



یک سال با

انجمن ترویج
کسب و کارهای خانوادگی
Family Business Promotion Association

از تیر ۱۴۰۴ تا تیر ۱۴۰۵

یک سال با انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی

از تیر ۱۴۰۴ تا تیر ۱۴۰۵

مروری بر رویدادها و فعالیت‌های انجمن در تابستان ۱۴۰۴

- برگزاری مجمع عمومی فوق العاده
- برگزاری مجمع عمومی سالانه
- دیدار با نماینده شرکت هریسون و عضو هیئت مدیره سندیکای پیمانکاران ساختمانی
- دیدار با انجمن مشاوران مدیریت
- دبیر انجمن مدیران صنایع
- دیدار با دبیر کل اتاق تهران
- دیدار با دکتر آراستی، عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه شریف
- برگزاری دومین هم‌نشینی نکست جن
- دیدار با نمایندگان خانواده نصرالله‌زاده (تاکنوگاز)
- دیدار با رئیس پژوهشکده تدبیر
- انعقاد تفاهم‌نامه سه جانبه با انجمن مشاوران مدیریت ایران
- دیدار با دکتر سید محمد میرپنهان، متخصص حقوق قضایی
- دیدار با حسین مهبادی، نماینده بنیاد خلیلی
- دیدار با دکتر محسن محمدی، مشاور و استاد روانشناسی دانشگاه تهران شمال
- دیدار با دکتر مرتضی گلی‌زاده، نماینده مؤسسه شریف
- برگزاری پنجمین هم‌نشینی خانوادگی
- دیدار با نمایندگان انجمن ملی زنان کارآفرین
- دیدار با مدیر پژوهش انجمن مدیران صنایع
- تبادل نظر با نماینده مؤسسه نیاوران
- دیدار با نمایندگان شرکت مشاوره ردال از فنلاند
- گفت‌وگو با دکتر سید محمدجواد مهدوی از پادکست چاله و مدیران مجموعه تلویزیونی سپنج
- برگزاری جلسه با ابراهیم مختاری، مستندساز
- دیدار با رئیس پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه شریف
- برگزاری کارگاه «هوشمندسازی و فناوری‌های دیجیتال: تأملی در منطق هوشمندسازی از منظر مسیر کسب و کارها»
- برگزاری نشست با حضور اعضای گروه پروژه پژوهشی اتاق تهران
- دیدار با معاون بررسی‌های راهبردی معاونت ریاست جمهوری در امور زنان و خانواده
- دومین جلسه شورای کسب و کارهای خانوادگی اتاق ایران
- دیدار با متخصصان و مشاوران حوزه کسب و کار
- نشست مشترک با اداره کل ارتباط با جامعه و صنعت دانشگاه تهران
- برگزاری ششمین هم‌نشینی خانوادگی
- نشست حلقه حامیان انجمن در اصفهان

خانواده‌ای رستگار
میراثی ماندگار
توسعه‌ای پایدار

مروری بر رویدادها و فعالیت‌های انجمن در پاییز ۱۴۰۴

-تمدید پروانه فعالیت انجمن به مدت چهار سال
-نشست بررسی برنامه‌های اثرگذاری اجتماعی انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی ایران با حضور نمایندگان انجمن و دکتر رضا درمان، مدیر عامل مؤسسه خیریه ابتکار نوید
-جلسه با دکتر بقایی، از تیم پژوهشی اتاق تهران
-نخستین جلسه مشورتی با رئیس مرکز توسعه رهبری استاد فضلی
-دومین جلسه کارگروه اثرگذاری اجتماعی، با موضوع بررسی مأموریت، چشم انداز و تصویب برنامه های کارگروه و تهیه متن نهایی بر اساس نظرات اعضا
-نشست حلقه حامیان انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی در اصفهان
-هفتمین همنشینی خانوادگی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی ایران
-برگزاری نشست داخلی با حضور متخصصان در مورد برگزاری هم‌نشینی های خانوادگی و تعیین موضوعات آنها
-برگزاری جلسه کمیسیون مشترک پروتکل سه جانبه همکاری با فدراسیون مشاوران
-دیدار با عیسی منصوری، معاون هلدینگ رسانه‌ای دنیای اقتصاد، با موضوع همکاری های رسانه‌ای میان دو نهاد
-جلسه تخصصی با دکتر حسین صامعی و علی ترقی جاه
-نشست با دکتر منوچهر انصاری، دانشیار دانشکده مدیریت دانشگاه
-دیدار و گفت و گو با دکتر مسعود نیلی، استاد برجسته اقتصاد دانشگاه شریف، پیرامون کسب‌وکارهای خانوادگی در ایران

-برگزاری سومین جلسه کارگروه اثرگذاری اجتماعی
-نخستین جلسه شورای راهبردی مرکز سرمایه‌گذاری و کسب‌وکار خانوادگی، اتاق تهران

-دیدار با موضوع بررسی همکاری با اتاق یزد
-نشست با کمیسیون مشترک با معاونت زنان و معاون وزیر اقتصاد
-دیدار با نویسندگان کتاب خلق و نگهداری ثروت
-رویداد اهمیت کسب و کارهای خانوادگی برای توسعه پایدار ایران
-برگزاری اولین مرحله دوره تداوم کسب و کار خانوادگی
-برگزاری مراسم رونمایی از کتاب کارآفرینی به شیوه علی اصغر حاجی بابا
-هشتمین هم‌نشینی خانوادگی انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی
-جلسه با دکتر محمدمهدی قائمی‌نیا موضوع مرکز FB دانشگاه شریف
-جلسه اعضای انجمن با آقای حمیدرضا مهدیان از شرکت انرژی
-دیدار با نرگس حاجی آقایی، حقوق‌دان، با محور ایجاد یک الگوی توسعه‌ای مبتنی بر فرانچایز برای گسترش فعالیت‌های انجمن و سامان‌دهی مراکز استانی
-جلسه با آقای کرامتی و آقای محمدی در مورد طرح انجمن مدیران صنایع
-جلسه هیات عامل با موضوع پیش ارائه هم‌نشینی ۲۷ آبان و دریافت بازخورد، و بررسی و تایید نهایی handout های قابل ارائه.

-بازدید تیم پژوهش جمعیت‌شناسی کسب‌وکارهای خانوادگی انجمن مدیران صنایع از رصدخانه زنان در معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری
-جلسه کمیسیون مسئولیت اجتماعی انجمن در بنیاد حامیان دانشگاه تهران
-نشست با معاونت زنان و خانواده ریاست جمهوری
-رویداد رهبری و کارآفرینی در شرکت‌های خانوادگی
-شرکت در نشست سالانه انجمن FBCG در عمان
-سومین هم‌نشینی نسل بعد انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی (NextGen)
-دومین همایش ملی کسب و کارهای خانوادگی

مروری بر رویدادها و فعالیت‌های انجمن در زمستان ۱۴۰۴

-نشست با معاونت امور استان‌ها و تشکل‌های اتاق ایران
-برگزاری دومین جلسه شورای راهبردی مرکز سرمایه‌گذاری و کسب‌وکارهای خانوادگی در اتاق تهران
-برگزاری جلسه با دکتر طاهر روشندل، رئیس دانشکدگان مدیریت دانشگاه تهران
-جایجایی دفتر انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی
-انتخاب رضا غیابی به عنوان یکی از سه چهره برگزیده در سومین رویداد برند کارفرمایی
-ارائه پیشنهاد تدوین قانون حمایت از کسب‌وکارهای خانوادگی
-ارائه پنل کسب‌وکارهای خانوادگی، در پنجمین کنفرانس بین‌المللی راهبری شرکتی سازمان مدیریت صنعتی
-دیدار با دکتر زارع مدیر منابع انسانی هلدینگ پرویزیان در اصفهان،
با موضوع عضویت این مجموعه در این انجمن
-دیدار با مهندس محسن خلیلی
-سمینار کسب‌وکارهای خانوادگی: فرصت‌ها و تهدیدها
-نهمین هم‌نشینی خانوادگی انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی
-هم‌اندیشی اعضای هیات مدیره انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی
-دیدار با رئیس دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه شریف

مروری بر رویدادها و فعالیت‌های انجمن در بهار ۱۴۰۵

-برگزاری اولین وبینار تاب‌آوری
-برگزاری جلسه باطراحی وبسایت انجمن
-دیدار با خانواده محترم اقبالیون
-برگزاری جلسه در موسسه ابتکار توسعه نوین
-برگزاری دومین وبینار تاب‌آوری
-جلسه با آقایان خسروی، طباطبایی و دکتر هامون طهماسبی در استودیو VCAST ۲۷
-نشست با آقای دکتر شکوری
-جلسه با آقای دکتر مهدی الهی و آقای دکتر نوروزی
-نشست با جناب آقای جعفر ذره‌بینی
-نشست با آقای دکتر شاهین فاطمی و مهندس نورمحمدی (برند درسا)
-برگزاری چهارمین هم‌نشینی نکست جن
-برگزاری دهمین هم‌نشینی خانوادگی انجمن
-برگزاری سومین وبینار تاب‌آوری
-کامل شدن روند انتصاب رؤسای هفتگانه انجمن

خلاصه‌ای از فعالیت‌ها و دستاوردها



رشد و توسعه اعضا



۱



سالِ سخت، سالِ ایستادگی

سال ۱۴۰۴، سالی پر از فراز و نشیب بود؛ سالی که خانواده‌ها و کسب‌وکارها هم‌زمان با چالش‌های اقتصادی، تورم، بی‌ثباتی و رخدادهای تلخ منطقه‌ای، روزهای دشواری را پشت سر گذاشتند. با این حال، آنچه این سال را متمایز کرد، نه صرفاً دشواری‌هایش، بلکه اراده برای ادامه دادن، همدلی و تلاش برای ساختن آینده‌ای بهتر بود.

انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی ایران نیز با اتکا به همراهی اعضای خود، مسیر خدمت را ادامه داد و کوشید چراغ گفت‌وگو، یادگیری و هم‌افزایی میان خانواده‌های کارآفرین را روشن نگه دارد. برگزاری هم‌نشینی‌های خانوادگی و نسل بعد، دومین همایش ملی کسب‌وکارهای خانوادگی، نشست‌ها و وبینارهای تخصصی، توسعه همکاری‌های ملی و بین‌المللی، انعقاد تفاهم‌نامه‌های راهبردی و گسترش فعالیت‌های انجمن در دانشگاه‌ها و استان‌ها، بخشی از تلاش‌هایی بود که در همین سال به ثمر نشست.

بی‌تردید برخی برنامه‌ها تحت تأثیر شرایط کشور با تغییر یا تأخیر همراه شد، اما آنچه متوقف نشد، عزم خانواده‌های عضو و باور مشترک به اهمیت کسب‌وکارهای خانوادگی در توسعه ایران بود.

گزارش پیش‌رو، مروری کوتاه بر مهم‌ترین فعالیت‌ها و دستاوردهای انجمن در سال ۱۴۰۴ است؛ روایتی از همراهی، تاب‌آوری و امید؛ ارزش‌هایی که سرمایه اصلی خانواده‌های کارآفرین در روزهای دشوار بوده و خواهد بود.

با گرامی‌داشت یاد همه هم‌وطنانی که امروز در کنار ما نیستند، امیدواریم سال پیش‌رو، سالی سرشار از آرامش، رونق و فرصت‌های تازه برای ایران و خانواده‌های کارآفرین باشد.

استراتژی اصلی انجمن

جذب، شبکه سازی و توانمندسازی اعضا

هماهنگی و هم‌رسانی برای معرفی اعضا، آگاهی بخشی، هم‌نشینی ماهیانه اعضای خانوادگی، جلسات هم‌آموزی مستقل و مشترک با اعضای حرفه‌ای

ایفای نقش سازمان دهنده زیست بوم کسب و کارهای خانوادگی

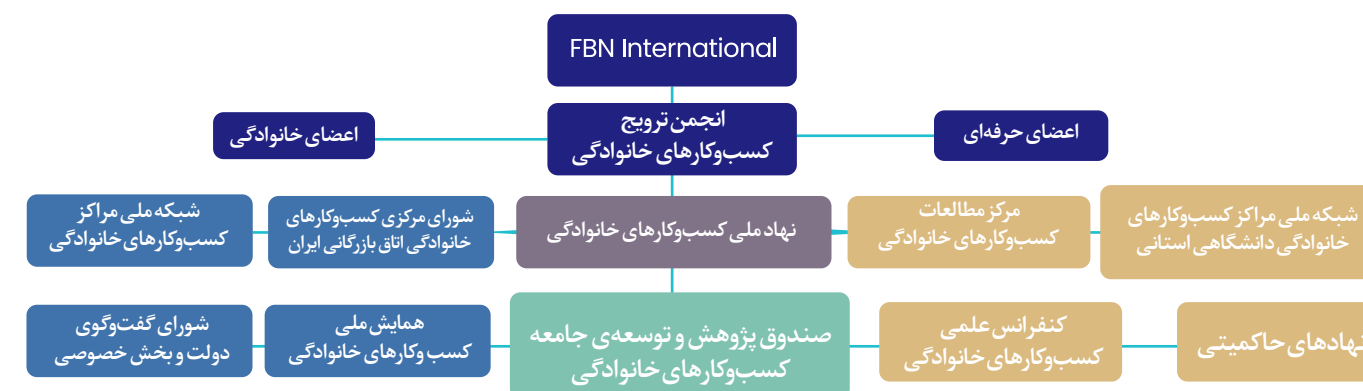
عقد تفاهم‌نامه‌ها برای توسعه بدنه دانشی و تربیت متخصصین، ارائه خدمات آموزشی، پژوهشی و ترویجی با نهادهای علمی و حرفه‌ای

نقش آفرینی ملی و بین‌المللی

هم‌کوشی با اتاق‌های بازرگانی و نهادهای حاکمیتی، حمایت‌گری و اصلاح قوانین، برگزاری همایش‌های سالیانه مستقل و مشترک، حضور در مجامع منتخب بین‌المللی

انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی در یک نگاه

نهاد ملی کسب و کارهای خانوادگی به عنوان محور هماهنگی میان انجمن‌های حرفه‌ای، اتاق‌های بازرگانی، مراکز علمی، و نهادهای حاکمیتی عمل می‌کند و شبکه‌ای مستقل، مکمل و هم‌افزا برای پیوند خانواده‌های کارآفرین با اکوسیستم هم‌آفرین و اتاق امیدآفرین فراهم می‌آورد.



انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی چتر ملی و ندای مشترک خانواده‌های کارآفرین و پلی است میان سنت و نوآوری، و نیز میراث گذشته و آینده.

مزایای کلیدی عضویت خانوادگی

حمایت‌گری و مطالبه‌گری برای جایگاه کسب و کارهای خانوادگی

حضور در رویدادها و کنفرانس‌های ملی و بین‌المللی

شبکه‌سازی و تبادل تجربه با هم‌تایان

دسترسی به آموزش‌ها مشاوره‌ها و منابع تخصصی

مشاوره و حمایت

معیارهای کلیدی عضویت خانوادگی

خوشنامی و اعتبار اجتماعی در حوزه فعالیت

همسویی با ارزش‌ها و اهداف انجمن

خانوادگی بودن کسب و کار، مشارکت حداقل دو نسل

تعهد به انتقال تجربه و آموزش نسل‌های بعد

پایبندی به اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت اجتماعی

مزایای کلیدی عضویت حرفه‌ای

آشنایی، بازآموزی و توسعه دانش تخصصی میان‌رشته‌ای در حوزه کسب و کارهای خانوادگی

آشنایی با نهادهای، رویدادها و کنفرانس‌های بین‌المللی حوزه کسب و کارهای خانوادگی

شبکه‌سازی با سایر اساتید، متخصصان، مشاوران و نهادهای حرفه‌ای و تشکیل کارگروه‌های چندرشته‌ای

نقش‌آفرینی در بازتنظیم سیاست‌های عمومی و ارتقای سهم بخش خانوادگی در اقتصاد و توسعه ملی

معرفی حوزه تمرکز خدمات خود به خانواده‌های کارآفرین عضو انجمن

معیارهای کلیدی عضویت حرفه‌ای

خوشنامی و اعتبار اجتماعی در حوزه فعالیت

همسویی با ارزش‌ها و اهداف انجمن و تعهد به انتقال تجربه و مشارکت فعال برای توسعه و ترویج یافته‌ها

عضویت در حداقل یکی از انجمن‌های حرفه‌ای و تخصصی

اختصاص بخش مشخصی از فعالیت‌ها به موضوعات مرتبط با خانواده‌های کارآفرین به عنوان یکی از حوزه‌های تمرکز

پایبندی به اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت اجتماعی

معرفی انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی

انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی، نهادی مدنی و غیرسیاسی است که به‌عنوان یک سازمان مردم‌نهاد و در چارچوب اساسنامه خود، با هدف تقویت هویت و اهلیت خانواده‌های کارآفرین ایرانی تأسیس شده، با پروانه فعالیت ملی از وزارت کشور، و شعار «خانواده‌ای رستگار، میراثی ماندگار، توسعه‌ای پایدار» در سطح ملی «توسط خانواده‌ها و برای خانواده‌ها» فعالیت می‌نماید.

خانواده‌ای رستگار، میراثی ماندگار، توسعه‌ای پایدار

رستگاری رمز ماندگاری و ماندگاری رمز توسعه پایدار است.

خانواده رستگار، تجلی تلاش، اخلاق و آینده‌نگری است؛ خانواده‌ای که با تکیه بر ارزش‌های انسانی و گفت‌وگوی سازنده، مسیر تعالی و توسعه پایدار را می‌پیماید. اعضای آن با همدلی، احترام متقابل و تعهد به یادگیری مداوم، در پی رشد فردی و جمعی‌اند و در مواجهه با چالش‌ها، همیار و پشتیبان یکدیگر باقی می‌مانند.

میراث ماندگار این خانواده‌ها حاصل کوشش و تجربه نسل‌های پیشین است که به‌مثابه سرمایه‌ای ارزشمند، راهنمای نسل‌های آینده می‌شود. چنین خانواده‌هایی با رعایت اصول حکمرانی مطلوب، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تعهد به توسعه پایدار، الگوی نیک‌زیستی و عامل پیشرفت جامعه محسوب می‌شوند.

