

گفت و گو با محسن سید اسماعیلی
مدیر بخش تجارت الکترونیک تبیان



همکاری با تبیان هزینه‌ای برای ناشران نخواهد داشت

■ درباره‌ی فروشگاه اینترنتی تبیان، به خصوص بخش فروش کتاب آن، توضیح می‌دهید؟

فروشگاه اینترنتی تبیان به صورت فعال از سال ۱۳۸۲ کار خود را شروع کرد. البته قبل از آن هم همکاران در این قسمت فعالیت داشتند که بخش عمده‌ی کار مربوط به فروش کتاب و سی‌دی بود.

■ مردم چگونه می‌توانند از این فروشگاه خرید کنند؟ فکر می‌کنم پنج یا شش ناشر در فروشگاه حضور نداشتند.

من معتقدم، یکی از دلایلی که فروشگاه تبیان در جست‌وجوهای اینترنتی مورد توجه کاربران قرار می‌گیرد، اطلاعاتی است که در اختیار آن‌ها می‌گذارد. یعنی ما ویتترین بزرگی را به کاربر نمایش می‌دهیم که هر چه اطلاعات بیشتر باشد، افراد بیشتری، به دفعات بیشتری جذب سایت می‌شوند.

تا اواخر سال ۱۳۸۷، ما تعداد عناوین کتاب‌های فروشگاه را از سه هزار عنوان به ۷۰ هزار عنوان کتاب افزایش دادیم که همین کار یکی از علل افزایش چشم‌گیر فروش کتاب در مجموعه‌ی تبیان بود. تا آخر سال ۱۳۸۶، فروشگاه، حدود هفت هشت میلیون تومان فروش داشته است که حدود

یک سوم آن مربوط به فروش کتاب بود. در سال ۱۳۸۷ هم چیزی حدود هشت میلیون تومان کتاب فروخته‌ایم که برای مجموعه‌ای مثل مجموعه‌ی ما با این تعداد نیرو مناسب بود. این حجم فروش برای مسئولان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هم جالب بود. ما خودمان را جای کسی گذاشتیم که دنبال کتاب می‌گردد. معمولاً افراد کتاب را ورق می‌زنند و چند صفحه‌ای از آن را می‌خوانند تا ببینند می‌توانند با کتاب ارتباط بگیرند یا خیر. ما در

فروش مجازی کتاب این موضوع را نیز مدنظر قرار داده‌ایم و صفحاتی از کتاب را در اختیار کاربر می‌گذاریم تا با کتاب آشنا شود و اگر آن را پسندید، بخرد. ما در همین دوره، با دوستانی که در حوزه‌ی آموزشی فعالیت داشتند مشورت کردیم و کوشیدیم مجموعه‌های گوناگونی را با تنوع زیاد وارد مجموعه‌ی تبیان کنیم. امکان خواندن قسمتی از متن و تنوع زیاد کتاب‌ها، در کنار سرعت بالای رساندن کتاب به مخاطب باعث شد تا اعتماد مخاطبان و کاربران به بخش فروشگاه افزایش یابد. ما درست در مقطعی این کار را کردیم که قیمت کتاب دستخوش تغییر و روبه افزایش بود.

■ ناشران را بر چه اساسی انتخاب می‌کنید؟

قاعدتاً مجموعه‌ی تبیان محدودیت‌هایی را برای خودش قائل است و در حوزه‌ی همان محدودیت‌ها فعالیت می‌کند. در عین حال، ما در طول برگزاری نمایشگاه کتاب، بستری را آماده می‌کردیم و در اختیار ناشران قرار می‌دادیم تا با مجموعه‌ی ما بیشتر آشنا شوند و زمینه‌های همکاری فراهم آید. گاهی نیز کاربری، کتابی را از ما می‌خواهد که در وبسایت ما نیست. در آن صورت با ناشر مورد نظر تماس می‌گیریم و در صورتی که امکان ارتباط فراهم باشد، کتاب را برای کاربر تهیه می‌کنیم.

