

شناسایی شبکه اجتماعی کارآفرینان در خروج کارآفرینانه

کامبیز طالبی*^۱ - نگار خسروی^۲

فرگس ایمانی پور^۳ - سیدمجتبی سجادی^۴

۱. استاد دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۲. دکترای کارآفرینی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۳ و ۴. دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۷/۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۰/۱۳

چکیده

خروج کارآفرینانه بخش مهمی از فرآیند کارآفرینی است که تأثیر بسزایی بر کارآفرین، بنگاه، صنایع مختلف و اقتصاد کلان هر کشور دارد. با این حال تحقیقات کمی در این حوزه انجام شده و پژوهشگران به طور خاص به نقش شبکه‌های اجتماعی کارآفرینان بر خروج، کمتر توجه کرده‌اند. منظور از شبکه اجتماعی کارآفرینان، تمامی افرادی است که با کارآفرین در ارتباطند. این افراد می‌توانند شامل شرکا، عرضه‌کنندگان، مشتریان، سرمایه‌گذاران، توزیع‌کنندگان، انجمن‌های تجاری، اعضای خانواده، دوستان و مشاورین باشد. هدف از انجام این پژوهش، شناسایی نقش شبکه‌های اجتماعی و عوامل مرتبط با آن بر خروج کارآفرینانه است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ روش کیفی-روایتی است. جامعه آماری تحقیق کارآفرینان شهر تهران هستند که حداقل یک بار تجربه خروج از کسب‌وکار در شرایطی که بنگاه از عملکرد اقتصادی مطلوبی برخوردار بوده، داشته‌اند. نمونه‌های پژوهش با استفاده از روش گلوله‌برفی انتخاب شدند. در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شده است که پس از مصاحبه با ۱۲ نفر، اشباع نظری حاصل شد. تحلیل و کدگذاری داده‌ها به شناسایی هفت مؤلفه مرتبط با شبکه اجتماعی انجامید که در فرآیند خروج نقش دارند. این مؤلفه‌ها عبارتند از: تفاوت‌ها و تضادهای بین شرکا، عدم تعهد شرکا به کسب‌وکار، کمبود تجربه و مهارت شرکا، حمایت عاطفی خانواده در زمان خروج، تعارض نقش شغلی-خانوادگی شرکا، دریافت بازخورد از مشتریان و حمایت حرفه‌ای و عاطفی دوستان در زمان خروج.

واژه‌های کلیدی: خروج کارآفرینانه، شبکه اجتماعی، شبکه خانوادگی، شرکای کسب‌وکار

مقدمه

از آغاز دهه ۱۹۷۰ توجه فزاینده‌ای نسبت به شبکه‌های اجتماعی در دامنه وسیعی از تحقیقات سازمانی صورت گرفته است (Klyver, Evald, & Hindle, 2011). در تحقیقات سازمانی، شبکه‌های اجتماعی برای درک دامنه گسترده‌ای از نتایج، از جمله عملکرد فردی، گروهی و یا سازمانی، رضایت شغلی، ارتقا، نوآوری، خلاقیت و رفتار غیراخلاقی بکار رفته است (Borgatti, Brass, & Halgin, 2014). در این میان مطالعات مربوط به کارآفرینی هم مستثنی نبوده و موضوع شبکه‌های اجتماعی در کارآفرینی نیز مورد توجه واقع شده است. زیرا کارآفرینان نیازمند اطلاعات، سرمایه، مهارت و نیروی کار برای فعالیت‌های کسب و کار خود هستند. ضمن این که آن‌ها خود برخی از این منابع را دارند، اما اغلب منابعشان را با برقراری ارتباط با افراد مختلف تکمیل می‌کنند (Greve & Salaff, 2003).

در رابطه با تحقیقات حوزه شبکه اجتماعی و کارآفرینی این موضوع قابل توجه است که این مطالعات به مراحل مختلفی از فرآیند کارآفرینی از جمله مرحله شناسایی فرصت، ایجاد و رشد کسب و کار توجه داشته است. از جمله مطالعه کلیور و هیندل^۱ (۲۰۰۷) و مطالعه گراوی و سلف^۲ (۲۰۰۳). اما تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر فرآیند خروج کارآفرینانه انگشت شمار مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است. منظور از خروج کارآفرینانه فرآیندی است که در آن بنیان‌گذاران بنگاه‌های خصوصی که در ایجاد بنگاه نقش داشته‌اند، آن را ترک می‌کنند (Detienne, 2010). علت توجه کمتر به تأثیر سایر ذی‌نفعان بر خروج کارآفرینانه این است که بیشتر مدل‌های انتخاب شغل بر مبنای این منطق هستند که تصمیمی که کارآفرین اتخاذ می‌کند، صرفاً تحت کنترل خود او می‌باشد. در حالی که شواهد نشان داده است، اجتماع می‌تواند تأثیر بسزایی بر انتخاب شغلی افراد داشته باشد. کارآفرینی فرآیندی پویاست که در آن رخدادهای مهم، هم به واسطه اراده و قصد فرد کارآفرین و هم تعاملات وی با دیگران شکل می‌گیرد (Wennberg, 2009).

^۱ Klyver & Hindel

^۲ Greve & Salaff

در ایران نیز با وجود شواهد و گزارش‌هایی که نشان داده است بسیاری از کارآفرینان فرآیند خروج از کسب‌وکار را طی می‌کنند (GEM, 2014) اما هنوز تحقیقات زیادی در این زمینه انجام نشده است. بنابراین با توجه به شکاف پژوهشی شناسایی شده، در این تحقیق نقش شبکه‌های اجتماعی بر خروج کارآفرینانه مورد بررسی قرار گرفته است.

نکته مهم در خصوص تحقیقات انجام شده در حوزه شبکه‌های اجتماعی در کارآفرینی این است که این مطالعات مبتنی بر نظریه سنتی شبکه اجتماعی و همچنین پیش‌فرض انتخاب عقلانی بوده است. این نظریه بیانگر آن است که شبکه‌ها بر رفتار افراد اثر دارند و افراد هم می‌توانند شبکه‌های مناسب خود را انتخاب کنند؛ در حالی که افراد دارای عقلانیت محدود بوده و ممکن است انتخاب‌های مناسبی نداشته باشند. همچنین بسیاری از روابط کاملاً تصادفی ایجاد می‌شود و الزاماً هدفمند نیستند. بخشی از روابط نیز به ارث می‌رسند و قابل تغییر نمی‌باشند. بنابراین افراد نمی‌توانند به راحتی شبکه‌های خود را انتخاب کنند (Klyver & Hindle, 2011). از این رو به زعم کلیور و همکارانش (۲۰۱۱)، لازم است تا مطالعات بیشتر به «چگونگی اثر شبکه‌ها بر فرآیند کارآفرینی» توجه کنند و نه صرفاً نوع اثر آن، تا از پیامدهای منفی شبکه‌های اجتماعی نیز غفلت نشود. این نکته در خصوص خروج کارآفرینانه از اهمیت بیشتری برخوردار است. زیرا یک مفهوم دو وجهی است و هم می‌تواند در زمان شکست و به اجبار رخ دهد و هم می‌تواند در حین عملکرد مثبت بنگاه و با ترک کارآفرین اتفاق افتد (Wennberg & et al, 2010). با در نظر گرفتن این موضوع هدف از پژوهش حاضر شناسایی شبکه‌های اجتماعی و عوامل مرتبط با آن بر خروج کارآفرینانه می‌باشد.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

