

منصات بيع الكتب المستعملة هل تهدد دور النشر؟

قللاً ناشرو كتب محليون في السعودية من تأثير الضرر الاقتصادي والخسائر المالية التي تسببها منصات مبيعات الكتب المستعملة بأسعار مخفضة، وذلك لقلة عدد تلك المنصات في المملكة، مقارنة بحجم المنصات الضخمة في دول أوروبا وأمريكا، والتي تؤثر مبيعاتها على دور طباعة ونشر وتوزيع الكتب هناك، وتلحق بهذه الدور أضراراً اقتصادية ملحوظة وخسائر مالية كبيرة.

المحدودية تقلل الأضرار

أبان ناصر الموسى «ناشر، مالك متجر إلكتروني لتسويق الكتب»، أنه لا توجد في الوقت الحالي أضرار قد تلحق الناشرين في السوق المحلية، وذلك عطفًا على «المحدودية جدًّا» للمنصات الفاعلة المعنية بتسويق الكتب المستعملة بأسعار مخفضة «محلّيًّا» في السعودية، والتي لا تؤثر في عمل سوق الكتاب الجديد.

وأضاف «يختلف الحال في الدول الغربية، حيث يمثل سوق بيع الكتب المستعملة سوقًا كبيرًا في الدول الغربية، ويشكل جزءً كبيرًا من إيرادات الكتب في الاقتصاديات الأمريكية والأوروبية»، لكنه لفت إلى

أن من أكبر أضرار السوق عربيًا، هو الكتاب «المزور»، الذي انتشر في الآونة الأخيرة، بكميات كبيرة، حيث يباع بأسعار مخفضة جدًا، وبأقل من تكلفة الكتاب الأصلي من الناشر.

تغطية مصروفات النشر

يعتقد عبدالعزیز الجاسم «ناشر» أن تسويق الكتب المستعملة لن يكون ضارًا بشكلٍ كبيرٍ لعملية النشر والتوزيع، لأن الكتب تأخذ دورتها بعد الطباعة لتوزع في المكتبات والمتاجر ومعارض الكتاب لفترة من الزمن تضمن للناشر تغطية مصروفات النشر قبل أن يتحول النتاج إلى كتاب يودع رف الكتب المستعملة، كما أن النسبة من حيث العدد لمثل هذه العملية محدودة ومحصورة في بعض العناوين التي قد تكون ضئيلة عند قياس حجم الاقتناء وبناء المكتبات الشخصية التي لا تفرط في الكتاب حتى بعد قراءته.

وأوضح أنه يمكن الربط بين حالة بيع الكتاب المستعمل، وحالة إهداء الكتاب بعد قراءته، وهما حالتان لم يكن لهما أي تأثير «سلبى» على عملية النشر، بل ربما ساعدت بشكلٍ لافتٍ في دعم دور النشر والإعلان المجاني لها بين جمهور القراء، الأمر الذي يقوم به الناشر غالبًا بعد طباعة أي نتاج، وذلك من خلال إرسال نسخ ترويجية للجهات ذات العلاقة كالمكتبات العامة وبعض نوادي القراءة ومقاهي الشريك الأدبي دون مقابل بغية الإعلان عن نوع وأجناس النتاجات الفكرية التي تقدمها مؤسسات النشر.

مخاطر التسويق

ربط الدكتور عبداللطيف البطيان «ناشر، كوكيل أدبي»، تسويق الكتب بأسعار مخفضة، بمخاطر «التسويق»، واحتمال التعرض لخسائر نتيجة عوامل خارجية أو داخلية تؤثر على أداء الاستثمارات المتدفقة في السوق المالية، والمخاطر يكون لها تأثير مباشر على عناصر التسويق في المنتج أو الإستراتيجيات المتبعة أو صورة المنافسة.

وأوضح أن من سلبيات تسويق الكتب المستعملة التي تؤثر على سوق الكتب عدم الخبرة التسويقية، وفقدان السمعة، وعدم الوصول للجمهور المستهدف، لافتًا إلى أنه في الكتب المستعملة «تحديدًا»، فإن المجال محل منفعة، وريح بأكثر، بناء على ما يضعه المسوق للكتب المستعملة وعلى حسب نوعها وعمرها وتأثيرها.

رجيع دور النشر

أضاف البطيان أن رجيع دور النشر من الكتب، قد يكون فائض الفائض من الربح، حيث يتم بيع كميات متنوعة محدودة بعد محصلة نتائج بيع الكتب التي بيعت بأضعاف أضعاف أسعارها، واستفاد المسوق والبائع من هذه العملية في اقتصاد الكتب، ويكمن الضرر في الكتب التي لم يكتب لها مبيعات مناسبة، مبيّنًا أن أغلب «طبوعات» الكتب، هي طبوعات محدودة الكمية، وأن بعض العناوين نادرة والمتناول لها ليس سهلًا، وتوفرها إن كان بهدف تكوين مصادر مرجعية ستكون في متناول اليد لدى الفئة المستهدفة، كما يحدث مع توفير الكتب للمقاهي والمكتبات المنزلية وبعض المكتبات للشركات الخاصة للترفيه وخلق بيئة تنشر القراءة والمعرفة، وهو مكسب إنساني يتجاوز المال رغم انحساره تحت صفة السعر المخفض، كما نجده في كثير من نقاط البيع التي تعمل أفكار تسويقية بهدف جذب الفئة المستهدفة والقراء.

تدوير الورق

يتابع البطيان أن الأضرار تكون فقط مترتبة على الكتب المخفضة سواء مستعملة أو كانت مخزنة أو معادة من نقاط البيع في حال عدم وجود مهتمين بهذا النوع من الكتب لأسباب فنية، أو أنها تجاوز الزمن أفكارها، مما يجعل مأواها هو تدوير الورق.

وشدد على أن نوع وطريقة وهدف التسويق هو الوسيلة التي تقود للضرر من عدمه، فعدم إدارة فن التسويق، يؤدي إلى ضرر كبير ابتداء من طريقة العرض والتنقل من مكان إلى آخر بذات السلعة بوسائل قد تعرض الكتب للتلغ نتيجة تكرار تنقلها، وعدم وجود التنوع مع كثرة العرض.