هیئت مؤسس و ارکان راهبری دوره اول

هیئت مؤسس انجمن، که همگی از خانواده‌های کارآفرین و از پیشکسوتان اثرگذار این حوزه هستند، پس از سال‌ها نقش آفرینی، به خصوص در انجمن مدیران صنایع و حفظ سنگر بخش خصوصی، و با احساس نیاز و ضرورت ایجاد تشکلی تخصصی برای کسب‌وکارهای خانوادگی، از سال ۱۳۹۴، بر تأسیس این نهاد همت گماشتند و با تلاش و صبوری ایشان، مراحل اخذ موافقت اصولی، ثبت رسمی و دریافت پروانه فعالیت از وزارت کشور طی شد و انجمن از نیمه دوم سال ۱۴۰۱ فعالیت خود را آغاز نمود.



محمد رضا جابر انصاری
عضو هیئت‌مدیره



مهدی فضلی
نایب رئیس هیئت‌مدیره



سعید جابر انصاری
عضو هیئت‌مدیره و مدیرعامل



محسن خلیلی
رئیس هیئت‌مدیره



شاهین خلیلی
عضو علی‌البدل هیئت‌مدیره



صدیقه گرامی
بازرس



سیدعباس موسوی رهیما
عضو هیئت‌مدیره و خزانه‌دار

ارکان راهبری دوره دوم

با آغاز دوره دوم راهبری انجمن، تأکید بر جلوگیری از انقطاع بین‌نسلی، تقویت انتقال موفق بین‌نسلی در خانواده‌های کارآفرین و پایداری کسب‌وکارهای خانوادگی و توسعه اثرگذاری اجتماعی، محور فعالیت‌ها قرار گرفت. در این دوره، «حکمرانی خوب» به‌عنوان محور تمرکز انتخاب شده و چهار حوزه حکمرانی خانوادگی، شرکتی، مالکیتی و بشردوستانه چارچوب فعالیت‌های انجمن را شکل می‌دهد.

حفظ و ارتقای منزلت اجتماعی اعضا، بلوغ فرهنگ مالکیت، گسترش نوع‌دوستی فراگیر، اشتراک تجربه و یادگیری جمعی، حفظ حریم خصوصی، گفت‌وگوی هم‌افزا و ایجاد نهادهای کارآمد و پایدار از جمله ارزش‌های پیشنهادی انجمن برای مشارکت و تاثیرگذاری همه جانبه است.



حسن فروزان فرد
عضو هیئت‌مدیره و خزانه‌دار



محبوبه اکبری
عضو هیئت‌مدیره



علی نقیب
عضو هیئت‌مدیره



کمال میثمی فرد
نایب رئیس هیئت‌مدیره



سعید جابر انصاری
رئیس هیئت‌مدیره



فوزان صباحی
دبیر کل



سیدعلی حسینی نژاد
مدیرعامل



رضا غیابی
بازرس علی‌البدل



سیدمحمد دهقان نیری
بازرس اصلی



صدیقه گرامی
عضو علی‌البدل هیئت‌مدیره

ارزش‌ها و اصول راهبری

این ارزش‌ها همسو با چارچوب‌های اخلاقی و فرهنگی شبکه جهانی کسب‌وکارهای خانوادگی (FBN International) است و بستری برای رستگاری، ماندگاری و توسعه پایدار خانواده‌های کارآفرین فراهم می‌سازد. اعتماد و صداقت، احترام متقابل، رفتار حرفه‌ای، حفظ محرمانگی اطلاعات، شمول نسل‌ها و دیدگاه‌ها، تعهد و مشارکت فعال اعضا و عدم فعالیت مستقیم تبلیغاتی و انتفاعی (جهت حفظ فضای صمیمی و حرفه‌ای جلسات) میان خانواده‌ها، از مضامین اصلی این چارچوب است.

انجمن با تعهد به شفافیت، مسئولیت‌پذیری، پاسخ‌گویی، انصاف و اصالت، عملکرد خود را در معرض قضاوت افکار عمومی قرار می‌دهد و یکپارچگی و اصالت‌پندار، گفتار و کردار را بنیان راهبری اثرگذار می‌داند.

اعضای انجمن

اعضای حرفه‌ای انجمن:

سایر نقش‌آفرینان اکوسیستم کسب‌وکارهای خانوادگی (حقیقی و حقوقی) اعم از اساتید، پژوهشگران، نظریه‌پردازان، متخصصان، مدیران و مشاوران (مدیریت، کسب‌وکار، حقوق، روان‌شناسی، سرمایه‌گذاری، خانواده و ...)، نهادها و تشکلهای علمی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی ... که با تأیید کمیته عضویت حرفه‌ای انجمن، و قبولی شرایط عضویت و تعهد به مرامنامه عضویت، به عضویت انجمن در می‌آیند، تا با توسعه توانمندی و تمرکز تخصصی و یا حرفه‌ای خود در حوزه و یا بازار کسب‌وکارهای خانوادگی، به اعضای خانوادگی و کسب‌وکار ایشان برای دستیابی به اهداف خود کمک نمایند.

اعضای خانوادگی انجمن

شامل خانواده‌های کارآفرین ایرانی که کسب‌وکارشان صرفاً برای کسب سود نیست، بلکه ریشه در ارزش‌های اصیل خانوادگی و تاریخیچه واقعی آنها داشته، و با احراز معیارهای عضویت انجمن، همچون حسن شهرت، اصالت و دغدغه‌مندی برای توسعه ایران، و پرهیز از انحصار و رانت خاص در ارزش آفرینی، با تأیید کمیته عضویت خانوادگی انجمن، و قبولی شرایط عضویت و تعهد به مرامنامه عضویت، به عضویت انجمن در می‌آیند تا با هم‌افزایی، به انسجام خانواده، تداوم و توسعه موفق و پایدار بین نسلی کسب‌وکار، اثرگذاری اجتماعی و توسعه ملی بپردازند.



گزارش جلسه مجمع عمومی عادی سالیانه (نوبت اول)

جلسه‌ی مجمع عمومی عادی سالیانه (نوبت اول) انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی، به دنبال برگزاری جلسه‌ی فوق‌العاده، در روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۴/۳۱ در محل اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی ایران، برگزار شد. مهمترین عناوین دستور جلسه این نشست عبارت بود از:

- (۱) استماع گزارش هیئت مدیره و بازرس قانونی
- (۲) بررسی و تصویب صورت‌های مالی منتهی به ۱۴۰۳/۱۲/۳۰
- (۳) ارائه و تصویب برنامه و بودجه سال ۱۴۰۴
- (۴) انتخاب بازرس اصلی و علی‌البدل
- (۵) انتخاب روزنامه دنیای اقتصاد به عنوان روزنامه کثیرالانتشار
- (۶) سایر مواردی که در صلاحیت مجمع عمومی عادی باشد.

پس از ارائه‌ی گزارش هیئت مدیره و بازرس، و تصویب صورت‌های مالی منتهی به تاریخ ۱۴۰۳/۱۲/۳۰، اعضای انجمن برنامه و بودجه‌ی ارائه‌شده را به تصویب رساندند.

همچنین، از میان نامزدهای بازرسان و پس از معرفی هر کدام از آنها، انتخابات برگزار شده و سید محمد دهقان نیری به عنوان بازرس اصلی، و رضا غیابی به عنوان بازرس علی‌البدل برگزیده شدند.

افزون بر این، با تصمیم جمعی اعضای حاضر، روزنامه‌ی دنیای اقتصاد به عنوان روزنامه‌ی کثیرالانتشار، جهت همکاری رسانه‌ای، انتخاب شد. در پایان نشست نیز پس از بررسی پیشنهادهای حاضران، حق عضویت اعضا بدون افزایش تثبیت شد.

معرفی عضو جدید

یکی از سیاست‌های محوری انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی ایران، فراهم‌سازی زمینه‌ای برای گسترش هرچه بیشتر مشارکت خانواده‌های کارآفرینی در روندهای تصمیم‌گیری جمعی و تأثیرگذار بر سرنوشت این کسب‌وکارها در ایران است. جذب مستمر اعضای جدید مهم‌ترین پیش‌شرط برای تحقق چنین هدفی است.

در تیرماه سال جاری، انجمن شاهد پیوستن یکی از کارآفرینان برجسته به جمع خود بود. انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی ایران پیوستن شرکت چاپ و بسته‌بندی ماتریس نقش آفرین، به مدیریت حجت الله کشانی، به جمع خانواده‌ی بزرگ خود را تبریک می‌گوید.

مجتمع چاپ ماتریس، به عنوان بزرگترین مرکز تولید همزمان انواع محصولات چاپی، فعالیت خود را از سال ۱۳۷۷، با هدف ارتقای صنعت چاپ و بسته‌بندی ایران آغاز نموده است، و در جهت رفع نیاز بازار بسته‌بندی، با استفاده از نیروهای متخصص و کارآزموده، مواد اولیه مرغوب و تیم کنترل کیفیت منظم و دقیق، به استناد دریافت گواهینامه ISO ۹۰۰۱-۲۰۰۸، از کشور انگلستان، همگام با مجهزترین دستگاهها و فناوری روز دنیا توانسته گامهای مؤثری در جهت افزایش کیفیت بسته‌بندی محصولات ایرانی بردارد.

از جمله افتخارات این مجموعه میتوان به دریافت سیمرغ بهترین اثر چاپی کشور به صورت متوالی در جشنواره‌های شانزدهم، هفدهم و هجدهم صنعت چاپ اشاره کرد. چاپ ماتریس همچنین موفق به دریافت نشان عالی برترینهای صنعت و تجارت ایران و نشان کارآفرین برتر شده است.



۳۱ تیرماه ۱۴۰۴

گزارش جلسه مجمع عمومی فوق‌العاده (نوبت اول)

جلسه‌ی مجمع عمومی فوق‌العاده (نوبت اول) انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی، روز سه شنبه، مورخ ۱۴۰۴/۰۴/۳۱، در محل اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، و با حضور اکثریت اعضای انجمن برگزار شد.

در این جلسه اعضا به بررسی اصلاح مفاد اساسنامه و دیگر مواردی که در صلاحیت مجمع عمومی فوق‌العاده است پرداختند.

مهمترین مصوبه‌ی این نشست اصلاح مفادی از اساسنامه به شرح زیر بود

ماده ۱۰.

انواع عضویت انجمن در دو گروه به شرح زیر تعریف میشود:

الف. گروه اول، اعضای خانوادگی

اعضای خانوادگی شامل اشخاص حقوقی (کسب‌وکارهای خانوادگی) هستند که علاقمند به رشد و توسعه و نیز دغدغه‌مند پایداری کسب‌وکار خانوادگی و انتقال بین نسلی هستند. این اعضا ضمن پذیرش اساسنامه، آیین‌نامه عضویت، مرامنامه و مقررات انجمن، دارای حق رای در مجامع عمومی و کاندیداتوری هیات مدیره یا بازرس هستند.

تمامی اعضای سببی و نسبی خانواده‌ی کسب‌وکار خانوادگی اعم از آنانی که سهامدار هستند و یا نیستند، چه در کسب‌وکار خانوادگی فعال هستند و یا نیستند، میتوانند از فرصت‌های قابل دستیابی برای اعضای خانوادگی بهره‌مند گردند، لیکن فقط یک نفر به عنوان نماینده‌ی عضو میتواند از حق رای و کاندیداتوری استفاده نماید.

ب. گروه دوم، اعضای حرفه‌ای

اعضای حرفه‌ای شامل اشخاص حقوقی و حقیقی هستند که حوزه فعالیت آنان بنابر نیازهای جامعه هدف انجمن امکان توجه و تمرکز بر دغدغه‌ها و پاسخگویی به چالش‌های کسب‌وکارهای خانوادگی را به شکلی اثربخش و کارآمد فراهم می‌آورد. این اعضا ضمن پذیرش اساسنامه، آیین‌نامه عضویت، مرامنامه و مقررات انجمن، فاقد حق رای در مجامع عمومی و کاندیداتوری هیات مدیره هستند. لیکن این اعضا بصورت شخص حقیقی یا نماینده شخص حقوقی امکان کاندیداتوری برای سمت بازرس خواهند داشت.

ماده ۱۴.

مجمع عمومی عادی سالیانه حداکثر تا چهار ماه پس از پایان سال مالی یا طبق مقررات جاری کشور تشکیل خواهد شد.

ماده ۱۴ - تبصره ۳.

دعوت برای مجمع عمومی عادی از طریق درج آگهی در روزنامه کثیرالانتشار حداقل ۱۰ روز و حداکثر ۴۰ روز قبل از برگزاری مجمع صورت می‌پذیرد.

ماده ۱۵ - بند ۵.

- ۱-۵- تصویب صورتهای مالی انجمن
- ۲-۵- تصویب برنامه و بودجه انجمن

ماده ۱۶.

دعوت برای مجمع عمومی فوق‌العاده از طریق درج آگهی در روزنامه کثیرالانتشار حداقل ۱۰ روز و حداکثر ۴۰ روز قبل از برگزاری مجمع صورت می‌پذیرد.

ماده ۲۴ - تبصره ۲.

حذف شد.

ماده ۲۵.

انجمن دارای یک نفر بازرس اصلی و یک نفر بازرس علی‌البدل می‌باشد که در مجمع عمومی عادی با رای کتبی و برای مدت یکسال انتخاب می‌گردند. انتخاب مجدد بازرسان بلامانع است.

گزارش جلسات مرداد ماه انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی

گزارش دومین هم‌نشینی نسل بعد انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی (NextGen)

دومین هم‌نشینی نسل بعدی (NextGen) چهارشنبه ۱۵ مرداد ۱۴۰۴ برگزار شد. این رویداد شامل سخنرانی‌ها، بحث‌های گروهی، بازی و شبکه‌سازی بود. راهبری این نشست برعهده‌ی گروه نکست‌جن، بانقش آفرینی آقایان کمال میثمی فرد (نایب رئیس انجمن)، سینا توفیق‌نیا (کارشناس تحقیق و توسعه انجمن) و خانم رضایی کارشناس برنامه‌ریزی بود.

کلیات و هدف نشست

هدف کلی این نشست که ذیل عنوان «گامی از مالک‌محوری به‌سوی مدیرمحوری» صورت‌بندی شده بود، بررسی موضوع انتقال مالکیت و نقش ساختارهای حاکمیتی در کسب و کارهای خانوادگی بود. کمال میثمی فرد در سخنرانی نخست این برنامه به معرفی ابعاد این موضوع و ارائه‌ی پیشنهادهایی برای برگزاری نشست بعدی نکست‌جن پرداخت.

روش کارهدف

سینا توفیق‌نیا در سخنان خود، ضمن ارائه‌ی توضیحاتی درباره‌ی محتوای این نشست، به اهمیت ایجاد ابزارهای گفت‌وگو، یادگیری مهارت‌های گفت و گویی و انتقال رابطه، نقش مادر و زن در ایجاد گفت‌وگو بین نسلی، تشکیل کمیته‌ی نکست‌جن پرداخت.

مورد مطالعاتی

در این بخش، یکی از نمونه‌های ورود نسل بعد به حوزه‌ی کسب و کارهای خانوادگی مورد بررسی قرار گرفت. فاطمه نظری، از نسل چهارم کسب و کار خانوادگی نظری (با حوزه‌ی فعالیت کشاورزی)، به روایت زمان و نحوه‌ی ورود خویش به کسب و کار خانوادگی، و چالش‌های پیش روی آن، پرداخته و راهکار پیشنهادی خود برای مواجهه با این چالش‌ها را مثبت‌اندیشی و پرهیز از اجبار برای قرار گرفتن در موقعیت کاری دانست.

ارائه‌ی نظری و مفهومی

در ادامه‌ی نشست، آقای گلستانی، عضو حرفه‌ای انجمن و از اعضای نسل دوم، ضمن ارائه‌ی روایتی از کسب و کار خانوادگی خود، به طرح و بررسی برخی از پرسش‌های متداول

در این حوزه پرداخته و بر ضرورت هم‌فهمی و همدلی در این زمینه تأکید کرد. وی سپس به شیوه‌ای تعاملی حاضران در نشست را وارد یک فرایند تبادل نظر درباره‌ی ابعاد احساسی فعالیت در کسب و کارهای خانوادگی کرد.

بازی تعاملی بینگو

پس از سخنرانی چهار نفر از اعضای کمیته‌ی نکست‌جن، که موضوع آن معرفی خود و کسب و کارشان بود، سینا توفیق‌نیا بازی تعاملی بینگو را معرفی و قواعد آن را تشریح کرد. هدف اصلی از بازی بینگو بهبود شبکه‌سازی و آشنایی افراد با یکدیگر، از طریق حدس نام و نام خانوادگی افراد بود. در این بازی سر نخ‌هایی طراحی شد که بر اساس آن هر کدام از افراد حاضر، حداقل بایستی با چهارنفر از حضار آشنا شده و به بحث و گفت‌وگو پردازد.



انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی مرداد ماه پرکاری را پشت سر گذاشت که یکی از نموده‌های آن برگزاری جلسات متعدد با متخصصان دانشگاهی، نمایندگان شرکت‌ها و سازمان‌های مختلف بود، جلساتی که حاصل آنها گفت و گو و تبادل نظر بر سر مسائل اصلی پیش روی کسب و کارهای خانوادگی در ایران و نیز پیشبرد اهداف انجمن بود.

فعالیت انجمن در مرداد ماه، با برگزاری جلسه‌ای میان نمایندگان انجمن و خانم مریم خوانساری، نماینده‌ی شرکت هریسون و عضو هیئت مدیره‌ی سندیکای پیمانکاران ساختمانی، در نخستین روز ماه، آغاز شد. در این نشست، دو طرف درباره‌ی وضعیت کسب و کارهای خانوادگی در ایران و امکان پیوستن شرکت هریسون به انجمن گفت‌وگو کردند.



۱۱ مرداد ماه ۱۴۰۴

در پنجم مرداد ماه جلسه‌ای میان انجمن مشاوران مدیریت در موسسه گاما و نمایندگان انجمن، با موضوع برگزاری مجموعه رویدادهای مرتبط با کسب و کارهای خانوادگی برگزار شد.

در هفتم مرداد ماه، دیداری میان دبیر انجمن مدیران صنایع و نمایندگان انجمن با محور طرح جمعیت‌شناسی کسب و کارهای خانوادگی صورت پذیرفت.

در یازدهم مرداد ماه نیز، نمایندگان انجمن با دبیر کل اتاق تهران دیداری داشته و طی آن درباره‌ی هماهنگی فعالیت‌ها میان مرکز کسب و کارهای و خانوادگی اتاق تهران گفت‌وگو شد.

