

توزیع کتاب؛ معمای حل نشده

کتاب حاضر به یکی از مهمترین مسائل نشر یعنی توزیع می‌پردازد. بررسی مبانی نظری توزیع، بررسی وضعیت نشر کتاب در ایران، بررسی وضعیت توزیع کتاب در ایران، بررسی نظام‌های رایج توزیع کتاب و بررسی نقاط قوت و ضعف هر سیستم، پیشنهاد نظام کارآمد توزیع کتاب در ایران، تشریح نظام‌های توزیع کتاب در چند کشور جهان و بررسی سیستم توزیع دارو و مطبوعات در ایران به عنوان نظام‌های توزیع رایج و موفق برای بررسی تطبیقی، محورهای اصلی کتاب را تشکیل می‌دهد.

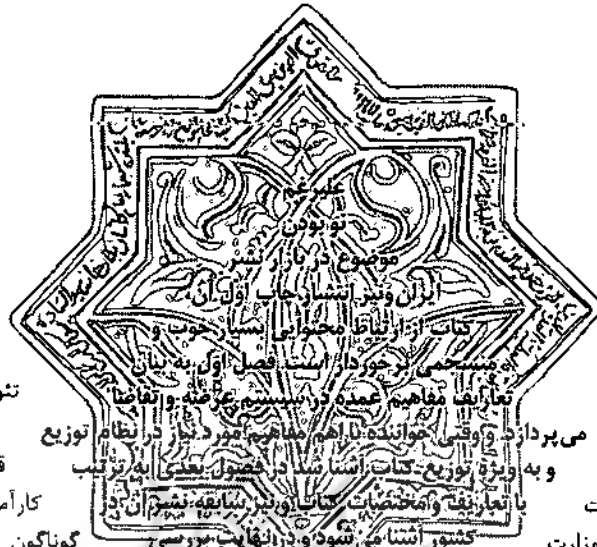
کتاب، نتیجه پژوهش‌های انجام یافته برای دریافت مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد در رشته مدیریت اجرایی در مرکز آموزش عالی سازمان مدیریت صنعتی است که در سال ۱۳۸۰ تحت عنوان «بررسی سیستم‌های توزیع کتاب در تهران و پیشنهاد کارآمد «توزیع کتاب» توسط سه تن از فارغ التحصیلان این رشته انجام یافته است. نویسندگان کتاب مهمترین انگیزه خود را از انجام این پژوهش بررسی نقش و جایگاه توزیع در نظام تولید و مصرف کتاب در ایران و بررسی مشکلات و موانع آن ذکر کردند. در عین حال بررسی نقش توزیع در اقتصاد کتاب، ارتباط بین توزیع با گسترش فرهنگ مطالعه و کتابخوانی و بررسی مناسبات مالی و تجاری عوامل تولید و توزیع کتاب را از دیگر اهداف مهم انجام پژوهش مذکور بیان داشتند. نویسندگان در انجام پژوهش از ۲۲ عنوان کتاب، ۱۲ عنوان نشریه و ۲ عنوان پایان نامه به عنوان منبع استفاده کردند که از ۲۲ عنوان کتاب، ۲۱ عنوان به زبان فارسی و یک عنوان به زبان انگلیسی تحت عنوان mairketiny chaonnels منتشر شده در سال ۱۹۹۶ بوده است. همچنین از بین ۲۱ عنوان کتاب فارسی، ۲ عنوان ترجمه‌ای و ۱۹ عنوان تألیفی بوده است. و نیز کلیه ۱۲ عنوان نشریه مورد استفاده در این کتاب، به زبان فارسی بوده که در ایران منتشر شده است و دو عنوان پایان نامه کارشناسی ارشد نیز هر دو فارسی و در ایران انجام یافته است.

آقای محسن رضایی خود از کارشناسان باسابقه فرهنگی و

بهروز فتحی



○ محسن رضایی؛ شهریار رشیدی؛ سید علی تنکابنی، طراحی و بهینه سازی نظام توزیع کتاب در ایران، تهران: ملیکا، چاپ اول، ۱۳۸۱، ۲۶۲ صفحه، فارسی، وزیری، شمیر



تئوری‌ها و نظرات مختلف در باب توزیع را مورد مطالعه قرار می‌دهد و اهمیت و کارآمدی آنها در عرصه‌های گوناگون را بررسی می‌نماید.

