร้านขายหนังสือ แต่เป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่สังคมไทยไม่ควรสูญเสียไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบทบาทของร้านหนังสืออิสระในสังคมไทย ในฐานะพื้นที่ทางสังคม และวัฒนธรรมที่มีความหมายเกินกว่าการเป็นสถานที่ซื้อขายหนังสือ
2. เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การปรับตัวและการอยู่รอด ของร้านหนังสืออิสระ ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมหนังสือและการแข่งขันจากแพลตฟอร์มออนไลน์
3. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาเชิงโครงสร้างของอุตสาหกรรมหนังสือไทย ที่ส่งผลกระทบ ต่อความอยู่รอดของร้านหนังสืออิสระ
4. เพื่อเสนอแนวทางเชิงนโยบาย ในการสนับสนุนและส่งเสริมร้านหนังสืออิสระ ให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนในฐานะสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมของสังคมไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

อุตสาหกรรมร้านหนังสือในศตวรรษที่ 21 เผชิญการเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรง จากแรงกดดันหลายด้าน ทั้งการเติบโตของร้านเครือข่ายขนาดใหญ่ (ร้านเซนส์ไตร์) การแพร่หลายของการค้าออนไลน์ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้คน การศึกษาร้านหนังสืออิสระในบริบทต่างประเทศได้พัฒนาไปจากการมอง เชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจไปสู่การวิเคราะห์ที่ซับซ้อนและหลากหลายมิติ บทความนี้ ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยเน้นที่ 4 แนวคิดหลักที่ช่วยอธิบายบทบาทของร้าน หนังสืออิสระในฐานะพื้นที่แห่งการเรียนรู้และสร้างวัฒนธรรมการอ่าน ดังนี้

(1) ร้านหนังสืออิสระในฐานะพื้นที่ต่อรองของความคิด

แนวคิดที่สำคัญที่สุดในการทำความเข้าใจคุณค่าเฉพาะตัวของร้านหนังสือ อิสระคือการมองร้านเหล่านี้ในฐานะ “พื้นที่ต่อรองของความคิด” ที่เปิดโอกาสให้ เสียงและมุมมองที่หลากหลายได้มีที่ยืนในสังคม Miller (2006) นำเสนอการวิเคราะห์ เชิงวิพากษ์ที่ครอบคลุมเกี่ยวกับการต่อสู้ของร้านหนังสืออิสระในสหรัฐอเมริกา โดยชี้ให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมหนังสือไม่ใช่เพียงปรากฏการณ์ทาง เศรษฐกิจ แต่สะท้อนการต่อสู้ทางอุดมการณ์และอำนาจในสังคมทุนนิยม ร้านหนังสือ อิสระจึงเป็นพื้นที่สำคัญสำหรับนักเขียนอิสระและหนังสือนอกกระแสที่ไม่ได้รับ

การสนับสนุนจากสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นวรรณกรรมทดลอง งานเขียนที่ท้าทายความเชื่อกระแสหลัก หรือหนังสือที่นำเสนอมุมมองของกลุ่มคนชายขอบในสังคม

ร้านหนังสืออิสระมีบทบาทเป็น “ผู้เฝ้าประตู” (gatekeeper) ทางเลือกที่แตกต่างจากสำนักพิมพ์และร้านหนังสือเครือข่ายขนาดใหญ่ ในขณะที่บรรณาธิการมืออาชีพของสำนักพิมพ์ใหญ่มักคัดเลือกหนังสือตามเกณฑ์ทางการตลาดและความเป็นไปได้ในการขาย เจ้าของและพนักงานร้านหนังสืออิสระซึ่งมักใกล้ชิดกับนักอ่านและนักเขียนรุ่นใหม่สามารถคัดเลือกและสนับสนุนงานที่มีคุณค่าแต่อาจไม่ตรงกับรสนิยมกระแสหลัก ร้านอิสระเหล่านี้จึงทำหน้าที่เป็น “ผู้ประกอบการทางเลือก” (alternative entrepreneur) ที่สร้างตลาดใหม่สำหรับงานเขียนที่มีความหลากหลายและเมื่อตลาดเหล่านี้เติบโตขึ้น สำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ก็มักจะเข้ามาทำตาม

แนวคิดสำคัญที่ Miller นำเสนอคือการเชื่อมโยงระหว่างบทบาทผู้บริโภคกับพลเมืองเพื่อสร้างสิ่งที่เรียกว่า “พลเมือง-ผู้บริโภค” (citizen-consumer) ซึ่งตรงข้ามกับแนวคิดผู้บริโภคที่มีอธิปไตยที่เน้นความพึงพอใจส่วนบุคคล พลเมือง-ผู้บริโภคคือบุคคลที่ตัดสินใจซื้อโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวมและมองการบริโภคว่าเป็นการแสดงจุดยืนทางการเมือง ทำลายวัฒนธรรมการบริโภคร่วมสมัยที่มองการบริโภคเป็นกิจกรรมส่วนตัวที่แยกจากพื้นที่สาธารณะ Miller ชี้ให้เห็นว่าการเลือกซื้อ มีผลกระทบต่อหลายฝ่าย ทั้งการที่ธุรกิจใดจะอยู่รอดหรือล้ม สภาพการทำงาน ของพนักงาน สภาพแวดล้อม และภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมของชุมชน หนังสือถูกมองว่าเป็นวัตถุศักดิ์สิทธิ์ที่บำรุงเลี้ยงจิตวิญญาณและจิตใจ ทำให้การต่อสู้เพื่อร้านหนังสือกลายเป็นสัญลักษณ์ของการต่อต้านกระแสทุนนิยมที่กำลังครอบงำชีวิต

(2) ร้านหนังสืออิสระในฐานะพื้นที่ทางสังคมและวัฒนธรรม

นอกเหนือจากการเป็นพื้นที่ต่อรองทางความคิดแล้ว ร้านหนังสืออิสระยังมีบทบาทสำคัญในฐานะพื้นที่ทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน Laing (2020) ศึกษาร้านหนังสืออิสระในเมืองเล็กและหมู่บ้านห่างไกลของสกอตแลนด์ โดยเน้นว่าร้านหนังสือเหล่านี้มีบทบาทเกินกว่าการเป็นเพียงสถานที่ค้าขาย แต่เป็น “ศูนย์กลางทางสังคมและวัฒนธรรม” (social and cultural hubs) ที่มีคุณค่าอย่างมากต่อชุมชนท้องถิ่น งานวิจัยพบว่าร้านหนังสืออิสระทำหน้าที่เป็น “ตัวขับเคลื่อนทางวัฒนธรรม” (cultural driver) โดยเป็นแรงผลักดันสำคัญในการจัดเทศกาลหนังสือในพื้นที่ห่างไกล การนำผู้เขียนมาพบปะผู้อ่าน และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับโรงเรียน ห้องสมุด และองค์กรท้องถิ่น ที่สำคัญคือเจ้าของร้านหนังสือหลายคนทำงาน

ด้วยความทุ่มเทและความรักในหนังสือมากกว่าผลกำไรทางเศรษฐกิจ โดยมักดำเนินธุรกิจในระดับพอเลี้ยงชีพ (subsistence level) แต่ยังคงมุ่งมั่นส่งเสริมการรู้หนังสือ (literacy) และสร้างคุณค่าให้ชุมชน นอกจากนี้ ร้านหนังสืออิสระยังทำหน้าที่เป็น “พื้นที่ปลอดภัย” (safe space) สำหรับชุมชน ร้านหนังสือเหล่านี้มักกลายเป็น “จุดศูนย์กลางชุมชน” (community hub) ที่ผู้คนมาพบปะสังสรรค์ แลกเปลี่ยนความคิด และสร้างความผูกพันทางสังคม

Hill (2012) ขยายแนวคิดนี้ผ่านแนวคิด “พื้นที่แห่งประสบการณ์” (experiencescape) ซึ่งมองว่าร้านหนังสือเป็นพื้นที่ที่ลูกค้าซื้อประสบการณ์ที่ไม่สามารถหาได้จากออนไลน์ โดยมีองค์ประกอบหลายประการ ได้แก่ การจัดวางชั้นหนังสือแบบเขาวงกตที่เชิญชวนให้ลูกค้าเดินสำรวจ พนักงานที่มีความรู้เกี่ยวกับหนังสือและให้คำแนะนำได้ และที่สำคัญคือการสัมผัสทางกายภาพกับหนังสือจริง ซึ่งแพลตฟอร์มออนไลน์ไม่สามารถทดแทนได้ แนวคิดนี้ช่วยอธิบายว่าเหตุใดในยุคดิจิทัล ร้านหนังสือแบบมีหน้าร้านยังคงมีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะร้านหนังสืออิสระที่มักมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับชุมชน มีเจ้าของหรือพนักงานที่รู้จักลูกค้าประจำเป็นการส่วนตัว และสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการสนทนาและแลกเปลี่ยน

(3) การค้าที่เชื่อมโยงกับสังคม: เล็กและช้าคือความงาม

แนวคิดที่สามคือการมองร้านหนังสืออิสระในฐานะ “การค้าที่เชื่อมโยงกับสังคม” (socially connective retail) ที่ท้าทายตรรกะของทุนนิยม O'Brien (2016) นำเสนอแนวคิดผ่านคำว่า “เล็กและช้าคือความงาม” (small and slow is beautiful) โดยเสนอว่าร้านหนังสืออิสระตรงข้ามกับตรรกะของทุนนิยมที่เน้นความเร็ว ปริมาณมาก และกำไรสูงสุดในเวลาสั้น การค้าที่เชื่อมโยงกับสังคมมีจุดมุ่งหมายไม่เพียงการขายสินค้า แต่รวมถึงการสร้างความเป็นอยู่ที่ดี (well-being) ให้ชุมชนผ่านการเป็นพื้นที่เชื่อมโยงผู้คนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม O'Brien ระบุบทบาท 3 ประการ ของร้านหนังสืออิสระ ได้แก่ (1) “การมีอยู่จริง” (being present) คือการเป็นพื้นที่ที่ลูกค้าเข้ามาพูดคุยและสร้างความสัมพันธ์ (2) “การส่งเสริมการมีส่วนร่วม” (enabling participation) ผ่านการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ทำให้ร้านกลายเป็นพื้นที่เรียนรู้และแลกเปลี่ยนความคิดซึ่งสร้างทุนทางสังคม (social capital) ให้ชุมชน และ (3) “การคัดสรรที่เฉพาะเจาะจง” (curating the particular) คือการเลือกหนังสือที่หลากหลายและมีเอกลักษณ์ รวมหนังสือเฉพาะทาง หนังสือจากสำนักพิมพ์อิสระ หรือหนังสือที่ตรงกับความต้องการท้องถิ่น การคัดสรรแบบนี้ช่วยขยายขอบเขตความสนใจของผู้อ่านและส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม แตกต่างจากอัลกอริทึมออนไลน์ที่แนะนำเฉพาะสิ่งคล้ายกับที่เคยซื้อหรือค้นหา

