



Designing and explaining the intelligence model of new businesses (startups) in the conditions of inflationary stagnation

Hadi Shabani¹, Mohammad Reza Hamidizadeh^{2*}, Hossein VazifehDoost³

1- Ph.D. student in Entrepreneurship Management, Business major, Research Science Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

2*- Professor, Shahid Beheshti University.

3-Professor, Department of Business Administration, Faculty of Management and Economics, Islamic Azad University, Science and Research Unit, Tehran, Iran.

Abstract

This research is designing and explaining the intelligence model of new businesses (startups) for the purpose of organizational resilience in the conditions of inflationary stagnation. This research is fundamental (first stage) with applied approach (second stage). In terms of its nature, it is also included in mixed methods (exploratory-descriptive). In this research, in order to analyze the data obtained from the questionnaire, the coding procedure, according to the statistical needs, is from the statistical software SPSS.V24 and from the structural equation software pls.V3 in the format Two parts of descriptive and inferential statistics have been used in the form of linear and multiple regression. The statistical population of this research in the qualitative stage is 15 experts in the field of organizational behavior, including university professors and managers of active startups in Tehran province. The statistical sample in the qualitative part will be based on the snowball technique. Quantitative statistics of all active startup employees in Tehran province, whose number is 1500. The sampling method in this research is accessible, which are 306 people using Cochran's formula. whose number will be 384 people. The results of the research show that the causal conditions of the research on the central phenomenon in the intelligence model of start-up businesses (0.737), the intelligence of start-up businesses on research strategies in the intelligence model of start-up businesses (0.700) 0) interventional factors of research on research strategies in the intelligence model of start-up businesses (0.003) contextual factors of research on research strategies in the intelligence model of start-up businesses (0.999) research strategies on the consequences of research in the intelligence model of start-up businesses (0.700) has a significant effect in the conditions of inflation stagnation.

Keywords: start-up businesses, organizational resilience, inflationary stagnation

Citation:

Shabani, H., Hamidizadeh, M. R., & VazifehDoost, H. (2024). Designing and explaining the intelligence model of new businesses (startups) in the conditions of inflationary stagnation. *Journal of Intelligent Marketing Management*, 5(1), 10-44.



طراحی و تبیین مدل هوش کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها) در شرایط رکود تورمی

هادی شعبانی^۱، محمد رضا حمیدی زاده^{۲*}، حسین وظیفه دوست^۳

۱ - دانشجوی دکتری مدیریت کارآفرینی گرایش کسب و کار، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲ - استاد گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه شهید بهشتی.

۳ - استاد گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.

چکیده

این تحقیق طراحی و تبیین مدل هوش کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها) به منظور تاب‌آوری سازمانی در شرایط رکود تورمی می‌باشد. این پژوهش از نظر هدف، بنیادی (مرحله اول) با رویکرد کاربردی (مرحله دوم) است. از نظر ماهیت نیز در روشهای آمیخته (اکتشافی-توصیفی)، قرار می‌گیرد. در پژوهش حاضر به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه، رویه کدگذاری، متناسب با نیاز آماری از نرم‌افزار آماری SPSS.V24 و از نرم‌افزار معادلات ساختاری pls.V3 در قالب دو بخش آمار توصیفی و استنباطی بصورت رگرسیون خطی و چندگانه استفاده گردیده است. جامعه آماری این پژوهش در مرحله کیفی ۱۵ نفر از خبرگان حوزه رفتار سازمانی شامل استاتید دانشگاهی و مدیران استارت‌آپ‌های فعال در استان تهران می‌باشند. نمونه آماری در بخش کیفی بر اساس تکنیک گلوله برفی جلو خواهد رفت. همچنین جامعه آماری این پژوهش در مرحله کمی جامعه آماری کمی کلیه کارکنان استارت‌آپ‌های فعال در استان تهران که تعداد آن‌ها ۱۵۰۰ نفر می‌باشد. شیوه نمونه‌گیری در این پژوهش به صورت در دسترس می‌باشد. که با استفاده از فرمول کوکران ۳۰۶ نفر هستند. که تعداد آن‌ها ۳۸۴ نفر خواهد بود. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که شرایط علی پژوهش بر پدیده محوری در مدل هوش کسب و کارهای نوپا (۰/۷۳۷) هوش کسب و کارهای نوپا بر راهبردهای پژوهش در مدل هوش کسب و کارهای نوپا (۰/۷۰۰) عوامل مداخله‌ای پژوهش بر راهبردهای پژوهش در مدل هوش کسب و کارهای نوپا (۰/۰۰۳) عوامل زمینه‌ای پژوهش بر راهبردهای پژوهش در مدل هوش کسب و کارهای نوپا (۰/۹۹۹) راهبردهای پژوهش بر پیامدهای پژوهش در مدل هوش کسب و کارهای نوپا (۰/۷۰۰) در شرایط رکود تورمی تاثیر معناداری دارد.

کلیدواژه‌ها: کسب و کارهای نوپا، تاب‌آوری سازمانی، رکود تورمی، مدل هوش کسب و کار

استناد:

شعبانی، هادی، حمیدی زاده، محمد رضا، & وظیفه دوست، حسین. (۱۴۰۳). طراحی و تبیین مدل هوش کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها) در شرایط رکود تورمی. مدیریت بازاریابی هوشمند، ۱۵(۱)، ۱۰-۴۴.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۱/۱۵

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۳/۰۲/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۰۱

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۳/۱۰

<https://doi.org/JABM.3.2.15564.35125656565047>

نشریه مدیریت بازاریابی هوشمند، ۱۴۰۳، دوره ۵، شماره ۱، پیاپی ۲۳

ناشر: نشریه مدیریت بازاریابی هوشمند

نوع مقاله: علمی پژوهشی

© نویسندگان



مقدمه

کسب و کارها دائما با شرایط و وقایعی در محیط چالشی و فرارقابتی مواجهند که تنش و عدم قطعیت را به همراه داشته و می توانند عملیات سازمان را مختل کنند (سوکوکو^۱ و همکاران؛ ۲۰۲۰).

چرا برخی کسب و کارها با توجه به تغییر و تحولات و ناملايمات محیطی همچنان به قوت خود باقی می مانند و مسیر رو به رشد خود را ادامه می دهند و بسیاری از کسب و کارها توانایی مدیریت آسیب پذیری ها را ندارند؛ به گونه ای که در برابر آشوبهای تجاری حذف می شوند یا تحت مالکیت سازمان های قدرتمند در می آیند؟ (ویجایا و پانگران، ۲۰۲۰).

در اقتصاد جهانی استارتاپ ها به عنوان بازیگران کلیدی توسعه اقتصادی سهم بسزایی در ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی در سطح ملی، منطقه ای و جهانی دارند (دلانگ^۲ و همکاران، ۲۰۲۱).

شرکت نوپا یا استارتاپ به یک شرکت یا کسب و کاری گفته می شود که به تازگی و در نتیجه کارآفرینی ایجاد شده، رشد سریعی دارد و در جهت تولید راه حلی نوآورانه و دوام پذیر برای رفع یک نیاز در بازار شکل گرفته است. (حیدری، ۱۳۹۹)

نتایج مطالعات نشان می دهد که نرخ شکست استارتاپ ها بسیار بالاست و در برخی صنایع به نرخ ۹۰ درصد می رسد (آرورا، ۲۰۱۹).

در این پژوهش می کوشیم، با رویکرد تاب آوری فعال و تبیین مدلی در این زمینه، به استارتاپ ها در ایجاد و تقویت تاب آوری در برابر بحران ها و چالش ها و تداوم کسب و کارها در شرایط رکود تورمی کمک کنیم.

با توجه به چالش ایجاد یک کسب و کار پایدار برای استارتاپ ها؛ شناخت نوع هوش کسب و کار و مدل آن در حوزه کسب و کار های نوپا مساله اصلی تحقیق حاضر می باشد تا بر اساس آن تاب آوری سازمانی که در حال حاضر برای استارتاپ ها بسیار ناشناخته و مدیریت ناپذیر است بررسی شود و حاصل آن بتواند به مدیریت و بقای استارتاپ ها در شرایط رکود تورمی که از معضلات جامعه کسب و کارهای کشور است کمک نماید. البته جهت نیل به این مهم مسائل فرعی دیگری از قبیل مسائل حاکم بر وضعیت مدل هوش کسب و کارهای نوپا، ظرفیت تاب آوری و شرایط رکود تورمی در درون مساله اصلی وجود دارد که نیاز به مطالعه، بررسی و تحقیق دارد.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

مدل مناسب هوش کسب و کار به مدیران در شناخت و حل مشکلات، کشف ریسک های کسب و کار، شناخت فرصت ها، پیش بینی روندهای بازار، تخمین فعالیت رقبا، درک بهتر نیازمندی های کسب و کار و مدیریت بهتر مشتریان کمک می نماید. با استفاده از چنین سیستم هایی مدیران می توانند واکنش سریعتری نسبت به مشکلات و تخمین صحیح وضعیت در مقابل رقبا انجام دهند. در نتیجه شرکت قادر خواهد بود که به کسب مزیت رقابتی بپردازد و تاب آوری سازمانی خود را افزایش دهد. (حسن پور و سیلی، ۱۳۹۸).

اهمیت و ضرورت انجام پژوهش حاضر از آن جاست که این پژوهش می کوشد با ارائه مدلی برای تاب آوری کسب و کارها در شرایط رکود تورمی در ایجاد و تقویت تاب آوری و بقای شرکت های نوپا کمک نماید.

هوش کسب و کار، هم یک فرآیند و هم یک محصول است. از بعد فرآیند، یعنی متشکل از روش هایی است که، سازمان ها بتوانند اطلاعات مفید یا هوشمند ایجاد کنند و می تواند به سازمانها کمک کند تا زنده بمانند و رشد کنند. از بعد محصول، اطلاعاتی

¹ Sukoco et al

² Wijaya & Pangeran

³ de Lange et al

است که به سازمان اجازه می دهد تا رفتار مشتریان، تامین کنندگان، مشتریان فن آوری ها، خرید، بازار، محصولات و خدمات و محیط کسب و کار عمومی را، با درجه اطمینان خود پیش بینی کند. BI موضوعی جالب توجه است، زیرا با وجود شیوه های عملیاتی بر روی اطلاعات، شامل روش های الکترونیکی جمع آوری، پردازش و ارتباطات، اطلاعات به طور فزاینده ای در دسترس قرار می گیرد. مزایای اصلی درک شده از BI عبارتند از: تصمیم گیری بهتر، بهبود فرآیندهای کسب و کار و حمایت از دستیابی به اهداف تجاری استراتژیک در میان رقبا (ماریان و همکاران، ۲۰۱۸). اهمیت رویکرد سازمان ها به هوش کسب و کار، نگاه مدیریتی است که نسبت به چشم انداز تکنولوژیکی سنتی دارند (قدمی و صالحی، ۱۴۰۰). روی بهبود بخشند. حکمت مشترک موجود این است که، اگر سازمان از جریان دانش های بیرونی بهره مند شود، تحت تأثیر امید دست نیافتنی قرار می گیرد، یعنی مدل های نوآوری موفق بر اساس مرزهای سازمانی نفوذپذیر و مشتریان، سرعت نوآوری محصول را تعیین می کنند (نیتیا و کیروتیکا، ۲۰۲۱).

تاب آوری سازمانی

ریشه لاتین واژه تاب آوری بازگشتن به حالت اول پس از یک شوک است. در فرهنگ لغت معین تاب آوردن به معنی " تحمل کردن " و " طاقت آوردن " معنا شده است. در برخی متون، تاب آوری به مفهوم سازگاری مثبت در واکنش به شرایط ناگوار می باشد. تاب آوری در ابتدای امر در سطح فرد و خانواده مطالعه شده و سپس این مفهوم به مباحث سازمانی در قالب تاب آوری سازمانی و مباحث جامعه شناسی در قالب تاب آوری اجتماعی تسری پیدا کرده است. در ادامه پس از بحران ۲۰۰۸ میلادی در سطحی کلان یعنی سطح ملی و تحت عنوان تاب آوری ملی مطرح گردید و در ادامه تاب آوری منطقه ای و جهانی وارد ادبیات تحقیق محققین گردید (فاکله و همکاران، ۲۰۲۱).

شواهد مختلف گویای طبیعت بدون حد و مرز اختلالات در اداره کسب و کارها است (شمس الدین، ۲۰۲۰). کسب و کارهای مختلفی هستند که توانایی مدیریت آسیب پذیری ها را ندارند؛ به گونه ای که در برابر آشوب های تجاری امکان دارد حذف شوند یا تحت مالکیت سازمانهای قدرتمند درآیند (هرمس و همکاران، ۲۰۱۸).

