

علل کاهش مطالعه و بررسی عوامل اقتصادی موثر بر چاپ و نشر کتاب در ایران

خلاصه:

انتشار کتاب در هر جامعه ای یکی از شاخص های مهم رشد فکری و معنوی است. روند تولید کتاب در ایران، مانند هر جامعه دیگری، یکی از مهمترین شاخص ها و نشانه های کیفیت زندگی فرهنگی و فکری است. اهمیت این موضوع زمانی دو چندان می شود که غنی سازی و کیفیت زندگی فرهنگی و فکری جامعه ایران یکی از مهمترین اهداف انقلاب اسلامی و نظام سیاسی باشد. به نظر می رسد که در سیاست های فرهنگی کشور و به ویژه در برنامه های توسعه، جلوه ای جدی و برجسته دارد. هدف از این تحقیق بررسی تأثیر متغیرهای اقتصاد کلان بر انتشار کتاب در ایران بین سالهای ۱۹۷۸ تا ۲۰۱۷ است. بنابراین، از نرم افزار EViews و روش داده ترکیبی برای برآورد داده های مدل استفاده شده است. نتایج نشان می دهد که متغیرهای نرخ تورم و نرخ بهره تأثیر معنی دار و منفی دارند، متغیرهای نرخ باسواد، کل جمعیت و ترکیب جنسیتی جمعیت تأثیر مثبت و معناداری بر تقاضای کتاب دارند و متغیرهای قیمت و درآمد کاغذ بر تقاضای کتاب در کشور تأثیر می گذارد. نتایج این مطالعه می تواند به سیاست گذاران فرهنگی کشور در تصمیم گیری کمک کرده و تقاضا برای کتاب در جامعه را افزایش دهد.

کلمات کلیدی: چاپ و نشر؛ تقاضای کتاب؛ متغیرهای کلان؛ داده های ترکیبی

۱. مقدمه

نشر فرآیند پدیدآوری و پخش اطلاعات و علوم و به عبارتی تلاش برای دسترس کردن معلومات برای عوام مردم معرفی می شود. تولیدات صنعت نشر در جهان امروز در صورتها و شکلها گوناگونی مانند، کتابهای چاپی، نشریات ادواری و... عرضه می گردد. نشر منابع اطلاعاتی در مفهوم کلی و نشر کتاب در مفهوم خاص، یکی از اصلی ترین مؤلفه های توسعه فرهنگی کشورهای دنیا به شمار می رود و به همین علت دائماً مورد توجه دولت ها و تصمیم گیرندگان بوده است (مطلبی، ۱۳۹۸). نشر کتاب چاپی، با وجود توسعه و فراوانی رسانه های نو متأثر از فناوری های نو به دلیل توجه مردم از آن همواره از با اهمیت ترین تولیدات صنعت نشر بوده و صنعتی بسیار مهم در دنیا به حساب آورده می شود و سرمایه گذاری بزرگی در امتداد گسترش آن از جانب کشورهای گوناگون دنیا در راستای توسعه آن صورت گرفته است (باب الحوائجی و همکاران، ۱۳۹۰). به بیان دیگر، کتاب از کهن ترین وسیله های ارتباطی و گسترش علم است، که نه تنها مفاهیم معنوی، فرهنگی و آموزشی را احاطه کرده، بلکه شامل جنبه های صنعتی و اقتصادی بازار نشر است. همسویی دو عامل یعنی اثر فرهنگی و اقتصادی، در یک نظام مبهم از پارامترها، امکان دارد ناسازگار دیده شود.

بررسی ابعاد مختلف صنعت نشر، کمک بسیار فراوانی برای برنامه ریزی های کلان فرهنگی است و بدون داشتن اطلاعات، برنامه ریزی بلندمدت و هدفمند ممکن نخواهد بود. با دقت به این نکته که دولت ها اهتمام ویژه ای برای حمایت از تولید و نشر کتاب دارند میتوانند با تمهیداتی تعداد عرضه این کالای فرهنگی را افزایش دهند.

نشر کتاب در ایران به بیانی اصلی ترین و مهمترین صنعت فرهنگی و با اهمیت ترین ارکان صنعت فرهنگی کشور است. فراهم کردن کتاب های مورد تقاضا دانش آموزان و دانشجویان و تأمین کالای خواندنی برای جمعیتی که امروزه به بالای هشتاد میلیون نفر رسیده و افزون بر ۸۰٪ آن با سواد هستند، به طور یقین بیش از عامل دیگری، می تواند به صنعتی مولد، اشتغال زا، فعال و اثرگذار بر ابعاد مختلف جامعه تبدیل گردد. رشد جمعیت کشور، افزایش نرخ باسوادی، گسترش روز افزون نظام های آموزشی در آینده، نیاز فراوان به تخصص و مهارت ها و احتیاج به اطلاعات بیشتر و مطالعه، چشم اندازی را ترسیم می کند که از نظر فرهنگی، صنعتی،

تولیدی، اقتصادی، اجتماعی از منظر سیاست‌گذاری و سازماندهی نیازمند بررسی بیشتر است (آذرننگ، ۱۳۸۰). در بیشتر مطالعات حوزه نشر به بررسی مسائل و مشکلات و ارائه راهکارهایی برای این صنعت پرداخته شده است، اما در این تحقیق سعی شده به مسائل اقتصادی نشر کتاب پرداخته و عوامل تأثیرگذار بر تقاضای چاپ کتاب بررسی شود.