رویکرد شبکه‌های اجتماعی در کارآفرینی از سال ۱۹۸۶ با مقاله‌ای که توسط آلدریچ و زیمر منتشر گردید، مطرح شد. منظور از شبکه اجتماعی تمامی افرادی است که با یک شخص در ارتباط می‌باشند. این ارتباط در مورد کارآفرینان می‌تواند با شرکا، عرضه‌کنندگان، مشتریان، سرمایه‌گذاران، توزیع‌کنندگان، انجمن‌های تجاری، اعضای خانواده، دوستان و مشاورین باشد (Aldrich & Zimmer, 1986). در آن دوره محققان کارآفرینی نتوانستند با استفاده از رویکردهای موجود، به نتایج مطلوبی برسند که به آن‌ها توانایی پیش‌بینی برای

ترویج کارآفرینی را بدهد از این رو رویکردهای دیگری ظهور یافت که یکی از آن‌ها رویکرد شبکه‌های اجتماعی است که توسط این دو محقق ارائه و منجر به شکل‌گیری موجی جدید از تحقیقات شد. محققان کارآفرینی در پژوهش‌های خود نقش شبکه‌های اجتماعی بر مؤلفه‌هایی نظیر قصد و رفتار کارآفرینانه (Farooq & et al, 2018)، اشتیاق کارآفرینانه (Gonzalez & Ordaz, 2018)، شناسایی و کشف فرصت (Haring, 2018)، دسترسی به منابع (Shu & et al, 2018)، موفقیت و عملکرد کسب‌وکار (Chepcheing, 2017) و تثبیت و رشد کسب‌وکار (al Redd & et al, 2016) را بررسی کرده‌اند اما در این میان از بررسی نقشی که شبکه‌های اجتماعی می‌تواند بر خروج کارآفرینانه ایفا نماید، تا حدی غفلت شده است. با مرور ادبیات مربوط به خروج کارآفرینانه و شبکه‌های اجتماعی مشخص شد که اولاً تعداد این گروه از مطالعات بسیار محدود است و پژوهش‌های اندکی به طور مستقیم به دنبال بررسی نقش شبکه‌ها بر خروج بوده‌اند و دوماً همین تعداد کم تحقیقات نیز تنها به ابعاد محدودی از شبکه‌ها، به عنوان مثال فقط شبکه مالی و یا شبکه خانوادگی کارآفرینان توجه داشته‌اند. سوماً اغلب محققان به دنبال پاسخ به پرسش «چه اثری» بوده‌اند و کمتر به موضوع چگونگی اثر پرداخته‌اند. واضح است که وقتی نوع پرسش از جنس «چه اثری» باشد، محققان از روش تحقیق کمی برای پاسخ‌دادن استفاده می‌کنند و لذا مکانیزم‌های اثرچندان قابل تشخیص نخواهد بود. در جدول ۱ خلاصه‌ای از این مطالعات به ترتیب سال انتشار آمده است.

نکته‌ای که در مورد تحقیقات مربوط به خروج کارآفرینانه وجود دارد، نوع مفهوم پردازی آن توسط محققان در پژوهش‌های مختلف است. برخی از رویکرد اقتصاد کارراه شغلی بدان نگریده‌اند و آن را به عنوان یک تصمیم داوطلبانه به منظور پیشینه کردن منافع فردی در نظر گرفته‌اند و برخی نیز خروج را در مقابل بقای بنگاه و به معنای شکست دیده‌اند. اما در رویکرد کارآفرینی (DeTienne & Wennberg, 2014) خروج می‌تواند هم نتیجه موفقیت بوده و به صورت داوطلبانه اتفاق بیفتد و هم ناشی از شکست بنگاه باشد و به اجبار رخ دهد (2009, Detienne, Wennberg).