สิ่งที่น่าสนใจคือการเปลี่ยนแปลงของเจ้าของร้านจาก “เจ้าของร้านที่ไม่เต็มใจทำธุรกิจ” (reluctant capitalists) ไปสู่ “เจ้าของร้านที่เชี่ยวชาญธุรกิจ” (skilled capitalists) ในยุคปัจจุบัน Miller (2006) อธิบายแนวคิดดังกล่าวว่า ในปัจจุบันเจ้าของร้านไม่สามารถพึ่งเพียงความรักในหนังสือและความมุ่งมั่นทางอุดมการณ์ แต่ต้องพัฒนาทักษะธุรกิจหลากหลาย รวมถึงการตลาด การจัดการทางการเงิน และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โดยไม่ทอดทิ้งคุณค่าและพันธกิจทางสังคม แต่เป็นการผสมผสานระหว่างความสามารถทางธุรกิจกับความมุ่งมั่นในการสร้างคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

(4) กลยุทธ์การอยู่รอดและความสำคัญของบริบทท้องถิ่น

การศึกษาร้านหนังสืออิสระในบริบทที่แตกต่างกันทั่วโลกแสดงให้เห็นว่าไม่สามารถมองปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงเป็นแนวโน้มโลกที่เหมือนกันทุกที่ได้ Luyt and Heek (2015) จากการศึกษาในสิงคโปร์ พบว่า ร้านหนังสืออิสระเผชิญความท้าทายรุนแรง โดยเฉพาะปัญหาค่าเช่าที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การแข่งขันจากผู้ค้าออนไลน์ และวัฒนธรรมการอ่านที่ลดลง แม้เผชิญความท้าทาย แต่ร้านบางร้านยังดำรงอยู่ได้ด้วยกลยุทธ์หลากหลาย โดยเฉพาะการรวมแนวตั้ง (vertical integration) ผ่านการขยายธุรกิจเข้าสู่การจัดพิมพ์และจัดจำหน่ายเอง การเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (specialization) เช่น มุ่งเน้นหนังสือศิลปะหรือหนังสือหายาก และการใช้ชุมชนนักเขียนและผู้อ่านเป็นฐาน สิ่งที่โดดเด่นคือเจ้าของร้านมีความผูกพันทางอารมณ์กับหนังสืออย่างลึกซึ้ง มองหนังสือเป็นมากกว่าสินค้า และการขายหนังสือเป็นพันธกิจในการส่งเสริมวรรณกรรมและสนับสนุนนักเขียนท้องถิ่น

ในบริบทของไทย กลยุทธ์ที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ การใช้ประโยชน์จากระบบนิเวศหนังสือมือสอง ตลาดหนังสือมือสองเป็นแหล่งทำกำไรที่สำคัญและเป็นช่องทางที่ช่วยให้ร้านอิสระหลุดพ้นจากการผูกขาดของสำนักพิมพ์ใหญ่ สร้างวัฒนธรรมการอ่านที่หลากหลายมากขึ้น หนังสือมือสองไหลเวียนเข้าสู่ระบบจากหลายแหล่ง เช่น ผู้สูงอายุที่มีหนังสือล้นบ้านและต้องการปล่อยออก นักศึกษาที่ไม่อยากเก็บหนังสือเรียนหลังจบการศึกษา หรือห้องสมุดที่รับบริจาคหนังสือจำนวนมากจนกลายเป็นแหล่งของหนังสือมือสองราคาถูก วงจรการหมุนเวียนนี้เกื้อหนุนให้ร้านหนังสือบางแห่งอยู่รอดได้โดยไม่ต้องพึ่งพาระบบสายส่งของสำนักพิมพ์ใหญ่เพียงอย่างเดียว

ในทางตรงกันข้าม การศึกษาของ Li (2010) ในออสเตรเลียนำเสนอภาพที่แตกต่างอย่างชัดเจน โดยร้านหนังสืออิสระสามารถรักษาสวนแบ่งตลาดได้ถึง ร้อยละ 20 แม้จะเผชิญการแข่งขันจากร้านเครือข่ายขนาดใหญ่และร้านค้าออนไลน์ กลยุทธ์

การต่อสู้ของร้านอิสระในออสเตรเลียประกอบด้วยหลายมิติ เริ่มจากการเลือกที่ตั้งร้านบนถนนหลักมากกว่าศูนย์การค้าถึง ร้อยละ 83 เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันโดยตรงกับห้างสาขา พร้อมทั้งสร้างบรรยากาศเฉพาะตัว และให้บริการคำแนะนำเฉพาะบุคคล หรือ “handselling” ผ่านพนักงานที่มีความรู้ สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการรวมกลุ่มผ่าน Leading Edge Books (LEB) ซึ่งเป็นกลุ่มซื้อร่วมสำหรับร้านหนังสืออิสระทั่วออสเตรเลีย บทบาทหลักของ LEB คือการเจรจาต่อรองกับผู้จัดพิมพ์เพื่อทำการสั่งซื้อหนังสือแบบกลุ่มและได้รับส่วนลดพิเศษที่ร้านอิสระแต่ละร้านไม่สามารถเข้าถึงได้ นอกจากนี้ LEB ยังให้การสนับสนุนด้านอื่น ๆ เช่น การจัดแคมเปญส่งเสริมการขายและการตลาด ร้านหนังสือหลายร้านกล่าวว่า “เราคงอยู่ไม่ได้หากไม่มี LEB” ความสำเร็จของ LEB แสดงให้เห็นว่าการรวมกลุ่มและความร่วมมือระหว่างร้านอิสระเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยให้สามารถแข่งขันกับร้านเครือข่ายขนาดใหญ่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการศึกษาแบบเจาะจงกรณีศึกษา เพื่อทำความเข้าใจบทบาท กลยุทธ์การอยู่รอด และความท้าทายของร้านหนังสืออิสระในบริบทสังคมไทยอย่างเจาะลึก ผู้วิจัยคัดเลือกร้านหนังสืออิสระจำนวน 4 แห่ง เป็นกรณีศึกษาโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง ตามเกณฑ์การดำเนินกิจการมาอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 5 ปี มีบทบาทโดดเด่นในการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและสร้างชุมชนนักอ่าน และตั้งอยู่ในพื้นที่ที่หลากหลายทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด กรณีศึกษาทั้ง 4 แห่ง ประกอบด้วย ร้านเล่า จังหวัดเชียงใหม่ ร้าน House of Commons กรุงเทพฯ ร้านหนังสือเล็ก ๆ จังหวัดเชียงใหม่ และร้านพิลาเดลเฟีย จังหวัดอุบลราชธานี ผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบด้วยเจ้าของและผู้บริหารร้านหนังสืออิสระจำนวน 6 คน รวมถึงลูกค้าที่มีประสบการณ์เปลี่ยนแปลงชีวิตจากการเป็นส่วนหนึ่งของร้านหนังสืออิสระจำนวน 1 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการหลายแบบ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง การสังเกตแบบมีส่วนร่วมผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมที่ร้านหนังสือจัดขึ้น และการทบทวนเอกสารทั้งวรรณกรรมวิชาการและรายงานสถิติที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมหนังสือไทย

ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดทางทฤษฎีทั้ง 4 ประการดังกล่าว ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการตั้งแต่การถอดความและจัดระเบียบ การวิเคราะห์เปรียบเทียบข้ามกรณีศึกษา ไปจนถึงการตีความและสังเคราะห์ผลโดยเชื่อมโยงกับบริบทสังคมไทย

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลใช้วิธีการใช้แหล่งข้อมูลหลายแหล่ง และการตรวจสอบข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูล

ผลการวิจัย

(1) ร้านเล่า: การปรับตัวตลอด 25 ปี

คุณกรทอง สุดประเสริฐ (พี่จ๋า) และคุณเสาวนีย์ เมฆานุกัตต์ (พี่เก้ท) ได้เล่าย้อนถึงความเป็นมาของ “ร้านเล่า” ในฐานะร้านหนังสืออิสระที่มีประวัติความเป็นมาอันยาวนานในเชียงใหม่ โดยมีรากฐานมาจากกลุ่มเพื่อน 4 คนที่เป็นศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่มาของชื่อร้าน มาจากแนวคิดที่ว่าทุกสิ่งล้วนมีเรื่องเล่าในตัวเอง สะท้อนปรัชญาของร้านที่ต้องการให้หนังสือแต่ละเล่มและผู้ที่เข้ามามีโอกาสเล่าเรื่องราวและแบ่งปันประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ร้านแห่งแรกเปิดดำเนินการในช่วง พ.ศ.2543-2545 ในย่านนิมมานเหมินท์ มีแนวคิดหลักเป็น Books & Craft Hub ที่จำหน่ายหนังสือและงานฝีมือต่าง ๆ เช่น สมุดทำมือ ไปสการ์ด และหนังสือทำมือ โดยสินค้าส่วนใหญ่นำเข้าจากกรุงเทพฯ แต่การดำเนินธุรกิจในช่วงแรกเผชิญความท้าทายอย่างมาก เพราะรายได้ไม่เพียงพอเลี้ยงดูหุ้นส่วนทั้ง 4 คน ทำให้หุ้นส่วนหลายคนแยกย้ายไปประกอบอาชีพอื่น เหลือเพียงหุ้นส่วนหนึ่งคน คือ คุณเสาวนีย์ ที่เลือกดำเนินกิจการร้านหนังสือต่อ โดยย้ายร้านไปยังสถานที่ใหม่ (กรทอง สุดประเสริฐ และเสาวนีย์ เมฆานุกัตต์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2568)

