



Gradual Decline: A Narrative Study of Failed Entrepreneurs in Yazd City

Masoud Hajizadehmeymandi¹ | Seyedeh Negin Malja²

1. Corresponding Author, Associate Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Social Sciences, Yazd University, Yazd, Iran. E-mail: mhajizadeh@yazd.ac.ir

2 . Sociology doctoral student, Faculty of Social Sciences, Yazd University, Yazd, Iran; E-mail: neginmalja@gmail.com

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received: 2024-08-25

Received in revised form:
2024-12-09

Accepted: 2025-01-09

Published online:

2025 - 02 - 02

Keywords:Failure, Internal Destruction,
Business Immaturity,
Narrative Analysis, Yazd
City

ABSTRACT

Today, the significant impact of entrepreneurship on the economic and social growth and development of countries has become well established, to the extent that some experts have referred to this era as the age of entrepreneurship. One of the necessities for developing entrepreneurship in society is the precise critique and examination of processes and the identification of factors contributing to success and failure, which can help in formulating appropriate policies and strategies to increase the success rate of entrepreneurs. Accordingly, this study, using a qualitative approach and narrative analysis method, seeks to explore the economic life stories of entrepreneurs who, during their activities, faced failure and were forced to shut down their businesses. To collect data, purposive sampling was employed, and open-ended interviews were conducted in the form of conversations with several entrepreneurs who had experienced failure in their businesses. Data analysis was performed using thematic analysis steps, leading to the identification of seven main themes: a personal need to expand the business, responding to environmental demands for creating new companies, immaturity in starting the business, the introduction of a partner at a critical moment as a destructive factor, reconstructing both positive and negative mental schemas, unfavorable external economic conditions, and inflation, which gradually caused internal destruction over time. The main categories of the research indicate that business decline is not a sudden phenomenon. This process begins when a business is launched in an environment and framework mismatched with the main need, and, through various internal and external factors, it ultimately leads to failure.

Cite this article: Hajizadehmeymandi, M., & Malja, S.N. (2024). Gradual Decline: A Narrative Study of Failed Entrepreneurs in Yazd City, *Journal of Social Problems of Iran*, 15 (1), 27-50.



© The Author(s).

Publisher: University of Tehran Press.

افول تدریجی: روایت پژوهی کارآفرینان ورشکسته در شهر یزد

مسعود حاجی زاده میمندی^۱ ✉ سیده نگین ملجأ^۲

۱. نویسنده مسئول؛ دانشیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد، یزد، ایران؛ رایانامه: mhajizadeh@yazd.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد، یزد، ایران؛ رایانامه: neginmalja@gmail.com

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۰۳

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۹/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۰/۲۰

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۱۱/۱۴

کلیدواژه‌ها:

شکست، تخریب از درون، ناپختگی در کسب و کار، روایت پژوهی، شهر یزد.

امروزه تاثیر چشمگیر کارآفرینی بر رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها به خوبی مشخص شده است، تا جاییکه برخی از صاحب‌نظران این دوران را عصر کارآفرینی نامیده‌اند. یکی از ضروریات توسعه کارآفرینی در جامعه، نقد و بررسی دقیق فرایندها و شناسایی عوامل موفقیت و شکست است که می‌تواند به تدوین سیاست‌ها و استراتژی‌های مناسب برای افزایش میزان موفقیت کارآفرینان کمک کند. براین اساس پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و با استفاده از روش تحلیل روایت به دنبال داستان زندگی اقتصادی کارآفرینانی است که در طول فعالیت خود با شکست مواجه شده‌اند و به اجبار به تعطیل نمودن کسب و کار خود رو آورده‌اند. برای گردآوری داده‌ها با استفاده از نمونه گیری هدفمند با تعدادی از کارآفرین مواجه شده با شکست در طول کسب و کار خود مصاحبه باز در قالب گفتگو انجام گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از گام‌های تحلیل مضمون انجام شد و موجب شناسایی هفت مضمون اصلی شامل نیاز شخصیتی برای گسترش کسب و کار، شنیدن تقاضای محیط در خصوص ایجاد کسب و کارهای جدید، ناپختگی برای شروع کسب و کار، ورود شریک در برهه‌ای به عنوان عاملی مخرب، بازسازی طرح واره ذهنی مثبت و منفی، شرایط نامساعد بیرونی از نظر اقتصادی و تورم، باعث تخریب از درون به مرور زمان شد. مقوله‌های اصلی پژوهش بیانگر آن است که افول کسب و کار پدیده‌ای ناگهانی نیست که در کسب و کار رخ دهد. این فرآیند از ابتدا که کاری در زمینه و بستر، به شکل نامتناسب با نیاز اصلی آغاز گشته و طی عوامل مختلف درونی و بیرونی به شکست منتهی می‌گردد.

استناد: حاجی‌زاده میمندی، مسعود و ملجأ، سیده نگین. (۱۴۰۳). افول تدریجی: روایت پژوهی کارآفرینان ورشکسته در شهر یزد، بررسی مسائل اجتماعی ایران، ۱۵(۱)،

۲۷-۵۰.



ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران. © نویسندگان.

مقدمه و بیان مسأله

امروزه تاثیر چشمگیر کارآفرینی بر رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی در کشورهای پیشرفته و ایجاد اشتغال به خوبی مشخص شده است، به حدی که برخی از صاحب نظران این دوران را عصر کارآفرینی نامیده‌اند. کارآفرینان با هدایت انقلاب‌های اقتصادی، به تحول و نوسازی اقتصاد جهانی کمک می‌کنند (بایگريو^۱، ۱۹۹۴). علی‌رغم اینکه در کشورهای پیشرفته دنیا از اواخر دهه ۱۹۷۰ به بعد به موضوع کارآفرینی توجه جدی شده و حتی در بسیاری از کشورهای درحال توسعه هم از اواخر دهه ۱۹۸۰ این موضوع را مورد توجه قرار داده‌اند، در کشور ما تا شروع اجرای برنامه سوم توسعه، توجه چندانی به کارآفرینی نشده بود. حتی در محافل علمی و دانشگاهی نیز به جز موارد بسیار نادر، فعالیتی در این زمینه صورت نگرفته بود. مشکل بیکاری و پیش‌بینی حادث شدن آن در دهه ۱۳۸۰ موجب شد که در زمان تدوین برنامه سوم توسعه، موضوع توسعه کارآفرینی مورد توجه قرار گیرد. در برنامه اخیر، توسعه کارآفرینی در سطح وزارتخانه‌های علوم، تحقیقات و فناوری، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، جهاد کشاورزی، صنایع و معادن و فلزات و همچنین مؤسسه جهاد دانشگاهی به دلیل ارتباط با فعالیت‌های آنها، مطرح شده است. با وجود اهمیت کارآفرینی، نرخ شکست در این حوزه بالاست؛ به طوری که تنها ۲۰ درصد از کسب و کارهای تازه تاسیس بیش از سه سال دوام می‌آورند (گینسبرگ^۲، ۲۰۰۳). آخرین آمار شکست کسب و کار که با پشتوانه تحقیقات بین‌المللی جمع‌آوری شده است و در سال ۲۰۲۴ ارائه گردیده است نشان می‌دهد ۱۸٫۴ درصد در سال اول شکست می‌خورند، ۴۹٫۷ درصد در ۵ سال اول شکست می‌خورند، ۶۵٫۶ درصد در ۱۰ سال اول شکست می‌خورند و تنها ۲۵ درصد آن را بیش از ۱۵ سال می‌کنند (ژو^۳، ۲۰۲۴). این آمار بیانگر ضرورت تحلیل و ارزیابی دقیق فرایندهای کارآفرینی برای افزایش نرخ موفقیت آنها است. یکی از ضروریات توسعه کارآفرینی در جامعه، نقد و بررسی دقیق فرایندهای آن و شناسایی عوامل موفقیت و شکست است. این تحلیل‌ها می‌توانند جامعه را برای ظهور کارآفرینان بالقوه با احتمال موفقیت بیشتر آماده کنند. بررسی پژوهش‌ها نشان می‌دهد که تعابیر متفاوتی از شکست در اندیشه‌های مدیریت و کسب و کار ارائه شده است. این تعاریف را می‌توان در یک سنخ شناسی در قالب سه دیدگاه به صورت زیر دسته بندی کرد (الیاس نوتاش^۴، ۲۰۱۱). دیدگاه اول شکست را معادل تعطیل شدن و انحلال کسب و کار میدانند (هد^۵، ۲۰۰۳). دیدگاه دوم تعریف دقیق تری از شکست ارائه می‌دهد و آن را معادل شکست تجاری می‌داند (کورنر و پاولوویچ^۶، ۲۰۰۷). در دیدگاه سوم شفرد^۷ (۲۰۰۳) شکست را لزوماً به معنای انحلال کسب و کار تلقی نمی‌کند بلکه از شکست به عنوان دست نیافتن کارآفرینان به اهداف تعیین شده در زمان تأسیس یا مدیریت کسب و کار خود یاد می‌کند (سیتکین کنون^۸، ۱۹۹۳، ادموندسون^۹، ۲۰۰۱).

ورشکستگی تقریباً یک مفهوم قدیمی است که به همان اندازه شایع و رایج است. این پدیده می‌تواند در موارد مختلفی رخ دهد؛ به عنوان مثال، در یک مغازه خرده‌فروشی کوچک که ناتوان در پرداخت اجاره است و به همین دلیل مجبور به تعطیلی می‌شود، یا در یک شرکت تولیدی بزرگ که به دلیل نداشتن منابع مالی کافی و تجربه زیان‌های مکرر، ورشکستگی اتفاق می‌افتد. این وضعیت‌ها

1 Bygrave

2 Ginsberg

3 Luisa Zhou

4 Elias Notash

5 Headd

6 Singh, Corner, & Pavlovich

7 Shepherd

8 Sitkin Canon

9 Edmondson

نشان دهنده این است که ورشکستگی می‌تواند به صورت گسترده‌ای در محیط کسب و کارها رخ دهد، از کوچکترین واحدهای تجاری تا شرکت‌های بزرگ صنعتی (حاجی‌ها، ۱۳۸۴). ورشکستگی یک پدیده اقتصادی است که تأثیرات گسترده‌ای بر جوامع و اقتصادها دارد. این امر می‌تواند باعث از بین رفتن مشاغل، افزایش نرخ بیکاری، و حتی تخریب اعتبار و اعتماد عمومی به نظام اقتصادی شود (نیوتون^۱، ۱۹۹۸). ورشکستگی یکی از مهمترین چالش‌هایی است که شرکت‌ها در عصر رقابتی حاضر با آن روبرو می‌شوند. این مشکل می‌تواند تهدید جدی برای هدف اصلی هر شرکت باشد، یعنی تداوم در ارتباط و بقا در بازار، زیرا ورشکستگی نه تنها منجر به از دست دادن منابع مالی و اقتصادی شرکت می‌شود، بلکه نیز باعث از بین رفتن اعتماد مشتریان، تأمین‌کنندگان، و سرمایه‌گذاران می‌گردد (صحت، ۱۳۹۳).

عوامل شکست در فرایند کارآفرینی و میزان تاثیر آن‌ها در جوامع مختلف، با توجه به شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی متفاوت است. شناخت و تحلیل این عوامل می‌تواند به تدوین سیاست‌ها و استراتژی‌های مناسب برای حمایت از کارآفرینان و افزایش نرخ موفقیت آن‌ها منجر شود و با توجه به آمار به دست آمده در استان یزد در حال حاضر بیش از سه هزار و ۶۰۰ واحد خرد، متوسط و کلان صنعتی و تولیدی در حال فعالیت هستند و یکی از بالاترین میزان نرخ مشارکت اقتصادی و نسبت اشتغال کشور را تجربه کرده که نیاز به بررسی بارزتری در زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی دارد (وزارت کشور، ۱۴۰۳). تحقیق در مورد افرادی که کارآفرین بودند و در حال حاضر ورشکسته شده‌اند، می‌تواند اطلاعات مهمی را فراهم کند که به درک عمیق‌تر از دلایل و عواملی که منجر به ورشکستگی آن افراد شده‌اند، کمک می‌کند. این تحقیق می‌تواند با بررسی روایت فعالان اقتصادی مواجه شده با شکست، آغاز کسب و کار و مواردی که منجر به شکست کسب و کار آن‌ها شده‌اند، شناسایی نماید. این اطلاعات می‌تواند به عنوان راهنمایی برای سایر فعالان اقتصادی در جلوگیری از این خطاها و ارتقای مدیریت کسب و کارشان مورد استفاده قرار گیرد و به عنوان یک منبع ارزشمند برای دیگران برای انجام تصمیم‌های بهتر در مدیریت کسب و کار و پیشگیری از ورشکستگی خدمت کند. به طور کلی، تحقیق در این زمینه می‌تواند به دستیابی به شناخت عمیق‌تر از مسائل و چالش‌هایی که در مسیر موفقیت کسب و کارها قرار می‌گیرند، کمک کند و بهبود در مدیریت کسب و کار و ارتقای سطح عملکرد آنها را تسهیل نماید. در پژوهش پیش رو روایت کارآفرینان مواجه شده با شکست که در تجارت، تولید، بازار و صنایع فعالیت داشته‌اند مورد بررسی قرار گرفته تا با مطالعه از شروع کسب و کار تا علل پدید آمدن افول کسب و کارها، به شناخت وقوع این امر در فعالیت اقتصادی به کاهش آن کمک نماید.