در دوازدهم این ماه، جلسه‌ای تخصصی میان نمایندگان انجمن و دکتر آرامستی، عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه شریف برگزار شد که در آن درباره‌ی برخی مباحث تخصصی حوزه‌ی کسب و کارهای خانوادگی رایزنی شد.



۱۲ مرداد ماه ۱۴۰۴

در هجدهم مرداد ماه، ارکان انجمن پذیرای نمایندگان خانوادگی نصرالله‌زاده (مالک شرکت تاکنوگاز) بوند و طی آن درباره همکاری‌های مشترک در انجمن صنایع لوازم خانگی با هم تبادل نظر کردند.



۱۸ مرداد ماه ۱۴۰۴

در نوزدهم این ماه شاهد برگزاری نشستی مشترک میان دکتر سمیعی نسب (رئیس پژوهشکده تدبیر)، خانم دکتر صباحی (مدیر اندیشکده‌ی کسب و کارهای خانوادگی) و ارکان انجمن با موضوع بررسی برنامه‌ها و اقدامات مشترک برای تدوین سند سیاست‌گذاری کسب و کارهای خانوادگی بود.



۱۹ مرداد ماه ۱۴۰۴



مرداد ماه ۱۴۰۴

تفاهم نامه سه جانبه میان انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی ایران، فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب و کار ایران و انجمن مشاوران مدیریت ایران

انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی، در راستای گسترش همکاری های نهادی خود با سازمان ها و مؤسسات مرتبط با حوزه ی کسب و کارهای خانوادگی، در تاریخ یکشنبه ۱۹ مرداد، تفاهم نامه ای سه جانبه را با انجمن مشاوران مدیریت ایران و فدراسیون مشاوران مدیریت ایران منعقد نمود. این تفاهم نامه که مدت آن سه سال، از تاریخ ۱۴۰۴/۰۵/۰۱ به بعد، می باشد در ۹ ماده منعقد شد و اهم مفاد آن به شرح زیر است.

نقشه ی راه به منظور توسعه ی نظام ملی مشاوره، توسعه ی بدنه ی دانشی، حکمرانی خوب و مدل بلوغ در کسب و کارهای خانوادگی ایران، توسعه ی شبکه ی ملی مراکز کسب و کارهای خانوادگی ایران و افزایش سهم کسب و کارهای خانوادگی از GDP ایران تا سطح میانگین جهانی، را تعریف کردند. از جمله دستاوردها و برنامه های مورد انتظار سالانه ای که تفاهم نامه آنها را مصرح کرده است می توان به برگزاری همایش های سالانه، برگزاری دوره های آموزش ارتقای مشاوران مدیریت، و برگزاری نشست های مشترک میان تشکلی، به صورت فصلی، با مشارکت طرف های توافق و هر یک از تشکلهای دیگر اشاره کرد.

در تفاهم نامه، همچنین، بر انتشار گزارش نمونه های موفق ملی همکاری مشاوران و خانواده های کارآفرین تأکید شده است. افزون بر این، راه اندازی و توسعه ی مستمر پرتال ملی مشاوران تأیید شده از ابعاد مختلف مرتبط با حوزه ی کسب و کارهای خانوادگی در دستور کار قرار گرفت.

افزون بر این، طرف های تفاهم دستورالعمل ها و رویه هایی را برای پیشبرد همکاری، پایش و ارزیابی اثربخشی و گزارش دهی درباره ی نحوه ی تحقق اهداف تفاهم نامه تدوین کردند، که وظیفه ی تمشیت آنها بر عهده ی کمیسیون مشترکی، متشکل از نمایندگان سه طرف، خواهد بود. از جمله شاخص هایی که این کمیسیون، بر اساس آنها، دست به پایش و ارزیابی خواهد زد می توان به تعداد مشاوران مدیریت آموزش دیده و تأیید صلاحیت شده، تعداد پروژه های نمونه ی منتشر شده و گزارش میزان اثربخشی آنها، میزان دسترسی و رضایت اعضای کسب و کارهای خانوادگی و میزان تأثیرگذاری بر سیاست گذاری ها و توسعه ی اکوسیستم اشاره کرد.

موضوع این تفاهم نامه «همکاری مشترک به منظور کمک به توسعه ی ظرفیت مشاوران مدیریت در حوزه ی کسب و کارهای خانوادگی، با تمرکز بر نقشه ی راه پایداری آنها، با همکاری نهادهای داخلی و بین المللی» است. هدف از این همکاری تحقق برنامه هایی نظیر کمک به توسعه ی ادبیات مشاوره ی مدیریت، پرورش مشاوران مدیریت و احراز صلاحیت مشاوران مدیریت در حوزه ی کسب و کارهای خانوادگی است. همچنین رسالت این تفاهم نامه «هم افزایی و نهادینه سازی توسعه ی نظام ملی مشاوره ی کسب و کارهای خانوادگی، با رویکردی میان رشته ای، حرفه ای و نسلی» تعریف شده است. طرف های تفاهم بر سر ارائه ی چشم اندازی که در آن اطمینان از دسترسی و بهره مندی خانواده های کارآفرین و کسب و کارهای خانوادگی سراسر کشور از مشاوره های تخصصی و اثربخش در جهت بهبود، ماندگاری و اثرگذاری حکمرانی عناصر اصلی را تشکیل می دهند، به توافق رسیدند.

افزون بر این، طرفه های تفاهم یک برنامه ی تقسیم کار مشترک را تعریف کردند که فدراسیون نقش عهده دار ایجاد پل ارتباطی میان اتاق بازرگانی و شبکه ی اتاق ها برای استفاده از ظرفیت های میان تشکلی و اتاق ها، و نیز تسهیل فضای تبادل تجربه میان تشکلهای آنها، انجمن مشاوران نیز مسئولیت طراحی و اجرای برنامه های بازآموزی و ارتقای توانمندی مشاوران مدیریت، و نیز تدوین سازوکار احراز صلاحیت و رتبه بندی این گروه از مشاوران را برعهده گرفت. بر اساس تفاهم نامه، انجمن ترویج نیز عهده دار ایجاد بستر مناسب برای طرح مسائل و چالش ها و تسهیل دسترسی مشاوران برای گفت و گوی نزدیک شد.

طرف های تفاهم، همچنین حوزه های مشترکی نظیر انجام نظرسنجی ها و مطالعات آماری، انجام مطالعاتی در حوزه ی صنعت مشاوره و کمک در تهیه ی

با نام خدا

تفاهم نامه همکاری سه جانبه

مقدمه:

- از آنجا که فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب و کار ایران به عنوان یکی از مادر تشکلهای اقتصادی اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی ایران و با مأموریت ایجاد شبکه ای از تشکلهای حوزه مدیریت و مشاوران ایران در راستای اهداف زیر بنا گردیده،
- هم افزایی در توان حرفه ای و پژوهشی تشکلهای عضو فدراسیون از یکسو و افزایش ظرفیت در تعامل با دولت، بخش خصوصی و تشکلهای همتا از سوی دیگر با هدف بهبود محیط کسب و کار
- ارتقای ظرفیت و توانمندی تشکلهای عضو و ایجاد هم افزایی بین آنها از طریق همکاری های تخصصی جهت ارائه خدمات به سازمان های متقاضی
- توسعه تعاملات با نهادهای متناظر ملی، منطقه ای و بین المللی در جهت اشتراک تجربیات، دانش و مهارتهای حوزه های مختلف مدیریت و انتقال دانش روز به کشور
- رهبری صنعت مدیریت و مشاوره در ارائه خدمات نوآورانه و فناورانه
- تطبيق، بهبود و ارتقای موقعیت علمی فدراسیون در مجامع علمی و تخصصی

و از آنجا که انجمن مشاوران مدیریت ایران به عنوان تشکل صنفی موسسات مشاوره مدیریت و افراد حرفه ای در این حوزه تاسیس شده و اهداف زیر را پی می گیرد:

- توسعه برند انجمن مشاوران مدیریت ایران در سطح ملی و حضور مؤثر در تمام حوزه های تصمیم ساز
- توسعه بازار مشاور مدیریت
- توسعه ارتباطات بین المللی با مشاوران و متخصصان مدیریت کشورهای دیگر و ایجاد پل ارتباطی بین مشاوران ایرانی و بین المللی
- ارتقاء توانمندی و مهارت مشاوران مدیریت ایرانی تا سطح مشاوران بین المللی
- توسعه ارتباطات داخلی و تقویت مرکزیت انجمن
- گسترش فعالیتهای در حوزه مسئولیتهای اجتماعی

و از آنجا که انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی با پشتوانه تاریخی موسسان و اعضای خود که نسل های متعدد از خانواده های کارآفرین و نیز مشاوران حوزه های مختلف هستند، در چارچوب خط مشی خود:

- مدل کسب و کارهای خانوادگی را به عنوان مدل برتر مشارکت در اقتصاد مردمی دانسته و تغییر قطب نمای توسعه کشور به سمت کسب و کارهای خانوادگی را ضروری می پندارد، و شاخص میزان تحقق آن را در افزایش سهم این بخش در GDP دانسته که به متوسط جهانی یعنی ۷۰ درصد برسد.
- برای توسعه و ترویج مفاهیم حکمرانی خوب به ویژه در چهار جنبه خانوادگی، شرکتهای مالکیتی، بشردوستی، توانمندسازی خانواده های کسب و کاری و نیز مشاوران حوزه های مختلف را مهم می پندارد.
- توسعه حضور کسب و کارهای خانوادگی در عرصه بین المللی را زمینه مناسبی برای جذب سرمایه گذاری خارجی و نیز بهبود تراز تجاری کشور می داند.
- و به منظور تحقق موارد فوق، به عنوان عضوی مؤثر در راهبری اکوسیستم آموزش، مشاوره، تحقیق و حمایت گیری، برای حوزه کسب و کارهای خانوادگی، از طریق بازوی علمی خود (موسسه مطالعات کسب و کارهای خانوادگی) ایفای نقش می نماید.



۲۸ مرداد ماه ۱۴۰۴

از ماست که بر ماست

پنجمین هم‌نشینی خانوادگی انجمن کسب و کارهای خانوادگی ایران

پنجمین نشست هم‌نشینی انجمن کسب و کارهای خانوادگی، در ۲۸ مرداد ۱۴۰۴، در باشگاه فرمانیه، با حضور جمعی از خانواده‌ها و ارکان انجمن برگزار شد. در این نشست، که با حضور صمیمی اعضای خانوادگی و حرفه‌ای انجمن همراه بود، برنامه‌های متنوعی از سوی انجمن برای حضاران تدارک دیده شده بود. گذشته از سخنرانی و ارائه‌ی چند نفر از اعضا با موضوع بشردوستی و خیریه در کسب‌وکار خانوادگی، که مهم‌ترین محور این هم‌نشینی بود، برخی از نمایندگان خانواده‌ها، به روایت تجارب و خاطرات خود از پیشامدهای درس‌آموز در راه ایجاد و توسعه کسب‌وکار خویش پرداختند.

سعید جابرانصاری نخستین سخنران این هم‌نشینی بود که با ذیل عنوان کنایی «از ماست که بر ماست»، مطالبی را درباره‌ی اهمیت «تداوم اثرگذاری اجتماعی کسب‌وکارهای خانوادگی» با حضاران در نشست در میان گذاشت. وی بحث خود را با اشاره به چارچوب ارزشی مستخرج از قرآن در سوره‌ی والعصر آغاز کرد. این چارچوب ارزشی شامل چهار رکن اساسی رستگاری، یعنی ایمان، عمل صالح، توصیه به حق، و توصیه به صبر می‌شود، و برترین مصداق عمل صالح جمعی در شرایط کنونی ایران، چیزی جز تغییر جهت قطب‌نمای توسعه به سوی الگوی برتر کسب‌وکار، یعنی کسب‌وکارهای خانوادگی نیست.

به اعتقاد جابرانصاری، این جهت‌گیری هم‌راستا با اهداف هفده‌گانه‌ی توسعه‌ی پایدار سازمان ملل نیز هست که محصول خرد جمعی ۱۹۷ کشور جهان است. وی، در ادامه، مصداق «شناخت حق» را پژوهش علمی و تلاش برای سرمایه‌گذاری مداوم در آن دانست. دعوت به صبر را نیز معادل با تلاش صبورانه‌ی جمعی و خانوادگی برای تحقق اهداف متعالی و سر بلند کردن ایران در جهان معرفی کرد.

به اعتقاد او، نابسامانی‌های اقتصادی، صنعتی و حتی روابط بین‌نسلی، پیامد اعمال و سکوت خود ماست و آینده‌ی کشور تنها با تلاش فردی، خانوادگی و جمعی قابل تغییر است و در واقع، آینده‌ی اقتصادی و اجتماعی ایران در گرو تصمیمات و عملکرد امروز خانواده‌های کارآفرین است.

جابرانصاری، با اشاره به سهم حدوداً ۷۰ درصدی کسب‌وکارهای خانوادگی از تولید ناخالص جهانی، به توان بالقوه‌ی این بخش از اقتصاد برای تبدیل شدن به

موتور محرک توسعه‌ی پایدار در ایران اشاره کرد. این موضوع از آن جهت اهمیت دارد که نوعی هم‌سویی آشکار میان چشم‌اندازهای توسعه‌ی پایدار سازمان ملل و رسالت خانواده‌های کارآفرین وجود دارد. بر این اساس، از جمله ویژگی‌های خانواده‌های موفق کارآفرین در جهان می‌توان به حکمرانی خوب، شمول اجتماعی، توجه به محیط زیست و رشد پایدار اشاره کرد.

وی، با اشاره به انتقال ۸۵ تریلیون دلار ثروت بین‌نسلی تا سال ۲۰۳۵ در سطح جهان، این موضوع را فرصتی تاریخی برای نسل جوان عنوان کرد تا با راهبردهای درست، در حل معضلات اجتماعی و زیست‌محیطی نقش‌آفرینی کنند.

همچنین از راه‌اندازی «مؤسسه‌ی مطالعات میان‌رشته‌ای کسب‌وکارهای خانوادگی» و «صندوق پژوهش و توسعه‌ی جامعه‌ی کسب‌وکارهای خانوادگی» خبر داد و گفت: این نهادها می‌توانند به اصلاح ناترازی‌های مدیریتی و مالکیتی کشور کمک کنند و پلی میان حکمرانی اقتصادی خانواده‌های کارآفرین و حکمرانی ملی ایجاد نمایند.

او سه محور اصلی نشست را چنین برشمرد:

۱. انتخاب حوزه‌ی عمل صالح و حکمرانی بشردوستانه‌ی خانواده‌ها
۲. انتخاب حوزه‌ی مسئولیت اجتماعی کسب‌وکارهای خانوادگی
۳. انتخاب سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی تأثیرگذار

رئیس هیئت مدیره انجمن، در پایان ضمن قدردانی، خواستار مشارکت بیشتر نسل‌های بعدی در فعالیت‌های انجمن شد و شعار این دوره‌ی نشست را یادآور شد: «خانواده‌ای رستگار، میراثی ماندگار، توسعه‌ای پایدار».

نیکوکاری خانوادگی

راهی برای ماندگاری میراث و تقویت مسئولیت اجتماعی

نسیم غنبر طهرانی، عضو هیئت علمی دانشگاه خوارزمی، و عضو حرفه‌ای انجمن، دومین سخنران این نشست بود که درباره‌ی راهبردهای فعالیت‌های نیکوکارانه در کسب‌وکارهای خانوادگی سخنرانی کرد. وی سخنرانی خود را با تأکید بر این نکته آغاز کرد که کسب‌وکارهای خانوادگی تنها بنگاه‌های اقتصادی نیستند، بلکه در حکم ستون‌هایی اجتماعی و فرهنگی در جامعه هستند. این نوع کسب‌وکارها، به دلیل پیوند میان سرمایه‌ی مالی و سرمایه‌ی عاطفی، تصمیم‌گیری‌های بلندمدت و کم‌مخاطره‌تری دارند، و در ارتباط نزدیک با بافت فرهنگی و محلی فعالیت می‌کنند. چنین ویژگی‌هایی آن‌ها را به بازیگرانی کلیدی در توسعه‌ی اجتماعی و اقتصادی پایدار بدل می‌سازد.

این استاد دانشگاه خوارزمی، در ادامه، به بررسی نقش نیکوکاری خانوادگی در تقویت میراث خانوادگی پرداخت و اشاره کرد که اجرای مسئولیت اجتماعی شرکتی زمانی مؤثرتر خواهد بود که با ارزش‌های نیکوکارانه‌ی خانواده همسو باشد. این همسویی نه تنها به ارتقای اعتبار و برند خانوادگی کمک می‌کند، بلکه اعتماد اجتماعی را نیز افزایش داده و سرمایه‌ی اجتماعی جدیدی برای نسل‌های بعدی ایجاد می‌کند.

طهرانی، سپس، به ارائه نتایج یک مطالعه تطبیقی درباره نیکوکاری خانوادگی در کشورهای مختلف پرداخت. بر اساس این مطالعه، از جمله روندهای جهانی نیکوکاری می‌توان به رشد بنیادهای خانوادگی به‌عنوان نهادهای سازمان‌یافته برای هدایت کمک‌ها، انتقال ثروت در زمان حیات به‌جای وصیت پس از مرگ، اهدای استراتژیک با تمرکز بر اثرگذاری اجتماعی، و سرمایه‌گذاری در

سازمان‌های اجتماعی و منابع انسانی اشاره کرد.

با این همه، چالش‌هایی نظیر فضای بی‌اعتمادی عمومی، ضعف در شفافیت، و کمبود مدل‌های مالی پایدار برای فعالیت‌های نیکوکارانه همچنان مانع اثرگذاری کامل این اقدامات است. به گفته طهرانی، برای غلبه بر این چالش‌ها، پیشنهادها و راهکارهایی ارائه شده است که مهم‌ترین آنها عبارتند از: رسمی‌سازی و حرفه‌ای‌سازی فعالیت‌های نیکوکارانه، ایجاد مدل‌های مالی پایدارتر و متنوع، توسعه بنیادهای خانوادگی در حوزه اعطای کمک مالی، استفاده از ابزارهای نوین مالی و سرمایه‌گذاری، حمایت دولت از طریق تدوین قوانین مناسب، و اطلاع‌رسانی و آموزش برای افزایش آگاهی و اعتماد عمومی. افزون بر این، طهرانی، همچنین، بر ضرورت نگاه اکوسیستمی به نیکوکاری تأکید کرد. به اعتقادی وی، تأثیرگذاری پایدار تنها زمانی محقق خواهد شد که تمامی عناصر اکوسیستم-از خانواده‌های کارآفرین و بنیادهای نیکوکاری گرفته تا دولت و جامعه مدنی-در هماهنگی با یکدیگر عمل کنند.