ร้านที่ 2 เปิดตั้งแต่ พ.ศ.2545 ถึง 2560 ที่กาเด็งซอย ช้างมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ไม่ไกลจากร้านเดิมมากนัก แม้จะมีความยากลำบากในการบริหารจัดการ แต่คุณเสาวนีย์ได้รับกำลังใจจากเครือข่ายความสัมพันธ์และคุณค่าที่นอกเหนือจากผลกำไรทางธุรกิจ ในช่วงนี้ร้านเล่าได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยคุณเสาวนีย์ปรับการเจรจาต่อรองกับสำนักพิมพ์และสายส่งหนังสือเพื่อให้ได้เงื่อนไขที่ดีกว่าขยายสายผลิตภัณฑ์ออกไปจากหนังสือเพียงอย่างเดียว โดยเพิ่มสินค้า เช่น ของเล่นเก่า ๆ และของทำมือที่มีเอกลักษณ์ จ้างพนักงานพาร์ตไทม์ 5 ถึง 6 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยเฉพาะจากชมรมวรรณศิลป์ ซึ่งช่วยลดภาระในการบริหารร้าน สร้างบรรยากาศที่มีชีวิตชีวา และขยายฐานลูกค้าให้เชื่อมโยงกับชุมชนนักศึกษา (กรทอง สุดประเสริฐ และเสาวนีย์ เมฆานุกัตต์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2568)

ร้านที่ 3 เริ่มตั้งแต่ พ.ศ.2560 จนถึงปัจจุบัน ได้ย้ายกลับมาตั้งร้านบริเวณถนนนิมมานเหมินท์อีกครั้ง โดยมีพื้นที่ร้านที่ขนาดเล็กลง จึงทำให้การจัดกิจกรรม

ลดน้อยลง แต่รายได้จากการขายของที่ระลึกกลับเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากเป็นแหล่งของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะสินค้าที่แสดงถึงความเป็นไทยและเชียงใหม่ เช่น โปสการ์ดที่มีภาพอาหารไทย การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนการปรับตัวของร้านให้เข้ากับบริบทของย่านที่เน้นการท่องเที่ยวมากขึ้น ปัจจุบันคุณกรรทอง (เพื่อนสนิทของคุณเสาวนีย์) ที่เข้ามาร่วมบริหารร้านและทำงานมาแล้วกว่า 20 ปี ได้กลายเป็นหน้าตาของร้านที่ต้อนรับลูกค้าด้วยรอยยิ้มและความเป็นมิตร คุณกรรทองกล่าวว่าสิ่งที่สนุกที่สุดในการทำงานคือการได้พบปะพูดคุยกับลูกค้า ซึ่งแต่ละคนมาแลกเปลี่ยนเรื่องราวเกี่ยวกับหนังสือและชีวิต เธอมักจดซื้อลูกค้าที่ประทับใจลงในสมุดและพยายามจำความชอบของแต่ละคนทำให้ร้านเลากลายเป็นมากกว่าร้านหนังสือ แต่เป็นส่วนหนึ่งของความทรงจำและชีวิตของผู้คนมากมาย (กรรทอง สุดประเสริฐ และเสาวนีย์ เมฆานุกปัดร์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2568)

กลยุทธ์สำคัญของร้านเล่าคือการใช้ทำเลที่ตั้งใกล้มหาวิทยาลัยเชียงใหม่และย่านท่องเที่ยวมีมนเสน่ห์ การสร้างแนวคิดหลัก Books & Craft Hub ที่รวมงานฝีมือและสินค้าสร้างสรรค์ และการเลือกสรรหนังสือคุณภาพทั้งนวนิยาย สารคดี และหนังสือแปล ทำให้ร้านเล่าเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่ผู้คนมาพบปะแลกเปลี่ยนความคิด นอกจากนี้การสนับสนุนจาก สสส. ผ่านเครือข่ายหนังสือทำมือยังช่วยให้ร้านได้เชื่อมโยงกับร้านหนังสืออิสระอื่น ๆ ด้วย

(2) ร้านหนังสือ House of Commons: จากคาเฟ่สู่สถาบันวัฒนธรรม

คุณบุญเลิศ คณาณสาร และคุณเพชร ทิพย์สุวรรณ เจ้าของร้านหนังสือ House of Commons ได้เล่าถึงพัฒนาการของร้านว่า ร้านก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ.2555 จากการรวมตัวกันของผู้ที่มีใจรักหนังสือและต้องการสานต่อร้านหนังสือเดิมที่กำลังจะปิดตัวลง คุณเพชรซึ่งเคยเป็นลูกค้าประจำของร้านเดิมได้ชวนเพื่อนอีก 7 คน มารวมตัวกันเพื่อรับช่วงต่อร้านแห่งนี้โดยมีเป้าหมายที่จะสร้างพื้นที่ที่ไม่ใช่เพียงแค่อ่านขายหนังสือทั่วไป แต่เป็นพื้นที่ทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความหมายต่อชุมชน โครงสร้างการบริหารของร้านมีความโดดเด่นในแง่ของการเป็นร้านหนังสืออิสระที่มีผู้ถือหุ้นรวม 16 คน ในจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมด คุณบุญเลิศ และคุณเพชรถือหุ้นรวมกันประมาณร้อยละ 50 และเป็นผู้บริหารหลักของร้าน การที่มีผู้ถือหุ้นหลายคนนี้ไม่ได้เกิดขึ้นเพื่อการระดมทุนเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการสร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์ในการสนับสนุนร้านในระยะยาว (บุญเลิศ คณาณสาร และเพชร ทิพย์สุวรรณ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2568)

ในช่วงแรกของการเปิดร้าน คุณบุญเลิศและคุณเพชรได้แบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน โดยคุณบุญเลิศที่มีพื้นฐานทางด้านวิศวกรรมจะดูแลงานประจำวันและการบริหารการเงินของร้าน ในขณะที่คุณเพชรดูแลด้านโปรเจกต์ต่าง ๆ เช่น การจัดพิมพ์หนังสือของทางร้านเอง การจัดกิจกรรมชุมชน และการสร้างสรรค์โปรเจกต์พิเศษต่าง ๆ ร้านตั้งอยู่บริเวณที่มีแหล่งช้อปปิ้งและชุมชนแออัด ซึ่งคุณบุญเลิศและคุณเพชรตระหนักว่าการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนในชุมชนเป็นสิ่งสำคัญ พวกเขาจึงพยายามเชื่อมโยงกับชาวบ้านโดยการให้เด็ก ๆ ในชุมชนมาทำงานที่ร้าน นอกจากนี้ยังมีการเปิดสอนการทำและบริหารร้านกาแฟ ซึ่งนำไปสู่การชวนลูกค้าบางคนมาเป็นหุ้นส่วนหลังจากที่พวกเขาเรียนรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจที่ร้าน ในระยะเริ่มต้นร้านเน้นการทุ่มเทในส่วนของการเป็นหลัก เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนรอบข้าง เช่น การเปิดพื้นที่ให้เด็ก ๆ ในชุมชนมาทำการบ้านและเรียนพิเศษ หรือการให้ชิมกาแฟฟรีแก่ชาวบ้าน (บุญเลิศ คณาณสาร และเพชร ทิพย์สุวรรณ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2568)

สำหรับด้านหนังสือในช่วงแรกร้านเดิมมีหนังสือไม่เกิน 200 ปก เมื่อคุณเพชรและคุณบุญเลิศเข้ามารับช่วงต่อ พวกเขาเริ่มเปลี่ยนแปลงแนวทางของร้านโดยค่อย ๆ นำหนังสือของตัวเองเข้ามาขายก่อน จากนั้นจึงเริ่มต้นติดต่อกับสายส่งต่าง ๆ การคัดเลือกหนังสือของร้านมีอัตลักษณ์ที่ชัดเจนและสะท้อนถึงความสนใจของเจ้าของร้าน ร้านไม่พยายามมีหนังสือทุกเล่มเหมือนร้านหนังสือในห้างสรรพสินค้า แต่เลือกที่จะเน้นไปที่หนังสือเฉพาะกลุ่มหรือแนวที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของร้าน โดยเน้นหนังสือจากนักเขียนอิสระ หนังสือที่เกี่ยวกับจิตวิญญาณความหลากหลายทางเพศและประเด็นทางสังคม (บุญเลิศ คณาณสาร และเพชร ทิพย์สุวรรณ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2568)

จากประสบการณ์ตลอด 13 ปี ของร้าน House of Commons สามารถสังเกตเห็นวิวัฒนาการของความสัมพันธ์ระหว่างร้านกับลูกค้าที่พัฒนาไปไกลกว่าแนวคิด “พลเมือง-ผู้บริโภค” (citizen-consumer) ของ Miller โดยสามารถจำแนกเป็น 4 ระดับที่เรียกว่า “โมเดล 4C” ได้แก่ (1) customer หรือลูกค้าทั่วไป ซึ่งเป็นผู้ที่เข้ามาซื้อหนังสือหรือใช้บริการคาเฟ่ เป็นฐานรายได้หลักและจุดเริ่มต้นของความสัมพันธ์กับร้าน (2) co-partner หรือผู้ดูแลร้านร่วมกัน ลูกค้าจำนวนมากที่สนิทสนมกับร้านได้กลายมาเป็นผู้ร่วมจัดกิจกรรมที่ร้าน หรือใช้ร้านเป็นพื้นที่แสดงออก บางคนมาช่วยจัดงานเปิดตัวหนังสือ บางคนเสนอตัวจัดเวิร์กช็อป หรือแม้แต่ช่วยดูแลร้าน

