

بررسی جامعه‌شناختی تداوم نسلی بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی در ایران (مطالعه موردی بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط شهر تهران)^۱

ستار محمدی تلوار^{۲*}، حسین بنی‌فاطمه^{۳**}، حمزه نوذری^{۴***}

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۹/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۲۴

چکیده

پژوهش پیش‌رو به بررسی چالش‌ها و موانع جامعه‌شناختی تداوم نسلی بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی شهر تهران می‌پردازد. این پژوهش در پی کشف و شناسایی چالش‌ها و موانع جامعه‌شناختی‌ای است که این بنگاه‌ها در مسیر انتقال نسلی خود با آن روبه‌رو می‌شوند. استراتژی اصلی آن مبتنی بر روش کیفی بوده و داده‌های مورد نیاز از راه انجام مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساخت یافته گردآوری شده است. گروه هدف عبارت است از مدیران بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی کوچک و متوسط شهر تهران که تعداد ۲۵ نفر به روش نمونه‌گیری نظری انتخاب شده و مورد مصاحبه قرار گرفته‌اند. اشباع نظری ملاک پایان دادن به فرایند گردآوری داده‌ها بوده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که این نوع بنگاه‌ها در فرایند انتقال نسلی با پنج چالش اصلی شامل موانع درون‌سازمانی، عدم برندسازی خانوادگی، هسته‌گرایی خانوادگی، تفاوت‌های ارزشی / احساسی نسلی و تفاوت‌های ساختاری / وضعیتی نسلی روبه‌رو هستند. آن دسته از بنگاه‌هایی که نتوانند راه حلی برای رویارویی با این چالش‌ها پیدا کنند در فرایند انتقال بین نسلی دچار مشکل شده و یا انتقال پیدا نمی‌کنند.

کلیدواژه: بنگاه اقتصادی خانوادگی، موانع درون‌سازمانی، عدم برندسازی خانوادگی، هسته‌گرایی خانوادگی، تفاوت‌های ارزشی / احساسی نسلی و تفاوت‌های ساختاری / وضعیتی نسلی

۱. این مقاله برگرفته از رساله دکتری با عنوان «بررسی چالش‌های جامعه‌شناختی رشد و توسعه بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی در ایران:

مطالعه موردی بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط شهر تهران» بوده است.

* دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه دانشگاه تبریز (نویسنده مسئول)

sattartalvar@yahoo.com

banifatemeh@tabrizu.ac.ir

nozari56@gmail.com

** استاد گروه علوم اجتماعی دانشگاه تبریز

*** استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه خوارزمی

مقدمه

بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی بیان‌گر شکلی از فعالیت‌های اقتصادی است که اعضای یک خانواده در آن درگیر هستند. از این رو، ساختار و اصول حاکم بر خانواده به انحاء مختلف در واحد اقتصادی اثر می‌گذارد. این نوع از فعالیت در تمامی جوامع وجود داشته و هنوز هم یکی از اصلی‌ترین نهادهای اقتصادی، چه در جوامع توسعه‌یافته، و چه در جوامع در حال توسعه، به‌شمار می‌آید. در واقع، هرچند نظریه مدرنیزاسیون در اواسط قرن بیستم بر آن است که توسعه مستلزم جدایی خانواده و خویشاوندی از کسب و کار است اما تحلیل‌های تجربی دقیق کسانی چون لاپورتا^۱، لویز دِ سیلانِس^۲ و شلیفر^۳ نشان می‌دهد که هنوز در سراسر جهان و از جمله در اقتصادهای پیشرفته بیشتر شرکت‌ها توسط خانواده‌ها کنترل می‌شوند (اسملسر و سوئدبرگ، ۲۰۰۵: ۴۳۳). طبق تحقیقاتی که صورت گرفته است کسب و کارهای خانوادگی بین ۶۵ تا ۹۰ درصد کسب و کارهای جهان را شکل می‌دهند. در بسیاری از کشورهای پیشرفته، به‌طور معمول، شرکت‌های خانوادگی حدود نیمی از نیروی کار را در بخش خصوصی استخدام می‌کنند. همچنین، حدود ۷۵ درصد از افرادی که در انواع مختلف شرکت‌های کوچک و متوسط کار می‌کنند درون یکی از این شرکت‌های خانوادگی مشغول هستند (به نقل از مقیمی و سیدامیری، ۱۳۸۹: ۸۰-۷۹). در ایران نیز بیش از ۹۰ درصد بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی هستند و البته زیر ۱۰ نفر کارگر دارند که این به معنای عدم تمایل آنها به رشد و توسعه کار است (سعیدی، ۱۳۹۳). این آمار و ارقام، از سویی، نشان‌دهنده اهمیت جایگاه بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی در اقتصاد دنیا و از جمله کشور ایران است و از سوی دیگر نقشی که می‌توانند در رشد و توسعه اقتصادی ایفا نمایند.

این اهمیت، به‌نوعی، بیان‌گر اهمیت نقش خانواده به‌عنوان نهادی اجتماعی در اقتصاد جامعه نیز هست. در واقع، از آنجایی که بخش‌های مختلف جامعه در ارتباط متقابل بوده و تغییرات یک حوزه سایر حوزه‌های زندگی اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد بایستی اثرات خانواده در سایر حوزه‌ها و از جمله اقتصاد نیز مورد توجه قرار گیرد. البته اهمیت آن در حوزه اقتصاد از دیرباز در جامعه‌شناسی مورد توجه بوده و خانواده به‌منزله یکی از عناصر جامعه سرمایه‌داری مدرن و مؤثر در حوزه اقتصاد در نظر گرفته می‌شده است. برای مثال، کارکردگرایی ساختاری خانواده هسته‌ای را در حالی که وظیفه اجتماعی کردن و تربیت کودکان را بر عهده دارد، برای پویایی اجتماعی و جغرافیایی و تقویت یک نظام شغلی عمومی و پیشرفت‌محور، مهم و ضروری می‌داند. از این دیدگاه، محققان بر این باورند که کسب و کارهای خانوادگی برای افراد فرودست فرصت‌هایی فراهم کرده است. جامعه سرمایه‌داری فرصت‌های زیادی در اختیار افراد برای به‌دست آوردن سرمایه جهت شروع یک کسب و کار قرار داده، و در این میان، خانواده نیز منابع لازم و از جمله نیروی کار مجانی را برای آنها فراهم نموده و به دوام آنها کمک می‌کند (مارتینز و آلدریچ، ۲۰۱۴: ۸۳). البته نقش خانواده صرفاً محدود به تأمین نیروی انسانی برای این نوع کسب و کارها نبوده و در چگونگی و کیفیت عملکرد و نیز تداوم و ماندگاری آنها نقشی سرنوشت‌ساز ایفا می‌کند.

