

# Realizing Resistance Economy in Book Publishing Industry: Publishers' Perspective

## Hajar Safahieh

Assistant Professor, Research Department of Evaluation and Collection Development. Regional Information Center for Research and Technology, Shiraz, Iran. Email: safahieh@ricest.ac.ir

**Objective:** U.S. sanctions on Iran were first imposed during the U.S.-Iran hostage crisis of 1979-1981. The increase of these imposed sanctions in the recent years has given rise to discussion about resistance economy as a coping Strategy. The Resistance Economy doctrine is intended to make the Iranian economy resistant to all external economic shocks in the long term, including Western sanctions and global financial crises. The purpose of this study is to examine the strategies of realizing resistance economy in the field of book publishing from publishers' perspective.

**Methodology:** The content analysis method and survey research design were adopted for this study. The purpose of content analysis was to extract the components of resistance economy in field of book publishing industry and apply them in constructing the research instrument. The instrument for the data collection was a questionnaire which was consisted of 11 questions based of 5 Likert point. The population of the study was 252 active book publishers in the Isfahan city. All of the respective questionnaires had distributed randomly through simple random sampling among sample size of 148 publishers. Out of the 148 questionnaire, 97 were returned and completed. The data were analyzed using IBM SPSS.

**Findings:** Based on the results obtained, majority of the respondents were male 74% followed by 24% female. Their median age was 42 years old. Findings revealed that book publishers are experiencing financial problems and challenges. The most important challenges from publishers' point of view were insufficiency and expense of publishing materials, dependence on lucrative markets, lack of material capital, lack of participation of banks or investors in the field of book publishing and lack of study culture from their perspective. Based on the questionnaire results, the respondents provided suggestions on how overcome financial problems by applying resistance economy. They recommended that using strategies such as government support in form of facilitating and reforming the marketing system in book publishing industry, promotion of knowledge-based publishing industry, consumption management and maximizing use of material and human resources have a positive and significant impact on the realization of a resistance economy.

**Conclusion:** This is the first study that addressed realizing resistance economy in book publishing industry in Iran. Therefore, the results can be applied to improve book publishers' situation. From the findings it can be concluded that, although some of the solutions presented in this study may require the collective action of publishers and external agents, but some of them certainly requires serious attention and actions from the government and relevant agencies to change the situation.

**Keywords:** book publishers, resistance economy, publishing industry, publisher's perspective

# راهکارهای تحقق اقتصاد مقاومتی در صنعت چاپ و نشر کتاب از دیدگاه ناشران

تاریخ ارسال: ۹۸/۹/۲۱

تاریخ پذیرش: ۹۹/۲/۱۱

## هاجر صفاهیه

استادیار گروه پژوهشی ارزیابی و فناوری اطلاعات، مرکز منطقه‌ای اطلاع رسانی علوم و فناوری، شیراز. رایانامه: safaheih@ricest.ac.ir

## چکیده

**هدف:** در سالهای اخیر تشدید تحریم‌های بین‌المللی باعث گردید، بحث اقتصاد مقاومتی به راهبردی برای مقابله با این مسئله مطرح گردد. هدف از این پژوهش شناسایی و ارائه راهکارهای تحقق اقتصاد مقاومتی در حوزه چاپ و نشر کتاب از دیدگاه ناشران است.

**روش شناسی:** پژوهش حاضر کاربردی بوده و به روش پیمایشی-تحلیلی انجام گردید. گردآوری داده‌ها به صورت ترکیبی با شیوه تحلیل محتوا جهت استخراج راهکارها در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی و استفاده از پرسشنامه انجام گرفت.

**یافته‌ها:** نظر به وابستگی نسبی صنعت نشر به مواد و منابع وارداتی، یافته‌ها نشان داد که اکثریت ناشران مشکلات مالی و چالش‌های زیادی در این زمینه تجربه می‌کنند. مهمترین چالش‌ها از دیدگاه ناشران، عبارت از کمبود و گرانی مواد و مصالح چاپ و نشر، وابستگی به بازارهای پرنوسان، کمی سرمایه مادی، عدم مشارکت بانکها و یا افراد سرمایه گذار در حوزه چاپ و نشر، اقتصادی نبودن حوزه نشر و فقدان فرهنگ مطالعه. از منظر آنان بکارگیری راهکارهایی همچون حمایت دولت در قالب اعطای تسهیلات و اصلاح نظام بازاریابی، تبلیغات و توزیع در حوزه نشر کتاب، دانش محور کردن صنعت نشر، مدیریت مصرف و استفاده حداکثری از منابع مادی و انسانی تاثیر مثبت و معنی داری در تحقق اقتصاد مقاومتی در شرایط فعلی خواهد داشت.

**نتیجه‌گیری:** گرچه راهکارهای ارائه شده، در مواردی نیاز به اقدام جمعی ناشران و نظارت عوامل بیرونی همانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دارد ولیکن راهکارهایی نیز خارج از حوزه اختیارات ناشران بوده که قطعا عزمی جدی در دولت و دستگاه‌های ذیربط را جهت تغییر شرایط می‌طلبد.

**کلیدواژه‌ها:** چاپ کتاب، نشر کتاب، ناشران، اقتصاد مقاومتی، اقتصاد نشر

## مقدمه

امروزه صنعت نشر یکی از صنایع مهم در همه جوامع به شمار می‌رود که نه تنها موجب رشد فرهنگ مردم می‌شود بلکه توسعه فرهنگی جوامع را نیز به دنبال دارد. در ایران صنعت نشر یکی از صنایع قدیمی و ریشه‌دار است که با ظهور نخستین نشانه‌های صنعتی شدن، در یک قرن گذشته وارد کشور شده است. این صنعت طیف گسترده‌ای از امور مربوط به چاپ، نشر و توزیع را به شیوه‌های مختلف دربر می‌گیرد و محصولات آن تنوع قابل ملاحظه‌ای نظیر کتاب، نشریه، مجله و روزنامه دارد. از این میان صنعت چاپ و نشر کتاب به جهت استفاده از شیوه‌های کاملا صنعتی که در روند تولید و تکثیر این کالای فرهنگی بکار می‌رود، صنعت چاپ و نشر کتاب نام گرفته است. در اینجا مقصود از نشر کتاب، چاپ و نشر انواع گوناگون کتابها اعم از کتابی که نوآموز می‌خواند تا کتابی که ویژه بزرگسالان، دانشجویان، پژوهشگران و متخصصان است. نشر کتاب جزو مقوله‌هایی می‌باشد که رونق و یا رکود آن که به شدت تحت تاثیر شرایط اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جامعه است و به دلایل مختلف از جمله نقش مهم آن در اطلاع‌رسانی، ارتقاء سطح فرهنگ عمومی، اشتغال‌زایی، جذب سرمایه، عرضه و تقاضای بین‌المللی دارای اهمیت ویژه‌ای برای دولت مردان و برنامه‌ریزان است (باب الحوائجی و همکاران، ۱۳۹۰).

در دنیای کنونی میزان انتشارات کتاب جزو یکی از معیارهای مهم توسعه یافتگی کشورها محسوب می‌شود. آمارهای موجود نشان می‌دهند که کشورهای توسعه یافته در زمینه نشر کتاب و کتابخوانی همانند بسیاری دیگر از زمینه‌ها، از کشورهای در حال توسعه پیشی گرفته‌اند (مفتخری نظری‌پور و میرحسینی، ۱۳۸۷). در کشور ما ایران، نشر کتاب در طی دوران خود، همواره با فراز و نشیب‌های گوناگونی روبه‌رو بوده که منشا آن تحولات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و پیشرفت‌های فنی در این حوزه بوده است. به طور مثال در طی سالهای اخیر مخصوصا اوایل دهه ۱۳۹۰ شرایط ویژه اقتصادی کشور که نتیجه اعمال فشار و تحریم کشورهای غربی است، افزایش قیمت ارز، افزایش نسبی قیمت کاغذ، کاهش نقدینگی ناشران و افزایش قیمت کتاب را در پی داشت که در نهایت به کاهش چشمگیر فروش کتاب انجامید. چنین شرایطی که سود دهی پایینی را به همراه داشت، باعث گردید تا سرمایه‌گذاران حرفه‌ای نشر کتاب دیگر رغبت کمتری برای حضور در بازار فرهنگ داشته باشند. گرچه اقداماتی نظیر تأسیس کارگروه کاغذ، معافیت مالیاتی ناشران، خرید کتاب از ناشران از سوی دولت جزو اقدامات مثبت برای کمک به صنعت نشر کتاب و ناشران قلمداد

می‌شد ولیکن با توجه به مشکلات موجود همچنان صنعت نشر کتاب در بحران به سر برده و این امر توجه ویژه‌ای را طلب می‌کند (فرج‌پهلوی، مطلبی و اصغرنژاد، ۲۰۱۶).

