

کاربرد دانش و اصول حسابداری در کارآفرینی و کسب و کارها

تدوین استراتژی‌های توسعه کسب و کارهای خانوادگی

فهیمة صیادی^{*}، مصطفی محمودی عالمی^۲

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت کسب و کار-استراتژی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

fahimesayyadi2018@gmail.com

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت کسب و کار-مالی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

mostafa.mahmoudi.alami@gmail.com

چکیده

در این پژوهش به تدوین استراتژی‌های توسعه کسب و کارهای خانوادگی پرداخته شد. جامعه تحقیق اساتید مدیریت کسب و کار، افراد متخصص و خبره در امر کسب و کار، مدیران و کارشناسان ادارات مرتبط با اشتغال و فعالان در حوزه کسب و کار خانوادگی در سطح کشور بودند که از بین آن‌ها نمونه‌گیری با روش گلوله برفی تا اشباع نظری ادامه یافت و با ۱۷ نفر اشباع نظری حاصل شد. در پژوهش حاضر برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. برای دستیابی به اعتبار پژوهش ترکیبی از معیارهای درگیری پیوسته و طولانی مدت محققان، مشاهده مداوم، بازبینی همکاران، ذهنیت پیش‌رونده، مشارکت شرکت‌کنندگان و استفاده از منابع اطلاعاتی چندگانه مورد توجه محققان قرار گرفت. همچنین به منظور بررسی پایایی پژوهش، از روش توافق دو کدگذار و کدگذاری پژوهشگر در یک فاصله زمانی مشخص استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار Maxqda استفاده شد. نتایج حاصل نشان داد راهبردهای فرهنگی، مدیریتی و اقتصادی به عنوان استراتژی‌های توسعه کسب و کار خانوادگی از سوی متخصصان و خبرگان شناسایی شد. بر اساس نتایج تحقیق می‌توان چنین بیان کرد که از آنجا که توسعه کسب و کار خانوادگی در ایران، علاوه بر حل معضل بیکاری، اثرات مستقیم و غیرمستقیم در توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشور خواهد داشت، لزوم تغییر و تحول در ساختارهای موجود فرهنگی، مدیریتی و اقتصادی کشور در جهت تشویق خانواده‌ها به کسب و کار، بیش از هر زمان دیگر احساس می‌شود.

کلمات کلیدی: توسعه کسب و کار، کسب و کار خانوادگی، فرهنگ، مدیریت، اقتصاد.