همان‌طور که گفته شد بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی بدنه اصلی فعالیت‌های اقتصادی را تشکیل می‌دهند. از این رو، هرچند هنوز دولت بزرگ‌ترین فعال و کارفرمای عرصه اقتصادی است اما بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی که

-
1. La Porta
 2. Lopez-de-Silanes
 3. Shleifer

بیشتر آنها به لحاظ اندازه، بنگاه‌هایی کوچک و متوسط به حساب می‌آیند، می‌توانند تأثیر به‌سزایی در فرایند توسعه کشور داشته باشند. یکی از مشکلات اصلی آنها عدم تداوم نسلی است. تعداد بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی که توانسته‌اند در فرایند انتقال بین‌نسلی دوام بیاورند و به بنگاه‌هایی بزرگ تبدیل شوند اندک‌شمارند. بیشتر آنها یا در فرایند انتقال از بین می‌روند و یا شکل اولیه خود را حفظ کرده و هیچ‌گونه رشد و توسعه‌ای نمی‌یابند. این عدم گسترش می‌تواند از عوامل زیادی ناشی شود. هر بنگاه اقتصادی در یک محیط اقتصادی-اجتماعی بزرگ‌تر فعالیت می‌کند. بنابراین، ساختارهای کلان اقتصادی و اجتماعی می‌توانند بر سر راه توسعه و تداوم نسلی این بنگاه‌ها مانع ایجاد کنند. برای مثال، قانون ارث یکی از این موانع است. سهم برابر همه پسران بنیان‌گذار بنگاه اقتصادی باعث می‌شود تا بنگاه بعد از رشد و توسعه در زمان بنیان‌گذار آن در فرایند انتقال بین‌نسلی دچار انشعاب شده و یا از بین برود (سعیدی، ۱۳۸۸: ۹۱).

مسئله تداوم نسلی بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی می‌تواند علاوه بر مشکلات قانونی و حقوقی ناشی از یک سری عوامل فرهنگی، اجتماعی نیز باشد. برای مثال، تغییرات خانواده، چه به لحاظ بعد و اندازه، و چه از نظر ساختار حاکم بر روابط بین اعضاء، می‌تواند اثرات متفاوتی بر عملکرد بنگاه اقتصادی داشته باشد. فرهنگ خانوادگی در جوامع مختلف، و در زمان‌های گوناگون، متفاوت بوده و به همین خاطر در زمان‌ها و مکان‌های مختلف، اثرات متفاوتی نیز بر عملکرد بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی دارد. بنابراین، در تشخیص چگونگی نقش خانواده در این نوع کسب و کارها بایستی به تغییرات خانواده از ابعاد و زوایای مختلف توجه کرد. خانواده در همه جوامع ناگزیر از تغییرات اجتماعی است و ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست. در واقع، خانواده ایرانی به‌واسطه تجربه فرایندهایی چون صنعتی‌شدن و شتاب شهرنشینی تغییراتی زیادی به خود دیده است. برای مثال، می‌توان گفت که تغییر در رشد و توسعه اقتصادی در دهه‌های اخیر موجب دگرگونی ارزش‌ها، عرف و عادات خانوادگی شده است (مهدوی و صبوری خسروشاهی، ۱۳۸۲: ۲۹). همچنین، گسترش خانواده هسته‌ای، دگرگونی در کارکردهای سنتی، تضعیف خانواده‌گرایی و نامشروع بودن خویشاوندگرایی، کم شدن اقتدار خانواده، ایجاد فاصله فیزیکی بین خویشاوندان، تأکید بر حقوق فردی اعضای خانواده و غیره از دیگر موارد تغییر در دوران کنونی به‌شمار می‌روند (ستوده، ۱۳۸۹: ۲۰۸). پس، مسئله اصلی این است که چنین تغییراتی چه تأثیری در عملکرد و نیز تداوم نسلی بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی دارد.

در واقع، از آنجایی که فعالیت‌های اقتصادی بنگاه در پیوند با فعالیت‌های غیراقتصادی اعضای خانواده صورت می‌گیرد و جنس این دو متفاوت است، ماهیت فرهنگی-اجتماعی خانواده می‌تواند بر تداوم نسلی آن اثر مستقیم داشته باشد. زیرا فعالیت‌های اقتصادی مستلزم تصمیم‌گیری‌های عقلانی و غیرعاطفی است، درحالی‌که در سایر فعالیت‌های خانواده بیشتر احساسات و عواطف حکم‌فرما است. تحقیقات انجام شده در این زمینه نشان می‌دهد که کسب و کارهای خانوادگی که به‌شدت بر ثروت احساسی اجتماعی تأکید دارند مایل به قربانی نمودن ثروت مالی برای حفظ ثروت احساسی هستند، و یا دست‌کم، از دست دادن ثروت احساسی اجتماعی را تحمل نمی‌کنند. ممکن است دیگر کسب و کارهای خانوادگی متفاوت باشند. در واقع، چنان‌که گفته شد کسب و کارهای خانوادگی از نظر نوع ثروت مورد تأکیدشان متفاوت‌اند (پری و دیگران، ۲۰۱۵: ۲۱۴).

بنابراین، می‌توان گفت که به لحاظ نظری علت اصلی عدم تداوم نسلی بنگاه اقتصادی خانوادگی در ایران می‌تواند این باشد که آنها واکنش‌های غیر اقتصادی یا احساسی و عاطفی را به‌شدت در تصمیم‌های اقتصادی

عقلانی درگیر می‌کنند. به عبارت دیگر، در ایران بنگاه‌های خانوادگی زیادی وجود دارند که مسأله تضادهای احتمالی بین خانواده و اقتصاد را به نفع خانواده، یعنی رابطه و اتحاد خانوادگی، احساسات و عواطف حل می‌کنند. اما عکس این قضیه نیز ممکن است صادق باشد. یعنی چالش‌های روابط کاری در بنگاه اقتصادی اثراتی منفی بر انسجام و همبستگی خانوادگی داشته باشد. البته دو دسته فعالیت‌های غیراقتصادی در رابطه با بنگاه‌های خانوادگی از هم متمایز می‌شوند. نخست فعالیت‌های خانوادگی که مربوط به روابط درون‌خانوادگی است. رابطه اخلاقی و عاطفی مانند ازدواج‌های درونی، حل اختلافات شخصی و برخورد آنها با کودکان و زنان و تأثیر این روابط در فعالیت‌های اقتصادی بنگاه خانوادگی. دوم، رفتارهای خیریه‌ای (سعیدی ۱۳۸۸: ۹۲). آنچه که در اینجا مدنظر است اثرات روابط درون‌خانواده بر بنگاه اقتصادی و بالعکس است. از این رو، مسأله اصلی معطوف به اثراتی است که ویژگی‌ها و خصوصیات خانواده و روابط خانوادگی ایرانی بر تداوم نسلی بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی در کشور دارد. بنابراین، در پژوهش حاضر، به‌طور کلی، در پی پاسخ‌گویی به این پرسش هستیم که مهم‌ترین چالش‌ها و مشکلاتی که مانع تداوم نسلی بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی کوچک و متوسط شهر تهران می‌شوند، کدام‌اند و چگونه این چالش‌ها و مشکلات، مانع تداوم نسلی آنها می‌شوند؟ می‌خواهیم بدانیم که نقش روابط بین‌نسلی در تداوم نسلی بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی شهر تهران چیست؟ تغییرات ارزشی چه تأثیری بر فرایند انتقال بین‌نسلی مالکیت و مدیریت این بنگاه‌های اقتصادی دارند؟ ساختارهای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی کلان چه نقشی در این فرایند دارند؟ و تضادهای خانوادگی چگونه مسأله تداوم نسلی آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهند؟

