

تحلیل هزینه‌های شکست کارآفرینان روستایی شهرستان کرمانشاه

* بهروز راسخی^۱، رضوان قنبری موحد^۲، امیرحسین علی بیگی^۳

۱- دانشجوی دکتره، گروه زراعت و اصلاح نباتات، دانشکده کشاورزی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران.

۲- استادیار، گروه توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه لرستان، لرستان، ایران.

۳- دانشیار، گروه ترویج و توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

حکیده

تاریخ دریافت: ۱۰ خرداد ۱۳۹۵

تاریخ پذیرش: ۰۷ آذر ۱۳۹۵

با شناخت پیامدها و هزینه‌های شکست کارآفرینان روستایی می‌توان برای پدیده شکست آمادگی پیدا کرد و از تبدیل شدن شکست به بحران اقتصادی اجتماعی در روستاها جلوگیری کرد. بنابراین هدف از انجام این پژوهش توصیفی-پیمایشی بررسی و تحلیل هزینه‌های شکست کارآفرینان روستایی شهرستان کرمانشاه بود. جامعه آماری مطالعه شده شامل ۱۱۰ نفر از کارآفرینان روستایی شکست خورده بود که با استفاده از جدول کرجسی و مورگان، حجم نمونه ۸۶ نفر تعیین شد و برای دستیابی دقیق به افراد مطالعه شده، از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شد. به منظور گردآوری داده‌ها، از پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده شد. نتایج مطالعه نشان داد که کاهش درآمد، بدهی شخصی، نزول کردن پول، کاهش ناگهانی در موقعیت اجتماعی، کاهش اعتمادبه‌نفس، ایجاد حس لکهننگ‌بودن، احساس غم و اندوه، سرزنش دیگران و احساس ندامت و پشیمانی بیشترین مشکلاتی هستند که اکثر کارآفرینان بعد از شکست کسب‌وکار با آن‌ها مواجه می‌شوند. تحلیل رگرسیون نشان داد که متغیرهای جنسیت، وضعیت مالی، تجربه کارآفرینی، اشتغال به کسب‌وکارهای دیگر، گذراندن دوره‌های کارآفرینی، فرهنگ شکست، خوش‌بینی و اعتمادبه‌نفس متغیرهایی هستند که بر کاهش هزینه‌های شکست کارآفرینان روستایی مؤثرند. یافته‌های حاصل از این پژوهش می‌تواند در توانمندسازی و آماده‌کردن کارآفرینان کوچک و متوسط برای بقا و تعالی، حیاتی باشد و به تقویت قابلیت تطبیق‌پذیری کارآفرینان، ایجاد فضای مناسب برای یادگیری از شکست‌ها و خطاها، فراهم کردن راهکارهای علمی کاربردی لازم برای سیاست‌گذاری توسعه و پایداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط منجر شود و از تبدیل شدن شکست به بحران جلوگیری کند.

کلیدواژه‌ها:

کارآفرینی روستایی، شکست، هزینه‌های مالی، هزینه‌های اجتماعی، هزینه‌های روانی

مقدمه

کج خلقی‌های اجتماعی و بد اخلاقی‌ها و غیره اشاره کرد. به دلیل توجه نکردن به اقتصاد روستاییان، این قشر به حاشیه‌نشینی حاشیه‌دار در کلان‌شهرها تبدیل شده‌اند. بنابراین باید اذعان کرد که توسعه روستایی این استان به عنوان زیربنای توسعه کل استان می‌تواند واجد نقش و تأثیر محوری باشد.

نکته حائز اهمیت این است که با وجود اهمیت روزافزون پدیده کارآفرینی و نقش آن در اقتصاد روستایی، وجود معضلات فراوان در سطح جامعه روستایی موجب کندی روند توسعه کارآفرینی روستایی شده است (Kia Kojori, Roodgar Nejjhad, & Poor, 2012). بنابراین شاهد نرخ بالای شکست کسب‌وکارهای کارآفرینی موجود هستیم. امروزه با توجه به شرایط اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی در کشور، بسیاری از کسب‌وکارهای کارآفرینی در همان سال‌های اولیه شروع فعالیت خود با شکست مواجه می‌شوند (Elias, Notash, 2011) که به تبع آن هزینه‌های اقتصادی، اجتماعی، روحی‌روانی و جسمانی فیزیکی زیادی را به

اندیشمندان و صاحب‌نظران توسعه معتقدند ریشه بسیاری از مشکلات کشورهای در حال توسعه و جهان سوم از جمله مشکلات شغلی و بیکاری، در توسعه نیافتگی روستاهای آن‌هاست. در ایران نیز مسائلی مانند بیکاری، مهاجرت‌های روستاشهری، حاشیه‌نشینی و فقر همچون سایر کشورهای در حال توسعه وجود دارد که ریشه همه این‌ها در توسعه نیافتگی روستایی و نرخ بالای بیکاری در روستاهاست. استان کرمانشاه نیز از این قاعده مستثنی نیست و همچون سایر مناطق کشور با چنین مشکلاتی مواجه است. نزدیک به ۳۳ تا ۳۴ درصد از جمعیت استان کرمانشاه در روستاها زندگی می‌کنند. این در حالی است که روستاهای کرمانشاه با مسائل اجتماعی و اقتصادی متعددی مواجه هستند که از میان آن‌ها می‌توان به مهاجرت فصلی یا دائمی روستاییان به شهر، بیکاری فزاینده، بی‌نظمی‌ها و اضطراب‌های اجتماعی در اشکال مختلف به ویژه ناامنی‌ها، ناهنجاری‌های رفتاری،

* نویسنده مسئول:

بهروز راسخی

نشانی: کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمانشاه، دانشکده کشاورزی، گروه زراعت و اصلاح نباتات.

تلفن: ۸۵۶۵۲۴۸ (۹۱۸) +۹۸

پست الکترونیکی: behroz.rasekhi@iauaksh.ac.ir

کامل به اهداف و همچنین مشکلات شخصی مدیریتی، برای منحل شدن کسب‌وکارها وجود دارد (Headd, 2003). دیدگاه دوم تعریف دقیق‌تری از شکست ارائه می‌دهد و آن را معادل شکست تجاری می‌داند. این تعریف به کسب‌وکاری اشاره دارد که به اهدافش نرسیده و ورشکست شده است و در نتیجه مجبور می‌شود برخلاف تمایل خود از ادامه فعالیت دست بکشد و به انحلال تن دهد (Singh, Corner, & Pavlovich, 2007)

شفرده^۱ (۲۰۰۳) نیز اعتقاد دارد شکست کارآفرینانه زمانی رخ می‌دهد که درآمدهای سازمان به شدت کم شده باشد یا هزینه‌های آن به قدری زیاد شود که شرکت ورشکست شده باشد و امکان ادامه فعالیت آن با مالکیت و مدیریت فعلی وجود نداشته باشد. او همچنین شکست پروژه را پایان دادن به پروژه به دلیل عملکرد ضعیف که تأمین‌کنندگان کلیدی منابع پروژه به صورت عملیاتی مشخص می‌کنند، تعریف می‌کند. آخرین دیدگاه شکست را لزوماً به معنای انحلال کسب‌وکار تلقی نمی‌کند، بلکه از شکست به عنوان دست‌نیافتن کارآفرینان به اهداف تعیین شده در زمان تأسیس یا مدیریت کسب‌وکار خود یاد می‌کند (Sitkin, 1992; Cannon & Edmondson, 2001). در این پژوهش نیز از این دیدگاه استفاده شده است.

هزینه‌های شکست

هزینه‌های شکست پیامدهای منفی شکست کسب‌وکار هستند که بر کارآفرین تأثیر می‌گذارد. بر اساس مرور ادبیات می‌توان این هزینه‌ها را به انواع مالی و اجتماعی و روانی طبقه‌بندی کرد که در ادامه بررسی می‌شوند.

هزینه‌های مالی شکست

در خوش‌بینانه‌ترین حالت شکست، هزینه‌های مالی بر کارآفرین به شکل فقدان یا کاهش در درآمد شخصی تحمیل می‌شود. در حالی که انتظار می‌رود درجه‌ای از هزینه مالی در نتیجه شکست وجود داشته باشد، موضوع جالب مربوط به این است که چطور کارآفرینان این هزینه‌ها را مدیریت یا جذب می‌کنند. برای برخی از کارآفرینان، هزینه‌های مالی ممکن است به شکل بدهی‌های شخصی باشد که سال‌ها طول بکشد تا مشخص شود (Cope, 2011). در مقابل، بر اساس مفهوم نظری تنوع ریسک، کارآفرین سرمایه‌دار و با موقعیت رفاهی خوب، ممکن است به آسانی هزینه‌های مالی مرتبط با شکست کسب‌وکار را جذب کند. با توجه به نظریه‌های اقتصادی رفتاری، **آرورا و نانکومار^۲ (۲۰۱۱)** گزارش می‌کنند که کارآفرینان با هزینه‌های فرصت زیاد، برای مثال کسانی که با تعداد زیادی از گزینه‌های بیرونی برای سرمایه‌گذاری کانونی روبه‌رو هستند، بیشتر علاقه‌مند موفقیت

کارآفرینان و دیگر افراد جامعه تحمیل می‌کنند. آمار جهانی نیز نشان می‌دهد که از هر صد کسب‌وکار نوپا، ۹۰ کسب‌وکار آن‌ها شکست می‌خورد.