از نظر سخنران، نیکوکاری خانوادگی یکی از مهم‌ترین راهکارها برای حفظ و تقویت میراث خانوادگی است، میراثی که نه تنها ثروت و دارایی مادی، بلکه ارزش‌های اخلاقی، سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری نسل‌ها را نیز در بر می‌گیرد. وی در انتهای سخنان خود، با دعوت به تفکر استراتژیک، اقدام جمعی و حرکت به سوی اثرگذاری اجتماعی اظهار کرد که خانواده‌های کارآفرین می‌توانند، با پیوند دادن میراث خانوادگی به مسئولیت اجتماعی، سهمی ماندگار در توسعه پایدار و ارتقای کیفیت زندگی جامعه ایفا کنند.

دکتر طهرانی، پس از پایان سخنرانی خود، برگه‌هایی حاوی یک نظرسنجی با مضمون برداشت و نظر خانواده‌های حاضر در این هم‌نشینی درباره نتایج مثبت و منفی این نشست در میان حضاران توزیع کرد.



۴ شهریور ماه ۱۴۰۴

در ابتدای نشست، سعید جابرانصاری، رئیس هیئت‌مدیره انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانگی، به تشریح برنامه‌ها و اهداف انجمن برای مهمانان پرداخت و سپس دو طرف به تبادل نظر درباره‌ی راهکارهای همکاری مؤثر میان این دو نهاد پرداختند. پس از آن دو طرف درباره‌ی فرصت‌های همکاری با هم به تبادل نظر پرداختند و از جمله پیشنهاد شد که اقداماتی نظیر برگزاری نشست‌ها و رویدادهای مشترک با محوریت زنان فعال در کسب‌وکارهای خانوادگی، مستندسازی و انتشار داستان‌های موفقیت زنان کارآفرین در کسب‌وکارهای خانوادگی، ایجاد بانک داده‌ی مشترک از زنان فعال، با اطلاعات و ظرفیت‌ها برای شبکه‌سازی، هم‌افزایی در برگزاری رویدادی به عنوان یک بستر ملی برای معرفی نمونه‌ها و ایجاد کارگروه مشترک تحقیق و آموزش در حوزه‌ی حکمرانی و انتقال بین‌نسلی کسب‌وکارهای خانوادگی، به عنوان فرصت‌هایی برای همکاری، در دستور کار قرار گیرد.

افزون بر این، این نشست چند پیشنهاد اجرایی به دنبال داشت که عبارتند از: راه‌اندازی شتاب‌دهنده ویژه زنان در کسب‌وکارهای خانوادگی، طرح ملی شناسایی و رصد زنان کارآفرین در ساختارهای خانوادگی و صنعتی، همکاری در برنامه‌های آموزشی شامل مهارت‌های مدیریتی، مالی و توسعه بازار و طراحی مدل حمایت و مشاوره برای بحران‌ها و چالش‌های خانوادگی تجاری.

دیدار با نمایندگان انجمن ملی زنان کارآفرین

در همین روز، انجمن ترویج میزبان خانم آمنه حسینی، مدیر پژوهش انجمن مدیران صنایع بود، که طی آن جوانب مختلف قرارداد طرح پژوهشی جمعیت‌شناسی کسب‌وکارهای خانوادگی در ایران مورد بررسی قرار گرفت و تصمیمات لازم در این باره اتخاذ شد.

جلسه‌ی بررسی موضوع سرپرستی گروه مطالعات سیاست‌گذاری

در یکم شهریور ماه، نخستین جلسه‌ی نمایندگان انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی ایران با دکتر سعید عطار، با موضوع سرپرستی گروه مطالعات سیاست‌گذاری، به صورت مجازی برگزار شد. در این جلسه درباره‌ی چارچوب کارگروه و نیازهای انجمن، و نیز برنامه‌ها و شیوه‌های تشخیص اولویت‌ها گفت‌وگو شد و مقرر شد دو جلسه‌ی دیگر نیز در این هفته، برای بررسی بیشتر مسائل مربوط به این بحث برگزار شود.

جلسه داخلی پیرامون مأموریت، راهبردها و منابع انجمن

در روز دوم شهریور ماه، مدیران مؤسسه طی جلسه‌ای به بحث و گفت‌وگو پیرامون مأموریت، اهداف، راهبردهای مؤسسه و منابع مالی پایدار پرداختند. پیشنهاد شد که پیگیری این برنامه‌ها در دو طرح میان‌مدت و بلندمدت، و در قالب دو سناریو، همراه با پیشنهاد تشکیل شورای علمی بر اساس ترکیب گروه‌های مطالعات مدیریت، مطالعات سیاست‌گذاری، مطالعات خانواده، مطالعات اجتماعی و بیزینس پلن آن صورت گیرد. همچنین در این نشست، در مورد ضرورت تشکیل گروه مطالعات رسانه هم گفت‌وگو و مقرر شد که پیشنهاد جذب کارشناس آموزش و کارشناس رویدادها و امور اداری به شورای هماهنگی و برنامه‌ریزی ارسال شود.

دیدار با نمایندگان انجمن ملی زنان کارآفرین

در چهارم شهریور ماه، انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی، میزبان نمایندگان انجمن ملی زنان کارآفرین بود که طی آن نمایندگان دو طرف درباره‌ی زمینه‌های همکاری و مسائل مشترک میان دو نهاد به گفت‌وگو پرداختند.

و مذهبی بود و نخبگان مذهبی و اقتصادی در حوزه‌ی مسئولیت خود برای نیازمندان ایجاد دسترسی به خدمات می‌کردند. اما پس از برآمدن حکومت پهلوی، دولت مدرن متکفل بسیاری از فعالیت‌های نیکوکارانه شد و بنیادهایی حمایتی ایجاد کرد که مبتنی بر پول نفت و ثروت شخصی بودند. پس از انقلاب نیز، این الگو به اشکال دیگر، و خصوصاً در قالب نهادهایی مانند کمیته امداد امام خمینی، تداوم یافت و همچنان مبتنی بر بودجه‌های دولتی و پول نفت بود. به باور سخنران، این الگو دیگر کارایی ندارد و باید به دنبال رهیافت‌های جدیدتر و مؤثرتری بود که ضامن «دسترسی پایدار و اثرگذاری اجتماعی» هستند. درمان، سپس، به عنوان نمونه به فعالیت‌های مؤسسه نوید، و راهبردهای آن در جهت بسط یک الگوی نوین و مؤثر نیکوکاری اشاره و توضیحاتی درباره‌ی آن ارائه داد. مأموریت اصلی نوید «ایجاد ظرفیت پایدار و ارتقای سازمان‌های اجتماعی» است. این مؤسسه با سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای اجتماعی و حمایت از سازمان‌های مردم‌نهاد، به دنبال آن است که همزمان با رشد اقتصادی، مشکلاتی چون فقر، بیکاری، آسیب‌های اجتماعی و نابرابری‌های آموزشی و بهداشتی را کاهش دهد.

در این راستا، مؤسسه نوید تا پایان سال ۱۴۰۳ بیش از ۵۹ پروژه را بررسی و ۴۳ سازمان اجتماعی را پشتیبانی کرده است. در همین مدت، سرمایه‌گذاری‌های اثرگذار نوید به بیش از ۴۲.۵ میلیارد تومان رسیده و بیش از ۶ میلیون نفر به‌طور مستقیم و غیرمستقیم از خدمات آن بهره‌مند شده‌اند.

نوید تاکنون در بیش از ۱۰۰ کسب‌وکار کوچک و بزرگ مشارکت داشته و ارزش سید سرمایه‌گذاری اجتماعی خود را به بیش از ۲ هزار میلیارد تومان رسانده است. حوزه‌های تمرکز این سرمایه‌گذاری‌ها شامل مدیریت منابع انسانی، سلامت، آموزش، پلتفرم‌های اشتغال، ورزش، فروش آنلاین و مدیریت مراکز درمانی بوده است.

مدیر عامل نوید، در ادامه، اظهار داشت که مؤسسه متبوع وی فعالیت خود را بر پایه اصول شفافیت، ارزیابی عمیق، مشارکت با سازمان‌های اجتماعی و ظرفیت‌سازی بلندمدت بنا نهاده است. کمیته سرمایه‌گذاری این مؤسسه علاوه بر ارزیابی مالی، بر شاخص‌های اثرگذاری اجتماعی نیز تمرکز دارد و پروژه‌ها را از منظر پایداری و منافع اجتماعی بررسی می‌کند.

به گفته‌ی درمان، نوید قصد دارد در سال‌های آتی، صندوق‌های جدید سرمایه‌گذاری اجتماعی راه‌اندازی کند و سهم بیشتری از سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی را به پروژه‌های اثرگذار اجتماعی اختصاص دهد.

مدیران مؤسسه بر این باورند که نیکوکاری نوین و سرمایه‌گذاری اثرگذار می‌تواند پلی میان خیرین سنتی، کارآفرینان و نسل جوان ایجاد کرده و مسیر توسعه پایدار ایران را هموار کند.

معرفی همکاران جدید

پس از پایان سخنرانی‌های تخصصی، علی حسینی‌نژاد، از ارکان انجمن، به معرفی همکاران جدید در حوزه امور اجرایی و تولید محتوا در انجمن پرداخت و شرحی کوتاه از چشم‌انداز پیش روی این همکاری ارائه کرد.

اهدای بج با نشان انجمن

پایان‌بخش پنجمین هم‌نشینی انجمن کسب‌وکارهای خانوادگی، اهدای بج سینه، با نشان انجمن، به خانواده‌های حاضر در نشست بود که توسط سعید جابرانصاری و خانم دکتر فوزان صباحی صورت گرفت.



۲۸ مرداد ماه ۱۴۰۴

حمایت از ترجمه و چاپ آثار پژوهشی با موضوع کسب‌وکارهای خانوادگی

یکی از محورهای اصلی فعالیت در انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی در ایران، انتقال دستاوردهای پژوهشی جهانی در حوزه کسب‌وکارهای خانوادگی به مخاطبان ایرانی است. از همین رو، انجمن تصمیم گرفته است تا با جلب حمایت خانواده‌ها، به عنوان بخشی از فعالیت‌های خیریه این گروه‌ها، آثاری را در زمینه مسائل گوناگون کسب‌وکارهای خانوادگی به فارسی ترجمه کرده و در دسترس عموم قرار دهد. یکی از آثاری که در این نشست معرفی شد کتاب قطب‌نمای انسان‌دوستی در کسب‌وکار خانوادگی بود که دکتر نسیم غنبر تهرانی اقدام به ترجمه‌ی آن کرده و در این نشست نیز برخی از مضامین آن را در اختیار مخاطبان قرار داد. طهرانی اعلام کرد که، به عنوان نخستین گام در نشر آثار برتر پژوهشی در حوزه‌ی کسب‌وکار، آقای سعید جابرانصاری به عنوان حامی برای ترجمه و نشر این کتاب به فارسی پیشگام شده است، و امید می‌رود تا دیگر خانواده‌ها نیز با این اقدام مثبت جمعی همراه شوند.

گذار از نیکوکاری سنتی

دیگر سخنران این نشست رضا درمان، مدیر عامل مؤسسه‌ی خیریه ابتکار و توسعه نوید، بود که ضمن اشاره به فعالیت‌ها و اهداف مؤسسه متبوع خود، به معرفی دو جفت مفهومی نیکوکاری خطرپذیر و اثرگذاری اجتماعی سنجش‌پذیر پرداخت. درمان، ابتدا، تاریخچه‌ای از سیر تحول فعالیت‌های نیکوکارانه در ایران ارائه داد که شامل بررسی کوتاه ماهیت فعالیت خیر خواهانه در سه دوره‌ی پیش از عصر پهلوی، عصر پهلوی، و پس از انقلاب می‌شد.

به گفته‌ی درمان، پیش از ظهور سلطنت پهلوی، فعالیت خیریه بیشتر سنتی



دومین جلسه بررسی موضوع سرپرستی گروه مطالعات سیاست‌گذاری

در پنجم شهریور ماه، دومین جلسه‌ی مجازی نمایندگان انجمن با دکتر سعید عطار، با موضوع همکاری به عنوان سرپرست گروه مطالعات سیاست‌گذاری، برگزار و طی آن مسائلی نظیر هدف، ماموریت، برنامه‌های پیشنهادی و چارچوب همکاری مطرح شد. در نتیجه‌ی این گفت‌وگو مقرر شد پیش‌نویس برنامه تدوین و پس از مرور مجدد در شورای هماهنگی نیز طرح شود. همچنین مقرر شد که در صورت تصویب پیش‌نویس، اولین جلسه‌ی شورای مدیران گروه‌های مؤسسه در هفته‌ی آینده برگزار شود تا در مورد هماهنگی، سیاست‌گذاری و اجرای برنامه‌ها اقدام شود.

دیدار با نمایندگان مؤسسه‌ی نیاوران برای تعیین راهبردهای همکاری دوجانبه

در همان روز تعیین چارچوب همکاری‌های مؤسسه‌ی نیاوران با انجمن و پژوهشکده مطالعاتی، موضوعی بود که در جلسه‌ای دیگر با حضور نمایندگان انجمن و آقای کرامتی، نماینده مؤسسه نیاوران، در روز چهارشنبه پنجم شهریور مورد بررسی قرار گرفت. نتیجه‌ی این گفت‌وگو، ارائه‌ی پیشنهاد انعقاد تفاهم‌نامه و تعریف یک کمیسیون مشترک بود. همچنین، پیشنهاد شد طی ده روز آتی، جلسه‌ای میان مدیران دو طرف، و نیز جلسه‌ی مشترکی با اعضای هیئت علمی مؤسسه نیاوران، به منظور تدوین فرصت‌های همکاری آموزشی و پژوهشی، انتشار ویژه‌نامه در مجلات علمی مؤسسه، و نیز حمایت از پایان‌نامه‌ها و تربیت دانشجویان تحصیلات تکمیلی برگزار شود.

همچنین در این جلسه، پیشنهاد برگزاری رویدادهای مشترک در حوزه‌ی پایش اقتصادی محیط کسب‌وکارهای خانوادگی، با حضور مدیران رده بالای سازمان برنامه و وزارت اقتصاد، در مهرماه، از سوی حاضران ارائه شد. به‌علاوه، مقرر شد که این موارد با معاونت بهبود کسب‌وکار مؤسسه نیاوران مطرح و پس از طرح با ریاست مؤسسه، در مسیر اجرایی قرار گیرد. در ادامه، با توجه به تخصص آقای دکتر کرامتی و همکاری ایشان با انجمن مدیران صنایع ایران در طرح جمعیت‌شناسی کسب‌وکارهای خانوادگی، امکان همکاری ایشان با پژوهشکده به‌عنوان همکار بخش پایش و آمار نیز مطرح شد.

همچنین مقرر شد که پس از مرور فعالیت‌های مؤسسه نیاوران و توانایی‌های علمی اعضای هیئت علمی آن مؤسسه، اقدامات لازم برای تدوین چارچوب تفاهم‌نامه همکاری با پژوهشکده، در قالب حقوقی یا جلب مشارکت افراد به صورت حقیقی، صورت پذیرد.

بررسی برنامه‌ی ششمین نشست خانوادگی

هفتم شهریور ماه، در دیداری که میان ارکان انجمن و خانم دکتر سردشتی و آقای دکتر دهقان صورت گرفت، طرفین دربارهٔ محتوا و شیوهٔ برگزاری نشست‌های خانوادگی و هم‌نشینی‌های انجمن تبادل نظر کردند و مقرر شد که خانم سردشتی و آقای دهقان خلاصه موضوعی، عنوان پیشنهادی و سناریوی پیشبرد بحث را تا روز دوشنبه تهیه و ارسال نمایند. همچنین مقرر شد، به کمک سناریوی پیشنهادی ایشان، ارکان انجمن با چند نفر از اعضای خانوادگی برای مشارکت در بحث‌ها گفتگو کنند.

فعالیت‌های واحد نشر انجمن

در نهم شهریور ماه، جلسه‌ی مشورتی‌ای با حضور مسئولین انتشارات آریاناقلم و نمایندگان انجمن، مسئولان نشر آریاناقلم،

ضمن ابراز توافق ضمنی برای همکاری در انتشار برخی عنوان‌های مورد نظر انجمن، در مورد ارائه‌ی مشاوره به انجمن در حوزه‌ی نشر قول مساعدت دادند.

دیدار با گروه مشاوره ردا

در گفت‌وگویی که میان نمایندگان شرکت مشاوره ردا، از فنلاند، و نمایندگان انجمن صورت گرفت، ضمن معرفی و آشنایی دو طرف با کارنامه و اهداف یکدیگر، تصمیم بر آن شد تا اعضای شرکت مزبور، طرح‌های روشنی جهت ارائه به انجمن، در حوزه‌ی کسب‌وکارهای خانوادگی، تدوین نمایند. گفتنی است که توصیه شد محوریت این طرح‌ها با معرفی جوانب درس آموز کسب‌وکارهای خانودگی در عرصهٔ جهانی باشد.

دیدار با مدیر عامل شرکت آرابن

طی دیداری که با خانم فریبا خاکزاد، مدیر عامل شرکت آرابن، و فعال در حوزه‌ی مربی‌گری حرفه‌ای،رهبری، توسعه فردی و کسب‌وکار صورت گرفت، دو طرف به تبادل نظر پرداختند.

دیدار باآقای محمدعلی منش مشاور مدیریت ودبیر کارگروه نوآوری اتاق ایران واتریش

در این دیدار از دیدگاه‌ها و تجربیات آقای علی منش، در زمینه‌ی کسب‌وکارهای خانوادگی، بهره گرفته شد و مقرر شد تا این گفت‌وگوها و تبادل نظرها در آینده تداوم یابد.

