

رابطه بین عملکرد خانواده و عملکرد اقتصادی در کسب و کارهای خانوادگی (مطالعه موردی: صنعت فرش ماشینی شهرهای کاشان و آران و بیدگل)

محمدرضا خبازی راوندی^۱

کیومرث فرحبخش^۲

لطفعلی عاقلی^۳

تاریخ پذیرش: ۹۳/۸/۸

تاریخ وصول: ۹۲/۷/۱۸

چکیده

کسب و کارهای خانوادگی که همزمان با داشتن عملکرد اقتصادی بالا، هماهنگی خانوادگی درونی بالایی نیز دارند، موفق‌ترین این‌نوع کسب و کارها شناخته می‌شوند. این پژوهش با هدف بررسی رابطه عملکرد خانواده و عملکرد اقتصادی در کسب و کارهای خانوادگی با مطالعه در صنعت فرش ماشینی شهرهای کاشان و آران و بیدگل انجام شد. جامعه آماری مدیران شرکت‌های فرش ماشینی شهرهای کاشان و آران و بیدگل بودند که از بین آنها به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، ۱۲۲ مورد انتخاب شد. روش پژوهش از نوع پیمایشی - همبستگی انتخاب شد. از پرسشنامه‌های عملکرد خانواده (FAD) و عملکرد اقتصادی (EFQ) برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد. داده‌ها با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون بررسی شدند و نتایج تحلیل نشان‌داد بین عملکرد خانواده و عملکرد اقتصادی همبستگی معناداری وجود دارد. با توجه به این نتیجه شرکت‌های خانوادگی برای رشد بیشتر،

۱- کارشناس ارشد مشاوره شغلی دانشگاه علامه طباطبایی reza.khabbazi2008@hotmail.com

۲- استادیار دانشگاه علامه طباطبایی kiiumars@yahoo.com

۳- استادیار پژوهشکده اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس Aghelikli@gmail.com

حفظ توانایی رقابت، خود در صنعت فرش، حفظ میراث گرانبهای خود و انتقال آن به نسل‌های بعدی خانواده، باید به دنبال ارتقاء و رشد عملکرد خانواده و عملکرد اقتصادی خود باشند و در جهت هماهنگی، تعامل و هم‌افزایی سیستم خانواده و کسب و کار اقدام کنند.

واژگان کلیدی: عملکرد خانواده، عملکرد اقتصادی، کسب و کار خانوادگی، نظام خانواده، سیستم کسب و کار.

مقدمه

امروزه کسب و کارهای خانوادگی از بخش‌های مهم اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته جهان محسوب می‌شوند و بخش مهمی از تولید ملی بسیاری از کشورهای جهان را به خود اختصاص می‌دهند. همچنین کسب و کارهای خانوادگی یکی از مهمترین عوامل ایجاد ثروت و استخدام نیروی کار در تمام کشورها می‌باشند (احمدپورداریانی و سمیع‌زاده، ۱۳۹۰)؛ به همین دلیل سیاستمداران یک کشور باید توجه ویژه‌ای به رشد، موفقیت و بقای این نوع کسب و کارها داشته باشند. پژوهشگران عرصه کسب و کارهای خانوادگی (ادوارددی^۱، ۲۰۰۶؛ ترجمه تصویری و زعفرانیان، ۱۳۸۶؛ گری سیک، دیویس، همپتون و لانسبرگ^۲، ۱۹۹۷؛ شهرزی، ۱۳۸۸؛ آسترانچن، شاکر و شارما^۳، ۲۰۰۳؛ به نقل از شاه‌بابایی، ۱۳۹۰؛ احمدپورداریانی، سمیع‌زاده، ۱۳۹۰؛ شاه‌بابایی، ۱۳۹۰) اظهار می‌دارند که کسب و کارهایی که مالکیت یا مدیریت آنها خانوادگی می‌باشد حدود ۶۵ تا ۹۵ درصد از کل کسب و کارهای جهان را به خود اختصاص می‌دهند. مطالعات مرکز دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۴ (GEM) نیز نشان می‌دهد که در سال ۲۰۰۲ سهم شرکت‌های خانوادگی از کل سرمایه‌گذاری‌های غیررسمی در اقتصادهای کشورهای مختلف جهان حدود ۳۰ تا ۸۰ درصد بوده است (احمدپورداریانی، سمیع‌زاده، ۱۳۹۰). در این

1. Edward, D.H.

2. Gersick, K. E., Davis, J. A., Hampton, M. M., & Lansberg, I.

3. Astrachan, J. H., Shaker, Z. A., & Sharma, Pramodita

4. Global Entrepreneurship Monitor

پژوهش نیز ۷۸ درصد نمونه را شرکت‌های خانوادگی تشکیل می‌دهند. نظر به این تاثیر اهمیت گسترده صنایع خانوادگی در اقتصاد کشورها از جمله کشور ایران بررسی نقش خانواده و عملکرد آن در تاثیرگذاری بر مدیریت و عملکرد اقتصادی این گونه صنایع، ضروری می‌نماید. یکی از صنایع مهم اشتغال‌زا و ارزآور برای کشور ایران صنعت فرش می‌باشد. صنعت فرش ماشینی پدیده‌ای مربوط به دوران صنعتی شدن اقتصاد ایران در دهه ۱۳۴۰ شمسی است. خبرنگار دومی جشنواره بین‌المللی فرش کاشان در آبان و آذر ۱۳۹۰ گزارشی کوتاه از سابقه این صنعت ارائه می‌دهد: «در مهرماه سال ۱۳۵۱ نخستین کارخانه صنعتی فرش ماشینی در شهر کاشان تاسیس و راه‌اندازی شد که به کارخانه فرش راوند معروف شد. این واحد بزرگترین کارخانه تولید کننده فرش ماشینی در کشور و حتی خاورمیانه بود. بعد از انقلاب اسلامی به دنبال سیاست توسعه شهرک‌های صنعتی در دهه ۱۳۷۰، به تدریج کارخانه‌های کوچک و بزرگ دیگری در شهرک‌های صنعتی تاسیس و رشد نمودند. در حال حاضر دو شهر هم‌جوار کاشان و آران و بیدگل قطب صنعتی فرش ماشینی کشور محسوب می‌شوند.» بیش از ۵۷ درصد ظرفیت صنعتی این دو شهر به این صنعت تعلق دارد به طوریکه ۶۵ درصد تولید و ۷۰ درصد صادرات فرش ماشینی کشور را به خود اختصاص می‌دهند (خبرنامه دومین جشنواره بین‌المللی فرش کاشان، آبان و آذر ۱۳۹۰؛ صدیقی، ۱۳۹۰؛ برادران، ۱۳۸۹).

به نظر خبرگان این صنعت درصد زیادی از شرکت‌های موجود در این صنعت به صورت خانوادگی اداره می‌شوند. در نمونه متعلق به این تحقیق، این آمار ۷۸ درصد به دست آمد که نظر آنها را تأیید نمود. با توجه به نقش این صنعت در اشتغال نیروی کار و درآمدزایی آن برای اقتصاد کشور و اهمیت دوشهر فوق در این رابطه این تحقیق با هدف بررسی رشد و عملکرد اقتصادی شرکت‌های فرش ماشینی خانوادگی و غیرخانوادگی و تأثیرات نظام خانواده و عملکرد آن بر شرکت‌های خانوادگی طرح‌ریزی شد.

در مرور تعاریف متفاوتی که از کسب و کار خانوادگی ارائه شده است مشخص می‌شود که در تعریف این نوع کسب و کار سه عامل اساسی وجود دارد: ۱- خانواده؛ ۲- مالکیت؛ ۳-

مدیریت؛ توجه به یافته‌های تحقیقات نشان می‌دهد که همگرایی عامل خانواده و تنها یکی ازدو عامل مالکیت و مدیریت (خانواده و مالکیت یک کسب و کار و یا خانواده و مدیریت یک کسب و کار) می‌تواند در تعریف یک کسب و کار خانوادگی کافی باشد (سمیع‌زاده، ۱۳۸۸؛ احمدپورداریانی، سمیع‌زاده، ۱۳۹۰). با توجه به اینکه ساختار خانواده می‌تواند به شکل هسته‌ای و گسترده باشد در این تحقیق به شرکتی عنوان خانوادگی اطلاق می‌شود که بیش از ۵۰ درصد مدیریت و یا مالکیت آن در اختیار اعضای یک یا چند خانواده (پدر و یا مادر، همسر، برادر و یا خواهر، فرزندان، عمو، دایی، خواهرزاده‌ها، برادرزاده‌ها، عموزادگان) باشد و در غیر این صورت، آن شرکت غیر خانوادگی است.

