

مدلسازی عوامل اثرگذار بر مدیریت ترس از شکست کارآفرینی در کسب و کارهای نوپای ایرانی

علی اصغر کرمی^۱، جواد محرابی^{۲*}، پرویز ساکتی^۳

^۱دانشجوی دکتری، گروه کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران
^۲استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، استان قزوین ایران (عهده‌دار مکاتبات)
^۳استادیار، گروه مدیریت آموزشی، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران
تاریخ دریافت: دی ۱۴۰۱، اصلاحیه: اسفند ۱۴۰۱، پذیرش: فروردین ۱۴۰۲

چکیده

با توجه به نقش کارآفرینی در رشد اقتصادی و اجتماعی کشورهای توسعه یافته، بررسی و تحلیل فرآیند کارآفرینی و عوامل موثر بر مدیریت ترس از شکست در کارآفرینی کمک شایانی به پیشبرد موفق کارآفرینی، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و خروج از وضعیت اقتصادی تک محصولی خواهد کرد. هدف اصلی این پژوهش، مدلسازی عوامل اثرگذار بر مدیریت ترس از شکست کارآفرینی در کسب و کارهای نوپای ایرانی، از طریق تعیین اثرگذاری آن‌هاست. بر این اساس روش تحقیق این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از منظر گردآوری اطلاعات، آمیخته-اکتشافی است. این پژوهش دارای دو بخش کیفی برای شناسایی عوامل موثر بر مدیریت ترس از شکست کارآفرینی و یک بخشی کمی جهت تعیین تاثیرگذاری عوامل است. روش نمونه‌گیری در هر دو بخش کمی و کیفی، به صورت هدفمند و با استفاده از روش گلوله برفی انجام شده است. در بخش کیفی، ابتدا از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۰ نفر از خبرگان جهت شناسایی عوامل اثرگذار در بر مدیریت ترس از شکست کارآفرینی در بخش تحلیل کمی از روش دیمتل استفاده شده است. به این منظور پرسش‌نامه دیمتل در اختیار ۱۲ نفر از خبرگان قرار گرفت و با استفاده از مدل‌سازی دیمتل، میزان تاثیر عوامل محاسبه شد. نتایج تحقیق، ۷ عامل مهم و اثربخش را در مدیریت ترس از شکست کارآفرینی کسب و کارهای نوپای ایرانی نشان می‌دهد. در بین این عوامل، عوامل قانونی تاثیرگذارترین متغیر و عوامل فردی و شخصیتی تاثیرپذیرترین متغیر بود.

واژه‌های اصلی: کسب و کارهای نوپا، ترس از شکست، ترس از شکست در کارآفرینی.

۱- مقدمه

کسب‌وکارها می‌تواند به اشکال مختلفی حاصل شود، مجموعه عواملی وجود دارد که باعث شکست در کسب‌وکار و کارآفرینی می‌شود [۳]. بنا بر نظر دیویدسون کارآفرینی پدیده نوظهوری است که با ترکیب ایده و محیط با یک فرایند معلوم به کارایی و عملکرد موفق می‌انجامد. البته باید توجه داشت که هیچکدام از این عوامل به تنهایی نمی‌تواند مستقیماً به عملکرد موفق ختم شوند؛ بنابراین ترکیبی از این موارد موجب عملکرد بهتر می‌گردند [۴]. در مراحل اولیه ایجاد یک کسب و کار جدید، خروج از کارآفرینی پدیده‌ای غالب است. تحقیقات قبلی هنوز نتوانسته است به این سوال پاسخ دهد که چرا کارآفرینان ایده‌های نوظهور خود را غالباً به کالا یا خدمت قابل عرضه به جامعه تبدیل نمی‌کنند؟ و ترس از شکست از کارآفرینی چه جایگاهی در شکل‌گیری کسب‌وکارها دارد؟ نتایج تحقیقات نشان داده است ترس از شکست بر سرمایه‌گذاری و شکل‌گیری و شروع کسب‌وکارها تاثیر مستقیم دارد. توصیه می‌شود کارآفرینان نوپا ترس فعال خود را از شکست نادیده

امروز کسب و کارهای کوچک نقشی غیر قابل انکار و مهم در توسعه و رشد اقتصادی کشور ایفا می‌کنند. این کسب و کارها یکی از بهترین شیوه‌های فعالیت‌های کارآفرینانه هستند. اما گاهی مشاهده می‌شود که کارآفرینی با شکست مواجه است. یادگیری از شکست برای کارآفرینان مهم است تا در راه‌اندازی مجدد کسب و کار موفق شوند. برخی صاحب‌نظران عقیده دارند که ممکن است افراد از شکست بیشتر از موفقیت یادگیری و تجربه کسب کنند. شکست اجتناب‌ناپذیر است اما باعث یادگیری می‌شود [۱]. ترس از شکست می‌تواند انتخاب افراد را تحت تاثیر قرار دهد. گاهی ترس از شکست می‌تواند زمینه‌ساز موفقیت های بعدی فرد باشد. اما آنچه آشکار است ترس از شکست همواره برای فرد غیرمنتظره و نامطلوب است و گاهی موجب عدم ورود کارآفرینان به حیطه کسب و کار می‌گردد [۲]. در حالی موفقیت در

*mehrabiavad@qiau.ac.ir

مالکیت»، «اخذ اعتبار»، «حمایت از سرمایه‌گذاران خرد»، «پرداخت مالیات»، «تجارت برون‌مرزی»، «اجرای قراردادهای» و «رسیدگی به ورشکستگی و پرداخت دیون»؛ نمره ایران چهارپله نسبت به سال قبل نزول کرده است. ایران در زیرشاخص‌های شروع کسب و کار، حمایت از سرمایه‌گذاران خرد و پرداخت مالیات عملکرد بسیار ضعیفی را از خود نشان داده است. همچنین کشور ایران از لحاظ جایگاه منطقه‌ای در شاخص‌های سهولت کسب و کار، در بین کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، توانسته است رتبه شایسته‌ای را به خود اختصاص دهد، به طوری که تنها توانسته است بالاتر از کشورهایی مانند عراق، سوریه، لبنان، لیبی و یمن قرار گیرد و دیگر کشورهای منطقه از جمله امارات، قطر، عربستان، تونس همه در قیاس با ایران رتبه بهتری را به خود اختصاص داده‌اند. لذا با توجه به اوضاع نابسامان اقتصادی و سیاسی که بر جو کشور حاکم است؛ توجه به کارآفرینی و توسعه کسب و کارها در کلیه صنایع کوچک امری حیاتی به نظر می‌رسد.

برای تحقق این امر مهم، توجه به شرایط و عوامل ایجاد کننده ترس از شکست در کسب و کارهای نوپا ضرورت دارد. مفهوم سازی های اولیه؛ ترس از شکست را به عنوان "وضعیت جلوگیری از شکست و یا ظرفیت تجربه شرمساری و حقارت به عنوان نتیجه شکست" و به عنوان "وضعیت تشویش و اضطراب در راستای دستیابی به اهداف و دستاوردهای کسب و کارها" تعریف می‌کند. این تعاریف نه تنها بر ارتباط بین وضع و تجربه احساسی مانند احساس شرمساری یا اضطراب تاکید می‌کند بلکه بر اهمیت موقعیت های زمینه ای (مانند زمینه دستاورد) در فعال سازی آن ارتباط را نیز مورد تاکید قرار می‌دهد. توسعه های مفهومی نشان می‌دهد که وضع جلوگیری از پیامدهای منفی یا تهدیدات محیطی می‌تواند منجر به رفتارهای رویگردانی شود که رفتار برای دستیابی به پیامد مثبت موفقیت در نظر گرفته می‌شود. در تعریفی دیگر مدیریت ترس از شکست به عنوان فرایند ارزیابی تهدیدات در موقعیت‌هایی با پتانسیل برای شکست تعریف شده است و پنج باور شناختی متفاوت در این مورد پیامدهای آزاردهنده شکست را مشخص می‌کند. در این مفهوم سازی، ترس از شکست از ترس های زیر نشات می‌گیرد: (۱) تجربه شرم و خجالت، (۲) تنزل برآورد خود، (۳) داشتن آینده نامعلوم، (۴) افراد مهمی که علاقه شان را از دست می‌دهند و (۵) ناراحت کردن افراد مهم. با تعریف مدیریت ترس از شکست به عنوان فرایند ارزیابی تهدیدات در شرایط ارزیابی کننده با پتانسیلی برای شکست، تحقیقات نشان داده است شرایط محیطی نقش اساسی ای در شکل دهی تجربه ترس از شکست ایفا می‌کند [۵].