نظری‌پور و میرحسینی (۱۳۸۷) اعتقاد دارند که گرچه نشر کتاب از قلمروهای مهم در برنامه‌ریزی‌های و سیاست‌های فرهنگی کشور محسوب می‌شود ولی به دلایل ناشناخته‌ای در ایران چندان مورد بررسی قرار نگرفته و متأسفانه نظام آموزشی و پرورشی کشور، طرح‌های مطالعاتی و همچنین فعالیت‌های دیگری که منجر به تولید دانش، اطلاعات، تحلیل نگرش و دیدگاه می‌شود هیچ یک باعث رشد این حوزه به صورت حرفه‌ای نشده است. از طرف دیگر با وجود اینکه حوزه نشر کتاب در پی فرهنگ‌پروری، رویدادآفرینی، دانش‌گستری و فضاسازی است ولی هیچ‌گونه مدیریت و نظارت نظام‌مند و متکی بر بنیادهای علمی و روش‌های تحقیقات بر آن حاکم نبوده است. گویی که نشر کتاب در جامعه کنونی ما از توجه واقعی یکسره بیرون مانده است. از این رو انجام تحقیقاتی منطبق با نیازهای واقعی حوزه چاپ و نشر کتاب که هم راهگشای ناشران باشد هم تسهیل‌کننده توسعه فرهنگی جامعه، ضروری می‌باشد.

بنابر اذعان بسیاری از ناشران مشکلات حوزه نشر کتاب با مسائل اقتصادی آمیخته است. از طرفی مسئولان و طرح‌ریزان اقتصادی کشور با استفاده از راهکار ارائه شده توسط رهبر فرزانه انقلاب اسلامی در سال ۱۳۹۲ که همان حرکت به سمت اقتصاد مقاومتی است، در تلاشند فشارهای تحمیلی کشورهای غربی را خنثی کرده و اقتصادی پویا و فعال در کشور مستقر سازند. اقتصاد مقاومتی مفهومی است که دقیقاً در مقابل اقتصاد وابسته و مصرف‌کننده قرار می‌گیرد و هدف آن ایستادگی در برابر هدف‌های اقتصادی سلطه‌جویانه است. براساس این مفهوم، اگر کشور به سمت استقرار و استمرار اقتصاد مقاومتی حرکت کند، این تضمین وجود دارد که در مقابل هر نوع تحریم و یا فشار خارجی مصون مانده و شرایط رشد و توسعه کشور با خود اتکایی و بدون نیاز به بیگانگان در هر شرایطی فراهم خواهد بود. صنعت و حوزه نشر کتاب از قانده مستثنی نبوده و ضروری است راهکارهای تحقق اقتصاد مقاومتی نیز در این صنعت بررسی و شناسایی گردد. با توجه به اهمیت زیاد این مسئله و تأکیدی که بر روی آن وجود دارد، تاکنون تحقیقی علمی در این زمینه انجام نشده است. در همین راستا پژوهش حاضر با هدف ارزیابی وضعیت ناشران در حرفه نشر کتاب و شناسایی راهکارهای تحقق اقتصاد مقاومتی از دیدگاه آنان انجام گردید.

### **پرسش‌های پژوهش**

در ادامه به پرسشهای پژوهش به قرار ذیل پاسخ داده خواهد شد:

- ۱- معضلات عمده اقتصادی در حوزه چاپ و نشر کتاب از دیدگاه ناشران کدامند؟
- ۲- میزان رضایت ناشران از وضعیت و شرایط فعالیت در حرفه نشر کتاب چگونه است؟
- ۳- راهکارها موثر در تحقق اقتصاد مقاومتی در حوزه چاپ و نشر کتاب از دیدگاه ناشران کدامند؟
- ۴- نهادهای تاثیرگذار در تحقق اقتصاد مقاومتی در حوزه چاپ و نشر کتاب از دیدگاه ناشران کدامند؟

۵- از دیدگاه ناشران به کارگیری راهکارهای موثر در تحقق اقتصاد مقاومتی چه تاثیری بر رونق حوزه چاپ و نشر کتاب دارد؟

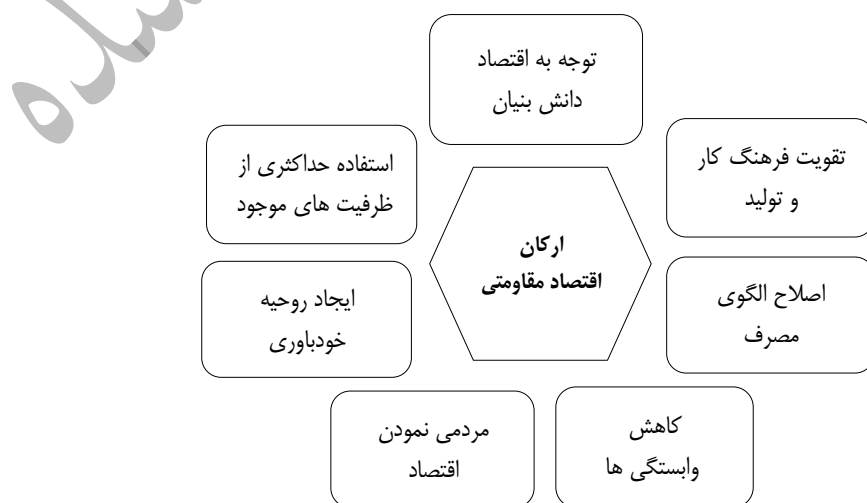
## مبانی نظری

فضای اقتصادی ایران در دهه حاضر، به واسطه فشارهای تحمیلی کشورهای سلطه گر شاهد رویدادهای ویژه و منحصر به فردی است که وقوع آن در دنیا بسیار کم سابقه است. این شرایط، ضرورت نوآوری و ایده پردازی را فارغ از الگوهای رایج ایجاد می کند تا بتوان در برابر چالش های برخاسته از این شرایط فائق آمد. در این راستا، الگوی اقتصاد مقاومتی در سال ۱۳۹۲ در قالب ۲۴ بند رسماً از طرف مقام معظم رهبری ابلاغ و در دستور کار قوای سه گانه و دستگاه های اجرایی در کشور قرار گرفت. به نقل از گویا (۱۳۹۴)، اقتصاد مقاومتی از منظر ایشان "یعنی آن اقتصادی که در شرایط فشار، در شرایط تحریم، در شرایط دشمنی و خصومت های شدید می تواند تعیین کننده ی رشد و شکوفایی کشور باشد" و یا "اقتصادی مقاومتی یعنی آن اقتصادی که به یک ملت اجازه می دهد حتی در شرایط فشار هم امکان رشد و شکوفایی داشته باشد". اقتصاددانان با بسط این مفهوم، آن را نوعی از اقتصاد دانسته که معمولاً در رویارویی و مقابله با اقتصاد وابسته و مصرف کننده یک کشور قرار میگیرد. از نظر آنان، اقتصاد مقاومتی، اقتصادی غیر منفعل است که توانایی ایستادگی در برابر اهداف اقتصادی نظام سلطه را داشته باشد و بتواند با تغییر در ساختارهای اقتصادی موجود و آن را بر اساس اهداف و جهان بینی مورد نظر بومی سازی نماید. در مجموع بر این باورند که اقتصاد مقاومتی مجموعه ای از تدابیر مدیریتی است که با بکارگیری آن می توان آسیب فشارهای اقتصادی وارده به کشور را از جوانب مختلف کاهش داد (فشاری و پورغفار، ۱۳۹۳).

بر مبنای سخنان مقام معظم رهبری سیاست های اقتصاد مقاومتی شامل مواردی از جمله "تامین شرایط و فعالسازی همه امکانات، منابع مالی و سرمایه های انسانی و علمی داخل کشور، پیشسازی اقتصاد دانش بنیان، پیاده سازی و اجرای نقشه جامع علمی کشور و ساماندهی نظام ملی نوآوری، محور قراردادن رشد بهره وری در اقتصاد، به کارگیری ظرفیت اجرایی و صرفه جویی در هزینه های عمومی کشور، تبیین ابعاد اقتصاد مقاومتی و گفتمان سازی آن" می باشد. از طرف دیگر این سیاست دارای رویکردهایی شامل مردمی بودن (مشارکت آحاد مردم و اقشار در فعالیتهای اقتصادی) برون گرایی (استفاده از ظرفیت های داخلی و فرصت های بیرونی جهت رشد در فضای رقابتی)، دانش بنیانی (تولید کالا و خدمات بر اساس فناوری های برتر و با ارزش افزوده)، عدالت بنیانی (دسترسی سریع و آسان کلیه اقشار و گروه های جامعه به امکانات، اطلاعات و عوامل تولید در کشور به صورت مساوی) و درون زایی در اقتصاد (تکیه بر نیروهای داخلی و

مدیریت مصرف و بهره‌وری حداکثری و خود اتکایی) است که خود می‌تواند به عنوان الگویی جهت دستیابی به اهداف و توسعه ملی توسط افراد، گروه‌ها و اقشار مختلف قرار گیرد (نماینان و میر، ۱۳۹۶).

