

تناسب استراتژی، ساختار سازمانی و سطح عملکرد در شرکت‌های خانوادگی

مؤلف:

محمد سالاری ابرقویی



تابستان ۱۳۹۶

سرشناسه	::	سالاری ابرقوئی، محمد، ۱۳۶۳
عنوان و نام پدیدآور	::	تناسب استراتژی، ساختار سازمانی و سطح عملکرد در شرکت‌های خانوادگی / محمد سالاری ابرقوئی
مشخصات نشر	::	یزد: انتشارات اندیشمندان یزد، ۱۳۹۶
مشخصات ظاهری	::	ک، ۱۴۴ ص: جدول (بخشی رنگی)
شابک	::	۹۷۸-۶۰۰-۴۸۴-۰۰۴-۰
وضعیت فهرست نویسی	::	۱۸۰۰۰۰ ریال
یادداشت	::	فیبا
موضوع	::	کتابنامه: ص. ۱۲۷-۱۳۲
موضوع	:	Family-owned business enterprises -- Iran -- Case studies
موضوع	:	شرکت‌های اقتصادی خانوادگی -- ایران -- برنامه‌ریزی -- نمونه‌پژوهی
موضوع	::	Family-owned business enterprises -- Planning -- Iran -- Case studies
موضوع	:	شرکت‌های اقتصادی خانوادگی -- ایران -- امور مالی -- نمونه‌پژوهی
موضوع	:	Family-owned business enterprises -- Finance -- Iran -- Case studies
رده‌بندی کنگره	::	۱۳۹۶ ۲۹۵/۳۵ HD۶۲
رده‌بندی دیویی	::	۶۵۸/۰۴۵
شماره کتابشناسی ملی	::	۴۸۰۵۱



تناسب استراتژی، ساختار سازمانی و سطح عملکرد در شرکت‌های خانوادگی

- ❖ مؤلف: محمد سالاری ابرقوئی
- ❖ ناشر: انتشارات اندیشمندان یزد
- ❖ نظارت چاپ: سید محمد موسوی
- ❖ صفحه‌آرا: آتنا ماندی
- ❖ شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۸۴-۰۰۴-۰
- ❖ نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۶
- ❖ قیمت: ۱۸۰۰۰ تومان
- ❖ شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

یزد، خیابان فرخی، پاساژ ۱۱۰، طبقه همکف، انتشارات اندیشمندان

شماره تماس: ۰۹۱۳۳۵۶۶۶۷۲، ۰۳۵۳۶۲۶۹۳۳۰

Salarimohammad66@yahoo.com

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول: کلیات

۱۹.....	بیان مسأله.....
۲۱.....	اهمیت و ضرورت انجام پژوهش.....
۲۲.....	مدل مفهومی پژوهش.....
۲۲.....	روش تحقیق.....
۲۲.....	- نوع روش تحقیق.....
۲۳.....	- روش گردآوری داده‌ها.....
۲۴.....	- ابزار گردآوری داده‌ها.....
۲۴.....	قلمرو تحقیق.....
۲۴.....	- قلمرو موضوعی تحقیق.....
۲۴.....	جامعه آماری، نمونه‌گیری و حجم نمونه.....
۲۵.....	روش تحلیل داده‌ها.....
۲۵.....	تعاریف مفهومی متغیرها.....

فصل دوم: مبانی نظری

۳۳.....	مقدمه.....
۳۳.....	متغیرهای وابسته تحقیق.....

گفتار اول: مفهوم و ماهیت شرکت‌های خانوادگی

۳۴.....	مفهوم شرکت خانوادگی.....
۳۶.....	برآیند تعاریف کسب و کار خانوادگی.....
۳۶.....	تشریح کسب و کار خانوادگی.....
۳۷.....	انتشارات آکادمی بین‌المللی تحقیقات شرکت‌های خانوادگی.....