چارچوب مفهومی تحقیق و تعریف مفاهیم

چارچوب مفهومی عبارت است از مجموعه مفاهیم به‌هم مرتبطی که بر مفاهیم و موضوع‌های عمده مورد مطالعه تمرکز دارد و آنها را در قالب یک نظام منسجم و مرتبط معنایی به‌همدیگر پیوند می‌دهد (محمدپور و همکاران، ۱۳۸۸: ۳۱۳). هدف از طرح چارچوب مفهومی و نظری استفاده‌ای خلاقانه از مفاهیم، نظریه‌ها و کارهای تجربی موجود برای دستیابی به استنباطی از چگونگی و چرایی پدیده مورد بررسی است (استراوس و کوربین، ۱۳۸۵: ۴۵-۳۹). پیدایش و تکامل مطالعات کسب و کارهای خانوادگی^۱ با کاربرد نظریه‌های متعددی همراه بوده است. این نظریات را می‌توان، به‌طور کلی، ذیل دو رویکرد کارایی‌محور^۲ و رویکرد فرهنگی قرار داد. رویکرد کارایی‌محور در تبیین بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی بر جنبه‌های مثبت چنین بنگاه‌هایی تأکید می‌کند. کانون توجه این نظریه‌ها بر نقطه قوت‌های شرکت‌های خانوادگی از نظر مدیریت، اعتماد بین اعضا در جوامعی که ساختار قانونی ضعیفی دارند، تأمین سرمایه انسانی، سرمایه مالی، پایین بودن هزینه‌های سازمانی و... است. برخلاف رویکرد کارایی‌محور رویکرد فرهنگی می‌گوید که سازمان کسب و کار خانوادگی لزوماً با محیط اقتصادی انطباق مطلوب ندارد، بلکه نتیجه یک سری هنجارهایی است که تاحدودی از پیش تعیین‌شده هستند. برخی از این هنجارهای فرهنگی و ارزش‌های خانوادگی عبارت‌اند از: تبارگماری^۳، میراث، هنجارهای ارث‌بری، خانواده‌گرایی^۴ و غیره. برای مثال، فرهنگ مبتنی بر پیوندهای قوی خانوادگی می‌تواند باعث ایجاد تبارگماری شود (برترند و اسکوار، ۲۰۰۶: ۷۵).

1. family business study
2. efficiency-based theories
3. nepotism
4. familism

بنابر مفروضه‌های این رویکرد، بنگاه اقتصادی خانوادگی نه صرفاً یک سازمان اقتصادی که یک شکل‌بندی اجتماعی و فرهنگی در نظر گرفته می‌شود که ویژگی‌ها و خصوصیات منحصر به فرد آن، که ناشی از خانوادگی بودنش است، بر عملکرد و موفقیت آن تأثیر قابل توجهی بر جای می‌گذارد. منظور از موفقیت در کسب و کارهای خانوادگی فرایندی است که هدفش اطمینان از رهبری شایسته در طی نسل‌های مختلف است. این فرایند، هم شامل مدیریت کسب و کار می‌شود و هم مالکیت آن (مازولا و دیگران، ۲۰۰۸: ۲۴۰). بنابراین، تداوم نسلی بنگاه اقتصادی خانوادگی عبارت است از موفقیت آن در انتقال مالکیت و مدیریت به نسل یا نسل‌های بعدی. سه ویژگی فوق شامل مالکیت، مدیریت و تداوم نسلی، از معیارهای تعریف بنگاه اقتصادی خانوادگی نیز هست. هرچند ارائه تعریفی از بنگاه اقتصادی خانوادگی در تحقیقات مربوط به این بنگاه‌ها امری پیچیده بوده و اجماع گسترده‌ای درباره آن وجود ندارد اما تأکید بر این ویژگی‌ها وجه مشترک بسیاری از این تحقیقات بوده است. برای مثال، در تحقیقات مالی، شرکت‌ها یا بنگاه‌هایی را که اعضای یک خانواده یا بنیان‌گذار آن مالک بیش از پنجاه درصد شرکت باشد شرکتی خانوادگی می‌نامند. در مطالعات دیگر، تنها شرکت‌هایی را خانوادگی می‌دانند که با موفقیت به نسل دوم انتقال یافته باشد. با این حال، در بیشتر مطالعات بنگاه‌های خانوادگی را بنگاه‌هایی می‌دانند که کنترل و مدیریت آن توسط چندین عضو یک خانواده و در برخی موارد از چندین نسل صورت گیرد (کرایزی، ۲۰۱۳: ۷).

روش تحقیق

این پژوهش از نوع اکتشافی بوده و در پی بررسی جامعه‌شناختی تداوم نسلی بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی فعال در شهر تهران می‌باشد. گروه هدف عبارت است از مدیران این بنگاه‌ها. هدف آن است تا مشکلات و چالش‌های تداوم نسلی از نگاه مدیران عامل کسب و کارهای خانوادگی مورد بررسی قرار گیرد. به چند دلیل مطالعه و بررسی پدیده مورد مطالعه یعنی بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی به روش کیفی ارجحیت دارد. قبل از هرچیز، تعداد این نوع بنگاه‌ها در کشور مشخص نیست. یعنی در آمار مربوط به بنگاه‌های اقتصادی مشخص نمی‌کنند که این بنگاه‌ها به صورت خانوادگی اداره می‌شوند یا غیرخانوادگی. بنابراین، دست زدن به هرگونه تحقیق کمی و آزمون فرضیات و تعمیم نتایج قبل از شناسایی جامعه آماری غیرممکن است. به علاوه، سنجش کمی و تحلیل‌های آماری مناسب پدیده مورد مطالعه نیستند. زیرا نمی‌توانند معنای ذهنی و نگرش پاسخ‌گویان درباره کیفیت و چگونگی تعاملات و روابط، تفاوت‌ها و یا شکاف‌های بین‌نسلی در کسب و کارهای خانوادگی و نقش آن در موفقیت، و به‌ویژه، انتقال بین‌نسلی این نوع کسب و کارها را به‌خوبی به تصویر بکشند. دلیل دیگر این است که این بنگاه‌ها به‌خوبی در کشور مورد مطالعه قرار نگرفته‌اند و سازوکار آنها و چگونگی نقش خانواده، و به‌ویژه، روابط نسلی در عملکرد آنها مشخص نیست. بنابراین، پژوهش حاضر ماهیتی اکتشافی دارد. از این رو، کشف این مناسبات نیازمند مطالعه عمیق است. روش‌های کمی، مدل‌های علی و نظریه‌هایی که مبنای این مدل‌ها هستند تصویری کلی از روندها و روابط بین متغیرها ارائه می‌دهند اما در مورد واکنش افراد، بستری که این واکنش‌ها در آن روی می‌دهد و اندیشه‌ها و رفتارهای عمیقی که در پس این واکنش‌ها هستند چیزی به ما نمی‌گویند.

در این راه، رویه اصلی گردآوری داده‌ها انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته عمیق بوده است. هرچند در صورت امکان از مشاهدات نیز استفاده شده است. فرایند گردآوری داده‌ها به صورت رفت و برگشتی و هم‌زمان با فرایند تحلیل انجام شده است. انتخاب مشارکت‌کنندگانی که با آنها مصاحبه انجام شده است به صورت نظری

