

ORIGINAL ARTICLE

Challenges Facing Authors and Researchers in Publishing Sports Books in Iran

Tahereh Gholami¹, Samira Akbari², Maysam Noori khanyourdi^{*3}

1. M.Sc. in Sports Management, Department of Physical Education and Sports Sciences, University of Qom, Qom, Iran
2. M.Sc. in Sports Management, Department of Physical Education and Sports Sciences, University of Qom, Qom, Iran
3. Postdoctoral Researcher of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

Correspondence:

Maysam Noori khanyourdi

Email: meysam1896@yahoo.com

Received: 14/January/2023

Accepted: 07/June/2023

How to cite:

Gholami, T.; Akbari, S; Noori khanyourdi, M (2024)., Challenges Facing Authors and Researchers in Publishing Sports Books in Iran. **Communication Management in Sport Media**, 12 (1), 75-95.

DOI: [10.30473/jsm.2023.66735.1720](https://doi.org/10.30473/jsm.2023.66735.1720)

1. ABSTRACT

The purpose of this research was to identify the Challenges facing authors and researchers in publishing sports books in Iran. This research is considered an applied study in terms of its objective, descriptive in terms of data collection, and exploratory in terms of data certainty. The research method was mixed (qualitative-quantitative). The statistical population in the qualitative section consisted of faculty members in the field of sports sciences, and in the quantitative section, it included professors, researchers, and authors who had experience in publishing sports books. The sampling method was purposive. In the first stage of the research, through purposive sampling, 21 individuals from the statistical population were interviewed, and the challenges of publishing sports books were identified. In the second and third stages, the factors identified by the Delphi group (21 individuals) were examined; in these two stages, factors that had at least 70% positive responses were retained for the next stage in the final stage, the factors identified in the previous three stages were ranked using a five-point Likert questionnaire. The content validity of the questionnaire was approved by 10 faculty members in the field of sports sciences. Friedman's test was used to rank factors in SPSS software Based on the findings of this research, the most important challenges of book publishing in Iran are in two general categories: internal (professional) and external (cultural, social, political, economic).

KEY WORDS

Book Publishing Challenges, Iran's Printing Industry, Printing Industry, Sports Book Publishing



Extended Abstract

Introduction

Publishing scientific books in sports science and physical education is essential due to their social, educational, moral, political, and economic significance, as well as their emergence as a specialized university discipline across various educational levels (Hallaji, 2020). However, in different regions of the country, the sports book publishing industry faces numerous challenges stemming from social, economic, political, professional, and cultural factors. Thus, research in this area can play a vital role in supporting the development of the sports book publishing industry by analyzing these challenges (Sadeghi, 2012). Despite growth in research within Iran, many issues hinder authorship, including inconsistent policies, unclear outcomes of writing books, the predominance of article-based research, weak incentives and support systems, a shortage of skilled researchers, and the lack of effective scientific communication networks (Alaei, Ahmadi, & Sohrabi, 2020).

Safahieh (2021) identified key challenges from the publishers' perspective, including the high costs and shortages of publishing materials, dependence on volatile markets, limited financial capital, lack of participation by banks and investors, the unprofitable nature of the publishing sector, and an absence of a strong reading culture. Similarly, Keshkar, Ghasemi, and Sadeghi (2014) found that sports books often do not meet the expectations of consumers, who prefer content authored by experts and produced according to proper quality standards. Customers remain dissatisfied with available publications and call for books created by knowledgeable publishers aligned with societal needs.

Research by Amri et al. (2022) on Malaysia and Indonesia highlighted four key challenges: low product quality, lack of skilled personnel, outdated machinery, and unmet customer demand. Torabi Alamuti et al. (2023) emphasized factors such as the absence of a reading culture, poor distribution networks, lack of profitability, weak legal frameworks, and insufficient institutional support affecting book dissemination. Sharifi Milani and Boroumand (2021) categorized the driving forces behind the future of Iran's book industry into six groups: economic, socio-cultural, political, technological, legal, and governance factors.

Historical reviews of publishing reveal a pattern of economic, social, political, and cultural obstacles across different decades. Given that no specific scientific research has yet been conducted on the status of the sports book publishing industry in Iran, undertaking such studies could yield valuable insights. This research can help authors and researchers identify existing challenges and plan more effectively for future development. Therefore, the main focus of this study is to examine the challenges faced by authors and researchers in sports book publishing in Iran.

Methods

The current research is exploratory and applied in purpose, with a descriptive-survey approach in its implementation. Data were collected from both field and library sources. The research population in both qualitative and quantitative phases included professors, authors, and researchers with experience in publishing sports books in Iran. For the qualitative phase, purposive sampling was employed, and sampling continued until no new data emerged—reaching theoretical saturation at the 21st interview. In the quantitative phase, the sample included the participants from the qualitative phase plus additional individuals with experience in sports book publishing, totaling 50 people.

Data collection instruments consisted of semi-structured interviews for the qualitative phase and researcher-made questionnaires for the quantitative phase. The first Delphi round involved a yes/no questionnaire distributed to a panel of 21 experts; their suggestions and opinions were used to confirm, delete, or add new factors. In the Delphi analysis, factors that received at least 70% positive responses in the first round were retained for the second round, while those below this threshold were excluded.

The third Delphi round employed a five-point Likert scale, where the same panel of 21 experts rated and ranked the challenges faced by researchers and authors in sports book publishing in Iran. For data analysis, all questionnaires from this stage were coded and entered into SPSS 23 software for organization and analysis.

Furthermore, content validity of the questionnaire was confirmed by 10 sports science professors, who provided feedback for

revisions such as eliminating ambiguous questions and incorporating suggestions. The reliability of the questionnaires was validated with a Cronbach's alpha coefficient of 0.82.

Results

The findings are presented in two parts: descriptive and inferential.

Descriptive findings indicate that 66.6% of the sample was male, and 33.3% female. Additionally, 85.71% held a doctorate degree, while 14.28% held a master's degree. Regarding experience, 14.28% had authored books, and 14.57% had translation experience.

Inferential results reveal that, in the professional dimension, the most significant challenges include producing books with limited content, the prevalence of superficial publishing practices, lengthy printing processes, rigorous judgments in reputable publications, strict academic publication standards, and the low value assigned to private publications.

In the cultural dimension, the primary issues are the lack of motivation among researchers and experts to publish scientific works, and the generally low per capita research activity in the country.

Within the social dimension, key problems include inadequate marketing of books, limited display of books in exhibitions and conferences, low societal awareness about published works, and the selective tastes of book reviewers.

In the political dimension, major issues are the insufficient support from institutions for private publications, legal inefficiencies related to copyright and translation laws, and unfair distribution of subsidies.

Economically, significant problems include the lack of financial profit for authors and translators, scarcity of financial sponsorship for book printing, and limited collaboration between institutions, universities, and the sports industry for financial support.

Conclusion

The presence of books in any society plays a vital role in the development and growth of culture. The sports book publishing industry, as a significant means of communication and

influence within society, faces numerous challenges. These can be broadly classified into two categories: internal (professional) and external (cultural, social, political, and economic).

≠ Professional Problems:

A major professional issue is the lack of expertise within a large segment of the sports book printing industry. Many operators view printing as a secondary or tertiary occupation, leading to unprofessional content that does not meet societal needs or interests. This lack of professionalism causes a disconnect between production and societal demand, resulting in books that are misaligned with actual needs. To address this, efforts toward professionalization are necessary—such as improving the standards of creation and translation, adopting electronic publishing, fostering transparent relations between publishers and authors through clear contractual agreements, and ensuring transparency in financial and commercial dealings. These steps can elevate professionalism and improve the quality of sports books.

≠ Cultural Problems:

Various factors—including social, cultural, economic, financial, and infrastructural issues—demotivate researchers and authors from publishing sports books. At academic institutions, a lack of scientific preparedness among some faculty members and the presentation of degrees without substantial effort diminish motivation. Additionally, economic hardships faced by students and the overall attitude of officials towards writing have contributed to decreased enthusiasm for publishing sports-related scientific works. Improving the social and professional status of writers by promoting financial rewards and recognition can motivate more authors and enhance the creation of valuable scientific literature.

≠ Social Problems:

Publishing sports books without aligning content with audience needs impairs their success and marketability. Effective marketing strategies—such as organizing book fairs, leveraging new technologies for distribution, and

periodically publishing curated lists—are essential to increase societal awareness of sports and its benefits. Expert opinions reveal that current publication and sales conditions are unfavorable, largely due to a lack of acceptance from both the public and officials. Prioritizing audience-centered production and marketing can help improve the visibility and impact of sports books.

≠ **Political Problems:**

Although government policies aim to bolster the private sector through outsourcing and support programs, in practice, the sector remains dominated by government involvement. Sometimes, government institutions increase their own publishing activities during financial difficulties, indicating a lack of consistent, long-term policy support for private publishers. To foster a healthier publishing environment, policies such as tax exemptions, insurance benefits, publishing subsidies, government purchasing, and low-interest loans could be implemented to support private sports book publishers.

≠ **Economic Problems:**

Economic challenges include fluctuations in the prices of raw materials like paper, ink, and binding adhesives. Rising costs have made sports books more expensive, reducing their accessibility and discouraging publishers from

investing in production. Addressing these issues requires fair and strategic pricing policies that consider production costs and the purchasing power of consumers. Offering educational discounts for students and ensuring affordable access to sports books in academic centers can also promote readership and industry growth.

KEYWORDS

Book Publishing Challenges, Iran's Printing Industry, Printing Industry, Sports Book Publishing.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines

The author has complied with all ethical considerations.

Funding

The authors state no funding involved.

Conflict of Interest

The authors declare that there are no conflicts of interest regarding the publication of this manuscript.

Acknowledgment

We are grateful to all those who helped us in this research

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

«مقاله پژوهشی»

چالش‌های پیش روی مؤلفین و محققین در چاپ کتب ورزشی در ایران

طاهره غلامی^۱، سمیرا اکبری^۲، میثم نوری خان یوردی^{۳*}

چکیده

چکیده: هدف از تحقیق حاضر چالش‌های پیش روی مؤلفین و محققین در چاپ کتب ورزشی در ایران بود. این پژوهش از لحاظ هدف از نوع مطالعات کاربردی به شمار می‌رود که از نظر گردآوری داده‌ها توصیفی و از نظر قطعیت داده‌ها از نوع اکتشافی است. روش پژوهش آمیخته (کیفی - کمی) بود. جامعه آماری در بخش کیفی اعضای هیات علمی در رشته علوم ورزشی بودند و در بخش کمی شامل اساتید، محققین و مؤلفینی بود که تجربه چاپ کتب ورزشی را داشتند. روش نمونه‌گیری، هدفمند بود. در مرحله اول تحقیق از طریق روش نمونه‌گیری، هدفمند با ۲۱ نفر از جامعه آماری، مصاحبه شد و چالش‌های چاپ کتب ورزشی شناسایی شد. در مرحله دوم و سوم، عوامل شناسایی شده توسط گروه دلفی (۲۱ نفر) بررسی شد؛ در این دو مرحله عواملی که حداقل ۷۰ درصد دارای پاسخ مثبت بودند، برای مرحله بعد باقی ماندند. در مرحله نهایی رتبه‌بندی عوامل شناسایی شده در سه مرحله قبل با استفاده از پرسشنامه پنج‌گزینه‌ای لیکرت انجام گرفت. روایی محتوایی پرسشنامه توسط ۱۰ نفر از اساتید رشته علوم ورزشی مورد تأیید قرار گرفت. برای رتبه‌بندی عوامل از آزمون فریدمن در قالب نرم‌افزار SPSS استفاده شد. بر اساس یافته‌های پژوهش مهم‌ترین چالش‌های چاپ کتاب در ایران شامل دو دسته کلی درونی (حرفه‌ای) و بیرونی (فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی) است.

