



Paradigm Model of Book Distribution in Iran: A Grounded Theory Approach

Manizheh Torabi Alamooti¹, Dariush Matlabi^{2*}, Fahimeh Babalhavaeji³, Nadjla Hariri⁴

1. Ph.D. Candidate in Knowledge and Information Science, Information Retrieval, Science and Research, Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
2. Associate Professor of Humanities Faculty, Islamic Azad University of Shahr Rey (RAH), Tehran, Iran
3. Associate Professor, Department of Knowledge and Information Science, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
4. Professor, Department of Knowledge and Information Science, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Article Info.

Received: 2020/04/14

Accepted: 2020/12/24

Abstract

Background and Objectives: The main purpose is to provide a qualitative book distribution model in Iran. Identifying the status of book distribution, factors and elements affecting book distribution, issues and problems of book distribution, and strategies to promote book distribution in Iran are among the sub-objectives of the article.

Methodology: The research is applied in terms of purpose, qualitative in terms of approach, and grounded theory in terms of research method. Data is collected through a series of semi-structured interviews. The statistical population of the study included ten experts in the field of book distribution and publishing in Iran, all of whom were active in the field of distribution. Some of them also produce or sell in addition to distribution. Two distribution experts were first purposefully identified, and the next individuals were introduced through the snowball method. The interviews continued until the theoretical saturation was reached. MAXQDA software was used to analyze the data obtained from the interview. At this stage, by carefully examining the data, first the concepts, then the categories and subcategories (characteristics) were determined. After identifying the main category through the paradigm of contexts, causal conditions, main strategies, intervening variables and consequences of book distribution in Iran were identified.

Findings: The research findings express the status of distribution in Iran with the following categories: government interference in distribution, low demand, lack of reading culture, weakening of bookstores, investment risk, unprofitability, legal problems, union interference, lack of use of technology, weakness of trade unions, inadequate distribution and diversity of small distributors. Positive and negative factors affecting book distribution include categories of government support, political changes, proper oversight laws, distribution economics, economic status of the people, high profitability, publishing economics, demand, distribution concentration in Tehran, distribution

professionalism, professional processes and procedures of distribution, book quality, trade union interaction, specialized distribution, audience needs assessment, advertising and marketing, the relationship between distributors and other factors of production and consumption, legal protections, proportionality between publishers, distributors and booksellers, trade unions, distribution class recognition, the proportion between production and consumption, proper supply showcase, having a comprehensive statistical system and new technologies. Issues and problems of book distribution in Iran are found in the following categories: unprincipled support of publishing, weakness of regulatory and supportive institutions, lack of effective supervision over the publishing industry, lack of supervision over book distribution, lack of reading culture, advertising costs, lack of return on investment, uneconomical distribution profession, uneconomical publishing, book price increase, bookstore economics, weak laws, trade union interference, lack of comprehensive information system, book smuggling, unprofessional distribution, unprofessional publishing, lack of supply showcase, low book quality, unprofessional bookstores, the diversity of small distributors, the disregard for advertising in distribution, and the lack of universal distribution. Findings from the research with the following categories suggest strategies for improving the distribution of books in Iran: increase the supply and display of books, prevent bookmaking, government support, strengthen distribution, increase the supply and display of books, strengthen the professional knowledge of publishers, distributor and publisher information interaction, strengthening professional distributors, formulating appropriate laws and regulations, introducing and encouraging selected works, non-interference of the government in the field of distribution, preventing trade union interference, designing and implementing the appropriate model and creating comprehensive statistical and information system.

Discussion: In terms of political characteristics, lack of appropriate protections, appropriate laws and regulations, in terms of cultural characteristics, weak reading culture and low demand for books, in terms of economic characteristics, the most important of which are lack of profitability or very low profit in distribution, inflation and book prices, in terms of infrastructure characteristics, union interference and lack of supply showcase and lack of comprehensive information system and in terms of professional characteristics, unprofessional factors and a large number of small distributors and the impossibility of advertising, are important factors in creating this situation. One of the reasons for the weakness of the distribution sector is the infancy of the profession and the lack of knowledge of distributors in introducing and convincing booksellers to buy books, which is in dire need of strengthening and support. The impact of the general policies of the government and government institutions, especially the Ministry of Culture and Islamic Guidance, on removing barriers, issues and problems of distribution is very instructive. Because the distribution profession is an intermediary between the producer and the consumer, the success of these professions is not ineffective and separate from each other. Targeted government support activates the book cycle and ultimately eliminates the shortcomings of this chain. Government oversight and justice not only boosts the distribution sector, but also the book industry in all sectors (production, distribution, sales), but this support should oversee the creation of book-related infrastructure.

Keywords: Book Distribution, Paradigmatic model, Book publishing industry, Grounded theory approach

*Corresponding author:
Email: Dariushmatlabi@yahoo.com

How to Cite:
Torabi Alamooti, M., Matlabi, D., Babalhavaeji, F., Hariri, N. (2021). Paradigm Model of Book Distribution in Iran: A Grounded Theory Approach. *Journal of Studies in Library and Information Science*, 13(2): 46-67.



الگوی پارادایمی توزیع کتاب در ایران: مبتنی بر رویکرد گراند تئوری

منیژه ترابی الموتی^۱، داریوش مطلبی^۲، فهیمه بابالحوائجی^۳، نجلا حریری^۴

۱. دانشجوی دکتری تخصصی، علم اطلاعات و دانش شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
۲. دانشیار دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام شهر ری، تهران، ایران
۳. دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران
۴. استاد گروه علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشکده علوم انسانی و، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

اطلاعات مقاله

تاریخ پذیرش: ۹۹/۱۰/۰۴

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۱/۲۶

چکیده

هدف: هدف اصلی، ارائه الگوی کیفی توزیع کتاب در ایران است. شناسایی چگونگی وضعیت، مسائل و مشکلات، عوامل و عناصر تاثیرگذار و راهکارهای ارتقای توزیع کتاب از اهداف فرعی مقاله به شمار می‌رود.

روش‌شناسی: پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر رویکرد کیفی و از نظر روش اجرای پژوهش، نظریه داده بنیاد (گراند تئوری) است. داده‌ها با انجام مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته گردآوری شده است. جامعه پژوهش، ۱۰ نفر از صاحب‌نظران توزیع کتاب در ایران بودند. ۲ نفر از صاحب‌نظران توزیع به طور هدفمند شناسایی و به روش گلوله برفی از طریق آنها افراد بعدی معرفی شدند، از نرم‌افزار MAXQDA برای تعیین مفاهیم، مقوله‌ها و ویژگی‌ها استفاده شد. در نهایت الگوی پارادایمی شامل شرایط علی، پدیده اصلی، شرایط زمینه‌ای، مداخله‌گرها، راهبردهای اصلی، مداخله‌گرها و پیامدهای توزیع کتاب در ایران مشخص شد.

یافته‌ها: مهمترین مسائل و مشکلات توزیع کتاب، غیرحرفه‌ای بودن توزیع، نبود توزیع فراگیر، تداخل صنفی، اقتصادی نبودن توزیع، کمبود کتابفروشی‌ها، ضعف قوانین نظارتی، ضعف تشکل‌های صنفی، پایین بودن تقاضا برای خرید کتاب، شمارگان پایین کتاب و کیفیت پایین کتاب است که بر توزیع کتاب و راهبردهای حرفه‌ای شدن توزیع موثرند. برخی راهبردها برای توزیع حرفه‌ای کتاب عبارتند از: تقویت کتابفروشی‌ها، ادغام مراکز توزیع کوچک، طراحی و پیاده‌سازی الگوی مناسب، استفاده از فناوری‌های نوین، جلوگیری از تداخل صنفی، حمایت دولت و وضع قوانین نظارتی مناسب. بکارگیری راهبردهای مطرح شده در مطالعه حاضر، پیامدهایی مانند توزیع انحصاری آثار ناشران توسط مراکز توزیع، توزیع مبتنی بر نیاز جامعه، شکل‌گیری حمایت‌های قانونی، ایجاد نظام جامع اطلاعاتی و تقویت تشکل‌های صنفی در برخواهد داشت.

توجه‌گیری: یکی از دلایل ضعف حوزه توزیع، نوپا بودن این حرفه است که نیاز به حمایت دارد، تاثیر سیاست‌های کلی دولت و نهادهای دولتی به خصوص وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در رفع موانع، مسائل و مشکلات توزیع بسیار راه‌گشاست. حمایت، نظارت و عدالت دولت نه تنها حوزه توزیع، بلکه صنعت کتاب را در تمام بخش‌ها (تولید، توزیع، فروش) رونق می‌بخشد، ولی این حمایت بایستی ناظر بر ایجاد زیرساخت‌های مرتبط با کتاب باشد.

کلیدواژه‌ها: توزیع کتاب ایران، الگوی کیفی، حرفه توزیع کتاب، پخش کتاب

*نویسنده مسئول

ایمیل: Dariushmatlabi@yahoo.com

استناد به این مقاله:

ترابی الموتی، منیژه، مطلبی، داریوش، بابالحوائجی، فهیمه، حریری، نجلا (۱۴۰۰). الگوی پارادایمی توزیع کتاب در ایران: مبتنی بر رویکرد گراند تئوری. مطالعات کتابداری و علم اطلاعات، ۱۳ (۲): ۶۶-۶۷

مقدمه و بیان مسئله

میزان تولید کتاب و انواع منابع اطلاعاتی، یکی از شاخص‌های مهم و تاثیرگذار فرهنگی در هر جامعه‌ای محسوب می‌شود و برنامه‌ریزان و سیاست‌گزاران فرهنگی کشورها تلاش می‌کنند سرانه دسترسی و مصرف آن‌را افزایش دهند، بنابراین سرمایه‌گذاری در حوزه‌های تولید، توزیع و مصرف کتاب یکی از مهم‌ترین اقداماتی است که در بخش دولتی و خصوصی صورت می‌گیرد.