نویسنده در فصل دوم به خود کتاب

می‌پردازد. بررسی ویژگی‌های اختصاصی کتاب

به عنوان یک کالای فرهنگی، جریان توزیع آن را

نسبت به سایر کالاها متمایزتر خواهد نمود. این فصل به

بررسی مفاهیم و مقولات مرتبط با کتاب از جمله: کتاب

چیست؟، کتاب چگونه کالایی است؟، کتاب یک کالای مخلوط

(mixed Goods) و کتاب به عنوان یک کالای خاص،

می‌پردازد. نویسندگان ۸ ویژگی عمده از کتاب را برشمردند که

سبب می‌شود کتاب به عنوان کالایی خاص در نزد تولیدکننده

و متقاضی مطرح شود که این ۸ ویژگی بر بازار کتاب هم اثر

می‌گذارد. این ۸ ویژگی عبارتند از:

۱- کتاب از نیازهای ضروری محسوب نمی‌شود و با کاهش درآمد و یا افزایش سایر هزینه‌ها، از بعد مصرفی خانوار حذف می‌شود.

۲- قیمت کتاب بر تقاضای مؤثر آن به شدت اثر می‌گذارد.

۳- تقاضای کتاب به میزان سواد و تخصص افراد جامعه بستگی دارد.

۴- تبلیغات و اطلاع رسانی نقش به‌سزایی در شناسایی و ایجاد تقاضای کتاب دارد.

۵- هر عنوان کتاب یک کالای مستقل است و متقاضیان خاص خود را دارد که از هر جهت مستقل و متفاوت از یکدیگرند.

۶- شرایط اقتصادی، اجتماعی و سیاسی هر جامعه‌ای بر نوع و میزان در خواست کتاب اثر می‌گذارد.

۷- ترکیب سنی جمعیت بر عناوین، موضوعات و تقاضای مؤثر آن اثر گذار است.

بطور ویژه عرصه کتاب است.

ایشان دارای مدرک کارشناسی

ارشد در رشته مدیریت اجرایی

هستند و هم اکنون با سمت

مشاور معاون امور فرهنگی وزارت

فرهنگ و ارشاد اسلامی نقش فعالی در

عرصه کتاب کشور ایفا می‌کند. کتاب‌های

برگ هفتم، برگ هشتم (حاوی آخرین فعالیت‌های

هفتمین و هشتمین دوره هفته کتاب) و سرمشقی برای

سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی از جمله فعالیت‌های نوشتاری

ایشان محسوب می‌شود. ضمن این که ایشان پژوهش «در

آمدی بر شناسایی فعالیت‌های فرهنگی و هنری کشور و فرآیند

شکل‌گیری آنها» را در دو جلد اجرا نمودند. رضایی چند دوره

دبیر ستاد برگزاری جشنواره هفته کتاب کشور بوده که این

مسئولیت را در هفته کتاب سال جاری نیز برعهده داشتند.

آقای شهریار رشیدی، دیگر پژوهشگر و نویسنده کتاب، نیز

تحصیلات کارشناسی خود را داشته مدیریت استراتژیک به

همراه آقایان رضایی و تنکابنی در سازمان مدیریت صنعتی به

پایان رسانده و کتاب حاضر نخستین کار علمی، پژوهشی و

فعالیتی ایشان در عرصه کتاب و فرهنگ محسوب می‌شود.

ایشان هم اکنون در صنایع دفاع کشور مشغول به کار هستند.

حال به معرفی کتاب به تفکیک فصول آن می‌پردازیم.

