Радостин Вазов

ПЪТЯТ НА ПРЕДПРИЕМАЧА: КОНЦЕПЦИИ ЗА ПРОВАЛА

ГОДИШНИК НА ВУАРР

ТОМ VII

Доц. д-р Радостин Григориев Вазов *е административен директор на Висше училище по застраховане и финанси – София (ВУЗФ). Преподава дисциплините: Публични финанси, Основи на финансите, Корпоративни финанси на английски, Публични финанси и данъчен мениджмънт, Рисково финансиране на проекти, Стратегически мениджмънт за предприемачи, Предприемачество и иновации.*

Доц. д-р Вазов специализира в South Bank University и London School of Economics and Political Science, защитава дисертационен труд за придобиване на ОНС "Доктор" през 2014 г.

Член е на редакционна колегия на списание „Пари и култура" от 2008 г. и на редакционна колегия на списание „Математика +" от 2015 г.

Доц. д-р Вазов ръководи и участва в множество европейски проекти в областта на предприемачеството и иновациите.

Член на организационни и програмни комитети на научни форуми в България и чужбина. Има множество публикации в областта на предприемачеството, иновациите, застраховането и риск мениджмънта.

UNIVERSITY OF AGRIBUSINESS AND RURAL DEVELOPMENT

YEARBOOK, VOLUME VII, 2019

THE ENTREPRENEUR'S ROAD: FAILURE CONCEPTS

Radostin Vazov

Abstract: The aim of this paper is to analyze entrepreneurial failures and to outline a framework for future research. While the main goal of all entrepreneurial concepts is the successful use of entrepreneurial opportunities, failure is not necessarily a totally negative result, as some failures can lay the foundation for success. This road from failure to success can be seen in the development of new products in corporations as well as in the entrepreneurs themselves.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial failures.

ПЪТЯТ НА ПРЕДПРИЕМАЧА: КОНЦЕПЦИИ ЗА ПРОВАЛА

Радостин Вазов

Резюме: Целта на тази разработка е да анализира предприемаческите провали и да очертае рамка за бъдещи изследвания. Докато основната цел на всички предприемачески концепции е успешното използване на предприемаческите възможности, провалът не е непременно напълно отрицателен резултат, тъй като някои неуспехи могат да поставят основата за последващ успех. Този път от неуспех до успех може да се наблюдава при разработването на нови продукти в корпорациите, както и в самите предприемачи.

Ключови думи: предприемачество, предприемачески провали.

ВЪВЕДЕНИЕ

Поради силно несигурния характер на търсенето на нови бизнес възможности (Knight, 1992; McMullen & Shepherd, 2006) неуспехът е типичен резултат за предприемаческите начинания (Brüderl, Preisendörfer, & Ziegler, 1992; Shane, 2009; Wiklund, Baker & Shepherd, 2010). Да вземем за пример семейните бизнеси. Те представляват значителен дял от всички предприятия в САЩ – до 90% (Dumas, 1992; Heck & Trent, 1999; Kets de Vries, 1993), но почти 70% от семейните предприятия не успяват да преминат през второто поколение и приблизително 90% не успяват да оцелеят през третото поколение (Kets de Vries, 1993). По подобен начин утвърдени фирми често започват предприемачески проекти като част от инициативите за корпоративно предприемачество за създаване на нови продукти, навлизане на нови пазари, проучване на нови технологии или изграждане на нови предприятия (Zahra, Jennings & Kuratko, 1999). Подобно на бизнеса обаче, предприемаческите проекти са основно експерименти с непознати резултати в среда на несигурност (McGrath, 1999). Следователно спорадичен, или дори повтарящ се неуспех на предприемачески проект, е неизбежен в компаниите, които практикуват корпоративно предприемачество (Burgelman & Välikangas, 2005). Всъщност Boulding, Morgan & Staelin (1997) изчисляват, че 35-45% от всички нови продукти се провалят (Boulding, Morgan & Staelin, 1997). Освен това, изследвайки 95 предприемачески единици в корпорации със

седалище в осем страни по света, Кембъл, Биркиншоу, Морисън и ван Бастен Батенбург (2003) съобщават, че няма успешни примери сред фирми или сред вътрешни корпоративни начинания, започнали с единствената цел да изследват възможностите за растеж на пазара в нови области и продукти.

Докато основната цел на всички предприемачески инициативи е успешното използване на предприемаческите възможности, провалът не е непременно напълно отрицателен резултат, тъй като някои неуспехи могат да поставят основата за последващ успех. Пътят от неуспех до успех се наблюдава при разработването на нови продукти (Maidique & Zirger, 1985), във вътрешно корпоративното предприятие (McGrath, 1995) и съвместното предприемачество (Peng & Shenkar, 2002). Въпреки че някои неуспехи водят до положителни резултати, успехът не е директно последствие от даден провал. За да съумее да избегне неуспеха, за предприемача или организацията е важно да се учи от минали грешки. Като такива предприемаческите неуспехи могат действително да бъдат потенциални възможности за обучение (Green, Welsh & Dehler, 2003). Чрез откриване на даден проблем (Chuang & Baum, 2003; Sitkin, 1992), провалът може да мотивира хората да търсят решения (Ginsberg, 1988; McGrath, 2001; Morrison, 2002; Petroski, 1985). Нещо повече, провалът често предизвиква изграждане на усет, като по този начин служи като богат източник на информация за учене. Ученето от неуспеха се отнася до „усещането, че човек придобива и може да прилага знания и умения" като пряк резултат от опита с провал (Spreitzer, Sutcliffe, Dutton, Sonenshein & Grant, 2005, p. 538). Когато предприемачите се възползват от шансовете си, учат се от своите неуспехи и действат, базирани на нови знания, които добиват от тези неуспехи, икономиките могат да напредват (Hoetker & Agarwal, 2007; Knott & Posen, 2005; Mason & Harrison, 2006). Освен това, когато предприемачите и организациите стигат до нови знания от своите неуспехи, те са по-склонни да се включат в бъдещи предприемачески инициативи (Hayek, 1945). Подобни инициативи могат да служат като основа за стабилен растеж и обновяване (McGrath, Tsai, Venkataraman & MacMillan, 1996), като по този начин увеличават шансовете на хората за успех с ново начинание след провал. По подобен начин онези, които не успяват в корпоративна среда, могат да помогнат на организациите си да подобрят иновациите си като се поучат от неуспеха и емоционално се ангажират с по-късни проекти. Тъй като провалът може да мотивира индивидите да придобият нови знания или умения, изследователите твърдят, че хората са склонни да научават повече от своите неуспехи,

отколкото от своите успехи (Petroski, 1985; Popper, 1959). Ситкин (1992, с. 243).

Този кръг автори предполагат също така, че ученето от неуспех е най-вероятно да се случи, когато събитията от неуспех са резултат от планирани действия; имат несигурни резултати; притежават скромен мащаб или са с висока степен на сигурност и се провеждат в области, които са достатъчно познати, за да позволят ефективно учене. Въпреки че повечето организации и техните членове вярват, че ученето от неуспеха е важно, те обикновено смятат, че процесът е труден (Cannon & Edmondson, 2005). Това важи и за предприемачите, които губят бизнеса си (Byrne & Shepherd, 2015; Shepherd, 2003). Провалът разкрива важна информация, но организациите и индивидите често са неспособни да отсеят и анализират тази информация. Трябва да получим по-дълбоко разбиране за цената на провала (проект и бизнес) за предприемача и начините, по които тези цена може да създаде пречки за извличане на ползи от неуспеха. Въпреки това, преди да вникнем в нюансите на знанията по тази важна тема, е важно да започнем с това, което имаме предвид под провал (в различните му форми).

ДЕФИНИРАНЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ НЕУСПЕХИ

Неуспехът е концептуализиран по редица начини, включително като загуба на собствеността (вж. Singh, Corner & Pavlovich, 2007) и фалит (напр. Shepherd & Haynie, 2011), като загубата е причинена или чрез неплатежоспособност (Coelho & McClure, 2005; Shepherd, 2003), или чрез лошо представяне пред вземащите решения (Ucbasaran, Westhead, Wright & Flores, 2010). Всъщност Ucbasaran et al. (2013, с. 175) дефинират бизнес неуспеха като „прекратяване на участието в предприятие, тъй като то не е достигнало минимален праг за икономическа жизнеспособност, посочен от (учредителя) предприемача". Шепърд определя провала на проекта като прекратяване на инициатива за създаване на стойност в организацията, която не отговаря на целите си (Shepherd, Covin et al., 2009; Shepherd, Patzelt & Wolfe, 2011; вж. също Hoang & Rothaermel, 2005; McGrath, 1999). Въпреки че съществуват многобройни дефиниции за неуспех, изследователите трябва да използват определението, което най-добре отговаря на поставения въпрос в тяхното проучване. Също така е важно авторите да предлагат ясна, изрична дефиниция, както и обосновка за нейното използване. Разработката е базирана на основните последици, произтичащи от провала на проекти или предприятия – последици, които са финансови, социални, емоционални или комбинация от тези

последствия – и предлага различни възможности за бъдещи изследвания.