یکی از مسائل اساسی صنعت نشر کتاب تلاش برای رساندن محصول نهایی این صنعت (کتاب) به مصرف‌کننده است. اختلال در فرایند توزیع کتاب بر تولید نیز اثر می‌گذارد. چرا که پدیدآورندگان کتاب در شرایطی که ناشران و فروشندگان مستقل و غیردولتی، در اثر فشارهای خارجی، کارایی و بازدهی لازم را نداشته باشند نمی‌توانند در فرایند تولید کتاب به اهداف خود دست یابند و در نتیجه انگیزه و تمایل برای تولید نخواهند داشت و فرایند تولید کتاب نیز تحت تاثیر ناکارآمدی نظام توزیع قرار می‌گیرد. به طور کلی ماهیت هر کالایی، بر فرایند تولید، چگونگی توزیع و انتظارات مصرف‌کننده اثر می‌گذارد و بهینه‌سازی چرخه هر کالایی نیازمند بررسی روش‌های فنی و علمی در مورد آن کالا است. در مورد کتاب نیز تبلیغات و اطلاع‌رسانی و چگونگی توزیع از عوامل بسیار مهم به شمار می‌روند و غفلت از آنها تمامی فرایند تولید تا مصرف کتاب را به شدت تحت تاثیر قرار می‌دهند. چرخه طبیعی انتشار کتاب شامل سه مرحله اصلی پدیدآوردن، منتشر کردن و خواندن است (Rezaei et al., 2002). عناصر موجود در چرخه نشر شامل [پدیدآورنده]، ناشر، عمده‌فروش، خرده‌فروش و مصرف‌کننده، تحت تاثیر عوامل مختلف داخلی و خارجی هستند که این عناصر گاه موجب تسریع و گاه کندی یا توقف روند این چرخه می‌شوند. عوامل فرهنگی، اقتصادی، سیاسی [و اجتماعی] حاکم بر جامعه به عنوان عوامل مهم خارجی هستند و توزیع کتاب نیز به عنوان یکی از عوامل داخلی تاثیرگذار بر چرخه کتاب محسوب می‌شود (Mohseni, 2008, 10). عدم توجه به مشکلات توزیع کتاب سبب بروز مشکلات متعددی از جمله: اختلال در تولید کتاب، کاهش تمایل و انگیزه نویسندگان به تولید (Babalhavaeji, 2008, 164). پنهان ماندن کتاب از دید مخاطبان و انباشت آن‌ها در انبارها، کاهش سودآوری صنعت نشر، خواب سرمایه، برگشت کتاب و خمیر شدن آن می‌شود و توزیع مناسب، به دسترسی بهتر، بهینه‌تر و کم‌هزینه‌تر جامعه، به آثار منتشرشده و نیز تقویت صنعت نشر و سودآوری آن می‌شود.

کتاب یکی از کلیدی‌ترین و راهبردی‌ترین محصولات فرهنگی است که در عین برخورداری از ویژگی‌های فرهنگی، هم‌زمان ویژگی‌های اقتصادی را نیز داراست و همین مسأله مشکلات این حوزه را دوچندان کرده است. عرضه و توزیع کارآ می‌تواند وجه اقتصادی و تجاری صنعت نشر را تقویت و ناکارآمدی این بخش، آن‌را به صنعتی ورشکسته تبدیل می‌کند. توزیع کتاب در کشورهای پیشرفته، به یکی از نقاط قوت صنعت نشر آنها تبدیل شده است و به مصرف مناسب تولیدات نشر کمک و پویایی این صنایع را هموار می‌کند؛ درحالی‌که مسأله توزیع در ایران به یکی از مهم‌ترین مشکلات صنعت نشر تبدیل شده است. بخش اعظمی از جامعه ایران، دسترسی مناسب به کتاب‌های تولید شده ندارند و بین تولید و توزیع و مصرف تناسب منطقی وجود ندارد. آذرننگ معتقد است سیاست‌های توزیع‌کنندگان کشورهای در حال توسعه نمی‌توانند مانند توزیع‌کنندگان کشورهای پیشرفته عمل کنند زیرا بازار اقتصادی و دامنه فعالیت‌هایشان محدود است، میزان سرمایه و امکاناتشان کم است، از تخصص‌های فنی لازم در توزیع برخوردار نیست، ارتباطات آنها ضعیف است، سرعت عمل در کارها به نحو مطلوب برای آنها میسر نیست، افزایش هزینه‌ها با افزایش تقاضا هماهنگ نیست و از این رو بنیه اقتصادی آنها مدام تحلیل می‌رود و در نهایت این که چون چشم‌انداز روشنی برای آینده نمی‌بینند و درحالت بی‌ثباتی و عدم اطمینان قرار داشته و نمی‌توان برای آینده آنها برنامه‌ریزی کرد، لذا به جای آنکه خلاق و نوآور باشند، دنباله‌رو و منفعل هستند (Azarang, 2001, 159).

بررسی پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد یکی از اصلی‌ترین عناصر نشر که به علت عدم کارآمدی، صنعت نشر را با مشکل مواجه کرده است حلقه توزیع کتاب است. یکی از اولین پژوهش‌هایی که به صورت مستقل در حوزه توزیع انجام شد پژوهش حیاتی است که بر اساس نتایج این پژوهش، ناشران و کتاب‌فروشان مهمترین عوامل توزیع کتاب بودند، آمارهای توزیع ناقص و برگشت سرمایه در فعالیتهای انتشاراتی به کندی صورت می‌گرفت (hayati, 1979). رضایی و همکاران در پژوهشی نشان دادند که سرمایه‌گذاری مناسب در زمینه توزیع کتاب در ایران صورت نگرفته، دوره بازگشت سرمایه در اقتصاد نشر طولانی است، قوانین محکم برای وصول مطالبات و چک‌های بلامحل وجود ندارد، تعداد کتابفروشی‌ها نسبت به ناشران کمتر است و حمایت‌های دولتی فقط به بخش تولید اختصاص دارد (Rezaei et al, 2002). پاک‌نهاد نیز در پژوهشی از دیدگاه اعضای انجمن ناشران کتاب‌های کودک و نوجوان، زیرساخت‌های فرهنگی، مسایل مالی و اقتصادی، مسایل تشکیلاتی و صنفی، مسایل ارتباطی و اطلاعاتی و در نهایت مقوله سیاست‌های کلی دولت و نهادهای دولتی به ترتیب جزو مشکلات توزیع کتاب کودک و نوجوان در ایران دانست (Paknahad, 2015). یاراحمدی در پایان‌نامه خود به بررسی مشکلات سیستم توزیع کتاب‌های تولیدی حوزه هنری پرداخته و به ترتیب بی‌علاقگی مردم به کتاب، مشکلات انبارداری، کم‌خوانی در افراد باسواد، فقدان طرح و برنامه جامع نشر، مشکلات اقتصادی، روش‌های توزیع و فروش ناکارآمد، و کندی برگشت سرمایه را مهم‌ترین مشکلات توزیع عنوان می‌کند (Yarahmadi, 2018). طاهرخانی با بررسی وضعیت نشر و توزیع کتاب در استان قزوین اصلی‌ترین مشکلات ناشران و کتابفروشان را غیراقتصادی بودن این حرفه عنوان کرد و پایین بودن سرانه مطالعه در کشور و وضعیت اقتصادی مردم و در نتیجه حذف کتاب از سبدخانوار را مهمترین دلیل آن دانست (Taherkhani, 2019). مطلبی نیز در مطالعه‌ای مشکلات صنعت نشر کتاب در ایران را بررسی و نشان داد نابسامانی وضعیت توزیع کتاب، حرفه‌ای نبودن کتابفروشی‌ها، عدم احساس نیاز به مطالعه در جامعه، بی‌سوادی یا کم‌سوادی بخشی از جامعه، طولانی بودن دوره برگشت سرمایه در اقتصاد نشر، نبود فرهنگ کتابخوانی در ایران مهمترین مشکلات صنعت نشر است. مسأله توزیع کتاب تنها محدود به نشر کتاب ایران نیست و بررسی مطالعات انجام شده در سایر کشورها نشان می‌دهد توزیع کتاب در کشورهای دیگر هم جزو مشکلات اصلی است (Matlabi, 2019). اشوایلر و گولر در پژوهشی ضمن اشاره به مشکلات غیرقابل حل سانسور و مقررات دست و پاگیر، فقدان سیستم توزیع مناسب کتاب را مهمترین مانع برای توسعه بازار مشترک کتاب عربی عنوان می‌کند (Eschweiler & Goehler, 2010). لاک، لمپ، کریگ و نیلسون و پویرل و پش در بررسی‌هایی به اهمیت توزیع در زنجیره نشر و تأمین کتاب اشاره کردند و تحولاتی که توزیع کتاب در قرن بیست‌ویکم شاهد آن خواهد بود را مورد بحث و بررسی قرار داده‌اند (Luck et al, 2015 & Poiriel & Pache, 2017).

علاوه بر مطالعاتی که به‌طور خاص در حوزه توزیع انجام شده، پژوهش‌های دیگری نیز هستند که در حوزه نشر انجام شده، ولی به مسأله توزیع توجه داشته و آن‌را یکی از مهم‌ترین مولفه‌های تاثیرگذار بر صنعت نشر و نظام ناکارآمد توزیع از مشکلات این صنعت عنوان کرده‌اند (Hasani, 1999; Alibabaei Dermani, 2006; Mofitakhari Nazariipoor & Mirhosseini, 2008; Haghparast, 2011; Matlabi, 2019; Sharifi et al., 2013; Davoodi, 2014). شواهد گویای این حقیقت است که مسئله توزیع کتاب در ایران فاقد هرگونه برنامه‌ریزی و راهبرد مشخص است و بیشتر بر روش‌های سنتی متمرکز است. در حال حاضر هر فرد یا موسسه‌ای که منابع مالی در اختیار داشته باشد، می‌تواند وظیفه توزیع کتاب را مانند کالاهای دیگر انجام دهد در صورتی که کتاب یک کالای فرهنگی است و توزیع آن می‌بایست مبتنی بر توجه به مسائل بسیار فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی بوده و همچنین همراه با آشنایی با سلاقی، نیازها و علائق جامعه مخاطب باشد. هر چند در دو دهه گذشته در کنار عرضه و توزیع کتاب به‌صورت سنتی، پلتفرم‌هایی مانند فدیو، طاقچه، بوک‌استور، کتابراه و... هم برای دسترس‌پذیری کتاب‌های تولید شده از سوی ناشران ایجاد شده‌اند ولی

این بستر تاثیر چندانی در گردش مالی صنعت نشر نداشته و همچنان این صنعت به درآمدهای توزیع کتاب به صورت سنتی وابسته است و توزیع کتاب آن هم در شکل حرفه‌ای خود مهم‌ترین مسأله صنعت نشر محسوب می‌شود.