در تبیین الگوی اقتصاد مقاومتی اسدی (۱۳۹۳) خاطر نشان می‌سازد که این الگو دارای الزاماتی در صورت وجود آنها، اقتصاد مقاومتی تحقق می‌یابد. از نظر وی، الزامات شامل برنامه مصوب، قانون و نظارت، اقتصاد دستوری، مقابله و تقلیل شرایط سخت، توجه به تولیدات ملی و داخلی، مردمی کردن اقتصاد و مشارکت دادن آنها در آن و فرهنگ سازی مقاومت و پایداری در جامعه برای عبور از شرایط سخت دوران تحریم می‌باشد. در مطالعه ای دیگر توسط سالار و خراسانی (۱۳۹۶)، سیاست‌های اقتصاد مقاومتی را به نوعی با سبک زندگی آحاد مردم مرتبط نموده است. در این پژوهش ارکان سیاست‌های اقتصاد مقاومتی را که مرتبط با سبک زندگی هستند را در ۹ دسته بندی کلی شامل توسعه کارآفرینی از طریق مشارکت جمعی مردم، تسهیل و تشویق همکاری جمعی، ساماندهی نظام ملی نوآوری و اقتصاد دانش بنیان، توانمند سازی نیروی کار، مدیریت مصرف و صرفه جویی در هزینه‌های عمومی کشور، اصلاح نظام درآمدهای دولت، تقویت فرهنگ جهادی، تبیین اقتصاد مقاومتی و گفتمان سازی آن در محیط‌های علمی را ارائه نموده است. حمیدی فر (۱۳۹۱) نیز تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی را منوط به تعامل پنج حلقه تحقیق، آموزش، ترویج، اجرا و بهره برداری در جامعه می‌داند. مطابق با بررسی‌های انجام شده بر اساس پیشینه موجود و مبانی نظری، در مجموع می‌توان ۷ رکن اصلی قابل تمایز برای اقتصاد مقاومتی در نظر گرفت (شکل، ۱). این ارکان شامل توجه به اقتصاد دانش بنیان، تقویت فرهنگ کار و تولید، اصلاح الگوی مصرف، کاهش وابستگی‌های خارجی، ایجاد روحیه خودباوری، مردمی نمودن اقتصاد، و استفاده حداکثر از ظرفیت‌های موجود می‌باشد. بر اساس این ارکان، بن‌مایه‌های اقتصاد مقاومتی ترکیبی از اصلاح وضعیت موجود و همچنین تصحیح فرهنگ جامعه متناسب با ارزش‌ها و اصول اقتصاد مقاومتی که می‌تواند در ارائه راهبردها و برطرف نمودن مشکلات صنایع مختلف از آن استفاده نمود.



## شکل ۱: ارکان اقتصاد مقاومتی

کریمی و یعقوبی، (۱۳۹۵) اذعان می‌کنند که سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، الگویی بومی در توسعه کشور است و به همین دلیل تحقق و اجرای موفق آن از جوانب گوناگون، مستلزم آگاهی از نگرش افراد و گروه‌های مختلف به منظور زمینه‌یابی و برنامه‌ریزی اثربخش می‌باشد. سالار و خراسانی (۱۳۹۶) نیز تاکید می‌کنند که با توجه به عدم درک کامل بسیاری از اقشار از مصداق‌های اقتصاد مقاومتی نیاز است تا محققان، نویسندگان، مسئولان و غیره تلاش کنند تا ضمن باز تعریف دقیق این الگو، مصادیق عینی آن در زندگی و کسب و کار مردم در تمامی جوانب شناسایی و تبیین نمایند.

### پیشینه پژوهش

پژوهش‌های انجام شده در حوزه چاپ و نشر کتاب، به سه گروه کلی قابل تقسیم هستند (باب الحوائجی و همکاران، ۱۳۹۰). نخستین گروه از این پژوهش‌ها، بیشتر به ارائه آمار و ارقام در مورد وضعیت نشر کتاب، تالیف یا ترجمه در حوزه‌های موضوعی مختلف و مقایسه دوره‌های زمانی پرداخته‌اند (مکی‌زاده، ۱۳۸۲؛ اشرفی‌ریزی، کاظم‌پور، پاپی، ۱۳۸۹؛ شمسی و مطلبی، ۱۳۸۹). دومین گروه علاوه بر وضعیت آماری، دیدگاه‌های ناشران، چاپخانه‌ها، کتابفروشی‌ها، مراکز توزیع و بازاریابی و غیره را مورد کنکاش قرار داده‌اند (فهیمی‌فر و حیدری ۱۳۹۳؛ فرج‌پهلوی، مطلبی و اصغرزاد، ۱۳۹۵) در گروه سوم تحقیقات انجام شده، بیشتر موانع و مشکلات ناشران، چاپ نشر و کتاب منعکس گردیده است (محسنی، ۱۳۸۷؛ مفتخری، نظری‌پور و میرحسینی، ۱۳۸۷؛ مطلبی، ۱۳۸۷؛ راد و ملکوتی‌نسب، ۱۳۹۲؛ توکل و بنی‌جمالی، ۱۳۹۴). در ادامه به تعدادی از تحقیقات در سه گروه ذکر شده پرداخته شده است.

در بین پژوهش‌های گروه نخست، پژوهشی توسط مکی‌زاده (۱۳۸۲) با هدف ارزیابی وضعیت نشر کتاب در طی دهه ۷۰ سال در استان یزد صورت گرفت. یافته‌های این پژوهش نشان داد که گرچه رشد انتشار کتاب در این استان تقریباً سیر صعودی داشته ولی نسبت به کل کشور در وضعیت مطلوبی قرار نداشته است. در مقابل، در مطالعه‌ای دیگر که وضعیت نشر کتاب در استان قم طی سالهای ۱۳۷۷-۱۳۸۶ مورد بررسی قرار گرفته بود نتایج حاکی از آن بودند که استان قم از نظر وضعیت نشر کتاب دارای جایگاه بهتری نسبت به دیگر استانها بوده و از این جهت رتبه دوم پس از تهران را داشت. به طور کلی نیمی از ناشران این استان از وضعیت کسب و کار و حرفه خود ابراز رضایت نموده و از شرایط نیز راضی بودند (شمسی و مطلبی ۱۳۸۹).

نظر به گروه دوم از مطالعات حوزه چاپ نشر کتاب که بیشتر به دیدگاه ناشران و دیگر رابطان این حوزه پرداخته‌اند، فهیمی‌فر و حیدری (۱۳۹۳) مطالعه‌ای را در خصوص ابعاد اقتصاد نشر کتاب الکترونیک از دیدگاه ناشران را به انجام رسانیدند. یافته‌های این تحقیق نشان داد که گرچه عوامل موثر بر برآورد هزینه کتاب الکترونیکی تقریباً شبیه به کتاب چاپی است با اینحال، در بعضی مواقع هزینه‌هایی نظیر تولید و محتوای پویا، انیمیشن و تصاویر متحرک و قابلیت‌هایی نظیر جستجو، می‌تواند هزینه‌های تولید کتاب

الکترونیک را تا حدودی نسبت به کتاب چاپی افزایش دهد. در مطالعه‌ای مشابه فرج‌پهلوی، مطلبی و اصغرنژاد (۱۳۹۵) نیز در بررسی دیدگاه ناشران در خصوص فناوری اطلاعات و تاثیر آن بر چاپ و نشر کتاب دریافتند که فناوری‌های نوین اطلاعاتی توانسته تاثیر مثبت و معنی داری بر تولید فنی کتاب از جنبه‌های عناصر نشر، کاهش فعالیت‌های فیزیکی، ایجاد صفحات وب شخصی، ایجاد فروشگاه‌های کتاب اینترنتی و فروش آنلاین کتاب، حسابداری و فروش کتابهای الکترونیک بگذارد با این وجود تاثیر آن بر هزینه های توزیع و فروش کتاب چندان اثر بخش نبوده.

در خصوص مسائل و موانع مبتلا به ناشران در حوزه چاپ و نشر کتاب یا گروه سوم از پژوهش ها، یافته‌های پژوهش محسنی (۱۳۸۷) نشان داد اصلی‌ترین مشکل ناشران جدا از مسایل فرهنگی و نبود فرهنگ مناسب عادت به مطالعه مسئله توزیع کتاب به دلایلی همچون نظام ناسالم بازار، عدم سرمایه گذاری مناسب، فقدان تشکیلات منظم و بزرگ پخش می باشد. چنین عوامل باعث نارضایتی عمده ناشران استان خراسان از حرفه خود بوده است. در تحقیقی مشابه توسط مفتخری نظری پور و میرحسینی (۱۳۸۷) و راد و ملکوتی‌نسب، (۱۳۹۲) عمده‌ترین مشکل ناشران غیر اقتصادی بودن این حرفه بیان شده است. یافته‌های توکل و بنی‌جمالی (۱۳۹۴) هم بر این نکته تاکید دارد که با توجه به فقدان زیرساخت‌های لازم در ایران جهت توسعه شبکه های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری، نشر الکترونیک کتابهای فارسی به زودی تحقق نخواهد یافت و ناشران همچنان با مسائل و چالش‌های چاپ و نشر سنتی کتاب درگیر خواهند بود. مطلبی (۱۳۹۸) در پژوهشی براساس مرور متون و پیشینه موجود در داخل کشور، سیزده مشکل اقتصادی مرتبط با صنعت نشر را به قرار ذیل شناسایی و دسته بندی نموده است (جدول ۱).