در واقع مجموعه‌ی فروشگاه اینترنتی تبیان چیزی بیش از این اتاق نیست. ضمن این که ما در عمل جایی به عنوان انبار فیزیکی محصول نداریم. این موضوع معایب و مزایایی دارد. یکی از مزایای این است که از فضای فیزیکی کمتری استفاده می‌کنیم و می‌کوشیم تقاضای کاربران را با ارتباطاتمان پاسخ‌گو باشیم. اما مشکلی که این روش دارد آن است که ما موظفیم در طول مدت زمان مشخصی، محصول را به کاربران برسانیم که این مدت زمان در تهران حداکثر سه روز و در شهرستان‌ها هفت روز است.

با این مقدمه باید گفت یکی از شرایط اصلی ما برای همکاری با ناشران این است که آن‌ها هم بتوانند کتاب را در مدت زمان معینی در اختیار ما قرار دهند. در تهران، این موضوع راحت‌تر حل می‌شود، اما برای همکاری با ناشرانی که در شهرستان‌ها هستند، مشکلاتی وجود داشت که ما سعی کردیم آن‌ها را حل کنیم. که در حال حاضر با رفع برخی از این مشکلات تأخیری، ظرف ۴۸ ساعت محصولات را به شهرستان‌ها ارسال می‌کنیم.

یکی از شرایط اصلی ما برای همکاری با ناشران این است که آن‌ها هم بتوانند کتاب را در مدت زمان معینی در اختیار ما قرار دهند

■ کتاب چه مسیری را طی می‌کند تا به دست متقاضی برسد؟

وقتی کاربری محصولی را برای خرید انتخاب می‌کند، از طریق صفحه‌ی سفارشات راهنمایی می‌شود تا عملیات خرید به اتمام برسد. در مورد نحوه‌ی پرداخت هم کاربر توسط سایت راهنمایی شده و خود او نحوه‌ی پرداخت را از میان گزینه‌ها انتخاب می‌کند.

بعد از این‌که سفارشات به ما منتقل شد، با نماینده‌ی مجموعه‌ی مورد نظر ارتباط می‌گیریم و تهیه و پشتیبانی محصول را انجام می‌دهیم. از آن‌جا که ما حساسیت زیادی در مورد سالم و بی‌نقص بودن محصولی داریم که به دست متقاضی می‌رسد، بسته‌بندی و پست محصول توسط ما صورت می‌گیرد.

■ نحوه‌ی آشنایی ناشران با فعالیت شما فقط از طریق معرفی در نمایشگاه کتاب است؟

نه. ما در سایت خودمان مطالب و تبلیغاتی را در این زمینه داریم. البته نمایشگاه بین‌المللی کتاب، تجمعی از افرادی است که به طور تخصصی در حوزه‌ی نشر و کتاب فعالیت دارند و قاعدتاً تبیان هم در آن مجموعه حضور دارد. نمایشگاه باعث می‌شود ما یک بار در سال به طور گسترده با ناشران ارتباط برقرار کنیم. غیر از این ارتباط، در سایت تبیان اطلاعاتی در این زمینه وجود دارد و افراد می‌توانند از آن‌ها استفاده کنند.

ضمن این‌که گاه ما منتظر فراخوان نمی‌شویم. یعنی ممکن است کتابی جدید وارد بازار شده باشد. ما براساس اطلاعات روی جلد کتاب، اطلاعات مورد نیازمان را می‌گیریم و با ناشر ارتباط برقرار می‌کنیم. اگر شرایط همکاری فراهم باشد، کتاب و ناشر آن هم وارد ویتترین فروشگاه اینترنتی تبیان می‌شوند.