جدول ۱. خلاصه مطالعات پیشین

ردیف	نویسنده، سال	پوشش اصلی	روش تحقیق	یافته‌ها
۱	Georearakos Tatsiramos, (2009)	همسر بومی داشتن چه اثری بر خروج کارآفرینان مهاجر دارد؟	کمی	مهاجرانی که با فرد بومی ازدواج می‌کنند، در مقایسه با آن‌هایی که با یک فرد مهاجر ازدواج می‌کنند، کمتر احتمال دارد که از کسب و کار خروج پیدا کنند. همچنین افرادی که با یک فرد مهاجر دیگر ازدواج می‌کنند، احتمال ایجاد کسب و کار و احتمال خروج از کسب و کار نیز بیشتر خواهد بود.
۲	Bruyaka, (2008)	داشتن شرکای متحد چه اثری بر خروج دارد؟	کمی	تنوع شرکای متحد ریسک انحلال را افزایش می‌دهد.
۳	Caliendo, Fossen Kritikos, (2012)	چگونه اعتماد و عمل متقابل مثبت و منفی بر احتمال خروج نقش دارد؟	کمی	عمل متقابل مثبت هیچ تأثیری بر نرخ خروج نداشته است. تمایل زیاد به انتقام - قوی‌ترین شکل عمل متقابل منفی - احتمال خروج از کارآفرینی را افزایش داده است.
۴	Clarvesc Rohelvn Aguirre, (2013)	سرمایه گذاران مخاطره پذیر چه اثری بر خروج دارند؟	کمی	تجربه فروش تجاری سرمایه گذاران مخاطره پذیر و یادگیری از شرکای سندیکا که دارای این تجربه هستند، احتمال فروش تجاری را افزایش می‌دهند.
۵	Collwaert & Fassin, (2013)	رفتارهای غیراخلاقی درک شده توسط کارآفرینان و سرمایه گذاران چه اثری بر تعارض دارد؟	کیفی	در یک موقعیت تعارضی بین سرمایه گذار و کارآفرین، رفتار غیراخلاقی درک شده، احتمال استفاده از استراتژی مخرب مدیریت تعارض نظیر خروج و یا رفتار پرخاشگرانه را افزایش می‌دهد.
۶	Hoode Tumlinson, (2014)	نزدیکی اجتماعی سرمایه گذاران مخاطره پذیر با مالکین کسب و کارها چه اثری بر خروج دارد؟	کمی	نزدیکی قومیتی و نژادی بین سرمایه گذاران مخاطره پذیر و استارت‌آپ‌هایی که در آن سرمایه گذاری می‌کنند اثر مثبتی بر عملکرد استارت‌آپ‌ها دارد که از طریق احتمال خروج موفق بنگاهدان اندازه گیری می‌شود.
۷	Hon Wilkhuud, Anderson Coffey, (2016)	تداخلات شغلی-خانوادگی چه اثری بر قصد خروج دارد؟	کمی	قصد خروج کارآفرینان از کسب و کار رابطه منفی با غنای کسب و کار- خانواده و رابطه مثبت با مداخله خانواده- کسب و کار و مداخله کسب و کار- خانواده دارد.
۸	Bird & Wennberg, (2016)	خانواده/ منابع خانوادگی چه اثری بر خروج کارآفرینان مهاجر دارد؟	کمی	خروج از کارآفرینی تا حد زیادی تحت تأثیر منابع خانوادگی است. چنانچه اعضای خانواده کارآفرین در شهر مهاجرین زندگی کنند، احتمال خروج از کارآفرینی و بازگشت به حالت بیکاری و همچنین احتمال خروج از کارآفرینی و به استخدام جایی درآمد کم می‌شود. منابع مالی خانوادگی احتمال ماندن فرد در کارآفرینی را در مقابل خروج و بازگشت به حالت بیکاری و نیز احتمال خروج از کارآفرینی و استخدام شدن را نیز بالا می‌برد.
۹	Raozzino & Blevins, (2016)	سرمایه گذاران مخاطره پذیر چه اثری بر خروج دارند؟	کمی	عواملی از جمله تعداد سرمایه گذاران مخاطره پذیر که در بنگاه سرمایه گذاری می‌کنند، سرعت جذب سرمایه، مدت حضور سرمایه گذار و حجم سرمایه گذاری تبیین کننده خروج کارآفرینانه هستند.
۱۰	Andrinea Paulston & Pernacky, (2016)	چه عوامل انگیزشی منجر به خروج از کارراهه کارآفرینی می‌شود؟	کیفی	تعداد کم بین کار- زندگی یکی از عوامل اثر گذار بر تصمیم به فروش کسب و کار است.
۱۱	Abbas, (2016)	خروج بیشتر زنان نسبت به مردان چه علتی دارد؟	کیفی	داشتن فرزند بر تصمیم به خروج زنان و مردان اثر داشته است. حمایت‌های درونی و بیرونی از سوی شبکه - به خصوص شبکه خانوادگی - نقشی کلیدی در شکل گیری مسیر کسب و کار داشته است. آن‌هایی که فاقد حمایت از سوی شبکه بودند، بقای بیشتری داشتند. عدم تعادل کار- زندگی باعث بوجود آمدن خستگی و عدم رضایت شده که تصمیم به خروج را در پی داشته است.

ردیف	نویسنده، سال	پرسش اصلی	روش تحقیق	یافته‌ها
۱۲	Zhu Lamn & Hsu, (2017)	حمایت خانوادگی چه اثری بر خروج دارد؟	کمی	حمایت خانوادگی قصد خروج کارآفرینان را کاهش می‌دهد.
۱۳	Kar Karur & Panda, (2017)	چه عواملی منجر به خروج می‌شود؟	کیفی	در قسمتی از نتایج به نقش منفی کارکنان بر خروج اشاره شده‌است.
۱۴	Dashri & Schwartz, (2018)	شبکه‌های خارجی چه اثری بر خروج دارد؟	آمیخته	ذی نفعان خارجی هرچند که در مراحل اولیه بیشتر به عنوان باری بر روی دوش استارت‌آپ‌ها هستند اما احتمال موفقیت خروج آن‌ها را افزایش می‌دهند.
۱۵	نوری، احمدی، طالبی، (۱۳۹۵)	عوامل اثرگذار بر خروج کارآفرینان ایرانی چیست؟	کیفی	شرایط عاطفی از جمله مشکلات خانوادگی کارآفرین و مشکلات شراکت از جمله ناهماهنگی شرکا، اختلاف بین شرکا، دیدگاه‌های متضاد و شراکت بر اساس رفاقت به عنوان دلایل خروج مرتبط با شبکه اجتماعی کارآفرین شناسایی شده است.
۱۶	محقق، طالبی و سجادی، (۱۳۹۶)	عوامل خروج کارآفرینان در کسب و کارها کدامند؟	کیفی	تعاملات اجتماعی کارآفرینان در تصمیم‌گیری مناسب برای خروج به آن‌ها کمک می‌کند. علاوه بر این اختلاف نظر با سایر شرکا در مدیریت کسب و کار نیز بر خروج تأثیر داشته است.

امارال^۱ و همکارانش (۲۰۰۷) بر اساس حالت‌های مختلف خروج (فروش و انحلال) و عملکرد اقتصادی بنگاه (عملکرد بالا یا پایین) چهار حالت خروج را تعریف کرده‌اند: ۱- شکست کارآفرینانه (تعطیلی با عملکرد پایین)، ۲- انتخاب واگذاری^۲ (تعطیلی با عملکرد بالا)، ۳- چرخش مدیریتی (فروش با عملکرد پایین)، ۴- استراتژی خروج برنامه ریزی شده (فروش با عملکرد بالا). از نظر این محققان تنها شکست کارآفرینانه به عنوان خروج اجباری محسوب می‌شود و مابقی حالت‌های خروج، داوطلبانه و ارادی می‌باشند (Amaral & et al, 2007).

ونبرگ و همکارانش (۲۰۱۰) مشابه همین سنخ شناسی را به زبانی دیگر مطرح کرده‌اند که شامل خروج از طریق انحلال و فروش بنگاه در دو حالت می‌شود: ۱- زمانی که بنگاه در فشار و مضیقه مالی قرار دارد و ۲- در حالتی که بنگاه از عملکرد مطلوبی برخوردار است.

نکته قابل توجه این است که تاکنون این دسته بندی‌ها از خروج بیشتر در حد نظری باقی مانده و اغلب محققان در ارائه یافته‌های خود بدان بی توجه بوده‌اند به طوری که صرفاً ترک بنگاه توسط کارآفرین، فارغ از این که بنگاه دارای چه عملکردی بوده است را معیار قرار داده‌اند، در حالی که شرایط و عملکرد اقتصادی بنگاه یکی از عوامل موثر بر خروج کارآفرینانه است.

۱ Amaral

۲ Divestment Choice

با توجه به تمام آنچه که بیان و شکاف پژوهشی که شناسایی شد، هدف از پژوهش حاضر شناسایی نقشی است که شبکه‌های اجتماعی کارآفرینان بر خروج آنان از کسب‌وکار در شرایط مطلوب اقتصادی بنگاه، ایفا می‌کنند.

