

بودن یا نبودن کتابفروشان؛ مسئله ناشران چیست؟



شناسه خبر : ۱۴۱۶۰۵ شنبه ۸ اردیبهشت ۱۴۰۳ - ۱۲:۵۹

با اتمام مهلت ثبت نام کتابفروشی‌ها در نمایشگاه کتاب تهران چالش‌ها و جنجال‌ها بر سر حضور این حلقه از نشر در نمایشگاه کتاب تهران ادامه دارد، اما آیا این حضور برای خود کتابفروشان خالی از چالش و مقرون به صرفه است؟

به گزارش خبرنگار فرهنگی موج خبر، ثبت نام کتابفروشی‌ها برای شرکت در نمایشگاه کتاب تهران چند روزی است که به اتمام رسیده است، با این حال حرف و حدیث‌ها برای دومین حضور کتابفروشی‌ها در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران که به شکل مجازی و از طریق سامانه بازار کتاب انجام می‌شود، داغ است.

سال گذشته نخستین تجربه حضور کتابفروشان در نمایشگاه کتاب تهران تجربه قابل توجهی بود، با وجود استقبال اندک

کتابفروشان و برخلاف پیش‌بینی‌ها استقبال از کتابفروشی‌های عضو سامانه آنچنان بالا گرفت که بسیاری از آن‌ها فروشگاه‌های خود را تعطیل کرده و تنها به انجام امورات مربوط به خریدهای نمایشگاه کتاب تهران پرداختند، سرانجام کتابفروشان فروش 20 میلیاردی کتاب را در نمایشگاه رقم زدند.

اما حاشیه‌های حضور کتابفروشان در نمایشگاه مجازی کتاب تهران کم نبود، مهمترین چالش ایجاد شده در این زمینه عرضه کتاب با چند قیمت متفاوت در بخش مجازی نمایشگاه کتاب تهران بود، کتابفروشانی که نسخه‌های چاپ قدیمی کتاب‌ها را در اختیار داشتند، کتاب‌ها را ارزان‌تر از ناشر عرضه می‌کردند و مخاطب طبیعتاً کتاب با قیمت پایین‌تر را انتخاب می‌کرد، این امر هم داد ناشران را در آورده بود که معتقد بودند نمایشگاه کتاب فرصتی ده روزه برای آنان است که در این اوضاع نامناسب اقتصادی نشر بتوانند جبران ضرر و زیان یکساله اخیر را داشته باشند، که حالا با حضور کتابفروشان و عرضه کتاب با چند نرخ متفاوت این فرصت تبدیل به تهدید شده است.

اما روی دیگر ماجرا مشکلاتی بود که خود کتابفروشان با سامانه داشتند، مشکلاتی از قبیل کنسل شدن‌های پی‌درپی سفارشات به دلیل موجود نبودن کتاب‌ها در کتابفروشی‌ها و...

این روزها در آستانه سی و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران بار دیگر کتابفروشان نیز حاضر می‌شوند تا در کنار ناشران در این بزرگترین رویداد فرهنگی سال شرکت کنند، اما حرف و حدیث‌ها بر سر این حضور و چالش‌های موجود در بین ناشران، ناشر کتابفروش‌ها و اهالی فرهنگ و نشر دوباره داغ شده است.

عده‌ای معتقدند بر اساس آیین‌نامه برگزاری نمایشگاه کتاب تهران، فروش کتاب در نمایشگاه تنها با ناشران است و حضور کتابفروشان در نمایشگاه و فروش توسط آن‌ها اساساً کاری غیرقانونی است، در مقابل عده‌ای دیگر نیز معتقدند که سهم کتابفروشان از فروش در نمایشگاه کتاب تهران سهم بسیار اندکی است و این یعنی ناشران سهم اصلی فروش را بر عهده دارند و چون کتابفروشان در سال‌های گذشته به مانند ناشران با مشکلات اقتصادی بسیاری دست و پنجه نرم کرده‌اند، این حضور می‌تواند نوعی حمایت از آن‌ها و کسب و کارشان باشد.