(نمونه‌گیری نظری) و هدفمند بوده است. یعنی اولاً بنگاه‌هایی انتخاب شده‌اند که به صورت خانوادگی اداره می‌شدند و در هر بنگاه با مدیر عامل، به‌عنوان مهم‌ترین فرد در بنیان‌گذاری و اداره آن، مصاحبه صورت گرفته است. همچنین با پیاده شدن اولین مصاحبه و شروع فرایند کدگذاری، انتخاب موردهای بعدی جهت مصاحبه در راستای تکمیل و تقویت مقولات و مفاهیم در حال ظهور انتخاب شده‌اند. اشباع نظری، ملاک پایان دادن به گردآوری داده‌ها و اطلاعات بوده است. بنابراین، تعداد ۲۵ مصاحبه انجام شده و بیشتر مصاحبه‌ها در محل کار شرکت‌کنندگان و به انتخاب خود آنها بوده و هر مصاحبه نیز، به‌طور تقریبی، بین ۳۰ تا ۶۰ دقیقه به‌طول انجامیده است. به‌طور کلی، رویه تحلیل داده‌ها در این پژوهش، بر اساس روش نظریه داده‌محور و به‌صورت کدگذاری نظری بوده است. در این روش، رویه‌ای خاص برای تدوین طبقات اطلاعاتی (کدگذاری باز)، مرتبط ساختن این طبقات (کدگذاری محوری)، و در انتها، ارائه مجموعه‌ای از گزاره‌های نظری مدنظر است. فلیک (۱۳۸۷) این نوع رویه تحلیل را کدگذاری نظری می‌نامد. لازم به ذکر است از آنجا که در اینجا هدف ارائه نظریه نبوده، لذا فرایند کدگذاری محدود به دو مرحله کدگذاری باز و کدگذاری محوری شده است و مرحله کدگذاری گزینشی را شامل نمی‌شود. بر این اساس، کدگذاری شامل مقایسه دائمی پدیده‌ها، موردها، مفاهیم و جز این‌ها و فرمول‌بندی پرسش‌هایی می‌شود که در برابر متن قرار داده شده‌اند. کدها در آغاز تا سرحد امکان نزدیک به متن فرمول‌بندی می‌شوند، و به‌تدریج، حالت انتزاعی تری پیدا می‌کنند. در این فرایند، اصطلاح مقوله‌بندی به خلاصه کردن مفاهیم در قالب مفاهیم عام^۱ و آشکار کردن روابط میان مفاهیم و مفاهیم عمومی با مقولات و مفاهیم مافوق^۲ گفته می‌شود (فلیک، ۱۳۸۷: ۳۳۰).

یافته‌های تحقیق

از جمله مهم‌ترین مسائل کسب و کارهای خانوادگی چالش‌هایی است که این کسب و کارها در فرایند انتقال بین‌نسلی با آن روبه‌رو می‌شوند. در مقاله حاضر، نیز تأکید بر چالش‌ها و موانع جامعه‌شناختی تداوم نسلی این نوع کسب و کارها است؛ لذا با رویکردی آسیب‌شناختی و اکتشافی به شناسایی و تجزیه و تحلیل چالش‌های مذکور خواهیم پرداخت. در نتیجه کدگذاری و تجزیه و تحلیل داده‌ها می‌توان چالش‌ها و مشکلاتی که چنین کسب و کارهایی در فرایند انتقال بین‌نسلی با آنها روبه‌رو می‌شوند، و در بیشتر موارد مانع تداوم نسلی‌شان می‌گردد، را ذیل چند مقوله یا عنوان اصلی مورد بحث قرار داد. این مقولات عبارت‌اند از: موانع درون‌سازمانی، عدم برندسازی خانوادگی، هسته‌گرایی خانوادگی، تفاوت‌های ارزشی / احساسی نسلی و تفاوت‌های ساختاری / وضعیتی نسلی.

موانع درون‌سازمانی

بخشی از مسائل و مشکلاتی که از تداوم نسلی کسب و کارهای خانوادگی جلوگیری می‌کند مربوط به موانع درون‌سازمانی است. موانع درون‌سازمانی بیشتر معطوف به عملکرد مدیریتی، به‌ویژه، در جذب نیروی انسانی مورد نیاز است. اساساً یکی از مهم‌ترین دلایل شکل‌گیری یک کسب و کار خانوادگی اعتمادی است که بین اعضای خانواده وجود دارد. در واقع، بنیان‌گذار به خاطر اعتماد و اطمینان از تعهد و دلسوزی اعضای خانواده، شرکا، و به‌ویژه، نیروی انسانی اولیه مورد نیاز را از درون اعضای خانواده و یا فامیل انتخاب می‌کند. بنابراین، یکی از اثرات و تبعات این امر به چگونگی توزیع نقش‌ها در شرکت یا بنگاه اقتصادی مربوط است. در واقع، در کسب و

-
1. generic concepts
 2. superior concepts

کارهای خانوادگی معمولاً در توزیع سمت‌ها و نقش‌ها بر مقوله اعتماد بسیار تأکید می‌شود. به همین خاطر بیشتر نقش‌های مهم مانند حسابداری و بازرسی و ... را به اعضای فامیل می‌دهند. این امر پیامدهایی برای کسب و کار دارد. برای مثال، بحث اعتماد می‌تواند موجب اعمال تبعیض در حق سایر کارمندان و کارکنان غیرفامیل شود. ممکن است کارمندان غیرفامیل از شایستگی و توانمندی بیشتری برای ایفای نقش در برخی قسمت‌های کسب و کار برخوردار باشند اما به دلیل فامیل نبودن از گرفتن نقش مذکور باز می‌مانند. به علاوه، در مواردی ممکن است مدیر عامل و یا بنیان‌گذار، به شیوه‌های غیررسمی و نامرئی، حقوق و مزایای بیشتری به کارمندان فامیل اختصاص دهد. این موارد از مصادیق بارز تبعیض است که موجبات دلسردی کارکنان غیرفامیل را فراهم می‌سازد. در مورد اعمال تبعیض‌های فامیلی یکی از پاسخ‌گویان (آقای ۳۴ ساله) چنین می‌گوید:

«به نظر من اگر کسی مجبور باشد یا ترجیح بدهد با خانواده خودش کار بکند، خوب، به خاطر بحث اعتماد قطعاً پست‌های کلیدی را به آنها می‌دهد و این خودش عامل نارضایتی در شرکت خواهد بود. یک کارمندی که کارش درست است ولی خوب هرچه قدر تلاش می‌کند می‌بیند به خاطر فامیل بودن طرفش اصلاً نمی‌تواند رقابت کند.»

بدین ترتیب، عدم رعایت اصل شایسته‌سالاری می‌تواند هم بر عملکرد کنونی بنگاه تأثیر داشته باشد و هم در بلندمدت مانع از رشد و توسعه آن شود. علاوه بر بحث اعتماد، تعهد و دلسوزی نیز که، به عنوان یکی دیگر از نقاط قوت بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی به‌شمار می‌رود، می‌تواند در بلندمدت مانع از تداوم و ماندگاری کسب و کار گردد. این تعهد و دلسوزی، به‌ویژه، در شروع کسب و کار ملاک اصلی جذب اعضای فامیل است. اگر تعهد آنها همراه با تخصص مورد نیاز بنگاه باشد، این امر، بدل به یکی از نقاط قوت اصلی کسب و کار می‌شود. در غیر این صورت، موجب پیدایش پدیده تضاد تخصص و نقش می‌شود و دخالت‌ها و اظهارنظرهای اعضای بی‌تخصص و انتظار اعمال نظرات آنها مانعی برای عملکرد مثبت کسب و کار خواهد شد. البته پدیده تضاد تعهد و تخصص در کسب و کارهای مطالعه‌شده شایع‌تر است. این امر، ناشی از دو مسئله است. یکی محدودیت تخصص‌های لازم در خانواده؛ یعنی به اندازه کافی آدم متخصص در بین اعضای فامیل برای جذب در کسب و کار وجود ندارد. و دیگر اینکه معمولاً در کسب و کارهای خانوادگی به مقوله آموزش تخصصی اعضای کمتر توجه می‌شود. در موارد معدودی از کسب و کارهای مطالعه‌شده با محوریت یک بنیان‌گذار پدرسالار سعی شده بود تا اعضای فامیل درجه یک و درجه دو در راستای اهداف شرکت به تحصیل پردازند. البته موفقیت‌ها و توسعه قابل ملاحظه شرکت در انگیزه افراد برای تحصیل در رشته‌های مربوطه و جذب در کسب و کار خانوادگی بی‌تأثیر نبوده است. زیرا چشم‌انداز و آینده شغلی مناسبی را برای آنها تجسم می‌نمود. بنابراین، اگر کسب و کارهای خانوادگی بتوانند با ترسیم آینده شغلی مناسب برای اعضای خانواده آنها را در جهت اهداف و رشد و توسعه خود به آموزش تشویق کنند بدون شک موفق‌تر و بادوام‌تر خواهند بود و در تداوم نسلی خود با مشکلات کم‌تری مواجه خواهند شد. در مورد تربیت نسل آینده جهت تداوم نسلی بنگاه اقتصادی خانوادگی یکی از پاسخ‌گویان می‌گوید:

