

کسب و کار خانوادگی

نویسندگان:

محمود احمدپور داریانی

مهملی سمیع زاده



انتشارات
پویندگان پارس

سرشناسه	: احمدپور داریانی، محمود، ۱۳۳۵-
عنوان و نام پدیدآور	: کسب و کار خانوادگی/نویندگان محمود احمدپور داریانی، مهدی سمیع زاده
مشخصات نشر	: تهران: پویندگان پارس، ۱۳۸۹.
مشخصات ظاهری	: ۲۲۲ص: مصور جدول، نمودار
شابک	: ۷۰۰۰۰ ریال: ۷-۱-۹۷۸-۹۲۰۴۷۶۰۰-۱
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت: کتابنامه	: ۲۲۲-۲۰۷ص:
موضوع	: شرکت های اقتصادی خانوادگی
شناسه الزوده	: سمیع زاده، مهدی، ۱۳۶۲
رده بندی کنگره	: ۱۳۸۹: ۵ک۳لف/۲۵/HD۶۲
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۰۴۵:
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۲۵۰۸۳۸:



انتشارات
پویندگان پارس
www.ptpars.com

کسب و کار خانوادگی

محمود احمدپور داریانی

مهدی سمیع زاده

ناشر: پویندگان پارس

طراح جلد: نغمه السادات سجادی

چاپ اول: ۱۳۹۰

چاپ: سفیر قلم

صفحه بند: فاطمه پاور

تیراژ: ۳۰۰۰ نسخه

شابک: ۷-۱-۹۷۸-۹۲۰۴۷۶۰۰-۱

قیمت: ۷۰۰۰۰ ریال

کلیه حقوق اعم از حق چاپ و انتشار و هرگونه

برداشت صوتی و تصویری برای خانه کارآفرینان ایران محفوظ است

مرکز بخش: خانه کارآفرینان ایران، تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۴۴۸۰۰

www.karafarini.ir ۰۲۱-۸۸۳۰۹۷۶۶

آدرس: تهران، خیابان کریم خان زند:

خیابان خردمند جنوبی پلاک ۲ طبقه ۴

خانه کارآفرینان ایران اولین NGO کارآفرینی در کشور، فعالیت خود را در راستای آماده سازی جوانان برای ورود به دنیای کسب و کار و دستیابی به زندگی موفق در آینده، ترویج فرهنگ کارآفرینی و کسب و کار در خانواده، اشاعه و ترویج فرهنگ آموزش و پژوهش کارآفرینی، آموزش کارآفرینی به جوانان فارغ التحصیل دانشگاهی، توانمندسازی شرکت های کوچک و متوسط در ورود به بازارهای جهانی، مشاوره در زمینه توسعه کارآفرینی سازمانی در جهت گسترش نوآوری، رشد و پویایی، ایجاد تعامل بین کارآفرینان، سرمایه گذاران، محققان، هیأت های علمی به منظور افزایش توانایی های خود، ایجاد هم افزایی و خلق محیط مستعد برای رشد کارآفرینان از سال ۱۳۸۲ آغاز نموده است. این مرکز به منظور تعلیم، پرورش و حمایت نوجوانان، جوانان و فارغ التحصیلان خلاق و نوآور، رشد و حمایت کارآفرینان سازمانی، ارائه مشاوره به شرکت های بزرگ و همکاری با خانواده ها، مدارس، دانشگاه ها، کسب و کارهای کوچک و متوسط، شرکتهای بزرگ اقتصادی، سازمان های اجتماعی، حامیان دولت، برگزاری کارگاه های خلاقیت، آموزش های درون سازمانی برای کسب و کارهای کوچک و متوسط، تدوین طرح کسب و کار و موضوعات مرتبط به دانش آموزان و دانشجویان اقداماتی همچون ارائه آموزش های درون سازمانی برای کسب و کارهای کوچک و متوسط، ارائه جزوات، کتب، فیلم و CD های آموزشی، معرفی کارآفرینان و همچنین ارائه مشاوره به دانشجویان، محققان، شرکت ها و ... در زمینه کسب و کار و کارآفرینی را صورت داده است. از فعالیت های بخش آموزش خانه کارآفرینان ایران می توان به برگزاری دوره های کارآفرینی برای علاقه مندان از جمله اساتید دانشگاه آزاد اسلامی، دانشجویان دانشگاه خواجه نصیر، برگزاری انواع دوره های آموزشی در زمینه های کارآفرینی، مدیریت، خلاقیت و نوآوری در شرکتها و مؤسسات دولتی و غیردولتی، برگزاری انواع دوره های آموزشی برای مدیران و دبیران آموزش و پرورش و برگزاری انواع کارگاه های خلاقیت، کسب و کار و کارآفرینی برای دانش آموزان اشاره نمود.

