

اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِ مُحَمَّدٍ وَخَصِّهِمْ
كَمَا صَلَّيْتَ عَلَى إِبْرَاهِيمَ وَعَلَى آلِ إِبْرَاهِيمَ إِنَّكَ جَدِيدُ
الْعَرْشِ قَبْلِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ آمِينَ



دانشگاه علامه طباطبائی

دانشکده مدیریت و حسابداری

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت کارآفرینی گرایش کسب و کار

تأثیر ساختار حاکمیت قراردادی بر تصمیم‌گیری استراتژیک در کسب و کارهای
خانوادگی

نگارش:

علی اصغر ملاداودی

استاد راهنما:

دکتر کامبیز طالبی

استاد مشاور:

دکتر وجه الله قربانی زاده

استاد داور:

دکتر فتاح شریف زاده

زمستان

۱۳۹۰

تقدیر و تشکر:

در انجام این پایان نامه دوستان زیادی نقش داشته اند. از جمله سید حمید طاهایی که در جمع آوری اطلاعات اولیه از نمونه های مورد مطالعه نقش مهمی را ایفا نمودند.

اما آنچه ناگفتنی است و وصف آن، در توان قلم و ذهن و زبان این بنده حقیر نمی گنجد، چگونگی قدردانی از زحمات بی حد و مرز اساتید گرامیم **جناب آقای دکتر طالبی** که راهنمایی مرا به عهده داشتند و **جناب آقای دکتر قربانی زاده** به عنوان استاد مشاور، می باشد که با آغوشی باز وقت خود را در اختیار من قرار می دادند و بی دریغ در جهت رفع مشکلات و پاسخ گویی به سوالات من بر می آمدند.

همچنین از همکاری خالصانه **جناب آقای دکتر شریف زاده** که داوری پایان نامه مرا به عهده داشتند کمال تشکر را به عمل می آورم.

در پایان از همکاری همه دوستانی که مرا در انجام این پایان نامه به هر نحوی کمک و یاری کردند، کما تشک و سپاس را به عمل می آورم و آرزوی بهروزی برای آنها دارم.

و من الله التوفیق

چکیده:

کسب و کارهای خانوادگی یکی از جنبه های مهم اقتصادی در همه کشورها می باشند، بطوری که در رونق اقتصاد اکثر کشورهای توسعه یافته این کسب و کارها سهم عمده ای را ایفا می نمایند. از این رو آشنایی با تمامی جنبه های این کسب و کارها ضروری می باشد. این تحقیق حاکمیت در کسب و کارهای خانوادگی را هدف بررسی خود قرار داده است. حاکمیت در کسب و کارهای خانوادگی بر جنبه مهمی از جریان حاکمیت شرکتی اشاره دارد: اعضای خانوادگی (مالکان اصلی) که نقش های چندگانه ای در کسب و کار دارند. در این مقاله ما مدلی از حاکمیت کسب و کارهای خانوادگی که بر جنبه های رسمی حاکمیت در این کسب و کارها اشاره دارد، را به کار می بریم. و با استفاده از آن تاثیر مکانیزم های مختلف حاکمیت را بر چگونگی تصمیم گیری استراتژیک بررسی می کنیم. برای بررسی سنجه های مدل ما از پرسشنامه تحقیقاتی آقای ماستاکیلو در سال ۲۰۰۲ استفاده نموده ایم. البته باید ذکر نمود که این پرسشنامه با توجه به ویژگی های جمعیت شناختی و سایر ویژگی های کسب و کار در کشورمان بومی سازی شده است. در این مقاله داده ها با پیمایش بر روی ۴۵ نمونه از کسب و کارهای خانوادگی و با استفاده از روش نمونه برداری مناسب (با توجه به شرایط) در استان تهران از ایران حاصل شده است. همچنین برای آزمون فرضیات از روش تحلیل رگرسیون و نرم افزار SPSS استفاده شده است.

واژگان کلیدی: کسب و کار خانوادگی، حاکمیت قراردادی، حاکمیت مشارکتی، تصمیم گیری استراتژیک، مالک

E-MAIL: a.davoodi65@yahoo.com

فهرست

| صفحه | فهرست مطالب |
|------|---|
| | ۱. فصل ۱ |
| ۱ | ۱.۱. مقدمه |
| ۱ | ۱.۲. بیان مسئله |
| ۴ | ۱.۳. اهمیت موضوع |
| ۷ | ۱.۴. گزاره های تحقیق |
| ۹ | ۱.۵. روش تحقیق |
| ۹ | ۱.۶. قلمرو مکانی - جامعه تحقیق: |
| ۹ | ۱.۷. قلمرو زمانی تحقیق: |
| ۱۰ | ۱.۸. روش نمونه گیری و تخمین حجم جامعه: |
| ۱۰ | ۱.۹. روشهای گردآوری داده ها و ابزار مورد استفاده برای آن: |
| ۱۰ | ۱.۱۰. روش تحلیل داده ها: |
| ۱۰ | ۱.۱۱. موانع و محدودیتهای تحقیق: |
| ۱۰ | ۱.۱۲. چارچوب نظری تحقیق: |
| ۱۲ | ۱.۱۳. نقشه راه: |
| ۱۲ | ۱.۱۴. پیشینه تحقیق: |
| ۱۴ | ۱.۱۵. شرح واژه ها و اصطلاحات تحقیق: |
| ۱۶ | ۱.۱۶. خلاصه فصل: |
| | ۲. فصل ۲: |
| ۱۷ | ۲.۱. مقدمه |