«البته این منوط به این است که نسل آینده دلش بخواهد این کار را ادامه دهد و ما نباید این مسأله را نادیده بگیریم ... اگر نسل آینده علاقه‌ای به این کار داشته باشد قطعاً به او یاد خواهیم داد که این کار را به شیوه خودش و شیوه‌ای به‌روزتر ادامه دهد.»

بنابراین، بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی اگر بخواهند به نسل بعدی انتقال یابند بایستی از سویی به آموزش و تربیت نسل بعدی بپردازند و آنها را، به‌ویژه، در خصوص مدیریت بنگاه آماده نمایند، و از سوی دیگر، صرفاً خود را به خاطر بحث اعتماد و دلسوزی محدود به نیروی انسانی خانوادگی نکنند. آنها می‌توانند با رعایت اصول حرفه‌ای در مدیریت کسب و کار، نیروهای متخصص غیرفامیل را جذب کرده و با قرار دادن آنها در پست‌های مهم، کیفیت و عملکرد بنگاه را افزایش داده و از این طریق به تداوم آن نیز کمک کنند.

یکی دیگر از مشکلات درون‌سازمانی کسب و کارهای خانوادگی که مانع تداوم نسلی آنها می‌شود مربوط به نقش و جایگاه بنیان‌گذار است. هرچند بنیان‌گذاران این نوع کسب و کارها تمایل زیادی به انتقال مالکیت و مدیریت بنگاه به نسل بعدی دارند اما شیوه مدیریتی آنها بنگاه را هرچه بیشتر قائم به‌فرد نموده، و بدین ترتیب، زمینه‌های نابودی آن را بعد از مرگ خود فراهم می‌کند. در مواردی که بنیان‌گذار یک نفر بوده و سهام‌دار اصلی نیز هست گرایش به پیاده کردن طرح و برنامه‌های خود و تحمیل آن بر دیگران زیاد است. در این‌گونه موارد، نقش بنیان‌گذار در تصمیم‌گیری‌ها، و به‌ویژه، در تصمیمات حساس و مهم بسیار تعیین‌کننده است. معمولاً مشورت‌ها و گفتگوهای خانوادگی بر سر مسائل و مشکلات و تصمیم‌گیری‌های کاری به بنیان‌گذار کسب و کار خانوادگی ختم می‌شود. بر این نوع کسب و کارهای خانوادگی، فضایی دموکراتیک حاکم نبوده و بنیان‌گذار سعی می‌کند تا همواره در اداره بنگاه اقتصادی محوریت خود را نشان داده و برنامه‌های مورد نظرش را اجرا کند. از این رو، بیشتر کسب و کارهای خانوادگی مطالعه‌شده، فردمحور و قائم به یک فرد بوده‌اند. این خصیصه باعث می‌شود تا با از میان رفتن آن فرد، موجودیت کل کسب و کار به خطر بیفتد و از بین برود. یکی از پاسخ‌گویان در این باره می‌گوید:

«بینید در ایران متأسفانه کسب و کارهای خانوادگی قائم به‌فرد هستند. یک کسب و کاری در زمان بنیان‌گذار بسیار هم بزرگ می‌شود و رشد می‌کند و جایگاهی در بازار پیدا می‌کند. حتی ممکن است در سطح جهان مطرح شود اما با مرگ بنیان‌گذار همه چیز یک شبه تمام می‌شود.»

جدول ۱. کدها و مقولات مربوط به موانع درون‌سازمانی بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی

ردیف	کد باز	مقوله محوری
۱	قائم به‌فرد بودن	موانع درون‌سازمانی
۲	مدیریت غیردموکراتیک	
۳	اولویت تعهد به تخصص در جذب اعضای فامیل در شروع کسب و کار	
۴	تضاد تخصص و نقش	
۵	محدودیت تخصص‌های لازم درون خانواده	
۶	عدم توجه به آموزش اعضای فامیل شریک یا شاغل در شرکت	

عدم برندسازی خانوادگی

یکی دیگر از موانع مهم تداوم نسلی بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی عدم برندسازی خانوادگی و هویت‌محوری است. اساساً در فرهنگ ما کار، به‌طور کلی، هویت‌بخش نیست. آنچه در کار مهم است میزان درآمد حاصله است.

بنابراین، هرچند شغل‌های مختلف دارای وجهه اجتماعی متفاوتی هستند ولی در نهایت جایگاه اجتماعی مشاغل، ناشی از خروجی پولی آن است که در سبک و ظواهر زندگی تجلی می‌یابد. این امر، ناشی از قدرت تجمل‌گرایی در جامعه است. ظواهر زندگی، به‌شدت، تعیین‌کننده قضاوت دیگران در مورد افراد است. هویت‌بخش نبودن کار به‌نوعی در کسب و کارهای خانوادگی نیز نمود یافته است. در این نوع کسب و کارها آنچه که برای خانواده مهم است میزان درآمد حاصله است نه خود کسب و کار به‌عنوان یک عامل هویت‌بخش. در واقع، هویت کسب و کار و هویت خانوادگی دو مقوله جدا از هم هستند. یعنی خانواده هویت اجتماعی و فرهنگی خود را نه از کسب و کار خانوادگی که از مؤلفه‌های دیگری چون محل سکونت، نوع ماشین، ویلا و غیره، که نتیجه فعالیت اقتصادی اعضای خانواده در قالب یک کسب و کار خانوادگی است، به‌دست می‌آورد. درآمد محوری نیز، به‌نوعی، مانع احساس تعلق خاطر و وابستگی هویتی به کسب و کار می‌شود. همچنین، بنیان‌گذاران این نوع کسب و کارها به دنبال ایجاد یک میراث خانوادگی نیستند. آنها نمی‌خواهند میراثی از خود برجای گذارند که توسط نسل‌های بعدی ادامه پیدا کند. مجموعه این عوامل از شکل‌گیری یک برند خانوادگی جلوگیری می‌کند. در واقع، از آنجایی که نفس درآمد مهم است و خانواده نیز هویت خود را از کسب و کار نمی‌گیرد، لذا کسب و کارهای خانوادگی به دنبال تبدیل نام خانوادگی خود به یک برند تجاری نیستند. تجربه جوامع دیگر نشان داده است که برند تجاری خانوادگی می‌تواند رشد و توسعه، و مهم‌تر از همه، تداوم نسلی آن را تا حدود زیادی تضمین کند. زیرا کسب و کار، به‌عنوان یک میراث خانوادگی، به نسل‌های بعدی منتقل می‌شود. در خصوص ارتباط و پیوستگی هویتی بنگاه اقتصادی و خانوادگی یکی از پاسخ‌گویان چنین می‌گوید:

«بینید آدم‌ها همیشه به سمت رشد حرکت می‌کنند ولی برخلاف کمپانی‌های خیلی بزرگ دنیا، ما در ایران سعی نمی‌کنیم یک میراث از خودمان به جای بگذاریم. بالاخره ما یک عمر مفید برای کار کردن داریم و بعد از ما یا این شرکت باید تعطیل شود و یا توسط بچه‌ها چندشاخه شود و یا کلاً تعطیل شود. به نظر من آن پدر، فرهنگ را یاد نداده که یک میراثی از خودش به جا بگذارد و بچه‌ها آن را حفظ کنند و در چارچوب این میراث حرکت کنند. چون ما در فرهنگ ایران زندگی می‌کنیم واقعیت این است که اکثراً شرکت‌ها از یک نسل ادامه‌دار نخواهد بود. فرضاً اگر یک نسل ادامه پیدا کند باید خیلی چیزها را از پدر به ارث برده باشند وگرنه آن هم دوام نخواهد داشت.»

