



Start-ups in the Cultural Creative Industry in the Field of Books in Iran and Presenting Development Scenarios

Mehdi Alipour-Hafezi

Assistant professor, Department of Knowledge and Information Science, Faculty of Psychology and Education Science, Allameh Tabataba'i University (ATU), Tehran, Iran. E-mail: meh.hafezi@gmail.com

Abstract

Objective: Today, start-ups play an important role in all industries and businesses. In this regard book-related industries are one of the most important cultural industries in all of countries. So it is accordingly important in Iran. Considering the activities of start-ups in the field of books, it is necessary to conduct periodic studies on the status and quality of their activities. Accordingly, the main purpose of this study was to explain the activity status of active startups in the field of book in Iran and present development scenarios for them.

Methodology: The approach used in this study is mixed (quantitative and qualitative). This means that in the first stage of the research, a quantitative approach was used to collect information and explain the status of start-ups. Then in the second part of the research, a qualitative approach was used to formulate their future scenarios. In the quantitative part of the present study, survey research method was used. Also in the second part of this study, which is dedicated to scenario development for future drawing, formative scenario planning method was used. In the first part of the study population, there were 154 active start-ups in the field of books. According to this, 58 of which were in the field of electronic books, 26 of them are in the field of audio books, 65 of them are in the field of distribution and sales of printed books and 5 of them are in the field of social networks. In the second part of the present study, semi-open interviews were conducted with 9 scientific and executive experts in this field to formulate scenarios. To analyze the contents of interviews, hidden qualitative content analysis with inductive approach was used.

Findings: The results of this study showed that the main focus of startups is in Tehran and their formation life dates back to the last two decades. In general, start-ups in this field are weak and this weakness is due to the weak field of books in the country. The financial and infrastructure capabilities of these companies are very low and in most cases require support, and investor institutions and accelerators rarely enter these areas due to the slight profitability of this field. In terms of legal and administrative infrastructures, there are many gaps facing these companies in

the book industry and it is necessary to reform the procedures, laws and executive infrastructures and facilitate the activities of these institutions.

Keywords: Book industries, Start-ups, E-books, Audiobooks, Sales and distribution of printed books.

Article type: Research

Publisher: Central Library of Astan Quds Razavi



© The author

Library and Information Sciences, 2021, Vol. 24, No. 3, pp. 84-110.

Received: 05/04/2021 - Accepted: 17/05/2021

استارت آپ‌های صنایع خلاق فرهنگی در حوزه کتاب در ایران و ارائه سناریوهای توسعه

مهدی علیپور حافظی

استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. رایانامه: meh.hafezi@gmail.com

چکیده

هدف: تبیین وضعیت فعالیت استارت‌آپ‌های فعال در حوزه کتاب در ایران و ارائه سناریوهای توسعه

روش‌شناسی: رویکرد استفاده شده در پژوهش حاضر ترکیبی (کمی و کیفی) است. ابتدا از رویکرد کمی برای گردآوری اطلاعات و تشریح وضعیت استارت‌آپ‌ها استفاده شد و سپس برای تدوین سناریوها از رویکرد کیفی استفاده شد. در بخش کمی از روش پیمایشی استفاده شد. در بخش دوم که اختصاص به تدوین سناریو برای ترسیم آینده داشت از سناریونگاری تکوینی استفاده شد. جامعه پژوهش ۱۵۴ استارت‌آپ فعال در حوزه کتاب بودند که ۵۸ مورد در حوزه کتاب الکترونیکی، ۲۶ مورد در حوزه کتاب صوتی، ۶۵ مورد در حوزه توزیع و فروش کتاب چاپی و ۵ مورد در حوزه شبکه‌های اجتماعی فعالیت دارند. در بخش دوم اقدام به انجام مصاحبه‌های نیمه باز با ۹ نفر از متخصصان علمی و اجرایی شد. برای تحلیل محتواهای مصاحبه‌ها از روش تحلیل محتوای کیفی پنهان با رویکرد استقرائی، استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که تمرکز اصلی استارت‌آپ‌ها در شهر تهران است و عمر شکل‌گیری آن‌ها به دو دهه اخیر برمی‌گردد. استارت‌آپ‌های این حوزه ضعیف هستند و این ضعف ناشی از ضعف بودن حوزه کتاب در کشور است. توان مالی و زیرساختی این شرکت‌ها بسیار پایین است و نیازمند پشتیبانی هستند و مؤسسات سرمایه‌گذار و شتاب‌دهنده‌ها نیز به دلیل کمی سودآوری این حوزه به ندرت وارد این حوزه می‌شوند. به لحاظ زیرساخت‌های قانونی و اداری خلأهای بسیاری پیش روی این شرکت‌ها در صنعت کتاب است و نیاز به اصلاح رویه‌ها، قوانین و زیرساخت‌های اجرایی و تسهیل فعالیت این مؤسسات است.

کلیدواژه‌ها: صنایع کتاب، استارت‌آپ‌ها، کتاب الکترونیکی، کتاب صوتی، فروش و توزیع کتاب چاپی.

نوع مقاله: پژوهشی

ناشر: کتابخانه مرکزی استان قدس رضوی

© نویسنده



کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۴۰۰، دوره ۲۴، شماره ۲، شماره پیاپی ۹۴، صص. ۸۴-۱۱۰.
تاریخ ارسال: ۱۴۰۰/۱/۱۶ - تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۲/۲۷

مقدمه

امروزه یکی از حوزه‌های پرکاربرد و فعال در حوزه بهره‌گیری از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در صنایع فرهنگی، شکل‌گیری استارت‌آپ‌ها به ویژه در حوزه بهره‌گیری از آن‌ها در ابزارهای هوشمند تلفن همراه است. با توجه به حجم پوششی و استفاده از این ابزارها می‌توان گفت که این موضوع تبدیل به موضوعی ملی و پراهمیت شده است. توزیع قارچ‌گونه برخی از استارت‌آپ‌ها در یک حوزه و عدم توجه به حوزه‌های کارآمد و مؤثر دیگر می‌تواند مانع از رشد هدفمند و منظم در حوزه‌های مختلف باشد. این فعالیت‌ها در کنار هم می‌توانند تحول‌های گسترده‌ای را ایجاد کنند. همین موضوع سبب می‌شود تا رقابت در برخی حوزه‌ها شدید بوده و در برخی حوزه‌ها شاهد هیچ نوع فعالیت مؤثری نباشیم. در نتیجه شاهد هدر رفت سرمایه‌های زیادی در کشور خواهیم بود که می‌تواند صدمات جدی برای فعالیت‌های آتی در این حوزه‌ها باشد. از این رو نهادهای ملی سیاستگذار وظیفه دارند تا انگیزه‌ها و تحرک‌هایی را در حوزه‌های مختلف و متنوع ایجاد کنند تا رشد استارت‌آپ‌ها منطقی و مبتنی بر نیازهای کشور باشد.

بنابراین نظارت و مدیریت بر این حوزه وسیع، نیازمند شناسایی و تعیین وضعیت فعالیت آن‌ها توسط نهادهای ملی و سیاستگذار است. در این راستا لازم است نهادهای سیاستگذار در پی رصد وضعیت فعالیت‌های استارت‌آپ‌ها در حوزه‌های مختلف باشند و با سیاستگذاری در حمایت و توسعه کسب‌وکارهای نوپا، امکان رشد و پویایی آن‌ها را فراهم سازند. حوزه فرهنگ و کسب‌وکارهای شکل گرفته در این حوزه یکی از مهمترین حوزه‌هایی است که مورد توجه نهادهای سیاستگذار کشور و نیز نهادهای بین‌المللی دیگر است. این حوزه‌ها به دلیل تأثیرگذاری درازمدت در فرهنگ جامعه و اثرگذاری بنیادی از منظر حاکمیت کشورها بسیار مورد توجه قرار می‌گیرند.

یکی از مسائل مهم در کشور که زیربنای بسیاری از فعالیت‌های دیگر است، کسب‌وکارهای مرتبط با کالای فرهنگی به نام کتاب است. این حوزه به دلیل ارتباط مستقیم با فرهنگ مطالعه در کشور و اهمیت بالایی که دارد در زمره حوزه‌های اولویت‌دار در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی قرار گرفته است^۱. در این راستا در پژوهش حاضر کسب‌وکارهای نوپای فعال در حوزه کتاب مبنای مطالعه قرار گرفته‌اند. علاوه بر این ترسیم نقشه فعالیت این کسب‌وکارها می‌تواند نشان‌دهنده تمرکز یا تفرق فعالیت‌ها در حوزه استارت‌آپ‌های حوزه کتاب باشد. این نقشه‌ها می‌توانند شکاف‌های موجود را شناسایی کند و به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کمک کند تا نسبت به مدیریت این کسب‌وکارها و هدایت و توسعه آن‌ها، سیاستگذاری درست و مؤثرتری داشته باشد.

پژوهش‌های متعددی در حوزه‌های مرتبط با کتاب در کشور صورت گرفته که در بخش پیشینه به تحلیل آن‌ها پرداخته شده است ولی با توجه به جستجوهای صورت گرفته (در تیرماه ۱۳۹۸) در پایگاه‌های اطلاعاتی داخلی مانند پایگاه اطلاعاتی گنج ایرانداک^۱ (پایگاه اطلاعاتی پایان‌نامه‌ها)، پایگاه اطلاعاتی مقالات مانند مگیران^۲، نورمگز^۳ و سید^۴، پژوهش مشابهی که به این موضوع پرداخته باشد بازیابی نشد. این موضوع نشان‌دهنده این است که تاکنون پژوهشگران به حوزه مدیریت استارت‌آپ‌ها در حوزه‌های مختلف مرتبط با کتاب نپرداخته‌اند یا دست کم کمتر پرداخته‌اند. با توجه به گستردگی حوزه فعالیت استارت‌آپ‌های مرتبط با کتاب (از تولید محتوا گرفته تا انتشار و دسترس‌پذیری کتاب مانند استارت‌آپ‌های تولید محتوا، طراحی محتوا، مدیریت محتوا، تولید محتوای دیجیتال، فروش الکترونیکی محتوا، فروش محتوای الکترونیکی) و نیز اهمیت برخی از این فعالیت‌ها لازم است توجه ویژه‌ای به استارت‌آپ‌های مرتبط با کتاب در کشور شود.