- ۲۰ ۲.۲.۱ الگوهای کسب و کارهای خانوادگی
- ۲۰ ۲.۲.۱.۱ کسب و کارهای خانوادگی گذرا
- ۲۰ ۲.۲.۱.۲ کسب و کارهای خانوادگی محافظه کارانه
- ۲۱ ۲.۲.۱.۳ کسب و کارهای خانوادگی کارآفرینانه
- ۲۱ ۲.۳ برخی از ویژگی های کسب و کارهای خانوادگی
- ۲.۴ حاکمیت شرکتی و انتخاب چارچوب تئوریک:
- ۲۶ ۲.۴.۱ مقدمه ای بر زمینه اصلی در حاکمیت شرکتی
- ۲۷ ۲.۴.۲ چارچوب های تئوریک مربوط به حاکمیت شرکتی
- ۳۲ ۲.۴.۳ چارچوب های تئوریک مورد استفاده در تحقیق
- ۲.۴.۳.۳ تئوری عاملیت
- ۳۳ ۲.۴.۳.۳.۱ شرحی بر تئوری عاملیت
- ۴۰ ۲.۴.۳.۳.۲ کاربرد تئوری عاملیت
- ۴۲ ۲.۴.۳.۳.۳ انتقاد بر تئوری عاملیت
- ۲.۴.۳.۴ تئوری سرمایه اجتماعی:
- ۴۴ ۲.۴.۳.۴.۱ شرحی بر تئوری سرمایه اجتماعی
- ۴۸ ۲.۴.۳.۴.۲ عوامل تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی
- ۲.۴.۳.۴.۳ سرمایه اجتماعی در حاکمیت شرکتی و کسب و کارهای
- ۴۹ خانوادگی
- ۵۲ ۲.۴.۳.۴.۴ انتقادات بر تئوری سرمایه اجتماعی

| | | |
|----|-------|---|
| | ۲.۵ | مروری بر ادبیات تصمیم‌گیری استراتژیک: |
| ۵۳ | ۲.۵.۱ | تصمیم‌گیری |
| ۵۴ | ۲.۵.۲ | استراتژی |
| ۵۵ | ۲.۵.۳ | پارادایم‌ها و مکاتب مدیریت استراتژیک |
| ۵۶ | ۲.۵.۴ | تصمیم‌گیری استراتژیک و فاکتورهای موثر در آن |
| ۵۸ | ۲.۵.۵ | ضرورت استفاده از مدیریت استراتژیک |
| ۵۸ | ۲.۵.۶ | ویژگی‌های تصمیم‌گیری استراتژیک |
| ۵۹ | ۲.۵.۷ | تصمیم‌گیری استراتژیک در کسب و کارهای خانوادگی |
| ۶۱ | ۲.۵.۸ | تصمیم‌گیری در بین نسل‌های کسب و کار خانوادگی |
| ۶۳ | ۲.۶ | ادبیات مرتبط با حاکمیت کسب و کارهای خانوادگی: |
| ۶۴ | ۲.۶.۱ | ویژگی‌های منحصر به فرد کسب و کارهای خانوادگی |
| ۶۹ | ۲.۶.۲ | حاکمیت قراردادی در کسب و کارهای خانوادگی |
| ۷۶ | ۲.۷ | نتایج مرور ادبیات تحقیق: |
| ۷۶ | ۲.۷.۱ | چالش‌های متمایز حاکمیت کسب و کارهای خانوادگی |
| | ۲.۷.۲ | مقایسه نظریه‌ی عاملیت و نظریه سرمایه‌گذاری اجتماعی در مطالعات |
| ۷۹ | | حاکمیت شرکتی |
| | ۲.۷.۳ | قابلیت اجرای نظریه عاملیت و نظریه سرمایه‌گذاری اجتماعی |
| ۸۱ | | در تحقیقات حاکمیت کسب و کار خانوادگی |
| | ۲.۸ | مدل‌های نظری و فرضیه‌های تحقیق: |
| ۸۳ | ۲.۸.۱ | ساختار حاکمیت کسب و کارهای خانوادگی |
| ۸۵ | ۲.۸.۲ | مدل حاکمیت قراردادی |
| ۸۶ | ۲.۸.۳ | ماهیت قراردادی کسب و کارهای خانوادگی |