راه‌اندازی کسب و کار موفق خانوادگی علاوه بر ایجاد درآمد برای اعضای خانواده سبب بهبود روابط اعضا و کاهش مشکلات و مسائل اجتماعی برای خانواده‌ها خواهد شد (تصوری و زعفرانیان، ۱۳۸۶). درگیری اعضای خانواده در امور مالی و کسب و کار هم ممکن است به رشد و دوام شرکت بیانجامد و هم اینکه به اختلافات و یا تعارضاتی کشیده شود که برای رشد و بقای سیستم خانواده و کسب و کار و ارتباطات بین فامیل و خانواده‌ها اختلال ایجاد کند. بنابراین صاحبان کسب و کارهای خانوادگی علاوه بر داشتن مهارت‌های مدیریتی و کارآفرینی باید از مهارت‌های زندگی نیز مثل ایجاد ارتباطات مؤثر در خانواده و جامعه بهره‌مند باشند تا بتوانند در هر دو سیستم کسب و کار و خانواده موفق عمل کنند و ارتباط و هماهنگی‌های مطلوبی بین این دو جزء برقرار کنند. چون هر دو سیستم از نوع سیستم‌های باز و پویا هستند؛ آنها در تبادل باهم و محیط پیرامون خود دائماً در حال تغییر و نوسان هستند. بنابراین یک مدیر کسب و کار خانوادگی باید خود را برای این چالش‌ها آماده کند و به ابزارها و برنامه‌های مهار و کنترل نابسامانی‌هایی که دامنگیر آنها می‌شود، مسلط باشد.

برای تدوین استراتژی شرکت باید به عوامل خارجی و داخلی که بر آن تأثیر گذارند، توجه شود (شهشهانی، ۱۳۸۷). از عوامل داخلی اساسی برای تعیین استراتژی و تضمین رشد مستمر یک شرکت، نحوه مدیریت شرکت می‌باشد. یک سیستم کسب و کار بدون توجه به عملکرد

خود، ارزیابی از روش‌های مدیریت استراتژیکی خود و اصلاح روش‌های نامطلوب کارکرد خویش، نمی‌تواند با کسب و کارهای دیگر رقابت کند و طبیعتاً محکوم به زوال است. برای موفقیت در کسب و کار، یک مدیر باید به سود و رشد شرکت که ضامن بقا و تداوم آن است، توجه داشته باشد. کارآفرینان رشد کسانی هستند که موقعیت خود را با اندازه و رشد کسب و کارشان می‌سنجند (کاتز^۱، ۱۹۹۴). با توجه به اینکه در شرکت‌های خانوادگی مدیریت و یا مالکیت شرکت به عهده یک یا چند خانواده است بنابراین هدف از این تحقیق بررسی عملکرد خانواده‌ها (خصوصیات ساختاری، شغلی، تعاملی خانواده) و عوامل کاهنده و افزایشنده عملکرد اقتصادی (رشد صنعت) و رابطه‌ای که بین این عوامل وجود دارد؛ با تمرکز بر صنعت فرش ماشینی خانوادگی و غیرخانوادگی در شهرهای کاشان و آران و بیدگل بوده است.

پورتس و هاول^۲ (۱۹۹۲) عملکرد خانواده را اینگونه تعریف می‌کنند: «توانایی خانواده در هماهنگی یا تطابق با تغییرات انجام شده در طول حیات، حل تعارضات و تضادها، همبستگی بین اعضاء و موفقیت در الگوهای انضباطی، رعایت حد و مرز بین افراد، اجرای مقررات و اصول حاکم بر این نهاد با هدف حفاظت از کل سیستم خانواده». مک مستر^۳ نیز الگویی برای ارزیابی خانواده ارائه داده است که خصوصیات ساختاری، شغلی، تعاملی خانواده را معین می‌سازد (ثنایی، ۱۳۸۷). این پژوهش بر اساس رویکرد مک مستر، هفت جنبه کارکرد خانواده را اندازه‌گیری کرده است که عبارتند از: حل مشکل، نقش‌ها، دخالت عاطفی، ارتباط، پاسخگویی یا ابراز عاطفی، کنترل رفتار، و عملکرد کلی.

شاخص‌های متفاوتی وجود دارند که بیانگر عملکرد یک شرکت از لحاظ اقتصادی می‌باشند. این شاخص‌ها معرف رشد، بقا و سودآوری بنگاه هستند (شهریزی، ۱۳۸۸). رشد را می‌توان به عنوان افزایش کمی و کیفی متغیرهایی چون اشتغال، تعداد و ارزش سهام نهایی، تعداد پرسنل و شعبات، ترکیب و آرایش نهایی ساختار شرکت، جهت‌گیری‌ها و قیمت بازار

1. Katz, J.

2. Portes & Howell

3. McMaster

تعریف کرد (تمبونان^۱، ۲۰۰۸). در این تحقیق از معیارهای ذهنی رشد کسب و کار استفاده شده است. معیارهای ذهنی، قضاوت و نظر مالکان/مدیران شرکت‌ها است که آزادانه و با طیب خاطر در جواب به سؤالاتی که این شاخص‌ها را اندازه می‌گیرند؛ ابراز می‌دارند. سؤالات مربوط به عملکرد اقتصادی که به صورت مقیاس چند درجه‌ای لیکرت طراحی شده بودند مؤلفه‌های زیر را اندازه‌گیری کردند:

- افزایش در فروش
- افزایش سوددهی
- افزایش در تعداد پرسنل
- افزایش تعداد شعبات و مشتریان در داخل کشور
- بین‌المللی شدن کسب و کار (صادرات)
- افزایش رضایت‌مندی مشتریان
- به کارگیری فن آوری جدید، تنوع و نوآوری در محصولات
- ارتقای سطح کیفیت و استانداردهای محصولات
- دوام و انتقال کسب و کار به نسل بعدی

کار و کسب و کارهای خانوادگی باعث جهت‌دهی مهارت‌های اولیه شغلی در خانواده می‌شود. از نظر تاریخی قبل از ظهور نظام آموزشی مدرسه‌ای، یک مسئولیت کهن و اساسی خانواده آموزش شغلی بچه‌ها بوده است. کار، عامل اجتماعی کردن فرزندان در اوایل کودکی است و باعث سرمایه‌گذاری در تولید دانش، پرورش مهارت‌های کارآفرینانه و مهارت‌های پایای زندگی می‌شود (بیب^۲، ۲۰۰۹). یک تجارت یا کسب و کار خانوادگی قویاً روی خود اعضای خانواده و مخصوصاً روی ادراک بچه‌ها از کارآفرینی تأثیر می‌گذارد به طوری که می‌تواند برنامه‌ها و طراحی‌های شغلی آینده آنها را شکل بدهد (کاتز، ۱۹۹۲؛ به نقل از کراجر و

1. Tambunan
2. Mbebeb, .F.E

نوریس^۱، (۱۹۹۳). همچنین خانواده‌ها از طریق ایجاد کسب و کار درصدد کسب هویت اجتماعی، اجتماعی، ارزش آفرینی، بهبود منزلت و درآمد اقتصادی خود می‌باشند. بنابراین درک ارتباط بین عملکرد خانواده و عملکرد اقتصادی و نیز کیفیت این رابطه و تأثیر آن بر سامانه خانواده و کسب و کار لازم است.

لمپ^۲ (۲۰۱۰) در مطالعه چندموردی خود سه‌مورد از کسب و کارخانوادگی آمریکایی چندنسلی چندشاخه‌ای قرن ۲۱ و مدیریت خانوادگی‌شان را مطالعه کرد. تحقیق او عوامل تأثیرگذاری را که هر سه نظام خانواده، کسب و کار و مالکیت را به طور مثبت و هم‌افزا متأثر می‌کند، بررسی کرد. او تأکید می‌کند که شش عامل مدیریت خانوادگی وجود دارد که اگر خانواده رعایت کند، به‌طور مثبت بر خانواده و کل سیستم کسب و کارخانودگی تأثیر می‌گذارد. این عوامل عبارتند از: یکپارچگی و اتحاد خانوادگی بیشتر، استحکام ارزش‌های خانواده، آموزش اعضای خانواده، ارتباطات باز بیشتر، اعتماد بیشتر؛ سازگاری و انعطاف پذیری بیشتر.