بهبود سامانه اطلاعاتی انجمن

در نشستی که میان نمایندگان انجمن و مهندس اسماعیل طغرایی، متخصص مدیریت داده و اطلاعات، صورت گرفت، ضمن آشنایی ایشان با ساختار و دستبندی مورد نظر انجمن برای بایگانی و برخی فرآیندها، پیشنهادهایی از سوی آقای طغرایی برای طراحی سیستم اطلاعاتی پیشرفته، متناسب با فعالیت‌های انجمن، ارائه شد. مقرر شد تا پس از ارائه‌ی اطلاعات مورد نیاز به ایشان، مراحل بعدی عملیات جهت تدوین چارچوب لازم برای سامان‌دهی داده‌ها و تنظیم پروتکل‌های حفاظت داده‌های انجمن پی گرفته شود. آقای طغرایی همچنین پیشنهادی مبنی بر تقسیم‌بندی پروتکل داده‌ها به دو گزینه فردمحور و سامانه‌محور ارائه کردند.

نشست مدیران برای برنامه‌های آتی انجمن

در دهم شهریور ماه، شماری از برنامه‌های پیش روی انجمن مورد بررسی قرار گرفتند، از جمله در خصوص نشست حرفه‌ای مقرر شد که محورهای جلسه بر اساس تفاهم سه جانبه با انجمن مشاوران تهیه شود و آیین‌نامه‌ی عضویت حرفه‌ای مورد بازنگری قرار گیرد.

حاضران در مورد همکاری با دانشگاه شریف نیز مقرر کردند که پروتکل مالی و نقش مؤسسه مطالعات مطرح، و امکان همکاری تک تک استادان بررسی شود. همچنین مقرر شد طرح پیشنهاد تدوین نقشه راه نقش کسب‌وکارهای خانوادگی در توسعه‌ی صنعتی ایران در تیم تحقیقاتی دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف نیز مورد بررسی قرار گیرد. افزون بر این، در جلسه‌ی مزبور مقرر شد که در خصوص جلسه با دکتر هامون طهماسبی، عضو اندیشکده صنعت و توسعه پایدار مدرسه توسعه پایدار شریف، دستور کار کمیته نیکوکاری و مسئولیت اجتماعی نیز در جلسه مطرح شود. در پایان نیز تصمیم بر آن شد که اقدامات لازم در مورد پیشبرد فصل اول پروژه‌ی جمعیت‌شناسی کسب‌وکارهای خانوادگی ایران، با مشارکت دکتر بهارلو، انجام پذیرد.

بررسی بایسته‌های فعالیت‌های رسانه‌ای

و نشر در انجمن

در یازدهم شهریور ماه، نشست طولانی شورای انجمن درباره اهمیت و بایسته‌های فعالیت‌های رسانه‌ای و انتشاراتی انجمن، مقرر شد که اطلاع‌رسانی درباره‌ی تمامی سطوح فعالیت انجمن در دستور کار قرار گیرد.

همچنین مقرر شد که واحد نشر انجمن، جهت حمایت از آثار تألیفی و ترجمه در حوزه‌ی کسب‌وکارهای خانوادگی اقدام به تعیین ناشران همکار نموده و تا فراهم آمدن شرایط مقتضی، از ایجاد یک انتشارات مستقل خودداری کند. افزون بر این، اعضا بر سر همکاری با نهادهای رسانه‌ای رسمی و هنری، جهت تولید محصولات سینمایی مستند با موضوع کسب‌وکارهای خانوادگی به توافق رسیدند.

نشست کارگروه اثرگذاری اجتماعی

در سیزدهم شهریور ماه، جلسه‌ای که با موضوع هدف‌گذاری و تعیین استراتژی کارگروه با حضور اعضای کارگروه اثرگذاری اجتماعی برگزار شد، حاضران بر مفهوم‌سازی و ترویج تعاریف و مفاهیم پایه این حوزه در فضای کشور، به‌ویژه در میان خانواده‌های صاحب کسب‌وکار، و نیز بر لزوم انجام پژوهش‌های کاربردی و معطوف به نتیجه تأکید کردند. همچنین، مقرر شد علاوه بر تشکیل گروه مجازی جهت تعامل اعضا با یکدیگر، سند مأموریت و چشم‌انداز پیشنهادی گروه، توسط رئیس و دبیر جلسه، تهیه و جهت اظهار نظر اعضا ارسال گردد.

کسب‌وکارهای خانوادگی و مفهوم اهلیت

شنبه پانزدهم شهریور، با حضور سعید جابرانصاری، علی حسینی نژاد و رضاغیابی به عنوان نمایندگان انجمن کسب‌وکارهای خانوادگی ایران، و دکتر محمد بهشتی،



۹ شهریور ماه ۱۴۰۴



۹ شهریور ماه ۱۴۰۴



عضو شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری، و آقایان سید مسیح بهشتی و سید صالح بهشتی برگزار شد طرفین درباره ویژگی‌های کسب‌وکارهای خانواگی از منظر مفهوم اهلیت با یکدیگر گفت‌وگو و تبادل نظر کردند.

دور جدید همکاری‌های علمی با دکتر محمدجواد مهدوی

طی نشستی که میان نمایندگان انجمن و دکتر سید محمدجواد مهدوی، متخصص و مشاور کسب‌وکارهای خانوادگی برگزار شد، گفت‌وگوهایی میان دو طرف درباره‌ی آغاز دور جدید همکاری‌های علمی و محتوایی صورت گرفت. در نتیجه‌ی این مذاکرات، دکتر مهدوی پذیرش مسئولیت علمی دو اپیزود از یادگست چاله، با موضوع حکمرانی خانوادگی، و نیز تهیه سرفصلی برای دوره‌ی آموزشی کوتاه‌مدت در خصوص حکمرانی خانوادگی را متقبل شد.

دیدار با مدیران مجموعه‌ی تلویزیونی سپنج

در دیداری که میان نمایندگان انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی و مدیران مجموعه‌ی تلویزیونی سپنج، به مدیریت علی درستکار، انجام پذیرفت، دربارهٔ همکاری در حوزه رسانه و امکان بهره‌گیری از توانایی‌ها و تجارب این مجموعه گفت‌وگو شد.



۱۳ شهریور ماه ۱۴۰۴

برنامه‌ریزی برای تولید محتوای الکترونیک

در شانزدهم شهریور ماه، نشستی که با حضور نمایندگان انجمن، دکتر محمدرضا آراستی، استاد دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه شریف، و دکتر گلناز تاج الدین، عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس برگزار شد، درباره برگزاری دوره‌ی آموزشی به صورت الکترونیکی گفتگو شد. در نتیجه‌ی این گفت‌وگو مقرر شد که این دوره ابتدا به صورت حضوری، و سپس به صورت ترکیبی برگزار شده و پس از آن برای تولید محتوای الکترونیکی برنامه‌ریزی شود. همچنین مقرر شد تا تاریخ ۲۵ ماه جاری، پوستر اطلاع‌رسانی این دوره، بدون تعیین زمان، در اختیار انجمن قرار گیرد تا بتوان برای اطلاع رسانی و بازاریابی اقدام کرد. انجمن اعلام داشت که از حیث زمانی، ترجیح می‌دهد دوره‌ی مزبور از نیمه‌ی مهر ماه تا پایان ماه آبان برگزار شود و مقرر شد تا این پیشنهاد در انجمن مورد بررسی قرار گیرد.

کسب‌وکارهای خانوادگی در قاب مستند

در همین روز، انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی ایران میزبان ابراهیم مختاری، مستندساز و محقق برجستهٔ ایرانی بود. در این دیدار، مختاری و اعضای انجمن به معرفی پروژه‌ها، نقاط مشترک و زمینه‌های همکاری در آینده پرداختند. در این دیدار، پیشنهاد شد که امکان طرح موضوع کسب‌وکارهای خانوادگی و ضرورت آن برای توسعه و سرنوشت ایران در عرصهٔ مستندسازی و تولیدات هنری مورد بررسی بیشتری قرار گیرد و امکان همکاری‌های آینده میان جامعه‌ی کسب‌وکارهای خانوادگی و جامعهٔ هنری فراهم شود.

جلسه دوم شورای کسب‌وکارهای خانوادگی اتاق ایران

در بیست‌وسوم شهریور ماه، جلسه‌ی دوم مشترک انجن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی و شورای کسب‌وکارهای خانوادگی اتاق ایران، که با حضور نمایندگان انجمن و صمد حسن‌زاده رئیس اتاق بازرگانی و محسن جلال‌پور برگزار شد، مقرر شد که انجمن با معاونت امور استان‌های اتاق ایران در تماس قرار گیرد و اقدامات لازم در زمینه‌ی هماهنگی برای اتاق‌های استانی و مجموعه‌ی فعالیت‌های ترویجی از طریق معاونت امور استان‌ها پی‌گیری شود. همچنین مقرر شد موضوع ثبت انجمن در اتاق ایران مجدداً در دستور کار قرار گیرد، و حمایت از برنامه‌های آموزشی و پژوهشی مشترک از طریق مرکز پژوهش‌های اتاق ایران دنبال شود.



دیدار با آقای زاهد شیخ‌الاسلامی

در بیست‌وچهارم شهریور ماه، در دیداری که میان ارکان انجمن و آقای زاهد شیخ‌الاسلامی، سید محمد دهقان و مریم سردشتی، متخصصان و مشاوران حوزه‌ی کسب‌وکار، صورت گرفت، طرفین درباره‌ی زمینه‌ها و شرایط بهره‌گیری یافته‌های تخصصی در حوزه کسب‌وکارهای خانوادگی گفت‌وگو و رایزنی کردند.



نشست مشترک انجمن ترویج

و اداره‌ی کل ارتباط با جامعه و صنعت دانشگاه تهران

نشست مشترک انجمن و اداره کل ارتباط با جامعه و صنعت دانشگاه تهران با حضور دکتر علی‌رضا بدیعی، مدیر کل، اصغر طاهری، رئیس اداره مؤسسات پژوهشی این اداره، و نمایندگان انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی ایران برگزار شد. در این جلسه، ضمن معرفی ماهیت و اهداف انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی ایران و ارائه آمار و اطلاعاتی درباره‌ی جایگاه کسب‌وکارهای خانوادگی در تولید نسبت به ایجاد مؤسسه پژوهشی نوع سوم (متشکل از مؤسسات تقاضامحور با همکاری نهادها و انجمن‌های خصوصی بیرون ازدانشگاه)، تفاهم صورت گرفت و مقرر شد ضمن انعقاد تفاهم‌نامه اساسنامه آن تنظیم و در شورای سیاست‌گذاری معاونت پژوهشی دانشگاه تهران بررسی و اقدام گردد. همچنین، دکتر بدیعی ضمن استقبال از همکاری با انجمن برای ارتقای موقعیت کسب‌وکارهای خانوادگی در اقتصاد ملی و جامعه ملی کارکرد دانشگاه را ایجاد بستری برای همکاری متوازن میان دانشگاه و نهاد علم با صنعت و جامعه و همکاری میان انجمن و دانشگاه را مصداقی مطلوب از این همکاری دانست.



برگزاری نشست حلقه حامیان

انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی در اصفهان

نشست حلقه حامیان انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی روز یکشنبه ۳۰ شهریور ۱۴۰۴ در اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان به ریاست امیر کشانی، رئیس اتاق اصفهان، برگزار شد. در این نشست، که با حضور جمعی از نمایندگان برجسته کسب‌وکارهای خانوادگی، همچون سعید جابرانصاری، رئیس هیئت‌مدیره انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی، جعفر ذره‌بینی، عضو انجمن و نماینده کسب‌وکار خانوادگی پریس، فرهاد رهنما، نماینده کسب‌وکار خانوادگی پلار، محمدجعفر فوده و زهرا فوده، نمایندگان کسب‌وکار خانوادگی فوده، محمد گل‌احمد، نماینده کسب‌وکار خانوادگی ماندگار نامین برکتین، نماینده کسب‌وکار خانوادگی تامکار و حمیدرضا کشانی، نماینده کسب‌وکار خانوادگی ماتریس، برگزار شد به بررسی راهکارهای توسعه فعالیت‌های انجمن در ارتباط با اعضا و همچنین در سطح اتاق بازرگانی اصفهان پرداخته شد. از مهم‌ترین مصوبات این نشست می‌توان به برگزاری جلسات حلقه حامیان به صورت هر دو هفته یک‌بار، برگزاری نشست‌های ماهیانه و فصلی نسل‌های مختلف اعضای خانوادگی، تهیه طرح راه‌اندازی مرکز کسب‌وکارهای خانوادگی اتاق اصفهان، مشارکت در همایش ملی کسب‌وکارهای خانوادگی در ۲۵ آذر ۱۴۰۴ و اجرای پژوهش‌های تخصصی در حوزه بلوغ و جمعیت‌شناسی کسب‌وکارهای خانوادگی اشاره کرد. همچنین مقرر شد با انتخاب ریاست اتاق بازرگانی اصفهان، هسته شورای راهبری مرکز کسب‌وکارهای خانوادگی با مشارکت اعضای حلقه حامیان تشکیل شود.



دیدار با عضو پژوهشکده

سیاست‌گذاری دانشگاه شریف

انجمن همچنین در این روز میزبان هامون طهماسبی، عضو هیئت علمی دانشگاه شریف و پژوهشکده سیاست‌گذاری این دانشگاه بود. در این دیدار، طهماسبی ضمن آشنایی تفصیلی با انجمن، پیشنهاد پژوهشی پژوهشکده متبوع خود، مبنی بر واکاوی و تدوین نظام اخلاقی و بشردوستانه‌ی حاکم بر فضای کسب‌وکار ایرانی در طول تاریخ را، ارائه کرد. انجمن نیز، پیشنهاد همکاری‌های آینده و تدوین طرح‌هایی پژوهشی و علمی با تمرکز دقیق‌تر بر موضوع کسب‌وکارهای خانوادگی را با ایشان در میان گذاشت.



برگزاری کارگاه با موضوع هوشمندسازی در کسب‌وکارها

در هجدهم شهریور ماه کارگاهی با عنوان «هوشمندسازی و فناوری‌های دیجیتال، تأملی در منطق هوشمندسازی از منظر مسیر کسب‌وکارها»، در محل انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی ایران، و با حضور اعضای انجمن، برگزار شد، دکتر محمد مهدی قائمی‌نیا به تشریح منطق، بایسته‌ها و دلالت‌های هوشمندسازی در عرصه‌ی کسب‌وکارها پرداخت. قائمی‌نیا در سخنان خود بر ضرورت رعایت بایسته‌ها و تأمین پیش‌زمینه‌های ضروری، پیش از هجوم غیر منطقی و هیجان‌زده به سوی استفاده از آخرین دستاوردهای صنعت هوشمندسازی، تأکید کرد.

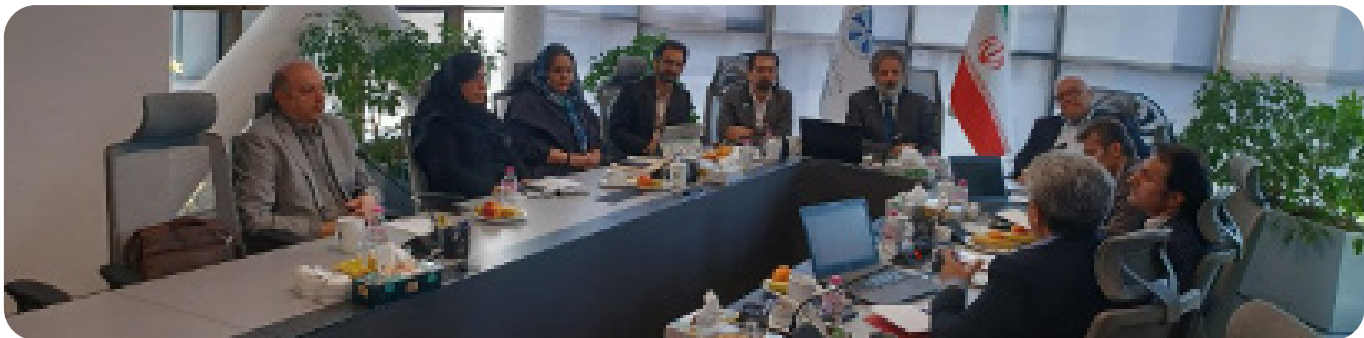
تدوین برنامه‌های مشترک انجمن و معاونت ریاست جمهوری در امور زنان و خانواده

در دیداری که میان نمایندگان انجمن، دکتر نرجس ابوالفاسمی، معاون بررسی‌های راهبردی معاونت ریاست جمهوری در امور زنان و خانواده، و دکتر جهانگرد مشاور این معاونت، برگزار شد فعالیت‌های مشترک دو نهاد به بحث و بررسی گذاشته شد. طرفین تصمیم گرفتند تا برای برگزاری سه نشست مشترک در شهریور، مهر و آبان (پیش از رویداد مشترک) برنامه ریزی کنند. همچنین مقرر شد، به منظور همکاری با انجمن مشاوران مدیریت، برنامه کاری و تفاهم نامه سه‌جانبه، به همراه پروپوزال جهت حمایت و همکاری مشترک، ارسال گردد. همچنین حمایت از ارائه درس اختیاری «مبانی کسب و کارهای خانوادگی»، مورد موافقت اولیه قرار گرفت و مقرر شد که پروپوزال تدوین محتوا جهت حمایت این نهاد ارسال گردد. علاوه بر این، اعلام شد که در صورت برگزاری دوره MBA توسط دانشگاه شریف در بهمن ماه، با محوریت نمونه‌های موردی کسب و کارهای خانوادگی، این نهاد آماده ارائه بورسیه جهت شرکت کنندگان برگزیده این دوره می باشد. همچنین اعلام شد که امکان برگزاری جلسه برای جلب حمایت بنیاد ملک (از موقوفات تحت نظارت آستان قدس) برای طرح‌های پژوهشی مرتبط هم وجود دارد.