| | | |
|-----|-------|---|
| ۹۱ | ۲.۸.۴ | مکانیزم های حاکمیت قراردادی و چگونگی تصمیم گیری استراتژیک |
| ۹۳ | ۲.۸.۵ | فرضیات تحقیق و عناصر تشکیل دهنده مدل تحقیق |
| ۹۸ | ۲.۹ | خلاصه مدل مفهومی |
| ۹۹ | ۲.۹.۱ | اجزای مدل تحقیق |
| ۱۰۰ | ۲.۱۰ | خلاصه فصل |
| | ۳ | فصل ۳ |
| ۱۰۲ | ۳.۱ | مقدمه |
| ۱۰۳ | ۳.۲ | روش تحقیق: |
| ۱۰۴ | ۳.۳ | جامعه آماری |
| ۱۰۴ | ۳.۴ | روش نمونه گیری |
| ۱۰۵ | ۳.۵ | حجم نمونه |
| ۱۰۵ | ۳.۶ | جمع آوری داده ها |
| ۱۰۶ | ۳.۷ | منابع جمع آوری داده ها |
| ۱۰۶ | ۳.۸ | ابزار سنجش "پرسشنامه" |
| ۱۰۷ | ۳.۹ | روایی ابزار |
| ۱۰۸ | ۳.۱۰ | پایایی ابزار |
| ۱۰۸ | ۳.۱۱ | مقیاس مورد استفاده |
| ۱۰۸ | ۳.۱۲ | روش تجزیه و تحلیل اطلاعات |
| ۱۰۹ | ۳.۱۳ | مدل تحلیلی تحقیق |
| ۱۱۰ | ۳.۱۴ | خلاصه فصل |
| | ۴ | فصل ۴ |

| | |
|-----|--|
| ۱۱۱ | ۴.۱. مقدمه |
| ۱۱۱ | ۴.۲. آمار توصیفی |
| ۱۱۵ | ۴.۳. تجزیه و تحلیل متغیرهای مدل تحقیق |
| ۱۲۷ | ۴.۴. خلاصه فصل |
| | ۵. فصل ۵ |
| ۱۲۸ | ۵.۱. مقدمه |
| ۱۲۸ | ۵.۲. مروری بر حاکمیت قراردادی در کسب و کارهای خانوادگی |
| ۱۲۹ | ۵.۲.۲. فرآیند تحقیق و نتایج حاصله |
| ۱۳۲ | ۵.۳. مفاهیم مدیریتی |
| ۱۳۳ | ۵.۴. محدودیت های تحقیق: |
| ۱۳۴ | ۵.۵. پیشنهاداتی برای شرکتهای تحت مطالعه |
| ۱۳۴ | ۵.۶. پیشنهاداتی برای تحقیقات آینده |
| ۱۳۵ | ۵.۶. خلاصه فصل |

فهرست شکل ها

| | |
|----|---|
| | ۱. فصل ۱ |
| ۵ | ۱.۱. درصد کسب و کارهای خانوادگی از کل شرکتهای در جهان |
| ۶ | ۱.۲. میزان جذب نیرو در کسب و کارهای خانوادگی |
| ۶ | ۱.۳. کسب و کارهای خانوادگی در اقتصاد آمریکا |
| ۱۱ | ۱.۴. مدل حاکمیت قراردادی |

| | | |
|-----|-----|---|
| ۱۳ | ۱.۵ | ساختار حاکمیت قراردادی در کسب و کارهای خانوادگی |
| | ۲ | فصل ۲ |
| ۶۵ | ۲.۱ | مدل سه حلقه ای کسب و کار های خانوادگی |
| ۶۹ | ۲.۲ | عوامل کلیدی در کسب و کارهای خانوادگی |
| ۷۵ | ۲.۳ | مدل توسعه یافته مشاغل خانوادگی |
| ۹۳ | ۲.۴ | مدل حاکمیت قراردادی |
| | ۳ | فصل ۳ |
| ۱۰۹ | ۳.۱ | مدل مفهومی تحقیق |
| | ۴ | فصل ۴ |
| ۱۱۱ | ۴.۱ | میزان قدمت شرکتهای |
| ۱۱۲ | ۴.۲ | تعداد کارکنان شرکت ها |

فهرست جداول و نمودارها

| | | |
|----|-----|--|
| | ۱ | فصل ۲ |
| ۲۸ | ۲.۱ | چارچوب های تئوریکي مورد استفاده در حاکمیت |
| ۳۲ | ۲.۲ | کاربرد چارچوب های تئوریکي در کسب و کارهای خانوادگی |
| ۴۴ | ۲.۳ | انواع تعاریف سرمایه اجتماعی |

| | |
|----|---|
| ۴۶ | ۲.۴. سطوح تحلیل تعاریف سرمایه اجتماعی |
| ۶۴ | ۲.۵. طبقه بندی تعارف حاکمیت بر طبق قلمرو و گرایش |
| ۷۸ | ۲.۶. عوامل مرتبط با موفقیت وشکست در شرکت های خانوادگی |
| | ۲.۷. مقایسه اصل های پایه و انتقادهای اصلی نظریه عاملیت و نظریه سرمایه گذاری |
| ۷۹ | اجتماعی |
| | ۲.۸. مقایسه نظریه ی عاملیت و نظریه سرمایه گذاری اجتماعی در مطالعات حاکمیت |
| ۸۰ | شرکت |
| ۸۷ | ۲.۹. مقایسه مشخصه های شرکت های سهامی و خصوصی |
| ۹۹ | ۲.۱۰. اجزای مدل تحقیق |

