



Developing a model for the post-failure social and psychological processes among Iranian entrepreneurs: A narrative research

Morteza Hendijani Fard¹, Zahra Arasti², Narges Imanipour³, Ehsan Chitsaz⁴

1. Ph.D Candidate in Business Creation, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: hendijanifard@ut.ac.ir

2. Associate Professor, Department of Entrepreneurship Development, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: arasti@ut.ac.ir

3. Associate Professor, Department of Business Creation, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: nimanip@ut.ac.ir

4. Assistant Professor, Department of Entrepreneurship Development, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: chitsaz@ut.ac.ir

ARTICLE INFO

Article type:

Research Article

Article history:

Received 03 September 2023

Received in revised form 02 October 2023

Accepted 06 November 2023

Published Online 22 December 2023

Keywords:

business failure, social processes, psychological processes, narrative research, Iranian entrepreneurs

ABSTRACT

Background: In contrast to success, failure and its aftermaths have always received less attention in entrepreneurship literature. In addition to social and psychological challenges for entrepreneurs, failure can also bring positive outcomes for them. These social and psychological processes after failure and their interaction with each other are less investigated. Moreover, previous studies have acknowledged the need for field research on entrepreneurial failure.

Aims: The present study aims to develop a model for the post-failure social and psychological processes among Iranian entrepreneurs.

Methods: The present research is an applied one in terms of purpose and a narrative one in terms of method. The statistical population is Iranian entrepreneurs who failed in 2020 and 2021 in Iran. We used a purposive sampling method to choose the samples. The sample size is determined based on theoretical saturation, and we conduct semi-structured interviews to gather data. Data is analyzed using the grounded theory method.

Results: social and psychological processes after failure include the following main categories: individual factors, institutional factors, cognitive biases, failure costs, coping strategies, social-psychological reactions, intervening factors, and positive outcomes.

Conclusion: The most important practical implication of this research for entrepreneurs is to identify coping strategies (i.e., psychological recovery strategies and ego-protective strategies) to reduce psychological costs and to identify impression management strategies (i.e., jumping ship, concealing failure, desensitization, and compensation) to reduce the social costs of failure. Its policy implication for policymakers is to foster an enterprising culture and revise the bankruptcy laws to reduce entrepreneurs' failure costs.

Citation: Hendijani Fard, M., Arasti, Z., Imanipour, N., & Chitsaz, E. (2023). Developing a model for the post-failure social and psychological processes among Iranian entrepreneurs: A narrative research. *Journal of Psychological Science*, 22(132), 2393-2415. [10.52547/JPS.22.132.2393](https://doi.org/10.52547/JPS.22.132.2393)

Journal of Psychological Science, Vol. 22, No. 132, 2023

© The Author(s). DOI: [10.52547/JPS.22.132.2393](https://doi.org/10.52547/JPS.22.132.2393)



✉ **Corresponding Author:** Zahra Arasti, Associate Professor, Department of Entrepreneurship Development, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.

E-mail: arasti@ut.ac.ir, Tel: (+98) 9122029145

Extended Abstract

Introduction

Despite the significant role of entrepreneurship in economic development, most entrepreneurs fail (Zimmerer & Scarborough, 2006). In other words, Entrepreneurs who have achieved great success are rarely alien to some level of failure in their past (Barclays, 2012). Many habitual entrepreneurs have failed in Iran (Mohammadi Elyasi & Notash, 2011; Islamic Parliament Research Center, 2013). According to the GEM (2022), Iran's business discontinuance rate is more than half of its total early-stage entrepreneurial activity (TEA) rate. Furthermore, Iran is ranked 15th among 47 countries on the business exit rate for negative reasons (GEM, 2022). This evidence shows the importance of addressing business failure from a theoretical and empirical perspective.

In terms of scope, the definitions of business failure in the literature include broad definitions (e.g., discontinuity of ownership or business) to narrow definitions (e.g., bankruptcy) (Ucbasaran et al., 2013). Jenkins and McKelvie (2016) classified failure conceptualizations into four categories based on the level of analysis (individual or firm) and the criterion used in conceptualization (objective or subjective). A conceptual definition based on personal failure at the individual level focuses on personal difficulties that failure may have for the entrepreneur and the impacts of these difficulties. Accordingly, failure is defined based on the social and emotional challenges it can have for entrepreneurs and its impacts on their lives (Jenkins & McKelvie, 2016). Due to its impact on the financial status and personal and professional relationships of entrepreneurs, this failure may lead to social costs such as stigma (Shepherd & Haynie, 2011; Ucbasaran et al., 2013; Singh et al., 2015; Shepherd et al., 2016; Shepherd & Patzelt, 2018) and psychological costs such as grief (Shepherd & Wolfe, 2015), fear (Walsh & Cunningham, 2016), anxiety (Grant & Ferris, 2012), frustration, worry, and anger (Shepherd & Patzelt, 2018). However, failure can also have positive advantages and outcomes for entrepreneurs (Hendijani Fard et al., 2023; Ucbasaran et al., 2013; Walsh et al., 2019; Jenkins, 2021;

Amankwah-Amoah et al., 2022). They can learn from these failures (Shepherd, 2003; Shepherd et al., 2016) or make sense of them in a way that creates new data. This data enables them to evaluate causal beliefs that lead to new behaviors (Ucbasaran et al., 2013). However, every failure does not automatically lead to learning (Shepherd et al., 2016). Several factors may affect learning (Yurdkhani et al., 2023) and play a role in social-psychological reactions after failure (e.g., learning). They can change the path taken by the entrepreneur after failure. In other words, entrepreneurs take different steps after failure. To understand this process more clearly, the current research aims to model social and psychological processes after failure among entrepreneurs. The lack of field research on entrepreneurial failure is acknowledged by entrepreneurship scholars (Shepherd et al., 2016; Omoredede, 2021). In addition, local studies have mainly focused on pre-failure and causes of failure (Arasti & Gholami, 2010; Mohammadi Elyasi & Notash, 2011), or in terms of post-failure processes, they have used quantitative and non-exploratory methods (Parsanejad et al., 2019; Karimi et al., 2021), or have only focused on limited functions such as learning (Notash, 2013). Developing a model for the social and psychological processes after the entrepreneurial failure can lead to identifying psychological recovery strategies and coping with its negative consequences. In addition, it can explain the origin of entrepreneurs' differences in terms of these processes. Accordingly, the primary question of the current research is: what social and psychological processes do Iranian entrepreneurs have after failure?

Method

The present research is an applied one in terms of purpose and a narrative one in terms of method. This research is also a qualitative one in terms of data-gathering measures. The statistical population includes all Iranian local entrepreneurs who failed in 2020 and 2021. Using a triangulation technique, we also interviewed people who had a close relationship with the entrepreneur. Due to the instability of some negative emotions after failure, we selected entrepreneurs whose businesses had failed for a maximum of two years. Due to the need for in-depth

and detailed information about the psychological states of entrepreneurs after failure, we interviewed the entrepreneurs who were willing to give in-depth and detailed information about their failure process. Therefore, we used a purposive sampling method. We tried to select samples from people with various demographic characteristics (age, gender, education, etc.). The sample size is determined based on theoretical saturation. Hence, after the 12th interview,

we achieved theoretical saturation. However, we completed data gathering in the 14th interview. In this research, we used semi-structured interviews to gather data. We analyzed data using the grounded theory method.

Results

The demographics of the samples are shown in Table 1.

Table 1. The demographics of the samples

Age	Gender	Educational Degree	Field of Study	Working Experience (Years)	Number of failure	Industry
32	Male	Master	Entrepreneurship	10	2 times	IT
30	Male	Master	Artificial Intelligence	12	2 times	IT
24	Female	Bachelor	Industrial Engineering	5	1 time	Services
49	Male	PhD	International Entrepreneurship	30	3 times	Import and wholesale
27	Male	Master	Civil Engineering	4	1 time	Accelerator
36	Male	Bachelor	Mechanical Engineering	20	1 time	Food industry and automation
43	Male	Bachelor	Electronic Engineering	22	1 time	Electronic
26	Male	Master	Electronic Engineering	5	2 times	Innovation Center
41	Female	Bachelor	French Literature	21	1 time	Retail
30	Male	Master	Civil Engineering	10	3 times	Electronic commerce
38	Male	Bachelor	Law	12	5 times	Car
42	Female	Bachelor	Architectural Engineering	23	1 time	Clothes
33	Male	Master	Business Management	8	1 time	Counseling
40	Female	Bachelor	Laboratory Sciences	12	2 times	Services

In the following, we explained some narratives and constructs of the model:

- Individual factors

"Because I had already experienced two failures, I was not too upset and depressed. I had experienced a similar situation before. Now I'm thick-skinned. So, failure doesn't hurt me too much."

In this narrative, the interviewee mentions the number of prior failure experiences that caused him to have less psychological cost than before. Similarly, research samples pointed out other individual-level factors that lead to increased or decreased psychological costs after failure (Figure 1).

- Institutional factors

"My position in society and especially in my family has become very shaky because, from the beginning, they believed that working as an employee was better than becoming an entrepreneur, and they did not have an entrepreneurial mindset. I completely understood from their behaviors that their attitudes towards me have become negative. They kept blaming me: you should finally give us right. We already told you not

to go this way. These condemnations increase my suffering."

In this narrative, the interviewee addressed the lack of enterprising culture and society's negative attitude towards himself as factors that both directly increased his psychological costs and increased the psychological costs indirectly through the social costs of failure. Similarly, we identified other institutional factors in this research, as seen in Figure 1.

- Cognitive biases

"I delayed the closing of the business two or three times because we thought that surviving is very important and we should not give up. So, we must work together to fulfil the socio-economic mission, especially because we have a social mission. We insisted not to stop. Therefore, we had regular meetings to find a solution."

In this narrative, the escalation of commitment bias is clearly identified. Similarly, we identified other cognitive biases in this paper, as seen in Figure 1.

- Costs of failure

"I was sad and angry. I felt like I was raising a child, but he left me alone. Somebody took the child from his

mother. *The high intensity of my sadness was because of my high emotional investment in the business.*"

In the above narration, the interviewee refers to the two negative emotions (i.e., grief and anger) after failure. According to the narrations and the literature, the psychological costs extracted are divided into negative emotions and negative psychological consequences (Figure 1).

In addition to the psychological costs, the interviewees noted some social costs after failure. For example, one of the interviewees narrated that *"some stakeholders thought that I did some things just for my benefit, and they still think the same. They have no longer the prior positive attitudes towards me."* This narrative refers to the stakeholders' pessimism towards the entrepreneur after failure. Similarly, the interviewees narrated other social costs, as seen in Figure 1.

- Coping strategies

"I was not well for the months until I got a job somewhere else. I found this job to forget the failure and meet my financial needs. After that, I felt better, and my life returned to normal."

In the above narrative, the interviewee mentioned getting another job as a psychological recovery strategy from failure. In general, after experiencing negative costs, the entrepreneur tries to control these costs on two levels: "merely individual" (coping strategies) and "individual-social" level (social-psychological reactions, as described in the next section). At the individual level, the interviewees narrated two categories of psychological coping strategies: psychological recovery and ego-protective (Figure 1).

- Social-psychological reactions

"My interpretation of failure was that God has done me a favor and put me in a position where I can learn new things, and I believe this is the right path."

In the above narrative, the interviewee presented an individual interpretation of his failure process and tried to give a self-made meaning to his failure that would convince him psychologically and others socially. Therefore, a kind of "meaning" has been made to the failure.

Social-psychological reactions include all reactions that have both individual and social aspects, and the

interviewees used them when faced with the negative consequences of failure. These reactions include learning, sense-making, meaning-making, and impression management (Figure 1).

- Intervening factors

"The experience I gained was to always be honest in my work because, in the long term, dishonesty has more harmful results than truth."

In the above narrative, the interviewee refers to a moral experience gained from failure. Similarly, behavioral, cognitive, and emotional experiences and social capital were sources of social-psychological reactions and positive outcomes of failure.

- Positive outcomes

"Until you don't cut a watermelon, you don't know what it tastes like. After the failure, I realized what problems and shortcomings I had. For this reason, I strengthened myself scientifically and improved my specialized knowledge. Therefore, I completed a series of specialized courses."

In the above narrative, the interviewee mentioned the promotion of human capital as one of the outcomes of his failure. The interviewees narrated two positive outcomes: psychological and behavioral (Figure 1).