پیشینه پژوهش

ادبیات پژوهش حوزه فعالان سابق اقتصادی را ذیل چند دسته می‌توان تقسیم نمود: پژوهش‌هایی که به بعد حقوقی و مذهبی توجه نموده‌اند، پژوهش‌هایی که بیشتر به تبیین اقتصادی و مدل‌های اقتصادی پرداخته‌اند و پژوهش‌هایی که به بررسی بعد اجتماعی-اقتصادی توجه نموده‌اند، که البته بعد اقتصادی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در این جا به طور مختصر چند پژوهش خارجی و داخلی مرتبط با شکست کارآفرینان را بررسی نموده‌ایم:

سلطانی، حسینی و حجازی در پژوهشی که سال ۱۴۰۲ انجام دادند دریافتند الگوی یادگیری کارآفرینانه مبتنی بر تجارب شکست کارآفرینان برتر ایران شامل هفت سازه و در نتایج کمی وجود رابطه بین مقوله‌ها و سازه‌های مدل و در کیفی اندازه اثر مقوله‌های هر سازه، بالاتر از متوسط و قوی ارزیابی شد و درنهایت، به مدیران و کارآفرینان نوپای ایران پیشنهاد شد که با پیاده‌سازی برنامه‌های

عملیاتی مناسب، جهت به کارگیری مدل پژوهش، با اصلاح برخی فرآیندهای بازدارنده، سعی در افزایش هر چه بهتر و بیشتر پیامدهای استفاده از تجارب شکست کارآفرینان باشند.

رضایی، افراسیابی، و حافظیان در پژوهشی که سال ۱۴۰۰ انجام دادند دریافتند که کارآفرینان با موانع فرهنگی مانند نبود فرهنگ خلاقیت، نپذیرفتن شکست، نگرش منفی به ریسک، بی اعتقادی به توانمندی زنان، وجود فرهنگ مرد سالاری در جامعه و سازمان ها و مخالفت والدین با فعالیت های کارآفرینی دختران روبرو هستند. همچنین نتایج دربخش کمی نشان دادمیزان نپذیرفتن شکست در جامعه مطالعه شده بسیار است و کارآفرینان با دادن فرصت دوباره به افراد شکست خورده موافق هستند.

پارسا نژاد، رضوی، و فروتن بایگی در سال به این نتیجه رسیدند که ضعف در تیم استارت آپی به عنوان مهم ترین عامل شکست کارآفرینی است، و پس از آن به ترتیب استراتژی های اشتباه، بازاریابی نادرست، دشواری صنعت، محصول ضعیف و عوامل مالی در رتبه های بعدی اهمیت قرار گرفتند. در میان پیامدهای شکست نیز بیشترین هزینه تحمیل شده بر کارآفرین، هزینه های روانی و سپس اجتماعی و مالی بوده است.

نوتاش در سال ۱۳۹۲ با روش تحقیق روایتی/تحلیل گفتمان از میان کارآفرینان کارکشته دارای تجربه راه اندازی حداقل دو کسب و کار در بخش های مختلف صنعت که در بر گیرنده ریشه های شکست کارآفرینان، پیامدهای شکست، اقدامات برگزیده برای مواجهه با شکست و در نهایت آموخته های حاصل از شکست دست یافتند.

آراستی و غلامی در سال ۱۳۸۹ به این نتیجه رسیدند که شکست کارآفرینان در ایران شامل سه عامل خارجی جو اقتصادی نامناسب جامعه، قوانین و مقررات دولتی و تامین نامناسب منابع مالی از راه سرمایه گذاران و بانک ها و سه عامل داخلی تغییر انگیزه ها، خستگی و دل سردی از کار، ارزیابی غیرواقعی طرح و عضویت نداشتن در شبکه ها و گروه های مرتبط با کسب و کار است.

جوزف امانکوا-آموآه، ظهیر خان، سیمئون امانا ایفر، ریچارد بی نیور، هدی خان در سال ۲۰۲۲ به این نتیجه دست یافتند که کارآفرینان اغلب به دلیل مشکلات اقتصادی و انگ اجتماعی که پس از بسته شدن کسب و کار اتفاق می افتد، برای شروع سرمایه گذاری دیگری انگیزه دارند و نشان دادند که چگونه کارآفرینان از شکست ها بازمی گردند.

کلمنتین هگارتی، سایمون استفنز، پادریگ گالاگر و ایزوبل کانینگهام در سال ۲۰۲۰ دریافتند کارآفرینانی که تجربه شکست ممکن است توانایی های افزایش بیشتری در زمینه مدیریت منابع، خدمات داشته و ابتکارات بیشتری را به کار بگیرد.

آدسوا اومرده در سال ۲۰۲۰ هدف بررسی آنچه پس از وقوع شکست شرکت اتفاق می افتد یک مدل مفهومی که تجربیات کارآفرین از شکست و نحوه مدیریت این شکست های شرکت را توصیف می کند، ارائه نمودند. یافته های شان همچنین راه هایی را در مورد اینکه چگونه تحقیقات آینده می تواند به بحث در مورد شکست کمک کند، ارائه نمود.

لاتاچر، ولفگانگ؛ ودویاک، مالگورزاتا آنا در سال ۲۰۲۰ به بینش هایی در مورد تمام مراحل فرآیند یادگیری کارآفرینی از شکست، به ویژه ماهیت شکست و تأثیر محرک آن برای تأمل، عوامل مؤثر بر تأمل، محتوای یادگیری حاصل و کاربرد آنها در ظهور مجدد کارآفرینی دست یافتند.

جیسون کوب در سال ۲۰۱۱ نشان دادند کارآفرینان نه تنها در مورد خودشان و نابودی سرمایه گذاری هایشان، بلکه در مورد ماهیت شبکه ها و روابط و «نقاط فشار» مدیریت ریسک پذیری چیزهای زیادی برای یاد دادن دارند.

باتوجه به پیشینه ذکر شده برای این موضوع و بررسی پژوهش های متعدد بیشتر دریافتیم در خصوص کارآفرینان مواجه شده با شکست، با استفاده از این روش که عوامل اجتماعی مرتبط با شکست در فعالیت اقتصادی را با روش تحلیل روایت مدنظر قرار دهد صورت پذیرفته است، بر آن شدیم تا در این زمینه پژوهشی انجام داده و به شناسایی عوامل جامعه شناختی مرتبط با پدیده ورشکستگی بپردازیم.

مبانی نظری پژوهش

در قانون مجازات اسلامی، ورشکستگی به عنوان حالتی تعریف می‌شود که یک بازرگان یا شرکت تجاری از پرداخت بدهی‌های خود ناتوان شده و نمی‌تواند پیمان‌های بازرگانی خود را به‌طور معمولی انجام دهد (صفری، ۱۳۷۶). در فرهنگ و بستر مالی، ورشکستگی به عنوان "توصیف یا حقیقت نداشتن یا عدم کفایت وجوه در کوتاه مدت" تعریف شده است. اصطلاح "شرکت ورشکسته" توسط دان و براد استریت به شرکت‌هایی اطلاق می‌شود که عملیات خود را به دلیل واگذاری یا ورشکستگی یا توقف انجام عملیات جاری با زیان توسط بستانکاران متوقف می‌کنند (نیوتون، ۱۹۹۸).

برای درک بهتر و جامع‌تر از ورشکستگی کارآفرینان، استفاده از چارچوب‌های نظری گوناگون ضروری است. چارچوب‌های نظری می‌توانند به ما در تحلیل عمیق‌تر و سیستماتیک‌تر این موضوع کمک کنند و ما را در شناسایی عوامل مؤثر بر ورشکستگی و همچنین پیامدهای آن یاری دهند. یکی از نظریات مهمی که می‌تواند در این زمینه مورد استفاده قرار گیرد، نظریه اثر گذار در زمینه کارآفرینی است که توسط شومپیتر^۱ مطرح شد. در قلب نوشته‌های شومپیتر، بحث کارآفرینی است و اینکه چطور کنش‌های کارآفرینان اقتصاد را تحت تاثیر قرار می‌دهد. از نظر سوئدبرگ^۲ تئوری شومپیتر بهترین نظریه در خصوص کارآفرینی است که مسئله ژورف شومپیتر این است که مفروضاتی که ما با آن واقعیت جهان را نگاه کرده و بر مبنای آن دست به اقدام می‌زنیم نادرست هستند (مفروضات اقتصاد نئوکلاسیک مبتنی بر تعادل بازار). اقتصاد و محیط ایستا نیستند و بنابراین تئوریهای اقتصادی مبتنی بر ایستایی نمی‌توانند پاسخ‌های درستی به مسائل درست بدهند. بنابراین لازم است تا لنز شناخت و اقدام متناسب با همین واقعیت پویا باشد. به طور کلی مسئله شومپیتر این است که ماهیت واقعیت چیست و چگونه باید با آن مواجه شد؟ او در پاسخ به این مسئله واقعیت را امری پویا می‌داند و نگاه به واقعیت از منظر تغییر را معرفی می‌کند. اما در محیط پویا، اشخاصی باید باشند که این سدها و موانع درونی و بیرونی را کنار زده و با نامالیمات دست و پنجه نرم کنند. این افراد رهبر^۳ هستند؛ مردان عمل^۴. کسانی که وضع موجود را بر می‌تابند و به فراتر رفتن از آن مبادرت می‌ورزند. بر خلاف انسان‌ها ایستا که با رفع نیازهای اولیه‌شان، انگیزه‌شان برای حرکت بیشتر تمام می‌شود، مرد عمل انگیزه‌هایی بیشتر، از جمله انگیزه قدرت و انگیزه خلق دارد. بنابراین بازم جلودر می‌روند. بنابراین کارآفرین کسی است که ترکیب‌های جدید ارائه می‌دهد. این ترکیب‌های جدید می‌توانند بینهایت حالت را شامل شوند، اما شومپیتر با در نظر گرفتن عامل سوددهی به عنوان معیار کلیدی برای ترکیب‌های جدید کارآفرینی، ۵ دسته کلی از ترکیب‌های جدید را به قرار محصول جدید، بازار جدید، مواد اولیه جدید، سازماندهی جدید و روش‌های تولید جدید را معرفی می‌کند که تمام ترکیب‌های دیگر زیر مجموعه آنها قرار می‌گیرند. در این میان، وجه مشترک کارآفرینان برای ترکیب جدید، تأسیس شرکت جدید است که موارد گفته شده را تحت پوشش قرار می‌دهد. شومپیتر ترکیب‌های جدید را مرکزیت فرآیند اقتصادی به طور عام و کارآفرینی به طور خاص می‌داند (سوئدبرگ^۴، ۲۰۰۳).

همچنین پارسونز جامعه شناس مشهور آمریکایی که نظریات خود را درباره چهار نظام زیستی فرهنگی اجتماعی و دینی بیان کرده است توسعه فرهنگ خلاقیت و ابتکار را محصول نظام اجتماعی و تحت تاثیر نهاد خانواده و مدرسه میداند که در پرتو آن انگیزه کنشگران برای بر عهده گرفتن نقش‌های تولیدی افزایش می‌یابد در این باره باید از شیوه جامعه پذیری میزان رشد و انسجام

1 Joseph Schumpeter

2 Leader

3 Man of Action

4 Swedberg, Richard

شخصیت استقلال فردی طرز تلقی از کار در جامعه سخت کوشی پشتکار و وقت شناسی یاد می‌نماید و این عوامل را در جهت دستیابی به کارآفرینی بسیار مهم تلقی می‌کند (ویسی و کریم زاده، ۱۳۸۹: ۱۶۴).

مطالعه کارآفرینان از دوران قدیمی تاکنون ادامه داشته است. در سال ۱۷۵۵، کنتیون کارآفرینان را به عنوان عاملانی توصیف کرد که خطرات را برای کسب سود به عهده می‌گیرند. نظریه پردازان اوایل مانند آدام اسمیت، مفهوم کارآفرینی را مطرح کردند که با مفهوم صاحب شرکت تفاوتی نداشت.

آلفرد مارشال در کار خود، هر دو مفهوم را ترکیب کرد و کارآفرین را به عنوان فردی تعریف کرد که هم خطرپذیر است و هم مدیر. او کارآفرینانی را شناسایی کرد که مسئول اطمینان از عملکرد تولیدی در یک شرکت هستند، فرصت‌ها را شناسایی می‌کنند، هزینه‌ها را کاهش می‌دهند و سود را افزایش می‌دهند. مارشال در تئوری خود، کارآفرینان را به شرح زیر دسته‌بندی کرد:

- کارآفرینان فعال (کسانی که راه‌های جدیدی پیدا می‌کنند)
 - کارآفرینان منفعل (کسانی که تمایل دارند مسیر موجود را دنبال کنند) (فرناندز، ۲۰۰۹).
- علاوه بر این، مفهوم اقتصادات تجمعی مارشال نیز معمولاً بر فعالیت‌های کارآفرینی تأثیر قابل ملاحظه‌ای دارد. در اینجا، "تجمع" به تمایل بارش بازدهی افزایشی به دلیل تجمع منابع در یک مکان جغرافیایی اشاره دارد. مارشال به ذکر این نکته پرداخت که دو شکل اصلی تجمع عبارتند از:

تجمع صنعتی: وقتی که شرکت‌های مشابه در یک منطقه جغرافیایی تجمع کنند، امکان به اشتراک گذاشتن منابع (مانند زیرساخت‌ها، نیروی کار و تکنولوژی) و ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی بیشتر فراهم می‌شود.

تجمع شهری: وقتی که مردم به عنوان افرادی که در یک شهر زندگی می‌کنند، تجمع کنند، این باعث افزایش احتمال ایجاد روابط تجاری و ارتباطات اجتماعی بین افراد می‌شود که به نوبه خود فرصت‌های جدیدی ایجاد می‌کند.

