



مکتب

دکتر فریدون سیامک‌نژاد

نام کتاب:

حاکمیت شرکتی در شرکتهای خانوادگی

نویسنده:

شرکت مالی بین‌المللی بانک جهانی

مترجم:

مهندس علی بابایی

ناظر علمی:

علی‌رضا امیدوار

نوبت چاپ:

اول - پاییز ۱۳۹۲

شمارگان:

جلد ۷۵۰

ناشر:

گندمان

مبلغ:

۷۰۰۰ تومان

مرکز پخش:

خاتون - تلفن ۸۸۷۹۲۴۰

آرا و نظرات در روابط نزدیک امری کاملاً طبیعی است، زیرا هیچ فردی مانند دیگری نیست. برای مثال، می‌توان به فرزندان یک والدین اشاره کرد که در یک محیط مشابه بزرگ شده و کمابیش تحت تربیت یکسانی قرار می‌گیرند، اما به لحاظ شخصیت و رفتار متمایز از یکدیگر هستند.

اختلاف در روابط در هر کشور و فرهنگی وجود دارد. بنابراین، اختلاف نظر را باید به‌عنوان بخشی از یک رابطه پذیرفت. اگر از این موضوع تعجب کنیم و بپرسیم که چرا شرکا اختلاف نظر دارند و انتظار داشته باشیم که هیچ تعارضی در رابطه میان آن‌ها وجود نداشته باشد، این غیرواقع‌بینانه بوده و حاکی از عدم درک صحیح ما از طبیعت بشر و رفتار انسان‌ها است. سالم نگاه داشتن روابط در گروه این است که به این اختلافات چگونه رسیدگی کنیم، بدون این که به کینه و دشمنی تبدیل شوند.

در این‌جا شاهد آن هستیم که طبیعت و رفتار متفاوت انسان‌ها در تعامل با یکدیگر قرار می‌گیرد. در واقع، هرچه انسان‌ها اوقات بیشتری را در کنار یکدیگر صرف کنند، اختلافات میان آن‌ها نیز بیشتر عیان خواهد شد. اگر به این تعارضات رسیدگی نشود شرکا آسیب خواهند دید و زمینه رشد و پرورش آن‌ها از بین خواهد رفت.

وقتی چنین اختلافاتی پیش می‌آید، افراد اغلب احساس سرخوردگی، عصبانیت و قربانی بودن می‌کنند. بنابراین، آن‌ها از ارتباط با یکدیگر دست کشیده و حاضر نیستند یکدیگر را ببینند. برای این که حمایت و همدردی دیگران را جلب کنند از همدیگر بدگویی می‌کنند، دست از همکاری می‌کشند و حتی ممکن است سعی در انتقام‌جویی

از زمانی که شرکت‌های داروسازی نیز طبق قانون از سازمان صنایع ملی به بخش خصوصی واگذار شدند، تعدادی از این شرکت‌ها توسط بعضی از خانواده‌ها خریداری و در زمره شرکت‌های خانوادگی درآمدند. بنابراین، حاکمیت شرکتی در شرکت‌های خانوادگی در مورد این‌گونه شرکت‌های داروسازی نیز صادق است. آقای علی لاجوردی متولد سال ۱۳۲۶ و از نسل سوم خانواده لاجوردی (مؤسس گروه صنعتی بهشهر) می‌باشد. وی هم‌اکنون مؤسس و عضو هیأت مدیره شرکت پارس لیان می‌باشد که در حوزه مشتقات محصولات پتروشیمی در کشور فعال است. وی فارغ‌التحصیل مدیریت اجرایی از دانشگاه کرنل آمریکا است.

آقای علی لاجوردی در مقدمه خود بر این کتاب تحت عنوان راهنمای حل اختلاف در کسب و کارهای خانوادگی چنین نگاشته است:

پیش از آن که در مورد روابط در کسب و کارهای خانوادگی صحبت کنیم، ابتدا باید با یک مفهوم پایه در مورد طبیعت بشر و روابط انسانی آشنا شویم. باید بدانیم که در هر رابطه‌ای که در آن دو فرد یا بیشتر با یکدیگر تعامل مستمر و نزدیکی دارند لاجرم اختلاف‌نظرها و تفاوت‌هایی در دیدگاه‌ها و نظرات وجود خواهد داشت، چه این رابطه میان زن و شوهرها باشد، یا برادران و خواهران، دوستان نزدیک، شرکای تجاری، همکاران، سران دولت‌ها، مربیان ورزشی و غیره. این اختلاف‌نظرها ریشه در عوامل بسیار دارند، از جمله تفاوت در ارزش‌ها، شخصیت و ماهیت متمایز از یکدیگر، شیوه تربیت و پیشینه فرهنگی متفاوت، انتظارات دور از یکدیگر و اولویت‌های مختلف در زندگی. وجود اختلاف در