بنابراین با توجه به اهمیت موضوع گسترش فعالیت‌های فیزیکی و مجازی به ویژه در فعالیت‌های استارت‌آپی و نیز ضرورت اطلاع، نظارت، رصد و نیز توسعه استارت‌آپ‌ها، تلاش شد شناسایی، دسته‌بندی، ترسیم نقشه موضوعی فعالیت استارت‌آپ‌های حوزه کتاب در کشور صورت پذیرد. از این رو هدف اصلی این پژوهش تبیین وضعیت فعالیت استارت‌آپ‌های فعال در حوزه کتاب و تدوین سناریوهای محتمل برای توسعه آتی این کسب‌وکارها تعیین شد. در راستای وصول به این هدف، اهداف جزئی زیر نیز حاصل خواهند شد:

- شناسایی استارت‌آپ‌های فعال در حوزه کتاب در ایران
- تبیین وضعیت استارت‌آپ‌های فعال در حوزه کتاب در ایران
- شناسایی شکاف‌های فعالیت استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب و تبیین آینده‌های محتمل در توسعه

استارت‌آپ‌های فعال در ایران

پیشینه پژوهش

مطالعه و مرور پیشینه‌های پژوهش در حوزه پژوهش‌های مرتبط با کسب‌وکارهای نوپا در داخل و خارج از کشور نشان می‌دهد که پژوهش‌ها در حوزه استارت‌آپ‌ها بیشتر متمرکز بر عوامل شکل‌گیری، رشد و افول فعالیت‌های نوآورانه، متکی هستند و تلاش دارند تا این عوامل را شناسایی، اولویت‌بندی و اثر آن‌ها را سنجش نمایند و چالش‌ها و مسائل مربوط به آن‌ها را شناسایی نموده و در صورت امکان راهکاری ارائه نمایند (فتحی،

1. <https://ganj.irandoc.ac.ir/>

2. <https://www.magiran.com/>

3. <https://www.noormags.ir/>

4. <https://www.sid.ir/>

اسفیدانی، اکبری (۱۳۸۴)؛ محقر، حاجی حیدری (۱۳۸۹)؛ نیرومند، رنجبر، سعدی، امیرشاهی (۱۳۹۱)؛ برجعلی‌لو، مظاهری، طالب‌پور (۱۳۹۵)؛ یوسفی مقدم (۱۳۹۵)؛ نجفی (۱۳۹۵)؛ یوسفی (۱۳۹۵)؛ شاهین‌فر (۱۳۹۶)؛ ندافی، احمدوند (۱۳۹۶)؛ میرزارسولی (۱۳۹۶)؛ فدایی فتح‌آبادی (۱۳۹۶)؛ اربابی (۱۳۹۷)؛ انصاری‌زاده (۱۳۹۷)؛ مطهری (۱۳۹۷)؛ اصفهانیان (۱۳۹۷)؛ فخر (۱۳۹۷)؛ کنعانی (۱۳۹۷)؛ خلوت (۱۳۹۸)؛ اشتری‌مهرجردی، ابادر (۱۳۹۸). اغلب پژوهش‌های انجام شده به کسب‌وکارها و استارت‌آپ‌های موبایلی در حوزه ورزش، آموزش، بازی و سرگرمی، کشاورزی، تراکنش‌های مالی و خرید و فروش کالا، پزشکی، بهداشت و سلامت و ... پرداخته‌اند؛ اما در حوزه موضوعی وضعیت استارت‌آپ‌های صنایع خلاق فرهنگی به خصوص استارت‌آپ‌های مرتبط با حوزه‌های گوناگون کسب‌وکارهای مربوط به کتاب، از جمله فروش الکترونیکی کتاب‌های چاپی، امانت و فروش کتاب‌های الکترونیکی، تولید کتاب‌های چاپی و دیجیتال، توزیع الکترونیکی کتاب و... باشد، پژوهشی یافت نشد. سازماندهی و طبقه‌بندی مشخصی برای استارت‌آپ‌ها انجام نشده و به نظر می‌رسد که تاکنون سناریویی برای توسعه استارت‌آپ‌های این حوزه موضوعی ارائه نشده است. همچنین پژوهش‌های انجام شده از جامعیت لازم برخوردار نیستند و حوزه‌های مختلف این نوع کسب‌وکارهای نوپا را دربرنمی‌گیرند و اغلب، تفاوتشان در تغییر جامعه پژوهش یا تفاوت در روش انجام پژوهش بر اساس مدلی خاص است و نوآوری خاصی در آن‌ها مشاهده نشد. این در حالی است که مسائل حل‌نشده بسیاری در حوزه استارت‌آپ‌های خلاق فرهنگی از جمله کتاب وجود دارد که هنوز حل نشده‌اند. تعداد بسیار محدودی از پژوهش‌ها نیز وجود دارند که متمرکز بر مدیریت اپلیکیشن‌های موبایلی و تحلیل آن‌ها هستند. در پژوهش‌های خارجی مربوط به استارت‌آپ‌ها نیز، اغلب مشاهده شد که به سنجش میزان و نحوه تأثیرگذاری دانشگاه‌ها یا مؤسسات مختلف بر شکل‌گیری استارت‌آپ‌ها پرداخته شده و در اغلب موارد، تنها جامعه پژوهش تغییر یافته است و در کشورهای مختلف از جمله آمریکا، کره، انگلستان، آلمان و ... پژوهش‌هایی با این مضمون انجام شده است.^۱

در نهایت می‌توان گفت که تاکنون در ارتباط با مدیریت کلان استارت‌آپ‌ها در کشور پژوهشی انجام نشده است. از سوی دیگر مدیریت کلان استارت‌آپ‌ها در حوزه کالاهای فرهنگی که در محدوده فعالیت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، نیازمند مدیریت و نظارت مستقیم است. از این رو این شیوه مدیریت در حوزه‌های مختلف، متمرکز بر گردآوری، خوشه‌بندی و ترسیم و تحلیل پژوهش‌ها در حوزه‌های مختلف هستند. این کار نیازمند انجام پژوهشی جامع، همه‌جانبه و دقیق است که با شناسایی استارت‌آپ‌های مختلف

1. Bergset, Klaus 2015; Sung-Soo, Dong-Woo 2017; Spender, et al 2017; Orlova, et al 2018; Rompho 2018; Marzocchi, et al 2019; Berg, et al 2020

در حوزه‌های گوناگون فرهنگی، به خصوص کتاب، فعالیت دارند. بنابراین شناسایی مشکلات و مسائل مربوط به فعالیت در این حوزه و شکاف‌های پژوهشی موجود در آن، منجر به ارائه راهکارهای ممکن برای حل مسائل موجود می‌شود. در نتیجه می‌توان با استفاده از نتایج آن، برنامه مدیریت این کسب‌وکارها را تدوین و وضعیت آن‌ها را ترسیم نمود. همچنین بر اساس آن تصمیم‌های لازم به منظور آماده‌سازی بسترها، نحوه، سطح و چگونگی حمایت از استارت‌آپ‌ها را می‌توان اخذ نمود. از این رو وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که به نظر می‌رسد می‌تواند متولی این امر باشد، باید نسبت به شناسایی و مدیریت این حوزه از استارت‌آپ‌ها اقدام نموده و در صدد سازماندهی، حمایت‌های مختلف و هموارکردن راه‌های پیشرفت و توسعه این استارت‌آپ‌ها باشد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی است. به این معنی که نتایج پژوهش حاضر برای کاربردی مشخص در حوزه مدیریت استارت‌آپ‌های حوزه کتاب می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. با توجه به این که این پژوهش می‌خواهد وضعیت موجود استارت‌آپ‌ها را شناسایی و سناریوهایی برای آینده این حوزه ارائه دهد، لذا نتایج پژوهش حاضر کاملاً کاربردی بوده و می‌تواند برای تصمیم‌سازی در این زمینه استفاده شود. رویکرد استفاده شده در پژوهش حاضر ترکیبی (ابتدا کمی و سپس کیفی) است. به این معنی که در مرحله نخست پژوهش از رویکرد کمی برای گردآوری اطلاعات و تشریح وضعیت استارت‌آپ‌ها استفاده شد و در بخش دوم پژوهش برای تدوین سناریوها از رویکرد کیفی استفاده شد. در بخش کمی پژوهش حاضر از روش پژوهش پیمایشی استفاده شد. دلیل اصلی استفاده از این روش مطالعه وضعیت تمامی استارت‌آپ‌هایی بود که در حال حاضر در کشور فعال هستند. با توجه به بالا بودن تعداد استارت‌آپ‌های فعال در حوزه کتاب در ایران، تصمیم گرفته شد تمامی استارت‌آپ‌ها مورد مطالعه قرار گیرند، لذا برای این که امکان مطالعه وضعیت این استارت‌آپ‌ها فراهم باشد روش مطالعه پیمایشی استفاده شد.

در بخش دوم پژوهش حاضر که اختصاص به تدوین سناریو برای ترسیم آینده است از روش سناریونگاری تکوینی استفاده شد. علت بهره‌گیری از این روش، کارآمدی آن در آینده‌نگاری و ترسیم آینده‌های محتمل است تا بتواند بینشی از آینده را ارائه کند. همچنین، هدف اصلی توسعه سناریوها، برانگیختن اندیشه درباره رخدادهای ممکن، پیش‌فرض‌های مرتبط با این رخدادها، فرصت‌ها و تهدیدهای ممکن و روش‌های اقدام است (قرلباش، سجادی، صرافی، کلانتری، ۱۳۹۴). بنابراین این روش می‌تواند بهترین روش برای ترسیم آینده در این پژوهش است.

با بررسی سامانه‌هایی که به معرفی استارت‌آپ‌ها می‌پردازند مانند نوپاهاب، زیست بوم، بازار و ...، تعداد کسب‌وکارها و استارت‌آپ‌هایی که در حوزه کتاب فعالیت می‌کنند ۳۴۳ مورد شناسایی شد. علاوه بر این، با مراجعه به اپ‌استورها نیز اپلیکیشن‌های فعال در حوزه کتاب شناسایی شدند. همچنین، به منظور شناسایی دقیق‌تر استارت‌آپ‌ها و احتمال این که فهرست سایت‌های معرفی‌کننده شاید کامل و دقیق نباشد، در موتور جستجوی گوگل نیز اقدام به جستجو شد. در مجموع ۶۵۴ مورد، فهرست شدند. پس از ارزیابی تک‌تک این موارد مشخص شد که برخی از موارد به دلیل نداشتن ویژگی‌های کسب‌وکارهای نوپا^۱، استارت‌آپ محسوب نمی‌شوند و از فهرست شناسایی شده حذف شدند. در پایان، از میان تعداد سامانه‌هایی که در مرحله اول و دوم شناسایی استارت‌آپ‌ها (شناسایی عناوین؛ مشاهده تک‌تک آن‌ها)، در مجموع ۱۵۴ استارت‌آپ فعال در حوزه کتاب شناسایی شد که در چهار حوزه کتاب الکترونیکی (با ۵۸ استارت‌آپ)، کتاب‌های صوتی و پادکست (با ۲۶ استارت‌آپ)، فروش و توزیع الکترونیکی کتاب‌های چاپی (با ۶۵ استارت‌آپ) و فعال در شبکه‌های اجتماعی^۲ (با ۵ استارت‌آپ) فعال هستند. در بخش دوم پژوهش حاضر برای تدوین سناریوها اقدام به انجام مصاحبه‌های نیمه‌باز با متخصصان این حوزه شد تا بتوانیم سناریوهایی را برای آینده این عرصه تدوین کنیم. برای این منظور اقدام به شناسایی متخصصان حوزه کتاب در دو حوزه دانشگاهی و اجرایی و سیاستگذاری شد. اقدام صورت گرفته در این مورد با استفاده از تکنیک گلوله برفی انجام گرفت. به این معنی که ابتدا ۵ نفر از متخصصان در دانشگاه و حرفه شناسایی شدند و با آن‌ها مصاحبه شد. سپس با معرفی آن‌ها افراد جدید شناسایی شدند و فرآیند انجام مصاحبه‌ها انجام گرفت. پس از مصاحبه با صاحب‌نظران که تعداد آن‌ها در نهایت به ۹ نفر رسید، سیاهه‌ای از مؤلفه‌های اثرگذار بر فعالیت استارت‌آپ‌ها حاصل شد. بر این اساس تعداد جامعه پژوهش در این گام از پژوهش نیز ۹ نفر بودند.

