



Dynamic Model of Book Reprinting in the Publishing Industry with a Focus on Strategic Decision Making

Ramuna Mirhajian Moghadam¹, Alireza Naser Sadrabadi^{*2}, Ali Morovati Sharifabadi³, Seyed Mahmood Zanjirchi⁴

1- Ph.D Candidate of Yazd university ,Department of Industrial Management, Faculty of Economics, Management & Accounting, Yazd University, Yazd, IRAN.

2*- Faculty member of Yazd university ,Department of Industrial Management, Faculty of Economics, Management & Accounting, Yazd University, Yazd, IRAN.

3- Faculty member of Yazd university ,Department of Industrial Management, Faculty of Economics, Management & Accounting, Yazd University, Yazd, IRAN.

4- Faculty member of Yazd university ,Department of Industrial Management, Faculty of Economics, Management & Accounting, Yazd University, Yazd, IRAN.

Abstract

In today's world, the culture of reading and books as its symbol are of particular importance. However, the economic recession has also cast a shadow on the publishing industry and has caused the importance of profitability in this industry. What causes income and return on investment in the publishing industry is book reprinting.

In this article, we aim to examine book reprinting in publishing houses using a system dynamics approach. For this purpose, books and publishing houses are first introduced. Then, the process of reprinting or reprinting books is described. In the next part of the article, the modeling process is explained and the structure and behavior of the dynamic system for publishing houses are explained. With the help of systems thinking tools, including causal loop diagrams and flow state diagrams, we use vensim software to understand the system structure. In this article, vensim software is used for modeling and the analysis of the results is given at the end.

Keywords: Books, Publishing Industry, Reprinting, System Dynamics, Strategic Decision Making

Citation:

Mirhajian Moghadam,R. , Naser Sadrabadi,A. , Morovati Sharifabadi,A. and Zanjirchi,S. M. (2025). Dynamic Model of Book Reprinting in the Publishing Industry with a Focus on Strategic Decision Making.Journal of Intelligent Marketing Management, 6(4), 84-115.



مدل پویایی تجدید چاپ کتاب در صنعت نشر با تمرکز بر تصمیم‌گیری استراتژیک

رامونا میرحاجیان مقدم^۱، علیرضا ناصر صدرآبادی^{۲*}، علی مروتی شریف‌آبادی^۳، سید محمود زنجیرچی^۴

۱- دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد.

۲- *دانشیار، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری - گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه یزد، یزد.

۳- استاد، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری - گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه یزد، یزد.

۴- استاد، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری - گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه یزد، یزد.

چکیده

در دنیای کنونی فرهنگ مطالعه و کتاب به عنوان نماد آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. با این حال رکود اقتصادی بر صنعت نشر نیز سایه انداخته و سبب شده اهمیت سودآوری درین صنعت شده است. آنچه سبب کسب درآمد و بازگشت سرمایه در صنعت نشر می‌شود تجدید چاپ کتاب است.

در این مقاله بر آنیم تا تجدید چاپ کتاب در انتشارات را با رویکرد پویایی سیستم بررسی کنیم. به این منظور ابتدا کتاب و انتشارات معرفی می‌شوند. سپس فرایند تجدید چاپ یا باز چاپ کتاب شرح داده می‌شود. در قسمت بعدی مقاله فرایند مدلسازی بیان شده و ساختار و رفتار سیستم پویا برای انتشارات بیان می‌شود. به کمک ابزارهای تفکر سیستمی از جمله نمودار علی حلقوی و نمودار حالت جریان، برای درک ساختار سیستم استفاده می‌کنیم. در این مقاله از نرم افزار vensim برای مدلسازی استفاده شده است و تحلیل حاصل از آن در پایان آمده است.

کلیدواژه‌ها: کتاب، صنعت نشر، تجدید چاپ، پویایی سیستم، تصمیم‌گیری استراتژیک

استناد:

میرحاجیان مقدم، رامونا ناصر صدرآبادی، علیرضا، مروتی شریف‌آبادی، علی و زنجیرچی، سید محمود. (۱۴۰۴). مدل پویایی تجدید چاپ کتاب در صنعت نشر با تمرکز بر تصمیم‌گیری استراتژیک. مدیریت بازاریابی هوشمند، ۶(۴)، ۸۴-۱۱۵.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۶/۲۲

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۴/۰۷/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۸/۱۲

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۱۰/۰۱

<https://doi.org/JABM.3.2.15564.35125632859573>

نشریه مدیریت بازاریابی هوشمند، ۱۴۰۴، دوره ۶، شماره ۴، پیاپی ۳۰

ناشر: نشریه مدیریت بازاریابی هوشمند

نوع مقاله: علمی پژوهشی

© نویسندگان



مقدمه:

محیط کسب و کارهای امروزه رقابتی است و مسایلی مانند کلان داده‌ها و ظهور فناوری‌های جدید تصمیم‌گیری را سخت کرده است. تحول علوم انکارناپذیر است و مولفه‌ها و شاخص‌های جدید در حال شکل‌گیری است و ارزش‌ها، ماهیت و ساختار تحول یافته‌ای پیدا کرده‌اند. شیوه درمان، تجارت، آموزش و ارتباط تغییر کرده و نظریه جهان هوشمند در حال شکل‌گیری است. تعامل نرم افزار و سخت افزار، ارتباط هوشمند ابزار با انسان را فراهم کرده است. (آذرمهر و همکاران، ۱۳۹۹). امروزه، ظهور چهارمین انقلاب صنعتی دنیایی را توصیف می‌کند که به افراد این توانایی را می‌دهد که برای زندگی کردن و مدیریت آن با استفاده از فناوری ارتباطات بین حوزه‌های دیجیتال و واقعیت آفلاین حرکت کنند (بالتز آدام، ۲۰۱۸).

اکنون در انقلاب صنعتی چهارم تحول صنایع انکارناپذیر است. از طرفی هوشمندسازی خدمات و ارتباطات در بستر فضای مجازی همه‌گیر شده است. به کارگیری اینترنت اشیا و استفاده از هوش مصنوعی در سخت‌افزار و ساخت ربات‌های هوشمند، دخالت فیزیکی انسانی را کاهش داده است (گلاسون، ۲۰۱۸). با گذشت زمان موارد بیشتری از این تحولات هوشمند را شاهد خواهیم بود. جهانی که انقلاب چهارم صنعتی در حال شکل‌دادن به آن است قطعاً مترقی‌تر و هوشمندتر از آن است که امروز دیده می‌شود. رشد فناوری بخش عمده‌ای از ساختارها را تغییر داده و الگوهای نوینی از زندگی در جهان مدرن را ارائه می‌کند. آنچه که امروز انجام آن سخت و غیر ممکن است در فردای تکنولوژی امکان‌پذیر خواهد شد. این مساله سبب می‌شود آنچه در آینده انتظار هر صنعتی را می‌کشد اهمیت یابد. 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 (هوید و همکاران، ۲۰۱۷). در ایران صنعت نشر یکی از صنایع قدیمی و ریشه دار است که با ظهور نخستین نشانه‌های صنعتی شدن، در یک قرن گذشته وارد کشور شده است. (صفاهیه، ۱۴۰۰). نشر کتاب یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین ارکان فرهنگی اجتماع است. صنعت چاپ و نشر امروزه به عنوان کسب و کار مبتنی بر دانش شناخته می‌شود، این صنعت قرن‌ها نقش مهمی را در انتشار اطلاعات و دانش به عهده داشته است. (شریفی میلانی و همکاران، ۱۳۹۹).

نشر منابع اطلاعاتی در مفهوم عام و نشر کتاب، یکی از مهمترین مولفه‌های توسعه فرهنگی کشورهای جهان محسوب می‌شود و به همین دلیل، همواره مورد توجه دولتمردان و تصمیم‌گیران بوده است. (مطلبی، ۱۳۹۸: ۲۰۶). بدون تردید، نشر کتاب مهمترین صنعت فرهنگی هر کشور است؛ صنعتی که رکود آن بر فعالیت‌های آفرینشی و پژوهشی تأثیر می‌گذارد. هیچ آفرینش و پژوهشی بدون مخاطب نیست و اگر صنعت نشر کشوری نتواند میان پدیدآورندگان از یکسو و مخاطبان از سوی دیگر پیوند برقرار کند، دادوستد میان ذهن‌های مولد جامعه آسیب جدی می‌بیند. به عکس، نشری که فعال است و می‌تواند محصول فرهنگی خود را به درون جامعه ببرد، یا حداقل موفق می‌شود خوانندگان تازه بیابد، همچنین نیازها و تقاضاهای جدیدی را برمی‌انگیزد و بر آفرینش و تولید تأثیر مستقیم می‌گذارد. (نوروزی، ۱۳۹۵: ۳). ظهور فناوری دیجیتال به طور بالقوه پیامدهای بی‌حد و حصر برای انتشار کتاب‌های کاغذی و الکترونیکی ایجاد کرده است. همین مسأله بر پیچیدگی مسائل حوزه نشر افزوده و ضرورت برنامه‌ریزی مناسب مبتنی بر ضرورت‌های دنیای کنونی را دوچندان کرده است. (آذرننگ، ۱۳۹۳). این تحولات ضرورت بازنگری در نقش و کارکرد نشر و حرفه‌مندان نشر را اجتناب‌ناپذیر می‌کند. (سوشیل، ۴)

1 Butler-Adam

2 Gleason

3 Hviid et al.

4 Sushil

۲۰۲۰). کتاب‌های الکترونیکی و کتابخوان الکترونیکی به صورت واضح نقش ناشران را تغییر خواهند داد. تحول الکترونیکی کتاب‌های کاغذی از بین نمی‌رود اما فرمت‌های جدیدی را با مسئولیت‌ها و فرصت‌های جدید برای ناشران فراهم خواهد نمود. (شاوردی، ۱۳۹۱). مشکل اصلی نشر کتاب در ایران، غیراقتصادی بودن آن است. پایین بودن سرانه مطالعه، وضع نامطلوب اقتصاد خانواده‌های ایرانی و عدم اطلاع‌رسانی مناسب از جمله موانع رشد نشر کتاب در ایران است. (اوصیا، ۱۳۸۶) مراحل نشر کتاب، پس از نگارش و تکمیل محتوا، شامل تایپ، ویرایش، طراحی و صفحه‌آرایی، و فعالیتهای بازاریابی می‌شود. این مراحل در همه انواع نشر کتاب اعم از چاپی و الکترونیکی اجرا می‌شود. بدین ترتیب، نویسنده باید ناشری را برای انتشار کتابش انتخاب کند که همه این مراحل را به بهترین شکل اجرا کرده و استعدادهای او را به نمایش بگذارد (کن یو، ۲۰۱۸). در تعریفی که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در سال ۱۳۹۶ ارائه کرده است، مهم‌ترین اقدامات فنی و مدیریتی و همچنین سخت‌افزاری و نرم‌افزاری که در این صنعت انجام می‌شود عبارتند از: الف) برگزیدن اثر برای انتشار یا سفارش دادن آن به پدیدآورنده؛ ب) ویراستاری، صفحه‌آرایی، طراحی گرافیکی و هنری و حرفه‌بینی و به طور خلاصه، آماده‌سازی و تولید هنری و فنی کالایی به نام کتاب؛ ج) تکثیر این کالا با استفاده از یکی از روشهای فناوری چاپ مکانیکی؛ د) عرضه کتاب به عموم (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۹۶)

در سال‌های اخیر نشر الکترونیکی و کتاب‌های الکترونیکی رواج یافته است. این کتاب‌ها در قالب کتاب صوتی، صوتی تصویری، نرم‌افزار، فایل متنی و... تولید می‌شوند و برای عرضه در بستر سایت‌ها و اپلیکیشن‌های کتابخوان قرار گرفته یا به صورت کتاب سی‌دی، فلش کتاب، گیت‌های الکترونیکی و... عرضه می‌شوند. با این حال هنوز سهم این دسته از آثار ۱۰ درصد کل نشر را به خود اختصاص داده و بازار کتاب در اختیار کتاب‌های کاغذی و چاپی ست. کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند در دهه آینده نیز با وجود پیشرفت‌های الکترونیکی سهم کتاب‌های کاغذی محفوظ مانده و بیش از ۷۰ درصد را به خود اختصاص دهند. (مالتیر، ۱۳۹۸)

فروشنندگان کتاب، در واکنش به وضعیت فعلی بازار، ممکن است تغییراتی در صنعت نشر اعمال کنند؛ از سفارش کمتر عناوین و تعداد عناوین گرفته تا ساماندهی و پخش و فروش کتاب برای نشان دادن طرح جلد کتاب‌ها. برخی اذعان دارند که کتابخانه الکترونیکی آمازون و کتابخوان سونی و سایر وسایل الکترونیکی، که حجم وسیعی از کتاب را در خود ذخیره می‌کنند، تهدیدی برای چاپ سنتی محسوب می‌شود. برخی دیگر بر این باورند که دادن اختیار به خواننده یک امتیاز محسوب می‌شود. نفوذ آمازون در تجارت آنلاین کتاب، علاوه بر تأمین فرصت‌های خرید برای بسیاری از مشتریان، باعث ایجاد مزاحمت برای برخی ناشران نیز شده است. به تازگی، نشر پنگوئن، برای رقابت با گول بازاریاب اینترنت، به مشتریانی که از فروشگاه آنلاین این نشر بازدید کنند تخفیف می‌دهد (سجادی و همکاران، ۱۳۹۶). بررسی وضعیت نشر کشور نشان می‌دهد این صنعت در حال حاضر دچار چالش‌هایی است که به واسطه آنها حوزه کتاب روند رو به رشد پیشین را در برخی شاخص‌های مهم از دست داده است. برای مثال در حوزه نشر کتاب، مطالعات نشان می‌دهد اگرچه سالانه تعداد عناوین منتشر شده افزایش می‌یابد، اما شمارگان متوسط کتاب روند نزولی را سپری می‌کند و به بیان ساده از هر کتاب نسخه‌های کمی چاپ شده و به فروش می‌رسد. (افضلی، ۱۳۹۷) در تحلیل اقتصادی حوزه نشر که در سال ۱۳۹۷ انجام شده است مشخص است در سالهای اخیر، اقتصاد نشر کتاب در ایران شرایط مناسبی نداشته است. شمارگان متوسط پیوسته در حال نزول بوده و روند مخارج مردم در مورد این کالا نیز کاهش یافته است. این وضع ادامه حیات فعالان اقتصادی این عرصه را با تردید مواجه کرده است. (افضلی، ۱۳۹۷) چه ناشران بخواهند و چه نخواهند، آینده به سمت محتوای دیجیتال و چاپ بر اساس تقاضا پیش می‌رود. ناشران مجبور خواهند شد، با توجه به اقتصاد الگوی تجاری خود، کپی‌های کمتری از عناوین جدید را چاپ کنند. در حال حاضر، کتابهای الکترونیکی و شنیداری، به رشد فزاینده در صنعت نشر کتاب کمک می‌کنند. (سجادی و همکاران، ۱۳۹۶).

نشر الکترونیک در ایران هنوز در مرحله تکوین است و برای رسیدن به مرحله تثبیت با چالش‌ها و موانعی روبروست که یکی از مهم‌ترین آن‌ها نداشتن پشتوانه حقوقی و عدم رعایت قانون کپی‌رایت در ایران است (بابایی، ۱۳۹۲).