مک کله لند نیز (روانشناس اجتماعی معاصر) از جمله اندیشمندانی است که معتقد بود جوامعی که انگیزه پیشرفت کمی دارند نرخ سرمایه‌گذاری و ریسک‌پذیری نیز در آنها کم است و به تبع آن توسعه نیافته هستند و در جوامعی که میزان انگیزه پیشرفت بالا است نرخ سرمایه‌گذاری و ریسک‌پذیری نیز زیاد است. در این جوامع برخی افراد کسب و کارهای جدیدی راه‌اندازی می‌کنند شرکت یا واحد اقتصادی را سازماندهی می‌نمایند و ظرفیت تولید و بهره‌وری آن را افزایش می‌دهند مک کله لند چنین افرادی را کارآفرین می‌نامد و عواملی نظیر شیوه جامعه‌پذیری روش‌های تربیتی والدین طبقه اجتماعی والدین ایدئولوژی حاکم مذهب و تحرک اجتماعی را عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی می‌داند. وی در بحث کارآفرینی به فرهنگ توجه می‌کند و مناسب‌ترین شیوه جامعه‌پذیری را تقویت استقلال فردی و ایجاد اعتماد به نفس می‌داند که موجب کارآفرینی می‌شود (براکه‌اوس و هرویتز، ۲۰۰۰: ۱۰۲).

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع مطالعات کیفی و به روش روایت پژوهی انجام شده است. از نظر کلان‌دینین و کانلی^۲ (۲۰۰۰) روایت روشی است که تجربه به واسطه آن به نمایش گذاشته می‌شود. از میان انواع رهیافت‌های روایت پژوهی از روش تحلیل روایت تجربه محور استفاده شده است که تجارب افراد را درباره یک موضوع یا رخداد خاص بررسی می‌کنند (وبستر و مرتوو، ۲۰۰۷). به طور کلی عناصر

1 Brockhaus, R. & Horwitz, P.

2 Clandinin, D. J., & Connelly

3 Webster, L., & Mertova,

اصلی در تحلیل روایت با شخصیت‌ها (افراد درگیر در داستان)، موقعیت (زمینه یا محیطی که داستان در آن اتفاق می‌افتد)، مسأله (موضوع یا تعارض محوری در داستان)، اقدامات (مراحل) که شخصیت‌ها برای رفع مشکل انجام می‌دهند) می‌باشد (کرسول^۱، ۱۴۰۰). پژوهش حاضر نیز با توجه به اشخاصی که تجارب ناموفقی در زمینه کسب و کار داشته، به دنبال روایت افراد کارآفرین از نظر اقتصادی در قالب فعالیت تولیدی، تجاری، شرکت و یا مغازه را دارا بوده‌اند و تجاربی که در این مسیر کسب کرده بوده و به دنبال شناسایی اقداماتی که برای رفع این امر انجام داده‌اند می‌باشد. بنابراین مشارکت‌کنندگان پژوهش حاضر افرادی بودند که در چند سال گذشته سابقه فعالیت اقتصادی را دارا بوده و بعد از مدتی با شکست مواجه شده‌اند، می‌باشد.

جدول ۱: مشخصات مشارکت‌کنندگان

شماره	نام مستعار	سن	سن شروع کسب و کار	تحصیلات	حیطه شغلی	مدت زمان فعالیت	شروع افول کسب و کار
۱	محمود	۶۲	۳۰	کارشناسی فنی	کارخانه مواد غذایی	۵ سال	چندماه بعد از تاسیس
۲	مهدی	۵۷	۲۶	کارشناسی ارشد بازرگانی	-تولیدی صنایع دستی -مشاوره کسب و کار	۲ سال	چندماه بعد از تاسیس
۳	پریسا	۳۷	۳۲	کارشناسی ارشد مدیریت مالی	بازرگانی کاشی	۸ ماه	۲ ماه بعد از تاسیس
۴	حمید	۵۳	۳۳	کارشناسی ارشد مکانیک	کارخانه قند و نبات و شکر	۳ سال	۱ سال بعد از تاسیس
۵	محمد	۲۸	۳۴	کارشناسی ارشد صنایع دستی	کارگاه چوب و کاشی	۱ سال	۸ ماه بعد از تاسیس
۶	سارا	۳۴	۳۳	کارشناسی ارشد ادبیات	کارگاه سفال	۱ سال	۱ ماه بعد از تاسیس
۷	علی	۶۷	۳۱	دیپلم	تابلو فرش	۲ سال	۸ ماه بعد از تاسیس

شیوه نمونه‌گیری به صورت هدفمند بر اساس معیار بوده است به این معنا که افرادی که در طول زندگی خود کسب و کاری راه اندازی نموده بودند و حداقل این کسب کار یک بار به شکست انجامیده بود شناسایی شدند و عملیات نمونه‌گیری تا اشیاع یعنی تا جایی ادامه پیدا کرد که داده‌ها تکراری شده و در جریان مصاحبه هیچ اطلاعات جدیدی به دست نیامد و روایت افراد مشارکت‌کننده تکمیل و مضامین اصلی ساخته شد. در مجموع با ۷ فعال اقتصادی مصاحبه باز و در قالب گفت و گو انجام شد. مصاحبه‌ها از ۶۰ دقیقه تا نزدیک به ۹۰ دقیقه به طول انجامید و سپس وارد فرایند تحلیل شد. بر اساس تقسیم‌بندی رایزمن (۲۰۰۸)، تحلیل داده در روایت به چهار نوع؛ تحلیل مضمونی، ساختاری، گفتمان و تحلیل عملکرد، تفکیک دادنی است که در پژوهش حاضر از تحلیل مضمونی یا همان تحلیل تماتیک استفاده شده است. تکنیک تحلیل مضمون انواع مختلفی دارد که در این پژوهش ترکیبی از روش پیشنهادی آترایدا - استیرلینگ (۲۰۰۱)، براون و کلارک (۲۰۰۶) و کینگ و هاروکس (۲۰۱۰)، فرایند گام به گام و جامعی به منظور تحلیل مضمون ارائه می‌شود. در پژوهش حاضر فرایند تحلیل مضمون در قالب سه مرحله تجزیه و توصیف متن تشریح و تفسیر متن، ادغام و یکپارچه کردن متن و شش گام و بیست اقدام معرفی می‌شود که مراحل شش گانه این پژوهش به صورت زیر انجام شده است.

گام اول آشنایی با داده‌ها پژوهشگر برای رسیدن به عمق و غنای محتوای داده‌ها متن رونویسی شده هر مصاحبه را چندین بار مطالعه می‌کند. گام دوم ایجاد کدهای اولیه پژوهشگر بعد از مطالعه و آشنایی داده‌ها فهرست اولیه‌ای را از ایده‌های موجود در داده‌ها و نکات جالب آن‌ها تهیه می‌کند. گام سوم جست و جوی و شناخت مضامین اولیه این گام زمانی شروع می‌شود که همه داده‌ها کدگذاری اولیه شده باشند و فهرست طولانی از کدهای مختلف در مجموعه داده‌ها شناخته شود. همچنین این گام به تحلیل در سطحی کلان تر از کدها تمرکز دارد. گام چهارم ترسیم شبکه مضامین در این گام شبکه مضامین ترسیم می‌شود؛ سپس پژوهشگر در می‌یابد برخی از مضامین پیشنهادی که با یکدیگر همپوشانی دارند باید با هم ترکیب شوند و بعضی مضامین نیز به مضامین جداگانه ای ترکیب شوند. گام پنجم تحلیل شبکه مضامین در این گام مضامین به دست آمده برای تحلیل داده‌ها نام گذاری، تعریف و تعدیل می‌شود. گام ششم تدوین گزارش پژوهشگر در این گام مضامین نهایی را تحلیل و تدوین می‌کند (عابدی جعفری و همکاران، ۱۳۹۰). اعتبار پذیری به منظور اطمینان از پایایی و روایی پژوهش حاضر یا به عبارت دیگر دقیق بودن یافته‌ها، اقدامات زیر انجام شد که کرسول (۱۴۰۰) آن‌ها را برای یک پژوهش روایی خوب بیان کرده است بر تعداد افراد کمی (۷) نفر تمرکز شد؛ داستان‌های بحث برانگیز و مهم مرتبط با زندگی افراد گردآوری شده است؛ نوعی تقویم نگاری ارائه و مراحل و ابعاد مختلف داستان به هم مرتبط شده است؛ در قسمت نتیجه گیری داستانی گفته شده است که بازگویی داستان مشارکت کنندگان مطالعه است؛ داستان متقاعد کننده و به شیوه‌ای ادبی بود؛ مضامین بر ساخته شده از داستان گزارش شده است تا تحلیل وسیع‌تری انجام شود؛ خود را به گونه‌ای بازاندیشانه به مطالعه وارد کرده (کرسول، ۱۴۰۰) و مذاکره بر سر معنا انجام شده است. در روایت پژوهی یکی از مضامین اصلی چرخش به سمت آن نوع رابطه بین پژوهشگر و پژوهش کننده است که در آن هر دو طرف از برخوردشان نکته می‌آموزند و تغییر می‌کنند. دو طرف بر سر معنای داستان مذاکره و اعتبار تحلیل پژوهش را می‌افزایند. و در نهایت کنترل به وسیله اعضا، یعنی ارجاع روایت مکتوب توصیف‌ها به یک مشارکت کننده به منظور اعتبار درونی بیشتر و بررسی روند انجام کار توسط هر دو محقق به عنوان راهبرد ناظر بر کنترل اعتبار بیرونی انجام شد.

یافته‌ها

ارائه کوتاهی از روایت افراد مواجه شده با شکست در کارآفرینی به تفکیک افراد مشارکت کننده در جدول ذیل آمده است.

خرده روایت مصاحبه شونده شماره ۱: ما خط تولید شیرینی جات یزدی راه انداختیم خیلی هم خوب بود، از آزمایشگاه، تامین مواد اولیه همه چیز رو از بهترین‌هاش وارد شدیم و راه انداختیم. تو شهرهای مختلف تبلیغ میکردیم، به مغازه‌ها یک عالمه از محصولات مختلفمون رو رایگان هدیه میدادیم. اما مشکلی که باهاش مواجه شدیم این بود که بعد از مدتی محصولاتمون شروع کردن به فاسد شدن، فرمول نگهدارنده مون جواب نمیداد. خط تولید رو بستیم و تمرکز کردیم روی اینکه بینیم چطوری میتونیم به فرمول درست برسیم، چسبیده بودیم به آزمایش و همه داشتن شیرینیا رو از شهرهای مختلف پس میفرستادن، ضرر پشت ضرر، میرفتیم بانک وام بگیریم اذیت میکردن، حمایت نمیکردن، وام‌های درصد سود بالا میدادن و خیلی شرایط روز به روز سخت تر میشد. آخر سر مجبور شدیم به این وام‌ها رو بیاریم، باید هزینه‌ها رو به جوری تامین میکردیم، هرچی وام میگرفتیم نمیتونستیم هزینه‌های کارخونه رو تامین کنیم، پیش بینی این‌ها رو نکرده بودم. سود وام و مالیات خیلی زیاد بود فرمول هم داشت جواب میداد اما دیگه نمیشد ادامه داد، نمیتونستیم هزینه‌های بالای کار رو تامین کنیم برای همین کارخانه رو فروختیم تا بتونیم قسط‌های وام‌ها رو بدیم.

خرده روایت مصاحبه شونده شماره ۲: من تو دانشگاه تهران رشته بازرگانی میخوندم. یک بار رفته بودیم شمال و با زنایی مواجه شدیم که زندگیشون رو میچرخوندن و مسئول تامین هزینه های زندگی بودن. ما این توانایی رو توی این محصولات میدیم که حتی بدون جهانی بشن، چون ما درسش رو هم خونده بودیم و رشته مون هم بهمون یه سری چیزا یاد داده بود مصمم تر هم بودیم. با دوستم با هم تصمیم گرفتیم یه کاری راه بندازیم و بهشون کمک کنیم. یه شرکت تولیدی راه انداختیم که بیایم از این زنایی که سرپرست خانواده بودن حمایت کنیم. همه چیز رو از اول همونطور که توی درسامون شبانه روز میخونیدیم پیش بردیم. ۲ سال تمام بدون داشتن حتی ذره ای درآمد ادامه دادیم. به شهرهای مختلف مراجعه میکردیم و این محصولات انقدر تو شهرهای دیگه به جز همون شمال کشور خواهان نداشت، شمالی ها هم که خودشون محصولات خودشونو یا تهیه میکردن یا خودشون تولید میکردن. بعد از مدتی که نتونستیم هزینه ها رو مدیریت کنیم نتونستیم هزینه ها رو تامین کنیم مجبور شدیم با یک عالمه قرض و بدهی کارگاه رو ببندیم، یک عالمه بدهی بالا آوردیم و رفتیم دنبال کارمون اما تا مدت ها جرئت نمیکردیم بریم دنبال کار جدید، هرکاری میخواستیم راه بندازیم تصویر اون لحظه های شکست میومد توی ذهنم، میترسیدم، وحشت داشتم.