متأسفانه مشاهده می‌شود که بسیاری از کارآفرینان شکست خورده پس از تجربه شکست در کسب‌وکار خود، دست از کار می‌کشند و منزوی می‌شوند، در حالی که کارآفرینان می‌توانند از شکست خود درس بگیرند و با شهامت دوباره از جا برخیزند و تلاش کنند. بنابراین بررسی این مسئله که برای کارآفرینان پس از تجربه تلخ شکست چه اتفاقی رخ می‌دهد که باعث می‌شود توانایی بازگشت و بهبودی را نداشته باشند، یکی از ضرورت‌های بسترهای رشد، خلاقیت و کارآفرینی در جامعه است. شاید نتوان کاملاً از شکست خوردن کارآفرینان جلوگیری کرد، اما حداقل باید این اطمینان وجود داشته باشد که بستر مناسب در جامعه برای بهبودی و شروع مجدد برای کارآفرینان شکست‌خورده فراهم است. این بستر فراهم نمی‌شود، مگر اینکه نتایج و پیامدهای شکست بر زندگی کارآفرینان روستایی مشخص شود تا بتوان با برنامه‌ریزی‌های اصولی در جهت تخفیف این آثار و بازگشت دوباره کارآفرینان به محیط کسب‌وکار گام برداشت.

در چنین شرایطی شناسایی نتایج و آثار این شکست‌ها به منظور توانمندسازی و آماده‌کردن سازمان‌های نوپا، کوچک و متوسط برای بقا و تعالی، حیاتی است. با وجود چنین ضرورتی پژوهش‌های محدودی درباره شکست کارآفرینان انجام شده است. در عین حال اندک پژوهش‌های موجود (Elias, Notash, 2010; Arasti, Gholami, 2011) نیز به شناسایی دلایل شکست پرداخته‌اند و به آثار و هزینه‌هایی که این شکست می‌تواند بر زندگی کارآفرینان داشته باشد، کمتر پرداخته شده است. بنابراین هدف اصلی این تحقیق بررسی هزینه‌های شکست کارآفرینان و شناسایی عوامل مؤثر بر کاهش هزینه‌های شکست است تا در نهایت بتوان راهکارهای مؤثری را در جهت کاهش پیامدهای منفی شکست کارآفرینان و بازگشت آن‌ها به محیط کسب‌وکار ارائه داد. در ادامه، مفهوم شکست بررسی شده است.

مروری بر ادبیات موضوع

بررسی پژوهش‌ها نشان می‌دهد که تعابیر متفاوتی از شکست در اندیشه‌های مدیریت و کسب‌وکار ارائه شده است. این تعاریف را می‌توان در یک سنخ‌شناسی در قالب سه دیدگاه به صورت زیر دسته‌بندی کرد (Elias, Notash, 2011): دیدگاه اول شکست را معادل تعطیل شدن و انحلال کسب‌وکار می‌داند. بر اساس این تعریف هر کسب‌وکاری که از ادامه فعالیت خود دست بردارد و منحل شود، شکست‌خورده تلقی می‌شود. این دیدگاه با انتقادهایی روبه‌رو است؛ زیرا بر اساس این دیدگاه هر کارآفرینی که کسب‌وکاری را منحل کند، ناموفق قلمداد می‌شود. در حالی که دلایل فراوانی از جمله پایان زمان مأموریت و دستیابی

1. Shepherd
2. Arora & Nandkumar

آثار انگیزشی نامطلوبی به دلیل تولید احساس «درماندگی» داشته باشد. بنابراین باورهای افراد را در توانایی خود برای انجام موفقیت‌آمیز وظایف خاص در آینده کاهش می‌دهد و به نشخوار فکری که مانع عملکرد کاری می‌شود، منجر می‌شود (Shepherd, 2003)

هزینه‌های اجتماعی شکست

شکست می‌تواند به هزینه‌های اجتماعی در ارتباط با تأثیر آن بر روابط شخصی و حرفه‌ای منجر شود. برای مثال، سینگ و همکاران (۲۰۰۷) و کوپ (۲۰۱۱) به فروپاشی ازدواج و روابط نزدیک در نتیجه شکست اشاره می‌کنند. کیفیت روابط بعد از شکست می‌تواند کاهش یابد و فرد کارآفرین ارزش اجتماعی خود را از دست دهد. در همین خصوص مطالعه وایلی^۶ (۱۹۹۸) نشان داد که شکست کسب‌وکار می‌تواند آسیب‌های مهمی را بر روان و جسم کارآفرین داشته باشد. او گزارش می‌کند که شکست کسب‌وکار بر کاهش اعتماد به نفس کارآفرین و روابطی که با مردم دیگر دارد، تأثیر می‌گذارد. کاردن و مک‌گراث^۷ (۱۹۹۹) معتقدند که شکست می‌تواند به تحقیر و پشیمانی منجر شود و فرد احترام خانواده، دوستان و اطرافیان را از دست بدهد. آن‌ها معتقدند شکست می‌تواند باعث از دست دادن اعتماد به نفس، کاهش موقعیت اجتماعی و کاهش جایگاه فرد در چشم خود و دیگران باشد (Shepherd, 2003).

شکست در کسب‌وکار حتی می‌تواند بر زندگی خانوادگی کارآفرین نیز تأثیرگذار باشد. در همین زمینه، سینگ و همکاران (۲۰۰۷) موارد مشابهی از فاصله اجتماعی از روابط شخصی حیاتی با خانواده و دوستان را گزارش می‌کنند که منجر به احساس ناامیدی و خجالت‌زدگی می‌شود. همچنین آن‌ها متوجه شدند که سه مورد از پنج طلاق، در ماه‌های اولیه شکست رخ می‌دهند. کاردون و همکاران^۸ (۲۰۱۱) با تجزیه و تحلیل حساب‌های عمده روزنامه آمریکا از شکست کسب‌وکار ذکر می‌کنند که اغلب تأثیر شکست که به طور فراوان گزارش شده است، ایجاد حس لکه ننگ اطراف کارآفرینی است که شکست را تجربه کرده بودند، برای مثال، شکست منجر به تبعید و پایان ناگهانی مسیر حرفه‌ای فرد می‌شود. برچسب شکست همچنین می‌تواند به تبعیض منفی با توجه به فرصت‌های شغلی و دسترسی به منابع آینده مثل منابع مالی و انسانی منجر شود (Shepherd & Haynie, 2011).

بوکارت و همکاران (۲۰۱۱) به نقل از لامبرج و تو^۹ (۲۰۰۹) ذکر می‌کنند که کارآفرینان ورشکسته از ذهنیت موجود درباره ورشکستگی شکایت می‌کنند. بعضی کارآفرینان شکست‌خورده

و سرمایه‌گذاری در کسب‌وکار خود هستند که به موجب آن، شانس سود مالی بزرگ یا خسارات مالی بزرگ برای آن‌ها افزایش می‌یابد. به این ترتیب، در صورت شکست کسب‌وکار، کارآفرینان ممکن است هزینه‌های مالی قابل توجهی را متحمل شوند. با وجود این، با توجه به در دسترس بودن گزینه‌های جایگزین مانند اشتغال یا دیگر سرمایه‌گذاری‌ها، آن‌ها نیز ممکن است به آسانی قادر به جذب این هزینه‌ها شوند.

هزینه‌های روانی شکست

بررسی ادبیات نشان می‌دهد دو هزینه مرتبط روان‌شناختی همراه با تجربه کارآفرینان از شکست کسب‌وکار وجود دارد: عاطفی و انگیزشی. تعدادی از احساسات منفی با شکست کسب‌وکار مرتبط هستند؛ از جمله درد، ندامت، شرم، تحقیر، خشم، احساس گناه، سرزنش و همچنین ترس از ناشناخته‌ها (Cope, 2011). مطالعه موردی انجام‌شده سمادنی و همکاران^۳ (۲۰۰۸) نشان می‌دهد که برچسب شکست نه تنها به قابلیت ورشکستگی شرکت‌های کارآفرینانه از طریق از دست دادن روابط و مذاکرات مجدد آسیب می‌زند، بلکه رهبران این شرکت‌ها گزارش کرده‌اند که به دلیل برچسب‌های بد صدمه دیده‌اند و شرم‌منده شده‌اند. بعضی شکست‌های کارآفرینانه می‌تواند از لحاظ عاطفی و مالی دردناک باشد (Shepherd, 2003)؛ به ویژه در زمینه‌هایی که شکست کارآفرین بیرون از انتظارات هنجاری قضاوت می‌شود و به کارآفرین برچسب شکست زده می‌شود.

