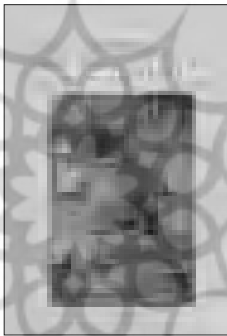


## اطلاع رسانی در حوزه بازاریابی و فروش کتاب



○ راهنمای بازار کتاب ۲  
○ ناشر: مؤسسه فرهنگی - هنری جهان کتاب  
○ چاپ اول، ۱۳۸۰

### ○ مهرداد سالک

توزیع و نیز مؤسسات غیرحرفه‌ای خرده‌فروشی و از سوی دیگر مواجه با شمار محدود کتابفروشیهای فعالی است که می‌توانند طرف معامله آن باشند. بگذریم که همین شمار اندک نیز تنها می‌توانند بخش مختصری از سطح ویرتین لازم را برای عرضه تولیدات نشر کشور ارائه دهند. تجارت امروز کتاب در ایران - که البته متناسب با میزان تقاضای بالفعل کنونی است - به واسطه همین خرده‌فروشی، گرفتار آفات گوناگون دیگری نیز هست که بی‌اعتمادی صنفی، گردش مالی کند و نامطمئن و بدحسابی‌های رایج تنها نمونه‌هایی از آن است.

چنان که گفتیم، مراکز توزیع و عرضه کتاب همچنان محدود مانده‌اند و ویرتین‌ها و قفسه‌های کتابفروشیها کنجایش عرضه حتی نیمی از آثار تازه انتشار یافته را نیز ندارند. از کتابهای تازه که بگذریم، عنوانهای بسیاری در گذشته منتشر شده‌اند که در بین آنها آثار ارزشمندی نیز دیده می‌شود و می‌توانند

در چند سال گذشته شاهد افزایش بی‌سابقه تعداد ناشران و رشد چشمگیر کتابهای منتشر شده هستیم. آمار کتابهای انتشار یافته در سالهای اخیر از مرز ۲۰ هزار عنوان نیز گذشته است و احتمال می‌رود که در سال ۱۳۸۰ از ۲۵ هزار نیز فراتر رود. اما از آنجا که این افزایش تولید، نه به واسطه پاسخگویی به نیازهای موجود یا افزایش طبیعی تقاضا در بازار کتاب ایران، بلکه به دلیل سیاستهای تشویقی و حمایتی دولت شکل گرفته است، ساز و کارهای لازم برای عرضه و ارائه محصولات پدید آمده، هماهنگ با آن رشد و توسعه نیافته است. سیاستهای حمایتی یاد شده، بیشتر متوجه افزایش تولید کتاب است و بخشهای واسطه (مراکز پخش) و خرده‌فروشی (کتابفروشیها) را دربر نمی‌گیرد. در نتیجه، این بخشها از پاسخگویی به رشد چشمگیر و هر ساله عناوین ناتوان مانده‌اند. شبکه پخش کتاب ایران از یک سو درگیر مناسبات و روشهای سنتی و عقب‌مانده بازاریابی و

خوانندگان و خواستارانی هم داشته باشند ولی امکان عرضه نمی‌یابند. این کتابها سرنوشته ندارند جز آنکه در انبارهای ناشران و مراکز پخش خاک بخورند و به کالای متروک میل شوند. حال آنکه خواستاران احتمالی‌شان ممکن است آنها را نیاب فرض کنند.

