

# برنامه ریزی صنعت چاپ و نشر

اگرچه برنامه ریزی در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی سابقه‌ای نسبتاً طولانی در دنیا دارد، برنامه ریزی در امور فرهنگی سابقه‌ای بیش از چند دهه ندارد. در کشور ایران، اگرچه زمان اجرای نخستین برنامه توسعه به دهه ۲۰ برمی گردد و تا قبل از انقلاب، حدود هفت برنامه توسعه اجرا شد، متأسفانه برنامه ریزی فرهنگی نه تنها در این گونه برنامه‌ها نقشی اصلی نداشت، بلکه در سطح بسیار نازلی در نظر گرفته می‌شد. به همین دلیل بخش‌های مختلف فرهنگی تا مدت‌ها از نداشتن برنامه ریزی بلندمدت و همه جانبه آسیب دیده و آثار این بی‌برنامگی و بی‌توجهی همچنان بر بخش فرهنگ سایه انداخته است.

از جمله بخش‌های مهم فرهنگی، که در برنامه اول و دوم توسعه جمهوری اسلامی ایران، نمود برجسته‌ای داشته، چاپ و نشر است. چاپ و نشر، هم به دلیل اهمیت جایگاه اطلاع‌رسانی و ارتقای سطح فرهنگ عمومی و نیز مقابله با تهاجم فرهنگی و هم به دلیل نقش اقتصادی آن در اشتغال‌زایی، جذب سرمایه و عرضه و تقاضای بین‌المللی آن همواره مورد توجه ویژه دولتمردان، سیاستگذاران، برنامه‌ریزان و عامه مردم بوده است.

کتاب حاضر که در واقع تحقیقی علمی در صنعت چاپ و نشر محسوب می‌شود، به طور اجمالی وضع موجود صنعت چاپ کشور را بررسی می‌کند؛ برای اصلاح چارچوب فعالیت اقتصادی پیشنهادهایی ارائه می‌دهد؛ آینده این صنعت را پیش‌بینی و مسیری فراروی برنامه‌ریزان فرهنگی باز می‌کند.

این تحقیق در ۱۶۸ صفحه شامل پیشگفتار، مقدمه و چهار فصل تهیه شده است.

فصول کتاب با عناوین: بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای صنعت چاپ، بررسی عوامل مؤثر بر عرضه صنعت چاپ، شناخت کالبدی صنعت چاپ و پیش‌بینی متغیرهای مهم صنعت چاپ تنظیم و ارائه شده است. در بخشی از پیشگفتار کتاب چنین آمده است: «در حال حاضر، در کشور ما علی‌رغم رشد کمی شبکه‌های ماهواره‌ای، تلویزیونی، رایانه‌ای، و... صنعت چاپ نتوانسته همپای آنان رشد و توسعه یابد. وجود ابزار فرسوده و قدیمی، آموزش نیروی انسانی به شیوه سنتی، عدم استفاده از ماشین‌آلات جدید و پیشرفته و... از جمله عوامل و معضلات مزمن این صنعت هستند که برنامه‌ریزی برای رفع آنها ضروری و انکارناپذیر است.» نویسنده محترم، هدف از نوشتن

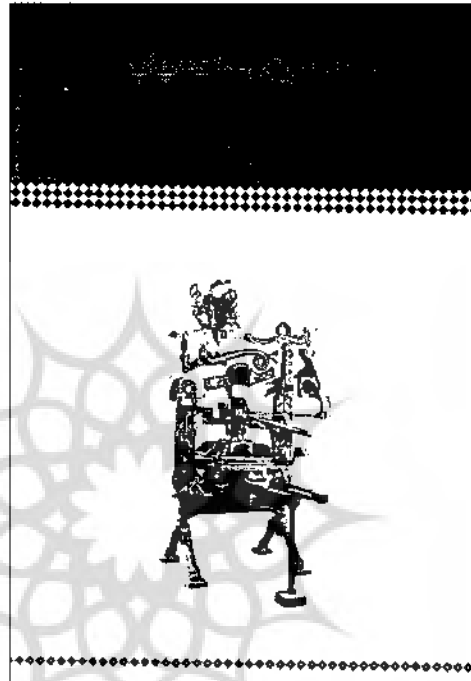
است. آگاهی نداشتن از مشکلات این صنعت و در نتیجه، فقدان راهکارهای لازم برای حل مشکلات باعث می‌شود که صنعت چاپ از مسیر بالقوه خود منحرف و بهره‌وری آن به حداقل کاهش یابد.»