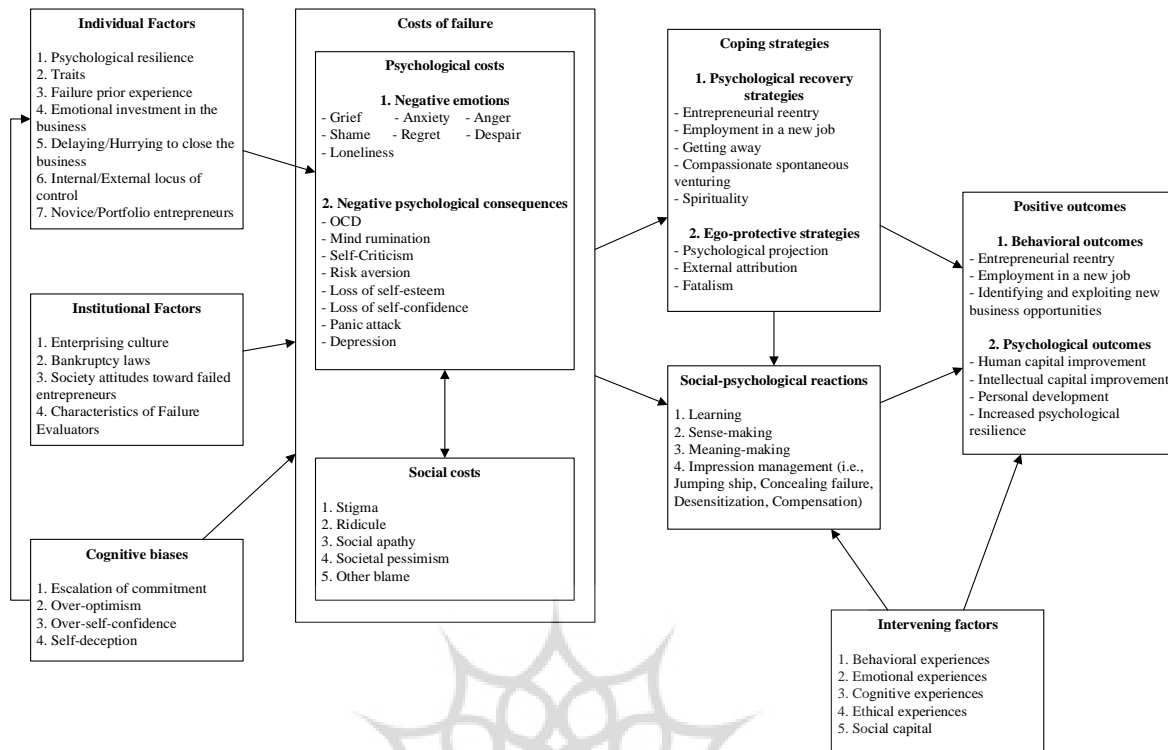


Figure 1. The final model

Conclusion

Based on the findings, we can argue that:

1. The results clarified some of the roots of the difference between entrepreneurs regarding adverse emotional reactions. The findings showed that some individual factors (e.g., psychological resilience, personality traits, prior failure experience, emotional investment in the business, delaying/hurrying to close the business, internal/external locus of control and type of entrepreneurship (novice /portfolio) can reduce or increase psychological costs of failure. This finding is in line with studies such as Ucbasaran et al. (2010), Shepherd et al. (2014), Jacobs et al. (2000) and Van Boven et al. (2000).
2. The findings revealed that cognitive biases (i.e., escalation of commitment, over-self-confidence, over-optimism and self-deception) can indirectly and directly affect failure costs. This result is in line with the findings of Nouri (2023), who found that escalation of commitment is one of the most influential decision-making biases in entrepreneurs, which can lead to significant losses and failure. This finding also confirms the results of Yamakawa's (2018) findings, which found that escalation of

commitment bias is a factor affecting the time entrepreneurs exit their businesses.

3. The results showed that institutional factors (i.e., enterprising culture, bankruptcy laws, society's attitude towards failed entrepreneurs and characteristics of failure evaluators) can increase or decrease failure costs. This result is in line with the findings of Shepherd et al. (2016), Lee et al. (2007), Cardon et al. (2011), and Mann et al. (2023).

4. The results showed that failure has psychological costs (i.e., negative emotions and negative psychological consequences) and social costs (i.e., stigma, ridicule, social apathy, societal pessimism, and other blame) for failed entrepreneurs. These findings align with the self-determination theory's explanation about the grief caused by the failure. The emergence of social costs for failed entrepreneurs is also in line with stigma theory (Ketz, 1981), according to which entrepreneurial failure can be one of the necessary conditions for being stigmatized based on the labelling perspective.

5. The findings also showed that to manage and reduce the psychological and social costs of failure and recover their psychological well-being, failed

entrepreneurs use two types of coping strategies, including psychological recovery strategies (i.e., entrepreneurial reentry, employment in a new job, getting away, compassionate spontaneous venturing, and spirituality) and ego-protective strategies (i.e., projection, external attribution, and fatalism). Using compassionate spontaneous venturing is in contrast with the command-and-control approach. This approach emphasizes the necessity of an external system (separate from the failed people) and management to alleviate the suffering of the fallen people. Simply, the compassionate spontaneous venturing strategy means that, first and foremost, it is the failed entrepreneurs themselves who can ease their suffering, and they can do so by helping others like themselves or other sufferers. This approach aligns with the theory of self-compassion and common humanity as one of the components of self-compassion. Being exposed to the suffering of others and observing their difficulties can cause common humanity in a failed entrepreneur. Experiencing failure considering common humanity means that when one feels unhappy, he/she should remind himself/herself that most people experience such feelings and face such situations.

6. The results showed that in addition to coping strategies, failed entrepreneurs use a set of social-psychological reactions such as learning, sense-making, meaning-making, and impression management to manage the costs of failure. This finding is in line with the findings of Ucbasaran et al. (2013) and Shepherd et al. (2016).

7. This paper identified positive outcomes for failure that are categorized into behavioral and psychological outcomes. Many studies (e.g., Ucbasaran et al., 2013; Jenkins, 2021) acknowledge the positive psychological outcomes of failure. Also, some studies (e.g., Ucbasaran et al., 2013; Walsh et al., 2019; Amankwah-Amoah et al., 2022) explained the positive behavioral outcomes of failure.

Failed entrepreneurs can recover themselves by psychological recovery strategies (i.e. entrepreneurial re-entry, employment in a new job, getting away, compassionate spontaneous venturing, and

spirituality). They can also manage the social costs of failure through impression management. This research also has some limitations. First, the current study used a qualitative method that lacks generalizability. Hence, we suggest that future research use quantitative methods to examine the generalizability of the findings. Also, the current study used a narrative approach based on trusting the self-expression of the research samples. Future research can reduce self-reporting biases by using objective measures, quantitative methods, and laboratory methods. Therefore, future studies can use methods other than self-reporting methods. Also, the current research is limited to the Iranian context. So, cross-cultural research can investigate social and psychological processes after failure among entrepreneurs of other countries to clarify the differences between them and Iranian entrepreneurs.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines: This article is taken from the doctoral dissertation of the first author in the field of entrepreneurship in the Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran. In order to maintain the observance of ethical principles in this study, an attempt was made to collect information after obtaining the consent of the participants. Participants were also reassured about the confidentiality of the protection of personal information and the presentation of results without mentioning the names and details of the identity of individuals. In addition, all data were gathered following the principle of honesty and trustworthiness, and there was no manipulation by the authors.

Funding: This study was conducted as a PhD thesis with no financial support.

Authors' contribution: The first author was the senior author, the second and the third were the supervisors and the fourth was the advisor.

Conflict of interest: the authors declare no conflict of interest for this study.

Acknowledgments: I would like to appreciate the supervisors, the advisor, and the all entrepreneurs who participated in the study.



تدوین مدل فرآیندهای اجتماعی و روانشناختی پس از شکست در کارآفرینان ایرانی: یک پژوهش روایتی

مرتضی هندیجانی فرد^۱، زهرا آراستی^۲، نرگس ایمانی پور^۳، احسان چیت ساز^۴

۱. دانشجوی دکتری کارآفرینی، گروه کسب و کار جدید، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

۲. دانشیار، گروه توسعه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

۳. دانشیار، گروه کسب و کار جدید، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

۴. استادیار، گروه توسعه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

چکیده

مشخصات مقاله

زمینه: برخلاف موفقیت، شکست و پیامدهای آن همواره کمتر مورد توجه پژوهشگران کارآفرینی قرار گرفته است. شکست علاوه بر چالش‌های اجتماعی و روانی برای کارآفرینان، می‌تواند حامل دستاوردهایی نیز برای آنان باشد. در مجموع، این فرآیندهای اجتماعی و روانشناختی پس از شکست و چگونگی تعامل و برهم کنش عوامل گوناگون با یکدیگر در این فرآیند، کم‌تر بررسی شده و کمبود پژوهش‌های میدانی در این زمینه مورد اذعان مطالعات پیشین است.

هدف: هدف پژوهش حاضر، تدوین مدل فرآیندهای اجتماعی و روانشناختی پس از شکست در کارآفرینان ایرانی است.
روش: پژوهش حاضر، از نظر هدف کاربردی و از نظر روش روایتی است. جامعه آماری، کارآفرینان ایرانی داخل کشور بودند که در سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ دچار شکست شده بودند. افراد نمونه آماری به روش هدفمند انتخاب شدند. حجم نمونه بر اساس اشباع نظری داده‌ها تعیین شد و از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته جهت گردآوری داده‌های میدانی استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها، با استفاده از روش نظریه برخاسته از داده‌ها انجام شد.

یافته‌ها: بر اساس مدل نهایی، فرآیندهای اجتماعی و روانشناختی پس از شکست شامل مقوله‌های اصلی زیر هستند: عوامل فردی، عوامل نهادی، سوگیری‌های شناختی، هزینه‌های شکست، راهبردهای مقابله، واکنش‌های اجتماعی-روانشناختی، عوامل مداخله‌گر و دستاوردهای مثبت.

نتیجه‌گیری: مهم‌ترین کاربرد این پژوهش برای کارآفرینان، شناسایی راهبردهای مقابله (شامل راهبردهای بازیابی روانی و حفاظت از نفس) برای کاهش هزینه‌های روانشناختی و راهبردهای مدیریت تصویرپردازی ذهنی (شامل کنار کشیدن، پنهان کردن، حساسیت‌زدایی و مکانیسم جبران) برای کاهش هزینه‌های اجتماعی شکست بوده است. کاربرد آن برای سیاستگذاران نیز، ضرورت گسترش فرهنگ کارآفرینی و بازنگری در قوانین ورشکستگی به منظور کاهش هزینه‌های شکست برای کارآفرینان می‌باشد.

نوع مقاله:

پژوهشی

تاریخچه مقاله:

دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۱۲

بازنگری: ۱۴۰۲/۰۷/۱۰

پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۱۵

انتشار برخط: ۱۴۰۲/۱۰/۰۱

کلیدواژه‌ها:

شکست کسب و کار، فرآیندهای اجتماعی، فرآیندهای روانشناختی، پژوهش روایتی، کارآفرینان ایرانی

استناد: هندیجانی فرد، مرتضی؛ آراستی، زهرا؛ ایمانی پور، نرگس؛ و چیت‌ساز، احسان (۱۴۰۲). تدوین مدل فرآیندهای اجتماعی و روانشناختی پس از شکست در کارآفرینان ایرانی: یک پژوهش روایتی. *مجله علوم روانشناختی*، دوره ۲۲، شماره ۱۳۲، ۲۳۹۳-۲۴۱۵.

مجله علوم روانشناختی، دوره ۲۲، شماره ۱۳۲، ۱۴۰۲. DOI: [10.52547/JPS.22.132.2393](https://doi.org/10.52547/JPS.22.132.2393)



© نویسنده‌گان.

✉ نویسنده مسئول: زهرا آراستی، دانشیار، گروه توسعه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: arasti@ut.ac.ir

تلفن: ۰۹۱۲۲۰۲۹۱۴۵

مقدمه

علی‌رغم نقش بی‌بدیل کارآفرینان در رشد اقتصاد ملی، بسیاری از آنان با شکست مواجه می‌شوند (زیمرر و اسکاربوروف، ۲۰۰۶). اساساً نرخ شکست کسب و کارها در اغلب کشورها بسیار بالاست (آراستی و غلامی، ۱۳۸۹). کارآفرینان، صاحبان کسب و کار و سرمایه‌گذارانی نیز که به موفقیت‌های بزرگ رسیده‌اند، به ندرت با سطحی از شکست در گذشته‌شان بیگانه بوده‌اند (بارکلیز، ۲۰۱۲). هانا (۱۹۹۹) دریافت که بین سال‌های ۱۹۱۲ تا ۱۹۹۵، ۲۹ درصد ۱۰۰ شرکت بزرگ جهان در سال ۱۹۱۲ ورشکسته شدند، ۴۸ درصد آن‌ها کاملاً نابود شدند و تنها ۱۹ درصد آن‌ها جزء ۱۰۰ شرکت برتر باقی ماندند. در ایران نیز بسیاری از کارآفرینان حتی با تجربه، در کسب و کارهای خود، متحمل شکست شده‌اند (محمدی الیاسی و نوتاش، ۱۳۹۰؛ مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۲). بر اساس گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی، نرخ خروج کسب و کار^۱ در ایران، بیش از نصف نرخ کارآفرینی نوپا است (جم، ۲۰۲۲). همچنین، ایران از منظر نرخ خروج به دلایل منفی، در میان ۴۷ کشور جهان رتبه ۱۵ را کسب کرده است (جم، ۲۰۲۲). این شواهد آماری، ضرورت پرداختن به موضوع شکست کسب و کار را از منظر نظری و تجربی نشان می‌دهد.