بررسی پیشرفت پروژه پژوهشی اتاق تهران در خصوص شناسایی چالش‌های کسب و کارهای خانوادگی

در نشستی با که با حضور اعضای گروه پروژه‌ی پژوهشی اتاق تهران در خصوص شناسایی چالش‌های کسب و کارهای خانوادگی (آقایان دکتر بقایی، دکتر رسول زاده، دکتر کرکه آبادی، خانم دکتر کامرانی) و اعضای کمیسیون حکمرانی انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی ایران، و دیگر نمایندگان انجمن برگزار شد، ابتدا گزارشی از مطالعات انجام شده در خصوص چالش‌ها و راهکارهای اجراشده برای رفع این چالش‌ها در کسب و کارهای خانوادگی در جهان ارائه شد. سپس مقرر گردید گزارش‌های کتبی ارائه‌شده به کمیسیون حکمرانی اتاق، جهت مطالعه و برنامه‌ریزی برای ترویج، در اختیار انجمن قرار گیرد. همچنین، تصمیم گرفته شد که برخی از مطالعات و فعالیت‌های انجمن، مانند فهرست دسته‌بندی‌شده‌ی سایت‌ها، و مطالبی که از طریق FBN connect در دسترس است، به همراه سرفصل‌های دانشی و پرسش‌های پژوهشی، در صورت درخواست محققان در اختیار آنان قرار گیرد. ضمناً اعلام شد که مدل‌های چرخه عمر پیشنهادی توسط Family Business UK و هلند نیز می‌تواند تکمیل‌کننده‌ی محتوای این پژوهش باشد.

به علاوه، مقرر شد تا کتابخانه و منابع برخط انجمن در اختیار محققان قرار گیرد و نیز در صورت تمایل، برای برگزاری جلسات مشترکی بین پژوهشگران دو پروژه‌ی اتاق ایران و اتاق تهران، جهت به اشتراک‌گذاری منابع و یافته‌ها، برنامه‌ریزی شود.



۱۸ شهریور ماه ۱۴۰۴



کسب‌وکارهای خانوادگی در یک سال گذشته با تعارض جدی مواجه بوده‌اند. بیشترین تعارضات مربوط به مسائل مالی و حفظ تعادل میان روابط کاری و خانوادگی بوده است. از سوی دیگر ۶۶ درصد از این تعارض‌ها موجب کاهش سودآوری شده‌اند و متأسفانه ۲۹ درصد نیز مستقیماً به قطع روابط خانوادگی منجر شده‌اند.

سخنرانان در ادامه به راهکارهایی برای مدیریت تعارض اشاره کردند: تدوین منشور ارزش‌ها و چشم‌انداز مشترک، تشکیل مجمع خانوادگی و تعیین ساختار حکمرانی، مرزبندی روشن بین نقش‌های خانوادگی و سازمانی و استفاده از سازوکارهای حل اختلاف مانند داوری و حکمیت از مهم‌ترین این راهکارها هستند. آنها ادامه دادند: توجه هم‌زمان به رشد خانواده و کسب‌وکار و انتخاب مدیران و جانشینان بر اساس شایستگی، نه صرفاً نسبت خانوادگی می‌توانند راه‌حل‌های نهایی برای حل تعارضات باشند.

این سخنرانان در پایان با اشاره به اختلافات خانوادگی در برندهای مطرح جهانی از جمله Gucci و خانواده Dassler (تولیدکننده کفش‌های ورزشی در آلمان)، به تبادل نظر درباره‌ی نمونه‌هایی از تعارضات در کسب و کارهای خانوادگی در ترکیه و ایران پرداختند.

تعارض: از چالش تا راه حل

فضه محمودی، دانش‌آموخته دکترای روانشناسی، در سخنرانی خود با اشاره به داده‌ها و یافته‌های سخنرانی دکتر مریم سردشتی و دکتر سید محمد دهقان، نکاتی را درباره‌ی مسئله تعارض در کسب‌وکار خانوادگی با حاضران در نشست در میان گذاشت.

تعارض و وجوه آن

تعارض، یک واقعیت گریزناپذیر است و ریشه‌های تعارض چندلایه هستند که چالش جانشینی، نقطه اوج تمام این تعارضات است

عبور از چالش‌ها و رسیدن به راه حل: (شنیدن فعال، همدلی، ارتباط مؤثر) این مهارت‌ها، سیما ارتباطی هستند که می‌توانند ترک‌های به وجود آمده در بنای کسب‌وکار و خانواده شما را ترمیم کنند. وقتی ما یاد بگیریم که چگونه حرف بزنیم و چگونه بشنویم، تقریباً نصف راه حل هر تعارضی را رفته‌ایم.

این مهارت‌ها قابل یادگیری هستند. اینها تکنیک هستند، نه یک استعداد ذاتی. و سرمایه‌گذاری روی این مهارت‌های نرم، بزرگ‌ترین تضمین برای حفظ سخت‌ترین دارایی شما، یعنی خانواده و کسب و کارتان در کنار یکدیگر است.



تعارضات مخرب در کسب‌وکارهای خانوادگی

دکتر مریم سردشتی و سیدمحمد دهقان نیری، در ابتدای سخنان خود با اشاره به اهمیت جایگاه کسب و کارهای خانوادگی در اقتصاد جهانی، به موضوع تعارض به عنوان یکی از مشکلات پیش رو اشاره کردند و دراین باره توضیح دادند: گاهی هم‌پوشانی نقش‌های خانوادگی، مالکیتی و مدیریتی باعث افزایش احتمال بروز تعارض می‌شود. به گفته‌ی سخنرانان تعارض در کسب‌وکار خانوادگی زمانی رخ می‌دهد که منافع یا اهداف اعضای خانواده با یکدیگر یا با اهداف کسب‌وکار در تضاد قرار گیرد. این تعارض بیشتر به دلیل هم‌زمانی نقش‌های خانوادگی و سازمانی شکل می‌گیرد. آنها با استناد به آمارهای بین‌المللی، وضعیت شکننده‌ی کسب‌وکارهای خانوادگی را گوشزد کردند و توضیح دادند: تنها ۳۰ درصد از این کسب‌وکارها تا نسل دوم دوام می‌آورند. این در حالی است که فقط ۱۲ درصد به نسل سوم و کمتر از ۳ درصد به نسل چهارم می‌رسند. موضوع وقتی جالب می‌شود که بدانیم ۶۰ درصد مشکلات اصلی این کسب‌وکارها ناشی از اختلافات داخلی است نه رقابت بیرونی. سخنرانان با اشاره به نتایج تحقیات Harvard Business Review توضیح دادند: تعارضات حل نشده باعث ۲۰ تا ۳۰ درصد کاهش بهره‌وری و افت شدید سهم بازار می‌شود. اما اگر بخواهیم جزئی‌تر به مسئله نگاه کنیم، شاید بهتر باشد انواع تعارض را بشناسیم. سخنرانان انواع تعارض را به این شکل دسته‌بندی کردند: اولین موضوع، تعارض کاری موضوعی است به اختلاف بر سر اهداف و استراتژی‌ها تمرکز می‌کند. دومین نوع تعارض، تعارض رابطه‌ای است که ناشی از احساسات و روابط شخصی است. سومین و آخرین نوع تعارض هم فرایندی است. به این معنا که اختلافات در نحوه‌ی انجام وظایف و تصمیم‌گیری‌ها را شامل می‌شود.

آنها در بخش دیگری از سخنرانی خود به عوامل اصلی تعارض اشاره کردند و گفتند: نبود ساختار حکمرانی خانوادگی (منشور یا تفاهم‌نامه)؛ نداشتن تعریف روشن از نقش‌ها و وظایف؛ تفاوت ارزش‌ها و اهداف میان نسل‌ها؛ حسادت، تبعیض و رقابت‌های درون خانوادگی؛ نبود برنامه‌ی جانشینی و انتقال مالکیت؛ و در پایان مسائل مالی همچون تقسیم سود یا باز خرید سهام از مهم‌ترین عوامل مشکلات و تعارض‌های این کسب‌وکارهاست.

این تعارض‌ها درابعاد مختلف، پیامدهای متفاوتی دارند. سخنرانان در تشریح این پیامدها توضیح دادند: بر اساس مطالعات اروپایی ۸۸ درصد از



از چالش تا همدلی در کسب‌وکارهای خانوادگی ششمین همایشی خانوادگی انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی ایران

تن از نمایندگان خانواده‌های عضو انجمن نیز، با ارائه‌ی تجارب خود در رابطه با تعارض، سخنرانان را در ارائه‌ی بهتر یافته‌ها و نظرات خود یاری کردند.

فضه محمودی، متخصص مشاوره‌ی خانواده، دیگر سخنران این نشست بود که با اشاره به یافته‌های تحقیقات دو سخنران پیشین درباره‌ی موضوع تعارض، به ابراز نکاتی درباره‌ی اهمیت تعارض و راه حل‌های پیشنهادی برای غلبه بر چالش‌های ناشی از تعارض در فضای کسب‌وکارهای خانوادگی پرداخت.

سپس، حسن فروزانفرد طی سخنانی درباره‌ی اهمیت یادگیری غیر رسمی و تلویحی خانواده‌های کسب‌وکار از همدیگر، از طریق اشتراک تجارب، دیدگاه‌های خود را درباره‌ی نحوه‌ی برخورد با مسئله‌ی تعارض تشریح کرد.

رئیس هیئت مدیره انجمن ترویج، سعید جابرانصاری، به اهمیت موضوع صلح رحم در فرهنگ اسلامی و نهی شدید قرآنی از قطع رحم اشاره کرد و نقش مدیریت تعارض در پیشگیری از بروز این پدیده‌ی ناخوشایند را تشریح کرد. جابرانصاری همچنین به کتاب‌هایی که در انجمن برای ترجمه و نشر انتخاب شده و موضوع برخی از آنها تعارض است اشاره کرد و خانواده‌ها را برای حمایت مالی نشر این آثار تشویق کرد. وی سپس به تشریح کد رفتاری انجمن در همنشینی‌ها برای حضار پرداخت و خواهان مشارکت فعال خانواده‌ها در تدوین قوانین رفتاری حاکم بر نشست‌های این چنینی شد.

در پایان نیز، محمد غفوری، مدیر تحریریه‌ی انجمن ترویج، توضیحاتی درباره‌ی مجموعه‌ی پادکست ترویجی انجمن، که در دست تولید است، در اختیار مخاطبان قرار داد و از خانواده‌ها درخواست کرد تا با تشریح تجارب خود، و پاسخ به برگه‌های نظرسنجی، انجمن را در تولید این مجموعه یاری کنند. فوزان صباحی نیز در از خانواده‌ها درخواست کرد تا دیگر خانواده‌های کسب‌وکار ایرانی را به پیوستن به انجمن تشویق کنند.

ششمین همنشینی خانوادگی انجمن، با عنوان «از چالش تا همدلی در کسب‌وکارهای خانوادگی: پیشگیری از تعارضات مخرب و ساختن روابط کاری پایدار در خانواده»، در تاریخ ۲۵ شهریور ۱۴۰۴، در باشگاه فرمانیه برگزار شد. در ابتدای نشست، فوزان صباحی دبیر انجمن ترویج، ضمن خوشامدگویی به مهمانان به تشریح برنامه و اهداف نشست برای حاضران پرداخت. سپس، علی حسینی‌نژاد، مدیر عامل انجمن، گزارشی از فعالیت‌های انجمن در فاصله‌ی زمانی میان دو نشست عرضه کرد از جمله تلاش برای گسترش ادبیات مشاوره و تربیت مشاوران کسب‌وکارهای خانوادگی و برگزاری جلسات مشترک با نهادهای مرتبط، همچون اتاق بازرگانی، برای تدوین برنامه‌های مشترک. پس از آن، نسیم غنبر طهرانی، گزارشی از نظرسنجی‌های ارائه‌شده در جلسات قبلی ارائه داد و به تعدد درخواست‌های خانواده‌ها برای پرداختن به موضوع تعارض اشاره کرد که در نتیجه‌ی آن مقرر شد در ششمین هم‌نشینی متخصصان موضوع تعارض به ارائه‌ی مطالبی در این مورد برای خانواده‌ها بپردازند. طهرانی اظهار داشت که ارائه‌ی امروز مهمانان درباره‌ی موضوع تعارض تنها فتح بابی خواهد بود برای به رسمیت‌شناختن وجود چنین معضلی در خانواده‌ها که با بحث‌های بیشتر و عمقی‌تر در این زمینه می‌توان به گونه‌ای مؤثرتر به مدیریت آن پرداخت.

در ادامه، فوزان صباحی سخنان کوتاهی درباره‌ی اهمیت فرهنگ سازمانی در کسب‌وکارهای خانوادگی ایراد کرد و تأکید ورزید که مهم‌ترین رکن این فرهنگ اعتماد است که ضامن پایداری کسب‌وکارهای خانوادگی خواهد بود. پس از آن تربیون را در اختیار مریم سردشتی و سید محمد دهقان نیری قرار داد تا به ارائه‌ی یافته‌ها و نتایج مطالعات خود درباره‌ی مفهوم تعارض بپردازند. سردشتی و دهقان ضمن اشاره به تعاریف، ابعاد و جلوه‌های گوناگون پدیده‌ی تعارض در کسب‌وکارهای خانوادگی، ضمن اشاره به نمونه‌هایی از پیامدهای نحوه‌های مختلف مواجهه با تعارض در کسب‌وکارهای بزرگ خارجی و ایرانی، به ارائه‌ی دیدگاه‌ها و راه‌حال‌های پیشنهادی خود پرداختند. در این میان، دو

نشست حلقه حامیان انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی در اصفهان

جلسه حلقه حامیان انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی در اصفهان، در ۲۸ مهرماه ۱۴۰۴ برگزار گردید. در این نشست، که با حضور نمایندگان و اعضای انجمن شامل آقایان کشانی، ذره بینی، برکتین، فوده و آقای توفیق‌نیا، دبیر انجمن در اصفهان، و با حضور افتخاری آقای جمالی‌نژاد استاندار اصفهان تشکیل شد، پیرامون فعالیت‌های انجمن در اصفهان در سطوح خرد و کالان بحث و تبادل نظر شد.



۲۸ مهرماه ۱۴۰۴

برگزاری نخستین جلسه شورای راهبردی مرکز سرمایه‌گذاری و کسب‌وکار خانوادگی اتاق تهران

نخستین جلسه شورای راهبردی مرکز سرمایه‌گذاری و کسب‌وکار خانوادگی اتاق تهران، سه‌شنبه ۲۹ مهر ماه، با حضور آقایان عباس آرگون، فریدون وردی‌نژاد، محمود گودرزی، احمد جمالی و خانم فریال مستوفی از اتاق و آقایان سعید جابرانصاری و حسن فروزانفرد، از اعضای هیات مدیره انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی ایران، برگزار شد. در این نشست، دو طرف به بحث و بررسی و تبادل نظر درباره اهمیت و ابعاد مختلف کسب‌وکارهای خانوادگی پرداختند و انجمن ترویج ضمن تشریح برخی مراکز مشابه در اتاق‌های شاخص



۲۹ مهرماه ۱۴۰۴

منطقه و ضرورت بررسی بیشتر آن، بر ضرورت تقویت و تداوم تمرکز اتاق بر سرمایه‌گذاری لازم در این حوزه، و کمک به انتقال موفق بین نسلی اعضای خانوادگی اتاق، و تاثیر آن بر تداوم ماندگاری اتاق و رونق اقتصادی و سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی تاکید داشته و آمادگی خود را برای همکاری‌های بیشتر اعلام نمودند. ضمناً پیشنهاد انجمن برای اقدام بورس تهران در جهت تسهیل ورود کسب‌وکارهای خانوادگی موافقت گردید و مقرر شد جلسات شورا به‌صورت ماهیانه برگزار گردد.

دیدار با دکتر مسعود نیلی

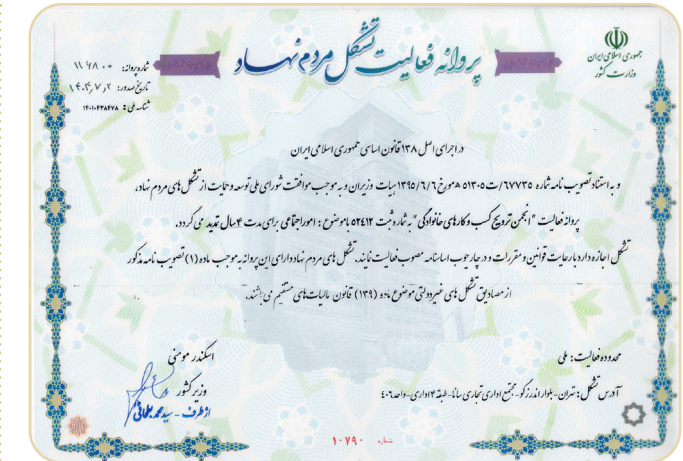
در دیدار بعضی از ارکان انجمن با دکتر مسعود نیلی، فرصتی فراهم شد برای مرور سابقه طرح تدوین استراتژی توسعه صنعتی ایران (۱۳۸۰-۱۳۸۳) و طرح مطالعه چالش‌های صنعتی شدن ایران (۱۴۰۲-۱۴۰۳)، که در هر دو، دکتر نیلی به عنوان مدیر مسئول و راهبر طرح ایفای نقش کرده است. هدف از این گفت و گوها زمینه‌سازی نظری برای فراهم کردن مقدمات عمل به توصیه مهندس محسن خلیلی بر ادامه مطالعه در مورد ویژگی خانواده‌های کارآفرین و ظرفیت کسب‌وکارهای خانوادگی بود.

دیدار با موضوع بررسی همکاری با اتاق یزد

در راستای توسعه و تقویت فعالیت‌های ترویجی مرتبط با کسب‌وکارهای خانوادگی در استان‌ها، با توجه به اهمیت ویژه استان یزد به‌عنوان استانی برخوردار از پیشینه‌ای تاریخی، اصیل و اثرگذار در حوزه‌های تجاری و صنعتی، اعم از سنتی و معاصر، و همچنین با عنایت به جایگاه دکتر علی نقیب، عضو هیأت‌مدیره انجمن، که از استان یزد بوده و از پیشکسوتان اتاق بازرگانی محسوب می‌شوند، جلسه‌ای با هدف همفکری پیرامون راهکارهای شناسایی خانواده‌های منتخب جهت دعوت به نخستین نشست معرفی در سطح استان یا در محل اتاق بازرگانی یزد برگزار گردید. در این نشست که با حضور نمایندگان انجمن برگزار شد، دکتر نقیب، دکتر دستجردی را معرفی نموده و مروری بر فهرست مدعوین پیشنهادی، همچنین نحوه و زمان‌بندی برگزاری این نشست در زمستان ۱۴۰۴ صورت پذیرفت. در ادامه، ضمن قدردانی از مشاوره‌ها و همراهی‌های ارزشمند آقای سعید عطار، محقق برجسته یزدی که سابقه همکاری پژوهشی با انجمن را داشته‌اند، دیدگاه‌ها و پیشنهادهای ایشان نیز مورد بررسی قرار گرفت. بر این اساس، امید است با معرفی سفیر انجمن در استان یزد و تشکیل نخستین نشست اعضای بالقوه حلقه حامیان در این استان، زمینه تداوم و گسترش فعالیت‌های انجمن فراهم گردد و در صورت همراهی و دعوت اتاق بازرگانی یزد، اقدامات لازم جهت ایجاد مرکز کسب‌وکارهای خانوادگی در اتاق بازرگانی یزد نیز به انجام برسد.