روش‌شناسی

این پژوهش از نظر روش، کیفی-تحلیل روایتی بوده و از نظر هدف در دسته‌ی تحقیقات کاربردی قرار می‌گیرد. جامعه آماری تحقیق شامل کارآفرینان اقتصادی شهر تهران بوده است که اولاً؛ حداقل یک بار تجربه خروج از کسب‌وکار داشته‌اند و دوماً؛ علت خروج آن‌ها، مضیقه مالی بنگاه نبوده است و سوماً؛ علت خروج آن‌ها بازنشستگی نبوده است. با توجه به دشوار بودن شناسایی این گروه از افراد، نمونه‌های پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی انتخاب شدند؛ به این صورت که از هر فرد، خواسته شد تا سایر افرادی که با این ویژگی‌ها می‌شناختند، معرفی نمایند. برای گردآوری داده‌ها، از ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شد. مصاحبه‌ها تا رسیدن به حد کفایت داده‌ها برای پاسخ به پرسش‌های پژوهش ادامه یافت. از مصاحبه هشتم اشباع نظری حاصل شد و برای اطمینان بیشتر، مصاحبه‌ها تا نمونه ۱۲ ادامه پیدا کرد. از آنجایی که برخی از اعضای نمونه بیش از یک تجربه خروج با شرایط مذکور داشتند، بنابراین تعداد تجربه‌های خروج به ۱۵ مورد افزایش یافت. به منظور تحلیل داده‌ها از روش کدگذاری و نرم افزار اطلس تی استفاده شد. کدگذاری در سه مرحله‌ی شناسایی شواهد، شناسایی مفاهیم و شناسایی مقوله‌ها انجام گرفت.

برای تقویت روایی تحقیق، پرسش‌های مصاحبه پس از بررسی ادبیات موضوع مبتنی بر اهداف پژوهش، به صورت نظام‌مند و با استفاده از چهارچوب 5w1h استخراج شد و با استفاده از نظر خبرگان اصلاح و تکمیل گردید. همچنین پس از انجام هر مصاحبه، پرسش‌ها مجدد مورد بازبینی و اصلاح قرار گرفت. برای اطمینان از عملکرد مطلوب بنگاه و با توجه به این که افراد معمولاً تمایلی به بیان عملکرد ناموفق بنگاه خود ندارند و به منظور جلوگیری از بروز خطا، از کارآفرین معرف نیز در مورد شرایط کارآفرین مصاحبه شونده در زمان خروج پرسش شد. برای افزایش پایایی تحقیق نیز تمامی مصاحبه‌ها ضبط و پیاده‌سازی و برای تأیید صحت

آن در اختیار افراد مصاحبه شونده قرار داده شد. همچنین تحلیل مصاحبه‌ها توسط پژوهشگر، اساتید و یک نفر خبره بیرونی انجام و توافق نسبت به نتایج حاصل شد.

یافته‌ها

الف) توصیف جمعیت شناختی

نمونه مورد بررسی این پژوهش شامل ۱۰ مرد و ۲ زن می‌باشد که میانگین سنی آن‌ها ۳۴/۵ سال است. ۶ نفر از اعضای نمونه، متأهل و مابقی مجرد هستند که از میان افراد متأهل، ۴ نفر دارای فرزند هستند. همچنین تحصیلات نمونه‌های انتخاب شده، ۱ نفر کارشناسی، ۵ نفر کارشناسی ارشد و ۶ نفر دکتری بوده است. تمامی کسب و کارهایی که این گروه از کارآفرینان از آن خروج داشته‌اند، در سال آخر سودده و دارای رشد بوده است. خروج کارآفرینان از ۶ بنگاه به صورت فروش سهام بوده و پس از خروج آنان، بنگاه به فعالیت خود ادامه داده است و در ۹ مورد نیز کارآفرینان تصمیم به انحلال بنگاه گرفته‌اند. در ۷ مورد کارآفرین در صنعت فناوری اطلاعات فعالیت داشته و فعالیت مابقی موارد در حوزه صنایع آموزش، مشاوره، تعمیر، نگهداری و تولید بوده است.

همان‌گونه که در بخش پیش توضیح داده شد، تحلیل اطلاعات با استفاده از روش کدگذاری و به شرح زیر انجام شد:

مرحله اول - استخراج روایت‌ها: در این مرحله ابتدا متن کامل مصاحبه‌ها پیاده‌سازی، و سپس روایت‌های مرتبط با موضوع پژوهش استخراج شد. در جدول زیر نمونه‌ای از روایت‌ها آمده است:

جدول ۲. نمونه‌ای از روایت‌های استخراج شده

کد مصاحبه	روایت‌ها
P11	یه سری چیزهایی رو از اول مکتوب نکردیم. خیلی این موضوع کش پیدا کرد که درصد شراکت‌ها، میزان مسئولیت‌ها و نوع فعالیت‌های هر کس چطور باشه.
P5	من اگه می‌خواستم نیرویی استخدام کنم باید بودجش رو می‌گرفتم از قبل. با شما صحبت می‌کردم و می‌گفتم وظیفه شما اینه. ممکن بود کارمندا بگن چقدر این خشکه. اما آقای الف می‌گفت شما خوبی، این توانمندی‌هارو هم داری، بیا باهم دیگه میریم به کار می‌کنیم.

مرحله دوم: کدگذاری اولیه (استخراج شواهد): در این مرحله شواهد مرتبط با موضوع از متن روایت‌ها استخراج شد. در جدول زیر نمونه‌ای از کدگذاری‌های اولیه آمده است:

جدول ۳. نمونه‌ای از شواهد استخراج شده

کد مصاحبه	شواهد استخراج شده
P1	خروج شرکای سرمایه‌گذار و آزاد شدن سهام، اختلاف در خصوص تقسیم منافع بین شرکا، نبود زبان مشترک بین شرکا، کم تجربگی در کار شراکتی، حمایت دوستان در زمان خروج، حمایت خانواده در زمان خروج
P8	تفاوت دیدگاه شرکا در مدیریت مالی بنگاه، دریافت مشورت از دوستان، حمایت دوستان در زمان خروج، هزینه کرد شریک در فعالیتهای اقتصادی بدون صرفه، اخذ بازخورد از مشتریان

مرحله سوم - کدگذاری ثانویه: در این مرحله موارد مشابه دسته‌بندی و در هم ادغام گردید و در نتیجه مؤلفه‌های مرتبط شناسایی شد. در جدول شماره ۴ نمونه‌ای از مؤلفه‌ها آمده است:

جدول ۴. نمونه‌ای از شواهد استخراج شده

کد مصاحبه	شواهد استخراج شده	مؤلفه‌ها
P2-P5-P8-P14-P15	تفاوت دیدگاه شرکا در جذب سرمایه‌گذار، تفاوت دیدگاه شرکا در مدیریت مالی بنگاه، تفاوت دیدگاه شرکا در تعیین استراتژی، تفاوت دیدگاه شرکا در روش‌های مدیریتی	تفاوت در روش‌های مدیریتی شرکا
P1-P8-P13	دریافت مشورت از دوستان در زمان خروج، حمایت عاطفی دوستان در زمان خروج	حمایت عاطفی و حرفه‌ای دوستان در زمان خروج

مرحله چهارم - شناسایی مقوله‌ها: در مرحله چهارم با توجه به مؤلفه‌های استخراج شده، مقولات مرتبط با موضوع شناسایی شد که در نمودار ۱ آمده است. لازم به ذکر است که در خصوص مقوله‌ی شرکای کسب و کار، با توجه به این که شواهد بیشتر و متنوع‌تری استخراج شده بود، شناسایی مؤلفه‌ها در دو سطح انجام شده است. در ادامه به ارائه‌ی توضیح بیشتر در مورد مؤلفه‌های فوق پرداخته می‌شود.