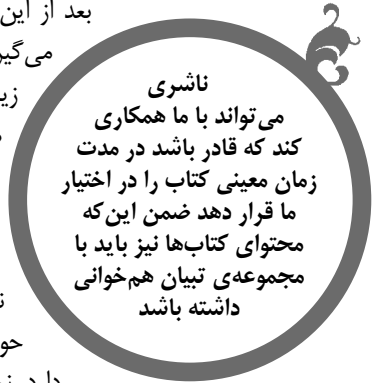
■ اگر ناشری بخواهد با شما همکاری کند، باید چه شرایطی داشته باشد؟

ناشری می‌تواند با ما همکاری کند که قادر باشد در مدت زمان معینی کتاب را در اختیار ما قرار دهد. هم‌چنین، برای ما تخفیف در نظر بگیرد. ما معمولاً حداقل ۲۰ درصد برای هر کتاب تخفیف می‌گیریم. ضمن این‌که محتوای کتاب‌ها نیز باید با مجموعه‌ی تبیان هم‌خوانی داشته باشد. البته بعید است موضوعی با مجموعه‌ی ما هم‌خوانی نداشته باشد. خودمان هم معتقدیم که می‌توانیم هر کتابی را که از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجوز می‌گیرد، توزیع کنیم. اما به هر حال این موضوع را مدنظر قرار می‌دهیم که ممکن است برخی موضوعات در شرایط کاری ما مناسب نباشند.

■ استقبال کاربران از خرید اینترنتی کتاب چگونه است؟ آیا میان تهران با شهرستان‌های

دیگر تفاوتی هست؟

در مورد فروش کتاب باید بگوییم، طی چهار ماهه‌ی نخست سال، حدود چهار هزار جلد کتاب فروخته‌ایم؛ آن هم با توجه به این‌که در فصل امتحانات هستیم. اما پراکندگی متقاضیان این‌گونه



نبوده است که اکثر آن‌ها اهل تهران باشند. اگر متقاضیان شهرستانی بالاتر از ۵۰ درصد نباشند، کمتر هم نیستند.

به نظر یکی از دلایل استقبال از مجموعه‌ی فروشگاه اینترنتی تبیان، بُعد مسافت است. این باعث شده است که بخش عمده‌ی تقاضای کتاب از شهرستان‌ها باشد؛ به گونه‌ای که در دو سال اخیر بعضی مشتریان ما حتی به نمایشگاه کتاب مراجعه نکرده‌اند. چون بعد از این که ما اطلاعات نمایشگاه کتاب را در سایت وارد می‌کردیم، کاربران کتاب‌های مورد نظرشان را به ما سفارش می‌دادند و نماینده‌ی ما کتاب‌ها را از نمایشگاه تهیه می‌کرد. بنابراین بخش عمده‌ی سفارشات ما از شهرستان‌هاست.

■ در مورد میزان رضایت متقاضیان از نحوه‌ی عملکرد فروشگاه اینترنتی تبیان تحقیقی داشته‌اید؟

کاربران ما و کسانی که از ما خرید می‌کنند، به روش‌های متفاوت نظراتشان را بیان می‌کنند. گاه این نظرات را به طور مستقیم به خود ما و گاه در رابطه با محتواهای سایت و در قسمت مربوط به نظرات، اعلام می‌کنند. بنابراین اطلاعات به طور شفاف در سایت وجود دارد و نظارتی که در رابطه با این نظرات صورت می‌گیرد، بیشتر جنبه‌ی اخلاقی دارد.

افزایش فروش فروشگاه ما یکی از شاخص‌های رضایت از نحوه‌ی عملکرد ماست؛ گرچه این تصفیه ۱۰۰ درصد نیست.

■ معرفی کتاب ناشران در فروشگاه شما، برای آن‌ها هزینه‌ای هم دارد؟

اگر شرایط همکاری با ناشر فراهم باشد، هیچ هزینه‌ای برای ناشر در بر نخواهد داشت؛ مگر این که ناشر بخواهد تبلیغاتی داشته باشد. گاهی نیز پیش می‌آید که ناشر بیشتر از ۲۰ درصد تخفیف برای ما قائل می‌شود که در آن صورت، ما برای او یک فروشگاه مجازی تعریف می‌کنیم.