۲. پیشینه‌ی پژوهش

نقش کتاب و عملکرد آن در جامعه همیشه مورد توجه مردم و سیاست‌گذاران و اقتصاددانان بوده است و بررسی مسائل آن یکی از موضوعات مورد توجه پژوهشگران می‌باشد. پژوهش‌های فراوانی در مورد نشر کتاب در داخل و خارج کشور انجام شده در زیر به برخی از این پژوهش‌ها اشاره شده است.

نقدی (۱۳۷۸)، در پژوهشی با عنوان «بررسی وضعیت چاپ و نشر کتاب‌های علوم پزشکی از دیدگاه ناشران» سعی داشته دیدگاه‌های ناشران در زمینه‌ی چاپ کتاب‌های منتشر شده‌ی علوم پزشکی و وضعیت نشر آنها را بررسی کند و با بررسی نتایج، نقش این مسائل را در وضعیت نشر کتاب‌های علوم پزشکی تعیین کند. در این پژوهش وسیله‌ی گردآوری اطلاعات، پرسشنامه و روش پیمایشی بوده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ناشران علوم پزشکی مستقر در شهر تهران از نظر تأمین هزینه نشر، سیستم رایانه‌ای، تبلیغ، توزیع کتاب‌ها، با مشکلات بسیاری روبرو هستند.

اصلانی‌ملایری، (۱۳۷۹)، در مقاله‌ای با عنوان «نشر کتاب در بن بست» مسائل و مشکلات نشر کتاب از دیدگاه ناشران، اهل قلم و صنف‌های وابسته به نشر را در شهر اصفهان بررسی می‌کند. براساس این تحقیق، عوامل فرهنگی از نظر ناشران و عوامل اقتصادی از نظر اهل قلم مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر وضعیت نشر در شهر اصفهان بوده‌اند. همچنین بیش از نیمی از اهل قلم اصلاً با قوانین نشر کشور آشنایی ندارند و مهم‌ترین مشکل ناشران تمرکز امور اداری نشر در تهران بوده است.

مؤسسی (۱۳۸۲)، به بررسی تأثیر یارانه کتاب بر بازار آن از طریق شناخت عوامل مؤثر بر تقاضا و عرضه کتاب و برآورد تابع عرضه و تقاضا و محاسبه کشش‌های درآمدی و قیمتی آن در دوره‌ی بیست ساله ۱۳۵۷ تا ۱۳۷۷ با استفاده از تکنیک‌های اقتصاد سنجی پرداخته است. نتایج بررسی نشان می‌دهد اولاً تابع عرضه کتاب در ایران نسبت به تغییرات قیمت، کم‌کشش است و یک درصد افزایش قیمت تنها ۰/۲۷۷ درصد تغییر در عرضه کتاب ایجاد می‌کند. دوماً منحنی تقاضای کتاب در ایران نسبت به تغییرات قیمت حساس بوده و باکشش است و یک درصد افزایش قیمت کتاب، ۱/۲۴ درصد میزان تقاضای کتاب را کاهش خواهد داد. سوماً تقاضا نسبت به درآمد حساس بوده و یک درصد افزایش در درآمد موجب ۵/۲۲ درصد افزایش در تقاضای کتاب خواهد شد. چهارماً حذف یارانه‌ها موجب می‌شود که قیمت کتاب یک درصد افزایش یابد و میزان تقاضا برای کتاب ۱/۲۴ درصد کاهش یابد. در آخر باید اشاره کرد که پرداخت یارانه به بخش کتاب تا اندازه زیادی توجیه اقتصادی دارد و برای هدفمند کردن و افزایش کارایی آن باید یارانه‌ها، مستقیماً به مصرف‌کننده پرداخت شود.

مهدیانی و مرتضوی (۱۳۸۲)، در مقاله «نشر کتاب در ایران از سال‌های اوایل انقلاب تا سال ۱۳۸۱» به این نتایج می‌رسند: طی ۲۴ سال گذشته نشر کتاب در ایران با برخورداری از میانگین نرخ رشدی حدود ۲۲ درصد، شاهد رشد مداومی بوده است. در سال‌های نخستین پس از انقلاب بالاترین نرخ رشد در این عرصه دیده می‌شود میانگین نرخ رشد (۵۲٪) و پس از آن دوره رکود فرا می‌رسد که با دوران جنگ تحمیلی مقارن بوده است (میانگین نرخ رشد ۵٪) در فاصله سالهای ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۵ شاهد بهبود در آمار نشر عناوین کتاب هستیم که با نرخ متوسط ۱۰ درصد دوباره در حال رونق گرفتن است.

علیادونیقی (۱۳۸۲)، در پژوهشی با عنوان «بررسی وضعیت نشر در استان آذربایجان شرقی» با هدف جمع‌آوری دیدگاه ناشران استان آذربایجان شرقی در مورد دشواری‌های فرهنگی و کاری آنها، آگاهی از موانع و مشکلات موجود در کار چاپ و نشر در این استان، بررسی وضعیت مطالعه و نیازهای جامعه‌ی کتابخوان، با بررسی آماری و میزان فروش کتاب‌ها با موضوعات مختلف تحقیق خود را با روش پیمایشی انجام داده است. جامعه مورد مطالعه، تمامی ناشران استان آذربایجان شرقی (۱۷۰) ناشر و ابزار گردآوری اطلاعات به

صورت پرسشنامه بوده است. نتایج پژوهش نشان داده که پس از کتاب های درسی، به ترتیب کتاب هایی با موضوعات ادبیات، هنر، علوم عملی و علوم محض و کودکان، بیشترین میزان چاپ را دارند.