ترس از شکست در کارآفرینی در علوم مختلف از جمله در علوم اقتصاد و روانشناسی مورد بررسی قرار گرفته است (با رویکردهای روانشناسی که به طور ویژه منعکس کننده دیدگاه روانشناسی اجتماعی و همینطور دیدگاه روانشناسی به طور عمومی هستند می‌باشند). پراکندگی گسترده ای از ترس از شکست در جریان های متفاوت تحقیق "با استناد

نگینند و آنرا مدیریت کنند. چراکه ارزش های اطلاعاتی مهمی در آن نهفته است که منجر به ارزیابی بهتر فرصت های عینی شده و تجربه شکست، مسیر را برای موفقیت فراهم می‌سازد. قبرستان استارت آپها و کسب و کارهای نوپا پر است از مدیرانی که تصویب کرده بودند بشود، اما نگفته بودند چگونه بشود. برخی نیز راه حل ها را گفته بودند، اما به شرایط محیطی و عواملی که خارج از کنترل و مسئولیت آنها بوده است؛ توجه نکرده بودند و این عوامل زمینه شکست کسب و کارها را ایجاد نموده است. شکست در کارآفرینی، مقوله ای است که بر نگرش کارآفرینان تاثیرگذار است. در حالیکه معمولا به این مقوله به عنوان مانعی برای توسعه کارآفرینی نگاه می‌شود، اما ترس از شکست می‌تواند تأثیر عمیقی بر انتخاب مسیر کارآفرینی داشته باشد و به عنوان کلید موفقیت تلقی شود [۲]. در واقع ترس از شکست هم رفتار کارآفرینانه را باز می‌دارد و هم آن را تشویق می‌کند و بنابراین فرصت خوبی برای درک بهتر انگیزه کارآفرینانه را نشان می‌دهد. در تحقیقات کارآفرینی، ترس از شکست عمدتا به عنوان عامل روانی مورد بررسی قرار می‌گیرد که رفتار کارآفرینانه را باز می‌دارد و به عنوان مانع کارآفرینی عمل می‌کند. اگرچه چندین مطالعه تایید کرده اند که ترس از شکست تاثیر منفی ای بر فعالیت کارآفرینی می‌گذارد، اما شواهد تجربی نشان دهنده احتمال واکنش بازدارنده و برانگیزنده ای برای ترس از شکست در فعالیت کارآفرینانه می‌باشد. برخلاف تحقیقات پیشین در این موضوع نیاز است که ترس از شکست نه تنها به عنوان موردی که تاثیر بازدارنده بر رفتار کارآفرینانه دارد بلکه به عنوان موردی که به صورت بالقوه تاثیر انگیزشی دارد مورد بررسی قرار گیرد و بر همین اساس نظریه های کارآفرینی تاثیر ترس از شکست در زمینه های مختلف اجتماعی را مطرح نمودند. تحقیقات در حوزه انگیزه کارآفرینانه نشان داده است که چگونه نیاز برای دستاورد، خود کارآمدی، خوش بینی و اشتیاق، محرک رفتار کارآفرینانه است و موجب قبول ریسک می‌شود. بررسی کامل ادبیات موجود، نگرانی قابل توجهی در مورد ماهیت این مفهوم و ارتباطش با فرایند کارآفرینانه را نشان می‌دهد [۵]. به عنوان نمونه در ادبیات روانشناسی ترس از شکست به عنوان انگیزه ای برای جلوگیری از شکست در مقابل انگیزه دستیابی به موفقیت در نظر گرفته شده است [۱]. در مجموع بایستی در نظر داشت که مجموعه عواملی نیاز است تا با همکاری هم کمک کنند که فرایند کارآفرینانه شکل بگیرد و عملکرد موفق کارآفرینی رخ دهد [۶].

در این راستا به وضعیت کنونی کشور ایران در زمینه های مرتبط با ترس از شکست در کسب و کارهای نوپا پرداخته می‌شود. بر اساس نتایج بررسی گزارش سهولت انجام کسب و کار بانک جهانی (۲۰۱۹)، کشور ایران با کسب نمره ۵۶/۹۸ در رده ۱۲۸ قرار گرفته است. در این بررسی شاخص های سهولت کسب و کار بر اساس ده زیرشاخص «شروع کسب و کار»، «شرایط صدور مجوز ساخت»، «دسترسی به برق»، «ثبت

شرمساری یا اضطراب تاکید می‌کند بلکه بر اهمیت موقعیت‌های زمینه‌ای (مانند زمینه دستاورد) در فعال‌سازی آن ارتباط را نیز مورد تاکید قرار می‌دهد [۱۰]. توسعه‌های مفهومی نشان می‌دهد که وضع جلوگیری از پیامدهای منفی یا تهدیدات محیطی به خود می‌تواند منجر به رفتارهای رویکرد شود که رفتار برای دستیابی به پیامد مثبت موفقیت در نظر گرفته می‌شود. ترس از شکست به عنوان فرایند ارزیابی تهدیدات در موقعیت‌های ارزیابی با پتانسیل برای شکست تعریف شده است و پنج باور شناختی متفاوت در مورد پیامدهای آزاردهنده شکست را مشخص می‌کند. در این مفهوم‌سازی، انگیزه تحت ترس از شکست از ترس‌های زیر نشات می‌گیرد: (۱) تجربه شرم و خجالت، (۲) تنزل برآورد خود، (۳) داشتن آینده نامعلوم، (۴) افراد مهمی که علاقه شان را از دست می‌دهند و (۵) ناراحت کردن افراد مهم. با تعریف ترس از شکست به عنوان فرایند ارزیابی تهدیدات در شرایط ارزیابی‌کننده با پتانسیلی برای شکست، تحقیقات نشان داده است شرایط محیطی نقش اساسی در شکل‌دهی تجربه ترس از شکست ایفا می‌کند.