خرده روایت مصاحبه شونده شماره ۳: تو کارخونه حدود ۲ سال بود که کار کرده بودم، توی شرکتیم که حدود ۳ سال کار کرده بودم، یه سری همکارا و آدمای خوبی که میشناختم هم بهشون پیشنهاد کار دادم و اونا هم بعضیاشون قبول کردن و بعضیاشون هم قبول نکردن، خلاصه با تمام پس اندازی که داشتم یه جایی اجاره کردم و چندتا میز و صندلی و شروع کار، کارمند استخدام کردم، بهشون یاد دادم و دیگه شروع کردیم به کار ولی یه سری پیش زمینه هاش رو هیچکس به من نگفته بود، من نمیدونستم کارخونه ها با توجه به اعتبار هر شرکت و میزان کار و مشتریاشون محصولاتشون رو طبقه بندی میکنن و پخش میکنن، من از ابتدا بلند پروازی کرده بودم و تعداد کارمندم رو هم زیاد استخدام کرده بودم، انقدری که خب باید بیمه رد میکردم، حقوق میدادم، پورسانت میدادم، همه اینها بود، چون شرکت تازه تاسیس بود و نمیشناختن خیلی توجه نمیکردن، خرید نمیکردن و ترجیح میدادن بیشتر با کسانی کار کنن که قبلا هم باهاشون کار میکردن کار کنن و اعتبار خودشونو پیش اون شرکتایی که همو میشناختن خراب نکنن، چون میترسیدن ما جنس بد بهشون بدیم، یا مثلاً بی اعتبار باشه کارمون و نشه رومون حساب باز کرد.

خرده روایت مصاحبه شونده شماره ۴: یه روز یکی از رفیقای خوب و قدیمییم اومد که بیا باهم کارخونه قند و نبات و شکر و آبنبات و اینا بزنیم، من کارم خوب بود ولی تو زمینه های فنی و اینطور چیزها خوب بودن تو زمینه هایی مثل مدیریت و کارخونه و این همه کارمند بتونم اداره کنم تواناییش رو نداشتم، کارگر و کارمند و اینا استخدام کردیم، منم از همون ابتدا به دوستم گفتم من نمیتونم کارمند و کارخونه مدیریت کنم، من تو همون زمینه فنیش کارایی که بلدم انجام میدم. دیگه شروع کردیم و منم کار خودمو دیگه باید تعطیل میکردم چون باید میچسبیدیم به این کار خیلی سرمایه گذاشته بودیم، تا جایی که دیگه دیدیم فروشمون مثل قبل نیست، هزینه ها هم اتفاقاً کمتر میشه اما مغازه ها و عمده فروشیا مثل قبل ازمون خرید نمیکنن، وقتی پیگیری کردم و رفتم دنبال اینکه ببینم چرا دیگه مثل قبل ازمون سفارش نمیگیرن دیدم همه میگن کیفیت محصولاتون مثل قبل نیست و اون مزه قبلنا رو نداره و این ها. وقتی به مسئول خرید کارخونه رجوع کردم و رفتم دنبال اینکه ببینم چرا اینطوری شده متوجه شدم که بله شریکم برای آنکه هزینه ها رو کاهش بده و سود رو زیادتر کنه کیفیت مواد اولیه رو آورده پایین. وقتی ارزش پرسیدم چرا اینکارو کردی گفتم من اینکارو کردم که سود توام بره بالا و گرنه اینطوری بخوایم کار کنیم که ۱۰۰ سال طول میکشه، شرکتای دیگه هم اومده بودن که الان برای خودشون مشهورن خیلی و اونا با توجه به کیفیت محصول و کاری که انجام میدادن، خب بهتر بود و خودشون رو هم خراب نکرده بودن و کارشون هم خوب بود و همونطور موندن بودن. در نهایت ما نتونستیم مثل قبلنا کارمون رو نگه داریم.

خرده روایت مصاحبه شونده شماره ۵: از همون دوره طول تحصیل هم خیلی کار میکردم، میفروختم و پولش رو پس انداز میکردم، بعد از اینکه ارشدم تموم شد گفتم وارد بازار کار بشم، تصمیم گرفتم که کار خودم رو راه بندازم، رفتم دنبالش و کارگاه اجاره کردم، ۲ تا کارگاه گرفتم یه کارگاه چوب و یکی هم کاشی سرامیک، کنار هم اجاره کردم و یکسری دستگاه های محدود برای کار چوبم گرفتم، یه کوره هم برای کارگاه کاشی سرامیک گرفتم. برای کاشی سرامیک به طرحی زدیم اسمش طرح آبشاری بود، خیلی طرح قشنگی بود و اتفاقا خیلی هم گرفت و همه استقبال کردن. نمایشگاه میزدیم، تولید انبوه میکردیم به شهرهای دیگه میفرستادیم و خیلی خوب بود. خب منم ۲ تا کارگاه داشتیم دیگه کارگاه نجاری هم داشتیم. تو کارگاه نجاری با چوب کار میکردم، وسایلم محدود بود، نیاز به یکسری وسایل پیدا میکردم که نمیتونستم تهیه کنم و قیمتشون بالا بود و کارا میموند، باید میرفتم این کارگاه اون کارگاه که مثلا با وسایل اونا یه کار کوچیک انجام بدم و باز هم کارام میموند و تاخیر میخورد، تو دوران کرونا من بدترین شرایط رو تجربه کردم، داشتیم سعی میکردم کمی رشد کنم، کار کنم و رونق بدم اما خب شهرهای دیگه بازارها رو بسته بودن، سفارشیای محدود میگرفتن، هرچی رفتم دنبال حمایت از جانب سازمان های مختلف میگفتم. انقدر معطل کردن که اصلا دیگه نمیشد کاریش کرد.

مشارکت کننده شماره ۶: حدودا ۲ و نیم سال پیش نزدیکای عید بود شروعش کردم به مغازه بود توی بافت تاریخی اجاره کردم، البته هزار از قبلش کوره خریدم کارای صنایع دستی انجام میدادم یه مغازه بود قسمت چارسوق اونجا گرفتم. یه چندماه قبلش کارو شروع کرده بودم ولی خب میدادم کوره های بیرون برام پخت بزنن. یکی از دوستانم شریکم شد و همینجوری کار میکردیم و آنلاین شاپ داشتیم و از طریق اون کار رو شروع کردیم که بعدا کمی گسترش دادیم و رسوندیمش به مغازه. قبلش در کنار آنلاین شاپایی که میزدن غرفه داشتیم و کار میکردیم، مدام باشریکم بحثمون میشد و نمیتونستیم مثل قدیم با هم بسازیم، همین مارو بیشتر به سمت شکست نزدیک میکرد، اگر آدم بتونه سرمایه گذار پیدا کنه که رو کارش سرمایه بده و جذب کنه یا اگر بتونه نهادی رو پیدا کنه که کمک کنن به گسترش کسب و کارش خیلی بهتر میشه. شرایط جامعه هم به شکلی هست که آدم نمیتونه برای چیزهایی که برایش ضرورت خریدی ندارن سرمایه بگذاره و جذب کنه، در نهایت هم مجبور میشه که به اقلام ضروری قانع بشه.

مشارکت کننده شماره ۷: از کارم استعفا دادم و با چند نفر مشورت کردم گفتن کار خیلی خوبیه، خونمون رو درست کردیم و کارگاهش کردیم و چند نفر کارآموز و کارمند گرفتیم و شروع کردیم. فقط تنها ایرادی که داشت این بود که کارمندها تا یه کمی دستشون راه میافتاد و کارشون خوب میشد خودشون میرفتن برای خودشون کار کنن و کار ما کمی عقب میافتاد. با خانمم رفتیم سمت تبریز و شهرستان های اطرافش دیدک چه طرح ها و نقش های قشنگی میزنن و الحق که بعضی طرح هاشون واقعا استثنایی بود. از شون الگو و نقشه خریدیم تا بتونیم مثل اونا بزنیم، ولی هم خانمم طرح های اون ها واسش سخت، رفتیم تبریز یه سری از این تابلو فرش هایی که طرح های خاصی داشتن رو خریدیم و آوردیم، میشکافتیم، خانمم امضای خودش رو میزد و میفروختیم. کم کم سود و فروشمون باهم کم تا جایی که دیدم تابلو فرش ها دارن «ترده: نوعی حشره» میشن و از بین میرن. میرفتم سر یه تابلو فرش میدیدم قسمت پایینش کاملا خورده شده و نمیتونستم باید چیکار کنیم. نه نخش بود که بتونیم بیافیم نه اصلا نمیتونستیم بیافیم، تابلو ها هی خراب شدن و از بین میرفتن، هرجا میرفتیم نصفه قیمت هم میدادیم ازمون نمیخریدن، تمام سرمایه مون رفته بود.

در فرایند تحلیل داده های حاصل از روایت ها از روش پیشنهادی آترایدا - استیرلینگ (۲۰۰۱)، براون و کلارک (۲۰۰۶) و کینگ و هاروکس (۲۰۱۰) استفاده و در قسمت روش درباره آن توضیح داده شد که فرایند گام به گام و جامعی به منظور تحلیل مضمون است. در نهایت ۷ مضمون اصلی شامل نیاز شخصیتی برای گسترش کسب و کار، شنیدن تقاضای محیط در خصوص ایجاد کسب و کارهای جدید، ناپختگی برای شروع کسب و کار، ورود شریک در برهه‌ای به عنوان عاملی مخرب، بازسازی طرح واره ذهنی مثبت و منفی، شرایط نامساعد بیرونی از نظر اقتصادی و تورم، تخریب از درون به مرور زمان تشکیل شد. در جدول زیر خلاصه ای از مفاهیم و زیر مضمون های تشکیل دهنده آمده است.

جدول ۲: یافته‌ها

نقاط آغاز میانه پایان	مضامین اصلی	مضامین فرعی	مفاهیم
روایت آغاز کسب و کار	نیاز شخصیتی برای گسترش کسب و کار	انگیزه کارآفرینی عزم راسخ	احساس نیاز برای ایجار کار، کار متناسب با تخصص، نیاز مالی گسترده، نیاز به کار بهتر، مفید بودن تحقق آرزوها، استقلال بیشتر، مهارت های لازم برای کارآفرینی، نیاز به گسترش کار، توسعه خلاقیت
	شنیدن تقاضای محیط در خصوص ایجاد کسب و کارهای جدید	نیازهای محیطی مواجه با نیاز جدید سرمایه های بالقوه توصیه متخصصین	تاثیر شرایط محیطی، فشار محیط، استفاده بهتر از شرایط محیطی، نامساعد بودن شرایط کار محیط، توجه بیشتر به محیط مواجهه با نیازهای جدید، پیدا کردن افراد توانمند، استفاده از تخصص، جذابیت های کسب و کار، ایجاد خط تولید، سرمایه گذاری گسترده تر، پیدا شدن سرمایه گذار، بازاریابی گسترده، تبلیغات استفاده از متخصصین، استخدام افراد جدید، نیاز سرمایه گذار، محصولات جدید، وام های بیشتر، توصیه افراد کارآفرین
روایت حین کسب و کار (رو به افول بردن)	ناپختگی برای شروع کسب و کار	دانش ناکافی عدم تخصص کافی بی تجربگی	نداشتن دانش کافی، عدم داشتن تجربه مرتبط، عدم آشنایی با مهارت های کسب و کار، ضعف بازاریابی، عدم پیش بینی راه های جایگزین، مشکلات مالی اصرار بر خطا، عدم تخصص کافی در رشته کاری، عدم تحقیق کافی در فیلد تخصص، محقق نشدن اهداف، پیش زمینه نامناسب، ناامیدی، دل سردی، تلاش بی موقع، تلاش ناکافی، عدم شناخت درست بازار، ضعف در مدیریت منابع انسانی، عدم تعیین شفاف محدوده فعالیت، تغییر انگیزه ها، تحمل ناکافی بی تجربگی، تغییر خواسته ها، خوش بینی بیش از حد
	ورود شریک در برهه‌ای به عنوان عاملی مخرب	ضعف در مدیریت شراکت دخالت در کار شریک شریک کاری نامناسب	شراکت نامناسب، رقابت با شریک کاری، دروغ و تقلب در شراکت، تحمل ناکافی در شراکت، خوش بینی بیش از حد در شراکت، عدم تعیین شفاف محدوده شراکت، دل سردی شریک کاری، کنار کشیدن شریک کاری، عدم شناخت درست شریک، عدم تخصص شریک کاری، دخالت نامناسب شریک کاری
	بازسازی طرح واره ذهنی مثبت و منفی	جلوگیری از تبدیل بحران به شکست طرح واره های جایگزین	تشخیص و پذیرش مشکل، تلاش برای تشخیص ریشه ها، تلاش برای اصلاح خطا، جلوگیری از شکست، تلاش برای عدم تکرار خطا، احتیاط و دقت بیشتر، فراگرفتن اصول کسب و کار، ارتباطات جدید کسب دانش جدید، افزایش مهارت کارآفرینانه، تغییر روش، پیش بینی سناریوها، فشار عصبی، ترس از ریسک، مشکلات جسمی و روحی اتلاف بهترین سال های زندگی، مشکلات خانوادگی، مشکلات اجتماعی، افسردگی، ترس از شکست، از دست دادن رفاقت، از دست دادن ارتباطات، از دست خانواده، هدر رفتن زمان و انرژی، زیان مالی، کاهش

نقاط آغاز میان پایان	مضامین اصلی	مضامین فرعی	مفاهیم
		شخصیتی انحلال کسب و کار	عملکرد، فروش اموال شخصی، از دست دادن تمام سرمایه، شرایط زندگی فردی، عدم توانایی کمک گرفتن از جانب دیگران، شرایط و موانع مالی، عدم حمایت روحی، از دست دادن روحیه
روایت اواخر کسب و کار (به شکست رساندن کسب و کار)	شرایط نامساعد بیرونی از نظر اقتصادی و تورم	تورم بالا تحریم‌های اقتصادی وصول نشدن مطالبات شرکت- ها	توصیه افراد کارآفرین، شرایط اقتصادی کشور، وام‌های سنگین، سودهای بالای بانک، عدم وجود متخصصین، عدم کمک سازمان‌ها، محیط بد کسب و کار، جنبش‌های مردمی در کشور، شرایط بد زندگی اقشار جامعه، اثرات تحریم و تورم بر زندگی شهروندان، شرایط محیطی، تغییر در سیاست دولت،
	تخریب از درون به مرور زمان	ارزیابی غیر واقعی ضعف در مدیریت منابع درونی و بیرونی نامساعد بودن محیط کار	دریافت مشاوره‌های نامناسب، عدم توانایی جبران مالی، عدم دستیابی به سود، عدم ارتباط لازم با کارآفرینان، تقلب همکاران، هزینه آزمون و خطا، تغییرات تکنولوژیکی، عدم آشنایی کافی با تکنولوژی مجازی، مشکلات نقدینگی، مشکلات حسابداری، مشکلات گروهی، رقبای قدر، عرضه محصولات جایگزین به بازار، مشکلات فنی، حوادث فاجعه آمیز، ضرر مالی مدیران، به هم ریختن شرایط اقتصادی، عدم آشنایی با موارد حقوقی، ارتباط ضعیف با شرکت‌ها، تحولات بین المللی، نگرش نادرست در جامعه، نوسانات تجاری، نوسانات اقتصادی، نظام حکمرانی

روایت آغاز کسب و کار

نیاز شخصیتی برای گسترش کسب و کار

شروع یک کسب و کار و فعالیت اقتصادی نیازمند مجموعه‌ای از ویژگی‌ها و مهارت‌های شخصیتی است که به موفقیت و پایداری آن کمک می‌کند. این مضمون دارای دو زیر مضمون از جمله انگیزه کارآفرینی و عزم راسخ است. اولین و مهم‌ترین ویژگی، خودانگیزگی و عزم راسخ است که یک کارآفرین باید توانایی انگیزه دادن به خود را داشته باشد و بتواند در مواجهه با چالش‌ها و ناکامی‌ها، پافشاری و استقامت نشان دهد. این خودانگیزگی به او کمک می‌کند تا از موانع عبور کرده و به اهداف بلندمدت خود دست یابد.