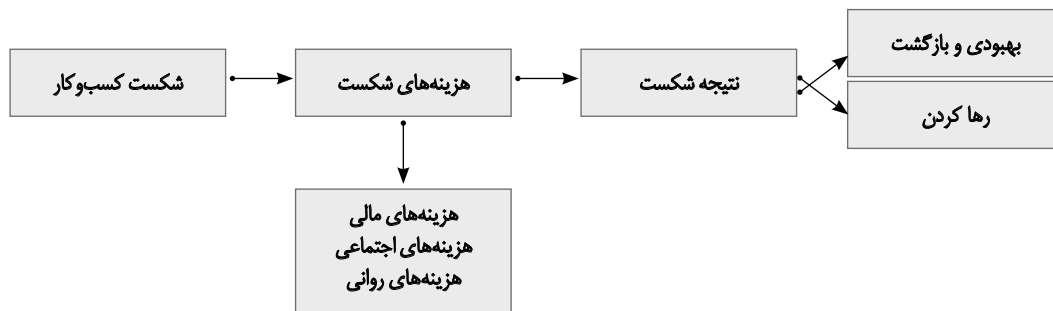
نقطه مشترک مطالعات این تصور است که شکست کسب‌وکار با از دست دادن شی یا فردی مهم تشابه دارد. در همین خصوص، شفرد (۲۰۰۳) بر غم و اندوه به عنوان اصطلاحی جمعی تمرکز دارد که تعدادی از احساسات منفی تولیدشده از زبان‌های مرتبط با شکست را توصیف می‌کند؛ اندوه واکنش عاطفی منفی به از دست دادن کسب‌وکار و توانایی رهاسازی علائم رفتاری، تجربی و فیزیولوژیکی است؛ برای مثال، سینگ و همکاران^۴ (۲۰۰۷) و کوپ^۵ (۲۰۱۱) گزارش می‌کنند که در میان کارآفرینانی که آن‌ها درباره‌شان مطالعه کرده‌اند، غم و اندوه با اضطراب، حملات هراس، ترس، خشم و در برخی موارد با علائم فیزیولوژیکی مانند خستگی، فشار خون بالا، بی‌خوابی و کاهش وزن همراه بوده است. این آثار عاطفی و فیزیولوژیکی شکست کسب‌وکار می‌تواند خود را به عنوان افسردگی با درجات مختلفی از شدت آشکار کند که به نوبه خود می‌تواند آثار نامطلوبی بر انگیزه افراد بگذارد (Singh et al, 2007). نظریه‌های غم و اندوه کارآفرینی درک ما را از انگیزه عمیق‌تر می‌کند. تجربه شکست می‌تواند

6. Whyley
7. Cardon & McGrath
8. Cardon et al.
9. Lambrecht & To

3. Semadani et al.
4. Singh et al.
5. Cope

جدول ۱. مطالعات انجام گرفته درباره شکست کارآفرینان

نویسنده و سال تحقیق	موضوع تحقیق	روش	یافته‌های کلیدی
۱ کاردون و مک گراث (۱۹۹۹)	هزینه‌های اجتماعی و نسبت دادن	کمی	دو سبک استناد وجود دارد: گرایش «درمانده» که به موجب شکست به توانایی نسبت داده می‌شود و در نتیجه، منجر به تمایل به تسلیم شدن می‌شود و جهت‌گیری «تسلط» که به موجب شکست به تلاش نکردن نسبت داده می‌شود و برای تلاش‌های اضافی انگیزه تولید می‌کند.
۲ مینیتی و بیگراو (۲۰۰۱)	یادگیری	مفهومی	مدلی از یادگیری کارآفرینی را ارائه می‌دهد که در آن کارآفرینان با به‌روزرسانی ذخیره ذهنی از دانش انباشته بر اساس موفقیت‌ها و شکست‌های گذشته یاد می‌گیرند.
۳ شفرد (۲۰۰۳)	یادگیری، هزینه‌های روانی	مفهومی	نقش غم و اندوه در یادگیری از شکست را برجسته می‌کنند و مجموعه‌ای از استراتژی‌ها را برای بهبود غم و اندوه شناسایی می‌کنند.
۴ کوپ (۲۰۱۱)	هزینه‌های اجتماعی	کیفی	نشان می‌دهد که شکست کسب‌وکار به طور خودکار «علامت سیاه» توسط سرمایه‌گذاران در نظر گرفته نشده است. سرمایه‌گذاران اغلب نگرش تحمل، انعطاف‌پذیری و باز بودن را نسبت به شکست اتخاذ می‌کنند و مشتاق فهم علل شکست هستند.
۵ کولهو و مک کلور (۲۰۰۵)	مسائل تعریفی و هزینه‌های اجتماعی	مفهومی	درباره مزایای عملی شکست بحث می‌کنند: بهتر است از سرمایه‌گذاری‌های غیراقتصادی اولیه جلوگیری کنند تا تمهیدات را با امید افزایش دهند. پشتکار و خوش‌بینی ویژگی‌های لازم و با ارزش کارآفرینی هستند، اما آن‌ها باید با دانش و واقع‌گرایی مدیریت شوند.
۶ اسپوتنز و استم (۲۰۰۶)	پیامدهای رفتاری و شناختی	کمی	در می‌یابد که اکثریت بزرگی از کارآفرینان که کسب‌وکار خود را تعطیل کرده‌اند تمایل به راه‌اندازی مجدد داشته‌اند و تقریباً از هر چهار تعطیلی، یکی به دنبال ایجاد کسب‌وکار جدید بوده است.
۷ وایلات و لافونت (۲۰۰۷)	هزینه‌های اجتماعی	کمی	باور به وجود ننگ اجتماعی برای شکست کارآفرینی، محدودیت مهمی برای فعالیت‌های کارآفرینی در اسپانیا است.
۸ هووینن و تیولا (۲۰۰۸)	یادگیری و هزینه‌های نگرشی	کیفی	شکست ممکن است به توسعه دانش کارآفرینی و همچنین تجارب مؤسس منجر شود. با این حال، یادگیری از شکست به پس‌زمینه شخصی کارآفرین وابسته است.
۹ شفرد (۲۰۰۹)	هزینه‌های اجتماعی و روانی و مدیریت آن‌ها	مفهومی	توسعه نظریه چندسطحی زمان بهبودی غم و اندوه از دست دادن کسب‌وکاری خانوادگی است. بینشی را نسبت به بهبود فراهم می‌کند با پیشنهاد اینکه چگونه محرک غم و اندوه در سطح فردی از طریق هوش هیجانی و در سطح گروه خانواده از طریق قابلیت عاطفی تعامل می‌کنند.
۱۰ هایوارد و همکاران (۲۰۱۰)	هزینه‌های مالی، اجتماعی، روانی و مدیریت آن‌ها	مفهومی	استدلال می‌کند که کارآفرینان با اعتمادبه‌نفس زیاد بیشتر احتمال دارد دوباره به جای اول بعد از شکست برگردند، زیرا آن‌ها به احتمال زیاد انعطاف‌پذیری عاطفی، شناختی، اجتماعی و مالی بیشتری را توسعه داده‌اند که می‌توانند در سرمایه‌گذاری‌های بعدی بسیج شوند.
۱۱ همکاران (۲۰۱۱)	حس کردن و انتسابات	کیفی	تنوع را نشان می‌دهد در اینکه چطور جوامع شکست را حس می‌کنند. در حدی که شکست می‌تواند به بداقبالی یا اشتباهات کارآفرینان نسبت داده شود.
۱۲ شفرد و هاینی (۲۰۱۱)	هزینه‌های اجتماعی و روانی	مفهومی	کارآفرینانی که برجسب شکست خورده‌اند، ممکن است از استراتژی‌های مدیریت تجسم برای هماهنگی خودپنداره‌شان با اینکه چگونه دیگران آن‌ها را ببینند، استفاده کنند.
۱۳ باینی و شفرد (۲۰۱۵)	روایت کارآفرینانه از احساس و شناخت شکست	کیفی	به روایت حالات عاطفی کارآفرینان در حس تجربه شکست می‌پردازد و نشان می‌دهد احساسات منفی نسبت به شکست می‌تواند به حس از دست دادن منجر شود. در حالی که احساسات مثبت می‌تواند منابع شناختی برای تسهیل رویداد شکست ارائه دهد.
۱۴ آمانکاه و همکاران (۲۰۱۶)	اثر تجربه شکست بر موفقیت کارآفرینان	کیفی	چهار مرحله متمایز را از فرایند پس از شکست کارآفرینان ارائه می‌دهد: غم و اندوه و ناامیدی، انتقال، شکل‌گیری و میراث. در حالی که فازهای اندوه و انتقال مستلزم فرایند یادگیری از شکست است، فاز انتقال و میراث شامل نقش‌پذیری دانش تجربی کارآفرینان در موفقیت کسب‌وکار جدید است.