هوش هیجانی^۳ (EI) یک مهارت اساسی برای مدیریت کسب و کارهای خانوادگی است (ادوارد دی، ۲۰۰۶؛ ترجمه تصویری و زعفرانیان، ۱۳۸۶). همدلی به معنای درک احساسات و عواطف دیگران یکی از مولفه‌های هوش هیجانی است. افرادی که در درک احساسات خودشان و دیگران توانا تر هستند در ارتباطات بین فردی نیز موفق ترند. در ارتباط با هوش هیجانی و نقش آن در رشد سازمانی تحقیقات زیادی شده است. هوش هیجانی جنبه‌های روانشناختی- غیرشناختی است که بر رفتار انسان و ارتباطات اجتماعی او تأثیر می‌گذارد (کاملیان، یعقوبی و پوری^۴، ۲۰۱۱). از میان مفاهیم معرفی شده در حوزه ارتباطات سازمانی، هوش هیجانی افراد را قادر می‌سازد که رفتار خود و دیگران را درک و کنترل کنند (کاملیان و همکاران، ۲۰۱۱؛ راحت ده‌مرده، یعقوبی و استانستی^۵، ۲۰۱۱). کاملیان و همکاران در مرور ادبیات تحقیق‌شان

1. Krueger Jr., Norris F.

2. Lamp, Ch

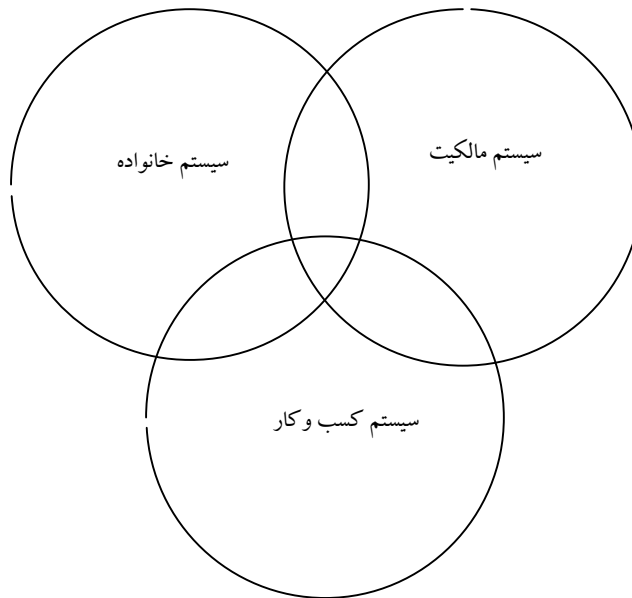
3. Emotional Intelligence

4. Kamalian, A., Yaghoubi, N. & poori. M

5. Rahat Dahmardeh, M., Yaghoubi, N. M. & Estanesti, S.

نتیجه گرفتند که افراد دارای هوش هیجانی بالا، مطمئن تر و راضی تر هستند؛ در محیط کارشان موفق ترند و بهره‌وری بیشتری دارند. آنها خوشبین ترند و دارای خصوصیات هستند که توانایی تمرکز بر حل مشکل را دارند (تیشلر^۱، ۲۰۰۲؛ به نقل از کاملیان و همکاران، ۲۰۱۱). این افراد می‌توانند عواطف منفی خود را که منجر به نتایج نامطلوب می‌شود، کنترل کنند و آنها را کاهش دهند (مقدم و همکاران، ۲۰۰۹؛ به نقل از کاملیان و همکاران، ۲۰۱۱). نتیجه تحقیق کاملیان و همکاران نشان داد که همدلی و انگیزش، نسبت به مؤلفه‌های دیگر هوش هیجانی تاثیر بیشتری روی جهت‌گیری کارآفرینانه دارد. همچنین همدلی، بیشترین تاثیر را بر فعالیت نیروی کار دارد.

با در نظر گرفتن رویکرد سیستمی از کسب و کارخانوادگی که در آن تاثیر متقابل سه نظام خانواده، مالکیت و کسب و کار بر یکدیگر لحاظ می‌شود (احمدپورداریانی و سمیع‌زاده، ۱۳۹۰؛ گرسیک و همکاران، ۱۹۹۷؛ سمیع‌زاده، ۱۳۸۸)؛ تحقیق لمپ (۲۰۱۰) مشخص کرد سیستم کسب و کار نیز از طریق پنج روش به طور مثبت بر دو سیستم دیگر تاثیرگذار است: موفقیت‌های برنامه‌ریزی شده کارکنان و مدیران خانواده در سیستم کسب و کار، انطباق و همسوئی ارزش‌های خانواده و کسب و کار، تعهد خانوادگی بیشتر به کسب و کار؛ جریان ارتباطی بهتر بین خانواده مالکان و کسب و کار؛ و اعتماد بیشتر کارمندان. همچنین او بیان می‌کند که خرده‌سیستم مالکیت به چهار طریق، تاثیر مثبت می‌گذارد: مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی محاسباتی و مالی، آموزش مالکان، ارتباطات بیشتر، و سازگاری و انعطاف‌پذیری بیشتر.



شکل ۱. مدل سه بعدی گریسک و همکاران از کسب و کارخانوادگی

امروزه شرکت‌ها در یک محیط دائماً در حال تغییر رشد می‌کنند. علم، زندگی ما را متحول کرده‌است؛ بنابراین یادگیری و آموزش مداوم یک مفهوم بنیادی است که مدیران شرکت‌های خانوادگی باید برای رشد و دوام کسب و کارشان در نظر بگیرند. این دانش بر عملکرد مالی و غیرمالی اعضای شرکت تأثیر می‌گذارد (عبدالله، یحیی رشید و عمیر، ۲۰۱۳). عبدالله و همکارانش در مرور ادبیات تحقیقشان نتیجه گرفتند که ارتباطات و یادگیری مستمر کارکنان و مدیران یک شرکت می‌تواند عملکرد آنها را در شرکت بهبود ببخشد.

شاه بابایی (۱۳۹۰) در پژوهش خود تأیید کرد که دانش مالک مؤثرترین عامل بر رشد شرکت‌ها کوپیان بوده‌است. شرکت‌ها کوپیان یکی از مؤثرترین شرکت‌های خانوادگی در

صنعت پوشاک است. مقیمی و سیدامیری (۱۳۸۹) نیز به این نتیجه رسیدند که مهارت‌های مدیریتی مالکان شرکت‌های خانوادگی صنعت نساجی و نفت استان تهران بارشد و توسعه این صنایع رابطه مثبت و معناداری دارد.

فلک^۱ (۱۹۸۰؛ به نقل از بارکر^۲، ۱۳۸۸) به پنج متغیر از عملکرد خانواده اشاره می‌کند که می‌تواند مدنظر مشاوران خانواده و کسب و کار خانوادگی قرار بگیرد. توجه به این متغیرها برای مشاوران و خانواده‌های صاحب کسب و کار که به رشد خانواده و کسب و کار و تعاملات سالم هر دو سیستم تأکید دارند می‌تواند مفید باشد:

۱- پیشوایی، به کارگیری قدرت و شیوه‌های انضباطی والدین در کنترل خانواده‌ها؛ ۲- مرزهای بین اعضای خانواده، مرز بین نسل‌ها و مرز بین خانواده و جامعه؛ ۳- عاطفی بودن و صمیمیت درون‌فردی اعضای خانواده؛ ۴- ارتباط کلامی و غیرکلامی اعضا؛ ۵- عملکرد معطوف به هدف.

عامل پیشوایی ناظر بر اقدامات کنترلی، هدایت‌گر و سازمان‌دهنده مدیران خانواده است و عامل عملکرد معطوف به هدف در واقع به معنای داشتن چشم انداز کاری است که در تصمیم‌گیری‌های استراتژیک کسب و کار مؤثر است و بر رشد و استقلال شغلی اعضای خانواده و مدیریت خانواده بر کسب و کار تأثیر گذار است.