۱. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه قم، قم، ایران
۲. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، گروه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه قم، قم، ایران
۳. پژوهشگر پسادکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

نویسنده مسئول: میثم نوری خان یوردی
رایانامه: meysam1896@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۱۷

استناد به این مقاله:

غلامی، طاهره؛ اکبری، سمیرا؛ نوری خان یوردی، میثم؛ (۱۴۰۳). چالش‌های پیش روی مؤلفین و محققین در چاپ کتب ورزشی در ایران، مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۲ (۱)، ۷۵-۹۵.
DOI: [10.30473/jsm.2023.66735.1720](https://doi.org/10.30473/jsm.2023.66735.1720)

واژگان کلیدی:

چاپ کتاب ورزشی، چالش‌های چاپ کتاب، صنعت چاپ، صنعت چاپ ایران



مقدمه

از دوران گذشته تا به امروز، کتاب به‌عنوان یکی از مهم‌ترین رسانه‌های انتقال علم و دانش بین انسان‌ها و فرهنگ‌های مختلف شناخته شده است. کتاب، نتیجه دستاوردهای نویسنده، ناشر و توزیع‌کننده‌هاست و با هدف ترویج علم، اطلاعات و آگاهی به خواننده ارائه می‌شود. کتاب خوب، بهترین وسیله برای آگاهی و هدایت مردم به‌سوی تحولات بزرگ اجتماعی است و به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین ابزارهای تکامل انسان شناخته می‌شود. تجربه نشان می‌دهد که رشد و توسعه تمدن‌ها به رشد فکری و فرهنگی هر جامعه بستگی دارد و بدون رشد فرهنگ کتاب‌خوانی در جوامع، رشد هیچ تمدنی ممکن نیست. باید تأکید کرد که به‌رغم پیشرفت رسانه‌های مختلف جمعی، هنوز هیچ رسانه‌ای نتوانسته است نقش کتاب در رشد تمدن را به جایگاهی دیگر برساند (هدایتی، ۲۰۱۰). تکامل تاریخی فرایند چاپ و انتشار کتاب بسیار طولانی بوده است. انسان با توجه به شرایط مختلف، همواره با خلاقیت و نوآوری به دنبال سریع‌تر کردن انتقال اندیشه و اطلاعات بوده است؛ اما با اختراع چاپ، یک انقلاب اساسی در این روند رخ داد که باعث شکستن بسیاری از محدودیت‌هایی مانند محدودیت‌های زمانی، مکانی، سیاسی و مشابه آن‌ها شد و امکان انتقال اندیشه و جریان اطلاعات به‌صورت گسترده‌تری فراهم شد (فرهادپور، ۲۰۰۷). فرجلو مطلق (۲۰۱۹) خاطرنشان می‌کند که کتاب‌خوانی، به‌عنوان یک محصول فرهنگی و شالوده آن یعنی نشر کتاب به‌عنوان یک شاخص مهم فرهنگی در جهان شناخته می‌شود. صنعت چاپ و نشر کتاب به جهت استفاده از شیوه‌های کاملاً صنعتی که در روند تولید و تکثیر این کالای فرهنگی به کار می‌رود، صنعت چاپ و نشر کتاب نام گرفته است (باب‌الحوائجی و همکاران، ۲۰۱۲). صنعت چاپ یک پدیده ارتباطی و تأثیرگذار است که در سطح وسیعی در دنیا گسترش یافته است؛ که تأثیر و خدمت آن در تحولات اجتماعی و سیاسی و بهتر ساختن جامعه‌ها نقش بنیادین داشته و دارد. این پدیده به‌عنوان یکی از مظاهر تمدن غرب در پیشرفت و گسترش دانش در غرب تأثیر بسیار داشته و شاید بتوان گفت در بررسی علل عقب‌ماندگی کشورها باید به این صنعت به‌عنوان یک عامل اساسی توجه کرد (فتحعلی‌زاده، ۲۰۱۲).

کتاب، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین محصولات در صنعت نشر، در حوزه فعالیت‌های مرتبط با نشر بسیار مهم است. این آثار مکتوب به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین رسانه‌های عصر تمدن جدید شناخته می‌شوند و بخش بزرگی از صنعت نشر را به خود اختصاص داده‌اند. در چند سده اخیر، کاغذ و چاپ، کمک بزرگی به تحولات کتاب در دنیای مدرن کرده‌اند و آن را به یکی از مهم‌ترین ابزارهای فرهنگ و دانش در جامعه تبدیل کرده‌اند؛ به‌گونه‌ای که کتاب، به‌عنوان کلیدی برای باز کردن درهای ذهن، احساسات، اندیشه‌ها و عاطفه‌های بشر، شناخته شده است (آذرننگ، ۲۰۱۸). اگرچه ایران دارای یک سابقه بسیار قدیمی و غنی در حوزه فرهنگ و تمدن است، اما وضعیت انتشار کتاب در ایران، نسبت به کشورهای توسعه‌یافته، مناسب نیست (تنها نژادامین، ۲۰۱۲).

انتشار کتب علمی دانشگاهی در رشته علوم ورزشی و تربیت‌بدنی به دلیل ماهیت و کارکرد آن در ابعاد اجتماعی، آموزشی و تربیتی، سیاسی و اقتصادی و ظهور آن به‌عنوان یک رشته دانشگاهی با دوره‌های تحصیلی مختلف در گرایش‌های متعدد، یک ضرورت است (حلاجی، ۲۰۲۰). در سال‌های اخیر، تولید علم در حوزه‌های مختلف علوم ورزشی به‌شدت افزایش یافته است. از ورود علم تربیت‌بدنی، ورزش و رشته‌های ورزشی به ایران حدود هشتاد سال قبل رخ داد، اما تولید کتاب‌های ورزشی برای تأمین دانش در این حوزه و پر کردن خلأ دانش علوم ورزشی، به دلیل عدم توجه به ورزش و کمبود آموزش‌های مرتبط، کمتر توسعه یافت. با توسعه و گسترش روزافزون آموزش عالی در کشور، مشارکت بیشتر و توجه به ابعاد مختلف ورزش در جامعه، صنعت کتاب‌های ورزشی شتاب بیشتری یافته است. در حال حاضر، علاوه بر دانشگاه‌ها، سازمان‌های ورزشی مختلف مانند فدراسیون‌ها و ناشران خصوصی، کتاب‌های مرتبط با این حوزه را با تمرکز بر گرایش‌های مختلف، منتشر می‌کنند (رضایی، ۲۰۰۶). با این حال، بررسی نظرات دست‌اندرکاران نشر و پخش کتب ورزشی نشان می‌دهد که کیفیت نامناسب نشر و فروش این دسته از کتاب‌ها به دلیل عدم استقبال جامعه و مسئولین بوده و در حال حاضر، اغلب کتاب‌های ورزشی تنها با تیراژ ۱۰۰۰ نسخه چاپ می‌شوند. این وضعیت نشان‌دهنده نگرانی ناشران از فروش کتب ورزشی است (صادقی، ۲۰۱۲). بر اساس گزارش آماری نشر وزارت ارشاد، در دی‌ماه ۱۳۹۹، تعداد ۸۶۷۴ عنوان کتاب منتشر شده است که در مقایسه با ۱۱۳۷۴ عنوان در دوره زمانی مشابه در سال ۱۳۹۸، به میزان ۲۴ درصد کاهش داشته است (خانه کتاب، ۲۰۲۰).

آمار بانک اطلاعاتی کتاب نشان می‌دهد که تنها در سال ۱۳۸۴، ۳۷۴۵۰ عنوان کتاب در بخش‌ها و حوزه‌های مختلف به چاپ رسیده است. از این تعداد، ۸۸۴۷ کتاب ترجمه شده و ۲۸۶۰۸ کتاب تالیفی بوده‌اند و تنها ۱۵۰ عنوان کتاب به موضوع ورزش اختصاص داشته‌اند. با وجود این، عدم وجود منابع اطلاعاتی موثق و در دسترس برای بررسی تعداد و رشد کتب ورزشی منتشر شده از سال ۱۳۸۴ تاکنون، مانعی برای محققین در بررسی میزان رشد کتب ورزشی به شمار می‌آید. با توجه به آمارهای منتشر شده، می‌توان نتیجه گرفت که تعداد عناوین کتب ورزشی نسبت به دیگر حوزه‌ها بسیار کمتر است (صادقی، ۲۰۱۲). موضوعات اصلی کتب ورزشی شامل فوتبال، والیبال، آمادگی جسمانی، زمین‌ها و سالن‌ها، ورزش‌های باستانی، ورزش‌درمانی، ورزشکاران، دوومیدانی، ورزش‌های زمستانی و رزمی هستند. این آمار نشان می‌دهد که کتب ورزشی در عرصه چاپ و نشر در کشور، به‌شدت دچار کمبود است (قاسمی، کشکر و موسوی، ۲۰۱۳).

نگاهی به تعداد کتاب‌های منتشر شده در این سال‌ها، به‌راحتی می‌تواند نشان‌دهنده وجود چالش‌هایی باشد که در بخش نشر و چاپ کتاب در کشور وجود دارد و نشانگر تأثیر عوامل متعددی بر فرایند تولید و نشر کتاب است؛ این چالش‌ها می‌توانند شامل مسائل مختلفی باشند؛

شمار می‌رود. به عبارتی، می‌توان صنعت چاپ و نشر را از صنایع مادر به حساب آورد (فاضلی، ۲۰۱۵).

کتب ورزشی در دو گروه مختلف افراد مورد استفاده قرار می‌گیرند. اولین گروه شامل دانش‌آموزان، دانشجویان یا اساتیدی است که از این کتاب‌ها به عنوان منبع آموزشی در کلاس‌ها و دروس خود استفاده می‌کنند. دومین گروه شامل افراد عادی است که برای بهبود سلامتی، تندرستی و یادگیری رشته‌های ورزشی از این کتاب‌ها استفاده می‌کنند. استفاده‌کنندگان کتب ورزشی را می‌توان به دو دسته تقسیم کرد: گروه اول استفاده‌کنندگان آموزشی و گروه دوم افراد عادی که به منظور کسب آگاهی برای ارتقا سطح سلامت و آموختن یک رشته ورزشی از این کتب استفاده می‌کنند، که این گروه با طیف گسترده‌ای از افراد جامعه با توجه به خصوصیات دموگرافیک مختلف را شامل می‌شود که تأمین نیازهای آن‌ها تلاش و آگاهی فزاینده‌ای را از جانب تولیدکنندگان می‌طلبد. کیفیت کتاب‌های ورزشی با توجه به مؤلفه‌هایی همچون استفاده از منابع علمی معتبر، تأمین نیازهای جامعه، قابلیت درک محتوای کتاب‌ها و فراهم‌سازی اطلاعات با ارزش در نظر گرفته می‌شود. متغیرهایی همچون شهرت برند، تعهد به ناشر، جایگاه برند ناشران ایرانی در مقایسه با برندهای خارجی به عنوان سؤالات محوری در نظرخواهی از خریداران تعیین می‌شود. متغیر جایگاه مؤلفین یا مترجمین کتب ورزشی شامل شهرت مؤلفین یا مترجمین، تحصیلات آن‌ها، میزان تسلط و تخصص آن‌ها بر موضوع کتاب و میزان تأثیر تأییدیه‌های موجود در کتاب مدنظر قرار دارد (قاسمی، کشر و موسوی، ۲۰۱۴). علی‌رغم رشد و گسترش زمینه پژوهش در ایران همچنان چالش‌ها و مشکلات زیادی بر سر راه تألیف کتب وجود دارد؛ که از آن جمله می‌توان به تعدد و گوناگونی سیاست‌ها، پیامدهای غیر روشن تألیف کتب، مقاله سالاری در پژوهش، ضعف راهکارهای تشویقی و حمایتی، خلأ پژوهش‌گر زبده و عدم وجود شبکه‌های علمی-ارتباطی مؤثر اشاره کرد (اعلایی، احمدی و سهرابی، ۲۰۲۰).

امری و همکاران^۱ (۲۰۲۲) در پژوهش‌های خود با عنوان چالش‌ها و استراتژی‌های صنعت چاپ در مالزی و اندونزی نشان دادند که کشورهای اندونزی و مالزی با چهار چالش، پایین بودن کیفیت محصولات چاپ‌شده، نبود منابع انسانی متخصص، نبود ماشین‌آلات پیشرفته و تقاضای مشتریان برای محصولات روبه‌رو هستند. ترابی الموتی و همکاران^۲ (۲۰۲۳) در پژوهش‌های خود نشان دادند فقدان فرهنگ مطالعه، توزیع ناکافی، سودآور نبودن، قوانین ضعیف و حمایت غیراصولی از انتشارات، تأثیرگذارترین عوامل مؤثر بر توزیع کتاب بودند. شریفی‌میلانی و برومند (۲۰۲۱) در پژوهش‌های خود با عنوان «شناسایی پیشران‌های مؤثر بر آینده صنعت نشر کتاب در ایران» نشان دادند که پیشران‌ها در شش دسته عوامل اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی،

ازجمله وضعیت تألیف کتاب، هزینه‌های انتشار، حمایت دولت از ناشران، کیفیت آثار چاپ و منتشر شده، علاقه‌مندی مخاطبان و استقبال مردم و غیره که می‌تواند فعالیت‌های موسسه‌های انتشاراتی را تحت تأثیر قرار دهد. علاوه بر این، بررسی‌ها نشان می‌دهد که بحران فعلی صنعت نشر کتاب ممکن است به دلیل عواملی مانند هزینه چاپ بالا، کتاب‌های تکراری و ضعیف، کمبود نویسندگان حرفه‌ای، عدم توجه به نیازهای مخاطبان، رشد نامناسب و بی‌هدف کتاب‌های الکترونیکی در فضای مجازی، عدم حضور کتاب در سبد خرید خانواده‌ها و نداشتن عادت مطالعه در مردم باشد. همچنین، بین چالش‌های موجود، می‌توان به وضعیت توزیع کتاب توسط ناشران در سراسر کشور، بازاریابی، تبلیغ و توزیع کتاب اشاره کرد، زیرا در این مرحله چرخه تولید کتاب به پایان خود می‌رسد (حسین زاده بیرامی، ۲۰۱۹). اگرچه تعداد ناشران کتاب در حال کاهش است، اما توجه به نیازهای جامعه به کتاب‌های مختلف در حوزه‌های مختلف اهمیت بسیاری دارد. انتشار کتاب‌ها با توجه به حوزه‌های مختلف، ازجمله علمی و آموزشی، به نیازهای جامعه پاسخ داده است. حوزه ورزش و تربیت‌بدنی نیز یکی از این حوزه‌های تخصصی است که با توسعه آن در سطح دانشگاهی، کتاب‌های علمی، آموزشی و عمومی آن نیز توسعه یافته است (قاسمی، کشر و موسوی، ۲۰۱۳).