۲. فصل ۴

| | |
|-----|--------------------------|
| ۱۱۱ | ۴.۱. قدمت شرکت ها |
| ۱۱۲ | ۴.۲. تعداد کارکنان |
| ۱۱۳ | ۴.۳. ترکیب هیئت مدیره |
| ۱۱۳ | ۴.۴. نسل |
| ۱۱۳ | ۵.۵. رهبری دوگانه |
| ۱۱۴ | ۵.۶. اولویت بندی اهداف |
| ۱۱۶ | ۴.۷. همبستگی بین متغیرها |

۳. فصل ۵

۱۳۰ ۵.۱. خلاصه همبستگی بین متغیرهای تحقیق

۱۳۲ ۵.۲. خلاصه نتیجه حاصل از فرضیات تحقیق

نمودارها

فصل ۲.

۷۸ ۲.۱. چالش های متمایز حاکمیت شرکت های خانوادگی

۸۵ ۲.۲. نگاه کلی به مدل نظری حاکمیت در کسب و کارهای خانوادگی

۹۱ ۲.۳. ماهیت قراردادی کسب و کارهای خانوادگی

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱- مقدمه

کسب و کارهای خانوادگی طیف وسیعی از تشکیلات اقتصادی را تشکیل می دهند، از شرکتهای کوچک مدیر-مالک گرفته تا شرکت های بزرگ بین المللی که کنترل آنها در اختیار خانواده می باشد.

یک شرکت می تواند به عنوان یک کسب و کار خانوادگی به حساب بیاید در صورتی که خانواده حق کنترل شرکت را در اختیار داشته باشد (نیوبار ولانگ، ۱۹۹۸).

کسب و کارهای خانوادگی یکی از ارکان مهم اقتصادی در جهان به شمار می روند. بر طبق آمارهای به دست آمده در حدود ۷۰-۹۵ درصد از شرکت های موجود در کشورهای اروپایی از جمله کسب و کارهای خانوادگی هستند. به عنوان مثال: ۱۱۳۲ شرکت کوچک و متوسط در هشت کشور اروپایی از جمله کسب و کارهای خانوادگی موفق بودند. از این رو با توجه به نقش بالای کسب و کارهای خانوادگی در اقتصاد و ویژگی های منحصر به فرد این نوع کسب و کارها بررسی حاکمیت در این کسب و کارها مهم به نظر می رسد، به دلیل تاثیر بالای حاکمیت بر کیفیت تصمیمات و عملکرد، در کسب و کارهای خانوادگی در این تحقیق هدف خود را بررسی تاثیر ساختار حاکمیت قراردادی بر تصمیم گیری استراتژیک در کسب و کارهای خانوادگی قرار می دهیم.

۱-۲- بیان مسئله:

در کشورهای پیشرفته بنگاههای کوچک و متوسط از اهمیت ویژه ای در پیشرفت اقتصادی کشورها برخوردارند. جایگاه موسسات کوچک که بعضا در بخش خدمات و بازرگانی فعالیت می نمایند، از اینرو حائز اهمیت می باشد که مجموعا سهم عمده ای از بازار را به خود اختصاص داده و گروه عظیمی در این موسسات مشغول به کار می باشند، لذا همیشه مورد توجه نهاد های سیاستگذار اقتصادی قرار دارند. از نگاه مجامع بین المللی و موسسات مختلف جهانی همچون بانک جهانی و صندوق بین المللی پول نیز، کسب و کارها از کوچک و متوسط از جمله کسب و کارهای خانوادگی، نقش تعیین کننده ای در ایجاد اشتغال، شکوفایی و رونق اقتصاد جوامع دارند به طوری که کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه به ویژه در شرق و جنوب شرق آسیا، با در پیش گرفتن سیاستهای منسجم و هماهنگ در این زمینه توانسته اند گامهای بزرگی را در کاهش بحرانهای اقتصادی، اجتماعی که بیکاری عمده ترین آنها به شمار می آید، بردارند. این گونه موسسات به تناسب خود رشد می کنند. رشد آنها معمولا قائم به سرمایه نمی باشد و در این میان ابتکار، استفاده از