تصویر ۱: چارچوب مفهومی تحقیق

تصویر ۱: چارچوب مفهومی تحقیق

با استفاده از این شاخص‌ها، حجم نمونه مدنظر شامل ۱۱۰ نفر از کارآفرینان روستایی شکست خورده شد که با استفاده از جدول کرجسی و مورگان، حجم نمونه ۸۶ نفر تعیین شد. اما به دلیل به روز نبودن و دقیق نبودن آمار کارآفرینان روستایی و غیرفعال بودن در هنگام مراجعه یا مشکل دسترسی به کارآفرینان، تنها ۶۹ پرسش‌نامه تکمیل شد و میزان بازگشت ۸۰ درصد محاسبه شد. این میزان بازگشت بر اساس توصیه بورگ و گال (۱۹۸۲) قابل قبول است.

ابزار این پژوهش پرسش‌نامه محقق ساخته‌ای بود که پژوهشگران این تحقیق بر اساس مرور ادبیات و چارچوب تحقیق طراحی و تنظیم کردند. پرسش‌نامه شامل سه بخش بود که بخش اول، اطلاعات مربوط به ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهندگان را گردآوری می‌کرد. بخش دوم به بررسی انواع هزینه‌های مالی و اجتماعی و روانی شکست کارآفرینان روستایی می‌پرداخت. بخش سوم نیز مربوط به بررسی عوامل مؤثر بر کاهش هزینه‌های شکست کارآفرینان روستایی بود. به منظور سنجش روایی محتوایی، پرسش‌نامه در اختیار هفت نفر از متخصصان رشته‌های کارآفرینی، توسعه روستایی، مدیریت و جامعه‌شناسی روستایی قرار گرفت. پس از انجام اصلاحات لازم، روایی پرسش‌نامه تأیید شد. سپس از طریق آزمون آلفای کرونباخ پایایی آن‌ها محاسبه شد.

مقدار ضرایب آلفای محاسبه شده برای متغیرهای بخش‌های مختلف پرسش‌نامه بین ۰/۷۹ تا ۰/۹۱ محاسبه شد که مبین اعتبار مناسب آن برای گردآوری داده‌هاست. به منظور تحلیل توصیفی، از میانگین انحراف معیار استفاده شد. در بخش تحلیل استنباطی نیز با توجه به هدف پژوهش و با در نظر گرفتن مقیاس متغیرها، از آزمون رگرسیون چندگانه استفاده شد که در این تحلیل میزان هزینه‌های شکست کارآفرینان به عنوان متغیر وابسته و متغیرهای وضعیت مالی، اشتغال به کسب و کارهای دیگر، جنسیت، تجربه کارآفرینی، اعتماد به نفس، فرهنگ شکست، گذراندن دوره کارآفرینی و خوش‌بینی به عنوان متغیرهای مستقل در نظر گرفته شدند. همچنین متغیرهای جنسیت و اشتغال به کسب و کارهای دیگر به صورت مجازی وارد صفحه گسترده نرم‌افزار SPSS شدند.

تأیید می‌کنند که آن‌ها در محیط اجتماعی برچسب زده می‌شوند و در نتیجه احساس شرمندگی می‌کنند. آن‌ها بیان می‌کنند که افراد جامعه به علت اصلی ورشکستگی توجه ندارند و بدون در نظر گرفتن دلایل ممکن دیگر برای منحل شدن، ورشکستگی در جامعه تنفرآمیز و فریب‌آمیز تلقی می‌شود. کارآفرینان شکست خورده از نظر بسیاری از مردم، مشکوک هستند و نمی‌توان به آن‌ها اطمینان کرد. این مسئله حتی می‌تواند به از دست دادن دوستان و خویشاوندان برای کارآفرینان منجر شود. در این بخش به خلاصه‌ای از مطالعات انجام گرفته در خصوص هزینه‌های شکست کارآفرینان اشاره می‌شود (جدول شماره ۱).

با توجه به موارد اشاره شده، در چارچوب مفهومی که برای این تحقیق طراحی شده است، شکست به عنوان فرایند فرض شده است (تصویر شماره ۱). در این چارچوب هزینه‌های شکست می‌تواند کارآفرین را در جهت بازگشت دوباره به محیط کسب و کار و یا بالعکس آن، رها کردن فعالیت کارآفرینی هدایت کند.

روشن‌شناسی تحقیق

این تحقیق از نظر ماهیت از نوع پژوهش‌های کمی و از نظر هدف از نوع کاربردی و به لحاظ روش‌های دستیابی به حقایق و داده‌پردازی، توصیفی-پیمایشی محسوب می‌شود. جامعه آماری تحقیق حاضر، شامل کارآفرینان روستایی می‌شود که از سال ۱۳۸۷ تا پایان سال ۱۳۹۳ در زمینه گردشگری، صنایع دستی، مشاغل خانگی، صنایع تبدیلی و تکمیلی و کشاورزی در سطح روستاهای شهرستان کرمانشاه مشغول به فعالیت هستند. این افراد حداقل به مدت دو سال متوالی فعالیت داشتند و در تولید محصول یا ارائه خدمت خود نوآوری داشته‌اند. محقق با جمع‌آوری فهرست افراد از طریق مراجعه به سازمان‌های مربوطه از جمله سازمان جهاد کشاورزی استان کرمانشاه، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان و اداره کل شیلات استان، این افراد را با توجه به نوع و محل اجرای طرح، شناسایی کرد. سپس در بین کارآفرینان با استفاده از شاخص‌های در نظر گرفته شده، کارآفرینان شکست خورده شناسایی شدند. این شاخص‌ها عبارتند از: انحلال کسب و کار، کارایی اقتصادی نداشتن، درآمد کافی نداشتن و دست‌نیافتن کارآفرینان به اهداف تعیین شده در زمان تأسیس.

جدول ۲. رتبه‌بندی انواع هزینه‌های مالی شکست در بین کارآفرینان روستایی

رتبه	انحراف معیار (SD)	میانگین از ۵ (M)	هزینه‌های مالی
۱	۰/۸۵	۴/۵۹	کاهش درآمد
۲	۰/۸۰	۴/۳۵	بدهی شخصی
۳	۱/۰۲	۴/۲۲	نزول کردن پول
۴	۰/۸۹	۳/۸۴	از دست دادن سرمایه
۵	۰/۹۶	۳/۷۵	فروختن دارایی‌ها (زمین، منزل، ماشین و سهام و غیره)
۶	۰/۷۹	۲/۸۴	اعلام ورشکستگی
۷	۰/۹۳	۲/۱۱	مصادره اموال

مقیاس لیکرت (۱=کمترین امتیاز و ۵=بیشترین امتیاز)

شد. نتایج به‌دست‌آمده نشان داد که اکثر کارآفرینان در زمینه شغلی والدین خود (کشاورزی) مشغول به فعالیت هستند.

یافته‌ها

ویژگی‌های فردی کارآفرینان روستایی

اولویت‌بندی هزینه‌های مالی شکست کارآفرینان

جدول شماره ۲ نتایج رتبه‌بندی انواع هزینه‌های مالی را بین کارآفرینان روستایی نشان می‌دهد. «کاهش درآمد» با بیشترین میانگین کسب‌شده از سوی کارآفرینان در صدر جدول قرار دارد و «هزینه‌های بدهی شخصی» و «نزول کردن پول» به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند. از سوی دیگر، «اعلام ورشکستگی» و «مصادره اموال» در رتبه‌های آخر هزینه‌های مالی قرار دارند که کارآفرینان بعد از شکست با آن روبه‌رو می‌شوند. از آنجا که کارآفرینان به طرق مختلف بعد از مواجهه با شکست اجازه نمی‌دهند به ورشکستگی و مصادره اموال برسند، بدیهی به نظر می‌رسد که این

در این پژوهش کارآفرینان به پنج گروه سنی ۲۴-۳۴، ۳۵-۴۵، ۴۶-۵۶، ۵۷-۶۷ و بیشتر از ۶۷ سال تقسیم شدند. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۲۴-۳۴ ساله است. به عبارت دیگر بخش اعظم جامعه آماری پژوهش را کارآفرینان جوان تشکیل می‌دهند. از بین ۶۹ کارآفرین مدنظر ۴۵ نفر از آنان مرد و ۱۹ نفر از آنان زن بودند. از مجموع ۶۹ نفر پاسخ‌گو، ۵ نفر تحصیلات ابتدایی، ۷ نفر مدرک سیکل، ۱۲ نفر مدرک دیپلم و فوق‌دیپلم، ۲۹ نفر مدرک لیسانس و ۱۶ نفر مدرک بالاتر از لیسانس داشتند. به علاوه در این پژوهش شغل والدین کارآفرینان به دو گروه (کشاورزی و غیرکشاورزی) تقسیم