کتاب‌ها به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه و رشد فرهنگی جوامع شناخته شده‌اند. در مناطق مختلف کشور، صنعت چاپ کتاب‌های ورزشی با چالش‌هایی ازجمله عوامل اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، حرفه‌ای و فرهنگی مواجه است. به همین دلیل، پژوهش در این زمینه می‌تواند به توسعه صنعت چاپ کتاب‌های ورزشی کمک مؤثری کند، زیرا به بررسی و تحلیل چالش‌های این صنعت می‌پردازد. فراهم کردن کتاب‌های ورزشی مورد نیاز دانشجویان و دیگر افراد علاقه‌مند به این کتاب‌ها در یک جامعه ۸۵ میلیونی که بیش از ۸۰ درصد آن باسواد هستند به خودی خود، صرف‌نظر از هرگونه چالشی می‌تواند به صنعتی پویا و اشتغال‌زا تبدیل شود و تأثیرات عمده‌ای بر جنبه‌های گوناگون جامعه داشته باشد. کتاب‌های ورزشی، به دو صورت عمومی و آموزشی، با تمرکز بر توسعه سلامت و تندرستی افراد و ترویج فرهنگ ورزش در اکثر جوامع موردتوجه واقع شده‌اند. انتشار کتاب‌های ورزشی، از نظر آموزش دانشگاهی و همچنین برای اطلاع‌رسانی و انتقال دانش به جامعه، یکی از ضروریات زندگی سالم و اجتماعی به شمار می‌آید (صادقی، ۲۰۱۲). صنعت چاپ و نشر، یکی از جنبه‌های مهم و بارز صنایع فرهنگی است که با عوامل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مختلفی در ارتباط است و هر کدام تأثیراتی بر روی آن دارند. برای شناخت بهتر این عوامل و تأثیرات آن‌ها بر روی صنعت چاپ و نشر، تحقیقات مستقلى می‌توان انجام داد. در بین جنبه‌های گوناگون صنایع فرهنگی، صنعت چاپ و نشر به دلیل گستردگی و نیازمندی به تخصص‌های مختلف، اثرات فراگیر اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، یکی از مهم‌ترین و مشهورترین صنایع به

1. Amri & et al

2. Torabi Alamuti & et al

همچون مهارت و دانش نیروی انسانی، تهیه و تدارک مواد اولیه و کارکردهای اقتصادی، طرح و برنامه جامع نشر، وجود اتحادیه و تعاونی نشر، رعایت قوانین و مقررات و توزیع مطلوب کتاب بسیار مهم هستند. همچنین شریفی‌میلانی، برومند و امیرکبری (۲۰۲۰) در پژوهش خود با عنوان «عوامل تأثیرگذار بر صنعت نشر کتاب در ایران» به این نتیجه رسیدند که مهم‌ترین مواردی که بر صنعت نشر تأثیرگذار هستند، شامل مدیریت بنگاه‌های نشر، استراتژی صنعت نشر، و فناوری اطلاعات و ارتباطات هستند. در رتبه‌های بعدی، شرایط اقتصادی، تکثیر غیرمجاز، شرایط اجتماعی و سرانه مطالعه قرار دارند.

صفاهیه (۲۰۲۱) در پژوهش‌های خود به مهم‌ترین چالش‌های صنعت چاپ و نشر از دیدگاه ناشران پرداخته است و به این نتیجه رسیده است که مهم‌ترین این چالش‌ها، کمبود و گرانی مواد و مصالح چاپ و نشر، وابستگی به بازارهای پرنوسان، کمبود سرمایه مادی، عدم مشارکت بانک‌ها و یا افراد سرمایه‌گذار در حوزه چاپ و نشر، عدم اقتصادی بودن حوزه نشر و فقدان فرهنگ مطالعه است. همچنین لین، چو و هوانگ^۶ (۲۰۱۳) در پژوهش‌های خود بیان کردند که مقررات دولتی، محتوای کیفی، در دسترس بودن عناوین کتاب الکترونیکی، قیمت کتاب الکترونیکی و قیمت دستگاه مطالعه به‌عنوان چالش‌برانگیزترین عوامل پیش روی صنعت نشر کتاب الکترونیکی تایوان به شمار می‌روند.

مکتبی‌فرد (۲۰۰۹) با بررسی نتایج پژوهشی با عنوان «مروری بر بازاریابی کتاب در ایران و جهان با تأکید بر بازاریابی کتاب کودک» نشان داد ازجمله عوامل مؤثر بر افزایش فروش کتاب و رضایت مشتریان می‌توان وضعیت ظاهری و طرح روی جلد، اخذ نظرات خوانندگان، زمان عرضه کتاب به بازار، نیازسنجی از مشتریان درباره محتوا و ظاهر کتاب، انجام فعالیت‌های ترویجی ازجمله تخفیف دادن هدیه و غیره را نام برد. نجفی و کریمی (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان «بررسی تناسب حوزه نشر کتب دینی با انتظارات افراد در سطح شهر قم» به این نتیجه رسیدند که ۹۰/۸ درصد از مخاطبان حوزه نشر، نام نویسنده یا مترجم را مهم‌ترین عامل نشر می‌دانند. همچنین به نظر افراد در سنین پایین‌تر، جنبه ظاهری کتاب بسیار مهم است و ظاهر کتاب را بیشترین عامل رضایت می‌دانستند ولی در افراد با سنین بالا، محتویات کتاب بیشترین عامل رضایت و یا نارضایتی آن‌ها بود. همچنین در بخش دیگری از پژوهش خود بیان کردند که کاهش قیمت کتاب‌ها می‌تواند به‌عنوان یکی از عوامل مهم در افزایش فروش آن‌ها محسوب شود. در این زمینه، مدیریت بهینه قیمت پس از انتشار اولیه کتاب نیز بسیار حائز اهمیت است و بهترین راهکار برای موفقیت در قیمت‌گذاری، تعیین قیمت مناسب و مطلوب برای کتاب است. در یک پژوهش با عنوان «تناسب حوزه نشر کتاب‌های ورزشی با انتظارات مخاطبان با تأکید بر عناصر آمیخته بازاریابی ورزشی»، که توسط کشر، قاسمی و صادقی (۲۰۱۴) انجام شد، نشان داده شد که کتاب‌های ورزشی با انتظارات مشتریان سازگار نیستند و ناشران و

سیاسی، فناورانه، حقوقی و حاکمیتی قرار دارند. همچنین احمدوف^۱ (۲۰۲۱) در پژوهش خود با عنوان «مشکلات و راه‌حل‌ها در چاپ و نشر کتاب» نشان داد که صنعت چاپ ازبکستان با چالش‌هایی مانند پایین بودن اعتبار، وجهه و جایگاه ناشران، پایین بودن تعداد نسخه چاپ‌شده، عدم توجه به وضعیت مالی مردم و جامعه، نبود چهارچوب مشخص برای قیمت‌گذاری چاپ کتاب مواجه است. کورینکو و ژلیخوفسکی^۲ (۲۰۲۰) در پژوهش‌های خود نشان دادند که توسعه صنعت چاپ و نشر در اوکراین با مشکلاتی مانند کمبود بودجه دولتی، نبود سرمایه‌گذاری، مالیات‌های بالا، سطح پایین سودآوری چاپ و نشر، رشد نسخه‌های دیجیتال، عدم نظارت بر چاپ و نشر، پایین بودن توان مالی مردم و اشخاص حقوقی (فعالان صنعت چاپ) مواجه است. به‌علاوه سحرجه و آیشه^۳ (۲۰۲۰) در پژوهش‌های خود بیان کردند که از مهم‌ترین عواملی که باعث می‌شود مردم چاپ دیجیتالی را بر چاپ فیزیکی ترجیح دهند می‌توان به کیفیت، هزینه و زمان چاپ اشاره کرد. پلوئسری و ویریاوژاکول^۴ (۲۰۱۹) در پژوهش‌های خود بیان کردند که ازجمله مشکلات صلاحیت حرفه‌ای پرسنل کنترل کیفیت چاپ، می‌توان به فقدان شایستگی و توانایی در عملکرد مطلوب و واقعی و همچنین عدم توانایی در پیروی از استاندارد حرفه‌ای اشاره کرد. همچنین حاجی زین‌العابدینی و همکاران^۵ (۲۰۱۹) در پژوهش‌های خود با عنوان «صنعت نشر در ایران با چه چالش‌هایی مواجه است؟» نشان دادند که چالش‌های نشر کتاب در ایران به چهار دسته اقتصادی، فناوری، سیاسی و مسائل اجتماعی تقسیم‌بندی می‌شود. اسماعیلی حصاری (۲۰۲۲) در پژوهش خود با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر چاپ و نشر کتاب در ایران» بیان کردند که متغیرهای نرخ تورم، نرخ ارز، ترکیب جنسی جمعیت و نرخ بهره، اثر منفی بر نشر کتاب داشته و متغیرهای نرخ باسوادی، قیمت کاغذ و جمعیت اثر مثبتی بر چاپ و نشر کتاب داشتند و متغیر میانگین سنی جمعیت و درآمد بر نشر کتاب در کشور تأثیرگذار نبودند. در پژوهش اخیر که توسط میرزایی (۲۰۲۲) با عنوان «آسیب‌شناسی سیاست‌های فرهنگی در حوزه نشر کتاب استان قزوین از سال ۸۸ تا ۹۸» انجام شده است، نشان داده شده است که سیاست‌گذاری فرهنگی در عملکرد حوزه نشر کتاب نقش مهمی ایفا می‌کند و با مشکلات و آسیب‌های این صنعت در ارتباط مستقیم است. همچنین نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که عواملی ازجمله عدم حمایت، ناتوانی اقتصادی، عدم وجود نمایشگاه دائمی و روند طولانی اخذ مجوز چاپ، با افول صنعت نشر کتاب رابطه دارند.

در مطالعه‌ای حیدری اتابک (۲۰۲۱) با عنوان «آسیب‌شناسی وضعیت نشر و مشکلات ناشرین استان قم و ارائه راهکارهای بهبود آن» به این نتیجه رسیده است که برای رسیدن به موفقیت در صنعت نشر، عواملی

1. Ahmedov
2. Korinko & Zhelikhovskiy
3. Saharja & Aisyah
4. Ploysri & Viriyavejakul
5. Haji Zeinolabedini & et al

وضعیت توزیع کتاب، کارآمد نبودن اطلاع‌رسانی و تبلیغ در حوزه کتاب و عدم توجه کافی اغلب ناشران به آن، عدم توجه به جذابیت‌های صورتی کتاب از سوی ناشران، تولید کتاب‌های کم‌محتوا و رواج کتاب‌سازی است. سارا کشکر، توکلی و صادقی (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «میزان رضایت‌مندی مشتریان از کتب حوزه ورزش و تربیت‌بدنی» نشان دادند که متغیر عنوان از لحاظ رضایت‌مندی معنادار بوده و با توجه به آزمون‌های تعقیبی بین دانشجوی، هیئت‌علمی و کارمند با بیکار تفاوت مشاهده شده است؛ و همچنین متغیر قیمت معنادار بوده و بین دانشجوی و هیئت‌علمی با بیکار تفاوت معناداری وجود داشت؛ و نیز بین متغیرهای حجم و سهولت از لحاظ رضایت‌مندی تفاوت معناداری بوده و با توجه به آزمون‌های تعقیبی بین دانشجوی به کارمند تفاوت معناداری وجود داشت؛ اما بین متغیرهای جذابیت، کیفیت محتوا، تصویرسازی محتوا، صفحه‌آرایی و تناسب محتوا با نیازها، تفاوت معناداری مشاهده نشد. همچنین مطلبی (۲۰۲۰) در پژوهش خود با عنوان «مشکلات صنعت نشر کتاب ایران: مبتنی بر مرور متون»، نشان داد که مشکلاتی مانند بی‌توجهی مردم جامعه به مطالعه، نظام آموزشی تک‌جنبه‌ای، ضعف فرهنگ عمومی و نداشتن انگیزه کافی برای دسترسی به کتاب، عدم حمایت‌های کافی از سوی دولت، وجود ممیزی، عدم وجود رویه مشخص در نظارت‌های دولتی، نبود فضای باز سیاسی، ناکارآمدی قوانین مرتبط با نشر، نبود آرامش فکری و روحی و نگرانی‌های شغلی، ناکارآمدی نهادهای صنفی و تأثیر منفی ایدئولوژی و ارزش‌های اجتماعی بر نشر، عدم رواج بازاریابی علمی و عدم استفاده از فناوری‌های نوین، به عنوان مهم‌ترین مشکلات صنعت نشر کتاب در ایران مطرح شده‌اند. رحمانی (۲۰۰۷) در پژوهشی با عنوان «سیر ایجاد انگیزه فرهنگ» نشان داد که توجه خاص به هر یک از احتیاجات با توجه به گروه‌های سنی از سوی افراد خبره و ماهر می‌تواند عامل مفیدی در میزان ایجاد انگیزه و گرایش افراد به مطالعه باشد. علی‌بابای درمنی (۲۰۰۷) در پژوهشی با عنوان «وضعیت نشر استان مرکزی پس از انقلاب اسلامی» نشان داد که از میان مشکلات فرهنگی در جامعه، عدم علاقه به مطالعه، نظام آموزشی یک‌جانبه، فرهنگ عمومی ضعیف و کمبود انگیزه برای دسترسی به کتاب، مشکلات مهمی هستند.