جدول ۲. کدها و مقولات مربوط به عدم برندسازی خانوادگی بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی

ردیف	کد باز	مقوله محوری
۱	درآمد محوری هویت خانوادگی	عدم برندسازی خانوادگی
۲	هویت‌بخش نبودن کسب و کار خانوادگی	
۳	عدم وابستگی هویتی به کسب و کار	
۴	عدم میراث‌گذاری	
۵	رواج بی‌اعتمادی اجتماعی	
۶	شیوع تجمل‌گرایی در جامعه	

هسته‌گرایی خانوادگی

در فرهنگ جامعه ما اساساً تنش روابط خانوادگی از نوع درجه دو بیشتر از روابط خانوادگی درجه یک است. این امر می‌تواند از تبعات مدرنیسم باشد که منجر به از بین رفتن خانواده گسترده و ظهور خانواده هسته‌ای شده است. این ویژگی در کسب و کارهای خانوادگی، زمانی که خانواده به‌مرور از حالت روابط خانوادگی درجه یکی به روابط درجه دویی وارد می‌شود، بسیار چالش برانگیز است. این چالش را می‌توان هسته‌گرایی خانوادگی نامید. زیرا بیانگر محدود شدن دایره اعتماد و همبستگی فامیلی به خانواده هسته‌ای است. در واقع، انسجام و همبستگی خانوادگی در خانواده هسته‌ای تا قبل از ورود اعضای سببی می‌تواند به عنوان پشتوانه احساسی/عاطفی در کسب و کار نقش بسیار مؤثری داشته باشد. اما با ورود اعضای سببی، به‌ویژه، عروس خانواده، اولویت‌های اعضای خانواده تغییر می‌کند. در خصوص تضعیف روابط فامیلی و نقش زنان در این امر یکی از پاسخ‌گویان چنین می‌گوید:

«متأسفانه بزرگ‌ترین تغییری که در خانواده‌ها دیدم این بوده که اعضاء خانواده از هم فرار می‌کنند، کم رفت و آمد می‌کنند. دلایل مختلفی برای این کار می‌آورند و رودربایستی دارند و نمی‌خواهند معذب شوند. ولی به نظر من اینها دلیل نیست. به نظر من خانم‌ها خیلی سهم دارند در تشکیل این روابط و متأسفانه دختران ما برای حفظ این روابط تربیت نمی‌شوند.»

یعنی فرزندان خانواده به‌مرور با شکل‌گیری خانواده‌های هسته‌ای دیگر از دل خانواده هسته‌ای اولیه، منافع و اهداف خود، به‌ویژه، در حوزه کسب و کار را با محوریت خانواده جدید باز تعریف می‌کنند. این امر، باعث می‌شود که در محیط کسب و کار نیز اولویت را به اهداف و منافع فردی بدهند تا بنگاه اقتصادی. در چنین حالتی چشم و هم‌چشمی‌ها و حسادت‌ها و رقابت‌های فامیلی کم‌کم ظهور کرده و پیوندها و روابط خانوادگی را تضعیف می‌کنند. در محیط کسب و کار نیز اختلافات مالی و اختلاف در دیدگاه‌ها و نقطه نظرها شروع می‌شود. بدین ترتیب، با ورود اختلافات خانوادگی به حوزه کسب و کار و کشیده شدن اختلافات کاری به درون خانواده‌ها، زمینه انشعاب یا فروپاشی کسب و کار فراهم می‌گردد. البته این چالش بیشتر در مواردی بروز می‌کند که بنیان‌گذار یکی از برادران بوده، و به‌مرور، سایر برادران و خواهران را نیز وارد کسب و کار نموده است. در این مورد، بعد از ازدواج و تشکیل خانواده از سوی آنها زمینه برای جدایی و یا فروپاشی بنگاه اقتصادی فراهم می‌شود. یا در مواردی که نسل دوم در شرف تحویل گرفتن مالکیت و مدیریت کسب و کار از نسل اولی است که معمولاً با مرگ او این امکان فراهم شده است. در زمان حضور بنیان‌گذار پدرسالاری که هم مدیریت بنگاه اقتصادی را بر عهده دارد و هم مدیریت خانواده را، تنش بین فرزندان که هر کدام خانواده مستقل خود را دارند چندان برای حیات کسب و کار خانوادگی تهدید به‌شمار نمی‌رود. اما بعد از مرگ بنیان‌گذار، این تنش‌ها خود را نشان داده و در کنار سایر عوامل مطرح شده به یکی از مهم‌ترین عوامل فروپاشی و عدم تداوم نسلی بنگاه اقتصادی خانوادگی تبدیل می‌شود. یکی از پاسخ‌گویان در باره نقش ازدواج و شکل‌گیری خانواده جدید در روابط فامیلی چنین می‌گوید:

«وقتی شما ازدواج می‌کنید و مسئولیت و تعهد شخص دیگری را به عهده می‌گیرید قطعاً روابط با خانواده اولیه کم‌تر خواهد شد ولی اینکه توازن چگونه برقرار شود، روابط چگونه باشد و احساسات چگونه کنترل شود، در هر خانواده‌ای متفاوت است و بستگی به فرهنگ خانوادگی دارد. خدا رو شکر من سعی کردم در روابط با مادرم و همسرم یک توازن برقرار کنم که هم هر دو رابطه حفظ شود و هم حقوق رعایت شود. ولی خوب بعضی وقت‌ها ممکن است این توازن به‌هم بخورد و مشکلاتی بوجود بیاید.»

جدول ۳. کدها و مقولات مربوط به هسته‌گرایی خانوادگی در بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی

ردیف	کد باز	مقوله محوری
۱	وجود رقابت و حسادت فامیلی	هسته‌گرایی خانوادگی
۲	کم رنگ شدن ارتباطات فامیلی	
۳	کم رنگ شدن پیوندهای خونی	
۴	تغییر اولویت های خانوادگی	
۵	نقش زنان در تضعیف روابط	