فصل اول کتاب مبانی نظری توزیع نام دارد. توزیع، اهمیت و

نقش توزیع، کانال‌های توزیع، ضرورت توزیع غیر مستقیم،

وظایف توزیع و کانال‌های آن، انواع روش‌ها و کانال‌های توزیع

شبکه‌های توزیع و عوامل آن، عمده فروشی، انواع

عمده‌فروشان، خرده فروشی، انواع خرده‌فروشی‌ها، توزیع

فیزیکی، هزینه‌ها توزیع و در نهایت قواعد اقتصاد در توزیع کتاب

موضوعات اصلی فصل را تشکیل می‌دهد. در واقع در این

فصل خواننده با مفاهیم عمده توزیع یعنی فعالیت‌های پس از

تولید کالا تا مرحله رسیدن به دست مخاطب، آشنا شده و



۸- کتاب کالایی ماندگار و قابل انتقال است، به طوری که آن را از یک کالای مصرفی صرف خارج می‌کند. بررسی وضعیت نشر در ایران در فصل سوم کتاب مورد بررسی قرار گرفته است. بیان تاریخیچه‌ای از کتابت و نشر، نخستین کتاب‌های فارسی چاپ شده در ایران، تحولات نشر در ایران، عوامل نشر کتاب، بررسی آماری وضعیت نشر کتاب در ایران و آسیب‌شناسی نشر کتاب در ایران موضوعات اصلی این فصل را تشکیل می‌دهد. نویسندگان در بخش اخیر آسیب‌شناسی نشر کتاب در ایران را در دوره‌های مختلف زمانی با استفاده از نتایج تحقیقات همان دوران ارایه داده‌اند که بررسی آنها می‌تواند برای تحلیل وضعیت کنونی و نیز برنامه‌ریزی آینده کشور بسیار مفید باشد.

نویسندگان در نهایت مطرح می‌کنند که از مجموع بررسی‌های انجام شده در زمینه مسایل و مشکلات نشر کشور می‌توان چنین استنباط کرد که عوامل تأثیر گذار در نشر دارای ابعاد مختلف است و هر کدام از ابعاد آن نیز ضریب تأثیر مخصوص خود را در دوره‌های مختلف داراست. اگر تولید کتاب را با عنایت به عرضه و تقاضا و عوامل هر یک از آن طبقه‌بندی کنیم، عنایت به این نکته شاید ضروری نماید که به سوی عرضه کتاب هر چه جلوتر می‌رویم نه این که مشکلی نیست بلکه مشکلات کاهش می‌یابد و در آن طرف، وقتی صحبت از تقاضاست مشکل نه تنها حل نشده است بلکه خود را بیشتر جلوه‌گر می‌سازد... با یک نگاه گذرا به کاوش‌های صورت گرفته در زمینه مسایل نشر کشور در دوره‌های مختلف، به وضوح می‌توان دریافت که توزیع نامناسب یا بدی توزیع و عدم سهولت دسترسی مردم به کتاب مورد انتظار در همه دوره‌ها از سوی صاحب نظران مطرح شده است ولی تاکنون اقدام شایسته و بایسته‌ای برای حل این معضل صورت نگرفته است.

کتاب طراحی و بهینه‌سازی نظام توزیع کتاب در ایران پس از این که میانی نظری توزیع کتاب را در فصل اول ارایه می‌دهد و در فصول دوم و سوم مباحث مربوط به کتاب و نشر آن در ایران را بررسی می‌کند در فصل چهارم محور اصلی موضوع کتاب یعنی توزیع کتاب در ایران را به بحث می‌نشیند. نویسندگان، در فصل چهارم پس از این که به طور مفصل و مبسوط تحولات توزیع کتاب در ایران، پخشگرها، کتابفروش‌ها، دلایل روی آوردن ناشران به پخش و سیاست‌های حمایت از ناشران را بررسی می‌کنند، سیستم‌های رایج توزیع کتاب در ایران را که هم اکنون عمده‌ای از کتاب‌ها را در معرض خرید و فروش قرار می‌دهند را تشریح می‌کنند. ۵ سیستم اصلی توزیع

کتاب در ایران عبارت است از:

- ۱- سیستم ناشر - مخاطب
- ۲- سیستم ناشر - کتاب فروش - مخاطب
- ۳- سیستم ناشر - پخشگر - کتاب فروش - مخاطب
- ۴- سیستم ناشر، نماینده، کتابفروش، مخاطب
- ۵- سیستم ناشر، پخش متمرکز، کتابفروش عضو و غیرعضو، مخاطب تمام این ۵ سیستم اصلی از ابعادی چون: بیان عناصر و ارتباطات فی مابین، مزایا و نقاط قوت، معایب و نقاط ضعف و مصادیق مورد دقت و بررسی قرار گرفته است.