ترس از شکست در کارآفرینی در علوم اقتصاد و روانشناسی مورد بررسی قرار گرفته است (با رویکردهای روانشناسی که به طور ویژه منعکس‌کننده دیدگاه روانشناسی اجتماعی و همین‌طور دیدگاه روانشناسی به طور عمومی هستند می‌باشند). پراکندگی گسترده از ترس از شکست در جریان‌های متفاوت تحقیق "با استناد مقابل کم یا بدون استناد در میان این جریان‌های تحقیق" در روانشناسی به طور کلی یا به طور خاص در کارآفرینی وجود دارد. لیکن تحقیقات نشان داده است؛ رابطه شخص-محیط در درک تجربه ترس از شکست بویژه در کارآفرینی مهم است [۵]. از سوی دیگر در دیدگاه مبتنی بر اقتصاد، ترس از شکست در کارآفرینی این است که ادراک ترس از شکست به صورت منفی کارآفرینی به عنوان فرصت شغلی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. چندین مطالعه حاکی از آن است که کاهش این ادراکات احتمال شروع یک تجارت را افزایش می‌دهد. از این دیدگاه، محققان بر پایه داده‌های نظارت کارآفرینی جهانی متکی هستند که ترس از شکست تنها با یک مورد اندازه‌گیری می‌شود: "ترس از شکست افراد را از آغاز یک تجارت باز می‌دارد" [۱۱]. دیدگاه دوم، دیدگاه روانشناسی اجتماعی ترس از شکست در کارآفرینی این است که ترس از شکست ویژگی اجتماعی فرهنگی است که توجهات را به محیط اجتماعی معطوف می‌سازد. این تحقیق حاکی از آن است که نگرش افراد به شکست توسط حضور هنجارهای اجتماعی تحت تاثیر قرار می‌گیرد که شکست را به عنوان تجربه شرمساری در نظر می‌گیرد. همچنین در نظر می‌گیرد که ترس از شکست برابر با بی‌زاری از خطر است. به این صورت، ترس از شکست این احتمال را کاهش می‌دهد که افراد خودشان را در معرض موقعیت‌هایی قرار می‌دهند که توسط خطر شکست شناسایی می‌شود (برای مثال کارآفرینی). بسیاری از این مطالعات بر داده‌ها و مقیاس یک موردی متکی هستند. با توجه به فرمت مقیاس ترس از شکست، نتایج بدون

کم یا بدون استناد در میان این جریان‌های تحقیق" در روانشناسی به طور کلی یا به طور خاص در کارآفرینی وجود دارد. لیکن تحقیقات نشان داده است؛ رابطه شخص-محیط در درک تجربه ترس از شکست بویژه در کارآفرینی مهم است [۵]. استفاده از دیدگاه‌های متعدد منجر به عدم وجود مفهوم مشخص و عملیاتی کردن پدیده ترس از شکست شده است. با تمرکز بر جنبه خاص ساختار (ویژگی در برابر حالت)، به نظر می‌رسد ادبیات کارآفرینی موجود توسط رویکرد با تعریف کم و ایستا در درک ترس از شکست شناسایی شده باشد. با توجه به ماهیت پویا و مبتنی بر فرایند کارآفرینی، رابطه محیط-شخص پیچیده‌تری نسبت به موردی که در نظریه ارزیابی شناختی توصیف شد، انتظار می‌رود [۱۷]. در موقعیت‌های نسبتاً ایستا، مانند امتحان دادن در محیطی آموزشی یا عملکرد یک ورزش، درک محیط همانند نظریه ارزیابی شناختی به تنهایی به عنوان محرک فرایند داخلی که منجر به رفتار می‌شود محسوب می‌شود. در موقعیت‌های پویاتر مانند کارآفرینی، انتظار داریم که ترس از شکست نیز پویا باشد و بر مبنای تعامل جزئی‌تر لحظه به لحظه در میان ارزیابی‌های شناختی و تجارب عاطفی شخص و نشانه‌های اجتماعی واقع شده خارجی باشد. اهمیت درک تاثیر دوگانه ترس از شکست بر رفتار، بویژه همان‌طور که به ترس از شکست در موقعیت‌های خاص مرتبط است، منجر می‌شود می‌توان ترس از شکست را به عنوان ساختار اجتماعی درک کرد. بعلاوه، ارتباط بین ترس از شکست و کارآفرینی همچنان یکی از پیامدهای ننگین تجارت است [۸]. عنصر اصلی تجربه ترس از شکست افراد به علل یا منابع خاصی مرتبط است که به طور عمده در چارچوب گسترده‌تر قرار گرفته‌اند. مورد دیگری که قابل تامل است اینکه؛ بیش تر تحقیق‌های انجام شده درباره تعطیلی کسب و کار، بر کسب و کار متمرکز شده‌اند تا صاحب کسب و کار. بیش ترین مواردی که توجه محققان این حوزه را به خود جلب کرده است عبارتند از: دلایل شکست کسب و کار، الگوهای پیش‌بینی شکست و راهبردهایی برای کسب و کارهای ضعیف. با توجه به اهمیت بحث بر مدیریت ترس از شکست کارآفرینی و کمبود پژوهش‌ها در این زمینه، در این مقاله به مدل‌سازی عوامل اثرگذار بر مدیریت ترس از شکست کارآفرینی از طریق تعیین میزان شدت تاثیرگذاری آن‌ها بر یکدیگر پرداخته می‌شود.

۱- مروری بر ادبیات پژوهش

به عنوان یک ساختار، ترس از شکست در اصل در ادبیات روانشناسی به عنوان انگیزه‌ای برای جلوگیری از شکست در مقابل انگیزه دستیابی به موفقیت در نظر گرفته شد [۹]. این مفهوم‌سازی‌های اولیه ترس از شکست را به عنوان "وضعیت جلوگیری از شکست و/یا ظرفیت تجربه ی شرمساری و حقارت به عنوان نتیجه شکست" و به عنوان "وضع مضطرب شدن در مورد شکست تحت فشار دستاوردها" تعریف می‌کند. این تعاریف نه تنها بر ارتباط بین وضع و تجربه احساسی مانند احساس

طریق روش بازآزمون صورت گرفت. با بررسی دو مصاحبه، تعداد کل گدها در دو فاصله زمانی ۲۰ روزه برابر ۲۶، تعداد کل توافقات بین گدها در این دو زمان برابر ۱۲ و تعداد کل عدم توافقات در این دو زمان برابر ۳ است. اعتبار بازآزمون مصاحبه‌های انجام گرفته در این تحقیق با استفاده از فرمول ذکر شده، برابر ۹۱٫۵ درصد بود.

در بخش دوم پژوهش، جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز روش DEMATEL، از طریق پرسش‌نامه از خبرگان (مدیران و صاحبان کسب و کارهای نوپا در استان‌های قزوین، البرز و تهران) خواسته شد شدت اثرگذاری عوامل را بر یکدیگر به صورت کمی و براساس طیف پنج‌تایی دیمتل نشان دهند. این پرسش‌نامه در اختیار ۱۲ نفر از خبرگان آگاه قرار گرفت و با استفاده از مدل‌سازی دیمتل میزان تاثیر آن‌ها محاسبه شد.

۳- یافته‌های تحقیق

۳-۱- توصیف جمعیت شناختی

آمار توصیفی متغیرهای جمعیت‌شناختی نشان داد در بخش اول جهت شناسایی عوامل، ۷۰ درصد مصاحبه‌شوندگان مرد و ۳۰ درصد زن بودند. از منظر تجربه کاری، ۴۰ درصد از آن‌ها بین ۱ تا ۵ سال، ۳۰ درصد بین ۵ تا ۱۰ سال و ۳۰ درصد بالای ۱۰ سال سابقه دارند. در بخش روش دیمتل، تمامی مشارکت‌کنندگان مرد و دارای سابقه کاری بین ۱۵ تا ۲۰ سال بودند. همچنین تمام مشارکت‌کنندگان در هر دو بخش دارای تحصیلات دکترا در زمینه مهندسی صنایع، کارآفرینی و مدیریت بودند.