ФИНАНСОВИТЕ ПОСЛЕДИЦИ ОТ ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИЯ НЕУСПЕХ

Литературата предоставя дълъг списък на учени, фокусирани върху финансовите разходи при провал. Например, предприемачът често трябва да поема личен дълг, за да финансира своя бизнес, който след това трябва да погасява след провала на бизнеса (Cope, 2011). Оказва се обаче, че финансовите разходи за неуспех (проект или бизнес) за индивида зависят от културата и от институционалната среда, в която работи. Например, законите за несъстоятелността се различават в отделните страни, а „строгостта“ на тези закони оказва влияние върху финансовите разходи, понесени от предприемача поради неуспешния бизнес (Lee, Peng & Barney, 2007; Lee, Yamakawa, Peng & Barney). Въпреки че сме получили съществено разбиране за финансовите разходи при провал - и в това отношение финансовите разходи за запазване въпреки слабите резултати (Gimeno, Folta, Cooper & Woo, 1997; Shepherd, Wiklund & Haynie, 2009) - все още има какво да се научи.

Възстановяване на финансовите разходи от предприемачески провал

Преди всичко е необходимо да придобием по-задълбочени познания за това как и защо някои предприемачи могат да се възстановят от финансовите последици от неуспеха по-бързо от други. Какви действия предприемат такива лица след фалит, кои са действията, помагащи им да се справят с финансовата тежест? Освен това понятието „възстановяване“ може да е твърде ограничаващо, тъй като може да означава, че индивидите просто „преодоляват“ финансовите разходи при неуспех, но не вземат предвид възможните финансови ползи от провала с течение на времето. Например, крайният финансов успех след фалита на предприятието може да изисква от физическите лица да поемат традиционна заетост за определен период от време, за да възстановят финансовите си резерви, преди отново да създадат собствен бизнес. Освен това тези, които страдат от значителни финансови загуби след провал на бизнеса, вероятно ще извлекат значителни поуки за това как да управляват финансовите си ресурси в бъдеще.

Какви са уроците в подобен труден контекст и как те влияят върху бизнес модела и капиталовата структура на следващите предприятия? Бъдещите изследвания могат да се фокусират върху тези

предприемачески кариери, т.е. върху последователността на кариерата на предприемачите, за да се изясни как предприемачите се възстановяват от финансовите последици от провала на бизнеса и как се възползват от неуспеха, за да постигнат финансов успех в дългосрочен план.

Още по-неясни са финансовите разходи за неуспех на проекта в дадена организация. Как неуспехът на един проект влияе върху траекторията на кариерата на член на неуспешно екипно усилие? В някои организации ръководството може да възприеме лидерите на провален проект като лишени от компетентност и постоянство, което вероятно възпрепятства продуктивната кариера на корпоративния предприемач. В отговор на това предприемачът вероятно ще напусне организацията или ще остане в организацията, но ще ограничи предприемаческата дейност (а други членове на организацията вероятно ще приложат същото поведение). С отстраняването на корпоративен предприемач организацията губи, защото убива и съществено намалява предприемаческия дух на фирмата. Обратно, съществуват организации, които са по-толерантни към провала, и дори има такива, които го празнуват.

Финансови разходи за предприемачески провал на групово ниво на анализ

Предприемачът не само поема финансовите разходи за бизнес провала, но и семейството му вероятно ще почувства последствията. Бъдещите изследвания на предприемачи от едно семейство вероятно ще предоставят по-пълна картина на финансовите разходи за провала на бизнеса за предприемачите. Например, докато двама предприемачи могат да изпитат едни и същи финансови проблеми след провала на бизнеса, хетерогенността на семейното богатство на всеки предприемач може да доведе до различни дългосрочни финансови последици. По същия начин разходите за неуспех на проекта могат по-лесно да се поемат от по-богата организация, отколкото от по-бедна. Как богатството на предприемача, вградено в неговото семейство или организация, влияе върху естеството на финансовите разходи, върху решението за започване или прекратяване на предприемаческата дейност и върху способността и желанието да се премине към следващото предприемаческо начинание?

На пръв поглед изглежда, че финансовите разходи за провал ще бъдат по-малко вредни за предприемачите, принадлежащи към по-богати групи (например корпоративен предприемач, член на

по-богата организация или независим предприемач, част от по-богато семейство). Въпреки това тези, които принадлежат към по-малко богати групи, могат да са склонни да се ангажират в по-рисково поведение като цяло (например смятат, че са така или иначе в загуба и действат по начин, съответстващ на теорията за перспективите), като е по-вероятно да предприемат и последващи рискови предприемачески действия. Бъдещите изследвания могат да проверят дали тези с по-малко семейно богатство, стоящо зад предприемаческите си начинания, са по-склонни да се доближат до потенциална възможност с реална оценка, използвайки методи за оценка на потенциални възможности, или са по-склонни да залагат всичко на един проект.

Финансовите загуби от предприемаческия провал и последващи предприемачески действия

В съответствие с научните изследвания, демонстриращи важността за покриване на финансовата „дупка“, както и на експериментите, необходими за успешното предприемачество (вж. Джордж, 2005 г.), така и на стартиращите компании на ранен етап на развитие (Gilbert, McDougall & Audretsch, 2006), може да изглежда, че финансовите разходи при провал на бизнеса биха представлявали значителна пречка за по-късна предприемаческа дейност, особено в краткосрочен план. Въпреки това, недостигът на ресурси след провал на бизнеса може да създаде среда, която насърчава предприемчивостта, т.е. тя „да се справя с всичко, което е под ръка“, за корпоративни предприемачи, за които е по-трудно да набавят ресурси от управлението след неуспех.

Недостигът на ресурси е в състояние да предизвика предприемаческа активност, като по този начин първоначалните финансови разходи се трансформират в различна форма. Въпросът тук е способни ли са някои да преминат от предприемаческа дейност, стимулирана от слаби ресурси, към предприемаческа дейност, предизвикана от недостига на ресурси? Какви механизми дават възможност на хората да превключват между тези два различни „източника“ на предприемаческа дейност? Отговорите на тези въпроси вероятно се отнасят до начина на мислене, задействан (или приложен) към неблагоприятните условия, присъщи на оскъдна среда. За някои този тип проблеми вероятно поставят акцент върху защитата на ресурсите – реактивна позиция, която включва изразходване на някои ресурси, за да се спре тенденцията по-нататъшните ресурси да бъдат загубени. За други обаче това неблагоприятно положение може да доведе до акцент върху

инвестирането на ресурси – проактивна позиция за попълване и увеличаване на ресурсите (Hobfoll, 2001; Hobfoll & Lilly, 1993). Уилямс и Шепърд (2016) показаха, че онези, които се ангажират с инвестиране на ресурси под формата на предприемачески действия (примерно създаването на предприятие за облекчаване на страданията на други вследствие на природно бедствие), имат по-добро функциониране в тази неблагоприятна среда отколкото други, които не участват в предприемачески действия. Следователно дефиницията за това какви са крайните нетни разходи (или ползи), когато предприемачите се провалят, зависи от мисленето, което се развива по отношение на това дали да се защитят оставащите ресурси (чрез консервативни действия) или тези ресурси да се инвестират в предприемаческа дейност. Според Шепърд и Уилямс (2017) теорията за регулаторния фокус може да е от решаващо значение при обяснението на това кои избягват неблагоприятната ситуация чрез изграждане на нова работна идентичност (т.е. тези, които са с нагласата да инвестират ресурсите) и кои залиняват (т.е. тези, които имат фокус върху превенцията). Тъй като придобиваме все по-дълбоко разбиране върху проблема как различните нагласи влияят върху реакциите на хората и възстановяването им от неуспеха, вниманието трябва да се насочи към предшествениците на тези нагласи. Например, защо някои инвестират ресурси в критична ситуация, докато други защитават останалите си ресурси; и защо някои, които достигат до дъното след провал на предприемачеството, подхождат към ситуацията с фокус върху възстановяването, а други са с фокус върху защитата на това, което е останоло? Трябва да придобием по-същностно разбиране на нагласите, които отразяват различните пътища и траектории в поведението на хората.

Предприемачески неуспех и кариера

Тъй като провалът може да доведе до лични финансови затруднения на предприемача, например да прекрати неговия източник на доходи, да навреди на професионалната му репутация и да доведе до отрицателни финансови резултати за неговото семейство или фирма, това е екстремен контекст, който позволява на изследователите да проучват различните варианти за кариерно развитие, за да разкрият дългосрочните финансови последици от провала. Този тип изследвания могат да допринесат и да разширят съществуващите теории, като се призовават за повече проучвания относно ограниченията в кариерата (Arnold & Cohen, 2008) и за начините, по които хората се адаптират към новите кариери (Savickas, 2002), особено когато предишният им

кариерен път е приключил (Haynie & Shepherd, 2011; Shepherd & Williams, 2017) и те имат финансови тежести. Както посочихме по-рано, контекстът на неуспех (на проект или бизнес) е идеален за разширяване на теориите за адаптивността в условията на значителен недостиг на ресурси (поради финансови разходи за неуспех). Тези теории могат да бъдат допълнително усъвършенствани, ако бъдещите проучвания изследват как предприемачите, които изпитват неуспех, се адаптират, за да отворят нови възможности за кариера. Може би, като се събират различни кариерни пътеки (или елементи в рамките на тези кариери), индивидът може да комбинира и рекомбинира различни аспекти, свързани с работата – по начини, които създават нова възможност за кариера.