دیانی و تجدد(۱۳۸۵)، در مقاله‌ای با عنوان «دیدگاه ناشران درباره ثبات سیاسی و اقتصادی حاکم بر نشر کتاب طی سال های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۳» به این نتایج رسیدند: در دوره مورد مطالعه، نوعی آزادی با تأثیر مثبت بر روند تألیف و ترجمه - از نوعی که قبل از این دوره تجربه نشده وجود داشته است. هرچند برای رأی قطعی دادن در این مورد باید شرایط و آمار نشر در سال های آینده مورد بررسی قرار گیرد و با شرایط این دوره مقایسه شود تا مشخص گردد که آیا واقعاً چنین آزادی در این دوره هشت ساله وجود داشته است یا نه.

مهدیانی و مرتضوی (۱۳۸۷)، با هدف سیمای نشر کتاب در ایران طی دو دهه اخیر، بر مبنای نتایج اجرای یک طرح پژوهشی تدوین شده است. که نتایج آن تهیه منبعی از اطلاعات و آگاهی درباره سیر تحولات نشر کتاب در سال های پس از انقلاب بوده است تا به شیوه‌ای علمی مبنایی برای راهنمایی سیاست‌ها و تصمیم‌گیری‌های مورد اشاره فراهم شود.

ترکیان تبار و همکاران(۱۳۹۱)، به بررسی دیدگاه‌های معاونین پژوهشی و مدیران انتشارات واحدهای دانشگاه‌های آزاد اسلامی درباره‌ی عوامل مؤثر بر انتشار کتاب در دانشگاه با استفاده از روش پیمایشی و توصیفی پرداختند. داده‌های این پژوهش از طریق پرسشنامه جمع آوری و با استفاده از نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل صورت گرفته است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که معاونین پژوهشی و مدیران انتشارات واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی چاپ و انتشار کتاب بوسیله سازمان مرکزی و ناشران خصوصی را بر چاپ و انتشار کتاب توسط واحدهای دانشگاهی ترجیح می‌دهند. این در صورتی که وضعیت چاپ و انتشار کتاب در دانشگاه آزاد مطلوب ارزیابی شده و سیاست‌های حمایتی و تشویقی سازمان مرکزی را برای افزایش کمی و کیفی چاپ کتاب تأثیرگذار ارزیابی کردند. به طوری که ۳۵/۴ درصد از جامعه مورد بررسی اثر چاپ کتاب را بر ارتقاء علمی دانشگاه آزاد اسلامی بسیار اثرگذار و ۳۲/۳ درصد اثر امتیازات و تشویقات کتبی را بر افزایش انتشارات کتاب بسیار زیاد می‌دانند.

عابدی(۱۳۹۰)، در پژوهشی تحت عنوان «نشر الکترونیک، انواع آن و اثر آن در نشر چاپی» علاوه به بررسی مزایای نشر الکترونیک در محیط وب به معرفی انواع ناشران، کتب الکترونیکی، انواع آن، ارزش های افزوده نشر کتاب در محیط وب و مزایا و معایب آن پرداخته است. نتیجه مطالعه نشان می‌دهد که نشر الکترونیک به طور فزاینده ای در حال مطرح شدن، به عنوان یکی از کارآمدترین نشرها برای انتشار اطلاعات است.

باب‌الحوایجی و همکاران(۱۳۹۰)، به بررسی عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی مؤثر بر اقتصاد نشر ایران بین سال‌های ۱۳۵۸ تا ۱۳۸۷، با استفاده از جامعه آماری ۲۶۴ ناشر خصوصی و روش پرسشنامه پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که افزایش جمعیت باسواد بیشترین تأثیر مثبت و فقر اقتصادی بیشترین تأثیر منفی بر عرضه کتاب را داشته است.

فرج‌پهلوی و همکاران(۱۳۹۵)، با هدف بررسی تأثیر فناوری های اطلاعاتی بر چاپ و نشر کتاب در ایران از نگاه ناشران، و با استفاده از روش پیمایشی توصیفی به مطالعه پرداخته‌اند، که تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش توصیفی و تحلیلی انجام شده است و با تکیه بر نظرهای ناشران و کارشناسان حوزه نشر، تأثیر فناوری‌های نوین اطلاعاتی بر صنعت نشر کتاب را در ابعاد مختلف در چرخه نشر مورد مطالعه قرار دهند. و نتایج نشان می‌دهد که در بخش توصیفی ویژگی‌های جمعیت شناختی و نیز متغیرهای مرتبط با پرسش های تحقیق ارائه شده است در بخش تحلیلی از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف جهت سنجش نرمال بودن متغیرها استفاده شد که در نتیجه، این آزمون به دلیل نرمال بودن متغیرها استفاده از امار پارامتریک را توجیه می‌نمود. به همین جهت از آزمون t برای بررسی پرسش های پژوهش استفاده شد.