برای تعیین بهترین الگوی جدید اقتصادی، ابتدا باید هزینه واقعی نشر نشریات الکترونیکی، در مقایسه با شیوه سنتی آن، بررسی شود. (تائو و همکاران، ۲۰۲۱). بررسی وضعیت موجود بازار نشر ایران نشان می‌دهد که کاهش تقاضا در بازار از سویی و افزایش بنگاه‌های نشر و به تبع آن کاهش درآمد با توجه به قیمت‌های رقابتی از سویی دگرسبب شده است که ناشران به انتشار کتاب با تیراژهای پایین اقدام نمایند. روش‌های مرسوم نشر که در تیراژهای بال به سوددهی می‌رسند، برای رقابت در بازار کنونی مناسب نیست. هم‌چنین از بعد کیفی نیز سالیق مصرف‌کننده به سمت مصرف محصولات با کیفیت و جذابیت بالاتر گرایش یافته که در این خصوص نیز تکنولوژی دیجیتال نقش مهمی ایفا می‌نماید. (حسنوند، ۱۳۹۶) با بررسی واقعیت‌های زمانه و روند و رویه‌های تولید، انتقال و دریافت اطلاعات در فرایند نشر، می‌توان الگوها و مدل‌های نوینی را برای آن متصور و ترسیم نمود. این الگوهای نو در واقع تجسم اثرهایی است که فناوری‌های نوین در حیطه نشر بر جای گذاشته‌اند. تأثیر این فناوری ناشی از اهمیت و قدرت بالای آن به منزله یک عامل خارجی است که به‌طور جبری بر متغیرهای سازمان تأثیر می‌گذارد. تحولات فناوری، تنها عامل تأثیرگذار بر صنعت نشر نیست، بلکه نشر با توجه به ماهیتی که دارد تحت تأثیر عواملی مختلف فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است. هم‌چنین مسائل درون‌صنعتی تأثیر مستقیمی بر تحولات این صنعت دارد. بدون توجه به این عوامل، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای صنعت نشر راه به جایی نخواهد برد. شناسایی عوامل تأثیرگذار بر آن، می‌تواند در هدایت نشر کتاب مؤثر باشد. افزایش رقابت در حوزه نشر، افزایش محدودیت‌های مالی، کم شدن سرانه مطالعه، کم شدن شمار کتاب‌های منتشرشده از مشکلات اصلی این حوزه است. (شریفی و همکاران، ۱۳۹۹)

ناصری و افشار زاده در سال ۱۳۹۶ با استفاده از مدل پورتر، صنعت نشر ایران را تجزیه و تحلیل کردند. براساس یافته‌های این تحقیق قدرت تهدید ورود شرکت‌های جدید در صنعت نشر وجود دارد. رقابت میان شرکت‌های موجود در صنعت نشر وجود دارد. قدرت نیروی چانه زنی خریداران در صنعت نشر وجود دارد. قدرت چانه‌زنی عرضه‌کنندگان در صنعت نشر وجود دارد و وضعیت نیروی تهدید عرضه خدمات جانشین در صنعت نشر نیز وجود دارد. (ناصری، ۱۳۹۶)

با بررسی وضعیت نشر کشور ایران می‌توان اینگونه جمع‌بندی کرد که آینده نشر کتاب در دنیا و به خصوص در ایران هنوز ناشناخته است. هر چند رشد کتاب‌های الکترونیک در طی سالهای اخیر افزایش داشته است اما نمی‌توان به طور یقین درباره آینده این صنعت اظهار نظر کرد چون شرایط شهرهای کوچک و دور افتاده و روستاها به شدت با شهرهای بزرگ و پایتخت متفاوت است. ابهامی که درباره آینده نشر کتاب و سرعت تحولات در عصر دیجیتالی ایجاد شده است، نوعی سردرگمی بین ناشران و نهادهای دست‌اندرکار حوزه نشر ایجاد کرده که آنها را در تصمیم‌گیری درباره شیوه‌های سرمایه‌گذاری و ورود به بازار آینده دچار مشکل کرده است. مطالعه عدم قطعیتها و نیروهای پیشران در حوزه نشر، از آن جهت حایز اهمیت است که میتوان راهبردهای اساسی این حوزه را با در نظر گرفتن عدم قطعیتها و پیشرانهای فن آوری، زیست محیطی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی که ممکن است به طور مستقیم یا غیر مستقیم بر حوزه مرتبط اثرگذار باشند، تدوین و ارزیابی نمود. (شریفی و همکاران، ۱۴۰۰)

نتایج بررسی متون نشان می‌دهد که مشکلات موجود در صنعت نشر به دو دسته عمده مشکلات درونی (درون‌صنعتی) و بیرونی (برون‌صنعتی و فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی) قابل دسته‌بندی است و حل یکی بدون دیگری امکان‌پذیر نیست. مهم‌ترین

مشکلات حرفه ای (درون صنفی) صنعت نشر بدین شرح است: ۱. نابسامانی وضعیت توزیع کتاب، ۲. حرفه ای نبودن بخش اعظم ناشران و نداشتن تخصص کافی در حوزه نشر و ۳. بی توجهی به سازوکارهای اقتصادی در "تولید، توزیع و مصرف کتاب". در بخش مشکلات بیرونی یافته‌ها نشان می‌دهد: نبود فرهنگ کتابخوانی در ایران و عدم ترویج کتابخوانی از سوی نهادهای آموزشی، مهم ترین مشکل فرهنگی است، همچنین نبود نهادهای صنفی (اتحادیه نشر) قوی و تاثیرگذار و عدم توسعه کتابخانه‌ها، مهم ترین مشکلات اجتماعی است. نگرش صرفاً فرهنگی و بی توجهی به سازوکارهای اقتصادی مهم ترین مشکل اقتصادی صنعت نشر و ممیزی کتاب و نارکارآمدی قوانین مرتبط با حق نشر (مؤلف) و همچنین دخالت بیش از حد دولت در نشر به عنوان مهم ترین مشکلات سیاسی صنعت نشر مطرح شده اند. (مطلبی، ۱۳۹۸)

صنعت نشر تنش‌های اقتصادی زیادی را تجربه کرده و اکنون دچار رکود اقتصادی شده است. این رکود در دو دهه اخیر بی سابقه بود. در وضعیت فعلی اقتصادی جامعه، کتاب از سبد خانوارهای ایرانی خارج شد و سرانه مطالعه کاهش پیدا کرد. همزمان با شیوع کرونا این رکود بیش از پیش ادامه پیدا کرد و با تعطیلی نمایشگاه کتاب ناشران با مشکل نقدینگی مواجه شدند. صنعت نشر نیز مانند سایر صنایع تولیدی وابسته به واردات مواد اولیه از خارج از کشور است و به دنبال تحریم‌ها برخی مواد مورد نیاز برای چاپ و کاغذهای سبک نایاب شدند. افزایش نرخ ارز بر کاغذ تاثیر گذشته و افزایش قیمت آن سبب بالا رفتن قیمت کتاب و کمتر شدن قدرت خرید مردم می‌شود. این مسایل سبب شد ناشران هنگام تولید آثار توجه بیشتری به میزان سود آوری آن داشته باشند. همچنین موسسات و شرکت‌هایی که در زمینه چاپ و نشر در حال فعالیت هستند به منظور بالا بردن جایگاه خود در فضای رقابتی حاضر، نیازمند برنامه ریزی مجدد نقشه راه استراتژیک خود و داشتن انعطاف پذیری و گاهی اصلاح برنامه بر اساس تغییر سلیقه مشتریان، نیازمندی‌های بازار و جامعه و سایر عوامل موثر هستند. سازمان‌های چاپ و نشر از عوامل مختلفی در راستای بهبود جایگاه خود در بازار و افزایش سود و فروش کتاب بهره می‌جویند.

با توجه به نکات مطرح شده در این تحقیق ما بر آن هستیم تا پویایی سیستم را در یک موسسه انتشاراتی بررسی کنیم و عوامل تاثیرگذار بر چاپ و عرضه آثار را در نظر بگیریم. با توجه به سهم عمده کتاب‌های کاغذی و چالش‌های ناشران برای تامین کاغذ در این تحقیق نیز کتاب کاغذی مدنظر قرار گرفته است. علاوه بر این آنچه سبب سودآوری یک موسسه می‌شود تجدید چاپ آثار آن موسسه است.

مبانی نظری:

کتاب:

واژه کتاب از زبان عربی وارد زبان فارسی شده است و طبق تعریف یونسکو کتاب یک اثر چاپی صحافی شده که بیشتر از ۴۹ صفحه داشته باشد و مانند نشریات، تحت یک عنوان ثابت، به صورت دوره‌ی منتشر نشود. اما امروزه این تعریف دیگر چندان کارایی ندارد و به سختی می‌توان تعریف جامعی برای کتاب ارائه کرد، چرا که کتاب دیگر انحصاراً به صورت چاپی منتشر نمی‌شود و در شکل‌های کتاب سخنگو، کتاب دیجیتال (کتاب الکترونیکی) و شکل‌های دیگر ظهور کرده است. (پورممتاز، ۱۳۸۸) در توضیح این تعریف می‌توان گفت کتاب مجموعه‌ای است از برگ‌های معمولاً کاغذی که روی آن‌ها مطالبی چاپ شده و در یک طرف به یکدیگر متصل شده است و دارای پوشش یا جلد است، هر برگه در کتاب، ورق و هر سمت یا روی هر ورق، صفحه نامیده می‌شود. تعداد صفحات کتاب در این تعریف بیشتر از ۶۸ صفحه است. با این حال این تعداد برای مخاطبان رده‌های سنی مختلف متفاوت است. از تولید اولین کتاب‌ها ۵۰۰۰ سال می‌گذرد، در آن دوران اهالی بین‌النهرین از لوح‌های گلی برای ثبت مسائل حکومتی یا مالی استفاده می‌کردند ولی فرم امروزی

کتاب حدود ۱۸۰۰ سال پیش برای نوشتن متون مذهبی مسیحیان شکل گرفت. مسیحیان نوشته های خود را بر روی چرم و پوست حیوانات می نوشتند و سپس آن ها را با استفاده از ابزاری متناسب به هم می دوختند. در سال ۱۴۴۰ با اختراع ماشین چاپ گوتنبرگ، صنعت تولید کتاب متحول شد و متون دست نویس جای خود را به متون چاپی دادند و در دسترس همگان قرار گرفتند بعدها با پیشرفت دستگاه های چاپ، روز به روز بر کیفیت و تنوع کتاب های چاپی افزوده شد و امروزه دستگاه های تمام الکترونیک عهده دار چاپ کتاب شدند. (شهریاری، ۱۳۷۰)

با وجود ظهور نشر الکترونیک و کتاب های الکترونیکی سهم این دسته از آثار ۱۰ درصد کل نشر را به خود اختصاص داده و بازار کتاب در اختیار کتاب های کاغذی و چاپی ست. کارشناسان پیش بینی می کنند در دهه آینده نیز با وجود پیشرفت های الکترونیکی سهم کتاب های کاغذی محفوظ مانده و بیش از ۷۰ درصد را به خود اختصاص دهند. کتاب ها از ابعاد مختلف قابل دسته بندی است. (صراف، ۱۳۹۸)

- ۱) موضوع: این شیوه معمول ترین شیوه دسته بندی کتاب هاست و در سایت های رسمی خانه کتاب، کتابخانه ملی و ... دسته بندی کتاب بر اساس موضوع صورت می گیرد.
 - ۲) رده سنی مخاطب: کودک، نوجوان، بزرگسال دسته های اصلی هستند. این دسته بندی می تواند خردتر شده و خردسال، میانسال و ... نیز به آن افزوده شود
 - ۳) قالب متن: قالب ادبی متن از جمله شعر، داستان، پرسش و پاسخ و متن علمی و ... نیز می تواند ملاک دسته بندی آثار باشد. در همین قسمت می توان ژانر های ادبی وحشت، طنز و ... را نیز در نظر گرفت.
 - ۴) شیوه عرضه: اعم از کتاب های الکترونیک، کاغذی و ... است
 - ۵) شکل ظاهری: یک دسته بندی بر اساس قطع شامل رحلی، وزیری، رقیعی، خشتی است. یا بر اساس نوع جلد به کتاب های جلد سخت و جلد شومیز یا بر اساس نوع صحافی به کتاب های صحافی فنی، چسب گرم و .. تقسیم کرد. (عفرای، ۱۳۹۵)
 - ۶) بر اساس چاپ اول، تجدیدچاپ
- میزان سود ناشر به تجدیدچاپ اثار وابسته است. ازین رو ملاک ما در این پژوهش کتاب های کاغذی است که تجدیدچاپ می شوند. این کتاب های برای تمام رده های سنی، در قطع ها و شکل ظاهری متفاوت عرضه می شوند. طبق تعریف معمول کتاب چاپ اول به کتابی گفته می شود که محتوا کتاب برای اولین بار منتشر شود و کتاب تجدیدچاپی کتابی است فقط صفحه شناسنامه کتاب تغییر کرده و عینا همان محتوا و صفحه آرایه تجدیدچاپ شود.

ناشر

در دیدگاه تخصصی انتشارات موسسه ای است با هدف تولید و انتشار کتاب. این موسسه مانند تمامی کسب و کارها برای حیات خود نیازمند به سود آوری است. در کشور ما ناشران پس از ثبت شرکت با کسب مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، موسسه خود را ثبت می کنند. در ایران ناشران دولتی، خصوصی و نیمه خصوصی زیادی مشغول به کار هستند. ناشران بسته به نوع فعالیت و حجم تولیدات دسته بندی می شود. به عنوان نمونه ناشران دانشگاهی، ناشران عمومی، ناشران کودک و نوجوان، ناشران تجدیدچاپی و ... این ناشران به تولید و عرضه انواع کتاب های کاغذی و الکترونیک می پردازند. میتوان اثری را نوشت و اطلاعات آن را با منابع اطلاعاتی را کنترل کرد از صحت املا کلمات اطمینان یافت. متن را صفحه آرایه و صفحه بندی کرد تصویر ها و

نمودارها را حتی چند رنگ طراحی نمود. نمونه گرفت و تکثیر کرد و همه این کارها در اتاق کوچکی روی یک میز بدون رفت و آمد و بدون ایجاد هیچ گونه آلودگی انجام داد. (آذرنگ، ۱۳۸۱)

فرایند تجدیدچاپ کتاب

تصمیم گیری برای زمان تجدیدچاپ هر اثر به میزان فروش آن اثر بستگی دارد. لازم است هنگامی که تعداد موجودی کتاب به نقطه سفارش رسید برای تجدیدچاپ کتاب اقدام شود. فرایند تجدیدچاپ کتاب به شکل زیر است:

- آماده سازی فایل کتاب
- دریافت مجوزهای قانونی
- تعیین قیمت
- اصلاح صفحه شناسنامه
- کنترل فنی
- ارسال اثر به چاپخانه
- آماده سازی زینک و کاغذ
- لیتوگرافی و چاپ
- لیتوگرافی
- چاپ
- صحافی

در ادامه اجزای این فرایندها شرح داده خواهد شد.

آماده سازی فایل کتاب:

برای تجدیدچاپ کتاب لازم است پس از بررسی پرونده برای دریافت مجوز فیفا و ارشاد اقدام شود. سپس برآورد هزینه کتاب انجام شده و قیمت مصوب به همراه فیفا جدید در صفحه شناسنامه جاگذاری می شود. نوبت چاپ و مجموع شمارگان پیشین نیز تغییر یافته و بر روی جلد و صفحه شناسنامه درج می شود. پس از دریافت مجوز ارشاد فایل کتاب، آماده ارسال به چاپخانه است. کنترل فنی انجام شده و نامه چاپخانه به امضا مدیر عامل رسیده و اثر راهی چاپخانه می شود.

آماده سازی زینک و کاغذ

به منظور استفاده از زینک و کاغذ لازم است عملیات آماده سازی کاغذ و زینک انجام شود. منظور از آماده سازی زینک عملیاتی است که در لیتوگرافی بر روی فایل کتاب و زینک خریداری شده انجام می شود تا بتوان از آن برای عملیات چاپ استفاده کرد. به منظور استفاده از کاغذها نیز لازم است کاغذهای خریداری شده از حالت رول خارج شده، برش زده شوند و برای ورود به دستگاه چاپ آماده شوند. در این قسمت کاغذهای موجود در انبار کنترل می شوند و کاغذهایی که بنا به شرایط محیطی، نحوه نگه داری و ... آسیب دیده اند از روند تولید خارج می شوند.