برای شناسایی استارت‌آپ‌های فعال در حوزه کتاب و وضعیت فعالیت آن‌ها در پژوهش حاضر از سیاهه واری استفاده شد. از مطالعه صورت گرفته در بخش مبانی و پیشینه پژوهش برای شناسایی مؤلفه‌های اصلی و فرعی مرتبط با حوزه فعالیت استارت‌آپ‌ها در سیاهه واری استفاده شد. نسخه مقدماتی سیاهه واری مذکور پس از تهیه برای سنجش اعتبار محتوایی و ساختاری در اختیار ۷ نفر از متخصصان مرتبط قرار گرفت که دارای فعالیت در یکی یا هر دو حوزه استارت‌آپ‌های حوزه فرهنگ و یا کتاب با اولویت آشنایی با فضاهای نوین در فعالیت استارت‌آپ‌ها بودند. در انتخاب متخصصان سعی شد هم از متخصصان دانشگاهی و هم از متخصصان کسب و کار مرتبط با کتاب در تیم متخصصان حضور داشته باشند. در نهایت سیاهه واری

۱. مانند نوآوری داشتن، دارا بودن مدل کسب و کار، درآمدزایی

۲. منظور استارت‌آپ‌هایی هستند که در شبکه‌های اجتماعی و با مدل کسب و کار آن‌ها فعالیت می‌کنند.

استفاده شده در پژوهش حاضر دارای ۵ پرسش مقدماتی در مورد عنوان، وابستگی، آدرس، شماره تماس و ۵ مؤلفه اصلی و ۱۰ مؤلفه جزئی بود. پس از گردآوری اطلاعات از استارت‌آپ‌های فعال در حوزه کتاب در کشور، با بهره‌گیری از برخی از داده‌های گردآوری شده به ترسیم نمودارهای فعالیت برای نمایش وضعیت استارت‌آپ‌ها در کشور اقدام شد.

برای گردآوری اطلاعات در بخش دوم پژوهش تلاش شد تا ابتدا با مطالعه منابع مختلف مرتبط، مؤلفه‌های اولیه مورد نیاز برای تدوین سناریوها برای ترسیم وضعیت استارت‌آپ‌های حوزه کتاب تهیه شود. در نتیجه سیاهه‌ای از پرسش‌های مصاحبه تهیه شد و پس از آزمون روایی سازه و محتوا که با تأیید سه نفر از متخصصان این حوزه انجام گرفت؛ تعداد ۷ پرسش تهیه و نهایی شد. سپس با ۹ نفر از متخصصان دانشگاهی و حرفه‌ای^۱ مصاحبه شد. با توجه به شیوع ویروس کووید ۱۹، تمامی مصاحبه‌ها به صورت مجازی برگزار شدند. پس از برگزاری مصاحبه‌ها، اقدام به تحلیل محتوای مصاحبه‌ها شد و مؤلفه‌های اثرگذار بر فعالیت آتی استارت‌آپ‌ها استخراج شدند.

برای تحلیل یافته‌ها در گام نخست (ترسیم وضعیت فعلی استارت‌آپ‌های حوزه کتاب) نمودارهای مختلفی با استفاده از نرم‌افزار اکسل برای تحلیل وضعیت فعلی استارت‌آپ‌ها شد. برای ترسیم نمودارها، ابتدا اطلاعات توصیفی گردآوری شده استارت‌آپ‌های فعال حوزه کتاب کشور، جهت یکدست‌سازی و ترسیم نمودارها وارد نرم‌افزار شدند. سپس برای تحلیل محتوای مصاحبه‌ها از روش تحلیل محتوای کیفی پنهان با رویکرد استقرائی، استفاده شد. به دلیل کم بودن تعداد محتواها و حجم آن‌ها کار تحلیل داده‌ها به صورت دستی انجام شد.

یافته‌های پژوهش

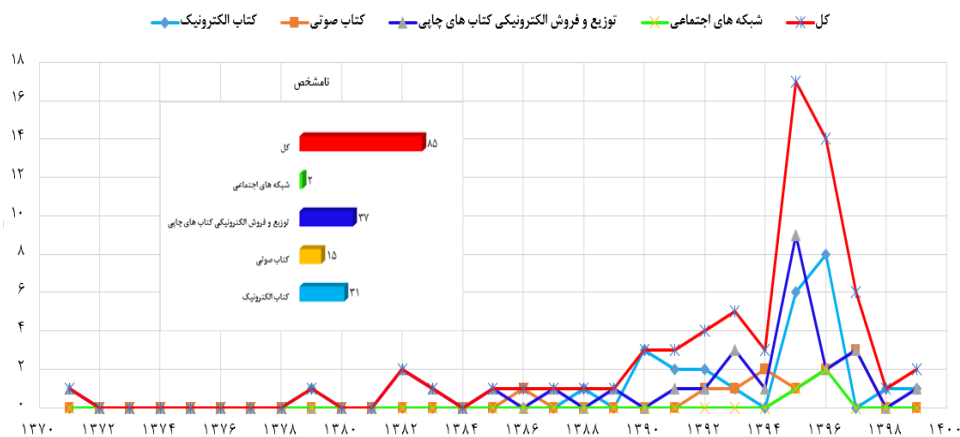
در ادامه، یافته‌های حاصل از مطالعه وضعیت استارت‌آپ‌ها و نقشه‌های فعالیت آن‌ها در قالب جدول و شکل ارائه شده است.

۱. افرادی که برای مصاحبه انتخاب شدند باید فعال در حوزه موضوعی کتاب بوده و آشنا با فعالیت‌های استارت‌آپی می‌بودند. از این رو هم متخصصانی از صنعت و هم از دانشگاه برای این منظور انتخاب شدند. در متخصصان نیز افرادی انتخاب شدند که حداقل دارای مدرک کارشناسی ارشد باشند.



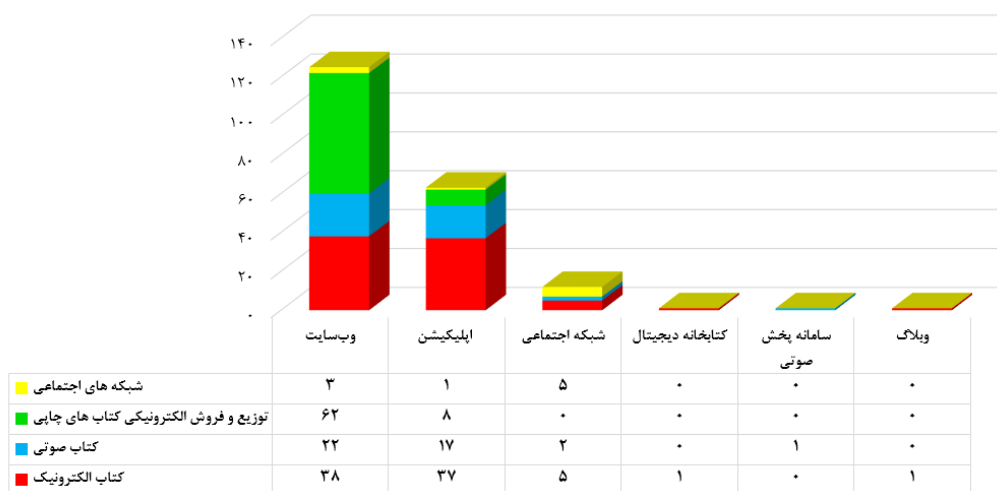
شکل ۱. توزیع جغرافیایی استارت‌آپ‌های حوزه کتاب در ایران

با توجه به بررسی‌های صورت پذیرفته در مجموع ۱۵۴ استارت‌آپ در حوزه نشر کتاب در کشور فعال هستند. همان‌طور که در نمودار فوق قابل مشاهده است شهرستان‌های تهران، قم و شیراز به ترتیب با داشتن ۸۳، ۵ و ۴ استارت‌آپ در رتبه‌های برتر قرار دارند. اکثر استارت‌آپ‌های شهرهای بزرگ نیز به توزیع و فروش الکترونیکی کتاب‌های چاپی پرداخته‌اند و استارت‌آپ‌های کتاب الکترونیکی و کتاب صوتی در مراحل بعدی قرار دارند که این امر می‌تواند ناشی از وجود مراکز آموزشی، پژوهشی و دینی در این استان‌ها باشد. شایان ذکر است که مکان ۲۸ مورد از استارت‌آپ‌ها در بخش کتاب الکترونیکی، ۱۰ مورد در بخش توزیع و فروش الکترونیکی کتاب‌های چاپی، ۶ مورد در بخش کتاب صوتی و ۳ مورد در بخش شبکه‌های اجتماعی نامشخص بوده است.



شکل ۲. روند شکل‌گیری استارت‌آپ‌های حوزه کتاب در ایران بر حسب سال شمسی

همان‌گونه که در شکل ۲ هویداست می‌توان به آغاز فعالیت استارت‌آپ توزیع و فروش الکترونیکی کتاب‌های چاپی چون «شرکت ویژه نشر» در تهران در قالب وبگاه و جهش یکباره تشکیل سایر استارت‌آپ‌ها از سال ۱۳۹۰ به بعد و اوج‌گیری آن‌ها در سال‌های ۱۳۹۵ با ۱۷ و ۱۳۹۶ با ۱۴ استارت‌آپ اشاره نمود. در این بین میزان رشد استارت‌آپ‌های حوزه کتاب صوتی و همچنین توزیع و فروش الکترونیکی کتاب‌های چاپی به نسبت انواع استارت‌آپ‌های دیگر بیشتر بوده است. گرانی کاغذ، افزایش هزینه‌های سفر برای خرید کتاب چاپی، افزایش ضریب نفوذ اینترنت و ارزانی آن، توسعه تلفن‌های همراه هوشمند و فناوری‌های کتابخوان الکترونیکی از سوی شرکت‌های مختلف، کمبود وقت افراد برای خواندن کتاب‌های چاپی، اعطای نشان ملی ثبت رسانه‌های دیجیتال از جانب مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و اعطای نماد اعتماد الکترونیکی از سوی مرکز توسعه تجارت الکترونیکی وزارت صنعت، معدن و تجارت به عنوان شناسنامه کسب‌وکارهای اینترنتی در سال‌های اخیر را می‌توان از عواملی برشمرد که موجب رواج و گسترش این استارت‌آپ‌ها شده است.