فرصتهای مناسب و بکار گیری شیوه های مناسب بازاریابی از اهمیت ویژه ای برخوردار است. در دنیای امروزی، توان سازگاری و اداره کردن تغییرات، عنصر اصلی موفقیت و بقای هر سازمان است و کسب این توانایی ها خود، مستلزم توجه سازمان به خلاقیت و نوآوری است.. (احمد، ۱۹۹۹) باید دانست که امروزه کسب و کارهای خانوادگی از بخشهای حیاتی و ضروری فعالیتهای اقتصادی کشورهای پیشرفته محسوب می شوند. کسب و کار خانوادگی از نظر ایجاد شغل ، نوآوری در عرضه محصول یا خدمات ، موجب تنوع و دگرگونی زیادی در اجتماع و اقتصاد هر کشور می شوند. به دلیل اهمیت بسیار زیاد شرکت ها و کسب و کارهای خانوادگی در رشد و توسعه اقتصادی و همچنین اشتغال زایی و رفع بیکاری ، بسیاری از کشورهای جهان نسبت به این مسئله و کارآفرینی از طریق ایجاد اینگونه شرکت ها روی آورده و برنامه ریزی های بسیار دقیق و هدفداری را در این زمینه انجام می دهند. مطابق انتشارات آکادمی بین المللی تحقیقات شرکت های خانوادگی^۱ در دسامبر ۲۰۰۳ ، سهم شرکت های خانوادگی از کل شرکت های موجود ، در اروپا حدود ۶۰ - ۹۳ درصد و میزان جذب نیرو در این شرکت ها در حدود ۷۲ درصد، در ایالات متحده حدود ۹۵ درصد و میزان جذب نیرو در حدود ۶۰ درصد و در آمریکای مرکزی و جنوبی حدود ۶۵ درصد می باشد. همچنین نزدیک به ۳۵ درصد از ۵۰۰ شرکت بزرگ آمریکایی از نوع شرکت های خانوادگی می باشد. شرکت های بزرگی نیز در سطح دنیا مانند شرکت های هرمه، مک لین، هنکل، بی ان و، دکتر اتکر، جاسن اند جانسن، آکیا، تتراپک، مارس و... از نوع شرکت های خانوادگی می باشند. همچنین شرکت بزرگ هوشی که در قرن ششم در ژاپن تاسیس گردید نیز شرکتی خانوادگی می باشد.

کسب و کارهای خانوادگی، در فضای کسب و کار کشورهای در حال توسعه از اهمیت بالایی برخوردار هستند و نقش بسیار مهمی را در چنین اقتصادهایی از جمله در کمک به اشتغال، کارآفرینی، پیشرفت ، و رشد اقتصادی جامعه ایفا می نمایند. اقتصادهای در حال توسعه ، فرصتهای مناسبی برای کسب و کارهای خانوادگی فراهم می آورد. (لی، پ، ی، زهو^۲، ۲۰۰۸) با این حال کشور های در حال توسعه توجه کمی به کسب و کارهای خانوادگی می نمایند. مشکلی که کسب و کارهای خانوادگی در محیط کسب و کارشان با آن مواجه هستند این می باشد که در مقابل تغییرات سریع آنها در تامین منابع مورد نیاز برای کسب و کار خود با مشکل مواجه هستند. سطح بالای مشکلات و ضعف های اساسی در بازار، نهادهای پشتیبان، مکانیزم های اجرای تعهدات، چالش های فراوان کسب و کارهای خانوادگی در به دست آوردن منابع از طریق مذاکرات بلند مدت از جمله این مشکلات هستند. (آکوا^۳، ۲۰۱۰) علاوه بر مشکلات محیط خارجی کسب و کار آنچه بیشتر بر کسب و کارهای خانوادگی آسیب وارد می نماید شرایط و محیط داخلی کسب و کار ها می باشد، مطالعات نشان می دهد که نرخ موفقیت در این نوع از کسب و کارها بسیار پایین می باشد و تخمین ها نشان می دهد که در حدود