با توجه به آنچه آمد، به نظر می‌رسد که یکی از دشواریهای اساسی نشر امروز ایران، ضعف بازاریابی و فروش کتاب است. در واقع، فعالیت جدی و اساسی در حیطه نشر در مرز تولید کتاب متوقف مانده و بخش فعال و کارآمد نشر و سیاست‌گذاریهای حمایتی کمتر توانسته است در عرضه‌های دیگر نیز تأثیرگذار باشد. اگرچه تقاضا برای کتاب، متناسب با رشد فعالیت نشر و تولید کتاب افزایش نیافته است، با این حال همچنان بخش قابل توجهی از تقاضا و نیاز بالقوه به کتاب، از سوی شبکه ضعیف و ناکارآمد توزیع و فروش پاسخ درخور نمی‌یابد. بسیاری از شهرهای کوچک کشور فاقد کتابفروشی - به معنای واقعی آن - هستند

و کتابفروشیهای فعال شهرستانی هم اغلب یا از کتابهای موجود در بازار کتاب بی‌خبرند یا در تأمین آنان و سریع کتابهای موردنیاز مشتریانشان دچار مشکل‌اند. از جانب دیگر، اغلب کتابفروشیهای ما به شیوه‌ای سنتی اداره می‌شوند و اطلاعات کتابفروشان از محدوده کتابهای چیده شده در قفسه‌های فروشگاهشان فراتر نمی‌رود. با این حال، همانها همواره باید پاسخگوی مراجعانی باشند که کتابهای گوناگونی را خواهند که آنها ندارند و گاه حتی نامشان را نیز شنیده‌اند. بگذریم که این مراجعان هم در بسیاری موارد بجز نام اثر، اطلاعات دیگری از کتاب موردنیاز خود ندارند تا کتابفروش را در یافتن آن یاری رسانند.

یکی از راههای تأثیرگذاری بر بازار کتاب ایران، اطلاع‌رسانی متناسب و معطوف به بازاریابی و فروش است. این اطلاع‌رسانی باید متوجه آثار موجود در بازار کتاب ایران باشد و همه کتابهای موجود ناشران را - اعم از قدیمی و جدید - دربرگیرد. مخاطبان این نوع اطلاع‌رسانی نیز باید تمامی مراکز باشد که به نوعی سفارش‌دهنده و خریدار کتاب‌اند. راهنمای بازار کتاب که دومین شماره آن به نازگی از چاپ خارج شده، با هدف پاسخگویی به این نیاز انتشار یافته است. راهنمای بازار کتاب ۲ دیربردارنده فهرست کتابهای موجود ۲۵۶ مؤسسه نشر است که تقریباً اکثر ناشران فعال و پرکار کشور را شامل می‌شود. در این راهنما بیش از شانزده هزار عنوان کتاب فهرست شده است و آثار زیرچاپی را نیز که به‌زودی روانه بازار خواهند شد دربرمی‌گیرد. با توجه به هدف راهنما که اطلاع‌رسانی در حوزه بازاریابی و فروش کتاب است، اطلاعاتی در آن ارائه می‌شود که به طور مستقیم در خدمت این هدف باشد. از این رو، از ارائه برخی اطلاعات کتابشناختی که بیشتر به کار کتابداران و فهرست‌نویسی کتابخانه‌ها می‌آید صرف‌نظر شده است.

در راهنمای بازار کتاب نخست مجموعه کتابهای موجود و در دست چاپ هر ناشر (با ذکر مشخصات و آخرین قیمت آن) در زیر نام ناشر ارائه شده است. مراجعان به این بخش به راحتی می‌توانند از کتابهایی که هر ناشر برای عرضه دارد آگاهی یابند و عناوین موردنیاز خود را سفارش دهند. در بخش دیگر،

فهرست در همکرد تمامی عنوانها - تحت‌نام «نمایه عنوانها» - آورده شده است. این فهرست بیش از همه برای کتابفروشان قابل استفاده است؛ چرا که با استفاده از آن می‌توانند پاسخگوی مراجعانی باشند که بجز نام کتابی که می‌خواهند، اطلاعات دیگری از آن ندارند. در بخش دیگر، «نمایه نامها» آمده است که شامل فهرست راهنمای نام مؤلفان، مترجمان و پدیدآورندگان کتابهاست. از طریق این فهرست نیز می‌توان به جستجوی کتاب خاصی از یک نویسنده یا مترجم پرداخت و همچنین می‌توان دید که چه آثاری از یک اهل قلم در بازار کتاب وجود دارد. ناگفته نماند که در راهنمای بازار کتاب جای «نمایه موضوعی»

### یکی از دشواریهای اساسی

نشر امروز ایران،

ضعف بازاریابی و فروش کتاب است.