ในบางโอกาส ความสัมพันธ์ในระดับนี้สะท้อนถึงความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกันที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ (3) creator หรือผู้สร้างสรรค์ ร้าน House of Commons เป็นพื้นที่สำคัญสำหรับนักเขียนอิสระและงานทดลองที่ไม่อยู่ในกระแสหลัก โดยเฉพาะวรรณกรรมที่เกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศ งานเขียนเชิงทดลองหรือหนังสือที่นำเสนอมุมมองทางสังคมที่แตกต่าง พนักงานร้านสามารถคัดเลือกและสนับสนุนงานเหล่านี้ให้เกิดตลาดใหม่ที่สำนักพิมพ์ขนาดใหญ่อาจมองข้ามและ (4) citizen หรือพลเมือง ร้านมักจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคมและการเมืองอย่างสม่ำเสมอ ลูกค้ายที่เข้าร่วมกิจกรรมเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงผู้บริโภคแต่เป็นพลเมืองที่ใช้พื้นที่ร้านหนังสือเป็นเวทีสาธารณะในการมีส่วนร่วมทางสังคม โมเดล 4C นี้แสดงให้เห็นว่าร้านหนังสืออิสระสามารถเป็นมากกว่าสถานที่ค้าขาย แต่เป็นพื้นที่ที่หล่อหลอมความสัมพันธ์หลายระดับและสร้างคุณค่าทางสังคมที่ซับซ้อน (ปกรณ์ เลิศเสถียรชัย, ผู้ให้สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2568)

กลยุทธ์หลักในการดำเนินงานของร้าน House of Commons คือการไม่ยึดติดกับการเป็นเพียงร้านขายหนังสือ แต่พัฒนาตนเองให้เป็นพื้นที่พหุมิติที่ผสมผสานระหว่างธุรกิจคาเฟ่ การขายหนังสือ และการจัดกิจกรรมทางสังคมวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน จากข้อมูลทางการเงินของร้านพบว่า รายได้หลักของร้านมาจากคาเฟ่ ร้อยละ 54 หนังสือร้อยละ 41 และการให้เช่าพื้นที่ร้อยละ 5 การที่รายได้จากคาเฟ่สูงกว่าหนังสือสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นที่ร้านหนังสืออิสระในปัจจุบันต้องมีธุรกิจเสริมเพื่อสร้างรายได้และดึงดูดลูกค้า โดยคาเฟ่ไม่ได้เป็นเพียงแหล่งรายได้เท่านั้น แต่ยังเป็นจุดดึงดูดให้ผู้คนเข้ามาใช้เวลาในร้าน ซึ่งจะนำไปสู่การซื้อหนังสือในที่สุด (บุญเลิศ คณาธนสาร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2568)

ในด้านการขายหนังสือ ร้านมีกลยุทธ์ที่น่าสนใจคือการแบ่งช่องทางการขายออกเป็น 2 ช่องทาง โดยร้อยละ 60 ของยอดขายหนังสือมาจากการขายออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของร้านเองและแพลตฟอร์ม Shopee ในขณะที่อีกร้อยละ 40 มาจากการขายหน้าร้าน การขายผ่านออนไลน์โดยเฉพาะ Shopee นั้นมีความท้าทายในแง่ของกำไร เนื่องจากต้องจ่ายค่าธรรมเนียมให้กับแพลตฟอร์มประมาณร้อยละ 4 เมื่อซื้อหนังสือจากสายส่งที่ลดราคาให้ร้อยละ 25-30 กำไรที่เหลือหลังหักค่าส่งและค่าธรรมเนียมแล้วเพียงร้อยละ 4-5 เท่านั้น สถานการณ์นี้ทำให้ร้านต้องมีเงินหมุนเวียนประมาณ 100,000 บาท เป็นอย่างน้อย เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างราบรื่น (บุญเลิศ คณาธนสาร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2568)

การเดินทางของร้าน House of Commons มีจุดเปลี่ยนสำคัญใน พ.ศ.2562 เมื่อต้องย้ายสถานที่เนื่องจากโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์กำลังจะเข้ามาพัฒนาพื้นที่ แม้จะเผชิญกับความท้าทายจากการย้ายครั้งนี้ แต่ร้านก็ยังคงรักษาอัตลักษณ์และแนวทางในการดำเนินงานไว้ได้ โดยยังคงเน้นการเป็นพื้นที่ทางสังคมและวัฒนธรรมที่เปิดกว้างสำหรับการแลกเปลี่ยนความคิดและการเรียนรู้ ตลอดระยะเวลา 13 ปี ที่ผ่านมา ร้าน House of Commons พัฒนาจากร้านหนังสือเล็ก ๆ ที่มีหนังสือไม่ถึง 200 ปก กลายเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญต่อชุมชนและแวดวงวรรณกรรมอิสระในประเทศไทย ร้านมีการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดพิมพ์หนังสือเอง การที่ร้านมีบทบาทตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำในอุตสาหกรรมหนังสือนี้ ทำให้ร้านมีความยืดหยุ่นและสามารถสนับสนุนนักเขียนอิสระได้อย่างเต็มที่ (บุญเลิศ คณาธนสาร และเพชร ทิพย์สุวรรณ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2568)

แม้ว่าร้าน House of Commons จะสามารถดำเนินงานมาได้อย่างต่อเนื่องตลอด 13 ปี แต่ก็ยังคงเผชิญกับปัญหาโครงสร้างของอุตสาหกรรมหนังสือไทย ปัญหาหลักคือการผูกขาดในอุตสาหกรรมหนังสือไทยซึ่งมีการรวมธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ครอบคลุมทั้งโรงพิมพ์ สำนักพิมพ์ สายส่ง และร้านหนังสือของตัวเอง การมีอำนาจครอบคลุมทุกส่วนของห่วงโซ่อุปทานหนังสือทำให้สามารถใช้กลยุทธ์ที่สร้างความเสียเปรียบให้กับร้านหนังสืออิสระได้ โดยเฉพาะการลดราคาหนังสือที่ร้านของตนเองมากกว่าส่วนลดที่ให้กับร้านค้าอิสระ เช่น ขณะที่ร้านของตนเองได้ส่วนลดร้อยละ 30 แต่ร้านอิสระจะได้เพียงร้อยละ 25 เท่านั้น (บุญเลิศ คณาธนสาร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2568)

นอกจากปัญหาการผูกขาดในอุตสาหกรรมหนังสือแล้ว ยังมีปัญหาการผูกขาดในอุตสาหกรรมกระดาษที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตหนังสือ ในประเทศไทยมีบริษัทใหญ่เพียงไม่กี่รายที่ผูกขาดตลาดกระดาษ ทำให้ราคากระดาษอยู่ในระดับสูงและส่งผลให้ต้นทุนการผลิตหนังสือสูงขึ้นตามไปด้วย ปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่งคือการที่รัฐไม่เคยเข้ามามีบทบาทในการช่วยเหลืออุตสาหกรรมหนังสืออย่างจริงจัง ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา รัฐได้ทอดทิ้งอุตสาหกรรมหนังสือและวัฒนธรรมการอ่านไว้ให้เจ้าของร้านดูแลตัวเอง โดยไม่มีนโยบายที่ชัดเจนในการสนับสนุนหรือส่งเสริมให้ร้านหนังสืออิสระสามารถอยู่รอดได้ (บุญเลิศ คณาธนสาร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2568)

(3) ร้านหนังสือเล็ก ๆ: พื้นที่ชุมชนในพื้นที่เล็ก

คุณบุษกร พิษยาতিติย์ (พี่จี้) เจ้าของร้านหนังสือเล็ก ๆ ได้เล่าถึงเรื่องราวของร้านว่า ร้านเริ่มต้นจากคุณบุษกร ผู้เติบโตมาในครอบครัวต่างจังหวัดและได้รับการปลูกฝังให้รักการอ่านมาตั้งแต่เด็ก หลังจบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัยศิลปากรและทำงานกับสำนักพิมพ์เมืองโบราณ เธอตัดสินใจเปิดพื้นที่ที่จะแบ่งปันความรักในการอ่านกับผู้อื่น ด้วยความมุ่งมั่นและแนวคิดที่ชัดเจน คุณบุษกรจึงร่วมกับเพื่อนสนิท 2 คนก่อตั้ง “ร้านหนังสือเล็ก ๆ” ขึ้นที่ถนนพระอาทิตย์ในกรุงเทพฯ แนวคิดหลักของร้านในขณะนั้นไม่ใช่การทำธุรกิจเพื่อแสวงหากำไรเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการสร้างพื้นที่ที่เหมือนห้องรับแขกที่อบอุ่น ที่ผู้คนสามารถมาพบปะแลกเปลี่ยนความคิดและสัมผัสกับหนังสือดี ๆ ในบรรยากาศที่เป็นกันเอง พวกเขาทุ่มเทชีวิตให้กับร้านอย่างเต็มที่ โดยใช้ชีวิตอยู่ที่ร้านและดำเนินการทุกอย่างด้วยตนเอง สิ่งนี้ทำให้พวกเขาได้คลุกคลีกับนักเขียนรุ่นใหม่หลายท่านและสร้างมิตรภาพที่ลึกซึ้งกับผู้คนในแวดวงวรรณกรรม (บุษกร พิษยาติติย์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 16 กันยายน 2568)

ร้านหนังสือเล็ก ๆ ที่ถนนพระอาทิตย์กลายเป็นจุดหมายปลายทางสำคัญสำหรับคนรักหนังสือและนักเขียนในกรุงเทพฯ คุณบุษกรและทีมงานจัดกิจกรรมทางวรรณกรรมและชุมชนที่ไม่เคยมีมาก่อนในยุคนั้น โดยเฉพาะงานหนังสือทำมือครั้งแรกของประเทศไทย ซึ่งได้รับความสนใจอย่างมากและกลายเป็นต้นแบบในภายหลัง นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมอ่าน “เจ้าชายน้อย” ในหลากหลายภาษา เป็นการสร้างพื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างประเทศผ่านวรรณกรรม กิจกรรมเหล่านี้เกิดจากความหลงใหลส่วนตัวและแรงบันดาลใจของทีมงาน นอกจากเป็นศูนย์กลางทางวรรณกรรม ร้านยังสร้างความผูกพันกับชุมชนย่านบางลำพูอย่างแน่นแฟ้น โดยจัดกิจกรรมเพื่อเด็ก ๆ ในละแวกและมีส่วนร่วมในการจัดงานปิดถนนพระอาทิตย์ครั้งแรก ซึ่งกลายเป็นเทศกาลสำคัญของชุมชนในภายหลัง ความสำเร็จของร้านไม่ได้เกิดจากการวางแผนทางธุรกิจที่เข้มงวด แต่มาจากความจริงใจและความเป็นตัวของตัวเองของคุณบุษกรและทีมงาน ที่สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับนักเขียน ศิลปิน และผู้คนในชุมชน (บุษกร พิษยาติติย์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 16 กันยายน 2568)