جدول ۳. رتبه‌بندی انواع هزینه‌های اجتماعی شکست بین کارآفرینان روستایی

رتبه	انحراف معیار (SD)	میانگین از ۵ (M)	هزینه‌های اجتماعی
۱	۰/۹۸	۴/۸۵	کاهش ناگهانی در موقعیت اجتماعی
۲	۰/۹۵	۴/۴۱	ایجاد حس لکه ننگ
۳	۱/۰۲	۳/۸۴	دسترسی‌نداشتن به منابع در آینده
۴	۰/۷۹	۳/۷۷	از دست دادن احترام و اعتماد اطرافیان
۵	۰/۸۶	۳/۵۳	تبعیض منفی با توجه به فرصت‌های شغلی
۶	۰/۹۴	۳/۳۸	تخریب روابط حرفه‌ای
۷	۰/۹۶	۳/۱۸	از دست دادن روابط اجتماعی
۸	۰/۸۷	۲/۸۹	تخریب روابط شخصی
۹	۰/۹۹	۲/۰۸	طلاق

مقیاس لیکرت (۱=کمترین امتیاز و ۵=بیشترین امتیاز)

و «سرزنش دیگران» با بیشترین میانگین کسب‌شده از سوی کارآفرینان در صدر جدول قرار دارد و «کاهش اعتمادبه‌نفس» و «احساس ندامت و پشیمانی» به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند. از سوی دیگر، کارآفرینان در هزینه‌های «ترس از ناشناخته‌ها» و «احساس خشم» نمره کمتری دریافت کرده‌اند. به عبارت دیگر اکثریت کارآفرینان بعد از شکست در کسب‌وکار خود به احساس غم و اندوه دچار می‌شوند. غم و اندوه واکنش طبیعی و سالم به از دست دادن چیز مهمی در زندگی است. غم و اندوه کارآفرین به‌مرور زمان کاهش می‌یابد، اما ممکن است به تجربه‌ای دردناک و طولانی برای او تبدیل و باعث درماندگی شدید او شود.

عوامل مؤثر بر کاهش هزینه‌های شکست کارآفرینان روستایی

برای پیش‌بینی تأثیر متغیرهای مستقل تحقیق بر میزان هزینه‌های شکست کارآفرینان روستایی از رگرسیون چندگانه به روش گام‌به‌گام استفاده شد. پس از ورود متغیرهای سن، سطح تحصیلات، جنسیت، تجربه کارآفرینی، اشتغال به کسب‌وکارهای دیگر، گذراندن دوره‌های کارآفرینی، وضعیت مالی، فرهنگ شکست، خوش‌بینی و اعتماد به نفس که در تحلیل همبستگی معنی‌دار شده بودند، هشت متغیر در این معادله باقی ماندند و تحلیل رگرسیون تا هشت گام پیش رفت. ضریب تعیین تعدیل‌شده نشان می‌دهد که این متغیرهای مستقل می‌توانند ۶۵/۸ درصد از واریانس متغیر میزان هزینه‌های شکست را تبیین کنند. از طرفی بررسی ضرایب رگرسیون استانداردشده نشان می‌دهد که متغیر وضعیت مالی ($\beta = ۰/۴۲۵$) در مقایسه

دو متغیر در رتبه‌های آخر قرار بگیرند. به عبارت دیگر کارآفرین در مراحل اولیه شکست کسب‌وکار خود با کاهش درآمد روبه‌رو می‌شود و در مراحل بعدی در صورتی که نتواند این کاهش درآمد را از طرق مختلفی همچون فروختن دارایی‌ها و نزول کردن پول جبران کند، با شکست مواجه خواهد شد و با اعلام ورشکستگی در نهایت اموال کارآفرینان از طریق بانک و سازمان‌های مربوطه مصادره خواهد شد.

اولویت‌بندی هزینه‌های اجتماعی شکست کارآفرینان

جدول شماره ۳ نتایج رتبه‌بندی انواع هزینه‌های اجتماعی را در بین کارآفرینان روستایی نشان می‌دهد. «کاهش ناگهانی در موقعیت اجتماعی» با بیشترین میانگین کسب‌شده از سوی کارآفرینان در صدر جدول قرار دارد و «ایجاد حس لکه ننگ بودن» و «دسترسی‌نداشتن به منابع در آینده» به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند. از سوی دیگر، کارآفرینان تخریب روابط شخصی و «طلاق» را به عنوان هزینه‌های مالی شکست در رتبه‌های آخر قرار داده‌اند. به عبارت دیگر کارآفرینان در مواجهه با شکست، اولین آسیبی که دچار می‌شوند، همان از دست دادن موقعیت و جایگاه در جامعه است. ترس از دست دادن موقعیت اجتماعی حتی می‌تواند به عنوان عامل بازدارنده‌ای در کارآفرین شدن افراد عمل کند. البته در جوامع مختلف برخورد جامعه با فرد شکست‌خورده می‌تواند متفاوت باشد.

اولویت‌بندی هزینه‌های روانی شکست کارآفرینان

جدول شماره ۴ نتایج رتبه‌بندی انواع هزینه‌های روانی را بین کارآفرینان روستایی نشان می‌دهد. «احساس غم و اندوه»

جدول ۴. رتبه‌بندی انواع هزینه‌های روانی شکست در بین کارآفرینان روستایی

رتبه	انحراف معیار (SD)	میانگین از ۵ (M)	هزینه‌های روانی
۱	۰/۸۳	۴/۸۰	احساس غم و اندوه
۲	۰/۸۱	۴/۶۶	سرزنش دیگران
۳	۰/۸۷	۴/۵۹	کاهش اعتمادبه‌نفس
۴	۱/۰۸	۴/۳۱	احساس ندامت و پشیمانی
۵	۰/۹۵	۴/۱۸	احساس درماندگی
۶	۰/۸۶	۴/۷۲	ایجاد احساس افسردگی
۷	۰/۹۳	۴/۵۲	احساس شرم و تحقیر
۸	۰/۷۸	۴/۳۵	احساس گناه
۹	۰/۹۲	۴/۲۲	احساس اضطراب و استرس
۱۰	۰/۹۹	۴/۱۳	ترس از ناشناخته‌ها
۱۱	۰/۸۷	۴/۷۸	احساس خشم

جدول ۵. ضرایب تعیین متغیرهای تأثیرگذار بر میزان هزینه‌های شکست کارآفرینان روستایی

گام	متغیر	ضریب همبستگی R	ضریب تعیین R ²
۱	وضعیت مالی	-۰/۴۲۵	۰/۲۲۱
۲	اشتغال به کسب و کارهای دیگر	-۰/۴۵۱	۰/۲۸۲
۳	جنسیت (مرد بودن)	-۰/۵۱۰	۰/۳۹۳
۴	اعتماد به نفس	-۰/۵۶۸	۰/۴۲۱
۵	تجربه کارآفرینی	-۰/۵۹۱	۰/۴۶۱
۶	فرهنگ شکست	-۰/۶۸۳	۰/۵۷۱
۷	گذراندن دوره‌های کارآفرینی	-۰/۷۱۱	۰/۶۲۰
۸	خوش بینی	-۰/۷۷۵	۰/۶۵۸

جدول ۶. تحلیل رگرسیون چندگانه گام به گام برای کارآفرینی با متغیرهای مستقل

متغیرهای مستقل	ضریب غیر استاندارد (B)	ضریب استاندارد (B)	آماره t	سطح معنی داری
وضعیت مالی	-۰/۴۱۲	-۰/۴۲۵	-۵/۱۶	۰/۰۰۰
اشتغال به کسب و کارهای دیگر	-۰/۴۳۳	-۰/۴۴۴	-۵/۳۴	۰/۰۰۰
جنسیت (مرد بودن)	-۰/۲۴۶	-۰/۳۵۰	-۴/۷۳	۰/۰۰۱
اعتماد به نفس	-۰/۳۰۹	-۰/۳۱۹	-۴/۵۱	۰/۰۰۱
تجربه کارآفرینی	-۰/۳۳۲	-۰/۲۹۸	-۴/۱۰	۰/۰۰۱
فرهنگ شکست	-۰/۴۰۸	-۰/۲۷۲	-۳/۳۴	۰/۰۰۰
گذراندن دوره‌های کارآفرینی	-۰/۲۳۲	-۰/۲۵۱	-۳/۱۷	۰/۰۰۲
خوش بینی	-۰/۲۱۵	-۰/۱۹۸	-۲/۸۹	۰/۰۰۱
عرض از مبدأ (a)	۳/۵۱۹	-	۳/۳۰	۰/۰۰۰

مربوط به عواملی است که در این تحقیق مطالعه نشده‌اند. با توجه به نتایج جدول شماره ۶، معادله رگرسیونی برابر است با:

$$Y = 3.519 - 0.412 X_1 - 0.433 X_2 - 0.246 X_3 - 0.309 X_4 - 0.332 X_5 - 0.408 X_6 - 0.232 X_7 - 0.215 X_8$$

Y: هزینه‌های شکست کارآفرینان؛ X_۱: وضعیت مالی؛ X_۲: اشتغال به کسب و کارهای دیگر؛ X_۳: جنسیت؛ X_۴: اعتماد به نفس؛ X_۵: تجربه کارآفرینی؛ X_۶: فرهنگ شکست؛ X_۷: گذراندن دوره کارآفرینی؛ X_۸: خوش بینی.