СОЦИАЛНИТЕ ПОСЛЕДИЦИ ОТ ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИЯ ПРОВАЛ

Въпреки че провалът може да има положителни последици за индивида - например добиване на знания и умения и личностно развитие (Cope, 2011; McGrath, 1999; Shepherd, 2003), някои автори често не виждат предприемаческия провал в такава оптимистична светлина (D'Aveni, 1990; Semadeni, Cannella, Fraser & Lee, 2008; Sutton & Callahan, 1987). Както бе отбелязано от March и Shapira (1987, с. 1413), „общественото разбиране за поемане на риск и смесването на понятието хазарт и поемане на риск водят до лоши последици“. Наистина, провалът на служители или предприемачи е силно изразен и незабавен, докато ползите от натрупания опит (за индивида и за икономиката) са по-дифузни и се нуждаят от време за развитие. Има много доклади за предприемачи, които не успяват да се справят с бизнеса, които се оценяват остро от други. В исторически план физически лица, които са фалирали, са подложени на наказания, които включват „конфискация на цялото имущество, разтрогване на брака, отнемане на гражданство, забрана за държавна служба, лишаване от свобода“. В недалечното минало са се прилагали практики, несъвместими със съвременните разбирания, като задължението да „удрят бедрата си на скала пред разярена тълпа“, „да носят отличителни дрехи на публично място“, както и са били обект на други средства за деградация и унижение на публично място (Efrat, 2006, p. 366). Съвременните еквиваленти на отговорите на обществото към неуспелите предприемачи включват отхвърляне, избягване, оттегляне и очерняне (D’Aveni, 1990; Sutton & Callahan, 1987). Тези сурови решения хвърлят значителна вина (Семадени, Канела, Фрейзър и Лий, 2008; Сътън и Калахан, 1987) за

провала на индивида и предполагат, че предприемачът трябва да бъде наказан (Efrat, 2005; Lee et al., 2007) и да чувства срам поради провала си (Probst & Raisch, 2005; Wiesenfeld, Wurthmann & Hambrick, 2008). В по-голяма или по-малка степен тези преценки за провала на бизнеса са отразени в законите за несъстоятелност на страните (Lee et al., 2011; Lee, Peng & Barney, 2007), а също така преценките за провал на проект са отразени в културата на организацията (Cannon & Edmondson, 2001; Tucker & Edmondson, 2003). Такива сурови решения и стресът, който те генерират, могат да окажат отрицателно въздействие върху икономиката (Semadeni et al., 2008; Sutton & Callahan, 1987), върху психологическото (Byrne & Shepherd, 2015; Shepherd, 2003) и физическо (Cope, 2011; Whyley, 1998) благосъстояние на индивида, който преживява неуспех. По авторово мнение настоящата литература само бегло е засегнала повърхността на тази тема, когато става въпрос за проучване на социалните разходи за провала на бизнеса за предприемачите.

Връзките в отношенията след предприемачески провал

Има ясно разбиране за връзките в отношенията и начина, по който те влияят в рамките на предприемаческата дейност и извън нея (Kelley, Peters, & O'Connor, 2009; Stam & Elfring, 2008 (Hoang & Antoncic, 2003; Jack, 2005), но знаем сравнително малко за това как тези връзки се променят след неуспех. Бъдещите изследвания имат шанса да добавят набор от познания по тази тема като проучат как се променят формалните (бизнес) отношения на предприемачите след прекратяване на междуорганизационните отношения в резултат на бизнес провал и при прекратяване на вътрешно-организационни отношения поради неуспех на проекта. Неуспехът нарушава ли тези взаимоотношения завинаги или те могат да бъдат възстановени? Ако тези отношения могат да бътат възстановени, какви са механизмите за възстановяване или е по добре да се търсят нови взаимоотношения? Наистина, въпросът е дали е по-добре предприемачът да инвестира времето си във възстановяването на отношенията, повредени от провала, или в създаване на нови взаимоотношения „без багаж“. Доколко могат предприемачите, преживели неуспех, да разчитат на предишни взаимоотношения, за да помогнат в процеса на възстановяване или да осигурят ресурси за по-късна предприемаческа дейност? Как провалът на предприемача влияе на взаимоотношенията му? Може би външните признаци на неуспех спомагат за намаляване на броя на връзките, но вътрешните признаци на неуспех укрепват съществуващите връзки?

Съществува схващането, че слабите външни взаимоотношения спомагат за по-бързото възстановяване след провал и идентифицирането на потенциални възможности (Ardichvili, Cardozo & Ray, 2003; Hoang & Antoncic, 2003), а от друга страна - силните връзки са по-важни за намаляване на социалните разходи от провала. Може да се окаже, че силните връзки представляват заместители, които помагат за възстановяването на слабите връзки, увредени от провала, или спомагат за създаването на нови слаби връзки, предизвикани от загубата на предишни слаби връзки чрез провал. Някои връзки вероятно ще бъдат повредени и загубени в резултат на неуспех, но може да се окаже, че някои от тях се променят след неуспех. Например неуспехът може да послужи за засилване на отношенията на предприемача със слаба връзка (т.е. слаба връзка, която се променя в силна връзка) и да отслаби връзката му с преди това силна връзка (т.е. силната връзка става слаба). Съществуват многобройни възможности за бъдещи изследвания върху процесите на прекратяване, използване, възстановяване, повторното активиране и трансформацията на връзките в отношенията след неуспех.

Предприемачески неуспех и социална стигма

Докато разбираме как предприемачите са склонни да се справят със ситуации на провал (Sutton & Callahan, 1987), то знаем по-малко за това кога и защо неуспехът на проекта и бизнеса представлява заклеймяващо събитие. Защо едни неуспехи на предприемачи предизвикват по-толерантно отношение на обществото към тях и има ли пряка връзка между вида на бизнеса и възприятието на обществото към провала? Например Shepherd и Patzelt (2015) установяват, че хомосексуалните предприемачи вероятно ще бъдат по-скоро стигматизирани от бизнес провал, отколкото тези, които са хетеросексуални (в един регион на Германия), и че тези, които се опитват да запазят околната среда, са по-малко стигматизирани за бизнес провал, отколкото други, които не се опитват да опазят околната среда. Вероятно жените-предприемачи в предполагаеми „мъжки“ индустрии (или мъжки организации или роли) се сблъскват с по-голяма стигматизация от неуспех в сравнение с жените в „женски“ отрасли (или организации или роли) или мъже в „мъжки“ индустрии (или организации или роли). Тоест, когато индивидите се отклоняват от нормата и се провалят, те могат да се сблъскат с по-големи социални разходи в сравнение с повече „нормални неуспехи”. Ако това е така обаче, има обществено влияние, което е в състояние да възпрепятства

всяка новост, която може да бъде силно трансформираща. Какво е въздействието на стигмата за предприемаческия неуспех? Може би високата стигма за предприемаческия провал пречи на някои индивиди да се ангажират с предприемачески действия (като вид страх от неуспех), от участие в определени видове предприемачески проекти или предприятия (т.е. онези, за които стигмата от провал е най-голяма), от прекратяване на лошо изпълняващ се проект или бизнес (намаляване на социалните разходи за неуспех, но увеличаване на финансовите разходи за провал, когато той е налице), или „напускане на кораба“ при фалит, с надеждата да се избегне стигмата. Всяка алтернатива представлява множество съображения и последици.

Ролеви модели на предприемаческия неуспех

Налице са познания за успешни предприемачи, служещи като ролеви модели (Bosma, Hessels, Schutjens, Van Praag & Verheul, 2012; Krueger & Brazeal, 1994), но все още не са изследвани напълно получените социални сигнали от бизнес неуспехите на предприемачите. Например, от една страна, родителите, които имат успех в предприемачеството, често служат като пример за подражание за децата си, не само показвайки им, че предприемачеството е постижима и желана кариера, но и насърчават предприемаческите цели и действия на техните деца (Davidsson & Honig, 2003). От друга страна, как бизнес провалът на родителите влияе върху „следващото поколение” на потенциални предприемачи? Децата, които наблюдават и преживяват (пряко или непряко) негативните последици от провала на бизнеса, могат да решат да се откажат от предприемаческата кариера, тъй като считат провала на бизнеса за изключително виден възможен резултат от предприемаческите действия. Въпреки това, способността на родителите да “отскочат” след неуспех и да покажат устойчивост може да намали страха на децата им от провал като по този начин им помага да формират по-положителни вярвания за провал (за първоначални доказателства вж. Politis & Gabrielsson, 2009). Може би родителите, които са имали бизнес провал (или ментор, който е имал неуспешен проект), служат като отлични модели за подражание за това как да се справят с провала, да се възстановяват, да учат от опита и в крайна сметка да вървят напред. Това означава, че може би хората могат да се обучат как да се справят и да се възползват от неуспеха. Ако случаят е такъв, увеличаването на значимостта на предприемаческия провал може да направи предприемаческите действия повече вероятни (отколкото по-малко).