سعدیان (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «آسیب‌شناسی صنعت نشر و الگوی مناسب بازاریابی خدمات در صنعت نشر آذربایجان شرقی» نشان داد، عدم حمایت دولت از صنعت نشر، کمبود مهارت مدیران ناشر، فقدان تشکلهای صنفی، نبود کنترل در بازار ارز، عدم توجه به عوامل محیط داخلی کشور و عدم توجه دولت به مسائل فرهنگی در حوزه نشر از مهم‌ترین چالش‌ها و مشکلات صنعت نشر بودند. طالب‌زاده (۲۰۱۸) در پژوهش خود با عنوان «ارزیابی حوزه‌های تأثیرگذار یارانه‌های نشر» نشان داد که کافی نبودن حمایت دولت، مهم‌ترین مشکل صنعت نشر است. در مطالعه دیگر رداد و ملکوتی‌نسب (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر وضعیت نشر و توزیع کتاب در استان کهگیلویه و

فروندگان بدون در نظر گرفتن انتظارات جامعه اقدام به تولید و فروش آن‌ها می‌کنند. همچنین مشتریان نسبت به کتاب‌های موجود در بازار ناراضی هستند و انتظار دارند که کتاب‌های ورزشی توسط متخصصان نوشته شده و توسط ناشرانی با آگاهی از استانداردهای مناسب تولید کتاب، به جامعه عرضه شوند. همچنین، در صورتی که کتاب‌های مناسبی تولید شود، اقدامات ارتباطی و اطلاع‌رسانی تولیدکنندگان کتاب‌ها به‌تنهایی کافی نیستند و نیاز به توجه ویژه به جذب افراد جامعه به محتوا و کتاب‌های ورزشی دارد. در این پژوهش، عناصر پنجگانه آمیخته بازاریابی، شامل محصول، قیمت، توزیع، تبلیغات و روابط عمومی نیز بررسی شده و گفته شده است که عوامل محصول، قیمت و روابط عمومی از نظر مخاطبان در روند بازاریابی کتاب‌های ورزشی بسیار مهم هستند. فهیم‌نیا و منطقی (۲۰۱۳) در پژوهشی که با عنوان «بررسی نقش کیفیت خدمات ارائه‌شده به وسیله کتابخانه‌های دانشگاهی در افزایش اعتماد دانشجویان به آن» انجام دادند به این نتیجه دست یافتند که میزان کیفیت، با میزان جذب مخاطب تناسب دارد. این مسئله نیز از مواردی بود که ناشران کرمانشاهی اذعان داشتند برای جذب خواننده به کتاب باید همچون یک کالا در کیفیت و کمیت محتوایی و ظاهری آن وسواس به خرج داد، زیرا در مطالعات اثبات شده است بین جذب مشتری و میزان کیفیت کالا رابطه وجود دارد. در مطالعه‌ای دیگر امامی (۲۰۰۷) در پژوهشی با عنوان «در گیرودار کتاب و نشر» نشان داد که ازجمله مشکلات عمده در صنعت کتاب، می‌توان به نابسامانی در توزیع کتاب‌ها، مشکلات در تأمین تجهیزات و ماشین‌آلات چاپ و صحافی، وابستگی به منابع خارجی در زمینه مواد و دستگاه‌ها، تولید کتاب‌هایی با محتوای ضعیف و رواج کتاب‌سازی اشاره کرد. در پژوهشی با عنوان «مبانی نشر کتاب»، آذرنک (۲۰۰۶) به بررسی مشکلات حرفه‌ای در صنعت نشر پرداخت. او بر این باور است که اصلی‌ترین مشکلات این حوزه، عدم تخصص و دانش کافی در حوزه نشر، کارایی نداشتن اطلاع‌رسانی و تبلیغ در حوزه کتاب، و عدم توجه ناشران به نیازهای جامعه است. علاوه بر این، ناشران باید به تیراژ کتاب‌های خود توجه کنند و کتاب‌های منتشرشده را با نیازهای جامعه هماهنگ کنند. در ضمن، تولید کتاب‌های کم‌محتوا و رواج کتاب‌سازی نیز از مشکلات دیگری است که در این حوزه وجود دارد. از این‌رو، باید به اهمیت اقتصاد نشر و نگاه تخصصی و دقیق ناشران به این موضوع توجه کرد تا بتوانند به بهبود وضعیت این صنعت کمک کنند. قائدان (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «کتاب‌سازی مردم را به بازار نشر بی‌اعتماد کرده است»، نشان داد که از مهم‌ترین مشکلات حرفه‌ای صنعت چاپ، می‌توان به نابسامانی در وضعیت توزیع کتاب، ناکارآمدی در اطلاع‌رسانی و تبلیغات در حوزه کتاب و عدم توجه کافی اغلب ناشران به این مسئله، نادیده گرفتن جذابیت‌های ظاهری کتاب از سوی ناشران، تولید کتاب‌های کم‌محتوا و رواج کتاب‌سازی اشاره کرد. به علاوه حسینی‌نیک (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «آفت‌های اقتصاد نشر» نشان داد که از مهم‌ترین مشکلات حرفه‌ای، نابسامانی

مسائل، مشکلات و آسیب‌های صنعت چاپ کتب ورزشی، برنامه‌ریزی بلندمدت و واقع‌بینانه امکان‌پذیر نیست. بنابراین مسئله اصلی پژوهش این است که چالش‌های پیش روی مؤلفین و محققین در چاپ کتب ورزشی در ایران چیست؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، اکتشافی-کاربردی، از لحاظ روش اجرا توصیفی-پیمایشی است. داده‌های مورد نیاز از منابع میدانی و کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده است. همچنین، از یک روش آمیخته برای انجام تحقیق و از روش تحلیل مضمون برای تجزیه و تحلیل الگوهای معنایی در داده‌ها استفاده شده است. این روش، محقق را قادر می‌سازد که به شیوه‌های مختلف بر روی داده‌ها تمرکز کند و معانی آن‌ها را بیان کند. همچنین، می‌توان از این روش برای استخراج معانی، مفروضات و ایده‌های پنهان در کلمات، عبارات و جملات استفاده کرد. مضامین از درون داده‌ها استخراج شده و با استفاده از تحلیل تفسیری داده‌ها، بهبود می‌یابند. همچنین، بررسی پدیده موردنظر با توجه به مضامین شناسایی شده انجام شده است.

جامعه آماری پژوهش در هر دو بخش کمی و کیفی شامل اساتید، مؤلفین و محققینی بود که در حوزه چاپ کتب ورزشی در ایران تجربه چاپ داشتند. جهت نمونه‌گیری در بخش کیفی، روش هدفمند از نوع در دسترس انتخاب شد و نمونه‌گیری تا جایی ادامه پیدا کرد که داده‌های جدیدی استخراج نشد؛ که در این پژوهش داده‌ها در مصاحبه ۲۱ به حد اشباع نظری رسید؛ به طوری که با ادامه مصاحبه، داده جدیدی به وجود نیامد. در بخش کمی نیز نمونه آماری شامل شرکت‌کنندگان بخش کیفی و افراد دیگری که در چاپ کتاب ورزشی تجربه داشتند، بود (۵۰ نفر). ابزار گردآوری داده‌ها در مرحله کیفی مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و در مرحله کمی پرسشنامه محقق‌ساخته (مستخرج از مرحله کیفی) بود. با جمع‌آوری داده‌های به دست آمده از مصاحبه و مطالعه پیشینه پژوهش، ساختار اصلی پرسشنامه برای اجرای مرحله اول دلفی شکل گرفت. در مرحله اول دلفی پرسشنامه حاصل از مرحله کیفی که پاسخ آن به صورت بلی/خیر بود در اختیار گروه دلفی (۲۱ نفر) قرار گرفت و پیشنهادات و نظرات آن‌ها مبنی بر تأیید، حذف و یا اضافه کردن عوامل جدید، اخذ شد. برای تجزیه و تحلیل پرسشنامه در مرحله اول و دوم دلفی، عواملی که ۷۰ درصد پاسخ مثبت را به خود اختصاص داده‌اند، برای مرحله سوم گروه دلفی در پرسشنامه باقی ماندند و عواملی که این حداقل را کسب نکردند، از پرسشنامه کنار گذاشته شدند؛ همچنین موارد جدید که گروه دلفی به آن اشاره کردند به پرسشنامه مرحله دوم و سوم دلفی اضافه شدند. مرحله سوم دلفی، پرسشنامه ساخته شده حاصل از مرحله کیفی و دلفی دور اول و دوم که پاسخ آن به صورت طیف پنج گزینه لیکرت بود، در اختیار گروه دلفی (۲۱ نفر) قرار گرفت و آن‌ها نظرات خود را جهت رتبه‌بندی چالش‌های پیش روی محققین و مؤلفین چاپ کتب ورزشی در ایران،

بویراحمد از دیدگاه ناشران و کتاب‌فروشان (۱۳۸۰-۱۳۹۰) بیان کردند که عوامل مؤثر بر نشر از دیدگاه ناشران و کتاب‌فروشان، عدم حمایت دولت از عوامل نشر و توزیع کتاب، قطع یارانه‌های مربوط به کاغذ و کتاب، نبود آموزش و تخصص کافی ناشران و کتاب‌فروشان و سایر دست‌اندرکاران، نداشتن فرهنگ مطالعه و نارسایی نظام آموزشی و پرورشی و نظام تک‌متنی در دوره‌های آموزشی از جمله مواردی هستند که می‌توانند بر وضعیت نشر و توزیع کتاب در این استان تأثیرگذار باشند. طی پژوهشی که توسط مطلبی (۲۰۱۳) با عنوان «اقتصاد نشر و تحلیل عوامل تأثیرگذار» انجام شد، نتایج نشان داد که عدم تطابق بین درآمد مردم و قیمت کتاب و همچنین طولانی بودن دوره بازگشت سرمایه در اقتصاد از جمله مهم‌ترین مشکلات اقتصادی است. همچنین رهبانی (۲۰۱۰) طی پژوهشی دیگری با عنوان «پخش کتاب و مسائل نشر»، به این نتیجه رسید که مهم‌ترین مشکلات اقتصادی در صنعت نشر و چاپ طولانی بودن دوره بازگشت سرمایه است. کریستوفر^۱ (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان «به‌کارگیری مفاهیم بازاریابی برای انتشار کتاب در نیجریه» نشان داد که برای ایجاد فرهنگ کتاب‌خوانی در جامعه، راهبردهای مختلفی وجود دارد که از جمله آن‌ها می‌توان به انتشار کتاب‌ها به صورت متناسب با نیازهای جامعه و برگزاری برنامه‌های فرهنگی برای ترغیب مردم به خواندن کتاب اشاره کرد. اجرای همزمان این دو راهبرد می‌تواند منجر به افزایش فروش کتاب و تحرک بیشتر در بازاریابی کتاب در نیجریه شود. آنوگو و اکینه^۲ (۲۰۰۷) طی پژوهشی دیگری با عنوان «نویسنده، ناشر و کتاب‌فروش: هم‌افزایی سه‌جانبه در صنعت کتاب نیجریه» به این نتیجه رسیدند که فقدان اطلاعات در کتاب‌ها موجب ضعف اقدامات ترویجی و بازاریابی کتاب می‌شود.

مرور پیشینه‌های موجود نشان می‌دهد که در سال‌های گذشته پژوهش‌های چندی در خصوص وضعیت چاپ و نشر کتاب، آمار و ارقام در خصوص میزان انتشارات در دهه‌ها و سال‌های مختلف و همچنین مسائل مبتلا به صنعت چاپ و نشر انجام شده است. نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهند که صنعت چاپ و نشر با مسائل اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی مواجه بوده است. با توجه به اینکه تا به حال هیچ تحقیق و پژوهش علمی در مورد وضعیت صنعت چاپ کتب ورزشی در ایران انجام نشده است، انجام چنین پژوهشی به شکل دقیق و علمی می‌تواند نتایج و بازدهی مطلوبی داشته باشد؛ و به مؤلفین و محققین در چاپ کتب ورزشی کمک کند تا چالش‌های پیش رویشان را شناسایی و از اطلاعات به دست آمده برای برنامه‌ریزی بهتر در آینده استفاده کنند. همچنین، این پژوهش می‌تواند به ناشران و نویسندگانی که قصد ورود به این حوزه را دارند، در اتخاذ تصمیمات آگاهانه کمک کند. بررسی مسائل مرتبط با صنعت چاپ کتب ورزشی در ایران، برای برنامه‌ریزی‌های فرهنگی کلان بسیار مهم است و بدون داشتن اطلاعات درست از

تغییرات، حذف سؤالات و گزینه‌های نامفهوم و در نظر گرفتن پیشنهادات، پرسشنامه اصلی تنظیم و در بین نمونه آماری تحقیق، توزیع شد. پایایی پرسشنامه‌ها در یک مطالعه تجربی با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰/۸۲ به دست آمد. در بخش آمار توصیفی و استنباطی، از میانگین، انحراف استاندارد و آزمون فریدمن استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

در این بخش یافته‌ها در دو بخش توصیفی و استنباطی ارائه شده است.