همچنین بر اساس نتایج حاصل از جدول شماره ۶ مشاهده می‌شود که متغیر وضعیت مالی (B=-۰/۴۴۴) بیش از دیگر متغیرها بر میزان هزینه‌های شکست کارآفرینان تأثیر می‌گذارد و بعد از آن متغیرهای اشتغال به کسب و کارهای دیگر (B=۰/۳۵۰)،

با سایر متغیرها سهم و نقش بیشتری در میزان هزینه‌های شکست کارآفرینان دارد. این در حالی است که تمام متغیرهای مستقل تأثیر معکوس و معنی داری داشتند. مقادیر منفی پتان نشان می‌دهد که با افزایش میزان متغیرهای تجربه کارآفرینی، اشتغال به کسب و کارهای دیگر، گذراندن دوره‌های کارآفرینی، وضعیت مالی، جنسیت، فرهنگ شکست، خوش بینی و اعتماد به نفس، میزان هزینه‌های شکست کارآفرینان روستایی کاهش خواهد یافت (جدول شماره ۵).

نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که متغیرهای وضعیت مالی، اشتغال به کسب و کارهای دیگر، جنسیت (مرد بودن)، تجربه کارآفرینی، اعتماد به نفس، فرهنگ شکست، گذراندن دوره کارآفرینی و خوش بینی در مجموع توانسته‌اند ۶۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته تحقیق را تبیین کنند. سایر تغییرات

یوسباساران و همکاران^{۱۱} (۲۰۱۰) همسو است. او استدلال می‌کند که هزینه‌های احساسی از شکست ممکن است برای کارآفرینان ماهری که هم‌زمان چندین کسب‌وکار دارند، «رقیق» یا «ملایم» باشد، چون آن‌ها حداقل یک کسب‌وکار دیگر دارند که بر آن تمرکز کنند و دچار هزینه‌های شکست نشوند. در مقابل، کارآفرینان سریالی یا متوالی، برای مثال کسانی که تنها مالک یک کسب‌وکار در یک زمان هستند، ممکن است در مقایسه با هم‌تایان خود با کسب‌وکارهای متعدد، هزینه‌های روانی شکست را به میزان بیشتری احساس کنند.

یکی دیگر از متغیرهای تأثیرگذار بر میزان هزینه‌های شکست کارآفرینان روستایی، جنسیت (مردبودن) است. مردبودن کارآفرین باعث کاهش هزینه‌های شکست می‌شود. به عبارت دیگر، زنان کارآفرین در مقایسه با مردان کارآفرین هزینه‌های بیشتری دارند. این یافته با نتایج تحقیقات موبوبیا^{۱۲} (۲۰۱۲) و گزارش دیده‌بان جهانی^{۱۳} (۲۰۱۶) همسو است که معتقدند زنان در مقایسه با مردان بیشتر ترس از شکست دارند و در مواجهه با شکست متحمل هزینه‌های بیشتری می‌شوند. در جامعه دوباره موفقیت زنان کارآفرین تردید وجود دارد. فرهنگ اقتدارگرا و مردسالار همواره رواج‌دهنده باورهای سنتی و کلیشه‌های جنسیتی بوده است و از ابتدا، تربیت و اجتماعی شدن دختران، در نظر گرفتن خود به عنوان جنس دوم و تضعیف اعتمادبه‌نفس و تعمیق حس حقارت و خودکم‌بینی توانایی‌های خویش را در پی داشته است. این دلایل باعث شده است که زنان کارآفرین با اولین شکست در کسب‌وکار خود، با موجی از سرزنش‌ها و تحقیرهای اطرافیان روبه‌رو شوند که شکست را به ناتوانی‌های آنان نسبت می‌دهند و از سوی دیگر حاضر به کمک و حمایت از کارآفرین زن شکست‌خورده نیستند، در نتیجه این عوامل می‌تواند زنان کارآفرین را از فعالیت دوباره منصرف کند.

گذراندن دوره‌های کارآفرینی از دیگر متغیرهای تأثیرگذار بر کاهش هزینه‌های شکست کارآفرینان است. نتایج مطالعات شفرد^{۱۴} (۲۰۰۳) و یوسباساران و همکاران^{۱۵} (۲۰۱۳) نیز مؤید این یافته هستند. آن‌ها معتقدند در این دوره‌ها درباره احتمال شکست کارآفرینان و صدمات عاطفی و اینکه چطور می‌توانند از شکست یاد بگیرند، صحبت می‌شود. نادیده گرفتن شکست به عنوان احتمالی واقعی برای کارآفرینان باعث می‌شود زمانی که با شکست روبه‌رو می‌شوند، آمادگی لازم را نداشته باشند. در حالی که آگاهی کارآفرین از احتمال شکست در کسب‌وکار می‌تواند یادگیری و موفقیت آن‌ها را در آینده تسهیل کند. داشتن تجربه کارآفرینی موفق نیز بر کاهش هزینه‌های شکست کارآفرینان روستایی مؤثر است. مطالعات انجام‌شده توسط کوپ

جنسیت (B=۰/۳۱۹)، اعتمادبه‌نفس (B=-۰/۲۷۲) و تجربه کارآفرینی (B=-۰/۲۵۱) قرار می‌گیرند.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج مطالعه نشان داد که کاهش درآمد، بدهی شخصی، نزول کردن پول، کاهش ناگهانی در موقعیت اجتماعی، کاهش اعتمادبه‌نفس، ایجاد حس لکه‌ننگ‌بودن، احساس غم و اندوه، سرزنش دیگران و احساس ندامت و پشیمانی بیشترین هزینه‌هایی هستند که اکثر کارآفرینان بعد از شکست کسب‌وکار به آن‌ها دچار می‌شوند. این هزینه‌ها می‌توانند آثاری را برای کارآفرینان به دنبال داشته باشند. آثار شکست کسب‌وکار بر کارآفرین، بسیار پیچیده و به طور قابل بحثی ضدونقیض است؛ در حالی که شکست ممکن است به فرصت یادگیری ارزشمندی برای کارآفرین شکست‌خورده منتهی شود (McGrath, 1999)، ممکن است تجربه احساسی و ضربه‌ای برای آن‌ها باشد (Cope, 2011) که مانع یادگیری می‌شود. اگر هزینه‌های شکست (مالی و اجتماعی و روان‌شناسی) در مقایسه با منافع یادگیری از شکست بسیار زیاد باشند، کارآفرینان ممکن است ترجیح دهند که به فعالیت کارآفرینی پایان بدهند. در چنین موقعیتی هر دو کارآفرین و جامعه ممکن است شکست بخورند.

نتایج نشان داد که متغیرهای وضعیت مالی، اشتغال به کسب‌وکارهای دیگر، جنسیت، تجربه کارآفرینی، اعتمادبه‌نفس، فرهنگ شکست، گذراندن دوره کارآفرینی و خوش‌بینی متغیرهایی هستند که بر اساس معادله رگرسیون به دست می‌آیند و بر کاهش هزینه‌های شکست کارآفرینان روستایی مؤثرند. ضمن اینکه وضعیت مالی متغیری است که بیشترین نقش را بر کاهش هزینه‌های شکست کارآفرینان روستایی دارد. در ادامه، به تبیین هریک از یافته‌های پژوهش به طور مجزا پرداخته می‌شود.

نتیجه رگرسیون نشان داد که وضعیت مالی بر کاهش هزینه‌های شکست تأثیر دارد. نتایج مطالعات مینیتی و بیگراو^{۱۶} (۲۰۰۱) و کوپ^{۱۷} (۲۰۱۱) نیز مؤید این یافته هستند. کارآفرینانی که وضعیت مالی و رفاهی بهتری دارند، آسان‌تر از دیگران قادر به جذب هزینه‌های شکست هستند. افرادی که سرمایه‌ها و پس‌اندازهای شخصی قابل توجهی دارند، کمتر دچار هزینه‌های مالی و اجتماعی و روانی شکست می‌شوند. آن‌ها به راحتی می‌توانند خسارت‌ها و زیان‌هایی را که در پی شکست برای آن‌ها به وجود آمده است، جبران کنند و حتی بدون گرفتن کمک مالی از دیگران دوباره کسب‌وکار خود را از سر بگیرند.