Ролята на социалните умения при справяне с предприемаческия провал

Смятаме, че е ценно да се изследва ролята на социалните умения в отговорите на предприемачите към провала, включително социалното възприятие, изразителността, управлението на впечатленията и социалната адаптивност. Барон и Танг (2009) подчертават редица изследвания, установяващи въздействието на тези умения върху важни резултати в многобройни контексти, включително в предприемачески контекст. Лицата със силни социални умения вероятно ще бъдат подготвени за намаляване на социалните разходи за бизнес провал (например чрез проницателно разказване на истории и придаване на чувство на другите относно провала и ролята, която играят в този провал), както и свързаните с тях психологически проблеми. Освен това хората със силни социални умения често имат по-широки и по-разнообразни социални мрежи (Diener & Seligman, 2002), с които могат да се свържат, за да говорят за своя провал и да получат подкрепа. Бъдещите проучвания могат да изследват ролята на социалните умения в начина, по който предприемачите управляват социалната и психологическата цена (и косвено финансовите разходи, както беше споменато по-горе) на провала.

Съществува също така възможност за по-дълбоко разбиране на въздействието на провала чрез фино разбиране на социалните умения на предприемача (корпоративни или независими). Кои от социалните умения – социално възприятие, експресивност, управление на впечатленията и социална адаптивност – на кой аспект на процеса на възстановяване от неуспех и с какъв ефект влияят? Например експресивността може да улесни ориентацията в загубата, а ориентацията в загубата може да помогне за намаляване на социалните разходи на провала, тъй като индивидът е в състояние да изрази отрицателните си емоции спрямо ситуацията. Оказва се обаче, че ориентацията в загубата за продължителен период може да задълбочи отрицателните психологически реакции към провала (вж. Shepherd et al., 2011). Следователно може да се окаже, че по-големите социални умения не непременно водят до по-добри резултати – може да има и изключения, намаляващи възможността за възстановяване. Доколкото съществуват изключения и различни резултати от определено социално умение, може ли да се преодолее или компенсира негативният ефект на това конкретно социално умение чрез активирането на различно друго социално умение? Важно е да се получи по-дълбоко разбиране не само

на различните социални умения и техните ефекти върху резултатите от провала, но и на начините, по които тези социални умения могат да бъдат комбинирани, за да се намалят общите разходи за неуспех. С това по-дълбоко разбиране учените са в по-добра позиция да преподават на студентите и начинаещите предприемачи (независимо дали са корпоративни или независими) социалните умения, които не само им помагат да успеят с проектите си, но и да се справят с възможността (и дори вероятността), че техните предприемачески усилия (проекти или бизнес) могат да претърпят провал.

Предприемачески неуспех и баланс между професионалния и личния живот

Ако проучванията изследват предимно баланса между професионалния и личния живот на предприемачите (Shepherd & Haynie, 2009), то се знае сравнително малко за начина, по който предприемачите продължават да постигат равнивесие между професионалния и личния живот, когато работният аспект на тези отношения завърши с неуспех. Например дали предприемачът може да отдели провала в своята работа без да наруши взаимоотношенията си, като по този начин неуспехът има минимален ефект върху другите членове на семейството – или пък неуспехът води до ефекти на разпространение? Ако някои са способни да разделят проблема, тогава е важно да се разбере как изпитващият неуспех "изолира" от другите членове на микрообществото "заразата" от други (членове на семейството). Въпреки че изолацията може да намали степента на увреждане от неуспеха, може би ангажирането на други микрообщества в противопоставянето на неуспеха (вместо да се скрие или да се изолира) може да осигури по-добри резултати за предприемача. Тази линия на изследване може да бъде подкрепена например чрез установяване дали процентът на разводите се увеличава след големи бизнес или проектни неуспехи и дали различията в тази социална цена могат да се обяснят с начините, по които предприемачите управляват своите микрообщества след като са претърпели неуспех. Бъдещите изследвания, насочени към тези теми, ще осигурят по-задълбочен поглед върху социалните разходи на неуспеха и ще позволят на предприемачите да намалят тези разходи, като в същото време максимизират възможните социални ползи след провал.

ЕМОЦИОНАЛНИТЕ ПОСЛЕДИЦИ ОТ ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИЯ ПРОВАЛ

Първо, когато индивидите преживяват провал на бизнес или проект, който е важен за тях, те могат да имат отрицателна емоционална реакция, например мъка (Shepherd, 2003; Shepherd & Cardon, 2009; Shepherd, Covin et al., 2009; Shepherd et al., 2011). Докато скръбта може да мотивира индивидите да търсят информация за неуспеха, необходима, за да се поучат (Cyert & March, 1963; Kiesler & Sproull, 1982), то често се случва вниманието им да е разфокусирано и това да пречи на реалната обработка на данните и търсенето на причината за провала. Негативните емоции могат да имат неблагоприятни ефекти върху познанията. Първо, те „ограничават моментните възможности на мисълта на индивидите като предизвикват специфични тенденции на действие (напр. импулса „бий се или бягай“). Същевременно положителните емоции разширяват възможностите на мисълта, като ги подтикват към по-широк кръг мисли и действия, отколкото е типично”(Fredrickson & Branigan, 2005, p. 314). Така индивидите, които искат да генерират оригинални иновации, водещи до бъдещи продукти, трябва да избягват и да овладяват негативни емоции (Fredrickson, 1998).

Второ, проучванията показват, че отрицателните емоции имат вредно въздействие върху ангажимента на отделните лица, включително върху мотивацията на предприемачите да започнат ново начинание след предходен бизнес провал (Shepherd, 2003) или желанието на членовете на екипа да представят лични ресурси, за да отговорят на организационните цели след неуспеха на проекта (Allen & Meyer, 1990; O'Reilly & Chatman, 1986; Shepherd et al., 2011). Тъй като ангажиментът за действие може да подобри работата, този ангажимент трябва да бъде балансиран с ученето от неуспех, тъй като ученето от неуспеха може също да подобри работата (McGrath, 1999).

И накрая, изследванията са установили, че негативните емоции стесняват вниманието на хората, което ги кара да пропускат възможности, нарушават творческото и интегративно мислене (Estrada, Isen, & Young, 1997; Fredrickson & Branigan, 2005; Isen, Daubman & Nowicki, 1987) като в крайна сметка възпрепятстват ученето (Fredrickson & Branigan, 2005; Masters, Barden & Ford, 1979). С течение на времето (т.е. след провала) тези негативни емоции са склонни да се разсейват (Shepherd et al., 2011) като по този начин премахват бариерите пред ученето от неуспех. Оказва се обаче, че тези емоционални пречки пред ученето от неуспех могат да бъдат намалени по-бързо за някои индивиди. Например хора с научен оптимизъм и самосъстрадание и

тези, които принадлежат към подкрепящи групи като семейството или определени организации (Shepherd, Covin & Kuratko, 2009; Shepherd et al., 2011). Предишни изследвания предоставят солидна основа за разбирането на това как и защо отрицателните емоционални реакции се предизвикват след неуспех, на който можем да стъпим, за да проучим редица важни изследователски теми.

Емоциите, които съставят „мъката“ от предприемаческия провал

Предишни изследвания са използвали термина „мъка“, когато се отнасят до някакви негативни емоции, причинени от загубата на бизнес (Byrne & Shepherd, 2015; Shepherd, 2003, 2009) или проект (Shepherd & Cardon, 2009; Shepherd, Covin et al., 2009, 2011), а настоящите проучвания изследват как мъката засяга когнитивните процеси, свързани с ученето. Изследванията върху емоциите обаче показват, че различните форми на негативни емоции имат различни източници, както и различни въздействия върху познанието (Bodenhausen, Sheppard & Kramer, 1994; Keltner, Ellsworth & Edwards, 1993). Като такива, специфичните неуспехи водят до различни психологически резултати, защото причиняват различни форми на негативни емоции, които от своя страна засягат когнитивните процеси по различен начин. Неуспехите за някои хора вероятно ще генерират чувство на срам, докато у други те могат да предизвикат чувство на вина. Тези различни по същината си отрицателни емоции са донякъде свързани, като и двете могат да предизвикат чувство на скръб, но могат да имат различни ефекти върху познанието. Срамът от провал включва оценка на себе си, според която индивидът се чувства „лош човек“, докато вината за провал включва оценка на поведението, така че усещането е сякаш човек е извършил „лошо нещо“. (Lewis, 1971; Niedenthal, Tangney & Gavanski, 1994; Tangney, 1989, 1991, 1993). Как тези различия между срам и вина (като съпътстващи скръбта за загубата, породена от неуспеха) влияят на познавателния процес на учене от неуспеха и мотивационния процес за желанието да опитаме отново? Важно е да се разберат процесите за справяне със срама и да се разграничат от процесите на справяне с вината. Такова разбиране на отделните преживявания, ролите и ефектите на различните негативни емоции, които съставляват скръбта от провала, не само ще обяснят психологическите последици от неуспеха, но и ще имат някои нормативни последици, а именно: ще научим как да улесним процеса на възстановяване, за да се увеличи и ускори ученето от опита и да се възстанови мотивацията и позитивното