بیان کردند. برای تجزیه و تحلیل مرحله سوم دلفی تمامی پرسشنامه‌ها کدگذاری و برای سازمان‌دهی و تحلیل، وارد نرم‌افزار spss 23 گردید. در بخش کمی نیز پرسشنامه حاصل از مرحله قبل وزن‌دهی و رتبه‌بندی عوامل پرداخته شد. روش نمونه‌گیری در این مرحله نیز هدفمند در دسترس بود. با استفاده از ادبیات و پیشینه تحقیق و موارد شناسایی شده در بخش مصاحبه، پرسشنامه محقق ساخته آمده گردید. پرسشنامه به صورت طیف لیکرت ۵ ارزشی دارای دو بخش اطلاعات جمعیت‌شناختی و سؤالات اصلی تحقیق بود؛ تعداد ۱۰ نفر از اساتید علوم ورزشی، روایی محتوایی پرسشنامه را مورد بررسی قرار دادند و با اعمال

جدول ۱. اطلاعات جمعیت شناختی نمونه تحقیق
Table 1. Demographic Information of The Research Sample

متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۴
	زن	۳۳/۳
سن	۲۹-۳۹ سال	۱۷
	۴۰ سال و بالاتر (کمترین)	۴
مدرک تحصیلی	دکتری (بیشترین)	۱۸
	کارشناسی ارشد (کمترین)	۳
گرایش رشته تحصیلی	مدیریت ورزشی	۱۴
	آسیب‌شناسی و حرکات اصلاحی	۴
	فیزیولوژی ورزشی	۱
	بیومکانیک ورزشی	۱
شغل	رفتار حرکتی	۱
	هیئت علمی دانشگاه	۲۱
	تألیفی	۳
	ترجمه	۱۲
تجربه چاپ کتاب	گردآوری	۲
	ترجمه و گردآوری	۲
	تألیف و گردآوری	۲
	تصنیف	۰
تجربه چاپ کتاب در دوره تحصیلی	دکتری	۱۳
	کارشناسی ارشد	۸

جدول ۲. درصد عوامل (دور اول دلفی)
Table 2. Percentage of Factors (First Round of Delphi)

ردیف	مؤلفه‌ها	تعداد پاسخ مثبت	درصد پاسخ مثبت
۱.	اعمال محدودیت از طرف وزارت ارشاد	۷	۳۳
۲.	رعایت نکردن حق کپی‌رایت	۱۰	۴۷
۳.	کم توجهی به جذابیت‌های ظاهری کتاب از سوی بعضی ناشران مانند طرح جلد کتاب	۱۱	۵۲
۴.	سلیقه‌ای عمل کردن داوران کتاب	۱۵	۷۱
۵.	تولید کتاب‌های کم محتوا و رواج کتاب سازی	۱۵	۷۱
۶.	ضعف در ترجمه کتاب	۱۴	۶۶
۷.	تبعیض ناشران معتبر بین مترجمین و مؤلفین	۱۷	۸۰
۸.	سخت‌گیری بیش‌ازحد ناشران معتبر	۱۸	۸۶
۹.	مبهم بودن قرار داد بین ناشر و مؤلف	۲۰	۹۵
۱۰.	فروش غیرقانونی کتاب در دنیای مجازی	۱۵	۷۱
۱۱.	پایین بودن آگاهی‌های جامعه از کتاب‌های منتشره	۲۰	۹۵

ردیف	مؤلفه‌ها	تعداد پاسخ مثبت	درصد پاسخ مثبت
۱۲	استراتژی نامعلوم مدیریت (استراتژی‌های نامشخص مدیریتی و ضعف در برنامه‌ریزی مناسب و تعیین اولویت‌ها و سیاست‌های چاپ کتاب و تغییرات فراوان در آن‌ها)	۲۰	۹۵
۱۳	غیرحرفه‌ای بودن برخی از مؤلفان در تألیف کتاب	۱۹	۹۰
۱۴	بالا بودن هزینه چاپ کتاب	۱۶	۷۶
۱۵	بودجه‌های پژوهشی ناکافی در دانشگاه‌ها	۲۰	۹۵
۱۶	سیاست‌های اقتصادی حاکم بر جامعه و رکود اقتصادی	۱۸	۸۶
۱۷	قیمت‌گذاری غیراصولی کتاب	۱۵	۷۱
۱۸	ناکارآمدی قوانین مرتبط با حق مؤلف یا مترجم	۱۹	۹۰
۱۹	بی‌عدالتی در توزیع یارانه‌ها	۱۷	۸۰
۲۰	فرایندهای دست‌وپا گیر مرتبط با چاپ کتاب (نظیر صدور مجوز، فهرست‌نویسی پیش از انتشار، صدور شابک، صدور اعلام وصول و نظایر آن)	۱۸	۸۶
۲۱	ضعف در برنامه‌ریزی و ایجاد زیرساخت توسط دولت	۱۹	۹۰
۲۲	ضعف در نیازسنجی اولویت‌های پژوهشی	۲۰	۹۵
۲۳	دسترسی کم محققین به کتاب‌های چاپ‌شده در سطح دنیا	۱۸	۸۶
۲۴	پایین بودن سرانه مطالعه در کشور	۲۰	۹۵
۲۵	معیارهای نامناسب ارزیابی و امتیاز در ارتقاء اعضای هیئت علمی	۱۷	۸۰
۲۶	ترجیع دادن کمیت بر کیفیت کار انجام شده توسط دانشگاه‌ها یا نهادهای	۱۹	۹۰
۲۷	دانش اندک برخی از مترجمین و مؤلفین در حوزه زبان‌های خارجی	۱۹	۹۰
۲۸	آشنایی ناکافی با فرایند نگارش یا تألیف کتاب	۱۷	۸۰
۲۹	ناکافی بودن تناسب درآمد حاصل از نگارش کتاب در مقایسه با فعالیت‌های دیگر اعضای هیئت علمی و دانشجویان	۱۷	۸۰
۳۰	کاستی در نقد صحیح کتاب	۱۷	۸۰
۳۱	پرداخت هزینه چاپ ابتدایی کتاب توسط مؤلف یا مترجم	۱۹	۹۰
۳۲	نداشتن سود مالی برای محققین	۱۵	۷۱
۳۳	طولانی بودن روند ترجمه و نگارش کتاب	۱۹	۹۰
۳۴	سخت‌گیری انتشارات دانشگاهی و کم‌ارزش بودن انتشارات خصوصی	۱۸	۸۶
۳۵	حمایت نشدن انتشارات خصوصی از طرف نهادهای که بیشترین کتاب ورزشی در آن چاپ می‌شود	۱۸	۸۶
۳۶	نبود حامیان مالی جهت چاپ کتاب	۱۹	۹۰
۳۷	طولانی بود فرایند چاپ و داوری در انتشارات معتبر	۲۰	۹۵
۳۸	تبعیض قائل شدن انتشارات در چاپ کتاب	۱۹	۹۰
۳۹	ضعف در قوانین مرتبط	۱۸	۸۶
۴۰	ضعف سیستم جامع برای استعلام کتاب موردنظر	۱۷	۸۰
۴۱	نبود ارتباط کافی بین نهادهای و دانشگاه‌ها با صنعت ورزش برای حمایت مالی	۱۸	۸۰

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، عوامل «اعمال محدودیت از طرف وزارت ارشاد»، «رعایت نکردن حق کپی‌رایت» و «کم‌توجهی به جذابیت‌های ظاهری کتاب از سوی بعضی ناشران مانند طرح جلد کتاب» کمتر از ۶۰ درصد پاسخ مثبت را به خود اختصاص داده است و بدین ترتیب از بین عوامل حذف شدند. همچنین در دلفی دور اول بر اساس نظرهای گروه دلفی برای مرحله دوم دلفی عوامل جدید شامل نبود فضای نقد و ارزیابی کتاب‌ها در سطح جامعه، اختصاص امتیاز کم به کتاب‌های انتشارات خصوصی در مراکز علمی و آموزشی، نادیده گرفته شدن کتاب در مبحث بازاریابی و همچنین نمایش کمتر کتاب از طرق مختلف همانند نمایشگاه‌ها و همایش‌ها و غیره، نادیده گرفته شدن عوامل انگیزشی برای چاپ آثار علمی توسط محققین و صاحب‌نظران، به چالش‌های پیش روی محققین در چاپ کتب ورزشی در ایران اضافه شد.

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، عوامل «اعمال محدودیت از طرف وزارت ارشاد»، «رعایت نکردن حق کپی‌رایت» و «کم‌توجهی به جذابیت‌های ظاهری کتاب از سوی بعضی ناشران مانند طرح جلد کتاب» کمتر از ۶۰ درصد پاسخ مثبت را به خود اختصاص داده است و بدین ترتیب از بین عوامل حذف شدند. همچنین در دلفی دور اول بر اساس نظرهای گروه دلفی برای مرحله دوم دلفی عوامل جدید شامل نبود فضای نقد و ارزیابی کتاب‌ها در سطح جامعه، اختصاص امتیاز کم به کتاب‌های انتشارات خصوصی در مراکز علمی و آموزشی، نادیده گرفته شدن کتاب در مبحث بازاریابی و همچنین نمایش کمتر کتاب از طرق مختلف همانند نمایشگاه‌ها و همایش‌ها و غیره، نادیده گرفته شدن عوامل انگیزشی برای چاپ آثار علمی توسط محققین و صاحب‌نظران، به چالش‌های پیش روی محققین در چاپ کتب ورزشی در ایران اضافه شد.

جدول ۳. درصد عوامل (دور دوم دلفی)

Table 3. Percentage of Factors (The Second Round of Delphi)

ردیف	مؤلفه‌ها	تعداد پاسخ مثبت	درصد پاسخ مثبت
۱	نبود فضای نقد و ارزیابی کتاب‌ها در سطح جامعه	۲۰	۹۵
۲	اختصاص امتیاز کم به کتاب‌های انتشارات خصوصی در مراکز علمی و آموزشی	۲۰	۹۵
۳	سلیقه‌ای عمل کردن داوران کتاب	۱۹	۹۰

ردیف	مؤلفه‌ها	تعداد پاسخ	درصد پاسخ
مثبت	مثبت		
۴.	تولید کتاب‌های کم محتوا و رواج کتاب‌سازی	۱۸	۸۶
۵.	ضعف در ترجمه کتاب	۱۸	۸۶
۶.	تبعیض ناشران معتبر بین مترجمین و مؤلفین	۱۶	۷۶
۷.	سختگیری بیش‌ازحد ناشران معتبر	۱۶	۷۶
۸.	مبهم بودن قرار داد بین ناشر و مؤلف	۱۰	۴۷
۹.	فروش غیرقانونی کتاب در دنیای مجازی	۱۷	۸۰
۱۰.	پایین بودن آگاهی‌های جامعه از کتاب‌های منتشره	۲۰	۹۵
۱۱.	استراتژی نامعلوم مدیریت (استراتژی‌های نامشخص مدیریتی و ضعف در برنامه‌ریزی مناسب و تعیین اولویت‌ها و سیاست‌های چاپ کتاب و تغییرات فراوان در آن‌ها)	۲۰	۹۵
۱۲.	بالا بودن قیمت چاپ کتاب	۱۵	۷۱
۱۳.	بودجه‌های پژوهشی ناکافی در دانشگاه‌ها	۲۱	۱۰۰
۱۴.	سیاست‌های اقتصادی حاکم بر جامعه و رکود اقتصادی	۲۱	۱۰۰
۱۵.	قیمت‌گذاری غیراصولی کتاب	۱۹	۹۰
۱۶.	ناکارآمدی قوانین مرتبط با حق مؤلف یا مترجم	۱۸	۸۶
۱۷.	بی‌عدالتی در توزیع یارانه‌ها	۱۷	۸۰
۱۸.	فرایندهای دست‌وپا گیر مرتبط با چاپ کتاب (نظیر صدور مجوز، فهرست‌نویسی پیش از انتشار، صدور شابک، صدور اعلام وصول و نظایر آن)	۱۶	۷۶
۱۹.	ضعف در نیازسنجی اولویت‌های پژوهشی	۲۱	۱۰۰
۲۰.	دسترسی کم محققین به کتاب‌های چاپ‌شده در سطح دنیا	۱۸	۷۵
۲۱.	پایین بودن سرانه مطالعه در کشور	۱۸	۸۶
۲۲.	معیارهای نامناسب ارزیابی و امتیاز در ارتقا اعضای هیئت علمی	۱۸	۸۶
۲۳.	ترجیع دادن کمیت بر کیفیت کارانجام شده توسط دانشگاه‌ها یا نهادهای	۱۶	۷۶
۲۴.	آشنایی ناکافی بر فرایند نگارش یا تألیف کتاب	۱۰	۴۷
۲۵.	ناکافی بودن تناسب درآمد حاصل از نگارش کتاب در مقایسه با فعالیت‌های دیگر اعضا هیئت علمی و دانشجویان	۱۰	۴۷
۲۶.	کاستی در نقد صحیح کتاب	۹	۴۲
۲۷.	پرداخت هزینه چاپ ابتدایی کتاب توسط مؤلف یا مترجم	۱۷	۸۰
۲۸.	نداشتن سود مالی برای محققین	۲۱	۱۰۰
۲۹.	طولانی بودن روند ترجمه و نگارش کتاب	۱۸	۸۶
۳۰.	سخت‌گیری انتشارات دانشگاهی و کم‌ارزش بودن انتشارات خصوصی	۱۹	۹۰
۳۱.	حمایت نشدن انتشارات خصوصی از طرف نهادهای که بیشترین کتاب ورزشی در آن چاپ می‌شود	۱۸	۸۶
۳۲.	نبود حامیان مالی جهت چاپ کتاب	۱۹	۹۰
۳۳.	طولانی بودن فرایند چاپ کتاب و داوری در انتشارات معتبر.	۱۹	۹۰
۳۴.	تبعیض قائل شدن انتشارات در چاپ کتاب	۱۲	۵۷
۳۵.	ضعف در قوانین مرتبط	۱۱	۵۲
۳۶.	نبود ارتباط کافی بین نهادهای و دانشگاه‌ها با صنعت ورزش برای حمایت مالی	۱۹	۹۰
۳۷.	نادیده گرفته شدن کتاب در مبحث بازاریابی و همچنین نمایش کمتر کتاب از طرق مختلف همانند نمایشگاه‌ها و همایش‌ها	۲۰	۹۵
۳۸.	نادیده گرفته شدن عوامل انگیزشی برای چاپ آثار علمی توسط محققین و صاحب‌نظران	۲۱	۱۰۰

به چالش‌های پیش روی محققین در چاپ کتب ورزشی در ایران اضافه شد. همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، ۳۳ عامل در دور دوم دلفی دارای پاسخ مثبت بیشتر از ۶۰ درصد است و همه آن‌ها برای دور سوم دلفی (رتبه‌بندی) باقی می‌مانند.