استقبال مردم از نمایشگاه کتاب تهران و نمایشگاه‌های استانی نشان می‌دهد مردم و به‌ویژه دانشجویان در شهرهای مختلف نیازهای اطلاعاتی فراوانی دارند که به علت دسترسی نداشتن به کتاب‌های مناسب بی‌پاسخ می‌ماند و برگزاری نمایشگاه راه کار موقتی است و همین مسأله ضرورت توجه به توزیع کتاب را بیش از پیش نمایان می‌کند. بر اساس آنچه مطرح شد، طراحی نظامی کارآ برای توزیع کتاب، تاثیر قابل توجهی در تعادل بازار کتاب داشته و به ایجاد تعادل در عرضه و تقاضا کمک خواهد کرد. پژوهش با هدف ارائه الگویی کیفی برای توزیع کتاب ایران، تلاش می‌کند به سئوالات زیر پاسخ دهد:

۱- وضعیت توزیع کتاب در ایران چگونه است؟

۲- عوامل و عناصر تاثیرگذار بر توزیع کتاب در ایران کدامند؟

۳- مسائل و مشکلات توزیع کتاب در ایران چیست؟

۴- راه کارهای ارتقای توزیع کتاب در ایران چیست؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی است که با رویکرد کیفی و به روش گراند تئوری یا نظریه زمینه‌ای انجام شده است. روش نظریه زمینه‌ای یک روش کیفی است که به وسیله داده‌های جمع‌آوری شده از زمینه، نظریه‌ای تکوین می‌یابد به طوری که این نظریه در سطحی وسیع، یک فرایند، عملی تعامل را تبیین می‌کند (Bazargan, 2010). برخلاف روش‌های نمونه‌گیری احتمالی که در آنها هدف تعمیم نتایج از یک نمونه معرف به کل جامعه مورد پژوهش است در روش‌های کیفی چنین هدفی مدنظر نیست و معیار، توصیف یا تبیین یک پدیده به مشروح‌ترین شکل ممکن است. بنابراین معیاری معرفی می‌شود که در آن رسیدن به حداکثر اطلاعات در مورد پدیده به عنوان نقطه پایان در نظر گرفته می‌شود. این معیار در زمینه پژوهش‌های کیفی، اشباع نامیده می‌شود. اشباع داده یا اشباع نظری رویکردی است که در پژوهش‌های کیفی برای تعیین کفایت نمونه‌گیری مورد استفاده قرار می‌گیرد. اشباع نظری زمانی رخ می‌دهد که داده بیشتری که سبب توسعه، تعدیل، بزرگتر شدن یا اضافه شدن به تئوری موجود گردد به پژوهش وارد نشود (Ranjbar et al., 2012). جامعه پژوهش، متخصصان و فعالان توزیع در ایران هستند. ۲ نفر از صاحب‌نظران توزیع به طور هدفمند شناسایی و به روش گلوله برفی از طریق آنها افراد بعدی مشخص شدند، گردآوری داده تا زمانی ادامه یافت که محقق اطمینان حاصل کند که ادامه گردآوری مطلب تازه‌ای به دانسته‌های او نمی‌افزاید؛ بنابراین محقق ناگزیر است گردآوری داده را تا رسیدن به نقطه اشباع^۱ ادامه دهد. یکی از نشانه‌های رسیدن به نقطه اشباع روبرو شدن با داده‌های تکراری است (Mansourian, 2006).

بعد از انجام مصاحبه نهم، داده‌های مصاحبه تکراری شد، لذا جامعه پژوهش با ۱۰ نفر به اشباع نظری رسید. هدف از انجام مصاحبه کسب اطلاعات عمیق از مصاحبه شونده‌گان در ارتباط با توزیع کتاب در ایران بود. در این پژوهش از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و به شکل حضوری جهت گردآوری داده‌ها استفاده شد و قبل از انجام مصاحبه سئوالات کلی پژوهش برای افراد مصاحبه شونده فرستاده شده و در حین انجام، مصاحبه‌ها ضبط گردید. مصاحبه بر اساس هدف اصلی پژوهش شروع شد ولی در حین مصاحبه با توجه به مطالبی که مصاحبه شونده‌گان ارائه کردند سئوالات بیشتری جهت بسط موضوع از جانب محقق مطرح شد. مدت مصاحبه با توجه به میزان تمایل به پاسخ‌دهی بین ۴۵ تا ۱۲۰ دقیقه بود. بعد از انجام مصاحبه، فایل‌های

۱. Saturation

ضبط شده صوتی و یادداشت‌های محقق حین مصاحبه، در فایل جداگانه با استفاده از نرم‌افزار ورد تبدیل به فایل‌های متنی شد و تحلیل داده‌ها انجام گرفت. در مرحله تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه از نرم‌افزار MAXQDA استفاده شد. که در این مرحله ابتدا کدگذاری باز^۱ و سپس کدگذاری محوری^۲ و گزینشی^۳ انجام شد، کدگذاری به معنای گروه‌بندی بخش‌های اطلاعات یا نامی کوتاه است که بتواند علیرغم کوتاهی، گویای قسمتی از اطلاعات باشد. جهت انجام کدگذاری باز راه‌های مختلفی وجود دارد. یکی از روش‌ها تحلیل سطر به سطر^۴ است. این روش با بررسی دقیق داده‌ها، عبارت به عبارت و گاه کلمه به کلمه انجام می‌شود. در این مرحله محقق با خواندن عمیق متن مصاحبه‌ها به مفهوم‌سازی^۵ می‌پردازد و با ذهنی آزاد، مفاهیم را نام‌گذاری می‌کند و محدودیتی برای آن‌ها در نظر نمی‌گیرد (Mansourian, 2006). سپس محقق برخی از مفاهیم را در زیر مفهوم انتزاعی تری قرار می‌دهد که مقوله^۶ نامیده می‌شود. با رو به افزایش گذاشتن مفاهیم، محقق باید کار دسته‌بندی کردن آن‌ها را آغاز کند و هر دسته را زیر اصطلاحات انتزاعی تری یعنی مقوله‌ها بگذارد، فرآیند مرتبط کردن مقوله‌ها به مقوله‌های فرعی، کدگذاری محوری نامیده می‌شود. در کدگذاری محوری، مقوله اصلی شناسایی می‌گردد و سپس شرایط علی، زمینه‌ها، شرایط واسطه‌ای، راهبردها و پیامدهای آن معین می‌شود (Strauss & Corbin, 1998).

در نهایت با تهیه پارادایم زمینه‌ها، شرایط علی، راهبردهای اصلی، مداخله‌گرها و پیامدهای توزیع کتاب در ایران مشخص شد. بنابراین در پژوهش حاضر در پایان بخش مطالعات کیفی، الگویی که حاصل شد به عنوان یک الگوی کیفی قلمداد می‌شود. نحوه کدگذاری فایل‌ها به این شرح بوده است: برای متخصصان توزیع Distributor حرف D، برای ناشران، کتابفروشان و اعضای هیأت علمی که ضمن فعالیت در حوزه دیگری به کار توزیع یا پژوهش در این حوزه مشغول بودند به ترتیب، حرف P اختصار Publisher، حرف B اختصار Bookseller و حروف Pr اختصار Professor در نظر گرفته شده است و به همین ترتیب کدها در کنار هم قرار گرفته‌اند و اعداد تنها نشان‌دهنده ترتیب در مصاحبه‌شوندگان با توجه به تخصص‌شان می‌باشد. در جداول حاصل از مصاحبه‌ها، جداسازی جملات و مفهوم‌سازی و ایجاد مقوله و ویژگی و کدهای ایجاد شده نمایش داده شده است.

یافته‌های پژوهش

در پاسخ به پرسش اول پژوهش، وضعیت توزیع کتاب در ایران از دیدگاه جامعه مورد مطالعه شناسایی و در جدول ۱ خلاصه نتایج حاصل نشان داده شده است.

جدول ۱ نشان می‌دهد وضعیت توزیع کتاب در ایران از جنبه‌های سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، حرفه‌ای و زیرساختی قابل بررسی است که جنبه‌های زیرساختی (شامل ضعف قوانین و حقوق نشر، تداخل صنفی، عدم استفاده از فناوری‌های نوین، ضعف تشکل‌های صنفی) بیشترین و ویژگی سیاسی (شامل دخالت دولت در توزیع) کمترین مقوله‌ها را شاهد بوده است. ویژگی اقتصادی (شامل رکود کتابفروشی‌ها به علت برگزاری نمایشگاه استانی، اقتضای نبودن توزیع)، ویژگی حرفه‌ای (شامل نبود توزیع فراگیر و حرفه‌ای نبودن توزیع) و فرهنگی (نبود فرهنگ مطالعه) در جایگاه بعدی قرار دارند.

1. Open Coding
2. Axial Coding
3. Selective Coding
4. Line by Lin
5. Conceptualization
6. Category

جدول ۱. چگونگی وضعیت توزیع کتاب در ایران
Table 1. Status of the book distribution in Iran

اصاحبه شونده	جمالات	مفهوم	مقوله	ابعاد
D7	مدیران دولتی با دخالت، باعث معیوب ساختن چرخه می شوند.	دخالت مدیران دولتی	دخالت دولت در توزیع	سیاسی (دولت)
D3	مشکلی در توزیع نمی بینم و بیشتر مشکلات در پایین بودن میزان تقاضاست	تقاضای محدود	نبود فرهنگ مطالعه	فرهنگی
D8P6B2	عملا به دلیل مشکلات متعدد مانند بی سوادی و علاقه کم دانشجویان، خریدار کم است	پایین بودن تقاضا	رکود کتابفروشی ها به علت برگزاری نمایشگاه استانی	اقتصادی
D7	وضعیت فعلی مطلوب نیست، زیرا نمایشگاه ها باعث جمع شدن کتابفروشی ها شده اند	تضعیف کتابفروشی با برگزاری نمایشگاه ها		
D4P3	توزیع در خارج از تهران یک کار مالی پرخطر است	خطر برگشت سرمایه		
D1P2	به دلیل حاشیه سود ناچیز، سازمان توزیع کننده مادامی که متعلق به تولید کننده نیست، مانا نیست	عدم سودآوری توزیع	اقتصادی نبودن توزیع	
D9	با توجه به معضلاتی مثل توزیع پی.دی.اف های غیر قانونی و توزیع کتاب های قاچاق، کپی، که کار یک عده ناشرنماهایی است که وارد این صنف شدند همه این ها باعث شده است تا وضعیت کتاب مناسب نباشد.	چاپ غیر قانونی و قاچاق کتاب	ضعف قوانین و حقوق نشر	
D4P3	در حال حاضر در بخش توزیع وضعیت نامطلوبی وجود دارد، تداخل صنفی ایجاد شده است	دخالت اصناف دیگر در توزیع	تداخل صنفی	زیرساختی
D2	توزیع کتاب در ایران هنوز مکانیزه نشده است	مکانیزه نبودن توزیع	عدم استفاده از فناوری های نوین	
D4P3	یک شرکت تعاونی دارند که همه صنف توزیع کنندگان را نتوانستند جذب کنند و متاسفانه در تعاونی افزایش تعداد عضو هم نمی بینیم.	ضعیف عمل کردن شرکت تعاونی	ضعف تشکل های صنفی	
D4P3	به خیلی از شهرهای کوچک کتاب فرستاده نمی شود	عدم دسترسی به کتاب	نبود توزیع فراگیر	
D4P3	نشر کوچک مفید و موثر است ولی پخش کوچک آسیب رسان است	کوچک بودن مراکز توزیع	حرفه ای نبودن توزیع	حرفه ای
D4P3	ویزیت کتاب با استفاده از نیروی انسانی و توضیحات شفاهی است، زیرا بازاریاب های کتاب اغلب بچه های کم سواد هستند.	کم سوادی ویزیتورها		

در پاسخ به پرسش دوم پژوهش، عوامل و عناصر تاثیرگذار در توزیع کتاب در ایران شناسایی و در جدول ۲ خلاصه نتایج حاصل نشان داده شده است.