تفاوت‌ها و تضادهای شرکا

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، تفاوت و تضاد بین شرکا در حوزه‌های مختلف، می‌تواند منجر به بروز اختلاف و تعارض و در نهایت خروج از کسب و کار شود. به‌طور کلی این تفاوت‌ها در سه دسته به چشم می‌خورد: دسته اول مربوط به تفاوت در چشم‌انداز و اهدافی است که هر یک از شرکا برای کسب و کار در نظر دارند. چنانچه این اهداف هم‌سو نباشد، پیامدهایی نظیر خروج را در پی خواهد داشت. نمونه‌ای از روایت مرتبط با این موضوع در نمودار شماره ۱ آمده است.



نمودار ۱. مقوله‌های شناسایی شده

«فکر می‌کردیم که خیلی خوب می‌تونیم با هم کار کنیم. دو سال هم کار کردیم. خوب بود. اصلا مشکل بازار نداشتیم. خوب داشتیم رشد می‌کردیم. ولی بعد از دو سال احساس کردیم که دیگه باهم هم راستا نیستیم از این نظر که سقف آرزوها و نیازهامون باهم فرق می‌کنه و نهایتا تصمیم گرفتیم که از هم جدا بشیم.»

دسته دوم تفاوت‌ها و تضادهای میان شرکا در سبک‌های مختلفی مدیریتی مورد قبول آنان است. به‌عنوان مثال می‌توان به تفاوت در روش‌های جذب و مدیریت منابع انسانی اشاره کرد که در بسیاری از موارد منجر به بروز اختلاف شده است. نمونه‌ای از روایت بیان شده در این زمینه در ادامه آمده است:

«آقای الف با آدم‌ها از جنبه احساسی وارد میشه و می‌خواد باهاشون دوست بشه. می‌گرده براشون کار پیدا می‌کنه تو مجموعه. من نگاهم متفاوت‌ه. کار تعریف می‌کنم و بعد می‌گردم

دنبال آدم‌ها برای این کار. سر این موضوعات ما اختلاف داشتیم. یکی از دلایل جدا شدنمون همین بود.»

از جمله سایر تفاوت‌ها در روش‌های مدیریتی شرکا، می‌توان به تفاوت در روش‌های جذب منابع مالی، نحوه هزینه‌کرد و همچنین سبک‌های تصمیم‌گیری اشاره کرد. و در نهایت دسته سوم تفاوت‌ها و تضادها بین شرکا، مربوط به عدم توافق در مورد تقسیم منافع بنگاه و یا به عبارتی سود و سهام بنگاه می‌شود. شواهد نشان می‌دهد اغلب زمانی این تضادها و تفاوت‌ها بیشتر نمایان می‌شود که، بنگاه در حال رشد و یا در وضعیت مالی مطلوب‌تری نسبت به گذشته قرار می‌گیرد. برای نمونه می‌توان به روایت زیر اشاره داشت:

«... موقعی که کسب و کار صعود کرد، وارد این فاز شدیم که کی چقدر داره تلاش می‌کنه، چیزی میداره و چقدر بر میداره. چون سهام به طور مساوی تقسیم شده بود. دوستان احساس می‌کردن که داره در حقشون اجحاف میشه.»

عدم تعهد به کسب و کار و سایر شرکا

یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که عدم تعهد یکی از شرکا به کسب و کار و یا سایر شرکا می‌تواند منجر به خروج شود. به عنوان مثال در بعضی از موارد کارآفرینان مطرح نمودند که شرکایشان زمان و انرژی لازم به کسب و کار اختصاص نمی‌دادند:

«نمیشد اینجوری کار کرد که به نفع کار نباشد و به نفع دیگره بخواد همه کارهارو انجام بده.»

سوء استفاده از شرایط نیز یکی دیگر از نمونه‌های عدم تعهد و دلایل بروز اختلاف بین شرکا بوده است:

«... تو به مجموعه‌ای که رفتیم باهاشون قرارداد بندیم و قرارداد خیلی خوبی بود، آخرش اینجوری شد که بجای این که اون قرارداد رو بگیریم، شریک من رفت و اونجا شد مدیر اون مجموعه تا بتونه درآمد ثابتی داشته باشه و پاس‌خگویی خانواده اش باشه. سر این موضوع به سری اختلافاتی بینمون پیشمون اومد تصمیم گرفتیم که منحل کنیم شرکت رو.»

بنابراین عدم تعهد خود را در موضوعاتی نظیر کم کاری، سوء استفاده، انجام کار بدون هماهنگی سایر شرکا و ترک کسب و کار توسط یکی از شرکا نشان می دهد.

کمبود تجربه و مهارت شرکا

سومین مؤلفه مرتبط با مقوله شرکا، موضوع کمبود تجربه و مهارت آنان است که منجر به بروز اختلاف و خروج از کسب و کار شده است. در این زمینه، بسیاری از کارآفرینان به ضعف مهارت های ارتباطی خود اشاره داشتند که نتیجه آن مدیریت نادرست رابطه با شرکا و ظهور اختلافات جدی بوده است. از جمله ضعف های ارتباطی افراد می توان انتقادناپذیری، گفت و گو نکردن و عدم مدیریت خشم را نام برد که در ادامه یکی از روایت های مرتبط با آن آمده است: «در مورد کاری که با آقای الف داشتیم من در زمان شروع دو تا تعهد از شما گرفتم: یکی اینکه حق نداری مارو ترک کنی. باید حرف بزنی تا به نتیجه برسیم. دوم این که مسئولیت مالی رو به من بسپر. مسئولیت مالی رو به من سپرد اما حاضر نشد حرف بزنه و رفت.»

در کنار ضعف در مهارت های ارتباطی، عدم بلوغ تیم کسب و کار و تجربه افراد در انجام فعالیت های شراکتی، از دیگر دلایل بروز اختلاف و خروج در شرایطی است که بنگاه عملکرد مالی مطلوبی داشته است. عدم بلوغ و تجربه در کار شراکتی به موضوعاتی نظیر مکتوب نکردن شرایط همکاری از ابتدا، عدم پذیرش ریاست یک نفر و دخالت در وظایف یکدیگر، عدم تقسیم اختیارات و مسئولیت ها بین شرکا به یک میزان و تقسیم نادرست سهام بین شرکا مربوط می شود. برای نمونه روایتی مرتبط با این موضوع در زیر آمده است:

«یه پذیرش بالا پایین بالاخره باید تو شرکت باشه که ما نداشتیم. یعنی باید بپذیریم که یکی باید رییس باشه.»