اشتغال به کسب‌وکارهای دیگر نیز در کاهش هزینه‌های شکست کارآفرینان روستایی مؤثر است. این یافته با نتیجه تحقیق

11. Ucbasaran et al.

12. Mwobobia

13. Global Entrepreneurship Monitor

10. Minniti & Bygrave

کند که انعطاف‌پذیری کارآفرینان را تسهیل کند. اگرچه آن‌ها به صراحت به بررسی هزینه‌های شکست نپرداخته‌اند، مفهوم نظریه‌پردازی آن‌ها این است که اعتماد به نفس کارآفرینان ممکن است هزینه‌های احساسی از شکست را کاهش دهد؛ حتی اگر احتمال شکست را افزایش دهد. افراد با اعتماد به نفس به توانایی‌هایشان اعتماد می‌کنند، حس می‌کنند بر زندگیشان تسلط دارند و باور دارند که در طیفی منطقی قادر به انجام کارهایی هستند که می‌خواهند و برایش برنامه‌ریزی می‌کنند. افراد با اعتماد به نفس احتمال رشدن از سوی دیگران را قبول می‌کنند، به دلیل اینکه به توانایی‌های خودشان اعتماد دارند. آن‌ها خودشان را می‌پذیرند و این حس را ندارند که باید خودشان را وفق بدهند تا پذیرفته شوند.

بر پایه مطالب ذکر شده در جهت کاهش هزینه‌ها و آثار منفی شکست کارآفرینان و بازگشت آن‌ها به محیط کسب‌وکار، این موارد به عنوان پیشنهاد ارائه می‌شود: با توجه به اینکه وضعیت مالی متغیری است که بیشترین نقش را بر کاهش هزینه‌های شکست کارآفرینان روستایی دارد، بنابراین پیشنهاد می‌شود دولت قوانینی را به منظور کاهش آسیب‌های ورشکستگی و تشویق ریسک‌پذیری در بین کارآفرینان تصویب کند و بودجه‌ای برای کمک به کارآفرینان مستعد شکست و کارآفرینان ورشکسته در نظر گرفته شود که بتوانند بعد از شکست دوباره فعالیت خود را از سر بگیرند و در هنگام شروع نیز با ترس از شکست مقابله کنند.

زنان کارآفرین در مقایسه با مردان کارآفرین هزینه‌های بیشتری متحمل می‌شوند. بنابراین ضروری است برنامه‌هایی برای آموزش و بهسازی توانمندی‌ها و قابلیت‌های زنان روستایی برای غلبه بر ضعف‌های موجود در سطح آگاهی و مهارتی آن‌ها در مقایسه با مردان در مواجهه با شکست در نظر گرفته شود و از سوی دیگر با استفاده از رسانه‌ها فرهنگ‌سازی در تغییر نگرش جامعه به توانمندی زنان در فعالیت‌های اقتصادی و اعتماد به آن‌ها صورت گیرد. با توجه به تأثیر گذراندن دوره‌های کارآفرینی بر کاهش هزینه‌های شکست کارآفرینان، پیشنهاد می‌شود سازمان‌های متولی مانند سازمان فنی و حرفه‌ای، دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی در زمینه احتمال شکست کارآفرینان و صدمات عاطفی و اینکه چگونه می‌توانند از شکست یاد بگیرند، تشکیل دهند تا کارآفرینان روستایی بتوانند با شرکت در این دوره‌ها خود را در برابر شکست و چالش‌های فضای کسب‌وکار مجهز کنند و در هنگام شکست آمادگی لازم در مدیریت بحران را داشته باشند.

نتایج نشان داد که اعتماد به نفس بر کاهش میزان هزینه‌های شکست کارآفرینان تأثیر دارد. بنابراین پیشنهاد می‌شود ترویج کارآفرینی و افزایش منزلت اجتماعی کارآفرینان از طریق برنامه‌های صداوسیما صورت گیرد و در انتقال مفاهیمی از خلاقیت و کار، چهره‌سازی مثبت از کارآفرینان، معرفی مصادیق کارآفرینی ایران، انعکاس دیدگاه چهره‌های برجسته کشور در

(۲۰۱۱)، گامپر و همکاران^{۱۴} (۲۰۱۰) و کاردون و همکاران (۲۰۱۱) نیز این یافته را تأیید می‌کنند. نتایج تحقیق آن‌ها در شکست کسب‌وکارهای کارآفرینانه نشان داد که کارآفرینانی که قبلاً مالک کسب‌وکار موفق بوده‌اند، در مقایسه با کسانی که قبلاً مالک کسب‌وکار موفق نبوده‌اند، بیشتر قادرند خودشان را از «قیدهای عاطفی قدرتمند شکست» دور کنند. به عبارت دیگر، کارآفرینان سریالی موفق می‌توانند برای اطمینان خاطر مجدد به دستاوردهای گذشته خود برگردند و با انرژی بیشتر و اعتماد به توانایی‌های خود فعالیت را از سر بگیرند.

فرهنگ شکست نیز از عوامل مؤثر بر کاهش هزینه‌های شکست کارآفرینان است. در جوامعی که فرهنگ شکست پذیرفته شده است، در مقایسه با جوامعی که فرهنگ شکست در آن‌ها پذیرفته نشده است، کارآفرینان با هزینه‌های شکست کمتری روبه‌رو می‌شوند. این جوامع با شکست کسب‌وکار با درجه‌ای از تحمل و پذیرش و ذهن باز رفتار می‌کنند. نتایج مطالعات کاو و همکاران^{۱۵} (۲۰۰۱) و لاندیر^{۱۶} (۲۰۰۵) نیز مؤید این یافته هستند. در بعضی مناطق و کشورها شکست کارآفرینانه استیگماست، در حالی که در کشورهای دیگر برچسب اجتماعی کمتری به شکست زده می‌شود. برای مثال، در حالی که کارآفرینان شکست‌خورده اغلب در ژاپن و فرانسه برچسب زده می‌شوند، فرهنگ موجود در سیلیکان والی شکست را به عنوان مدال افتخار در نظر می‌گیرد.

خوش‌بینی، از دیگر متغیرهای مؤثر بر کاهش هزینه‌های شکست کارآفرینان است. این یافته با نتایج تحقیق یوسباساران و همکاران (۲۰۰۳) و سلیگمن^{۱۷} (۲۰۰۶) همسو است. آن‌ها معتقدند بر مبنای روانشناسی مثبت، کارآفرینانی که «خوش‌بینی آموخته» را نمایش می‌دهند، به احتمال زیاد احساس شکست را ایجاد می‌کنند به شیوه‌ای که به بهبود کمک کند و آن‌ها را به انجام فعالیت‌های کارآفرینی آینده سوق دهد. افرادی که خوش‌بین هستند، به احتمال زیاد دلیل مشکل را گذرا و سطحی در آثار آن می‌بینند. در نتیجه، احتمال بیشتری دارد که افراد خوش‌بین سختی را چالش تلقی کنند، مشکلات را به فرصت‌ها تبدیل کنند، تلاش کنند مهارت‌ها را انطباق و توسعه دهند، اعتماد به نفس خود را حفظ کنند، به سرعت از موانع عبور کنند و باقی بمانند.

همچنین نتایج نشان داد که اعتماد به نفس بر کاهش هزینه‌های شکست کارآفرینان تأثیر دارد. این یافته با نتایج تحقیق هیوارد و همکاران^{۱۸} (۲۰۱۰) همسو است. آن‌ها معتقدند که اعتماد به نفس، برای مثال باور محرک احساسات در توانایی‌های خود و حتی اعتماد به نفس بیش از اندازه می‌تواند احساسات مثبتی ایجاد

14. Gompers et al.

15. Cave et al.

16. Landier

17. Seligman

18. Hayward et al.

زمینه کارآفرینی و طرح شاخص‌های اسلامی مرتبط و تقویت زمینه کارآفرینی در فیلم‌ها و سریال‌ها فعالیت کنند. با توجه به تأثیر فرهنگ شکست بر کاهش هزینه‌های شکست کارآفرینان، پیشنهاد می‌شود با استفاده از رسانه‌ها در جهت آشنایی افراد جامعه با علل واقعی شکست کارآفرینان و تأکید رسانه‌ها بر جنبه صادقانه شکست اقدام شود؛ رسانه‌ها در این زمینه می‌توانند داستان ورشکستگی کارآفرینان را پوشش دهند و تحمل پذیرش اشتباه را در جامعه افزایش دهند.

با توجه به اینکه مقاله حاضر هزینه‌های شکست را تنها از دیدگاه کارآفرینان بررسی کرده است، پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آینده هزینه‌های شکست از دیدگاه افراد دیگری همچون منابع تأمین مالی کارآفرین مانند بانک یا صندوق‌های قرض الحسنه، مشتریان و خریداران محصول، تأمین‌کنندگان منابع اولیه، خبرنگاران علمی و محلی و غیره نیز بررسی شود تا بتوان به حقایق بیشتری پی برد.