جدول ۲. عوامل و عناصر تاثیرگذار بر توزیع کتاب در ایران

Table 2. Factors and elements affecting on the book distribution in Iran

مصاحبه شونده	جملات	مفهوم	مقوله	ابعاد
Pr. P1	نبود حمایت‌های خاص یا به نوعی حمایت‌های نهادی و سازمانی در توزیع تاثیر گذار است مثلاً در کشورهای دنیا پست کتاب یا ارسال کتاب با هزینه‌های پایین امکان پذیر می‌باشد	عدم حمایت از توزیع	حمایت دولت از توزیع	سیاسی (دولت)
Pr. P1	عموماً دولت حمایت‌هایش از تولید بوده تا مصرف	حمایت غیراصولی دولت	توزیع	سیاسی (دولت)
D1P2	معضل اصلی را باید در تولید و مصرف کتاب بدانیم به دلیل حمایت‌های بدون هدفمند دولت در بخش تولید، پروانه‌های نشر موفق نبوده است.	افزایش بی‌رویه ناشران	توزیع	سیاسی (دولت)
Pr. P1	ممکن است در زمان خاصی موضوع خاصی با اقبال مردم رو به رو شود زیرا می‌خواهند درباره آن موضوع آگاهی پیدا کنند (مثل انتخابات)	توجه به تحولات روز	شرایط سیاسی	سیاسی (دولت)
Pr. P1	مباحث نظارتی، مقررات و قانون‌های مناسب وضع کنند	نظارت دولت بر توزیع	وضع قوانین نظارتی مناسب	سیاسی (دولت)
D4P3	کم می‌بینیم که کتابفروش‌ها تعدادشان افزایش پیدا کند چون نیاز به تهیه محل تجاری دارند که معمولاً با اجاره، کتابفروش‌ها نمی‌توانند بمانند چون این کار بسیار درآمدزا نیست	هزینه بالای اجاره کتابفروشی	کتابفروشی	اقتصادی
Pr. P1	نه اینکه قیمت خود کتاب گران باشد بلکه قیمت کتاب نسبت به جیب مردم گران است	بهای کتاب	وضعیت اقتصادی جامعه	اقتصادی
D4P3	اولین موردی که در بازار کتاب و تقاضای خریداران تاثیر می‌گذارد میزان تقاضا است	تقاضا خریداران	تقاضا	اقتصادی
Pr. P1	مگر می‌شود کتاب را ۱۰۰ عدد تولید کرد بعد توزیع‌اش کرد؟ زمانی توزیع اتفاق می‌افتد که توزیع انبوه باشد و توزیع کننده احساس کند از آن سودی می‌برد	تیراژ پایین کتاب و نداشتن سودآوری	شمارگان پایین	اقتصادی
Pr. P1	حاشیه سود صنعت نشر ما پایین و در نتیجه اقتصادی نیست و توزیع هم از این قاعده مستثنا نیست	اقتصادی نبودن نشر و توزیع	اقتصاد نبودن توزیع	اقتصادی
Pr. P1	نظام توزیع یکپارچه و گسترده در سطح کشور نیست	تمرکز توزیع در تهران	نبود توزیع فراگیر	حرفه‌ای
Pr. P1	۹۰ درصد کتابهای ما از تهران خارج نمی‌شود	کوچک بودن واحدهای توزیع	حرفه‌ای نبودن توزیع	حرفه‌ای
Pr. P1	نظام‌های توزیع عموماً منفصل و کوچک هستند که عموماً سوابق کارهای نیمه حرفه‌ای دارند	کوچک بودن واحدهای توزیع	حرفه‌ای نبودن توزیع	حرفه‌ای

مصاحبه شونده	جملات	مفهوم	مقوله	ابعاد
D4P3	در قیاس با نشر و کتابفروشی خیلی این صنف جوان و نوپا است برای همین خیلی چیزها مشخص نیست حدود و رویه‌های حرفه‌ای یا عرف صنفی آن مشخص نیست و شکل نگرفته است	نوپا بودن حرفه توزیع		
D6P5B1	کتاب‌هایی که فروش خوبی ندارند از لحاظ موضوع و محتوا به خوبی عمل نکرده‌اند	کیفیت پایین کتاب	کیفیت پایین کتاب	
D4P3	ناشر سعی می‌کند توزیع‌کننده را دور زده و به کتابفروشی کتاب دهد که به کار توزیع آسیب میرساند	معامله ناشر با کتابفروش	تداخل صنفی	
Pr. P1	طبیعتاً هر چقدر مراکز توزیع تخصصی‌تر باشند و به صورت انحصاری کتاب ناشران را در اختیار داشته باشند می‌توانند موفق‌تر عمل کنند و موقعیت بهتری را داشته باشند	انحصار در توزیع	توزیع انحصاری آثار ناشران	
Pr. P1	لیست کارهایی که من دارم برای استان گیلان می‌فرستم با لیستی که برای استان دیگر می‌فرستم باید متفاوت باشد زیرا در آن جامعه ویژگی‌ها و نیازهایی وجود دارد که با جامعه دیگر متفاوت است	اطلاع موزع از نیاز مصرف‌کننده	توزیع مبتنی بر نیاز جامعه	
D6P5B1	روند تبلیغات در توزیع مناسب برای توجیه مشتری باید به خوبی انجام شود	تبلیغ موثر برای توزیع	تبلیغات و اطلاع‌رسانی	
Pr. P1	درواقع توزیع‌کننده در تبلیغ، توزیع، اطلاع‌رسانی و تولید نقش بسیار مهمی دارد	توجه به نقش موزع در صنعت نشر		
D4P3	حمایت‌های قانونی که می‌تواند از این صنف شود و میزان زیان‌دهی آن کم شود در این کار وجود ندارد	نبودن حمایت‌های قانونی	شکل‌گیری حمایت‌های قانونی	
D4P3	تعداد ناشران که بالا می‌رود شبکه توزیع هم نمی‌تواند توزیع کند و حتی کتابفروش آنقدر نیست که بتواند این‌ها را عرضه کند برای همین خیلی از تولیدها مجال رفتن به کتابفروشی را پیدا نمی‌کند چه برسد پشت و پترین قرار بگیرند	عدم تناسب تعداد ناشر به کتابفروش	نبود تناسب بین تعداد ناشران، موزعان و کتابفروشان	
Pr. P1	وقتی تولید ما با مصرف ما قابل مقایسه نیست درواقع زنجیره معیوب است و یک مشکلی وجود دارد	نبود توازن بین تولید و مصرف	کتابفروشان	زیرساختی
D4P3	محدودیت و پترین کتاب‌ها به علت تعداد محدود مراکز فروش است	کمبود کتابفروشی‌ها		
Pr. P1	انجمن توزیع‌کنندگان کتاب نداریم، این اتحادیه است و آن هم برنامه‌ریزی‌های کلان و بلندمدت ندارد	نبود انجمن صنفی	ضعف تشکل‌های صنفی توزیع	
D4P3	توزیع‌کنندگان کتاب به دلیل اینکه رسمیت حقوقی ندارند و برای این صنف پروانه‌ای صادر نمی‌شود باید بروند زیرلوای پروانه نشر که شهرداری آن محل را پلمپ نکند، نبندد و برای همین عضو اتحادیه ناشران شدند	نبود صنف توزیع		

مصاحبه شونده	جملات	مفهوم	مقوله	ابعاد
Pr. P1	ناشر نمی‌داند چند عدد کتاب به توزیع کننده داده و چند عدد فروش رفته و چند کتاب در انبار موجود است؟ چند عدد به امانت رفته است؟ هیچ نظام جامعی وجود ندارد که بشود همه این‌ها را مدیریت کرد.	نداشتن سامانه‌ای برای مدیریت آثار در نشر	اطلاعاتی	نبود نظام جامع
Pr. P1	ایران در مقایسه با دنیا در توزیع و فروش از ابزارهای جدید استفاده نکرده است	استفاده نکردن از ابزارهای جدید	فناوری‌های نوین	استفاده از

جدول ۲ نشان می‌دهد عوامل تاثیرگذار در توزیع از جنبه‌های سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، حرفه‌ای و زیرساختی قابل بررسی است که جنبه‌های حرفه‌ای (شامل نبود توزیع فراگیر؛ حرفه‌ای نبودن توزیع، کیفیت پایین کتاب، تداخل صنفی، توزیع انحصاری آثار ناشران، توزیع مبتنی بر نیاز جامعه، تبلیغات و اطلاع‌رسانی) و زیرساختی (شامل شکل‌گیری حمایت‌های قانونی، نبود تناسب بین میزان ناشران و موزعان و کتابفروشان، ضعف تشکل‌های صنفی، نبود نظام جامع اطلاعاتی، استفاده از فناوری‌های نوین) بیشترین مقوله‌ها را به خود اختصاص داده‌اند و ابعاد اقتصادی (شامل کمبود کتابفروشی‌ها، وضعیت اقتصادی مردم، شمارگان پایین، اقتصادی نبودن توزیع) و سیاسی (شامل حمایت دولت از توزیع، شرایط سیاسی، وضع قوانین نظارتی مناسب) در مرحله بعدی قرار دارند.

در پاسخ به پرسش سوم پژوهش، مسائل و مشکلات توزیع کتاب در ایران و در جدول ۳ خلاصه نتایج حاصل نشان داده شده است.