**جدول ۱: مشکلات اقتصادی مرتبط با صنعت نشر**

مشکلات
بالا بودن قیمت کتاب
عدم همخوانی بین درآمد مردم و قیمت کتاب
طولانی بودن دوره بازگشت سرمایه ناشران
غیر اقتصادی بودن فعالیت نشر
افزایش تورم
نگاه غیراقتصادی به صنعت نشر
پایین بودن سرمایه گذاری مادی و عدم حمایت سیستم بانکی از آن
گرانی کاغذ و سایر ملزومات نشر
سیاست‌های اقتصادی حاکم بر جامعه و رکود اقتصادی
محدودیت های بازارهای داخلی و عدم ارتباط نشر ایران با بازارهای بین المللی
قیمت گذاری غیر اصولی
نبود سیستم حسابداری قیمت تمام شده در میان اکثر ناشران



زین العابدینی، همت، رحمانی کاتیگری، کشتکار و طالبی آزادبنی (۲۰۱۹) در مطالعه خود، عمده مشکلات ناشران را ناشی از چالش‌های اقتصادی، فناوری، سیاسی و فرهنگی در کشور دانسته و تاکید دارند حل مشکلات ناشران و برنامه ریزی‌های آینده در حوزه نشر کتاب نیازمند در نظرگیری این دسته از چالش‌ها می باشد.

در خارج از کشور نیز پژوهش‌هایی به بررسی وضعیت چاپ و نشر کتاب و چالش‌های مربوط به آن در کشورهای مختلف و عوامل ذیربط در این حوزه همچون ناشران و کتابفروشان پرداخته‌اند که به طور نمونه می‌توان به تحقیقات (جیمز<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱) در کشور نیجریه، (لین، چیائو وهانگ<sup>۲</sup>، ۲۰۱۳) در تایوان، (هاوس<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳) انگلستان، (رودریگز، چی منتی، نوگورا، هاپسل و ریپسولد<sup>۴</sup>، ۲۰۱۴) برزیل، (هانگ<sup>۵</sup>، ۲۰۱۶) ویتنام، (ترنتاکستی<sup>۶</sup>، ۲۰۱۶) هلند و (زل<sup>۷</sup>، ۲۰۱۷) آفریقا، (تراسبی، زدوار و مورگان<sup>۸</sup>، ۲۰۱۸) در استرالیا و (وید، ایکویردو-سانچز و جاکوز<sup>۹</sup>، ۲۰۱۹) اشاره نمود.

مرور پیشینه موجود نشان می‌دهد که در سالهای گذشته پژوهش‌های چندی در خصوص وضعیت چاپ و نشر کتاب، آمار و ارقام در خصوص میزان انتشارات در دهه‌ها و سالهای مختلف و همچنین مسائل مبتلا به صنعت نشر انجام شده است. نتایج این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که صنعت نشر کتاب در طی سالیان گذشته با چالش و مسائل مختلفی از جمله مسائل فرهنگی و مسائل مالی به صورت کم و بیش مواجه بوده، به طوریکه حتی بسیاری از ناشران کشور فعالیت در این حوزه را از لحاظ اقتصادی چندان توجیه‌پذیر نمی‌بینند. با توجه به تشدید تحریم‌های اقتصادی و فشارهای ناشی از آن به ناشران و حوزه چاپ و نشر کتاب به ویژه از اوایل دهه ۹۰ تاکنون و پیرو آن، ابلاغ سیاست‌های اقتصاد مقاومتی جهت برون رفت از این شرایط، تاکنون هیچ پژوهشی با تاکید بر سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، در حوزه چاپ و نشر کتاب صورت نگرفته است. از این رو این پژوهش قصد دارد به ارزیابی وضعیت چاپ و نشر کتاب از دیدگاه ناشران در شرایط حاضر پرداخته و راهکارهای مهم و موثر در تحقق اقتصاد مقاومتی در این حوزه را از دیدگاه آنان را شناسایی نماید.

## روش پژوهش

1. James
2. Lin, Chiou, Huang
3. House
4. Rodrigues, Chimenti, Nogueira, Hupsel, and Repsold
5. Hung
6. Trentacosti
7. Zell
8. Throsby, Zwar and Morgan
9. Hviid, Izquierdo-Sanchez and Jacques

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی بوده و به روش پیمایشی-توصیفی انجام گردید. روش گردآوری داده‌ها به صورت ترکیبی با شیوه تحلیل محتوا و متون جهت استخراج ابعاد و راهکارهای اقتصاد مقاومتی و موارد منطبق با آن و همچنین استفاده از پرسشنامه جهت بررسی دیدگاه ناشران در این خصوص، صورت پذیرفت. جامعه آماری این پژوهش شامل ناشران فعال استان اصفهان در بانک اطلاعات ناشران اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان در سال ۱۳۹۷ بود که مشتمل بر ۲۵۲ ناش می‌شد. بر اساس جدول نمونه‌گیری کرجسی و مورگان حجم نمونه‌ای برابر ۱۴۸ برای آن تعیین گردید. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، نمونه‌گیری تصادفی ساده بود و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته بود.

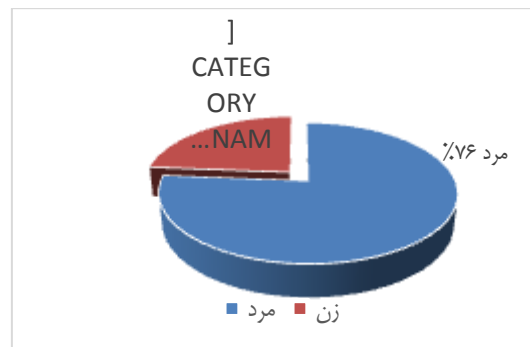
از آنجایی که هدف اصلی این پژوهش تبیین و شناسایی راهکارهای موثر در تحقق اقتصاد مقاومتی در حوزه نشر کتاب و بررسی دیدگاه ناشران در مورد آنها بود، ابتدا محتوای سخنان مقام معظم رهبری در خصوص اقتصاد مقاومتی و مبانی نظری سیاست‌های کلی ۲۴ گانه مربوطه، به روش کتابخانه‌ای مورد بررسی قرار گرفت و ارکان آن استخراج گردید (شکل ۱). مطابق با ارکان مستخرج و همچنین پیشینه حوزه چاپ و نشر کتاب، مولفه‌ها و راهکارهای موثر در تحقق اقتصاد مقاومتی در این حوزه تبیین و ابزار پژوهش (پرسشنامه) بر پایه آن طراحی گردید. این پرسشنامه شامل ۱۱ پرسش بود که بر اساس طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای (نمره ۱ تا ۵) طراحی و تدوین گردید. پس از طراحی و تدوین پرسشنامه جهت تایید روایی برای سه نفر متخصص ارسال شد که پس از دریافت نظرات، پرسشنامه با اعمال اصلاحاتی مختصر، آماده سنجش پایایی گردید. بر این اساس، در یک مطالعه پایلوت، تعداد ۳۵ پرسشنامه در بین نمونه آماری توزیع شد و ضریب آلفای کرونباخ آن محاسبه گردید. در تمامی ابعاد مورد بررسی، ضرایب آلفا بالاتر از ۰/۸ بود. با توجه به تایید پایایی، پرسشنامه به صورت حضوری در بین کل نمونه آماری توزیع گردید. از مجموع پرسشنامه‌های توزیع شده در بین نمونه آماری، تعداد ۹۷ پرسشنامه که به صورت کامل تکمیل شده و قابل استفاده جهت تجزیه و تحلیل بود، انتخاب گردید.

پس از استخراج و درون‌دهی داده‌های مربوط به پرسشنامه‌ها، تجزیه و تحلیل آنها در دو بخش توصیفی و تحلیلی انجام شد. در بخش توصیفی، ویژگی‌های جمعیت شناختی و متغیرهای مرتبط با سوالات پژوهش ارائه شده و در بخش تحلیلی، از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف جهت سنجش نرمالیتی داده‌ها استفاده گردید که با توجه به تایید نرمال بودن داده‌ها از آزمون تی تک نمونه‌ای نیز برای یکی از سوالات پژوهش بهره‌گیری شد. نرم افزارهای مورد استفاده جهت انجام تجزیه و تحلیل، نرم افزارهای Excel و SPSS بود.

## یافته‌ها

داده‌های این پژوهش بر اساس راهکار تحقیق، از نمونه انتخابی جامعه گردآوری شد و پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها در ذیل ارائه گردیده است.

با توجه به یافته‌های این پژوهش مندرج در نمودار ۱، از تعداد ۹۷ ناشری که در این پژوهش شرکت داشتند، ۲۳/۷۱ درصد زن و ۷۶/۲۹ درصد آنان مرد بودند. میانگین سنی آنان ۴۲ سال و میانگین سابقه کاری آنها در این حرفه نشر ۱۴ سال بود.