۳-۲- یافته‌های بخش کیفی: شناسایی عوامل

نتایج تحلیل محتوای مصاحبه‌های صورت گرفته در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی، هفت عامل اصلی در مدیریت ترس از شکست کارآفرینی در کسب و کارهای نوپای ایرانی شناسایی شد. عوامل حاصل از تحلیل کیفی در جدول (۱) به اختصار آورده شده است:

هیچ تعجبی تاثیر منفی‌ای از ترس از شکست بر رفتار کارآفرینانه پیشنهاد می‌کند. سوم، دیدگاه کاملاً روانشناسانه از ترس از شکست در کارآفرینی این است که ترس از شکست احساس منفی‌ای است که از پیش بینی احتمال شکست نشات می‌گیرد و با پیامدهای روانی و رفتاری مرتبط است. دیگر دانشمندانی که دیدگاه کاملاً روانشناسی ترس از شکست را اتخاذ کرده‌اند از فهرست ارزیابی عملکرد شکست توسط استفاده کردند. در مورد این شاخص، مشخص نیست که آیا مقیاس تجربه احساسی واقعی را ارزیابی می‌کند یا تمایل به تجربه ترس از شکست را (ارزیابی می‌کند). اگرچه توسط تغییرات عملیاتی مشخص شده است، اما بیشتر تحقیقات در این رویکرد (نه همه آنها نیز ترس از شکست را به عنوان مانعی برای رفتار کارآفرینانه در نظر می‌گیرند). اگرچه تحقیقات پیشین در درک نقش ترس از شکست در کارآفرینی پیشرفت داشته است، اما پرسش‌های مهم در مورد ماهیت این مفهوم و رابطه‌اش با فرایند کارآفرینی باقی می‌ماند [۵]. استفاده از دیدگاه‌های متعدد منجر به عدم وجود مفهوم مشخص و عملیاتی کردن پدیده ترس از شکست شده است. با تمرکز بر جنبه خاص ساختار (ویژگی در برابر حالت)، به نظر می‌رسد ادبیات کارآفرینی موجود توسط رویکرد با تعریف کم و ایستا در درک ترس از شکست شناسایی شده باشد. با این وجود، پیش فرض ایستا برای تجربه ترس از شکست و تجربه ترس از شکست دو سوی یک سکه را نشان می‌دهد. تاکید منحصری بر رابطه منفی بین ترس از شکست و تصمیم برای شروع تجارت نیز درک این ساختار در برابر پویایی فرایند کارآفرینانه محدود می‌سازد. در نتیجه، تحقیقات موجود چیز زیادی در مورد تجربه ترس از شکست در کارآفرینی توضیح نمی‌دهد.

۲- روش شناسی تحقیق

روش تحقیق از لحاظ هدف، کاربردی و از منظر گردآوری اطلاعات، از نوع آمیخته-اکتشافی است. این پژوهش دارای یک بخش کیفی و یک بخش کمی است. روش نمونه‌گیری در هر دو بخش کیفی و کمی به صورت هدفمند و از طریق روش گلوله برفی است. در بخش اول، جهت شناسایی عوامل موثر بر مدیریت ترس از شکست کارآفرینی در کسب و کارهای نوپای ایرانی، از رویکرد کیفی از نوع تحلیل محتوا استفاده شده است. گردآوری داده‌ها نیز از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۰ نفر از متخصصان و خبرگان استفاده شد. سپس با استفاده از روش کدگذاری باز، محوری و انتخابی عوامل اصلی و فرعی شناسایی شد. لازم به ذکر است خبرگان مد نظر این پژوهش دارای سابقه ایجاد حداقل یک کسب و کار کوچک و متوسط بوده‌اند و حداقل دارای سه سال سابقه فعالیت کارآفرینانه و تحصیلات و دانش کاربردی مرتبط بودند. جهت تأیید روایی تحقیق، عوامل شناسایی شده در اختیار سه نفر از کل خبرگان قرار گرفته و تمام عوامل مورد تأیید قرار گرفتند. محاسبه پایایی نیز از

جدول (۱): عوامل تشکیل دهنده مدیریت ترس از شکست کارآفرینی

عوامل	شاخص‌ها
عوامل فردی و شخصیتی	سن، جنسیت، ریسک پذیری، خلاقیت، هوشیاری
عوامل مالی و اقتصادی	بازارهای سهام و بازار مالی، پس انداز و تامین منابع مالی، اقتصاد جهانی
عوامل فرهنگی	فرهنگ منطقه، فرهنگ کارآفرینانه، فرهنگ نوآوری و خلاقیت، فرهنگ سازمانی
عوامل محیطی	بازار، رقبا، تغییر سلیقه و نیاز مشتری
عوامل زیر ساختی	رسانه، آموزش کارآفرینانه، فناوری، مدیریت و تسهیم دانش، بانک جامع اطلاعاتی، شفافیت
عوامل سیاسی	تحریم ها، موقعیت ژئوپلیتیک منطقه، محیط سیاسی و روابط بین الملل، سیاستگذاری و رفتار دولت، بوروکراسی
قوانین و اسناد بالادستی	قوانین مالیاتی، قوانین حمایتی، سیاستگذاری، حقوق مالکیت معنوی، مجوزها

۳-۳- یافته‌های بخش کیفی: تحلیل دیمتل

موجود را تکمیل کنند. سپس از میانگین ساده نظرات استفاده شده و ماتریس ارتباط مستقیم Z را تشکیل داده می‌شود.

گام ۱: تشکیل ماتریس ارتباط مستقیم فازی

$$Z = \begin{bmatrix} 0 & \dots & \bar{z}_{n1} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ \bar{z}_{1n} & \dots & 0 \end{bmatrix}$$

برای شناسایی الگوی روابط میان n معیار ابتدا یک ماتریس n×n تشکیل می‌شود. تاثیر عنصر مندرج در هر سطر بر عناصر مندرج در ستون در این ماتریس به صورت یک عدد فازی درج می‌شود. اگر از دیدگاه بیش از یک نفر استفاده شود، هریک از خبرگان باید ماتریس

جدول ۲ ماتریس ارتباط مستقیم که همان مقایسات زوجی خبرگان هست را نشان می‌دهد. اگر در ارزیابی از چند خبره استفاده شده است ماتریس زیر میانگین حسابی تمام خبرگان می‌باشد.

جدول (۲): ماتریس ارتباط مستقیم

A۸	A۷	A۶	A۵	A۴	A۳	A۲	A۱	
(۰,۰۰۰۰۰,۲۵۰۰۰ .۵۰۰)	(۰,۱۲۵۰۰,۳۷۵۰۰ .۶۲۵)	(۰,۳۷۵۰۰,۶۲۵۰۰ .۷۵۰)	(۰,۲۵۰۰۰,۵۰۰۰۰ .۷۵۰)	(۰,۳۷۵۰۰,۶۲۵۰۰ .۸۷۵)	(۰,۰۰۰۰۰,۲۵۰۰۰ .۵۰۰)	(۰,۱۲۵۰۰,۳۷۵۰۰ .۶۲۵)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۰۰۰)	A ۱
(۰,۰۰۰۰۰,۲۵۰۰۰ .۵۰۰)	(۰,۱۲۵۰۰,۳۷۵۰۰ .۶۲۵)	(۰,۰۰۰۰۰,۱۲۵۰۰ .۳۷۵)	(۰,۱۲۵۰۰,۳۷۵۰۰ .۶۲۵)	(۰,۰۰۰۰۰,۲۵۰۰۰ .۵۰۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۲۵۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۰۰۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۲۵۰)	A ۲
(۰,۱۲۵۰۰,۳۷۵۰۰ .۶۲۵)	(۰,۰۰۰۰۰,۲۵۰۰۰ .۵۰۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۲۵۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۲۵۰۰۰ .۵۰۰)	(۰,۱۲۵۰۰,۳۷۵۰۰ .۶۲۵)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۰۰۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۱۲۵۰۰ .۳۷۵)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۲۵۰)	A ۳
(۰,۲۵۰۰۰,۳۷۵۰۰ .۶۲۵)	(۰,۲۵۰۰۰,۳۷۵۰۰ .۶۲۵)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۲۵۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۲۵۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۰۰۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۲۵۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۲۵۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۲۵۰)	A ۴
(۰,۰۰۰۰۰,۱۲۵۰۰ .۳۷۵)	(۰,۰۰۰۰۰,۱۲۵۰۰ .۳۷۵)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۲۵۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۰۰۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۱۲۵۰۰ .۳۷۵)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۲۵۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۲۵۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۲۵۰)	A ۵
(۰,۰۰۰۰۰,۱۲۵۰۰ .۳۷۵)	(۰,۰۰۰۰۰,۲۵۰۰۰ .۵۰۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۰۰۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۱۲۵۰۰ .۳۷۵)	(۰,۰۰۰۰۰,۲۵۰۰۰ .۵۰۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۲۵۰۰۰ .۵۰۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۱۲۵۰۰ .۳۷۵)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۲۵۰)	A ۶
(۰,۰۰۰۰۰,۱۲۵۰۰ .۳۷۵)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۰۰۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۱۲۵۰۰ .۳۷۵)	(۰,۰۰۰۰۰,۱۲۵۰۰ .۳۷۵)	(۰,۰۰۰۰۰,۲۵۰۰۰ .۵۰۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۲۵۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۲۵۰)	(۰,۰۰۰۰۰,۰۰۰۰۰ .۲۵۰)	A ۷