หลังดำเนินการกิจการที่ถนนพระอาทิตย์ประมาณ 6 ปี คุณบุษกรตัดสินใจย้ายมาเชียงใหม่เพื่อดูแลพ่อแม่ที่สูงอายุ ร้านหนังสือเล็ก ๆ ที่ถนนพระอาทิตย์ถูกส่งต่อให้ “ร้านหนังสือเดินทาง” ดำเนินต่อ ในขณะที่คุณอริยา ไพฑูรย์ (พี่เอ๋) เพื่อนสนิท

ผู้เชี่ยวชาญด้านหนังสือเด็กได้นำสาขาใหม่ไปเปิดที่สงขลา ก่อนจะย้ายตามมาในภายหลัง เมื่อคุณอริยา ย้ายร้านหนังสือเล็ก ๆ จากสงขลา มาที่เชียงใหม่ คุณบุษกรได้ปรับโครงสร้างของบ้านให้เป็นร้านที่อบอุ่นและเป็นกันเอง สะท้อนปรัชญาการผสมผสานการทำงาน ครอบครัว และชีวิตเข้าด้วยกัน คุณบุษกรรับผิดชอบการจัดกิจกรรมและบรรยากาศ ส่วนคุณอริยาดูแลการคัดเลือกหนังสือโดยเฉพาะหนังสือเด็กและการเขียนรีวิว ซึ่งช่วยให้ร้านรักษาลักษณะที่โดดเด่นไว้ได้ (บุษกร พิชยาพิทย, ผู้ให้สัมภาษณ์, 16 กันยายน 2568)

กลยุทธ์หลักของร้านหนังสือเล็ก ๆ คือการยึดมั่นในความหลงใหลและความสนใจส่วนตัวเป็นแรงผลักดัน แทนที่จะพยายามตอบสนองความต้องการของตลาดทั่วไป พวกเขาเลือกสร้างสิ่งที่รักและเชื่อ แล้วปล่อยให้ผู้คนที่มีค่านิยมคล้ายกันมาพบกับร้านเอง โดยมีการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น งานหนังสือทำมือครั้งแรกของประเทศไทย เป็นตัวอย่างของวิสัยทัศน์ที่ต้องการให้ร้านเป็นมากกว่าสถานที่ซื้อขาย การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนผ่านกิจกรรมเพื่อเด็ก ๆ และการเป็นผู้ริเริ่มงานเปิดตัวนพระอาทิตย์เป็นการสร้างความผูกพันระยะยาว ที่นำมาซึ่งฐานลูกค้าที่ภักดี และเครือข่ายสนับสนุน กิจกรรมในเชียงใหม่ยังคงยึดหลักเดิม เช่น งานปฐมนิเทศชีวิตหรืองานเลี้ยงวันเกิดหนังสือให้กับเด็ก ๆ โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (บุษกร พิชยาพิทย, ผู้ให้สัมภาษณ์, 16 กันยายน 2568)

(4) ร้านฟิลาเดลเฟีย: การต่อสู้กับโครงสร้างผูกขาด

คุณวิทยากร โสวัตร (พีเจีย) เจ้าของร้านหนังสือฟิลาเดลเฟีย (Philadelphia) ในจังหวัดอุบลราชธานี ได้เล่าถึงความเป็นร้านหนังสืออิสระแบบฟิลาเดลเฟียว่า ร้านฟิลาเดลเฟียเป็นพื้นที่สาธารณะสำหรับการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางสังคม และการเมืองอย่างอิสระ ร้านนี้เกิดจากความฝันของคุณคินีนาฏ โสวัตร (พีทอปพี-ภรรยาของคุณวิทยากร) ที่อยากมีร้านหนังสือที่ใครจะอยู่นานแค่ไหนก็ได้ โดยมีคุณวิทยากรเป็นผู้สานฝัน คุณวิทยากรเติบโตในครอบครัวชาวนายากจนในจังหวัดกาฬสินธุ์ ได้สัมผัสความไม่เป็นธรรมทางสังคมตั้งแต่วัยเด็ก การบวชเป็นสามเณร เปิดโลกการอ่านเชิงวิพากษ์ให้เขา จนนำไปสู่การทำจุลสารทำมือ “หิ้งห้อย” และการก่อตั้งกลุ่มถกเถียงประเด็นสังคมอย่างไม่เป็นทางการที่มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี หลังปลดประจำการทหารและทำงานเป็นคอลัมนิสต์ที่กรุงเทพฯ เขากลับมาอุบลราชธานีและเปิดร้านฟิลาเดลเฟียร่วมกับภรรยา (วิทยากร โสวัตร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2568)

ใน พ.ศ.2556 ทั้งคู่ตัดสินใจซื้อที่ดินและสร้างร้านใหม่ที่กว้างขวางกว่าเดิม ปีถัดมาเมื่อเกิดรัฐประหาร ร้านและเพจเฟซบุ๊กของคุณวิทยากรซึ่งมีจุดยืนทางการเมืองชัดเจนในการต่อต้านรัฐประหารถูกโจมตีและรายงานจนเกือบถูกปิด เหตุการณ์นี้ยิ่งตอกย้ำให้เห็นว่าร้านพิลาเดลเฟียไม่ได้เป็นเพียงร้านค้าธรรมดา แต่เป็นพื้นที่ทางการเมืองและสังคมที่มีความสำคัญต่อชุมชน ด้านกลยุทธ์การดำเนินงาน คุณวิทยากรพัฒนารูปแบบที่เขาเรียกว่า “โมเดลบ้านนอก” ซึ่งมีเป้าหมายหลักคือการสร้างความเป็นอิสระทางธุรกิจอย่างแท้จริง โดยลดการพึ่งพาระบบสายส่งและสำนักพิมพ์ใหญ่ หัวใจของโมเดลนี้คือการสร้างสต็อกหนังสือของร้านเอง แทนการพึ่งพาระบบฝากขาย เริ่มจากการไปกว้านซื้อหนังสือในงานลดราคาและแหล่งราคาถูกต่าง ๆ โดยเลือกหนังสือที่มีศักยภาพขายได้ในราคาสูงกว่า เช่น ซื้อมาเล่มละ 20 บาท แต่ขายได้ 300-500 บาท เป้าหมายคือทำให้ร้อยละ 70 ของหนังสือในร้านเป็นของร้านเอง ซึ่งใช้เวลาประมาณ 2 ปี ในการค่อย ๆ สะสม ขณะเดียวกันก็จัดสรรพื้นที่ร้อยละ 30 สำหรับหนังสือจากสำนักพิมพ์อิสระและนักเขียนอิสระที่ตรงกับ “จริต” ของร้าน คือมีคุณภาพ กระตุ้นความคิด และสอดคล้องกับปรัชญาการส่งเสริมการอ่านเชิงวิพากษ์ (วิทยากร โสวัตร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2568)

ในปัจจุบัน ร้านร่วมงานกับสำนักพิมพ์แบบดั้งเดิมเพียงแห่งเดียวที่เหลือดำเนินงานด้วยสต็อกของตัวเองทั้งหมด นอกจากนี้คุณวิทยากรยังตั้ง “กองทุนร้าน” จำนวน 100,000 บาท แยกจากบัญชีส่วนตัว พร้อมจัดสรรกำไรร้อยละ 20-30 ต่อเดือนเข้ากองทุนอย่างสม่ำเสมอ การบริหารแบบมีวินัยนี้ทำให้ร้านมีเสถียรภาพ และสามารถวางแผนระยะยาวได้ คุณวิทยากรประเมินว่าโมเดลนี้ทำให้ร้านมีกำไรมากกว่าการรับฝากขายจากสายส่งถึง 4 เท่า และที่สำคัญคือร้านมีอิสระเต็มที่ในการเลือกหนังสือตามอัตลักษณ์ของตนเอง (วิทยากร โสวัตร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2568)

ในฐานะพื้นที่ทางสังคม คุณวิทยากรจัดกิจกรรมเสวนาและบรรยายสาธารณะอย่างสม่ำเสมอ ครอบคลุมประเด็นสังคมการเมืองไปจนถึงหัวข้อหลากหลาย ลักษณะเด่นคือการอ้างอิงหนังสือที่เกี่ยวข้องระหว่างการเล่น ทำให้ผู้เข้าร่วมสามารถตามอ่านต่อได้และเกิดการถกเถียงแลกเปลี่ยนอย่างเป็นธรรมชาติ เมื่อเวลาผ่านไปร้านก็กลายเป็นพื้นที่ที่เกิดวงสนทนาแทบทุกวัน ใครมาก็พูดคุยกัน ใครมาทีหลังก็สมทบเข้าไป สอดคล้องกับสโลแกน “Make yourself at home” ที่ต้องการให้ผู้มาเยือนรู้สึกเหมือนอยู่บ้านตัวเอง (วิทยากร โสวัตร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2568)

คุณวิทยากรมองว่าปัญหาที่แท้จริงของอุตสาหกรรมหนังสือไทยคือผู้ประกอบการส่วนใหญ่มุ่งแต่ “ขาย” โดยไม่สนใจ “สร้างฐานผู้อ่าน” อย่างจริงจัง ประสบการณ์จากโครงการห้องเรียนวิทยาศาสตร์ในโรงเรียน โดยการกำกับดูแลของมหาวิทยาลัย (วมว.) ที่นักเรียนชั้นมัธยมปลายได้รับเงินคนละ 1,000 บาท ต่อปีการศึกษาเพื่อซื้อหนังสือ ทำให้เขาพบว่าเด็กที่เคยอ่านแต่หนังสือเรียนสามารถกลายเป็นคนรักการอ่านได้ เมื่อมีโอกาสและบรรยากาศที่ส่งเสริมและในที่สุดก็กลายเป็นลูกค้าประจำที่ซื้อหนังสือด้วยเงินของตัวเอง ประสบการณ์นี้ยืนยันความเชื่อของเขาว่าการลงทุนสร้างผู้อ่านตั้งแต่เด็กคือกุญแจสำคัญของระบบนิเวศการอ่านที่ยั่งยืน (วิทยากร โสวัตร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2568)