فصل اول کتاب به بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای صنعت چاپ کشور می‌پردازد. نویسنده معتقد است که تقاضا برای هریک از محصولات این بخش شامل کتاب، مطبوعات و چاپ تجاری تابعی از عوامل مختلف است. این عوامل به پنج دسته عمده تقسیم می‌شوند: عامل جمعیت، عوامل فرهنگی، عامل درآمد، عامل صادرات، رشد اقتصادی و تغییرات ساختاری.

نویسنده ارتباط تنگاتنگ و نزدیکی بین رشد جمعیت و توزیع آن با میزان تقاضای محصولات صنعت چاپ قایل است. با تجزیه و تحلیل رشد جمعیت شهری و روستایی به این نتیجه می‌رسد که به دو علت عمده، تقاضا برای محصولات این صنعت افزایش می‌یابد. اول، به دلیل میزان رشد طبیعی جمعیت شهرنشین و دوم، به علت مهاجرت جمعیت روستائین به جامعه شهری که جمعیت آن در مجموع با رشد بالایی افزایش می‌یابد. در مجموع، نویسنده معتقد است که افزایش رشد شهرنشینی با افزایش تقاضا برای محصولات صنعت چاپ همراه بوده است، از دیگر شاخص‌های عمده مؤثر بر تقاضای صنعت چاپ، افزایش جمعیت بالقوه فعال کشور است که در سال ۱۳۷۵ این جمعیت بالغ بر ۲۳/۷ میلیون نفر برآورده شده است. همواره افزایش تعداد باسوادان با افزایش تقاضا برای محصولات صنعت چاپ همراه بوده است. در نهایت، نویسنده معتقد است که جمعیت کشور چند شاخص عمده در اختیار برنامه‌ریزان قرار می‌دهد تا برنامه‌ریزان در تدوین برنامه‌های صنعت چاپ بدان‌ها توجه کنند و صنعت چاپ را با پیش‌بینی آینده روند جمعیت پیش ببرند.

از دیگر عوامل مؤثر بر تقاضای فرهنگی، عوامل فرهنگی است. میزان ساعات پخش برنامه‌های صدا و سیما و نیز تولید فیلم سینمایی جزء فعالیت‌های جایگزین مطالعه کتاب و مطبوعات محسوب می‌شوند؛ و در نتیجه، روندگرایش به فرهنگ مکتوب را کاهش می‌دهند. البته کتابخانه‌های عمومی نقش مکمل کتاب و مطبوعات را ایفا می‌کنند.

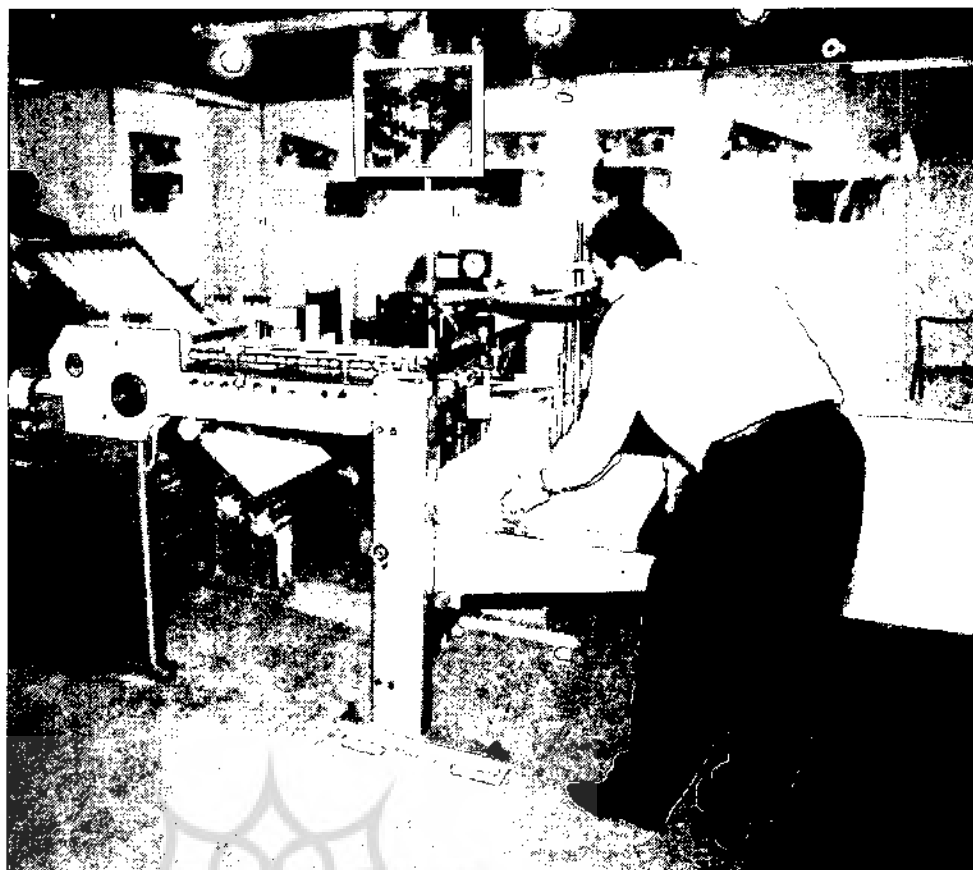
عامل درآمد، سومین عامل مؤثر بر تقاضای صنعت چاپ در نظر گرفته شده است. نویسنده با بررسی مستندات مرکز آمار ایران به این نتیجه رسیده است