روا و بیگدلی(۱۳۹۷)، در مطالعه‌ای به بررسی وضعیت نشر کتاب در استان بوشهر بین سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۰ پرداخته‌اند. آنها برای تحلیل آماری از روش‌هایی شامل، درصد و میانگین استفاده نمودند. یافته‌های مطالعه نشان می‌دهد بین سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۰ تعداد ۳۳۴ عنوان کتاب در استان بوشهر منتشر شده، که بیشترین تعداد کتاب منتشره با ۶۰ عنوان در سال ۱۳۸۳ و کمترین

تعداد کتاب با ۶ عنوان در سال ۱۳۹۰ بوده است. همچنین حوزه‌های ادبیات و دین با ۱۱۱ و ۸۲ عنوان بیشترین و حوزه‌های فلسفه و روان‌شناسی با ۱ و ۲ کمترین کتاب منتشره را به خود اختصاص دادند.

صفاهیه (۱۳۹۹)، در مطالعه خود به بررسی راهکارهای تحقق اقتصاد مقاوتی در صنعت چاپ و نشر کتاب از دیدگاه ناشران با استفاده از روش تحلیلی و پیمایشی پرداخته و گردآوری داده‌ها تحقیق به صورت ترکیبی با شیوه تحلیل محتوا و استفاده از پرسشنامه انجام شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که با توجه به وابستگی نسبی صنعت نشر به مواد و منابع وارداتی، اکثریت ناشران با مشکلات مالی و چالش‌های زیادی روبرو هستند که مهمترین چالش‌ها عبارتند از، کمبود و گرانی مواد و مصالح چاپ و نشر، وابستگی به بازارهای پرنوسان، کمی سرمایه مادی، عدم مشارکت بانک‌ها و افراد سرمایه‌گذار در حوزه نشر، اقتصادی نبودن حوزه نشر و فقدان فرهنگ مطالعه است در نتیجه ارائه راهکارهایی مانند، حمایت دولت در قالب اعطای تسهیلات و اصلاح نظام بازاریابی، تبلیغات و توزیع در حوزه نشر کتاب، دانش محور کردن صنعت نشر، مدیریت مصرف و استفاده حداکثری از منابع مادی و انسانی تأثیر مثبت و معناداری در تحقق اقتصاد مقاومتی در وضعیت فعلی خواهد داشت.

رینگستاد (۲۰۰۶)، به برآورد تقاضا برای کتاب با استفاده از داده‌های نظرسنجی بیش ۱۸۰۰۰ مصرف‌کننده با استفاده از مدل سه کالایی (کتاب، کالاهای فرهنگی و کالاهای غیر فرهنگی) طی دوره‌ی ۱۹۸۶-۱۹۹۹ در کشور نروژ پرداخته است. یافته‌ها نشان می‌دهد که قیمت کتاب کاملاً به درآمد حساس است و کالاهای فرهنگی می‌تواند جایگزین کتاب شوند، همچنین نتایج برای متغیرهای اجتماعی- جمعیتی بیانگر آن است که دسترسی به مراکز خرید کتاب، جنسیت و سن برای تقاضای کتاب مهم است و افراد مجرد و خانوارهای دارای فرزند خردسال از خریداران مکرر کتاب هستند.

توفانی و منتظر (۲۰۱۱)، به ارزیابی شرکت‌های انتشاراتی ایرانی درگیر نشر الکترونیکی و آمادگی وزارت فرهنگ و ارشاد به عنوان قانون‌گذار پرداختند. در این تحقیق از روش تجزیه و تحلیل عاملی استفاده شده و داده‌ها از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شده است. نتایج بررسی نشان می‌دهد که عامل زیرساخت‌های فنی ناشران ایرانی در سطح قابل قبولی قرار دارند و بیشتر شاخص‌ها در سطح خوبی قرار دارند ولی برای اجرای انتشار الکترونیکی، باید بر روی برخی موضوعات متمرکز شد مانند استانداردها، همچنین در زمینه زیرساخت‌ها، بازاریابی اطلاعات کتاب‌های الکترونیکی ناشران باید اینترنت و سایر امکانات رایانه‌ای را بهبود دهند. همچنین در عامل اقتصادی و مالی، کمک مالی دولت به ناشران می‌تواند ناشران را در نشر الکترونیکی کمک نماید. در عامل اجتماعی، بسیاری از مشتریان به ناشران الکترونیکی هیچ اعتمادی ندارند. امنیت بالایی در وب سایت‌ها و پایگاه‌های اطلاعاتی شرکت‌های فارسی برای محافظت از اطلاعات مشتریان وجود ندارد. در عامل مدیریت، اکثر مدیران شرکت‌های انتشاراتی کتاب را در قالب کاغذی قبول دارند و در برابر هر تغییر مقاومت می‌کنند بنابراین با برگزاری دوره‌های آموزشی و تغییر نگرش مدیران نسبت به این حوزه باعث سرمایه‌گذاری در این زمینه شوند. در عامل منابع انسانی، برای بهبود کارکنان در زمینه ساخت انتشار الکترونیکی و قوانین مربوط به آن برنامه‌های آموزشی مرتبط می‌تواند توسط وزارت فرهنگ و علوم ارائه شود. در عامل قانون‌گذاری دولت، دولت باید به خوانندگان کتاب‌های الکترونیکی یارانه پرداخت کند تا قیمت آن کاهش و افراد ترغیب به مطالعه کتاب‌های الکترونیکی شوند. علاوه بر این برای حمایت از ناشران وزارت فرهنگ و مجلس مجبورند لایحه‌ای در حمایت از حقوق ناشران الکترونیکی وضع کنند. در آخر، هیچ روش مناسبی در رابطه با قیمت‌گذاری کتاب الکترونیکی وجود ندارد و نیاز به ایجاد کنوانسیون استاندارد برای قیمت‌گذاری محصولات الکترونیکی وجود دارد.