функциониране. Освен това може ли комбинация от конкретни негативни емоции, включващи мъката на предприемача, по-добре да обясни психологическата цена, произтичаща от неуспеха, в сравнение с въздействието на всяка от тези емоции поотделно? Има възможност да се изследват различните конфигурации на негативните емоции, които съставляват скръбта за отделни хора. Може би още по-интересно е да се изследват тези конфигурации в течение на времето. Например може да се окаже, че за група предприемачи определена негативна емоция доминира веднага след неуспеха (напр. гняв), но намалява малко след това, докато друга негативна емоция може да има ниска проява в началото, но започва да доминира по-късно (напр. вина). Ще бъде интересно да се определи дали предприемачите чувстват „поредица" от негативни емоции; дали различни индивиди, неуспехи и негативни ситуации имат различни механизми и последователности; и какви психологически последици имат тези различни последователности за предприемачите, чиито проекти или предприятия са се провалили.

Изграждане на ресурси от опита на предприемаческия провал

Проучването на психологическата цена на негативните емоции, свързани с бизнес неуспеха, е полезно и интересно начинание, а в тази област все още има много работа, която трябва да бъде свършена. Бъдещите изследвания обаче трябва да проучат и положителните психологически ефекти от скръбта след бизнес провал. Изследването на скръбта е показало, че преминаването през процеса на скръб води до личностно израстване (Hogan, Greenfield & Schmidt, 2001). След провала на бизнеса предприемачите осъзнават ли, че имат емоционални и познавателни ресурси, които не са забелязали преди, или преживяването на неуспех им помага да изграждат такива ресурси? Например неуспехът в работата с ръководителите (когато говорим за вътрешно предприемачество) може да помогне на предприемачите да развият ефективност, емоционална интелигентност и други източници на устойчивост. Тези ресурси за устойчивост (и самопознание от тях) вероятно ще повлияят на последващото предприемаческо мислене по отношение на готовността да се поеме риска от несигурност например, която от своя страна влияе върху формирането на определени нагласи. Ресурсите на устойчивост могат да доведат до по-голяма емоционална инвестиция в предприемаческо действие като се има предвид вярата в способността на човека да се справя ефективно с отрицателните емоционални преживявания. Тези ресурси също могат да доведат до

по-малко отчитане на грешки и намалена необходимост да изглеждат последователни, което ще спомогне за намаляване на вероятността за лошо изпълняващ се проект или бизнес. Това ще се базира на увереността на индивида, че е в състояние да се справи с последствията от неуспеха.

Положителни емоции след предприемаческия провал

Изследването на ролята на положителните емоции и саморегулирането също може да доведе до по-дълбоко разбиране на личностното израстване от провала на бизнеса. Например Fredrickson (1998, 2003) прави извода, че положителните емоции могат да противодействат на влиянието, което негативните емоции оказват при ограничаването на вниманието и обработката на информация и могат да помогнат за разработването на ресурси, които подпомагат справянето с трудности. По този начин предприемачите с по-голям диспозиционен оптимизъм (вж. Hmieleski & Baron, 2009) и положителна нагласа (вж. Baron, Tang & Hmieleski, 2011) реализират по-големи предимства от преживявания на провал (например възстановяват се по-бързо, учат се по-успешно и израстват личностно). Те активно използват положителните емоции, за да се справят с мъката, произтичаща от провала на бизнеса. Но как са в състояние да генерират положителни емоции след значителна загуба? Именно тук емоционалната интелигентност играе особено важна роля. Това означава, че емоционално интелигентните предприемачи вероятно ще бъдат наясно със своите силно негативни емоции от провал на проекта или бизнеса, осъзнавайки че генерирането на положителни емоции „отменя" негативните преживявания и помага за изграждането на ресурси (Fredrickson, 1998); същевременно те знаят как да задействат тези положителни емоции. Последното от тези действия, разбира се, е по-лесно да се каже, отколкото да се осъществи, а именно генериране на положителни емоции, когато човек се чувства „сринат" от голям провал.

Важният проблем е как някои хора могат да предизвикат положителни емоции след провал или друга форма на голяма загуба. Разбирането на техниките за стимулиране на положителни емоции може да бъде особено полезно за предприемачите, които често се сблъскват с неуспехи и други сериозни провали. Алтернативно, при предприемачи с по-ниска емоционална интелигентност, е общуването с емоционално интелигентни индивиди в мрежата им от контакти. Например за индивиди, които са в състояние да генерират положителни емоции, за да премахнат пречките за учене от неуспех и да продължат напред, това

могат да бъдат срещи с приятели, които ги разбират, осъзнават, че в момента те изпитват негативни емоции и имат нужда от положителни такива; приятели, които знаят как да генерират тези положителни емоции в човека, преживяващ проблем. Отново, постигането на по-дълбоко разбиране за това „кой“ и „как“ има нужда от създаване на положителни емоции в ситуация на загуба е много важно, за да се повиши разбирането ни за емоционалните разходи и ползи от провала на проекта и бизнеса. Този поток от изследвания може да има интересно значение за обучението по предприемачество – обучение на нашите студенти как да стимулират положителните емоции дори в най-неблагоприятните ситуации.

Многобройни предприемачески неуспехи

Докато основните изследвания са насочени към „горещите познания“, свързани с неуспеха на предприемачите, има и някои (немного на брой) изследвания, които изследват последиците от многобройни неуспехи (за изключения вж. Shepherd, Haynie & Patzelt, 2012; Ucbasaran, Westhead & Wright, 2009; Ucbasaran et al., 2010). Например дали психологическите разходи за втори провал са различни от тези на първия неуспех и ако да, по какъв начин се различават? Предприемачът би могъл да бъде по-подготвен психологически да се справи с втори провал поради предишния си неуспех. Алтернативно, той все още може да се занимава с нерешени въпроси от първия неуспех, които поставят въпроси, свързани с последващия неуспех. Моделът на „опита от опарването“ (Swaminathan, 1996) може да обясни разликите между тези, които преживяват първия си неуспех, и тези, които изпитват последващ неуспех – поне отчасти. По-конкретно, сред онези, които изпитват неуспех, само които са „психологически” силни (чрез самостоятелен подбор или учене) ще се опитат отново и по този начин ще понесат по-малко психологически последици от втори провал, отколкото тези, които изпитват първия си неуспех. Също така в съответствие с модела „опит чрез опарване“ индивидите се учат от своите неуспехи за това как най-добре да се справят с провала (т.е. да изградят ресурси и способности, които насърчават устойчивостта) и по този начин могат по-бързо да се възстановят, да се научат и да опитат отново.

Въпреки това непрекъснатото излагане на трудни събития може да доведе до форма на десенсибилизация (нечувствителност), така че неблагоприятните стимули вече да не предизвикват негативни емоционални реакции (Ashforth & Kreiner, 2002). Дали предприемачите,

които са претърпели много неуспехи, стават нечувствителни към неуспех, така че провалът вече не е свързан с отрицателна емоционална реакция? Ако не считаме, че емоционалната реакция е студена когниция, как процесът на вземане на решения и реакциите като част от предприемаческия процес се различават от една „по-гореща“ форма на познание? Изглежда, че твърде много „горещо“ е вредно за познавателното разбиране (например по отношение на възпрепятстване на ученето), но същевременно има ли отрицателни последствия от това, че познанието е твърде „студено“? Може да има оптимално количество „топлина“, необходима за някои когнитивни задачи, но по-малко за други когнитивни задачи. Смятаме, че има голяма възможност за по-нататъшно изследване на взаимовръзката между многобройните неуспешни преживявания и познания за разбирането на разходите и ползите за предприемачите след неуспех.

ВЗАИМОСВЪРЗАНИ ПОСЛЕДИЦИ ОТ ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИЯ ПРОВАЛ

Взаимовръзката между финансовите и социалните последици от провала

Колкото повече изследваме социалните последици от провала в предприемачеството, толкова повече знания ще натрупаме за неговите финансови последици. Например: има ли финансови последици за предприемачите след провала на бизнеса в резултат на увреждане на техните предприятия или неформални мрежи? Преките финансови разходи, произтичащи от неуспех, като загуба на богатство или оставащ дълг, могат да доведат до по-малко затруднения от косвените финансови разходи, произтичащи от увредена репутация и загуба на статут, което може да има дълготрайно отрицателно въздействие. Ако случаят е такъв, първоначалните опити за възстановяване вероятно ще бъдат по-успешни, ако са насочени към поддържане на мрежата (или бързото й възстановяване, или разработване на нова) за разлика от преодоляването на преките финансови разходи.