- ۴۰..... نرخ رشد کسب و کارهای خانوادگی نسبت به سایر کسب و کارها
- ۴۰..... الگوهای کسب و کارهای خانوادگی
- ۴۰..... کسب و کارهای خانوادگی گذرا:

گفتار دوم: مفهوم و ماهیت استراتژی

- ۴۳..... مفهوم استراتژی
- ۴۳..... پیدایش استراتژی و سیر تکامل آن
- ۴۳..... فاز ۱. طرح بیزی مالی:
- ۴۳..... فاز ۲. طرح ریزی مبتنی بر پیش‌بینی:
- ۴۴..... فاز ۳. طرح ریزی بر مبنای محیط بیرون:
- ۴۶..... فاز ۴. مدیریت استراتژیک:
- ۴۷..... فاز ۵. تفکر استراتژیک:
- ۴۸..... تعاریف استراتژی
- ۴۹..... انواع استراتژی
- ۴۹..... استراتژی بر اساس سطوح سازمان:
- ۴۹..... استراتژی بر اساس سطوح سازمان:
- ۴۹..... انواع استراتژی بر حسب ماتریس (SWOT):
- ۴۹..... استراتژی بر حسب ماتریس (SWOT):
- ۵۰..... تقسیم‌بندی استراتژی بر اساس برنامه‌ریزی استراتژیک:
- ۵۰..... استراتژی بر اساس برنامه:
- ۵۰..... راهبردهای انطباقی مایلز و اسنو:
- ۵۱..... راهبردهای مبتنی بر تأمین مواد اولیه:
- ۵۱..... راهبردهای مبتنی بر چرخه محصول:
- ۵۲..... ماتریس بی.سی.جی پورتر:
- ۵۲..... ملاحظات تهیه و تدوین استراتژی
- ۵۳..... فرآیند واقعی تهیه و تدوین استراتژی
- ۵۴..... اعمال و اجرای استراتژی

۵۵.....	اجرا و انجام استراتژی
۵۶.....	تناسب استراتژیک
۵۷.....	رویکرد تناسب استراتژیک

گفتار سوم: مفهوم و ماهیت ساختار سازمانی

۵۸.....	مفهوم ساختار سازمانی
۵۹.....	تعاریف ساختار سازمانی
۶۰.....	اجزای ساختار سازمانی

گفتار چهارم: مفهوم و ماهیت نفوذ خانواده

۶۳.....	مفهوم نفوذ خانواده
۶۴.....	ابعاد نفوذ خانواده
۶۴.....	- قدرت: مالکیت، نظارت و مدیریت
۷۰.....	- تجربه: توارث و نسل به نسل شدن
۷۲.....	- خانواده و ارزش‌های فرهنگی
۷۲.....	- مفهوم فرهنگ

گفتار پنجم: مفهوم و ماهیت ارزیابی عملکرد

۷۹.....	مفهوم ارزیابی عملکرد
۸۰.....	تعریف ارزیابی عملکرد
۸۰.....	تاریخچه ارزیابی عملکرد
۸۱.....	فرآیند ارزیابی عملکرد
۸۱.....	اهداف ارزیابی عملکرد
۸۲.....	جمع‌بندی

فصل سوم: مروری بر تحقیقات انجام شده در حوزه شرکت‌های خانوادگی

۸۵.....	مروری بر تحقیقات انجام شده
---------	----------------------------

۸۵	استراتژی و ساختار سازمانی
۸۷	نفوذ خانواده
۸۹	فرهنگ و استراتژی
۹۳	فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی
۹۴	قدرت و ساختار سازمانی
۹۶	تجربه و ساختار سازمانی
۹۸	عملکرد شرکت

فصل چهارم: روش تحقیق

۱۰۳	مقدمه
۱۰۳	روش تحقیق
۱۰۳	نوع روش تحقیق:
۱۰۴	- روش گردآوری داده‌ها:
۱۰۴	- ابزار گردآوری داده‌ها:
۱۰۵	مراحل تحقیق
۱۰۶	قلمرو تحقیق
۱۰۶	- قلمرو موضوعی تحقیق:
۱۰۶	- قلمرو زمانی تحقیق:
۱۰۶	- قلمرو مکانی تحقیق:
۱۰۶	جامعه آماری، نمونه‌گیری و حجم نمونه
۱۰۶	- جامعه آماری:
۱۰۶	- نمونه‌گیری:
۱۰۷	- حجم نمونه:
۱۰۸	روش‌های آماری مورد استفاده
۱۱۰	روایی پرسشنامه
۱۱۱	پایایی پرسشنامه