تفاوت‌های ارزشی / احساسی نسلی

یکی از عمده‌ترین چالش‌هایی که بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی با آن روبه‌رو هستند و در بیشتر موارد از تداوم نسلی آنها جلوگیری می‌کند، وجود شکاف یا تفاوت نسلی است. این چالش دارای دو بعد ارزشی / احساسی و ساختاری / وضعیتی است. هر کدام از این ابعاد، به نوعی، برای کسب و کارهای خانوادگی چالش برانگیزند. بعد ارزشی احساسی بیشتر معطوف به تفاوت‌های ارزشی و احساسی نسل بنیان‌گذاران با نسل فرزندان‌شان است. قبل از هر چیز، سرعت تغییرات اجتماعی و تکنولوژیکی کنونی، تغییر در نظام‌های ارزشی و نگرشی را سرعت بخشیده است. به همین خاطر، تفاوت زیادی بین نسل کنونی و نسل‌های گذشته از نظر دیدگاه و نگرش به کسب و کار، و به‌طور کلی، به زندگی وجود دارد. آنچه که برای نسل گذشته ارزش بود امروزه جایگاهی در نظام ارزشی نسل جدید ندارد. برای مثال، ممکن است نسل کنونی هنر را به تجارت و تولید ترجیح بدهد. این نسل، نسبت به گذشتگان خود فردگراتر است. جمع‌گرایی و خانواده‌گرایی را خیلی نمی‌پسندد. از نظر احساسی و عاطفی، نسل کنونی، احساسات خود را صریح‌تر و رک‌تر بیان می‌کند. لذا ممکن است همچون پدران و مادران خود نسبت به اعضای فامیل گذشت و فداکاری نداشته باشد. این درحالی است که گذشت، یکی از فاکتورهای بسیار مهم در ماندگاری یک کسب و کار خانوادگی بوده است. تفاوت نسلی در این ویژگی‌ها و خصوصیات باعث می‌شود تا نسل جدید راه خودش را برود. البته نکته قابل توجه در اینجا این است که بنیان‌گذاران کسب و کارهای خانوادگی، خود، این تفاوت‌ها را قبول کرده و با وجود خواست قلبی برای تداوم نسلی کسب و کار، برای فرزندان‌شان حق انتخاب قائل‌اند. در این مورد یکی از پاسخ‌گویان می‌گوید:

«بستگی به تصمیم شخصی فرزند من دارد و فرزند من حق دارد مثل خود من که در کار پدرم نرفتم بخواهد هر مسیری را که دوست دارد انتخاب کند.»

البته عامل مهم در این مورد، نوع رابطه عاطفی بین نسل بنیان‌گذاران و فرزندان‌شان است. به میزانی که بنیان‌گذاران ارتباط صمیمی‌تر و دوستانه‌تری با فرزندان خود داشته باشند بهتر می‌توانند آنها را جذب کسب و کارشان کنند.

جدول ۴. کدها و مقولات مربوط به چالش تفاوت ارزشی / احساسی نسلی در بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی

ردیف	کد باز	مقوله محوری
۱	تفاوت‌های ارزشی / نگرشی	تفاوت ارزشی / احساسی
۲	تفاوت‌های احساسی / عاطفی	
۳	ضعف در روابط صمیمانه / دوستانه	
۴	تفاوت در گذشت و فداکاری	
۵	کم رنگ شدن احترام بزرگ‌تر-کوچک‌تری	

تفاوت‌های ساختاری / وضعیتی نسلی

کسب و کارهای خانوادگی از نظر تفاوت نسلی در بعد ساختاری و وضعیتی نیز با چالش‌های عمده‌ای روبه‌رو هستند. این چالش‌ها، تداوم نسلی آنها را با مشکل مواجه می‌کند. امروزه، از سویی، ساختار خانواده‌ها بسیار تغییر کرده و خانواده‌ها اکثراً تک‌فرزندی و دو فرزندگی هستند. بنابراین، احتمال تداوم کسب و کار خانوادگی از سوی یکی از فرزندان بسیار کم‌تر از گذشته است. یعنی از نظر آماری احتمال تداوم کسب و کار در خانواده‌هایی که تعداد فرزندان بیشتری دارند نیز بیشتر است. از سوی دیگر، تفاوت سنی زیاد بین والدین و فرزندان تشدیدکننده تفاوت نسلی در هر دو بعد شده و چشم‌انداز تداوم نسلی کسب و کار در بنیان‌گذاران را کم‌رنگ کرده است. یعنی تفاوت سنی زیاد وضعیتی را ایجاد می‌کند که در آن تفاوت ارزشی و احساسی نیز به اوج می‌رسد. به همین خاطر، هرچند در بیشتر موارد مطالعه‌شده، میل و آرزوی تداوم کسب و کار خانوادگی در نسل‌های بعدی وجود داشت اما چشم‌اندازی برای آن متصور نبودند.

وجود فرصت‌های شغلی بیشتر، و در نتیجه، امکان و قدرت انتخاب و گزینش بالاتر یکی دیگر از چالش‌های ساختاری و وضعیتی است که مانعی بر سر راه تداوم نسلی کسب و کار خانوادگی ایجاد می‌کند. امروزه، برخلاف گذشته، بچه‌ها از نظر انتخاب شغل گزینه‌های بیشتری در اختیار دارند. لذا در بیشتر مواردی که بنیان‌گذاران کسب و کار از نظر سنی جوان بودند، نوع و حوزه فعالیت‌شان با حوزه کاری پدرشان متفاوت بود. یعنی هرچند خانواده پدری دارای کسب و کار و یک بنگاه اقتصادی خانوادگی بود اما فرزند خانواده ترجیح داده بود که برای خود کسب و کار جدیدی راه‌اندازی کند. در این مورد، یکی از پاسخ‌گویان می‌گوید:

«بچه‌ها در دنیای امروزی آزادتر و خودمختارترند. اون زمان کاری نبود، بنابراین، پسر مجبور بود با پدر کار کند اما امروزه این‌طوری نیست. بچه‌ها گزینه‌های بیشتری در اختیار دارند و خودشان دو دوتا چهارتا می‌کنند. اما من معتقدم که اگر خانواده، اگر پدر، از همان دوران کودکی فکر کند که بچه‌اش دوستش است و فقط اختلاف سنی دارند و ارتباطش را با او دوستانه و معنوی کند، می‌تواند او را به خودش جذب کند. خود من هیچ‌وقت ارتباطی صمیمی با پدرم نداشتم.»

جدول ۵. کدها و مقولات مربوط به تفاوت‌های ساختاری/ وضعیتی نسلی در بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی

مقوله محوری	کد باز	ردیف
تفاوت ساختاری/ وضعیتی	تفاوت سنی زیاد	۱
	کوچک شدن بعد خانوار	۲
	تفاوت انتخابی/گزینشی	۳
	وجود فرصت‌های شغلی بیشتر در دوران کنونی	۴
	نداشتن چشم‌انداز کاری برای ادامه کار در نسل بعدی	۵

بحث و نتیجه‌گیری

به نظر می‌رسد که مهم‌ترین نتیجه این مطالعه برجسته نمودن اهمیت متغیرها و فاکتورهای جامعه‌شناختی در مطالعه پدیده‌های اقتصادی است. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهند که چگونه یک نهاد یا سازمان اقتصادی به لحاظ اجتماعی و فرهنگی سازمان می‌یابد و چگونه این سازماندهی اجتماعی - فرهنگی عملکرد اقتصادی آن را تحت

تأثیر قرار می‌دهد. نتایج این تحقیق در راستای سایر تحقیقات حوزه جامعه‌شناسی اقتصادی انجام‌شده، نشان می‌دهد که کنش اقتصادی افراد، به‌ویژه، درون‌نهادها و سازمان‌های اقتصادی چون شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی، صرفاً نتیجه جست‌وجوی عقلانی سود و منفعت نیست. کنش‌هایی از این نوع، به‌شدت، تحت تأثیر عواطف و احساسات هستند و از سوی دیگر از جریان‌ها و ساختارهای اجتماعی و فرهنگی تأثیر می‌پذیرند. به قول گرانووتر، آنها درون این ساختارها حک شده‌اند. بنابراین، به هیچ عنوان تحلیل‌های اقتصادی صرف، نمی‌تواند همه دلایل، پیامدها و به‌طور کلی، همه جوانب کنش اقتصادی را توضیح دهد و یا حتی توصیف کند.