ایجاد ظرفیت برای تاب آوری

ارتباط بین تاب آوری اشخاص و تاب آوری سازمانی یک عمل متقابل بین سیستم ها و زیر سیستم ها را منعکس می کند. توانایی های سطوح سازمانی یک ترکیب افزایشی از توانایی های شخصی نیست. هم عمل اشخاص و هم واکنش آنها بر این موضوع اثر می گذارد. یک شبکه اجتماعی پیچیده که هم تغییرات و هم درک ظرفیت سازمانی برای تاب آوری در راه های مهم را توسعه می دهد، ایجاد شده است. بنابراین وقتی که توجه ما به سوی توسعه ی دانش، مهارت و توانایی مربوط به تاب آوری در بین کارمندان یک شرکت جلب می شود، تمرکز نهایی ما بر روی این می باشد که چگونه اشخاص به طور جمعی سازمان را قادر به تاب آوری می سازند. نتایج به محققان اجازه ی این ارزیابی را می دهد که آیا یک سازمان تاب آوری را نشان می دهد یا خیر - آیا یک سازمان تهدیدات محیطی را زنده نگه می دارد؟ آیا شرکت با وجود چالش هایی که با آن مواجه می شود موفق می شود؟ آیا شرکت توانایی جدید توسعه را می دهد و عملکردهای تغییر شکلی را به عنوان یک نتیجه می غلبه بر بحران ها درگیر می کند؟

¹ Mariani et al

² Nithya & Kiruthika

³ Fackler et al

⁴ Shamsuddin

⁵ Harms et al

رکود

رکود ناشی از نارسایی تقاضای موثر توسط کینز مطرح شد. وی نشان داد: "تناقض خست" (کاهش تولید ناشی از تقاضای کل) و تقاضای سفته بازی پول جانشین اصلی کارایی تقاضای موثر شده اند. کینز راه حل برون رفت از رکود ناشی از نارسایی تقاضا موثر را در اعمال سیاست های انبساطی و افزایش تقاضای کل عنوان کرد. اما اگر رکود به علت نارسایی تقاضای موثر نباشد، اعمال سیاست های انبساطی دولت منجر به افزایش قیمت ها و ضمیمه کردن تورم به رکود و بروز رکود تورمی می شود (بار و پیاوه، ۲۰۲۱).

رکود تورمی

در صورتی که نزول یا افت مهم در فعالیت های اقتصادی بیش از چند ماه طول بکشد، رکود تورمی رخ می دهد. رکود تورمی روی تولیدات صنعتی، اشتغال، درآمد، تجارت، عمده فروشی و خرده فروشی تاثیر گذار است. شاخص فنی بحران بر اساس دو مرحله متوالی از رشد اقتصادی منفی توسط تولید ناخالص داخلی تعیین می شود (رایسمن، ۲۰۱۸). رکود تورمی، یک رکود طبیعی، ناخوشایند و بخشی از یک چرخه اقتصادی است که گاهی، وقایع حساس و بحرانی در شکل گیری آن موثرند (دودی، ۲۰۲۱). در تعریف مفهومی دیگری، رکود تورمی به طیف گسترده ای از وضعیت هایی اطلاق می شود که برخی از منابع مالی بخش اعظمی از ارزش اسمی خود را از دست می دهند (واگدی و همکاران، ۲۰۲۱). از وضعیت هایی که ناشی از تبعات رکود اقتصادی می باشند شامل سقوط بازار سهام، ترکیدن حباب های اقتصادی و بحران واحد پولی هستند (اوزیلی، ۲۰۲۰). اغلب این پیامدها ناشی از سیاست های مالی ناپایدار دولت ها بوده و جهت درمان آن معمولاً از سیاست های مالی انبساطی استفاده می شود (لی و وی، ۲۰۲۰).

رکود تورمی در ایران

با نگاهی به آمار تورم و رشد اقتصادی در ایران مشاهده می کنیم که اقتصاد ایران از سال ۱۳۵۷ تاکنون در چندین مقطع رکود تورمی را تجربه کرده است، که دوام و پایداری آن بستگی به مدت زمانی دارد که درگیر این معضل بوده است و شدت و ضعف آن بستگی به میزان افزایش تورم و کاهش تولید دارد (یوسفی و خادم، ۱۳۹۶).

نمودار ۳-۸ رشد اقتصادی و تورم ایران را نشان می دهد، در مقطعی که یک فاصله بین نمودار رشد و نمودار تورم ایجاد می شود رکود تورمی اتفاق افتاده است که شدت و مدت زمان استمرار آن، بسته به دلایل و شرایط می تواند متفاوت باشد. در ادامه به دوره های رکود تورمی در ایران اشاره می شود (دلیر و علی اصغرزاده، ۱۳۹۶).

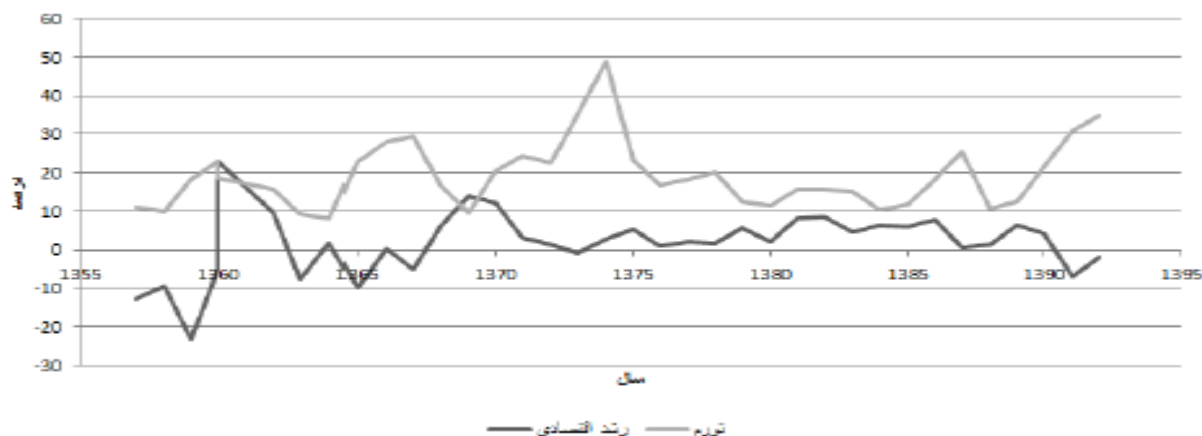
¹ Baer & Paiva

² Reisman

³ Duddy

⁴ Wagdi et al

⁵ Li & Wei



نمودار ۱: رشد اقتصادی و تورم در ایران طی سال های ۱۳۵۷-۱۳۹۲ (دلیر و علی اصغرزاده، ۱۳۹۶)

سال های ۱۳۵۷ تا ۱۳۶۰: در اواخر سال ۵۷ با استقرار نظام جمهوری اسلامی، اعتصابات پایان یافت و با از سرگیری فعالیت ها جریان تولید مجدداً آغاز شد. در این سال ها مشکلاتی مانند کمبود مواد اولیه و کالاهای واسطه ای و مشکلات مالی مانع بازگشت وضعیت عادی به صنایع کشور شد و در نتیجه عرضه محصولات داخلی کشور کمتر از تقاضای موجود بود (بلکه و کلوز، ۲۰۱۸).

در مجموع در سال ۱۳۵۸ قیمت ها به آرامی افزایش یافت. افزایش قیمت ها در این سال عمدتاً از آبان ماه به دنبال بروز تبعات سیاسی ناشی از اشتغال سفارت آمریکا در ایران و به دنبال آن تحریم های اقتصادی و مسدود شدن ذخایر ارزی کشور شروع شد و به دلیل عوامل روانی و احتکار و سفته بازی شدت گرفت (آنسل و گینگریچ، ۲۰۱۸).

در سال ۱۳۵۹ به دلیل وقوع جنگ تحمیلی و افزایش هزینه ها و در نتیجه کسری بودجه دولت، سطح عمومی قیمت ها بگونه ای شدیدتر افزایش پیدا کرد. در این سال ها به سبب تحریم، صنایع وابسته ی کشور به مواد اولیه و کالاهای واسطه ای دچار مشکل شدند، از طرفی تحریم اقتصادی موجب گردید که تهیه کالاهای مورد نیاز از طریق واسطه های بین المللی و با قیمت بیشتری صورت پذیرد (کروتی، ۲۰۱۸).

در سال ۱۳۶۰ هم به دلیل شرایط نامناسب اقتصادی ناشی از جنگ تحمیلی، عدم وجود زمینه لازم برای سرمایه گذاری، کمبود نیروی انسانی و ضعف مدیریت و افزایش نقدینگی روند صعودی قیمت ها با اندکی تخفیف نسبت به سال ۱۳۵۹ ادامه یافت. همچنین در این سالها به دلیل افزایش کسری بودجه، میزان تخصیص اعتبارات بانکی به بخش خصوصی کاهش یافته و اعتبارات نظام بانکی به دولت اختصاص یافت و رشد پایه پولی و در پی آن تورم افزایش یافت و پدیده رکود تورمی به وقوع پیوست. همچنین در این سال ها به علت تحریم اقتصادی و جنگ تحمیلی و در پی آن نا امن شدن مرزهای آبی جنوب کشور ارزش واردات کاهش یافت. میزان واردات از سال ۱۳۵۷ تا ۱۳۵۹ در جریان شکل گیری انقلاب اسلامی کاهش یافته و به رقمی حدود ۱۰ میلیارد دلار در سال های فوق

¹ Belke & Klose

² Ansell & Gingrich

³ Crotty

رسید. طبق آمار طی سال های ۱۳۵۷-۱۳۶۰ میانگین نرخ تورم به ۱۸٪ رسید و از سویی دیگر رشد اقتصادی به دلایل مختلف از جمله کاهش درآمد های ارزی منفی شد (آربتمن و کوگلر، ۲۰۱۹).

به طور کلی می توان کاهش رشد اقتصادی و افزایش تورم در این دوره را ناشی از مقارن بودن با انقلاب اسلامی، کاهش درآمد ارزی، عوارض ناشی از جنگ و تحریم، فرار سرمایه از کشور و عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه گذاری جدید دانست (مارکیتی^۲ و همکاران، ۲۰۱۹).

سال های ۱۳۶۴ تا ۱۳۶۷: در این دوره علاوه بر اینکه خسارت ناشی از جنگ بر اقتصاد و زیر ساخت های اقتصادی ایران همچنان پا برجا بوده، سقوط شدید قیمت نفت در بازارهای جهانی در سال ۱۳۶۵ به کاهش درآمدهای ارزی دولت منجر شد. کاهش درآمدهای ارزی کشور از یک سو موجب کاهش واردات مورد نیاز صنایع و در نتیجه تنزل تولیدات صنایع وابسته ی کشور، و از سویی دیگر سبب افزایش کسری بودجه دولت و رشد نقدینگی و در نتیجه افزایش فشارهای تورمی شد. در نتیجه اثرات تنگناهای ارزی کشور به صورت افزایش تورم و گسترش بیکاری و به عبارتی وقوع رکود تورمی ظاهر گردید (کلوگه، ۲۰۱۹).

سال ۱۳۶۶ در شرایطی آغاز گردید که جنگ تحمیلی و تبعات آن همراه با محدودیت های منابع ارزی، حاکی از تشدید فشارهای تورمی در جامعه بود لذا دولت برای کنترل قیمت ها اقدام به تهیه و اجرای طرح موسوم به "طرح تعزیرات حکومت" نمود (اونو و یامادا^۳، ۲۰۱۸).

در سال ۱۳۶۷ علاوه بر تداوم مشکلات ارزی، کاهش بهای نفت در بازارهای جهانی، درآمدهای عمومی دولت را شدیداً تحت تأثیر قرار داد در نتیجه دولت با کسری بودجه عظیمی روبه رو شد که حدود ۵۰ درصد کل پرداخت های دولت را تشکیل می داد و تأمین کسری بودجه از طریق استقراض از بانک مرکزی سبب افزایش پایه پولی شد. در نتیجه علیرغم آغاز مذاکرات صلح و آثار روانی مثبت ناشی از آن، روند صعودی قیمت ها ادامه یافت. همچنین در این دوره واردات به سبب جنگ و تحریم کاهش یافت و رشد تولید ناخالص داخلی از ۲ درصد در سال ۶۴ به ۹/۱ درصد در سال ۱۳۶۷ رسید و تورم از ۹/۶ به ۷/۲۳ درصد افزایش یافت. اما در سال ۱۳۶۸ با افزایش درآمدهای نفتی، کسری بودجه عمومی کاهش قابل ملاحظه ای یافت و از فشارهای تورمی کاسته شد و نرخ رشد شاخص قیمت ها محدود گردید (یاروچینسکی و لenza^۴، ۲۰۱۸).

سال های ۱۳۷۲ تا ۱۳۷۴: در آمد های نفتی از اواخر سال ۱۳۷۲ شروع به کاهش کرد و بازپرداخت بدهی ها را با مشکل مواجه ساخت در نتیجه طی سال های ۱۳۷۳ و ۱۳۷۴ با فرا رسیدن سررسید باز پرداخت بدهی های خارجی و در کنار آن اعمال سیاست های پولی و مالی انبساطی، فشار های تورمی افزایش یافت. در این سال ها سیاست های ارزی به خصوص کاهش ارزش رسمی پول در مقابل ارزهای خارجی و حرکت به سمت نظام شناور ارزی، اجرا شد. در نتیجه ناسازگاری سیاست های پولی و مالی انبساطی و کاهش ارزش پول فشارهای تورمی شدیدی را به اقتصاد تحمیل کردند. بدین ترتیب اقتصاد ایران در سال های ۱۳۷۳ و ۱۳۷۴ بالاترین نرخ های تورم تا حدود ۴۹ درصد را تجربه کرده است (پاریبونی^۵ و همکاران، ۲۰۲۰).

^۱ Arbetman & Kugler

^۲ Marquetti et al

^۳ Ono & Yamada,

^۴ Jarociński & Lenza

^۵ Pariboni et al

با وقوع این شرایط در خرداد ۱۳۷۴ دولت نرخ ارز را تثبیت و بازار غیر رسمی ارز را غیر قانونی اعلام کرد و با تعیین دو نرخ رسمی و صادراتی در کنترل قیمت ها کوشید. همچنین سعی شد با اعمال کنترل اعتبارات بانکی و نیز کاهش قدرت وام دهی بانک ها، حجم نقدینگی را کنترل و در عمل سیاست انبساطی پولی اعمال شود. بطور کلی می توان گفت در این دوره علاوه بر اتمام جنگ و شروع برنامه های بازسازی و افزایش هزینه های عمرانی و جاری دولت، اتخاذ سیاست های پولی و مالی انبساطی، تک نرخ کردن ارز و حذف محدودیت واردات شوکی را به اقتصاد وارد کرده است و در نتیجه ی آن تورم افزایش یافته در حالیکه رشد اقتصادی افزایش چشمگیری نداشت (انیدیوبو^۱ و همکاران، ۲۰۱۸).