شکل ۳. توزیع انواع بسترهای فعالیت استارت‌آپ‌های حوزه کتاب ایران

بر مبنای اطلاعات شکل ۳ می‌توان اظهار داشت که در مجموع، وبگاه‌ها با ۱۲۵ مورد محبوب‌ترین رسانه برای استارت‌آپ‌ها برای نشر الکترونیک به شمار رفته‌اند. اپلیکیشن‌ها (۶۳) و شبکه‌های اجتماعی (۱۲) نیز در رتبه‌های بعدی قرار دارند. از این یافته می‌توان چنین استنباط کرد که مجوزدار بودن اکثر وبگاه‌ها و اپلیکیشن‌های حوزه نشر کتاب، استقبال و جلب اعتماد مخاطبان بیشتری را به همراه داشته‌اند. از طرفی نیز

می‌توان بیان داشت که شبکه اجتماعی کتاب در کشور همچون شبکه اجتماعی گودریڈز^۱ وجود ندارد و این عمل توسط ۲ مورد از ۵ مورد شبکه اجتماعی که فعال هستند صورت می‌گیرد که نظارت و پیگیری متولیان امر در این بخش را می‌طلبد. رسانه‌هایی چون وبلاگ، سامانه پخش صوتی و کتابخانه دیجیتال از کمترین اقبال برخوردار بوده‌اند که این بخش از یافته‌ها را می‌توان به رایگان بودن وبلاگ‌ها و سامانه‌های پخش صوتی و عدم نظارت بر آن‌ها و دولتی بودن قریب به اتفاق متولیان کتابخانه‌های دیجیتال در کشور اشاره کرد که موجب گشته بستر مناسبی برای تجارت الکترونیکی کتاب نباشند.

در ادامه یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها که در ۷ محور اصلی انجام گرفته بود ارائه شده است. در کل تعداد ۱۵۹ مؤلفه در ۷ پرسش مطرح شده در مصاحبه‌ها دریافت شد. پس از استخراج مؤلفه‌ها اقدام به کدگذاری به مؤلفه‌ها شد. لازم به توضیح است برای سنجش اعتبار کدهای اختصاص یافته‌ها به گروه‌های مؤلفه‌ها از دو نفر دیگر خواسته شد تا گروه‌های مؤلفه‌ها را کدگذاری کنند. در نتیجه این گام از اعتبارسنجی، از روش ارزیابی همتایان استفاده شد. در نتیجه کدهای اختصاص یافته به مؤلفه‌ها، معتبر شدند. با توجه به نتایج حاصل از استخراج مؤلفه‌ها مشخص شد که تعداد ۱۴ مورد نقش مثبت با ۴ کد و تعداد ۵ مورد اثرگذاری منفی با ۲ کد حاصل شده است که در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. نقش‌های مثبت و منفی استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب

کد	نقش‌های منفی استارت‌آپ‌ها	کد	نقش‌های مثبت استارت‌آپ‌ها	
ایفای نقش‌های نامناسب	نیاز به مدیریت و راهبری	تسهیل فرآیند نشر کتاب	تسهیل فرآیند تولید	
	عدم دسترسی به هدف		تسهیل فرآیند عرضه	
	طی مسیر اشتباه		تسهیل فرآیند مصرف	
	حرکت‌های شتاب زده		سرعت بخشیدن به فرآیندهای کسب و کار	
ضرر به رقابای سنتی	ضرر رساندن به رقابای سنتی		معرفی کتاب به صورت الکترونیکی	عرضه کتاب به صورت الکترونیکی
			عرضه کتاب به صورت فیزیکی	ارائه راهکار جدید برای حل مسائل
کاهش هزینه			کاهش هزینه‌های تولید	کاهش هزینه‌های دسترسی به محتوا
			کاهش فاصله بین تولیدکننده و مصرف‌کننده	دسترس‌پذیر کردن کتاب الکترونیکی
توسعه صنعت نشر			اثرگذار در پیشبرد صنعت نشر	پیشبرد صنعت نشر

نگاهی به یافته‌های ارائه شده در جدول ۱، نشان می‌دهد که مهمترین نقش مثبتی که استارت‌آپ‌ها در این صنعت ایفا می‌کنند اقدام‌های مؤثر آن‌ها در تسهیل فرآیند نشر کتاب است و در مقابل مهمترین نقش منفی آن‌ها ایفای نقش‌های نامناسب و ورود به حوزه‌هایی است که احتمال اثرگذاری مثبت آن‌ها بسیار ضعیف است. با توجه به نتایج حاصل از استخراج مؤلفه‌ها در این زمینه مشخص شد که تعداد ۳۸ مورد با ۵ کد حاصل شده است که در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. یافته‌ها در مورد عوامل مؤثر بر رشد استارت‌آپ‌ها

کد	عوامل مؤثر بر رشد استارت‌آپ‌ها
پشتیبانی	تسهیل در قوانین فعالیت استارت‌آپ‌ها
	دسترسی ارزان و راحت به زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و اینترنت
	سرمایه‌گذاری دولت در آموزش کسب و کارهای نوپا
	حمایت مالی دولت برای شکل‌گیری کسب و کارهای نوپا
	ارائه وام‌های کم بهره
	امکان استقرار کسب‌وکارها در پارک‌های علم و فناوری
	درس گرفتن از تجربه‌های پیشین
	تضمین سرمایه‌های اولیه مورد نیاز از طریق سرمایه‌گذار
	همکاری‌های دولت‌ها
ارتباط مؤثر	داشتن روابط بین‌المللی
	تعامل فعال ناشران و استارت‌آپ‌ها
	ارتباط مستقیم با ناشران
	جلب اعتماد ناشران
	همکاری با نهادهای دیگر درگیر در صنعت نشر
فعالیت تخصصی	یافتن مسئله‌ای واقعی در بازار نشر
	تشکیل تیم تخصصی و میان‌رشته‌ای برای حل مسائل پیچیده
	توجه به اخلاق کسب‌وکار
	نگاه کردن به مسائل استارت‌آپ به عنوان یک کار تمام‌وقت
	عدم وابستگی مالی به دولت
	تخصصی شدن در بازار نشر
	آمدگی صنعت برای دریافت ایده‌های جدید
	توسعه کتاب‌های چند رسانه‌ای
	توسعه کتاب‌های الکترونیکی
	توسعه کتاب‌های آنلاین
	تسهیل توزیع کتاب‌های چاپی
	دسترسی به کتاب‌های آنلاین
	معرفی ها و نقدهای کتابشناسانه
امکان معرفی کتاب‌های مرتبط	

	فعالیت در حل مشکل عرضه کتاب فیزیکی
بهره‌گیری از مدل کسب و کار	فضای عمومی جامعه
	فرهنگ مطالعه
	وضعیت اقتصادی جامعه
	وضعیت اجتماعی جامعه
	داشتن مدل کسب‌وکار زیست‌پذیر
	توجه به مسائل بازاریابی
	داشتن مأموریت و اهداف مشخص
همگامی با فناوری‌های نوین	دارا بودن تخصص در حوزه فناوری‌های اطلاعاتی
	همگام بودن با فناوری

ملاحظه یافته‌های ارائه شده در جدول ۲ نشان می‌دهد که فعالیت تخصصی و پشتیبانی از استارت‌آپ‌ها در مسیر شکل‌گیری و رشد آن‌ها از جمله عوامل مؤثر مهم در رشد استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب هستند. با توجه به نتایج حاصل از استخراج مؤلفه‌ها در این زمینه مشخص شد که تعداد ۱۹ مانع با ۶ کد در این زمینه وجود دارند که در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. یافته‌ها در مورد موانع شکل‌گیری و رشد استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب

کد	موانع شکل‌گیری و رشد استارت‌آپ‌ها
کوچکی صنعت	کوچک بودن اقتصاد نشر
	کوچک بودن بازار نشر
	ضعف شدید علاقه به مطالعه
	نبود کتاب در سبد خرید خانوار
	ضعف در بازار کتاب و درآمدزایی اندک
فقر صنعت	بدنه غیرحرفه‌ای صنعت نشر
	دیدگاه منفی ناشران
	سنتی بودن ناشران
	کم سواد ناشران
	فعالیت کم ناشران
	فضای عمومی کسب و کار
	ضعف بازار نشر
ضعف پشتیبانی	قوانین و مقررات دست و پاگیر
	نبود حمایت‌های دولتی
ضعف در نوآوری	انجام کارهای تکراری
	نرفتن سراغ ایده‌های خلاقانه و نو
زیرساخت ضعیف فناوری اطلاعات	زیرساخت ضعیف حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات
تورم	بی‌ثباتی اقتصاد و چشم اندازهای کلان اقتصاد
	تورم در سطح کلان جامعه

ملاحظه یافته‌های ارائه شده در جدول ۳ نشان می‌دهد که کوچک بودن و ضعیف بودن صنعت دو مانع اصلی و مهم در شکل‌گیری و رشد استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب هستند. با توجه به نتایج حاصل از استخراج مؤلفه‌ها در این زمینه مشخص شد که تعداد ۲۵ عامل در ۶ کد، مؤثر در شکست استارت‌آپ‌ها وجود دارند که در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. عوامل مؤثر بر شکست استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب در ایران

کد	عوامل مؤثر در شکست
عدم اعتماد	بی‌اعتمادی بدنه نشر به فناوری‌ها
	محافظه کاری و وابستگی به سنت برخی ناشران
	بی‌اعتمادی ناشران
زیرساخت ضعیف	مشکلات حقوقی
	مشکلات قانونی
	ضعف زیرساخت‌های حقوقی
	قوانین و مقررات پیچیده و دست‌وپاگیر
	مسائل حق مولف و قانون‌های مبهم در این زمینه
	ضعف فناوری
	ضعف در به‌کارگیری استانداردهای حوزه کتاب و کتابداری و نشر
	سرمایه‌گذاری کم
مسائل جامعه	مشکلات اقتصادی مردم
	اقبال نامناسب نسبت به کتاب
	نبودن کتاب در سبد خانوار
	ضعف در فرهنگ کتابخوانی
	حجم خرید بسیار کم کتاب
	کوچک بودن بازار کتاب
	کوچک بودن صنعت نشر
دخالت دولت	دخالت دولت در امور استارت‌آپ‌ها
	وابستگی به دولت
دانش ضعیف	علاقه متولیان استارت‌آپ‌ها به سوددهی و موفقیت سریع
	کمبود خلاقیت
	ناآگاهی از صنعت نشر
	عدم آگاهی از امکانات فناورانه
	ناآگاهی با ابعاد پروژه