جدول ۳. مسائل و مشکلات توزیع کتاب در ایران

Table 3. Issues and problems of book distribution in Iran

مصاحبه شونده	جملات	مفهوم	مقوله	ابعاد
D9	مخاطب اندک را از کتاب فروشی‌ها بیرون نیاوریم و سعی کنیم به جای نمایشگاه‌ها به کتابفروشی‌ها مراجعه کنند	تضعیف کتابفروشی‌ها با برگزاری نمایشگاه		
D4P3	ارشاد کاغذ توزیع می‌کند احتمالاً هجوم زیادی برای نشر می‌شود و انبوه ناشرانی که اصلاً کتابی چاپ نمی‌کنند یا درخواست پروانه می‌کنند و کتابی می‌آورند که بتوانند کاغذی بگیرند	حمایت غیرهدفمند دولت از نشر	حمایت	غیراصولی دولت
D1P2	دلیل به اینجا رسیدن نشر ایران نوع حمایت‌هایی است که در طول این چند دهه اخیر از نشر کتاب صورت گرفته است			سیاسی (دولت)
D6P5B1	متأسفانه وزارت ارشاد خیلی ضعیف است ذات وزارت ارشاد هم قوی نیست ادارات مختلفی هم در آن وجود ندارد و خیلی خیلی ضعیف هستند	ضعیف عمل کردن وزارت ارشاد	ضعف نهادهای نظارتی و حمایتی	
D6P5B1	وزارت ارشاد هراز چند گاهی مجوز می‌دهد به شخصی با یک ليسانس که بعد از آن همه چیز به امان خدا است ولی مطابق آنچه که مجوز گرفته‌اند کار نمی‌کنند	نبود نظارت		

مصاحبه شونده	جملات	مفهوم	مقوله	ابعاد
D1P2	آدم های دیگری هستند که مافیایی تشکیل دادند که نمی‌خواهند کتاب‌هایی از اکثریت دارندگان پروانه نشر یا نشرانی در بازار کتاب چرخش پیدا بکند	وجود مافیاهای توزیع		
Pr. D5P4	چرا کتابفروشی‌ها می‌بندند؟ چون کتابخوان نداریم			
D9	در سبب خانواده‌های ایرانی کتاب معمولاً خیلی جای خاصی ندارد به عبارتی تقاضا پایین است	پایین بودن تقاضا	نبود فرهنگ مطالعه	فرهنگی
Pr.D5P4	چرا خریداری وجود ندارد چون کتابخوان وجود ندارد			
D8P6B2	تبلیغات در کشور ما اساساً خیلی هزینه بر است صنف ما و شغل ما هم توانایی پرداخت این هزینه‌ها را ندارد	بالا بودن هزینه‌های تبلیغات	بالا بودن هزینه‌های تبلیغات	
D8P6B2	در توزیع تاریخ چک‌ها معمولاً طولانی است و نگرانی بر گشت خوردن چک‌ها وجود دارد	برگشت خوردن چک		
D9	صنف ما به واسطه سیستم کاری چک‌ها و حاشیه سود، درآمد پایینی دارد در واقع پایین تر از چیزی که باید باشد کتاب را می‌فروشد	سود آور نبودن کسب و کار کتاب	اقتصادی نبودن توزیع	
D3	حاشیه سود توزیع محدود است ضمن اینکه هزینه توزیع بالاست به خاطر بالا بودن هزینه نیروی انسانی و هزینه حمل و نقل			
D9	کتاب‌هایی داریم که خمیری هستند، کتاب‌های مانده در انبار را خمیر می‌کنند	امحاء کتاب‌های فروش نرفته		اقتصادی
D3	کتاب جدید که منتشر می‌شوند قیمت بالاتری دارند که این مشکل همیشه ما را دچار کمبود نقدینگی می‌کند	افزایش هزینه‌های تولید		وضعیت اقتصادی جامعه
D3	در طی یکی دو سال اخیر با تورم پیش آمده به خاطر گرانی کاغذ، قیمت کتاب بالاتر رفته که عامل مهمی در پائین آمدن تقاضا شده است	تورم موثر بر تقاضا		
D2	مسئله کتابفروشان در حرفه توزیع بسیار مهم است	ویتترین عرضه کتاب		تقویت بخش فروش و کتابفروشی‌ها
D8P6B2	از نظر قوانین چندان قوی نیستیم و گستردگی کار زیاد شده که کار را مشکل کرده است	نبود زیرساخت‌های حقوقی		ضعف قوانین و حقوق نشر
D2	قاچاق بیشترین صدمه را می‌زند چون حق مولف و ناشر و مترجم از بینمی‌رود و واقعا آن‌ها هم بی انگیزه شدند	چاپ غیرقانونی کتاب		زیرساختی
D7	ناشرانی هستند که در قسمت توزیع هم دخالت کردند هیچوقت کتابفروش، توزیع‌کننده و ناشر در جایگاه مناسب خود نبوده و نیستند	فروش کتاب توسط ناشر		تداخل صنفی

ترابی و همکاران: الگوی پارادایمی توزیع کتاب در ایران: مبتنی بر رویکرد گراند تئوری

مصاحبه شونده	جملات	مفهوم	مقوله	ابعاد
D4P3	کتابفروشی‌ها از نشر کتاب‌های جدید مطلع نمی‌شوند	نبود اطلاع‌رسانی مناسب در صنعت نشر	نبود نظام جامع اطلاعاتی	
D8P6B2	هر بخشی ممکن است درصدهای تخفیف متفاوتی را ارائه دهد و کتابی با درصد تخفیف‌های گوناگون توزیع شود	نبود رویه یکسان تخفیف بین موزعان		
D8P6B2	اولین کار غیر اخلاقی مرجوع کتاب است زیرا که قدرت اجرایی وجود ندارد و موزع را دچار ضرر می‌کند	مرجوع کردن کتاب		
D4P3	گاهی یک ویزیتور به مدت طولانی برای معرفی کتاب در یک کتابفروشی معطل می‌ماند و توانایی قانع کردن کتابفروش را ندارد	کم‌سواد و ویزیتورها	حرفه‌ای نبودن توزیع	
D4P3	نهاد صنفی و الگوی توزیع وجود ندارد که اکثریت متعهد به یک الگو شوند	نبود الگوی مناسب توزیع		
D3	وقتی یک کاری را ده موسسه قادرند انجام بدهند و دویست موسسه وارد این کار می‌شوند، تصور کنید چقدر نیرو و سرمایه هدر می‌رود	افزایش بی‌رویه توزیع کنندگان		
D6P5B1	امروزه توزیع کننده خوب بسیار کم داریم و همچنین کتاب فروشان خوب با سطح استاندارد خوب بسیار کم هستند	کمبود و پتیرین عرضه	کمبود کتابفروشی	حرفه‌ای
D6P5B1	متأسفانه کتاب خوب منتشر نمی‌شود که بتوان این سیستم توزیع را امتحان کرد تعداد کتاب‌های خوب و استاندارد به شدت کم است	کیفیت پایین کتاب	کیفیت پایین کتاب	
D6P5B1	بی‌نهایت کتاب‌سازی زیاد است.	کتابسازی		
D4P3	بعضی از کتابفروش‌ها کتاب را نمی‌شناسند و نمی‌توانند مشتری را راهنمایی کنند	آگاهی پایین کتابفروش‌ها از کتاب‌ها	حرفه‌ای نبودن کتابفروشی‌ها	
D3	یکی از اشکالات کار ما هم همین است که در زمینه معرفی کتاب ضعیف هستیم و تبلیغ‌مان در ابعاد گوناگون کم است	عدم معرفی و تبلیغ کتاب	بی‌توجهی به تبلیغات مناسب	
D4P3	خیلی از نقاط دور در کشور هست که اصلاً کتاب به آنها نمی‌رسد	عدم دسترسی نقاط دور به کتاب	نبود توزیع فراگیر	

جدول ۳ نشان می‌دهد مسائل و مشکلات توزیع از ابعاد سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، حرفه‌ای و زیرساختی قابل بررسی است که ابعاد حرفه‌ای (شامل حرفه‌ای نبودن توزیع، کمبود کتابفروشی‌ها، حرفه‌ای نبودن کتابفروشی‌ها، کیفیت پایین کتاب، بی‌توجهی به تبلیغات مناسب، نبود توزیع فراگیر) بیشترین و فرهنگی (شامل نبود فرهنگ مطالعه) کمترین مقوله را شامل می‌شدند. ابعاد اقتصادی (شامل بالابودن هزینه‌های تبلیغات، اقتصادی نبودن توزیع، وضعیت اقتصادی جامعه، تقویت بخش فروش و کتابفروشی‌ها)، زیرساختی (شامل ضعف قوانین و حقوق نشر، نبود نظام جامع اطلاعاتی، و تداخل صنفی) و سیاسی (شامل حمایت غیر اصولی دولت، ضعف نهادهای نظارتی و حمایتی)، به ترتیب در رتبه‌های بعدی از نظر تاثیر قرار دارند.

در پاسخ به پرسش چهارم پژوهش، راهکارهای ارتقای توزیع کتاب در ایران شناسایی و در جدول ۴ خلاصه نتایج حاصل نشان داده شده است.

جدول ۴. راهکارهای ارتقای توزیع کتاب در ایران

Table 4. Strategies to promote book distribution in Iran

مصاحبه شونده	جملات	مفهوم	مقوله	ابعاد
D9	نمایشگاه کتاب آلمان مثلاً ده روز برگزار می‌شود، دوروز فروش دارند و هشت روز فقط کتابفروشی‌ها سر می‌زنند، با ناشران صحبت می‌کنند و ناشران باهم و اصلاً این نیست که مردم بیایند و کتاب بخرند	تقویت بخش نمایشگاهی نمایشگاه	تقویت بخش نمایشگاهی نمایشگاه کتاب	
D7	ارگان‌ها مدیران دولتی که متولی هستند توزیع کتاب را باید رها کنند و به حالت قبلی برگردد که توزیع کننده به کتابفروشی و کتابفروشان هم به دست مصرف کنندگان برسانند	عدم دخالت نهادهای دولتی در توزیع	عدم دخالت دولت	سیاسی (دولت)
D4P3	از توزیع حمایت مالی شود و با وام کم بهره و بازپرداخت درازمدت دولت به آنها کمک کند	تخصیص وام کم بهره	حمایت دولت	
D6P5B1	نهادهایی مثل فرهنگستان‌ها حداقل کاری که می‌کنند ده تا کتاب در حوزه‌های مختلف معرفی کنند یا حتی اهدای جایزه انجام شود	معرفی کتاب و اهدای جوایز		
D8P6B2	یکی از مشکلات این است که موزعین جواز ندارند	صدور مجوز به توزیع کنندگان		
D4P3	یکی از مشکلات پخش مسئله انبار است چرا دائم تقریباً اغلب این‌ها این مشکل را دارا هستند، فضای کوچک با دو یا سه انبار	حمایت دولت از توزیع	تقویت تشکل‌های صنفی توزیع	
D4P3	اگر تشکل صنفی داشته باشند و یا اهرم‌های حمایتی برای معاملات داشته باشند، دیگر هراس از دست دادن سرمایه نخواهند داشت	ایجاد تشکل‌های صنفی		
D9	منطق بیزینس می‌گوید که اگر از انتهای زنجیره تغذیه صورت بگیرد این صنف دچار رشد می‌شود یعنی اگر کتابفروشی رشد بکند از توزیع کنندگان خرید می‌کنند و توزیع کننده هم از ناشر	افزایش تعداد کتابفروشان	تقویت بخش فروش و کتابفروشی‌ها	
D3	چند عنوان کتاب در زمینه آشپزی داریم اتفاقاً همیشه قیمت‌های گرانی دارند ولی از فروش بالایی برخوردارند چون کدبانوی ایرانی نیاز وجود کتاب را در خانه و آشپزخانه احساس می‌کند و احساس نیاز مهم است	توجه به نیاز مخاطب	توزیع مبتنی بر نیاز مخاطب	حرفه‌ای
D2	حال چگونه ناشری با سرمایه اندک موفق است حتی ناشرانی را دیدیم که با سرمایه یکسان کار را شروع کردند ولی یکی موفق‌تر است و دلیل آن هم این است که بیش خوبی در انتخاب کتاب دارد	هدف‌گذاری بازار		

