

بازار داغ قصه‌های درگوشی

گزارش «فرهنگستان» از رشد مخاطب و فروش نرم‌افزارهای کتابخوان در ایام کرونا

صدوقی، مدیرعامل ملاقچه مطرح کرد: تخفیف‌های متعدد و فروش برابر

طاقچه یکی از مراجع خرید کتب الکترونیکی به‌طور قانونی است که از آبان‌ماه سال ۹۳ با مدیریت محمد صدوقی به‌طور رسمی در اختتامیه همایش ملی نشر الکترونیک در دانشگاه تهران رونمایی شد. این اپلیکیشن در حال حاضر با حدود ۳۰۰ ناشر از ناشران خوب و بزرگ کشور مانند سوره مهر، چشمه، ثالث، سروش، جامی، هیرمند و... همکاری می‌کند و با بیش از ۱۲ هزار محتوا شامل کتاب، مجله و روزنامه در طاقچه در دسترس است. طاقچه با ارائه خدماتی مثل رمزگذاری برای هر کتاب در نرم‌افزار کاربر و تهیه آرشیو از حساب کاربری کاربران، سعی در جذب اعتماد دورکن اصلی اپلیکیشن یعنی ناشران و کاربران دارد. امکان معرفی کتاب‌دوستان از طریق شبکه‌های اجتماعی و جست‌وجو در متن کتاب از جمله ویژگی‌های طاقچه و تقریباً شبیه اپلیکیشن آمازون است. نکته مهم در مورد طاقچه این است که سال گذشته، خبری را در «فرهنگستان» منتشر کردیم که ابوالفضل جوکار، مدیر انتشارات گاج می‌خواهد این اپلیکیشن را بخرد، اما در نهایت به گفته محمد صدوقی، با جوکار به توافق نرسیدند و این اتفاق نیفتاد. به‌سراغ صدوقی رفته تا آماری از طاقچه در این روزهای کرونایی بدهد و بگوید چه اتفاقی در این اپلیکیشن افتاده است: «اگر بخواهم از آمار رشد و فروش مان در این چند ماه کرونایی بگویم، باید یک مقدمه را عرض کنم. نکته مهم اینجاست که ما یک فروش پنج‌برابری در این چندماه داشتیم و این مساله به‌خاطر چند حرکت بود که همزمان در طاقچه انجام دادیم. یک مساله این بود که ما همیشه هنگام نزدیک شدن به نوروز، طرحی را برای تخفیف و فروش کتاب‌ها داشتیم که امسال با توجه به وضعیت کرونایی، این طرح را ۱۵ روز زودتر یعنی از اواسط اسفند شروع کردیم و تا ۲۳ فروردین آن را ادامه دادیم. درمورد طرح هم بگویم که شامل تخفیف‌ها بود و یک گردونه جوایز داشتیم که هر روز هر کاربری می‌توانست این گردونه را بچرخاند و جایزه ببرد. این اتفاقی بود که

ما در مورد اپلیکیشن طاقچه رقم زدیم. البته ما از اسفندماه، نسخه جدید اپلیکیشن طاقچه را هم رونمایی کردیم که نسخه بزرگ آپدیت ما بود و این هم در بیشتر شدن مخاطبان تاثیرگذار بود. چند مورد همکاری خوب هم در کنار این دوکار داشتیم؛ یکی همکاری با شهرداری تهران در سه‌مقطع که هر کاربر، یک کتاب کودک و نوجوان از طاقچه هدیه بگیرد و یک همکاری هم با وزارت ارشاد بود که از ابتدای سال ۹۹ هر کاربر به انتخاب خودش یک کتاب را با ۷۰ درصد تخفیف خریداری کند. مجموع این اتفاقات باعث شد فروش و رشد مخاطب پنج‌برابری را داشته باشیم. بعد از اینکه کمپین قبلی مان در ۲۳ فروردین به اتمام رسید، بخشی را در طاقچه قرار دادیم به اسم «طاقچه بی‌نهایت» که سه‌ماه اشتراک این بخش به مبلغ ۳۷ هزار تومان را با ۷۰ درصد تخفیف، به قیمت ۱۰ هزار تومان به مخاطبان هدیه دادیم. طاقچه علاوه بر اینکه فروش کتاب الکترونیک دارد، کتابخانه الکترونیک هم هست و منظور از این طاقچه بی‌نهایت این است که با یک کتابخانه دیجیتال مواجه هستید؛ یعنی مخاطب با پرداخت حق اشتراک می‌تواند به ۱۰ هزار و ۲۰۰ عنوان کتاب دسترسی داشته باشد و این تخفیف تا دهم اردیبهشت در نظر گرفته شد.