شرکت کتابفروشان در نمایشگاه بخش بزرگی از مخاطبان ناشران را حذف می‌کند

پروین صدقیان مدیر انتشارات گل آذین از جمله مخالفان حضور کتابفروشی‌ها در نمایشگاه کتاب تهران است، او می‌گوید: شرکت کتابفروشان در نمایشگاه سالانه بین‌المللی کتاب تهران نقض واقعی حقوق ناشران، نویسندگان، مولفان و مترجمان است. اینکه این تصمیم با چه هدفی گرفته شده است بر همگان نامعلوم است. نمایشگاه بین‌المللی سالی یکبار

و آنهم به مدت ده روز با تمام کم و کاستی‌های خود با هزار مشکل و کمبود جا، در محلی به نام مصلی که نمازخانه بزرگ تهران است و اصلاً جایگاه برگزاری نمایشگاه وزین کتاب نیست برگزار می‌شود. شرکت ناشران در این نمایشگاه با هزار و یک قاعده و قانون است، پس از اینکه نمایشگاه به عرصه مجازی هم کشیده شد باز هم این قواعد و قوانین به قوت خود باقی ماند. ولی اینکه این قواعد برای کتابفروشان که در تمام طول سال نمایشگاه کتاب خود را چه حقیقی و چه مجازی دارا هستند برقرار است یا خیر نمی‌دانم ولی این اصل برای همه مسجل است که کتاب‌های موجود در کتابفروشی‌ها جهت فروش در نمایشگاه با علم به اینکه حداقل 90 درصد کتابفروشان ناشر هستند، نمی‌تواند کتاب‌های کلیه ناشران باشد. اگر از این منظر نگاه کنیم عملاً تبعیض بزرگی میان ناشرانی که کتابفروشی ندارند و ناشر کتابفروشان برقرار می‌شود که هیچ به سود ناشران فاقد کتابفروشی نیست. زیرا عملاً دو درگاه فروش کتاب برای ناشر کتابفروشان باز می‌شود که شایسته نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران نیست.

وی ادامه می‌دهد: از متولیان برگزاری نمایشگاه کتاب تهران مصرانه می‌خواهیم تا این ده روز را که تنها باقیمانده سنت بزرگ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در راستای کشاندن مخاطبین کتاب به عرصه عمومی کتاب و کتابخوانی است از بین نبرند و بگذارند دوستداران کتاب به این نمایشگاه بزرگ برای دیدن کلیه ناشران شرکت‌کننده بیایند و از نزدیک با کتاب دیدار و آشتی کنند.

شرکت کتابفروشان در این نمایشگاه بخش بزرگی از این مخاطبین را حذف خواهد کرد که خواست نه مجریان نمایشگاه و نه ناشران که با هزار زحمت و هزینه و آرزوی دریافت نقدینگی در این نمایشگاه شرکت می‌کنند نیست.

برای کتابفروشان در بازه زمانی دیگری غیر از نمایشگاه طرح فروش بگذارید

حسین جاوید مدیر انتشارات سده نیز دیگر ناشر مخالف حضور کتابفروشی‌ها است، وی می‌گوید: نمایشگاه مجازی باید فقط مختص ناشرها برگزار شود و در بازه مناسب دیگری برای کتابفروشان طرح گذاشته شود، تجربه سال گذشته (مشارکت دادن کتابفروشی‌ها در بخش مجازی نمایشگاه) اصلاً موفق نبود و قطعاً هم فروش ناشرها و کتابفروش‌ها را پایین آورد، هم کتاب‌های تقلبی را از سوی معدودی متخلف وارد چرخه کرد، هم مخاطب را سردرگم.

وی ادامه می‌دهد: از اولین دوره نمایشگاه کتاب تهران، فروش مستقیم ناشران شروع شد و در همه این سال‌ها نمایشگاه مجالی بود برای حضور علاقه‌مندان، آشنایی با کتاب‌ها و خرید با تخفیف. این بازه به ناشران کمک می‌کرد، ذائقه خریدار را مستقیماً محک بزنند، با آن‌ها ارتباط بگیرند و ضمناً کتاب‌هایی را که یا تخصصی بودند یا کم‌طرفدار و در طول سال شاید راهی به قفسه کتابفروشی‌ها و منازل مردم پیدا نمی‌کردند، به دست آن‌ها برسانند. در کنار این، نقدینگی حاصل از

فروش مستقیم کتاب باعث می‌شد ناشرهای کوچک و متوسط نفسی تازه کنند و بتوانند چک‌ها را پاس کنند و دیون را بپردازند و در ماه‌های دیگر سال هم فعال باشند.