Като разгледаме по-отблизо връзката между социалните и финансовите разходи за провала на бизнеса за предприемачите, ще започнем да осъзнаваме по-задълбочено защо дадени стратегии за възстановяване са по-полезни от други. Ще разберем как можем да научим предприемачите (и начинаещите предприемачи) по най-добрия начин да „управляват” неуспеха и да се възстановят по-бързо от негативните последици. От друга страна, може да се търси обратната

последователност, улесняваща възстановяването, т.е. като се възстановява финансово индивидът има по-лесен начин да възвърне и възстанови официалната си бизнес мрежа и да създаде нова. Предполагаме, че процесът е повтарящ се и реципрочен, а именно - когато предприемачът започне да се възстановява финансово от неуспеха връзките му с мрежата започват да се поправят, което му помага да се възстанови и психически, а статусът му на „предприемач, претърпял неуспех“ е по-добре да се разкрива отколкото да се прикрива. Всъщност чрез разкриване на неуспеха предприемачът може да използва стратегии за управление на впечатленията, за да сведе до минимум социалните (и може би финансовите) последици от провала (Sutton & Callahan, 1987).

Взаимовръзката между емоционалните и когнитивните последствия от предприемаческия провал

Изследванията на тежката загуба показват, че някои загуби могат да доведат до по-усложнена скръб от други, в смисъл по-високо ниво на скръб и скръб за продължителен период от време (Neimeyer, 2006). В резултат на това на някои предприемачи може да е по-трудно да започнат разговори, тъй като се тревожат да кажат „погрешно нещо” (Nolen-Hoeksema & Davis, 1999). Срамът и чувството за вина са психологически разходи, причинени от очакванията за чуждите преценки и карат хората, изпитващи такива чувства, да избягват други негативни емоции, както и следствията от тях, и да поемат „социалния разход“ на изолацията и самотата. При какви обстоятелства може да се намали или дори да се елиминира чувството на срам и вина за неуспеха? Известно е, че скръбта е по-ниска в среда, в която неуспехът се е превърнал в норма (Ashforth & Kreiner, 2002; Shepherd et al., 2011), но може би опитите да се извади емоцията от предприемаческия процес от своя страна подкопават емоционалния ангажимент, необходим за формиране на силен екип и желанието да продължава през предизвикателствата и да постигне успех на предприемаческото начинание. По ирония на съдбата, като се избягват негативните емоции на провала (като се извадят емоциите от процеса), предприемачът може да направи неуспеха по-вероятен резултат за фокусния проект или бизнес.

Взаимовръзка между финансовите и психологическите последствия от предприемаческия провал

Съществува възможност и за бъдещи изследвания върху връзката между финансовите разходи и психологическите разходи за предприемачески провал. Дали психологическите разходи, произтичащи от провала на бизнеса, имат финансови последици? Психологическите разходи за провал на бизнеса могат не само да бъдат пречка за учене от неуспех, но и да попречат на предприемача на провален бизнес да продължи да генерира нов източник на доходи (забавянето на което прави финансовите разходи за бизнеса по-лоши). Например, ако предприемачът размишлява продължително негативно за своя бизнес провал, това може да възпрепятства неговото интервюиране за нова работа или търсене на нови възможности за привличане на рисков капитал. Още повече, психологическите разходи за провала могат да бъдат очевидни за потенциалните работодатели по време на процеса на интервюто (например лицето не демонстрира достатъчен ентусиазъм или самоувереност, за да убеди потенциалния работодател, че може успешно да поеме новия пост) и в крайна сметка води до неуспех на индивида при осигуряване на позицията.

По същия начин психологическите разходи при неуспех могат да представляват пречка за члена на екипа на неуспешен проект.Това може да го възпре от това да се завърне в организацията и да продължи да бъде полезен и съответно да ползва бъдещите финансовите ползи от тези усилия (например промоция и бонус). Психологическите разходи за отказ на проекта произтичат от факта, че служителят е по-малко ентусиазиран от последващи роли и проекти и е по-малко ангажиран с организацията, както и че има по-малко положителни взаимодействия с ръководството, а всичко това може да има отрицателни последици за неговата кариера в рамките на организацията.

По отношение на възстановяването на индивидите от финансовите и психологическите разходи от предприемачески провал възниква и въпросът: Има ли значение последователността? Може би един предприемач трябва да намали психологическите разходи за бизнес провал преди да се опита да се възстанови от финансовите разходи (напр. придобиване на работа и преследване на следващото предприемаческо начинание); или може би най-напред трябва да намали финансовите разходи, което ще понижи един от основните стресови фактори на бизнес провала и по този начин да се намали психологическата цена. Впоследствие на организацията може да се наложи да се съсредоточи върху психологическите разходи за неуспех

на проекта за своите служители и след това върху последователността от роли, които подобряват кариерата на тези служители. Като алтернатива, като се съсредоточи изцяло върху следващия проект като начин за усъвършенстване на кариерата си, служителят може да намали финансовите последици от загубата и по този начин да намали психологическите разходи на неуспеха – има някои доказателства за този подход от Shepherd, Patzelt, Williams & Warnecke (2014). Тъй като все още има толкова много неизвестни по отношение на тази тема, бъдещите изследвания на взаимовръзката между финансовите и психологическите разходи (може би дори спиралата, включваща взаимна връзка между двете) на бизнес провала могат да допринесат значително за разбирането ни за последствията на този провал.

Мултидисциплинарен и многостепенен подход за разбиране на последиците от предприемаческия провал

Разработките, които изследват взаимовръзките между различните видове разходи за бизнес сривове, имат значителен потенциал и вярваме, че такива изследвания вероятно ще наложат мултидисциплинарно и многостепенно теоретизиране, както и емпирично тестване. Изследването на взаимовръзката между финансовите и социалните разходи например може да наложи на изследователите да изградят (и в крайна сметка да допринесат) за теориите както за стигматизацията, така и за пазарите на рисков капитал, за да осигурят по-задълбочено разбиране защо някои предприемачи, които са претърпели бизнес провал в определени региони, са в състояние да получат необходимите средства за започване на нов предприемачески проект, докато други предприемачи, които са претърпели провал в бизнеса (в други региони), не са в състояние да получат такива средства. Аналогично, изследването на взаимовръзката между финансовите и социалните разходи може да изисква изграждане (и в крайна сметка даване на принос) на теориите за вземане на управленски решения и организационна култура, за да се получи по-дълбоко разбиране на причините, поради които служителите, претърпели неуспех на проекта в някои организации, празнуват и са насърчавани, докато служители, които са имали неуспех на проекти в други организации, са санкционирани. Поради драстичната промяна в социалния контекст на предприемача (обществен провал) и често екстремните чувства, съпътстващи загубата след неуспех, разработките, изследващи както социалните, така и психологическите разходи за

провал, вероятно ще направят важни разширения на съвременните теории за социалното познание.

ОСЪЗНАВАНЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИЯ НЕУСПЕХ

Осъзнаването на чувството за загуба е от решаващо значение в усилията за възстановяване (Davis, Nolen-Hoeksema & Larson, 1998; Park, 2010). Една сензорна гледна точка твърди, че ученето от неуспеха изисква непрекъснато да се разработват правдоподобни ретроспективни отчети, които на свой ред формират текущото поведение (Weick, Sutcliffe & Obstfeld, 2005). Променените вярвания и нагласи водят до промяна в действията на отделните хора като по този начин подобряват вероятността за бъдещ успех на проекта или бизнеса. Ако индивидът не успее да развие и използва все по-правдоподобни тълкувания на провала, тревожността може да парализира вземането на решения и предприемането на действия (Lüscher & Lewis, 2008; Smircich & Morgan, 1982). В резултат липсата на действие ще намали експериментирането и социалните взаимодействия, необходими за успешното учене (Balogun & Johnson, 2004; Maitlis, 2005). Бъдещите изследвания могат да добавят към тази група знания и по-детайлно проучване на предприемаческия провал, използвайки емоционална перспектива. Чувството за предприемачески провал включва действия. Тъй като правдоподобността играе важна роля в обяснението на последващите действия (Weick et al., 2005), трябва да разберем по-добре начина, по който предприемачите генерират правдоподобни отчети за провал. Тези разкази, а именно историите, които разказваме на себе си и на другите, са правдоподобни, когато човек смята, че те могат да бъдат верни (Epley & Gilovich, 2006), и те стават все по-правдоподобни, тъй като мислите и действията на индивида за обосноваване на предложената история осигуряват задоволително доказателство за промяна на убежденията за това защо се е случило събитието (в случая – неуспех). Възможно е индивидите, които предприемат повече действия, да съумяват да създадат (генерират) по-правдоподобни истории. Механизмът на чувствителността действително е важен, тъй като индивидът използва обратната връзка от своите действия, за да увеличи правдоподобността на своята история (на провал). Какви са първоначалните действия, които предприемачите извършват след неуспех и които отразяват първоначалната история на неуспеха, като също така осигуряват най-бързата обратна връзка за повишаване правдоподобността на тази история (без непременно на първо място да подчертават проблемите, породени от неуспеха)? Като изучаваме взаимната връзка между

дейностите и развитието на правдоподобна история, можем да започнем да развиваме поведенческа микрооснова на учене от неуспех.