زوار (۲۰۱۶)، در پژوهشی به نام اختلال و نوآوری در صنعت کتاب استرالیا: مطالعات موردی ناشران تجارت و آموزش به بررسی اختلال و تحول ساختاری در صنعت جهانی کتاب با استفاده از مصاحبه با ناشران ارشد استرالیایی و مطالعه موردی ۲۵ ناشر، از جمله شرکت‌های بزرگ تجاری و آموزشی، ناشران تجاری کوچک و بزرگ مستقل، مطبوعات تجربی و علمی پرداخته است.

زین العابدینی و همکاران (۲۰۱۹)، به مطالعه کیفی چالش‌هایی که صنعت نشر ایران با آن روبرو بودند پرداخته‌اند. موضوعات اصلی در تجزیه و تحلیل مطالعه عبارتند از، اقتصاد در صنعت نشر، فناوری در صنعت نشر، سیاست در صنعت نشر و مسائل اجتماعی در صنعت نشر نتایج بررسی نشان می‌دهد مهمترین چالش‌های اقتصادی عبارتند از، عدم وجود ساز و کارهای مناسب برای حمایت

اقتصادی دولت از صنعت نشر و عدم وضوح در امور اقتصادی ناشران دولتی و خصوصی، عدم وجود استراژیهای مناسب برای خرید تجهیزات چاپ پیشرفته و نبود قوانین و چارچوبهای مناسب برای گسترش نشر الکترونیکی است و از چالشهای سیاسی مربوط به نشر کتاب، می توان به مسائل مربوط به سانسور و در آخر از چالشهای فرهنگی این صنعت، به پایین بودن سرانه مطالعه و مسائل مربوط به فضای مجازی اشاره کرد.

۳. روش شناسی

روش پژوهش، مجموعه‌ای از قواعد، ابزارها و شیوه‌های قابل اطمینان و انسجام یافته برای تحلیل وقایع، یافتن مجهولات و دستیابی به راه حل مسائل است. در این مطالعه برای بررسی فرضیات تحقیق از روش پنل دیتا، در بازه زمانی ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۸ استفاده شده است. همچنین داده‌های متغیرهای مورد استفاده از، سایت خانه کتاب، مرکز آمار ایران، بانک مرکزی ایران و بانک اطلاعات کاغذ ایران جمع آوری و کشور مورد بررسی ایران می‌باشد.

داده‌های ترکیبی، گروهی از داده‌ها هستند که در بر دارنده چند مقطع و یک دوره زمانی می‌باشند. مقطع نشانگر افراد، گروه‌ها، بنگاه‌ها، صنایع، کشورها و... است. در صورت کلی، تعداد مقطع‌ها را با n نمایش داده می‌شود. دوره زمانی می‌تواند روز، هفته، ماه و سال باشد. طول دوره زمانی را مساوی با T فرض می‌گیریم. بدین صورت مشاهدات درباره‌ی متغیرهای X و Y را با X_{it} و Y_{it} نمایش می‌دهیم که مقاطع مشتمل بر $i=1, \dots, n$ و زمان شامل $t=1, \dots, T$ می‌باشد.

داده‌های ترکیبی به این دلیل که تغییرات زمانی و درون گروهی را با هم انعکاس می‌دهند، می‌تواند اطلاعات بیشتری را گزارش نمایند. نکته‌های بسیاری که در بررسی‌های سری زمانی در نظر گرفته نمی‌شود و قابل رویت نیستند، در بررسی‌های داده‌های ترکیبی مشخص می‌شوند. به خصوص ناهمگنی‌هایی که اغلب در سری زمانی از آنها صرف نظر می‌شود در اصطلاح غیر قابل رویت هستند، در تحلیل داده‌های ترکیبی امکان بررسی آنها فراهم شده است.

های ترکیبی، می‌توان بحث را با معادله رگرسیون زیر شروع نمود: به طور کلی برای بررسی رگرسیون داده

$$Y_{it} = \beta X_{it} + \alpha Z_i + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

خصوصیات ویژه هر فرد یا گروه را Z_i ها تغییر می‌کند. متغیرهای توضیحی است که هم در طول زمان و هم در بین گروه X_{it} و t امین واحد مقطعی در سال i متغیر وابسته برای Y_{it} های میان گروهی را انعکاس می‌دهد که در اصل ناهمگنی‌نمایش می‌توان مانند یک مدل برای تمام افراد قابل رویت باشد، در این صورت مدل بالا را می‌ Z_i جز اخلاص داده‌های ترکیبی است. اگر ε_{it} تخمین زد. اما اگر فرض شود میان مقاطع گوناگون تفاوت وجود دارد، باید از مدل‌های OLS خطی معمولی به حساب آورد و آن را با دیگری برای برآورد مدل بهره گرفت.