خانه کارآفرینان ایران در طول ۷ سال تلاش بی وقفه در راستای ترویج و توسعه هر چه بیشتر فرهنگ کارآفرینی با برگزاری سمینارها و سخنرانی های مختلف توسط اساتید مجرب، چاپ و

توزیع جدیدترین کتاب‌های حوزه کارآفرینی، اعم از تالیف و ترجمه، تهیه و تنظیم گاهنامه
لکترونیکی کارآفرینی و مشاوره از طریق وب سایت خانه کارآفرینان (www.karafarini.ir) بیش
از چهل و هفت هزار عضو و نه میلیون بازدید کننده دارد) و به صورت حضوری در دفتر خانه
کارآفرینان ایران تا حد بسیاری به اهداف خود جامه عمل پوشانده است. انجام انواع فعالیت‌ها و
پروژه‌های تحقیقاتی در زمینه‌های کارآفرینی، کسب و کار، مدیریت صنایع و تولید، برنامه ریزی
استراتژیک، تحول، تغییر سازمانی، سیستم‌های اطلاعاتی نیز از دیگر اهداف این مرکز مردم نهاد
است.

کتاب حاضر نمونه بارزی از فعالیت‌های خانه کارآفرینان است. لازم به ذکر است که امور
مربوط به تالیف و ترجمه بسیاری از این کتاب‌ها بر عهده کارشناسان خانه کارآفرینان است و با
حمایت‌های مادی و معنوی موسسین این مرکز صورت می‌گیرد.

خانه کارآفرینان ایران

پیشگفتار

مفهوم کارآفرینی و ایجاد کسب و کار یکی از مفاهیم مهم و اساسی در بحث رشد و توسعه اقتصادی دولت‌ها و کشورها است. کارآفرینی و ایجاد کسب و کار در کشور ما ایران نیز با توجه به وضعیت اقتصادی ملی و منطقه‌ای و همچنین آهنگ رشد و حرکت اقتصاد جهانی از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است. با توجه به اینکه جهان به سمت اقتصاد کارآفرینی در حال حرکت است و ایجاد شرکت‌های جدید در مرکز این فعالیت‌ها قرار دارد. همچنین تغییرات سریع جوامع و ضرورت سازگاری فعالان با چنین جوامعی، ارزش کارآفرین‌ها را روزافزون نموده است. لزوم توجه به کارآفرینی و توسعه آن بسیار بیشتر از گذشته اهمیت دارد. کارآفرینی را می‌توان ایجاد یک کسب و کار جدید، محصول نو و کالای جدید و یا ابداع فرآیندی جدید تعریف نمود. آنچه که از مشخصه‌های این تعریف برمی‌آید وجود نوعی تلاش و فراهم آوردن فرصتی برای کسب و کار می‌باشد. در ادبیات کارآفرینی مفهوم این واژه با واژه کسب و کار ارتباط تنگاتنگی دارد. از آنجا که بین رشد اقتصادی و تعداد کارآفرینان و شرکت‌های ایجاد شده در یک کشور همبستگی وجود دارد ضرورت ایجاد کسب و کار و شرکت‌های جدید برای رشد و توسعه اقتصادی و کاهش نرخ بیکاری از اهمیت بالایی برخوردار است. یکی از عناصر توسعه کارآفرینی در کشور ما، همانا افزایش و توسعه انواع مختلف کسب و کارها و افزایش مطالعات و تحقیقات مربوط به آنها می‌باشد.