عوامل متعددی در زمینه آغاز یک کسب و کار نقش اساسی دارند که می‌تواند عامل مهمی برای آغاز و یا حتی دست کشیدن از شروع فعالیت اقتصادی ایفا نمایند. زمانی که افراد قصد شروع کاری را دارند که در مواجهه با محیط احساس کمبود یا نیاز به شروع کاری دست دهد. طبق گفته‌ی مشارکت کنندگان در برهه‌ای از زمان نیز جوانان با عواملی نظیر نیاز به شروع کاری متناسب با تخصص خود، دست یابی به آرزوها و خواسته‌هایی برای آینده خود، نیاز به کسب استقلال ترغیب به شروع کاری متناسب با تخصص یا خواسته‌های خود می‌گردند. در این زمینه نیز مشارکت کنندگان معتقد بودند که مهارت‌های کارآفرینی را در خود احساس نموده به طوری که باید با اقدام مهمی به آن دست می‌یافتند، از همین رو به با شروع نادرستی در این زمینه کم کم تمام عوامل می‌توانسته است به کاهش کارایی منجر گردد.

مشارکت کننده شماره ۳ (۳۷ ساله، بازرگانی کاشی، شروع افول کسب و کار ۲ ماه پس از تاسیس): بیشترین لاین فروشش با من بود، اصن سود اصلی شرکت رو من میچرخید، اول هم که وارد شرکت شدم اصلا به عنوان حسابدار و اینا وارد شدم، ولی از بس دیدن کار بلدم و میتونم بفروشم منتقل شدم به لاین فروش، یه روز خود کارخونه کاشی سرامیکی که بیشتر باهاش کار میکردیم و در ارتباط بودیم بهم زنگ زدن و پیشنهاد خوبی بهم دادن، گفتن بیا اینجا کار بازاریابی انجام بده و دوباره حقوق شرکت رو پیشنهاد، خیلی اینکار بهم اعتماد به نفس داده بود، فکر میکردم دیگه همه رو حریفم و رو دستم نیست، چون کارخونه هم خیلی بی اعتبار نبود، با وجود من فروششون هم بیشتر شده بود و عمده میفروختیم با درصدا و سودای بالا، بعد با خودم گفتم من که انقدر کارم خوبه و همه بهم پیشنهادای خوب میدن چرا همش بمونم برای دیگران کار کنم پول و سود بره تو جیب اونا؟ میرم برای خودم کار میکنم.

مشارکت کننده شماره ۱ (۶۲ ساله، کارخانه کاشی، افول: چندماه پس از تاسیس): یه روز برادرم اومد گفت بیا با هم یه کارخونه راه بندازیم، پول از تو کار از من. میگفت من اونقدری پول ندارم که بخوام کارخونه راه بندازم، اما هم مدیریتی رو بلدم هم میدونم باید چیکار کنیم و ایده هام خوبن و توش پول فراوان هست و هزار تا چیز دیگه.

در نتیجه شخصیت و نیازهای اجتماعی و روانی به شروع کسب و کارها انسانها را به این سمت می کشاند که وارد عرصه جدید و حتی نا آشنایی از زندگی و آینده خود شده که مسیر نامعلومی داشته و ممکن است فرد را به سمت فراز یا فرود بکشاند.

شنیدن تقاضای محیط در خصوص ایجاد کسب و کارهای جدید

شرایط محیطی به عنوان مضمون اصلی دارای سه زیر مضمون از جمله نیازهای محیطی، مواجهه با نیاز جدید، سرمایه‌های بالقوه و توصیه متخصصین است که شامل نیازها و تقاضاهای بازار، فشارهای رقابتی و فرصت‌های ناشی از تحولات تکنولوژیکی است که همه این عوامل بر تصمیم‌گیری‌های کسب و کارها تاثیر می‌گذارند. تأثیر شرایط محیطی بر کسب و کارها نه تنها به صورت فشارهای منفی بلکه به صورت فرصت‌های مثبت نیز می‌تواند باشد. کسب و کارها باید توانایی تطبیق با این شرایط را داشته باشند تا بتوانند از این فرصت‌ها به بهترین شکل ممکن استفاده کنند. زمانی که افراد در خود توانایی وجودی، شخصیتی و روانی را که می‌توانند به شروع یک کسب و کار، مدیریت و ایجاد یک فیلد جدید شغلی بپردازند مشاهده کردند؛ شرایط محیطی، سرمایه گذاران، تقاضای محیطی مشارکت کنندگان را به شروع کسب و کاری ترغیب کرده بود. مشارکت کنندگان معتقد بودند نیازهای محیطی یا سرمایه گذاران بالقوه‌ای که در کنار خود داشتند و یا حتی پیدا کردن افراد متخصص و شرایط محیطی متناسب با شروع کاری بود آن‌ها را به شروع کارهایی متناسب با محیط خود ترغیب نموده بود.

مشارکت کننده شماره ۲ (۵۷ ساله، صنایع دستی، افول چندماه پس از تاسیس): من تو دانشگاه تهران رشته بازرگانی میخوندم. یک بار رفته بودیم شمال و با زنایی مواجه شدیم که زندگیشون رو میچرخوندن و مسئول تامین هزینه های زندگی بودن، خیلی محصولات قشنگ و عجیبی داشتن، محصولاتی که تولید می‌کردن واقعا زیبا بود، اون موقع فقط طرف‌های همون شمال اون محصولات رو داشتن و جاهای دیگه به سادگی این محصولات میتونست به فروش بره. ما این توانایی رو توی این محصولات میدیم که حتی بدونن جهانی بشن، چون ما درسش رو هم خونده بودیم و رشته‌مون هم بهمون یه سری چیزا یاد داده بود مصمم تر هم بودیم.

مشارکت کننده شماره ۶ (۳۴ ساله، کارگاه سفال، ۱ ماه پس از تاسیس): اون خونه سنتی‌ها هم هست که اتاق دارن از اونا هم اجاره میکردیم و غرفه میزدیم، قبل از اون سالی که مغازه داشتیم تعطیلی قبلس که عید بود تو کوچه های مسجد جامع میز گذاشته بودیم، دستفروشی طور بود که گذرگاه بود هرکی رد میشد نگاهی میکرد و خرید میکردن و از اونجاها اون خرده فروشی‌ها بود که تونستیم پول جمع کنیم و اصلا مغازه بزنیم. یزد به خاطر اینکه شهر تاریخی به حساب میاد و جهانی هم شده خیلی این چیزا توش مورد

استقبال بود، هم از جانب خود یزدی ها و هم از جانب بقیه شهرها و خارجی ها هم که خیلی دوست داشتن. کلا همه میگفتن یزده و خونه‌های سفالی و چیزایی با طرح سفال، اصلا میبدهم که اطراف یزده خودش معدن سفال و چیزای این شکلیه. تقاضای محیط برای ایجاد می‌تواند به عنوان عامل موثری در ترغیب افراد برای ایجاد کسب و کارهای جدید باشد. شرکت کنندگان معتقد بودند محیط زیست آن‌ها و شرایط مداخله‌گر در اطراف، میل آن‌ها را در ایجاد کاری متناسب با شرایط ترغیب کرده‌است. همچنین تخصص در زمینه‌ای متناسب نیز افراد را به این سمت سوق داده بود که بخواهند در چارچوب تخصص خود فعالیت نموده به ایجاد کاری متناسب با علاقه و تخصص خود بپردازند. به طور کلی عوامل محیطی می‌توانند به عنوان نیروی محرک برای نوآوری عمل کند و سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و فناوری‌های جدید می‌تواند به رشد آن کمک اساسی نماید.

روایت حین کسب و کار (رو به افول بردن)

ناپختگی در شروع کسب و کار

کم تخصصی و کم تجربگی در اداره کسب و کار یکی از عوامل مهم شکست کسب و کارها محسوب می‌شود. این مضمون شامل سه زیر مضمون از جمله دانش ناکافی، عدم تخصص کافی و بی تجربگی است. عدم داشتن دانش کافی در زمینه‌های مرتبط با کسب و کار و فقدان تجربه لازم، باعث می‌شود کارآفرینان نتوانند تصمیمات صحیح و به موقع بگیرند. مشارکت کنندگان بیان نمودند که تصور کرده که با داشتن ایده‌ای خوب و منابع مالی کافی می‌توانند موفق شوند، اما غافل از این که دانش و تجربه از عوامل حیاتی برای مدیریت موفقیت‌آمیز کسب و کار است. بدون این دانش و تجربه، احتمال اشتباهات استراتژیک و عملیاتی افزایش می‌یابد که می‌تواند منجر به شکست کسب و کار شود. عدم آشنایی مشارکت کنندگان با مهارت‌های کسب و کار به شدت بر عملکرد کسب و کار تأثیر گذار بوده است.

مشارکت کننده شماره ۴ (۵۳ ساله، کارخانه قند و نبات، افول ۱ سال پس از تاسیس): من کارم خوب بود ولی تو زمینه‌های فنی و اینطور چیزها خوب بودن تو زمینه‌هایی مثل مدیریت و کارخونه و این همه کارمند بتونم اداره کنم توانايش رو نداشتم، بالاخره آدم نميخواه خودشو که گول بزنه تو یه زمینه‌ای خوبه تو یه زمینه‌ای خوب نیست، نمیتونه کاریش هم بکنه. خلاصه کارگر و کارمند و اینا استخدام کردیم، منم از همون ابتدا به دوستم گفتم من نمیتونم کارمند و کارخونه مدیریت کنم.

مشارکت کننده شماره ۳: میدونید من از ابتدا هم گوش نداده بودم به حرف بقیه، بلند پروازی کرده بودم و تعداد کارمندم رو هم زیاد استخدام کرده بودم، انقدری که خب باید بیمه رد میکردم، حقوق میدادم، پورسانت میدادم، همه اینها بود، خب نمیشد بعدشم کاریش کرد، خیلیاشون دوستا و همکارای سابقم بودن. یه سری مشکل پیش اومد که فکرشم نمیکردیم، مثلا کارمندا زنگ میزدن به شرکتتا به مغازه‌ها به کارفرماها و اونا چون شرکت تازه تاسیس بود و نمیشناختن خیلی توجه نمیکردن، خرید نمیکردن و ترجیح میدادن بیشتر با کسانی کار کنن که قبلا هم باهاشون کار میکردن کار کنن و اعتبار خودشونو پیش اون شرکتایی که همو میشناختن خراب نکنن.

تجربه و تخصص به فرد این امکان را می‌دهد که با موقعیت‌ها و چالش‌های مختلف به درستی برخورد کند و از اشتباهات گذشته درس بگیرد. بدون این مهارت‌ها، احتمال بروز اشتباهات بیشتر می‌شود که می‌تواند منجر به از دست دادن منابع، زمان و انرژی شود. به اعتقاد مشارکت کنندگان یکی از پیامدهای بی تجربگی، ناتوانی در پیش‌بینی مشکلات و موانع بوده است. افراد با تجربه و تخصص، معمولاً می‌توانند چالش‌های بالقوه را قبل از وقوع شناسایی کرده و راه‌حل‌های مناسبی ارائه دهند. اما افراد بدون تجربه

ممکن است تا زمان بروز مشکل، متوجه آن نشوند که این موضوع می‌تواند باعث اتلاف وقت و هزینه شود. همچنین، نبود تخصص اعتماد به نفس را کاهش داده و فرد را در مقابل فشارهای کاری آسیب‌پذیرتر کرده است. علاوه بر این، ناکامی در ارائه نتایج مطلوب به کاهش اعتبار فرد و شرکت منجر شده بوده است و این امر روابط کاری و فرصت‌های آینده را نیز تحت تأثیر قرار داده است. عدم موفقیت در پروژه‌ها و وظایف مهم می‌تواند به کاهش اعتماد مشتریان و همکاران منجر شود و در نهایت، فرصت‌های شغلی و پیشرفت حرفه‌ای را محدود کند.