- نام کتاب: برنامه ریزی چاپ و نشر
- تهیه و تنظیم: محمد مهدی امینی
- چاپ و نشر: معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، بهار ۱۳۷۸، ۱۶۸ صفحه.

این کتاب را استفاده برنامه‌ریزان در جهت رونق اقتصادی بازار صنعت چاپ و نشر و توجه توأم به ابعاد فرهنگی و اقتصادی این بخش می‌داند.

در مقدمه کتاب به سابقه‌ای از برنامه ریزی صنعت چاپ در ایران اشاره و بیان شده است که نخستین کتاب چاپی در ایران دویست سال پس از اختراع چاپ توسط گوتنبرگ، در سال ۱۶۲۸ میلادی منتشر شد. در بخشی از مقدمه کتاب چنین آمده است: «قوانین و مقررات و آموزش نقش انکارناپذیری را در این صنعت ایفا کرده، لیکن عدم شناخت ماهیت صنعت چاپ و در حقیقت، فقدان یک برنامه ریزی اقتصادی، از جمله معضلاتی بوده که این صنعت همواره از آن رنج برده



سال های ۱۳۶۰ الی ۱۳۷۳ صنایع بزرگ چاپ از لحاظ ارزش افزوده، سرمایه گذاری و... نه تنها سهم رو به افزایشی را در کل صنعت به خود اختصاص نداده اند، بلکه در بعضی موارد با کاهش های شدیدی در این خصوص مواجه شده اند. همچنین مطالعات نشان می دهد که سهم سرمایه گذاری در صنایع چاپ در مقایسه با کل صنعت در سال ۱۳۷۳، کمتر از نصف همین نسبت در سال ۱۳۶۰ بوده است.

فصل سوم کتاب به بررسی شناخت کالبدی صنعت چاپ می پردازد. در قسمت نتیجه گیری این فصل آمده است که آمار و ارقام ارایه شده حکایت از آن دارد که در تمامی سطوح، کارگاه های صنایع چاپ و انتشار متکی بر فن آوری و مواد خام و اولیه وارداتی بوده اند. در حالی که در کل صنعت، صنایع کوچک از فن آوری، مواد خام و اولیه داخلی و صنایع بزرگ عموماً از فن آوری و مواد خام و اولیه وارداتی استفاده کرده اند. صنایع کوچک چاپ و انتشار متکی بر عوامل تولید وارداتی هستند؛ لیکن با گسترش مقیاس این کارگاه ها به طور نسبی میزان این وابستگی نیز بیشتر می شود. در واقع، صنایع کوچک چاپ و انتشار دارای ویژگی های تقسیم کار اندک، نسبت پایین سرمایه به کار، اتکا به مهارت نیروی کار، بازدهی پایین و بالا بودن هزینه های نسبی هستند با بزرگ شدن مقیاس این نوع کارگاه ها، سرمایه، جانشین نیروی کار می شود و در نتیجه، نسبت سرمایه به کار روندی صعودی طی می کند.

فصل چهارم و آخرین فصل کتاب به پیش بینی متغیرهای مهم صنعت چاپ می پردازد. در واقع، کتاب در فصل های اول تا سوم به بررسی وضع گذشته، تبیین و ترسیم وضع موجود و بیان معضلات و مشکلات این بخش پرداخته است. فصل آخر، آینده این صنعت را بررسی می کند. بررسی جایگاه صنعت چاپ در تغییرات ساختار صنعتی در بلندمدت، مقایسه محصولات عمده صنعت چاپ با سایر کشورها، مصرف کاغذ و پیش بینی متغیرهای کلان صنعت چاپ طی برنامه های دوم و سوم توسعه اقتصادی از موضوعات مورد بحث این فصل است.