صاحب‌نظران کسب و کار را به انواع مختلفی تقسیم‌بندی نموده‌اند که یکی از این تقسیم‌بندی‌ها به شرح ذیل می‌باشد: کسب و کار خانگی، کسب و کار خانوادگی، کسب و کار روستایی، کسب و کار اینترنتی، کسب و کار کوچک و متوسط، کسب و کارهای بزرگ. کسب و کار خانوادگی به عنوان یکی از انواع رایج کسب و کارها در کشورهای مختلف دنیا از رواج و اهمیت فزاینده‌ای برخوردار است و تاکنون محققان زیادی در کشورهای مختلف جهان مسائل و مباحث مربوط به کسب و کارهای خانوادگی را مورد مطالعه قرار داده و تحقیقات فراوانی را در این خصوص انجام داده‌اند. به طور حتم در ایران نیز یکی از انواع رایج کسب و کارها، کسب و کارهای خانوادگی می‌باشد که به دلیل عدم شناخت ماهیت و اهمیت آن توجه کمتری بدان شده است و به جرأت می‌توان گفت که مطالعات و تحقیقات مناسبی در این زمینه در کشور ایران انجام نشده است. از

این رو این کتاب به عنوان یکی از اولین گام‌های مطالعاتی و تحقیقاتی در این زمینه می‌کوشد تا به طور مفهومی این نوع کسب و کار را مورد بررسی قرار دهد.

اندیشه آغازین نگارش این کتاب پس از راه‌اندازی رشته تحصیلی مدیریت کارآفرینی در دانشگاه تهران برای اولین بار در کشور و در پی آن تأسیس دانشکده کارآفرینی در دانشگاه تهران و به تبع آن آغاز مطالعات و تحقیقات مرتبط با مباحث کارآفرینی و کسب و کار در ایران شکل گرفت و پس از مطالعه ادبیات علمی این رشته و انجام تحقیقات و مطالعات اولیه در دو صنعت نفت و نساجی در خصوص روند شکل‌گیری و رشد کسب و کارهای خانوادگی، نسخه اول این کتاب با همکاری برخی از دوستان به رشته تحریر درآمد. مباحث این کتاب شامل هفت فصل می‌باشد. فصل اول نگاهی اجمالی به مبحث کارآفرینی و باز تعریف مفهوم کارآفرینی و انواع آن و مفهوم و انواع کسب و کار دارد. در فصل دوم در ابتدای فصل به مفهوم و نقش خانواده و تحولات خانواده در ایران و جهان اشاره شده است و در انتهای فصل نیز سعی نقش خانواده از دیدگاه کارآفرینی و فرهنگ کار مورد بررسی قرار گیرد. هر چند مطالب دو فصل اول اندکی با محتوا و متن اصلی کتاب تمایز دارد اما نگارش این دو فصل در ابتدای کتاب به عنوان زیربنا و دورکن اصلی یک کسب و کار خانوادگی معطوف بوده و درپچه‌ای برای ورود به بحث اصلی کتاب می‌باشد.

در فصل سوم مفهوم و ماهیت کسب و کار خانوادگی به طور مبسوط مورد بحث قرار گرفته و با نگاهی فرآیندی به این موضوع، در ابتدا منشأ شکل‌گیری مطالعات این رشته ذکر شده و در ادامه با ارائه مبانی تئوریک مربوط به تعریف و شناسایی این نوع کسب و کار به همراه مدل‌ها و متدهای مطالعاتی رایج در ادبیات این رشته، ویژگی‌ها و تفاوت این نوع کسب و کارها با دیگر انواع کسب و کارها نیز بیان گردیده و در پایان نیز مطالبی در خصوص روند کلی شکل‌گیری این نوع کسب و کارها از منظر ادبیات آکادمیک، ذکر شده است. فصل چهارم به بررسی نوع سازمان و چستی ماهیت ساختاری کسب و کار خانوادگی می‌پردازد و مباحثی در خصوص ساختار درونی، دسته‌بندی، عملکرد و نقش این نوع کسب و کار در دنیای کسب و کار را در خود گنجانیده است. در فصل پنجم به بررسی نقش متقابل خانواده و کسب و کار در یک کسب و کار و شرکت خانوادگی پرداخته شده است. این فصل نقش تغییرات اجتماعی خانواده بر فرآیند کارآفرینی، تأثیر خانواده بر کارآفرینی و نقش عوامل خانوادگی مانند اهداف خانوادگی، منابع خانوادگی و اختلافات خانوادگی در راه‌اندازی یک کسب و کار را مورد بررسی قرار داده و در پایان نیز