از چند روز پیش هم کمپین ماه‌رمضان را با عنوان میهمانی کتاب شروع کردیم. کتاب‌های متنوع که با موضوع این ماه مطابقت داشته باشد، با تخفیف برای فروش گذاشته شدند. یک مسابقه هم داریم با عنوان کتاب ماه که مجموعاً ۲۵ میلیون تومان هزینه برایش در نظر گرفته‌ایم. با توجه به رسالتی که در طاقچه برای خودمان تعریف کردیم، سعی می‌کنیم امکاناتی را فراهم کنیم تا مخاطبان از این امکانات طاقچه استفاده کنند و بتوانیم کتابخوانی را ارتقا بدهیم.

زمان‌ها و کتاب‌های موفقیت، جز پر فروش‌ها

درمورد اینکه چه کتاب‌هایی بیشترین فروش را داشتند، باید بگویم کتاب‌های رمان و داستان و موفقیت با خودشناسی و خودیاری، جزء کتاب‌های پرفروش بودند و دلیل آن هم این است که این کتاب‌ها در اپلیکیشن ما تنوع زیادی دارد و برای همین هم از طرفداران بیشتری برخوردار است. نکته دیگر اینکه شرایطی که بر کشور به‌خاطر بیماری حاکم بود، باعث شد کتاب‌هایی با این محتوا بیشتر خریداری شود. مساله مهم دیگر، مربوط به قیمت کتاب الکترونیک است. ببینید، قیمت کتاب الکترونیک درصدی از قیمت کتاب چاپی است. قیمت کتاب چاپی با گران شدن کاغذ، گران می‌شود و این طبیعی است. اما درمورد کتاب الکترونیک چندان این گرانی را نداریم، البته قیمت آن را هم ناشر مشخص می‌کند. از ابتدای سال جدید هم چند مورد بوده است که برخی ناشران خواسته‌اند کتاب‌هایشان افزایش قیمت داشته باشند. در واقع قیمت‌گذاری کتاب ما برعهده ناشران است. درمورد کتاب‌های صوتی هم باید این را بگویم که ما در اپلیکیشن طاقچه حدود چهارهزار کتاب صوتی داریم و غالب اینجاست که رشد فروش کتاب‌های صوتی بسیار بیشتر از کتاب‌های متنی است. کلامدیوم کتاب صوتی و کتاب الکترونیک در حال رشد است، اما اقبال‌ها به کتاب صوتی بیشتر شده است. مردم علاقه بیشتری به کتاب‌های صوتی نشان می‌دهند و این با توجه به سبک زندگی این روزها باعث می‌شود مخاطب به‌سمت کتاب‌های صوتی برود. یک نکته دیگر که برای خودمان بسیار مهم و آمار خوبی هم هست، اینکه در سال ۹۸ در طاقچه، مجموعاً ۱۸۱ میلیون و ۵۰ هزار و ۶۶۴ دقیقه کتاب خوانده شد.