به طور کل، موضوع "بروز اختلاف بین شرکا" به یکی از دلایل فوق، از سوی افراد بیشتری مطرح شد که می تواند نشان از اهمیت بسزای آن باشد. همچنین بسیاری از کارآفرینان نداشتن مهارت ارزیابی و انتخاب شریک مناسب را ریشه اصلی بسیاری از این اختلافات ذکر کردند.

حمایت عاطفی خانواده در زمان خروج

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد حمایت عاطفی خانواده کارآفرین، فرآیند خروج او از کسب‌وکار را تسهیل کرده و از فشار روحی- روانی وارد شده بر او می‌کاهد. روایت زیر شاهدهی بر این موضوع است:

«... هم‌سر من خیلی کمک بزرگی کرد. کاملاً از من مراقبت کرد ... هرکسی جای ایشون بود تحمل نمی‌کرد ولی ایشون خیلی صبور بوده و کمک کرده که موقع فشارها آروم بشم.»

تعارض نقش شغلی - خانوادگی شرکا

بر اساس نتایج به‌دست آمده، یکی از دلایل خروج کارآفرینان، بروز اختلاف بین شرکا به علت وجود تعارضات نقش شغلی خانوادگی در یکی از شرکا می‌باشد. زمانی که شریک نتواند نیازها و انتظارات خانواده خود را برآورده سازد، دچار تنش شده و به تبع آن کسب‌وکار و سایر شرکا را با فشار مواجه می‌سازد. در چنین شرایطی شریک معمولاً از تعهدات خود به کسب‌وکار می‌کاهد و به پیامدهایی نظیر کم‌کاری، سوءاستفاده و یا ترک کسب‌وکار منجر می‌شود. در ادامه نمونه‌ای از روایت‌های مربوط به این موضوع آمده است:

«... در این اثنا چون هنوز اوایل کارمون بود و تو بازار شناخته نشده بودیم گاهی به ذره روندمون کند می‌شد و از اون طرف اون شریک من چون دغدغه‌های مالیش بیشتر بود به دلیل تاهل و داشتن دو فرزند، به ذره برآش پرننگ‌تر بود این روند و خانواده اش بهش فشار می‌آوردن و این موضوع به شرکت فشار آورد.»

اخذ بازخورد از مشتریان

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که ارتباط با مشتریان و دریافت بازخورد از آنان نقش مؤثری در خروج به موقع آنان از کسب‌وکار دارد. بازخورد دریافتی از مشتریان به دو صورت می‌تواند باشد: ۱- در قالب دریافت بازخورد رسمی از مشتریان درباره محصول و ۲- در قالب دریافت بازخورد غیررسمی از مشتریان سازمانی. در حالت دوم ارتباط غیررسمی کارآفرین با مشتریان سازمانی بزرگ، می‌تواند او را از تغییرات مدیریتی در سازمان و احتمالاً تصمیمات آتی مدیریت در خصوص عدم تداوم خرید محصول آگاه سازد که در نهایت با توجه به پیش‌بینی

از دست دادن بخش بزرگی از بازار، تصمیم به خروج کارآفرین را در پی خواهد داشت. در ادامه روایتی در این زمینه ذکر شده است:

«... ارتباطات غیر رسمی که با مشتریان ایجاد میشه و اون‌ها مشورت میدن که بازار به کدام سمت و سو داره میره. وقتی تو یه بازاری داری که ۵۰٪ اون مال یه مشتری هست و اون مشتری بهت میگه که ما سیاستمون براینه که مثلاً قسمت مهندسیمونو تعطیل کنیم و از شما دیگه سرویس نگیریم، خوب ما نصف بازارمونو از دست میدیم و بنابراین خارج میشیم.»

حمایت حرفه‌ای و عاطفی دوستان

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که دوستان کارآفرین، به دو طریق در فرآیند خروج او از کسب و کار نقش دارند. دوستان اولاً، با ارائه مشورت‌های حرفه‌ای که ناشی از خبرگی آن‌ها در صنعت می‌باشد، به کارآفرینان نسبت به خروج به موقع هشدار می‌دهند و دوماً، در زمان خروج با حمایت‌های عاطفی خود، این فرآیند را برای کارآفرین تسهیل می‌سازند.

روایت زیر شهادی بر این یافته می‌باشد:

«زمانی که خیلی چالش‌ها و تعارضات بین من و شریکم زیاد شده بود و تحملش سخت شده بود، اونجا یکی دو تا از دوستانم - از دوستانی که همکاریم بودن - یه همچین پیشنهاداتی داشتم که مثلاً الان وقتشه که سهامتو واگذار کنی و بری.»

بحث و نتیجه گیری

از آن جایی که در تحقیقات خروج کارآفرینانه به نقش شبکه‌های اجتماعی کمتر توجه شده، بنابراین هدف از انجام این تحقیق شناسایی نقش شبکه‌های اجتماعی و عوامل مرتبط با آن بر فرآیند خروج کارآفرینانه بوده است. به زعم محققان این حوزه، خروج می‌تواند هم در شرایط اقتصادی نامطلوب بنگاه و به دلیل فشارهای مالی اتفاق افتد و هم در شرایطی که عملکرد اقتصادی بنگاه مطلوب است (Amaral & et al, 2007). در این پژوهش حالت دوم که تا کنون کمتر مورد توجه قرار گرفته است مدنظر می‌باشد. یافته‌های این تحقیق به شناسایی چهار نوع شبکه اجتماعی کارآفرینان انجامید که بر فرآیند خروج آنان نقش دارد: شبکه شرکا، شبکه خانوادگی، شبکه مشتریان و شبکه دوستان. در ارتباط با شبکه شرکا، مشخص شد که