ساختار تکاملی روابط خانواده و کسب و کار را ترسیم نموده است. در فصل ششم سعی شده است به یکی از مباحث اصلی و مورد تأکید ادبیات کسب و کار خانوادگی یعنی توالی و فرآیند جانشینی در کسب و کار خانوادگی پرداخته شود و مباحثی در خصوص مفهوم توالی، برنامه‌ریزی توالی کسب و کار، عوامل موثر و رویکردهای برنامه‌ریزی توالی کسب و کار ذکر گردد. در فصل پایانی یعنی فصل هفتم تلاش مولفان در خصوص ذکر نتایج مطالعات و تحقیقات ایشان در ارتباط با عوامل موثر بر شکل‌گیری کسب و کارهای خانوادگی در ایران می‌باشد. علی‌رغم تلاش فراوان جهت افزایش غنای علمی و پوشش کلی مباحث مربوط به کسب و کار خانوادگی و بازشناسی این نوع کسب و کار در ایران و ذکر مطالب مفید و راهگشا در این کتاب، باز هم کاستی‌ها و نقایصی وجود دارد که مساعدت علمی دانشجویان، محققان، اساتید و همکاران دانشگاهی عزیز را در این زمینه می‌طلبد.

امید است مطالعه این کتاب برای علاقه‌مندان بحث کارآفرینی و کسب و کار علی‌الخصوص کسب و کار خانوادگی مفید و موثر بوده و بتواند گام کوچکی را در رفع نیازهای جامعه علمی و صنعتی کشور بردارد. بدون شک نگارش این کتاب کوشش‌های بسیاری از دوستان و عزیزان را به همراه داشته است. در این راستا شایسته است از زحمات و تلاش‌های تمامی عزیزانی که در نگارش این کتاب با ما همکاری نموده‌اند علی‌الخصوص آقایان دکتر جهانگیر یداله‌ی، علی ملکی، یوسف خلیلی ثمرین^۱ صمیمانه تشکر و قدردانی نمود به رغم کوشش و دقت فراوان در نگارش این کتاب، ممکن است نکاتی جهت بهبود کتاب، در ذهن خوانندگان محترم وجود داشته باشد که ارائه این نکات و رهنمودهای دیگر به مولفان کتاب، به طور حتم می‌تواند راهگشا و یاریگر ایشان در خصوص رفع نقایص موجود، در چاپ‌های بعدی کتاب باشد.

مهدی سمیع‌زاده - محمود احمدپور داریانی
تهران، تابستان ۱۳۸۹

فهرست

۹	پیشگفتار.....
۱۵	فصل اول.....
۱۵	مقدمه‌ای بر کارآفرینی و کسب و کار.....
۱۷	مقدمه.....
۱۷	مفهوم کارآفرینی.....
۱۹	انواع کارآفرینی.....
۲۳	مفهوم کسب و کار.....
۲۵	انواع کسب و کار.....
۳۵	فصل دوم.....
۳۵	مفهوم و مبانی خانواده.....
۳۷	تعریف خانواده و نقش و اهمیت آن.....
۴۱	خانواده در ایران باستان.....
۴۵	تحول خانواده در ایران.....
۴۵	خانواده قبل از اسلام.....
۴۸	خانواده بعد از اسلام.....
۵۰	تحول خانواده در جهان.....
۵۳	خانواده و فرهنگ کار و کارآفرینی.....
۵۷	فصل سوم.....
۵۷	مفهوم و ماهیت کسب و کار خانوادگی.....
۵۹	مطالعات کسب و کارهای خانوادگی.....
۶۲	تعریف کسب و کار خانوادگی.....
۷۲	مدل‌ها و مندهای مطالعه کسب و کارهای خانوادگی.....
۷۳	مدل دو بعدی کسب و کار خانوادگی.....
۷۴	مدل سه بعدی کسب و کار خانوادگی.....
۷۸	مدل کسب و کار خانوادگی پایدار.....
۸۰	ویژگی‌های منحصر به فرد کسب و کارهای خانوادگی.....
۸۴	تفاوت میان کسب و کارهای خانوادگی و غیرخانوادگی.....
۸۷	شکل‌گیری کسب و کارهای خانوادگی.....
۸۷	تولد یا پیدایش تدریجی.....
۹۳	ماهیت تکاملی (چرخه عمر) کسب و کارهای خانوادگی.....
۹۹	فصل چهارم.....
۹۹	سازمان کسب و کار خانوادگی.....
۱۰۱	ساختار درونی کسب و کارهای خانوادگی.....
۱۰۳	دسته‌بندی شرکت‌های خانوادگی.....
۱۱۰	عملکرد کسب و کارهای خانوادگی.....
۱۱۶	نقش کسب و کار خانوادگی در دنیای کسب و کار.....
۱۱۶	وضعیت کسب و کارها و شرکت‌های خانوادگی در کشورهای جهان.....
۱۱۸	نقش و اهمیت شرکت‌های خانوادگی در اشتغال و اقتصاد.....
۱۱۸	نقش شرکت‌های خانوادگی در سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی و تأمین مالی کارآفرینان.....
۱۲۱	فصل پنجم.....
۱۲۱	نقش متقابل خانواده و کسب و کار.....
۱۲۴	نقش تغییرات اجتماعی-تاریخی خانواده در شکل‌گیری مخاطرات جدید.....
۱۲۴	اندازه خانواده.....
۱۲۷	نرخ ازدواج، طلاق و زاد و ولد.....
۱۲۸	تغییر در نقش‌های زنان.....
۱۲۸	تغییر در نقش‌های فرزندان و روابط میان اعضا.....
۱۲۹	تأثیرات فراگیر خانواده بر کارآفرینی.....