ملاحظه یافته‌های ارائه شده در جدول ۴ نشان می‌دهد که زیرساخت ضعیف و مسائل مرتبط با جامعه دو عامل اصلی مهم در شکست استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب هستند. با توجه به نتایج حاصل از استخراج مؤلفه‌ها در این زمینه مشخص شد که تعداد ۱۱ مورد فرصت در ۲ محور پیش روی استارت‌آپ‌های حوزه کتاب قرار دارند که در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵. فرصت‌های کلیدی پیش روی استارت‌آپ‌های حوزه کتاب در ایران

کد	فرصت‌های کلیدی
توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی	اقبال مردم به استفاده از ابزارهای هوشمند
	اینترنت و وب در حال پیشرفت
	شرایط کرونایی جدید
	بهره‌گیری از فناوری
	راحت طلب شدن عموم
	ارائه بسته‌های قیمتی مناسب
	نو بودن و بکر بودن فضای کسب و کار برای استارت‌آپ‌ها
	بازار بکر صنعت نشر
	وجود رقابت کم در برخی از حوزه‌های صنعت نشر
	پوشش بخش بزرگی از فعالیت‌های نشر در یک استارت‌آپ
	بازاری بکر در ایران

ملاحظه یافته‌های ارائه شده در جدول ۵ نشان می‌دهد که توسعه سریع فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و بازار بکر در حوزه نشر دو محور اصلی مهم به عنوان فرصت‌های کلیدی پیش روی استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب قرار دارند. با توجه به نتایج حاصل از استخراج مؤلفه‌ها در این زمینه مشخص شد که تعداد ۲۵ بازیگر با ۳ کد در حوزه صنعت کتاب در ایران وجود دارند که در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول ۶. بازیگران اصلی در حوزه زیست بوم استارت‌آپ‌ها در ایران

کد	بازیگران در اکوسیستم استارت‌آپ‌ها
عناصر اصلی نشر	پدیدآورندگان
	طراحان و گرافیست‌ها
	ناشران
	فروشنده‌گان محتوا
	مصرف‌کنندگان
	کتابفروشان

	موزعان
	کاربران نهایی
	مشتریان
نهادهای پشتیبانی	مراکز تبلیغ و اطلاع‌رسانی
	مراکز فرهنگی - آموزشی
	افراد صاحب ایده و نوآور
	سرمایه‌گذاران
	پژوهشگران
	متخصصان علم اطلاعات - دانش فنی و تخصصی و پشتیبان
	مهندسی فناوری اطلاعات - دانش فنی و زیرساختی
نهادهای حاکمیتی	وزارت فرهنگ
	دولت
	وزارت ارتباطات - زیرساخت
	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ایجاد زیرساخت
	وزارت ارتباطات، ایجاد زیرساخت
	مرکز ملی فضای مجازی، سیاستگذاری
	اجرای مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی توسط وزارت ارشاد
	نهادهای حاکمیتی

ملاحظه یافته‌های ارائه شده در جدول ۶ نشان می‌دهد که عناصر اصلی فعال در حوزه کتاب، نهادهای حاکمیتی و نهادهای پشتیبان، سه عنصری هستند که در زیست بوم استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب در ایران قرار دارند. با توجه به نتایج حاصل از استخراج مؤلفه‌ها در این زمینه مشخص شد که تعداد ۱۹ نقش در ۲ محور شناسایی شدند که نشان‌دهنده نقش وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه فعالیت استارت‌آپ‌ها هستند. این موارد در جدول ۷ ارائه شده است.

جدول ۷. نقش وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه فعالیت استارت‌آپ‌های کتاب در ایران

کد	نقش وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
ایجاد زیرساخت	سیاستگذاری
	ایجاد زیرساخت‌های فنی و ارتباطی
	قانون‌گذاری
	تسهیل قوانین
	ایجاد نظام‌های یادگیری
	سیاستگذاری و تنظیم مقررات
	ایجاد زیرساخت‌های قانونی

پشتیبانی	ایجاد نظام‌های مشورتی
	ایجاد نظام‌های شتاب‌دهی
	آموزش و اطلاع‌رسانی
	پایش و پژوهش
	پشتیبانی از استارت‌آپ‌ها
	سازماندهی استارت‌آپ‌ها
	ارائه تسهیلات
	الزام ناشران به همکاری با استارت‌آپ‌ها
	ترویج کتاب و کتابخوانی
	اجرا
	تسهیل در فعالیت استارت‌آپ‌ها
	حمایت‌های مالی

ملاحظه یافته‌های ارائه شده در جدول ۷ نشان می‌دهد که دو حوزه ایجاد زیرساخت به ویژه زیرساخت‌های قانونی و پشتیبانی، دو نقش مهمی هستند که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌تواند در حمایت از استارت‌آپ‌های حوزه کتاب به عمل آورد.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به نتایج حاصل از پژوهش در این بخش اقدام به پاسخگویی به پرسش‌های اساسی پژوهش شده است.

- استارت‌آپ‌های فعال در حوزه کتاب در ایران کدام‌ها هستند؟

عموماً فعالیت‌های نوآورانه متعددی در تمام حوزه‌ها شکل می‌گیرند و بعد از مدتی ثبات پیدا می‌کنند و جایگاه خودشان را در بازار مذکور پیدا می‌کنند و پس از آن شروع به رشد و توسعه می‌کنند و به اصطلاح گفته می‌شود که از چرخه استارت‌آپی خود خارج می‌شوند و تبدیل به شرکتی بزرگ می‌شوند. نمونه‌های متعددی از این نوع شرکت‌ها را می‌توان در همه جا دید. به عنوان مثال گوگل، ماکروسافت، آمازون، دیجی کالا، اسنپ و غیره از جنس چنین شرکت‌هایی هستند. ظهور استارت‌آپ‌ها در بازار کتاب ایران عمر طولانی ندارد و از سال ۱۳۷۰ شاهد شکل‌گیری چنین فعالیت‌هایی هستیم. حتی به جرأت می‌توان گفت که مطرح شدن استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب به سال ۱۳۹۴ برمی‌گردد، پس می‌توان گفت که استارت‌آپ‌ها در این حوزه در دوران طفولیت خود قرار دارند. بنابراین نمی‌توان انتظار داشت که شاهد استارت‌آپ‌های بزرگی در این حوزه باشیم. از طرفی نیز باید انتظار داشت که فعالیت‌های استارت‌آپی زیادی در این حوزه شکل گرفته باشند و پس از مدتی به دلایل مختلف قادر به ادامه حیات نبوده و از رده خارج شوند و تنها تعداد معدودی استارت‌آپ باقی بمانند. هر چند به دلیل نوظهور بودن استارت‌آپ‌ها در صنعت کتاب هنوز تعداد زیادی از

استارت‌آپ‌هایی که در پژوهش حاضر نیز به عنوان استارت‌آپ معرفی شده‌اند، در دوران بلاتکلیفی قرار دارند و ممکن است در آینده بسیار نزدیک شاهد افول و از بین رفتن آن‌ها باشیم، چرا که به احتمال زیاد ممکن است نتوانسته باشند جایگاه خود را شناسایی کرده و اثرگذار باشند و از طرف صنعت و یا مخاطبان و ذی‌نفعان صنعت کنار گذاشته شوند. همین موضوع یکی از دلایلی است که اکثریت استارت‌آپ‌های حاضر در حوزه کتاب که در پژوهش حاضر مورد مطالعه قرار گرفتند در وضعیت نامطلوبی قرار دارند. با توجه به بررسی پیشینه‌های پژوهش مشخص می‌شود که پژوهش انصاری‌زاده (۱۳۹۷) اقدام به معرفی برخی از استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب کرده است. از این منظر برخی از استارت‌آپ‌های فعال معرفی شده در این پژوهش در مطالعه انصاری‌زاده (۱۳۹۷) معرفی شده‌اند. بنابراین همسویی در نتایج این پژوهش با آن وجود دارد.

- استارت‌آپ‌های فعال در حوزه کتاب در ایران در چه وضعیتی قرار دارند؟

مطالعه وضعیت استارت‌آپ‌های حوزه کتاب در ایران نشان می‌دهد که فعالیت استارت‌آپ‌ها در این حوزه به تازگی (۱۳۹۴ به بعد) آغاز شده و در حال توسعه است. از این رو، در وضعیت موجود استارت‌آپ‌های مورد مطالعه در این پژوهش از نظر تعداد (تعداد ۱۵۴ مورد) در حال افزایش است. از طرفی هم اکثریت این تعداد استارت‌آپ، هنوز در آغاز راه هستند و یکی از دلایل ضعف همه‌گیر در وضعیت موجود استارت‌آپ‌ها که در این مطالعه خود را به صورت پررنگی نشان می‌دهد، همین موضوع است. این موضوع نشان می‌دهد که هنوز استارت‌آپ‌ها جایگاه خود را در این حوزه پیدا نکرده‌اند و اثرگذاری مناسبی در صنعت کتاب در کشور ندارند. علاوه بر این با توجه به ظهور اخیر این پدیده در صنعت نشر هنوز زیرساخت‌های لازم (قانونی، فنی، دیدگاهی) در این زمینه مهیا برای حضور پررنگ این پدیده نشده است. بنابراین ناشران و سایر فعالان این حوزه با دیده شک و تردید به آن می‌نگرند و در بسیاری از مواقع آن را طرد کرده و پذیرای آن نیستند. هر چند به نظر می‌رسد با گذر زمان بسیاری از این موانع به تدریج رفع خواهند شد ولی می‌توان اذعان داشت که همچنان موانع مستحکمی در مسیر رشد استارت‌آپ‌ها در حوزه صنعت کتاب هستند.

مورد دیگری که در خصوص وضعیت موجود استارت‌آپ‌ها در این پژوهش عیان شده، ساختار سازمانی نامناسب استارت‌آپ‌ها برای فعالیت استارت‌آپی است. این موضوع نشان می‌دهد که اکثریت استارت‌آپ‌های شکل گرفته در این حوزه از نظر ساختار سازمانی متفاوت از حداقل‌های لازم برای فعالیت استارت‌آپی است. در اکثر موارد متخصصان مورد نیاز برای فعالیت استارت‌آپی مانند بازاریابی، فنی، مالی، اداری و نظایر این‌ها، همگی در کار حضور ندارند. در نتیجه همواره استارت‌آپ‌ها با ضعف‌های عدیده‌ای در این زمینه مواجه هستند. یکی از دلایل این موضوع می‌تواند ضعف در سرمایه اولیه و دلیل دیگر حضور یکی دو نفر با دانش تخصصی مشابه در کنار هم برای آغاز فعالیت استارت‌آپی است.