سال های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۲: از جمله عوامل این دوره، جهش قیمت حامل های انرژی در اثر اجرای برنامه هدفمندی یارانه ها در سال ۸۹، تحریم ها و تاثیر آن روی کاهش تولید، کاهش فروش نفت و درآمد های ارزی و در نتیجه کسری بودجه دولت و در پی آن رشد پایه پولی، افزایش نرخ ارز و به تبع آن افزایش قیمت کالاهای وارداتی، عملکرد ضعیف نهاد ها، عدم شفافیت اطلاعاتی، گسترش رانت و فساد و ... را می توان نام برد که سبب افزایش تورم به ۳۵٪ و کاهش رشد اقتصادی حدود منفی ۶ درصد شد (تاسکینسوی^۲، ۲۰۲۰).

کاهش در آمد های ارزی با اثر گذاری بر بودجه دولت، به کاهش قابل توجه بودجه عمرانی دولت، و همچنین به کاهش واردات مواد اولیه انجامید. در کنار این عوامل افزایش ناطمینانی ناشی از روند تحریم ها و بی ثباتی فضای اقتصاد کلان و رشد نقدینگی سبب تلاطمات شدید ارزی شد. بدین ترتیب بحران های ارزی به وجود آمده موجب افزایش بیش از پیش هزینه های تولید و در نتیجه تشدید فشار سمت عرضه اقتصاد گردید (برژو^۳ و همکاران، ۲۰۱۸).

بطور خلاصه وابستگی بودجه دولت و واردات به درآمدهای نفتی و آسیب پذیری تولید از تحولات ارزی از طریق ایجاد محدودیت بیشتر در سمت عرضه اقتصاد و افزایش هزینه های تولید رکود اقتصادی را تشدید کرد (جوردا و نچیو^۴، ۲۰۲۰).

در این دوره مطالبات معوقه بانکی افزایش و قدرت تسهیلات دهی بانک ها کاهش یافت در نتیجه هزینه های تأمین مالی بنگاه ها افزایش یافته که منجر به تشدید فشارهای سمت عرضه شد و از سویی دیگر در آمد قابل تصرف خانوارها را تقلیل داد؛ این امر سبب کاهش پس انداز و سرمایه گذاری و در مجموع کاهش تقاضای کل شد (ارمکی^۵ و همکاران، ۲۰۱۸).

همچنین در این دوران صادرات و واردات پس از اعمال تحریم روند نزولی داشته اند، البته کاهش واردات بیشتر بوده است، زیرا با جهش نرخ ارز در این سال ها تا حدی صادرات تشویق شده است ولی در مجموع به سبب تحریم ها کاهش یافته است. در واقع بیشتر کاهش واردات به سبب تحریم هم، در بخش کالاهای سرمایه ای و واسطه ای بوده و کالاهای مصرفی کمتر تحت تاثیر قرار گرفته اند. در پایان سال های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ واردات سرانه به ترتیب ۸/۱۱٪ و ۷/۷٪ سالانه کاهش یافته است که در این میان واردات بخش صنعت به شدت کاهش یافت. کل صادرات سرانه در سال ۱۳۹۰ به میزان ۷/۲۴٪ رشد داشته و در سال های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ به ترتیب ۷٪ و ۵/۳٪ کاهش یافته است. همچنین افزایش قیمت نفت در سال های ۱۳۸۸ و ۱۳۸۹ باعث شد که آحاد اقتصادی کاهش تولید نفت را مشاهده

¹ Anidiobu et al

² Taskinsoy

³ Bergeaud et al

⁴ Jordà & Nechio

⁵ Aramaki et al

نکنند. در نتیجه ی افزایش قیمت نفت، علیرغم کاهش تولید نفت درآمد های دولت افزایش یافته و دولت توانست با اجرای سیاست های انبساطی رشد اقتصادی را در کوتاه مدت و در خلال سال ۱۳۸۹ فراتر از روند بلند مدت قرار دهد (الماس و کرتا، ۲۰۱۹).

در سال ۱۳۹۲ با روی کار آمدن دولت یازدهم و شروع مذاکرات و تعلیق برخی از تحریم ها، افقی روشن تر از آینده در آحاد جامعه ایجاد شد. صادرات نفت در نیمه دوم ۱۳۹۲ رو به افزایش رفت و کنترل اجزای پایه پولی و کاهش بی ثباتی اقتصاد کلان و نااطمینانی به کاهش تورم و ثبات نسبی ارز انجامید. با افزایش درآمد های ارزی در نیمه دوم سال ۱۳۹۲، روند کاهشی واردات مواد اولیه تا حدودی متوقف و از شتاب روند نزولی ارزش افزوده بخش صنعت کاسته شد و تا حدودی شرایط رو به بهبود رفت (بوتا و همکاران، ۲۰۱۸).

طبق مطالب بیان شده و تجربه ایران از پدیده رکود تورمی می توان عمده دلایل بروز رکود تورمی در این سال ها در اقتصاد ایران را، نوسان درآمدهای نفتی و وابستگی بودجه دولت به آن، افزایش نقدینگی و هزینه کرد آن در بودجه دولت، تغییرات نرخ ارز و تاثیر آن بر هزینه های تولید و به طور کلی نارسایی های بخش عرضه اقتصاد بیان کرد. بنابراین مشخص است که شرایط اقتصادی ایران آمادگی پذیرش پدیده رکود تورمی را دارد. لذا نیاز است عوامل تعیین کننده آن و اتخاذ سیاست ها جهت برون رفت از آن مورد بررسی قرار گیرد (کودا و سوما، ۲۰۱۹).

¹ Almas & Kurita

² Botta et al

³ Kuda & Soma

در ادامه جدول پیشینه پژوهش به صورت خلاصه شده ارائه شده است:

جدول ۱: خلاصه پیشینه پژوهش

نام نویسندگان	سال	عنوان مقاله	روش انجام و نتیجه گیری پژوهش
احمدی	۱۴۰۰	رکود تورمی و چگونگی شکل گیری آن در اقتصاد کشور	رکود تورمی پدیده ایست که در آن هم رکود و بیکاری جامعه را فرا گرفته و هم قیمت ها مدام در حال رشد هستند. این پدیده در صورتی رخ می دهد که هزینه های تولید افزایش یافته باشند (مثلا قیمت مواد اولیه بالا رود) که نتیجه آن کاهش تولید و افزایش بیکاری می باشد. این امر نیز به نوبه خود کاهش سرمایه گذاری را بدنبال دارد. در پی این کاهش دولت ها با کسری بودجه مواجه می شوند. در این شرایط دولت ها برای حل بحران و همچنین برای جبران کسری بودجه از راه هایی مانند برداشت از حساب ذخیره ارزی سعی بر افزایش حجم نقدینگی می کنند که خود باعث تورم می شود و تورم به رکود موجود اضافه شده، رکود تورمی ایجاد می شود. در این مقاله چگونگی شکل گیری رکود تورمی در اقتصاد ایران تشریح خواهد شد و راه کارهای خروج از این بحران بیان می شوند.
فلاح زاده و همکاران	۱۳۹۹	بررسی نقش و اثر بخشی راهکارهای فن آوری اطلاعات بر افزایش تاب آوری سازمانی	تحقیقات نشان داده اند که یکی از مهم ترین عوامل توانایی یک جامعه در مواجهه با بحران ها و کیفیت باز یا بی از چالش ها، توانایی و قابلیت سازمان های یک جامعه در مدیریت بحران ها و چالش ها است. سازمان ها با خدمات ضروری که در زمان های بحران ارائه می کنند، نقش بسیار مهمی در سرعت بازگشت جامعه به شرایط عادی ایفا می کنند. از این رو تاب آوری سازمانی به معنای ظرفیت سازمان در پیش بینی بحران، کاهش اثرات و مقاومت در برابر آسیب های آن، پاسخ و واکنش مناسب و نهایتا بازیابی از شرایط بحرانی، اخیرا تبدیل به یک موضوع مهم در تحقیقات سازمانی شده است. با توجه به رشد روز افزون ارائه خدمات الکترونیکی در سازمان ها در این راستا، این مقاله می کوشد، با بررسی نقش و اثر بخشی راهکارهای فن آوری اطلاعات بر افزایش تاب

<p>آوری سازمانی، به سازمان ها در دستیابی به تاب آوری کمک کند. و پیشنهادهایی کاربردی برای کمک به تاب آور شدن آنها و یا بهبود و ارتقای آنها ارائه دهد. روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش برای طراحی مدل، کیفی از نوع مرور سیستماتیک و بی ان تجربیات خبرگان است.</p>			
<p>در این تحقیق برای انتخاب مناسب ترین استارت آپ از روش فرآیند تحلیل شبکه ای فازی (FANP) استفاده می شود که در آن گزینه ها نسبت به چهار معیار اصلی اقتصادی، فنی، اجتماعی، سیاسی و زیر معیارهای آنها که دارای وابستگی درونی و بیرونی می باشند مقایسه می گردند. داده های مورد نیاز برای این تحقیق بر اساس نظرات نخبگان، کارشناسان سرمایه گذاری خطرپذیر و اطلاعات موجود در بانک اطلاعاتی انمن سرمایه گذاری خطر پذیر کوور بدست آمده است. نتایج این تحقیق میتواند راهکار مناسبی را برای سرمایه گذاران خطر پذیر، در انتخاب استارت آپ های مناسب جهت سرمایه گذاری ارائه دهد.</p>	<p>انتخاب مناسب ترین کسب و کار نوپا (استارت آپ) در سرمایه گذاری خطرپذیر با استفاده از روش فرآیند تحلیل شبکه ای فازی</p>	<p>۱۳۹۸</p>	<p>زالی و همکاران</p>
<p>در این تحقیق برای انتخاب مناسب ترین استارت آپ از روش فرآیند تصمیم گیری استفاده می شود که در آن گزینه ها نسبت به چهار معیار اصلی اقتصادی، فنی، اجتماعی، سیاسی و زیر معیارهای معرفی شده در این تحقیق مقایسه می گردند. داده های مورد نیاز برای این تحقیق بر اساس نظرات نخبگان، کارشناسان سرمایه گذاری و اطلاعات موجود در بانک اطلاعاتی آنها بدست آمده است.</p>	<p>تخاب معیارهای مناسب ترین کسب و کار نوپا جهت سرمایه گذاری با استفاده از مدل های تصمیم گیری</p>	<p>۱۳۹۷</p>	<p>زالی و همکاران</p>
<p>این مطالعه با هدف بررسی تاثیر هوش تجاری بر عملکرد مالی استارت آپ ها انجام شده است. روش تحقیق توصیفی - پیمایشی و غیر کاربردی است. جامعه آماری پژوهش شامل مدیران عامل و کارشناسان استارت آپ است که در نمونه ای ۲۵۰ نفری مورد بررسی قرار گرفتند. همچنین برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه ۴۳ سوالی با روایی و تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. نتایج نشان داد که هوش تجاری تاثیری بر یادگیری شبکه ای در</p>	<p>تاثیر هوش تجاری بر عملکرد مالی استارت آپ ها</p>	<p>۲۰۲۲</p>	<p>هوانگ و همکاران</p>

استارت‌آپ‌ها نداشته است، اما هوش تجاری نوآوری در استارت‌آپ‌ها را ۰,۹۹ افزایش داده است، همچنین نوآوری در عملکرد مالی استارت‌آپ‌ها را ۰,۳۱۱، هوش استارت‌آپی در یادگیری شبکه ای ۰,۵۳۷، یادگیری شبکه تا گام به گام ارتقا یافته است. افزایش نوآوری در استارت‌آپ‌ها با ۰,۶۳۲ و Network Learning در بهبود عملکرد مالی در استارت‌آپ‌ها با ۰,۳۹۷. تأثیر هوش تجاری بر نوآوری و همچنین یادگیری شبکه ای تأیید شد و تأثیر نوآوری و یادگیری شبکه بر عملکرد مالی نیز تأیید شد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که تأثیر هوش تجاری بر عملکرد مالی به طور غیرمستقیم از طریق نقش واسطه ای نوآوری و یادگیری شبکه ای در استارت‌آپ‌ها بررسی شده است. با کمال تعجب، این دو عامل برای افزایش عملکرد مالی ضروری هستند.

این مقاله بر پتانسیل کلی استفاده از BI در استارت‌آپ‌ها تمرکز دارد. ما ابتدا بررسی خواهیم کرد که کدام ارائه دهندگان راه حل BI برای استارت‌آپ‌ها مناسب هستند و چه فرصت‌هایی برای پیاده سازی سیستم‌های BI در استارت‌آپ‌ها وجود دارد. سپس نشان داده خواهد شد که تا چه حد BI در استارت‌آپ‌ها غلبه کرده است، در چه زمینه‌هایی از تکنیک‌های BI در استارت‌آپ‌ها استفاده می‌شود و هدف از BI در استارت‌آپ‌ها چیست. در نهایت، عوامل موفقیت برای پروژه‌های BI در استارت‌آپ‌ها در نظر گرفته می‌شود.