در یک جمع بندی کلی می توان گفت که این تحقیق که به صورت کتاب منتشر شده است شاید جزء محدود کارهایی در نوع خود در بخش صنعت چاپ و نشر باشد. از آن نظر معدود است که بیشتر به کار سیاست گذاری و برنامه ریزی مسوولان و سیاستگذاران می آید و تاکنون چنین فعالیتی کمتر صورت گرفته است. ارایه اطلاعات و آمار از مراجع و منابع قابل استناد، جدول مقایسه ای آمار ارایه شده، بررسی اکثر جوانب مربوط به این صنعت و نیز پیوسته بودن مطالب و انسجام خاص آن، موجب می شود که برنامه ریزان و سیاستگذاران بخش صنعت چاپ و نشر در تدوین برنامه های سالانه و نیز برنامه های بلند مدت توسعه ای خود بدانها توجه کنند و از اطلاعات این کتاب بهره ببرند.

جزوات درسی بوده است. در قسمت مطبوعات، نویسنده می نویسد که وجود ویژگی هایی در این بخش از جمله مخاطب های عام، سرعت انتشار و... سبب می شود که شمارگان مطبوعات نقش بسزایی در رونق بازار صنعت چاپ داشته باشد و ضمن ارایه آمار و اطلاعات بخش مطبوعات، بیان می کند که ظرفیت های بلااستفاده زیادی برای رشد مطبوعات در کشور وجود دارد.

موضوع تجارت خارجی از دیگر مباحث این فصل محسوب می شود. از دیگر مسایل مهم عرضه که سبب رونق بازار اقتصادی صنعت چاپ می شود، صادرات و واردات محصولات این صنعت است. آمار و اطلاعات نشان می دهد که طی سال های اخیر صادرات محصولات صنعت چاپ روندی نزولی داشته است؛ در حالی که واردات این محصولات در طی سال های ۷۲ تا ۷۶ دارای روندی صعودی بوده است.

طبق نظر نویسنده، یکی از مباحث مهم مربوط به طرف عرضه صنعت چاپ، نظریه تولید است. از جمله عوامل مؤثر بر تولید محصولات صنعت چاپ، تعداد کارگاه ها، نوع مالکیت، شاغلان، سرمایه گذاری، ارزش های داده و ستانده، ارزش های تولید و افزوده، بهره وری نیروی کار، کاغذ و ماشین آلات است. نویسنده با ارایه آمار و اطلاعات هر کدام از عوامل مذکور به تجزیه و تحلیل آنها پرداخته و نقش هر کدام را در اقتصاد صنعت چاپ بررسی کرده است. نویسنده بیان داشته است که اولاً، تعداد کارگاه های این صنعت با مالکیت عمومی طی زمان افزایش یافته است. ثانیاً نسبت این کارگاه ها در مقایسه با کارگاه های بخش خصوصی رو به کاهش است، لیکن همواره سهم بیشتر در کل صنعت داشته است. بررسی های به عمل آمده نشان می دهد که طی

که اولاً در بین سال های ۱۳۵۰-۱۳۷۴ هزینه مربوط به تفریحات، سرگرمی ها و خدمات فرهنگی خانوار شهری به طور مطلق و نسبی (سهم عامل مذکور در بودجه خانوار) بیش از خانوار روستایی بوده است. ثانیاً، سهم این عوامل طی سالیان مورد بررسی دائماً در حال افزایش بوده است.

نقش صنعت چاپ در چاپ تجاری و بسته بندی به مثابه عامل صادرات بررسی شده است. نویسنده معتقد است با اینکه نقش چاپ و بسته بندی مناسب و مرغوب یک کالا در صادرات و تسخیر بازارهای جهانی و در نتیجه، بالا بردن رشد تولید و درآمدهای ارزی غیرقابل انکار است، متأسفانه بسته بندی نامناسب و نامرغوب این محصولات یکی از دلایل عمده راه نیافتن این کالاها به بازارهای جهانی است. رشد اقتصادی که سبب ایجاد تغییرات ساختاری بنیادین در جوامع شده موجب افزایش تولیدات صنعتی و کشاورزی و در نهایت، افزایش تقاضا برای صنعت چاپ و بسته بندی شده است. رونق بخش نشر نیز، باتوجه به اینکه یکی از اجزای بخش خدمات است، باعث افزایش تقاضای صنعت چاپ می شود.

فصل دوم کتاب به بررسی عوامل مؤثر بر عرضه صنعت چاپ می پردازد. در قسمت اول این فصل، محصولات صنعت چاپ که شامل کتاب، مطبوعات و چاپ تجاری است، به عنوان تولید و عرضه صنعت چاپ بررسی می شود. نویسنده ضمن ارایه آمار و اطلاعات چاپ و نشر کتاب در سال های ۷۲ تا ۷۶ معتقد است که کاهش متوسط شمارگان کتاب در طی سال های مذکور، علی رغم رشد عناوین کتاب، سبب کاهش رونق اقتصادی بازار نشر شده است. طبق بررسی های آماری، طی سال های ۷۲-۷۶، نزدیک به ۷۰ درصد از بازار کل کتاب های منتشر شده، مختص