در پژوهشی که مقیمی و سیدامیری (۱۳۸۹) باهدف شناسایی عوامل مؤثر بر رشد و توسعه شرکت‌های خانوادگی استان تهران (نساجی و نفت) انجام دادند؛ نقش داشتن چشم‌انداز کاری، حاکمیت و کنترل خانواده را بر رشد این شرکت‌ها بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که بین رشد و توسعه شرکت‌های خانوادگی و داشتن چشم‌انداز کاری در خانواده ارتباط وجود دارد. اما نتایج تحقیق آنها نشان داد که چشم‌انداز کاری و دیدگاه استراتژیک در کسب و کارهای خانوادگی مورد بررسی آنها در وضعیت نامناسبی قرار دارد و مالکان/مدیران کسب و کارهای

1. Fleck
2. Barker, P.

خانوادگی در دو صنعت نفت و نساجی چشم انداز کاری ضعیفی برای آینده کسب و کار خود دارند. این نتیجه با برون داد دیگری که از تحقیق آنها به دست آمد همسویی دارد یعنی در واقع فقدان چشم انداز و عملکرد معطوف به اهداف بلندمدت باعث شده که این دسته از شرکت ها نتوانند به رشد مطلوب اقتصادی برسند چرا که رشد شرکت های مورد بررسی آنها در حد متوسط و میانگین جامعه بوده است.

نتایج تحقیقی که احمدپورداریانی، یدالهی فارسی و سمیعزاده (۱۳۸۸) بر روی ۱۶۰ شرکت خانوادگی و غیرخانوادگی در دو صنعت نفت و نساجی با هدف شناسایی عوامل خانوادگی مؤثر بر ایجاد کسب و ارهای خانوادگی انجام دادند، نشان داد که عوامل ارتباطات خانوادگی، اهداف خانوادگی، منابع خانوادگی و بینش مشترک خانوادگی بر ایجاد کسب و کارهای خانوادگی مؤثر بوده است. احمدپورداریانی و همکارانش (۱۳۸۸) عنوان می کنند که ارتباطات خوب و مؤثر میان اعضای خانواده عاملی اساسی و تاثیرگذار بر فرایند ایجاد یک مخاطره و کسب و کار خانوادگی می باشد.

شاه بابایی (۱۳۹۰) از تحقیق خود نتیجه گرفت که توانایی مالکان/ مدیران به ایجاد روابط و شبکه های اجتماعی گسترده بر رشد صنعت پوشاک خانوادگی ها کوپیان مؤثر بوده است. یکی از مظاهر ایفای نقش در کسب و کارهای خانوادگی، تمایل اعضای خانواده برای پیوستن به کسب و کار است که این عامل توسط مقیمی و سیدامیری (۱۳۸۹) مورد بررسی قرار گرفت و آنها از تحقیق خود نتیجه گرفتند که تمایل اعضای خانواده برای پیوستن به کسب و کار بر توسعه و رشد توسعه شرکت های خانوادگی استان تهران مؤثر بوده است. هک و ترنت^۱ (۱۹۹۹) نیز در تحقیق خود بر روی خانواده های صاحب کسب و کار به نقش افراد خانواده در تأمین منابع انسانی کسب و کار تاکید کردند.

ارتباط ایفای نقش در خانواده و کسب و کار با تعارض کار خانواده در تحقیقات (باقری سنجره، ۱۳۸۹؛ فلیگ^۱، ۲۰۱۰) و ارتباط ایفای نقش با عملکرد کاری و رشد درآمد در تحقیق (فلیگ، ۲۰۱۰) بررسی شده است. فلیگ در تحقیق خود به این نتیجه رسید که ازدواج و بچه دار شدن در نقش‌های خانوادگی و کاری زنان کارآفرین تاثیر گذار است به طوری که زنانی که برای خود کسب و کاری خانوادگی ایجاد کرده اند مجبورند که بین وظایف خانه داری، مادر بودن و نقش‌های کاری خود تعادل برقرار کنند و چون همسرانشان با آنها همکاری نمی کنند مجبورند که زمان کمتری به وظایف شغلی خود اختصاص بدهند و به همین دلیل عملکرد کاری و درآمد آنها در کسب و کار افت می کند. از طرفی این وظایف سنگین کاری و خانوادگی ممکن است به تعارض کار- خانواده و اختلافات زناشویی منجر شود به طوری که باقری سنجره (۱۳۸۹) در تحقیق خود این فرضیه را که بین اضافه بار نقش و تعارض کار و خانواده رابطه وجود دارد تایید می کند.

روش شناسی

نوع و روش تحقیق

هدف از این تحقیق بررسی رابطه بین عملکرد خانواده و عملکرد اقتصادی و کیفیت این رابطه و تأثیر آن بر سامانه خانواده و کسب و کار بود. به همین منظور این تحقیق از نوع پیمایشی- همبستگی انتخاب شد. داده‌ها با استفاده از روش کتابخانه‌ای و میدانی جمع آوری شدند. در این پژوهش برای توصیف، جمع آوری و طبقه بندی اطلاعات به دست آمده از نمونه، از آمار توصیفی استفاده شده است و به منظور بررسی سؤال پژوهشی، داده‌ها با آزمون همبستگی پیرسون تحلیل آماری شدند. این تحقیق در صنعت فرش ماشینی شهرهای کاشان و آران و بیدگل انجام شد و از دی ماه ۱۳۹۰ تا شهریور ماه ۱۳۹۱ طول کشید. برای انجام تحقیق به اداره‌های صنایع و

1. Flaig, A.

بازرگانی شهرهای مربوط مراجعه شد و اطلاعات مورد نیاز اخذ شد. همچنین بامراجعه به نهادهای مرتبط باصنعت فرش، مثل اتحادیه تعاونی شرکت‌های فرش ماشینی کاشان و آران و بیدگل و خوشه فرش ماشینی کاشان و آران و بیدگل نیز اطلاعاتی کسب شد.

برای تعیین درصد و یا نسبت خانوادگی یا غیرخانوادگی بودن شرکت‌ها از روش نظرسنجی از خبرگان صنعت فرش ماشینی کاشان استفاده شد که تمام آنها اتفاق نظر داشتند که بیشتر شرکت‌های موجود در کاشان و آران و بیدگل از نوع خانوادگی می‌باشند. باین حال برای اطمینان بیشتر، قسمتی از پرسشنامه عملکرد اقتصادی برای تعیین خانوادگی و غیرخانوادگی بودن شرکت و مؤلفه‌های مرتبط به آن طراحی شده بود. ضمن مراجعه به مدیران/مالکان شرکت‌ها اقدام به تکمیل پرسشنامه‌ها شد.

جامعه، نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری شامل ۶۰۰ نفر از مدیران / مالکان شرکت‌های فرش ماشینی صنعت فرش ماشینی شهرهای کاشان و آران و بیدگل بود که در ۶ خوشه صنعتی متمرکز بودند. روش نمونه‌گیری طبقاتی ساده بود. باتوجه به شش خوشه (منطقه) صنعتی، روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انجام شد. اسامی و آدرس اعضای نمونه از لیست جامعه اصلی استخراج شد. تعیین حجم نمونه باتوجه به تحقیقات پیشین فرمول محاسباتی کوکران^۱ بود. در سطح اطمینان ۹۵ درصد، $N=600$ و $P=0.05$ (به دلیل در دسترس نبودن مقدار P آن مساوی 0.05 در نظر گرفته شد که در اینصورت n حداکثر مقدار خود را پیدا می‌کرد.) و $D=0.07$ (از تحقیقات مشابه استخراج گردید). حجم نمونه اولیه در این تحقیق $118/5$ مورد به دست آمد که به دلیل بالابردن صحت نتایج، ۱۲۲ مورد از مدیران/مالکان شرکت‌های فوق‌الذکر در نظر گرفته شد.

ابزارهای پژوهش

در این تحقیق برای اندازه‌گیری عملکرد خانواده و عملکرد اقتصادی به ترتیب از پرسشنامه سنجش خانواده^۱ (FAD) و پرسشنامه عملکرد اقتصادی^۲ (EFQ) استفاده شد.