جدول ۴. نتایج رتبه‌بندی مؤلفه‌های شناسایی شده
Table 4. Ranking Results of Identified Components

گویه‌ها	درجه آزادی	مجذور کای	سطح معنی‌داری
۳۴ گویه	۳۳	۷۲/۶۵	۰/۰۰۱

سطح معنی‌داری ۰/۰۵ P

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، عوامل «مبهم بودن قرار داد بین ناشر و مؤلف»، «آشنایی ناکافی بر فرایند نگارش یا تألیف کتاب»، «ناکافی بودن تناسب درآمد حاصل از نگارش کتاب در مقایسه با فعالیت‌های دیگر اعضا هیات علمی و دانشجویان»، «کاستی در نقد صحیح کتاب»، «تبعیض قائل شدن انتشارات در چاپ کتاب» و «ضعف در قوانین مرتبط» کمتر از ۶۰ درصد پاسخ مثبت را به خود اختصاص داده است و بدین ترتیب از بین عوامل حذف شدند. همچنین در دلفی دور دوم بر اساس نظرهای گروه دلفی برای مرحله دوم دلفی عوامل جدید شامل ضعف در نگارش و تألیف کتاب توسط مؤلفین و مترجمین،

گرفت که بین سؤالات تفاوت معناداری وجود دارد.

با توجه به جدول ۴ و سطح معناداری، از آنجا که سطح معناداری به دست آمده در همه سؤالات کوچک‌تر از ۰/۰۵ است، می‌توان نتیجه

جدول ۵. اولویت‌بندی چالش‌های پیش روی محققین در چاپ کتب ورزشی در ایران (دور سوم دلفی)

Table 5. Prioritizing the Challenges Facing Authors and Researchers in Publishing Sports Books in Iran. (Third Round of Delphi)

ردیف	مؤلفه	میانگین رتبه	رتبه
۱.	نداشتن سود مالی برای مؤلفین و مترجمین	۲۲,۰۲	۱
۲.	نادیده گرفته شدن عوامل انگیزشی برای چاپ آثار علمی توسط محققین و صاحب‌نظران	۲۱,۹۸	۲
۳.	تولید کتاب‌های کم محتوا و رواج کتاب سازی	۲۱,۰۵	۳
۴.	حمایت نشدن انتشارات خصوصی از طرف نهادها که بیشترین کتاب ورزشی در آن‌ها چاپ می‌شود	۲۰,۹۱	۴
۵.	نبود حامیان مالی جهت چاپ کتاب	۲۰,۸۶	۵
۶.	نبود ارتباط کافی بین نهادها و دانشگاه‌ها با صنعت ورزش برای حمایت مالی	۲۰,۷۷	۶
۷.	طولانی بودن فرایند چاپ کتاب و داوری در انتشارات معتبر	۲۰,۷۳	۷
۸.	سیاست‌های اقتصادی حاکم بر جامعه و رکود اقتصادی	۲۰,۱۸	۸
۹.	سخت‌گیری انتشارات دانشگاهی و کم‌ارزش بودن انتشارات خصوصی	۱۹,۹۱	۹
۱۰.	نادیده گرفته شدن کتاب در مبحث بازاریابی و همچنین نمایش کتاب از طریق مختلف همانند نمایشگاه‌ها و همایش‌ها و...	۱۹,۴۸	۱۰
۱۱.	پایین بودن سرانه مطالعه در کشور	۱۹,۰۷	۱۱
۱۲.	پایین بودن آگاهی‌های جامعه از کتاب‌های منتشره	۱۸,۹۳	۱۲
۱۳.	طولانی بودن روند ترجمه و نگارش کتاب	۱۸,۳۶	۱۳
۱۴.	ضعف در نیازسنجی اولویت‌های پژوهشی	۱۸,۰۷	۱۴
۱۵.	ناکارآمدی قوانین مرتبط با حق مؤلف یا مترجم	۱۸,۰۲	۱۵
۱۶.	بودجه‌های پژوهشی ناکافی در دانشگاه‌ها	۱۸,۰۰	۱۶
۱۷.	پرداخت هزینه چاپ ابتدایی کتاب توسط مؤلف یا مترجم	۱۷,۴۸	۱۷
۱۸.	بالا بودن هزینه چاپ کتاب	۱۷,۳۷	۱۸
۱۹.	سلیقه‌ای عمل کردن داوران کتاب	۱۷,۲۵	۱۹
۲۰.	بی‌عدالتی در توزیع یارانه‌ها	۱۷,۱۴	۲۰
۲۱.	معیارهای نامناسب ارزیابی امتیاز در ارتقاء اعضای هیئت علمی	۱۶,۵۵	۲۱
۲۲.	تبعیض ناشران معتبر بین مترجمین و مؤلفین	۱۶,۵۵	۲۲
۲۳.	سخت‌گیری بیش‌ازحد ناشران معتبر	۱۶,۳۲	۲۳
۲۴.	ضعف در نگارش و تألیف کتاب توسط مؤلفین و مترجمین	۱۶,۱۱	۲۴
۲۵.	فرایندهای دست‌وپا گیر مرتبط با چاپ کتاب (نظیر صدور مجوز، فهرست‌نویسی پیش از انتشار، صدور شابک، صدور اعلام وصول و نظایر آن)	۱۶,۰۰	۲۵
۲۶.	اختصاص امتیاز کم به کتاب‌های انتشارات خصوصی در مراکز علمی و آموزشی.	۱۵,۲۷	۲۶
۲۷.	دست‌رسی کم محققین به کتاب‌های چاپ‌شده در سطح دنیا	۱۵,۱۶	۲۷
۲۸.	نبود فضای نقد و ارزیابی کتب.	۱۴,۴۸	۲۸
۲۹.	قیمت‌گذاری غیراصولی	۱۴,۳۰	۲۹
۳۰.	ترجیح دادن کمیت بر کیفیت کارانجام شده توسط دانشگاه‌ها یا نهادها	۱۳,۷۷	۳۰
۳۱.	کم توجهی به جذابیت‌های ظاهری کتاب از سوی بعضی ناشران مانند طرح جلد کتاب	۱۳,۶۸	۳۱
۳۲.	استراتژی نامعلوم مدیریت (استراتژی‌های نامشخص مدیریتی و ضعف در برنامه‌ریزی مناسب و تعیین اولویت‌ها و سیاست‌های چاپ کتاب و تغییرات فراوان در آن‌ها)	۱۳,۴۸	۳۲
۳۳.	ضعف در ترجمه کتاب	۱۲,۹۸	۳۳
۳۴.	فروش غیرقانونی کتاب در دنیای مجازی	۱۲,۸۹	۳۴

غیرقانونی کتاب در دنیای مجازی با میانگین ۱۲/۸۹، ضعف در ترجمه کتاب با میانگین ۱۲/۹۸ و استراتژی نامعلوم مدیریت (استراتژی‌های نامشخص مدیریتی و ضعف در برنامه‌ریزی مناسب و تعیین اولویت‌ها و سیاست‌های چاپ کتاب و تغییرات فراوان در آن‌ها) با میانگین رتبه‌ای ۱۳/۴۸ از کم‌اهمیت‌ترین چالش‌های پیش‌روی محققین بود.

همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، نداشتن سود مالی برای مؤلفین و مترجمین با میانگین ۲۲,۰۲، نادیده گرفته شدن عوامل انگیزشی برای چاپ آثار علمی توسط محققین و صاحب‌نظران با میانگین ۲۱/۹۸، تولید کتاب‌های کم‌محتوا و رواج کتاب‌سازی با میانگین ۲۱/۰۵، به‌عنوان مهم‌ترین چالش پیش‌روی محققین بود؛ همچنین فروش

جدول ۶. مشکلات حرفه‌ای صنعت چاپ
Table 6. Professional Problems of the Publishing Industry

ردیف	مشکلات حرفه‌ای صنعت چاپ	فراوانی	رتبه
۱	تولید کتاب‌های کم محتوا و رواج کتاب‌سازی	۲۱,۰۵	۱
	طولانی بودن فرایند چاپ کتاب و داوری در انتشارات معتبر	۲۰,۷۳	۲
	سخت‌گیری انتشارات دانشگاهی و کم‌ارزش بودن انتشارات خصوصی	۱۹,۹۱	۳
	طولانی بودن روند ترجمه و نگارش کتاب	۱۸,۳۶	۴
	ضعف در نیازسنجی اولویت‌های پژوهشی	۱۸,۰۷	۵
	معیارهای نامناسب ارزیابی امتیاز در ارتقاء اعضای هیئت علمی	۱۶,۵۵	۶
	تبعیض ناشران معتبر بین مترجمین و مؤلفین	۱۶,۵۵	۷
	سخت‌گیری بیش‌ازحد ناشران معتبر	۱۶,۳۲	۸
	ضعف در نگارش و تألیف کتاب توسط مؤلفین و مترجمین	۱۶,۱۱	۹
	اختصاص امتیاز کم به کتاب‌های انتشارات خصوصی در مراکز علمی و آموزشی.	۱۵,۲۷	۱۰
	ترجیح دادن کمیت بر کیفیت کار انجام شده توسط دانشگاه‌ها یا نهادهای	۱۳,۷۷	۱۱
	کم توجهی به جذابیت‌های ظاهری کتاب از سوی بعضی ناشران مانند طرح جلد کتاب	۱۳,۶۸	۱۲
	استراتژی نامعلوم مدیریت (استراتژی‌های نامشخص مدیریتی و ضعف در برنامه‌ریزی مناسب و تعیین اولویت‌ها و سیاست‌های چاپ کتاب و تغییرات فراوان در آن‌ها)	۱۳,۴۸	۱۳
	ضعف در ترجمه کتاب	۱۲,۹۸	۱۴

همان‌طور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود، تولید کتاب‌های کم‌محتوا و رواج کتاب‌سازی از مهم‌ترین مشکلات حرفه صنعت چاپ در ایران محسوب می‌شود و بعد از آن طولانی بودن فرایند چاپ کتاب و داوری در انتشارات معتبر در رتبه دوم و سخت‌گیری انتشارات دانشگاهی و کم‌ارزش بودن انتشارات خصوصی در رتبه سوم قرار دارند.

جدول ۷. مشکلات فرهنگی صنعت چاپ
Table 7. Cultural Problems of the Publishing Industry

ردیف	مشکلات فرهنگی صنعت چاپ	فراوانی	رتبه
۲	نادیده گرفته شدن عوامل انگیزشی برای چاپ آثار علمی توسط محققین و صاحب‌نظران	۲۱,۹۸	۱
	پایین بودن سرانه مطالعه در کشور	۱۹,۰۷	۲

نادیده گرفته شدن عوامل انگیزشی برای چاپ آثار علمی توسط محققین و صاحب‌نظران و پایین بودن سرانه مطالعه در کشور از مهم‌ترین مشکلات فرهنگی صنعت چاپ است که در جدول ۷ مطرح شده است.

جدول ۸. مشکلات اجتماعی صنعت چاپ
Table 8. Social Problems of the Publishing Industry

ردیف	مشکلات اجتماعی صنعت چاپ	فراوانی	رتبه
۳	نادیده گرفته شدن کتاب در مبحث بازاریابی و همچنین نمایش کمتر کتاب از طرق مختلف همانند نمایشگاه‌ها و همایش‌ها	۱۹,۴۸	۱
	پایین بودن آگاهی‌های جامعه از کتاب‌های منتشر شده	۱۸,۹۳	۲
	سلیقه‌ای عمل کردن داوران کتاب	۱۷,۲۵	۳
	نبود فضای نقد و ارزیابی کتب	۱۴,۴۸	۴

از مهم‌ترین مشکلات اجتماعی صنعت چاپ مطرح شده (مندرج در جدول ۸)، نادیده گرفته شدن کتاب در مبحث بازاریابی و همچنین نمایش کمتر کتاب از طرق مختلف همانند نمایشگاه‌ها و همایش‌ها، پایین بودن آگاهی‌های جامعه از کتاب‌های منتشر شده و سلیقه‌ای عمل کردن داوران کتاب در رتبه‌های اول تا سوم قرار دارند.

جدول ۹. مشکلات سیاسی صنعت چاپ
Table 9. Political Problems of the Publishing Industry

ردیف	مشکلات سیاسی صنعت چاپ	فراوانی	رتبه
	حمایت نشدن انتشارات خصوصی از طرف نهادها که بیشترین کتاب ورزشی در آن‌ها چاپ می‌شود	۲۰,۹۱	۱
	ناکارآمدی قوانین مرتبط با حق مؤلف یا مترجم	۱۸,۰۲	۲
۴	بی‌عدالتی در توزیع یارانه‌ها	۱۷,۱۴	۳
	فرایندهای دست‌وپا گیر مرتبط با چاپ کتاب (نظیر صدور مجوز، فهرست‌نویسی پیش از انتشار، صدور شابک، صدور اعلام وصول و نظایر آن)	۱۶,۰۰	۴
	دسترسی کم محققین به کتاب‌های چاپ‌شده در سطح دنیا	۱۵,۱۶	۵

بر اساس جدول ۹، حمایت نشدن انتشارات خصوصی از طرف نهادها که بیشترین کتاب ورزشی در آن‌ها چاپ می‌شود، ناکارآمدی قوانین مرتبط با حق مؤلف یا مترجم و بی‌عدالتی در توزیع یارانه‌ها از مهم‌ترین مشکلات سیاسی صنعت چاپ قلمداد می‌شود.