لیتوگرافی و چاپ

لیتوگرافی فرایندی است که در آن صفحه هایی فلزی از جنس آلومینیوم ساخته می شوند. این مرحله واسط میان فایل و چاپ است. فایل های طراحی شده ابتدا در لیتوگرافی تبدیل به صفحات فلزی می شوند و سپس این صفحات به برای انجام عملیات چاپ

استفاده می شوند. در لیتوگرافی ابتدا فایل های کتاب به چهاررنگ اصلی خود تفکیک می شوند. جنس سطح ورقه فلزی زینک از موادی است که مرکب چاپ را به خود جذب نمی کند. در عوض جنس مواد پلیمری که طرح را با آن را بر روی زینک چاپ می کنند جاذب مرکب هستند. از همین خاصیت در چاپ استفاده می شود. برای ساخت زینک چند روش وجود دارد یکی از این روش ها که بسیار معمول است استفاده از دستگاهی به نام ایمچ ستر است، چهار فایل تفکیک شده از فایل اصلی را با رنگ مشکی بر روی طلق شفاف پرینت می گیرد. پس از اینکه این طلق ها آماده شد آنها را بر روی زینک های خام چسبانده و با گیره های مخصوصی فیکس می کنند. سطح زینک خام از ماده ی پلیمری جاذب مرکب پوشانده شده و قسمت های اضافی از روی سطح آن برداشته می شود تا فقط بخشهای طرح باقی بماند.

از چاپ کتاب با تیراژ بالا به نام افست یاد می شود. این چاپ که همراه با استفاده از زینک است با چاپ دیجیتال متفاوت است. از چاپ افست برای چاپ انواع کتاب، مجله و ... که قرار است بر روی کاغذ و معمولاً با تیراژ بیشتر از ۱۰۰۰ نسخه و با کیفیت بالا چاپ شود استفاده می شود. دستگاه های چاپ افست بسته به مدل دارای سایز چاپ از ۳۵*۵۰ سانتی متر تا ۱۰۰*۷۰ و حتی در موارد محدود تا سایز ۱۴۰*۱۰۰ هستند. در چاپ افست از مدل رنگ CMYK استفاده می شود و هر رنگ به صورت جدا گانه بر روی کاغذ چاپ میشود و عمل ترکیب رنگ بر روی کاغذ صورت میگیرد. منظور از چهار رنگ اصلی CMYK، این است که کلیه رنگها از ترکیب چهار رنگ فیروزه ای یا سایان (Cyan) ارغوانی یا مجنتا (Magenta) رنگ زرد یا یلو (Yellow) و رنگ سیاه (BlackOrKey) به وجود می آید برخی از دستگاه های چاپ افست گرنگ هستند که علاوه بر چاپ هم زمان CMYK میتوانند چاپ رنگ پنجم (مثلاً نقره ای یا طلائی یا رنگ های ساختگی) و یا حتی چاپ ورنی را انجام دهند.

صحافی

کتاب ها با چلدهای مختلف تولید می شوند آنچه فرم های چاپی را به کتاب تبدیل می کند صحافی نام دارد منظور از صحافی، یا جلد کردن کتاب، به عمل تا کردن، ترتیب، ته دوزی، جلد گذاری و در نهایت برش کتاب است به این ترتیب که فرم های چاپ شده توسط دستگاه تاکن، تا می شود و سپس فرم ها به وسیله ماشین صحافی ترتیب (مرتب شدن و در کنار هم قرار دادن) می شوند و سپس بستگی به نوع صحافی در نظر گرفته شده فرایند صحافی ادامه می یابد. فرم های ترتیب شده با ماشین صحافی که می تواند چسب، مفتول زن، دوخت و جلدسازی باشد به جلد متصل می شوند. در نهایت براساس قطع استاندارد (اندازه در نظر گرفته شده برای کتاب) برش خورده و در اینجا مرحله صحافی به پایان می رسد. عملیات صحافی به صورت دستی یا توسط دستگاه های تمام اتوماتیک قابل انجام است. (عفرای، ۱۳۹۵)

پویایی سیستم

پویایی شناسی سیستم، دیدگاه و مجموعه ای از ابزارهای مفهومی است که ما را قادر به فهم ساختار و پویایی سیستم های پیچیده می کند. در پویایی شناسی سیستم از اثرهای جانبی بلندمدت تصمیم هایمان تجربه می آموزیم، یادگیری را سرعت بخشیده، سیستم های پیچیده را درک و ساختارها و استراتژی هایی برای موفقیت بیشتر طراحی می کنیم. هدف تفکرسیستمی و مدل سازی پویایی شناسی سیستم، بهبود شناخت، از طریق راه هایی برای شناسایی عملکرد سازمان به وسیله ساختار داخلی، و سیاست های عملیاتی شامل مشتریان، رقبا، و تأمین کنندگان است و سپس طراحی و استفاده سیاست تهای اهرمی با نفوذ بالا که به موفقیت سازمان منجر می گردد (استرمن، ۲۰۰۰) روش شناسی پویایی شناسی، ابزاری مناسب برای تحلیل و درک علل رفتار پویا در سیستم های پیچیده با معرفی ساختار مولد رفتار مشکل زا بر اساس تفکر سیستمی است. از ویژگیهای بارز این روش شناسی این است که امکان ارزیابی

سیاست‌های مختلف تصمیم را در قالب سناریو فراهم می‌کند و با شبیه‌سازی کمی نتایج حاصل از اجرای سیاست در یک محیط کوچک که در اصطلاح خرده جهان نامیده میشود، امکان یادگیری از سیستم و در نتیجه زمینه لازم برای بهبود رفتار مشکل‌زا و ارائه راهکارهای اثربخش‌تر مبتنی بر تفکر سیستمی را میسر می‌سازد. فرایند ساخت مدل در رویکرد پویایی‌شناسی سیستم توسط پژوهشگران شامل مراحل ۱. تشریح دقیق مسئله و بیان ابهام، ۲. رفتارهای مرجع، ۳. تدوین فرضیه پویا، ۴. نگاشت ساختار سیستمی علی، ۵. نگاشت ساختار انباشت و جریان، ۶. تدوین معادلات ریاضی مدل، ۷. اعتبارسنجی مدل، ۸. شناسایی نقاط اهرمی، ۹. سناریوسازی و ۱۰. شبیه‌سازی نتایج است. (استرمن، ۲۰۰۰)

پیشینه پژوهش در صنعت نشر

دسته اول: مقالات داخلی

نوروزی و احمدی (۱۴۰۱). مقاله‌ای با عنوان " جایگاه و آینده اقتصادی صنعت نشر الکترونیک کتاب در ایران با نگاهی به حقوق ناشران " منتشر کرده‌اند. هدف این پژوهش شناسایی جایگاه اقتصادی صنعت نشر الکترونیک در ایران با نگاهی حقوقی، بررسی صرفه‌های اقتصادی آن، امکان جایگزینی کتاب الکترونیک به جای کتاب کاغذی و واکاوی آینده پیش روی این صنعت در ایران، است. بر طبق آرای کارشناسان، صنعت نشر الکترونیک کتاب، صنعتی با صرفه‌های اقتصادی برای ناشران، پدید آورندگان و خوانندگان می‌باشد و می‌تواند با کاهش قیمت کتاب، فصلی نو را در عرصه کتاب‌خوانی ایران آغاز نماید. شریفی میلانی و برومند (۱۳۹۹) و (۱۴۰۰) بر آینده پژوهی صنعت نشر تمرکز کرده‌اند. سه مقاله با عنوان‌های " عوامل تأثیرگذار بر صنعت نشر کتاب در ایران "، " شناسایی پیشران‌های موثر بر آینده صنعت نشر کتاب در ایران " و " شناسایی مولفه‌های آینده پژوهی در صنعت نشر کشور با رویکردی مبتنی بر نظریه داده بنیاد " را منتشر کرده‌اند. دو مقاله دوم و سوم به یکدیگر شبیه‌اند. در مقاله اول (۱۳۹۹) عوامل تأثیرگذار بر صنعت نشر کتاب در ایران را بررسی کردند. آنها در دو مقاله بعدی، با بررسی پیشران‌های کلیدی مشخص گردید دو پیشران " تحریم‌های اقتصادی " و " فناوری اطلاعات و ارتباطات " بالاترین درصد اجماع را کسب کرده‌اند. شریفی و برومند در مقاله دیگری با عنوان " شناسایی مولفه‌های آینده پژوهی در صنعت نشر کشور با رویکردی مبتنی بر نظریه داده بنیاد " مدل پارادایمی کدگذاری محوری را عرضه کردند. صفاهیه (۱۴۰۰)، راهکارهای تحقق اقتصاد مقاومتی در صنعت چاپ و نشر کتاب از دیدگاه ناشران را بررسی کرده است. نظر به وابستگی نسبی صنعت نشر به مواد و منابع وارداتی، یافته‌های این پژوهش نشان داد که اکثریت ناشران مشکلات مالی و چالش‌های زیادی در این زمینه تجربه می‌کنند. صفاری و همکاران (۱۳۹۸)، مقاله‌ای با عنوان تحلیل عوامل مؤثر بر انتخاب قطع کتاب تصویری کودک و نوجوان بر اساس معیارهای ناشران در ایران "، ارائه کرده‌اند. هدف این پژوهش یافتن عوامل مؤثر بر انتخاب قطع کتاب تصویری کودک و نوجوان، از دیدگاه ناشران است. مطلبی (۱۳۹۸)، مقاله‌ای با عنوان " مشکلات صنعت نشر کتاب ایران: مبتنی بر مرور متون " نوشته است. داریوش مطلبی از چهره‌های شناخته شده صنعت نشر است. او تاکنون تحقیقات و آثار مختلفی در این عرصه نگاشته است. نتایج بررسی متون نشان می‌دهد که مشکلات موجود در صنعت نشر به دو دسته عمده مشکلات درونی (درون صنفی) و بیرونی (برون صنفی و فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی) قابل دسته بندی است و حل یکی بدون دیگری امکان پذیر نیست در این تحقیق نگرش صرفاً فرهنگی و بی توجهی به سازوکارهای اقتصادی مهم ترین مشکل اقتصادی صنعت نشر و ممیزی کتاب و نارکارآمدی قوانین مرتبط با حق نشر (مؤلف) و همچنین دخالت بیش از حد دولت در نشر به عنوان مهم ترین مشکلات سیاسی صنعت نشر مطرح شده‌اند. فهیمی فر و همکاران (۱۳۹۸) با ارائه الگوی برند شخصی نویسندگان کتاب‌های دانشگاهی در صنعت نشر ایران در حوزه صنعت نشر تحقیق کردند. ناصری و افشارنژاد (۱۳۹۷)، مقاله‌ای با

عنوان "تجزیه و تحلیل صنعت نشر (مورد مطالعه انتشارات گاج)" ارائه کردند. هدف پژوهش تجزیه و تحلیل صنعت نشر است و برای دستیابی به این هدف از مدل مایکل پوتر استفاده شده است. براساس یافته‌های این تحقیق قدرت تهدید ورود شرکت‌های جدید در صنعت نشر وجود دارد. رقابت میان شرکت‌های موجود در صنعت نشر وجود دارد. قدرت نیروی چانه زنی خریداران در صنعت نشر وجود دارد. قدرت چانه‌زنی عرضه کنندگان در صنعت نشر وجود دارد و وضعیت نیروی تهدید عرضه خدمات جانشین در صنعت نشر نیز وجود دارد. افصلی و همکاران (۱۳۹۷). چالش‌های اقتصادی نشر در ایران را بررسی کردند و شاخص‌های آمار اقتصادی و نوآوری را پیشنهاد دادند. در این تحقیق پس از شناسایی چالش‌ها، با استفاده از تکنیک داده‌بنیاد پیشنهادهایی در قالب دو دسته مربوط به سیاست‌گذاران و فعالان صنعت نشر ارائه شده است. ادوارد (۱۳۹۷) مقاله‌ای با عنوان اشتباهات صنعت نشر در عصر دیجیتال را ارائه کرده است. سمعی این مقاله را ترجمه کرده و استفاده آن در صنعت نشر ایران را بیان کرده است. اصغر نژاد و فرح پهلوی (۱۳۹۶)، مقاله‌ای با عنوان "تأثیر فناوری‌های نوین اطلاعات بر فرایند نشر کتاب (یک مطالعه پدیدارشناختی)" ارائه کردند. این پژوهش به مطالعه تجربه ناشران و کارشناسان حوزه نشر درباره تأثیر فناوری‌های اطلاعاتی بر ابعاد مختلف چاپ و نشر کتاب و تحولات و تغییرات ایجاد شده است. نتایج نشان‌دهنده تصویری روشن از تجربه ناشران و فعالان حوزه نشر و نگاه مثبت آنان به اهمیت و تأثیر فناوری‌های اطلاعاتی در فرایند نشر است. در این زمینه، مفاهیم جدیدی آشکار شده است که متأثر از تحولات و تغییرات به عمل آمده در حوزه نشر کتاب به واسطه فناوری‌های نوین اطلاعات است. تمامی مصاحبه‌شوندگان به تأثیر مثبت فناوری اطلاعات بر شکل، ساختار و ماهیت فرایند نشر باور داشتند. سجادی جاغرق و همکاران (۱۳۹۶)، مقاله‌ای با عنوان "استراتژی‌های مدیریت دانش در صنعت نشر" ارائه کردند. دانش به‌عنوان مهم‌ترین جنبه رقابتی، سازمان را قادر می‌سازد تا بهره‌ور باشد و از محصولات و خدمات رقابتی رها شود. یکی از پایه‌های افزایش بهره‌وری مدیریت دانش، چابک بودن مؤثر آن است. توسعه و گستردگی ادبیات در حوزه مدیریت دانش و چابکی سازمانی، اهمیت این دو مقوله را نشان می‌دهد. این پژوهش با تکیه بر این اصل با روش تحقیق کتابخانه‌ای و میدانی سعی می‌کند شکلی از همگرایی این دو را از این نظر که ابعاد آن‌ها بسیار با یکدیگر ارتباط دارند، در صنعت نشر مورد آزمون قرار دهد. سپس استدلال می‌کند که چابکی سازمانی زمانی حاصل می‌شود که مدیریت دانش، از همه نظر، در حالت تعادل باشد. اصغرزاده کرمشاهلو و همکاران (۱۳۹۶)، مقاله‌ای با عنوان "تحلیل محتوایی نشر دانش در سه فصلنامه حوزه مدیریت فن آوری و نوآوری" ارائه کردند. این مقاله به تحلیل محتوای نشر دانش در سه فصلنامه اصلی حوزه مدیریت فن آوری و نوآوری که شامل فصلنامه سیاست علم و فن آوری، فصلنامه مدیریت نوآوری و فصلنامه مدیریت توسعه فن آوری، در طی پنج سال انتشار فصلنامه‌ها از سال ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶ پرداخته است. سجادی جاغرق و همکاران (۱۳۹۶) استراتژی‌های مدیریت دانش در صنعت نشر را مطالعه کردند. رسولی و همکاران (۱۳۹۶) به مطالعه و بررسی موانع و چالش‌های توسعه فروشگاه‌های برخط کتاب در ایران از دیدگاه مدیران پرداختند. هدف این پژوهش شناسایی موانع و چالش‌هایی که بر توسعه فروشگاه‌های برخط کتاب در ایران تأثیر گذارند. موانع و چالش‌های توسعه فروشگاه‌های برخط کتاب در ایران در چهار گروه دسته‌بندی می‌شود: زیرساخت‌های شبکه‌ای، مسائل فرهنگی، مسائل عام صنعت نشر در ایران، و مسائلی که خاص فروشگاه‌هاست. نتیجه‌گیری می‌شود مسائل زیرساختی و فرهنگی دو رکن اساسی در زمینه توسعه کتاب‌فروشی‌های برخطند. فرج پهلوی و همکاران (۱۳۹۵) نیز در بررسی دیدگاه ناشران در خصوص فناوری اطلاعات و تأثیر آن بر چاپ و نشر کتاب دریافتند که فناوری‌های نوین اطلاعاتی توانسته تأثیر مثبت و معنی داری بر تولید فنی کتاب داشته باشد. عربگری و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی دیدگاه ناشران ایرانی درباره وضعیت نشر کتاب الکترونیک را بررسی می‌کند. در این پژوهش چند خصلت درباره صنعت نشر شمره شده است: اول، دیجیتالی بودن، دوم، غیرمرکزی