- پرسشنامه سنجش خانواده (FAD)

ابزار سنجش خانواده یک پرسشنامه ۶۰ سؤالی است که برای سنجیدن عملکرد خانواده بنا بر الگوی مک مستر تدوین شده است؛ این الگو خصوصیات ساختاری، شغلی، تعاملی خانواده را معین می‌سازد و شش بعد از عملکرد خانواده به علاوه یک خرده مقیاس هفتم که مربوط به عملکرد کلی خانواده است را مشخص می‌کند. این ابعاد از این قرار است: حل مشکلات، ارتباط، نقش‌ها، همراهی عاطفی، آمیزش عاطفی و کنترل رفتار (ثنایی، ۱۳۸۷). روش نمره‌گذاری به این صورت است که به هر سؤال ۱ تا ۴ نمره با استفاده از این کلید داده می‌شود. قویا موافق=۱، موافق=۲، مخالف=۳، قویاً مخالف=۴. به سؤال‌ها (یا عباراتی) که توصیف عملکرد ناسالم اند، معکوس نمره داده می‌شود (ثنایی، ۱۳۸۷). نمرات کمتر نشانه عملکرد سالم‌تر است. معدل پاسخ به سؤال‌هایی که هریک بین ۱ (سالم) تا ۴ (ناسالم) می‌شود، برای به دست آوردن نمرات ۷ مقیاس محاسبه می‌گردد (ثنایی، ۱۳۸۷). در ایران اولین کوشش عملی به منظور هنجاریابی و میزان‌سازی ابزاری برای سنجش عملکرد خانواده توسط نجاریان (۱۳۷۴)؛ به نقل از صید مرادی، (۱۳۸۸) صورت گرفت و روایی نسخه فارسی آن را تأیید کرد. همچنین این پرسشنامه در بسیاری از تحقیقات در داخل کشور مورد استفاده قرار گرفته است و استفاده از آن بسیار رایج است و روایی و پایایی آن مورد تأیید تمام پژوهشگران می‌باشد. روایی فرم ۶۰ سؤالی آن توسط (نوروزی، ۱۳۷۷؛ امینی، ۱۳۷۹؛ گلی زاده، ۱۳۸۳ و محسن زاده، ۱۳۸۳؛ به نقل از صید مرادی، ۱۳۸۸) در ایران مورد تأیید قرار گرفته است. پایایی پرسشنامه توسط پژوهشگران زیادی (نجاریان، ۱۳۷۴؛ امینی، ۱۳۷۹؛ بهاری، ۱۳۷۹؛ گلی زاده، ۱۳۸۳؛ لشکری، ۱۳۸۳؛ طهماسب

1. Family Assessment Device (FAD)

2. Economic Function Questionnaire (EFQ)

پور، ۱۳۸۵؛ به نقل از صید مرادی، ۱۳۸۸) تأیید شده است. ابزار سنجش خانواده باضرایب آلفای خرده مقیاس‌های خود از ۰/۷۲ تا ۰/۹۲ از همسانی درونی نسبتاً خوبی برخوردار است (ثنایی، ۱۳۸۷).

- پرسشنامه عملکرد اقتصادی (EFQ)

برای اندازه‌گیری عملکرد و یا رشد اقتصادی شرکت، پرسشنامه‌های مشابه زیادی وجود دارد که در گویه‌ها و مقیاس‌های درجه‌بندی شباهت‌های زیادی دارند. محققان زیادی از جمله شهروزی (۱۳۸۸؛ مقیمی و سیدامیری، ۱۳۸۹؛ خاکپور مقدم، ۱۳۹۰؛ شاه بابایی، ۱۳۹۰) از پرسشنامه‌های مشابهی استفاده کرده‌اند. برای سنجش عملکرد اقتصادی از پرسشنامه‌ای که خاکپور مقدم در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود در دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران استفاده کرده بود؛ و با کسب اجازه از وی، استفاده شد. این پرسشنامه، محقق ساخته و بومی است و کلا دو قسمت دارد. یک قسمت مربوط به اطلاعات عمومی شرکت‌ها و متغیرهای جمعیت شناختی مدیران یا مالکان است که از طریق آن خانوادگی و یا غیرخانوادگی بودن شرکت نیز محرز می‌شود و قسمت اصلی دیگر که مربوط به عملکرد اقتصادی است شامل ۸ عبارت است که بامقیاس پنج درجه‌ای لیکرت^۱ درجه بندی شده است و به این ترتیب نمره‌گذاری می‌شود: خیلی کم = ۱، کم = ۲، متوسط = ۳، زیاد = ۴، و خیلی زیاد = ۵.

روایی

برای بررسی روایی پرسشنامه عملکرد اقتصادی از دوروش استفاده شد.

الف- روایی صوری و محتوایی: پرسشنامه، به رؤیت چندتن از اساتید از جمله اساتیدی که در صنعت فرش و نساجی تحقیقاتی انجام داده بودند، رسید تا نظر کارشناسی آنها در مورد روایی محتوایی و صوری آن دریافت شود که نهایتاً نظر مثبت خود را اعلام کردند. همچنین برای بررسی روایی صوری و محتوایی سؤالات، به ۲۵ مورد از اعضای نمونه پژوهش

1. Likert

مراجعه شد و نظر آنان در مورد محتوا و عبارات سؤالات پرسشنامه پرسیده شد و نظر اصلاحی آنها اعمال شد. سپس تغییرات بسیار اندکی در برخی از واژه‌ها و یا گویه‌ها متناسب با نظرات ارائه شده صورت گرفت.

ب- روایی سازه: برای بررسی روایی سازه از روش همبستگی بین سؤال وکل آزمون استفاده شد. همبستگی هر یک از سؤالات آزمون با کل آزمون به ترتیب زیر بود: فروش محصولات = ۰/۷۰۴، تعداد کارکنان = ۰/۷۰۲، تنوع تولید = ۰/۶۱۲، تعداد شعبات فروش و مشتریان = ۰/۵۶۱، استاندارد تولید = ۰/۵۴۱، جایزه‌های ملی و بین‌المللی = ۰/۴۵۵، سودآوری = ۰/۵۹۳، رضایت‌مندی مشتریان = ۰/۵۳۲. این ضرایب نشان‌دادند که کل سؤالات مقیاس رشد این آزمون توانایی اندازه‌گیری عواملی را که برای آنها طراحی شده‌اند، دارند.

پایایی

برای محاسبه پایایی و روایی آزمون فوق و ارزیابی سؤالات آن از نرم افزار SPSS استفاده شد که آلفای کرونباخ، ۰/۸۴۹ به دست آمد. با توجه به اینکه مقدار آلفای کرونباخ یک مقیاس باید حداقل ۰/۷ باشد (بریس، کمپ و سنلگار، ۲۰۰۶؛ ترجمه علی آبادی و صمدی، ۱۳۸۹)؛ بنابراین، مقدار به دست آمده، پایایی قابل قبولی را ارائه داد.

یافته‌ها

اطلاعات جمعیت‌شناختی که از این پژوهش به دست آمد حاکی از این بود که از مجموع ۱۲۲ شرکت‌کننده، ۹۵/۹ درصد به فعالیت بافت و ۴/۱ درصد به فعالیت همزمان بافت و تکمیل اشتغال دارند. از واحدهای شرکت‌کننده در پژوهش، ۱۵/۶ درصد مالکیت از نوع سهامی محدود، ۸۲/۸ درصد سهامی خاص و ۱/۶ درصد سایر انواع مالکیت را دارند.

ارقام فوق نشان‌دهنده تمایل اغلب مؤسسان شرکت‌های فرش به انتخاب مالکیت سهامی خاص و مسئولیت محدود برای شرکت‌های خود می‌باشد. در مورد تحصیلات شرکت‌کنندگان، ۳۲ درصد شرکت‌کنندگان زیر دیپلم هستند، ۴۸/۴ درصد، دیپلم و فوق‌دیپلم؛ ۱۱/۵ درصد لیسانس؛ ۷/۴ درصد فوق‌لیسانس و ۰/۸ درصد دکترا هستند که نشان از این است اکثریت مدیران/مالکان شرکت‌های فرش تحصیلات دیپلم/فوق دیپلم دارند. در ۸۲ درصد شرکت‌کنندگان مالک، خود مدیر شرکت است و در ۱۸ درصد موارد مدیر از طرف مالک انتخاب شده است. ۷۷/۹ درصد شرکت‌های مورد بررسی خانوادگی و ۲۲/۱ درصد غیرخانوادگی هستند. در ۴۸/۴ درصد از شرکت‌کنندگان، خانواده‌های آنها در امور مدیریتی شرکت دخالتی نداشته‌اند. در ۱۸/۹ درصد موارد دخالت خانواده‌ها زیر ۵۰ درصد بوده‌است یعنی، عملاً در حدود ۶۷/۳ درصد نمونه آماری، دخالت و درگیری خانواده در امور کسب و کار ضعیف است. ۲۰/۵ درصد میزان دخالت خانواده را در امور شرکت بالا توصیف کرده‌اند.