علاوه بر موارد بالا می‌توان به کمبود دانش تخصصی در حوزه صنعت کتاب در فعالیت استارت‌آپ‌ها اشاره کرد. اکثر فعالیت‌های استارت‌آپی توسط افرادی خارج از حوزه صنعت کتاب شکل می‌گیرند. این موضوع دو نکته مهم را در این حوزه پررنگ می‌کند. یکی این که راهکارهای ارائه شده توسط این استارت‌آپ‌ها در اکثر موارد با مسائل موجود در این صنعت فاصله و حتی زاویه دارند، بنابراین امید اندکی برای رشد و فعالیت ادامه‌دار این استارت‌آپ‌ها وجود دارد. نکته دوم در این حوزه به نظر می‌رسد، عدم شکل‌گیری استارت‌آپ‌ها از درون حوزه فعالان صنعت کتاب باشد. این مورد هشدار بزرگ به فعالان این حوزه و نیز استارت‌آپ‌ها در این حوزه است که موفقیت آن‌ها را به حداقل می‌رساند. در این خصوص ضروری است تا علت‌یابی دقیقی صورت گیرد تا دلایل این امر عیان شود و به دنبال یافتن راه‌هایی برای رفع آن باشیم. از نظر این پژوهش به نظر می‌رسد دانش تخصصی و علمی پایین و عدم تمرکز فعالان این حوزه در صنعت کتاب می‌تواند برخی از دلایل این امر باشند.

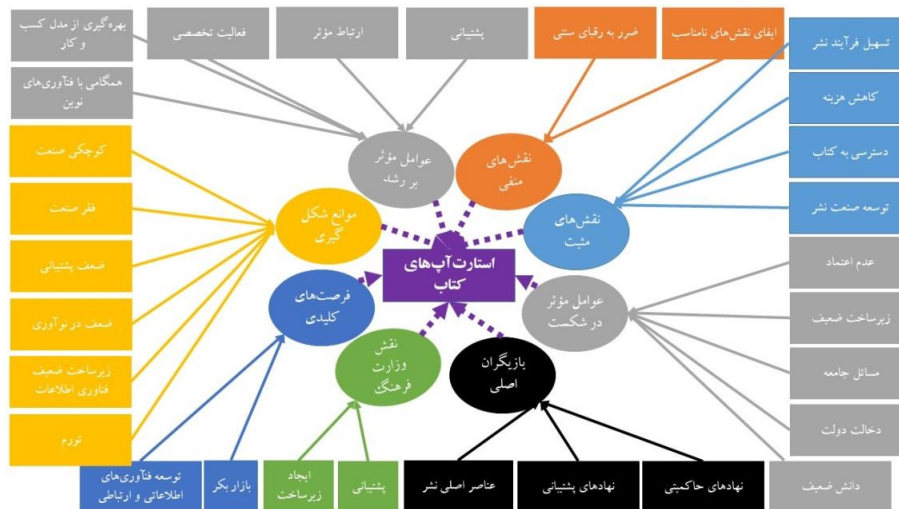
با مطالعه پیشینه‌های پژوهشی در این خصوص مشخص می‌شود که برخی از پژوهش‌ها در این زمینه تلاش کرده‌اند تا وضعیت استارت‌آپ‌ها را تبیین کنند. از جمله این پژوهش‌ها می‌توان به پژوهش‌های برجعلی‌لو، مظاهری و طالب پور (۱۳۹۵) که اشاره به اثربخشی استارت‌آپ‌های حوزه سلامت روان در این حوزه داشته‌اند، یوسفی (۱۳۹۵) که اشاره به وجود مشکلاتی نظیر پشتیبانی ضعیف از استارت‌آپ‌ها و مشکلات در جذب سرمایه‌گذاری در حوزه کشاورزی دارد، میرزارسولی (۱۳۹۶) که اشاره به عوامل ساختاری سازمانی، نظام پژوهش و توسعه، سیستم منابع انسانی و فرآیندها و روش‌های کاری داشته و در نهایت مشخص کرده که استارت‌آپ‌ها به طور عمده با مشکل در سیستم منابع انسانی مواجه هستند. همچنین فدایی فتح‌آبادی (۱۳۹۶) به شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر موفقیت استارت‌آپ‌ها در ایران پرداخته و به این نتیجه رسیده که تأمین مالی، بازاریابی، سرمایه انسانی، دولت، محصول و فناوری، فرهنگ و مؤسسات آموزشی از جمله عوامل مؤثر بر موفقیت استارت‌آپ‌ها در ایران هستند. انصاری‌زاده (۱۳۹۷) در مطالعه خود اقدام به معرفی تعدادی از استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب الکترونیکی و صوتی کرده است. کنعانی (۱۳۹۷)، در پژوهشی به مطالعه اثرگذاری آمادگی کارآفرینی بر موفقیت استارت‌آپ‌ها با نقش آموزش کارآفرینی پرداخت. ایشان به این نتیجه رسید که آمادگی کارآفرینی بر موفقیت استارت‌آپ‌ها تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد و همچنین آموزش کارآفرینی رابطه میان آمادگی کارآفرینی و موفقیت استارت‌آپ‌ها را تعدیل نمی‌کند. پژوهش‌اشتری مهرجردی (۱۳۹۸) نیز نشان داد که عوامل داخلی نظیر ظرفیت جذب فردی سرمایه‌های انسانی کارآفرینان و کارکنان، منابع مالی، ظرفیت جذب سازمانی، قابلیت‌های بازاریابی و عملکرد بر شکل‌گیری و توسعه استارت‌آپ‌ها مؤثر هستند. همچنین عواملی مانند نقدینگی پایین، طراحی نامناسب مدل کسب و کار، ضعف در تیم استارت‌آپ، عدم توجه به نیاز مشتری، استراتژی نامناسب در مواجهه با رقبا، ارائه محصول یا خدمت ضعیف، ضعف در تیم مدیریت و مؤسسان از جمله موانع موفقیت استارت‌آپ‌ها در ایران تلقی می‌شوند. در

پژوهش‌های خارجی نیز فریش و آموکی (۲۰۱۳) در پژوهش خود دریافته‌اند که دانش موضوعی و به ویژه تحقیقات عمومی در موفقیت استارت‌آپ‌ها مؤثر است. ملاحظه این پژوهش‌ها نشان می‌دهد که عوامل متعددی که در این پژوهش نیز به عنوان نقاط مثبت و منفی و پیشران و موانع در استارت‌آپ‌های حوزه کتاب در ایران شناسایی شدند، در حوزه‌های مختلف دیگر مانند پزشکی و کشاورزی نیز وجود دارند. همین موضوع نشان از وجود مسائل مشابه در حوزه‌های مختلف فعالیت استارت‌آپ‌ها است.

- شکاف‌های موجود در حوزه فعالیت استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب در ایران و سناریوهای توسعه استارت‌آپ‌های فعال در حوزه کتاب در ایران چیست؟

مطالعه فعالیت استارت‌آپ‌ها در ایران نشان داد که فعالیت استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب در ایران تنها محدود به فروش کتاب الکترونیکی و صوتی توزیع کتاب چاپی می‌شود و استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب نتوانسته‌اند به حوزه‌های دیگر در صنعت کتاب مانند طراحی کتاب، مدیریت محتوای کتاب، مدیریت فرآیند نشر کتاب وارد شده و اثرگذار باشند. این موضوع در پژوهش انصاری‌زاده (۱۳۹۷) که به معرفی استارت‌آپ‌های حوزه فروش کتاب الکترونیکی و صوتی پرداخته به عینه مشهود است. علاوه بر این استارت‌آپ‌ها به لحاظ موضوعی هیچ محدودیتی ندارند و این امر نشان‌دهنده ورود کلی به حوزه کتاب از منظر موضوعات کتاب‌ها است و نبود استارت‌آپ‌ها به ویژه در حوزه فروش کتاب الکترونیکی و صوتی در موضوعات تخصصی مانند دانشگاهی، تخصصی، کودک و نوجوان یکی دیگر از شکاف‌های عمده در این حوزه است.

نتایج حاصل از کل پژوهش حاضر در حوزه وضعیت استارت‌آپ‌ها و مصاحبه‌های صورت گرفته در پژوهش حاضر امکانی را فراهم کرد تا بتوانیم سناریوهای پیش‌بین برای آینده استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب در ایران تبیین کنیم. در ادامه سناریوهای پیش‌بین در حوزه استارت‌آپ‌های کتاب در ایران بیان شده است. برای تدوین سناریوها ابتدا لازم است چارچوب مفهومی حاصل از نتایج تحلیل مصاحبه‌ها با خبرگان برای ورود به بحث تدوین سناریوها حاصل شود. لذا ابتدا چارچوب مفهومی احصا شده در شکل ۴ ارائه شده است.



شکل ۴. چارچوب مفهومی تحلیل سناریو

همان‌گونه که از شکل ۴ مشخص است ۸ محور اصلی در لایه اول در مورد استارت‌آپ‌های حوزه کتاب حضور دارند و در کل ۲۹ محور جزئی مرتبط با محورهای اصلی ذکر شده است که در این پژوهش احصا شده‌اند. با توجه به شرایط موجود استارت‌آپ‌ها و شناسایی عوامل مرتبط با رشد و افول استارت‌آپ‌ها می‌توان چند سناریو را در رابطه با آینده کوتاه مدت و میان مدت استارت‌آپ‌های حوزه کتاب ترسیم کرد. بنابراین در ادامه دو سناریوی محتمل و ممکن ارائه شده است.

– سناریوی محتمل

این سناریو مهمترین و محتمل‌ترین سناریو پیش‌روی استارت‌آپ‌های کتاب در ایران با توجه شرایط موجود است. به بیانی دیگر روال موجود در آینده استارت‌آپ‌های کتاب طی خواهد شد و شاهد تحول خاصی در این حوزه نخواهیم بود. با توجه به کوچک بودن صنعت نشر و در نتیجه آن تراکنش‌های مالی پایین در این صنعت و در نتیجه آن تمایل اندک سرمایه‌گذاران به سرمایه‌گذاری در حوزه فعالیت‌های نوآورانه این حوزه؛ سنتی بودن فعالیت در بخش عمده‌ای از آن و در نتیجه مقاومت در برابر ورود فناوری‌ها و تحرکات جدید در این حوزه؛ مهیا نبودن زیرساخت‌های اساسی به ویژه قانون‌گذاری و پشتیبانی فکری و معنوی و مالی نهادهای حاکمیتی از چنین فعالیت‌هایی؛ ضعف در نوآوری و کپی‌برداری از کارهای دیگران، نگاه محدود و بخشی به صنعت کتاب در استارت‌آپ‌های موجود؛ عدم توجه به تیم‌سازی مناسب در فعالیت استارت‌آپ‌ها از یک طرف و از طرفی نیز بازار بکر موجود در صنعت کتاب؛ جمعیت جوان جامعه و بالا بودن نرخ سواد در کشور؛ رشد فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و جذابیت‌ها و کارآمدی‌هایی که به کتاب در محیط جدید افزوده شده و به تدریج شاهد افزایش این جذابیت‌ها هستیم؛ استارت‌آپ‌های کتاب در ایران شرایط مطلوبی در آینده نیز نخواهند داشت و همین روال موجود ادامه‌دار خواهد بود. در نتیجه در آینده شاهد رشد ضعیف در تعداد و محدوده پوششی استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب خواهیم بود. بنابراین تعداد استارت‌آپ‌های فعال در این حوزه به نظر نمی‌رسد که از تعداد ۲۵۰ مورد در ۵ سال آینده عبور کند. از طرفی نیز با توجه به ضعف در سرمایه‌گذاری در این زمینه، شاهد ضعیف بودن استارت‌آپ‌های این حوزه نیز خواهیم بود و تعداد معدودی (زیر ۱۰ درصد) استارت‌آپ با دامنه اثرگذاری متوسط به بالا در این صنعت خواهیم داشت.