فصل پنجم: یافته‌های پژوهش

۱۱۵	مقدمه
۱۱۵	آمار توصیفی
۱۱۵	- اطلاعات جمعیت شناختی جامعه آماری:
۱۱۵	- اطلاعات جمعیت شناختی نمونه مورد مطالعه:
۱۱۵	- اطلاعات جمعیت شناختی نمونه‌ی مورد مطالعه بر حسب جنسیت:
۱۱۶	- اطلاعات جمعیت شناختی نمونه‌ی مورد مطالعه بر حسب وضعیت تاهل:
۱۱۷	- اطلاعات جمعیت شناختی نمونه‌ی مورد مطالعه بر حسب وضعیت اشتغال:
۱۱۸	- اطلاعات جمعیت شناختی نمونه‌ی مورد مطالعه بر حسب سن:
۱۱۹	- اطلاعات جمعیت شناختی نمونه‌ی مورد مطالعه بر حسب انواع استراتژی:
۱۲۰	- اطلاعات جمعیت شناختی نمونه‌ی مورد مطالعه بر حسب انواع قدرت:
۱۲۱	آزمون فرضیه‌های پژوهش
۱۲۱	- آزمون فرضیه‌های اصلی:

فصل ششم: نتیجه‌گیری

۱۳۳	مقدمه
۱۳۳	بحث و نتیجه‌گیری
۱۳۵	نتیجه‌گیری کلی
۱۳۶	پیشنهادهای
۱۳۶	- پیشنهادها بر اساس یافته‌های تحقیق:
۱۳۷	- پیشنهادها برای پژوهش‌های آتی:
۱۳۷	محدودیت‌های پژوهش
۱۳۹	منابع و مأخذ
۱۳۹	منابع فارسی:
۱۴۱	منابع انگلیسی:

طلیعه سخن

با توجه به رسالت و دغدغه‌ای که از دیر باز همواره داشتیم - می‌بایست قدمی هر چند کوچک جهت اعتلای علم و فرهنگ جامعه‌ی بزرگ مدیریت و حسابداری برداشته می‌شد - به تفکر خلق این اثر افتادم. در فرآیند پژوهش با شرکت‌هایی مواجه گردیدم که به دلیل عدم ساختار مناسب، مدیریتی، نبود چشم‌انداز و فقدان اعتماد اعضاء به یکدیگر در حال ورشکستگی و نیمه تعطیل بودند و خود را در پس دلایل ثانویه از قبیل شرایط بد اقتصادی (تورم و ...) پنهان نموده بودند.

با بررسی‌هایی که انجام شد علاوه بر متغیرهای اقتصادی، متغیرهای اساسی‌تر می‌تواند در صورتی که به نحو مطلوب توسط مدیریت شرکت خانوادگی و حتی سایر شرکت‌های غیر خانوادگی مدیریت گردند سبب ارتقاء عملکرد شرکت شوند. به عقیده اینجانب مسائل درون‌سازمانی بر مسائل برون‌سازمانی (از قبیل شرایط اقتصادی و فضای روانی بازار و ...) ارجحیت دارد و در بین مسائل درونی، شرکت از همه مهمتر که سیطره بر کل شرکت دارد تفکر مثبت استراتژیک نحوه شرکت‌داری و میزان نفوذ و اعتماد میان اعضای هیئت مدیره شرکت است. در صورتی که تفکر اعضاء شرکت به نحو مطلوب از طریق شناخت ارزش‌ها، باورها، تجارب و میزان نفوذ آن‌ها مهندسی گردد به تبع، آنچه را که در چشم‌انداز خود دنبال می‌کند دست‌یافتنی خواهد بود.

لذا به نظر اینجانب سهم مهلک درون هر شرکت خصوصاً شرکت‌های خانوادگی گسستن پیوند میان نسل‌های قبل و حال و عدم مهندسی مدیریت عملکرد در بین آن‌هاست. لذا در کتاب حاضر سعی بر آن شد تا با شناخت تفکرات موجود در شرکت‌های خانوادگی، آنچه را که لازمه رسیدن به عملکرد مطلوب در آن‌هاست را فراهم نماید. و کلام آخر با مخاطبان این اثر از جمله شرکت‌های خانوادگی و غیر خانوادگی، مدیران

سازمان‌های دولتی، اساتید و دانشجویان رشته‌های مدیریت و حسابداری، آن است که هر سازمان و شرکتی با ساختار سازمانی مطلوب همراه با سواد و انضباط مالی در صورتی که تفکر فرهنگی و استراتژیک آن در هم آمیخته گردد به آنچه در بازارهای مالی جستجو می‌کند، دست خواهد یافت.