پس از بیان سیستم‌های رایج توزیع کتاب در ایران علاقه‌مندان می‌توانند با شیوه‌شناسایی و تعیین سرفصل‌های هزینه توزیع کتاب، اخذ اطلاعات مالی هزینه‌های توزیع کتاب، توزیع کتاب در سایر کشورها (هنگ کنگ، فرانسه، کانادا، استرالیا، ژاپن)، بررسی گذرا سیستم توزیع دارو در ایران و

آیا در شرایط حاضر توزیع کتاب برای ناشران و پخشگران سودآور است که شاهد رشد سریع تعداد آنها هستیم؟ در غیر این صورت ارتباط بین این پدیده‌ها را چگونه باید تفسیر نمود. در واقع اگر پخش کتاب در ایران مشکل دارد، اگر مردم کمتر کتاب می‌خرند و اگر کتاب به راحتی در اختیار مردم کلیه مناطق کشور قرار نمی‌گیرد، پس این همه ناشر که هر سال شاهد رشد آنها هستیم چگونه به فعالیت در این زمینه هجوم می‌آورند؟

روش‌های شناسایی شده توزیع از دیدگاه ناشران، تعیین میزان توزیع کتاب هر ناشر در تهران و شهرستان و اخذ نظریات ناشران در موضوعات مرتبط با توزیع از قبیل بیان موانع عمده یا ارایه پیشنهاد برای رفع معضلات از اهداف عمده پرسشنامه ذکر شده است.

ناشران دوازده روش پخش کتاب در ایران رایج‌گو نمودند که از بین آنها توزیع از طریق شرکت‌ها و مؤسسات پخش کتاب در اولویت اول رتبه بندی شد.

در عین حال خوانندگان می‌توانند درباره شیوه‌های اطلاع‌رسانی و تبلیغ کتاب از نگاه ناشران و میزان استفاده از این شیوه‌ها و نیز بررسی میزان تأثیر تبلیغ در فروش کتاب در فصل پنجم، اطلاعاتی را کسب نمایند.

پژوهشگران در نهایت با استفاده از نتایج اطلاعات پرسشنامه ۷۹ ناشر و نیز بررسی مباحث نظری جریانات و کانال‌های توزیع و بافت فرهنگی اجتماعی کشور، سیستم «ناشر - پخشگر - کتابفروش - مخاطب» را به عنوان سیستم مناسب توزیع کتاب در ایران تشخیص داده و ضمن تشریح مناسبات مالی و تجاری ناشران و پخشگران در سیستم مورد تأیید توزیع کتاب، بهینه‌سازی سیستم انتخاب شده را به منظور مرتفع نمودن کاستیهای موجود ارایه نمودند.

توزیع کتاب در ایران همواره از مشکلات مبتلابه بازار نشر کشور محسوب می‌شده است ولی تاکنون پژوهش جدی در این خصوص صورت نگرفته و یا حداقل کتاب تخصصی نیز نوشته و به بازار عرضه نشده است. اگر چه طی سال‌های اخیر شاهد انتشار چند عنوان کتاب درباره نشر کتاب و مشکلات آن در ایران بودیم و اساتید با تجربه‌ای چون عبدالحسین آذرنگ به این مهم همت گماردند اما باید اذعان نمود که بررسی وضعیت توزیع کتاب و آسیب‌شناسی آن در ایران چندان مورد توجه واقع



بررسی سیستم توزیع مطبوعات در ایران، در ادامه فصل چهارم آشنا شوند.

در نهایت و در آخرین فصل، سیستم کارآمد توزیع از نگاه پژوهشگران با توجه به بررسی‌های چهار فصل قبلی ارایه شده است. فصل پنجم که فصل یافته‌های پژوهش است به تشریح درباره نتایج آماری حاصل از اجرای پرسشنامه به همراه ارایه مدل و سیستم جدید توزیع کتاب در ایران می‌پردازد. اهداف پرسشنامه و نکات اصلی آن و همچنین پیشنهاد سیستم جدید توزیع کتاب به عنوان یک سیستم کارآمد با بیان مؤلفه‌ای درون زای مثبت و منفی و مؤلفه‌های برون زای مثبت و منفی و محاسبات مالی مربوط به آن محتوای این فصل را تشکیل می‌دهد.

۱۰۰ ناشر به طور تصادفی انتخاب شدند که از بین آنها ۷۹ ناشر به پرسشنامه پاسخ دادند، شناسایی روش‌های توزیع ناشران و برآورد میزان فراوانی هر روش، چگونگی رتبه‌بندی

نشده است. این در حالی است که همگان، از مدیران و مسئولان بخش کتاب گرفته یا ناشران و نویسندگان و نا مخاطبان و مصرف‌کنندگان همواره معضل توزیع بد، سنتی، ناکارآمد و غیر سازماندهی شده را به عنوان یکی از قوی‌ترین عوامل رکود بازار کتاب تلقی می‌کنند. بنابراین در چنین وضعیتی، باید به پژوهشگران کتاب حاضر دست مریزاد گفت که بصورت علمی و محققانه فخر بر شمردن وضع توزیع کتاب در ایران، نقاط قوت و ضعف آنها را بیان نموده و در نهایت راهکارهایی را با توجه به نتایج تحقیق، فراروی اصحاب چاپ و نشر کشور و نیز سیاستگذاران و برنامه‌ریزان این بخش قرار داده‌اند.