نمودار ۱. جنسیت ناشران

#### پرسش اول: معضلات عمده اقتصادی ناشران در حوزه چاپ و نشر کتاب کدامند؟

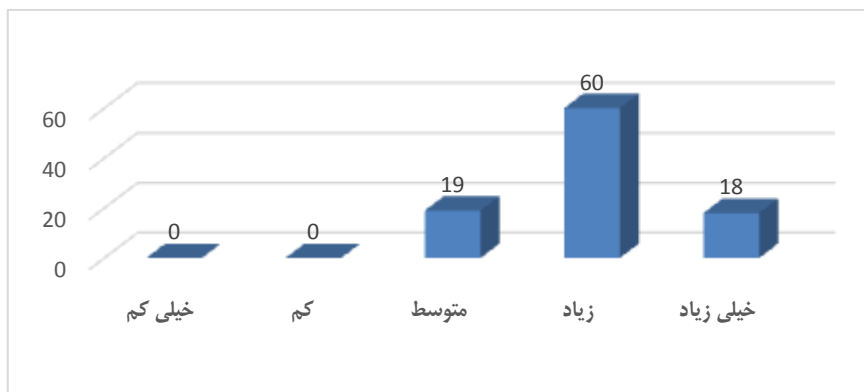
با وجود فشار و تحریم‌های سیاسی فضای اقتصادی ایران امروز، رویدادهای ویژه و منحصر به فرد اقتصادی را شاهد است که صنعت چاپ و نشر کتاب نیز بی‌تأثیر از آن نمی‌باشد. به منظور بررسی نوع و میزان معضلات اقتصادی که ناشران با آن روبه‌رو هستند، از آنان خواسته شد تا معضلات خود را براساس طیف لیکرت ۵ گزینه ای (۱= بسیار کم تا ۵= بسیار زیاد) مطابق با جدول ۱ مشخص نمایند. مطابق با نظر داوران، به ترتیب مسائلی همچون کمبود و گرانی مواد و مصالح چاپ و نشر بویژه مشکل کاغذ، فیلم و مانند آن همچنین وابستگی کشور در این حیث به بازارهای متغیر و پرنوسان با میانگین (۴/۴۳)، کمی سرمایه مادی، عدم مشارکت بانکها و سازمانها و افراد سرمایه‌گذار در کار چاپ و نشر (۴/۳۵)، اقتصادی نبودن حوزه نشر (۴/۳۵)، نامشخص بودن جایگاه کتاب در جامعه که جلوه ظاهری آن مطالعه نکردن، روی نیاوردن به کتابخانه‌ها و قرار نداشتن خرید کتاب در سبد کالای مردم است (۴/۱۴) جزو معضلاتی بودند که ناشران زیاد با آنها روبه‌رو بودند.

همچنین ناشران بیان کردند که تا حدودی نیز با مسائل و معضلاتی از جمله حاکم نبودن سیاست مشخص و برنامه‌های سنجیده کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت بر نشر کتاب در ایران با میانگین (۳/۹۳)، سختی تهیه مواد و تجهیزات نشر و حمایت ضعیف دستگاه‌های ذی‌ربط در این زمینه (۳/۶۲)، وابستگی حوزه نشر به دولت و سیاست‌های اقتصادی (۳/۲۳)، مدیریت ناکارآمد، مدیریتی که از امکانات موجود به نحو احسن بهره‌برداری نمی‌کند و ابتکار، نوآوری، آینده‌نگری و قدرت جذب ندارد (۳/۱۳)، کمبود وسایل و امکانات فنی چاپ و نشر، ناکارآمدی، فرسودگی دستگاه‌ها و ابزارهای چاپ (۳/۰۵) مواجه هستند.

جدول ۱. معضلات عمده پیش روی ناشران در حوزه چاپ و نشر کتاب بر اساس طیف لیکرت ۵ گزینه ای

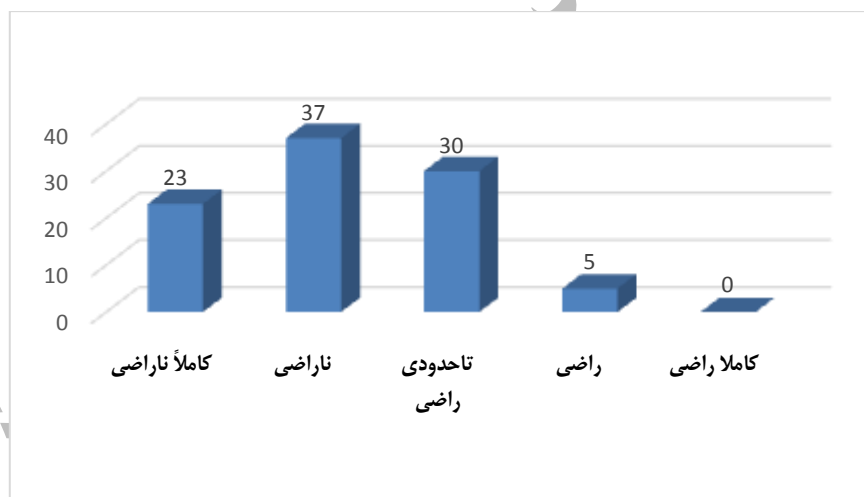
انحراف معیار	میانگین	میان	معضلات ناشران در حوزه چاپ و نشر کتاب
۰/۷۰	۵	۴/۴۳	کمبود و گرانی مواد و مصالح چاپ و نشر بویژه مشکل کاغذ، فیلم و مانند آن همچنین وابستگی کشور در این حیث به بازارهای متغیر و پرنوسان
۰/۸۸	۵	۴/۳۵	کمبود سرمایه مادی، عدم مشارکت بانکها و سازمانها و افراد سرمایه گذار در کار کتاب و نشر
۰/۹۲	۵	۴/۳۵	اقتصادی نبودن حوزه نشر
۱/۱۱	۴	۴/۱۴	نامشخص بودن جایگاه کتاب در جامعه، که جلوه ظاهری آن مطالعه نکردن، روی نیاوردن به کتابخانه‌ها و قرار نداشتن خرید کتاب در سبد کالای مردم
۰/۷۲	۴	۳/۹۳	حاکم نبودن سیاست مشخص و برنامه‌های سنجیده کوتاه مدت، میان مدت، و بلند مدت بر نشر کتاب در ایران
۱/۳۲	۴	۳/۶۲	سختی تهیه مواد و تجهیزات نشر و حمایت ضعیف دستگاه‌های ذیربط در این زمینه
۱/۳۱	۳	۳/۲۳	وابستگی حوزه نشر به دولت و سیاست های اقتصادی
۱/۰۲	۳	۳/۱۳	مدیریت ناکارآمد، مدیریتی که از امکانات مادی موجود به نحو احسن بهره برداری نمی‌کند و ابتکار، نوآوری، آینده نگری و قدرت جذب ندارد
۱/۳۸	۳	۳/۰۵	کمبود وسایل و امکانات فنی چاپ و نشر، ناکارآمدی، فرسودگی دستگاه‌ها و ابزارهای چاپ
۱/۳۱	۲	۲/۵۸	کمبود نیروهای فنی _ تخصصی در نشر کتاب

در خصوص میزان این معضلات، مطابق با نمودار ۲، اکثر ناشران (۷۵/۴ درصد) میزان مشکلات و چالش‌های مالی خود را در زمینه حرفه نشر، زیاد و خیلی زیاد ارزیابی نمودند. در واقع هیچ یک از پاسخ دهندگان خود را بدون مواجهه با معضلات اقتصادی ندانست.



نمودار ۲. میزان مشکلات اقتصادی ناشران در حوزه نشر کتاب

پرسش دوم: میزان رضایت ناشران از وضعیت و شرایط فعالیت در حرفه نشر کتاب چگونه است؟ از نظر رضایتمندی از شغل و وضعیت حرفه نشر کتاب، در حالی که ۳۴ درصد از ناشران از حرفه خود راضی یا تا حدودی ابراز رضایت کردند، حدود ۶۶ درصد از آنان ناراضی یا کاملاً ناراضی بودند (نمودار ۳).



نمودار ۳. میزان رضایت ناشران از شرایط و وضعیت حرفه نشر

پرسش سوم: راهکارهای موثر در تحقق اقتصاد مقاومتی در حوزه چاپ و نشر کتاب از دیدگاه ناشران کدامند؟

نظر به معضلات اقتصادی که ناشران با آن در شرایط تحریم مواجه هستند، نیاز است تا راهکارهایی منطبق با سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی در کشور اجرایی گردد. از بین راهکارهای مستخرج از تحلیل محتوا و ارائه شده در جدول ۲، ناشران بر اساس طیف لیکرت ۵ گزینه ای (۱= بسیار کم تا ۵= بسیار زیاد)، حمایت دولت

در قالب اعطای تسهیلات و وام به ناشران (۴/۴۷) و اصلاح نظام بازاریابی، تبلیغات و توزیع در حوزه نشر کتاب (۴/۴۴) را جزو راهکارهای بسیار موثر در رفع معضلاتشان دانستند.

دانش محور کردن صنعت و حوزه نشر کتاب جهت صرفه جویی کردن در هزینه‌ها با میانگین (۳/۸۷)، فرهنگ‌سازی مدیریت مصرف منابع در حوزه نشر توسط ناشران (۳/۸۶)، استفاده حداکثری از وسایل و امکانات داخلی (ملی) در صنعت چاپ و نشر کتاب (۳/۸۱)، کار و تلاش جهادگونه ناشران با هدف ارتقا و حل مشکلات صنعت نشر (۳/۸۰)، انتخاب و به کارگیری مدیران کارآمد با دیدگاه‌های اقتصاد مقاومتی در سیستم اجرایی کشور به خصوص در صنعت و حوزه نشر کتاب (۳/۳۹) نیز از راهکارهای دیگری بودند که از نظر ناشران می‌توانند در رفع معضلاتشان در حوزه نشر کتاب موثر واقع شوند.