درواقع، فعالیت جدی و اساسی

در حیطه نشر در مرز تولید کتاب

متوقف مانده و بخش فعال و

کارآمد نشر و سیاست‌گذارانی

حمایتی کمتر توانسته است

در عرصه‌های دیگر نیز

تأثیرگذار باشد

خالی است که تمامی کتابها را در یک تقسیم‌بندی موضوعی متناسب با کار بازاریابی و فروش قرار دهد. تهیه «نمایه موضوعی» مستلزم بهره‌گیری از کتابداران با تجربه و بااطلاع از بازار کتاب است و اگر چه کاری دشوار است، ولی یقیناً برای کارآمدتر شدن این راهنما ضروری است. در «سراغاز» نخستین مجلد راهنمای بازار کتاب، ناشر وعده داده بود که در آینده نزدیک این کمبود را جبران سازد.

راهنمای بازار کتاب ۲ همچنین دارای دو فهرست راهنمای دیگر است: فهرست راهنمای ناشران و فهرست راهنمای مؤسسات بخش کتاب. فهرست اول دیربردارنده نام و مشخصات ناشران حاضر در راهنماست. این مشخصات عبارت است از: نام مدیرمسئول مؤسسه، شماره تلفن / فاکس و نشانی

مؤسسه. در فهرست دوم، اطلاعات مربوط به ۸۵ مؤسسه بخش کتاب فعال تهران آمده است که اغلب آنها در سراسر کشور فعالیت دارند. در یادداشت ناشر یادآوری شده است که این نخستین فهرستی از این دست است که تهیه شده و هنوز نیازمند تکمیل و اصلاح است. اطلاعات «راهنمای مؤسسات بخش کتاب» با استفاده از بخشی از یافته‌های طرح پژوهشی «مؤسسات بخش کتاب تهران و ساز و کار آنها» فراهم آمده که در مؤسسه فرهنگی - هنری جهان کتاب در دست اجراء است. این اطلاعات نیز شامل نام مسئول مؤسسه بخش زمینه فعالیت و حوزه فعالیت آن و نیز شماره تلفن / فاکس آن است. این بخش از راهنما بیش از همه برای کتابفروشان شهرستانی قابل استفاده است.

راهنمای بازار کتاب مانند نمونه‌های مشابه آن در دیگر کشورها - که معمولاً تحت عنوانی مانند 'Books in Print' منتشر می‌شوند - گروه مخاطبان و کاربران مشخصی دارد که شامل کتابفروشان و مراجعان به کتابفروشیها، مؤسسات بخش و توزیع کتاب، مسئولان بخش مجموعه‌سازی کتابخانه‌ها، کتابفروشیهای ایرانی در خارج کشور و همه مراکز است که با سفارش‌دهنده و خریدار کتاب‌اند یا به ترتیبی در عرصه بازاریابی و داد و ستد کتاب فعالیت دارند.

راهنمای بازار کتاب در مؤسسه فرهنگی - هنری جهان کتاب تدوین و منتشر شده است و از طریق همان مؤسسه نیز در اختیار کتابفروشیهای تهران و سراسر کشور، مؤسسات توزیع و بخش کتاب و کتابخانه‌های تخصصی و دانشگاهی قرار می‌گیرد.

چنان‌که در یادداشت «تقدیر و سپاس» ابتدای راهنمای بازار کتاب ۲ آمده است، این راهنما تنها با اتکا بر حمایت و مشارکت ناشران حاضر در آن انتشار می‌یابد و از مساعدت دیگر نهادها بهره‌ای نمی‌برد. شاید همین انگیزه صرف به همکاری ناشران و سامان دادن این کار با بهره‌گیری از امکانات بخشی از اعضای صنعت نشر ایران را بتوان پدیده‌ای نویدبخش دانست.