بودن فضای مجازی، سوم، تعاملی بودن، چهارم، فرایوند بودن، پنجم، حافظه مجازی. نتیجه اینکه باید از این محیط دیجیتال استفاده کرد. رضایی (۱۳۹۴). استراتژی‌های مدیریت دانش و چابک‌سازی در صنعت نشر را ارائه کرده‌است. فهیمی فر و حیدری (۱۳۹۳) مطالعه ای را در خصوص ابعاد اقتصاد نشر کتاب الکترونیک از دیدگاه ناشران انجام دادند. یافته‌های این تحقیق نشان داد که گرچه عوامل مؤثر بر برآورد هزینه کتاب الکترونیک تقریباً شبیه به کتاب چاپی است با این حال، در بعضی مواقع هزینه‌هایی نظیر تولید و محتوای پویا، انیمیشن و تصاویر متحرک و قابلیت‌هایی نظیر جستجو، می‌تواند هزینه‌های تولید کتاب الکترونیک را نسبت به کتاب چاپی افزایش دهد. انصاری موحد (۱۳۹۳)، با تحلیل سوات، فرصتها، تهدیدها را در صنعت نشر ایران که پیامد بهکارگیری فناوری اطلاعات است را بررسی نمود. نتایج نشان داد که در نشر سنتی به عنوان تهدید و به کارگیری فناوری‌های اطلاعاتی و امکانات و تجهیزات مدرن صنعت نشر به عنوان فرصت جایگاه داده شده است. فاضلی و همکاران (۱۳۹۳)، در یک پژوهش مبنایی، راهبردهای صنعت نشر در تهران از منظر مدیریت شهری را بررسی کردند. این اولین باری است که رابطه ی بین «مدیریت شهری» با «صنعت نشر» مورد مطالعه قرار گرفته، تبیین و تحلیل نشده است. نادری (۱۳۹۳) مدل تحلیلی مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در صنعت نشر را ارائه کرده‌است. پرهیزگار و همکاران (۱۳۹۲) در مقاله با عنوان شناسایی عوامل مؤثر بر نوآوری سازمانی با تکیه بر پارادایم نوآوری باز، صنعت نشر کشور ایران را به عنوان مورد مطالعه انتخاب کرده‌است. در این بررسی تأکید اصلی بر رویکرد نوآوری باز بوده است. هنرمندساری (۱۳۹۲). مقاله‌ای با عنوان "اولویت بندی عناصر الگوی آمیخته ی بازاریابی در صنعت چاپ و نشر در ایران (حوزه کتاب)" بر مبنای الگوی مدیریت منسجم خدمات «لاولاک و لارن» ارائه کرده است. این پژوهش درصدد آسیب شناسی و رفع مشکلات این صنعت، از منظر نگاه بازاریابی رسانه ها است. در این تحقیق، با استفاده از الگوی هشت گانه مدیریت منسجم خدمات لاولاک و لارن، عوامل تاثیرگذار در تمایل افراد به مطالعه یک کتاب یا تولیدات یک انتشارات مشخص شده اند؛ ضمن آنکه میزان اهمیت و رتبه هر یک از عوامل نیز در انتها آشکار می شود. شاوردی (۱۳۹۱)؛ مروری بر چالش‌های کتاب الکترونیک در صنعت نشر داشته است و فعالیت‌های انتشارات سوره مهر در حوزه دیجیتال سازی محصولات را بیان کرده‌است.

دسته دوم: مقالات خارجی

ماگادان او گارسیا (۲۰۲۲) صنعت نشر را با تحلیل کتابسنجی تولیدات نمایه شده در اسکوپوس بررسی کردند. هدف کلی این کار، انجام یک تحلیل کتابسنجی از تولیدات علمی در صنعت نشر بین سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۲۲ است. این مقاله تأکید می کند که تحقیقات در مورد بازار جهانی نشر کتاب بین رشته ای و بنابراین بسیار فرابخشی است. بعد اقتصادی فرایند انتشار و تاریخ و فرهنگ کتاب بر موضوعات مورد مطالعه غالب بود. همچنین روند رو به رشدی از تحقیقات در مورد تأثیر فناوری‌های جدید بر زنجیره ارزش و توزیع کتاب وجود دارد، بدون اینکه مطالعات روزافزون در مورد مدل‌های کسب و کار جدید در صنعت نشر فراموش شود. رزنبلات (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان "بررسی استانداردهای شناسه و فراداده در صنعت انتشارات" ارائه کرده‌است. این مقاله به بررسی گزارش استانداردهای شناسه و فراداده در صنعت انتشارات که توسط مارک بید برای فدراسیون بین‌المللی سازمان‌های حقوق بازتولید و بین‌المللی نوشته شده است می‌پردازد. دی‌رزاق همکاران (۲۰۲۲) در یافته‌های اولیه از پروژه موبیوس، نقش سرمایه گذار در شکل دهی مجدد به صنعت انتشارات را بررسی کردند. با توجه به اهمیت و مرکزیت صنعت نشر برای سایر

1 Marta Magadán-Díaz

2 Jesús I. Rivas-García

3 Rosenblatt, B

4 De Rosa, Simona

بخش‌های خلاق و فرهنگی، انتظار می‌رود که یافته‌های تحقیقاتی استراتژی‌های سیاست‌گذاری آینده اروپا را برای صنعت فرهنگی و خلاق مشخص کند. ون در هوگ (۲۰۲۲) مقاله‌ای با عنوان " تنش‌ها: نگاه استعماری صنعت انتشارات آلمان-نامیبیا" ارائه کرده است. او در این مقاله نقش استعمار را در صنعت نشر آفریقا بیان می‌کند. با توصیف تلاش برای انتشار یک کتاب تاریخی در مورد آبخو نامیبیا با انتشارات معروف آلمانی-نامیبیا، قدرت ماندگار استعمار مهاجران آلمانی-نامیبیا روشن می‌شود. لی ژانگ و همکاران (۲۰۲۲) در بخشی از مجموعه تحقیقاتی رویای چینی و مجموعه کتاب مسیر توسعه چین با عنوان خلاصه (RSCDCDP)، درباره صنعت نشر تحقیق کردند. نتایج این تحقیقات در چند مقاله آمده است. یکی از آن پژوهش‌ها با عنوان "اندیشه‌ها و پیشنهادات در مورد توسعه صنعت نشر در عصر داده‌های بزرگ" مطرح شده است. در این تحقیق آمده است که صنعت نشر سنتی باید تحول و ارتقاء را در جنبه‌های تبدیل دانش، استعدادسازی و بهبود سیستم ترویج دهد. پیوتروسکا و پیوتروسکا (۲۰۲۰) صنعت نشر نروژ را بررسی کردند. آنها به این نتیجه رسیدند که سودآوری صنعت نشر در نروژ سطح بالایی از رقابت و تغییرات سودآوری در میان ناشران دارد. علاوه بر این، ناشران تخصصی (به ویژه ناشران دانشگاهی) سوددهی بیشتری نسبت به ناشرانی دارند که در ژانرهای مختلف کتاب تولید می‌کنند. آنها دریافتند خطر نادیده گرفتن تأثیر دیجیتالی شدن و تمرکز بر "تجارت معمول" بسیار مهم و تأثیرگذار است، در حالی که تغییرات مخرب ممکن است حتی به ضرر ناشر تمام شود. کونیو (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی صنعت نشر استرالیا پرداخته است. کولیر (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان "الگوهای جهانی در انتشار دانش دانشگاهی: شمال جهانی، جنوب جهانی" ارائه کرده است. ژانگ (۲۰۱۷) در پژوهشی در زمینه اقتصاد نشر عواملی که در ادامه آمده است را سبب اقبال بیشتر صنعت نشر دانسته است: توسعه فناوری اطلاعات، توسعه اینترنت و موتورهای جستجو، توسعه تجارت الکترونیک، تغییر در مدل‌های کسب و کار، توسعه دیجیتالی و ارائه محصولات دیجیتال، ارتقاء صنعت چاپ و چند عامل دیگر. ورتگر (۲۰۱۷) مقاله‌ای با عنوان "آینده صنعت کتاب دیجیتالی یا فیزیکی" با مطالعه موردی آمازون ارائه کرده است. این پژوهش بیان می‌کند که دستگاه گوتمبرگ انقلابی بزرگ برای صنعت نشر بود. ناگهان کتاب‌ها در تیراژ بیشتر تولید و عرضه شدند. هویلا همکاران (۲۰۱۷) پژوهشی با عنوان "از ناشران گرفته تا خود انتشاراتی: اثرات مخرب دیجیتال سازی در صنعت کتاب" انجام داده اند. این مقاله ساختار صنعت چاپ و نشر کتاب پس از دیجیتال سازی بررسی شده است. در مقاله دیگری با عنوان فراتر از مدل‌های چاپی سنتی، پکاسکی و هیل (۲۰۱۵) مدل‌های نشر مدرن را تحلیل کرده اند و یافته اند که این مدل‌ها از فناوری‌های اطلاعاتی تأثیر گرفته اند. چی (۲۰۱۴) در پژوهش خود رویدادهای الکترونیکی و دیجیتالی را در عرصه نشر بررسی کرده است. طبق این پژوهش، توسعه نقش ناشران با استفاده از نوآوری و شبکه‌های اطلاعاتی، به ارزش آفرینی در نشر منجر می‌شود. او دریافته است آن دسته از چالش‌های موجود بر سر راه ناشران که ناشی از سرعت بالای پیشرفت‌های فناوری و انفجار محتوا است، با فناوری‌های دیجیتال رفع می‌شود.

1 Li Zhang

2 Piotrowska & Piotrowska

3 Kon-yu

4 Collyer, F. M

5 Zhang

6 Vrethager

7 Hviid

8 Pecoskie & Hill

9 Chi

علاوه بر مقالات یاد شده چندین پایان نامه در حوزه صنعت نشر نگاشته شده است. اصغر نژاد، (۱۳۹۶)؛ در پایان نامه دکتری خود با عنوان "شناسایی اثرات فناوری های نوین اطلاعاتی بر فرایند صنعت نشر کتاب در ایران" اثرات فناوری بر فرایند صنعت نشر کتاب را شناسایی کرده و الگوی مفهومی فرایند نشر مدرن و پسامدرن در کشور را ارائه داده است. حسنونند، (۱۳۹۶)؛ در پایان نامه کارشناسی ارشد اقتصاد نشر الکترونیکی کتاب را با نشر فیزیکی آن مقایسه کرده است. او دریافته است کاهش تقاضا در بازار از سویی و افزایش بنگاه های نشر و به تبع آن کاهش درآمد با توجه به قیمت های رقابتی از سویی دگر سبب شده است که ناشران به انتشار کتاب با تیراژ های پایین اقدام نمایند. حسین زاده (۱۳۹۶) به بررسی وضعیت نشر کتاب در استان آذربایجان شرقی از دیدگاه ناشران و کتابفروشان در سالهای ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۵ پرداخته است. عسگری (۱۳۹۶) وضعیت فعلی بازار چاپ و نشر، ترجمه در ایران و تأثیر آن بر ترجمه آموزان دوره کارشناسی. را در پایان نامه کارشناسی ارشد خود بررسی کرده است. اله وردی (۱۳۹۵). پایان نامه خود را با موضوع سیاست گذاری های فرهنگی پس از انقلاب و تأثیر آن بر اقتصاد نشر ادبی: تحلیل مبتنی بر انسان شناسی اقتصادی ارائه کرده است. امامی (۱۳۹۳) حقوق حاکم بر چاپ و نشر کتاب در ایران را در پایان نامه کارشناسی ارشد حقوق خود بررسی کرده است. حیدری (۱۳۹۳) نیز مشابه تحقیق پیشین به مطالعه حقوق حاکم بر چاپ و نشر کتاب در ایران در پایان نامه کارشناسی ارشد پرداخته است. درینی (۱۳۹۲)، در پایان نامه دکتری خود با عنوان "طراحی و تبیین مدل سازمان نوآور با تکیه بر پارادایم نوآوری باز"، صنعت نشر را برای مطالعه انتخاب کرد. در این پژوهش ابتدا با رویکرد کیفی و روش دلفی جنبه های مشاهده پذیر صنعت نشر را قابل اندازه گیری کرد و مدل مفهومی پژوهش را شکل داد، سپس با روش کمی هر یک از شاخصها را در سازمان مورد نظر یعنی شرکت های صنعت نشر کشور ارزیابی و سنجش کرد. آخوندزاده (۱۳۹۲) در پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت نشر به بررسی عوامل مؤثر بر وضعیت نشر و توزیع کتاب در استان کهگیلویه و بویراحمد از دیدگاه ناشران و کتابفروشان پرداخت. تنها نژاد (۱۳۹۰) در پایان نامه کارشناسی ارشد، وضعیت نشر کتاب در استان گیلان را بررسی کرده است. مطلبی (۱۳۹۰) در پایان نامه دکتری خود به تحلیل اقتصاد نشر کتاب ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی و بررسی عوامل تاثیر گذار پرداخته است. بهبهانیان (۱۳۸۸) به بررسی نشر حرفه ای کتاب و سیاست های دولتی حوزه کتاب در ایران پرداخته و راهکارهایی جهت ارتقای آن با تأکید بر ناشران تهران ارائه کرده است. حسینی (۱۳۸۷). در پایان نامه کارشناسی ارشد خود، وضعیت نشر کتاب در استان خراسان را در سال های ۱۳۷۳ - ۱۳۷۷ بررسی کرده و وضعیت مطلوب آن را ترسیم می کند. اوصیا (۱۳۸۶)، در پایان نامه دکتری خود با عنوان "بررسی وضعیت نشر و توزیع در استان مازندران طی سال های ۱۳۸۷ تا ۱۳۸۲" ۱۸ ناشر و ۱۰۲ کتابفروش را به عنوان جامعه آماری در نظر گرفته است. او دریافته است مشکل اصلی نشر کتاب در استان مازندران، غیراقتصادی بودن آن است. پایین بودن سرانه مطالعه، وضع نامطلوب اقتصاد خانواده های ایرانی و عدم اطلاع رسانی مناسب از جمله موانع رشد نشر کتاب در ایران یاد شده است. داریوش مطلبی (۱۳۹۸) در مقاله ای با عنوان "مشکلات صنعت نشر کتاب ایران" به بررسی و مطالعه مقالات، کتابها و پایان نامه هایی پرداخته است که تا سال ۱۳۹۸ در ایران منتشر شده و موضوع آنها با نشر کتاب ایران در ارتباط است. در میان این متون ۲۸ پایان نامه حوزه نشر آورده شده است. که در این بخش به بعضی از آنها اشاره شده است.