به گفته جاوید، اغلب ناشران هزینه‌هایشان کاملاً نقد و فروششان کاملاً نسیه و با چک‌های درازمدت است. روزگاری تورم وضع منطقی داشت و قابل پیش‌بینی بود، امروزه که شدت تورم از میزان سود ناشران جلو زده، چنین تولید و فروشی اصلاً منطق اقتصادی ندارد و محکوم به نابودی است. کما اینکه همین الان هم خیلی از ناشران به‌سختی پیش می‌روند و از هر 5 کتاب که تمام می‌شود، دو عنوان آن تجدید چاپ می‌شود و زور ناشر حتی به تجدید چاپ عناوین خودش هم نمی‌رسد، چه برسد به چاپ عناوین تازه. نمایشگاه مُسکنی است برای این وضع.

حضور کتابفروشی‌ها زمینه را برای قاچاق کتاب و کتاب‌سازها فراهم می‌کند

مدیر انتشارات سده با بیان این مطلب که نمایشگاه با ناشران گره خورده است، عنوان می‌کند: خیلی از علاقه‌مندان کتاب با حضور در نمایشگاه عاشق مطالعه و کتاب می‌شوند و در طول سال هم مشتری ثابت کتابفروشی‌ها خواهند بود. نمایشگاه به ضرر کتابفروش‌ها نیست، مکمل کار آن‌هاست. با حضور هم‌زمان ناشرها و کتابفروش‌ها در نمایشگاه مجازی کتاب‌سازها فرصت عرضه کتاب‌هایشان را از طریق بعضی کتابفروشی‌های نامعتبر خواهند داشت. ترجمه اصلی بین ده‌ها ترجمه فرعی و کپی می‌گم می‌شود. کتاب‌هایی که کپی کتاب اصلی هستند (اصطلاحاً قاچاق) از طریق بعضی کتابفروشی‌های نامعتبر عرضه خواهند شد. امکان ردگیری و بررسی ده‌ها هزار بسته قطعاً وجود نخواهد داشت. - ناشران (به‌خصوص ناشرهای کوچک و متوسط) نقدینگی کمتری به دست می‌آورند و بخش پررنگی از سهم بازارشان را به کتابفروش‌ها واگذار می‌کنند. در نتیجه، توان ادامه دادن در طول سال را نخواهند داشت و کم‌کم تنوع بازار کم می‌شود، چون فقط ناشران بزرگ باقی می‌مانند. کتابفروش‌ها در تأمین بعضی اقلام ناتوان خواهند بود (چنان‌که پارسال پیش آمد) و چون برخلاف ناشران امکان تولید ندارند، نارضایتی و شکایت پیش می‌آید که در نهایت به نام ناشران و کل نمایشگاه نوشته می‌شود. ناشران کالا را برای کتابفروش‌ها تأمین نمی‌کنند تا خودشان آن‌ها را عرضه کنند. یک ماه قبل از نمایشگاه و چند روز بعد از نمایشگاه قطعاً خیلی از عناوین در کتابفروشی‌ها کمیاب می‌شوند...

اما عباس حسینی‌نیک مدیر انتشارات مجد درباره حضور کتابفروش‌ها در نمایشگاه نظرات قابل توجهی دارد، حسینی‌نیک می‌گوید: مدیران وزارت ارشاد به این نتیجه رسیده‌اند که دامنه برگزاری نمایشگاه را به سطح کتابفروشی‌ها توسعه دهند. این امر می‌تواند درست و در جهت توسعه جامعه نشر باشد. اما آنچه ما فکر می‌کنیم آن است که هم‌زمانی نمایشگاه کتابفروش‌ان با نمایشگاه بین‌المللی کتاب به صلاح نیست.