۸۰ درصد از کسب و کارهای خانوادگی در چند سال اولیه از حیات خود با شکست مواجه می شوند، تحقیقات علت این امر را بیشتر ناشی از عدم تصمیم گیری ها و در نظر نگرفتن برنامه های مناسب برای کسب و کار می دانند. برای اینکه یک کسب و کار خانوادگی رشد نماید و بقا داشته باشد بایستی یک برنامه ریزی دقیق و اصولی برای کسب و کار از سوی مالکان و مدیران کسب و کار انجام گیرد. ترکیب چندین عامل برای توضیح و تشریح موفقیت، رشد و بقای کسب و کارهای خانوادگی لازم است از آن جمله می توان به مواردی مانند اندازه کسب و کار، میزان صمیمیت و اعتماد در بین اعضا، فرهنگ خانواده، نحوه تصمیم گیری در هیئت مدیره کسب و کار، شخصیت و خصوصیات هریک از اعضای خانواده، عوامل محیطی و اجتماعی، نوع کسب و کار، خصوصیات کارآفرین (بنیانگذار) کسب و کار و بسیاری موارد دیگر اشاره نمود. به همین دلیل بررسی و آگاهی از شرایط مدیریت و تصمیم گیری در کسب و کارهای خانوادگی بسیار ضروری می باشد. کسب و کارهای خانوادگی اغلب از ساختار پیچیده ای از سهامداران شامل مدیران عالی، اعضای خانواده و هیئت مدیره تشکیل شده اند. اعضای خانواده اغلب به عنوان مالکان کسب و کار نقش های چندگانه ای را در مدیریت و حاکمیت شرکت به عهده می گیرند.^۱(داویس و تیگاری، ۱۹۸۲) و این امر نقش بسیار مهمی را در تعیین ساختار حاکمیت کسب و کار داشته و همچنین بر فرآیند تصمیم گیری استراتژیک شرکت بسیار موثر می باشد.^۲(گومز، مجیا، نونز نیکل، و گوترز، ۲۰۰۱) این عامل می تواند باعث افزایش وفاداری و تعهدات بلند مدت نسبت به سازمان^۳(دیر و هندلر، ۱۹۹۴) و کاهش مشکلاتی که جدایی مالکیت از کنترل را افزایش می دهد، شود. هرچند که نقش حاکمیت خانوادگی در کسب و کار میتواند شرایطی را برای تمرکز بر فعالیت های کسب و کار فراهم آورده که منجر به افزایش کارایی شود^۴(شولز، لوبتکان، دنی و بچهولتز، ۲۰۰۱) اما اگر مالکان کسب و کار اطلاعات مدونی از فعالیت های شرکت نداشته باشد، ممکن است اختلاف نظر ها بین مدیریت و اعضای خانواده افزایش یابد. در نتیجه احتمال دشمنی و عداوت بین اعضا ایجاد می شود که دقت مدیریت را در خلق فعالیت های ارزشی و همچنین میزان تعهدات شان را به تصمیمات استراتژیک کاهش می دهد. در این شرایط بعضی از مدیران حاضر به تقسیم قدرت با اعضای هیئت مدیره نخواهند بود. و نیز از این فرصت برای دست یابی به منافع خود استفاده نموده که نتیجه این امر، عملکرد، رشد، سود آوری و بقای سازمان در بلند مدت مشکلاتی بوجود خواهد آورد. این عوامل نشان دهنده نقش بسیار مهم حاکمیت در کسب و کارهای خانوادگی می باشد. همچنین با توجه به تاثیر بزرگ اقتصادی کسب و کارهای خانوادگی و ویژگی های متمایز آنها، به نظر مطالعه چگونگی حاکمیت در این کسب و کارها و روابط میان مدیران و مالکان را مهم گردانیده است. در کل مالکان شرکت نقش مهمی را در ساختار حاکمیتی آن ایفا می کنند.^۵(گومز و همکاران، ۲۰۰۱) که بر فرآیند

^۱ Tagiuri & Davis

^۲ Gomez-Mejia, Nuñez-Nickel & Gutierrez

^۳ Dyer & Handler

^۴ Schulze, Lubatkin, Dino & Buchholtz

تصمیم‌گیری استراتژیک در این کسب و کارها تاثیر گذار می‌باشد (جادج و زیتامل^۱، ۱۹۹۲) این امر مخصوصاً در کسب و کارهای خانوادگی یعنی جایی که مالکان، مدیرانی باشند که استراتژیهای شرکت خود را خلق و اجرا می‌کنند، دیده می‌شود. ساختار مالکیت منحصر به فرد و روابط پویای بین شخصی در این کسب و کارها زمینه بسیار جالبی را برای بررسی حاکمیت و تصمیم‌گیری استراتژیک در چنین شرکت‌هایی فراهم می‌آورد.

۳-۱- اهمیت و ضرورت موضوع:

امروزه استراتژی توسعه کارآفرینی، یکی از مهمترین و کاربردی‌ترین استراتژی‌های توسعه اقتصادی جوامع تلقی می‌شود. از این رو در بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه فعالیت‌های کارآفرینی بطور مستمر مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. کارآفرینی در معنای عام، ایجاد هر گونه کسب و کار همراه با خطر پذیری مانند تاسیس کسب و کارهای خانوادگی است. ایجاد و توسعه کسب و کارهای خانوادگی نماد عینی تحقق آمال و آرزوهای بسیاری از کارآفرینان تلقی می‌شود. (ادوارد دی، به نقل از تصویری، زعفریان، ۱۳۸۶)