علاوه بر آنچه در پیشینه پژوهش گفته شد، سالانه یک کنفرانس با موضوع صنعت نشر برگزار می شود. دومین دوره کنفرانس در سال ۱۴۰۱ برگزار شد. رشته مدیریت نشر پیشتر در دو دانشگاه و اکنون در یک دانشگاه، در مقطع ارشد دانشجو می پذیرد اما تحقیقات آن معطوف به حوزه فروش شده است. با توجه به ابعاد مختلف این صنعت از ابعاد حقوقی و محتوایی تا بحث های مدیریتی و بازرگانی، نخبگان این صنعت باید مهارت های متفاوت برای مدیریت یک انتشارات داشته باشد. شناخت بیشتر این صنعت، به

مدیران انتشارت کمک خواهد کرد. از مطالعه پیشینه پژوهش مشخص می شود موضوع چالش های اقتصادی از دیگر مسائلی است که در پژوهش های نشر به آن توجه شده است. صنعت نشر جایگاه ویژه ای در توسعه فرهنگ و علم یک کشور دارد. توجه به این صنعت علاوه بر بازده در خود صنعت بر سایر ارکان فرهنگی نیز تاثیرگذار است. اشاره به این موضوع در ضرورت پژوهش اغلب مطالعات آمده است. همچنین فرایند تولید کتاب در ناشران مختلف مشابه یکدیگر است. این صنعت در یک چرخه بازخوردی با محیط، محصول تولید می کند. از طرفی وضعیت اقتصادی حال حاضر بر صنعت نشر نیز مانند صنایع تاثیر گذاشته است. این امر سبب شده تولیدکنندگان به فکر تولید محصول با بازده بیشتر باشند. همچنین در اغلب مطالعاتی که تاکنون در خصوص صنعت نشر صورت گرفته، روش کیفی انتخاب شده است. اغلب مقالات، پایان نامه ها و کتاب ها از یکی از روش های کیفی برای بررسی و تحلیل صنعت نشر استفاده کردند. و تا کنون هیچ یک از پژوهش ها نگاه پویایی سیستم به صنعت نشر نداشته اند. لذا به نظر می رسد جای تحقیقی که نگاه پویایی سیستم به صنعت نشر داشته باشد خالی است.

سوال تحقیق

سوال اصلی تحقیق:

- مدل پویایی سیستم در تجدید چاپ کتاب کاغذی در صنعت نشر چگونه است؟

سوالات فرعی:

- عوامل تاثیرگذار بر چاپ و عرضه اثار چیست؟
- عوامل موثر بر نرخ فروش کتاب کاغذی چیست؟
- تغییرات سیستم در مقابل افزایش یا کاهش کیفیت چگونه است؟
- تغییرات سیستم در مقابل تغییرات محیط به چه شکل است؟

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف در حیطه تحقیقات کاربردی است. در این پژوهش از روش های مطالعه کتابخانه ای و روش های میدانی برای گردآوری اطلاعات استفاده شده است، سپس با استفاده از پویایی سیستم، فرایند مدل سازی شامل: بیان مسئله، فرموله کردن فرضیه های پویا، آزمون مدل، طراحی و ارزیابی طی شده است. در این مقاله، مدل سازی سیستم با استفاده از حلقه های علی صورت می پذیرد. وجود یک هدف مشخص، مهمترین عنصر یک مدل سازی موفق و مهم ترین گام در مدل سازی است. با استفاده از نرم افزار vensim به سوالات تحقیق پاسخ داده شده است.

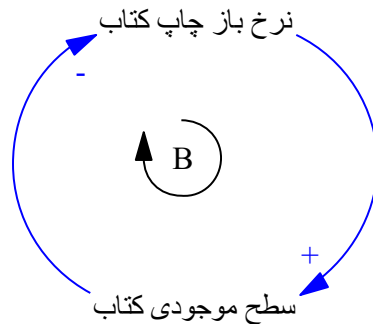
تجزیه و تحلیل و یافته ها

رفتار یک سیستم از ساختار آن ناشی می شود. این ساختار شامل: حلقه های بازخوردی، متغیرهای حالت و جریان، غیرخطی بودن های ایجاد شده به وسیله تعاملات ساختار فیزیکی و سازمانی سیستم و همچنین فرایندهای تصمیم گیری عوامل فعال در آن است. تغییر معمولاً به شکل های مختلف روی می دهد و تنوع پویایی های اطراف ما حیرت آور است. ممکن است این تصور پیش بیاید که به همان نسبت، ساختارهای بازخوردی متنوع برای به وجود آمدن چنین پویایی هایی لازم است. اساسی ترین الگوهای رفتاری عبارتند از رشد نمایی، هدف جو و نوسان. فرایند مدل سازی اغلب از فرایند زیر پیروی می کند: بیان مسئله، فرموله کردن فرضیه های پویا، آزمون مدل، طراحی و ارزیابی. در این بخش، مدل سازی سیستم با استفاده از حلقه های علی صورت می پذیرد. وجود یک هدف مشخص، مهمترین عنصر یک مدل سازی موفق و مهم ترین گام در مدل سازی است. در این مرحله از مدل سازی لازم است

تا علاوه بر تعریف مسئله، رفتار متغیرهای مرجع نیز تبیین شوند. (برابریور، ۱۳۹۷) در ادامه برای شرح مدل، سه زیرسیستم ۱. زیرسیستم تجدیدچاپ کتاب، ۲. زیرسیستم خرید زینک و کاغذ، ۳. زیرسیستم آماده سازی زینک و کاغذ برای چاپ تعریف می شود.

زیرسیستم تجدیدچاپ کتاب:

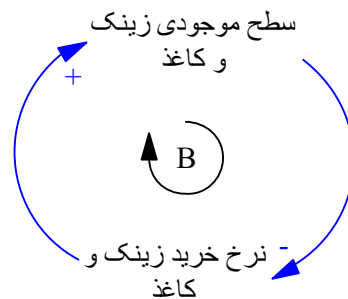
زیرسیستم تجدیدچاپ کتاب دارای دو متغیر ۱. نرخ تجدیدچاپ کتاب و ۲. سطح موجودی کتاب در انبار است. هر چه نرخ تجدیدچاپ کتاب بیشتر باشد میزان موجودی کتاب در انبار بیشتر خواهد بود و هر چه میزان کتاب موجود در انبار بیشتر باشد، ناچاریم نرخ تجدیدچاپ کتاب را کاهش دهیم تا میزان موجودی کتاب در انبار را کاهش دهیم. لذا حلقه علی معلومی منفی خواهیم داشت که رفتاری هدفجو دارد. متغیر نرخ تجدیدچاپ کتاب علاوه بر میزان موجودی کتاب در انبار تحت تاثیر متغیرهای ظرفیت ماهانه تجدیدچاپ کتاب و میزان تجدیدچاپ کتاب قرار دارد. متغیر سطح موجودی کتاب در انبار نیز تحت تاثیر موجودی آغازین کتاب در انبار و نرخ تجدیدچاپ کتاب است.



شکل ۱: زیرسیستم تجدیدچاپ کتاب

زیرسیستم خرید زینک و کاغذ

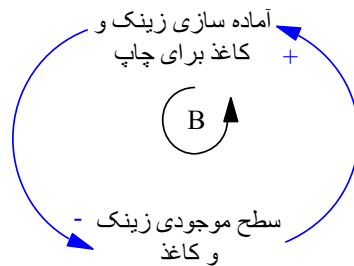
این زیرسیستم نیز تنها از دو متغیر نرخ خرید کاغذ و سطح موجودی کاغذ تشکیل شده است. هر چه نرخ خرید کاغذ بالاتر باشد سطح موجودی کاغذ در انبار بیشتر خواهد شد و هر چه سطح موجودی کاغذ بیشتر باشد، برای حفظ تعادل در سطح کاغذ موجود نرخ خرید کاغذ را کاهش می دهیم. ازین رو یک حلقه علی معلومی منفی با رفتاری هدفجو خواهیم داشت. نرخ خرید زینک و کاغذ تحت تاثیر نرخ فروش کتاب و سطح موجودی زینک و کاغذ قرار دارد و سطح موجودی زینک و کاغذ نیز از متغیرهای آماده سازی زینک و کاغذ برای چاپ، موجودی ابتدایی زینک و کاغذ و نرخ خرید زینک و کاغذ تأثیر می پذیرد.



شکل ۲: زیرسیستم خرید زینک و کاغذ

زیرسیستم آماده‌سازی زینک و کاغذ برای چاپ:

این زیرسیستم شامل یک حلقه‌ی علی منفی شامل دو متغیر سطح موجودی زینک و کاغذ و آماده‌سازی زینک و کاغذ برای چاپ است. هرچه مقدار زینک و کاغذی که برای چاپ آماده می‌شود بیشتر شود، سطح موجودی زینک و کاغذ در انبار کاهش می‌یابد. از طرف دیگر هرچه موجودی زینک و کاغذ بالاتر باشد مقدار بیشتری زینک و کاغذ به چاپ تخصیص داده می‌شود.



شکل ۳: زیرسیستم آماده‌سازی زینک و کاغذ برای چاپ

نمودارهای علی حلقوی:

در پویایی سیستم‌ها از ابزارهای نموداری مختلف برای درک ساختار سیستم استفاده می‌کنیم. نمودارهای علت-معلولی ابزاری برای ترسیم ارتباط‌های علی میان مجموعه‌ای از متغیرهای درگیر در داخل نظام هستند که با استفاده از حلقه‌های علی شکل می‌گیرند. این نمودار روابط علت و معلولی بین متغیرهای مختلف موجود در وضعیت مساله را به تصویر می‌کشد. به طور عمده در تفکر سیستمی از ابزارهایی استفاده می‌شود تا ساختار یک سیستم برای درک بهتر آن نمایش داده شود دو ابزار مهم برای تفکر سیستمی یکی نمودارهای علت و معلولی و دیگری نمودار جریان است. بازخورد یکی از مفاهیم اصلی در سیستم داینامیک است. در سیستم داینامیک با استفاده از ابزارهایی همچون نمودارهای علی و معلولی و حالت-جریان ساختار سیستم نمایش داده می‌شود. نمودارهای علی و معلولی یکی از مهمترین ابزارها در ترسیم ساختار بازخوردی سیستم هستند. (زارعی، ۱۳۹۱) و (احمدوند، ۱۳۹۴) زیرمجموعه‌های این سیستم یا همان زیرسیستم‌های آن در قسمت قبل معرفی شدند با در کنار هم قرار دادن و ترکیب حلقه‌های به دست آمده از فرضیه‌های پویا، ساختار کلی الگو به صورت شکل ۵ به دست می‌آید.

در این مدل متغیرهای ثابت شامل متغیرهای زیر است:

- موجودی آغازین زینک و کاغذ
- موجودی آغازین کتاب در انبار
- ظرفیت آماده سازی فایل و تولید
- قیمت کتاب
- متوسط سرانه مطالعه
- رعایت دقت و صحت محتوا
- زیبایی های گرافیکی
- نرخ آماده سازی زینک و کاغذ
- نرخ تلفات زینک و کاغذ در انبار
- متغیرهای نرخ شامل متغیرهای زیر است:
- نرخ تجدید چاپ کتاب
- نرخ فروش
- نرخ خرید زینک و کاغذ
- آماده سازی زینک و کاغذ برای چاپ
- متغیرهای سطح موجودی شامل دو متغیر زیر است:
- سطح موجودی کاغذ و زینک
- سطح موجودی کتاب در انبار

مابقی متغیرها، متغیر کمکی هستند.

نمودار حالت جریان:

نمودار های علی معلولی برای نمایش وابستگی های متقابل و فرایندهای باز خوردی مناسب هستند، این نمودارها نقش موثری در ارائه مدل های ذهنی دارند. با این وجود محدودیت هایی دارند و به راحتی استفاده نمی شوند. یکی از این محدودیت ها ناتوانی در نمایش ساختار حالت جریان سیستم هاست. متغیرهای حالت، انباشتگی هستند که وضعیت سیستم را مشخص کرده و بر مبنای آن ها تصمیم گیری و اقدام می شود. متغیرهای حالت به سیستم ها اینرسی داده و برای آنها حافظه فراهم می کند. نمودار حالت جریان مفهوم ریاضی دقیق و روشنی دارد. متغیرهای حالت، جریان های خود را انباشته کرده یا به بیانی دیگر از آن ها انتگرال می گیرند. جریان خالص ورودی به موجودی برابر با نرخ تغییر متغیر حالت است. بنابراین برای یک متغیر حالت فرمول زیر را خواهیم داشت: (برارپور، ۱۳۹۷)

$$\text{مابقی متغیر حالت } (t) = \int_{t_0}^t [(s) \text{ خروجی جریان} - (s) \text{ ورودی جریان}] ds + \text{حالت } (t_0)$$

در این مرحله پس از شناسایی متغیرهای حالت و متغیرهای جریان، بر اساس نمودار علی معلولی نمودار حالت جریان ترسیم شده و فرمول نویسی می شود. برای دو متغیر حالت خواهیم داشت:

$$\begin{aligned} (t) = & \text{سطح موجودی زینک و کاغذ} \\ = & \int_{t_0}^t [s - \text{نرخ خرید زینک و کاغذ}] ds \\ & + \text{سطح اولیه زینک و کاغذ} (t_0) \end{aligned}$$

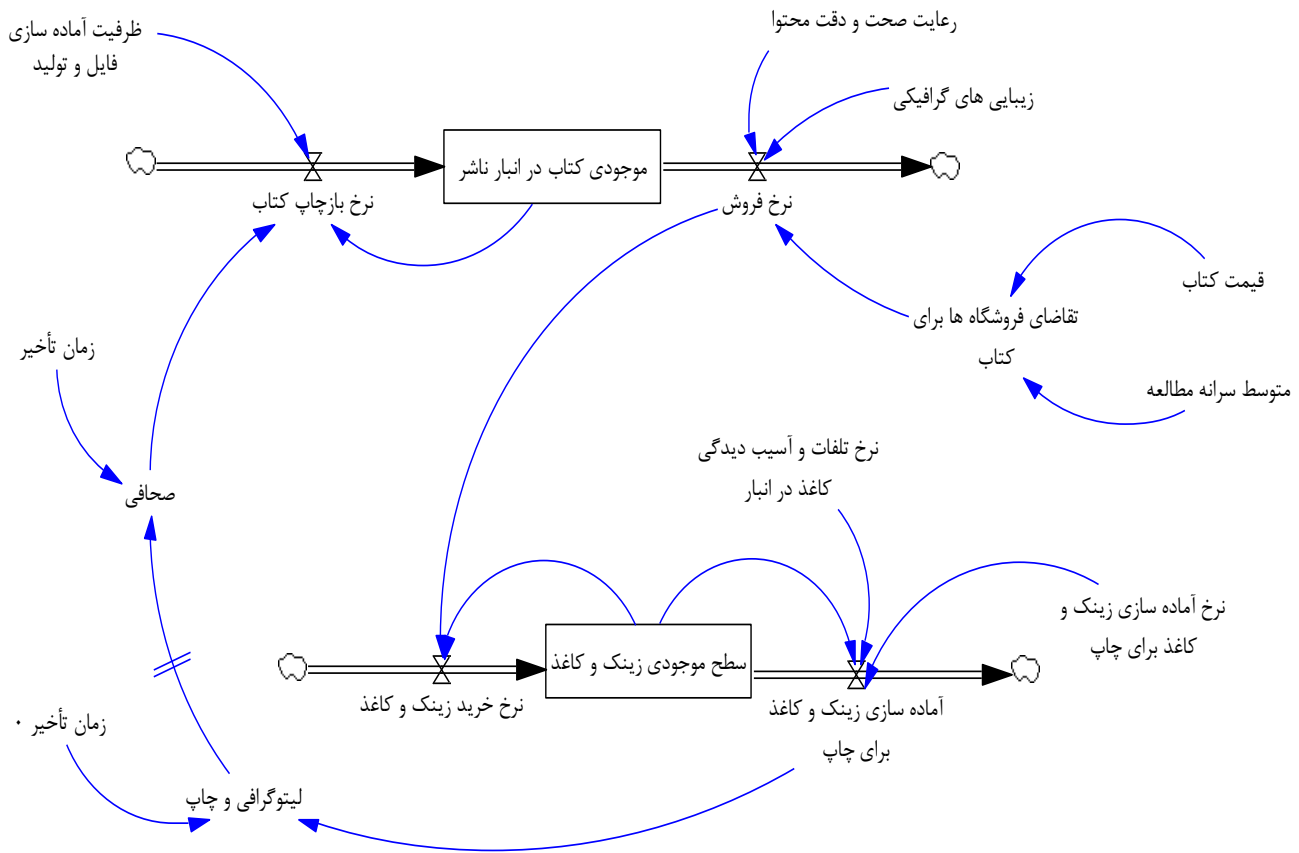
(t) موجودی کتاب در انبار ناشر

$$= \int_{t_0}^t [s - \text{نرخ فروش}] ds + \text{سطح اولیه کتاب در انبار} (t_0)$$

در نرم افزار ونسیم این فرمول به صورت INTEG() نمایش داده می شود. در قسمت INTEG مقدار نرخ خرید زینک و کاغذ منهای آماده سازی زینک و کاغذ جاگذاری شده و مقدار اولیه برای سطح موجودی در نظر گرفته می شود. در اینجا برای موجودی کتاب در انبار ناشر از انتگرال اختلاف جریان ورودی و خروجی استفاده کردیم. مقدار اولیه کتاب در انبار ناشر ۵۰۰ نسخه در نظر گرفته شده است. نرخ تجدیدچاپ کتاب نیز براساس میزان کتاب صحافی شده و ظرفیت آماده سازی فایل و تولید بدست می آید. اگر موجودی کتاب در انبار ناشر کمتر از ۴۰۰ نسخه باشد یعنی کتاب به نقطه سفارش رسیده است. در این حالت نرخ تجدیدچاپ حداقل مقدار تعداد کتاب صحافی شده و ظرفیت آماده سازی فایل و تولید است، برای انجام فرایند آماده سازی فایل کتاب زمان ۱۵ روزه لازم است و میانگین تیراژ تولیدی ۱۰۰۰ نسخه است ازین رو ظرفیت آماده سازی و تولید ۲۰۰۰ نسخه در ماه در نظر گرفته شده است.