جدول ۱۰. مشکلات اقتصادی صنعت چاپ
Table 10. Economic problems of the publishing industry

ردیف	مشکلات اقتصادی صنعت چاپ	فراوانی	رتبه
	نداشتن سود مالی برای مؤلفین و مترجمین	۲۲,۰۲	۱
	نبود حامیان مالی جهت چاپ کتاب	۲۰,۸۶	۲
	نبود ارتباط کافی بین نهادها و دانشگاه‌ها با صنعت ورزش برای حمایت مالی	۲۰,۷۷	۳
	سیاست‌های اقتصادی حاکم بر جامعه و رکود	۲۰,۱۸	۴
۵	بودجه‌های پژوهشی ناکافی در دانشگاه‌ها	۱۸,۰۰	۵
	پرداخت هزینه چاپ ابتدایی کتاب توسط مؤلف یا مترجم	۱۷,۴۸	۶
	بالا بودن هزینه چاپ کتاب	۱۷,۳۷	۷
	قیمت‌گذاری غیراصولی	۱۴,۳۰	۸
	فروش غیرقانونی کتاب در دنیای مجازی	۱۲,۸۹	۹

جدول ۱۰ نشان می‌دهد نداشتن سود مالی برای مؤلفین و مترجمین از مهم‌ترین مشکلات اقتصادی صنعت چاپ محسوب می‌شود و در رتبه اول قرار دارد؛ از دیگر مشکلات اقتصادی مطرح‌شده می‌توان به نبود حامیان مالی جهت چاپ کتاب، نبود ارتباط کافی بین نهادها و دانشگاه‌ها با صنعت ورزش برای حمایت مالی که در رتبه‌های دوم تا سوم قرار دارند، اشاره کرد.

نتیجه‌گیری

وجود کتاب در هر جامعه‌ای از عوامل مهم توسعه و رشد فرهنگ به شمار می‌آید و صنعت چاپ کتب ورزشی پدیده‌ای ارتباطی و تأثیرگذار با گستره‌ای وسیع در جامعه جهانی است که تحت تأثیر مشکلات و چالش‌هایی قرار دارد. مشکلات و چالش‌هایی که صنعت چاپ با آن روبروست به دو دسته کلی درونی (حرفه‌ای) و بیرونی (فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی) قابل دسته‌بندی است، که این چالش‌ها در توسعه صنعت چاپ کتب ورزشی می‌تواند کمک مؤثری به این صنعت نماید. هدف از تحقیق حاضر شناسایی چالش‌های پیش روی مؤلفین و محققین در چاپ کتب ورزشی در ایران بود. نتایج نشان داد که در بعد مشکلات

حرفه‌ای صنعت چاپ، تولید کتاب‌های کم‌محتوا و رواج کتاب‌سازی دارای بالاترین میانگین (۲۱,۰۵)، در بعد مشکلات فرهنگی صنعت چاپ، نادیده گرفته شدن عوامل انگیزشی برای چاپ آثار علمی توسط محققین و صاحب‌نظران دارای بالاترین میانگین (۲۱,۹۸)، در بعد مشکلات اجتماعی صنعت چاپ، نادیده گرفته شدن کتاب در میثت بازاریابی و همچنین نمایش کمتر کتاب از طرق مختلف همانند نمایشگاه‌ها و همایش‌ها دارای بالاترین میانگین (۱۹,۴۸)، در بعد مشکلات سیاسی صنعت چاپ، حمایت نشدن انتشارات خصوصی از طرف نهادها که بیشترین کتاب ورزشی در آن‌ها چاپ می‌شود دارای بالاترین میانگین (۲۰,۹۱)، در بعد مشکلات اقتصادی صنعت چاپ، نداشتن سود مالی برای مؤلفین و مترجمین دارای بالاترین میانگین (۲۲,۰۲) بود. همان‌طور که نتایج پژوهش نشان داد در بعد مشکلات حرفه‌ای صنعت چاپ، عامل تولید کتاب‌های کم‌محتوا و رواج کتاب‌سازی با نتایج فهم‌نیا و منطق (۲۰۱۳)، قائدان (۲۰۱۳)، کشکر، توکلی و صادقی (۲۰۱۴)، حسینی‌نیک (۲۰۱۳)، کشکر، قاسمی و صادقی (۲۰۱۳)، نجفی و کریمی (۲۰۱۰)، مکتبی‌فرد (۲۰۰۹)، امامی (۲۰۰۷) و آذرنگ (۲۰۰۶) همسوست. حرفه‌ای نبودن بخش وسیعی از صنعت چاپ کتب ورزشی و نگاه غیرتخصصی به

محتوای فرهنگی کشور، می‌توانند با استفاده از شیوه‌های مختلفی، بازاریابی کتاب‌های ورزشی را بهبود بخشند؛ برگزاری نمایشگاه‌های کتاب، نوآوری در مدیریت کتاب‌فروشی‌ها و بهره‌گیری از فناوری‌های جدید برای فروش و توزیع کتاب‌های ورزشی، تبلیغات، توزیع هدایای تبلیغاتی، انتشار دوره‌ای فهرست کتاب‌ها توسط ناشران، نقد و بررسی کتاب‌های ورزشی در رسانه‌های چاپی و آنلاین، همچنین توجه به‌ظاهر کتاب، برگزاری جشن رونمایی کتاب و چاپ پوستر از مواردی هستند که می‌تواند به رونق بازاریابی کتاب‌های ورزشی کمک کند. علاوه بر این، توزیع کتاب‌های ورزشی در کتابخانه‌های عمومی و دیگر مراکز فرهنگی نیز می‌تواند به افزایش اطلاعات جامعه درباره ورزش و کارکردهای آن کمک کند.

در بعد مشکلات سیاسی عامل حمایت نشدن انتشارات خصوصی از طرف نهادها که بیشترین کتاب ورزشی در آن‌ها چاپ می‌شود با نتایج مطلبی (۲۰۲۰)، سعدیان (۲۰۲۰)، میرزایی (۲۰۲۲)، مطلب‌زاده (۲۰۱۸) و رداد و ملکوتی‌نسب (۲۰۱۴) هم‌راستا است.

ناشران دولتی با این‌که از نظر بودجه و امکانات با ناشران خصوصی برابر نیستند، ولی به شکلی به رقیبان ناشران خصوصی تبدیل شده‌اند. این ناشران در حال حاضر به‌جای تولید آثاری که سرمایه‌گذاری تولید و انتشار آن‌ها برای ناشران خصوصی اقتصادی و قابل توجیه باشد، به تولید کتاب‌های عامه‌پسند و بازاری می‌پردازند. این فعالیت‌ها شامل تولید کتاب‌های غیرورزشی هستند و باعث شده‌اند تا به رقیبی برای ناشران خصوصی تبدیل شوند. در حال حاضر، این فعالیت‌های ناشران دولتی مشکلات بزرگی در صنعت نشر و چاپ ایران ایجاد کرده است. بدون شک، نشر علمی بزرگ‌ترین بخش نظام ارتباط علمی است؛ زیرا نتایج فعالیت‌ها و پژوهش‌های گوناگون علمی و کاربردی را می‌توان در قالب کتاب، مقاله مجلات، مقاله همایش‌ها و مانند آن به همکاران و سایر دانشمندان و محققان منتقل کرد و نقد و بررسی و بازخورد آن‌ها را نیز به همین شکل دریافت کرد. رابطه بین نهادهای دولتی با نشر خصوصی، ازجمله رابطه بین ناشران علمی دولتی به‌ویژه دانشگاه‌ها با ناشران علمی خصوصی از مهم‌ترین بخش‌های این نظام است که عمده‌تاً تحت تأثیر سیاست‌های یک‌سویه و تعیین‌کننده نهادها و کارگزاران دولتی است. به نظر می‌رسد در حال حاضر رابطه‌ای هدفمند بین این دو بخش وجود ندارد (البته نه در سطح اهداف و برنامه‌های رسمی، بلکه از نظر کنش‌های معطوف به هدف خاص و راهبردی در یک دوره زمانی). در ظاهر سیاست‌های کلان، رسمی و مدون دولت بر تقویت و حمایت از بخش خصوصی از طریق واگذاری تولید کالاها و خدمات تا حد ممکن است اما در عمل نه‌تنها چنین واگذاری‌هایی صورت نمی‌گیرد بلکه در بخش خدمات چاپ و نشر بیشتر شاهد گسترش این خدمات توسط بخش دولتی و حتی رقابت آن‌ها با بخش خصوصی در حوزه‌هایی است که عمده‌تاً سودآور است (مثل تولید کتاب‌های درسی). گاهی انتشار مشترک برخی از آثار زمانی شدت می‌یابد که عملاً بخش دولتی با مشکلات مالی

چاپ از سوی آن‌ها، سبب شده است بین فعالیت تولیدی و نیازهای جامعه تناسب درستی برقرار نشود و کتاب‌های تولیدشده با علائق و نیازهای جامعه همخوانی نداشته باشد. با توجه به اینکه برای بسیاری از فروشندگان صنعت چاپ کتاب ورزشی، این فعالیت شغل دوم یا سوم است، بنابراین این امر باعث غیرحرفه‌ای شدن محتوای کتب ورزشی شده است. نویسندگان با تولید کتاب‌های مرتبط ورزشی باعث می‌شوند مشتری‌های بیشتری به سمت آن‌ها جذب شوند و این امر باعث فروش بیشتر و اعتماد بیشتر آن‌ها می‌شود. حرفه‌ای شدن پدیدآوری و مترجمی در ایران، استفاده کردن نشر الکترونیک، شفافیت روابط ناشر و مؤلف و قراردادهای مشخص بین آن‌ها و شفاف بودن روابط مالی و تجاری بین ناشران، باعث حرفه‌ای شدن صنعت چاپ و تولید کتاب‌های ورزشی با محتوا خواهد شد. در بعد مشکلات فرهنگی، عامل نادیده گرفته شدن عوامل انگیزشی برای چاپ آثار علمی توسط محققین و صاحب‌نظران با نتایج مطلبی (۲۰۲۰)، رحمانی (۲۰۰۷)، علی بابایی درمنی (۲۰۰۷)، کریستوفر^۱ (۲۰۱۰) هم‌راستا است. عوامل مختلفی ازجمله عوامل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، مالی و امکاناتی-تجهیزاتی باعث بی‌انگیزه شدن محققین در چاپ کتب ورزشی می‌شود. در مراکز دانشگاهی، نداشتن آمادگی علمی برخی استادان، ارائه مدرک هم‌تراز بدون زحمت، مشکلات معیشتی دانشجویان، نگرش کلی مسئولان نسبت به نوشتن، باعث کاهش انگیزه افراد به چاپ کتب ورزشی شده است. ارتقای موقعیت اجتماعی و شغلی افراد در نتیجه تألیف و چاپ کتب ورزشی و کسب درآمد، تشویق نویسندگان برای تلاش‌های خلاقانه آن‌ها و فراهم‌سازی دستاورد مادی برای نویسندگی ازجمله مواردی است که در بررسی عوامل مؤثر بر تولیدات علمی یک فرد مدنظر قرار می‌گیرد.

در بعد مشکلات اجتماعی، عامل نادیده گرفته شدن کتاب در بخش بازاریابی و همچنین نمایش کتاب از طرق مختلف همانند نمایشگاه‌ها و همایش‌ها دارای بالاترین میانگین بود که با نتایج کشکر، قاسمی و صادقی (۲۰۱۳)، مطلبی (۲۰۲۰)، آنوگوو اکینه (۲۰۰۷) و کریستوفر (۲۰۱۰) هم‌سوست. چاپ کتاب‌های ورزشی، برای هر اجتماعی از ضروریات زندگی است، که با دو هدف اساسی، یعنی آموزش دانشگاهی و انتقال دانش و اطلاع‌رسانی به عموم جامعه، انجام می‌شود. با این حال، تهیه کتب ورزشی بدون در نظر گرفتن نیازهای مخاطبان، منجر به عدم توجه و عدم موفقیت در بازاریابی آن‌ها خواهد شد. بنابراین، در چاپ کتاب‌های ورزشی، باید به نیازهای مشتریان توجه کرد تا بتوان با بازاریابی موفق، آگاهی عمومی را در مورد ورزش و کارکردهای آن افزایش داد و درنهایت به ارتقای سطح سلامت و تندرستی جامعه کمک کرد. نظرات افراد متخصص و صاحب‌نظر در حوزه صنعت چاپ و توزیع کتاب‌های ورزشی، به‌وضوح نشان می‌دهد که وضعیت انتشار و فروش این دسته از کتاب‌ها به دلیل عدم استقبال مردم و مسئولان نامطلوب است. ناشران کتاب‌های ورزشی به‌عنوان یکی از تولیدکنندگان اقلام و

مشکل، سیاست‌گذاری‌های جدی و مؤثر برای قیمت‌گذاری مناسب کتاب‌های ورزشی ضروری به نظر می‌رسد. همچنین، در صورت ارائه کتاب‌های ورزشی به مراکز آموزشی، تخفیف ویژه‌ای باید در نظر گرفته شود تا دانشجویان و دانش‌آموزان بتوانند به راحتی این کتاب‌ها را خریداری کنند.