جدول ۲. راهکارهای اقتصاد مقاومتی موثر بر رفع معضلات و رونق حوزه چاپ و نشر از دید ناشران

راهکارها	میانگین	میانه	انحراف معیار
حمایت دولت در قالب اعطای تسهیلات و وام به ناشران	۴/۴۷	۵	۰/۷۱
اصلاح نظام بازاریابی، تبلیغات و توزیع در حوزه نشر کتاب	۴/۴۴	۵	۰/۷۰
دانش محور کردن صنعت و حوزه نشر کتاب جهت صرفه جویی کردن در هزینه‌ها	۳/۸۷	۴	۱/۰۹
فرهنگ‌سازی مدیریت مصرف منابع در حوزه نشر توسط ناشران	۳/۸۶	۴	۱/۱۶
استفاده حداکثری از وسایل و امکانات داخلی (ملی) در صنعت چاپ و نشر کتاب	۳/۸۱	۴	۱/۲۸
کار و تلاش جهادگونه ناشران با هدف ارتقا و حل مشکلات صنعت نشر	۳/۸۰	۴	۱/۲۳
انتخاب و به کارگیری مدیران کارآمد با دیدگاه‌های اقتصاد مقاومتی در سیستم اجرایی کشور به خصوص در صنعت و حوزه نشر کتاب	۳/۳۹	۳	۱/۲۸
صرفه جویی در مصرف کاغذ با دیجیتالی کردن نشر کتاب (انتشار کتابهای دیجیتالی)	۱/۷۸	۱	۱/۳۳
حذف تدریجی کتاب چاپی و حرکت به سوی چاپ کتابهای الکترونیک	۱/۶۳	۱	۱/۰۵

پرسش چهارم: نهادهای تاثیرگذار در تحقق اقتصاد مقاومتی در حوزه چاپ و نشر کتاب از دیدگاه ناشران کدامند؟

نظر به نقش نهادها و سازمانهای مختلف در تحقق اقتصاد مقاومتی در حوزه نشر، همانطور که در جدول ۳ نیز نشان داده شده است، حدود (۴۶/۴ درصد) از ناشران اذعان داشتند که تعامل و هماهنگی همزمان دولت، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و ناشران در این خصوص بیشترین تاثیر را دارد. حدود (۲۱/۶ درصد) نیز معتقد بودند که صرفا دولت و ناشران هستند که می‌توانند در تحقق اقتصاد مقاومتی نقش داشته باشند. از طرف دیگر به عقیده ناشران، اقدامات صرف خودشان در این زمینه، بخش خصوصی به تنهایی و یا همکاری دولت با

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به تنهایی جزو بی تاثیرترین فعالیتهای نهادی در تحقق اقتصاد مقاومتی در صنعت نشر می‌باشد.

جدول ۳. نقش نهادها و ارگان‌ها در تحقق راهکارهای اقتصاد مقاومتی در صنعت نشر از دیدگاه ناشران

درصد	فراوانی	نهاد یا ارگان
۴۶/۴	۴۵	دولت، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و ناشران
۲۱/۶	۲۱	دولت و ناشران
۱۹/۶	۱۹	دولت
۱۲/۴	۱۲	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
۰	۰	دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
۰	۰	صرفا ناشران یا بخش خصوصی
۱۰۰	۹۷	جمع کل

پرسش پنجم: از دیدگاه ناشران به کارگیری راهکارهای موثر در تحقق اقتصاد مقاومتی چه تاثیری بر رونق حوزه چاپ و نشر کتاب دارد؟

به منظور بررسی این پرسش با توجه به پاسخ ناشران، از آزمون  $t$  تک نمونه‌ای بهره‌گیری شد. بر اساس نتایج بدست آمده مندرج در جدول ۴، با توجه به سطح معناداری (۰/۰۰۰) که از مقدار بحرانی آن یعنی ۰/۰۵ کوچک‌تر است، نمره به دست آمده از نظرات پاسخ‌گویان نمایانگر تفاوت معنادار بین میانگین به دست آمده با میانگین نظری یعنی ۳ در طیف لیکرت می‌باشد. بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که از دیدگاه ناشران، به کارگیری راهکارهای ذکر شده تاثیر مثبت و معنی‌داری بر رونق حوزه نشر کتاب و رفع معضلات آنها خواهد داشت.

جدول ۴. تأثیر به کارگیری راهکارهای موثر در تحقق اقتصاد مقاومتی بر رونق صنعت نشر

میانگین	$t$	درجه آزادی	سطح معناداری
۳/۴۵	۳/۳۶۸	۹۶	۰/۰۰۰

### بحث و نتیجه گیری

در جوامع مختلف، چاپ و نشر کتاب از جمله فعالیتهای مهم فرهنگی و اقتصادی محسوب شده و از آنجایی که از یک طرف در ارتقای سطح فرهنگ عمومی جامعه زیادی داشته و از طرف دیگر موجبات اشتغال، جذب سرمایه و درآمدزایی را فراهم می‌سازد همواره مورد توجه سیاستگذاران، برنامه‌ریزان و متخصصان این حرفه بوده است. در سالهای گذشته حرفه چاپ و نشر کتاب در کشور دستخوش فراز و نشیب‌های زیادی بوده که

بعضا چالش‌های زیادی را برای متولیان این حرفه به ویژه ناشران ایجاد کرده است. وابستگی به مواد، صنایع و تجهیزات که در کشورهای توسعه یافته تولید می‌شوند از یک طرف و اعمال تحریم‌های سیاسی و کمبود ارز از طرف دیگر از عوامل بیرونی هستند که در این امر دخیل بوده‌اند. اتکا به اقتصاد مقاومتی در تمامی صنایع و حرفه‌ها، سیاستی است که در سالهای اخیر برای مقابله با وابستگی به کشورهای دیگر و همچنین مقاوم سازی کشور در برابر تحریم‌ها و فشارهای خارجی ارائه گردیده است. صنعت چاپ و نشر نیز از این قضیه مستثنی نبوده و می‌توان با توسل به راهکارهایی مطابق با اقتصادی مقاومتی بسیاری از چالش‌ها را برطرف نمود.

یافته‌های این پژوهش که با هدف ارزیابی وضعیت ناشران در حرفه نشر کتاب، شناسایی و ارائه راهکارهای تحقق اقتصاد مقاومتی از دیدگاه آنان انجام شد، نشان داد، نظر به فشار و تحریم‌های اقتصادی خارجی و افزایش آن در سالهای اخیر، اکثر ناشران میزان مشکلات و چالش‌های مالی خود را در زمینه چاپ و نشر کتاب "زیاد" و یا "خیلی زیاد" ارزیابی نمودند. تقریباً هیچ یک از پاسخ دهندگان خود را بدون مواجه با مشکلات اقتصادی ندانست. در همین راستا، پژوهش مفتخری نظری پور و میرحسینی (۱۳۸۷) نیز نشان داد که اکثر قریب به اتفاق ناشران استان تهران نیز از نظر اقتصادی، سرمایه‌گذاری در نشر کتاب را زیان‌آور دانسته و اصلی‌ترین مشکل‌شان را غیر اقتصادی بودن این حرفه عنوان نموده‌اند. در پژوهشی دیگر فرج‌پهلوی، مطلبی و اصغرنژاد (۱۳۹۵) هم به این نتیجه رسیدند که بسیاری از ناشران دارای مشکلاتی عمده در بخش توزیع و فروش کتابها هستند و این مسئله باعث ایجاد مشکلاتی در کسب و کار آنها می‌شود.

نظر به اینکه رونق کسب و کار می‌تواند تاثیر زیادی بر رضایت مندی از شغل و حرفه می‌تواند داشته باشد، دیدگاه ناشران در این زمینه نیز بررسی گردید. بر اساس نتایج بدست آمده در این پژوهش، بیش از نیمی از ناشران کتاب (۶۶ درصد) از حرفه خود اظهار عدم رضایت نمودند. صابر نعیمی (۱۳۹۱) در پژوهش خود تاکید می‌کند، از آنجایی که نشر کتاب، به عنوان بخشی از یک صنعت، نوعی از کسب و کار محسوب می‌شود، همانند هر صنعت یا بنگاه دیگری بدون سود اقتصادی عملاً عمر چندانی نخواهد داشت. هر چند در این بین بسیاری از ناشران نیز هدف خود را کار فرهنگی می‌دانند ولی بی شک بدون تامین مالی و بازگشت سرمایه در درازمدت از ادامه راه باز خواهند ماند. از این رو طراحی مدل کسب و کار برای ناشران با توجه به نوسانات بازار، قدرت خرید مشتریان، مسائل اقتصادی و ابعاد گوناگون فرایند تجاری سازی ایده‌های نوین و یا حتی آموزش طراحی مدل کسب و کار به آنان می‌تواند یاری‌رسان ناشران در این خصوص باشد.