چنانچه که در بخش منابع و مأخذ مورد استفاده در تدوین پژوهش و کتاب حاضر نیز آمده است، متأسفانه کشور ما از حیث تعداد مقالات علمی و معتبر، پایان نامه‌های دانشگاهی و نیز کتب چاپی درباره مسایل کتاب و به ویژه توزیع کتاب در ایران فقیر و بی چیز است. بنابراین در مقام مقایسه کتاب با آثار دیگر نمی‌توان نمونه مشابه و در خوری پیدا نمود و از این حیث می‌بایست کتاب را در نوع خود نسبتاً تازه و جز قوی‌ترین فعالیت‌ها در موضوع توزیع کتاب در ایران دانست با توجه به این مطلب، خود کتاب و موضوع آن از مهمترین برجستگی و نقاط قوت کتاب محسوب می‌شود. وقتی عده‌ای بنا بر علاقه و انگیزه‌های درونی دست به اجرای پژوهش و تدوین کتابی می‌زنند که لااقل سابقه پژوهشی و نوشتاری مختصری در کشور داشته و در نوع خود تا حدودی بکر بوده است، باید نقش و اصل کار را برجسته و مهم دانست. علی‌احمال آرایه آمار وضعیت نشر کشور از سال ۱۳۳۹ تا سال ۱۳۷۸ (۳۹ سال)، آرایه تاریخی مختصری از نشر کتاب و بیان تاریخی نخستین کتاب‌های چاپ شده در ایران و بررسی تحلیلی روند چاپ و نشر کتاب در کشور از جمله ویژگی دیگر و مهم این کتاب محسوب می‌شود. ضمن این که نویسندگان در توضیح بسیاری از مفاهیم مهم در نظام بازاری عرضه و تقاضا و نیز نگرش اقتصادی داشتن به مقوله نشر و کتاب نیز تا حدودی خوب عمل نمودند که علاوه بر دلایل پیش گفته، به قوت کتاب افزوده است.

علیرغم نبودن موضوع در بازار نشر ایران و نیز انتشار چاپ اول آن، کتاب از ارتباط محتوایی بسیار خوب و منسجمی برخوردار است. فصل اول به بیان تعاریف مفاهیم عمده در سیستم عرضه و تقاضا می‌پردازد. و وقتی خواننده با اهم مفاهیم مورد نیاز در نظام توزیع و به ویژه توزیع کتاب آشنا شد در فصول بعدی به ترتیب با تعاریف و مختصات کتاب و نیز سابقه نشر آن در کشور آشنا می‌شود و در نهایت بررسی

نظام‌های توزیع کتاب در ایران و راهکار پیشنهادی توزیع را بررسی می‌کند.

نکاتی چند درباره کتاب

ضمن تقدیر و تشکر از محققان، نگارنده و نویسندگان محترم در انتخاب موضوع مهم و مبتلا به بخش کتاب کشور، که خود تا حدی بر آن واقف است، و ضمن ارج نهادن به نوشته این بزرگواران، چند نکته‌ای را در جهت استفاده آن عزیزان و تقویت کتاب در چهارچوب‌های بعدی عرضه می‌کند و امیدوار است خود دچار اشتباه نشده باشد.

۱- متأسفانه ارتباط منطقی و درعین حال پیوسته بین اقتصاد و فرهنگ، چندان مورد توجه قرار نمی‌گیرد، باید بپذیریم که فرهنگ، تولیدات و فعالیت‌های فرهنگی بدون اقتصاد، نه تنها توسعه پیدا نمی‌کند بلکه از درون روبه اضمحلال رفته و در نهایت به عنوان یک مقوله سربار و اضافی جلوه می‌کند. کتاب حاضر نیز نتوانسته است دیدگاه‌های خود درباره اقتصاد نشر و کتاب را آرایه نماید و متأسفانه این موضوع مهم را همچنان مسکوت گذاشته است. آرایه دیدگاه‌های علمی و اقتصادی رابطه عرضه و تقاضا و ارتباط منطقی آن با حوزه نشر کشور و نیز بررسی ذائقه و سلیقه مخاطبان در مصرف کتاب به عنوان یک کالا، می‌تواند جای مناسبی را در چاپ‌های بعدی کتاب پیدا کند.