۲۷ مهرماه ۱۴۰۴



تمدید پروانه فعالیت انجمن به مدت ۴ سال

در راستای اجرای اصل ۱۳۸ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، و به استناد مصوبه دولت، و به موجب موافقت شورای ملی توسعه و حمایت از تشکلهای مردم‌نهاد، پروانه فعالیت انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی ایران، از آغاز مهرماه امسال برای مدت ۴ سال دیگر تمدید شد.



۵ مهرماه ۱۴۰۴

نخستین جلسه مشورتی با رئیس مرکز توسعه رهبری استاد فضلی

در اولین نشستی که میان نمایندگان انجمن و دکتر محمد ابویی، عضو هیئت علمی دانشکدگان مدیریت دانشگاه تهران، و رئیس مرکز توسعه رهبری استاد فضلی برگزار شد، طرفین به بحث و تبادل نظر درباره موضوع کسب‌وکارهای خانوادگی و فعالیت‌های انجمن پرداختند و اساسنامه مرکز مطالعات کسب‌وکارهای خانوادگی را مرور کردند و بر سر سرفصل‌های پیشنهادی به توافق رسیدند.



۲۹ مهر ماه ۱۴۰۴

ما باید یاد بگیریم همان‌طور که بعد از بحران مالی جلسه اضطراری برگزار می‌کنیم، بعد از بحران عاطفی هم کنار هم بنشینیم. همان‌طور که برای سود برنامه داریم، برای احساس هم باید برنامه داشته باشیم. خانواده، نخستین حلقهٔ تصمیم‌سازی و آخرین پناهگاه بحران است. اگر این حلقه سالم بماند، همهٔ حلقه‌های دیگر دوام خواهند آورد.

هشتاد درصد مسائل خانواده‌های کارآفرین مشترک است

سعید جابرانصاری، رئیس هیئت مدیرهٔ انجمن، با اشاره به عضویت ۳۴ FBN منطقه‌ای در FBN بین‌المللی، بر ضرورت عضویت انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی در FBN بین‌المللی و اتصال به بدنهٔ دانشی جهانی تأکید کرد. به عقیدهٔ وی، با توجه به مشابهت ۸۰ درصدی مسائل کسب‌وکارهای خانوادگی در جهان، لزوم این عضویت بسیار مبرم‌تر می‌شود. وی با اشاره به تأسیس مراکز کسب‌وکارهای خانوادگی در کشورهای همسایه، مانند عربستان و امارات و تأکید بر نقش آنها در توسعهٔ این کشورها، وضعیت ایران در این زمینه را غیر قابل قبول دانست. از نظر جابرانصاری، توسعهٔ دانش و آگاهی دربارهٔ کسب‌وکارها و برندهای خانوادگی، و کمک به حاکمیت برای درک این موضوع که خانواده‌ها چه نقش بنیادینی در توسعهٔ کشور دارند، بایستی در صدر اقدامات انجمن قرار گیرد. به گفتهٔ وی، یکی از مهم‌ترین ابزارها برای نیل به چنین مقصودی، ارائهٔ واحدهای درسی با موضوع کسب‌وکارهای خانوادگی در دانشگاه‌های کشور است.

در پایان برنامه نیز مراسم اهدای بچ انجمن به اعضای جدید برگزار شد.

شاخص‌های مالی را با دقت پیگیری کنیم. وقتی فروش کاهش می‌یابد، جلسه می‌گذاریم؛ وقتی نقدینگی کم می‌شود، تصمیم فوری می‌گیریم. اما آیا وقتی در خانواده گفت‌وگو کاهش پیدا می‌کند یا اعتماد فرو می‌ریزد، جلسه‌ای برگزار می‌کنیم؟ در بحران‌های سازمانی، همه آماده‌اند؛ اما در بحران‌های خانوادگی، هیچ سازوکار تصمیم‌گیری وجود ندارد. این دقیقاً همان خلأ حکمرانی خانوادگی است.

» به تجربه می‌گویم، بسیاری از بحران‌های کسب‌وکارهای خانوادگی ریشه در اختلافات عاطفی، نبود گفت‌وگو و کاهش اعتماد در درون خانواده دارد، نه در حساب‌های بانکی یا عملکرد فروش. حکمرانی خانوادگی از همین جا آغاز می‌شود؛ از تعریف و سنجش شاخص‌های خانوادگی.

شاخص‌های اجتماعی هم نگران‌کننده‌اند!

اما اجازه بدهید کمی وسیع‌تر نگاه کنیم. شاخص‌های خانواده در سطح ملی هم نگران‌کننده است. میانگین سن ازدواج بالا رفته، نرخ فرزندآوری پایین آمده و نسبت طلاق به ازدواج افزایش یافته است. این‌ها فقط آمار نیستند، بلکه نشانه‌هایی از کاهش انسجام خانواده‌اند. اگر خانواده در سطح جامعه تضعیف شود، نمی‌توان انتظار داشت که در سطح کسب‌وکار خانوادگی، حکمرانی سالمی شکل بگیرد. من همیشه می‌گویم: خانوادهٔ سالم سازمان سالم می‌سازد. سلامت اقتصادی، بدون سلامت عاطفی ممکن نیست. حکمرانی خانوادگی، فقط دربارهٔ مدیریت دارایی‌ها نیست؛ دربارهٔ مدیریت دل‌هاست.

راهکار چیست؟

خانوادهٔ سالم پویایی سازمان را تضمین می‌کند. بحران‌های خانوادگی معمولاً از بحران‌های اقتصادی خطرناک‌ترند، چون بنیان اعتماد را می‌سوزانند.

هفتمین هم‌نشینی خانوادگی انجمن کسب و کارهای خانوادگی ایران

هفتمین هم‌نشینی خانوادگی اعضای انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی ایران، با عنوان «حکمرانی خانوادگی از خانواده تا کسب‌وکار: چگونه روابط خانواده به کسب‌وکار خانوادگی شکل می‌دهند» ۲۹ مهرماه، در هتل ارم، سالن زوفا برگزار شد.

گسترش روابط؛ انجمن ترویج و اتاق بازرگانی ایران

در ابتدای این نشست حسن فروزان‌فرد، با اشاره به دومین جلسهٔ شورای مرکزی اتاق ایران، به عنوان کانال ارتباط انجمن ترویج و اتاق ایران، توضیح داد که در این جلسه مقرر شد موضوعات ترویجی از طریق معاونت استان‌ها و موضوعات دانشی از طریق مرکز پژوهش‌های اتاق ایران پی‌گیری شوند. فروزان‌فرد همچنین خبر از تشکیل نخستین جلسهٔ شورای راهبری مرکزی کسب‌وکارهای خانوادگی اتاق تهران داد، که طی آن به بررسی و شاخص‌سنجی اتاق‌های دبی، استانبول و دهلی با هدف تدوین نقشهٔ راه مرکز کسب‌وکارهای خانوادگی اتاق تهران صورت گرفته است. ماندگار در توسعه پایدار و ارتقای کیفیت زندگی جامعه ایفا کنند. دکتر طهرانی، پس از پایان سخنرانی خود، برگه‌هایی حاوی یک نظرسنجی با مضمون برداشت و نظر خانواده‌های حاضر در این هم‌نشینی درباره نتایج مثبت و منفی این نشست در میان حاضران توزیع کرد.

همه چیز از خانواده شروع می‌شود

ارائهٔ بخش اصلی این نشست با دکتر محمد جواد مهدوی بود که طی یک اجرای تعاملی دربارهٔ مسئلهٔ مهم حاکمیت خانوادگی در کسب‌وکارهای خانوادگی، اندیشه‌ها و یافته‌های خود در این زمینه را با خانواده‌های حاضر در نشست در میان گذاشت.

مدل سه حلقه‌ای حکمرانی خانوادگی

اجازه بدهید چارچوبی را یادآوری کنم که در سراسر دنیا به‌عنوان مدل پایهٔ کسب‌وکار خانوادگی شناخته می‌شود؛ مدل سه حلقه‌ای خانواده، مالکیت و کسب‌وکار. در این مدل:

- ▶ خانواده مرکز ارزش‌ها، آموزش و روابط انسانی است؛
- ▶ مالکیت ساختار سهام‌داری و جانشینی را تعیین می‌کند؛
- ▶ و بیزینس، یا همان فعالیت اقتصادی، خروجی نهایی تمام تصمیمات است.

این سه حلقه به‌ظاهر جدا از هم‌اند، اما در عمل کاملاً در هم تنیده‌اند. هرگاه یکی از این حلقه‌ها از دیگری جدا شود، کسب‌وکار دچار تعارض، بی‌ثباتی یا فروپاشی می‌شود. حکمرانی خانوادگی یعنی تنظیم این سه حوزه با محوریت خانواده و ارزش‌های مشترک.

شاخص خانواده نداریم!

در صنعت، ما همیشه عدد و شاخص داریم: فروش، سود، نقدینگی، رضایت مشتری. اما آیا تا به حال فکر کرده‌ایم شاخص‌های خانواده چیست؟

شاخص سلامت رابطه، میزان گفت‌وگو، سطح اعتماد، نرخ مشارکت نسل‌ها... هیچ‌یک را اندازه نمی‌گیریم. وقتی چیزی را اندازه نمی‌گیریم، نمی‌توانیم مدیریت کنیم. ما مدیران یاد گرفته‌ایم

برگزاری اولین مرحله دوره تداوم کسب و کار خانوادگی

اولین مرحله دوره تداوم کسب و کار خانوادگی ۱۹ آبان، با حضور جمعی از علاقه‌مندان در دانشگاه شریف برگزار شد.



۱۹ آبان‌ماه ۱۴۰۴



برگزاری مراسم رونمایی از کتاب

«کارآفرینی به شیوه علی اصغر حاجی بابا»

در این نشست که سه‌شنبه ۲۰ آبان، در شهر کتاب الف برگزار شد، محسن حاجی بابا، فوژان صباحی، قاسم مصطفوی و زهیر صیامیان گرجی به ذکر اهمیت تجربه علی اصغر حاجی بابا در حوزه تولید و کارآفرینی پرداختند. ایشان، همچنین بر ضرورت حفظ و تداوم ارزش‌ها و اصولی که کارآفرینانی چون حاجی بابا منادی و پیشگام آن بودند تأکید ورزیدند. در پایان نشست نیز، رضا یادگاری، مؤلف کتاب در سخنانی از سلوک و اخلاق کارآفرینی علی اصغر حاجی بابا و دیگر هم‌صنفان او یاد کرد.



۲۰ آبان‌ماه ۱۴۰۴

دیدار با رئیس دانشکده‌گان مدیریت دانشگاه تهران

در این دیدار که با حضور دکتر طاهر روشندل، رئیس دانشکده‌گان مدیریت دانشگاه تهران، دکتر محمد ابوبی اردکان، رئیس مرکز توسعه رهبران کسب و کار استاد فضلی در دانشگاه تهران، برگزار شد، زمینه‌ها و شیوه‌های همکاری مشترک با رئیس هیئت‌مدیره و دبیر انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی مورد بررسی قرار گرفت. طرفین با تأکید بر اهمیت نقش کسب و کارهای خانوادگی در اقتصاد ملی، درباره راه‌اندازی و توسعه همکاری‌ها در قالب «مرکز مطالعات کسب و کارهای خانوادگی» به تبادل نظر پرداختند و بر ضرورت هم‌افزایی علمی، پژوهشی و اجرایی برای توسعه دانش بومی، توانمندسازی فعالان این حوزه و پیوند مؤثر دانشگاه با بخش واقعی اقتصاد تأکید کردند.



۲۷ آبان‌ماه ۱۴۰۴

دیدار با نویسندگان کتاب خلق و نگهداری ثروت

انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی ایران، در ششم آبان ماه میزبان پیمان مولوی و سلمان یزدانی، نویسندگان کتاب خلق و نگهداری ثروت: دفتر مدیریت ثروت خانوادگی Family Office بودند. پیمان مولوی، علاوه بر این، مؤلف و مترجم چند کتاب پرمخاطب دیگر در حوزه اقتصاد نیز هست (جبر جغرافیا، رقص بازارها و ...). وی، همچنین، از تحلیل‌گران اقتصادی در حوزه عمومی و چهره‌های سرشناس شبکه‌های اجتماعی است. در این نشست، دو طرف ضمن آشنایی با علائق و آرمان‌های مشترک، درباره عضویت انستیتو مولوی به عنوان عضو حرفه‌ای-حقوقی در انجمن و امکان هم‌افزایی علمی و همکاری‌های فکری، و ارائه خدمات مورد نیاز اعضای خانوادگی انجمن با هم گفت‌وگو کردند.



۶ آبان‌ماه ۱۴۰۴

رویداد اهمیت کسب و کارهای خانوادگی

برای توسعه پایدار ایران

رویداد «اهمیت کسب و کارهای خانوادگی برای توسعه پایدار ایران» با مشارکت مدرسه توسعه پایدار، انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی و حمایت بنیاد حامیان دانشگاه تهران و چند نهاد علمی و اقتصادی، روز شنبه ۱۰ آبان‌ماه ۱۴۰۴، در دانشگاه شریف برگزار شد. در این نشست، جمعی از صاحب‌نظران حوزه کسب و کار و توسعه، به بررسی جایگاه و نقش کسب و کارهای خانوادگی در پایداری اقتصادی و اجتماعی ایران پرداختند.

در این رویداد مقصود فراستخواه، رضا پدیدار، فوژان صباحی، سعید جابرانصاری، مجید نوید، حسن فروزان‌فرد و هامون طهماسبی به بیان دیدگاه‌های خویش درباره اهمیت و جایگاه کسب و کارهای خانوادگی پرداختند.



۱۰ آبان‌ماه ۱۴۰۴



۲۷ آبان‌ماه ۱۴۰۴

هشتمین هم‌نشینی خانوادگی انجمن کسب و کارهای خانوادگی ایران

هشتمین هم‌نشینی خانوادگی انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی با موضوع «بازنشستگی و انتقال رهبری به نسل بعد»، ۲۷ آبان ماه برگزار شد. در این برنامه ابتدا محسن گلستانی، عضو حرفه‌ای انجمن، و از نسل دوم خانواده گلستانی، دربارهٔ معضلات و راهکارهای بازنشستگی صاحبان کسب‌وکارها و انتقال مؤثر رهبری و مدیریت به نسل بعدی مطلبی را به صورت کارگاهی و گفت‌وگومحور با نمایندگان خانواده‌های حاضر در میان گذاشت.

پس از ارائهٔ گلستانی، امیرحافظ کیهانی، عضونوجوان خانوادهٔ کیهانی، در ارائهٔ خود از ضرورت هوشمندسازی و توجه به نیازها و خواسته‌های نسل جدید در فرآیند انتقال کسب‌وکار سخن گفت. همچنین مهرداد عالی‌پور، نمایندهٔ شرکت پنتر، به اظهار سخنانی دربارهٔ تجربهٔ خود و الزامات تداوم کسب‌وکار خانوادگی سخن گفت. در پایان نشست نیز، پس از ارائهٔ گزارشی از سوی فوزان صباحی، دبیر انجمن، دربارهٔ فعالیت‌ها و دستاوردهای انجمن در سه ماههٔ اخیر، سعید جابرانصاری، رئیس هیئت مدیرهٔ انجمن، دربارهٔ تلاش‌های اینها جهت افزودن واحدی درسی با موضوع کسب‌وکارهای خانوادگی به دروس دانشگاهی کشور و نیاز ضرور پیوستن به انجمن بین‌المللی کسب‌وکارهای خانوادگی سخنانی را اظهار کرد. همچنین، پس از سخنان جابرانصاری، مراسم ابلاغ حکم سارا عالی‌پور، به عنوان مدیر کارگروه نسل آیندهٔ کمیته کسب‌وکارهای خانوادگی بنیاد حامیان دانشگاه تهران، برگزار شد.

آزمون دشوار بازنشستگی و انتقال رهبری در کسب‌وکارهای خانوادگی

محسن گلستانی: امروز می‌توانم ادعا کنم که کسب‌وکار خانوادگی، سازگارترین نوع کسب‌وکار با سرشت انسان است. شاید بسیاری از شما نیز بر این موضوع گواه باشید. اگر بخواهم این موضوع را به شکلی ساده توضیح دهم، باید بگویم که انسان، همچون سایر موجودات، به‌طور غریزی در پی تداوم نسل و بقای ژنتیکی خود است. این غریزه در عمق وجود همهٔ موجودات، از جمله انسان، نهادینه شده است. اما انسان، علاوه‌بر غریزه، موجودی اندیشمند است؛ موجودی که

درباره هستی خود، منشأ و مقصدش تأمل می‌کند.

در دوران شکوفایی، صاحب کسب‌وکار معمولاً سه مسیر پیش رودارد:

۱. **ادامه کار تا پایان عمر بدون توجه به جانشینی؛** که در نهایت، پس از فوت مالک، دارایی‌ها میان وراث تقسیم شده و کسب‌وکار معمولاً از بین می‌رود.

۲. **واگذاری یا فروش عمده کسب‌وکار؛** غالباً با این منطق که «چیزی به من نرسید که بخواهم منتقل کنم» یا به‌سبب تمایل به تغییر سبک زندگی. این دسته نیز سهم اندکی از کل کسب‌وکارها را تشکیل می‌دهد.

۳. **انتخاب جانشین؛** که مسیر مورد نظر اکثریت است.

بازنشستگی و انتقال رهبری به نسل بعد تمایل به انتقال نسلی ۹۶ درصد!

۹۶ درصد کسب‌وکارها خواهان انتقال فعالیت خود به نسل بعد هستند. اما انتخاب جانشین، آغاز چرخه‌ای تازه است.

پس از انتخاب جانشین، چالش‌های واقعی آغاز می‌شود. جانشین، در سه حوزه با فشارهای جدی روبه‌رو است:

حوزه حرفه‌ای (کسب‌وکار)

مدیران، کارکنان و مشتریان ممکن است او را صرفاً بر اساس خویشاوندسالاری پذیرفته باشند و نسبت به توانمندی‌هایش دچار تردید شوند. مقاومت‌ها، حسادت‌ها و مقایسه‌ها از نخستین موانع جانشین در محیط حرفه‌ای است.