ی توان در جمله‌های فردی و گروهی را می‌شود که تفاوت یکی از روش‌ها، روش اثرات ثابت است. در مدل اثرات ثابت فرض می‌یک ضریب نامعلوم است که بایستی برآورد گردد. این فرض بر این پایه بنا است که تفاوت‌های میان α_i ثابت منعکس نمود. هر واحدهای را می‌توان به شکل تفاوت در عرض از مبدأ نمایش داد. با مدل اثرات ثابت می‌توان اثرات فردی رویت نشده را که با متغیرهای توضیحی همبستگی داشته بررسی نمود. روش دیگر تخمینی، روش اثرات تصادفی که فرض می‌کند جز ثابت بیان‌کننده‌ی مقاطع مختلف به شکل تصادفی میان مقاطع و واحدها توزیع شده است و در این مدل خصوصیات فردی یا گروهی، ارتباطی با متغیرهای توضیحی ندارند، زیرا تصادفی هستند (سوری، ۱۳۹۲).

برای انتخاب روش مناسب برای برآورد مدل باید از آزمون اف لیمر و آزمون هاسمن استفاده نمود.

در تخمین تابع تقاضا از طریق تحلیل رگرسیونی، مشخص کردن فرم مدل یکی از مهم‌ترین مراحل است. روابط بین متغیرهای تقاضای براساس تئوری تقاضای مصرف‌کننده بیان می‌شود، اما درباره‌ی فرم دقیق تابع مدل تقاضای چیزی عنوان نشده است. فرم تبعی همواره براساس سهولت برآورد و تفسیر خوب شاخص‌های تخمین تعیین می‌شود.

فرم کلی تابع تقاضا برای کتاب در این مطالعه به صورت زیر تخمین زده شده است:

$$\text{LNBook}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{Infa}_{it} + \beta_2 \text{PP}_{it} + \beta_3 \text{Lr}_{it} + \beta_4 \text{EXR}_{it} + \quad (2)$$

$$\beta_5 \text{POP}_{it} + \beta_6 \text{LInc}_i + \beta_7 \text{POPm}_{it} + \beta_8 \text{Popm}/f_{it} + \beta_9 \text{Ir}_{it} + \varepsilon_{it}$$

در مدلی که در بالا ارائه شده، i بیانگر مقاطع (موضوعات کتاب) و t نشان‌دهنده سال‌های مورد بررسی (۱۳۵۷ تا ۱۳۹۸) است. Infa_{it} ، متغیر نرخ تورم، PP_{it} ، متغیر قیمت کاغذ، Lr_{it} ، متغیر نرخ باسوادی، POP_{it} ، متغیر جمعیت کل، LInc_i ، متغیر درآمد، POPm_{it} ، میانگین سنی جمعیت، Popm/f_{it} ، نسبت جنسی جمعیت، Ir_{it} ، متغیر نرخ بهره و ε_{it} هم خطای تخمینی داده‌های ترکیبی است.

۴. تجزیه و تحلیل

آزمون اف لیمر برای تعیین مدل اثرات ثابت در برابر مدل تجمیعی به کار می‌رود. فرضیات این آزمون به این شکل است.

H_0 : Pooled Model

H_1 : Fixed Effect Model

(۳)

فرضیه اول بر پایه مقادیر مقید و فرضیه برابر آن بر اساس مقادیر غیر مقید است. آماره آزمون چاو بر پایه مربعات خطای مدل

مقید و مدل غیر مقید به صورت زیر است:

$$F = \frac{RSS - URSS / N - 1}{URSS / NT - N - K} \quad (4)$$

این آماره دارای توزیع F با $N-1$ و $NT-N-K$ است (زرانژاد و انوری، ۱۳۸۵).

جدول ۱- نتیجه آزمون اف لیمر

نتیجه آزمون اف لیمر تشخیص مدل پنل از پول		
P-Valu	d.f	مقدار آماره آزمون
۰/۰۰۰	-۱۱، ۴۷۱	۸۴/۵۳۶۸۲

منبع : محاسبات تحقیق حاضر

نتیجه آزمون اف لیمر نشان‌دهنده‌ی آن است که فرضیه صفر رد شده و پنل بودن داده‌ها پذیرفته شده است.

انتخاب روش مناسب تخمین بین مدل اثرات ثابت و اثرات تصادفی می‌بایست از یک آزمون بهره گیریم. هاسمن در سال ۱۹۷۸

آزمونی را پیشنهاد داده است، که بر اساس آن وجود اختلاف بین تخمین‌زن‌های روش اثرات ثابت و روش اثرات تصادفی به عنوان

فرضیه صفر در نظر گرفته شده است. بدین صورت که با رد فرض صفر می‌توان نتیجه گرفت که به کارگیری روش اثرات ثابت بهتر است. در این آزمون فرض صفر به معنای عدم وجود همبستگی می‌باشد.

جدول ۲- نتیجه آزمون هاسمن

نتیجه آزمون هاسمن تشخیص اثرات ثابت از تصادفی		
P-Val u	d.f	مقدار آماره آزمون
۱/۰۰۰	۹	۰/۰۰۰

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

نتیجه آزمون هاسمن برای تشخیص اثرات تصادفی از اثرات ثابت نشان می‌دهد که اثرات تصادفی پذیرفته و فرضیه صفر مبنی پذیرفتن اثرات تصادفی پذیرفته می‌شود.