کسب و کارهای خانوادگی یکی از مهمترین عوامل ایجاد ثروت و استخدام نیروی کار در تمام کشورهای جهان محسوب می‌شوند. به همین دلیل سیاستمداران بخش عمومی هر کشور توجه ویژه‌ای به بهبود، موفقیت و افزایش طول عمر این نوع کسب و کارها دارند. به دلیل اهمیت بسیار زیاد این نوع کسب و کارها در رشد و توسعه اقتصادی و همچنین اشتغال‌زایی، بسیاری از کشورها برنامه ریزی‌های بسیار دقیق و هدفداری را در این زمینه انجام می‌دهند. (مقیمی، امیری، ۱۳۸۹) طبق تحقیقاتی که دانشمندان انجام داده‌اند، کسب و کارهایی که به نوعی مالکیت یا مدیریت خانوادگی دارند حدود ۶۵ تا ۹۰ درصد از کل کسب و کارهای جهان را تشکیل می‌دهند (گرسیک، داویس، مک کولمن، لنسبرگ^۲، ۱۹۹۷) رشد و توسعه کسب و کارهای خانوادگی در هر کشوری می‌تواند مزایای زیادی را به همراه داشته باشد، از جمله این موارد می‌توان به عوامل زیر اشاره داشت:

- ایجاد و توسعه اشتغال در بخشهای اقتصادی کشور و به تبع آن استقلال اقتصادی خانواده‌ها
- دگرگونی در روند تولید با استفاده از تکنولوژی پیشرفته و به دنبال آن تغییر در فرهنگ مصرف
- تنوع شغلی و ایجاد رقابت گسترده در بازارهای اقتصادی
- امکان رشد و نگهداری مشاغل و حرفه‌ها برای نسل‌های بعدی
- بسط و توسعه صادرات با اتکا به منابع موجود در خانواده‌ها
- کاهش نرخ بیکاری و تورم و به دنبال آن کاهش آسیب‌های اجتماعی در جامعه و خانواده

- افزایش آسایش و رفاه خانواده ها و به تبع آن رشد فرهنگی جامعه
- همگرایی و اتحاد بیشتر بین خانواده و اجتماع

(ابراهیم نژاد، ۱۳۸۹)

امکان رشد و نگهداری مشاغل و حرفه ها برای نسل های بعدی کسب و کارهای خانوادگی نقش بسیار عمده ای در خلق ثروت و جذب نیروی کار در همه کشورهای دنیا ایفا می کنند. بطور مثال، کسب و کارهای خانوادگی یکی از بخش های مهم اقتصاد آمریکا هستند. در آمریکا بیش از ۸۰ درصد کسب و کارها خانوادگی هستند، و بیش از ۶۰ درصد نیروی کار آمریکا برای کسب و کارهای خانوادگی کار می کنند. به عبارت دیگر در میان کسب و کارهای کوچک و متوسط SMES کسب و کارهای خانوادگی از جایگاه ویژه ای برخوردارند. به همین ترتیب در اروپا و آمریکای جنوبی و مرکزی، کسب و کارهای خانوادگی بر ساختار اقتصاد حاکم هستند و بخش مهمی از اقتصاد بسیاری از کشورها را کنترل می کنند. (آستراچن و همکارانش^۱، ۲۰۰۳) برای مثال در آلمان، فرانسه، ایتالیا، اسپانیا بیش از نیمی از درآمد کشور و همچنین بیش از نیمی از نیروی کار را در اختیار دارند، بطوری که این کشورها بیش از ۴۵ درصد از درآمد GDP سالیانه را به خود اختصاص داده اند. از اینرو می توان کسب و کارهای خانوادگی را بخش مهمی از اقتصاد جهانی دانست (برسما، کریس، پوئل^۲، ۲۰۰۹) در جدول ۱ درصد کسب و کارهای خانوادگی را در بعضی از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه و همچنین در جدول ۲ میزان افرادی را که در استخدام این کسب و کارها هستند را مشاهده خواهید کرد، که نشانگر اهمیت این کسب و کارها در پیشرفت هر کشور می باشد.

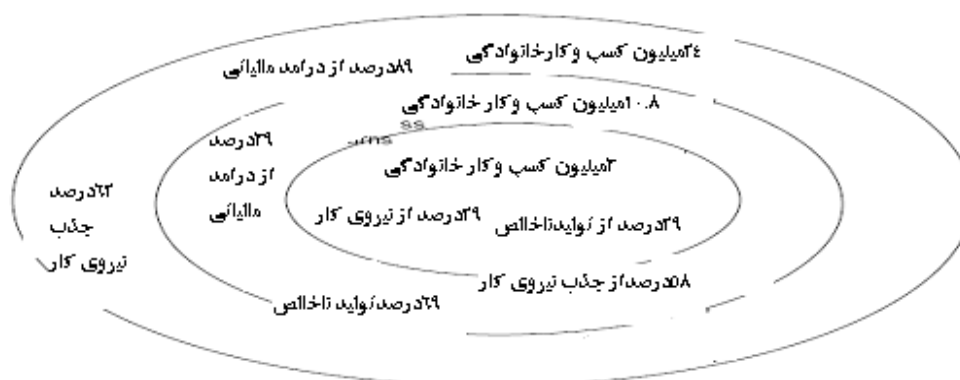
| کشور | درصد کسب و کارهای خانوادگی از کل کسب و کارها |
|--------------|--|
| ایالات متحده | ۹۵ |
| ایتالیا | ۹۳ |
| فنلاند | ۸۱ |
| یونان | ۸۰ |
| قبرس | ۸۰ |
| سوئد | ۷۹ |
| اسپانیا | ۷۵ |
| هلند | ۷۴ |
| پرتغال | ۷۱ |
| بلژیک | ۷۰ |
| انگلیس | ۷۰ |
| آلمان | ۶۰ |
| فرانسه | ۶۰ < |
| استرالیا | ۷۵ |