۲- علیرغم توزیع نامناسب کتاب در ایران، انباشت کتاب در انبارهای بسیاری از ناشران، گرایش بسیار اندک مردم در خرید کتاب و در یک کلام، عدم برقراری توازن بین عرضه و تقاضا، شاهد روند روبه رشد تعداد ناشران و پخشگران در کشور و نیز رشد عناوین و تیراژ کتاب‌های منتشر شده هستیم. ایکاش پژوهشگران محترم این موضوع را به عنوان یکی از مباحث مهم آسیب‌شناسی بازار نشر کتاب مورد بررسی قرار می‌دادند. آیا در شرایط حاضر توزیع کتاب برای ناشران و پخشگران سودآور است که شاهد رشد سریع تعداد آنها هستیم؟ در غیر این صورت ارتباط بین این پدیده‌ها را چگونه باید تفسیر نمود. در واقع اگر پخش کتاب در ایران مشکل دارد، اگر مردم کمتر کتاب می‌خرند و اگر کتاب به راحتی در اختیار مردم کلیه مناطق کشور قرار نمی‌گیرد، پس این همه ناشر که هر سال شاهد رشد آنها هستیم چگونه به فعالیت در این زمینه هجوم می‌آورند؟

۳- در ارتباط با توضیح بند ۲ متذکر می‌شود که نگارنده به آنچه حمایت دولت از پخشگران در راهکارهای آرایه شده پژوهشگران آمده است مخالف است و یکی از دلایل عمده آن هجوم را همین حمایت همه جانبه دولت می‌داند و معتقد است که در صورت حمایت دولت از پخشگران، می‌توان شاهد چنین

معضلی در مورد آنان نیز بود. به نظر می‌رسد آنچه در پرداخت پارانہ مهم است بهینه سازی و اعمال ضوابط و مقررات مناسب در پرداخت آن است که متأسفانه به این مهم به جز در موارد خاص توجه نشده است.

۴- علیرغم این که فصل اول کتاب تحت عنوان میانی نظری توزیع نامیده شده است اما آنچه در این بخش آمده است بیان و توضیح مفاهیم رایج در نظام‌های توزیع است. تعریف توزیع، اهمیت و نقش توزیع، کانال‌های توزیع، ... انواع روش‌ها و کانال‌های توزیع، شبکه‌های توزیع، عمده فروشی، خرده فروشی و ... به تفصیل تشریح شده است، اما از بیان چند تئوری قوی درباره توزیع از نگاه اقتصادی و یا اجتماعی خبری نیست. اگر چه عنوان فصل، این انتظار را در خواننده شکل می‌دهد که با چند عنوان از تئوری‌های معتبر توزیع از نگاه اقتصاددانان و نیز متخصصان امر بازاریابی و ... آشنا شود اما به غیر از تعریف و تشریح عوامل عمده در توزیع و نیز دو صفحه مطلب تحت عنوان قواعد اقتصاد در توزیع کتاب چیز دیگری به دست نمی‌آورد.

۵- بعضی از مطالب و حتی سرفصل‌ها تکراری آمده است و این خود، ارزش یک کار علمی را دچار خدشه می‌کند. فی المثل نگاه کنید به سرفصل «پخشگرها» ص ۱۳۷ و سرفصل «پخشگر» ص ۱۵۰، سرفصل «کتابفروشان» ص ۱۳۱ و سرفصل «کتابفروشی‌ها» ص ۱۴۱ و یا نمودار صفحه ۱۴۸ و نمودار صفحه ۱۵۵. که البته این تکرار مطالب و توضیح مکرر در فصول ۳ و ۴ بیشتر به چشم می‌خورد.