ورود شریک در برهه‌ای به عنوان عامل مخرب

شراکت در کسب و کار، اگرچه می‌تواند منجر به موفقیت‌های قابل توجهی شود، اما در برخی موارد، به عنوان عاملی که به شکست کسب و کار منجر می‌شود، شناخته می‌شود. این مضمون شامل سه زیر مضمون از جمله ضعف در مدیریت شراکت، دخالت در کار شریک و شریک کاری نامناسب است. طبق گفته‌ی مشارکت‌کنندگان یکی از عوامل مهمی که می‌تواند به شکست شراکت کمک کند، عدم هماهنگی در اهداف و استراتژی‌های کسب و کار است. زمانی که شرکا نتوانسته‌اند به توافق در مورد هدف نهایی و راهبردهای اساسی برسند، تصمیم‌گیری‌های نامناسب و عدم هماهنگی در اجرا به وجود آمده است. همچنین شراکت عاملی برای عدم پایداری و شکست بوده است. مشارکت‌کنندگان معتقد بودند این مسئله معمولاً به دلیل انتخاب نادرست شریک کاری آغاز شده، زیرا انتخاب نادرست شریک منجر به تضادها و ناسازگاری در اهداف، ارزش‌ها و رویه‌های کسب و کار شده است. به علاوه، ضعف در مدیریت شراکت باعث شده که تفاهمات و تعاملات میان شرکاء به درستی مدیریت نشود، که این می‌تواند به سوءتفاهم‌ها و اختلافات مداوم منجر شود. رقابت بین شرکاء به جای همکاری، می‌تواند باعث کاهش بهره‌وری و از بین رفتن فرصت‌های مشترک شود.

مشارکت‌کننده شماره ۴: وقتی به مسئول خرید کارخونه رجوع کردم و رفتم دنبال اینکه ببینم چرا اینطوری شده متوجه شدم که بله شریکم برای آنکه هزینه‌ها رو کاهش بده و سود رو زیادتر کنه کیفیت مواد اولیه رو آورده پایین. وقتی ازش پرسیدم چرا اینکارو کردی گفت من اینکارو کردم که سود توام بره بالا وگرنه اینطوری بخوایم کار کنیم که ۱۰۰ سال طول میکشه ولی من معتقد بودم آدم اگر چندسال اول با کیفیت بالا کار کنه سودشم کم باشه یهو به شکل صعودی رشد میکنه میره بالا. اما خب اون اینطوری فکر نمیکرد، مشتریا هم حق داشتن، چرا باید همون محصول رو با همون قیمت با کیفیت پایین تر بخرن؟

مشارکت‌کننده شماره ۶: بعد اینکه تو دیگه سودی نداری، کاری هم دیگه سود نداره تو دیگه اون کشش رو نداری، اعصاب و روانت به هم میریزه و اولین کسی که باهش درگیر میشی و دچار برخورد باهم میشیدی اون شریک کاری شماست. ما هم دچار اختلاف شدیم، مدام باهم بحثمون میشد و نمیتونستیم مثل قدیم با هم بسازیم، همین مارو بیشتر به سمت شکست نزدیک میکرد کالا اگر با شریک کاریتون با هم به اختلاف برخورید و نتونید مثل قدیم باهم بسازید، کالا دیگه نمیشه خیلی ادامه داد.

اگرچه شراکت‌ها می‌توانند به طور کلی مزایای زیادی داشته باشند، اما همچنین خطرات و چالش‌هایی نیز دربر دارند که ممکن است به نقض هدف اصلی یک کسب و کار منجر شوند. زمانی که دو یا چند نفر مالکیت و مدیریت را به طور اشتراکی بر عهده می‌گیرند، احتمال اختلاف نظر در مسائل مختلف افزایش می‌یابد. این ممکن است منجر به تعطیلی فرایندهای تصمیم‌گیری شود و تأثیر مخربی بر روی سرعت عمل و پاسخگویی سازمانی داشته باشد.

بازسازی طرح‌واره‌های ذهنی مثبت و منفی

وقوع شکست یک واقعیت در هر فعالیت کسب و کاری است، اما مهم این است که چگونه به شکلی موثر و با استفاده از طرح‌واره‌هایی قوی و خلاقانه، بتوان به جلو حرکت کرد. این مضمون شامل چهار زیر مضمون از جمله جلوگیری از تبدیل بحران به شکست، طرح-واره‌های جایگزین، موانع فردی و شخصیتی و انحلال در کسب و کار است. در طی مصاحبه‌ها دریافتیم استفاده از طرح‌واره‌های مثبت برای جبران شکست به معنای آمادگی برای تشخیص دقیق مشکلات، پذیرش خطاها و تلاش برای یادگیری از آن‌هاست. این اقدامات می‌توانند به تشخیص ریشه‌های مشکلات و اصلاح آنها کمک کنند، از جلوگیری از تبدیل بحران به شکست و تکرار خطاها جلوگیری کنند. طرح‌واره‌های منفی اثر عکسی بر عملکرد فرد دارد که اساساً شامل الگوها، رفتارها و احساساتی است که می‌توانند از انگیزه و کارایی فرد کاسته و در نهایت به شکست و ناکامی منجر شوند.

مشارکت کننده شماره ۵ (۳۸ ساله، کارگاه چوب و کاشی، افول ۸ ماه پس از تاسیس): آخر سر برادرم تونست از اداره شون واسم وام جور کنه که من فقط بتونم کوره ام رو نگه دارم و نفروشم، به هر زور و ضربی بود پول طلبکارا رو دادم و رفتم سراغ کارای دیگه که بتونم بازم سرمایه جمع کنم، من خیلی به این کار علاقه دارم و نمیتونستم بیخیالش بشم ولش کنم بره، به هر حال تجربه‌اش رو هم داشتم و نمیتونستم بیخیال تجربه هام هم بشم. در نهایت بعد از کرونا باز به کارگاهی اجاره کردم و الان دارم با طرحای محدود و کوچیک تولید میکنم، بیشتر هم وسایلی مصرفی مثل ماگ و لیوان و اینطور چیزا تولید میکنم که بتونم بفروشم، الان فروشم بد نیست خداروشکر.

مشارکت کننده شماره ۷ (۶۷ ساله، کارگاه تابلو فرش، افول ۸ ماه پس از تاسیس): تمام سرمایه مون چشم بر هم زدنی از بین رفت، همسرم هم دیگه دلسر شد و کار نمیکرد، منم مجبور شدم برای جبران خسارت هامون برم کار کنم تا بتونم سرمایه جمع کنم، دیگه خانمم راضی نشد و میگفت اینا همش به خاطر این بود که ما کار اشتباهی میکردیم، دیگه به خاطر ترسی که خانمم داشت نتونستیم کارمونو احیا کنیم، میتونستیم باز با کمک هم تابلو فرش‌ها رو اصلاح کنیم، تغییر بدیم و بفروشیم اما دیگه خانمم میترسید و قبول نکرد از اول شروع کنیم.

طرح‌واره‌های مثبت برای جبران شکست و عقب رفت اساساً به استراتژی‌ها و رویکردهایی اشاره دارند که کسب و کارها می‌توانند برای مدیریت و فراهم آوردن راه‌حل‌هایی مناسب پس از مواجهه با مشکلات و شکست‌ها بهره بگیرند. در این راستا گام اساسی، تشخیص دقیق مشکلات و پذیرش واقعیت‌ها است. همچنین تلاش برای تشخیص ریشه‌های مشکل و اصلاح خطاها است و برعکس آن طرح‌واره‌های منفی می‌توانند از انگیزه و انرژی فرد کاسته و باعث تأثیرات منفی بر عملکرد و پیشرفت شخصی و حرفه‌ای او شوند. در برهه‌ای از زمان از نظر مشارکت کنندگان آنان توانسته‌اند از طریق بازسازی و احیای روحیه خود، استفاده از راه‌های جایگزین و بهره‌گیری از رویکردهای مثبت در کار، مشاغل خود را به سمت خوبی هدایت کنند و برعکس آن در حالی است که افراد به خاطر یک بار شکست دیگر توانایی مقابله با افکار و ترس‌های خود را نداشته و از کار خود و تجاربی که در طول کار به دست آورده‌اند به سادگی دست کشیده و به سمت ورشکستگی رفته‌اند.

روایت اواخر کسب و کار (به شکست منتهی شدن کسب و کار)

تخریب از درون به مرور زمان

نا به سامانی شرایط سازمانی و بیرونی دارای سه زیر مضمون از جمله تورم بالا، تحریم‌های اقتصادی و وصول نشدن مطالبات شرکت است. این امر به عوامل مختلفی اشاره دارد که می‌توانند به ناپایداری و مشکلات در تولید و عرضه محصولات و خدمات منجر شوند. این عوامل ممکن است از داخل یا خارج سازمان به وجود آیند و بر عملکرد کلان شرکت تأثیر گذار باشند. از نظر مشارکت کنندگان زمانی که سازمان‌ها فاقد یک ساختار مشخص و هماهنگ باشند، تصمیم‌گیری‌ها ممکن است به کندی انجام شود و هماهنگی بین بخش‌ها کاهش یابد. این مشکلات می‌توانند موجب ایجاد تاخیر در اجرای پروژه‌ها و از دست دادن فرصت‌های بازار شوند. از نظر افراد در شرایط رقابتی امروز، سازمان‌هایی که نمی‌توانند به سرعت و به طور مؤثر به تغییرات بازار پاسخ دهند، ممکن است سهم بازار خود را به رقبا واگذار کنند و در نهایت دچار شکست شوند.

مشارکت کننده شماره ۵: رفتم سمت کار چوب و شروع کردم با وسایل محدودی که داشتم سفارش گرفتن و زدن. ولی خب واسه اونم مشکلی که پیش اومد این بود که وسایلم محدود بود، نیاز به یکسری وسایل پیدا میکردم که نمیتونستم تهیه کنم و قیمتشون بالا بود و کارا میموند، باید میرفتم این کارگاه اون کارگاه که مثلا با وسایل اونا به کار کوچیک انجام بدم و باز هم کارام میموند و تاخیر میخورد، همش میموندم باید چیکار کنم، باید پیش کی برم، اصلا نمیفهمیدم مشکل از کجاست و باید چیکار کرد، در نهایت هم هرچی فکر میکردم میدیدم با این وسایل محدودی که دارم و هی باید برم پیش این و اون و کار ببرم و بیارم و تاخیر بخوره و جریمه بدم اصلا همیشه این کارگاه رو نگه داشت و دخل و خرجش باهم یکی در میاد، کارگاه چوب رو پس دادم و وسایلم رو فروختم و تمرکز کردم روی کار کاشی و سرامیک، طراح جدید گرفتم که اونم راضی شد با مبلغ کم واسم طرح بزنه و شروع به تولید کردم.

مشارکت کننده شماره ۱: فروشمون هم خوب بود، تعداد زیادی آدمم استخدام کرده بودیم و اداره میکردیم اما مشکلی که باهاس مواجه شدیم این بود که بعد از مدتی محصولاتمون شروع کردن به فاسد شدن، فرمول نگهدارنده مون جواب نمیداد. خط تولید رو بستیم و تمرکز کردیم روی اینکه بینیم چطوری میتونیم به فرمول درست برسیم، چسبیده بودیم به آزمایش و همه داشتن شیرینیا رو از شهرهای مختلف پس میفرستادن، ضرر پشت ضرر، میرفتیم بانک وام بگیریم اذیت میکردن، حمایت نمیکردن میگفتن حالا چرا همه دارن کارخونه میزنن و ضرر میدن. وام های درصد سود بالا میدادن و خیلی شرایط روز به روز سخت تر میشد.

نا به سامانی شرایط سازمانی می‌تواند یکی از عوامل اصلی شکست کسب و کارها باشد. زمانی که سازمان‌ها دچار ناهماهنگی و عدم یکپارچگی در ساختار، فرآیندها و ارتباطات خود می‌شوند، مشکلاتی همچون کاهش کارایی، افزایش هزینه‌ها و کاهش کیفیت خدمات یا محصولات به وجود می‌آید. این مشکلات می‌توانند به نارضایتی مشتریان، کاهش فروش و در نهایت از دست دادن سهم بازار منجر شوند. همچنین، به اعتقاد مشارکت کنندگان نا به سامانی در سازمان می‌تواند باعث ایجاد محیطی پر از تنش و استرس برای کارکنان شود و به اعتقاد افراد چنین مشکلاتی عاملی برای کاهش توان رقابتی سازمان و نهایتاً یکی از عوامل مهم در سوق به سمت افول فعالیت است.