با توجه به پذیرفته شدن اثرات تصادفی مدل نهایی با اثرات تصادفی برآورد می‌شود و نتایج آن در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۳- نتایج مدل اثرات تصادفی

احتمال	ضریب	متغیرها	
۰/۰۰۰	۸/۱۷۵۸۶۲	C	عرض از مبدأ
۰/۰۱۶۵	-۰/۰۰۳۲۵	I n f a	نرخ تورم
۰/۰۴۵۵	۱/۹۷۰۷	PP	قیمت کاغذ
۰/۰۱۰۸	۰/۰۰۱۶۶۲	Lr	نرخ باسواد
۰/۰۲۹۶	-۵/۷۵۰۶	EXr	نرخ ارز
۰/۰۰۰	۳/۵۸۰۵	POP	جمعیت کل
۰/۷۶۴	۰/۰۱۶۵۶۹	I n c	درآمد
۰/۲۰۲۵	-۰/۰۱۳۷۷	POPm	میانگین سنی
۰/۰۰۰۲	۰/۰۶۵۷۷	POP _{M/F}	ترکیب جنسی
۰/۰۰۰	۰/۰۱۱۶۸	I r	نرخ بهره
۰/۸۶۶۱۳		R-squared	
۰/۴۰۸۹۳۳		Durbin-Watson	
۱۵۲/۳۶۷		F-statistic	
۰,۰۰۰۰		Prob	

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

همانگونه که در جدول (۳) نشان داده می‌شود. آماره F بیانگر معناداری کل مدل است. همچنین مقدار ضریب تعیین نشان‌دهنده‌ی آن است که ۰/۸۶۶۱۳ از تغییرات متغیر وابسته بوسیله متغیرهای مستقل مدل توضیح داده شده است. عرض از مبدأ مدل با ۸/۱۷۵۸۶۲ معنادار، متغیر نرخ تورم با ۰/۰۳۲۵- معنادار است یعنی با افزایش تورم، تقاضای برای کتاب کاهش می‌یابد. متغیر نرخ باسوادی کشور با مقدار ۰/۰۱۶۶۲ معنادار، یعنی با افزایش یک واحد نرخ باسوادی کشور تقاضای کتاب ۰/۰۱۶۶۲ افزایش می‌یابد. متغیر نرخ ارز از لحاظ آماری معنادار است یعنی با افزایش یک واحدی نرخ ارز تقاضای کتاب به میزان ۵/۷۵۰۶- کاهش یافته، متغیر جمعیت کل معنادار مثبت است یعنی با افزایش یک واحدی جمعیت تقاضای کتاب به مقدار ۳/۵۸۰۵ افزایش داشته، متغیر ترکیب جنسی مثبت معنادار بوده و باعث افزایش تقاضای کتاب به میزان ۰/۰۶۵۷۷ شده، متغیر نرخ بهره معنادار و اثر منفی داشته، یعنی یک واحد افزایش نرخ بهره سبب کاهش تقاضای کتاب به مقدار ۰/۰۶۵۷۷ شده است. اما متغیرهای درآمد و میانگین سنی جمعیت معنادار نبوده و اثری بر روی تقاضای کتاب در کشور ندارند.

۵. پیشنهادات

با توجه به اهمیت مسئله کتاب و کتابخوانی در کشور و افزایش تقاضای این کالای فرهنگی در میان اقشار مختلف پیشنهادات برای راهنمایی بهتر سیاست‌گذاران در زیر ارائه شده است.

مطابق نتایج بدست آمده، تقاضای کتاب با افزایش نرخ تورم کاهش می‌یابد زیرا باعث کاهش قدرت خرید و حذف این کالای فرهنگی از سبد مصرفی خانوار می‌شود، از این سو لازم دولت‌ها با ارائه برنامه‌های حمایتی، سوبسید باعث تشویق ناشر و خوانندگان کتاب شوند.

افزایش نرخ باسوادی باعث افزایش تقاضای کتاب و رواج فرهنگ مطالعه در سطوح عالی جامعه شده از این رو سیاست‌گذاران آموزشی کشور باید با گسترش فرهنگ مطالعه باعث افزایش سرانه آن و تقاضای بیشتر کتاب درمیان قشر تحصیل کرده شوند.

افزایش نرخ ارز باعث کاهش تقاضای کتاب می‌شود بنابراین لازم است دولت با ثبات نرخ ارز در بازار از نوسانات در تهیه مواد اولیه و تجهیزات چاپ جلوگیری به عمل آورد.

افزایش جمعیت در کشور باعث افزایش تقاضای کتاب شده است. بنابراین برنامه‌ریزان فرهنگی از این عامل می‌توانند برای افزایش تقاضا در بازار محصولات فرهنگی استفاده کنند.

افزایش نرخ بهره بانکی باعث کاهش تقاضای کتاب در کشور می‌شود. بدین صورت که افراد تمایل دارند پس‌انداز خود را در بانک گذاشته و تقاضایی برای این کالای فرهنگی نداشته باشند. از این سیاست‌گذاران فرهنگی کشور وظیفه دارند با ایجاد انگیزه و ترغیب افراد به مطالعه باعث افزایش تقاضای کتاب و ترویج آن در جامعه شوند.