این مطالعه اهمیت نهاده‌ها را در روابط مشارکتی برای اهداف مشترک بین اعضای خوشه و ذینفعان خارجی را نشان می‌دهد و اینکه این فرآیند باید به تدریج در طول زمان توسعه یابد. شبکه حاصل مانند یک مارپیچ سه گانه است، یک همکاری ثمربخش بین صنعت، دانشگاه و مقامات دولتی.

تاب آوری برای سازمان‌ها دارای سه ویژگی اصلی است. آگاهی از وضعیت، مدیریت آسیب پذیری‌های مهم و ظرفیت سازگاری. یک فرایند آسان ارائه شده به سازمانها کمک می‌کند تا عملکرد خود را در رابطه با این

اثرات استفاده از سیستم‌های هوش تجاری بر فرآیند مدیریت تعالی و تصمیم‌گیری توسط شرکت‌های نوپا: مطالعه موردی

آزروئال و تیل ۲۰۱۹

خوشه‌های کسب و کار و تاب آوری سازمانی

ادستروم ۲۰۱۸

فرآیند تسهیل شده برای بهبود تاب آوری سازمانی

مک مانوس و همکاران ۲۰۱۸

ویژگی‌ها افزایش دهند. این فرآیند مدیریت انعطاف پذیر
 نامیده می‌شود و با ۱۰ سازمان مطالعه موردی که به طور
 خاص برای نشان دادن طیف گسترده‌ای از بخش‌های
 صنعت، انواع مشاغل و اندازه‌ها در نیوزیلند انتخاب شده
 و آزمایش شده است. برخی از موضوعات مقاومت اولیه
 که باید از این مطالعه ناشی شود نیز به طور خلاصه بحث
 شده است.

راهبرد پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، بنیادی (مرحله اول) با رویکرد کاربردی (مرحله دوم) است. از نظر ماهیت نیز در روش‌های آمیخته (اکتشافی-توصیفی)، قرار می‌گیرد. مدل ایجادگونه شناسی - به عنوان راهبرد پژوهشی استفاده کرده است.

روش شناسی (چگونگی گردآوری داده‌ها)

از منظر روش شناسی، پژوهشگران تفسیری از روش‌های کیفی استفاده می‌کنند. مهمترین شیوه‌های گردآوری داده‌ها در این پارادایم عبارتند از: مشاهده مشارکتی، مصاحبه‌های عمیق، مطالعه موردی، گروه‌های کانونی و پژوهش دریا بنده. با توجه به اینکه پژوهشگر تفسیری تلاش دارد که از بستر درونی به درک پدیده بپردازد، موفق به شناسایی واقعیت‌های چندگانه می‌شود، زیرا دیدگاه‌های همه نقش آفرینان را مد نظر قرار می‌دهد (دانایی فرد، ۱۳۸۹).

جامعه آماری در مرحله کیفی پژوهش

جامعه آماری پژوهش حاضر در بخش کیفی از ۱۵ نفر از خبرگان حوزه رفتار سازمانی شامل استاتید دانشگاهی و مدیران استارت‌آپ‌های فعال در استان تهران می‌باشند.

نمونه آماری در مرحله کیفی پژوهش

نمونه آماری در بخش کیفی بر اساس تکنیک گلوله برفی تا حدی جلو خواهد رفت تا داده‌ها به مرز اشباع برسد. زمانی از تکنیک گلوله برفی استفاده می‌شود که محقق سعی دارد، در جمع‌آوری داده‌ها، به اجتماع و اشتراک مدنظری دست پیدا کند و این مرحله تا جایی ادامه پیدا کند که به حد اشباع برسد. بنابراین تکنیک گلوله برفی، شمایل کلی و بیش‌کاملی در خصوص جمع‌آوری و تشریح داده‌ها، فراهم خواهد کرد.

جامعه آماری در مرحله کمی

جامعه آماری کمی کلیه کارکنان استارت‌آپ‌های فعال در استان تهران که تعداد آن‌ها ۱۵۰۰ نفر می‌باشد.

نمونه آماری و ابزار گردآوری داده‌ها در مرحله کمی

شیوه نمونه‌گیری در این پژوهش به صورت در دسترس می‌باشد. که با استفاده از فرمول کوکران ۳۰۶ نفر هستند.

روش گردآوری و تحلیل داده‌های کمی

ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش، مطالعات کتابخانه‌ای و مقالات موجود در مجلات معتبر داخلی و خارجی روز دنیا است که دسترسی به آنان از طریق درگاه‌های الکترونیکی معتبر امکان‌پذیر است. همچنین برای ارزیابی متغیرها و سنجش آن‌ها به صورت میدانی از طریق پرسشنامه محقق ساخته اقدام شده است.

شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها در مرحله کمی

از آمار توصیفی برای بررسی شاخص‌های مرکزی و پراکندگی متغیرهای تحقیق در قالب جدول و نمودار استفاده خواهد گردید. در پژوهش حاضر به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه، متناسب با نیاز آماری از نرم‌افزار آماری SPSS و از نرم‌افزار معادلات ساختاری PLS در قالب دو بخش آمار توصیفی و استنباطی بصورت رگرسیون خطی و چندگانه استفاده گردیده است.

روش گردآوری و تحلیل داده‌های کیفی

ابزار گردآوری داده‌ها در این مرحله از پژوهش، مصاحبه‌هایی رو در روز و عمیق بود که با طرح پرسشهایی باز، بین ۴۰ تا ۱۲۰ دقیقه انجام شد، گاه مصاحبه‌ها به منظور به اشتراک گذاری یافته‌های مقدماتی، تکمیل، اصلاح و جرح و تعدیل داده‌ها تکرار نیز می‌شدند. از مشارکت کنندگان درباره مشاهداتشان از مصادیق پارانویا در سازمان، تحلیل ایشان از علل و عوامل اثرگذار در بروز این رفتارها و نیز پیامدهای آنها سؤال می‌شد. پرسشهای تکمیلی برای جهت دادن به مباحث و نیل به مقوله‌های مرتبط با پدیده مورد بررسی طرح می‌گردید. مصاحبه‌ها ضبط می‌شد تا با مرور گفتوگوها، تحلیل و بررسی دقیقتری نسبت به دیدگاههای مطرح شده مشارکت کنندگان انجام شود. نمونه‌های از پروتکل اصلی مصاحبه در پیوست آمده است؛ این پروتوکل شامل - پرسش اصلی بود که به اقتضای تحوه پاسخگویی مصاحبه شونده‌گان، پرسشهای دیگری ذیل آنها طرح می‌گردید، نمونه گیری نظری تا رسیدن عقوله‌ها به اشباع نظری ادامه یافت؛ اشباع نظری مرحله‌ای است که در آن داده‌های جدیدی در ارتباط با عقونه پدید می‌آیند، عقوله گستره مناسبی می‌یابد و روابط بین مقوله‌ها برقرار و تأیید می‌شوند (گلیسر، ۱۹۹۷).

کد گذاری باز

کد گذاری، روند تجزیه و تحلیل داده‌ها است. کد گذاری باز بخشی از فرایند تحلیل داده‌ها است که به خرد کردن، مقایسه سازی، نام گذاری و مقوله بندی داده‌ها پرداخته می‌شود. طی کد گذاری باز، داده‌ها به بخش‌های مجزا خرد شده و به دست آوردن مشابهت‌ها و تفاوت‌هایشان مورد بررسی قرار می‌گیرند. همانطور که در ادامه مشاهده می‌شود کدهای مختلف در دسته بندی‌های مشابهی قرار گرفته است.

کد گذاری محوری

کد گذاری محوری مرحله دوم تجزیه و تحلیل در نظریه پردازی زمینه بنیان است. هدف این مرحله برقراری رابطه بین مقوله‌های تولید شده در مرحله کد گذاری باز است. این کد گذاری، به این دلیل محوری نامیده شده که کد گذاری حول محور یک مقوله تحقق می‌یابد. در این مرحله پژوهشگر یکی از مقولات را به عنوان مقوله محوری انتخاب کرده، آن را تحت عنوان پدیده محوری در مرکز فرایند، مورد کاوش قرار داده و ارتباط سایر مقولات را با آن مشخص می‌کند.

در کدگذاری محوری نوع سوالاتی که پرسیده می شوند بر نوع روابط دلالت دارند. مثلا برای مقایسه مقوله ای با مقوله دیگر ممکن است این سوال مطرح شود که آیا مقوله الف پیامدی از راهبردها برای مقوله ب است؟ پژوهشگر این کار را همراه با جستجوی شواهد و وقایع برای تایید یا تکذیب سوال انجام می دهد. هنگامی که داده ها سوال را تایید کردند رابطه دو مقوله مشخص شده و می توان به نوعی گزاره تبدیل شود.

کدگذاری انتخابی

کدگذاری انتخابی عبارت است از فرایند انتخاب دسته بندی اصلی، مرتبط کردن نظام آن با دیگر دسته بندی ها، تایید اعتبار این روابط و تکمیل دسته بندی هایی که نیاز به اصلاح و توسعه بیشتری دارند. کدگذاری انتخابی بر اساس نتایج کدگذاری و کدگذاری محوری، مرحله اصلی نظریه پردازی است. به این ترتیب که مقوله محوری را به شکل نظام مند به دیگر مقوله ها ربط داده و ان روابط را در چارپوب یک روایت ارائه کرده و مقوله هایی را که به بهبود و توسعه بیشتری نیاز دارند، اصلاح می کند.

جدول ۲: نتیجه کلی کدگذاری باز، محوری و انتخابی

نام گذاری کد	کدها	مقوله فرعی	مقوله اصلی
A12	نوسانات شدید در بازار	تغییرات اقتصادی	
A13	افت ارزش پول ملی		
A14	کاهش قدرت خرید مردم		
A15	افزایش نرخ بهره بانکی		
A16	کاهش سرمایه گذاری در کسب و کارها		
A17	تغییرات ناگهانی در تقاضا		
A18	افزایش هزینه های تولید محصول		
A19	کاهش اعتماد به بازار		
A1x	تأثیر منفی بر صادرات		
A21	دسترسی محدود به منابع مالی		
A22	افزایش هزینه های عملیاتی روزانه		
A23	کمیبود نقدینگی برای توسعه		
A24	نیاز مبرم به سرمایه گذاری		
A25	سختی در بازپرداخت وام ها		
A26	مشکل در جذب سرمایه گذاران		
A27	ناتوانی در پرداخت حقوق		
A28	افزایش هزینه های مرتبط با تورم		
A29	کمیبود بودجه برای بازاریابی		
A2x	دسترسی محدود به منابع مالی		
A2x1	افزایش هزینه های عملیاتی روزانه		
A2x2	کمیبود نقدینگی برای توسعه		

نام گذاری کد	کدها	مقوله فرعی	مقوله اصلی		
A2x3	نیاز مبرم به سرمایه گذاری	فقدان دانش کسب و کار			
A31	نداشتن تجربه در مدیریت				
A32	نیاز به آموزش های تخصصی				
A33	عدم درک مدل های کسب و کار				
A34	کمبود مهارت های تصمیم گیری				
A35	فقدان استراتژی های موثر کسب و کار				
A36	نیاز به توسعه مهارت ها				
A37	عدم توانایی در برنامه ریزی				
A38	نبود دانش بازاریابی موثر				
A39	فقدان درک از بازار				
A3X	نداشتن تجربه در مدیریت				
A41	توسعه اینترنت اشیا (IoT)			تغییرات تکنولوژیک	
A42	نوآوری های سریع در نرم افزار				
A43	تغییرات عمده در سخت افزار				
A44	بهبود قابلیت های محاسبات ابری				
A45	افزایش استفاده از هوش مصنوعی				
A46	نیاز به امنیت سایبری بالاتر				
A41	گسترش پلتفرم های موبایل و تبلت				
A42	توسعه اینترنت اشیا (IoT)				
A43	نوآوری های سریع در نرم افزار				
A44	تغییرات عمده در سخت افزار				
A51	تغییرات مداوم در قیمت ها	فشار رقابتی			
A52	افزایش کیفیت محصولات رقبا				
A53	استراتژی های بازاریابی رقبا				
A54	ابداعات جدید توسط رقبا				
A55	افزایش خدمات پس از فروش				
A56	پیشنهادات جذاب قیمتی رقبا				
A57	توسعه کانال های توزیع رقبا				
A58	جذب سرمایه گذاری توسط رقبا				
A59	ارتقاء خلاقیت و نوآوری			فرهنگ سازمانی	شرایط زمینه ای
B1	تقویت یادگیری و توسعه				

نام گذاری کد	کدها	مقوله فرعی	مقوله اصلی
B2	ایجاد محیط کار تیمی		
B3	ترویج ارزش‌های مثبت سازمانی		
B4	تأکید بر رضایت شغلی		
B5	تشویق به ارائه بازخورد		
B6	تقویت روحیه تعهد سازمانی		
B7	ارتقاء توانایی‌های حل مسئله		
B8	تعامل با استارت‌آپ‌های دیگر		
B9	دسترسی به مشاوران تخصصی		
B10	ارتباط با سرمایه‌گذاران بالقوه		
B11	بهره‌گیری از تجربیات دیگران		
B12	ایجاد روابط قوی با صنعت		شبکه‌های حمایتی
B13	استفاده از شبکه‌های حرفه‌ای		
B27	تبادل دانش و منابع		
B28	دسترسی به فرصت‌های کارآفرینی		
B31	تأمین مالی برای پروژه‌ها		
B32	دسترسی به نیروی انسانی ماهر		
B33	بهره‌گیری از فناوری‌های نوین		
B34	تأمین منابع مورد نیاز تولید		
B41	دستیابی به اطلاعات بازار		دسترسی به منابع
B42	استفاده از تجهیزات مدرن		
B43	دسترسی به خدمات حرفه‌ای		
B44	تأمین منابع برای بازاریابی		
B51	رعایت قوانین دولتی مرتبط		
B52	اطلاع از مقررات محلی		
B53	تأثیر قوانین بر مالیات		
B54	اهمیت رعایت استانداردهای صنعت		
B55	پیگیری تغییرات قانونی مستمر		
B56	اجتناب از تخلفات قانونی		
B57	درک تأثیر قوانین بر تجارت		
B58	تنظیم قراردادها بر اساس قوانین		
C11	جذب سرمایه از سرمایه‌گذاران	سطح دسترسی به منابع	شرایط
C12	دسترسی به وام‌های بانکی	مالی	مداخله‌ای