همچنین در جدول ۳ طیف فازی به کار رفته در مدل آورده شده است.

جدول (۳): طیف فازی

U	M	L	عبارت کلامی	کد
۰,۲۵	۰	۰	بدون تاثیر	۱
۰,۵	۰,۲۵	۰	تاثیر خیلی پایین	۲
۰,۷۵	۰,۵	۰,۲۵	تاثیر پایین	۳
۱	۰,۷۵	۰,۵	تاثیر بالا	۴
۱	۱	۰,۷۵	تاثیر خیلی بالا	۵

گام ۲: نرمال کردن ماتریس ارتباط مستقیم فازی

برای نرمال کردن ماتریس ارتباط مستقیم فازی از رابطه زیر استفاده می‌شود.

$$r = \max_{i,j} \left\{ \max_i \sum_{j=1}^n u_{ij}, \max_j \sum_{i=1}^n u_{ij} \right\} \quad i, j \in \{1, 2, 3, \dots, n\}$$

$$\tilde{x}_{ij} = \frac{\tilde{z}_{ij}}{r} = \left(\frac{l_{ij}}{r}, \frac{m_{ij}}{r}, \frac{u_{ij}}{r} \right)$$

جدول (۴): ماتریس ارتباط مستقیم فازی

A۷	A۶	A۵	A۴	A۳	A۲	A۱	
(۰,۰۲۷۰,۰۸۱۰,۱۳۵)	(۰,۰۸۱۰,۱۳۵۰,۱۶۲)	(۰,۰۵۴۰,۱۰۸۰,۱۶۲)	(۰,۰۸۱۰,۱۳۵۰,۱۸۹)	(۰,۰۰۰۰,۰۵۴۰,۱۰۸)	(۰,۰۲۷۰,۰۸۱۰,۱۳۵)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۰۰)	A۱
(۰,۰۲۷۰,۰۸۱۰,۱۳۵)	(۰,۰۰۰۰,۰۲۷۰,۰۸۱)	(۰,۰۲۷۰,۰۸۱۰,۱۳۵)	(۰,۰۰۰۰,۰۵۴۰,۱۰۸)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۵۴)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۰۰)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۵۴)	A۲
(۰,۰۰۰۰,۰۵۴۰,۱۰۸)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۵۴)	(۰,۰۰۰۰,۰۵۴۰,۱۰۸)	(۰,۰۲۷۰,۰۸۱۰,۱۳۵)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۰۰)	(۰,۰۰۰۰,۰۲۷۰,۰۸۱)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۵۴)	A۳
(۰,۰۵۴۰,۰۸۱۰,۱۳۵)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۵۴)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۵۴)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۰۰)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۵۴)	(۰,۰۰۰۰,۰۲۷۰,۰۸۱)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۵۴)	A۴
(۰,۰۰۰۰,۰۲۷۰,۰۸۱)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۵۴)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۰۰)	(۰,۰۰۰۰,۰۲۷۰,۰۸۱)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۵۴)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۵۴)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۵۴)	A۵
(۰,۰۰۰۰,۰۵۴۰,۱۰۸)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۰۰)	(۰,۰۰۰۰,۰۲۷۰,۰۸۱)	(۰,۰۰۰۰,۰۵۴۰,۱۰۸)	(۰,۰۰۰۰,۰۵۴۰,۱۰۸)	(۰,۰۰۰۰,۰۲۷۰,۰۸۱)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۵۴)	A۶
(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۰۰)	(۰,۰۰۰۰,۰۲۷۰,۰۸۱)	(۰,۰۰۰۰,۰۲۷۰,۰۸۱)	(۰,۰۰۰۰,۰۵۴۰,۱۰۸)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۵۴)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۵۴)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۰۵۴)	A۷

گام ۳: محاسبه ماتریس فازی ارتباط کامل

در این گام ماتریس فازی روابط کل تشکیل می‌شود. به عبارت دیگر ابتدا معکوس ماتریس نرمال را محاسبه نموده و سپس آن را از ماتریس کم می‌کنیم و در انتها ماتریس نرمال را در ماتریس حاصل ضرب می‌کنیم. جدول ۵ ماتریس ارتباط کامل فازی را نشان می‌دهد.

جدول (۵): ماتریس ارتباط کامل فازی

A۷	A۶	A۵	A۴	A۳	A۲	A۱	
(۰,۰۳۲۰,۱۱۹۰,۳۶۰)	(۰,۰۸۱۰,۱۴۱۰,۳۰۷)	(۰,۰۵۵۰,۱۲۸۰,۳۵۰)	(۰,۰۸۱۰,۱۶۷۰,۴۱۲)	(۰,۰۰۰۰,۰۶۲۰,۲۴۸)	(۰,۰۲۷۰,۰۸۹۰,۲۸۴)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۱۲۴)	A۱
(۰,۰۲۷۰,۰۹۲۰,۲۸۲)	(۰,۰۰۰۰,۰۳۰۰,۱۸۵)	(۰,۰۲۷۰,۰۸۶۰,۲۶۱)	(۰,۰۰۰۰,۰۶۷۰,۲۶۵)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۲۰,۱۵۲)	(۰,۰۰۰۰,۰۳۰۰,۱۰۹)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۱۳۵)	A۲
(۰,۰۰۰۰,۰۶۸۰,۲۶۰)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۳۰,۱۶۱)	(۰,۰۰۰۰,۰۶۱۰,۲۳۸)	(۰,۰۲۷۰,۰۹۳۰,۲۸۹)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۱۰۰)	(۰,۰۰۰۰,۰۳۰۰,۱۸۵)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۱۳۶)	A۳
(۰,۰۵۴۰,۰۸۵۰,۲۵۲)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۲۰,۱۴۳)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۵۰,۱۶۷)	(۰,۰۰۰۰,۱۰۰۰,۱۳۹)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۱۳۴)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۲۰,۱۴۳)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۱۲۰)	A۴
(۰,۰۰۰۰,۰۰۳۰,۱۹۱)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۱۰,۱۳۱)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۲۰,۱۰۱)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۳۰,۱۹۶)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۱۲۴)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۱۰,۱۳۱)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۱۱۱)	A۵
(۰,۰۰۰۰,۰۰۶۷۰,۲۵۲)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۲۰,۱۰۴)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۳۵۰,۲۰۸)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۶۷۰,۲۵۸)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۵۴۰,۱۹۴)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۳۰,۱۸۰)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۱۳۱)	A۶
(۰,۰۰۰۰,۰۰۸۰,۱۲۹)	(۰,۰۰۰۰,۰۲۷۰,۱۶۲)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۲۹۰,۱۸۵)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۵۹۰,۲۳۱)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۱۰,۱۳۲)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۲۰,۱۳۹)	(۰,۰۰۰۰,۰۰۰۰,۱۱۸)	A۷