شکل ۱-۱) درصد کسب و کارهای خانوادگی از کل شرکتها در جهان منبع: (جزوه کلاسی ابراهیم نژاد، کسب و کار خانوادگی، ۱۳۸۹)

| کشور | درصد تولیدات شرکت‌های خانوادگی از GNP | درصد نیروی کار استخدام شده توسط این شرکت‌ها |
|--------------|---------------------------------------|---|
| ایالات متحده | 40 | 60 |
| ایتالیا | - | 79 |
| فنلاند | 45-40 | 60-40 |
| اسپانیا | 65 | - |
| هلند | 54 | 43 |
| پرتغال | 60 | - |
| بلژیک | 55 | - |
| انگلستان | - | < 50 |
| آلمان | 55 | 58 |
| فرانسه | 60< | 45 |
| استرالیا | 50 | 50 |

شکل ۱-۲) میزان جذب نیرو در کسب و کارهای خانوادگی منبع: (جزوه کلاسی ابراهیم نژاد، کسب و کار خانوادگی، ۱۳۸۹)

همچنین سهم کسب و کارهای خانوادگی را می‌توان در اقتصاد آمریکا در زیر مشاهده کرد



شکل ۱-۳) کسب و کارهای خانوادگی در اقتصاد آمریکا منبع: آستران، کری شانکر^۱ (۲۰۰۳)

همان طور که در جداول فوق مشاهده می‌شود، کسب و کارهای خانوادگی نقش بسیار مهمی را در رشد و توسعه اقتصادی کشورها ایفا می‌نمایند اما با این حال توجه بسیار کمی از سوی کشورهای در حال توسعه به این نوع کسب و کارها می‌شود. (آکوا، ۲۰۱۰) ظهور و رشد کسب و کارها خانوادگی فرآیندی بسیار پیچیده می‌باشد که فاکتورهای زیادی

^۱ Astrachan, Carey Shanker

بر این فرآیند تاثیرگذار می باشند(ونتر^۱، ۲۰۰۲). این فاکتورها تنها زمانی شناخته می شوند که تحقیقات زیادی در این زمینه انجام گیرد. علاوه بر عوامل محیط بیرونی که بر شکل گیری کسب و کار تاثیرگذار می باشد، عامل مهم دیگر در کسب و کار های خانوادگی نحوه حکومت یا ساختار اداری در این کسب و کارهای می باشد اگر شرکت ساختار و برنامه جانشینی مناسبی برای خود در نظر بگیرد از عملکرد بالایی برخوردار خواهد شد و مزایای زیر برای آن بوجود می آید: اگر کسب و کاری از حاکمیت شرکتی مناسبی برخوردار باشد، مزایای ار قبیل: دسترسی بهتر به سرمایه خارجی، هزینه پایین تر مالی، نرخ اعتبار بالاتر، جذب سرمایه گذاران قدرتمند(چائو، کریسمن، شارما^۲، ۲۰۰۱) افزایش رشد و جهانی شدن چالش های بسیار زیادی را برای کسب و کارهای کوچک و متوسط ایجاد نموده است، که می تواند منجر به موفقیت یا شکست کسب و کارها شود. بسیاری از این چالش ها در صورت به کارگیری حاکمیت درست و مناسب در کسب و کار به فرصتی مناسب مبدل خواهد شد.(نیوبار ولانگ، ۱۹۹۸) تخمین می زنند که بسیاری از کسب و کارهای خانوادگی در حدود ۷۰-۸۰ درصد در سال های اولیه خود با شکست مواجه شده و از گردونه خارج می شوند، و تنها در حدود ۵-۱۵ درصد از این کسب و کارها به بیش از ۱۰ سال دوام آورده و به نسل دوم خانواده منتقل می شوند، علت این امر به ساختارهای حاکمیت ضعیف و نبود برنامه هایی مدیریتی مناسب از جمله جانشینی در این نوع کسب و کارها می باشد. شرکتهای بزرگ و کوچکی که از ساختار قراردادی برای حفظ و نگه داری خود استفاده می نمایند، میتوانند تهدیدات محیطی خود را در اطراف خود کاهش دهند، که این امر نشان دهنده اهمیت سیستم مشارکتی می باشد.(گامزجیا، نونز-نیکل، و گوتز، شوارتز^۳ و همکارانش، ۲۰۰۱)

۱-۴- گزاره های تحقیق:

۱-۴-۱- پرسش های اصلی و فرعی:

سوال اصلی:

ساختار حاکمیت قراردادی بر تصمیم گیری استراتژیک در کسب و کارهای خانوادگی چه تاثیری دارد؟