بررسی نوع و چگونگی معضلات اقتصادی ناشران در حوزه نشر کتاب نشان داد که به ترتیب مسائلی همچون کمبود و گرانی مواد و مصالح چاپ و نشر بویژه مشکل کاغذ، فیلم و مانند آن و وابستگی کشور از این حیث به بازارهای متغیر و پرنوسان، کمی سرمایه مادی، عدم مشارکت بانکها و سازمانها و افراد سرمایه‌گذار در کار چاپ و نشر، اقتصادی نبودن حوزه نشر، نامشخص بودن جایگاه کتاب در جامعه که جلوه ظاهری آن مطالعه نکردن، روی نیاوردن به کتابخانه‌ها و قرار ندادن کتاب در متن زندگی و کار است جزو



معضلات عمده آنان است. همچنین تا حدودی نیز با مسائل و معضلاتی از جمله حاکم نبودن سیاست مشخص و برنامه‌های سنجیده کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت بر نشر کتاب در ایران با میانگین، تهیه مواد و تجهیزات نشر و حمایت ضعیف دستگاه‌های ذیربط در این زمینه، وابستگی حوزه نشر به دولت، مدیریت ناکارآمد، مدیریتی که از امکانات موجود به نحو احسن بهره‌برداری نمی‌کند و ابتکار، نوآوری، آینده‌نگری و قدرت جذب ندارد، کمبود وسایل و امکانات فنی چاپ و نشر، ناکارآمدی، فرسودگی دستگاه‌ها و ابزارهای چاپ، مواجه هستند. توکل و بنی جمالی (۱۳۹۴) در مطالعه خود دریافتند که بازار کتاب در ایران ضعیف و بی‌رونق بوده و مشکلات تحریم‌های اقتصادی نیز جزو عوامل بازدارنده جهت رونق حوزه چاپ و نشر کتاب می‌باشد. بنابراین با توجه به شرایط تحریم و فشارهای اقتصادی تحمیلی خارجی نیاز است تا اقدامات حمایتی دولت در سالهای گذشته همچون معافیت مالیات، معافیت بیمه‌ای ناشران، یارانه کتاب در حوزه نشر، یارانه‌دهندگان به کتابهای مرجع و زیربنایی، خرید کتاب از ناشران و وام‌های کم بهره به آنان و ... تداوم یافته و تعدادی از این تسهیلات که در حال حاضر ارائه نمی‌شود، با تدابیر و تسهیلات دیگر جهت برون رفت ناشران از این شرایط، جایگزین گردد. حرکت به سوی دانش بنیان کردن صنعت و حرفه چاپ نشر کتاب نیز می‌تواند در این زمینه بسیار موثر واقع شود. در خصوص اقدامات ناشران جهت بهبود وضعیت خود و تحقق راهکارهای اقتصاد مقاومتی از سمت آنان، تلاش برای افزایش کیفیت آثار منتشر شده خود، مدیریت مصرف با تأکید بر اجرای سیاست‌های کلی اصلاح الگوی مصرف و استفاده از تمامی ظرفیت‌های داخلی شامل استفاده از نیروهای متخصص و توانمند و بهره‌گیری از ابزار و صنایع داخلی، می‌توانند راهگشا باشند.

از نظر ناشران، راهکارهای تحقق اقتصاد مقاومتی در حوزه چاپ و نشر کتاب که می‌توانند کمک شایانی به رفع مشکلات عدیده آنان در این حوزه نماید به ترتیب اولویت شامل حمایت دولت در قالب اعطای تسهیلات و وام‌های کم بهره به ناشران و اصلاح نظام بازاریابی، تبلیغات و توزیع در حوزه نشر کتاب، دانش محور کردن صنعت و حوزه نشر کتاب جهت صرفه‌جویی کردن در هزینه‌ها، فرهنگ‌سازی مدیریت مصرف منابع در حوزه نشر توسط ناشران، استفاده حداکثری از وسایل و امکانات داخلی (ملی) در صنعت چاپ و نشر کتاب، کار و تلاش جهادگونه ناشران با هدف ارتقا و حل مشکلات صنعت نشر، انتخاب و به کارگیری مدیران کارآمد با دیدگاه‌های اقتصاد مقاومتی در سیستم اجرایی کشور به خصوص در صنعت و حوزه نشر کتاب بود. گرچه راهکارهای ذکر شده در مواردی نیاز به اقدام خود ناشران در خصوص تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی دارد، با این وجود نظارت و هدایت عوامل بیرونی همانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و ... در این خصوص مورد نیاز است. از طرف دیگر، راهکارهایی نیز ذکر شده اند که از حوزه اختیارات ناشران خارج بوده و نیاز به یک عزم ملی در دولت و دستگاه‌های ذیربط داشته تا زمینه عملیاتی نمودن و تحقق سیاست‌ها اقتصاد مقاومتی و رفع معضلات ناشران را فراهم آورد. بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، پیشنهادهای کاربردی به شرح ذیل ارائه می‌گردد:

- با توجه به متاثر بودن حوزه نشر کتاب از فشارها و مسائل اقتصادی، نوسانات بازار و مسائل فرهنگی طراحی مدل کسب و کار برای ناشران و هدایت آنان در این زمینه بسیار ضروری بوده و می‌تواند بسیار راهگشا باشد.
- کسب سود اقتصادی و بازگشت سرمایه از مهمترین معضلات ناشران است، بنابراین فراهم آوردن شرایطی جهت بکارگیری فناوری اطلاعات توسط ناشران و ایجاد زیر ساخت‌های لازم فرایندهای سنتی و وقت‌گیر در حوزه چاپ و نشر کتاب به ویژه تولید و توزیع را سرعت بخشیده و باعث صرفه جویی در وقت و هزینه ناشران شود.
- نظر به غالب بودن نشر سنتی، حرکت به سوی دانش بنیان کردن صنعت و حرفه نشر کتاب راهکاری بسیار موثر در جهت رفع معضلات ناشران خواهد بود.
- تلاش ناشران برای افزایش کیفیت آثار منتشر شده، مدیریت مصرف با تأکید بر اجرای سیاست‌های کلی اصلاح الگوی مصرف، استفاده از تمامی ظرفیت‌های داخلی شامل استفاده از نیروهای متخصص و توانمند و بهره‌گیری از فناوری‌های اطلاعاتی و همچنین ابزار و صنایع داخلی در حوزه چاپ و نشر کتاب از جمله راهکارهایی است که می‌توانند به تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی بانجامد.
- در کنار اقدامات لازم توسط ناشران، نظارت و هدایت دستگاه‌های ذیربط، اقداماتی نیز در سطح دولت، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و ... لازم است تا زمینه عملیاتی شدن راهکارهای اقتصاد مقاومتی و رفع مشکلات ناشران بیش از پیش فراهم گردد.

## منابع

- اشرفی ریزی حسن؛ کاظم پور، زهرا و پاپی، احمد (۱۳۸۹). بررسی میزان انتشارات ناشران تخصصی غیر دولتی در حوزه کتابداری و اطلاع رسانی در سالهای ۱۳۸۷-۱۳۸۰. *کتابداری و اطلاع رسانی*، ۱۳(۲)، ۳۱۹-۲۹۶.
- باب الحوائجی، فهیمه؛ مطلبی، داریوش؛ حریری، نجلا؛ مومنی، فرشاد (۱۳۹۰). تحلیل آماری سیر تحول و زمینه‌های نشر کتاب ایران میان سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۵۸. *پژوهشنامه کتابداری و اطلاع رسانی*، ۱(۱)، ۲۶۴-۲۴۱.
- ترجمی، فرهاد و اسفندیاری، علی اصغر (۱۳۹۶). نقدی بر کتاب ابعاد اقتصاد مقاومتی در صنعت نفت. *پژوهش نامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*، ۱۷ (۹)، ۵۱-۲۷.
- توکل، محمد و بنی جمالی، سید محسن (۱۳۹۴). بررسی وضعیت نشر الکترونیکی کتاب در ایران و چگونگی مصرف کتاب الکترونیکی در بین کاربران ایرانی. *فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، ۲۴، ۱۲۷-۱۴۲.
- حمیدی فر، ریحانه (۱۳۹۱). راهکاری به نام اقتصاد مقاومتی، بازیابی شده در تاریخ تیر ۹۷ از <http://www.tebyan.net/newindex.aspx?pid=212705>
- راده ایرج و ملکوتی نسب، عصمت (۱۳۹۲). بررسی عوامل موثر بر وضعیت نشر کتاب در استان کهگیلویه و بویراحمد از دیدگاه ناشران و کتابفروشان (۱۳۸۰-۱۳۹۰). *پژوهشنامه چاپ و نشر*، ۸، ۴۱-۵۹.
- سالار، حبیب الله و خراسانی، فاطمه (۱۳۹۶). بررسی راهبردها و راهکارهای مناسب جهت تحقق اقتصاد مقاومتی با رویکرد سبک زندگی. *مجله اقتصادی*، ۳ و ۴، ۷۹-۱۰۶.
- شمسی، اشرف و مطلبی، داریوش (۱۳۸۹). بررسی وضعیت نشر کتاب در استان قم بین سالهای ۱۳۷۷-۱۳۸۶. *کتاب ماه*، ۱۴ (۱)، ۵۸-۶۶.