تعاریف ارائه شده از شکست کسب و کار، از نظر دامنه شمول، تعاریف گسترده (توقف مالکیت^۲ یا توقف کسب و کار^۳) تا تعاریف محدود (ورشکستگی^۴) را شامل می‌شوند (یوکیاساران و همکاران، ۲۰۱۳). جنکینز و مک‌کلوی (۲۰۱۶) مفهوم‌سازی‌های شکست را بر اساس سطح تحلیل (فرد یا شرکت) و معیار استفاده شده در مفهوم‌سازی (عینی یا ذهنی) در چهار دسته طبقه‌بندی نمودند. تعریف ذهنی مبتنی بر شکست شخصی در سطح فردی، بر دشواری‌های شخصی که شکست می‌تواند برای کارآفرین داشته باشد و تأثیرات این دشواری‌ها، تمرکز دارد. بر این اساس، شکست بر اساس چالش‌های اجتماعی و عاطفی که می‌تواند برای کارآفرینان داشته باشد و اثرات آن بر زندگی آن‌ها، تعریف می‌شود (جنکینز و مک‌کلوی، ۲۰۱۶). این شکست می‌تواند به واسطه تأثیرش بر وضعیت مالی و روابط شخصی و حرفه‌ای کارآفرینان، هزینه‌های اجتماعی همچون احساس ننگ^۵

(کتر، ۱۹۸۱؛ شفر و هاینه، ۲۰۱۱؛ یوکیاساران و همکاران، ۲۰۱۳؛ سینگ و همکاران، ۲۰۱۵؛ شفر و همکاران، ۲۰۱۶؛ شفر و پترلت، ۲۰۱۸) و هزینه‌های روانشناختی همچون اندوه^۶ (شفر و ولف، ۲۰۱۵)، ترس^۷ (ولش و کایننگهام، ۲۰۱۶)، اضطراب (گرت و فریس، ۲۰۱۲)، ناامیدی، نگرانی و یا خشم (شفر و پترلت، ۲۰۱۸) را در پی داشته باشد. با این حال، شکست، مزایا و پیامدهای مثبتی نیز می‌تواند برای کارآفرینان داشته باشد (هندیجانی فرد و همکاران، ۱۴۰۱؛ یوکیاساران و همکاران، ۲۰۱۳؛ ولش و همکاران، ۲۰۱۹؛ جنکینز، ۲۰۲۱؛ آمانکواه-آموئه و همکاران، ۲۰۲۲). آنان در کنار استفاده از راهبردهایی برای مدیریت هزینه‌های روانی و اجتماعی (شفر و ویلامز، ۲۰۱۹؛ گنزین و همکاران، ۲۰۲۰؛ جانسون و همکاران، ۲۰۲۱) می‌توانند از این شکست‌ها یاد بگیرند (شفر، ۲۰۰۳؛ شفر و همکاران، ۲۰۱۶) و یا به گونه‌ای به آن‌ها معنا ببخشند که داده‌های جدیدی خلق کنند. این داده‌ها آنان را قادر می‌سازد باورهای سببی را که متعاقباً منجر به اقدامات جدید می‌شوند، ارزیابی کنند (یوکیاساران و همکاران، ۲۰۱۳). با این حال، هر شکستی به صورت خودکار منجر به یادگیری نمی‌شود (شفر و همکاران، ۲۰۱۶)، بلکه عوامل زیادی بر یادگیری اثرگذارند (یوردخانی و همکاران، ۱۴۰۲) و در واکنش‌های اجتماعی-روانشناختی پس از شکست همچون یادگیری، عوامل زیادی نقش ایفا می‌کنند که می‌توانند مسیر طی شده توسط کارآفرین را پس از شکست تغییر دهند. به عبارت دیگر، کارآفرینان مسیرهای متفاوتی را پس از شکست طی می‌کنند و واکنش‌های متفاوتی نسبت به آن دارند. برخی از آن‌ها واکنش‌های هیجانی منفی بیش‌تری نسبت به برخی دیگر دارند؛ برخی بیشتر از سایرین از شکست‌هایشان یاد می‌گیرند؛ و برخی نیز در مدیریت تصویرپردازی^۸ شکست از برخی دیگر موفق‌ترند. عوامل نهادی و محیطی نیز می‌توانند این مسیر را تحت تأثیر قرار دهند (لی و همکاران، ۲۰۰۷؛ کرک وود، ۲۰۰۷؛ کاردن و همکاران، ۲۰۱۱؛ من و همکاران، ۲۰۲۳). بعلاوه، از آنجا که کارآفرینان همیشه از روش‌های تصمیم‌گیری عقلایی و منطقی پیروی نمی‌کنند، ممکن است در این مسیر دچار سوگیری‌های شناختی نیز بشوند (یاماگاوا، ۲۰۱۸؛ چیف و وود، ۲۰۲۲؛ نوری، ۲۰۲۳؛ یانگ و همکاران،

5. Stigma

6. Grief

7. Fear

8. Impression management

1. Discontinuance Rates

2. Discontinuity of ownership

3. Discontinuity of business

4. Bankruptcy

حاضر است. از این رو، در این پژوهش، روایت‌های کارآفرینان از تجارب، حالات روانی، چالش‌های اجتماعی و رویدادهای پس از شکست استخراج و تجزیه و تحلیل شد. جامعه آماری، کلیه کارآفرینان ایرانی داخل کشور هستند که در سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ شکست را تجربه کردند. در صورت لزوم و در راستای استفاده از تکنیک مثلث‌سازی، با سایر افراد درگیر در شکست کارآفرین که از نزدیک رابطه نزدیکی با کارآفرین داشته‌اند، نیز مصاحبه شد. به دلیل پایدار نبودن برخی هیجانات منفی پس از شکست، کارآفرینانی انتخاب شدند که حداکثر دو سال از شکست کسب و کارشان گذشته باشد. به دلیل نیاز به اطلاعات عمیق و جزئی در مورد حالات روانی کارآفرینان پس از شکست، باید آشنایی کافی قبلی با کارآفرینان انتخاب شده وجود داشته باشد و آنان، تمایل به ارائه اطلاعات عمیق و جزئی از فرآیند شکست خود داشته باشند. از این رو، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. تلاش شد نمونه‌ها از میان افرادی انتخاب شوند که ویژگی‌های جمعیت‌شناختی گوناگونی (سن، جنسیت، تحصیلات) نیز داشته باشند. حجم نمونه نیز بر اساس اشباع نظری داده‌ها تعیین شد. بر این اساس، پس از مصاحبه دوازدهم، اشباع نظری حاصل شد. با این حال، جهت اطمینان، مصاحبه‌ها تا نمونه چهاردهم ادامه یافت.

ب) ابزار

در این پژوهش از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته جهت گردآوری داده‌های میدانی استفاده شد. در مصاحبه نیمه ساختاریافته، سؤال‌های کلی از قبل طراحی شده‌اند و هدف، کسب اطلاعات عمیق از مصاحبه‌شونده است. در این نوع مصاحبه، پاسخ‌ها بیش‌تر واریسی شده و از مصاحبه‌شونده با سؤال‌های گوناگون خواسته می‌شود توضیح بیش‌تری در مورد پاسخ‌های خود بدهد. سؤالات مصاحبه با استفاده از تکنیک 5W1H (جانگ و همکاران، ۲۰۰۵) طراحی شده است. به عبارت دیگر، با در دست داشتن اطلاعات و سؤالات اولیه شروع کرده و در ادامه با توجه به پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان سؤالات جدیدی در جهت رسیدن به نتایج مورد نظر مطرح و پرسیده شدند. تحقق پایایی این پژوهش با ادامه دادن گردآوری داده‌ها با استفاده از مصاحبه تا رسیدن به مرحله اشباع نظری صورت گرفت. استفاده از نظرات خبرگان در اصلاح و تکمیل آن از یک سو، و آزمودن آن در مصاحبه اولیه و اصلاح و تأیید آن از سوی دیگر، یکی از روش‌های

برای درک روشن‌تر این فرآیند، پژوهش حاضر قصد دارد مدل فرآیندهای اجتماعی و روانشناختی پس از شکست را در کارآفرینان تدوین نماید. کمبود پژوهش‌های میدانی در حوزه شکست کارآفرینان، مورد اذعان پژوهشگران حوزه کارآفرینی قرار گرفته است (شفر و همکاران، ۲۰۱۶؛ اموره، ۲۰۲۱). بعلاوه، پژوهش‌های داخلی صورت گرفته، یا عمدتاً بر پیش از شکست و عوامل/علل شکست تمرکز نموده‌اند (آراستی و غلامی، ۱۳۸۹، محمدی‌الیاسی و نوتاش، ۱۳۹۰)، یا در صورت تمرکز بر فرآیندهای پس از شکست، رویکردی کمی و غیراکتشافی را در دستور کار قرار داده‌اند (پارساژاد و همکاران، ۱۳۹۸؛ کریمی و همکاران، ۱۴۰۰) و یا تنها بر فرآیندهای محدودی همچون یادگیری تمرکز کرده‌اند (نوتاش، ۱۳۹۲). تدوین مدل فرآیندهای اجتماعی و روانشناختی پس از شکست کارآفرینان می‌تواند به شناسایی راهبردهای بازیابی کارآفرینان از شکست و مقابله با تبعات منفی آن کمک کند. بعلاوه می‌تواند منشأ تفاوت‌های کارآفرینان از منظر این فرآیندها را توضیح دهد. تعریف یوکباساران و همکاران (۲۰۱۰) از شکست کسب و کار، مبنای این پژوهش قرار گرفته است. از منظر آنان، انتظارات کارآفرینان، معرف یک حد قابل قبول مهم برای تعریف شکست کسب و کار است. بر این اساس، شکست، نه به معنای فروش یا بستن یک کسب و کار به دلیل ورشکستگی، انحلال یا مصادره اموال توسط دادگاه، بلکه به معنای فروش یا بستن آن به سبب عدم موفقیت در برآورده ساختن انتظارات کارآفرین می‌باشد. این تعریف، هم‌دربرگیرنده جنبه عینی شکست (تعطیل کردن) و هم جنبه ذهنی آن (برآورده نشدن انتظارات کارآفرین) است. بر این اساس، سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که کارآفرینان ایرانی، چه فرآیندهای اجتماعی و روانشناختی را پس از شکست طی می‌کنند؟

روش

الف) طرح پژوهش و شرکت‌کنندگان: پژوهش حاضر، از نظر هدف، تحقیقی کاربردی و از نظر روش، پژوهشی روایتی با رویکرد کیفی است. اعتقاد شخصی محقق بر پایه تجربیات تحقیقی، کسب‌نگاهی نو درباره حوزه پژوهش که میزان اندکی از آگاهی درباره‌اش وجود دارد و عدم شناسایی متغیرهای کلیدی در پژوهش‌های قبل و مبهم بودن ابعاد مختلف تحقیق در ادبیات نظری، از جمله دلایل استفاده از روش کیفی در پژوهش

منظور، تلاش شد که علاوه بر کارآفرین، مستندات دیگری همچون مدارک و مستندات سازمانی نیز گردآوری شوند و همچنین با سایر افراد سازمان و خانواده کارآفرین که از نزدیک درگیر شکست بوده‌اند و در مدت زمان شکست، ارتباط نزدیکی با کارآفرین داشته‌اند نیز مصاحبه شد.

بررسی روایی بود. بعلاوه، پس از انجام مصاحبه، تمامی داده‌های مفید از متن مصاحبه‌ها استخراج شده و مجدداً در اختیار مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت تا نظرات خود را برای تکمیل اطلاعات ارائه دهند. نمونه سؤالات مصاحبه (به جز سؤالات جمعیت‌شناختی) به شرح جدول ۱ می‌باشد. همچنین، از تکنیک مثلث‌سازی برای بررسی روایی استفاده شد. بدین

جدول ۱. نمونه سؤالات مصاحبه

ردیف	سؤال
۱	چه عواملی را مقصر شکست خود می‌دانید؟
۲	پس از شکست، با چه حالات روحی و روانی مواجه شدید؟
۳	هیجانات منفی شما پس از شکست چه مدت ادامه پیدا کرد؟
۴	برای بازیابی خود از هیجانات منفی چه اقداماتی انجام دادید؟
۵	ذینفعان کسب و کار شما پس از شکست چگونه برخوردی با شما داشتند؟
۶	فکر می‌کنید جایگاه شما در جامعه چه تفاوت‌هایی با قبل از شکست پیدا کرد؟
۷	در ذهنتان، چه تفسیری از شکست خود ارائه کردید تا خودتان را آرام کنید؟
۸	چه عواملی شکست را برای شما سخت‌تر و ننگ‌آورتر کردند؟
۹	آیا به راه‌اندازی کسب و کار دیگری فکر می‌کنید؟ اگر بله، فکر می‌کنید کسب و کار بعدی‌تان را پس از چه مدتی و چگونه راه‌اندازی خواهید کرد که مجدداً در دام شکست نیفتید؟
۱۰	واکنش خانواده‌تان به شکست شما چه بود؟
۱۱	آیا پس از مسجل شدن عدم امکان ادامه کسب و کارتان، انحلال و توقف کسب و کار را به تأخیر انداختید؟ چرا؟
۱۲	چه اقداماتی انجام دادید تا تصویر منفی ایجاد شده از خود در محیط پیرامونتان را تغییر دهید؟
۱۳	چه تجربی از شکست خود کسب کردید و چه درس‌هایی از آن آموختید؟
۱۴	اظهارات سایر افراد درگیر در فرآیند شکست در مورد کارآفرین:
۱۵	اسناد و مدارک تکمیلی:

در نخستین مرحله، روایت‌ها به کمک کدگذاری باز، تحلیل شدند. در مرحله دوم، با گروه‌بندی موارد مشابه و حذف موارد تکراری، کدهای محوری استخراج گشتند. در مرحله سوم، به کمک کدگذاری انتخابی، کدهای محوری در گروه‌های بزرگ‌تر یکپارچه شدند. در مرحله آخر نیز، رابطه میان مقوله‌ها با توجه به ماهیتشان، توالی روایت، سیر فرآیندی تجارب مصاحبه‌شوندگان و ادبیات نظری مشخص شد. یک نمونه از کدگذاری داده‌ها در جدول ۳ قابل مشاهده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد. در این پژوهش از رویکرد نظریه برخاسته از داده‌ها (چارمز، ۲۰۰۶) برای کدگذاری و تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. در این روش بر تحلیل فراتر از توصیف، بر طبقه‌بندی‌های جدید فراتر از اندیشه‌های پیش‌تر درک شده و بر گردآوری و تحلیل رفت و برگشتی داده‌ها تأکید می‌شود. پس از اتمام کدگذاری کلیه داده‌ها، پیوند میان مقوله‌ها با توجه به روایت‌ها، ماهیت مقوله‌ها و سیر فرآیندی تجارب مصاحبه‌شوندگان مشخص شد. همچنین، کدگذاری انتخابی در آخرین گام و پس از تجزیه و تحلیل کلیه مصاحبه‌ها و رسیدن به اشباع نظری انجام شد.

یافته‌ها

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان به شرح جدول ۲ می‌باشد.