نرخ فروش کتاب نیز تحت تاثیر میزان تقاضای فروشگاه ها برای کتاب در دو ضریب صحت و دقت محتوا و زیبایی های گرافیکی است. از آنجا کتاب در چاپخانه در نوبت چاپ و صحافی قرار می گیرد و اغلب بین این مراحل فاصله زمانی خواهیم داشت تا ثبت سفارش انجام شده و اقدام صورت گیرد ازین رو صحافی با تاخیر ۱ روزه و لیتوگرافی و چاپ را با تاخیر دو روزه در نظر گرفتیم. برای موجودی زینک و کاغذ نیز از انتگرال اختلاف جریان ورودی و خروجی استفاده کردیم. مقدار اولیه موجودی زینک و کاغذ برای تامین ۷۰۰ نسخه مناسب است. نرخ خرید زینک و کاغذ هم بر اساس نرخ فروش و سطح موجودی زینک و کاغذ بدست می آید. جریان خروجی نیز تحت تاثیر تلفات کاغذ در انبار و نرخ آماده سازی است.

تقاضا فروشگاه ها برای کتاب مطابق الگو خرید مشتری است ازین رو با توجه به الگو تصادفی خرید مشتری برای این متغیر از تابع رندم استفاده شده است. بر اساس فرمول نویسی انجام شده، نمودار حالت جریان را به شکل زیر خواهیم داشت:



شکل ۵: نمودار حالت جریان

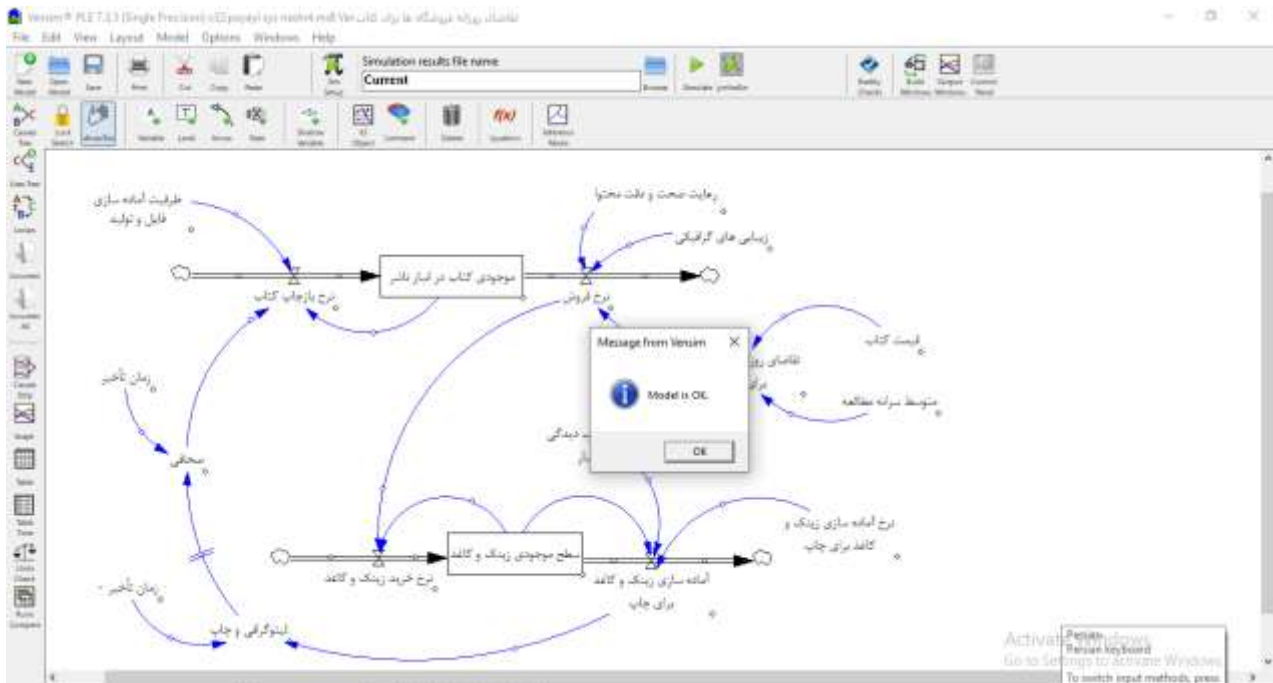
برای نمایش تمام فرمول های لحاظ شده می توان از قسمت document all نرم افزار استفاده کرد. آنچه در قسمت قبلی شرح داده شد. به صورت خلاصه در شکل ۷ قابل نمایش است:



شکل ۶: نمایش برخی از فرمول ها در نرم افزار

تست مدل

پس از فرمول نویسی از قسمت تست مدل در نرم افزار مدل را تست می کنیم. تصویر نتیجه حاصل به شکل زیر است. با تست انجام شده مدل تایید می شود.

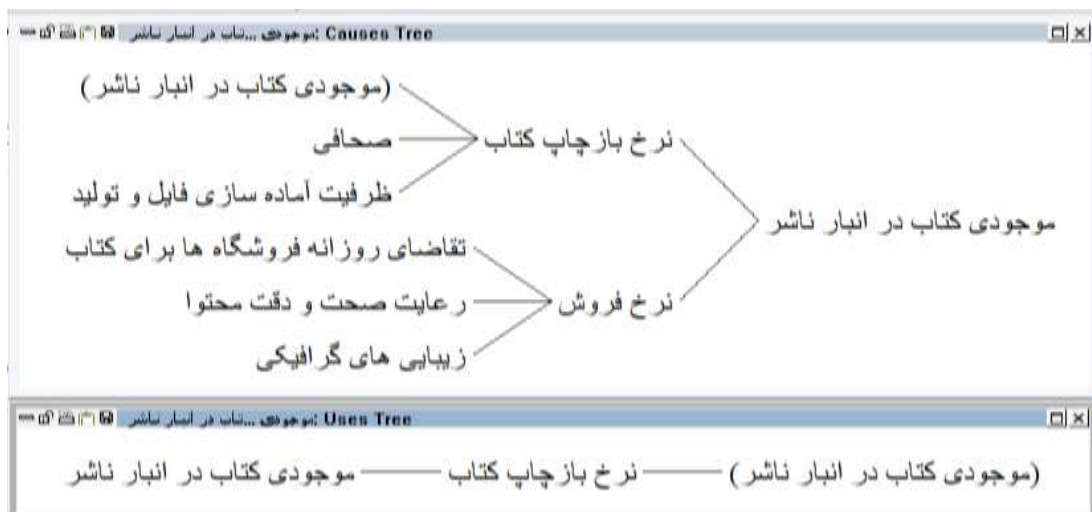


شکل ۷: تایید تست مدل در نرم افزار

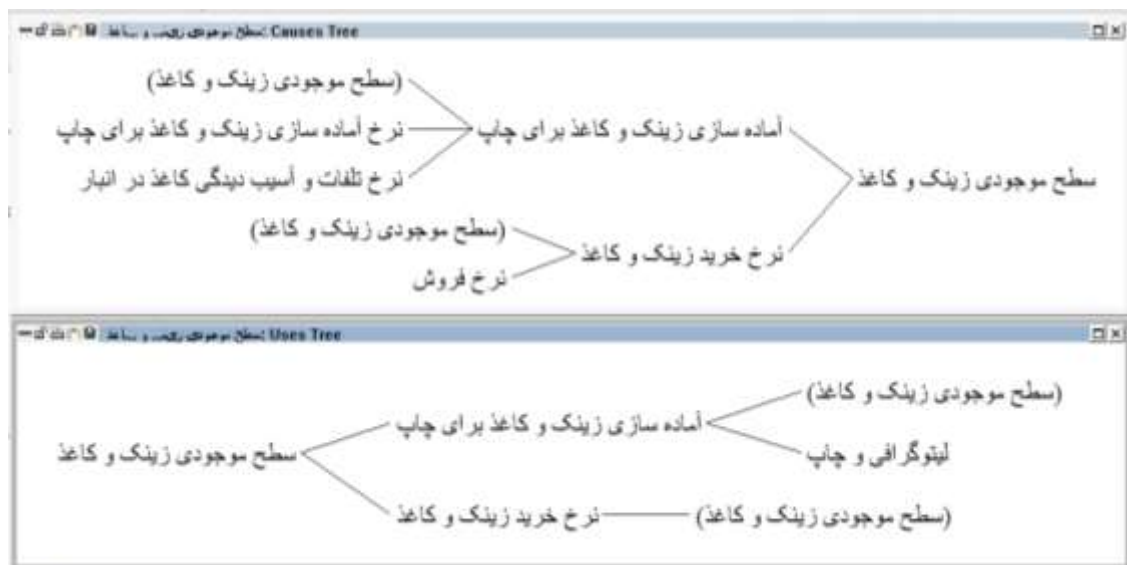
نتایج حاصل شده

نمایش ارتباطات

یکی از خروجی های نرم افزار در نمودار حالت جریان، tree ها یا نمایش ارتباطات است برای دو متغیر حالت این ارتباطات به شکل زیر است:

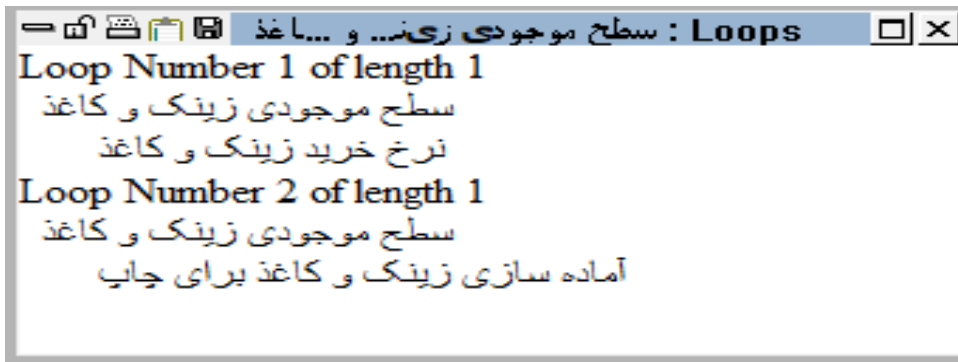


شکل ۸: نمایش ارتباطات (عوامل تاثیر گذار و تاپذیر) برای متغیر حالت موجودی کتاب در انبار ناشر



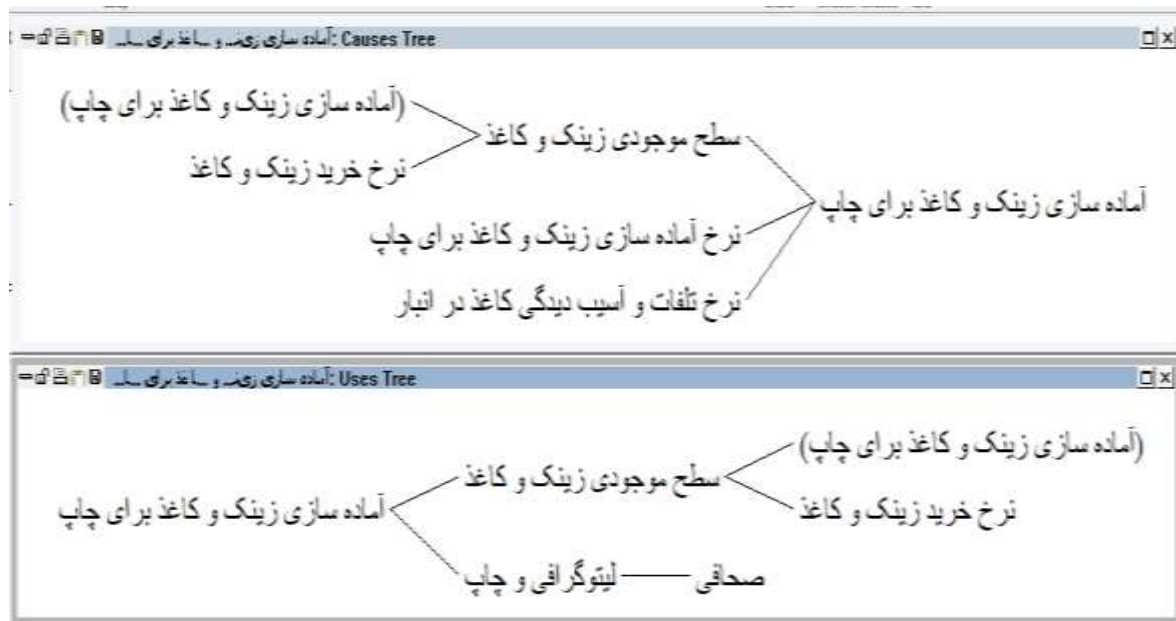
شکل ۹: نمایش ارتباطات برای متغیر حالت موجودی زینک و کاغذ

در نرم افزار حلقه نیز قابل نمایش است به عنوان نمونه دو حلقه زیر را خواهیم داشت:



شکل ۱۰: نمایش حلقه، متغیر حالت موجودی زینک و کاغذ

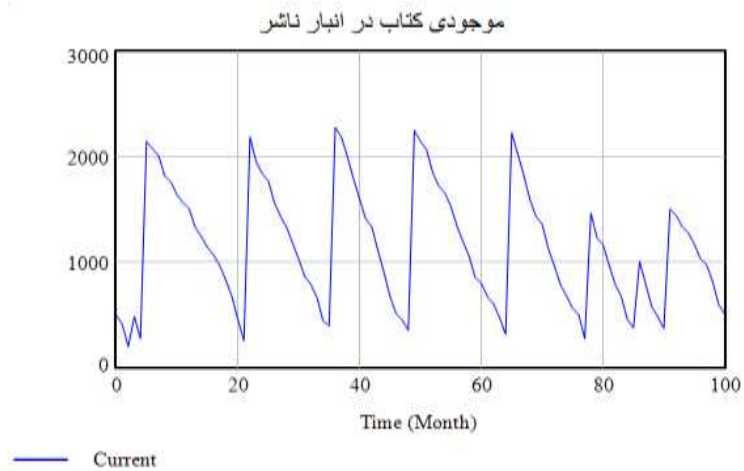
برای سایر متغیرها نیز این ارتباطات قابل نمایش است در اینجا یک ارتباطات متغیر دیگر به عنوان نمونه آورده شده است.