انواع تفاوت‌ها و تضادهای بین شرکا، عدم تعهد به کسب‌وکار و کمبود مهارت و تجربه در زمینه‌های مختلف می‌تواند منجر به بروز اختلاف و تعارض بین شرکا و در نهایت خروج از کسب‌وکار شود. این یافته گواهی است بر رد پیش فرض انتخاب عقلانی شبکه‌های اجتماعی و تأیید کلیور و هیندل (۲۰۱۱) مبنی بر این که ممکن است افراد انتخاب‌های صحیحی نداشته باشند. در واقع یافته‌های تحقیق بیانگر این است که از یک سو بسیاری از کارآفرینان نمی‌توانند شبکه مناسب خود به ویژه شبکه شراکت شان را انتخاب نمایند و از سوی دیگر قادر به برقراری ارتباط مؤثر با افراد نیستند و در مواجهه با تعارضات بین فردی از استراتژی‌های مخربی نظیر خروج استفاده می‌کنند. این نتایج همسو با نتایج پژوهش نوری و همکاران (۱۳۹۵) و همچنین محقق و همکاران (۱۳۹۶) می‌باشد که در آن عواملی شامل ناهماهنگی شرکا و وجود اختلاف و دیدگاه‌های متضاد بین آنان به عنوان یکی از دلایل خروج شناسایی شده است. برگ^۱ و همکاران (۲۰۱۴) نیز در پژوهش خود مطرح کرده‌اند که تعاملات منفی بین اعضای تیم کسب‌وکار احتمال خروج اعضا را افزایش می‌دهد. در پژوهش دیگری ارتباط با شرکا به عنوان یکی از دلایل شکست دیده شده است (Atsan, 2016)، اما در پژوهش حاضر مشخص شد که موضوع تعارض بین شرکا می‌تواند منجر به انواع دیگر خروج نیز شود. علاوه بر این، کولورت و فاسین (۲۰۱۳) در نتایج مطالعه خود به این موضوع اشاره داشته‌اند که رفتار غیراخلاقی درک شده نظیر ارتباطات نادرست، سوء استفاده از قدرت و احترام نگذاشتن به توافق، منجر به بروز تعارض میان کارآفرینان و شبکه‌های سرمایه‌گذار آنان می‌شود و پیامدهایی همچون شکست و یا شکلی دیگر از خروج غیرداوطلبانه را در پی خواهد داشت. نتایج این تحقیق تا حدی هم‌سو با این یافته است. با این تفاوت که کولورت و فاسین تمرکزشان بر شرکای سرمایه‌گذار از جمله سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر بوده، در حالی که نتایج تحقیق حاضر یافته‌ای مبنی بر بروز اختلاف بین کارآفرینان و شبکه سرمایه‌گذاریشان نداشته، بلکه نشان دهنده تعارض بین شرکای اولیه و تیم مؤسس کسب‌وکار می‌باشد. شاید بتوان علت این

مغایرت را در این موضوع دانست که نمونه‌های این تحقیق هیچ یک با هدف کسب سود حاصل از فروش^۱، اقدام به ترک کسب و کار نکرده اند و شاید به همین دلیل نیز بر خلاف یافته‌های پیشین (Clarysse & et al, 2013؛ Collewaert & Fassin, 2013؛ Ragozzino & Blevins, 2016) که بیانگر تأثیر سرمایه گذاران مخاطره پذیر بر خروج موفق بوده است، در یافته‌های این تحقیق شرکای سرمایه گذار بر خروج نقشی نداشته اند.

یکی از یافته‌های قابل ملاحظه در پژوهش حاضر این است که بسیاری از تضادها و تفاوت‌ها زمانی بروز می‌یابد که بنگاه در حال رشد و یا در وضعیت مالی مطلوب تری نسبت به گذشته قرار می‌گیرد. برخی از کارآفرینان مطرح نمودند که در ابتدای ایجاد کسب و کار، هیچ گونه اختلافی در مورد نحوه تقسیم سهام و سود و همچنین میزان زمان و انرژی که هر فرد به کار اختصاص می‌دهد، نبوده اما پس از ورود یک سرمایه گذار و تزریق سرمایه و یا افزایش فروش، ناگهان این اختلافات ایجاد می‌شود.

نتایج پژوهش نشان داد که شبکه خانوادگی کارآفرین در زمان خروج نقش حمایت‌گری را ایفا می‌کند و تحمل این مسأله را تسهیل می‌سازد. در پژوهش‌های پیشین بیشتر نقش حمایت خانواده در مراحل ابتدای کسب و کار دیده شده است، از جمله مطالعه کلیور هیندل (۲۰۰۷). علاوه بر این یافته‌ها بیانگر این است که بروز تعارض نقش شغلی خانوادگی برای شرکا، یکی از علل بروز اختلافات میان آنان می‌باشد. این موضوع تا حدی هم راستا با یافته‌های سو و همکاران (۲۰۱۶) است که در تحقیق خود اثر تداخلات شغلی خانوادگی بر قصد خروج کارآفرینانه را تأیید کرده‌اند. عباس (۲۰۱۶) نیز در پژوهش خود به موضوع عدم تعادل کار زندگی اشاره داشته که منجر به بروز خستگی، عدم رضایت و نهایتاً تصمیم به خروج می‌شود. اثر تعارضات نقش شغلی خانوادگی در پژوهش حاضر به صورت غیرمستقیم و از طریق تأثیر بر شرکا و به تبع آن فشار بر کسب و کار و در نتیجه بروز اختلاف میان شرکا می‌باشد.

یافته‌های تحقیق حاکی از نقش شبکه مشتریان بر تصمیم به خروج کارآفرینانه و همچنین نقش دوستان در قالب ارائه حمایت‌های حرفه‌ای و عاطفی می‌باشد که محققان پیشین کمتر به

این موضوع پرداخته‌اند. زکریا جزو محققانی است که به شبکه دوستی توجه کرده و مطرح می‌کند که چنان چه سرمایه اولیه کسب و کار توسط سرمایه‌گذاران غیر رسمی از جمله دوستان تأمین شود، احتمال سرمایه‌گذاری‌های آتی رسمی کاهش می‌یابد. زکریا در پژوهش خود اشاره‌ای به خروج نمی‌کند (Zaccaria, 2015).

محدودیت‌ها و پیشنهادها

این تحقیق نیز همچون تمام پژوهش‌ها با محدودیت‌هایی مواجه بوده است. از جمله دشواری دسترسی به نمونه‌های تحقیق که امکان انتخاب تصادفی اعضای نمونه را ناممکن ساخت و همچنین انجام تحقیق در شهر تهران که بسترهای کسب و کار آن کاملاً متفاوت از سایر شهرهای ایران است. با توجه به روش انجام این پژوهش، یافته‌ها و محدودیت‌های آن، پیشنهادهای زیر برای محققان و همچنین سیاست‌گذاران مطرح است:

با توجه به این که تحقیق حاضر، اولین پژوهشی است که به صورت متمرکز به دنبال بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی بر خروج کارآفرینانه بوده و به صورت کیفی انجام گرفته است، لازم است تا در آینده پژوهش‌هایی با استفاده از روش‌های کمی به منظور آزمون این نتایج انجام شود.

از آن جایی که خروج کارآفرینانه در مراحل مختلف کسب و کار اتفاق می‌افتد (مرحله نوپایی، رشد و بلوغ) لازم است تا تحقیقاتی انجام گیرد که در آن نقش شبکه‌های اجتماعی بر خروج کارآفرینانه در هر یک از مراحل و تفاوت‌های آن، مورد بررسی قرار گیرد.

در پژوهش حاضر صرفاً نقش شبکه‌های اجتماعی بر خروج در شرایط اقتصادی مطلوب بنگاه بررسی شده است. لازم است تا محققان نقش شبکه‌های اجتماعی بر خروج در شرایط اقتصادی نامطلوب بنگاه را نیز بررسی نمایند تا امکان مقایسه فراهم شود.