Индивидуални различия в осмислянето на предприемаческия провал

Вероятно е да има различни индивидуални променливи, които помагат да се обясни степента или скоростта, с която една история за неуспех става правдоподобна и се използва за стартиране на предприемачески действия. Хората, които имат най-голямо предварително познание за определена област или за предприемаческия процес, вероятно ще бъдат тези, които най-добре могат да съчетаят нововъзникваща история на неуспех с последващо възможно убеждение, което да насочва следващата стъпка в предприемаческия процес. Дали образованието или специфичният опит (например специфичният за индустрията опит) играят роля тук? Може би личностите с по-голямо образование и опит са по-способни да мислят абстрактно, за да свържат точките на неуспеха и да излязат с правдоподобна история; или пък са по-способни да съобщават тази история и да интерпретират обратната информация, за да подобрят нейната правдоподобност? Освен това самосъстраданието (Neff, 2009; Shepherd & Cardon, 2009) вероятно помага на предприемачите да контролират механизмите за защита на егото, които иначе биха ограничили мисленето и творчеството, да възпрепятстват изграждането, преразглеждането и по-нататъшното развитие на правдоподобна история. Вероятно индивидите, опитни в аналоговото мислене, са по-способни да свържат точките, разкрити чрез предприемаческия неуспех да създадат правдоподобна история от миналото, за да информират бъдещите действия. По същия начин вниманието е свързано с „повишено състояние на участие и будност или битие в настоящето“, което може да бъде полезно за „активното извличане на нови познания“ (Langer & Moldoveanu, 2000, с. 2; вж. също Brown & Ryan, 2003; Langer, 1989). Осъзнатите лица имат засилена концентрация, което вероятно ще улесни усилията за вземане на решения (Weick & Sutcliffe, 2006). Тази форма на концентрация и внимание може да бъде важно умение, което някои индивиди имат (а други могат да научат), за да улеснят процеса на намаляване на чувствителността към провал. И накрая може да се каже, че хората с по-голяма метакогнитивна осведоменост – тези, които мислят за това как се расъждава (Хайни, Шепърд, Мосаковски и Ерли, 2010; Хайни, Шепърд и Патцелт, 2012) най-вероятно ще отразят сегашната ситуация в светлината от

неотдавнашната им неспособност да развият даден проект и по този начин да мотивират бъдещите си предприемачески действия.

Осъзнаване на предприемаческия провал с течение на времето

Важно е да се разбере, че правдоподобните истории за неуспех са временни резултати от процеса на осъзнаване. По време на този процес една правдоподобна история на провал на бизнеса се обменя за друга „по-правдоподобна“ история. Но това, което остава несигурно, е как този процес се развива и кога се прекратява. Възможно е предприемачът да създава истории бързо и след това бързо да актуализира тези истории, тъй като новата информация осигурява обратна връзка, за да подобри правдоподобността им. От друга страна, може да се окаже, че историята достига етап на „насищане“ във времето, така че допълнителните данни дават малко полезна информация. Също така може да се окаже, че емоционалното преобразяване се превръща от усещане за неуспех в осмисляне на настоящата ситуация, което би означавало, че усещането за провал става по-маловажно. Следователно е необходимо бъдещите изследвания да обяснят по-добре моделите на правдоподобните истории за провал; по-специално, да изяснят последиците от различията в актуализацията на правдоподобността на историите на предприемачите.

Не само е интересно да се мисли за възможните различни модели на усещане за неуспех, но и да се изследват техните резултати. Очевидно един резултат е правдоподобен, но има ли компромиси за постигане на тази правдоподобност – например по отношение на финансовите, емоционалните и социалните разходи, които се изострят от усилията за бързо развитие на правдоподобността? Може би някои модели на чувствителност към неуспехите увеличават финансовите, емоционалните и социалните разходи на предприемаческия провал, докато други модели на чувствителност ги намаляват. Освен това, както споменахме по-горе, това, което може да намали един разход за провал, може да работи в съгласие с или срещу други разходи за неуспех. Например някои усилия за повишаване на правдоподобността на историята на предприемаческия провал могат да помогнат за намаляване на душевното страдание, което предприемачът има от опита за неуспех, но в същото време увеличава финансовите разходи за провала (например, защото размисълът, необходим за повишаване на правдоподобността, може отнема време от нови действия, генериращи доходи). Има много възможности да се изследват различните модели,

непредвидените обстоятелства и други конфигурации, които включват чувствителност и последствията от неуспеха във времето.

Ролята на другите хора в осмислянето на предприемаческия провал

След кризите колективното осмисляне може да даде възможност за развитие и нова социална структура на реконструкцията, а именно – на социалните роли и взаимоотношения в определени групи участници (напр. Weick, 1995). Но какво се случва, когато организацията (т.е. в случай на бизнес срив) или екипът (в случай на неуспех на проекта), около която е изградена тази социална структура, вече не съществува? Дали индивидите (предприемачите и инвеститорите) само предприемат свои собствени действия и продължават към следващ проект или има друга основа за процеса на колективно осъзнаване? Когато членовете на предприемаческия екип и служителите участват в колективното осмисляне, което спомага за ученето и възстановяването, намалява ли вероятността от пристрастие към атрибутиране (т.е. разработване на по-правдоподобни истории) или тези видове предубеждения се разпростират до екипа? Отговорите на тези въпроси могат да се търсят в характеристиките на екипа, като емоционалните способности на членовете на екипа (вж. Shepherd, 2009) или когнитивното разнообразие в групата (Kilduff, Angelmar & Mehra, 2000). Въпреки че членовете на екипа на даден проект могат да се почувстват изолирани от другите след преживения неуспех, което възпрепятства възможността за колективно усещане, тези чувства на изолация и липса на възможности за колективно осъзнаване могат да бъдат особено силно изразени за предприемачите на провалени предприятия. Какво се случва със самостоятелни предприемачи – с кого се опитват да се ангажират с цел колективното усещане? Може би тези предприемачи могат да се опитат да се ангажират с бившите заинтересовани страни на проваления бизнес, за да улеснят процеса на установяване на неуспех, но може да е трудна задача да се ангажират с предишни заинтересовани страни (те трябва да бъдат намерени и предприемачът може да се почувства виновен). От една страна може да се окаже, че сближаването на тези бивши заинтересовани страни, въпреки улесняването на осмислянето, може да изостри емоционалните разходи на неуспеха, а именно да генерира допълнителни негативни емоции като направи по-откровени болезнените преживявания на другите, произтичащи от провала на бизнеса. От друга страна, преодолявайки очакванията за отрицателен отговор от страна на заинтересованите страни, предприемачът може да установи,

че техният отговор не е толкова негативен, колкото се очаква. Подобна ангажираност може също да помогне на заинтересованите страни да се справят с негативната емоционална реакция вследствие на провала. Всъщност подпомагането на заинтересованите страни да се справят с провала може да подобри собственото емоционално състояние на предприемача, а подобреното усещане от ангажирането на тези осведомени лица може да повиши правдоподобността на историята на провала, като по този начин помага да се прекъснат емоционалните връзки с изгубения обект (Stroebe & Schut, 2001).

Предприемаческият неуспех (т.е. провал на проект или бизнес) има финансово отражение (лично и в бизнеса), социално (напр. стигма и връзки), емоционално (напр. скръб и положителни емоции) и психологическо (по отношение на нуждите за компетентност, свързаност и автономност). Въздействието на провала върху тези последици може да бъде увеличено или намалено в зависимост от средата, в която индивидът е вграден, както и от характеристиките на индивида (социални умения и положителни емоции). Атрибутите на индивида са взаимосвързани, а някои са повлияни от културата – както и обратно. Финансовите, социалните, емоционалните и психологическите последици взаимно зависят от умението на предприемачите да се справят с неуспеха. Мотивацията да се опитва отново и нивото на ресурси и способности за устойчивост влияят върху последващите предприемачески действия. Ученето, мотивацията и устойчивостта влияят върху културата и атрибутите на индивида, а предприемаческото действие може да повлияе на положителните емоции на индивида.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

С признаването, че “откриването на възможности” е централно разбиране за предприемачеството и че възможностите са обвити в несигурност логично следващата стъпка е да се приеме значението на разбирането на последиците от предприемаческия провал. Предприемаческите действия и неуспехът вървят ръка за ръка (като се има предвид високата несигурност), а в настоящата студия само е засегната повърхността на тази връзка. Проучване на действията на независими предприемачи в техните новосъздадени (или нововъзникващи) организации или тези на корпоративни предприемачи в техните иновативни проекти в рамките на установени организации, естеството на неуспеха и неговите финансови, социални, емоционални и психологически последици вероятно ще окаже значително влияние върху предприемаческите действия. Чак сега започваме да разбираме

сложността на многобройните взаимосвързани взаимоотношения за тези провали. Въпреки че е важно да продължим да изследваме еднопосочните причинно-следствени връзки между главните ефекти, също така ще бъде важно да преминем към множество контингентни/конфигурационни взаимни причинно-следствени връзки на предшестващите събития и последствията от неуспеха като основа за по-динамична теория върху предприемаческите действия. Това означава, че учените трябва да преодолеят предразсъдъците си срещу провала, за да разберат по-добре вземането на решения, познанията, емоциите, взаимоотношенията и поведението на участниците в предприемаческия процес. Нашето убеждение е, че такива изследвания ще помогнат за съгласуването на редица парадокси. Парадоксът включва „противоречиви, но взаимосвързани елементи, които съществуват едновременно и продължават с времето“ (Smith & Lewis, 2011, p. 382). Способността да се идентифицира основното напрежение между две групи отношения, които изглеждат смислени, когато се разглеждат индивидуално, но изглеждат противоречиви, когато се разглеждат паралелно, може да доведе до теоретизиране на подход за разрешаване на парадокса (Shepherd & Suddaby, 2017).