$$m_{ij}^n = \frac{(m_{ij}^t - \min l_{ij}^t)}{\Delta_{min}^{max}}$$

$$u_{ij}^n = \frac{(u_{ij}^t - \min l_{ij}^t)}{\Delta_{min}^{max}}$$

گام ۴: فازی زدایی مقادیر ماتریس ارتباط کامل

برای فازی زدایی از روش CFCS اپریکویک و زنگ استفاده شده است. مراحل روش فازی زدایی به صورت زیر است:

$$l_{ij}^n = \frac{(l_{ij}^t - \min l_{ij}^t)}{\Delta_{min}^{max}}$$

به طوری که:

خروجی الگوریتم CFCS یک ماتریس با مقادیر قطعی است.

$$\Delta_{min}^{max} = \max u_{ij}^t - \min l_{ij}^t$$

محاسبه کل مقادیر قطعی نرمال شده:

محاسبه کران بالا و پایین مقادیر نرمال:

$$x_{ij} = \frac{[l_{ij}^s(1 - l_{ij}^s) + u_{ij}^s \times u_{ij}^s]}{[1 - l_{ij}^s + u_{ij}^s]}$$

$$l_{ij}^s = \frac{m_{ij}^n}{(1 + m_{ij}^n - l_{ij}^n)}$$

$$u_{ij}^s = \frac{u_{ij}^n}{(1 + u_{ij}^n - l_{ij}^n)}$$

جدول ۶ مقادیر دیفازی شده ماتریس ارتباط کامل را نشان می دهد

جدول (۶): ماتریس ارتباط کامل قطعی

A۷	A۶	A۵	A۴	A۳	A۲	A۱	
۰,۱۵	۰,۱۵۹	۰,۱۵۶	۰,۱۹۷	۰,۰۸۸	۰,۱۱۵	۰,۰۲۱	A۱
۰,۱۲	۰,۰۵۶	۰,۱۱۳	۰,۰۹۸	۰,۰۲۷	۰,۰۲	۰,۰۲۳	A۲
۰,۰۹۸	۰,۰۲۹	۰,۰۸۹	۰,۱۲۳	۰,۰۱۶	۰,۰۵۶	۰,۰۲۳	A۳
۰,۱۱۴	۰,۰۲۶	۰,۰۳۲	۰,۰۲۹	۰,۰۲۳	۰,۰۲۶	۰,۰۲	A۴
۰,۰۵۸	۰,۰۲۲	۰,۰۱۶	۰,۰۵۸	۰,۰۲۱	۰,۰۲۲	۰,۰۱۹	A۵
۰,۰۹۵	۰,۰۱۸	۰,۰۶۵	۰,۰۹۷	۰,۰۷۵	۰,۰۵۵	۰,۰۲۲	A۶
۰,۰۲۷	۰,۰۰۵	۰,۰۵۶	۰,۰۸۶	۰,۰۲۴	۰,۰۲۵	۰,۰۰۲	A۷

$$U_{ij} = \begin{cases} V_{ij} & V_{ij} \geq TS \\ \cdot & \text{Others} \end{cases}$$

گام ۵: محاسبات حد آستانه

جدول زیر ماتریس ارتباط کامل که مقادیر کمتر از آستانه حذف شده است را نشان می دهد. بر اساس جدول ۷ روابط علی معلولی بین عناصر ترسیم می شود. مقدار آستانه (TS) در این تحقیق برابر ۰,۰۶۲۰,۰۶۲ است.

تمام مقادیر ماتریس ارتباط کامل قطعی شده که کمتر از میانگین ماتریس ارتباط کامل باشند، با استفاده از رابطه زیر شناسایی و صفر می شوند، به عبارت دیگر آن رابطه علی در نظر گرفته نمی شود.

$$TS = \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m V_{ij}}{m \times n}$$

جدول (۷): ماتریس ارتباط کامل قطعی با حذف مقادیر کمتر آستانه

A۷	A۶	A۵	A۴	A۳	A۲	A۱	
۰,۱۵	۰,۱۵۹	۰,۱۵۶	۰,۱۹۷	۰,۰۸۸	۰,۱۱۵	۰	A۱
۰,۱۲	۰	۰,۱۱۳	۰,۰۹۸	۰	۰	۰	A۲
۰,۰۹۸	۰	۰,۰۸۹	۰,۱۲۳	۰	۰	۰	A۳
۰,۱۱۴	۰	۰	۰	۰	۰	۰	A۴
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	A۵
۰,۰۹۵	۰	۰,۰۶۵	۰,۰۹۷	۰,۰۷۵	۰	۰	A۶
۰	۰	۰	۰,۰۸۶	۰	۰	۰	A۷

گام ۶: خروجی نهایی و ایجاد نمودار علی

گام بعدی به دست آوردن مجموع سطرها و ستون های ماتریس T است. مجموع سطرها (D) و ستون ها (R) با توجه به فرمول های زیر به دست می آوری.

سپس با توجه به D و R ، مقادیر $D+R$ و $D-R$ را به دست می‌آوریم که به ترتیب نشان دهنده میزان تعامل و قدرت تاثیرگذاری عوامل هستند. خروجی نهائی در جدول ۸ آمده است.