بررسی سؤال تحقیق

آیا بین عملکرد خانواده و عملکرد اقتصادی رابطه وجود دارد؟

برای بررسی نرمال بودن داده‌های حاصل از پژوهش از آزمون کولموگوروف اسمیرنوف^۱ استفاده شد. نتایج حاصل از این آزمون نشان داد که در سطح تمام متغیرها فرض نرمال بودن داده‌ها برقرار بود. با توجه به این امر می‌توان نتیجه گرفت که مفروضه یکسان بودن اشکال توزیع‌های متغیرهای عملکرد خانواده و عملکرد اقتصادی برقرار است و برای بررسی سؤال تحقیق می‌توان از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده کرد. آزمون ضریب همبستگی پیرسون زمانی به کار می‌رود که داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از مقیاس فاصله‌ای یا نسبی اندازه‌گیری شده باشند (دلاور، ۱۳۸۷) و از آنجا که همه مقیاس‌های اندازه‌گیری در پرسشنامه‌های این تحقیق از مقیاس لیکرت هستند، این مفروضه رعایت شده‌است.

1. Kolmogorov-Smirnov test

جدول ۱. نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه عملکرد خانواده و عملکرد اقتصادی

سطح معناداری	ضریب همبستگی	
۰/۰۰۰	-۰/۵۱۵	حل مشکل * عملکرد اقتصادی
۰/۰۰۰	-۰/۶۰۳	ارتباطات * عملکرد اقتصادی
۰/۰۰۰	-۰/۶۲۴	نقش‌ها * عملکرد اقتصادی
۰/۰۰۰	-۰/۴۵۶	پاسخ(همراهی) عاطفی * عملکرد اقتصادی
۰/۰۰۰	-۰/۵۲۸	آمیزش عاطفی * عملکرد اقتصادی
۰/۰۰۰	-۰/۵۶۱	کنترل رفتار * عملکرد اقتصادی
۰/۰۰۰	-۰/۵۷۲	عملکرد کلی * عملکرد اقتصادی
۰/۰۰۰	-۰/۶۵۸	عملکرد خانواده * عملکرد اقتصادی

باتوجه به ضرایب بدست آمده از آزمون پیرسون و سطوح معنی داری ۰/۰۰۰ که در تمامی موارد، $p < ۰/۰۱$ است می توان چنین نتیجه گرفت که به احتمال ۹۹ درصد میان تمام متغیرهای عملکرد خانواده و از جمله نمره کلی عملکرد خانواده و عملکرد اقتصادی رابطه همبستگی وجود دارد و این رابطه معنی دار است. اما علامت منفی بیانگر این است که نمره بالا در عملکرد اقتصادی بانمره پایین در عملکرد خانواده همبسته است. چون در ابزار عملکرد خانواده استفاده شده در این تحقیق نمره های پایین، بیانگر عملکرد مطلوب است؛ بنابراین می توان نتیجه گرفت عملکرد مطلوب خانواده با عملکرد مطلوب اقتصادی همبستگی مستقیم دارد. همچنین واضح است که بین متغیرهای هفت گانه عملکرد خانواده متغیر نقش ها رابطه قوی تری با عملکرد اقتصادی دارد و متغیر همراهی عاطفی نیز نسبت به بقیه عوامل، شدت همبستگی پایین تری با عملکرد اقتصادی دارد.

بحث و نتیجه گیری

تأیید رابطه بین عملکرد خانواده و عملکرد اقتصادی بیانگر این امر است که صرف نظر از خانوادگی و یا غیرخانوادگی بودن شرکت نظام خانواده و کسب و کار باهم همبسته اند. طبق

مدل دوبعدی اسوارتز^۱ (۱۹۸۹) و سه‌بعدی گرسیک و همکاران^۲ (۱۹۹۷) در کسب و کارهای خانوادگی نظام‌های خانواده و کسب و کار به‌طور مستمر در حال تعامل و دادوستد باهم هستند و هیچیک مستقل از تأثیرات یکدیگر نمی‌باشند.

نتیجه این تحقیق با یافته پژوهش‌های (لمپ، ۲۰۱۰؛ کاملیان و همکاران، ۲۰۱۱) همسوئی معناداری دارد. لمپ تأکید می‌کند که شش عامل مدیریت خانوادگی یکپارچگی و اتحاد خانوادگی بیشتر، استحکام ارزش‌های خانواده، آموزش اعضای خانواده، ارتباطات باز بیشتر، اعتماد بیشتر، و سازگاری و انعطاف‌پذیری بیشتر، به‌طور هم‌افزا بر خانواده و کل سیستم کسب و کار و مالکیت تأثیر می‌گذارند. نتیجه تحقیق کاملیان و همکاران نشان‌داد که همدلی بین اعضای خانواده و کسب و کار بیشترین تأثیر را بر فعالیت نیروی کار دارد.

پژوهشگران زیادی (شارما^۳، ۲۰۰۴؛ لمپ، ۲۰۱۰؛ گرسیک و همکاران، ۱۹۹۷؛ ادواردی، ۲۰۰۶، ترجمه تصویری و زعفرانیان، ۱۳۸۶؛ احمدپورداریانی و سمیع‌زاده، ۱۳۹۰؛ احمد پور داریانی، یدالهی فارسی، سمیع‌زاده، ۱۳۸۸؛ سمیع‌زاده، ۱۳۸۸) اعتقاد دارند که خانواده و کسب و کار دو مجموعه پویای منحصر به‌فرد و در حال تغییر هستند و کسب و کار خانوادگی حاصل تأثیرات متقابل این دو مجموعه است. بنابراین مسائل خانواده و کسب و کار باهم در تعامل بوده و باهم همپوشانی دارند. نتایج این تحقیق مبنی بر ارتباط بین عملکرد خانواده و عملکرد اقتصادی در کسب و کار بانظرات محققان فوق همخوان است.

این تحقیق همبستگی بین عامل ارتباطات و عملکرد کاری را تایید می‌کند و این یافته با تحقیقات شاه‌بابایی (۱۳۹۰؛ احمدپورداریانی، یدالهی فارسی، سمیع‌زاده، ۱۳۸۸؛ کومار کار و سامان‌ترای^۴، ۲۰۱۱؛ عبدالله و همکارانش، ۲۰۱۳) مبنی بر اینکه شبکه‌های ارتباط اجتماعی بر ایجاد و رشد صنعت و عملکرد اقتصادی کارکنان مؤثر است؛ همسوئی دارد. یک مدیر موفق

1. Swartz, S.

۲- به شکل ۱ مراجعه شود

3. Sharma, Pramodita

4. Kumar Kar, S., & Samantarai, M

که ارتباطات مؤثر در خانواده برقرار می‌کند؛ می‌تواند این مهارت را نیز در سطح اجتماع ایجاد شبکه‌های اجتماعی بگستراند و از آن برای رشد کسب و کار خود بهره‌برد.

در سیستم های کسب و کار خانوادگی هر دو نظام خانواده و کسب و کار در حال تعامل بادنیای بیرون هستند و از خصوصیات آنها پویایی آنها است؛ لذا دائماً در حال تغییر و تحول هستند. مسائلی که خانواده با آن درگیر است و می‌تواند کسب و کار را نیز تحت تأثیر قرار دهد از قبیل: افزایش سن اعضای خانواده، قبولی فرزندان در دانشگاه‌ها، ازدواج، بچه‌دار شدن، پیری و ضعف بنیه فکری، مریضی و طلاق. مسایلی که کسب و کار با آن درگیر است و خانواده را نیز متأثر می‌کند مثل: رقبای جدید، استعفای کارکنان، رکود اقتصادی، ناتوانی و افزایش سن مدیر برای مدیریت که خود مسأله جانشینی را ضروری می‌سازد؛ نیازهای در حال تغییر و افزایش سهامداران خانوادگی که خواستار پول نقد از کسب و کار هستند. در چرخه تحولی خانواده و کسب و کار این مسائل به‌عنوان نقاط عطف تحولی نامیده می‌شوند که گذار سالم از آنها برای رشد خانواده و کسب و کار لازم است و به مهارت‌های بالای مدیریتی نیاز دارد. همچنین با توجه بر تأثیر ارتباطات خانوادگی و اجتماعی بر رشد کسب و کار لازم است که مدیران کسب و کارهای خانوادگی و صنعت فرش ماشینی کاشان و نهادهای مرتبط با آنها برنامه‌ها و پروژه‌های آموزشی را برای ارتقاء هر چه بیشتر مهارت‌های مدیریتی خانواده و کسب و کار مدنظر داشته باشند. ارتباطات روشن کلامی و غیر کلامی که همراه با همدلی، صداقت، مقاصد مشترک و سازگاری بین اعضای خانواده و زن و شوهر باشد از تعارض و تضاد در خانواده و تسری آن به سیستم کسب و کار جلوگیری می‌کند و سلامت هر دو سیستم را تضمین می‌کند.