شکل ۱۱: مثال نمایش ارتباطات متغیرها

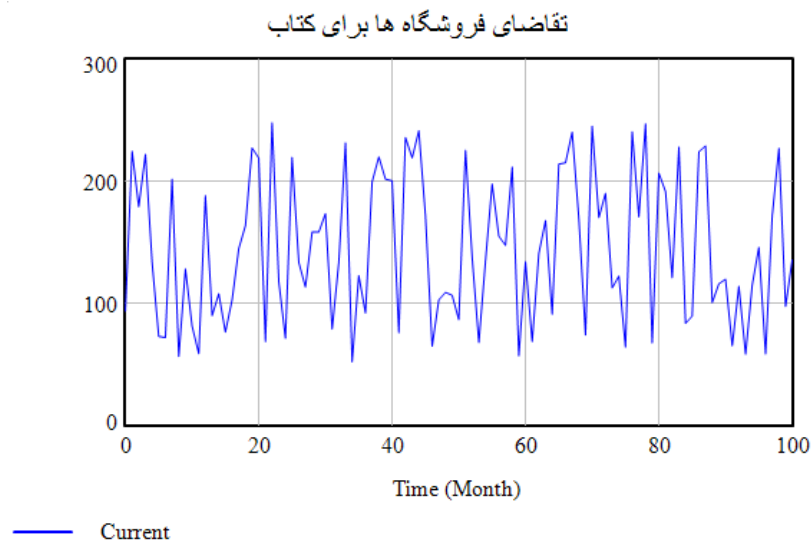
نتایج شبیه سازی

شبیه سازی مدل برای موجودی انبار از کتاب به شکل زیر خواهد بود. در این مدل طول دوره ی شبیه سازی را 100 ماه و گام های شبیه سازی را یک ماه در نظر گرفتیم. مدل را برای یک انتشارات با ظرفیت آماده سازی ۲۰۰۰ عدد کتاب در ماه نظر گرفته ایم.



نمودار ۱: نمودار سطح موجودی کتاب در انبار ناشر در بازه ۱۰۰ ماهه

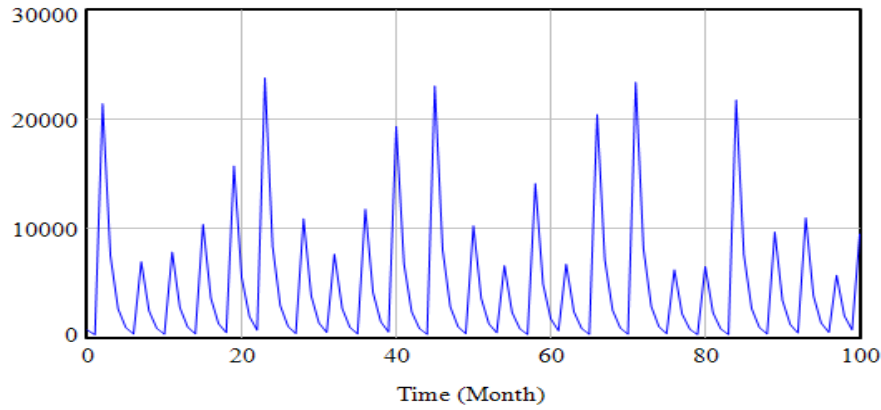
نمودارهای خروجی مدل را در ادامه آوردیم، به دلایل مختلف از جمله خرید مشتری از سایر کتابفروشی ها، طرح های مختلف کتابخوانی، ایام مختلف مناسبتی سال و خرید مشتری مقدار ثابت و مشخصی نیست. که نتایج حاصل از شبیه سازی مدل در نمودار زیر نیز بیان گر این موضوع است.



نمودار ۲: نمودار تقاضای فروشگاه برای کتاب

از آنجا که تقاضای فروشگاه‌ها دائماً در نوسان است و مقدار ثابت و مشخصی ندارد، لذا سطح موجودی کتاب در انبار و سطح زینک و کاغذ نیز ثابت نخواهد بود.

سطح موجودی زینک و کاغذ



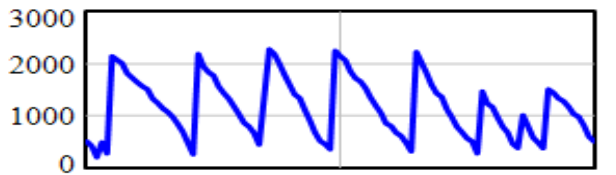
— Current

نمودار ۳: نمودار سطح موجودی زینک و کاغذ

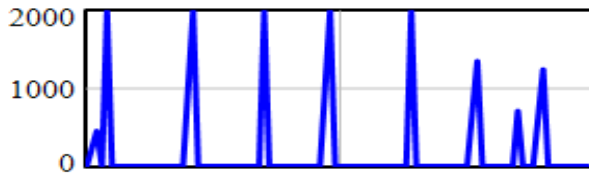
دو متغیر حالت و عوامل تاثیرگذار بر آن در نمودارهای ۴ مشخص شده است:

— Current

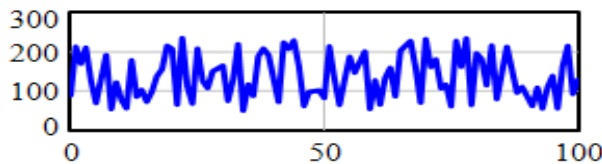
موجودی کتاب در انبار ناشر



نرخ بازچاپ کتاب



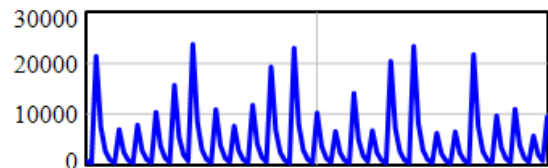
نرخ فروش



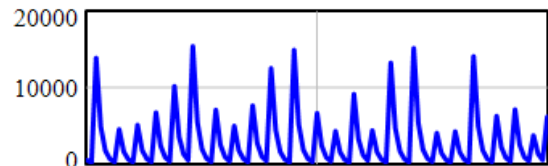
Time (Month)

— Current

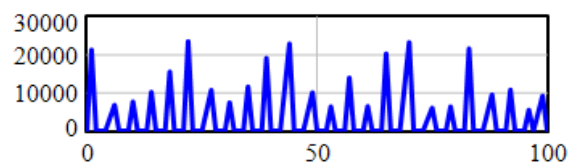
سطح موجودی زینک و کاغذ



آماده سازی زینک و کاغذ برای چاپ



نرخ خرید زینک و کاغذ

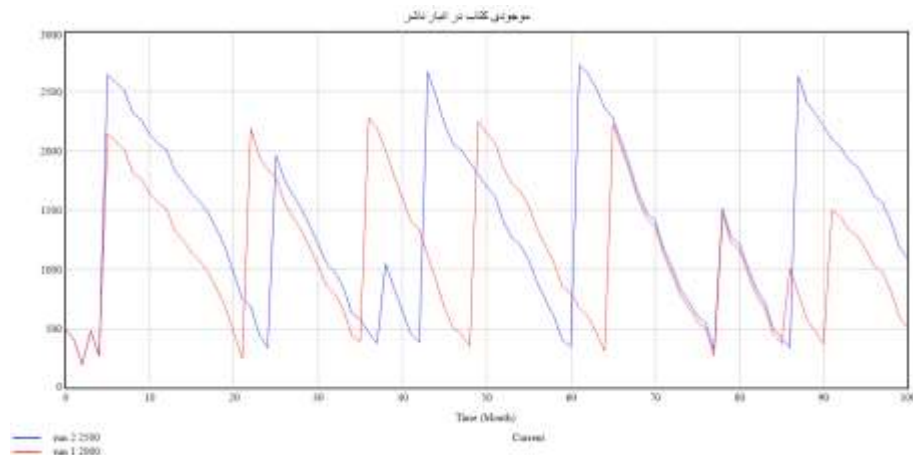


Time (Month)

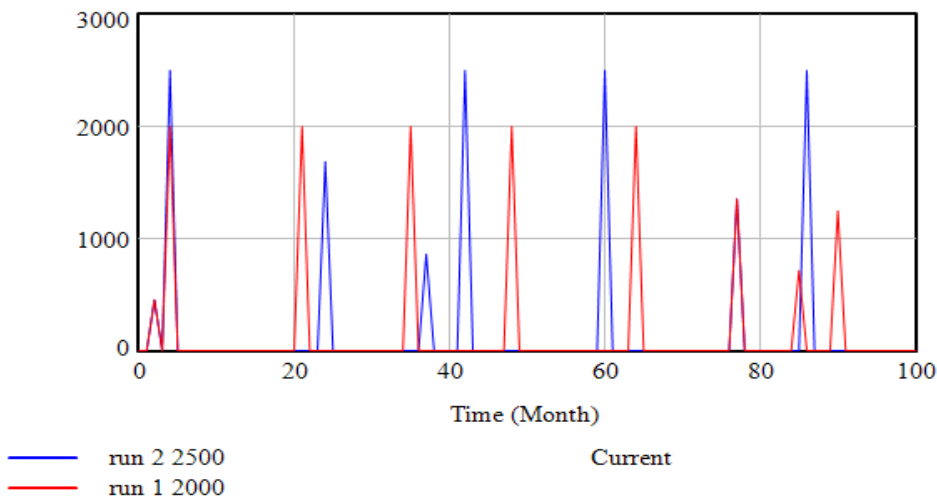
نمودار ۴: نمودار سطح موجودی و عوامل موثر

حساسیت مدل:

با افزایش ظرفیت آماده سازی و تولید از ۲۰۰۰ به ۲۵۰۰ کتاب، سطح کتاب در انبار و نرخ تجدیدچاپ کتاب تغییر خواهد یافت

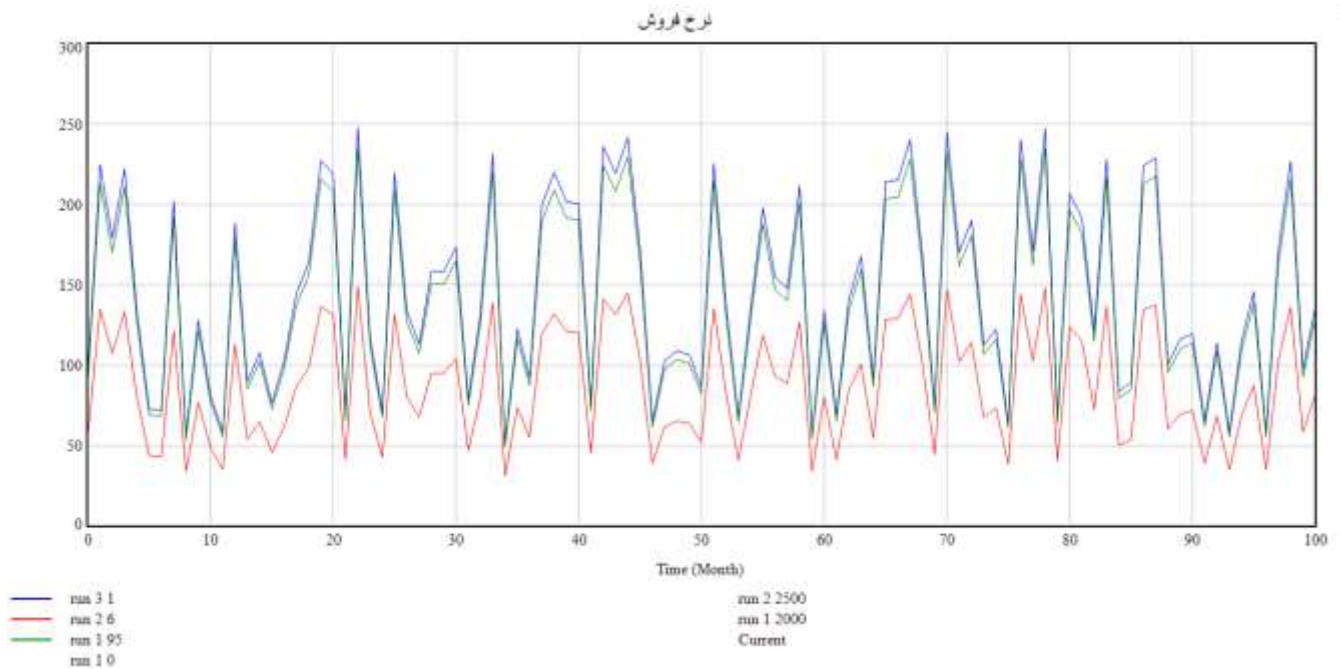


نمودار ۵: نمودار سطح موجودی کتاب در انبار برای مقادیر مختلف ظرفیت آماده سازی و تولید
نرخ باز چاپ کتاب



نمودار ۶: نمودار نرخ تجدیدچاپ کتاب برای مقادیر مختلف ظرفیت آماده سازی و تولید
کیفیت کتاب با دو عامل دقت صحت محتوا و زیبایی گرافیکی نشان داده شده است این عامل از جمله عواملی است که تاثیر بسزایی بر سطح فروش خواهد داشت، در نمودار زیر میزان فروش کتاب برای سه حالت نمایش داده شده است:

- وضعیت فعلی: کیفیت کتاب برابر ۰,۹۵ در نظر گرفته شده است.
- کاهش کیفیت کتاب: کیفیت کتاب برابر ۰,۶ در نظر گرفته شده است.
- افزایش کیفیت کتاب: کیفیت کتاب برابر یک در نظر گرفته شده است.



نمودار ۷: نمودار نرخ فروش برای مقادیر مختلف کیفیت کتاب

نتیجه گیری

وضعیت اقتصادی امروزه تاثیر زیادی بر کسب و کارهای فرهنگی از جمله تولید کتاب گذاشته است، در وضعیت فعلی اقتصادی جامعه، کتاب از سبد خانوارهای ایرانی خارج شد و سرانه مطالعه کاهش پیدا کرد. صنعت نشر نیز مانند سایر صنایع تولیدی وابسته به واردات مواد اولیه از خارج از کشور است و به دنبال تحریم ها برخی مواد مورد نیاز برای چاپ و کاغذهای سبک نایاب شدند. افزایش نرخ ارز بر کاغذ تاثیر گذشته و افزایش قیمت آن سبب بالارفتن قیمت کتاب و کمتر شدن قدرت خرید مردم می شود. این مسایل سبب شد ناشران هنگام تولید آثار توجه بیشتری به میزان سود آوری آن داشته باشند. سودآوری ناشر بیشتر از هر چیز به تجدید چاپ کتاب وابسته است. با توجه به سهم عمده کتاب های کاغذی و چالش های ناشران برای تامین کاغذ در این تحقیق نیز کتاب کاغذی مدنظر قرار گرفته است. و از آنجا که آنچه سبب سودآوری یک ناشر می شود تجدید چاپ آثار آن ناشر است. در این تحقیق ما پویایی سیستم را در یک موسسه انتشاراتی بررسی کرده و عوامل تاثیرگذار بر چاپ و عرضه آثار را شناسایی کردیم. زینک و کاغذ به عنوان مواد اولیه در نظر گرفته شده، تاخیرات مرحله صحافی و چاپ اعمال شده و بر اساس ظرفیت آماده سازی سیستم میزان موجودی کتاب در انبار در دوره های مختلف زمانی بدست آمده است، عوامل موثر بر نرخ فروش بررسی شده و تغییرات سیستم در مقابل افزایش یا کاهش کیفیت مشخص شده است. علاوه بر این بر طبق الگوی تصادفی خرید مشتری نرخ فروش مشخص شده است. سپس طبق مدل سازی انجام شده، و بررسی تحلیل حساسیت مدل، تغییرات سیستم در مقابل تغییرات محیط را مشخص کردیم.