– سناریوی ممکن

با توجه به شرایط موجود و افزایش توجه به فعالیت‌های نوآورانه و نیز حمایت حاکمیت و دولت از شرکت‌های نوآور و توجه به ایجاد زیرساخت‌ها مانند قانون‌گذاری و ایجاد امکانات فعالیت چنین شرکت‌هایی، ضرورت ایجاد تحول در صنعت کتاب در کشور با توجه به تحولات در فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، بازار بکر حوزه کتاب برای استارت‌آپ‌ها، افزایش توجه به حوزه کتاب در استارت‌آپ‌های فعال در کشورهای توسعه

یافته، به نظر می‌رسد بتوانیم در آینده شاهد رشد کمی و کیفی استارت‌آپ‌ها و اثرگذاری هر چه بیشتر آن‌ها در حوزه کتاب در کشور باشیم. برای این که چنین اتفاقی در آینده در حوزه استارت‌آپ‌های کتاب در کشور بیافتد لازم است اقدام‌هایی به شرح زیر در حوزه استارت‌آپ‌های کتاب در کشور ایجاد شود:

- پشتیبانی دولت و نهاد حاکمیت در کشور از شکل‌گیری، فعالیت و رشد استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب. از این منظر نهادهای حاکمیتی و دولت لازم است زیرساخت‌های قانونی ایجاد و شکل‌گیری استارت‌آپ‌های فرهنگی به ویژه کتاب را فراهم کنند. به نظر می‌رسد مسیر دشوار و پر پیچ و خم آغاز فعالیت استارت‌آپ‌ها یکی از موانع شکل‌گیری استارت‌آپ‌ها است. از طرفی نیز لازم است حمایت‌های لازم در فعالیت استارت‌آپ‌های حوزه کتاب نیز شکل گیرد. یکی از مسائل مرتبط با استارت‌آپ‌ها نقص در تیم‌های استارت‌آپی است و عمدتاً استارت‌آپ‌ها مشکلاتی در حوزه محل استقرار، نیروهای پشتیبان و بازاریابی دارند و با دریافت مشاوره و یا همراهی‌هایی در این راستا می‌توانند مسیر خود را با سهولت بیشتری طی کنند. علاوه بر موارد فوق، ارائه مشاوره و آگاهی در مورد مسائل و نیازهای صنعت کتاب برای حضور شرکت‌های نوآور در حوزه‌های مورد نیاز و ایجاد ارتباط بین این شرکت‌ها با بدنه صنعت کتاب یکی دیگر از حوزه‌هایی است که نهادهای حاکمیتی می‌توانند در حوزه صنعت کتاب از شکل‌گیری استارت‌آپ‌ها در این حوزه حمایت کنند.

- آموزش افراد نوآور. یکی از مسائل موجود در استارت‌آپ‌های کتاب در کشور آموزش افراد نوآور است و عدم آشنایی آن‌ها با شرکت‌داری و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین در مسائل حوزه صنعت کتاب و ارتباط مؤثر است. از این رو لازم است دوره‌های آموزشی به افراد و شرکت‌های نوآور در حوزه‌های ذکر شده در بالا ارائه شود تا آن‌ها بتوانند با آگاهی لازم عمل کنند.

- آشنایی افراد نوآور با واقعیت‌های صنعت نشر. یکی دیگر از مسائل موجود در صنعت کتاب، ظهور شرکت‌های نوآور از حوزه‌هایی خارج از حوزه صنعت کتاب است. از این منظر با مشکلی مواجه می‌شویم که راه‌حل‌های ارائه شده مناسب با مسائل موجود نیست و از طرفی نیز راه‌حل‌های ارائه شده مورد پذیرش اعضای صنعت کتاب قرار نمی‌گیرد. از این رو لازم است تدابیر لازم در این زمینه صورت گیرد تا شرکت‌های نوآور با همراهی اعضای از صنعت کتاب و نیز افراد نوآور وارد عرصه عمل شوند تا این مسائل برطرف شود.

- هدایت و انسجام سرمایه‌گذاران در صنعت کتاب. یکی دیگر از مسائل موجود در صنعت کتاب، کمبود سرمایه‌گذاری در حوزه کتاب است. یکی از دلایل این امر کم بودن بازدهی ناشی از سرمایه‌گذاری در حوزه صنعت کتاب است. از این رو ضروری است اقدام‌های متعددی در این زمینه صورت گیرد تا ابتدا سرمایه‌های کوچک گردهم بیایند و از طرفی هم تلاش شود تا سودآوری در این حوزه برای سرمایه‌گذاران تضمین شود. به نظر می‌رسد چنین اقدامی می‌تواند اثرگذاری بالایی در حوزه استارت‌آپ‌های کتاب در کشور داشته باشد.

به طور کلی اقدام‌های ذکر شده در بالا این امکان را فراهم خواهند ساخت تا سناریوی ممکن شکل واقعی به خود بگیرد. به این منظور لازم است، اقدام‌های ذکر شده در بالا رنگ واقعی به خود بگیرند.

وضعیت موجود استارت‌آپ‌های کتاب در ایران نشان داد که با وجود آغاز رشد عددی این استارت‌آپ‌ها از سال ۱۳۹۴ به بعد، شاهد استارت‌آپ‌های ضعیف در این حوزه هستیم و عمدتاً استارت‌آپ‌های مذکور اثرگذاری مطلوبی نداشته‌اند. علاوه بر این حوزه فعالیت استارت‌آپ‌ها بسیار محدود است و تنها محدود به فروش کتاب الکترونیکی، فروش کتاب صوت و توزیع کتاب فیزیکی می‌شود، این در حالی است که صنعت کتاب در حوزه‌های مختلف نیازمند نوآوری است و ضروری است تا به این موارد توجه جدی شود.

مصاحبه با خبرگان نیز نشان داد که استارت‌آپ‌ها نتوانسته‌اند کارآمدی لازم را در حوزه صنعت کتاب در کشور ایفا کنند و همچنان عدم اعتماد به آن‌ها از طرف اعضای صنعت کتاب وجود دارد. نهاد حاکمیت نیز نتوانسته نقش درست و اثرگذاری در حوزه استارت‌آپ‌های این حوزه ایفا کند. همه این‌ها باعث شده‌اند تا شاهد نابسامانی و به خصوص ضعف جدی در این حوزه باشیم. لذا ضروری است تا اقدام‌های مناسبی در این زمینه، هم از طرف نهادهای حاکمیتی، هم از طرف اعضای صنعت کتاب و هم از طرف شرکت‌های نوآور صورت گیرد. بر این اساس دو سناریوی محتمل که بر اساس طی روال موجود تدوین شده است و نیز سناریوی ممکن که با احتمال ایجاد تغییرات در روال فعلی به سمت مثبت تدوین شد و طی آن تلاش شد تا نقش‌ها و اقدام‌های مورد نیاز در این راستا انجام شود.

در ادامه تلاش شده تا پیشنهادهایی کاربردی بر اساس نتایج حاصل شده در این پژوهش ارائه شوند. امید که با عمل به آن‌ها در آینده شاهد گسترش فعالیت استارت‌آپ‌ها در حوزه کتاب باشیم و مسائل و مشکلات موجود در مسیر حرکت استارت‌آپ‌ها مرتفع شود.

- با توجه به تمرکز استارت‌آپ‌ها در چند شهر بزرگ کشور و نیز تمرکز فعالیت صنایع مرتبط با کتاب در این چند شهر، به نظر می‌رسد باید تسهیلات لازم و اقدام‌های مقتضی در راستای شکل‌گیری و فعالیت استارت‌آپ‌ها حداقل در مراکز تمامی استان‌های کشور رونق بگیرد. همین موضوع سبب می‌شود تا جوانان و نوآوران بتوانند با امکانات اولیه مناسبی در این مسیر حرکت کنیم و به تدریج شاهد فعالیت‌های نوآورانه متعددی در جای جای کشورمان باشیم.

- در پژوهش حاضر مشخص شد که عمده مؤسسات استارت‌آپی در کشور به لحاظ بنیه مالی از وضعیت نامطلوبی برخوردار هستند و نیازمند سرمایه‌گذاری زیادی در این حوزه هستیم. شتاب‌دهنده‌ها و سایر مؤسسات سرمایه‌گذاری به دلیل ضعیف بودن صنعت کتاب و کمی سودآوری در این حوزه تمایل خاصی به سرمایه‌گذاری در این حوزه‌ها ندارند؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود نهاد حاکمیتی تسهیلاتی را برای سرمایه‌گذاران در این حوزه فراهم کند تا سرمایه‌گذاری و فعالیت در این حوزه برای این مؤسسات قابل توجیه باشد. همین موضوع سبب خواهد شد تا اقدام‌های مناسبی را در آینده در این حوزه شاهد باشیم.

- بر اساس نتایج حاصل شده در این پژوهش، مشخص شد که استارت‌آپ‌ها برای فعالیت در این حوزه با مشکلات متعددی مواجه هستند. بر این اساس پیشنهاد می‌شود وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اقدام‌های متعددی برای ایجاد تسهیلات در این زمینه به کار بندد. از جمله این اقدام‌ها می‌توان به ایجاد تسهیلات قانونی، اداری و مجوزهای لازم اشاره داشت تا این مؤسسات بتوانند با فراغ بال بهتری اقدام به فعالیت‌های نوآورانه کنند.

سیاسگزاری

پژوهش حاضر با حمایت مالی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات انجام شده است. از این رو جا دارد از مسئولان وقت پژوهشگاه (آقای دکتر محمد سلگی، رئیس پژوهشگاه و آقای دکتر داریوش مطلبی، معاون پژوهشی پژوهشگاه) که امکان انجام این پژوهش را فراهم ساختند سپاسگزاری کنم. همچنین وظیفه خود می‌دانم از داوران محترم نشریه که زحمت داوری مقاله را داشتند و نظرات ارزشمند آن‌ها سبب شد تا کیفیت مقاله بهبود یابد سپاسگزاری نمایم.