نتایج تحقیقات (مقیم و سیدامیری، ۱۳۸۹؛ هک و ترنت، ۱۹۹۹؛ فلیگ، ۲۰۱۰) با یافته این تحقیق مبنی بر ارتباط بین ایفای نقش در خانواده و عملکرد اقتصادی در این تحقیق همسوئی دارد. اما در این پژوهش یافته‌ها حاکی از آن است که در ۴/۴۸ درصد از شرکت‌کنندگان، خانواده‌های آنها در امور مدیریتی شرکت دخالتی نداشته‌اند. در ۹/۱۸ درصد موارد دخالت خانواده‌ها زیر ۵۰ درصد بوده است، یعنی عملاً در حدود ۳/۶۷ درصد نمونه آماری، دخالت و

درگیری خانواده در امور شرکت‌شان ضعیف است. مخصوصاً حضور کم‌رنگ زنان مالک کسب و کار در امور مدیریتی شرکت‌شان بسیار واضح می‌نماید. با توجه به اینکه در حدود ۸۲ درصد موارد، مالک شرکت در واقع مدیر شرکت است و ۷۷/۹ درصد شرکت‌ها از نوع خانوادگی هستند، تأمل در مورد تاثیر مشارکت کم خانواده در عملکرد شرکت‌های خانوادگی فرش مخصوصاً علل مشارکت بسیار پایین زنان مالک در امور مدیریتی کسب و کارشان لازم است؛ که محققان دیگر می‌توانند آن را بررسی کنند.

به نظر رسید که بخشی از این مشکل به خاطر نگرش مدیران صنعت فرش ماشینی خانوادگی برای دخالت و مشارکت خانواده در امور کسب و کار باشد. بعضی از مدیران روحیه پدرسالار دارند و اعتقادی به مشارکت خانواده در امور کسب و کارشان ندارند. هرچند که بعضی از این شرکت‌ها حتی در کسب و کارشان موفق‌تر عمل کرده‌اند به طوری که طبق تحقیق شهروزی (۱۳۸۸) تأیید شد که اکثر کسب و کارهای خانوادگی موفق، الگوی فرهنگی پدرسالارانه دارند و اکثر کسب و کارهای خانوادگی دارای الگوی فرهنگی پدرسالار، موفق می‌باشند. اما ارتقای سطح سواد والدین و آموزش روحیات و رفتارهای مشارکتی به آنها زمینه آموزشی در ساختار خانواده را تقویت می‌کند که منجر به تعامل بیشتر خانواده و کسب و کار خواهد شد؛ همانطوری که شاه‌بابایی (۱۳۹۰) در پژوهش خود تأیید کرد دانش مالک مؤثرترین عامل بر رشد شرکت‌ها کوپیان بوده است.

به نظر می‌رسد مدیران شرکت‌های فرش خانوادگی باید فرزندان خود را از اوان کودکی با امور کسب و کار خود درگیر کنند و نقشهایی را هم در مدیریت امور خانواده و کسب و کار به آنها واگذار کنند تا به تدریج علائق و رغبت‌های آنها در زمینه شغل والدین و خانواده متبلور و شکوفا شود و مهارت‌های مدیریتی و کارآفرینی با شخصیت آنها آمیخته شود. مشارکت در امور خانواده و کسب و کار منجر به کسب تجارب مثبت در اداره خانواده و کسب و کار و انتقال مهارت‌های رهبری به نسل‌های بعدی مدیران می‌شود که می‌تواند منجر به استمرار، رشد و دوام کسب و کار شود و بقای آنها را برای نسل‌های بعدی خانواده ضمانت کند. خاکپور مقدم

(۱۳۹۰) در تحقیق خود به این نتیجه رسید که، همبستگی مثبت معناداری بین «اقدام‌های رهبری رهبران بسیار باتجربه» و شاخص‌های عملکرد اقتصادی شرکت‌های کوچک و متوسط صنعت نساجی شهر تهران وجود داشته‌است و شاه‌بابایی (۱۳۹۰) در تحقیق خود به این نتیجه دست یافت که «دانش و تجربیات پیشین مالک» مؤثرترین عامل بر رشد شرکت خانوادگی هاکوپیان بوده‌است. با توجه به این امر تاسیس مراکز آموزشی، کارآموزی، صنفی و مشاوره دولتی و خصوصی که بتواند خانواده‌های صاحب کسب و کار را حمایت کنند و به آنها خدمات مشاوره‌ای و آموزشی جهت عملکرد مطلوب در خانواده و کسب و کار و پیشگیری از آسیب ارائه دهند و ارتباط بین کسب و کار و خانواده را تسهیل و بهینه کنند؛ مفید به نظر می‌رسد.

مشاهده شده‌است که در بسیاری از شرکت‌های فرش به دلیل نارضایتی از ایفای نقش‌های شغلی در کسب و کار بین خانواده‌های صاحب کسب و کار اختلافات شدیدی صورت گرفته است که منجر به خرد شدن شرکت و قطع رابطه بین فامیل، برادران و خواهران شده‌است. طبق نظریان و سورنسون^۱ (۲۰۰۳) اداره نمودن و کنترل وظایف محیط کار و خانواده به طور همزمان یکی از منابع اختلاف در کسب و کارهای خانوادگی است (استافورد، دانکن، دین و وینتر^۲، ۱۹۹۹). نیز معتقدند نفوذ عامل خانواده در عامل کسب و کار منجر به طبیعت منفی و محدود کننده این نوع از کسب و کار نسبت به اشکال دیگر کسب و کار می‌شود. هابرشون، ویلیامز و مک میلان^۳ (۲۰۰۳) خصوصیات خرده سیستم خانواده را مبتنی بر احساسات و خصوصیات خرده سیستم کسب و کار را مبتنی بر کار و فعالیت می‌دانند. به نظر می‌رسد بررسی عامل آسیب‌زایی مثل اختلافات و تعارضات خانوادگی و تاثیر آن بر عملکرد کسب و کارهای خانوادگی برای پژوهش‌های آتی مفید باشد. ادوارددی (۲۰۰۶)؛ ترجمه تصویری و زعفرانیان، (۱۳۸۶) نظریه‌ای برای پیشگیری از این مشکل ارائه می‌دهد که آن را نظریه «تخصیص فضای خاص»^۴

1. Yan, J., & Sorenson, R. L.

2. Stafford, K., Duncan, K. A., Dane, S., & Winter, M.

3. Habbershon, T.G.G., Williams, M., & MacMillan, I.

4. Sandbox

می‌نامد. طبق این الگو، فضای خاص؛ یک وظیفه خاص شرکت یا یک خط تولید جداگانه یا مسئولیت انجام یک خدمت و یا مسئولیت یک شعبه شرکت است. به نظر ادواردی هر عضو خانواده برای امور شرکت به فضای خاص خود نیاز دارد که در آن سایر اعضای خانواده حضور ندارند و از مداخله در نقش‌های هم مصون می‌مانند و فرد می‌تواند در آن فضا روش‌های مدیریتی خود را اعمال کند. با به‌کارگیری این الگو تعارض‌های ناشی و اختلافات خانوادگی کاهش می‌یابد. به نظر ادواردی نمونه‌هایی از کسب‌وکارهای خانوادگی موفق که متعلق به خانواده‌های ثروتمند هستند به صورت تاریخی از الگوی تخصیص فضای خاص استفاده کرده‌اند.