داشته باشند. این اقدامات منفی موجب می‌شود رابطه آن‌ها رو به وخامت گذاشته و در نهایت از بین برود. پیشگیری همواره بهترین روش برای اجتناب از کینه و دشمنی است، اما مستلزم آن است که دو طرف بدانند چگونه باید اختلافات خود را حل و فصل کنند. در نتیجه، در هر رابطه‌ای نخست باید پرسید چگونه می‌توان از این اختلاف‌نظرها که در نهایت موجب تعارض و دشمنی می‌شوند، پیشگیری کرد و دوم آن که چطور می‌توان آن اختلافات را که می‌تواند به تعارض تبدیل گردد، مدیریت کرد. پاسخ این سؤال این است که باید یک فرآیند حل اختلاف تدوین کنیم. هرچند می‌توان از یک فرآیند حل اختلاف برای منازعات مشابه در هر رابطه‌ای استفاده کرد، ولی این فرآیندها باید با شرایط خاص هر رابطه تطبیق داده شوند.

برای این که محتوای کتاب بیشتر برای خوانندگان مشخص شود، چکیده کتاب را با هم مرور می‌کنیم:

کسب و کارهای خانوادگی قدیمی‌ترین و غالب‌ترین نوع سازمان‌های تجاری هستند. در بیشتر کشورها کسب و کارهای خانوادگی بیش از ۷۰ درصد کل تجارت را به خود اختصاص داده و در رشد اقتصاد و اشتغال‌زایی نقشی کلیدی ایفا می‌کنند. در اسپانیا بیش از ۷۵ درصد کسب و کارها به صورت خانوادگی است که به طور متوسط ۶۵ درصد تولید ناخالص ملی را شامل می‌شود. همچنین کسب و کارهای خانوادگی ۶۰ درصد مجموع تولید ناخالص ملی را در آمریکای لاتین تشکیل می‌دهد.

دامنه کسب و کارهای خانوادگی از شرکت‌های کوچک و متوسط تا شرکت‌های بزرگ که در چندین

صنعت و کشور کار می‌کنند، گسترش یافته است. بعضی از این کسب و کارهای خانوادگی مشهور عبارتند از:

- سالواتور فراگامو، بنتون و گروه فیات در ایتالیا
- اورال، گروه کرفور، ال‌وی‌ام‌اچ و میشلین در فرانسه
- سامسونگ، هیوندای و گروه ال‌جی در کره جنوبی
- بی‌ام‌دبلیو و زیمنس در آلمان
- کیکومان و ایتویوکادو در ژاپن
- خودروسازی فورد و فروشگاه‌های وال مارت در آمریکا

اما حقیقت این است که بیشتر شرکت‌های خانوادگی پس از تأسیس توسط بنیانگذاران اصلی عمر کوتاهی دارند و در حدود ۹۵ درصد کسب و کارهای خانوادگی در نسل دوم مالکیت، فعالیت‌شان به پایان می‌رسد. این مساله گاهی به علت عدم آمادگی نسل‌های بعدی برای پذیرش و مدیریت امور رو به رشد کسب و کار می‌باشد. کسب و کارهای خانوادگی می‌توانند شانس بقای خود را با به کار گرفتن ساختار نظارتی درست و با شروع هر چه سریع‌تر فرآیند آموزشی برای آماده کردن نسل‌های بعدی در حیطه کاری مربوطه افزایش دهند.

از این‌ها که بگذریم، کتاب حاکمیت شرکتی در شرکت‌های خانوادگی می‌تواند راهنمایی برای فعالیت بهتر بخش خصوصی در اقتصاد بوده و از این طریق قدمی در راه کوچک شدن دولت‌ها باشد. در خاتمه، ضمن تشکر از برادر عزیزم مهندس علی بابایی برای ترجمه و ارسال این کتاب برای رازی، از تمامی مخاطبان رازی می‌خواهم که مطالعه این کتاب ارزنده را از دست ندهند.