جدول ۲. مشخصات مصاحبه‌شوندگان

کد	سن	جنسیت	تحصیلات	رشته تحصیلی	سابقه کار	سابقه شکست	صنعت	محصول/خدمت
۱	۳۲	مرد	کارشناسی ارشد	کارآفرینی	۱۰ سال	۲ بار	فناوری اطلاعات	پلتفرم رفع نیازمندی‌های فنی
۲	۳۰	مرد	کارشناسی ارشد	هوش مصنوعی	۱۲ سال	۲ بار	فناوری اطلاعات	نرم افزار مالی و حسابداری
۳	۲۴	زن	کارشناسی	مهندسی صنایع	۵ سال	۱ بار	خدمات	خدمات بازاریابی محتوا
۴	۴۹	مرد	دکتری	کارآفرینی بین‌الملل	۳۰ سال	۳ بار	واردات و عمده فروشی	روغن موتور خارجی
۵	۲۷	مرد	کارشناسی ارشد	مهندسی عمران	۴ سال	۱ بار	شتاب دهنده	شتاب‌دهنده کسب و کارهای روستایی
۶	۳۶	مرد	کارشناسی	مهندسی مکانیک	۲۰ سال	۱ بار	صنایع غذایی و اتوماسیون	دستگاه وندینگ
۷	۴۳	مرد	کارشناسی	مهندسی الکترونیک	۲۲ سال	۱ بار	الکترونیک	سیستم‌های امنیتی، دزدگیر و اعلام حریق
۸	۲۶	مرد	کارشناسی ارشد	مهندسی الکترونیک	۵ سال	۲ بار	مرکز نوآوری	مرکز رشد کسب و کارهای نوآور
۹	۴۱	زن	کارشناسی	ادبیات فرانسه	۲۱ سال	۱ بار	خرده فروشی	سوپرمارکت
۱۰	۳۰	مرد	کارشناسی ارشد	مهندسی عمران	۱۰ سال	۳ بار	تجارت الکترونیک	فروشگاه اینترنتی
۱۱	۳۸	مرد	کارشناسی	حقوق	۱۲ سال	۵ بار	خودرو	تجهیزات تعمیراتی خودرو
۱۲	۴۲	زن	کارشناسی	مهندسی معماری	۲۳ سال	۱ بار	پوشاک	لباس عروس
۱۳	۳۳	مرد	کارشناسی ارشد	مدیریت بازرگانی	۸ سال	۱ بار	مشاوره	مشاوره مدیریت و کسب و کار
۱۴	۴۰	زن	کارشناسی	علوم آزمایشگاهی	۱۲ سال	۲ بار	خدمات	آرایشگاه زنانه

جدول ۳. نمونه‌ای از کدگذاری برای یکی از داده‌های کلامی

کد	داده کلامی	کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری انتخابی
۳	شکست بسیار باعث رشد شخصیت من شد. قبلاً فکر می‌کردم که در آینده در یک کارخانه یا شرکت به عنوان کارمند مشغول کار خواهم شد اما شکست باعث شد رشته کارآفرینی را در مقطع ارشد شروع کنم تا بررسی کنم که از نظر علمی چه مشکلاتی داشتم که باید رفع می‌کردم. در واقع، شکست در کارآفرینی دریچه‌ای بود به سوی یک دنیای خیلی بزرگ‌تر.	تحصیل در رشته کارآفرینی پس از شکست به منظور جلوگیری از تکرار اشتباهات	ارتقای سرمایه انسانی	دستاوردهای روانشناختی

در ادامه به تشریح برخی روایت‌ها و عناصر مدل پرداخته می‌شود:

الف) عوامل فردی

سرمایه‌گذاری هیجانی بر روی کسب و کار که مطابق پژوهش‌های پیشین (همچون شفر و همکاران، ۲۰۱۶) برای موفقیت کسب و کارها حیاتی است، اما می‌تواند به همان میزان هزینه‌های روانشناختی شکست را نیز افزایش دهد. تأخیر در بستن کسب و کار که مطابق یافته‌ها ناشی از سوگیری‌های شناختی همچون تشدید تعهد، اعتماد به نفس بیش از حد، خوش‌بینی بیش از حد و خودفریبی بود، می‌توانست با افزایش هزینه‌های مالی، متعاقباً هزینه‌های روانشناختی شکست را نیز افزایش دهد. مرکز کنترل بیرونی عمدتاً تحت تأثیر سوگیری‌های شناختی همچون خودفریبی، با نسبت دادن شکست به عوامل بیرونی و مقصر دانستن سایر عوامل می‌تواند هزینه‌های روانشناختی شکست را کاهش دهد.

ب) عوامل نهادی

«جایگاه من در جامعه و به خصوص فامیل، بسیار متزلزل شد چون از اول معتقد بودند که کار کارمندی بهتر است و فرهنگ کارآفرینی نداشتند. از حرف‌ها و رفتارهایشان کاملاً فهمیدم که نگاهشان نسبت به من منفی شده

«چون قبلاً ۲ بار تجربه شکست داشتم، خیلی ناراحت و افسرده نشدم. قبلاً شرایط مشابهی را تجربه کرده بودم. پوستم کلفت شده است و شکست چندان مرا آزار نمی‌دهد.»

مصاحبه‌شونده در این روایت، از سابقه شکست به عنوان عاملی یاد می‌کند که باعث شده هزینه روانشناختی کم‌تری را نسبت به دفعات پیش تجربه کند. به طور مشابه، نمونه‌های پژوهش، در روایت‌های خود به عواملی در سطح فردی اشاره کردند که باعث شدند هزینه‌های روانشناختی پس از شکست، افزایش یا کاهش یابد. تاب‌آوری روانی که مطابق یافته‌ها در کارآفرینان چندگانه و با سابقه شکست بیشتر استخراج شد، هزینه‌های روانشناختی و میزان تجربه هیجانانگیز منفی را کاهش می‌دهد. ویژگی‌های شخصیتی همچون درونگرایی نیز که تعامل افراد با ذینفعان شکست را تحت تأثیر قرار می‌داد، هزینه‌های روانشناختی شکست را کاهش می‌دهد. میزان

شکست بخورم». این سوگیری خودفریبی سبب شده که فرد فشار روانی کمتری را تحمل کرده و بتواند هزینه‌های اجتماعی و سرزنش دیگران را مدیریت و کنترل نماید.

د) هزینه‌های شکست

«به شدت ناراحت بودم البته تا حدی خشمگین هم بودم. حس زایش داشتم. احساس می‌کردم که داشتم بچه‌ای را بزرگ می‌کردم اما او را از من گرفتند. بچه را از مادرش گرفتند. این شدت ناراحتی من بخاطر این بود که من سرمایه‌گذاری ذهنی بالایی روی این کار کرده بودم.»

مصاحبه‌شونده در روایت فوق، به دو هیجان منفی اندوه و خشم پس از شکست اشاره دارد. هزینه‌های روانشناختی استخراج شده از روایت‌ها با توجه به ماهیت آن‌ها و ادبیات نظری، به دو دسته هیجانات منفی پس از شکست و پیامدهای روانشناختی منفی شکست تقسیم‌بندی شدند. هیجانات منفی، هر نوع احساسی هستند که می‌توانند باعث بدبختی شده و عزت نفس و رضایت فرد از زندگی را کاهش دهند. پیامدهای روانشناختی منفی، پسایندهایی هستند که نسبت به هیجانات منفی، پایدارتر بوده و متعاقب هیجانات به وقوع می‌پیوندند. برای نمونه، یکی از مصاحبه‌شوندگان روایت کرد که «پس از شکست تا مدت‌ها اعتماد به نفسم را از دست داده بودم و ریسک‌پذیری‌ام کم‌تر شده بود. دست به عصا شده بودم. دیگر بی‌گدار به آب نمی‌زدم». در این روایت، مصاحبه‌شونده به کاهش اعتماد به نفس خود و افزایش ریسک‌گریزی خود پس از شکست اشاره دارد.

علاوه بر هزینه‌های روانشناختی، مصاحبه‌شوندگان، مجموعه‌ای از هزینه‌های اجتماعی را پس از شکست روایت نمودند. برای نمونه، یکی از مصاحبه‌شوندگان روایت کرد که «برخی شرکا فکر می‌کردند من به خاطر یک سری منافع، برخی کارها را انجام دادم و کماکان هم نظرشان همین است. از نگاه مثبت اولیه دیگر خبری نبود». این روایت، به ایجاد بدبینی در ذینفعان کارآفرین پس از شکست اشاره دارد. به طور مشابه، هزینه‌های اجتماعی دیگری نظیر ننگ² (خوار شدن در بستر اجتماعی)، تمسخر، بی‌اعتنایی اجتماعی (بی‌تفاوتی برخی افراد پیرامون از جمله ذینفعان و شرکا و عدم احساس مسئولیت آنان نسبت به کارآفرین شکست‌خورده) و سرزنش دیگران از سوی مصاحبه‌شوندگان روایت شد.

ه) راهبردهای مقابله

است. مدام سرزنش می‌کردند که به حرف ما رسیدی؟ از قبل به تو گفته بودیم این مسیر را نرو. این مسئله رنج مرا مضاعف می‌کرد.»

مصاحبه‌شونده در این روایت به فقدان فرهنگ کارآفرینی¹ و نگرش منفی جامعه به خود به عنوان عواملی اشاره می‌کند که هم به طور مستقیم هزینه‌های روانشناختی وی را افزایش دادند و هم از طریق افزایش هزینه‌های اجتماعی شکست، هزینه‌های روانشناختی آن را مضاعف ساختند. به طور مشابه، روایت‌گران به قوانین و مقررات ورشکستگی در کشور به عنوان عاملی اشاره کردند که هم اضطراب آنان را بیشتر می‌کرد و هم میزان خدشه دار شدن اعتبار اجتماعی و ننگ آنان را افزایش می‌داد. همچنین، راویان، ویژگی‌های برخی افراد پیرامون همچون ذینفعان و همکاران سابق، خانواده، سهامداران و شرکا را عاملی می‌دانستند که هزینه‌های روانشناختی و اجتماعی شکست را افزایش یا کاهش می‌دادند. برای نمونه، برخی اظهار می‌داشتند که چون ذینفعان و/یا خانواده، شرایط وی را درک می‌کردند و خودشان را جای او می‌گذاشتند، او را سرزنش نکردند و با وی به مهربانی رفتار کردند و این سبب شد که کمتر تحت فشار روانی و احساس تنهایی قرار بگیرد.

ج) سوگیری‌های شناختی

«من دو سه بار بستن کسب و کار را به تأخیر انداختم چون با خودمان می‌گفتیم که بالاخره کار مهم است و نباید زمین بخورد و باید با همدیگر کار کنیم تا رسالت اجتماعی-اقتصادی را به سرانجام برسانیم، مخصوصاً چون ماهیت کار را اجتماعی می‌دانستیم، اصرار داشتیم که متوقف نشویم. لذا به طور پیوسته با هم جلسه می‌گذاشتیم تا شاید راه‌حلی پیدا کنیم.»

در این روایت، به روشنی وجود سوگیری تشدید تعهد مشاهده می‌شود. مطابق روایت‌ها و ماهیت سوگیری‌های شناختی، آن‌ها هم می‌توانند از طریق تأثیر بر عوامل فردی (مانند به تأخیر انداختن بستن کسب و کار) هزینه‌های روانشناختی شکست را افزایش یا کاهش دهند و هم می‌توانند مستقیماً هزینه‌های اجتماعی و روانشناختی را افزایش یا کاهش دهند. برای مثال، یکی از مصاحبه‌شوندگان روایت کرد که «علی‌رغم زیان مالی هنگفت و اشتباهات فردی در کسب و کار، خودم را متقاعد کردم که شکست یک امر طبیعی بوده و هیچ کس در این دنیا عاری از خطا و اشتباه نیست و این یک حق مسلم برای من بوده که شناسم را امتحان کنم و

¹. Enterprising culture

². Stigma

روایت کرد که «هر هفته اجناس گران می‌شد. در ایران، آینده اصلاً قابل پیش‌بینی نیست. من به سرمایه‌گذاران هم گفتم که من بی‌تقصیرم و بخش برنامه‌ریزی که باید پیش‌بینی‌های لازم را انجام می‌داد، بد عمل کرده است». مصاحبه‌شونده در این روایت، به وضوح تلاش داشته که از طریق راهبرد فرافکنی و اسناد بیرونی، تقصیر شکست را گردن دیگران بیندازد و از خود سلب مسئولیت کند.

و) واکنش‌های اجتماعی-روانشناختی

«تفسیر من از شکست این بود که خداوند به من لطفی کرده و مرا در موقعیتی قرار داده که می‌توانم چیزهای جدید یاد بگیرم و اعتقاد دارم این مسیر درست است».

مصاحبه‌شونده در روایت فوق، تفسیری فردی از فرآیند شکست خود ارائه داده و تلاش کرده معنایی خودساخته به شکست خود بدهد که هم به لحاظ روانی خود را اقناع کند و هم به لحاظ اجتماعی دیگران را متقاعد سازد. از این رو، نوعی «معنادهی» به شکست صورت گرفته است.

واکنش‌های اجتماعی-روانشناختی، شامل کلیه واکنش‌هایی هستند که دارای دو بعد فردی و اجتماعی می‌باشند و مصاحبه‌شوندگان در مواجهه با پیامدهای منفی شکست آن‌ها را مورد استفاده قرار دادند. این واکنش‌ها شامل یادگیری، معنابخشی^۵، معنادهی^۶ و کلیه راهبردهای مدیریت تصویرپردازی ذهنی^۷ می‌باشند. مدیریت تصویرپردازی ذهنی شامل راهبردهایی است که مصاحبه‌شوندگان به کار گرفتند تا هزینه‌های اجتماعی شکست را مدیریت کرده و وجهه و اعتبار اجتماعی خود را حفظ کنند. راهبردهایی که در پژوهش حاضر شناسایی شدند، عبارت بودند از: کنار کشیدن (دور کردن خود از موقعیت برای انکار مسئولیت یا نشان دادن رابطه اندک خود با شکست)، پنهان کردن (پنهان کردن مسئله شکست از دیگران برای فرار از سرزنش و هرگونه واکنش منفی آن‌ها)، حساسیت‌زدایی (نشان دادن رخداد شکست به عنوان یک رویداد معمولی، رایج، قابل توجیه یا پیش پا افتاده برای دیگران) و مکانیسم جبران (جبران برخی پیامدهای شکست برای ذینفعان از طرق گوناگون با هدف کاهش سرزنش و یا تغییر نگرش آنان نسبت به خود).

«تا ۳ ماه حال خوب نبود تا زمانی که جای دیگری مشغول کار شدم. یک کار دیگر پیدا کردم تا شکست از یادم برود و از نظر اقتصادی نیازهایم برطرف شود. بعد از آن بود که سر حال‌تر شدم و زندگی‌ام به حالت عادی برگشت».