ด้านโครงสร้างอุตสาหกรรม คุณวิทยากรชี้ว่าร้านหนังสืออิสระแบบดั้งเดิมเผชิญอุปสรรคหลายประการ *ประการแรก* คืออัตรากำไรต่ำมาก การทำงานผ่านสายส่งได้ส่วนแบ่งเพียงร้อยละ 25 ขณะที่การทำงานโดยตรงกับสำนักพิมพ์ได้ร้อยละ 30 ซึ่งไม่เพียงพอเมื่อรวมกับปัญหาสภาพคล่องและภาระเงินมัดจำ ปัญหาที่ร้ายแรงกว่าคือการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม เมื่อสำนักพิมพ์จัดงานลดราคาหนังสือร้อยละ 50-70 แต่ร้านอิสระกลับไม่สามารถลดราคาได้เพราะมีข้อตกลงการวางบิลที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังคือ “เจ้าพ่อหนังสือเก่า” ผู้ค้ารายใหญ่ที่มีเงินทุนและความสัมพันธ์พิเศษกับสำนักพิมพ์ ทำให้ได้ซื้อหนังสือล็อตใหญ่ในราคาเล่มละ 5-10 บาท ก่อนงานเปิดแล้วนำมาขายต่อในราคาที่ร้านอิสระแข่งไม่ได้ ปัญหานี้เป็นสิ่งที่คนในวงการไม่ค่อยพูดถึงแต่เป็นอุปสรรคสำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไขเชิงโครงสร้าง (วิทยากร โสวัตร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2568)

นอกจากนี้ คุณวิทยากรยังกังวลเรื่องการผูกขาดรสนิยมในวงการหนังสือไทย โดยมองว่ามี 2 ระดับ คือการผูกขาดลิขสิทธิ์และการผูกขาดรสนิยม ซึ่งอย่างหลังน่ากังวลกว่า เพราะเมื่อสำนักพิมพ์ใหญ่หรือนักวิจารณ์บางคนมีอิทธิพลมากเกินไป จะทำให้เกิดการกำหนดทิศทางรสนิยมตลาด จำกัดความหลากหลายของงานเขียน และทำให้งานดี ๆ ของนักเขียนอิสระถูกมองข้าม ร้านหนังสืออิสระจึงมี “สิทธิในการเลือก” ที่จะเปิดพื้นที่ให้งานคุณภาพที่ระบบใหญ่ไม่ให้ออกาส สะท้อนความเชื่อว่า “ร้านหนังสือไม่ได้เป็นเพียงแค่อู่ธุรกิจ แต่เป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศวัฒนธรรมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม” คุณวิทยากรสรุปว่าการสร้างอุตสาหกรรมหนังสือที่ยั่งยืนต้องเริ่มจากการสร้างฐานผู้อ่าน ทำให้หนังสือเข้าถึงได้ง่าย และส่งเสริมความหลากหลายของงานเขียน รัฐควรแก้ปัญหาโครงสร้างโดยไม่เข้ามาควบคุม ขณะที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการสร้างฐานผู้อ่านในระยะยาวมากกว่าการขายในระยะสั้น (วิทยากร โสวัตร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2568)

(5) จากเด็กเกรสุ่คุณครู: เมื่อร้านหนังสือเปลี่ยนชีวิต

เรื่องราวของพรม หมู่อายุ 32 ปี ที่เปลี่ยนจากวัยรุ่นเกรสุ่การเป็นครูผู้สร้างแรงบันดาลใจ สะท้อนบทบาทของร้านหนังสืออิสระในฐานะพื้นที่เปลี่ยนแปลงชีวิต เมื่อ 15 ปีที่แล้ว เมื่อเขาอายุเพียง 17 ปี ชายหนุ่มคนนี้กำลังเผชิญกับจุดต่ำสุดของชีวิต หลังจากไม่ได้เรียนต่อหลังจบมัธยมศึกษาปีที่ 3 เขาใช้เวลา 2 ปี อย่างสูญเปล่า ด้วยการเกรและไร้จุดหมาย แต่ในใจลึก ๆ เขาปรารถนาที่จะเปลี่ยนแปลงตัวเอง ความต้องการนี้พาเขาไปสู่การแสวงหาความรู้ผ่านการอ่านหนังสือ โดยเริ่มต้นจากงานเขียนของอาจารย์เสกสรรค์ ประเสริฐกุล ซึ่งในยุคนั้นเขาต้องสั่งซื้อออนไลน์ เพราะไม่มีร้านหนังสือใกล้บ้านที่จำหน่ายหนังสือประเภทนี้ โอกาสแห่งการเปลี่ยนแปลงมาถึงในช่วง พ.ศ.2553-2554 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่สถานการณ์การเมืองไทยตึงเครียดจากเหตุการณ์เสื้อแดง พี่พี่ แฟนของพี่สาวได้ชักชวนเขามาที่ร้านหนังสือของพี่เจียบ (คุณวิทยากร โสวัตร-ร้านพิลาเดลเฟีย) ร้านหนังสืออิสระแห่งหนึ่งในชุมชนของเขา เมื่อก้าวเข้าไปในร้าน เขารู้สึกตื่นตาตื่นใจอย่างที่ไม่เคยคิดว่าจะมีสถานที่แบบนี้ อยู่ในแถบบ้านของเขา ร้านแห่งนี้ไม่ได้เป็นเพียงร้านขายหนังสือธรรมดา แต่เป็นศูนย์รวมของชุมชนนักอ่าน นักคิด และนักเขียน ที่มารวมตัวกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและเรียนรู้ร่วมกัน ร้านหนังสือของพี่เจียบกลายเป็นห้องเรียนที่สำคัญที่สุดในชีวิตของเขา ที่นี้ไม่มีกำแพงแห่งความรู้ ไม่มีการจำกัดความคิด พี่เจียบทำหน้าที่มากกว่าเจ้าของร้านหนังสือ แต่เป็นครู เป็นพี่เลี้ยง และเป็นเพื่อนที่คอยแนะนำหนังสือ ชวนถกเถียงความคิด และท้าทายความเชื่อเดิม ๆ ที่เขายึดมั่นมา โดยเฉพาะเรื่องประวัติศาสตร์กระแสหลักที่เขาเคยเรียนมาในโรงเรียน พี่เจียบกระตุ้นให้เขาตั้งคำถาม ตรวจสอบความคิดของตนเองอยู่เสมอ และเปิดใจรับมุมมองใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากสิ่งที่เคยรู้จัก (พรม (นามแฝง), ผู้ให้สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2568)

สิ่งที่ทำให้ร้านแห่งนี้แตกต่างคือ บรรยากาศที่อบอุ่นและปลอดภัย ร้านหนังสือของพี่เจียบเป็นเหมือนบ้านของเพื่อน เป็นพื้นที่ปลอดภัยที่ทุกคนสามารถพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้อย่างอิสระในทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเมือง สังคม ปรัชญา หรือแม้แต่เรื่องส่วนตัว พี่เจียบจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การสังสรรค์ยามเย็น วันศุกร์ และการไปแคมป์ปิ้งร่วมกัน ซึ่งในกิจกรรมเหล่านี้ บทสนทนามักจะวนเวียนอยู่กับเรื่องหนังสือและแนวคิดต่าง ๆ ทำให้เขามีโอกาสฟังและซึมซับความรู้ใหม่ ๆ จากผู้คนที่หลากหลาย พี่เจียบไม่เพียงแต่แนะนำหนังสือที่น่าสนใจเท่านั้น แต่ยังเป็นแบบอย่างในการใช้ชีวิตที่มีคุณค่า พี่เจียบเป็นคนที่ยืนหยัดเป็นปากเป็นเสียงให้กับคนตัวเล็กตัวน้อยและผู้ที่ถูกเอารัดเอาเปรียบในสังคม ทักษะในการแนะนำหนังสือ

ของพีเจียบโดดเด่น สามารถทำให้ผู้อ่านรู้สึกอยากอ่านและไม่ผิดหวัง ความสามารถในการสื่อสารและสร้างปฏิสัมพันธ์เช่นนี้ทำให้ร้านหนังสือแห่งนี้กลายเป็นสถานที่ที่ผู้คนต้องการกลับมาเยือนซ้ำ (พรม (นามแฝง), ผู้ให้สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2568)

วันนี้ ชายหนุ่มคนนั้นเติบโตขึ้นเป็นครูที่สอนนักเรียนชั้นมัธยม และเขาได้นำแนวคิดทั้งหมดที่ได้รับจากพีเจียบและร้านหนังสือไปประยุกต์ใช้ในการสอนของเขา เขาจัดตั้งห้องสมุดหน้าห้องเรียนเพื่อให้เด็กนักเรียนได้อ่านและมาถกเถียงกันเช่นเดียวกับที่เขาเคยทำที่ร้านพีเจียบ เขาทำทนายชนบเดิมของโรงเรียนหลายประการ ทำให้ต้องเจอการต่อต้านจากครูรุ่นเก่า แต่เขาเรียนรู้ที่จะเข้าใจพวกเขาและสื่อสารความต้องการของตนเองอย่างอ่อนน้อม เพื่อหาจุดรวมในการทำงานเพื่อประโยชน์ของเด็กนักเรียน เขาพยายามเป็นที่พึ่งให้กับเด็กนักเรียนเมื่อพวกเขาถูกใช้อำนาจโดยครูคนอื่น โดยเน้นย้ำว่าครูควรเป็นที่พึ่งให้เด็ก ไม่ใช่เป็นผู้กดขี่พวกเขา เขาตั้งชุมนุมปรัชญาวิทยาศาสตร์เพื่อชวนเด็กนักเรียนถกเถียงประเด็นวิทยาศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับสังคมและค่านิยมต่าง ๆ เขาเชื่อมั่นว่าโรงเรียนควรเป็นพื้นที่ปลอดภัยที่เด็กสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันได้อย่างเต็มที่ เหมือนกับที่ร้านหนังสือของพีเจียบเคยเป็นพื้นที่ปลอดภัยสำหรับเขา แม้ว่าจะผ่านมาหลายปี เขายังคงแวะเวียนไปหาพีเจียบบ่อยครั้งแม้ในยามดึก เพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนนี้แสดงให้เห็นว่าร้านหนังสืออิสระสามารถสร้างความผูกพันระหว่างคนได้อย่างลึกซึ้ง และสะท้อนความทุ่มเทของพีเจียบที่มีต่อการอ่านและการแบ่งปันความรู้ (พรม (นามแฝง), ผู้ให้สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2568)