نام گذاری کد	کدها	مقوله فرعی	مقوله اصلی		
C13	استفاده از منابع داخلی	محیط قانونی و مقرراتی			
C21	تأثیر قوانین مالیاتی				
C22	تنظیم مقررات صنعتی				
C23	رعایت حقوق مالکیت فکری	تغییرات در فناوری			
C31	به روزرسانی نرم افزار و سخت افزار				
C32	اتخاذ فناوری های جدید				
C41	تحلیل رقبا و بازار	سطح رقابت در بازار			
C42	اتخاذ استراتژی های رقابتی				
C43	نوآوری برای متمایز شدن				
D11	ارائه محصولات با کیفیت	تنوع در محصولات/خدمات			
D12	افزایش خطوط تولید محصولات				
D13	ایجاد خدمات جدید و متنوع				
D14	کاهش وابستگی به محصولات خاص				
D15	بررسی و تحلیل بازار هدف				
D16	انطباق محصولات با نیازهای مشتری				
D17	تجزیه و تحلیل رقابت بازار				
D18	توسعه بسته بندی های جذاب و نوآورانه				
D21	اجرای برنامه های آموزشی کارکنان			بهبود مستمر	راهبردها
D22	تحلیل و ارزیابی فرآیندها				
D23	ایجاد فرهنگ بهبود مستمر				
D24	استفاده از ابزارهای کیفیت				
D25	تشویق کارکنان به نوآوری				
D26	ارزیابی عملکرد و بازخورد				
D27	ایجاد تیم های بهبود کیفیت				
D28	بهینه سازی منابع و هزینه ها				
D29	استفاده از فناوری های جدید				
D2x	پیاده سازی استانداردهای صنعتی				
D31	توسعه استراتژی های بازاریابی مؤثر	بازاریابی و فروش			
D32	ارائه تخفیف ها و پیشنهادهای ویژه				
D33	توسعه کانال های فروش نوآورانه				
D34	برگزاری کمپین های تبلیغاتی خلاقانه				
D35	استفاده از شبکه های اجتماعی برای بازاریابی				

نام گذاری کد	کدها	مقوله فرعی	مقوله اصلی
D36	تحلیل داده‌های فروش و بازار		
D37	ارتباط مؤثر با مشتریان		
D38	ایجاد برنامه‌های وفاداری مشتری		
D39	توسعه محتوای با کیفیت برای بازاریابی		
D41	پیاده‌سازی استانداردهای صنعتی		
D42	ایجاد محیطی تشویق‌کننده به نوآوری		
D43	استفاده از روش‌های خلاقانه در حل مشکل		
D44	توسعه محصولات و خدمات نوآورانه		
D45	تشویق به تفکر خلاق و متفاوت		
D46	استفاده از تکنولوژی‌های جدید و خلاقانه	نوآوری و خلاقیت	
D47	ارائه پاداش برای ایده‌های نوآورانه		
D48	توسعه فرهنگ نوآوری در سازمان		
D49	ارتباط با مراکز تحقیق و توسعه		
D4x	توسعه مهارت‌های خلاقیت کارکنان		
E11	تقویت ساختار سازمانی		
E12	آموزش کارکنان برای مقاومت		
E13	افزایش قابلیت‌های پیش‌بینی تغییرات		
E14	توسعه استراتژی‌های مدیریت بحران		
E15	ارتقاء فرهنگ سازمانی مثبت		
E16	تقویت روابط با ذی‌نفعان		
E21	افزایش توانایی‌های تحقیق و توسعه		
E22	تمرکز بر بازارهای جدید		
E23	استراتژی‌های رشد مبتنی بر نوآوری		
E24	تقویت توانایی‌های فروش و بازاریابی		
E25	ایجاد مشارکت‌های استراتژیک		
E26	توسعه محصولات و خدمات جدید		
E27			
E31	افزایش کارایی در مدیریت هزینه‌ها		
E32	بهبود جریان‌های نقدینگی		
E33	افزایش سودآوری و درآمد		
E34	توسعه استراتژی‌های مدیریت دارایی‌ها		
E35	بهینه‌سازی فرآیندهای مالی		

نوآوری و خلاقیت

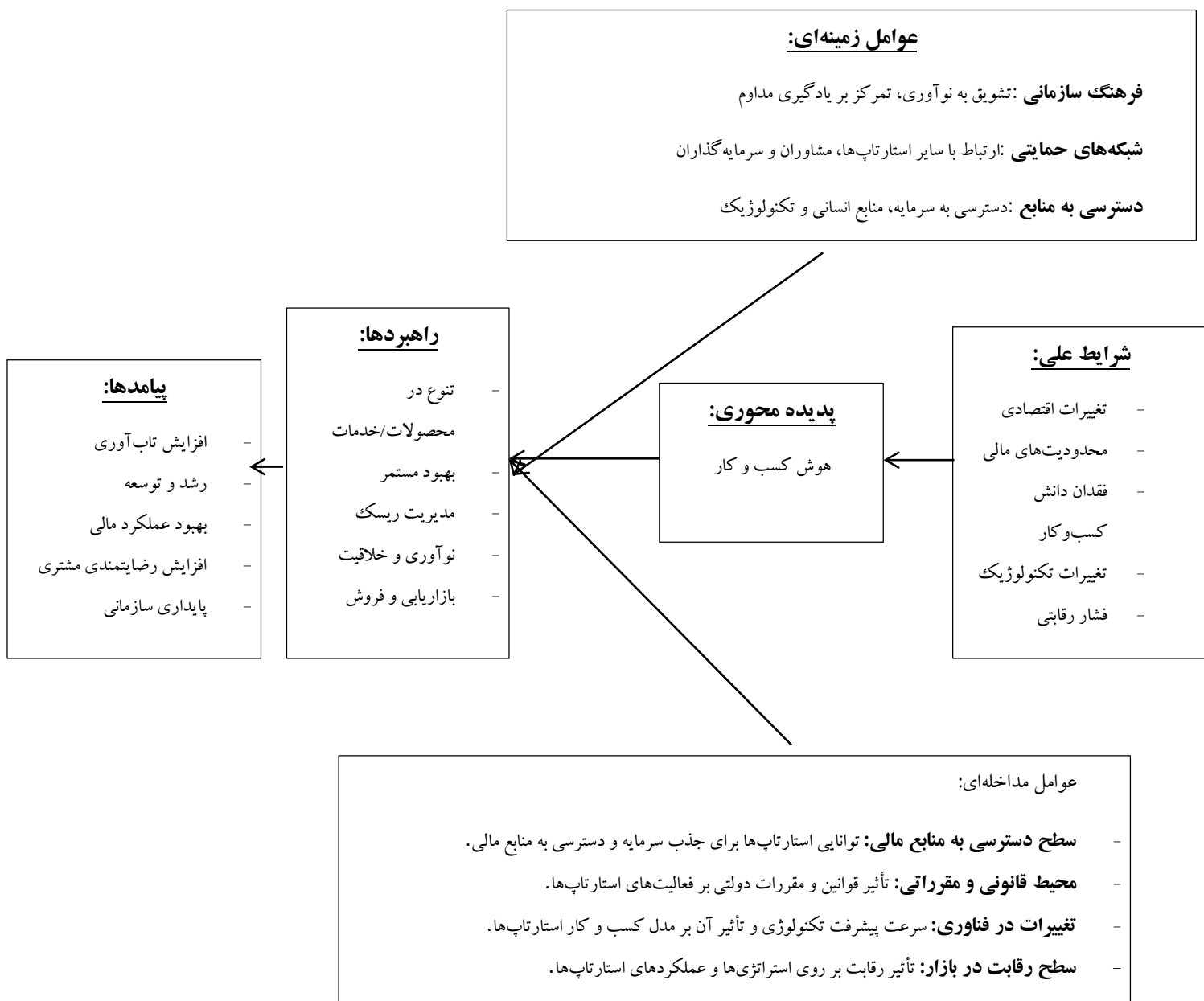
افزایش تاب‌آوری

رشد و توسعه

پیامدها

بهبود عملکرد مالی

نام گذاری کد	کدها	مقوله فرعی	مقوله اصلی		
E36	تقویت سیستم‌های کنترل داخلی	پایداری سازمانی			
E41	توسعه مدل‌های کسب و کار پایدار				
E42	افزایش تعهد به مسئولیت اجتماعی				
E43	توجه به مسائل زیست‌محیطی				
E44	ایجاد فرهنگ سازمانی پایدار				
E45	توسعه روابط پایدار با شرکای تجاری				
E46	تقویت سیستم‌های مدیریت کیفیت				
E51	بهبود تجربه کلی مشتری			افزایش رضایتمندی مشتری	
E52	ارائه خدمات پشتیبانی قوی				
E53	توسعه محصولات با کیفیت برتر				
E54	افزایش ارتباطات مؤثر با مشتریان				
E55	جمع‌آوری و تحلیل بازخورد مشتری				
E56	ایجاد برنامه‌های وفاداری مشتری				
E57	افزایش سرعت و کارایی خدمات				
E58	بهبود فرآیندهای خدمات پس از فروش				



شکل ۱: مدل نهایی پارادایم کدگذاری بلاگری فروش در شبکه‌های اجتماعی

آمار استنباطی

در تحلیل استنباطی، همواره محقق با جریان نمونه‌گیری و انتخاب یک گروه کوچک موسوم به نمونه سروکار دارد. هدف از تحلیل استنباطی تعمیم نتایج حاصله از مشاهدات محقق در نمونه انتخابی خود به جمعیت اصلی می‌باشد و محقق بر مبنای ارزش‌های حاصله در نمونه انتخابی به آزمون فرضیه متوسل می‌شود. در انجام این قسمت از مدل‌سازی معادلات ساختاری برای آزمون فرضیه‌ها تحقیق استفاده شد.

بر اساس روش سنجش اعتبار سازه‌ای و با کمک نرم افزار SmartPLS.3 تحلیل عاملی ابعاد پژوهش انجام شده است که نتایج در جدول زیر آورده شده است. بر اساس قرارداد آماری مقادیر بار عاملی بایستی بالاتر از ۰/۶ درصد باشد تا بتوان گویه مورد نظر را در تحلیل نگه داشت. در جدول هر بخش مشخص است که مقادیر بار عاملی در تمامی موارد بالاتر از ۰/۶ درصد می‌باشد. همچنین مشاهده می‌شود مقدار آلفای کرونباخ بالای ۰/۷، پایایی ترکیبی بالای ۰/۷، AVE بالای ۰/۵ می‌باشد که روایی همگرا و پایایی تایید می‌شود.

آزمون فرضیه‌ها پژوهش

با توجه به اینکه مدل پژوهش حاضر، روابط بین چندین متغیر پنهان (متغیرهای اصلی پژوهش) را به طور هم‌زمان اندازه‌گیری می‌کند، بنابراین به منظور تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. در این پژوهش برای کسب نتایج دقیق‌تر، برای آزمون مدل مفهومی پژوهش، از روش پی ال اس که یک تکنیک مدل‌سازی مسیر واریانس محور است و امکان بررسی نظریه و سنج‌ها را به طور هم‌زمان فراهم می‌سازد (فورنل و لارکر ۱۹۸۱)، استفاده شد. در این روش دو مدل مورد بررسی قرار می‌گیرد: ۱- مدل بیرونی^۳ که برای بررسی روابط میان شاخص‌ها (سوالات پژوهش) با متغیرهای اصلی مربوط به خود استفاده می‌شود. که در واقع معادل همان مدل اندازه‌گیری در روش‌های کوواریانس محور است. ۲- مدل درونی^۴ که بخش ساختاری مدل را می‌سنجد و برای بررسی روابط میان متغیرهای پنهان (متغیرهای اصلی) که فرضیه‌ها تحقیق از روابط میان آن‌ها شکل می‌گیرد، بکار می‌رود.