- صابر نعیمی، المیرا (۱۳۹۱). مدل کسب و کار صنعت نشر و اقتصاد نشر. *فصلنامه تحلیلی پژوهش کتاب مهر*، ۷، ۳۴-۵۱.
- گویا، محمد علی (۱۳۹۴). اقتصاد مقاومتی چیست؟ تاملی بر تعاریف اقتصاد مقاومتی و پیشنهاد تعریفی جدید. *اندیشکده حکمرانی شریف*، بازیابی شده در تاریخ خرداد ۹۷ از [http://gppt.ir/2-1/ftn2\\_#/](http://gppt.ir/2-1/ftn2_#/)
- فرج پهلوی، عبدالحسین؛ مطلبی، داریوش و اصغر نژاد، حسین (۱۳۹۵). تاثیر فناوری‌های اطلاعاتی بر چاپ و نشر کتاب در ایران از نگاه ناشران. *کتابداری و اطلاع رسانی*، ۱۹ (۴)، ۸۵-۱۰۹.
- فشاری، مجید و پورغفار، جواد (۱۳۹۳). بررسی و تبیین الگوی اقتصاد مقاومتی در اقتصاد ایران. *مجله اقتصادی*، ۵ و ۶، ۴۰-۲۹.
- فهیمی‌فر، سپیده و حیدری، ابراهیم (۱۳۹۳). بررسی ابعاد اقتصاد نشر کتاب الکترونیکی از دیدگاه ناشران ایرانی. *فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات*، ۹۸، ۶-۲۰.
- محسنی، محمد رضا (۱۳۷۸). بررسی نشر کتاب در استان خراسان (۱۳۷۳-۱۳۷۷). *فصلنامه کتاب*، ۹۴-۱۰۳.
- مطلبی، داریوش (۱۳۸۷). سیمای نشر کتاب در ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی (۱۳۵۸-۱۳۸۷). *کتاب ماه (کلیات)*، ۲ (۱۳۴)، ۸۸-۹۷.
- مفتخری نظری‌پور، طاهره و میرحسینی، زهره (۱۳۸۷). بررسی مشکلات ناشران استان تهران طی سالهای ۱۳۷۶-۱۳۸۶. *فصلنامه دانش شناسی*، ۱ (۳)، ۹۷-۱۱۲.
- مکی زاده، فاطمه (۱۳۸۲). بررسی وضعیت نشر و ناشران کتاب در استان یزد. *فصلنامه کتاب*، ۵۶، ۲۳-۳۴.
- مهدیانی، علیرضا و مرتضوی، سید حسن (۱۳۸۲). سیمای نشر کتاب در ایران طی دو دهه اخیر. *رهیافت*، ۱۳، ۲۴-۳۱.
- نمامیان، فرشید و میر علی ترسیم (۱۳۹۶). مدل بومی سرمایه اجتماعی برای تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی با روش کیفی نظریه داده بنیاد. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۴ (۱)، ۲۷-۴۴.

## References

- Ashrafi Rizi, H., Kazempour, Z. & Papi, A. (2010). Investigating the publications of specialized non-governmental publishers in the field of librarianship and information 2001-2008. *Library and Information Science*, 13 (2), 319-296. (in Persian)
- Bab al-Huaiji, F., Matlabi, D., Hariri, N. & Momeni, F. (2011). Statistical analysis of the evolution and fields of Iranian book publishing between 1978-2008. *Journal of Library and Information Science*, 1 (1), 264-241. (in Persian)
- Content, D. (2008). The image of book publishing in Iran after the victory of the Islamic revolution (1358-1387). *Book of the Month*, 2 (134), 97-88. (in Persian)
- Fahimifar, S. & Heidari, I. (2014). Investigating the economics of e-book publishing: Iranian publishers' perspective. *National Studies on Librarianship and Information*, 98, 6-20. (in Persian)
- Faraj Pahlou, H., Motlabi, D. & Asgharnejad, H. (2016). The impact of information technologies on book publishing in Iran: the publishers' perspectives. *Library and Information Science*, 19 (4), 109-85. (in Persian)
- Faraj Pahlou, H., Matlabi, D. & Asgharnejad, H. (2016). The future of publishing industry in iran: challenges and opportunities ahead of traditional publishers in their transformation into modern and electronic publisher. *Human Sciences Research Journal*, 3(12), 39-59.
- Feshari, M., & Pourghafari, J. (2014). Investigation and explanation of resistance economics pattern in Iranian Economy. *Journal of Economics*, 5 & 6, 29-40. (in Persian)
- Goya, M. A. (2015). What is a resistance economy? Reflect on the definitions of resistive economics and propose a new definition. *Sharif Governing Thought*, retrieved June 2018 from / # \_ 2-1 / ft n2 <http://gppt.ir>. (in Persian)
- Haji Zeinolabedini, M., Hemmat, M., Rahmani Katigari, M., Keshtkar, Z. & Talebi Azadboni, T. (2019). What challenges does the publishing industry face in Iran? *Publishing Research Quarterly (Book research quarterly)*, 1-15.
- Hamidi Far, R. (2012). A solution called the resistance economy, Retrieved 10 Sep 2019, from <http://www.tebyan.net/newindex.aspx?pid=212705>.

- House, E (2013). Challenges facing the UK book industry. *Publishing Research Quarterly*, 29(3), 211-219.
- Hung, N. M. (2016). Vietnam: challenges and opportunities for publishers, *Publishing Research Quarterly*, 32, 266–271.
- Hviid, M., Izquierdo-Sanchez, S. & Jacques, S. (2019). From publishers to self-publishing: disruptive effects in the book industry. *International Journal of the Economics of Business*, 26(3), 355-381.
- Juliana J. I. (2011). Problems of the book publishing industry in Nigeria: The Onibonje Publishers Experience after 50 Years. *PNLA Quarterly* 75(3), 105-111.
- Lin, C.-C., Chiou & W.-C., Huang, S.-S. (2013). The challenges facing e-book publishing industry in Taiwan, *Procedia Computer Science* 17, 282 – 289.
- Mehdiani, A. & Mortazavi, S. H. (2003). the landscape of book publishing in Iran during the last two decades. *Approach*, 13, 24-31. (in Persian)
- Mekizadeh, F. (2003). Investigating the status of book publishers and publishers in Yazd province. *Quarterly Book*, 56, 23-34. (in Persian)
- Moftakhari Nazaripour, T. & Mir Hosseini, Z. (2008). Investigating the problems of publishers in Tehran province during 1997-2006. *Journal of Epistemology*. 1 (3). 97-112. (in Persian)
- Mohseni, M. R. (1999). A Study of book publishing in Khorasan province (1997-1997). *Book Quarterly*, 94-103. (in Persian)
- Namamian, F. & Mir Ali, T. (2017). An indigenous model of social capital for the realization of the objectives of resistance economics by the qualitative method of fundamental data theory. *Social Capital Management*, 4 (1), 27-44. (in Persian)
- Rad, I. & Malakuti Nasab, E. (2013). Investigating the factors affecting the status of book publishing in Kohgiluyeh and Boyerahmad province from the perspective of publishers and bookkeepers. *Journal of Publishing*, 8, 41-59. (in Persian)
- Rodrigues, M. A., Chimenti, P., Nogueira, A. R. R., Hupsel, L. F. & Repsold, A. (2014). From print to screen: changes and challenges facing the Brazilian publishing industry. *São Paulo*, 49(3), 491-505. Retrieved 3 April 2018, from <http://www.scielo.br/pdf/rausp/v49n3/a05v49n3.pdf>.
- Saber Naimi, E. (2012). Publishing industry business model and publishing economy. *Journal of Mehr Book*, 7, 34-51. (in Persian)
- Salar, H. & Khorasani, F. (1396). Examining appropriate strategies for achieving a resilient economy with a lifestyle approach. *Economic Journal*, 3 & 4, 79-106.
- Shamsi, A. & Mutlib, D. (2010). Investigating the status of book publishing in Qom province from 1998-2007. *Book of the Month*, 14 (1), 58-66. (in Persian)
- Tarahi, F. & Esfandiari, A. A. (2017). A Critique of the dimensions of resistance economics in the oil industry. *Critical Research Journal of Texts and Humanities Programs*, Institute for Humanities and Cultural Studies, 17 (9), 27-21. (in Persian)
- Tavakol, M. & Bani Jamali, S. M. (2015). Investigating the status of e-book publishing in Iran and how e-books are used among Iranian users. *Strategic Studies of Sport and Youth*, 24, 127-142. (in Persian).
- Throsby, D., Zwar, J. & Morgan, C. (2018). Australian book readers: survey method and results. *Macquarie Economics Research Paper* 1/2018, Macquarie University. Retrieved 22 Jan 2020, from <https://apo.org.au/sites/default/files/resource-files/2018/02/apo-nid140701-1149511.pdf>.
- Trentacosti, G. (2016). Exploring the current Polish publishing market. *2SEAS Agency*, Retrieved 5 June 2018, from <http://2seasagency.com/exploring-polish-publishing>.
- Zell, H. M. (2017). Publishing & the book in africa: A literature review for 2016. *The African Book Publishing Record*, 43(2), 1-74. Retrieved 9 April 2018, from: <https://www.degruyter.com/view/j/abpr>.

زود آید و پیرایش نشده