เรื่องราวของพรมแสดงให้เห็นว่าร้านหนังสืออิสระเป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้ที่ไม่มีกำแพง เป็นชุมชนที่รวมความคิดหลากหลาย และเป็นแหล่งสร้างแรงบันดาลใจที่เปลี่ยนแปลงชีวิต เจ้าของร้านอย่างพีเจียบเป็นมากกว่าพ่อค้า แต่เป็นครูและผู้นำทางความคิดที่หล่อหลอมพลเมืองรุ่นใหม่

สรุปและอภิปรายผล

กรณีศึกษาไทยสะท้อนแนวคิดจากต่างประเทศเรื่องร้านหนังสือในฐานะพื้นที่ต่อรองความคิด พื้นที่ทางสังคมและวัฒนธรรม และการค้าที่เชื่อมโยงกับสังคม แต่บริบทไทยโดดเด่นด้วยการต่อสู้กับโครงสร้างผูกขาดที่รุนแรงกว่า และการขาดการสนับสนุนจากรัฐ ทำให้ร้านอิสระต้องพึ่งพาความมุ่งมั่นส่วนบุคคลและการสร้างเครือข่ายชุมชนเป็นหลัก

กลยุทธ์การอยู่รอดมีความหลากหลายดังนี้ ร้านเล่าปรับตัวตลอด 25 ปี ผ่านการเปลี่ยนทำเลและขยายสินค้า House of Commons พัฒนาโมเดลพหุมิติที่ผสม คาเฟ่-หนังสือ-การจัดพิมพ์พร้อมโมเดล 4C ร้านหนังสือเล็ก ๆ ยึดปรัชญา “ความหลงใหล” แทนการมุ่งกำไร ส่วนร้านพิลาเดลเฟียพัฒนา “โมเดลบ้านนอก” ที่สร้างอิสระจากสายส่งโดยการสร้างสต็อกเอง แต่ละกลยุทธ์ตอบสนองต่อบริบทท้องถิ่นและปรัชญาของเจ้าของร้าน

ความตึงเครียดระหว่างมิติเศรษฐกิจกับมิติสังคมเป็นประเด็นสำคัญ เจ้าของร้านต้องเป็นทั้ง “ผู้ประกอบการที่มีทักษะ” และ “นักกิจกรรมทางวัฒนธรรม” ดังที่ Miller (2006) อธิบายการเปลี่ยนผ่านจาก reluctant สู่ skilled capitalists รายได้ของ House of Commons จากคาเฟ่ร้อยละ 54 และหนังสือร้อยละ 41 สะท้อนว่าการขายหนังสืออย่างเดียวไม่เพียงพอ แต่แม้เผชิญความยากลำบาก ร้านเหล่านี้ยังคงจัดกิจกรรมที่ไม่หวังกำไรและสร้างพื้นที่สาธารณะแห่งการแลกเปลี่ยนความคิด สิ่งที่เชื่อมโยงทุกกรณีศึกษาคือบทบาทการสร้างพื้นที่ต่อต้าน (counterspace) ในสังคมทุนนิยม ร้านเหล่านี้ท้าทายตรรกะของตลาดผ่านการนำเสนอ “ความช้า ความเฉพาะเจาะจง และความมีความหมาย” ตามแนวคิด “Small and slow is beautiful” ของ O'Brien โดยร้านพิลาเดลเฟียโดดเด่นที่สุดในการใช้ร้านเป็นพื้นที่ทางการเมือง และใช้ “สิทธิในการเลือก” ต่อสู้กับการผูกขาดตรณียัม

เรื่องราวของพรมสะท้อนพลังการเปลี่ยนแปลงของร้านหนังสืออิสระในฐานะโรงเรียนนอกระบบ พื้นที่ปลอดภัยสำหรับการพัฒนาจิตสำนึกวิพากษ์ และจุดเชื่อมระหว่างความรู้กับการกระทำ ซึ่งมีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ต่อสังคมประชาธิปไตย อย่างไรก็ตาม การต่อสู้ของร้านหนังสืออิสระไทยยังขาดความเป็นสถาบันในการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ ซึ่งแตกต่างจากต่างประเทศ เช่น Leading Edge Books (LEB) ในออสเตรเลียที่รวมกลุ่มซื้อเพื่อเจรจาท่อรองกับผู้จัดพิมพ์ จนร้านต่าง ๆ กล่าวว่า “เราคงอยู่ไม่ได้หากไม่มี LEB” (Li, 2010) หรือ American Booksellers Association (ABA) ในสหรัฐอเมริกาที่มีวิวัฒนาการการต่อสู้ที่เป็นระบบ

กิจกรรมอย่าง “สัปดาห์ร้านหนังสืออิสระ” แม้มีเจตนาดี แต่มีร้านหนังสืออิสระส่วนหนึ่งเห็นว่าเป็นการดำเนินการแบบ top-down ที่ไม่ได้รับฟังความต้องการเฉพาะของแต่ละร้านอย่างแท้จริง กรณีที่น่าสนใจคือการรวมตัวของร้านหนังสืออิสระในขอนแก่น ที่ประสบความสำเร็จด้วยการมี “คนกลาง” ทำหน้าที่รับฟังทุกร้านทำความเข้าใจความต้องการและข้อจำกัดแต่ละแห่ง แล้วจัดตารางกิจกรรมร่วมกัน เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่ไม่จำเป็น ส่งผลให้ร้านสนับสนุนซึ่งกันและกันแทนที่

จะแข่งกันเอง กรณีขอนแก่นแสดงว่าการรวมตัวที่มีประสิทธิภาพต้องมาจาก bottom-up โดยมีภาครัฐสนับสนุนทรัพยากรและสร้างเงื่อนไขที่เอื้ออำนวย ไม่ใช่เข้ามาควบคุมกำหนดทิศทาง ความท้าทายในการสร้างความเป็นสถาบันยังเชื่อมโยงกับการขาด “พลเมือง-ผู้บริโภค” (citizen-consumer) ตามแนวคิด Miller ที่ตัดสินใจซื้อโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวม ไม่ใช่แค่ราคาถูกสุด ความล้มเหลวนี้ทำให้ร้านหนังสืออิสระไทยยังคงอยู่ในภาวะเปราะบางที่พึ่งพาความมุ่งมั่นของเจ้าของร้านเป็นหลัก

การเปรียบเทียบ LEB กับประเทศไทยชี้ให้เห็นว่าความสำเร็จของการรวมตัวไม่ได้อยู่ที่การมีองค์กรอย่างเป็นทางการ แต่อยู่ที่กลไกที่ตอบสนองความต้องการจริงของสมาชิก กรณีขอนแก่นจึงเป็นต้นแบบที่ควรขยายผลไปยังพื้นที่อื่น กล่าวโดยสรุป คำตอบต่อความอยู่รอดของร้านหนังสืออิสระไม่ได้ขึ้นอยู่กับความสามารถของเจ้าของร้านเพียงอย่างเดียว แต่ต้องการการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างระดับอุตสาหกรรมและการตระหนักของสังคม ข้อมูลชี้ชัดว่าคนไทยอ่านหนังสือมากขึ้น แต่ตลาดมูลค่า 20,000 ล้านบาท ไม่ได้กระจายสู่ร้านอิสระที่เป็นหัวใจของระบบนิเวศวัฒนธรรมการอ่าน

กรณีศึกษาทั้ง 4 แสดงว่าร้านหนังสืออิสระเป็นมากกว่าสถานที่ซื้อขาย โดยทำหน้าที่เป็นพื้นที่ทางสังคมและวัฒนธรรม พื้นที่ปลอดภัยสำหรับจิตสำนึกวิพากษ์ พื้นที่ต่อต้านตรรกะทุนนิยมด้วยคุณค่าแห่งความช้าและความเฉพาะเจาะจง และโรงเรียนนอกระบบที่หล่อหลอมพลเมืองที่มีความคิดวิเคราะห์ ความท้าทายที่แท้จริงมาจากโครงสร้างอุตสาหกรรมที่เอารัดเอาเปรียบ ได้แก่ การครอบงำห่วงโซ่อุปทานของสำนักพิมพ์ใหญ่ การผูกขาดในอุตสาหกรรมกระดาษ การแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมจากเจ้าพ่อหนังสือเก่า และการขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งล้วนต้องได้รับการแก้ไขอย่างเป็นระบบ การสูญเสียร้านหนังสืออิสระคือการสูญเสียพื้นที่สาธารณะแหล่งเพาะบ่มจิตสำนึกวิพากษ์ และความหลากหลายทางวัฒนธรรม ดังนั้น การเลือกซื้อหนังสือจากร้านหนังสืออิสระไม่ใช่เพียงการซื้อสินค้า แต่เป็นการลงคะแนนเสียงให้สังคมที่หลากหลายและเป็นธรรม ร้านหนังสืออิสระคือสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่สังคมไทยไม่ควรปล่อยให้สูญหายไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากกรณีศึกษาทั้ง 4 แห่ง ชี้ให้เห็นว่าความท้าทายที่ร้านหนังสืออิสระเผชิญ ไม่ใช่ปัญหาของผู้ประกอบการรายบุคคล แต่เป็นปัญหาเชิงโครงสร้างในระดับอุตสาหกรรมที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขอย่างเป็นระบบ อย่างไรก็ตาม การแก้ปัญหาควรเป็นนโยบายแบบ “หุ้นส่วน” (partnership) ที่เกี่ยวข้องกับทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และผู้ประกอบการร้านหนังสืออิสระเอง จากการสังเคราะห์ข้อเสนอของเจ้าของร้านและแนวทางจากต่างประเทศ พบประเด็นสำคัญดังนี้