$$D = \sum_{j=1}^n T_{ij}$$

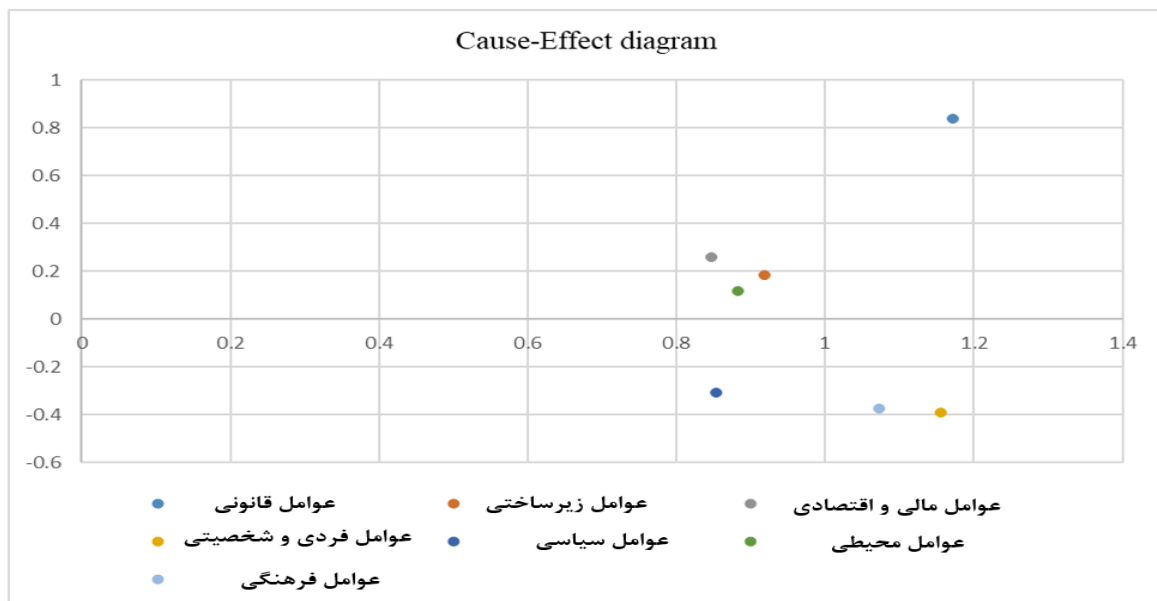
$$R = \sum_{i=1}^n \tilde{T}_{ij}$$

جدول (۸): خروجی نهایی

D-R	D+R	D	R	
۰,۸۳۹	۱,۱۷۳	۱,۰۰۶	۰,۱۶۷	A۱
۰,۱۸	۰,۹۲	۰,۵۵	۰,۳۷	A۲
۰,۲۵۹	۰,۸۴۸	۰,۵۵۴	۰,۲۹۵	A۳
-۰,۳۹۳	۱,۱۵۶	۰,۳۸۲	۰,۷۷۵	A۴
-۰,۳۱۱	۰,۸۵۵	۰,۲۷۲	۰,۵۸۳	A۵
۰,۱۱۴	۰,۸۸۴	۰,۴۹۹	۰,۳۸۵	A۶
-۰,۳۷۷	۱,۰۷۴	۰,۳۴۸	۰,۷۲۶	A۷

اساس $D - R$ می‌باشد. موقعیت و روابط هر عامل با نقطه‌ای به مختصات $(D + R, D - R)$ در دستگاه معین می‌شود.

شکل زیر نیز الگوی روابط معنی دار را نشان می‌دهد. این الگو در قالب یک نمودار هست که در آن محور طولی مقادیر $D + R$ و محور عرضی بر



شکل (۱): الگوی روابط

گام ۷: تفسیر نتایج

عوامل فردی و شخصیتی و عوامل فرهنگی در درجات بعدی تاثیرگذاری قرار دارند.

میزان تاثیرپذیری متغیرها: جمع عناصر ستون (R) برای هر عامل نشانگر میزان تاثیرپذیری آن عامل از سایر عامل‌های سیستم است. در این تحقیق عوامل فردی و شخصیتی از بیشترین تاثیر پذیری برخوردار است و عوامل زیرساختی، عوامل قانونی، عوامل مالی و اقتصادی، عوامل سیاسی، عوامل محیطی و عوامل فرهنگی در درجات بعدی تاثیر پذیری قرار دارند.

با توجه به نمودار و جدول فوق هر عامل از چهار جنبه بررسی می‌شود:

- میزان تاثیرگذاری متغیرها: جمع عناصر هر سطر (D) برای هر عامل نشانگر میزان تاثیرگذاری آن عامل بر سایر عامل‌های سیستم است. در این تحقیق عوامل قانونی از بیشترین تاثیرگذاری برخوردار است و عوامل زیرساختی، عوامل مالی و اقتصادی، عوامل سیاسی، عوامل محیطی،

یافته‌ها با مطالعات [۱۷] همسو می‌باشد در این تحقیقات بر نقش ویژگی‌های شخصی کارآفرینان پرداخته شده است و نتایج این قسمت از پژوهش حاضر را تایید می‌کند. سایر عوامل شامل عوامل محیطی مشتمل بر تغییر سلیقه و نیاز مشتری، رقبا و بازار می‌باشند که در مدیریت ترس از شکست کارآفرینی در کسب و کارهای نوپا در ایران تاثیرگذار است. این یافته‌ها با مطالعات [۱۲]؛ [۱۸] همسو است. همچنین، عوامل فرهنگی مشتمل بر فرهنگ منطقه، فرهنگ نوآوری و خلاقیت، فرهنگ کارآفرینانه، فرهنگ سازمانی است که در مدیریت ترس از شکست کارآفرینی در کسب و کارهای نوپا در ایران تاثیرگذارند. این یافته‌ها با مطالعات [۱۲]؛ [۱۸]؛ [۱۵] همسو است. در نهایت عوامل سیاسی مشتمل بر بوروکراسی، محیط سیاسی و روابط بین الملل، سیاستگذاری و رفتار دولت، موقعیت ژئوپلیتیک و تحریم است که در مدیریت ترس از شکست کارآفرینی در کسب و کارهای نوپا در ایران تاثیرگذارند. این یافته‌ها با مطالعات [۱۲]؛ [۱۹]؛ [۵] همراستا است.

ادبیات پیشین نشان می‌دهد که ترس از شکست گزارش شده توسط خود فرد، تأثیر منفی قابل توجهی بر انتخاب افراد برای تبدیل شدن به فرد کارآفرین را دارد. همچنین تعداد فرصت‌های کارآفرینی به‌طور قابل توجهی با داشتن قوانین و اسناد بالادستی سازگار با سطوح بالاتر آزادی اقتصادی افزایش می‌یابد. بنابراین تایید شده است که ترس از شکست زمانی که سطوح آزادی اقتصادی بالاتر است کمتر به فرآیند کارآفرینی آسیب می‌رساند زیرا شانس بیشتری برای کارآفرینان شکست خورده برای پیگیری وجود دارد [۲۰]. برخی تحقیقات نیز همسو با تحقیق حاضر به تأثیر ترس از شکست فردی، پرداخته اند و نتیجه گرفته اند که جوانان بین ۱۵ تا ۲۴ سال در یونان و آلمان کمتر کارآفرین هستند، در حالی که جوانان ۲۵ تا ۳۴ ساله در یونان در حال حاضر در همان سطح کارآفرینی هستند. همچنین تفاوت‌های جنسیتی موجود را بررسی نموده اند که با عوامل «فردی» در تحقیق حاضر همسویی دارد [۲۱]. بر همین اساس نتایج مطالعه حاضر نیز نشان داد که عوامل قانونی تاثیرگذارترین عامل و عوامل فردی و شخصیتی تاثیرپذیرترین عامل محسوب می‌شود.

▪ بردار افقی ($D + R$) میزان تاثیر و تاثیر عامل مورد نظر در سیستم را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر هرچه مقدار $D + R$ عاملی بیشتر باشد، آن عامل تعامل بیشتری با سایر عوامل سیستم دارد. در این تحقیق عوامل قانونی از بیشترین تاثیرگذاری برخوردار است و عوامل زیرساختی، عوامل فردی و شخصیتی، عوامل مالی و اقتصادی، عوامل سیاسی، عوامل محیطی و عوامل فرهنگی در درجات بعدی تاثیرگذاری قرار دارند.

▪ بردار عمودی ($D - R$) قدرت تاثیرگذاری هر عامل را نشان می‌دهد. بطور کلی اگر $D - R$ مثبت باشد، متغیر یک متغیر علی محسوب می‌شود و اگر منفی باشد، معلول محسوب می‌شود. در این تحقیق عوامل قانونی، عوامل زیرساختی، عوامل مالی و اقتصادی، علی بوده‌اند و مابقی متغیرهای متغیرهای معلولی محسوب می‌شوند.