مصاحبه‌شونده در روایت فوق، به استخدام در یک شغل دیگر به عنوان یک راهبرد بازیابی روانی از شکست اشاره کرده است. به طور کلی، پس از بروز هزینه‌های منفی برای کارآفرین، وی در دو سطح «صرفاً فردی» (راهبردهای مقابله) و سطح «فردی-اجتماعی» (واکنش‌های اجتماعی-روانشناختی که در قسمت بعد تشریح شده‌اند)، تلاش می‌کند به پیامدهای منفی شکست واکنش نشان دهد. در سطح فردی، مصاحبه‌شوندگان دو دسته راهبرد مقابله روانی را روایت نمودند که شامل راهبردهای بازیابی روانی^۱ و راهبردهای حفاظت از نفس^۲ می‌باشند. این راهبردها می‌تواند بهزیستی روانشناختی کارآفرین را ارتقاء داده و واکنش‌های اجتماعی-روانشناختی پس از شکست را تسهیل نمایند. مشابه روایتی که بیان شد، مصاحبه‌شوندگان از ورود مجدد به کارآفرینی، فاصله گرفتن (دور شدن موقت از مسئله از طرق گوناگون مانند مسافرت و تفریح) و معنویت (توسل به مذهب و معنویت از جمله دعا و زیارت اماکن مذهبی) به عنوان دیگر راهبردهای بازیابی روانی یاد کردند. همچنین، مخاطره‌پذیری خودجوش مشفقانه^۳ از سوی برخی مصاحبه‌گران به عنوان راهبرد بازیابی روانی روایت شد. تلاش برای کاهش رنج سایرین می‌تواند تاب‌آوری روانی کارآفرین شکست‌خورده را افزایش داده و از طریق ایجاد احساسات مشترک انسانی^۴ در کارآفرین شکست‌خورده (به معنای درک اینکه تجربه رنج کشیدن یا شکست برای بسیاری از افراد جامعه رخ می‌دهد و منحصر به من نیست) رنج وی را تسکین دهد.

دسته دوم راهبردهای مقابله، راهبردهای حفاظت از نفس بودند که از سوی مصاحبه‌شوندگان برای مقابله با پیامدهای منفی شکست، روایت شدند. اگر چه در ایات نظری، راهبردهای زیادی بیان شده است، اما در پژوهش حاضر، مصاحبه‌شوندگان تنها استفاده از ۳ راهبرد فرافکنی، اسناد بیرونی و تقدیرگرایی را روایت نمودند. برای نمونه، یکی از مصاحبه‌شوندگان

1. Psychological recovery strategies

2. Ego-protective strategies

3. Compassionate spontaneous venturing

4. Common humanity

5. Sense-making

6. Meaning-making

7. Impression management

«تا وقتی یک هندوانه را تبری، نمی‌دانی چه طعمی دارد. پس از شکست متوجه شدم چه مشکلات و کاستی‌هایی داشتم. به همین دلیل سعی کردم از نظر علمی خود را تقویت کنم و دانش تخصصی خود را ارتقاء دهم. لذا آمدم و مجموعه‌ای از دوره‌های تخصصی را گذراندم.»

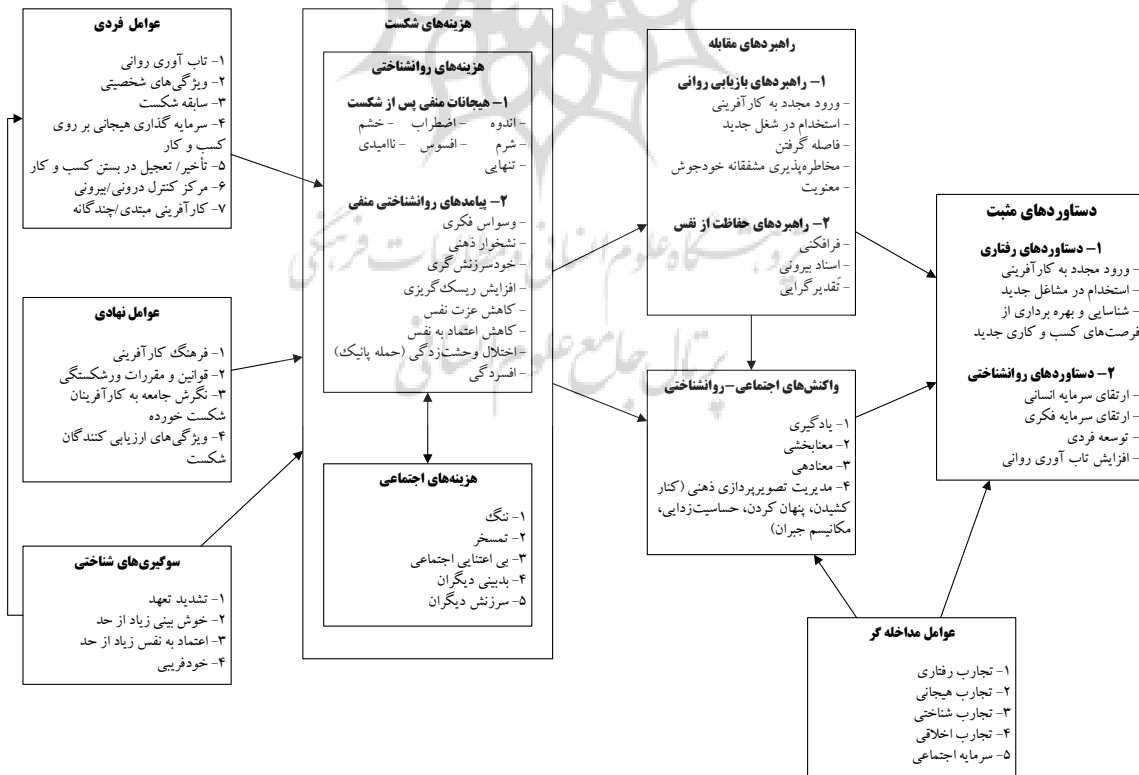
مصاحبه‌شونده در روایت فوق، به ارتقای سرمایه انسانی به عنوان یکی از دستاوردهای شکست خود اشاره کرده است. به طور کلی، دستاوردهای مثبت شکست که مصاحبه‌شوندگان روایت نمودند، در دو گروه دستاوردهای روانشناختی و دستاوردهای رفتاری قابل دسته‌بندی هستند. دستاوردهای رفتاری که مصاحبه‌شوندگان عمدتاً با کمک عوامل مداخله‌گر (تجارب و سرمایه اجتماعی) حاصل نمودند، شامل ورود مجدد به کارآفرینی، استخدام در شغل جدید و شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب و کاری جدید می‌باشند. دستاوردهای روانشناختی نیز که مصاحبه‌شوندگان عمدتاً با کمک عوامل مداخله‌گر (تجارب و سرمایه اجتماعی) حاصل نمودند، شامل ارتقای سرمایه انسانی، ارتقای سرمایه فکری، توسعه فردی و افزایش تاب‌آوری روانی می‌باشند. مدل نهایی پژوهش در شکل ۱ قابل مشاهده است.

ز) عوامل مداخله‌گر

«تجربه‌ای که به دست آوردم، این بود که همیشه در کارم صداقت به خرج دهم چون در طولانی مدت، عدم صداقت نتایج به مراتب زیان‌بارتری از راستی و درستی دارد.»

مصاحبه‌شونده در روایت فوق، به یک تجربه اخلاقی بدست آمده از شکست اشاره دارد. به طور مشابه، تجارب رفتاری، شناختی و هیجانی و سرمایه اجتماعی نیز مطابق روایت‌های مصاحبه‌شوندگان توانستند منبعی برای واکنش‌های اجتماعی-روانشناختی (یادگیری، معنابخشی، معناداری و مدیریت تصویرپردازی ذهنی) باشند و دستاوردهای مثبت شکست را نیز افزایش دهند. به طور مثال، یکی از مصاحبه‌شوندگان روایت کرد که با بهره‌گیری از تجارب ناشی از شکست و شبکه اجتماعی بدست آمده از کسب و کار قبلی خود، تازه‌های جدیدی را یاد گرفته و از آن‌ها برای شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید کسب و کاری استفاده کرده است.

ح) دستاوردهای مثبت



شکل ۱. مدل نهایی پژوهش

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف تدوین مدل فرآیندهای اجتماعی و روانشناختی پس از شکست در کارآفرینان ایرانی به روش روایتی انجام شد. مقوله‌های اصلی استخراج شده در مدل به شرح زیر مورد تبیین علمی قرار گرفته‌اند:

۱) نتایج پژوهش، برخی ریشه‌های تفاوت کارآفرینان از منظر واکنش‌های هیجانی منفی را روشن ساخت. یافته‌ها نشان دادند که برخی عوامل فردی همچون تاب‌آوری روانی، ویژگی‌های شخصیتی، سابقه شکست، سرمایه‌گذاری هیجانی بر روی کسب و کار، تأخیر/تعمیل در بستن کسب و کار، مرکز کنترل درونی/بیرونی و نوع کارآفرینی (مبتدی یا چندگانه) می‌توانند میزان هزینه‌های روانشناختی شکست را کاهش یا افزایش دهند. تاب‌آوری روانی، به معنای نقش فرآیندهای ذهنی و رفتار در ارتقای دارایی‌های شخصی و محافظت از فرد در برابر اثرات منفی بالقوه عوامل استرس‌زا است (گالی و گونزالز، ۲۰۱۵). ویژگی‌های شخصیتی نیز مطابق مدل ۵ عاملی شخصیت شامل پنج صفت عمده شخصیت (برونگرایی/درونگرایی، پذیرش، گشودگی، وجدان کاری و روان‌رنجوری) می‌باشند (مک‌آدامز، ۱۹۹۲). سرمایه‌گذاری هیجانی بر روی یک پدیده، به عنوان ترکیبی از وفاداری، مراقبت و تعهد به آن پدیده به عنوان یک کل تعریف می‌شود (ساودرا و ون داین، ۱۹۹۹). مرکز کنترل بیرونی به معنای نسبت دادن شکست به عوامل بیرونی است (شفرود و همکاران، ۲۰۱۶). نهایتاً، کارآفرینان مبتدی در طول حیات خویش، تنها یک کسب و کار را تأسیس نموده‌اند، در حالی که کارآفرینان چندگانه، همزمان و در آن واحد، در چند کسب و کار درگیر هستند. یافته‌های پژوهش در خصوص عوامل مذکور، در راستای مطالعاتی همچون یوکباساران و همکاران (۲۰۱۰) است که دریافتند هزینه‌های عاطفی شکست می‌تواند برای کارآفرینان چندگانه که در صورت شکست، حداقل، یک کسب و کار دیگر در اختیار دارند، کم‌رنگ‌تر باشد. این یافته همچنین تفاوت‌هایی با یافته‌های یوکباساران و همکاران (۲۰۰۹) دارد. آنان دریافتند اگر چه یک بار سابقه شکست می‌تواند منجر به مقاومت شود و انگیزه بیش‌تری برای غلبه بر موانع ایجاد کند، اما شکست‌های چندگانه و پی‌در پی در غیاب هر گونه موفقیت، می‌تواند منجر به از دست دادن اعتماد به نفس و ناتوانی در فتح مشکلات گردد و هزینه‌های روانشناختی شکست

را افزایش می‌دهد. با این حال، در پژوهش حاضر، مصاحبه‌شوندگانی که سابقه شکست بیشتری داشتند، هزینه‌های روانشناختی کم‌تری را روایت نمودند. این امر می‌تواند به سبب پدیده خوگیری^۱ باشد. خوگیری هنگامی اتفاق می‌افتد که افراد، به طور مداوم و پیوسته، در معرض یک محرک (همچون شکست) قرار گیرند. آن‌ها هر چه بیش‌تر با این محرک مواجه شوند، واکنششان به آن، ضعیف‌تر می‌شود (شفرود و همکاران، ۲۰۱۶). به طور مشابه، شفرود و همکاران (۲۰۱۴) دریافتند که وقوع چندباره شکست، منجر به کاهش واکنش‌های هیجانی منفی به شکست برای افراد درگیر در آن می‌شود. هر چه اعضای سازمان، شکست در پروژه‌ها را بیش‌تر تجربه کنند، ماهیت ناخوشایند شکست در طول زمان ضعیف‌تر می‌شود و در نتیجه، واکنش‌های هیجانی منفی کم‌تری ایجاد می‌کند. این یافته‌ها همچنین در راستای یافته‌های جیکوبز و همکاران (۲۰۰۰) می‌باشد که دریافتند زمانی که افراد برای به دست آوردن یک چیز، سرمایه‌گذاری‌های هیجانی انجام می‌دهند، هنگام از دست دادن آن چیز اندوه بیش‌تری را تجربه می‌نمایند. پژوهش حاضر دریافت به تأخیر انداختن بستن کسب و کار می‌تواند هزینه‌های روانشناختی شکست را افزایش دهد و آن را دردناک‌تر کند. شفرود و همکاران (۲۰۱۶) دریافتند تأخیر در خاتمه دادن به کسب و کار رابطه V شکل با هزینه‌های هیجانی و مالی شکست دارد، بدین معنا که اگر چه در ابتدا این تأخیر می‌تواند کارآفرین را از نظر روانی برای شکست آماده‌تر سازد و واکنش‌های هیجانی وی را کنترل نماید، اما چنانچه این تأخیر طولانی شود، می‌تواند هزینه‌های مالی و متعاقباً هیجانی شکست را افزایش دهد.