۱۲۹	پیدایش فرصت
۱۳۰	شناسایی و تشخیص فرصت
۱۳۱	تصمیم‌گیری برای ایجاد مخاطره
۱۳۱	بسیج منابع
۱۳۳	تأثیر درگیری خانواده بر ایجاد مخاطره کسب و کاری جدید
۱۳۴	نقش خانواده در فعالیت‌های راه‌اندازی کسب و کار
۱۳۴	تأمین منابع از سوی خانواده
۱۳۶	اختلافات و تعارضات کار و خانواده
۱۴۰	اهداف و مقاصد خانوادگی
۱۴۲	ساختار تکاملی روابط خانواده - کسب و کار
۱۴۵	فصل ششم
۱۴۵	توالی و جانشینی کسب و کار خانوادگی
۱۴۷	مفهوم توالی کسب و کار
۱۴۷	تعریف توالی
۱۵۰	توالی کسب و کار به عنوان یک فرآیند
۱۵۶	برنامه‌ریزی توالی کسب و کار
۱۵۷	عوامل تأثیرگذار بر برنامه‌ریزی توالی کسب و کار
۱۵۹	خانواده و مسائل سازمانی
۱۶۲	مسائل حقوقی، مالی و مالیاتی
۱۶۷	دیگر محدودیت‌های برنامه‌ریزی توالی کسب و کار
۱۶۹	رویکردهای برنامه‌ریزی توالی کسب و کار
۱۷۷	فصل هفتم
۱۷۷	شکل‌گیری کسب و کارهای خانوادگی در ایران
۱۷۹	بیان مسئله تحقیق
۱۸۱	تعریف متغیرهای مورد مطالعه
۱۸۳	نتایج توصیفی تحقیق
۱۸۳	سن مالکان / مدیران کسب و کارها
۱۸۵	میزان تحصیلات مالکان / مدیران کسب و کارها
۱۸۶	دوره زمانی تأسیس کسب و کارها
۱۸۸	نوع فعالیت کسب و کارها
۱۸۹	نوع مالکیت کسب و کارها
۱۹۱	اندازه کسب و کارها
۱۹۲	مالکیت و مدیریت خانوادگی شرکت‌ها
۱۹۷	نتایج استنباطی تحقیق
۱۹۷	پیدایش تدریجی یا تولد کسب و کار خانوادگی
۱۹۸	تأثیرگذاری متغیرهای خانوادگی بر ایجاد کسب و کار
۲۰۱	اهمیت تأثیرگذاری متغیرها بر ایجاد کسب و کار
۲۰۳	مقایسه میانگین تأثیر متغیرها
۲۰۵	منابع و مآخذ
۲۰۷	منابع فارسی