۶. مراجع

۱. آذرنگ، ع. (۱۳۸۰). *شماه‌ای از کتاب، کتابخانه و نشر کتاب*. کتابدار.
۲. اصلانی‌ملایری، م. (۱۳۷۹). *نشر کتاب در بن بست؛ سائل و مشکلات نشر کتاب از دیدگاه ناشران، اهل قلم و صنوف وابسته به نشر شهر اصفهان*. فرهنگ اصفهان، ۶۵-۷۰.
۳. باب‌الحوائجی، ف.، مطلبی، د.، حریری، ن.، & مؤمنی، ف. (۱۳۹۰). *تحلیل آری سیر تحول و زمینه‌های نشر کتاب ایران میان سال‌های ۱۳۵۸-۱۳۸۷*. *کتابداری و اطلاع رسانی*، ۱، ۲۴۱-۲۶۴.
۴. بانک اطلاعات کاغذایران. (n.d.).
<http://piconweb.com/>.
۵. بانک مرکزی ایران. (n.d.).
<http://tsd.cbi.ir/>.
۶. ترکیان‌تبار، م.، حسومی، ط.، & حسومی، ن. (۱۳۹۱). *بررسی دیدگاه‌های معاونین پژوهشی و مدیران انتشارات واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی در رابطه با عوامل مؤثر بر انتشار کتاب در دانشگاه. اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی*، ۳، ۴۵-۵۵.
۷. خانه کتاب. (n.d.).
<https://www.ketab.ir/Stat/PDF/ketabshenaci20%tir-99.pdf>
<https://doi.org/https://www.ketab.ir/Stat/PDF/ketabshenaci20%tir-99.pdf>
۸. دیانی، م.، & تجدد، ن. (۱۳۸۵). *دیدگاه ناشران درباره ثبات سیاسی و اقتصادی حاکم بر نشر کتاب طی سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۳*. *کتابداری و اطلاع رسانی*، ۱، ۳۳-۵۹.
۹. روا، م.، & بیگدلی، ز. (۱۳۹۷). *بررسی وضعیت نشر کتاب در استان بوشهر بین سال‌های ۱۳۸۰-۱۳۹۰ و چاپ و چاپخانه. فرهنگ و رسانه*، ۲۸، ۵۹-۷۷.
۱۰. زراءنژاد، م.، & انوری، ا. (۱۳۸۵). *کاربرد داده‌های ترکیبی در روش تحلیل رگرسیون در علوم مختلف (با تأکید بر علوم اقتصادی- اجتماعی)*. *همایش بین‌المللی روش‌های تحقیق در علوم، فنون و مهندسی*، ۲۰۵-۲۱۵.
۱۱. سوری، ع. (۱۳۹۲). *اقتصاد سنجی (جلد ۲) همراه با کاربرد Eviews & Stata*. ن. مهرگان. (Ed.). تهران: فرهنگ شناسی.
۱۲. صفاهیه، ه. (۱۳۹۹). *راهکارهای تحقق اقتصاد مقاومتی در صنعت چاپ و نشر کتاب از دیدگاه ناشران*. کتابداری و اطلاع رسانی.
۱۳. عابدی، ا. (۱۳۹۰). *نشر الکترونیک، انواع آن و اثر آن در نشر چاپی*. *فصلنامه علمی دانشجویی دانش‌شناسی دانشگاه پیام نور*، ۸.
۱۴. علیادونیقی، ب. (۱۳۸۲). *بررسی وضعیت نشر در استان آذربایجان شرقی*.
۱۵. فرج‌پهلوی، ع.، مطلبی، د.، & اصغرنژاد، ح. (۱۳۹۵). *تأثیر فناوری‌های اطلاعاتی بر چاپ و نشر کتاب در ایران از نگاه ناشران*. *کتابداری و اطلاع رسانی*، ۴.
۱۶. مؤسسی، م. (۱۳۸۲). *بررسی تاثیر پارانه کتاب بر بازار آن*. *مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، ۵، ۱۹۵-۲۲۰.
۱۷. مرکز آمار ایران. (n.d.).
<https://www.amar.org.ir/Portals/0/PropertyAgent/461/Files/170128782111011395.xls>.
۱۸. مطلبی، د. (۱۳۹۸). *مشکلات صنعت نشر کتاب ایران: مبتنی بر مرور متون*. *فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، ۴۸، ۲۰۵-۲۳۳.
۱۹. مهدیانی، ع.، & مرتضوی، ح. (۱۳۸۲). *سیمای نشر کتاب در ایران طی دو دهه اخیر*. *رهیافت*، ۳۱، ۲۴-۳۱.
۲۰. نقدی، پ. (۱۳۷۸). *بررسی وضعیت چاپ و نشر کتاب‌های علوم پزشکی از دیدگاه ناشران*. *علوم پزشکی ایران*.

۲۱. Haji, M., & Morteza, Z. (۲۰۱۹). What Challenges Does the Publishing Industry Face in Iran ? *Publishing Research Quarterly*. <https://doi.org/10.1007/s12109-019-09664-6>
۲۲. Ringstad, V., & Løyland, K. (۲۰۰۶). The demand for books estimated by means of consumer survey data. *Journal of Cultural Economics*, ۳۰(۲), ۱۴۱-۱۵۰. <https://doi.org/10.1007/s10824-006-9006-7>
۲۳. Toufani, S., & Montazer, G. A. (۲۰۱۱). *E-publishing readiness assessment in Iranian publishing companies*. (۸۷). <https://doi.org/10.1108/0274-457111106740>
۲۴. Zwar, J. (۲۰۱۶). *Disruption and innovation in the Australian book industry : Case studies of trade and education publishers*. ۲۰۱۶(۱).