حسینی نیک: کم کردن مخاطب مستقیم ناشر و نقدینگی وی به صلاح کتابفروشان هم نیست

وی ادامه داد: نخست آن که نمایشگاه بین‌المللی کتاب یک سرمایه ملی است که باید همچنان اعتبار آن حفظ شود و هرچه بیشتر به سمت نمایشگاه بودن و هم‌آورد فرهنگی در سطح جهانی پیش رود. بنابراین گسترش نمایشگاه تا سطح یک کتابفروشی ضعیف نمی‌تواند درست باشد. دوم آن که موتور محرکه نشر، ناشر است که اگر او ضعیف شود، چرخه کتاب با اختلال مواجه می‌شود. سالهاست که جامعه نشر به درآمد نمایشگاه دل بسته و درست یا غلط فعالیت خود را اینچنین تنظیم کرده است. کم کردن مخاطب مستقیم ناشر و نقدینگی وی به صلاح کتابفروشان هم نیست.

سوم آن که ارتباط مستقیم ناشر با مخاطب، ثمرات غیرمالی مستقیم نیز دارد. ارزیابی ناشران و فهم ذائقه مشتری مهمترین دست‌آورد نمایشگاه برای ناشران حرفه‌ای است. پراکنده کردن مخاطبان می‌تواند این مزیت را کم رنگ کند.

حسینی نیک تصریح می‌کند: چهارم آن که نمایشگاه دارای قاعده و قانونی است که تاکنون از آیین نامه آن حذف نگردیده است. عرضه کتاب فقط توسط ناشر مهمترین خصوصیت نمایشگاه کتاب تهران بوده و تخلف از آن موجب جریمه‌های سنگین بوده است. چطور می‌توان در عین حال که آیین نامه نمایشگاه هنوز در این خصوص تغییری نکرده، شاهد تصمیمی بر خلاف آن باشیم؟! تفاوت ناشری که نمی‌تواند کتاب دیگری را بفروشد و کتابفروشی که می‌تواند همه کتاب‌های موجود از هر ناشر را بفروشد، در چیست؟ این تناقض را چگونه می‌توان رفع کرد؟ پنجم آن که مسئول قیمت گذاری کتاب، ناشر است. این تمرکز باعث می‌گردد کتاب با چند قیمت عرضه نگردد. این قاعده در همه دنیا وجود دارد حتی در آلمان، قانونی در این خصوص وجود دارد.

وی می‌افزاید: مشارکت کتابفروشان در نمایشگاه باعث عرضه کتاب‌ها با قیمت‌های مختلف می‌شود. کتاب‌هایی که معلوم نیست محتوای آنها هم تغییر کرده یا خیر. اینچنین است که مشتری متحیر و گیج می‌گردد و در بسیاری از موارد بعد از دریافت کتاب به کیفیت و کمیت کتاب معترض خواهد بود. ششم آن که کتابفروشان تلاش خواهند کرد که همه کتاب‌های ناشران را موجودی اعلام کنند تا فروش بیشتری داشته باشند و حال آن که اصل کتاب را تهیه نکرده‌اند.

به گفته حسینی نیک، در این صورت دو حالت ممکن است اتفاق بیافتد، یکی این که تعداد زیادی مشتری اقدام به خرید کتاب از کتابفروش می‌کند در حالی که کتاب وجود ندارد و باید پول آنها برگردانده شود. در این حالت علاوه بر نارضایتی مشتری، زمینه برای سوء استفاده از اعتماد مردم توسط عده‌ای فراهم شده است. نکته مهم‌تر آن است که مبلغ یارانه که باید در نمایشگاه مصرف شود، بازگشت داده شده و ناشر اصلی مهمترین کسی است که ضرر کرده است. دوم آن که وقتی کتابی وجود ندارد و فقط اعلام موجودی شده، انگیزه برای تکثیر غیرقانونی توسط بعضی از کتابفروشان ایجاد می‌شود، هفتم آن که ناشران در این ایام مرددند که به کتابفروشان کتاب بدهند یا نه. اگر کتاب‌های درخواستی

آنها را بدهند چند مشکل خواهند داشت: اولاً بسیاری از کتاب‌های ناشر دارای تیراژ کم است که اگر به کتابفروش بدهد، کسر موجودی خواهد داشت، ثانیاً حجم بدهی کتابفروشان افزایش چشمگیر پیدا می‌کند و آنها حاضر نیستند چک بدهند و ناشر امکان مرجوعی یا پیگیری مطالبات خود را ندارد و ثالثاً ناشر می‌داند که هرچه کتاب به کتابفروش بدهد برای خود رقیب درست کرده و از فروشش کاسته خواهد شد. از طرف دیگر اگر ناشر کتاب به کتابفروش ندهد باز دارای مشکل خواهد بود که مهمترین آن امکان تکثیر غیرقانونی کتاب است. پیگیری موارد تخلف در زمان برگزاری نمایشگاه برای ناشر ممکن نیست.