امین نادری، مدیر بخش الکترونیک سوره مهر تاکید کرد: نقش کاتالیزور کرونا در فروش کتاب الکترونیک

انتشارات سوره مهر از اولین ناشرانی بود که در زمینه کتاب‌های الکترونیک کارش را شروع کرد، برای کتاب‌های جدیدش که در نمایشگاه کتاب می‌آورد، نسخه صوتی و الکترونیک هم داشت. امین نادری که سال‌هاست در این حوزه فعالیت می‌کند، معتقد است که کرونا با وجود همه بدی‌هایی که داشته، توانسته در حوزه کتاب مخصوصاً کتاب‌های الکترونیک نقش کاتالیزور داشته باشد. سراغ او رفتیم تا برآیمان از اتفاق‌های این چندماهه با وجود کرونا و در نهایت از بازار کتاب‌های الکترونیک بگویم. «ما تعریفی داریم به‌عنوان عادت مصرف‌کننده یا عادت بوزر نسبت به کالایی که مصرف می‌کند؛ فرآیندی که مخاطب از کتاب چاپی به‌سمت کتاب کاغذی برود، یک تغییر طولانی مدت بوده است. یکی از دلایل به‌خاطر تعلق خاطری است که کاربران به کتاب‌های فیزیکی دارند. خیلی‌ها حتی به بوی کتاب علاقه دارند و از لمس کردن لذت می‌برند. برای اینکه بخواهیم بازار قوی برای کتاب‌های الکترونیک داشته باشیم کم‌کم باید این گرایش در مخاطب ایجاد شود و این کار از طریق تبلیغات و... باید انجام بگیرد. اینکه یک بازار موفق از کتاب‌های الکترونیک و خوب داشته باشیم، نیازمند چندموقعه است. یک مساله مهم پلتفرم است. پلتفرم همان چیزی است که این نرم‌افزارهای کتابخوان باید در بستر آنها شکل بگیرد. به‌عنوان کسی که سال‌هاست در این عرصه کار می‌کنم می‌توانم بگویم ما دانش خوبی در این زمینه داریم. نرم‌افزارهای ما کاملاً با مشابه خارجی‌ها سازگار است. بازار ما کاملاً رقابتی است، چند اپلیکیشن خوب داریم. ما در حوزه پلتفرم و دانش این حوزه چیزی کم نداریم. مساله بعدی، محتواست که ما در این سال‌ها عیب‌هستیم. به نسبت بازار کتاب‌های چاپی، بازار کتاب‌های الکترونیک خیلی عقب است. یک‌بار حساب می‌کردم که شاید کمتر از پنج درصد از کتاب‌های چاپی به کتاب الکترونیک تبدیل شده‌اند. مخاطب این کمبود محتوا را متوجه می‌شود، چون نمی‌تواند کتاب مورد علاقه‌اش را در این بستر پیدا کند. یک مساله دیگر برای رونق این بازار ترویج است. باید تبلیغ عادت کردن به کتاب‌های الکترونیک را زیاد داشته باشیم؛ مساله‌ای که خیلی کم است و ما تا الان نتوانسته‌ایم خوب تبلیغ کنیم. یک علتش این است که بخش خصوصی در این حوزه در حال فعالیت است و منابع محدود است و نمی‌تواند خیلی هزینه کند تا محصولاتش را تبلیغ کند. اگر صداوسیما یا ارگان‌های دولتی پای کار می‌آمدند، می‌توانستند برای این اپلیکیشن‌ها تبلیغات کنند. اگر بخواهیم به‌صورت کلی بگویم گردش مالی صنعت نشر الکترونیک در ایران کمتر از یک درصد بازار نشر است و البته نکته بعدی اینجاست که این آمار در کشورهای دیگر به ۳۰ درصد و گاهی بیشتر از این هم می‌رسد. اما آنچه ما را به کار کردن در این صنعت امیدوار می‌کند، رشدی است که از میزان بوزر فعال و افزایش فروش اتفاق می‌افتد؛ مخصوصاً در چندماه گذشته رشد تصاعدی زیادی داشتیم، به‌ویژه در دوماه اخیر که این رشد بسیار چشمگیر بوده است. ما در انتشارات سوره مهر در حوزه کتاب‌های الکترونیک در سال ۹۸ رشدی ۲۵ درصدی داشتیم. در کتاب‌های صوتی هم رشدی بین ۲۰ تا ۳۰ درصد داشتیم، اما در یک‌ماه اخیر که با ویروس کرونا مواجه بودیم، عدد‌ها رشد زیادی داشته است. در ایام خانه‌نشینی نوروز ۹۹، با مخاطبانی مواجه بودیم که نیازمند محتوا بودند و همین باعث شد نصب اپلیکیشن کتابخوان مان تقریباً چهاربرابر رشد کند و فروش کتاب‌هایمان هم تقریباً سه‌برابر شد.