ترابی و همکاران: الگوی پارادایمی توزیع کتاب در ایران: مبتنی بر رویکرد گراند تئوری

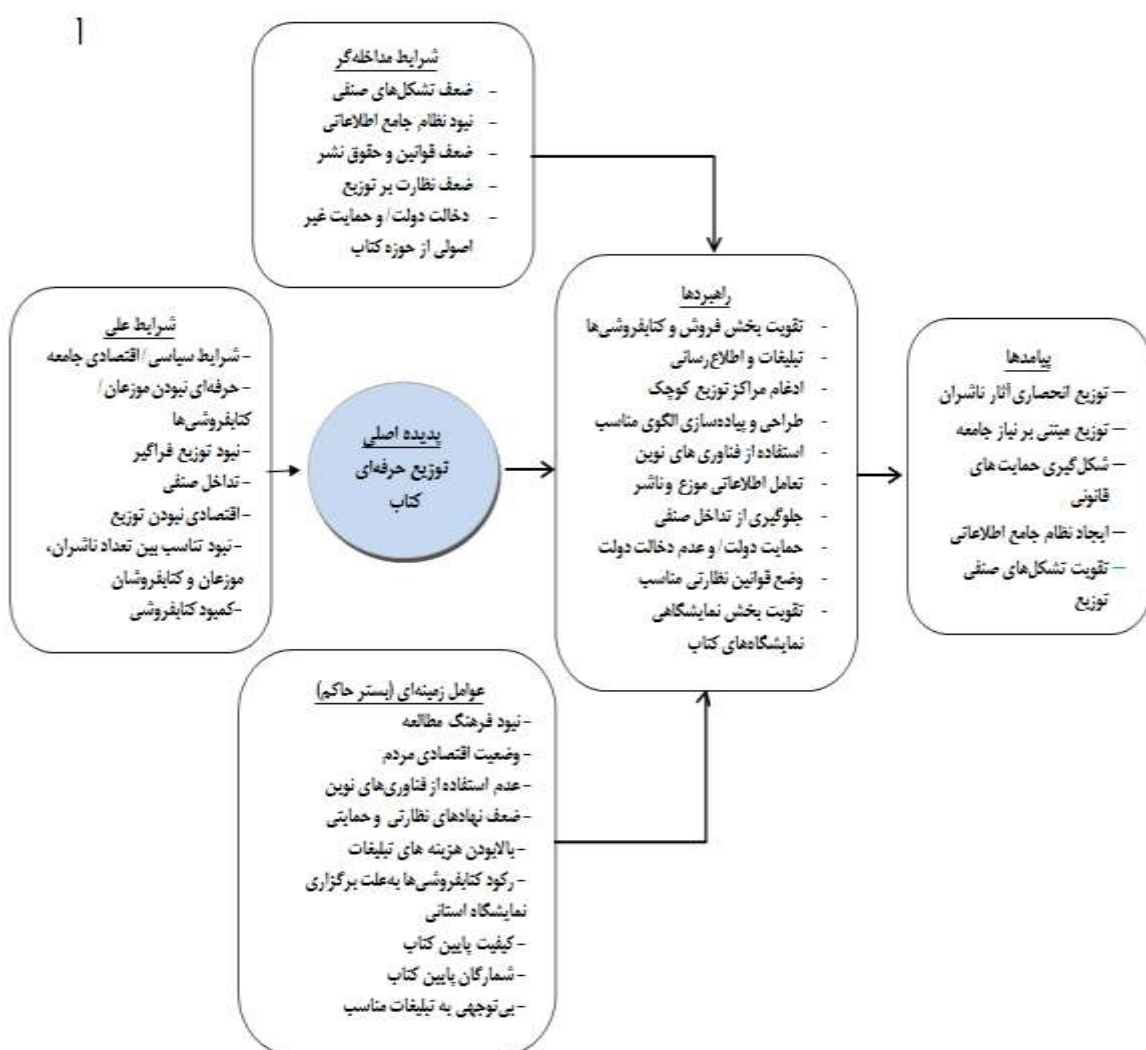
		ارتقا کیفیت کتاب	خود کالا باید دارای مزیت باشد کالایی که داری مزیت نباشد نباید توقع فروش و توزیع خوب را از آن داشته باشیم.	D6P5B1
	تعامل اطلاعاتی موزع و ناشر	انتقال نیازهای به ناشر	موزع باید یک یاور مطمئن برای تولید کننده و منعکس کننده نیازهای مصرف کننده به ناشر باشد	D1P2
	ادغام مراکز توزیع کوچک	کمک به شکل گیری توزیع کنندگان بزرگ	بخش های خرده پای بی هویتی که به تعداد زیادی هستند، آنها در واقع بازاری برای چاپ تقلبی ایجاد کردند	D4P3
			کمتر از ده موسسه بزرگ کافی است تا کار توزیع کتاب در کشور انجام پذیرد	D3
	وضع قوانین نظارتی مناسب	قانونمند شدن توزیع	برای بهتر شدن اوضاع، قانونمندی رسته کار ما است.	D8P6B2
		نظارت بر فعالیت موزعان	تدوین یک آیین نامه توسط افراد با سابقه که همه همکاران را تحت پوشش قرار دهد و بتوان افرادی را که تخطی می کنند بازخواست کرد و به صورت منظم تر و بهتری این رسته ادامه داشته باشد	D8P6B2
	توزیع حرفه ای کتاب	برنامه ریزی جهت حمایت از موزعان	مسائلی که می تواند باعث ارتقای توزیع شود؛ آموزش نیروی انسانی، حمایت مالی بدون پرداخت پول، حمایت حقوقی، ایجاد امکانات انبار و طراحی الگو است.	D4P3
زیرساختی	جلوگیری از تداخل صنفی	جلوگیری از حذف موزع از چرخه کتاب	بعضی از ناشران به مرحله ای که می رسند اقدام به فروش مستقیم به کتابفروش می کنند که اینجا چرخه کاری، نظم را از دست می دهد	D2
		تمرکز ناشران بر تولید و خروج از توزیع	تولید کنندگان قدرتمند سازمان توزیع خود را ایجاد کردند که در پناه سازمان تولید خودشان، توزیع آنها مقرون به صرفه باشد ولی سازمانی که صرفاً کارش توزیع است (بدون تولید) پشتوانه مستقیمی ندارد و خیلی در اقتصاد کتاب مانا نیست	D1P2
	طراحی و پیاده سازی الگوی مناسب	تهیه الگوی مناسب برای توزیع	با طراحی الگو و اجرای آن بخش رسمیت پیدا می کند و بخش های موسمی و خرده پا جمع می شود، ساماندهی در بخش توزیع صورت می گیرد و حتی سوددهی آن که کم است افزایش پیدا می کند	D4P3
	ایجاد نظام جامع اطلاعاتی	کمک به گردش اطلاعات	اگر گردش اطلاعات در بازار نشر صورت بگیرد ۱۰ یا ۱۵ درصد از فروش کتاب افزایش پیدا می کند	D4P3

جدول شماره ۴ نشان می دهد که راهکارهای توزیع کتاب در ایران از جنبه های سیاسی، حرفه ای و زیرساختی قابل بررسی است که ابعاد زیرساختی (شامل وضع قوانین نظارتی مناسب، توزیع حرفه ای کتاب، جلوگیری از تداخل صنفی، طراحی و پیاده سازی الگوی مناسب، ایجاد نظام جامع اطلاعاتی) و حرفه ای (شامل تقویت بخش فروش و کتابفروشی ها، توزیع مبتنی بر نیاز مخاطب، تعامل اطلاعاتی موزع و ناشر، ادغام مراکز توزیع کوچک) بیشترین مقوله های را به خود

اختصاص داده‌اند و جنبه‌های سیاسی (تقویت بخش نمایشگاهی نمایشگاه کتاب، حمایت دولت و عدم دخالت دولت، تقویت تشکل‌های صنفی توزیع) در رتبه بعدی از نظر تعداد مقوله تاثیر گذار هستند.

بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر الگویی پارادایمی جهت توزیع کتاب در ایران ارائه شده که از شش بخش شامل پدیده اصلی، شرایط علی، شرایط زمینی، راهبردها، پیامدها و عوامل زمینه‌ای (بستر حاکم) تشکیل شده است. هر یک از این بخش‌ها شامل مقوله‌هایی است که از مصاحبه‌های عمیق با جامعه پژوهش به دست آمده است.



شکل ۱. الگوی پارادایمی توزیع کتاب در ایران

Figure 1. The paradigm model of book distribution in Iran

بر اساس این الگو، شرایط نامطلوبی در توزیع کتاب ایران وجود دارد، در حقیقت توزیع حرفه‌ای کتاب مقوله اصلی مطالعه حاضر را تشکیل می‌دهد. زمینه‌ها و مداخله‌گرها نیز بر راهبردها تاثیر گذارند. در واقع اگر در توزیع کتاب عوامل مداخله‌گر کنترل و یا تعدیل شوند، راهبردها و اقداماتی صورت بگیرد تا به نتیجه اصلی مورد نظر در توزیع برسیم که همان پیامدهاست، بستر مناسبی جهت حرفه‌ای شدن توزیع و رفع موانع ایجاد می‌شود.