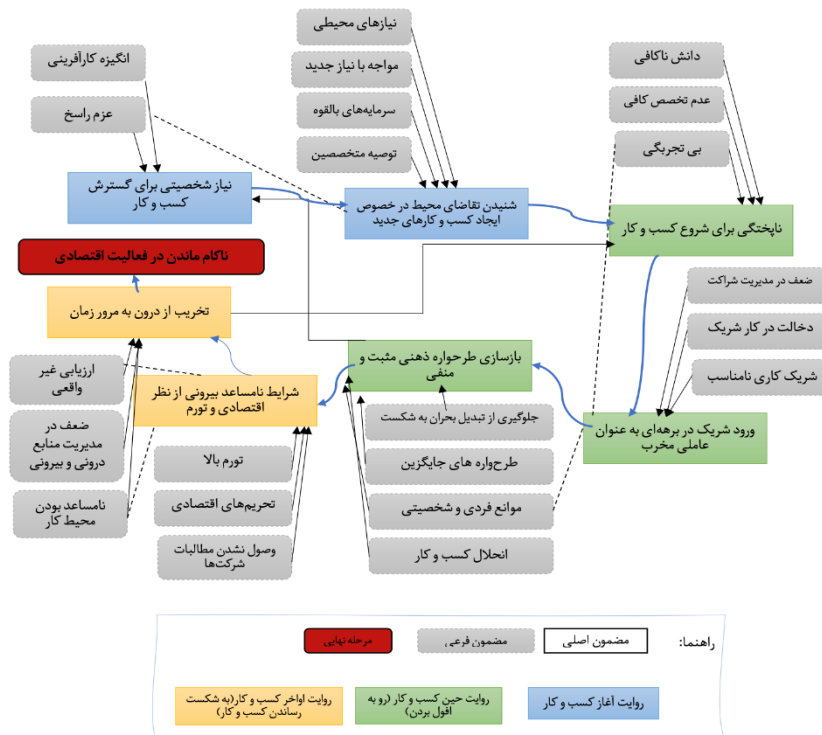
زمان نامساعد بیرونی از نظر اقتصادی و تورم

شرایط اقتصادی نامساعد و تورم به عنوان مقوله اصلی می‌توانند به طور چشمگیری بر عملکرد کسب و کارها و تولید و عرضه محصولات و خدمات تأثیر گذار باشند. این مضمون شامل سه زیر مضمون از جمله ارزیابی غیرواقعی، ضعف در مدیریت منابع درونی و بیرونی و نامساعد بودن محیط کار است. شرایط اقتصادی نامساعد و تورم، دو عامل کلیدی هستند که می‌توانند به طور قابل توجهی

بر کسب و کارها و فعالیت‌های اقتصادی تأثیر بگذارند. در شرایط اقتصادی نامساعد، معمولاً رکود اقتصادی، کاهش تقاضا، و کاهش درآمدهای خانوارها و شرکت‌ها مشاهده می‌شود. به گفته‌ی مشارکت‌کنندگان این شرایط می‌تواند منجر به کاهش قدرت خرید مردم و افزایش هزینه‌های تولید و عرضه محصولات شوند. برای کسب و کارها، این وضعیت منجر به کاهش فروش، کاهش سودآوری و ناتوانی در تامین مالی برای رشد و توسعه شده است.

مشارکت‌کنندگان شماره ۷: به خاطر تورم قیمت هاشون خیلی نوسان داشت و تغییر میکرد، تو یزدم قبول نمیکردن این همه تغییر قیمت ها رو، منم رفتم هرچی پس انداز داشتیم باهاش این تابلو فرش ها رو خریدم، خانمم همشون رو امضا میزد و قاطی فرش هایی که خودشون میبافتن اونا رو هم میفروختیم.

شرکت‌کننده شماره ۷: کلا هم شرایط اقتصادی جامعه این شکلیه که آدم رو به این سمت سوق میده که نمیتونه خیلی ادامه بده. ماهیتا وقتی بازار خراب باشه تو نمیتونی شرایط خوبی رو برای کار خودت رقم بزنی، کلا هم این شکلی هست که اگر آدم بتونه سرمایه گذار پیدا کنه که رو کارش سرمایه بده و جذب کنه یا اگر بتونه نهادهای رو پیدا کنه که کمک کنن به گسترش کسب و کارش خیلی بهتر میشه. شرایط جامعه هم به شکلی هست که آم نمیتونه برای چیزهایی که برایش ضرورت خریدی ندارن سرمایه بگذاره و جذب کنه، در نهایت هم مجبور میشه که به اقلام ضروری قانع بشه. الان مردم بیشتر مجبورن برای خورد و خوراک خودشون کار کنن و درآمد داشته باشن، درسته چیزای دیگه هم میخرن ولی به نسبت قبل خیلی کمتر شده و شاید توانایی خرید کالای لوکس رو دیگه نداشته باشن.



شکل ۱: مدل روایت کارآفرینان مواجه شده با شکست

شرایط اقتصادی نامساعد در کشور عامل بسیار مهمی بوده است که فعالیت‌های اقتصادی را به سمت افول کشانده، وام‌ها، تلاش‌های اقتصادی و ... عوامل بسیار مهمی هستند افراد تلاش می‌کنند کسب و کار خود را نجات دهند اما بیشتر به عرصه‌ی شکست فرو می‌روند. این شرایط می‌توانند به چندین شکل مختلف بر کسب‌وکارها تأثیر بگذارند. طبقه گفته‌ی مشارکت‌کنندگان علاوه بر تورم، شرایط اقتصادی نامساعد شامل عواملی همچون وام‌های سنگین و سودهای بالای بانک می‌شود که این عوامل نیز می‌تواند بر سرمایه‌گذاری‌ها و توسعه کسب‌وکارها تأثیر منفی بگذارد.

بحث و نتیجه گیری

سوال اصلی این است که کارآفرینان چه روایتی از آغاز تا رو به افول رفتن و شکست در کسب و کار خود دارند؟ افول کسب و کار پدیده‌ای ناگهانی نیست که در کسب و کار رخ دهد. این فرآیند از ابتدا که کاری در زمینه و بستر، به شکل نامتناسب با نیاز اصلی آغاز می‌گردد رو به افول رفته و به شکست می‌انجامد. این پژوهش به دنبال شناسایی فرآیند و زمینه ناکام ماندن ورشکستگان در زمینه فعالیت اقتصادی بوده است. با تجزیه و تحلیل داده‌ها ۷ مضمون اصلی شامل: نیاز شخصیتی برای گسترش کسب و کار، شنیدن تقاضای محیط در خصوص ایجاد کسب و کارهای جدید، ناپختگی برای شروع کسب و کار، ورود شریک در برهه‌ای به عنوان عاملی مخرب، بازسازی طرح واره ذهنی مثبت و منفی، شرایط نامساعد بیرونی از نظر اقتصادی و تورم، تخریب از درون به مرور زمان احصا شد و در ادامه روایت کلی که ماحصل نقاط مشترک تمام روایت‌هاست و مضامین در آن نمایانگر هستند بیان می‌گردد.

مشارکت‌کنندگان اذعان داشتند که برای شروع هر کسب و کاری، افراد نیازمند توجه به تخصص شخصی، نیازهای محیطی و توصیه‌های کارشناسان هستند. این افراد تلاش کرده‌اند تا تجاری که در طول زندگی و کسب و کار خود به دست آورده‌اند را در فعالیت‌های جدید خود پیاده‌سازی کنند. با این حال، به دلیل نظری بودن این تجارب و عدم اجرای عملی آن‌ها، اغلب به شکست انجامیده و افراد را به مسیرهای نادرست هدایت کرده است. یکی از عوامل موثر دیگر در شروع کسب و کار، وجود بستر مناسب برای آن فعالیت بوده است. به عنوان مثال، عدم وجود شغل خاصی در یک منطقه یا بالعکس آن وجود بستر مناسب برای ایجاد شغلی مانند صنایع دستی، افراد را به سمت آغاز این فعالیت‌ها سوق داده است. پس از شروع کسب و کار، اکثر افراد تجربه کافی برای مدیریت یک کسب و کار بزرگتر یا با تعداد بیشتری از افراد را نداشته‌اند. این کمبود تجربه منجر به اتخاذ تصمیمات نادرست در مواقع بحرانی شده و افراد را از مسیر بهبود و توسعه کسب و کار بازداشته است. ناپختگی در مدیریت و اتخاذ تصمیمات زیان‌بار، که در برخی موارد غیر قابل جبران بوده‌اند، باعث افول و ناکامی در کسب و کارها شده است.

مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که افراد در ابتدای فعالیت یا در طول آن، به دلایل مالی یا تخصصی به دنبال شریک کاری بوده‌اند. اما عدم تعیین حدود فعالیت و وظایف، مشکلاتی ایجاد کرده که به اختلافات، ناتوانی در مدیریت مشترک و حتی اختلال در کار یکدیگر منجر شده است. این اختلافات، شراکت را به عاملی برای تخریب کسب و کار تبدیل کرده و بسیاری از افراد، شراکت را عامل اصلی شکست در میانه راه دانسته‌اند. در مواجهه با مشکلات، برخی از شرکا تلاش برای اصلاح و بازسازی کسب و کار داشته‌اند، در حالی که شریک دیگر ناامید شده و از ادامه راه سرباز زده است. این اختلافات منجر به سقوط کسب و کار شده و حتی به خود افراد نیز سرایت کرده است. همچنین، عدم تعیین چارچوب‌های کاری و فکری از ابتدای کار، افراد را در میانه راه با مشکلات جدی مواجه کرده است. عدم تعیین وظایف مشخص برای هر فرد، موجب بروز مشکلات جدی در مدیریت کسب و کار شده است. در جریان فعالیت‌های کسب و کاری، افراد با مشکلات متعددی مواجه بوده‌اند. شرایط اقتصادی جامعه، تورم، نوسانات قیمت و نامشخص بودن آینده کسب و کارها، موانع بزرگی

برای فعالان اقتصادی ایجاد کرده و بسیاری را تا مرز شکست پیش برده است. تعداد زیادی از افراد توان مقابله با این شرایط اقتصادی، تورم، نوسانات قیمت و عدم فروش محصولات را نداشته و با وجود تمام تلاش‌ها، مجبور به تسلیم شده‌اند. این مشکلات تنها به عوامل خارجی محدود نبوده و عوامل نابه‌سامانی داخلی مانند نبود امکانات، کاهش تعاملات، تحولات بین‌المللی و مشکلات ناشی از این عوامل نیز تأثیرات منفی بر کسب و کارها داشته است. این عوامل، ریشه‌های داخلی و خارجی داشته و افراد را به سمت شکست سوق داده است. مجموعه این عوامل که از آغاز تا پایان شرح داده شده جمع بندی مشترک تمام روایت‌هایی است که از دل مصاحبه‌ها برآمده است و از آغاز تا پایان در بین کسب و کارها مشترک بوده و یک خط داستانی را تشکیل داده است و مجموع این عوامل و شرایط موجب رو به افول رفتن کسب و کارها و ناکام ماندن در فعالیت اقتصادی در بین کسب و کارها شده است.

یافته‌های پژوهش بر اساس پژوهش‌های پیشین مانند پژوهش سلطانی ۱۴۰۲ که انجام شد این است که هر دو این پژوهش‌ها به ابعاد کارآفرینانه توجه می‌نمایند با این تفاوت که پژوهش دیگر بررسی مدل‌های کارآفرینانه مبتنی بر شکست را مدنظر قرار داده است به این منظور که کارآفرینانی را مدنظر قرارداده‌اند که با استفاده از تجارب ناموفقی که داشته‌اند کسب و کار خود را سامان داده‌اند، همچنین وجه تفاوت دیگر نیز این است که پژوهش سلطانی با روش کمی انجام گرفته است. در پژوهش دیگری که توسط نوتاش در سال ۱۳۹۲ انجام گرفته است، این پژوهش نیز در رابطه با کارآفرینان بوده است اما مانند پژوهش سلطانی کارآفرینانی که توانسته‌اند مجدداً بعد از شکست خود را احیا نمایند و ریشه‌های شکست آن‌ها را درآورده است، وجه تفاوت همین موضوع است، ولی وجه اشتراک پژوهش نوتاش با پژوهش حاضر این است که در هر دو کارآفرینان با روش کیفی روایت پژوهش مورد بررسی قرار گرفته‌اند. در پژوهش دیگری نیز که توسط آراستی و غلامی در سال ۱۳۸۹ انجام گرفته است نیز مانند پژوهش نوتاش به علل شکست کارآفرینان و ریشه‌های شکست پرداخته است، با این تفاوت که با روش کمی انجام گرفته است.

در پژوهش جوزف امانکو و همکارانش که در سال ۲۰۲۲ انجام گرفت به یادگیری کارآفرینان از شکست‌های تجاری پرداخته است که با پژوهش‌هایی که ذکر شد مشترک است ولی با این تفاوت که بیشتر بازارها را مدنظر قرار داده است و سعی در تبیین مدل‌هایی داشته است که کارآفرینان از آن استفاده کنند. همچنین هگارتی و همکارانش نیز در سال ۲۰۲۰ با پژوهشی به کارآفرینان شکست خورده‌ای بپردازند که با تجاربی که از شکست‌های پیشین به دست آورده‌اند سعی در احیای کسب و کار جدید داشته‌اند و به این موضوع پرداخته که این تجارب چه کمکی به آن‌ها نموده است که وجه مشترک با پژوهش حاضر کارآفرینانی است که شکست خورده‌اند و شاید بتوان از این پژوهش نیز به تجاربی رسید که به کارآفرینانی که در حال احیای کسب و کار جدید هستند کمک نماید.