(1) คุปองวัฒนธรรม: การสร้างนักอ่านรุ่นใหม่

ข้อเสนอที่น่าสนใจคือการนำแนวคิด “คุปองวัฒนธรรม” (cultural voucher) มาปรับใช้ในบริบทไทย โดยอ้างอิงจากรายงาน Industry Insights ของโครงการ RISE Bookselling (Brennan & Asling, 2023) ซึ่งศึกษานโยบายคุปองวัฒนธรรมใน 4 ประเทศ ได้แก่ อิตาลี ฝรั่งเศส สเปน และเยอรมนี อิตาลีเป็นผู้ริเริ่มโครงการตั้งแต่ พ.ศ. 2559 โดยมอบเงิน 500 ยูโร แก่เยาวชนอายุ 18 ปี เพื่อใช้จ่ายในสินค้าวัฒนธรรม ผลปรากฏว่าเยาวชนใช้เงินถึงร้อยละ 80 ไปกับการซื้อหนังสือ สำหรับประเทศไทย อาจปรับใช้โดยรัฐมอบเงินจำนวนหนึ่งแก่เยาวชนอายุ 18 ปีหรือนักศึกษาระดับอุดมศึกษา เพื่อใช้ซื้อหนังสือหรือบัตรเข้าชมกิจกรรมทางวัฒนธรรมผ่านแอปพลิเคชันที่เชื่อมต่อกับร้านหนังสืออิสระทั่วประเทศ นโยบายนี้ไม่ใช่เพียงการช่วยเหลือระยะสั้น แต่เป็นการลงทุนสร้างฐานผู้อ่านระยะยาวในรูปแบบ “หุ้นส่วน” ที่รัฐอุดหนุนร้านหนังสือสร้างประสบการณ์ และเยาวชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

(2) การสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงหนังสือ

ราคาหนังสือในประเทศไทยค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับรายได้และค่าครองชีพ ทำให้หนังสืออาจไม่เข้าถึงคนทุกระดับ รัฐควรมีนโยบายช่วยลดราคาหนังสือ เช่น การยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม การสนับสนุนสำนักพิมพ์เพื่อลดต้นทุน หรือการจัดสรรงบประมาณซื้อหนังสือแจกจ่ายให้โรงเรียนและห้องสมุด นอกจากนี้ รัฐควรพัฒนาห้องสมุดประชาชนและศูนย์การเรียนรู้ในชุมชนให้มีประสิทธิภาพและเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น

(3) การสนับสนุนร้านหนังสืออิสระโดยตรง

รัฐควรมีมาตรการสนับสนุนร้านหนังสืออิสระอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี การสนับสนุนค่าเช่าพื้นที่ การให้เงินอุดหนุนสำหรับการจัด

กิจกรรมส่งเสริมการอ่าน และการช่วยพัฒนาช่องทางการขายออนไลน์ ที่สำคัญคือการสนับสนุนการจัดตั้งสมาคมหรือเครือข่ายที่สามารถเป็นตัวแทนเจรจาต่อรองกับสำนักพิมพ์ ดังตัวอย่างความสำเร็จของ Leading Edge Books ในออสเตรเลีย หรือการรวมตัวของร้านหนังสืออิสระในจังหวัดขอนแก่น

(4) การสร้างความเป็นธรรมในโครงสร้างอุตสาหกรรม

รัฐควรมีมาตรการสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขัน เช่น การควบคุมการผูกขาดแนวดิ่ง การกำหนดให้สำนักพิมพ์เสนอเงื่อนไขที่เป็นธรรมกับร้านหนังสืออิสระ และการสนับสนุนระบบจัดจำหน่ายที่โปร่งใส รวมถึงการตรวจสอบพฤติกรรมที่เอาเปรียบ เช่น การให้ส่วนลดที่แตกต่างกันระหว่างร้านในเครือกับร้านอิสระ หรือการจัดงานลดราคาที่ทำให้ร้านอิสระไม่สามารถแข่งขันได้

(5) การสนับสนุนสำนักพิมพ์และผู้เขียนในประเทศ

รัฐควรให้ทุนสนับสนุนการเขียนและตีพิมพ์หนังสือคุณภาพ จัดรางวัลยกย่องผู้เขียนและสำนักพิมพ์ที่มีผลงานดีเด่น ส่งเสริมการแปลหนังสือไทยเป็นภาษาต่างประเทศ และสนับสนุนสำนักพิมพ์อิสระและนักเขียนอิสระเป็นพิเศษ เพราะพวกเขาเป็นผู้สร้างสรรค์ความหลากหลายทางวรรณกรรมและเป็นหุ้นส่วนสำคัญของร้านหนังสืออิสระ

(6) การจัดตั้งสถาบันหนังสือแห่งชาติ

ข้อเสนอสำคัญที่สุดคือการจัดตั้งสถาบันหนังสือแห่งชาติที่มีโครงสร้างแบบ “หุ้นส่วน” ซึ่งมีตัวแทนจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ สำนักพิมพ์ ร้านหนังสือ นักเขียน และภาคประชาสังคม สถาบันควรทำหน้าที่บูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กำหนดนโยบายระยะยาว และรับฟังเสียงจากผู้ประกอบการรายย่อยอย่างแท้จริง ไม่ใช่เพียงกำหนดนโยบายจากส่วนกลางโดยไม่เข้าใจความต้องการของผู้ที่อยู่นางาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในอนาคตควรขยายขอบเขตไปยังร้านหนังสืออิสระในภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อให้ได้ภาพที่ครอบคลุมมากขึ้น โดยเฉพาะการศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างร้านในเมืองใหญ่กับพื้นที่ชนบทหรือเมืองรอง นอกจากนี้ควรศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับโมเดลการรวมตัวของร้านหนังสืออิสระในจังหวัดขอนแก่นเพื่อถอดบทเรียนและขยายผลในพื้นที่อื่น รวมถึงการศึกษาเชิงปริมาณเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคต่อร้านหนังสืออิสระ เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและความเป็นไปได้ในการสร้าง “พลเมือง-ผู้บริโภค” ในบริบทสังคมไทย

นอกจากนี้ยังควรมีการศึกษาเชิงนโยบายเปรียบเทียบนโยบายสนับสนุนร้านหนังสืออิสระในต่างประเทศ เช่น ระบบคูปองวัฒนธรรมในยุโรปหรือการรวมกลุ่มแบบ Leading Edge Books ในออสเตรเลีย เพื่อประเมินความเป็นไปได้และปรับให้เหมาะสมกับบริบทไทย และควรมีการวิจัยเชิงโครงสร้างเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานและกลไกการผูกขาดในอุตสาหกรรมหนังสือไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สามารถนำไปใช้ผลักดันนโยบายสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งในโครงการวิจัย “พลวัตและการปรับตัวของร้านหนังสือในจังหวัดเชียงใหม่: การศึกษาระบบนิเวศและความหลากหลายของร้านหนังสือในฐานะโครงสร้างพื้นฐานการอ่าน” ภายใต้แผนงาน “ระบบนิเวศและโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งเสริมศักยภาพวัฒนธรรมการอ่านและอุตสาหกรรมหนังสือในฐานะฐานรากของเศรษฐกิจสร้างสรรค์” ได้รับทุนสนับสนุนจากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนากำลังคน และทุนด้านการพัฒนาสถาบันอุดมศึกษา การวิจัยและการสร้างนวัตกรรม (บพค.) ผู้วิจัยขอขอบคุณเจ้าของและผู้บริหารร้านหนังสืออิสระทุกแห่งที่เป็นกรณีศึกษา รวมถึงผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่กรุณาสละเวลาและให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์จนโครงการสำเร็จจุล่ง

References

- Brennan, D. M., & Asling, T. (2023). *Industry insights II: Culture vouchers* (Research report). Brussels: European and International Booksellers Federation.
- Chettaphayak, K. (2025a, April 4). *Wongkan nangsu cha tai muea khon thai loek an? Sang watthanatham kan an hai nangsu rot* (in Thai). [Will the book world die when Thais stop reading? Building a reading culture to save books]. Retrieved November 18, 2025, from <https://www.tnnthailand.com/tnnexclusive/195030/>
- Chettaphayak, K. (2025b, July 8). *Khon thai an nangsu arai, an mak khae nai? Samruatchan phruettikam kan an-sue nangsu khong khon thai pi 67* (in Thai). [What do Thai people read and how much? A survey of reading and book-buying behavior of Thais in 2567]. Retrieved November 18, 2025, from <https://www.tnnthailand.com/infographic/204811/>

- Chokcharatkun, K. (2025, October 15). Thangrot khong “ran nangsu itsara” nai yuk dichithan thi mi tae phaettfoem onnolai (in Thai). [Survival of “independent bookstores” in the digital era with only online platforms]. *Krungthep Thurakij*. Retrieved from <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/judprakai/1203133>
- Hill, G. (2012). *The bookshop as an experiencescape: The future of the physical book and bookshop in the digital era* (Master’s thesis). Lund, Sweden: Lund University. Retrieved from <https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=4301167&fileId=4742857>
- Laing, A. (2020). Indies in Scotland: Exploring the unique role of independent bookshops in Scotland’s towns and villages. *Publishing Research Quarterly*, 36, 585–600. <https://doi.org/10.1007/s12109-020-09759-5>
- Li, J. (2010). Choosing the right battles: How independent bookshops in Sydney, Australia compete with chains and online retailers. *Australian Geographer*, 41(2), 247–262. <https://doi.org/10.1080/00049181003742369>
- Luyt, B., & Heok, A. (2015). David and Goliath: Tales of independent bookstores in Singapore. *Publishing Research Quarterly*, 31, 122–131. <https://doi.org/10.1007/s12109-015-9402-y>
- Miller, L. J. (2006). *Reluctant capitalists: Bookselling and the culture of consumption*. Chicago: University of Chicago Press.
- O’Brien, G. T. M. (2016). Small and slow is beautiful: Well-being, “socially connective retail” and the independent bookshop. *Social & Cultural Geography*, 18(4), 547–565. <https://doi.org/10.1080/14649365.2016.1199814>
- Premasawas, W. (2025, October 20). Chap sannyan khakhueen “wongkan nangsu” muea nak an Gen Z klai pen kunchai samkhan (in Thai). [Catching the rising signals in the “book world” when Gen Z readers become the key]. Retrieved November 18, 2025, from <https://www.tnnthailand.com/tnnexclusive/214784/>