نقش عوامل اجتماعی و فرهنگی، به‌ویژه، در تداوم نسلی کسب و کارهای خانوادگی بسیار چشمگیر است. در این مورد، هم بسترها و ساختارهای کلان اجتماعی و فرهنگی نقش دارند و هم ساختارهای فرهنگی - اجتماعی درون نهاد خانواده و درون فضای کسب و کار. در سطح کلان، تغییرات ساختاری موجب پیدایش تفاوت یا شکاف نسلی شده که این امر بر تداوم نسلی بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی اثری مستقیم دارد. برای مثال، امروزه خانواده‌ها از نظر بعد خانوار بسیار کوچک‌تر از خانواده‌های گذشته هستند. در خانواده‌های امروزی، تعداد فرزندان، به‌ندرت از یک یا دو فرزند تجاوز می‌کند. این عامل جمعیت‌شناختی، احتمال تداوم نسلی کسب و کارهای خانوادگی را، به‌طرز معنی‌داری، کاهش داده است. به‌علاوه، تغییرات اجتماعی - فرهنگی ناشی از تغییرات تکنولوژیکی نیز زمینه‌های تفاوت ارزشی نسلی را فراهم کرده است که این امر نیز باعث شده که نسل‌های جدید هرچه بیشتر از والدین خود دور شوند. مجموع این عوامل در کنار سازوکارهای درون‌سازمانی و درون‌خانوادگی دست به دست هم داده‌اند تا در ایران کم‌تر بنگاهی، نسل دوم و سوم را تجربه کند. البته حضور هم‌زمان چند نسل درون این بنگاه‌های اقتصادی محتمل است و در موارد مورد مطالعه نیز چنین پدیده‌ای مشاهده شد. اما مسأله تداوم نسلی به انتقال مالکیت و مدیریت بنگاه از یک نسل به نسل بعدی مطرح است. هرچند ممکن است دو یا سه نسل در کنار هم در یک بنگاه اقتصادی خانوادگی مشغول فعالیت باشند اما زمانی که بنیان‌گذار اصلی، به‌ویژه، به دلیل مرگ کنار می‌رود و زمان حضور نسل بعدی در مالکیت و مدیریت فرا می‌رسد، به دلایل متعدد جامعه‌شناختی چون هسته‌گرایی خانوادگی، تفاوت‌های ارزشی و ساختاری نسلی و ... این انتقال با موانع زیادی روبه‌رو می‌شود و در بیشتر موارد با شکست مواجه می‌گردد.

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، می‌توان پیشنهاداتی در راستای عملکرد بهتر بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی در مواجهه با موانع انتقال نسلی ارائه داد. این نوع بنگاه‌های اقتصادی چنانچه بخواهند توسعه پیدا کرده و در طی نسل‌ها ادامه داشته باشند، بایستی اولاً با رعایت اصول سازمانی و سلسله‌مراتب مدیریتی، موانع و مشکلات درون‌سازمانی را از نظر تحقق شایسته‌سالاری، ارجحیت تخصص، آموزش اعضا و ... برطرف نمایند. آنها باید سعی کنند تا با استفاده از مدیران متخصص غیرفامیل و با جدا کردن مالکیت از مدیریت، زمینه‌های انتقال نسلی آسان‌تری را فراهم کنند. چنانچه مدیریت بنگاه از مالکیت آن جدا گردد، نسل بعد بر سر مدیریت آن دچار چالش و تنش نمی‌شود. آنها می‌توانند با حفظ سهام خود در مالکیت و سود بنگاه شراکت داشته باشند. به‌علاوه، مدیریت حرفه‌ای هم از ورود افراد غیرمتخصص فامیل جلوگیری می‌کند و هم مانع ورود اختلافات کاری به درون خانواده‌ها می‌شود. همچنین، بایستی سعی کنند که هویت خانواده و کسب و کار را از طریق ایجاد برند خانوادگی به هم پیوند بزنند. بنیان‌گذاران این نوع کسب و کارها بایستی با استفاده از شیوه‌های مدرن تبلیغاتی در راستای برندسازی کسب و کار خود گام بردارند. و سرانجام اینکه آنها بایستی برای خود یک چشم‌انداز نسلی ترسیم کنند و در راستای آن به آموزش نسل بعدی پردازند. همه این‌ها مستلزم گام برداشتن در جهت حرفه‌ای شدن کار، از سویی، و تقویت روابط فامیلی درون‌نسلی و بین‌نسلی، از سوی دیگر، است.

منابع

- استراس، آنسلم و کوربین، جولیت (۱۳۸۵). *اصول روش تحقیق کیفی: نظریه‌های مبنایی، رویه‌ها و شیوه‌ها*. ترجمه بیوک محمدی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ستوده، هدایت‌الله (۱۳۸۹). «خانواده و خویشاوندی در گذر زمان». *فصلنامه پژوهش اجتماعی*. سال سوم. شماره نهم. زمستان ۱۳۸۹. صص ۲۱۱-۱۹۱.
- سعیدی، علی اصغر (۱۳۸۸). «فرهنگ اقتصادی ایرانیان: بنگاه‌های اقتصادی خانوادگی». *مجله آیین*. بهمن و اسفند ۱۳۸۸. شماره ۲۶ و ۲۷. صص ۹۵-۹۱.
- سعیدی، علی اصغر (۱۳۹۳). «رشد بنگاه‌های اقتصادی راه حل معضل اشتغال». سایت فرارو، کدخبر ۲۱۷۳۱۶. تاریخ انتشار ۲۶ آذر ۱۳۹۳.
- فلیک، اووه (۱۳۸۷). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. ترجمه هادی جلیلی. نشر نی.
- مهدوی، محمدصادق و صبوری خسروشاهی، حبیب (۱۳۸۲). «بررسی ساختار توزیع قدرت در خانواده»، نشریه *مطالعات اجتماعی- روان‌شناختی زنان*. تابستان و پاییز ۱۳۸۲. دوره ۱ شماره ۲. صص ۶۸-۲۷.
- محمدپور، احمد، رضایی، مهدی، پرتوی، لطیف و صادقی، رسول (۱۳۸۸). «بازسازی معنایی تعبیرات خانواده به شیوه نظریه زمینه‌ای: مطالعه موردی ایلات منگور و گورک». *فصلنامه خانواده‌پژوهی*. سال پنجم. شماره ۱۹. صص ۳۳۰-۳۰۹.

- Bertrand, M., & Schoar, A. (2006). "The Role of Family in Family Firms". *The Journal of Economic Perspectives*. Vol. 20. No. 2. (Spring 2006). pp. 73- 96.
- Martinez, M. A., & Aldrich, H. (2014). *Sociological Theories Applied to Family Business*. <https://www.researchgate.net/publication>.
- Mazzeola, P., Marchisio, G., & Astrachan, J. (2008). "Strategic Planning in Family Business: A Powerful Developmental Tool for the Next Generation" *Family Business Review*. Vol. 21. Issue 3. pp 239-258.
- Kraiczy, N. (2013). *Innovations in Small and Medium-Sized Family Firms: An Analysis of Innovation Related Top Management Team Behaviors and Family Firm-Specific Characteristics*. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Perry J. T., Kirk, R., J. & Christian, B. (2015). "Which Type of Advisors Do Family Businesses Trust Most? An Exploratory Application of Socioemotional Selectivity Theory". *Family Business Review*. Vol. 28. No.3. pp. 211-226
- Smelser N. J., & Swedberg, R. (2005). *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton University Press.