در **مطالعات بعدی** می توان با شناسایی و افزودن متغیرهای تاثیر گذار به مدل به گسترش آن کمک کرد همچنین می توان عوامل دیگری بر مدل افزود و کتاب های چاپ اول را در پویایی سیستم بررسی کرد.

منابع

- آذرنگ، عبدالحسین (۱۳۹۳) نشر و انقلابی در راه، تهران: جهان کتاب.
- آذرنگ، عبدالحسین (۱۳۸۱) چند نوشتار و گفتار در نشر کتاب و ویرایش، تهران: ققنوس.
- احمدوند، محمد (۱۳۹۴). مدل سازی پویای سیستم حمل و نقل شهری پایدار به منظور اصلاح و بهبود ترافیک. مجله پژوهش های مدیریت در ایران، شماره ۲
- افضلی، علی اله ابوجعفری. (۱۳۹۷). چالشهای اقتصادی نشر در ایران: پیشنهاد شاخصهای آمار اقتصادی و نوآوری، ماهنامه علمی - پژوهشی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، شماره ۹: ۱۷-۱.
- استرمن، جان. (۱۳۹۷) ترجمه کیوان شاهقلیان و دیگران، کتاب "پویایی شناسی سیستم"، تهران: انتشارات ترمه
- استرمن، جان، ترجمه کوروش برارپور و همراهان، (۱۳۹۷). کتاب "پویایی شناسی کسب و کار"، تهران: انتشارات سمت، چاپ نهم ۱۳۹۷
- اصغرزاده کرمشاهلو، آیدین، غلام زاده، علی، اصغرزاده کرمشاهلو، سعید (۱۳۹۷). تحلیل محتوایی نشر دانش در سه فصلنامه حوزه مدیریت فن آوری و نوآوری. فصلنامه مطالعات دانش شناسی
- انصاری موحد، صدیقه. هنرمند ساری، محمد جواد. ۱۳۹۳. تدوین و گزینش راهبردهای مناسب بر اساس تحلیل سوات در صنعت نشر ایران، مجله کتاب مهر، شماره چهاردهم، صص ۳۴-۵۵.
- تری، ادوارد. ترجمه: سمیعی، پریرسا. (۱۳۹۷). اشتباهات صنعت نشر در عصر دیجیتال. نشریه چاپ و نشر. شماره ۱۶۶. صفحات ۱۱۰-۱۱۱
- پورممتاز، علیرضا. (۱۳۸۸). کتاب "فرهنگ جامع چاپ و نشر"، تهران: شرکت تعاونی کارآفرینان فرهنگ و هنر
- پرهیزگار، محمد مهدی؛ فروزنده دهکردی، لطف اله؛ جوکار، علی اکبر؛ درینی، ولی محمد. (۱۳۹۲). شناسایی عوامل موثر بر نوآوری سازمانی با تکیه بر پارادایم نوآوری باز مطالعه موردی: صنعت نشر کشور. مطالعات مدیریت صنعتی زمستان ۱۳۹۲ - شماره ۳۱. صفحات ۱۰۱ تا ۱۲۶
- رضایی، مصطفی، رضایی، وجیهه. (۱۳۹۴). استراتژی های مدیریت دانش و چابک سازی در صنعت نشر. فصلنامه کتاب مهر. شماره ۱۶. صفحات ۳۸ تا ۵۶
- رسولی، بهروز؛ کاظمی، حمید؛ علیپور حافظی، مهدی؛ حیدری، ابراهیم. (۱۳۹۶). موانع و چالشهای توسعه فروشگاههای برخط کتاب در ایران: دیدگاه مدیران. نشریه مطالعات کتابداری و سازماندهی اطلاعات. شماره ۱۱۱. صفحات ۱۰۷ تا ۱۲۲
- زارعی، مصطفی. (۱۳۹۱). تحلیل پویایی های عوامل موثر بر آلودگی هوای تهران با استفاده از رویکرد پویای سیستم. دوازدهمین کنفرانس بین المللی حمل و نقل
- سجادی جاغرق، سید عبدالله، دیندار فرکوش، رضایی، و مصطفی. (۱۳۹۶). استراتژی های مدیریت دانش در صنعت نشر. مطالعات رسانه ای سرگی له وو، ترجمه پرویز شهریاری. (۱۳۷۰). کتاب "کتابی درباره کتاب"، تهران: انتشارات توسعه
- شاوردی، میثم؛ (۱۳۹۱)؛ مروری بر چالش های کتاب الکترونیک در صنعت نشر و فعالیت های انتشارات سوره مهر در حوزه دیجیتال سازی محصولات؛ شماره ۵، صص ۱۰۴-۱۲۷.
- شریفی میلانی، هامون؛ برومند، زهرا؛ امیرکبیری، علیرضا؛ (۱۳۹۹)؛ عوامل تأثیر گذار بر صنعت نشر کتاب در ایران؛ فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ ارتباطات، سال بیست و یکم؛ شماره ۵۰، صص ۲۴۱-۲۵۸.
- شریفی میلانی، هامون؛ برومند، زهرا؛ (۱۴۰۰) شناسایی پیشران های موثر بر آینده صنعت نشر کتاب در ایران؛ فصلنامه آینده پژوهی مدیریت، شماره ۱۲۴، صص ۱۹-۲۸

شریفی میلانی، هامون؛ برومند، زهرا؛ امیرکبیری، علیرضا؛ (۱۴۰۰)؛ شناسایی مولفه های آینده پژوهی در صنعت نشر کشور با رویکردی مبتنی بر نظریه داده بنیاد. چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد. تهران
صفاهیه، هاجر؛ (۱۴۰۰)، راهکارهای تحقق اقتصاد مقاومتی در صنعت چاپ و نشر کتاب از دیدگاه ناشران؛ کتابداری و اطلاع رسانی، دوره ۲۴، شماره ۱، شماره پیاپی ۹۳، صص ۲۷-۴۹.

صفاری، سمیرا، اسدی، شهریار، شریفی مهرجردی، علی اکبر. (۱۳۹۸). تحلیل عوامل مؤثر بر انتخاب قطع کتاب تصویری کودک و نوجوان بر اساس معیارهای ناشران در ایران. نشریه نامه هنرهای تجسمی و کاربردی تابستان ۱۳۹۸- شماره ۲۴. صفحات ۳۷ تا ۴۸
صراف، محمد، مالتیمر جی. آدلر، (۱۳۹۸)، چگونه کتاب بخوانیم مشهد: انتشارات به نشر، چاپ ششم
عربگری، لایلا، صادقی، مرضیه. (۱۳۹۵). دیدگاه ناشران ایرانی درباره‌ی وضعیت نشر کتاب الکترونیک. کتاب مهر. بهار ۱۳۹۵. شماره ۱۹. صفحات ۳۵ تا ۵۵

عفراوی، عرفان. (۱۳۹۵). کتاب "آنچه طراحان گرافیک و ناظران چاپ می دانند"، تهران: انتشارات آبان، چاپ سوم
فرج پهلوی، عبدالحسین؛ مطلبی، داریوش؛ اصغر نژاد، حسین؛ (۱۳۹۵)؛ تاثیر فناوری‌های اطلاعاتی بر چاپ و نشر کتاب در ایران از نگاه ناشران؛ کتابداری و اطلاع رسانی، جلد ۱۹، شماره ۴.

فرهنگ وازگان و اصطلاحات کتاب و صنعت نشر، انتشارات کاروان
فاضلی، نعمت الله؛ داودی، حمید رضا. (۱۳۹۳). راهبردهای صنعت نشر در تهران از منظر مدیریت شهری: یک پژوهش نظریه مبنایی. مطالعات فرهنگی و ارتباطات پاییز ۱۳۹۳ - شماره ۳۶. صفحه ۱۳۱ تا ۱۵۴

فهمی فر، سپیده، نوروزی، علیرضا، شاهپوری، صفورا. (۱۳۹۸). ارائه الگوی برند شخصی نویسندگان کتاب‌های دانشگاهی در صنعت نشر ایران (مورد مطالعه: حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی). نشریه تحقیقات کتابداری و اطلاع رسانی دانشگاهی « دوره ۵۳ - شماره ۴ - سال ۱۳۹۸
فهمی فر، سپیده؛ حیدری، ابراهیم (۱۳۹۳)؛ بررسی ابعاد اقتصاد نشر کتاب الکترونیکی از دیدگاه ناشران ایرانی، فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات، ۹۸، ۶-۲۰.

گودرزی، ساره. (۱۳۹۷). تخفیف‌هایی که جان صنعت نشر را می‌گیرد. نشریه صنعت چاپ. شماره ۴۴۱. صفحه ۱۲۲
مالتیمر جی. آدلر، ترجمه محمد صراف، (۱۳۹۸). کتاب "چگونه کتاب بخوانیم"، انتشارات به نشر، چاپ ششم
مطلبی داریوش. (۱۳۹۸). مشکلات صنعت نشر کتاب ایران: مبتنی بر مرور متون. فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ - ارتباطات، شماره ۴۸: ۲۳۴-۲۰۵.
ناصری، مهدی و افشارنژاد، علیرضا، (۱۳۹۷). تجزیه و تحلیل صنعت نشر (مورد مطالعه انتشارات گاج)، سومین کنفرانس بین المللی تکنیک‌های مدیریت و حسابداری، تهران

نادری، امین. (۱۳۹۳). مدل تحلیلی مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در صنعت نشر. فصلنامه کتاب مهر. بهار ۹۳. شماره یازده و دوازده. صفحات ۱۱۶ تا ۱۳۶

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، (۱۳۹۶). تهران: کارنامه چاپ و نشر.

هنرمندساری، محمدجواد. (۱۳۹۲). اولویت بندی عناصر الگوی آمیخته‌ی بازاریابی در صنعت چاپ و نشر در ایران (حوزه ی کتاب) بر مبنای الگوی مدیریت منسجم خدمات «لاولاک و لارن». کتاب مهر پاییز ۱۳۹۲ - شماره ۱۰. صفحات ۲۲ تا ۴۷

Alvani, S. M., Danaeifard, H., Azar, A. (2016). *Qualitative Research Methodology: A Comprehensive Approach*. Saffar Press. Tehran (in Persian).

Aythora, J., Burke-Agüero, R., Chamayou, A., Clebsch, S., Costa, M., Deutscher, J., ... & Zaman, A. (2020). Multi-stakeholder media provenance management to counter synthetic media risks in news publishing. In *Proc. Intl. Broadcasting Convention (IBC)* (Vol. 1, No. 2, p. 8).

Baker, K. M. (2018). How niche magazines survive and thrive through an industry in turmoil. *Publishing Research Quarterly*, 34(3), 407-416.

- Balatsky, E. V. (2019). Global challenges of the fourth industrial revolution. *Terra Economicus*, 17(2), 6-22.
- Bastan, M., Shakouri G., H. (2019). Model-Based Assessment of Energy Dependency Policies: A System Dynamics Approach. *Journal of Industrial Management Perspective*, 9(2), 81-106 (in Persian).
- Bastan, M., Abbasi, E., Ahamadvand, A., Ramazani K, R. (2018). A Simulation Model of Mobile Banking Acceptance by Bank Customers Using the System Dynamics Approach. *Industrial Management Studies*, 16(50), 257-284. Doi: 10.22054/jims.2018.9113 (in Persian).
- Beall, J. (2017). What I learned from predatory publishers. *Biochemia medica*, 27(2), 273-278.
- Collyer, F. M. (2018). Global patterns in the publishing of academic knowledge: Global North, global South. *Current Sociology*, 66(1), 56-73.
- Chi, Youngsuk (2014). *The E-evolution of Publishing: Challenges and Opportunities in Companions*. London: Routledge.
- De Rosa, S., Jennes, I., Van den Broeck, W. *et al.* The Role of Prosumer in Reshaping the Publishing Industry: Preliminary Findings from the Möbius Project. *Pub Res Q* 38, 18–27 (2022). <https://doi.org/10.1007/s12109-022-09861-w>
- Hviid, M., Izquierdo-Sanchez, S., & Jacques, S. (2017). from publishers to self-publishing: disruptive effects in the book industry, *International Journal of the Economics of Business*, 26(3), 355-381.
- Kon-yu, N. (2018). In the skin of the other: diversity and the Australian publishing industry. *Text*, 22(Special 53), 1-13.
- Collyer, F. M. (2018). Global patterns in the publishing of academic knowledge: Global North, global South. *Current Sociology*, 66(1), 56-73.
- Khairi Aseh; Omar Mohammed Ali Abdullah Al-Qudah; M Hafiz Yusoff; P. Ravindran Pathmanathan; Nurul Adilah Abdul Latiff; J. 2021. The economic status and future of the electronic e-book publishing industry in Iran with a look at publishers' rights. Published in: 2021 2nd International Conference on Smart Computing and Electronic Enterprise (ICSCEE)
- Little, Bob (2013). Dynamic publishing: a new breakthrough for learning technologies. *Industrial and Commercial Training*. 45 (2), pp. 87 – 91.
- Marta Magadán-Díaz & Jesús I. Rivas-García. 2022. Publishing Industry: A Bibliometric Analysis of the Scientific Production Indexed in Scopus. *Publishing Research Quarterly* volume 38, pages665–683 (2022)
- Pecoskie, Jen (J. L.), Hill, Heather (2015). Beyond traditional publishing models: An examination of the relationships between authors, reader's, and publishers. *Journal of Documentation*. 71 (3).609-626. available at: <https://doi.org/10.1108/JD-10-2013-0133>.
- Piotrowska, A., & Piotrowska, E. (2020). Profitability analysis of the publishing industry in Norway: a study of the sources of profitability variations between Norwegian publishers (Master's thesis).
- 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>.
- Rosenblatt, B. Review of Identifier and Metadata Standards in the Publishing Industry. *Pub Res Q* 38, 396–404 (2022). <https://doi.org/10.1007/s12109-022-09870-9>
- Sterman, J. (2000). *Business dynamics: systems thinking and modeling for a complex world*. McGraw Hill
- Tao, R., Su, C. W., Xiao, Y., Dai, K., & Khalid, F. (2021). Robo advisors, algorithmic trading and investment management: Wonders of fourth industrial revolution in financial markets. *Technological Forecasting and Social Change*. 163, 120421.
- Toufani, Samrand; Montazer, Gholam Ali (2011). E-publishing readiness assessment in Iranian publishing.

- Towse, R. (2017). Economics of music publishing: copyright and the market. *Journal of Cultural Economics*, 41(4), 403-420.
- Vrethager, Robin (2017) The future of the book industry, digital or physical? Case study: Amazon 31 pages 3 November, pp1- 31
- van der Hoog, Tycho Alexander. 2022. Brewing Tensions: The Colonial Gaze of the German–Namibian Publishing Industry. *Africa Spectrum* 2022, Vol. 57(3) 264–281. DOI: 10.1177/00020397221105900
- Zhang, J. (2017). The integration of technology and the publishing industry in China. *Publishing Research Quarterly*, 33(2), 173-182.
- Zhang, L., Qu, J., Jie, J., Liang, N. (2022). Characteristics of Data in the Traditional Publishing Industry and Emerging Industries Including the Internet Industry. In: *China's publishing Industry in the Era of Big Data. Research Series on the Chinese Dream and China's Development Path*. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-19-0428-8_3.