همانطور که در شکل ۱، الگوی پارادایمی ارائه شده، مشخص است شرایط سیاسی و اقتصادی جامعه، حرفه‌ای نبودن فعالان حوزه کتاب (شامل ناشران، کتابفروشان و به‌ویژه توزیع‌کنندگان)، پایین بودن تعداد کتابفروشی‌ها و توزیع‌کنندگان نسبت به ناشران، نبود توزیع فراگیر در کل کشور، ورود ناشران به حوزه توزیع و اقتصادی نبودن توزیع مهم‌ترین عوامل هستند که توزیع کتاب ایران را تحت تاثیر قرار داده‌اند؛ این عوامل تاثیر منفی بر توزیع کتاب در ایران داشته و مانعی بر سر راه حرفه‌ای شدن آن محسوب می‌شوند. برای حرفه‌ای شدن توزیع کتاب در ایران مناسب است راهبردهای مطرح شده از سوی متخصصان مورد توجه قرار گیرد. بخشی از آنها نیازمند همراهی بیشتر دولت از طریق کاهش دخالت، افزایش حوزه‌های نظارتی و حمایتی، تقویت کتابفروشی‌ها از طریق ارائه وام‌های بلند مدت و کم بهره، توسعه بخش نمایشگاهی نمایشگاه‌های کتاب و وضع قوانین نظارتی مناسب است و دیگر راهبردها نیازمند توجه فعالان نشر به‌ویژه توزیع‌کنندگان است که می‌توان به تبلیغات و اطلاع‌رسانی، ادغام مراکز توزیع کوچک و شکل‌گیری مراکز توزیع بزرگ، تعامل موثر ناشر و توزیع‌کننده، جلوگیری از تداخل صنفی (عدم ورود ناشران، موزعان و کتابفروشان به حوزه فعالیت یکدیگر)، استفاده از فناوری‌های نوین و در نهایت طراحی و پیاده‌سازی الگوی مناسب توزیع اشاره کرد. علاوه بر حمایت‌های دولتی و توجه بیشتر فعالان حوزه توزیع به سازوکارهای حرفه‌ای شدن، برخی مداخله‌گرها وجود دارند که نیازمند توجه دولت، تشکل‌های صنفی و فعالان توزیع است. تقویت تشکل‌های صنفی و ایجاد نظام جامع آماری یکی از مهم‌ترین اقداماتی است که باید مدنظر فعالان حوزه توزیع قرار گیرد. اصلاح قوانین و نظارت بهینه بر توزیع و حمایت اصولی از حوزه کتاب از دیگر مواردی که باید مدنظر دولت قرار گیرد. نکته دیگر اینکه، فعالان توزیع نیز همانند ناشران و کتابفروشان بایستی با اطلاع‌رسانی مناسب در فرهنگ‌سازی برای مطالعه و همچنین حضور کتاب در سبد مصرفی خانوار کمک کنند و استفاده مناسب از فناوری‌های نوین در این میان می‌تواند نقش بسیار مهمی ایفا کند؛ شرایط خاصی که بیشتر ناظر بر وضعیت توزیع کتاب است و بی‌توجهی به آنها مانعی بر سر راه حرفه‌ای شدن توزیع کتاب محسوب می‌شود. بازخورد مناسب به ناشران در خصوص کیفیت کتاب‌ها و نیازهای جامعه از دیگر اقداماتی که باید مورد توجه فعالان توزیع قرار گیرد تا از این طریق ناشران بتوانند ضمن بهبود کیفیت آثار، شمارگان کتاب‌های منتشره را افزایش دهند. توجه به آنچه مطرح شد می‌تواند به حرفه‌ای شدن توزیع کتاب منجر شود؛ پیامدهایی مانند شکل‌گیری شبکه توزیع انحصاری آثار ناشران از سوی موزعان، توزیع مبتنی بر نیاز جامعه، شکل‌گیری حمایت‌های قانونی، ایجاد نظام جامعه اطلاعاتی و تقویت تشکل‌های صنفی توزیع.

از آنجا که مسئله تولید و فروش موثر بر مسئله توزیع می‌باشد و این چرخه در کنار هم شکل می‌گیرد پس نمی‌توانیم از مسائل ناشر و کتابفروش بگذریم زیرا مسائل آنها بدون استثنا برای تمام توزیع‌کنندگان مسئله می‌باشد.

در جدول ۵، نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر با نتایج پژوهش‌های پیشین در همین راستا در جدول ذیل بیان

می‌شود:

جدول ۵. نتایج هم‌سودر پژوهش‌های پیشین با نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر
Table 5. Results in previous studies with the results of the present study

نتایج به دست آمده از پژوهش	همخوانی نتایج سایر پژوهش با پژوهش حاضر
- اقتصادی نبودن توزیع	با توجه به مدت دار بودن چک های خریداران، برگشت سرمایه برای توزیع کنندگان بسیار طولانی شده و ارزش سرمایه نیز از بین می رود (Hasani, 1999). دوره بازگشت سرمایه طولانی است (Matlabi, 2019).
- توزیع مبتنی بر نیاز جامعه	تولید بر اساس نیاز جامعه در شکل گیری سلیقه مخاطبان و ارتقا فرهنگ کتاب خوانی سهم بسزایی داشته تا جایی که باعث هویت ممتاز ناشر می شود (Malakooti Nasab, 2013).
- تعامل اطلاعاتی موزع و ناشر	حسنی معتقد است هر ساله به تعداد ناشران افزوده شده ولی از فعالیت آنها کاسته شده است (Hasani, 1999). ملکوئی نسب نیز به نتیجه عملکرد ضعیف و بسیار ضعیف دولت در صدور جواز نشر اشاره می کند (Malakooti Nasab, 2013).
- حمایت غیر اصولی از حوزه کتاب	کمبود کتابفروشی معضل بزرگی برای حرفه توزیع است (Alibabaei Dermani, 2006). مطلبی نیز کمبود کتابفروشی و ویریزین عرضه و فروش کتاب در سطح کشور یکی از مشکلات اصلی حوزه کتاب است (Matlabi, 2019).
- کمبود کتابفروشی ها	پاک نهاد نقش کم رنگ رسانه های عمومی در معرفی کتاب از مشکلات توزیع کتاب کودک در ایران است (Paknahad, 2015).
- نبود تناسب بین تعداد ناشران، موزعان و کتابفروشان	مفتخری نظری پور و میرحسینی عدم وجود فرهنگ مطالعه و بهای کتاب را به عنوان موانع نشر اشاره می کنند (Moftakhari Nazaripoor & Mirhosseini, 2008). و مطلبی بالا بودن قیمت کتاب را از مشکلات مهم صنعت نشر عنوان کرده است (Matlabi, 2019).
- بی توجهی به تبلیغات مناسب	یکی از مشکلات توزیع کتاب مقوله سیاست های کلی دولت و نهادهای دولتی است که شامل ضعف برنامه ریزی جامع و سیاست های وزارت فرهنگ و ارشاد می باشد (Paknahad, 2015).
- نبود فرهنگ مطالعه	کانوی، ون اورز، و وندرپلاگ، برای رفع مشکلات اشاره شده به کمک های مالی و کاهش مالیات توسط دولت اشاره کرده اند (Canoy et al, 2006).
- شرایط اقتصادی جامعه	غیراقتصادی بودن این حرفه از مشکلات اساسی است و مهمترین دلیل آن پایین بودن سرانه مطالعه می باشد (Taherkhani, 2019).
- وضعیت اقتصادی مردم	مطلبی نبود فرهنگ مطالعه در ایران از مشکلات اساسی حوزه نشر است (Matlabi, 2019).
- عدم دخالت دولت	
- ضعف قوانین نظارت مناسب	
- حمایت غیر اصولی از حوزه کتاب	
- وضعیت اقتصادی مردم	
- بالا بودن هزینه ها	
- اقتصادی نبودن توزیع	
- نبود فرهنگ مطالعه	

کانال های توزیع کالا و خدمات فرهنگی در ایران به طور عمده به شکل سنتی است و شبکه توزیع سنتی، به دلیل عدم بهره گیری از فناوری های نوین، طولانی بودن مسیر گردش جریان کالا، سهم بسیار اندک کتابفروشی ها در نظام توزیع کالا، ضعف زیرساخت های توزیع و مهارت نداشتن نیروی انسانی در بخش توزیع و عدم وجود شبکه های توزیع توانمند دولتی و خصوصی، موجب عدم کارایی شبکه توزیع کتاب و نارضایتی مصرف کنندگان می شود.

نبود تناسب بین تعداد ناشران و موزعان و کتابفروشی ها، از مشکلات اساسی صنعت نشر است که به دفعات از سوی مصاحبه شوندگان مطرح شد. به طور معمول در هر کسب و کاری، انتظار می رود تعداد موزعان و به ویژه مراکز فروش، چندین برابر تعداد تولید کنندگان باشد، ولی در صنعت نشر ایران این مساله، وارونه است و تعداد ناشران دو یا به عبارتی بیش از سه برابر کتابفروشان و ده ها برابر توزیع کنندگان کتاب است؛ به عبارتی در مقابل حداقل هر ۱۰ ناشر تنها یک توزیع کننده وجود دارد که نشان از وضعیت معیوب توزیع کتاب در ایران است. یکی از اقداماتی که دولت و بدنه نشر بایستی انجام دهند ایجاد تناسب بین تعداد ناشران و مراکز توزیع و فروش است.

بالابودن تعداد مجوز نشر باعث لطمه به بدنه نشر و چرخه کتاب شده است زیرا عده‌ای به دلیل برخورداری از امکانات این حرفه: سهمیه کاغذ، وام‌های کم بهره، یارانه و... وارد این صنف می‌شوند در حالی که یا اصلاً کتابی چاپ نمی‌کنند و یا کتاب‌های بی کیفیت و موازی با ترجمه‌های نامناسب راهی بازار می‌شود که به توزیع و فروش هم آسیب می‌زند، به همین دلیل می‌توان گفت که پروانه‌های نشر چندان موفق نبوده است، چه بهتر است که کمک‌ها و حمایت‌های دولت در بخش توزیع و فروش هم هدایت شود.

صنف توزیع به دلیل سیستم کاری، چک‌های بلند مدت با حاشیه سود و درآمد ناچیزی که دارد اقتصادی نیست و کمک دولت با ایجاد اهرم‌های حمایتی و صندوق‌های تضمین معاملات می‌تواند به برطرف کردن نگرانی‌های حاصل از این حرفه مانند هراس از دست دادن سرمایه و یا برگشت خوردن چک‌ها و... پایان دهد.