محمد سالاری ابرقوئی

(کارشناس ارشد و مدرس رشته حسابداری)

(۱۳۹۶/۰۶/۰۱)

www.ketab.ir

در دنیای رقابتی امروز، سازمان‌ها با یکدیگر در رقابتند. بنابراین، برخورداری از مزایای رقابتی، دغدغه هر سازمان و هر مدیری است. یکی از راه‌های موفقیت سازمان‌ها توجه به جنبه‌های جدید در حوزه مدیریت و علاوه بر آن توجه به عملکرد سازمان خود می‌باشد. این اعتقاد وجود دارد که «عملکرد» تنها در یک فضای تصمیم‌گیری معنا پیدا می‌کند به عبارت بهتر تصمیم‌گیرندگان داخلی و خارجی شرکت باید در مورد «عملکرد» به توافق برسند. عملکرد نقش بسیار مهمی را در اقتصاد جهانی بر عهده دارد و به عنوان بزاری مفید در به دست آوردن رشد اقتصادی و مزایای رقابتی سازمان به‌کار می‌رود.

شرکت‌های خانوادگی به خاطر وابستگی اعضای خانواده به درآمد و سود شرکت، عملکرد خود را با دقت بیشتری به‌دست می‌آورند و توجه قرار دهند.

پژوهش‌های دانشگاهی در بسیاری از کشورها، اهمیت اساسی در موفقیت مدیریت را در مدیریت عملکرد خانواده داده‌اند. رسیدگی به این پژوهش‌ها منجر به موفقیت در اجرای سیستم‌های مدیریت عملکرد خواهد شد. همچنین در زمینه‌های ملی و بین‌المللی مطالعات نظری و مطالعات موردی، اهمیت قدرت، تجربه، فرهنگ و تناسب بین استراتژی و ساختار سازمانی را نسبت به عملکرد شناسایی کرده‌اند و با توجه به اینکه شکاف واضح و آشکاری در ارزیابی نقش نفوذ خانواده و تناسب استراتژی و ساختار سازمانی در بهبود عملکرد کسب و کار به نظر می‌رسد از این رو هدف از این پژوهش حاضر، بررسی تأثیر تناسب استراتژی و ساختار سازمانی بر عملکرد شرکت‌های خانوادگی می‌باشد.

جهت گردآوری داده‌ها در این پژوهش، از پرسشنامه برای بررسی رابطه بین متغیرهای مستقل (قدرت، تجربه و فرهنگ سازمانی) و متغیرهای وابسته‌ی تحقیق (عملکرد، استراتژی و ساختار سازمانی)

استفاده شده است. برای بررسی وجود رابطه معنادار بین متغیرها از جدول توافقی و آزمون کی دو و به منظور آزمون فرضیه‌ها با هدف سنجش روابط میان متغیرها از رگرسیون چند متغیره با استفاده از نرم‌افزار SPSS استفاده گردیده است.

جامعه آماری کتاب حاضر شامل تمام شرکت‌های خانوادگی مستقر در شهرک صنعتی استان یزد می‌باشند، است. حجم نمونه از طریق فرمول کوکران ۱۰۰ شرکت به دست آمد که تعداد ۷۶ پرسشنامه توزیع شد و نهایتاً ۶۳ پرسشنامه مورد آزمون قرار گرفت.

نتایج حاصل از پرهش نشان می‌دهد که فرهنگ سازمانی با ساختار سازمانی رابطه‌ای معنادار اما معکوس دارد. به علاوه بعد تجربه به عنوان شاخص نفوذ خانواده در استراتژی شرکت، تأثیری معنادار و مستقیم دارد و نفوذ خانواده نقش تعدیلگر را ندارد. بنابراین می‌توان گفت هر چقدر فرهنگ سازمانی افزایش یابد ساختار سازمانی ضعیف‌تر و هر چه سازد تجربه بهبود یابد استراتژی و به دنبال آن سطح عملکرد سازمان نیز افزایش می‌یابد.