مدل بیرونی (اندازه‌گیری) فرضیه‌ها پژوهش

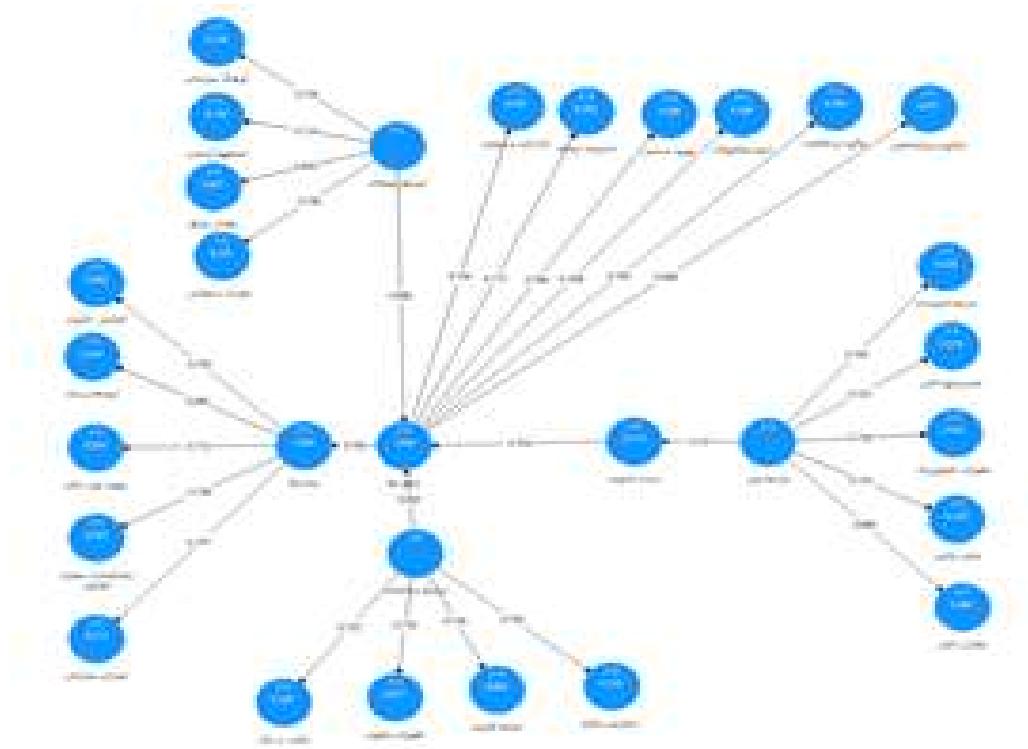
در مرحله اول فاز تجزیه و تحلیل داده‌ها، باید با مدل اندازه‌گیری سنجیده شود تا مشخص گردد که مدل دارای سطح قابل قبولی از روایی و پایایی می‌باشد. با بررسی این مدل ارتباط بین متغیرها و نشانگرهای مشاهده شده را معین می‌شود. این مرحله با استفاده از تابع PLS-Algorithm انجام می‌شود. بدین منظور شاخص‌های برازندگی که در (جدول ۴-۱۴) آمده است باید مورد بررسی قرار گیرد.

1 R²

2 Fornell & Larker

3 Outer model

4 Inner model



شکل ۲: خروجی مدل بیرونی (ضرایب استاندارد) مدل پژوهش در نرم افزار Smart Pls

پس از سنجش پایایی و روایی همگرا، روایی واگرا یا آزمون فورنل-لاکر باید گرفته شود. معیار فورنل لارکر ادعا می کند که یک متغیر باید در مقایسه با معرفه‌ای سایر متغیرهای مکنون، پراکندگی بیشتری را در بین معرفه‌ای خودش داشته باشد. بنابراین از نظر آماری، AVE هر متغیر مکنون باید بیشتر از بالاترین توان دوم همبستگی آن متغیر با سایر متغیرهای مکنون باشد. برای کاهش محاسبات می توان از روش معادل یعنی مقایسه جذر AVE با همبستگی‌ها بهره برد.

جدول ۳: معیار Fornell-Larc

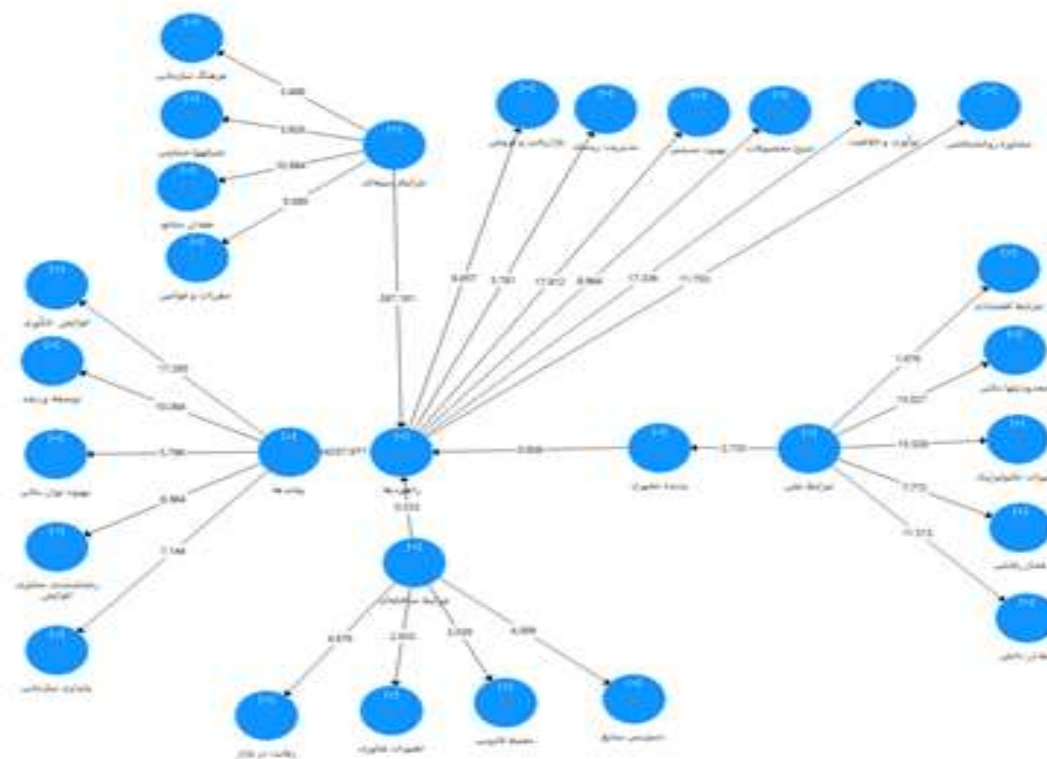
پيامدها	شرایط علی	راهبردها	دلایل مداخله ای	دلایل زمینه ای	کارهای نوپا هوش کسب و
۰/۹۴۸	۰/۷۴۰	۰/۶۱۸	۰/۷۷۴	۰/۶۵۷	۰/۷۴۵
۰/۹۱۳	۰/۵۰۲	۰/۷۶۶	۰/۵۲۲	۰/۶۳۲	۰/۶۳۲
۰/۷۸۹		۰/۵۷۳	۰/۷۷۵	۰/۷۲۹	۰/۷۲۹
		۰/۸۴۲	۰/۵۷۱	۰/۶۷۹	۰/۶۷۹
			۰/۸۶۴	۰/۷۶۲	۰/۷۶۲
				۰/۷۹۹	۰/۷۹۹

همان‌طور که در (جدول ۴-۱۹) مشاهده می‌کنید، در بررسی معیار Fornell-Larcker نشان داده شده است که مقادیر موجود در روی قطر اصلی ماتریس (ریشه دوم مقادیر واریانس شرح داده شده (AVE))، از کلیه مقادیر موجود در سطر و ستون مربوطه بزرگ‌تر می‌باشند. این امر نیز نشان‌دهنده همبستگی شاخص‌ها با سازه وابسته به آن‌هاست.

با توجه به نتایج به دست آمده از مدل اندازه‌گیری در نرم‌افزار اسمارت پی.ال.اس که در بررسی روایی و پیاپی مدل نشان داده شد. لذا نتیجه می‌گیریم که مدل از برازش مناسبی برخوردار است. بنابراین مدل نهایی توانسته است به گونه مناسبی روابط بین سؤالات توصیف‌کننده متغیر را بیان کنند. در مرحله بعد که تحلیل مسیر (یا همان مدل ساختاری) مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

مدل درونی (برازش مدل ساختاری تحقیق)

در مرحله بعد مدل ساختاری و روابط بین سازه‌ها باید مورد بررسی قرار گیرد. برای این منظور از تابع Bootstrapping استفاده می‌شود. تعداد نمونه آماری در این پژوهش ۳۸۴ می‌باشد و تعداد ۵۰۰ به عنوان نمونه‌های آزمون Bootstrap در نظر گرفته شده است. مقدار عددی در رابطه‌ها نشان‌دهنده آماره تی (t-value) می‌باشد که در واقع ملاک اصلی تأیید یا رد فرضیه‌ها است. اگر این مقدار آماره به ترتیب از ۱,۶۴، ۱,۹۶ و ۲,۵۷ بیشتر باشد نتیجه می‌گیریم که آن فرضیه در سطوح ۹۰، ۹۵ و ۹۹ درصد تأیید می‌شود (رسولی و همکاران، ۱۳۹۷).



شکل ۳: خروجی مدل درونی (معادلات ساختاری) مدل پژوهش در نرم افزار smart pls.

معیار ضریب تعیین

مداولتین معیار برای بررسی برازش مدل ساختاری در یک پژوهش ضرایب R2 مربوط به متغیرهای پنهان درونزای (وابسته) مدل است. R2 معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برونزا بر یک متغیر درونزا را دارد، و سه مقدار ۰,۱۹، ۰,۳۳ و ۰,۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط، و قوی R2 در نظر گرفته می شود. مطابق با جدول زیر، مقدار R2 برای سازه های درونزای پژوهش محاسبه شده است که با توجه به سه مقدار ملاک مناسب بودن برازش مدل ساختاری را تأیید می سازد.

جدول ۴: R Square

نتیجه	R Square
قوی	۰/۷۴۵
قوی	۰/۸۸۳
قوی	۰/۸۵۱

در جدول ۴- این مقادیر را مشاهده می کنیم که اعداد در بازه مناسب قرار دارند.

معیار استون گیسر ۱

معیار دیگر قدرت پیش‌بینی مدل را نشان می‌دهد و در صورتی که مقدار استون گیسر در مورد یک متغیر وابسته (درون‌زا) سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را کسب نماید، به ترتیب نشان از قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی متغیر یا متغیرهای مستقل (برون‌زا) مربوط به آن متغیر وابسته است. در واقع کیفیت مدل ساختاری را برای هر بلوک درون‌زا اندازه‌گیری می‌کند.

جدول ۵: شاخص حشو (Q2)

نتیجه	Q ²	متغیر
قوی	۰/۲۸۵	پدیده محوری
نسبتاً قوی	۰/۳۲۷	راهبردها
قوی	۰/۳۸۷	پیامدها

در جدول ۵ مقادیر مربوط به Q2 را مشاهده می‌کنیم که با توجه به مقدار ملاک نشان از قدرت مدل برای پیش‌بینی مناسب است و برآزش مدل ساختاری بار دیگر مورد تأیید است.

نتایج آزمون فرضیه‌ها

فرضیه اول

شرایط علی پژوهش بر پدیده محوری در مدل هوش کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها) به منظور تاب‌آوری سازمانی در شرایط رکود تورمی تأثیر معناداری دارد.

جدول ۶: نتایج فرضیه اول

سطح معناداری	آماره تی	خطای استاندارد	ضریب مسیر
۰/۰۰۰	۳/۷۳۵	۰/۰۲۹	شرایط علی ← پدیده محوری ۰/۷۳۷

بر اساس خروجی مدل و تحلیل مسیر به دست آمده در حالت ضریب استاندارد و معناداری مدل، با توجه به اینکه مقدار آماره (t) در مسیر فرضیه اول بزرگ‌تر از ۲,۵۷ می‌باشد، می‌توان چنین بیان کرد که در سطح اطمینان ۹۹,۹۹ درصد و سطح خطای ۰,۰۱ شرایط علی پژوهش بر پدیده محوری در مدل هوش کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها) به منظور تاب‌آوری سازمانی در شرایط رکود تورمی تأثیر معناداری دارد.

فرضیه دوم

هوش کسب و کارهای نوپا بر راهبردهای پژوهش در مدل هوش کسب و کارهای نوپا (استارتاپ ها) به منظور تاب آوری سازمانی در شرایط رکود تورمی تاثیر معناداری دارد.

جدول ۷: نتایج فرضیه دوم

سطح معناداری	آماره تی	خطای استاندارد	ضریب مسیر
۰/۰۰۰	۱۰/۸۰۸	۰/۱۰۰	۰/۷۰۰
هوش کسب و کارهای نوپا ← راهبردها			

بر اساس خروجی مدل و تحلیل مسیر به دست آمده در حالت ضریب استاندارد و معناداری مدل، با توجه به اینکه مقدار آماره (t) در مسیر فرضیه دوم بزرگتر از ۲,۵۷ می باشد، می توان چنین بیان کرد که در سطح اطمینان ۹۹,۹۹ درصد و سطح خطای ۰,۰۱ هوش کسب و کارهای نوپا بر راهبردهای پژوهش تاثیر معناداری دارد.

فرضیه سوم

عوامل مداخله‌ای پژوهش بر راهبردهای پژوهش در مدل هوش کسب و کارهای نوپا (استارتاپ ها) به منظور تاب آوری سازمانی در شرایط رکود تورمی تاثیر معناداری دارد.

جدول ۸: نتایج فرضیه سوم

سطح معناداری	آماره تی	خطای استاندارد	ضریب مسیر
۰/۰۰۷	۰/۵۳۳	۰/۰۱۷	۰/۰۰۳
عوامل مداخله‌ای ← راهبردها			

بر اساس خروجی مدل و تحلیل مسیر به دست آمده در حالت ضریب استاندارد و معناداری مدل، با توجه به اینکه مقدار آماره (t) در مسیر فرضیه سوم بزرگتر از ۱,۹۶ می باشد، می توان چنین بیان کرد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد و سطح خطای ۰,۰۵ عوامل مداخله‌ای پژوهش بر راهبردهای پژوهش در مدل هوش کسب و کارهای نوپا (استارتاپ ها) به منظور تاب آوری سازمانی در شرایط رکود تورمی تاثیر معناداری ندارد.

فرضیه چهارم

عوامل زمینه‌ای پژوهش بر راهبردهای پژوهش در مدل هوش کسب و کارهای نوپا (استارتاپ ها) به منظور تاب آوری سازمانی در شرایط رکود تورمی تاثیر معناداری دارد.