وی می‌گوید: همه این موارد برای حالتی است که نمایشگاه کتابفروشان را با نمایشگاه بین‌المللی کتاب همزمان برگزار کنیم. حال آن که اگر بعد از نمایشگاه المللی کتاب اقدام به برگزاری نمایشگاه کتابفروشان شود، از جهات مختلف سودمند خواهد بود. هم برای ناشران که فرصت کافی برای تامین کتاب کتابفروشان را دارند و هم برای کتابفروشان که می‌توانند فروش کافی داشته باشند و هم برای مشتری‌ها که می‌توانند اگر فرصتی برای خرید نداشته اند یا کتابی را در نمایشگاه نیافته‌اند، از کتابفروشان بخرند.

مهدی فقیهی: حضور کتابفروشان به تقویت حرفه‌ای تر اجزای چرخه نشر کمک می‌کند

مهدی فقیهی عضو شورای سیاست‌گذاری نمایشگاه کتاب تهران اما از موافقان حضور کتابفروشان در نمایشگاه کتاب تهران است، وی می‌گوید: بحث عدم حضور کتابفروشان بیشتر از جهت فروش مالی و عدم تخصیص این سبد به ناشران است حال اینکه فروش کتابفروشان در حدود 5 درصد کل فروش حقیقی و مجازی در مجموع است. به نظر این فرصت می‌تواند به تقویت حرفه‌ای تر اجزای چرخه کمک کند و بستری جهت گردش کاری درست بین ناشر، پخش، کتابفروشان و مصرف‌کننده ایجاد کند.

فقیهی در عین حال از تغییر آیین‌نامه نمایشگاه سخن گفته و می‌افزاید: بعد از اضافه شدن فروش مجازی به نمایشگاه کتاب تهران، بندهای جدید و قواعدی برای فروش مجازی ناشران و حضور کتابفروشان اضافه شده است.

مکرمی: حضور کتابفروشان در نمایشگاه منجر به اصلاح چرخه نشر می‌شود

سعید مکرمی مدیر انتشارات و کتابفروشی اسم هم از موافقان حضور کتابفروشی‌ها در نمایشگاه است، مکرمی می‌گوید: من خودم هیچ ناشرم و هم کتابفروش و می‌دانم فرآیند غلط مالی بین ناشر و پخش و کتابفروش سبب شده تا در نهایت ناشر آسیب ببیند و به فکر فروش مستقیم بیفتد. می‌دانم که قیمت‌گذاری غلط ناشر، عدم دقت درست و کافی در تدوین

متن و بعد ساخت کتاب، سبب شده تا رسوب کتاب در کتابفروشی بالا رود و کتابفروش درآمدش برای سال تولیدات قیمت گذاری شده در سال قبل باشد و هزینه هایش براساس تورم سال جاری. به گمانم مشکل ناشر ما این نیست که محل های عرضه در یک زمان متعدد می شود و پراکندگی مشتری سبب ارتباط ضعیف ناشر و مشتری می شود، بلکه عمده ناشرها نمی دانند مشتری شان کیست؟ آیا مشتری به مخاطب تبدیل شده؟ یکبار با هم در نمایشگاه قدم بزنیم، از تک تک غرفه دارها علت چاپ کتابشان را بپرسیم. آیا قبل از تولید بازاری سنجی کرده، آیا مخاطبش را شناخته، آیا به نیاز مخاطبش توجه کرده یا برای «دل خودش» کتاب چاپ کرده است؟ ناشری که تا کتابی از ناشری دیگر، پرفروش می شود می رود از آن عنوان نسخه ای بیرون می دهد، نامش چیست؟ ناشر یا دستگاه پرینت و چسب؟ اگر این همزمانی ها، سبب خروج از ذهن های بسته شده و بازبینی و اصلاح فرآیندهای سنتی بین ناشر وپخش و کتابفروش شود، نه تنها آن را مفید می دانم بلکه آن را ضروری هم می بینم.