۴- نتیجه‌گیری

با توجه به نقش کارآفرینی در رشد اقتصادی و اجتماعی کشورهای توسعه یافته، شناخت عوامل موثر بر مدیریت ترس از شکست در کارآفرینی کمک قابل توجهی به پیشبرد موفق کارآفرینی، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و خروج از وضعیت اقتصادی تک محصولی خواهد نمود. بر اساس نتایج بخش کیفی و مصاحبه‌های انجام شده و کدگذاری صورت گرفته عوامل اثرگذار بر ترس از شکست در کسب و کارهای نوپای کارآفرینانه عبارتند از: عوامل سیاسی، عوامل قانونی، عوامل زیرساختی، عوامل محیطی، عوامل مالی و اقتصادی، عوامل فرهنگی و عوامل فردی و شخصیتی. بر اساس نتایج تحلیل دیمتل مشخص شد که عوامل قانونی دارای بیشترین تاثیرگذاری بر سایر عوامل است. این عامل شامل شاخص‌های مجوز، حقوق مالکیت معنوی، قوانین حمایتی و قوانین مالیاتی است که در مدیریت ترس از شکست کارآفرینی در کسب و کارهای نوپا در ایران تاثیرگذارند. این یافته‌ها با مطالعات [۱۲] همسو است. عوامل زیرساختی، دومین عامل اثرگذار که شامل شاخص‌های بانک جامع اطلاعاتی، مدیریت و تسهیم دانش، شفافیت، فناوری و آموزش کارآفرینانه است که در مدیریت ترس از شکست کارآفرینی در کسب و کارهای نوپا در ایران تاثیرگذار است. این یافته‌ها با مطالعات [۱۲]؛ [۱۳]؛ [۱۴]؛ [۱۵] همسو است. عوامل مالی و اقتصادی، سومین عامل اثرگذار شامل شاخص‌های اقتصاد جهانی، بازار سهام و بازار مالی و پس انداز و تامین مالی است که در مدیریت ترس از شکست کارآفرینی در کسب و کارهای نوپا در ایران تاثیرگذار است این یافته‌ها با مطالعات [۱۲]؛ [۱۵]؛ [۱۵]؛ [۱۶] همسو است. عوامل فردی و شخصیتی به عنوان تاثیرپذیرترین عامل شامل شاخص‌های سن، هوشیاری، جنسیت، ریسک‌پذیری، خلاقیت که در مدیریت ترس از شکست کارآفرینی در کسب و کارهای نوپا در ایران تاثیرگذار است. این

- [۲۰] Morgan, J., Sisak, D. (۲۰۱۶). **Aspiring to Succeed: A Model of Entrepreneurship and Fear of Failure**. Journal of Business Venturing, ۳۱(۱), ۱-۲۱.
- [۲۱] Shepherd, D.A. (۲۰۱۱). **Multilevel Entrepreneurship Research: Opportunities for Studying Entrepreneurial Decision Making**. Journal of management, ۳۷(۲), ۴۱۲-۴۲۰.
- [۲۲] Spigel, B. (۲۰۱۷). **The Relational Organization of Entrepreneurial Fear-of-Failure and Cultural Persistence in Youth Entrepreneurship: Comparative Analysis: Greece versus Germany**. Journal of Small Business & Entrepreneurship, ۳۳(۵), ۵۱۳-۵۲۸.
- [۱] Ecosystems. Entrepreneurship theory and practice, ۴۱(۱), ۴۹-۷۲.
- Tabadji, A., Dietrich, H., Angelis, V., Haas, A., Schels, B. (**مأخذ**
- [۲] آقایان، علی. (۱۳۹۶). بررسی و شناسایی مهمترین عوامل شکست بر بنگاه‌های کوچک و متوسط فعال در صنعت شیمیایی در استان مازندران. استاد راهنما: ابوالحسن حسینی، دانشگاه مازندران، دانشکده علوم اقتصادی و اداری
- [۳] بخشور، فرجاد. (۱۳۹۴). پیش‌بینی و ارزیابی شکست کسب و کار شرکت‌ها و موسسات مالی در ایران. پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: مصطفی جهانگشای رضایی، دانشگاه صنعتی ارومیه، دانشکده مهندسی صنایع
- [۴] خلوت، بهنام. (۱۳۹۸). شناسایی و تحلیلی بر مولفه‌های بنیادین مرگ استارت آپ‌ها. پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: حامد فلاح تفتی، دانشگاه علم و هنر یزد، دانشکده علوم انسانی
- [۵] معتمد، فقیه. (۱۳۹۷). طراحی مدلی جهت موفقیت استارت آپ‌ها با استفاده از نقشه شناختی فازی، استاد راهنما: سیدحسین میرغفوری، دانشگاه علم و هنر یزد، دانشکده علوم انسانی
- [۶] وکیلی صادقی، معصومه. نوری، روح‌الله. عبادتی، امید مهدی. (۱۳۹۶). شناسایی و اولویت بندی مدل های کسب و کار الکترونیکی موفق در ایران با استفاده از تکنیک‌های یادگیری ماشین. فصلنامه فناوری آموزش. ۱۱ (۴). ۳۳۳-۳۳۵.
- [۷] Boso, N., Adeleye, I., Donbesuur, F., Gyensare, M. (۲۰۱۹). **Do Entrepreneurs Always Benefit from Business Failure Experience?**. Journal of Business Research, ۹۸, ۳۷۰-۳۷۹.
- [۸] Cacciotti, G., Hayton, J.C., Mitchell, J.R., Giazitzoglu, A. (۲۰۱۶). **A Reconceptualization of Fear of Failure in Entrepreneurship**. Journal of Business Venturing, ۳۱(۳), ۳۰۲-۳۲۵.
- [۹] Davidsson, P. (۲۰۱۵). **Entrepreneurial Opportunities and the Entrepreneurship Nexus: A re-conceptualization**. Journal of Business Venturing
- [۱۰] Dutta, N., Sobel, R.S. (۲۰۲۱). **Entrepreneurship, Fear of Failure, and Economic Policy**. European Journal of Political Economy, ۶۶, ۱۰۱۹۵۴.
- [۱۱] Gooberman, L. (۲۰۱۸). **Business Failure in an Age of Globalization: Interpreting the Rise and fall of the LG Project in Wales**. ۱۹۹۵-۲۰۰۶. Business History.
- [۱۲] Kücher, A., Mayr, S., Mitter, C., Duller, C., Feldbauer-Durstmüller, B. (۲۰۲۰). **Firm Age Dynamics and Causes of Corporate Bankruptcy: Age Dependent Explanations for Business Failure**. Review of Managerial Science, ۱۴(۳), ۶۳۳-۶۶۱. ۱۹۵۰-۱۹۸۰. Business History Review, ۹۲(۴), ۷۱۹-۷۴۱.
- [۱۳] McClelland, D.C. (۱۹۶۵). **Achievement and Entrepreneurship: A Longitudinal Study**. Journal of personality and Social Psychology, ۱(۴), ۳۸۹.
- [۱۴] McGregor, H.A., Elliot, A.J. (۲۰۰۵). **The Shame of Failure: Examining the Link between Fear of Failure and Shame**. Personality and social psychology bulletin, ۳۱(۲), ۲۱۸-۲۳۱.
- [۱۵] McMullen, J.S., Dimov, D. (۲۰۱۳). **Time and the Entrepreneurial Journey: The Problems and Promise of**
- [۱۶] Lin, S., Wang, S. (۲۰۱۹). **How Does the Age of Serial Entrepreneurs Influence their Re-Venture Speed after a Business Failure?**. Small Business Economics, ۵۲(۳), pp. ۶۵۱-۶۶۶
- [۱۷] Liu, Y., Li, Y., Hao, X., Zhang, Y. (۲۰۱۹). **Narcissism and Learning from Entrepreneurial Failure**. Journal of Business Venturing, ۳۴(۳), ۴۹۶-۵۱۲.
- [۱۸] MacKenzie, N.G. (۲۰۱۸). **Creating Market Failure: Business-Government Relations in the British Paper-Pulp Industry**,
- [۱۹] **Studying Entrepreneurship as a Process**. Journal of management studies, ۵۰(۸), ۱۴۸۱-۱۵۱۲.