گرچه ما در فروشگاه کتابمان حدود ۷۰ هزار عنوان کتاب داریم، اما تعداد محدودی از ناشران، فروشگاه مجازی به طور جداگانه دارند. این ناشران از جمله کسانی هستند که برای ما شرایطی فراهم کرده‌اند تا از عنوان نشرشان هم استفاده شود.

■ اشاره کردید که در سال ۱۳۸۶ پرفروش‌ترین محصولات کتاب بوده است، بیشترین فروش‌تان چه قدر بود؟

در آن زمان محصولات ما را سخت‌افزار، سی‌دی و کتاب تشکیل می‌داد. اما در حال حاضر تنوع محصولاتمان خیلی بیشتر شده است و در صفحه‌ی فروشگاه، لوازم خانگی، تلفن همراه، رایانه، کتاب و ... داریم. ضمن این که سه برابر فروش سال ۱۳۸۶ را در یک ماه داریم و به همان اندازه فروش کتاب افزایش داشته است.

■ مجموعه‌ی تبیان با چه هدفی فروشگاه اینترنتی کتاب را راه‌اندازی کرد؟

هدف مجموعه‌ی تبیان، غیر از اطلاع‌رسانی، این بود که شرایطی فراهم سازد برای زمانی که

خدمات و کارکردهای بیشتری از اینترنت انتظار می‌رود و یکی از این خدمات فروشگاه است. دوستانی که در آن زمان وارد این کار شدند، علاقه‌مند بودند که این خدمات را به کاربران ارائه کنند و هنوز هم همان‌طور است؛ یعنی زمینه‌ی کاری ما سودآوری نیست. شاید الان این امکان هست که فروشگاه بتواند هزینه‌های خود را تأمین کند و منفعتی نیز به دست آورد و به همین دلیل هم از بخش اطلاع‌رسانی به بخش خودکفایی منتقل شده‌ایم. یعنی کارمان فقط اطلاع‌رسانی صرف نیست و می‌توانیم بخشی از هزینه‌های مؤسسه را نیز تأمین کنیم. اما نکته این است که هنوز در جامعه در شرایطی قرار نگرفته‌ایم که افراد عمده‌ی تقاضاهای خود را از طریق فروشگاه‌های مجازی تأمین کنند.

■ **اشاره کردید که در حال حاضر و نزدیک به ۷۰ هزار عنوان کتاب در فروشگاه‌تان دارید. طی چهار ماهه‌ی نخست امسال هم حدود چهار هزار جلد کتاب فروخته‌اید. این استقبال مورد انتظار تیبان بود؟**

در اوایل سال ۱۳۸۷، مدیریت وقت قصد داشت که فروشگاه را تعطیل کند. چرا که احساس می‌کردند ممکن است استقبال لازم از آن به عمل نیاید و وقت مجموعه برای این کار گرفته شود. اما با تغییراتی که انجام شد، فروشگاه به فعالیت خود ادامه داد. به این صورت که نیروهایی را به کار گرفتیم که یا به صورت تحصیلی و یا به طور تجربی با کار بازرگانی آشنایی داشتند. همین شامه‌ی اقتصادی و بازرگانی، به فعالیت ما کمک کرد.

ضمن این‌که نحوه‌ی برخورد با مشتریان و رعایت آنان، در جذب متقاضیان نیز مؤثر بوده است. به‌گونه‌ای که دو دوره از سوی وزارت بازرگانی به عنوان بهترین فروشگاه اینترنتی انتخاب شدیم. هم‌چنین مجموعه‌ی «WSA» که در سطح جهان مجموعه‌های اینترنتی را بررسی می‌کند، بخش کودک و فروشگاه اینترنتی تیبان را به عنوان مجموعه‌ی برتر انتخاب کرد.