البته با توجه به اینکه مردم احتیاج به محتوا داشتند، ما کارهایمان را چندبرابر کردیم و تقریباً در ایام عید شانه‌روزر کار کردیم. سه‌مجموعه کتاب صوتی را در همین ایام منتشر کردیم. کمپینی را برگزار کردیم با این عنوان که در خانه بمانید و سفر کنید و در برگزاری یک‌ماهه این کمپین، توانستیم تقریباً نزدیک به ۲۸۰۰ سفارش کتاب بگیریم که گردش مالی خوبی را برآیمان رقم زد.

سوره مهر اولین ناشری است که بحث پلتفرم کتاب‌های الکترونیک را در دستور کار خودش قرار داد. ما در هر فضایی که مربوط به کتاب‌های الکترونیک بوده است شرکت کرده‌ایم و این کار را برای مخاطبان انجام داده‌ایم. وضعیت خوبی هم داریم. سال ۹۸ سال پررونقی برآیمان بود؛ تعداد کتاب‌های صوتی مان به ۱۳۵ عنوان کتاب صوتی رسید. کار جدیدی که انجام دادیم، این است که چندکتاب را قبل از چاپ، به‌صورت الکترونیک به‌فروش رسانده‌ایم و این خیلی کار مهمی است و برای اولین‌بار انجام شده است. قریب به دوهزار عنوان کتاب الکترونیک داریم. رویکردمان این است که این مساله را بتوانیم برای همه کتاب‌های چاپی انتشارات سوره مهر رقم بزنیم و همه کتاب‌ها، نسخه الکترونیک هم داشته باشند.»



عاطفه جعفری
روزنامه‌نگار

داستان آمارها، داستان جالبی شده است. شاید فکر نمی‌کردیم روزی گزارش‌هایی بخوانیم که بگوید آمار کتابخوانی

بیشتر شده است. حالا از این بعد به آن نگاه کنیم که کتاب کاغذی هم مدنظر نیست، بلکه منظور کتاب‌های الکترونیک است که شاید اصلاً فکرش را نمی‌کردیم یک روز بخواهیم از آماری بگوییم که در یک مدت محدود نشان از فروش کتاب، آن هم به‌مقدار زیاد باشد. سال گذشته بعد از گرانی‌هایی که در حوزه کاغذ و نشر صورت گرفت، سبیل طرفداران کتاب به‌سمت کتاب‌های الکترونیک روان شد، چون مخاطبی که علاقه‌مند همیشه‌گی کتاب است، دیگر نمی‌تواند در این اوضاع گرانی، کتاب موردنظرش را مثلاً با قیمت ۱۰۰ هزار تومان بخرد! همین باعث می‌شود به‌سمت اپلیکیشن‌های کتابخوان یا حتی کتاب‌های صوتی برود. حالا و در این چندماهه که کرونا در کنارمان حضور دارد، کتاب خواندن و فیلم دیدن برای همه به یک سرگرمی تبدیل شده است. برای اینکه از حوزه کتاب‌های الکترونیک و آمارهای فروش‌شان بدانیم، به‌سراغ اپلیکیشن‌های پرترفدار این روزهای کتابخوانی مثل فیدیبو و طاقچه رفتیم که همه برای خرید کتاب‌های الکترونیک به‌دنبال آنها هستند. از طرف دیگر سراغ یک ناشر رفتیم که خودش هم در نرم‌افزارهای کتابخوان کتاب الکترونیک دارد و هم بستر پلتفرمی برای فروش کتاب‌های الکترونیک‌ش.