ЛИТЕРАТУРА

1. Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing, 18* (1), 105–123.
2. Boulding, W., Morgan, R., & Staelin, R. (1997). Pulling the plug to stop the new product drain. *Journal of Marketing Research, 34* (1), 164-176.
3. Brüderl, J., Preisendörfer, P., & Ziegler, R. (1992). Survival chances of newly founded business organizations. *American Sociological Review, 57* (2), 227–242.
4. Brüderl, J., Preisendörfer, P., & Ziegler, R. (1992). Survival chances of newly founded business organizations. *American Sociological Review, 57* (2), 227–242.
5. Burgelman, R. A., & Välikangas, L. (2005). Managing internal corporate venturing cycles. *MIT Sloan Management Review, 46* (4), 26–34.
6. Cardon, M., & McGrath, R. G. (1999). *When the going gets tough… Toward a psychology of entrepreneurial failure and re-motivation*. Paper presented at the Frontiers of Entrepreneurship Research Conference. Babson College.

7. Chuang, Y. T., & Baum, J. A. (2003). It's all in the name: Failure-induced learning by multiunit chains. *Administrative Science Quarterly, 48* (1), 33–59.

8. Ginsberg, A. (1988). Measuring and modelling changes in strategy: Theoretical foundations and empirical directions. *Strategic Management Journal, 9* (6), 559–575.

9. Green, S. G., Welsh, M. A., & Dehler, G. E. (2003). Advocacy, performance, and threshold influences on decisions to terminate new product development. *Academy of Management Journal, 46* (4), 419–434.

10. Hayek, F. A. (1945). The use of knowledge in society. *The American Economic Review*, 519–530.

11. Heck, R. K., & Trent, E. S. (1999). The prevalence of family business from a household sample. *Family Business Review, 12* (3), 209–219.

12. Hoetker, G., & Agarwal, R. (2007). Death hurts, but it isn't fatal: The postexit diffusion of knowledge created by innovative companies. *Academy of Management Journal, 50* (2), 446–467.

13. Kets de Vries, M. F. (1993). The dynamics of family controlled firms: The good and the bad news. *Organizational Dynamics, 21* (3), 59–71.

14. Knight, J. (1992). *Institutions and social conflict*. Cambridge: Cambridge University Press. Knott, A. M., & Posen, H. E. (2005). Is failure good? *Strategic Management Journal, 26* (7), 617–641.

15. Lee, S. H., Yamakawa, Y., Peng, M. W., & Barney, J. B. (2011). How do bankruptcy laws affect entrepreneurship development around the world? *Journal of Business Venturing, 26* (5), 505–520. Lewis, H. B. (1971). Shame and guilt in neurosis.

16. Maidique, M. A., & Zirger, B. J. (1985). The new product learning cycle. *Research Policy, 14* (6), 299–313.

17. Maitlis, S. (2005). The social processes of organizational sensemaking. *Academy of Management Journal, 48* (1), 21–49.

18. Mason, C. M., & Harrison, R. T. (2006). After the exit: Acquisitions, entrepreneurial recycling and regional economic development. *Regional Studies, 40* (1), 55–73.

19. McGrath, R. G., & Nerkar, A. (2004). Real options reasoning and a new look at the R&D investment strategies of pharmaceutical firms. *Strategic Management Journal, 25* (1), 1–21. McGrath, R. G., Tsai, M. H.,

20. McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review, 31* (1), 132–152.

21. Peng, M. W., & Shenkar, O. (2002). Joint venture dissolution as corporate divorce. *Academy of Management Executive, 16* (2), 92–105.

22. Petroski, H. (1985). *To engineer is human: The role of failure in successful design*. New York: St. Martin's Press.

23. Shane, S. (2009). Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. *Small Business Economics, 33* (2), 141-149.

24. Shepherd, D. A. (2003). Learning from business failure: Propositions of grief recovery for the self-employed. *Academy of Management Review, 28* (2), 318–328.

25. Shepherd, D. A. (2009). Grief recovery from the loss of a family business: A multiand meso-level theory. *Journal of Business Venturing, 24* (1), 81–97.

26. Shepherd, D. A., & Cardon, M. S. (2009). Negative emotional reactions to project failure and the self-compassion to learn from the experience. *Journal of Management Studies, 46* (6), 923–949.

27. Shepherd, D. A., & Haynie, J. M. (2009a). Birds of a feather don't always flock together: Identity management in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing, 24* (4), 316–337.

28. Shepherd, D. A., & Haynie, J. M. (2009b). Family business, identity conflict, and an expedited entrepreneurial process: A process of resolving identity conflict. *Entrepreneurship Theory and Practice, 33* (6), 1245–1264.

29. Shepherd, D. A., & Haynie, J. M. (2011). Venture failure, stigma, and impression management: A self-verification, self-determination view. *Strategic Entrepreneurship Journal, 5* (2), 178–197.

30. Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2015). Harsh evaluations of entrepreneurs who fail: The role of sexual orientation, use of environmentally friendly technologies, and observers' perspective taking. *Journal of Management Studies, 52* (2), 253–284.

31. Shepherd, D. A., & Williams, T. (2017). Hitting rock bottom after job loss: Bouncing back to create a new positive work identity. *Academy of Management Review*. Forthcoming

32. Shepherd, D. A., Covin, J. G., & Kuratko, D. F. (2009). Project failure from corporate entrepreneurship: Managing the grief process. *Journal of Business Venturing, 24* (6), 588–600.

33. Shepherd, D. A., Douglas, E. J., & Shanley, M. (2000). New venture survival: Ignorance, external shocks, and risk reduction strategies. *Journal of Business Venturing, 15* (5), 393–410.

34. Shepherd, D. A., Haynie, J. M., & Patzelt, H. (2012). Project failures arising from corporate entrepreneurship: Impact of multiple project

failures on employees' accumulated emotions, learning, and motivation. *Journal of Product Innovation Management, 30* (5), 880–895.

35. Shepherd, D. A., McMullen, J. S., & Ocasio, W. (2017). Is that an opportunity? An attention model of top managers' opportunity beliefs for strategic action. *Strategic Management Journal*.

36. Shepherd, D. A., Patzelt, H., & Wolfe, M. (2011). Moving forward from project failure: Negative emotions, affective commitment, and learning from the experience. *Academy of Management Journal, 54* (6), 1229–1259.

37. Shepherd, D. A., Patzelt, H., Williams, T. A., & Warnecke, D. (2014). How does project termination impact project team members? Rapid termination, 'creeping death', and learning from failure. *Journal of Management Studies, 51* (4), 513–546.

38. Shepherd, D. A., Wiklund, J., & Haynie, J. M. (2009). Moving forward: Balancing the financial and emotional costs of business failure. *Journal of Business Venturing, 24* (2), 134–148.

39. Shepherd, D. A., Wiklund, J., & Haynie, J. M. (2009). Moving forward: Balancing the financial and emotional costs of business failure. *Journal of Business Venturing, 24* (2), 134–148.

40. Singh, S., Corner, P., & Pavlovich, K. (2007). Coping with entrepreneurial failure. *Journal of Management & Organization, 13* (4), 331-344.

41. Spreitzer, G., Sutcliffe, K., Dutton, J., Sonenshein, S., & Grant, A. M. (2005). A socially embedded model of thriving at work. *Organization Science, 16* (5), 537–549.

42. Wesley, MA: Babson College. Morrison, E. W. (2002). Newcomers' relationships: The role of social network ties during socialization. *Academy of Management Journal, 45* (6), 1149–1160.

43. Wiklund, J., Baker, T., & Shepherd, D. A. (2010). The age-effect of financial indicators as buffers against the liability of newness. *Journal of Business Venturing, 25* (4), 423–437.

44. Zahra, S. A., Jennings, D. F., & Kuratko, D. F. (1999). The antecedents and consequences of firm-level entrepreneurship: The state of the field. *Entrepreneurship: Theory and Practice, 24* (2), 45–45.