کارآفرینان نبود آموزش‌های لازم در مورد انتخاب و ارزیابی شرکای کسب و کار و همچنین ضعف در مهارت‌های ارتباطی و انجام فعالیت‌های تیمی و شراکتی را یکی از دلایل اصلی بروز اختلاف بین شرکا و خروج از کسب و کار دانسته‌اند. بنابراین پیشنهاد می‌شود، دوره‌های آموزشی با این هدف برای کارآفرینان طراحی شود.

منابع

- محقق نیشابوری، محمد سعید؛ طالبی، کامبیز و سجادی، سید مجتبی (۱۳۹۶). عوامل خروج کارآفرینان: تلفیق نگاه فردی محیطی. توسعه کارآفرینی، ۱۰(۳): ۴۹۷-۵۱۶.
- نوری، پوریا؛ احمدی کافشانی، عبدالله و طالبی، کامبیز (۱۳۹۵). شناسایی عوامل خروج کارآفرینان ایرانی: رویکرد روایتی. توسعه کارآفرینی، ۹(۱): ۱۵۹-۱۷۵.
- Abbas, A. (2016). Exploring churn in female led businesses by qualitative assessment of venture exits under gender lens.
- Aldrich, H., & Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. In D. Sexton, & R. Smilor, *The Art and Science of Entrepreneurship* (pp. 3-23). New York: Ballinger.
- Amaral, A. M., Baptista, R., & Lima, F. (2007). Entrepreneurial exit and firm performance. *Frontiers of entrepreneurship research*, 27(5), 1-25.
- Andringa, S., Poulston, J., & Pernecky, T. (2016). Hospitality entrepreneurship: a link in the career chain. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(4), 717-736.
- Atsan, N. (2016). Failure Experiences of Entrepreneurs: Causes and Learning Outcomes. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 235, 435-442
- Bird, M., & Wennberg, K. (2016). Why family matters: The impact of family resources on immigrant entrepreneurs' exit from entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31(6), 687-704.
- Borgatti, S., Brass, D., & Halgin, D. (2014). Social network research: confusions, criticisms, and controversies. *Research in the Sociology of Organizations*, 40, 1-29.
- Breugst, N., Patzelt, H., & Rathgeber, P. (2015). How should we divide the pie? Equity distribution and its impact on entrepreneurial teams. *Journal of Business Venturing*, 30(1), 66-94.
- Bruyaka, O. P. (2008). Alliance partner diversity and biotech firms' exit: differing effects on dissolution vs. divestment. In *Academy of management proceedings* (Vol. 2008, No. 1, pp. 1-6). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
- Caliendo, M., Fossen, F., & Kritikos, A. (2012). Trust, positive reciprocity, and negative reciprocity: Do these traits impact entrepreneurial dynamics? *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 394-409.
- Chepchiong, H. (2017). *Entrepreneurial Profile, Networking and Outcomes: A Study of Women Owned Mitumba Enterprises in Mombasa City, Kenya* (Doctoral dissertation, Moi University).
- Clarysse, B., Bobelyn, A., & Del Palacio Aguirre, I. (2013). Learning from own and others' previous experience: the contribution of the venture capital firm to the likelihood of a portfolio company's trade sale. *Small Business Economics*, 40(3), 575-590.
- Collewaert, V., & Fassin, Y. (2013). Conflicts between entrepreneurs and investors: the impact of perceived unethical behavior. *Small Business Economics*, 40(3), 635-649.
- Dashti, Y., & Schwartz, D. (2018). Should start-ups embrace a strategic approach toward integrating foreign stakeholders into their network? *Innovation*, 20(2), 164-191.

- DeTienne, D. R. (2010). Entrepreneurial exit as a critical component of the entrepreneurial process: Theoretical development. *Journal of Business Venturing*, 25(2), 203-215.
- DeTienne, D. R., & Cardon, M. S. (2012). Impact of founder experience on exit intentions. *Small Business Economics*, 38(4), 351-374.
- Diáñez-González, J. P., & Camelo-Ordaz, C. (2017). The influence of the structure of social networks on academic spin-offs' entrepreneurial orientation. *Industrial Marketing Management*, 80, 84-98
- Farooq, M. S., Salam, M., ur Rehman, S., Fayolle, A., Jaafar, N., & Ayupp, K. (2018). Impact of support from social network on entrepreneurial intention of fresh business graduates: A structural equation modelling approach. *Education+ Training*, 60(4), 335-353
- Gem. (2013), Tehran
- Georgarakos, D., & Tatsiramos, K. (2009). Immigrant self-employment: does intermarriage matter? In *Ethnicity and Labor Market Outcomes* (pp. 253-271). Emerald Group Publishing Limited.
- Greve, A., & Salaff, J. W. (2003). Social networks and entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 28(1), 1-22.
- Haring, M. (2018). How Student Entrepreneurs Develop Their Social Network Over Time During the Process of Starting a Company. *Business and Management Studies*, 4(1), 68-80.
- Hegde, D., & Tumlinson, J. (2014). Does social proximity enhance business partnerships? Theory and evidence from ethnicity's role in US venture capital. *Management Science*, 60(9), 2355-2380.
- Hsu, D. K., Wiklund, J., Anderson, S. E., & Coffey, B. S. (2016). Entrepreneurial exit intentions and the business-family interface. *Journal of Business Venturing*, 31(6), 613-627.
- Kar, B., Kapur, S., & Panda, A. K. (2017). Why Do Entrepreneurs Quit? An Exploratory Analysis.
- Klyver, K., Evald, M. R., & Hindle, K. (2011). Social networks and new venture creation: the dark side of networks. In K. Hindle, & K. Klyver, *Handbook of research on new venture creation* (pp. 145-159). Cheltenham, UK . Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- Ragozzino, R., & Blevins, D. P. (2016). Venture Backed Firms: How Does Venture Capital Involvement Affect Their Likelihood of Going Public or Being Acquired? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(5), 991-1016.
- Shu, R., Ren, S., & Zheng, Y. (2018). Building networks into discovery: The link between entrepreneur network capability and entrepreneurial opportunity discovery. *Journal of Business Research*, 85, 197-208.
- Wennberg, K. (2009). Entrepreneurial Exit. Stockholm, Sweden: Stockholm School of Economics.
- Wennberg, K., & DeTienne, D. R. (2014). What do we really mean when we talk about 'exit'? A critical review of research on entrepreneurial exit. *International Small Business Journal*, 32(1), 4-16.

- Wennberg, K., Wiklund, J., DeTienne, D. R., & Cardon, M. S. (2010). Reconceptualizing entrepreneurial exit: Divergent exit routes and their drivers. *Journal of Business Venturing*, 25(4), 361-375.
- Zaccaria, L. (2015). Are family and friends the wrong investors? Evidence from us startups. Working Paper.
- Zhu, F., Burmeister-Lamp, K., & Hsu, D. K. (2017). To leave or not? The impact of family support and cognitive appraisals on venture exit intention. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(3), 566-590