محدودیت‌های پژوهش

گردآوری داده‌ها خارج از برنامه زمانی تدوین شده به خاطر عدم همکاری مراکز دانشگاهی و غیردانشگاهی، عدم دسترسی به تمامی دست‌اندرکاران حوزه صنعت چاپ، محدودیت‌های پیشینه پژوهش به دلیل کمبود پژوهش‌های صورت گرفته در خصوص مشکلات پیش‌روی مؤلفین و محققین در چاپ کتب ورزشی.

پیشنهادهای

- پیشنهادهای درخواستی از تحقیق به شرح زیر است:
- تلاش دست‌اندرکاران حوزه صنعت چاپ کتب ورزشی، اساتید و محققین برای تولید کتاب‌های با محتوای سودمند و خوب.
 - ایجاد انگیزه‌های مختلف توسط دستگاه‌های مربوطه برای چاپ آثار علمی توسط محققین و صاحب‌نظران.
 - تدوین یک برنامه بازاریابی متناسب و مطلوب و تلاش برای برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی برای معرفی کتاب.
 - حمایت دولت و نهادهای مربوطه از انتشارات خصوصی.
 - تلاش برای حمایت و تدوین آیین‌نامه‌های مناسب جهت برخورداری مؤلفین و مترجمین از سود مالی

و ناتوانی و ناکارایی مزمن در ارائه به‌هنگام خدمات کیفی نشر مواجه است. چنین رفتاری نشانگر این است که سیاست‌ها و راهبردهای قطعی، درازمدت و پایداری در این زمینه وجود ندارد؛ بلکه به جای سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی و تشویقی نهادهای دولتی از بخش خصوصی بیشتر نگاه مقطعی و بلکه سودجویانه وجود دارد؛ یعنی اغلب حمایت بخش خصوصی برای کاهش برخی از چالش‌های مزمن مرتبط با ناکارایی موجود در بخش دولتی، در پاسخ به نارضایتی ارباب‌رجوع از این خدمات مورد انتظار است. به وسیله معافیت مالیاتی، معافیت بیمه‌ای ناشران، یارانه کتاب در حوزه نشر، خرید کتاب از ناشران و وام‌های کم‌بهره دولت و سایر نهادهای می‌توان از انتشارات خصوصی که بیشترین کتاب ورزشی در آن چاپ می‌شود، حمایت کرد.

در بعد مشکلات اقتصادی، عامل نداشتن سود مالی با نتایج رهبانی (۲۰۱۰)، مطلبی (۲۰۱۳)، ترابی الموتی و همکاران (۲۰۲۳) همسوست. نوسانات قیمت مواد اولیه مانند کاغذ، مقوا، مرکب چاپ، چسب صحافی، سلفون هزینه‌های زیاد چاپ، گرانی کاغذ، آمار پایین تیراژ کتاب، کندی سرعت فروش، نارسایی شبکه پخش و فروش آن باعث افزایش هزینه‌های تولید کتاب و در نتیجه، افزایش قیمت کتاب‌های ورزشی شده است. این افزایش قیمت باعث کاهش استقبال از کتاب‌های ورزشی می‌شود و ناشران را از سرمایه‌گذاری و تولید کتاب منع می‌کند، که در نهایت درآمد مؤلف و مترجم را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. بنابراین، قیمت‌گذاری منصفانه و توجه به قیمت کتاب‌های ورزشی و توان خرید مخاطبان، همراه با هزینه‌های مرتبط با تولید، بسیار حائز اهمیت است. در حال حاضر، به نظر می‌رسد مشتریان کتاب‌های ورزشی به دنبال قیمت‌های مقرون‌به‌صرفه و مناسب برای خرید کتاب هستند و قیمت کتاب‌های ورزشی را مناسب نمی‌دانند. این مشکل می‌تواند یکی از عوامل مؤثر بر بازار کتاب‌های ورزشی باشد. در نتیجه، برای حل این

Reference

- Ahmedov, V. (2021, ۵April). PUBLISHING IN UZBEKISTAN: PROBLEMS AND SOLUTIONS. In International Scientific and Current Research Conferences, Uzbek University of Journalism and Mass Communications (pp. 84-89).
- Alaei, Zahra; Ahmadi, Suleiman; Sohrabi, Mohammadreza. (۲۰۲۰). Obstacles and Challenges in Publishing Faculty members' Scientific Books in Shahid Beheshti University of Medical Science. *Salamat Ijtimai (Community Health)*, ۶(۳), ۱۴۱-۱۷۲
- Ali Babaei Dermani, A. (2006). The publishing situation of the central province after the Islamic revolution. Master's thesis, Islamic Azad University. Arak (In persian).
- Amri, L. H. A., Farani, D. B., Ali, N. A. M., & Anwar, R. (2022, December). The Challenges and Strategies of Printing Industry. In *Proceedings of the First Jakarta International Conference on Multidisciplinary Studies Towards Creative Industries, JICOMS 2022, 16 November 2022, Jakarta, Indonesia: JICOMS 2022* (p. 354). European Alliance for Innovation.
- Azarang, A H. (2005). The basics of book publishing, Tehran: The Organization for Researching and Composing University Textbooks in the Islamic Sciences and the Humanities (*Samt*). Tehran, (In persian).
- Babolhavayeji, F., matlabi, D., hariri, N., & Momeni, F. (2011). Analyzing Iran's book publishing in the years of 1979 – 2008. *Library and Information Science Research*, 1(1), -. doi: 10.22067/riis.v1i1.8834. (In persian).
- Christopher, N. M. (2010). Applying Marketing Concepts to Book Publishing in Nigeria. *Journal of International Social Research*, 3(11).206-212.
- Emami, K. (۲۰۰۶). In the midst of books and publishing. Compilation of Abdul Hossein Azarang and Iran Naz Kashian, Tehran: *Nilofar*. (In persian).
- Esmaili Hessari, M. (2022). Investigating factors affecting book publishing in Iran; Master thesis of Shahrood University of Technology, *Faculty of Industrial Engineering and Management*. (In persian).
- Fahimnia, F., & Mantegh, H. (2013). Studying the role of quality of services in students trust toward Library: (the case of Central Library and Documents Center of University of Tehran). *Academic Librarianship and Information Research*, 47(2), 117-137. doi: 10.22059/jlib.2013.36415. (in persian).
- Farajalo motlagh, B. (۲۹۹۹). Designing the future scenarios of Iran's publishing industry. Master's thesis, Hazrat-e Masoumeh University, *Department of Business Administration*. (In persian).
- Farhadpour, M R. (2006). Print on Demand: Challenges and Opportunities. *ketabmah*. 9(10). (In persian).
- Fath Alizadeh, Sh. (2011). An introduction to the beginning of printing in Iran. *New History*, 2(12). (In Persian).
- Fazeli, N., & Davoodi, H. (2014). The Strategies of Publishing Industry in Tehran from the Perspective of Urban Management: A Grounded Theory Research. *Cultural Studies & Communication*, 10(36), 131-154. (in persian).
- Ghasemi, H., keshkar, S., & Mousavi, M. (2013). The survey about the sports and physical education publishing on basis of customer needs in Tehran Book Exhibition (2011). *Contemporary Studies on Sport Management*, 2(3), 33-50. (In persian).
- Haji Zeinolabedini, M., Hemmat, M., Rahmani Katigari, M., Keshtkar, Z., & Talebi Azadboni, T. (2019). What Challenges Does the Publishing Industry Face in Iran? *Publishing Research Quarterly*, 35(3), 485-499.
- Hallaji, M. (2020). A Review and Critique of Instructional Models for Physical Education. *Pizhuhish nāmah-i intiqādī-i mutūn va barnāmah hā-yi 'ulūm-i insāni (Critical Studies in Texts & Programs of Human Sciences)*, 20(10), 45-70. doi: 10.30465/crtls.2020.5874. (In persian).
- Hedayati, F. (200۹). The evolution of books and reading before and after the Islamic revolution. *General Directorate of Education and Political Vice-President of Radio and Television of the Islamic Republic of Iran*. (In persian).

- Heydari Atabek, Mohsen. (2019). Pathology of the publishing situation and the problems of publishers in Qom province and providing solutions to improve it; Master's thesis, *Tolo Mehr Institute of Higher Education*. (In persian).
- Hosseini, N. Seyyed A. (2012). Pests of economics. *ketabmah*. (5)180, 50-53. (In persian).
- Hosseinzadeh Bairami, M. (2017). Examining the situation of book publishing in East Azarbaijan province from the point of view of publishers and booksellers in the years ۲۰۰۶-۲۰۱۵. Master's thesis in information science and epistemology, *Al-Zahra University*. (In persian).
- House of Books and Literature of Iran (2020). *Ministry of Culture and Islamic Guidance*. (In persian).
- Keshkar, S., Ghasemi, H., & Sadeghi, R. (2013). Proportionality of Published Sport Books to Beneficiaries' Expectations with an Emphasis on Sport Marketing Mix Elements. *Sport Management Journal*, 5(2), 5-27. doi: 10.22059/jsm.2013.32165. (In persian).
- Keshkar, S., Tavakoli, S. K., & Sadeghi, R. (2014). The customer satisfaction of sport and physical education science books. *Communication Management in Sport Media*, 1(1), 19-25. (In persian).
- Korinko, M., & Zhelikhovskiy, G. (2020). The problems and challenges of modern publishing and printing industry of Ukraine. *Information & Media*, 89, 8-16.
- Lin, C. C., Chiou, W. C., & Huang, S. S. (2013). The challenges facing e-book publishing industry in Taiwan. *Procedia Computer Science*, 17, 282-289.
- Maktabi Fard, L. (2008). An overview of book marketing in Iran and the world with an emphasis on children's marketing. *Library and Information*, 11(1), 51-61. (In persian).
- Matlabi, D. (2012). Economics of publication and analysis of influencing factors. *ketabmah*. 12, 10-21. (In Persian).
- Matlabi, D. (2019). The problems of Iran's Book Publishing Industries: Literature review. *Journal of Culture-Communication Studies*, 20(48), 205-234. doi: 10.22083/jccs.2019.173432.2741. (In persian).
- Mirzaei, N. (2022). Pathology of cultural policies in the field of book publishing in Qazvin province from 1988 to 1998; Master's thesis, Payam Noor University of Qazvin Province, *Payam Noor Center of Qazvin*. (In persian).
- Najafi, M. J., & Karimi, R. (2010). Assessment of the Proportionality of Religious Books Publication with People's Expectations in Qom. *Research on Information Science and Public Libraries*, 16(2), 71-94. (In persian).
- Nwogu, J. E., & Akinde, T. A. (2007). Author, publisher and bookseller: a tripartite synergy in Nigerian book industry. *Continental Journal of Information Technology*, 1, 25-34.
- Ploysri, W., & Viriyavejakul, C. (2019). Development of Professional Competency for Printing Quality Control Personnel Using Training System via Edmodo. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 10(3), 97.
- Qaidan, A. (۲۰۱۲). Bookmaking has made people distrust the publishing market. *Heritage Report 2* (Appendix): 100-101. (In persian).
- Radad, I; Malakooti Nasab, e. (2014). IFactors affecting publishing in Kohgiluyeh and Boyer situation from the perspective of publishers and booksellers (2001-2011). *journal of Printing and Publishing*; 8, 41-59. (In persian).
- Rahbani, M. (۲۹۹۹). Distribution of books and upcoming issues. *publishing industry*. (4)34-36: 35-32. (In persian).
- Rahmani, B. (2006). The process of motivating the study culture. *Quarterly Journal of Education*, 2(5): 45-47. (In persian).
- Rezaei, M. (۲۰۰۵). Sports book market situation, *Hamshahri newspaper*. (In persian).
- Saadian, F. (2018). Pathology of the publishing industry of the province and providing a suitable model of service marketing in the publishing industry of East Azerbaijan Province. Master of Business Administration, *Department of Management*. (In persian).

- Sadeghi, M. (2011). In addition to producing and publishing, sports books are also abandoned in study. *Iran Book Agency*. (In persian).
- Safahieh, H. (2021). The Solutions of Realizing Resistance Economy in Book Publishing Industry: Publishers' Perspective. *Library and Information Sciences*, 24(1), 27-49. (In Persian)
- Saharja, K., & Aisyah, S. (2020). Efektifitas Digital Printing (pencetakan digital) Dalam Menghasilkan Produk Cetak Dan Pengaruhnya Terhadap Konsumen. *media bina ilmiah*, 14(11), 3429-3438.
- sharifi milani, H., & boroumand, Z. (2021). Identification of the driving forces behind the future of the book publishing industry in Iran. *Future study Management*, 32(1), -۳۲. ۱۸
- sharifi milani, H., boroomand, Z., & amirkabiri, A. R. (2020). The Affecting Factors on the Book Publishing Industry in Iran. *Journal of Culture-Communication Studies*, 21(50), 241-258. doi: 10.22083/jccs.2020.167477.2691. (In persian).
- Talebzadeh, Kh. (2017). Evaluation of the effective areas of publication subsidies (applied research collection). Under the supervision of Ali Asghar Seyedabadi, Tehran, *Khane Ketab*. (In Persian).
- Tanha Nejad Amin, A. (2011). Examining the book publishing situation in Gilan province. Master's thesis in librarianship and information, Faculty of Arts and Media, *Payam Noor University*, Bushehr branch. (In Persian).
- The history and evolution of publishing: an introduction to the study of book publishing in Iran from the beginning to the eve of the revolution. *khaneh ketab publisher*. (In persian)
- Torabi Alamuti, M., Babalhavaeji, F., Matlabi, D., & Hariri, N. (2023). Presenting A Model For Distributing Books in Iran Based on Structural Equation Models. *International Journal of Information Science and Management (IJISM)*, 21(1), 321-345. doi: 10.22034/ijism.2022.1977672.0