تشکر و قدردانی

بدین وسیله از دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه که هزینه اجرای این طرح پژوهشی را تأمین کرد، قدردانی می‌کنیم.

References

- Amankwah-Amoah, J., Boso, N., & Antwi-Agyei, I. (2016). The effects of business failure experience on successive entrepreneurial engagements: An evolutionary phase model. *Group & Organization Management*. doi: 10.1177/1059601116643447
- Arasti, Z., Gholami, M. (2010). [Causes of failures for entrepreneurs in Iran (Persian)]. *Journal of Entrepreneurship Development*, 2(8), 173-184.
- Armour, J., & Cumming, D. (2008). Bankruptcy law and entrepreneurship. *American Law and Economics Review*, 10(2), 303-350. doi:10.1093/aler/ahn008
- Arora, A., & Nandkumar, A. (2011). Cash-out or flameout! Opportunity cost and entrepreneurial strategy: Theory, and evidence from the information security industry. *Management Science*, 57(10), 1844-60. doi: 10.1287/mnsc.1110.1381
- Bouckaert, A. S., Deverees, R., & Smolder, C. (2011). A view on second-chance entrepreneurship in Flanders (Belgium) (Summary). *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 31. Article 21.
- Burchell, B., & Hughes, A. (2006). *The stigma of failure: An international comparison of failure tolerance and second chancing*. Working Paper. Cambridge: University of Cambridge.
- Byrne, O., & Shepherd, D. A. (2013). Different strokes for different folks: Entrepreneurial narratives of emotion, cognition, and making sense of business failure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(2), 375-405. doi: 10.1111/etap.12046
- Cannon, M. D., & Edmondson, A. C. (2001). Confronting failure: Antecedents and consequences of shared beliefs about failure in organizational work groups. *Journal of Organizational Behavior*, 22(2), 161-177. doi: 10.1002/job.85
- Cardon, M. S., Stevens, C. E., & Potter, D. R. (2011). Misfortunes or mistakes? Cultural sensemaking of entrepreneurial failure. *Journal of Business Venturing*, 26(1), 79-92. doi: 10.1016/j.jbusvent.2009.06.004
- Cardon, M., & McGrath, R. G. (1999). When the going gets tough... Toward a psychology of entrepreneurial failure and re-motivation. Paper presented at the *Frontiers of Entrepreneurship Research Conference*. Wellesley, USA, 1 May 1999.
- Cave, F., Eccles, S., & Rundle, M. (2001). Attitudes towards entrepreneurial failure: A learning experience or an indelible stigma? Paper presented at the *2001 Babson College-Kauffman Foundation Entrepreneurship Research Conference*. Jonnkoping, Sweden, 23 May 2001.
- Coelho, P. R. P., & McClure, J. E. (2005). Learning from failure. *American Journal of Business*, 20(1), 1. doi: 10.1108/19355181200500001
- Cope, J. (2011). Entrepreneurial learning from failure: An interpretative phenomenological analysis. *Journal of Business Venturing*, 26(6), 604-623. doi: 10.1016/j.jbusvent.2010.06.002
- Elias, Q., Notash, H. (2011) [Identifying the failure causes of habitual Iranian entrepreneurs: A narrative approach (Persian)]. *Journal of Entrepreneurship Development*, 4(13), 31-50.
- European Commission. (2007). *Overcoming the stigma of business failure -for a second chance policy*. Brussels: European Commission.
- European Commission. (2011). *A second chance for entrepreneurs: Prevention of bankruptcy, simplification of bankruptcy procedures and support for a fresh start*. Brussels: European Commission
- Freel, M., Carter, S., Tagg, S., & Mason, C. (2010). The latent demand for bank debt: Characterizing "discouraged borrowers." *Small Business Economics*, 38(4), 399-418. doi: 10.1007/s11187-010-9283-6
- Global Entrepreneurship Monitor. (2016). *Global report*. [Internet]. Retrieved from: <http://www.gemconsortium.org/report/49480>
- Gompers, P., Kovner, A., Lerner, J., & Scharfstein, D. (2010). Performance persistence in entrepreneurship. *Journal of Financial Economics*, 96(1), 18-32. doi: 10.1016/j.jfineco.2009.11.001
- Hayward, M. L. A., Forster, W. R., Sarasvathy, S. D., & Fredrickson, B. L. (2010). Beyond hubris: How highly confident entrepreneurs rebound to venture again. *Journal of Business Venturing*, 25(6), 569-578. doi: 10.1016/j.jbusvent.2009.03.002
- Headd, B. (2003). Redefining business success: Distinguishing between closure and failure. *Small Business Economics*, 21(1), 51-61. doi:10.1023/a:1024433630958
- Huovinen, J., & Tihula, S. (2008). Entrepreneurial learning in the context of portfolio entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 14(3), 152-171. doi: 10.1108/13552550810874673
- Kia Kojori, K., Roodgar Nejhad, F., & Poor Eisa, M. (2012). [Conceptual model of obstacles affecting on the development of rural entrepreneurship (Persian)]. Paper presented at *The National Conference on Rural Development*, Rasht, Gilan, 30 August 2012.
- Landier, A. (2005). *Entrepreneurship and the stigma of failure*, SSRN eLibrary [MSc thesis]. Chicago: University of Chicago.
- McGrath, R. G. (1999). Falling forward: Real options reasoning and entrepreneurial failure. *The Academy of Management Review*, 24(1), 13. doi: 10.2307/259034
- Minniti, M., & Bygrave, W. (2001). A dynamic model of entrepreneurial learning. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 25(3), 5-16.
- Mwobobia, F. M. (2012). The challenges facing small-scale women entrepreneurs: A case of Kenya. *International Journal of Business Administration*, 3(2), 112-21. doi: 10.5430/ijba.v3n2p112
- Petrin, T. (2002). *Entrepreneurship as an economic force in rural development* [H. Zarnegar Persian trans.] [Internet]. Retrieved from: <http://hzarnegar.blogfa.com/post-23.aspx>
- Schutjens, V., & Stam, E. (2006). *Starting anew: Entrepreneurial intentions and realizations subsequent to business closure*. [Internet]. Retrieved from: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=902744
- Seligman, M. (2006). *Learned optimism: How to change your mind and your life*. New York: Vintage Books.
- Semadeni, M., Cannella Jr., A. A., Fraser, D. R., & Lee, D. S. (2008). Fight or flight: Managing stigma in executive careers. *Strategic Management Journal*, 29(5), 557-67. doi: 10.1002/smj.661
- Shepherd, D. A. (2003). Learning from business failure: Propositions of grief recovery for the self-employed. *Academy of Management Review*, 28(2), 318. doi: 10.2307/30040715
- Shepherd, D. A. (2009). Grief recovery from the loss of a family business: A multi- and meso-level theory. *Journal of Business Venturing*, 24(1), 81-97. doi: 10.1016/j.jbusvent.2007.09.003
- Shepherd, D. A., & Haynie, J. M. (2011). Venture failure, stigma, and impression management: A self-verification, self-determi-

- nation view. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 5(2), 178-197. doi: 10.1002/sej.113
- Singh, S., Corner, P., & Pavlovich, K. (2007). Coping with entrepreneurial failure. *Journal of Management & Organization*, 13(4), 331-44. doi: 10.5172/jmo.2007.13.4.331
- Sitkin, S. B. (1992). Learning through failure: The strategy of small losses. *Research in Organizational Behavior*, 14, 231-266.
- Ucbasaran, D., Shepherd, D. A., Lockett, A., & Lyon, S. J. (2013). Life after business failure: The process and consequences of business failure for entrepreneurs. *Journal of Management*, 39(1), 163-202. doi: 10.1177/0149206312457823.
- Ucbasaran, D., Westhead, P., Wright, M., & Flores, M. (2010). The nature of entrepreneurial experience, business failure and comparative optimism. *Journal of Business Venturing*, 25(6), 541-55. doi: 10.1016/j.jbusvent.2009.04.001
- Ucbasaran, D., Wright, M., Westhead, P., Busenitz, L. (2003). The impact of entrepreneurial experience on opportunity identification and exploitation: habitual and novice entrepreneurs. In A. Jerome, A. Katz, & D. Shepherd, (Eds.), *Cognitive Approaches to Entrepreneurship Research (Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth, Volume 6)* (pp. 231-263). Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- Vaillant, Y., & Lafuente, E. (2007). Do different institutional frameworks condition the influence of local fear of failure and entrepreneurial examples over entrepreneurial activity? *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(4), 313-337. doi: 10.1080/08985620701440007
- Whyley, C. (1998). *Risky business: The personal and financial costs of small business failure*. London: Policy Studies Institute.