این پژوهش با محدودیت‌هایی نیز مواجه بوده است از جمله اینکه ما دانش کافی در مورد عوامل موقعیتی و محتوایی که رفتار خانواده‌ها را متأثر می‌کند، نداریم. بنابراین در تعمیم دادن نتایج این تحقیق باید با احتیاط برخورد کرد. به دلیل اینکه نمی‌توانیم رفتار خانواده‌ها را کنترل کنیم دانش ما درباره الگوهای رفتاری خانواده اندک است و بسیاری از این الگوها پیچیده هستند. ممکن است رفتار خانواده‌ها در موقعیت‌های متفاوت از جمله هنگام اجرای این پژوهش نتیجه عوامل متعددی باشد، بنابراین در مورد همبستگی بین عملکرد خانواده و عملکرد اقتصادی تفسیرها باید همراه با احتیاط باشد و نباید تفسیرهای علی معلولی از آنها کرد. و دیگر اینکه چون نتایج این تحقیق بر پایه انتخاب یک نمونه محدود در دو شهر بوده است، در تعمیم نتایج احتیاط لازم است.

منابع فارسی

- احمد پورداریانی، محمود. (۱۳۸۳). کارآفرینی. (چاپ اول)، تهران: وزارت آموزش و پرورش. دفتر برنامه ریزی و تالیف آموزش‌های فنی و حرفه ای و کاردانش
- احمدپورداریانی، محمود؛ سمیع‌زاده، مهدی. (۱۳۹۰). کسب و کار خانوادگی. تهران: انتشارات پویندگان پارس.
- احمدپورداریانی، محمود و یدالهی فارسی، جهانگیر و سمیع‌زاده، مهدی. (۱۳۸۸). نقش عوامل خانوادگی در شکل‌گیری کسب و کارهای خانوادگی. فصلنامه خانواده‌پژوهی، شماره ۱۹ ادوارددی، هس. (۲۰۰۶). کسب و کار خانوادگی موفق. ترجمه میثاق تصویری و رضا زعفرانیان (۱۳۸۶)، تهران: دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.
- بارکر، فیلیپ. (۱۹۸۵). خانواده درمانی پایه. ترجمه محسن و زهره دهقانی (۱۳۸۸). تهران: انتشارات رشد.
- باقری سنجره، ناهید. (۱۳۸۹). بررسی رابطه اضافه بار نقش با تعارض کار خانواده و سلامت روان در معلمان متاهل زن شهر ری. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه علامه طباطبایی.
- برادران، محمود. (۱۳۸۹). درمورد خوشه فرش ماشینی کاشان بیشتر بدانیم. دوماهنامه صنعت کهن، شماره ۲۴، خرداد ۱۳۸۹ ص ۵۹.
- بریس، نیکلا؛ کمپ، ریچارد و سنلگار، رزمی. (۲۰۰۶). تحلیل داده‌های روانشناسی با برنامه اس پی اس اس. ترجمه خدیجه علی آبادی و سید علی صمدی (۱۳۸۹). تهران: نشر دوران.
- تاریخچه و موقعیت صنعت فرش ماشینی در کاشان (۱۳۹۰). خبر نامه دومین جشنواره بین المللی فرش کاشان، آبان و آذر ۱۳۹۰ صص ۲-۳.
- ثنایی، باقر. (۱۳۸۷). مقیاس‌های سنجش خانواده و ازدواج. چاپ دوم، تهران: انتشارات بعثت.
- خاکپور مقدم، مجید (۱۳۹۰). نقش اقدام‌های رهبری در عملکرد اقتصادی کسب و کارهای خانوادگی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.
- دلور، علی. (۱۳۸۷). روش تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی. تهران: نشر ویرایش.

سمیع‌زاده، مهدی. (۱۳۸۸). کسب و کار خانوادگی. *دانشنامه کارآفرینی*، تهران: بنیاد دانشنامه نگاری ایران- مؤسسه کار و تامین اجتماعی.

شاه‌بابایی، آزاده. (۱۳۹۰). شناسایی ویژگی های فردی مالک مؤثر بر رشد کسب و کارهای خانوادگی: مطالعه موردی شرکت پوشاک هاکوپیان. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.

شهروزی، شایان. (۱۳۸۸). بررسی عوامل فرهنگی و تاثیر آن بر روی شکست کسب و کارهای خانوادگی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.

شهشهانی، محمد حسین. (۱۳۸۷). کارآفرینی، ایجاد پایش و رشد کسب و کار. کرج: نشر در دانش بهمن

صدیقی، علی. (۱۳۹۰). صنعت فرش ماشینی کاشان در آینه آمار. *ماهنامه صنعت نساجی و پوشاک*، شماره ۳۳۴، آذر ۱۳۹۰، ص ۸

صید مرادی، کاوه. (۱۳۸۸). بررسی رابطه عملکرد خانواده و ابعاد آن با دلزدگی شغلی در معلمان مقطع راهنمایی شهر صنعتی البرز در سال تحصیلی ۸۷-۸۸. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه علامه طباطبایی

مقیم، سیدمحمد و سیدامیری، نادر. (۱۳۸۹). عوامل مؤثر بر رشد و توسعه شرکت‌های خانوادگی استان تهران: پژوهشی در دو صنعت نساجی و نفت. فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال پنجم، شماره ۱۸، صص ۷۷-۹۵.

منابع لاتین

Abdullah, I., Yahya Rashid, Y. & Umair, T.(2013). Effect of Organizational Learning and Knowledge Management Practices on Organizational Performance. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 3(5), 34-39.

Flaig, A.(2010). *Family Business Dynamics: How Marriage and Children Impact Men and Women Entrepreneurs Differently*. The degree of Master of Science Dissertation, Faculty of Purdue University, Retrieved From ProQuest Dissertations and Theses, UMI 1479836.

- Gersick, K. E., Davis, J. A., Hampton, M. M., & Lansberg, I. (1997). *Generation to generation: Life cycles of the family Business*. Boston, MA: Harvard Business School press.
- Habbershon, T. G., Williams, M. L. & Mac Millan, I.C. (2003). A unified systems perspective of family firm performance. *Journal of Business Venturing*, 18: 451- 465.
- Heck, R.K.Z., Trent, E.S. (1999). *The prevalence of family business from a household sample*. *Fam. Bus. Rev.* 12(3), 209-224.
- Kamalian, A., Yaghoubi, N. & poori. M.(2011). Emotional Intelligence and Corporate Entrepreneurship: An Empirical Study. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 1(6), 471-478.
- Katz, J.(1994). Modelling entrepreneurial career progression; concepts and consideration. *Entrepreneurship, Theory and Practice* 19(2), 23-29.
- Krueger, Jr., Norris, F. (1993) . Growing up Entrepreneurial?: Developmental Consequences Of Early Exposure To Entrepreneurship. *Academy of Management Best Papers Proceedings*. , p80-84, Retrieved from www.search.ebscohost.com
- Kumar Kar, S., & Samantarai, M. (2011). Narrative research on “Bothra”:an Indian family firm. *Society and Business Review*, 6, 131-148.
- Lamp, Ch. E. (2010). *The positive influence of family governance on the family business system:A multiple case study*. Doctral Dissertation, Faculty of the School of Professional Studies of Gonzaga University, Retrieved From ProQuest Dissertations and Theses. UMI 3428670
- Mbebeb, .F.E. (2009). Developing Productive Life skills In Children: Priming Entrepreneurial Mmindsets Through Socialization In Family Occupations. *International journal of early chilhood*. Vol.41. No.2.
- Portes, P.R, Howell, S.C.(1992). Family functions and children’s postdivorce adjustment, *American journal of Orthopsychiatry*,62(4), 613-617.
- Rahat Dahmardeh, M., Yaghoubi, N. M. & Estanesti, S.(2011). Survey of Relationship between Manager's Emotional Intelligence and Brokerage Firms Performance. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 1(8), 889-898.
- Sharma, p. (2004). An overview of the field of family business studies: Current status and direction for the future. *Family Business Review*, 17(1), 1-36.
- Stafford, K., Duncan, K. A., Dane, S., & Winter, M. (1999). A research model for sustainable family businesses. *Family Business Review*, 12(3), 197-208.
- Swartz, S. (1989). The challenges of multidisciplinary consulting to family-owned businesses. *Family Business Review*, 2(4), 329–339.
- Tambunan, Tulus.(2008). *SMEs Development, Economic Growth and Government Intervention in a developing country: Theb Indonesia Story*.
- Yan, J., & Sorenson, R. L. (2003). Collective entrepreneurship in family firms: The influence of leadera attiudes and behaviors. *New England Journal of Entrepreneurship*, 6(2), 37- 51.