جدول ۹: نتایج فرضیه چهارم

سطح معناداری	آماره تی	خطای استاندارد	ضریب مسیر
۰/۰۱۶	۲۶۷/۱۸۱	۰/۱۶۳	۰/۹۹۹
عوامل زمینه‌ای ← راهبردها			

بر اساس خروجی مدل و تحلیل مسیر به دست آمده در حالت ضریب استاندارد و معناداری مدل، با توجه به اینکه مقدار آماره (t) در مسیر فرضیه چهارم بزرگتر از ۱,۹۶ می باشد، می توان چنین بیان کرد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد و سطح خطای ۰,۰۵ عوامل زمینه‌ای پژوهش بر راهبردهای پژوهش در مدل هوش کسب و کارهای نوپا (استارتاپ ها) به منظور تاب آوری سازمانی در شرایط رکود تورمی تاثیر معناداری دارد.

فرضیه پنجم

راهبردهای پژوهش بر پیامدهای پژوهش در مدل هوش کسب و کارهای نوپا (استارتاپ ها) به منظور تاب آوری سازمانی در شرایط رکود تورمی تاثیر معناداری دارد.

جدول ۱۰: نتایج فرضیه پنجم

سطح معناداری	آماره تی	خطای استاندارد	ضریب مسیر
۰/۰۰۰	۶۳۵۷/۹۷۷	۰/۰۲۷	۰/۷۰۰
			راهبردها ← پیامدها

بر اساس خروجی مدل و تحلیل مسیر به دست آمده در حالت ضریب استاندارد و معناداری مدل، با توجه به اینکه مقدار آماره (t) در مسیر فرضیه پنجم بزرگتر از ۲,۵۷ می باشد، می توان چنین بیان کرد که در سطح اطمینان ۹۹,۹۹ درصد و سطح خطای ۰,۰۱ راهبردهای پژوهش بر پیامدهای پژوهش در مدل هوش کسب و کارهای نوپا (استارتاپ ها) به منظور تاب آوری سازمانی در شرایط رکود تورمی تاثیر معناداری دارد.

نتیجه گیری

در این تحقیق از طریق انجام راهبردهای مدل، می توان به پیامدهای زیر دست یافتیم: طراحی و تبیین مدل هوش کسب و کار برای استارتاپ ها با هدف افزایش تاب آوری سازمانی در شرایط رکود تورمی، نتایج متعدد و مثبتی را به همراه دارد. این فرآیند به کارآفرینان و مدیران کمک می کند تا با دقت و سرعت بیشتری تغییرات بازار و فرصت های موجود را شناسایی کرده و بر اساس آن تصمیمات موثرتری اتخاذ نمایند. با بکارگیری مدل هوش کسب و کار، استارتاپ ها همچنین قادر خواهند بود تا ساختارهای داخلی خود را بهبود ببخشند و کارایی عملیاتی خود را افزایش دهند. این امر از طریق بهینه سازی فرآیندها، کاهش هزینه ها و افزایش بهره وری انجام می پذیرد. بهبود کارایی داخلی نه تنها منجر به صرفه جویی در هزینه ها می شود، بلکه همچنین به استارتاپ ها کمک می کند تا سریع تر به نیازهای مشتریان خود پاسخ دهند و خدمات بهتری ارائه کنند (منوچهری و همکاران، ۲۰۲۰).

علاوه بر این، استفاده از هوش کسب و کار در استارتاپ ها به ایجاد یک فرهنگ سازمانی مبتنی بر داده ها کمک می کند. در چنین فرهنگی، تصمیم گیری ها بر پایه شواهد و اطلاعات قابل اطمینان انجام می شوند، که این خود به افزایش شفافیت و مسئولیت پذیری در سازمان منجر می شود. کارمندان درک بهتری از اهداف و استراتژی های کسب و کار پیدا می کنند، و این امر موجب افزایش انگیزه و تعهد آن ها به موفقیت کلی سازمان می گردد. هوش کسب و کار همچنین به استارتاپ ها امکان می دهد تا الگوهای بازار و رفتار مشتری را شناسایی و پیش بینی کنند، که این امر به آن ها اجازه می دهد تا فرصت های جدید بازار را کشف و بهره برداری کنند. در نتیجه، این استارتاپ ها می توانند با سرعت بیشتری نوآوری کنند و محصولات یا خدمات جدیدی را به بازار عرضه کنند که متناسب با نیازها و خواسته های مشتریان باشد. در نهایت، این مدل هوش کسب و کار نه تنها به استارتاپ ها کمک می کند تا در شرایط رکود تورمی تاب آور باشند، بلکه همچنین آن ها را برای استفاده از فرصت های رشد در آینده آماده می سازد. با افزایش قابلیت انعطاف پذیری و تاب آوری، این کسب و کارها قادر خواهند بود تا با تغییرات محیطی سازگار شوند و در شرایط مختلف بازار به موفقیت دست یابند.

این نه تنها به پایداری کسب و کارها کمک می‌کند، بلکه همچنین به افزایش ارزش افزوده اقتصادی و ایجاد اشتغال در جامعه منجر می‌شود که نتایج این تحقیق با نتایج تحقیق (سوکو کو و همکاران؛ ۲۰۲۰) و (اسماعیلی، ۱۴۰۲). همخوانی ندارد.

به طور خلاصه، طراحی و تبیین مدل هوش کسب و کار برای استارت‌آپ‌ها یک گام مهم به سمت توانمندسازی آن‌ها در شرایط نامطمئن اقتصادی است. این مدل نه تنها به آن‌ها کمک می‌کند تا با چالش‌های کنونی مواجه شوند، بلکه همچنین ابزارها و دانش لازم را برای تحقق پتانسیل کامل خود در آینده فراهم می‌آورد.

- اولین و مهم‌ترین نتیجه این است که استارت‌آپ‌ها می‌توانند سطح آمادگی خود را در برابر شوک‌های اقتصادی و تغییرات ناگهانی بازار افزایش دهند. با به کارگیری این مدل، آن‌ها قادر خواهند بود تا ریسک‌های مالی و عملیاتی را به طور مؤثرتری مدیریت کرده و استراتژی‌هایی برای کاهش آسیب‌پذیری خود در برابر رکود توری توسعه دهند که نتایج این تحقیق با تحقیق (د لانگ و همکاران، ۲۰۲۱). و (سوکو کو و همکاران؛ ۲۰۲۰). همخوانی دارد

- دومین نتیجه، افزایش سطح نوآوری و خلاقیت درون سازمان است. مدل هوش کسب و کار به استارت‌آپ‌ها این امکان را می‌دهد که با استفاده از تحلیل‌های داده‌محور، به راه‌حل‌های نوآورانه‌تر و خلاقانه‌تر برای مشکلات کسب و کار دست یابند.

- سومین نتیجه، افزایش رضایتمندی مشتریان است. با شناخت دقیق‌تر نیازها و ترجیحات مشتریان، استارت‌آپ‌ها قادر خواهند بود تا محصولات و خدمات خود را به گونه‌ای تطابق دهند که رضایت مشتریان افزایش یابد که نتایج این تحقیق با نتایج تحقیق (سوکو کو و همکاران؛ ۲۰۲۰) و (اسماعیلی، ۱۴۰۲). همخوانی ندارد.

- چهارمین نتیجه، بهبود عملکرد مالی است. با مدیریت هوشمندانه‌تر منابع و کاهش هزینه‌ها، استارت‌آپ‌ها می‌توانند سودآوری خود را افزایش دهند و منابع مالی بیشتری را برای سرمایه‌گذاری در فرصت‌های رشد ایجاد کنند. که نتایج این تحقیق با نتایج تحقیق (اسماعیلی، ۱۴۰۲). همخوانی ندارد.

- نتیجه بعدی، افزایش پایداری و تاب‌آوری سازمان در بلندمدت است. استارت‌آپ‌ها با استفاده از این مدل، قادر خواهند بود تا در برابر نوسانات بازار مقاومت بیشتری نشان دهند و پایداری کسب و کار خود را تضمین کنند که نتایج این تحقیق با نتایج تحقیق (اسماعیلی، ۱۴۰۲). و (منوچهری و همکاران، ۲۰۲۰). کاملاً همخوانی دارد.

¹ Sukoco et al

² de Lange et al

³ Sukoco et al

⁴ Sukoco et al

منابع

- احمدی شادمهری، محمدطاهر و ابراهیمی، مرتضی، ۱۳۹۸، بررسی نقش حکمرانی بر رکود تورمی در اقتصاد ایران، پنجمین کنفرانس بین المللی پژوهش در مدیریت، اقتصاد و توسعه
- احمدی، امید، ۱۴۰۰، رکود تورمی و چگونگی شکل گیری آن در اقتصاد کشور، چهارمین همایش ملی توسعه علوم فناوریهای نوین در مدیریت، حسابداری و کامپیوتر، تهران
- اسمعیل پور، احسان و محمودی، مینا، ۱۴۰۰، رابطه سبک های رهبری با تاب آوری سازمانی کارکنان شهرداری منطقه ۴ شهر تهران، دومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری، دامغان
- افلاطونی، حامد و رحمانی، مریم، ۱۴۰۰، تاثیر هوش مصنوعی بر کسب و کار، ششمین کنفرانس بین المللی تحقیقات بین رشته ای در مدیریت، حسابداری و اقتصاد در ایران، تهران
- امینی میلانی، مینو و متقی، سمیرا و فرهادی، احسان، ۱۳۹۷، بررسی تحلیلی رکود تورمی در کشورهای منتخب توسعه یافته نفتی، سومین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در علوم انسانی، چالشها و راه حل ها، تهران
- آقاجانی، حسنعلی و شریعتی، زینت و حسینی، ابوالحسن، ۱۳۹۹، تبیین روند تکاملی و مولفه های موثر بر مدل کسب و کارهای الکترونیکی در استارتآپ های ایرانی
- پاشا فومشی، اصغر و روحانی زاده، محمدرضا، ۱۳۹۹، بررسی تاثیر بکارگیری هوش کسب و کار در بانک های ملت جهت بهبود عملکرد بانک، ششمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری، شیروان
- تصادقی، مریم و آقاجانی افروزی، علی اکبر و اثنی عشری، ابوالقاسم، ۱۳۹۹، مدل مفهومی عوامل استقرار هوش کسب و کار در کسب و کارهای خرد، نخستین همایش ملی تحقیقات کاربردی در اقتصاد پویا، مدیریت و حسابداری نوین، بابل
- چناری، وحید و نظرزاده دناک، مژده و مهرآوران، عیسی، ۱۴۰۰، نقش شتاب دهنده و استارتآپ ها در اینشورتک صنعت بیمه، دومین همایش ملی مدیریت نوین و کسب و کارهای نوپا، شیراز
- زالی، فائزه و رسول، سید مهدی سادات و شفیعی، محمود و دین محمدی، عباس، ۱۳۹۸، انتخاب مناسب ترین کسب و کار نوپا (استارت آپ) در سرمایه گذاری خطرپذیر با استفاده از روش فرآیند تحلیل شبکه ای فازی، چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت صنعتی، یزد
- زالی، فائزه و رسول، سید مهدی سادات و شفیعی، محمود و دین محمدی، عباس، ۱۳۹۸، انتخاب مناسب ترین کسب و کار نوپا (استارت آپ) در سرمایه گذاری خطرپذیر با استفاده از روش فرآیند تحلیل شبکه ای فازی، چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت صنعتی، یزد
- سالم قهفرخی امین، رضایی سیدرضا، رستمی محسن، و علیخواه ساهره (۲۰۱۸). جایگاه تاب آوری سازمانی در مدیریت بحران ها و فجایع گردشگری.

- سردارزاده، ف.، و ژیان باقری، م.، و فراهانی مشهدی، م. (۱۳۹۵). نقش تاب آوری در کاهش استرس شغلی و فرسودگی شغلی کارمندان طرح اقماری شرکت نفت فلات قاره ایران. روانشناسی و روانپزشکی شناخت، ۳(۴)، ۶۱-۷۷.
- سعادت، زینب و تاریخ، محمدجعفر، ۱۳۹۶، بررسی رویکرد تلفیقی در سیستم های هوش کسب و کار با تمرکز بر داده کاوی
- شاکری، زهرا و حاجی حسینی، علی، ۱۳۹۹، نظام حقوقی حمایت از روش های کسب و کار؛ آموزه هایی برای استارتاپ ها
- شرح شریفی، آرزیتا و سینکایی ناصرآباد، زینب، ۱۴۰۰، بررسی فاکتورهای ارزشی مهم در پیاده سازی سیستم هوش کسب و کار (مطالعه موردی اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران)
- صحرايي، ميشم و حسيني دانا، حميدرضا و خوشنويس، ناهيد، ۱۳۹۹، بررسی نقش شبکه های اجتماعی در معرفی و رشد استارتاپ ها، پنجمین کرسی آزاد اندیشی پدافند رسانه ای و بیست و پنجمین نشست تخصصی اقتصاد و رسانه، دماوند
- ضمیمه ها
- عاطفی، سعید، ۱۳۹۷، رویکرد هوش کسب و کار ابری در سازمانهای مجازی مبتنی بر رایانش ابری، همایش بین المللی سالانه افق های نوین در مهندسی برق، کامپیوتر و مکانیک، تهران
- علیزاده، حمید، (۱۳۹۷)، " تاب آوری شناختی (بهزیستی روانی و اختلالات رفتاری)". تهران: نشر ارسباران
- فلاح زاده، حبیب و درویش زاده، سمیه و محمودی، علی، ۱۳۹۹، بررسی نقش و اثر بخشی راهکارهای فن آوری اطلاعات بر افزایش تاب آوری سازمانی، سومین کنگره علوم و مهندسی آب و فاضلاب ایران، شیراز
- قدمی، سمانه و صالحی، محسن، ۱۴۰۰، بررسی نقش هوش کسبوکار در برنامه ریزی راهبردی کسب و کار (مورد مطالعه: شرکت خدمات انفورماتیک)، دوازدهمین کنفرانس بین المللی فناوری اطلاعات، کامپیوتر و مخابرات
- Abdulkarim, M. A., & Ordu, P. (2019). Experiential instructional design for electronic business (e-business) competencies development among business education students in Colleges of Education in Nigeria. *Nigerian Journal of Business Education (NIGJBED)*, 6(2), 142-151.
- Abhari, K., Vomero, A., & Davidson, E. (2020). Psychology of business intelligence tools: needs-affordances-features perspective.
- Abusweilem, M., & Abualoush, S. (2019). The impact of knowledge management process and business intelligence on organizational performance. *Management Science Letters*, 9(12), 2143-2156.
- Afandi, M. I., & Wahyuni, E. D. (2018, December). Prototype of Voice Commanded University Executive Business Intelligence Assistant (BELA). In *International Conference on Science and Technology* (Vol. 1, pp. 4-8).
- Afum, E., Agyabeng-Mensah, Y., & Owusu, J. A. (2020). Translating Environmental Management Practices into Improved Environmental Performance via Green Organizational Culture: Insight from Ghanaian Manufacturing SMEs. *Journal of Supply Chain Management Systems*, 9(1).
- Bechtold, H., & Helfer, A. (2019). Stagflation problems in socialist economies. In *Crisis and Reform in Socialist Economies* (pp. 11-31). Routledge.