چالش هایی که کتابفروشان برای حضور در نمایشگاه با آن درگیر هستند

فارغ از جنجال هایی که بر سر بودن یا نبودن کتابفروشان در نمایشگاه کتاب تهران در گرفته است، باید گفت که حضور این حلقه از صنعت نشر نیز بی چالش نیست. برای نمونه، آیین نامه ثبت نام کتابفروشان در نمایشگاه اعلام می دارد که کتابفروش حق رد فاکتور و مرجوعی ندارد، اگر کسی سفارش خود را به دلیل نداشتن کتاب کنسل کند، تخلف است، اگر 10 درصد سفارشات اینگونه شود، 3 برابر پول بلوکه می شود تا هیئت تخلفات به آن رسیدگی کند.

امکان بروزرسانی فهرست موجودی کتابفروشی ها فراهم نیست

همچنین کتابفروشی ها باید قبل از آغاز به کار نمایشگاه داشته های خود را در قالب یک فایل اکسل ارائه کنند، اما در این زمینه به این نکته توجه نشده است که کتابفروشی یک شغل پویاست و روزانه ممکن است موجودی کتاب هایش تغییر کند، طبیعتاً امکان بروزرسانی فایل اکسل نیز به صورت روزانه برای کتابفروش وجود ندارد.

در عین حال باید گفت، اینکه سفارشی کنسل شود، دست کتابفروش نیست؛ کما اینکه ناشران حاضر در نمایشگاه نیز ممکن است که در همان روزهای نخست نمایشگاه کتابی را تمام کند و نتواند جایگزین کند.

الزام به تخفیف 10 درصدی و پرداخت 3 درصد کل فروش به وزارت ارشاد

موضوع دیگر مقرون به صرفه بودن حضور کتابفروشی ها در نمایشگاه مجازی است، بر اساس آیین نامه کتابفروشان حاضر

در نمایشگاه باید کتاب‌های خود را با تخفیف 10 درصدی ارائه کنند، همچنین 3 درصد از کل مبلغ فروش را به وزارت ارشاد بدهند، اساساً مشخص نیست چرا کتابفروشان باید درصد از فروش بپردازند، این در حالی است که کتابفروش در بهترین حالت کتاب را با 30 درصد تخفیف از ناشر تحویل می‌گیرد، که باید علاوه بر این 10 درصد تخفیف و 3 درصد حق خانه کتاب، هزینه نیرو، پاکت و پست نیز بپردازد.

اما این چالش‌های کتابفروشان راهکارهایی ساده‌ای نیز دارند، برای نمونه با مذاکره با شرکت‌های ارائه کننده نرم‌افزارهای فروش کتابفروشی‌ها می‌توان موجودی کتابفروشان را به صورت برخط در اختیار داشت.

به نظر می‌رسد، توسعه بازار نمایشگاه کتاب تهران به کتابفروشان با وجود همه مخالفت‌هایی که با آن می‌شود، چندان به بازار نشر صدمه رسان نیست، چرا که گردش مالی کتابفروشی‌ها منجر به سفارش بیشتر کتاب‌ها از مراکز پخش و در نتیجه به چرخش در آمدن چرخ ناشران است، با این حال عرضه کتاب با چند قیمت متفاوت است که مشکلاتی را برای ناشران پدید می‌آورد، اگر تدبیری اندیشیده شود که کتاب با قیمت واحد در نمایشگاه مجازی کتاب تهران عرضه شود، بخشی از این مخالفات فروکش خواهد کرد.

باید توجه داشت که کتابفروشان آخرین حلقه نشر و در اصل ضعیف‌ترین حلقه این صنعت هستند که تجربیات سال‌های گذشته نشان داده است از سایر چرخه‌های نیز بیشتر نیازمند حمایت هستند، شریک کردن کتابفروشان در بازار اقتصادی نمایشگاه کتاب تهران عوایدی برای همه چرخه نشر خواهد داشت.

انتهای پیام/

انتهای پیام/