مصطفی میرنوری، مدیر مارکتینگ فیدیبو مطرح کرد: فروش هشت‌برابری کتاب

فیدیبو، اولین سامانه multi-platform تولید و توزیع کتاب الکترونیک و صوتی در خاورمیانه است که مبتنی بر استانداردهای جهانی صنعت نشر و با رعایت کامل قانون جهانی کپی‌رایت طراحی و اجرا شده است. این سامانه که با پشتیبانی مهدی فیروزیان از سال ۹۲ کار خود را آغاز کرده است، توانسته بیش از ۳۰۰ ناشر نامدار ایرانی و همچنین چندین ناشر برجسته بین‌المللی را با خود همراه کند و با افتتاح دفاتر پشتیبانی و فنی در کشورهای اسپانیا (مورسیا)، لبنان (بیروت) و ایران (تهران) امیدوار است در کوتاه‌ترین زمان ممکن شعار اولیه خود را که «مطالعه آزاد برای همه، همه‌وقت، همه‌جا» است، تحقق بخشد. محتوای فیدیبو در پنج سربرگ دسته‌بندی شده است. فیدیبو با ارائه خدماتی مثل هدیه دادن کتاب به آشنایان و دوستان و درخواست کتاب در صورت عدم وجود کتاب موردنظر در برنامه حتی مرور خودکار، سعی در پیشی گرفتن از رقیب خود یعنی اپلیکیشن طاقچه دارد.

میرنوری هم مانند صدوقی مدیر اپلیکیشن طاقچه معتقد است که کتاب‌های الکترونیک در این مدت، فروش خوبی داشته‌اند و می‌گوید: «در این مدت خانه‌نشینی‌ها به‌خاطر کرونا کمپینی باعنوان مسئولیت اجتماعی تشکیل دادیم و تا ۹۰ درصد برای مخاطبان مان تخفیف گذاشتیم. همین باعث شد مخاطب زیادی داشته باشیم و این رشد مخاطب و فروش هشت‌برابر شود. ما هیچ‌وقت تخفیف ۹۰ درصد نمی‌گذاریم. اما با توجه به شرایطی که در کشورمان وجود داشت این کمپین مسئولیت اجتماعی را شکل دادیم تا بتوانیم مردم را به خانه ماندن ترغیب کنیم، درباره حدود ۱۰۰ کتاب با ناشران صحبت شد و با همکاری آنها، این طرح تخفیف را اجرا کردیم که شاید برای ما سودی نداشت اما باعث شد مردم در خانه بمانند و کتاب بخوانند.

برای خواندن کتاب همیشه دو موضوع داستان و روان‌شناسی میان مردم پرترفدار است و الگو در این دوماه هم همین بوده است. منتها با توجه به اینکه تعطیلات نوروز را هم داشتیم و سال جدید را شروع کردیم و اینکه مردم دوست دارند که سال جدیدشان را با برنامه‌ریزی شروع کنند، کتاب‌هایی که با موضوع پیشرفت شخصی و این مباحث بوده فروش بیشتری داشته‌اند.