۲) نتایج پژوهش نشان داد که برخی سوگیری‌های شناختی (تشدید تعهد، اعتماد به نفس بیش از حد، خوش‌بینی زیاد از حد و خودفریبی) می‌توانند هم به شکل غیرمستقیم و هم به شکل مستقیم هزینه‌های شکست را افزایش یا کاهش دهند. پژوهش‌های پیشین نشان داده‌اند که افراد و به ویژه کارآفرینان در تصمیم‌گیری‌های خود همیشه از روش‌های تصمیم‌گیری عقلایی و منطقی استفاده نمی‌کنند (بارون، ۲۰۰۴). این مسئله به ویژه در موقعیت‌های بحرانی که زمان کافی برای تصمیم‌گیری وجود ندارد، می‌تواند پررنگ‌تر شود. تشدید تعهد به معنی اختصاص دادن منابع (زمان، انرژی یا پول) به برنامه یا تصمیمی است که استمرار آن دیگر به صرفه نیست

¹. Habituation

(۲۰۱۶) می‌باشد که تشریح کردند تأثیر ننگ‌آور قوانین ورشکستگی سخت‌گیرانه، به وسیله سیاست‌گذاران در کشورهای مختلف، تشخیص داده شده و تغییرات قانونی برای فراهم ساختن قوانین ورشکستگی سخاوتمندانه‌تر ایجاد شده است که کارآفرینان ورشکست شده را قادر می‌سازد با سهولت بیش‌تری از زیر بار بدهی‌های خود خارج شوند. با خارج شدن آسان‌تر از زیر بار بدهی‌ها، انتظار می‌رود که افراد، راحت‌تر به سمت اولین کارآفرینی خود بروند، زیرا عواقب پیش‌بینی شده شکست کاهش پیدا کرده است و پس از شکست، شانس بیش‌تری برای توانایی آغاز دوباره وجود دارد. بر همین اساس، لی و همکاران (۲۰۰۷) در مدل خود پیشنهاد کردند که قوانین ورشکستگی، «کارآفرین‌پسندتر» (کم‌تر مجازات‌کننده) هستند، هنگامی که: ۱) گزینه‌ای برای سازماندهی مجدد ورشکستگی وجود داشته باشد (همچون فصل ۱۱ قوانین ورشکستگی ایالات متحده)، ۲) رویه ورشکستگی سریع‌تر باشد، ۳) یک فرصت برای «شروع تازه» در ورشکستگی وجود داشته باشد، ۴) دارایی‌ها بتوانند به طور خودکار در داخل کسب و کار ورشکست شده باقی بمانند و ۵) برای مدیران کسب و کار شکست‌خورده این فرصت فراهم شود که به کار کردن در شغلشان در حین ورشکستگی ادامه دهند. نگرش منفی جامعه به کارآفرینان شکست‌خورده که از روایت‌های مصاحبه‌شوندگان این پژوهش استخراج شد، در راستای برخی تحلیل‌های جامعه‌شناسانه از جامعه ایران است. توجه به برخی خصوصیت‌های فرهنگی غالب ایرانیان در بعد اجتماعی همچون جمع‌گرایی و همدردی بیشتر با افراد بداقبال به جای همدلی با افراد موفق (مرادی، ۱۳۹۳) که ممکن است علامت وجود سندروم اجتماعی «خشخاش بلند»^۲ در ایران باشد، حائز اهمیت است. این سندروم اجتماعی که می‌توان آن را بیماری حسادت به افراد موفق نامید، در کشورهایی مانند استرالیا و نیوزیلند رایج است. نام این سندروم اجتماعی که یک نوع ناهنجاری فرهنگی نیز تلقی می‌شود، برگرفته از یک ضرب‌المثل استرالیایی است. مطابق این ضرب‌المثل، کسی که از بقیه سرت‌تر و موفق‌تر است، مانند گل خشخاشی می‌ماند که از سایر گل‌ها بلندتر است و بیش‌تر به چشم می‌آید و نور بیش‌تری نیز دریافت می‌کند. بنابراین به ناچار آن را کوتاه می‌کنند تا مانع رسیدن نور به سایر گل‌های خشخاش نشود. از این‌رو، موفقیت و برتر بودن (چه واقعی باشد چه غیر واقعی) در فرهنگ استرالیا و نیوزیلند مسئله‌ای

(استاو و راس، ۱۹۸۷). این نتیجه در راستای یافته‌های نوری (۲۰۲۳) است که دریافت، تشدید تعهد یکی از تأثیرگذارترین سوگیری‌های تصمیم‌گیری در کارآفرینان است که می‌تواند منجر به زیان‌های قابل توجه و شکست آنان شود. این یافته همچنین، نتایج مطالعات یاماگاو (۲۰۱۸) را تأیید می‌نماید که دریافت، سوگیری تشدید تعهد یکی از عوامل اثرگذار بر زمان خروج کارآفرینان از کسب و کارشان است. این یافته همچنین در راستای مطالعات یانگ و همکاران (۲۰۲۳) است که دریافتند سوگیری تشدید تعهد در پروژه‌های نوآورانه می‌تواند ریسک شکست را افزایش داده و هزینه‌های بیش‌تری را به سازمان تحمیل نماید. خودفریبی، عمل فریب دادن خود به خصوص درباره ماهیت واقعی احساس‌ها و انگیزه‌ها است. استفاده از سوگیری خودفریبی برای کاهش هزینه‌های شکست، در راستای یافته‌های چیف و وود (۲۰۲۲) است که دریافتند تحریف واقعیت شامل خودفریبی است و کارآفرینان ممکن است آنچنان عمیقاً تسلیم تحریفات خود شوند که نتوانند تشخیص دهند که در مسیر یک تقلب کارآفرینانه^۱ هستند. آنان همچنین اظهار داشتند که خوش‌بینی زیاد از حد و اعتماد به نفس بیش از حد به خودفریبی کارآفرینان دامن می‌زند. با این حال، این یافته در تضاد با یافته‌های سینگ و همکاران (۲۰۱۶) است که دریافتند تجربه شکست کارآفرینان با تجربه پیش‌بینی شده توسط نظریه‌های روانشناختی متفاوت است. آنان دریافتند که کارآفرینان به جای افراط در خودفریبی و سایر راهبردهای شناختی برای مقابله با هیجانات منفی شکست، عمیقاً با شکست درگیر می‌شوند و از طریق تجربه این رویداد منفی، از نظر معنوی تکامل می‌یابند.

۳) نتایج پژوهش نشان دادند که عوامل نهادی (فرهنگ کارآفرینی، قوانین و مقررات ورشکستگی، نگرش جامعه به کارآفرینان شکست‌خورده و ویژگی‌های ارزیابی‌کنندگان شکست) می‌توانند هزینه‌های شکست را افزایش یا کاهش دهند. فرهنگ کارآفرینی، در جامعه‌ای غالب است که در آن، ریسک‌پذیری مالی و اقتصادی و راه‌اندازی کسب و کارهای جدید به امید دستیابی به سود اقتصادی، تشویق می‌شود (گیب، ۱۹۸۷). وجود این فرهنگ که در برخی مناطق دنیا همچون سلیکون ولی غلبه بیش‌تری دارد، شکست را تشویق می‌کند و آن را ننگ‌آور نمی‌داند (شفرد و همکاران، ۲۰۱۶). نقش قوانین ورشکستگی، در راستای یافته‌های شفرد و همکاران

¹. Entrepreneurial fraud

². Tall Poppy syndrome

کنند و بیشتر به تفکر افراطی در مورد مسائل گذشته پردازند (عبداللهی و همکاران، ۱۴۰۰). این یافته در راستای تبیین نظریه خودتعیین‌گری^۲ در مورد اندوه ناشی از شکست کارآفرینان است. شفرود و همکاران (۲۰۱۶) تبیین کردند که شکست کارآفرینان باعث می‌شود سه نیاز روانشناختی اساسی آنان که مطابق نظریه مذکور شامل نیاز به خودمختاری، شایستگی و ارتباط است، عقیم بماند. در نتیجه، بهزیستی روانشناختی آنان افت می‌کند و دچار هزینه‌های روانشناختی می‌شوند. ایجاد هزینه‌های اجتماعی برای کارآفرینان شکست‌خورده نیز در راستای نظریه ننگ (کتر، ۱۹۸۱) است که مطابق آن، شکست کارآفرینی می‌تواند یکی از شروط لازم برای ننگ خوردن بر اساس دیدگاه برچسب‌زنی^۳ باشد.

۵) نتایج پژوهش نشان دادند که کارآفرینان برای مدیریت و کاهش هزینه‌های روانشناختی و اجتماعی شکست و بازگرداندن بهزیستی روانشناختی خود به حالت پیش از شکست، از دو دسته راهبرد مقابله شامل راهبردهای بازیابی روانی (ورود مجدد به کارآفرینی، استخدام در شغل جدید، فاصله گرفتن، مخاطره‌پذیری مشفقانه خودجوش و معنویت) و راهبردهای حفاظت از نفس (فرافکنی، اسناد بیرونی و تقدیرگرایی) استفاده می‌کنند. مخاطره‌پذیری مشفقانه خودجوش که به معنای «کاهش رنج دیگران از طریق ایجاد گروه‌های خیر، مددکاری یا کارآفرینی اجتماعی با هدف کاهش رنج شکست خود» می‌باشد (شفرود و ویلیامز، ۲۰۱۹)، در تضاد با رویکرد فرمان و کنترل^۴ است که بر ضرورت وجود یک نظام بیرونی (خارج از دایره شکست‌خوردگان و آسیب‌دیدگان) و مدیریتی جهت کاهش رنج شکست‌خوردگان تأکید دارد. به زبان ساده، راهبرد مخاطره‌پذیری مشفقانه خودجوش معتقد است که در درجه اول، این خود کارآفرینان شکست‌خورده هستند که می‌توانند رنج‌های خود را تسکین دهند و این کار را می‌توانند از طریق کمک به افراد مشابه خودشان یا سایر رنج‌دیدگان انجام دهند. این رویکرد در راستای نظریه خودشفقت‌ورزی و احساسات مشترک انسانی به عنوان یکی از مؤلفه‌های خودشفقت‌ورزی است، چرا که در معرض رنج دیگران قرار گرفتن و مشاهده دشواری‌های آنان، می‌تواند سبب ایجاد احساسات مشترک انسانی در کارآفرین شکست‌خورده شود. تجربه کردن شکست با یک دیدگاه مبتنی بر

منفی است و در فرهنگ این کشورها، افراد بهتر است هم‌رنگ و هم‌سطح جماعت باشند تا از آسیب و حسادت دور بمانند. توجه به این سندروم و مسائل فرهنگی مشابه آن، به ویژه در فرآیند شکست کارآفرینان بسیار حائز اهمیت است، چرا که وجود این سندروم می‌تواند به تشدید احساس ننگ در کارآفرینان شکست‌خورده منجر شود. کرک وود (۲۰۰۷) بیان می‌کند که سندروم خشخاش بلند افرادی را که شکست در کسب و کارشان داشته‌اند، برای آغاز دوباره، دلسرد می‌کند؛ چرا که واکنش عمومی بسیار منفی به آن‌ها وجود دارد. وی همچنین تشریح می‌کند، میزان ننگ‌آور بودن شکست به این مسئله بستگی دارد که جامعه به چه میزان، شکست را به شرایط بیرونی و به چه میزان، به کارآفرینان نسبت می‌دهد. کاردن و همکاران (۲۰۱۱) اظهار داشتند به طور مشخص در برخی مناطق جغرافیایی (مانند شهرهای شیکاگو، نیویورک و واشنگتن در آمریکا) اغلب شکست‌ها به اشتباهات کارآفرینان نسبت داده می‌شود نه بد اقبالی و عوامل بیرونی. این امر سبب می‌شود، شکست در این مناطق، ننگ‌آورتر باشد. تأثیر ویژگی‌های ارزیابی‌کنندگان بر میزان هزینه‌های روانی و اجتماعی تحمیل شده بر افراد مورد ادعان پژوهشگرانی همچون شفرود و همکاران (۲۰۱۶) و من و همکاران (۲۰۲۳) قرار گرفته است. من و همکاران (۲۰۲۳) دریافتند که اتخاذ دیدگاه^۱ در ارزیابی‌کنندگان (خود را به جای فردی قرار دادن و از زوایه دیدگاه او به مسائل نگریستن) می‌تواند ننگ اجتماعی تحمیل شده بر افراد ارزیابی‌شده را کاهش دهد.

۴) نتایج پژوهش نشان داد که شکست، مجموعه‌ای از هزینه‌های روانشناختی (شامل هیجان‌ات منفی اندوه، اضطراب، شرم، افسوس، خشم، ناامیدی و احساس تنهایی و پیامدهای روانشناختی منفی همچون وسواس فکری، نشخوار ذهنی، خودسرزنش‌گری، افزایش ریسک‌گریزی، کاهش عزت نفس و اعتماد به نفس، اختلال وحشت‌زدگی و افسردگی) و اجتماعی (ننگ، تمسخر، بی‌اعتنایی اجتماعی، بدبینی دیگران و سرزنش دیگران) را برای کارآفرینان شکست‌خورده در پی دارد. وسواس فکری شامل نگرانی شدید در مورد موضوعات مختلف و اقدام مبتنی بر تکانه‌های پرخاشگرانه است (شفیعی‌کاهانی و همکاران، ۱۴۰۰). نشخوار فکری سبب می‌شود که افراد بیشتر از معمول بر روی مشکلات و جنبه‌های منفی رویدادها تأمل

³. Labeling perspective

⁴. Command-and-control

¹. Perspective-taking

². Self-determination theory

داشته باشد؟» از این رو، معنابخشی یک مفهوم عینی و معنادهی یک مفهوم ذهنی است (گورتین، ۲۰۱۷). یافته‌های پژوهش در این زمینه، همراستا با یافته‌های یوکباساران و همکاران (۲۰۱۳) و شفرد و همکاران (۲۰۱۶) است. یوکباساران و همکاران (۲۰۱۳) تشریح کردند که یادگیری و معنابخشی دو نظریه بهم وابسته هستند که پس از شکست ممکن است رخ دهند. درحالی که موفقیت‌ها می‌توانند اعتماد به نفس فرد را در مدل‌های ذهنی فعلی‌اش افزایش دهند، معنابخشی به شکست می‌تواند تغییر در مدل‌های ذهنی او را موجب شود. یادگیری، به شکل تغییر رفتاری مشاهده می‌شود و بخشی از فرآیند معنابخشی است. فرآیند معنابخشی، از ۳ فعالیت پویا و مرتبط به هم تشکیل شده است: (۱) پویش (۲) تفسیر (۳) یادگیری. معنابخشی به عنوان یک فرآیند تفسیری، نیازمند افرادی است که یک سری معانی را به رخدادهای تخصیص دهند و شامل تفسیر مداوم از فعالیت‌هاست. این امر، هم شامل جنبه‌های شناختی و هم جنبه‌های احساسی تجربه فرد از تعامل با محیط‌های گوناگون می‌باشد. یک بخش متمایز معنابخشی، تأکید آن بر قابل باور بودن معنا بیش از صحت آن است. اگر چه شکست کسب و کار می‌تواند یک سیگنال روشن بفرستد که مشکلاتی وجود دارد، اما این اتفاق، یک پدیده مبهم است که جا را برای تفاسیر متعدد باز می‌گذارد و متعاقباً نیاز به معنابخشی را ایجاد می‌کند (یوکباساران و همکاران، ۲۰۱۳). نتایج پژوهش حاضر مبنی بر شناسایی ۴ راهبرد مدیریت تصویرپردازی ذهنی، همراستا با پژوهش شفرد و همکاران (۲۰۱۶) است که پنج راهبرد مدیریت تصویرپردازی ذهنی را برای کاهش ننگ ناشی از شکست و ارتقای بهزیستی روانشناختی برشمردند که تنها ۲ راهبرد کنارکشیدن و پنهان کردن بین یافته‌های ایشان و یافته‌های پژوهش حاضر مشترک بود.