همچنین به لحاظ نظری نیز یافته‌های این پژوهش که نشان‌دهنده شکست کارآفرینان به دلیل ورود ناپخته و عدم شناخت دقیق از محیط اقتصادی است، به طور مستقیم با نظریه شومپیتر درباره پویایی اقتصادی ارتباط دارد. شومپیتر معتقد بود که اقتصاد ثابت نیست و کارآفرینان باید برای موفقیت، خود را با تغییرات تطبیق دهند. در این پژوهش، کارآفرینانی که بدون توجه به شرایط پویا و متغیر وارد میدان شده‌اند، با شکست مواجه شده‌اند. این شکست‌ها اغلب ناشی از عدم توانایی در مواجهه با تغییرات اقتصادی، تورم و نوسانات بازار بوده است. همچنین، نبود برنامه‌های منعطف و دقیق برای تطبیق با این تغییرات، یکی از دلایل کلیدی شکست‌ها بوده که شومپیتر به اهمیت توجه به آن اشاره می‌کند. پارسونز نیز به تأثیر نهادهای اجتماعی مانند خانواده و مدرسه در رشد شخصیت خلاق و کارآفرین اشاره می‌کند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که بسیاری از کارآفرینان در مسیر خود به دلیل ناپختگی و عدم داشتن مهارت‌های کافی در مدیریت و کارآفرینی با شکست مواجه شده‌اند. این ناپختگی ممکن است ناشی از ضعف در آموزش‌های مرتبط با کارآفرینی و کمبود حمایت نهادی باشد. در این راستا، نظریه پارسونز تأکید می‌کند که نهادهای اجتماعی باید با تقویت انگیزه‌ها و شخصیت کارآفرینان به تربیت افرادی توانمند در مواجهه با چالش‌های کارآفرینی کمک کنند. در این پژوهش نیز، نقش

نهادهای اجتماعی در آماده‌سازی کارآفرینان برای ورود به محیط کسب‌وکار و مدیریت آن، به وضوح به عنوان یک خلأ برجسته می‌شود. مارشال بر اهمیت ریسک‌پذیری و مدیریت مناسب کارآفرینان تأکید دارد. او کارآفرینان را به دو دسته "فعال" و "منفعل" تقسیم می‌کند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که کارآفرینانی که بدون تحلیل دقیق و برنامه‌ریزی صحیح وارد بازار شده‌اند، معمولاً با شکست مواجه شده‌اند. شراکت‌های ناکام که به عنوان عاملی تخریبی در برخی کسب‌وکارها ظاهر شده، نیز به ضعف در مدیریت و عدم تعیین وظایف مشخص میان شرکا برمی‌گردد. این همان مسئله‌ای است که مارشال به آن پرداخته است: کارآفرینان باید توانایی مدیریت روابط شراکت و ریسک‌های مرتبط با آن را داشته باشند. عدم شفافیت در حدود وظایف و اختلافات بین شرکا از دلایل شکست محسوب شده است. مارشال در نظریه خود به مفهوم تجمع صنعتی و شهری اشاره می‌کند که تجمع منابع در یک منطقه می‌تواند به ایجاد فرصت‌های جدید اقتصادی کمک کند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که برخی از کارآفرینان به دلیل عدم وجود بستر مناسب برای فعالیت‌هایشان با شکست مواجه شده‌اند. در مقابل، آن‌هایی که از فرصت‌های محلی مانند ایجاد صنایع دستی در مناطق خاص بهره‌برده‌اند، توانسته‌اند کسب‌وکار خود را به خوبی آغاز کنند. این مسئله با نظریه تجمع مارشال مطابقت دارد، که بر اهمیت استفاده از فرصت‌های محلی و جغرافیایی در کارآفرینی تأکید دارد. مک کله لند به اهمیت انگیزه پیشرفت در موفقیت کارآفرینان اشاره می‌کند و معتقد است که افرادی که انگیزه بالایی برای پیشرفت دارند، تمایل بیشتری به ریسک‌پذیری و نوآوری دارند. در این پژوهش، برخی از کارآفرینان به دلیل انگیزه‌های شخصیتی، مانند نیاز به گسترش کسب‌وکار و ایجاد ترکیب‌های جدید، به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه سوق داده شده‌اند. اما عدم تطبیق انگیزه‌های فردی با مهارت‌های عملی و مدیریتی، موجب شکست در مراحل بعدی شده است. در این زمینه، دیدگاه مک کله لند اهمیت توسعه انگیزه‌های پیشرفت همراه با آموزش و پشتیبانی را برجسته می‌کند.

به طور کلی باتوجه به یافته‌های پژوهش به نظر می‌رسد برای جلوگیری از ناکامی در فعالیت‌های اقتصادی، اولین گام داشتن یک برنامه‌ریزی دقیق و استراتژیک است. تدوین برنامه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت که شامل تحلیل بازار، مدیریت ریسک و تعیین اهداف مشخص باشد، می‌تواند به موفقیت کسب و کار کمک کند. این برنامه‌ها باید منعطف باشند تا بتوانند به تغییرات بازار و شرایط اقتصادی واکنش مناسبی نشان دهند. آموزش و توسعه مهارت‌ها از دیگر عوامل حیاتی است. کسب دانش و مهارت‌های لازم در حوزه‌های مدیریتی، مالی و بازاریابی از طریق دوره‌های آموزشی، کارگاه‌ها و مشاوره‌های حرفه‌ای به کارآفرینان کمک می‌کند تا تصمیمات بهتری بگیرند و با چالش‌های پیش رو بهتر مقابله کنند. این امر به ویژه برای افرادی که تجربه کافی در مدیریت کسب و کار ندارند، بسیار مهم است. تعیین حدود وظایف و مسئولیت‌ها نیز از بروز ناهماهنگی‌ها و اختلافات جلوگیری می‌کند. ایجاد یک ساختار سازمانی مشخص که در آن وظایف و مسئولیت‌های هر فرد به وضوح تعیین شده باشد، به بهبود کارایی تیم کمک می‌کند و از بروز مشکلات در مدیریت و اجرای پروژه‌ها می‌کاهد. مدیریت صحیح منابع و استفاده بهینه از آنها نیز از جمله عوامل کلیدی در جلوگیری از ناکامی است. تخصیص منابع بهینه و استفاده از سیستم‌های انگیزشی کارآمد می‌تواند به افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها کمک کند. کسب و کارها باید توجه ویژه‌ای به تخصیص درست منابع مالی، انسانی و زمانی خود داشته باشند تا از هدر رفتن آن‌ها جلوگیری کنند. در نهایت، تحلیل محیطی و بازار نیز بسیار اهمیت دارد. کسب و کارها باید به طور مداوم محیط کسب و کار و بازار هدف خود را تحلیل کنند تا بتوانند تغییرات و نیازهای جدید را شناسایی کنند و به موقع واکنش نشان دهند. این تحلیل‌ها می‌تواند شامل بررسی شرایط اقتصادی، تورم، نوسانات قیمت و فرصت‌های جدید در بازار باشد. توجه به این عوامل می‌تواند به کسب و کارها کمک کند تا با چالش‌های پیش رو بهتر مقابله کرده و مسیر موفقیت را هموارتر کنند.

منابع

- آراستی، زهرا، غلامی، منیره (۱۳۸۹). علل شکست کارآفرینان در ایران، توسعه کارآفرینی، سال ۲ (۸): ۱۷۳-۱۹۶.
- پارسناژاد، محمدرضا، رضوی، سیدمصطفی، و فروتن بایگی، زینب. (۱۳۹۸). مدل سازی یکپارچه عوامل مؤثر بر شکست کارآفرینان و پیامدهای مالی، اجتماعی و روانی آن، توسعه کارآفرینی، ۱۱۲ (۱)، ۴۱-۵۹.
- رضایی، راضیه، افراسیابی، رویا، و حافظیان، مریم. (۱۴۰۰). شناسایی کیفی موانع فرهنگی کارآفرینی، ارزیابی ابعاد فرهنگی و شکست کارآفرینان، رشد فناوری، ۱۷ (۶۷): ۶۱-۶۸.
- زهره حاجیه (۱۳۸۴). سقوط شرکت، علل و مراحل آن: مطالعه سیستمهای قانونی ورشکستگی در ایران و جهان، ۲۹: ۶۴-۷۲.
- سلطانی، محسن، حسینی، سید رسول، حجازی، (۱۴۰۲). طراحی مدل یادگیری کارآفرینانه مبتنی بر تجارب شکست کارآفرینان برتر ایران، توسعه تکنولوژی صنعتی، دوره ۲۱ (۵۱): ۶۹-۸۴.
- صحت، سعید (۱۳۹۳). تجزیه و تحلیل مقایسه‌های ورشکستگی شرکت‌های مواد غذایی بر مبنای دو مدل افزایشی تحلیل پوششی داده‌ها (DEA-Additive) و تشخیصی تحلیل پوششی داده‌ها (DEA-DA)، فصلنامه مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۱۱ (۴۳): ۱۵۳-۱۸۴.
- صفری، محمد (۱۳۸۶). حقوق بازرگانی "ورشکستگی" نظری و عملی، شرکت سهامی انتشارات: تهران.
- عابدی جعفری، ح؛ تسلیمی، م؛ فقیهی، ا. و شیخ زاده، م. (۱۳۹۰). تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی. اندیشه مدیریت راهبردی اندیشه مدیریت، ۵ (۲)، ۱۵۱-۱۹۸.
- نوتاش، هادی. (۱۳۹۲). ارائه چارچوب یادگیری از شکست کارآفرینان کارکشته ایرانی با نگاهی فرایندی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۶ (۴): ۱۳۱-۱۴۹.
- ویسی، رضا، کریم زاده، پریسا (۱۳۸۹). توسعه فرهنگ کارآفرینی؛ عوامل و راهکارها (مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور استان مازندران). فصلنامه برنامه ریزی و بودجه، ۱۵ (۱۱): ۱۵۹-۱۸۲.
- Adesuwa Omoredede (2020). Managing crisis: a qualitative lens on the aftermath of entrepreneurial failure. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(4):1-28.
- Andrews, M., Squire, M & Tamboukou, M. (2008). *What is narrative research?* In M. Andrews, C. Squire & M. Tamboukou (Eds). *Doing Narrative Research*. Sage Publications, London.
- Brockhaus, R. & Horwitz, P. (2000) *The Psychology of the Entrepreneur*, In D. Sexton & R. Smilor. *The Art and Science of Entrepreneurship* Cambridge, Mass: Ballinger.
- Bygrave, W. (1994). *The Entrepreneurial Process, in the Protatable MBA in Entrepreneurship*, Bygrave (ed.), New York: John Wiley & Sons.
- Clandinin, D. J., & Connelly, F. M. (2000) *Narrative inquiry: Experience and story in qualitative research*. Jossey-Bass Inc.
- Clementine Hegarty, Simon Stephens, Pdraig Gallagher and Isobel Cunningham (2020). Entrepreneurs and Business Failure: Taking a Second Chance. *International Review of Entrepreneurship*, 18(4): pp. 561-582.
- Cortazzi, M. (2014). *Narrative analysis* (Vol. 12). Routledge.
- Cresswell, J. (2021). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among Five Approach*.
- Edmondson, A. C. (2004). Psychological safety, trust, and learning in organizations: A group-level lens. New York: R. M. Kramer and K. S. Cook (eds.)
- Edmondson, A. C., Bohmer, R. M., & Pisano, G. P. (2001). Disrupted routines: Team learning and new technology implementation in hospitals. *Administrative Science Quarterly*, 46(4):685-716.
- 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.

- Endah Triastuti(2020). Using Giddens' structuration theory to examine the contesting participation of online mass media's journalists in Katadata.co.id framing ,*Journal of Media and Communication Research*,12(1),63-77.
- Ginsberg, A. (2003). *Inside the Minds: The ABCs of Entrepreneurship: The Fundamentals All Business Professionals Should Know and Remember*, Aspatore Books.
- Headd, B. (2003). Redefining business success: Distinguishing between closure and failure. *Small Business Economics*, 21(1), 51-61.
- Jason,Cobe(2011). Entrepreneurial learning from failure: An interpretative phenomenological analysis. *Journal of Business Venturing* 26(6):604-623.
- Joseph Amankwah-Amoah, Zaheer Khan, Simeon Emezana Ifere, Richard B. Nyuur, Huda Khan(2022). Entrepreneurs' Learning from Business Failures: An Emerging Market Perspective. *British Journal Management*, 33 (4): 1735-1756.
- Lambe, C. J., Wittmann, C. M., & Spekman, R. E. (2001). Social Exchange Theory and Research on Business-to-Business Relational Exchange. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 8(3), 1–36.
- Lattacher, Wolfgang; Wdowiak, Malgorzata Anna (2020). Entrepreneurial learning from
- Mearor, L., & Sikes, P. (1992). Visiting lives: Ethics and methodology in life history. *Studying teachers' lives*, 209-233.
- Miller, T. (2017). Doing Narrative Research? Thinking Through the Narrative Process. In *Feminist Narrative Research*: 39-63. Palgrave Macmillan, London.
- Mishler, E.G. (1986) *Research Interviewing: Context and Narrative*. Harvard University Press, Cambridge.
- Newton, G.W(1998). Bankruptcy Insolvency Accounting Practice and Procedure, 1: Wiley, pp:21-41.
- Riessman, C. K. (2008). *Narrative Methods for the Human Sciences*. SagePublications, Thousand Oaks.
- Riessman, C.K. (2008). *Narrative methods for the human sciences*. SAGE Publications.
- Shepherd, D. A. (2003). *Learning from business failure: Propositions of grief recovery for the self-employed*. Academy of Management Review, 28(2), 318.
- Singh, Smita; Corner, Patricia; Pavlovich, Kathryn(2007). Coping with entrepreneurial failure, *Journal of Management and Organization*; Lyndfield, 13(4): 331-344.
- Swedberg,Richard(2003).Principles of Economic Sociology. Publisher: Princeton University Press(in Persian:Ali Asghar Saeidi,1400).
- Webster, L., & Mertova, P. (2007). Using narrative inquiry as a research method: An introduction to using critical event narrative analysis in research on learning and teaching. Routledge/Taylor & Francis Group.
- Wolfgang Lattacher, Malgorzata Anna Wdowiak(2021) Entrepreneurial learning from failure. A systematic review. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(5):1093-1131.
- Zhou,luisa(2024). The Percentage of Businesses That Fail (Statistics & Failure Rates). Building a Business: [Link](#)