برای ما دید و نظر کاربر از همه چیز مهم‌تر است، ولی این اتفاقات انگیزه‌ی انجام کار اقتصادی را در مجموعه تقویت کرد. اکنون ما از بخش اطلاع‌رسانی خارج شده‌ایم و به عنوان یک بخش درآمدزا مطرح هستیم.

■ **حتماً طی مدت فعالیت خود متوجه شده‌اید که تقاضای مخاطبان در حوزه‌ی کتاب بیشتر حول چه موضوعاتی است. بنابراین بهتر نیست که انبار کتاب داشته باشید تا مسیر ارسال کتاب به متقاضی کوتاه‌تر شود؟**

ما مواردی در این زمینه داریم. مثلاً کتابی متقاضی زیادی پیدا می‌کند و ناشرش هم در شهر دیگری است و در تهران هم نمایندگی ندارد. در چنین مواردی، ناشر تعدادی از کتاب‌هایش را برای ما می‌فرستد. البته این مورد خیلی نادر است. معمولاً ناشران شهرستانی در تهران نماینده‌ای برای خود انتخاب می‌کنند. ضمناً ما در منطقه‌ای هستیم که به مرکز توزیع نزدیک است. بنابراین چندان نیازی به انبار کتاب نداریم.

در کنار همه‌ی این‌ها باید گفت که بحث کتاب باید به سویی پیش برود که دیگر کتاب کاغذی نباشد. یعنی اینترنت هم به نوعی ارائه‌ی اطلاعات مکتوب به صورت سبز است؛ احتیاجی نیست که دیگر برای کتاب درختی از بین برود. البته این دو، کالاهای جانشین نیستند و بسیاری به خود کتاب علاقه‌مندند. در هر صورت باید به سمتی رفت که متقاضیان اطلاعات، به سمت استفاده از اطلاعات در اینترنت سوق یابند. ما در تبیان شرایط فنی لازم را فراهم کرده‌ایم.

البته بسترهای مخابراتی هنوز کامل نشده‌اند و اینترنت پرسرعت حتی به ۱۰ تا ۱۵ درصد کاربران اینترنت هم نرسیده است. به هر حال باید طوری حرکت کنیم که کتاب‌ها را از طریق اینترنت در اختیار مخاطبان قرار دهیم، به‌گونه‌ای که ناشر و نویسنده هم از این قضیه نفعی ببرند.

■ پس شما این امکان فنی را فراهم کرده‌اید که کتاب را با فرمتی مثل «PDF» در اختیار کاربران قرار دهید؟

بله، در بعضی از مجموعه‌های ما، از محصولاتی که خودمان تولید کرده‌ایم چنین کاری می‌شود. در فروشگاه هم، چنین امکانی وجود دارد. تعداد زیادی مؤلف داریم که اتفاقاً کتاب خوبی نیز نوشته‌اند، اما ناشر کتاب را نمی‌پذیرد و خودشان هم نمی‌خواهند ناشر - مؤلف باشند. ما حتی با وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی درباره‌ی این موضوع جلساتی داشته‌ایم. پیشنهاد کردیم که در چنین مواردی با رضایت نویسنده، نسخه‌ی PDF کتاب را در اختیار متقاضیان قرار بگیرد؛ به‌گونه‌ای که مؤلف نیز سود ببرد.

به هر حال، منتظریم که چنین شرایطی فراهم شود. تبیان هم علاقه‌مند است که به این سمت حرکت کند. علتش هم مسائلی از جمله «سبز دیدن» است که در همه جای دنیا مطرح است. کتاب وقتی به صورت فیزیکی چاپ شود، بیشتر یک کالای تجملی است، ولی محتوای آن را می‌توان با ارزان‌ترین قیمت در اختیار مردم قرار داد.

بحث کتاب
باید به سویی پیش
برود که دیگر کتاب
کاغذی نباشد