(۷) پژوهش حاضر، دستاوردهای مثبتی را برای شکست شناسایی نمود که در دو گروه دستاوردهای رفتاری و روانشناختی قابل دسته‌بندی بودند. وجود دستاوردهای مثبت روانشناختی، مورد اذعان مطالعات بسیاری از جمله یوکباساران و همکاران (۲۰۱۳) و جنکینز (۲۰۲۱) قرار گرفته است. همچنین، وجود دستاوردهای مثبت رفتاری در مطالعاتی همچون یوکباساران و همکاران (۲۰۱۳)، ولش و همکاران (۲۰۱۹) و آمانکواه-آموئه و همکاران (۲۰۲۲) تبیین شده است. آمانکواه-آموئه و همکاران (۲۰۲۲) دریافتند که تجربه شکست کسب و کار، می‌تواند کارآفرینان را تشویق کند تا با کارآفرینان دیگر همکاری کنند و کسب و کارهای جدید

احساسات مشترک انسانی، بدین معناست که هنگام داشتن احساس بی‌کفایتی، فرد به خود یادآوری کند که اغلب مردم احساس بی‌کفایتی را تجربه می‌کنند، شکست‌های یک فرد، بخشی از شرایط انسانی است، مردمان بسیاری در جهان وجود دارند که این احساس را تجربه کرده‌اند و این دشواری‌ها بخشی از زندگی هستند که سر راه هر فردی قرار می‌گیرند. بدون داشتن چنین دیدگاهی، احتمالاً افراد این باور را پیدا می‌کنند که آن‌ها، تنها اشخاصی هستند که پس از یک رویداد منفی، احساس بدی دارند و همبستگی درونی با دیگران را نادیده می‌گیرند. متعاقباً، احساس انزوا باعث اضطراب فزاینده می‌شود و هیجانات منفی را که قبلاً توسط رویداد شکست ایجاد شده بود، تشدید می‌کند (شفرد و همکاران، ۲۰۱۶). استفاده از راهبردهای حفاظت از نفس همچون اسناد بیرونی در راستای نظریه اسناد است. عمده انسان‌ها تلاش می‌کنند تا عزت نفس خود را از طریق کسب اعتبار موفقیت‌ها (مانند اسناد داخلی با جمله «این موفقیت به دلیل مهارت‌ها و توانایی‌های من بود») و عدم پذیرش مسئولیت شکست‌ها از طریق نسبت دادن آن‌ها به عوامل خارجی (مانند اسناد خارجی با گفتن جمله «شکست ما به دلیل عدم تلاش کافی کارکنان بود») افزایش دهند یا حفظ کنند (یوکباساران و همکاران، ۲۰۱۳). استفاده از تقدیرگرایی در کارآفرینان شکست‌خورده، همراستا با یافته‌های جانسون و همکاران (۲۰۲۱) است که دریافتند کارآفرینان شکست‌خورده از تقدیرگرایی برای تفسیر شکست استفاده می‌کنند. این یافته همچنین در راستای یافته‌های گزین و همکاران (۲۰۲۰) است که دریافتند تقدیرگرایی مسیری است که طی آن، کارآفرین، عاملیت فردی را از طریق یک باور رئالیستی اسرارآمیز به هنگام کنش در دنیای پیچیده ایمن می‌کند. به عبارت دیگر، تقدیرگرایی، یک قلعه ایدئولوژیکی است که برای غلبه بر مخالفان و سرزنش‌گران استفاده می‌شود.

(۶) نتایج پژوهش نشان دادند که کارآفرینان شکست‌خورده، علاوه بر راهبردهای مقابله، مجموعه‌ای از واکنش‌های اجتماعی-روانشناختی همچون یادگیری، معنابخشی، معنادهی و مدیریت تصویرپردازی ذهنی را بکار می‌گیرند تا هم هزینه‌های شکست را مدیریت کنند و هم دستاوردهای شکست را حداکثر سازند. معنابخشی به معنای تفسیر کردن و معنی کردن جهان بیرونی است، درحالی که معنادهی مرتبط با جهان درونی فرد است و به این سؤال پاسخ می‌دهد که «این شرایط برای من چه معنایی می‌تواند

محدود می‌سازد. از این رو، پیشنهاد می‌گردد پژوهش‌های تکمیلی به روش کمی انجام شود تا تعمیم‌پذیری یافته‌ها مورد بررسی و سنجش قرار گیرد. همچنین، پژوهش حاضر از روش روایتی استفاده نموده که مبتنی بر اعتماد به خوداظهاری نمونه‌های پژوهش است. سوگیری‌های ناشی از خودگزارش‌دهی می‌تواند از طریق استفاده از سنج‌های عینی، روش‌های کمی و روش‌های آزمایشگاهی کم‌تر شود. از این رو، پیشنهاد می‌گردد پژوهش‌های آتی با روش‌هایی به جز روش‌های مبتنی بر خودگزارش‌دهی انجام شود. همچنین، پژوهش حاضر محدود به بستر اجتماعی ایران است. پیشنهاد می‌گردد پژوهش‌های میان‌فرهنگی با هدف بررسی فرآیندهای اجتماعی و روانشناختی پس از شکست در سایر کشورها انجام شود تا تفاوت‌های میان آن‌ها و کارآفرینان ایرانی روشن‌تر گردد. همچنین، با توجه به محدودیت ابزار پژوهش، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی از روش‌های نوینی همچون عصب‌شناسی و علوم شناختی جهت بررسی فرآیندهای شناختی و ذهنی رخ داده در مغز پس از شکست استفاده نمایند.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش: این مقاله برگرفته از رساله دکتری نویسنده اول در رشته کارآفرینی در دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران است. به جهت حفظ رعایت اصول اخلاقی در این پژوهش سعی شد تا جمع‌آوری اطلاعات پس از جلب رضایت شرکت‌کنندگان انجام شود. همچنین به شرکت‌کنندگان درباره رازداری در حفظ اطلاعات شخصی و ارائه نتایج بدون قید نام و مشخصات شناسنامه افراد، اطمینان داده شد. علاوه، کلیه داده‌های کلامی نمونه آماری، با رعایت اصل صداقت و امانت‌داری مستند شد و هیچ‌گونه دخل و تصرفی از سوی نویسندگان در آن‌ها صورت نگرفت.

حامی مالی: این پژوهش در قالب رساله دکتری و بدون حمایت مالی می‌باشد.

نقش هر یک از نویسندگان: این مقاله از رساله دکتری نویسنده اول و به راهنمایی نویسندگان دوم و سوم و مشاوره نویسنده چهارم استخراج شده است.

تضاد منافع: نویسندگان همچنین اعلام می‌دارند که در نتایج این پژوهش هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

تشکر و قدردانی: بدین وسیله از اساتید راهنما و مشاور این تحقیق و کلیه کارآفرینانی که در این پژوهش شرکت کردند، تشکر و قدردانی می‌گردد.

راه‌اندازی نمایند. همچنین، ولش و همکاران (۲۰۱۹) دریافتند که افراد با عضویت در انجمن کارکنان سابق، هویت‌یابی خود را با سازمان شکست خورده نشان داده و حفظ می‌کنند. این رفتار نشان دهنده غرائز آن‌ها برای جستجوی یک اجتماع «امن» است که در آن آشکارا وابستگی خود را به یک سازمان شکست‌خورده علیرغم اعتبار لکه‌دار شده آن تأیید کنند.

این پژوهش، حامل پیشنهادهایی کاربردی برای کارآفرینان و سیاستگذاران است. کارآفرینان ایرانی می‌توانند با کمک راهبردهای بازیابی روانی (ورود مجدد به کارآفرینی، استخدام در شغل جدید، فاصله گرفتن، مخاطره‌پذیری مشفقانه خودجوش و معنویت)، خود را از نظر روانشناختی بازیابی نمایند. آنان همچنین می‌توانند از طریق یادگیری، معنابخشی، معناداری و مدیریت تصویرپردازی ذهنی هزینه‌های شکست را مدیریت نموده و راه را برای حداکثر کردن دستاوردهای شکست هموار سازند. راهبردهای مدیریت تصویرپردازی ذهنی که آنان می‌توانند وجهه اجتماعی خود را به کمک آن‌ها بازگردانند، شامل کنارکشیدن، پنهان کردن، حساسیت‌زدایی و مکانیسم جبران هستند که شایسته است جهت مدیریت ننگ ناشی از شکست مورد استفاده قرار گیرند. همچنین، با توجه به شناسایی تجارب به عنوان عوامل مداخله‌گر، پیشنهاد می‌شود کارآفرینان از رویکردهای سیستماتیک جهت مستندسازی و مدیریت تجارب خود استفاده نمایند. برای مثال، استفاده از تکنیک‌های مدیریت دانش، می‌تواند به ذخیره‌سازی و کاربرد تجارب بدست آمده کمک شایانی نماید. پیامی که این پژوهش برای سیاستگذاران دارد، تلاش برای گسترش فرهنگ کارآفرینی و بازنگری در قوانین ورشکستگی است. اجرای برنامه‌های کلان جهت تشویق ریسک‌پذیری و آموزش‌های فرهنگی به اقشار گوناگون می‌تواند به گسترش فرهنگ کارآفرینی کمک کند. سیاستگذاران، همچنین باید جهت کاهش هزینه‌های اجتماعی کارآفرینان شکست‌خورده، قوانین ورشکستگی را به گونه‌ای بازنگری کنند که امکان بازگشت مجدد آنان به عرصه کار و مهلت زمانی کافی جهت مدیریت هزینه‌های مالی شکست را فراهم سازند.

این پژوهش با محدودیت‌هایی نیز مواجه بوده است، از جمله اینکه از روش مصاحبه و نمونه‌گیری هدفمند استفاده نموده که تعمیم‌پذیری یافته‌ها را

منابع

آراستی، زهرا؛ و غلامی، منیره. (۱۳۸۹). علل شکست کارآفرینان در ایران. *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، ۲ (۸)، ۱۶۳-۱۸۴.

https://jed.ut.ac.ir/article_22827_8d64be8f058738261d09bcf8c7b70b22.pdf

پارسائزاد، محمدرضا؛ رضوی، سیدمصطفی؛ و فروتن، زینب. (۱۳۹۸). مدل‌سازی یکپارچه عوامل مؤثر بر شکست کارآفرینان و پیامدهای مالی، اجتماعی و روانی آن. *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، ۱۲ (۱)، ۴۱-۵۹.

<https://doi.org/10.22059/jed.2019.278038.652949>

شفیعی کاهانی، تکتم؛ حسینی، جعفر؛ شاکری، محمد. (۱۴۰۰). نقش خودکارآمدی، تاب‌آوری و تنظیم شناختی هیجان در پیش‌بینی علائم و سواس فکری-عملی در جمعیت عمومی. *فصلنامه علوم روانشناختی*، ۲۰ (۱۰۷)، ۲۰۹۵-۲۱۰۶.

<https://psychologicalscience.ir/article-1-1155-fa.html>

عبداللهی، عباس؛ طاهری، آزاده؛ خوبرو، مائده؛ شادلو، دریا. (۱۴۰۰). بررسی ویژگی‌های روانسنجی مقیاس نشخوار فکری اشتباهات. *فصلنامه علوم روانشناختی*، ۲۰ (۱۰۳)، ۱۱۱۷-۱۱۳۰.

<https://psychologicalscience.ir/article-1-941-fa.html>

کریمی، آصف؛ ملائی، محمد حمید؛ محمدیان، بهزاد؛ زرگران‌خوزانی، فاطمه. (۱۴۰۰). تأثیر تجربه شکست کسب و کار و یادگیری از شکست بر انجام سرمایه‌گذاری جدید کارآفرینان-مورد مطالعه استان قم. *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، ۱۴ (۲)، ۲۸۱-۲۹۹.

<https://doi.org/10.22059/jed.2021.317684.653588>

محمدی الیاسی، قنبر؛ و نوتاش، هادی. (۱۳۹۰). شناسایی ریشه‌های شکست کارآفرینان کارکشته ایرانی: نگاهی روایتی گفتمانی. *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، ۴ (۱۳)، ۳۱-۵۰.

https://jed.ut.ac.ir/article_24210_c062d7ad84f927vae6d9v3da8f630c319.pdf

مرادی، محمدعلی. (۱۳۹۳). مبانی فکری انسان اقتصادی در کتاب‌های اقتصاد خرد دانشگاهی و جایگاه آن بر اساس ارزش‌های اسلامی. *فصلنامه پژوهش و نگارش کتب دانشگاهی*، ۱۸، شماره ۳۵، ۱-۲۷.

https://jut.samt.ac.ir/article_21754.html

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی. (۱۳۹۲). *شکست کارآفرینان باتجربه ایرانی: ریشه‌ها، دلایل و پیامدها*. تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، گروه مطالعات محیط کسب و کار، شماره مسلسل: ۳۲۰۱۳۲۱۶. دسترسی آنلاین در:

<https://karafarini.mcls.gov.ir/fa/filepool/download/fca06e47949f4dea90a9376fd699c410>

نوتاش، هادی. (۱۳۹۲). ارائه چارچوب یادگیری از شکست کارآفرینان کارکشته ایرانی با نگاهی فرآیندی. *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، ۶ (۴)، ۱۳۱-۱۴۹.