۶- در فصل چهارم، توزیع کتاب در سایر کشورها در جهت اطلاع خوانندگان و برای بررسی تطبیقی به عنوان یک سرفصل آمده است. هنگ کنگ، فرانسه، استرالیا، ژاپن و کانادا، پنج کشوری هستند که به صورت بسیار مختصر و حداکثر در ۴ صفحه سیستم توزیع کتاب آنها ارایه شد. اولاً انتظار بر این بود که نویسندگان محترم الگوهای خارجی را که می‌تواند به عنوان بهترین الگو و سرمشق در بهینه‌سازی نظام توزیع کتاب در ایران مورد توجه قرارگیرند، بیشتر و مفصل‌تر مورد بررسی قرار می‌دادند، و از ارایه ناقص و بسیار مختصر و در حد اطلاع خودداری می‌نمودند. ثانیاً باید اذعان نمود که اکنون کشورهای آلمان و آمریکا دارای موفق‌ترین و قوی‌ترین نظام توزیع کتاب در کشور خود و جهان محسوب می‌شوند و اگر نویسندگان نظام توزیع یکی از این دو کشور را بطور مفصل‌تر بررسی می‌کردند، می‌توانست قابلیت استفاده و کاربرد بهتری را به همراه داشته باشد.

۷- در همین بخش و در توضیح نظام توزیع کتاب در ژاپن ظهور «amazon.com» ذکر شده است که عنوان صحیح

آن «amazon ja» می‌باشد. همچنین در توضیح نظام توزیع کتاب در فرانسه به سیستم amazon.fr اصلاً توجهی نشده است.

۸- نویسندگان محترم در آخرین فصل کتاب، به تشریح روش اجرای پرسشنامه در جهت بررسی و پیشنهاد مناسب‌ترین روش توزیع کتاب در ایران پرداختند. به فرض وجود تقریبی ۳۰۰۰ ناشر در زمان اجرای پژوهش، نمونه مورد استفاده پژوهشگران فقط ۱۰۰ ناشر (۱/۳) بوده است که از این تعداد نیز پاسخ‌های ۷۹ ناشر دریافت گردید. در حالی که در پژوهش‌های معتبر میدانی حداقل نمونه جامعه آماری ۱/۳ در نظر گرفته می‌شود. تا نتایج بدست آمده قابلیت تعمیم به جامعه آماری مورد مطالعه دارا باشد.

۹- همچنین قسمتی از پرسشنامه دریافت نظرات و اولویت بندی روش‌های توزیع کتاب در ایران در جهت انتخاب بهترین روش توزیع کتاب پرداخته است. متأسفانه به نظر می‌رسد که پرسشنامه نمی‌تواند پیش نویسی مناسب و خوبی برای نظام توزیع آینده کشور پیش بینی و طراحی نماید و تنها در توصیف وضع نامطلوب فعلی مفید است. چه اگر یکی از روش‌های (روش) اولویت بندی شده مناسب و موفق عمل می‌کرد این همه معضل در نظام توزیع کتاب کشور وجود نداشت؟

۱۰- انتظار بر این بود که پژوهشگران به معضل توزیع کتاب در ایران با نگاه تحلیلی وارد می‌شدند. این که چرا پخش و توزیع دیگر کالاها مانند لبنیات در کشور بسیار فعال و موفق است اما توزیع کتاب نیست؟ چرا پخشگرها به توزیع و پخش کتاب روی نمی‌آورند، اما مواد غذایی منسوجات پخشگرهای زیادی را به خود جذب کرده است؟ به نظر می‌رسد پژوهشگران در بررسی توزیع کتاب، بیشتر با نگاه دولتی به قضیه برخورد کرده‌اند نه با دید واقعی. از آنجایی که پژوهشگران خود اشخاص دولتی بوده‌اند همواره مایل به چیدن مهره‌ها در جامعه بصورت تصنعی هستند و توجه ندارند که در سیستم اقتصاد آزاد، درآمدزا بودن هر بخش، آن بخش را شکل می‌دهد.

۱۱- متأسفانه کتاب به سیستم اطلاع‌رسانی در توزیع و فروش کتاب چندان بها نداده است و سیستم‌های اطلاع رسانی به صورت عملی در کشور مورد بررسی قرار نگرفته است.

۱۲- و در نهایت با توجه به اهمیت کتاب و کتابخوانی در توسعه و این که توزیع مناسب یکی از مهمترین حلقه‌های زنجیر کتاب و کتابخوانی را تشکیل می‌دهد، انتظار می‌رود که پژوهش‌های بیشتر، واقع بینانه‌تر و عملی‌تر در آینده در این زمینه انجام پذیرد و محققان به این مهم بیشتر همت گمارند.