منابع

- اربابی، پرستو (۱۳۹۷). *ارزش‌گذاری استارت‌آپ‌ها در حوزه شرکت‌های مبتنی بر تکنولوژی اطلاعات*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علم و فرهنگ تهران.
- اشتری مهرجردی، اباذر (۱۳۹۸). *مطالعه اجتماعی عوامل ظهور و افول استارت‌آپ‌ها در کشور*، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- اصفهانیان، مهدی (۱۳۹۷). *تأثیر رهبران کارآفرین بر رشد استارت‌آپ‌ها*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- انصاری‌زاده، سلمان (۱۳۹۷). *بررسی وضعیت استارت‌آپ‌های حوزه کتابخوانی*، به سفارش دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی و کتابخوانی.
- برجعی‌لو، سمیه؛ مظاهری، محمدعلی؛ طالب‌پور، علیرضا (۱۳۹۵). نقش استارت‌آپ‌های موبایل در ارائه خدمات سلامت روان: یک مطالعه موردی، *انفورماتیک سلامت و زیست پزشکی*، ۳(۲)، ۱۳۳-۱۴۴.
- خلوت، بهنام (۱۳۹۸). *شناسایی و تحلیلی بر مؤلفه‌های بنیادین مرگ استارت‌آپ‌ها*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علم و هنر یزد.
- شاهین‌فر، محمد (۱۳۹۶). *اثربخشی برنامه‌های ورزشی اوقات فراغت بر کاهش وابستگی به نرم‌افزارهای پیام‌رسان موبایلی*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور استان تهران.
- فتحی، سعید؛ اسفیدانی، محمدرحیم؛ اکبری، محسن (۱۳۸۴). طراحی الگوی طبقه‌بندی و اولویت‌بندی طرح‌های تحقیقاتی کسب و کار الکترونیکی کشور ایران، *پژوهشنامه بازرگانی*، ۳۷، ۱۵۳-۱۸۴.
- فخر، وحید (۱۳۹۷). *پیشران‌ها و پیامدهای نوآوری باز و نوآوری در زیست بوم کارآفرینی استارت‌آپ‌های ایران با تأکید بر نقش پیشران‌های سازمانی*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه خوارزمی.
- فدائی فتح‌آبادی، مهرناز (۱۳۹۶). *شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر موفقیت استارت‌آپ‌های زیست بوم کارآفرینی ایران*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تبریز.

- قرلباش، سمیه؛ سجادی، زیلا؛ صرافی، مظفر؛ کلاتتری، محسن (۱۳۹۴). آینده‌پژوهی به روش سناریونویسی تکوینی، چارچوبی برای پیوند علم و تجربه مطالعه موردی: نظام شهری استان زنجان، *جغرافیا (فصلنامه علمی-پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران)*، ۱۳(۴۷)، ۳۰۳-۳۲۴.
- کنعانی، معصومه (۱۳۹۷). تأثیر آمادگی کارآفرینی بر موفقیت استارت‌آپ‌ها با نقش تعدیل‌کننده آموزش کارآفرینی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تبریز.
- محققر، علی؛ حاجی حیدری، نسترن (۱۳۸۹). روش‌شناسی تغییر مدل کسب و کار بر اثر ورود فناوری موبایل به سازمان، *مدیریت فناوری اطلاعات*، ۴، ۱۷۵-۱۹۲.
- مطهری، محمد (۱۳۹۷). نگرش کاربران گوشی‌های هوشمند نسبت به تبلیغات موبایلی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه خوارزمی.
- میرزاسولی، فرشته (۱۳۹۶). شناسایی عوامل ساختاری مؤثر بر توسعه شرکت‌های نوپا: مطالعه موردی شرکت‌های نوپای مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران و پارک علم و فناوری پردیس، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
- نجفی، یوسف (۱۳۹۵). رابطه نرم‌افزارهای پیام‌رسان موبایلی (تلگرام) در بروز فردگرایی در خانواده‌ها (مورد مطالعه: خانواده‌های شهر زنجان)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شرق تهران.
- ندافی، راضیه؛ احمدوند، مصطفی (۱۳۹۶). شناسایی و اولویت‌بندی پیشران‌های توسعه کسب و کارهای نوپا با استفاده از روش‌شناسی کیو، توسعه کارآفرینی، ۳۷، ۵۱۷-۵۳۴.
- نیرومند، پوران‌دخت؛ رنجبر، محبوبه؛ سعدی، محمدرضا؛ امیرشاهی، میراحمد (۱۳۹۱). شناسایی و طبقه‌بندی مدل‌های کسب و کار موبایلی مبتنی بر رویکرد فراترکیب، *مدیریت فناوری اطلاعات*، ۱۰، ۱۷۹-۲۱۰.
- یوسفی، زهرا (۱۳۹۵). پدیدارشناسی ایجاد و رشد استارت‌آپ‌های کشاورزی، *موانع و راهکارها*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه رازی.
- یوسفی مقدم، فرهاد (۱۳۹۵). مطالعه یادگیری زبان انگلیسی از طریق اپلیکیشن‌های موبایل توسط دانشجویان دانشگاه صنعتی بهبهان در سال تحصیلی ۱۳۹۴-۱۳۹۵، *اولین کنفرانس بین‌المللی بازاریابی تعاملی اطلاعات*، تهران: دانشگاه تهران.

References

- Ansarizadeh, S. (2018). Survey the status of startups in the field of reading. By order of the Office of Cultural Studies and Planning and Book Reading, [Online]. Available at: https://fbarnamerizi.farhang.gov.ir/ershad_content/media/image/2019/03.pdf. (in Persian)
- Arbabi, P. (2018). *Valuing startups in the field of IT-based companies*, MA dissertation, Tehran University of Science and Culture. (in Persian)
- AshtariMehrdjerdi, A. (2019). *Social study of the factors of emergence and decline of startups in Iran*, Tehran: Research Institute for Cultural and Social Studies. (in Persian)
- Berg, V., Birkeland, J., Nguyen-Duc, A., Pappas, I. O., & Jaccheri, L. (2020). Achieving agility and quality in product development-an empirical study of hardware startups, *Journal of Systems and Software*, 110599.
- Bergset, L., & Klaus, F. (2015). Green start-ups - a new typology for sustainable entrepreneurship and innovation research, *Journal of innovation management*, 3(3), 118-144.
- Borjalilou, S., Mazaheri, M. A., & Talebpour, A. (2016). The role of mobile startups in providing mental health services: A case study, *Health and Biomedicine Informatics*, 3(2), 133-144. (in Persian)
- Fadaei FathAbadi, M. (2017). *Identifying and prioritizing the factors affecting the success of Iranian entrepreneurial ecosystem startups*, MA dissertation, Tabriz University. (in Persian)
- Fakhr, V. (2018). *Promotions and Consequences of Open Innovation and Innovation Climate in the Entrepreneurial Ecology of Iranian Startups with Emphasis on the Role of Organizational Propulsion*, MA dissertation, Kharazmi University. (in Persian)

- Fathi, S., Asfidani, M., & Akbari, M. (2005). Designing a classification model and prioritizing e-business research projects in Iran, *Journal of Commerce*, 37, 153-184. (in Persian)
- Gezelbash, S., Sajadi, J., Sarrafi, M., & Kalantari, M. (2015). Future research by formative scenario writing method, a framework for linking science and experience Case study: Urban system of Zanjan province, *Jografia*, 13(47), 303-324. (in Persian)
- Isfahanian, M. (2018). *Impact of Entrepreneurial Leaders on the Growth of Startups*, MA dissertation, Shahid Beheshti University, Iran. (in Persian)
- Kanani, M. (2018). *The effect of entrepreneurship readiness on the success of startups with the moderating role of entrepreneurship education*, MA dissertation, Tabriz University. (in Persian)
- Khalvat, B. (2019). *Identification and analysis of the basic components of the death of startups*, MA dissertation, Yazd University of Science and Art. (in Persian)
- Marzocchi, C., Kitagawa, F., & Sánchez-Barrioluengo, M. (2019). Evolving missions and university entrepreneurship: academic spin-offs and graduate start-ups in the entrepreneurial society, *The Journal of Technology Transfer*, 44, 167-188.
- Mirzarasuli, F. (2017). *Identifying structural factors affecting the development of start-up companies: A case study of start-up companies located in the Science and Technology Park of Tehran University and Pardis Science and Technology Park*, MA dissertation, Allameh Tabatabaei' University. (in Persian)
- Mohaggar, A., & HajiHeydari, N. (2010). Methodology of changing the business model due to the introduction of mobile technology in the organization, *IT Management* 4, 175-192. (in Persian)
- Motahari, M. (2018). *Attitudes of smartphone users towards mobile advertising*, MA dissertation, Kharazmi University. (in Persian)
- Naddafi, R., Ahmadvand, M. (2017). Identify and prioritize the drivers of start-up business development using Q methodology, *Entrepreneurship Development*, 37, 517-534. (in Persian)
- Najafi, Y. (2016). *Relationship between Mobile Messenger Software (Telegram) in the Occurrence of Individualism in Families (Case Study: Families in Zanjan)*, MA dissertation, Islamic Azad University, East of Tehran Branch. (in Persian)
- Niroomand, P., Ranjbar, M., Saedi, M., & Amirshahi, M. (2012). Identify and classify mobile business models based on a hybrid approach, *IT Management*, 10, 179-210. (in Persian)
- Orlova, L., Gagarinskaya, G., Gorbunova, Y., & Kalmykova, O. (2018). *Start-ups in the field of social and economic development of the region: a cognitive model*.
- Rompho, N. (2018). Operational performance measures for startups, *Measuring Business Excellence*, 22(1).
- Shahinfar, M. (2016). *The effectiveness of leisure sports programs on reducing dependence on mobile messenger software*, MA dissertation, Payamnoor University of Tehran. (in Persian)
- Spender, J. C., Corvello, V., Grimaldi, M., & Rippa, P. (2017). Startups and open innovation: a review of the literature, *European Journal of Innovation Management*.
- Sung-Soo, H., & Dong-Woo, Y. (2017). *Analysis of Research Trends Related to Start-Up Using Text Mining, Korea*, Hoseo University.
- Yousefi, Z. (2016). *Phenomenology of creation and growth of agricultural start-ups, obstacles and solutions*, MA dissertation, Razi University. (in Persian)
- YousefiMoggaddam, F. (2016). *Study of learning English through mobile applications by students of Behbahan University of Technology in the academic year 2016-2017. The first international conference on interactive information marketing*, Tehran: University of Tehran. (in Persian)