<https://doi.org/10.22059/jed.2013.50802>

هندیجانی فرد، مرتضی؛ آراستی، زهرا؛ ایمانی‌پور، نرگس؛ چیت‌ساز، احسان. (۱۴۰۱). شکست کسب و کار: یک مطالعه علم‌سنجی و تحلیل محتوا. *فصلنامه علمی کارافن*، در دست چاپ.

https://karafan.tvu.ac.ir/article_165414.html

یوردخانی، فاطمه؛ محمدی، اکبر؛ معنوی‌پور، داوود. (۱۴۰۲). تأثیر ذهن آگاهی بر سبک‌های حل مسئله با نقش میانجی سبک‌های یادگیری. *مجله علوم روانشناختی*، ۲۲ (۱۲۷)، در دست چاپ.

<https://psychologicalscience.ir/article-1-1948-fa.html&sw=%DB%8C%D8%A7%D8%AF%DA%AF%DB%8C%D8%B1%DB%8C>

References

- Abdollahi A., Taheri A., Khobroo, M., & Shadloo, D. (2021). Psychometric properties of the mistakes rumination scale. *Journal of Psychological Science*, 20(103), 1117-1130. <https://psychologicalscience.ir/article-1-941-fa.html>
- Amankwah-Amoah, J., Adomako, S., & Berko, D. O. (2022). Once bitten, twice shy? The relationship between business failure experience and entrepreneurial collaboration. *Journal of Business Research*, 139, 983-992. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.044>
- Arasti, Z., & Gholami, M. (2010). The causes of entrepreneurs' failure in Iran. *Journal of Entrepreneurship development*, 2(8), 163-184. https://jed.ut.ac.ir/article_22827_8d64be8f058738261d09bcf8c7b70b22.pdf
- Barclays. (2012). If at first you don't succeed. *Wealth Insights* (Vol.16). Barclays Banking Company. [Online] Available at: https://wealth.barclays.com/en_gb/home/research/research-centre/wealth-insights/volume-16.html
- Baron, R. A. (2004). The cognitive perspective: A valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 221-239. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00008-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00008-9)
- 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.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.06.004>
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. Sage Publication: Los Angeles, London, New Delhi, Singapore. http://www.sxf.uevora.pt/wp-content/uploads/2013/03/Charmaz_2006.pdf
- Galli, N., & Gonzalez, S. P. (2015). Psychological resilience in sport: A review of the literature and implications for research and practice. *International Journal of Sport and Exercise Psychology*, 13(3), 243-257.
<https://doi.org/10.1080/1612197X.2014.946947>
- Ganzin, M., Islam, G., & Suddaby, R. (2020). Spirituality and entrepreneurship: The role of magical thinking in future-oriented sensemaking. *Organization studies*, 41(1), 77-102.
<https://doi.org/10.1177/0170840618819035>
- GEM, Global Entrepreneurship Monitor. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report: Opportunity Amid Disruption*. London: GEM. <https://gemconsortium.org/report/gem-20212022-global-report-opportunity-amid-disruption>
- Gibb, A. A. (1987). Enterprise culture—its meaning and implications for education and training. *Journal of european industrial training*, 11(2), 2-38.
<https://doi.org/10.1108/eb043365>
- Grant, S., & Ferris, K. (2012). Identifying sources of occupational stress in entrepreneurs for measurement. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 4(4), 351-373.
<https://doi.org/10.1504/IJEV.2012.049828>
- Gurteen, D. (2017). Conversational leadership. (accessed 2 September 2023). Online Available at: <https://conversational-leadership.net/sensemaking/>
- Hannah, L. (1999). Marshall's "Trees" and the Global "Forest": Were "Giant Redwoods" Different?. In *Learning by doing in markets, firms, and countries* (pp. 253-294). University of Chicago Press.
<https://www.nber.org/system/files/chapters/c10235/c10235.pdf>
- Hendijani Fard, M., Arasti, Z., Imanipour, N., & Chitsaz, E. (2023). Business failure: A bibliometric and content analysis. *Karafan Quarterly Scientific Journal*, in press.
https://karafan.tvu.ac.ir/article_165414.html
- Jacobs, S., Mazure, C., & Prigerson, H. (2000). Diagnostic criteria for traumatic grief. *Death Studies*, 24(3), 185-199.
<https://doi.org/10.1080/074811800200531>
- Jang, S., Ko, E. J., & Woo, W. (2005). Unified User-Centric Context: Who, Where, When, What, How and Why. *Personalized Context Modeling and Management for UbiComp Applications*, 149, 26-34. <http://ftp.informatik.rwth-aachen.de/Publications/CEUR-WS/Vol-149/paper05.pdf>
- Jenkins, A. S. (2021). Relief and exploration after firm failure: Taking into account pre-failure experiences to understand post-failure responses. *Journal of Business Venturing Insights*, 15, e00226.
<https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2021.e00226>
- Jenkins, A., & McKelvie, A. (2016). What is entrepreneurial failure? Implications for future research. *International Small Business Journal*, 34(2), 176-188.
<https://doi.org/10.1177/0266242615574011>
- Johnson, D., Bock, A. J., & Thompson, A. (2021). Interpretation of successful and failed events in entrepreneurial firms: Acknowledgement practice under uncertainty. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 40(7).
<https://durham-repository.worktribe.com/preview/1179745/38076.pdf>
- Karimi, A., Mollaei, M. H., Mohammadian, B., & Zargarani Khouzani, F. (2021). The Impact of Business Failure Experience and Learning from Failure on New Venture Performance of Entrepreneur - Case Study of Qom Province. *Journal of Entrepreneurship development*, 14(2), 281-299.
<https://doi.org/10.22059/JED.2021.317684.653588>
- Katz, I. (1981). *Stigma: A social psychological analysis*. New York, US: Psychology Press.
<https://www.routledge.com/Stigma-A-Social-Psychological-Analysis/Katz/p/book/9780898590784>
- Kirkwood, J. (2007). Tall poppy syndrome: Implications for entrepreneurship in New Zealand. *Journal of Management & Organization*, 13(4), 366-382.
<https://doi.org/10.5172/jmo.2007.13.4.366>
- Lee, S. H., Peng, M. W., & Barney, J. B. (2007). Bankruptcy law and entrepreneurship development: A real options perspective. *Academy of Management Review*, 32(1), 257-272.
<https://doi.org/10.5465/amr.2007.23464070>
- Mann, C. E., Olson, M. A., Malik, H. B., & Tovey, T. L. (2023). Stories against stigma: Comparing efficacy

- of a perspective-taking intervention to reduce prejudice toward persons with mental illness versus persons with HIV. *Stigma and Health*. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/sah0000447>
- McAdams, D. P. (1992). The five-factor model in personality: A critical appraisal. *Journal of personality*, 60(2), 329-361. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1992.tb00976.x>
- Mohammadi Elyasi, G., & Notash, H. (2011). Identifying the roots of failure of habitual Iranian entrepreneurs: a discursive narrative perspective. *Journal of Entrepreneurship development*, 4(3), 31-50. https://jed.ut.ac.ir/article_24210.html
- Moradi, M. A. (2015). The intellectual foundations of economic man in academic microeconomics books and its position based on Islamic values. *University Textbooks; Research and Writting*, 18(35), 1-27. https://jut.samt.ac.ir/article_21754.html
- Notash, H. (2014). Developing a Framework of Entrepreneurial Learning from Failures for Iranian Habitual Entrepreneurs: A Process Approach. *Journal of Entrepreneurship development*, 6(4), 131-149. <https://doi.org/10.22059/jed.2013.50802>
- Nouri, P. (2023). Exploring the escalation of commitment to a failing venture in women and men entrepreneurs. *Management Research Review*, 46(6), 893-913. <https://doi.org/10.1108/MRR-03-2022-0190>
- Omoredede, A. (2021). Managing crisis: a qualitative lens on the aftermath of entrepreneurial failure. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-28. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00655-0>
- Overcash, J. A. (2003). Narrative research: a review of methodology and relevance to clinical practice. *Critical reviews in oncology/hematology*, 48(2), 179-184. <https://doi.org/10.1016/j.critrevonc.2003.04.006>
- Parsanejad, M., Razavi, S. M., & Foroutan, Z. (2019). Integrated Modeling of Entrepreneurial Failure Antecedents and its Financial, Social and Psychological Consequences. *Journal of Entrepreneurship development*, 12(1), 41-59. <https://doi.org/10.22059/JED.2019.278038.652949>
- Research Center of Iranian Parliament. (2014). *Failure of experienced Iranian entrepreneurs: origins, reasons, and consequences*. Tehran: Author, Department of Business Environment Studies, serial number: 32013216. Online Available at: <https://karafarini.mcls.gov.ir/fa/filepool/download/fca06e47949f4dea90a9376fd699c410>
- Saavedra, R., & Van Dyne, L. (1999). Social exchange and emotional investment in work groups. *Motivation and Emotion*, 23, 105-123. <https://doi.org/10.1023/A:1021377028608>
- Scheaf, D. J., & Wood, M. S. (2022). Entrepreneurial fraud: A multidisciplinary review and synthesized framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46(3), 607-642. <https://doi.org/10.1177/10422587211001818>
- Shafii Kahani, T., Hassani J., & Shakeri, M. (2022). The role of self-efficacy, resilience and cognitive emotion regulation in predicting obsessive-compulsive symptoms in the general population. *Journal of Psychological Science*, 20(107), 2095-2106. <https://psychologicalscience.ir/article-1-1155-fa.html>
- Shepherd, D. A. (2003). Learning from business failure: Propositions of grief recovery for the self-employed. *Academy of management Review*, 28(2), 318-328. <https://doi.org/10.5465/amr.2003.9416377>
- Shepherd, D. A., & Haynie, J. M. (2011). Venture failure, stigma, and impression management: A self-verification, self-determination view. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 5(2), 178-197. <https://doi.org/10.1002/sej.113>
- Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2018). *Entrepreneurial cognition: Exploring the mindset of entrepreneurs*. Cham: Palgrave Macmillan. <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/27909/1/1002090.pdf>
- Shepherd, D. A., & Williams, T. A. (2019). *Spontaneous venturing: An entrepreneurial approach to alleviating suffering in the aftermath of a disaster*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/11470.001.0001>
- Shepherd, D. A., & Wolfe, M. T. (2015). Entrepreneurial grief. *Wiley encyclopedia of management*, 1-6. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom030028>
- Shepherd, D. A., Williams, T., Wolfe, M., & Patzelt, H. (2016). *Learning from entrepreneurial failure: Emotions, cognitions, and actions*. Cambridge University Press. <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9781316416242>
- Shepherd, D. A., Patzelt, H., Williams, T. A., & Warnecke, D. (2014). How does project termination impact project team members? Rapid termination, 'creeping death', and learning from failure. *Journal of*

- Management Studies*, 51(4), 513-546.
<https://doi.org/10.1111/joms.12068>
- Singh, S., Corner, P. D., & Pavlovich, K. (2015). Failed, not finished: A narrative approach to understanding venture failure stigmatization. *Journal of Business Venturing*, 30(1), 150-166.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.07.005>
- Singh, S., Corner, P. D., & Pavlovich, K. (2016). Spirituality and entrepreneurial failure. *Journal of management, spirituality & religion*, 13(1), 24-49.
<https://doi.org/10.1080/14766086.2015.1029961>
- Staw, B. M., & Ross, J. (1987). Staw, B. M., & Ross, J. (1987). Behavior in escalation situations: Antecedents, prototypes, and solutions. *Research in Organizational Behavior*, 9, 39-78.
<https://psycnet.apa.org/record/1988-15561-001>
- 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.
<https://doi.org/10.1177/0149206312457823>
- Ucbasaran, D., Westhead, P., & Wright, M. (2009). The extent and nature of opportunity identification by experienced entrepreneurs. *Journal of business venturing*, 24(2), 99-115.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.01.008>
- 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), 541-555.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.04.001>
- Walsh, G. S., & Cunningham, J. A. (2016). Business failure and entrepreneurship: Emergence, evolution and future research. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 12(3), 163-285.
<http://dx.doi.org/10.1561/03000000063>
- Walsh, I. J., Pazzaglia, F., & Ergene, E. (2019). Loyal after the end: Understanding organizational identification in the wake of failure. *Human Relations*, 72(2), 163-187.
<https://doi.org/10.1177/0018726718767740>
- Yamakawa, Y. (2018). Planning for Failure as De-biasing Strategy for Entrepreneur's Escalation of Commitment at Exit. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2013, No. 1, p. 12793). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
<https://doi.org/10.5465/ambpp.2013.12793abstract>
- Yang, M. M., Yang, F., & Li, X. (2023). Open innovation and de-escalation of commitment in underperforming new product development projects. *Journal of Business Research*, 164, 113989.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113989>
- Yurdkhani, F., Mohammadi, A., & Manavi Pour, D. (2023). The impact of mindfulness on problem solving styles with the mediating role of learning styles. *Journal of Psychological Science*, 22(127), in press. <https://psychologicalscience.ir/article-1-1948-fa.html&sw=%DB%8C%D8%A7%D8%AF%DA%AF%DB%8C%D8%B1%DB%8C>
- Zimmerer, T., Scarborough, N. (2006). *Essentials of entrepreneurship and small business management* (Vol. 4). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. <https://www.amazon.in/Online-Course-Pack-Entrepreneurship-International/dp/1405809612>