پایین بودن تقاضای خرید کتاب - به دلایل متعدد از قبیل کم بودن علاقه مردم به مطالعه، عدم احساس نیاز، بی سوادی و یا کم سوادی جامعه - یکی دیگر از مشکلات حرفه کتاب می‌باشد به طوری که در سبد خانواده‌های ایرانی کتاب جای مهمی ندارد درست است که مشکلات اقتصادی و گرانی کتاب می‌تواند در تقاضا موثر باشد ولی ثابت شده است که احساس نیاز بر گرانی غلبه می‌کند مثل زمانی که کدبانوی ایرانی با وجود بهای بالای کتاب‌های آشپزی ولی جای خالی آن را احساس کرده و همانطور که می‌دانیم کتاب‌های آشپزی هنوز هم از فروش و جایگاه ویژه‌ای برخوردار است که بر توزیع نیز بسیار موثر است زیرا فروش کم کتابفروشی باعث خرید کم از موزعان می‌شود این یکی از مشکلات فرهنگی کشور است که نیاز فراوانی به فرهنگ سازی به خصوص در سطح مدارس ابتدایی می‌باشد.

تداخل صنفی یکی از معضلات پیش روی توزیع است زمانی که ناشر، موزع و کتابفروش حدود و روبه کاری خویش را رعایت نکنند باعث آسیب جدی به این چرخه می‌شود باید با نظارت و اجرای قوانین ناشر مکلف به تولید، موزع به توزیع و کتابفروش نیز به فروش بسنده کند و اینکه ناشر مستقیم با کتابفروش معامله کند مشکل‌زاست و یا مناسب نیست موزع اقدام به تک‌فروشی کتاب بکند.

برگزاری نمایشگاه‌های استانی، باعث رکود کتابفروشی‌ها در سراسر کشور می‌شود. در زمان برگزاری نمایشگاه‌ها و حتی تا چند ماه پس از آن عملاً کتابفروشان به تعطیلی کشیده می‌شوند بهتر است تدبیری اندیشیده شود که همین مخاطب اندک را از کتابفروشی‌ها بیرون نیاوریم تا به جای خرید از نمایشگاه‌ها به کتابفروشی‌ها مراجعه کنند.

پخش‌های کوچک و متعدد باعث اتلاف سرمایه، نیرو و انرژی می‌شوند در صورتی که به جای تعداد بسیار آنها بهتر است کار توزیع توسط چندین بنگاه با ایجاد سازمان‌های بزرگ توزیع صورت پذیرد و این امر باعث سودآوری بهتر و اعتبار بالاتر توزیع می‌شود.

متأسفانه به دلیل سود پایین حرفه توزیع اکثر موزعان در کنار این حرفه، به نشر و یا فروش تک نسخه اقدام می‌کنند و در کل چون حرفه کتاب سودآور نیست، به خصوص برای موزعان و کتابفروشان، جهت ماندگاری در این حرفه‌ها به حرفه دیگر نیز روی آورده اند و این امر باعث می‌شود که کار اختصاصی و تمرکز روی حرفه وجود نداشته باشد و در نتیجه فعالیت حرفه‌ای با مشکلاتی همراه می‌شود.

تبلیغات در حرفه توزیع می‌تواند بر توزیع مناسب، تاثیر مستقیم داشته باشد که اساساً در کشور ما تبلیغات هزینه بر است و هیچ یک از صنوف مرتبط با کتاب، توانایی پرداخت این هزینه‌ها را ندارد، حمایت دولت می‌تواند نقش بسیار موثری در این حوزه داشته باشد.

فعالیت موضوعی و تخصصی موزعان، به شناخت بهتر جامعه مصرف کننده، درک نیاز آنها جامعه و انعکاس نیازها به بخش تولید کمک می‌کند. با توزیع تخصصی کتابهای مناسب در اختیار شخص مناسب و در زمان مناسب، قرار می‌گیرد.

نبود نظام جامع اطلاعاتی، یکی از مشکلات اساسی حوزه کتاب در بخش‌های مختلف است و سبب شده تا ناشران و توزیع‌کنندگان و کتابفروشان اطلاعات دقیقی از گردش کتاب و آمار کتاب‌های به فروش رفته و باقیمانده در انبار نداشته باشند و گاهی از نشر کتاب‌های جدید مطلع نمی‌شوند، در صورتیکه که گردش اطلاعات در بازار نشر عامل موثر در افزایش فروش کتاب به شمار می‌رود. یکی از اقدامات مناسبی که دولت می‌تواند انجام دهد تامین این زیرساخت با مشارکت بخش خصوصی است.

کمبود کتابفروشی‌ها و ویتترین عرضه، یکی دیگر از مشکلاتی است که به حرفه توزیع ضربه می‌زند به طوری که بعضی از کتاب‌ها به دلیل حجم بالای تولید مجال رفتن به کتابفروشی را ندارند، کمک دولت در ایجاد مجتمع‌ها و مراکز فروش با اجاره پایین می‌تواند در هدفمندی استفاده از یارانه‌ها موثر باشد.

تشکر و قدردانی

از تمامی توزیع‌کنندگانی که در مصاحبه و تکمیل فرم‌های پرسشنامه یاریم کردند سپاسگزارم.

تعارض منافع

هیچ‌گونه تعارض منافع از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

Reference

- Alibabaei Dermani, Azar. (2006). The State of Publishing in Markazi Province After the Islamic Revolution. Book of The Month, Ninth year, 27-36. [In Persian]
- Azarang, A. H. (2001). A few Words Regarding Book Publishing Policies. Tehran: Ketabdar. [In Persian]
- Babalhavaeji, Fahime.(2008). Familiarity with the Basics of Publishing with an Emphasis on Electronic Publishing and Publishing Economics. Tehran: Chapar. [In Persian]
- Bazargan Harandi, Abbas. (2010). Mixed Method Research Design: A preferable approach in management studies. Management knowledge. 21 (81) .19-36. [In Persian]
- Canoy, M., Van Ours, J. C., & Van Der Ploeg, F. (2006). The Economics of Books. Handbook of the Economics of Art and Culture, 1, 721-761.
- Davoodi, H. R. (2014). Publishing Industry Challenges and Strategies in Tehran from the Perspective of Urban Management. M.A Thesis, Faculty of Management and Accounting. Allameh Tabatabaee University. Tehran. [In Persian]
- Eschweiler, Jan-C., Goehler, Axel. (2010). Book distribution in the Arab World. Publishing Research Quarterly, 26(3), 193-201.

- Ghalehnovi, Azadeh. (2013). Investigating Publication, Distribution and Selling of Books in Mashhad City from 1380 to 1390. M.A Thesis, Management, Imam Reza University, Faculty of Humanities, Mashhad. [In Persian]
- Haghparast, Mahboobeh. (2011). Study of The Opinions of Booksellers about Creation and Launching of Online System in Book Retail Market in Iran. M.A.Thesis, Librarianship and Information Science, University of Isfahan, Isfahan. [In Persian]
- Hasani, Mohammad Reza. (1999). A Survey of Book Publish in Khorasan (1373- 1377) and Design a Suitable Plan. M.A Thesis, Librarianship and Information Science, Tarbiat Modarres University, Faculty of Humanities, Tehran. [In Persian]
- Hayati, zahir. (1979). Book Distribution in Iran. Master Thesis in Library and Information Science, Tehran University, Faculty of Psychology and Educational Sciences. Tehran. [In Persian]
- Jaberi, Elahe. (2013). Studing the Views of Publishers, Experts and Readers Related to Various Mass media on Book Introduction and Sales. Master Thesis in Publication Management, Imam Reza University, Faculty of Humanities Management, Mashhad. [In Persian]
- Luck, Sara Elizabeth, Lamp, John William, Craige, Annemieke, & Neilson, Jo Coldwell (2015). The book: production and participation. *Library Review*, 65(1/2), 2-19.
- Mansourian, Y. (2006). Adoption of Grounded Theory in LIS Research. *New Library World*, 107 (9,10), 386-402.
- Malakooti Nasab, Esmat. (2013). Factors Affecting the Condition of Publishing and Selling Books in Kohgiluyeh and Boyer-Ahmad from Viewpoint Publishers and Booksellers During the Years (2001-2011). Master thesis in Publishing Management Imam Reza University, Faculty Management, Mashhad. [In Persian]
- Matlabi, Dariush. (2011). Analysis of the book publishing economy of Iran after the Islamic Revolution of Iran and the study of affecting factors (2008-2009). PhD thesis in Knowledge and Information Science, Islamic Azad University of Science and Research Branch, Tehran. [In Persian]
- Matlabi, Dariush. (2019). Problems of the Iranian book publishing industry: based on content review. *Journal of Culture-Communication Studies*. 20 (48): 205-234. [In Persian]
- Moftakhari Nazaripoor, Tahereh, Mirhosseini, Zohreh (2008). Investigating the Problems of Publishers in Tehran Province During 1997-2007. *Epistemology*, 1(2), 97-112. [In Persian]
- Mohseni, Hamid. (2008). Familiarity with printing and publishing in public relations. Tehran: Librarian. [In Persian]
- Paknahad, Somayeh. (2015). Children and Adolescent Books Distribution Problems in Iran: Viewpoints of Professional Publishers of the Field. *Research on Information Science and Public Libraries*, 22(2), 291-308. [In Persian]

- Poirel, Carole, & Pache, Gilles. (2017). Resistance strategies in distribution channels: A view from the French book trade. *Society and Business Review*, 12(2), 152-174.
- Ranjbar, Hadi; Haqhdoust, Ali Akbar; Salsali, Mahvash; Khoshdel, Alireza; Soleimani, Mohammadali; And Bahrami, Nasim. (2012). Sampling in Qualitative Research: A Guide for beginning. *Annals Of Military and Health Sciences Research*, 10 (3), 238-250. [In Persian]
- Rezaei, Mohsen; Rashidi, Shahriar; Tonekaboni, Ali. (2002). Design and Optimization of Book Distribution System in Iran. Tehran: Melika. [In Persian]
- Sharifi, Kioomars, Nesabi, Hamidreza, Yavarzadeh, Mohammadreza. (2013). Identifying and Prioritizing Factors Effecting on Efficiency of Goods Distribution Network. *Business Management*, 5(2), 115- 130. [In Persian]
- Strauss, A., Corbin. J. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. 2nd ed. California: Sage.
- Taherkhani, Leila. (2019). Investigating the situation of book publishing and distribution in Qazvin province (during the years 86 to 97). Master Thesis in Library and Information Science, Payame Noor University of Qom, Payame Noor Center, Qom. [In Persian]
- Yarahmadi, davood. (2018). Investigating the Problems of the Distribution System of ArtProduction Books and Its Empowerment Method During 2011- 2016. Master Thesis in Art Economics, Imam Reza International University. Mashhad. [In Persian]

COPYRIGHTS



© 2021, By the authors. Licensee SCU, Ahvaz, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)