امسال چون نمایشگاه کتاب را در اردیبهشت نداریم و همیشه کتابخوان‌ها از این نمایشگاه خرید می‌کردند، برای اینکه این فضای خالی را پر کنیم احتمالاً چند کمپین دیگر خواهیم داشت تا مردم زیاد خلأ نمایشگاه کتاب را احساس نکنند. نکته‌ای که باید بگویم درمورد قیمت کتاب‌هاست؛ بازار کتاب الکترونیک به‌شدت در حال رشد است و دلایل متعددی دارد که یکی از آنها گران شدن کاغذ است. به‌طور مشخص پیش‌تر مردم شناخت آنچنانی از کتاب الکترونیک و خواندن آن در بستر قانونی نداشتند و اپلیکیشن‌های کتابخوان این فرصت را ایجاد کرد تا شرایطی برای انتشار قانونی یک محصول فرهنگی در فضای مجازی فراهم شود. رشد مخاطب ما در فیدیبو به‌صورت روزانه است که گرانی کاغذ و به‌تبع آن گرانی کتاب، یک درصدی از این افزایش مخاطب است. درکل، اقبال به کتاب‌های الکترونیک به‌شدت در حال رشد است. درمورد قیمت کتاب‌های الکترونیک باید بگویم که اساساً در همه‌جای دنیا، قیمت این کتاب‌ها درصد قابل‌توجهی کمتر از قیمت پشت جلد کتاب چاپی است. مثلاً اگر کتابی قیمت جلد چاپی اش ۱۰ هزار تومان باشد، بسته به تصمیم ناشر درصدی از این نرخ، به‌عنوان قیمت کتاب الکترونیک از پنج تا هفت هزار تومان انتخاب می‌شود. در ایران این درصد کم شدن مبلغ تا ۵۰ درصد انتخاب شده است، ولی بعضاً ناشرانی هستند که قیمت‌ها را همیشه رص می‌کنند و نرخ‌هایشان را نسبت به کتاب چاپی بالا می‌برند.

ما در فیدیبو کتاب صوتی و پادکست هم داریم. این رشد ۸برابری که اعلام کردیم در این بخش‌ها هم بوده است. اما با توجه به اینکه مردم این روزها گرفتاری‌های مختلف دارند و شاید نتوانند گوشه به‌دست بگیرند و کتاب بخوانند، رشد کتاب‌های صوتی و پادکست‌ها هم بسیار زیاد بوده است. اگر رشد فروش کتاب الکترونیک ۶درصد باشد رشد فروش کتاب صوتی ۸برابر است.»

تنوعی که در بازار کتاب‌های الکترونیک نیست

مسئولان پلتفرم‌های الکترونیک‌سعی‌شان این است که کتاب‌هایشان در بازار تنوع داشته باشد، اما با توجه به نوظهور بودن این مدل از کتاب در کشور ما خیلی سخت است که همه کتاب‌های چاپی را در این پلتفرم‌ها ببینیم. حتی خود سازندگان این اپلیکیشن‌ها معتقدند همه ناشران به آنها اعتماد نمی‌کنند که کتاب‌هایشان را اینچنین بازگذاری کنند. تنوع این کتاب‌ها بیشتر در حوزه داستان، رمان و کتاب‌های موفقیت است. اما کتاب‌های دیگر مثل حوزه اندیشه و علوم انسانی که حتماً قیمت جالبی‌شان خیلی بیشتر از این است، در این پلتفرم‌ها نیستند.

نکته بعدی درمورد کتاب صوتی است، با توجه به شرایط این روزهای زندگی که همه بسیار گرفتارند و سخت است که کتاب کاغذی را دست بگیرند و گرانی هم مزید بر علت شده است، کتاب صوتی می‌تواند راهگشا باشد، اما باز هم در این حوزه با کمبود مواجه هستیم. یک‌سری از کتاب‌ها مثل کتاب‌های شعر یا داستان که گوش دادن به آن آسان است، می‌تواند راهگشای خوبی برای کتابخوانی باشد، اما مشکلات زیادی هم بر سر راه پلتفرم‌ها وجود دارد که نمی‌توانند آن محتوایی را که لازم دارند، داشته باشند تا نوعی به این بخش بدهند. این مساله نداشتن محتوا هم بیشتر به بخش ناشران بازمی‌گردد که همکاری‌های لازم را با این مجموعه‌ها ندارند.