- Bekmansurov, R. H., Kovalenko, K. E., Utkina, K. M., Novikova, Y. A., & Zatsarinnaya, E. I. (2019). State support for persons with disabilities in the field of entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22, 1-9.
- Berberat, S., & Baudet, C. (2019). AIS Electronic Library (AISEL).
- Berberat, S., & Baudet, C. (2019). AIS Electronic Library (AISEL).
- Beuren, I. M., & Santos, V. D. (2019). Enabling and coercive management control systems and organizational resilience. *Revista Contabilidade & Finanças*, 30, 307-323.
- Beuren, I. M., dos Santos, V., & Theiss, V. (2021). Organizational resilience, job satisfaction and business performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*.
- Bonaventura, M., Ciotti, V., Panzarasa, P., Liverani, S., Lacasa, L., & Latora, V. (2020). Predicting success in the worldwide start-up network. *Scientific reports*, 10(1), 1-6.
- Bordeleau, F. E., Mosconi, E., & de Santa-Eulalia, L. A. (2020). Business intelligence and analytics value creation in Industry 4.0: a multiple case study in manufacturing medium enterprises. *Production Planning & Control*, 31(2-3), 173-185.
- Bordeleau, F. E., Mosconi, E., & Santa-Eulalia, L. A. (2018, January). Business Intelligence in Industry 4.0: State of the art and research opportunities. In *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences*.
- de Lange, T., Berntsen, L., Hanoeman, R., & Haidar, O. (2021). Highly skilled entrepreneurial refugees: legal and practical barriers and enablers to start up in the Netherlands. *International Migration*, 59(4), 74-87.
- de Vries, H. P., & Hamilton, R. T. (2021). Smaller businesses and the Christchurch earthquakes: A longitudinal study of individual and organizational resilience. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 56, 102125.
- Deb Nath, R. P., Hose, K., Pedersen, T. B., Romero, O., & Bhattacharjee, A. (2020, April). SETLBI: an integrated platform for semantic business intelligence. In *Companion Proceedings of the Web Conference 2020* (pp. 167-171).
- Desfiandi, A., Yusendra, M. A. E., Paramitasari, N., & Ali, H. (2019). Supply chain strategy development for business and technological institution in developing start-up based on creative economy. *Int. J. Supply Chain Manag*, 8(6), 646-654.
- Donnelly, J., Miller, A. N., Strawser, M. G., Wallace, J. D., Burton, B. G., & Chandler, R. C. (2020). Resilience in the face of crisis: Organizational response to developing faculty elearning literacy in a global pandemic. *Journal of Literacy and Technology*, 21(2), 37-55.
- Drobnyazko, S., Hryhoruk, I., Pavlova, H., Volchanska, L., & Sergiychuk, S. (2019). Entrepreneurship innovation model for telecommunications enterprises. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(2), 1-6.
- Duchek, S. (2020). Organizational resilience: a capability-based conceptualization. *Business Research*, 13(1), 215-246.
- Duddy, C. (2021). Keynes and his Consequences; A Theory of Stagflation. *A Theory of Stagflation (July 24, 2021)*.

- Dusan, R., Soondram, J., & Lanka, V. (2019). Determining the Relationship Between Job Burnout, the Purpose of Tourism, Emotional Demand and Job Demand. *Electronic Business*, 18(5).
- Gottschall, S., & Guérin, E. (2021). Organizational and non-organizational risk and resilience factors associated with mental health and well-being in the Royal Canadian Navy. *Current Psychology*, 1-15.
- Goutsmedt, A. (2019). Macroeconomics at the Crossroads: Stagflation and the Struggle between "Keynesian" and New Classical Macroeconometric Programs
- Grande, J., & Carlsson, E. (2020). The support system's influence on nature-based business start-ups in a rural context. In *Research Handbook on Start-Up Incubation Ecosystems*. Edward Elgar Publishing.
- Green, J. (2018). Stagflation and the shackles of market discipline. In *The Coming Crisis* (pp. 25-33). Palgrave Macmillan, Cham.
- Guo, B., Liu, Y., Ouyang, Y., Zheng, V. W., Zhang, D., & Yu, Z. (2019). Harnessing the power of the general public for crowdsourced business intelligence: A survey. *IEEE Access*, 7, 26606-26630.
- Ismoilov, R. B., Mullabayev, B. B., Abdulkakimov, Z. T., & Bakhriddino, J. R. O. (2020). The Essence Of Small Business And Private Entrepreneurship And The Theoretical Basis Of Its Development. *The American Journal of Applied sciences*, 2(08), 45-50.
- Jaklič, J., Grublješič, T., & Popovič, A. (2018). The role of compatibility in predicting business intelligence and analytics use intentions. *International Journal of Information Management*, 43, 305-318.
- Jin, D. H., & Kim, H. J. (2018). Integrated understanding of big data, big data analysis, and business intelligence: a case study of logistics. *Sustainability*, 10(10), 3778.
- Jones, L., & d'Errico, M. (2019). Whose resilience matters? Like-for-like comparison of objective and subjective evaluations of resilience. *World Development*, 124, 104632.
- Kahn, W. A., Barton, M. A., Fisher, C. M., Heaphy, E. D., Reid, E. M., & Rouse, E. D. (2018). The geography of strain: Organizational resilience as a function of intergroup relations. *Academy of Management Review*, 43(3), 509-529.
- Kantur, D., & Say, A. I. (2018). Measuring organizational resilience: A scale development. *Journal of Business Economics and Finance*, 4(3).
- Kekovic, Z. C. (2020). SARS-CoV-2: From risk management to organizational resilience. *Zbornik Radova*, 54, 611.
- MANOUCHEHRI, R. R., ZAND, H. H., & DAVARI, A. (2020). Pro-activeness or Adaptability: Analyzing Appropriate Organizational Resilience Strategies Based on Perceived Business Environment Capacity & Institutional Quality.
- Manuti, A., & Giancaspro, M. L. (2019). People make the difference: An explorative study on the relationship between organizational practices, employees' resources, and organizational behavior enhancing the psychology of sustainability and sustainable development. *Sustainability*, 11(5), 1499.

- Mariani, M., Baggio, R., Fuchs, M., & Höepken, W. (2018). Business intelligence and big data in hospitality and tourism: a systematic literature review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Marzen, C. G., & Conklin, M. (2021). Stagflation in American Jurisprudence. *Available at SSRN 3895669*.
- Mazumder, S. (2018). Inflation in Europe after the great recession. *Economic modelling*, 71, 202-213.
- McManus, S. T. (2008). Organisational resilience in new zealand.
- McManus, S., Seville, E., Vargo, J., & Brunson, D. (2018). Facilitated process for improving organizational resilience. *Natural Hazards Review*, 9(2), 81-90.
- Melović, B., Jocović, M., Dabić, M., Vulić, T. B., & Dudic, B. (2020). The impact of digital transformation and digital marketing on the brand promotion, positioning and electronic business in Montenegro. *Technology in Society*, 63, 101425.
- Melović, B., Jocović, M., Dabić, M., Vulić, T. B., & Dudic, B. (2020). The impact of digital transformation and digital marketing on the brand promotion, positioning and electronic business in Montenegro. *Technology in Society*, 63, 101425.
- Meuwissen, M. P., Feindt, P. H., Spiegel, A., Termeer, C. J., Mathijs, E., de Mey, Y., ... & Vigani, M. (2019). A framework to assess the resilience of farming systems. *Agricultural Systems*, 176, 102656.
- Milbury, S. G. (2019). U.S. Patent No. 10,270,880. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.
- Milbury, S. G. (2019). U.S. Patent No. 10,270,880. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.
- Miller, G. J. (2018). Quantitative Comparison of Big Data Analytics and Business Intelligence Project Success Factors. In *Information Technology for Management: Emerging Research and Applications* (pp. 53-72). Springer, Cham.
- Obute, C. O., Asue, E. A., Ikwue, M. R., & Ikyator, J. V. (2020). Testing for Stagflation in Nigeria: A Non-Linear Autoregressive Distributed Lag (NARDL) Modeling Approach. *LAFIA JOURNAL OF ECONOMICS AND MANAGEMENT SCIENCES*, 5(2), 110-126.
- Okon, E. E. (2019). Electronic-Based learning resources required in business education and skill acquisition for global business environment. *Nigerian Journal of Business Education (NIGJBED)*, 6(2), 163-172.
- Okon, E. E. (2019). Electronic-Based learning resources required in business education and skill acquisition for global business environment. *Nigerian Journal of Business Education (NIGJBED)*, 6(2), 163-172.
- Oudhuis, M. (2018). Organizational Resilience and Stagnation at a Fashion Company. In *The Resilience Framework* (pp. 181-195). Springer, Singapore.
- Oyekunle, R. A. (2019). *Electronic Business in Nigerian Universities: A Status Report*.
- Ozili, P. K. (2020). 100 Quotes from the Global Financial Crisis: Lessons for the future. In *Uncertainty and Challenges in Contemporary Economic Behaviour*. Emerald Publishing Limited.

- Palmi, P., Morrone, D., Miglietta, P. P., & Fusco, G. (2018). How did organizational resilience work before and after the financial crisis? An empirical study. *International Journal of Business and Management*, 13(10), 54-62.
- Patel, J., & Shah, N. (2021). A Study on Start-up and its Impact on MSME in India. *International Journal of Research in Engineering, Science and Management*, 4(6), 63-66.
- Pfaff, H. (2022). The Social Infrastructure of Organizational Resilience, Agency Capacity and Resilience Spirals: Starting Points for Resilient Leadership.
- Polishchuk, V., Kelemen, M., & Kozuba, J. (2019). Technology improving safety of crowdfunding platforms functioning in the context of the protection of the start-up investors in the financial and transport sectors. *Journal of Konbin*, 49(1), 313-330.
- Popovič, A., Puklavec, B., & Oliveira, T. (2019). Justifying business intelligence systems adoption in SMEs: Impact of systems use on firm performance. *Industrial Management & Data Systems*.
- Prayag, G., Chowdhury, M., Spector, S., & Orchiston, C. (2018). Organizational resilience and financial performance. *Annals of Tourism Research*, 73(C), 193-196.
- Shamsuddin, S. (2020). Resilience resistance: The challenges and implications of urban resilience implementation. *Cities*, 103, 102763.
- Shehzad, K., Xiaoxing, L., & Kazouz, H. (2020). COVID-19's disasters are perilous than Global Financial Crisis: A rumor or fact?. *Finance Research Letters*, 36, 101669.
- Shela, V., Ramayah, T., & Ahmad, N. H. (2021). Inducing organizational resilience through collective mindfulness: A path towards an uninterrupted metamorphosis. *Development and Learning in Organizations: An International Journal*.
- Singh, R. K., Kansara, S., & Vishwakarma, N. K. (2018). Vendor rating system for an Indian start-up: a combined AHP & TOPSIS approach. *Measuring Business Excellence*.
- Soewarno, N., Tjahjadi, B., & Fithrianti, F. (2019). Green innovation strategy and green innovation. *Management Decision*.
- Soussan, T., & Trovati, M. (2020). Sentiment urgency emotion conversion over time for business intelligence. *International Journal of Web Information Systems*.
- Sowmya, V. (2021). Impact analysis of taxation policy on start-up ecosystem in India. success. *International Journal of Business Information Systems*, 33(1), 103-131.
- Sukoco, I., Rahmawati, N. F., Hermanto, B., & Chan, A. (2020). The Role of Higher Education Institutions in Developing Sustainable Business: A Phenomenological Approach of College Students' Start-up. *Technium Soc. Sci. J.*, 14, 101.
- Suryaningtyas, D., Sudiro, A., Eka, T. A., & Dodi, I. W. (2019). Organizational resilience and organizational performance: examining the mediating roles of resilient leadership and organizational culture. *Academy of Strategic Management Journal*, 18(2), 1-7.