حوزه خانوادگی

در سطح خانواده، انتخاب او معمولاً با حساسیت، رقابت، تعارضات دیرینه و حتی کینه‌های پنهان همراه می‌شود. هر انتخابی در خانواده «مدعیان» متعددی دارد و این موضوع فشار روانی و تعارضات زیادی ایجاد می‌کند.

حوزه مالکیتی

در ایران، به‌دلیل قوانین ارث، مالکیت پس از درگذشت مؤسس خرد می‌شود و کسب‌وکار به چندین سهامدار می‌رسد. در چنین شرایطی ممکن است جانشین از قدرت مالکیتی کافی برخوردار نباشد، درحالی‌که هیئت مالکان همچنان بر کسب‌وکار تأثیر می‌گذارند و گاهی مدیریت را زیر سؤال می‌برند.

اگر جانشین بتواند از این سه چالش عبور کند، کسب‌وکار وارد مرحله ثبات نسل جدید می‌شود و می‌تواند دوباره شکوفا شود. به همین دلیل، دوره جانشینی را بزرگ‌ترین آزمون هر کسب‌وکار خانوادگی در هر نسل می‌دانند؛ آزمونی دشوار، پیچیده و سرنوشت‌ساز.

کادر ابلاغ حکم: یکی از رویدادهای قابل توجه در هشتمین هم‌نشینی خانوادگی انجمن، ابلاغ حکم سارا عالی‌پوری از نسل سوم خانوادهٔ کارآفرین عالی‌پور، به عنوان مدیر کارگروه نسل آیندهٔ کمیتهٔ کسب‌وکارهای خانوادگی بنیاد حامیان دانشگاه تهران بود. این حکم را دکتر فوزان صباحی، مدیر بنیاد و دبیر انجمن به ایشان ابلاغ کرد.

گزارش سومین هم‌نشینی نسل بعد انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی (NextGen)

سومین هم‌نشینی نسل بعد انجمن ترویج، با عنوان از «میراث تا خلاقیت: نقش نسل بعدی در نوآوری و استارت‌آپ‌ها» در نهم آذرماه برگزار شد. در این نشست، الیاس جوادی، از نسل سوم شرکت پارت لاستیک، به ارائه موضوع مطالعاتی خود پرداخت و محمدمهدی قائمی‌نیا (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران) نیز توضیحاتی مفهومی و نظری را درباره موضوع نشست ارائه کرد. این برنامه، علاوه بر فعالیت‌های عملی و تمرین‌های گروهی، شاهد ارائه گزارشی از سوی سعید جابرانصاری، رئیس هیئت مدیره انجمن ترویج بود که به تشریح دستاوردهای سفر خویش به عمان و دیدار با چهره‌های ذی‌ربط در این حوزه پرداخت.

محمدمهدی قائمی‌نیا: نسل جدید عموماً به‌صورت طبیعی و با علاقه به سمت فناوری‌ها و خدمات دیجیتال حرکت می‌کند و این مسیر را لازمه بقا و پیشرفت کسب‌وکارها می‌داند. در مقابل، نسل قدیم که سال‌ها با ساختارهای سنتی و مبتنی بر تجربه زیسته فعالیت کرده، نسبت به تغییرات سریع، احساس نگرانی و مقاومت دارد. این مقاومت الزاماً ناشی از عدم درک نیست. در حوزه نوآوری، کلایتون کریستنسن نوآوری را نه صرفاً فناوری، بلکه هرگونه ایده، فرایند، سرمایه یا منبعی می‌داند که بتواند ارزشی جدید ایجاد کند. از این منظر، تکنولوژی تنها ابزار است و نوآوری چیزی فراتر از ابزارهای نوین محسوب می‌شود. اختلاف اصلی نسل‌ها از همین نقطه آغاز می‌شود: نسل قدیم «دیجیتال» را ابزاری در خدمت کسب‌وکار می‌بیند، اما نسل جدید «دیجیتال» را خود مسیر رشد و حتی هویت کسب‌وکار می‌داند. همین تفاوت برداشت، گلوگاه بسیاری از تنش‌ها و سوءتفاهم‌ها است. آمار جهانی نشان می‌دهد حدود ۷۰ درصد پروژه‌های تحول دیجیتال شکست می‌خورند. بنابراین طبیعی است که نسل قدیم به‌راحتی قانع نشود و نسبت به مسیر جدید محتاط باشد. درک این زاویه دید، لازمه ارتباط مؤثر میان دو نسل است.

الیاس جوادی: در کسب‌وکار خانوادگی، نسل اول ریشه‌ها هستند و نسل‌های بعدی شاخ و برگ. اگر این شاخ‌وبرگ رشد نکنند، آینده‌ای وجود نخواهد داشت. مطالعات نشان می‌دهد که اگر انتقال درست و سیستماتیک انجام نشود، کسب‌وکارهای خانوادگی معمولاً در نسل سوم با خطر سقوط مواجه می‌شوند. زیرا مسائل واقعی در همین نسل خود را نشان می‌دهد. در واقع، ما در نسل سوم با یک تغییر DNA در کسب‌وکار خانواده مواجهیم. نسل اول و دوم بر بقا، ثبات، تجربه و کنترل متکی هستند؛ اما نسل سوم بر سرعت، تکنولوژی، نوآوری و سیستم‌سازی.

همین تفاوت‌ها شکاف رفتاری ایجاد می‌کند. در جلسات انجمن ترویج، آقای دکتر گلستانی سه عامل مهم را توضیح دادند و ما هم در تجربه خود به آن‌ها رسیدیم: ۱. ترس؛ ترس از کنار گذاشته شدن و نادیده ماندن؛ ۲. بی‌اعتمادی به نسل جدید؛ این جمله که «باید موی سفید کنی» را زیاد شنیده‌ایم؛ ۳. ترس از تکنولوژی؛ چون فناوری جدید ریسک دارد و همیشه قابل پیش‌بینی نیست. تجربه‌ای که ما داشتیم این بود که نسل سوم نمی‌تواند عیناً مثل نسل اول رفتار کند؛ نه شرایط همان است و نه محیط کسب‌وکار. ما مجبور بودیم مدل کار را بازتعریف کنیم.

وقتی انتقال کار بدون سیستم و حکمرانی مشخص انجام شود، شبیه یک پل نیم‌ساخته است؛ دیر یا زود فرو می‌ریزد. بنابراین، لازم بود جانشین‌پروری و انتقال مسئولیت به‌تدریج و بر اساس قاعده انجام شود.



۹ آذرماه ۱۴۰۴

رویداد رهبری و کارآفرینی در شرکت‌های خانوادگی

دوم آذرماه، مرکز توسعه رهبران کسب و کار استاد فضل‌ی با همکاری انجمن علمی مدیریت صنعتی دانشگاه تهران، انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی و کمیسیون کسب‌وکارهای خانوادگی بنیاد حامیان دانشگاه تهران، میزبان دوسخترانی تخصصی در حوزه کسب‌وکارهای خانوادگی بود.

در این رویداد، سعید جابرانصاری، رئیس هیئت مدیره انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی و رئیس هیئت‌مدیره گروه صنعتی دژپاد، و محبوبه اکبری، عضو هیئت‌مدیره انجمن و مدیر عامل مدرسه کسب‌وکار آریانا، به عنوان سخنرانان اصلی حضور یافتند و به بیان تجربه‌ها و نکات کلیدی این حوزه پرداختند.



۴ و ۵ آذرماه ۱۴۰۴



۶ آذرماه ۱۴۰۴

شرکت در نشست سالانه انجمن FBCG در عمان

در نشست سالانه انجمن FBCG، که در مسقط عمان برگزار شد، سعید جابرانصاری، رئیس هیئت مدیره انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی، و حسن فروزان‌فرد، عضو هیئت مدیره انجمن، حضور به هم رسانیدند.

تأسیس دپارتمان کسب‌وکارهای خانوادگی در سازمان مدیریت صنعتی

در پی انعقاد تفاهمنامه همکاری میان سازمان مدیریت صنعتی و انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی، در دیداری با مدیرعامل سازمان مدیریت صنعتی، گزارشی از روند موضوعات پی‌گرفته شده ارائه شد و نظر به اهمیت و گستردگی ابعاد موضوع، قرارداد اجرایی تأسیس دپارتمان کسب‌وکارهای خانوادگی به منظور طراحی، توسعه و اجرای طرح‌های مختلف در حوزه کسب‌وکارهای خانوادگی، با گروه مشاوران فرایند توسعه فردا به‌عنوان یکی از بازوهای اجرایی سازمان از ابتدای آذر ماه ۱۴۰۴ منعقد گردید، که شامل فعالیت‌های اصلی ذیل می‌شود:

۱. کمک به توسعه اکوسیستم کسب‌وکارهای خانوادگی از طریق مشارکت ذی‌نفعان شامل: انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی، فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب‌وکار، انجمن‌های حرفه‌ای و تخصصی، اتاق بازرگانی ایران و اتاق‌های استانی، دانشگاه‌های مادر، اساتید و اعضای هیات علمی موسسات پژوهشی-آموزشی و ...
۲. تحقیق و توسعه ادبیات بومی و طراحی محصولات و خدمات مورد نیاز (بالقوه و بالفعل) کسب‌وکارهای خانوادگی.
۳. شناسایی ابعاد شناخته‌نشده تقاضاهای پنهان این نوع کسب‌وکارها و برنامه‌ریزی حرفه‌ای برای آن.
۴. مدل‌سازی برای کمک به تغییر جهت قطب‌نمای توسعه ایران به سمت الگوی کسب‌وکارهای خانوادگی.
۵. توسعه بازار (حساس کردن جامعه و ذی‌نفعان) از طریق نشست‌ها و همایش‌ها.
۶. طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی
۷. ارائه محتواهای آموزشی-ترویجی بومی‌شده برای مدیران، کارآفرینان و دیگر ذی‌نفعان مرتبط.
۸. ایجاد شبکه حرفه‌ای از متخصصان کسب‌وکارهای خانوادگی (شامل محققان، مربیان، مشاوران) و نیز کارآفرینان و نسل‌های دوم به بعد خانواده و مدیران غیرخانوادگی آن‌ها.
۹. پیشنهاد اصلاح قوانین و مقررات از طریق اتاق ایران و شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی (در سطح ملی و استان‌ها) در جهت حمایت بیشتر از کسب‌وکارهای خانوادگی.

National Family Business Summit

دومین همایش ملی کسب و کارهای خانوادگی خانواده‌های کارآفرین، پای کار ایران

خانواده‌ای رستگار، میراثی ماندگار، توسعه‌ای پایدار
Thriving Families, Well-Lived Legacies

انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی
به میزبانی اتاق بازرگانی اصفهان برگزار می‌کند.

مکان: سالن همایش‌های اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان
زمان: سه‌شنبه ۲۵ آذرماه ۱۴۰۴

📍 دبیرخانه همایش: تهران، بلوار اندرزگو، مجتمع تجاری سانا، طبقه چهارم اداری، واحد ۴۰۶
اصفهان، میدان فیض، سالن همایش‌های اتاق بازرگانی اصفهان. کسب اطلاعات بیشتر: ۰۳۱۳۶۵۶۰۰۰۰ داخلی ۳۰۳۳
fbpa 📞 www.fbpa.net 🌐 fbpairan 📧 irfbpa 📧 info@fbpa.net 📧 +989203237737

افتتاحیه

جدول زمان بندی دومین همایش ملی کسب و کارهای خانوادگی

- ▶ تاثیرگذاری خانواده‌های کارآفرین در توسعه ملی کشورها و طراحی الگوی ایرانی
- * سعید جابرانصاری؛ رئیس هیئت مدیره انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی
- ▶ تداوم موفق و پایدار بین نسلی کسب و کارهای خانوادگی، رمز ماندگاری اتاق‌های بازرگانی
- * امیر کشانی؛ رئیس اتاق بازرگانی اصفهان
- ▶ نقش راهبردی اتاق ایران برای تحقق اهداف بیانیه تاریخی اولین همایش ملی کسب و کارهای خانوادگی
- * پیام باقری؛ نایب رئیس اتاق بازرگانی ایران
- ▶ محوریت خانواده‌های کارآفرین در برنامه‌ریزی و توسعه‌ی استانی
- * مهدی جمال‌نژاد؛ استاندار اصفهان

خانواده‌های کارآفرین، پای کار ایران

پنل خانواده‌های کارآفرین

- ▶ مدیر پنل: فوژان صباحی؛ دبیر انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی
- موضوعات: انتقال رهبری، نقش زنان، میراث خانوادگی و نوآوری در شرکت‌های خانوادگی
- * جعفر ذره‌بینی؛ گروه صنعتی پریس
- * عباسعلی قصابی؛ گروه صنعتی چینی زرین
- * محمد نصیری؛ گروه صنعتی رامک
- * مهرداد عالی‌پور؛ گروه صنعتی پنتر
- * محبوبه اکبری؛ رستوران زنجیره‌ای شیل، گروه آریانا

مراسم افتتاح مرکز FB اتاق اصفهان سینا توفیق‌نیا؛ دبیر حلقه حامیان اصفهان

بخش ویژه

- ▶ سخنرانی کلیدی
- * مقصود فراستخواه؛ استاد دانشگاه و نظریه‌پرداز، برگزیده جشنواره کتاب سال ایران و جشنواره بین‌المللی فارابی

پنل اکوسیستم هم‌آفرین

- ▶ مدیر پنل: زهیر صیامیان؛ رئیس شورای علمی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی
- موضوعات: جایگاه آموزش، پژوهش، نهادهای علمی و بنیادهای حامی در اکوسیستم کسب و کارهای خانوادگی
- * رضا پدیدار؛ رئیس انجمن شرکت‌های مشاوره سرمایه‌گذاری
- * عیسی منصوری؛ رئیس مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی ایران
- * ناصر غلامی؛ مدیر عامل بنیاد حامیان دانشگاه تهران
- * طاهر روشن‌دل؛ رئیس دانشکدگان مدیریت دانشگاه تهران

پنل اتاق امیدآفرین

- ▶ مدیر پنل: علی حسینی‌نژاد؛ مدیرعامل انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی
- موضوعات: ضرورت تدوین و تصویب قانون حمایت از کسب و کارهای خانوادگی و تأسیس مراکز FB در اتاق بازرگانی ایران و استان‌ها
- * سید جعفر مرعشی؛ عضو هیئت علمی سازمان مدیریت صنعتی
- * حسن فروزان‌فرد؛ عضو هیئت مدیره انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی
- * محمدرضا برکتین؛ عضو مرکز کسب و کارهای خانوادگی اتاق اصفهان
- * سیدجواد زمانی؛ معاون امور استان‌ها و تشکل‌های اتاق بازرگانی ایران

قرائت بیانیه دومین همایش ملی کسب و کارهای خانوادگی

۱۵:۵۵ - ۱۵:۰۰

۱۵:۵۵ - ۱۶:۴۵

۱۶:۴۵ - ۱۷:۴۵

۱۷:۴۵ - ۱۸:۳۵

۱۸:۳۵ - ۱۹:۰۵



۲۵ آذرماه ۱۴۰۴

دومین همایش ملی کسب و کارهای خانوادگی

دومین همایش ملی کسب و کارهای خانوادگی با شعار «خانواده‌های کارآفرین، پای کار ایران»، به همت انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی ایران و به میزبانی اتاق بازرگانی اصفهان، روز سه‌شنبه ۲۵ آذر ماه ۱۴۰۴ در سالن همایش‌های اتاق بازرگانی اصفهان برگزار شد. هدف این همایش، گفت‌وگو درباره راهکارها و الزامات تداوم نقش‌آفرینی شرکت‌های خانوادگی در نقشه راه توسعه ملی بود. در این رویداد، نمایندگان اتاق‌های بازرگانی، مدیران و مالکان کسب و کارهای خانوادگی، برخی نمایندگان دولت و چهره‌های دانشگاهی حضور داشتند و برنامه شامل سخنرانی‌های افتتاحیه، سخنرانی کلیدی، افتتاح مرکز کسب و کارهای خانوادگی و برگزاری پنل‌های تخصصی بود.

» ساختن آینده را به نسل آینده بسپاریم

امیر کشانی، رئیس اتاق بازرگانی اصفهان، در سخنرانی افتتاحیه، ترویج کسب و کارهای خانوادگی را منوط به به رسمیت شناختن ارزش‌های خانواده دانست و تأکید کرد که پایداری این بنگاه‌ها بدون غلبه فرهنگ خانواده بر نگاه صرفاً اقتصادی ممکن نیست. او انتقال بین‌نسلی را ضرورتی اجتناب‌ناپذیر خواند و گفت ادامه مسیر توسعه بدون توجه به ارزش‌ها و زیست‌جهان نسل جدید امکان‌پذیر نخواهد بود. کشانی بر سپردن مسئولیت ساختن آینده به نسل آینده تأکید کرد و برند خانوادگی را پشتوانه‌ای مهم برای تداوم و رشد کسب و کار دانست.

» نقش راهبردی اتاق ایران در تحقق اهداف همایش

پیام باقری، نایب‌رئیس اتاق بازرگانی ایران، کسب و کارهای خانوادگی را از کهن‌ترین و در عین حال پایدارترین اشکال بنگاه‌داری دانست که در اقتصاد امروز نیز نقش‌آفرین‌اند. او اعتماد، وفاداری، افق بلندمدت و چابکی را از مزیت‌های این بنگاه‌ها برشمرد و انتقال بین‌نسلی را مهم‌ترین چالش آن‌ها دانست. باقری تأکید کرد که دولت باید نقش حامی و ناظر داشته باشد و از مداخله مستقیم در اقتصاد پرهیز کند.

» محوریت خانواده‌های کارآفرین در توسعه استانی

مهدی جمالی‌نژاد، استاندار اصفهان، کسب و کارهای خانوادگی را از ارکان کم‌صدا اما مؤثر اقتصاد کشور معرفی کرد و گفت تداوم آن‌ها نیازمند گذار از مدیریت سنتی به حکمرانی حرفه‌ای است. او این بنگاه‌ها را پیشران اشتغال پایدار و کاهش آسیب‌های اجتماعی دانست و بر نقش آن‌ها در تقویت انسجام اجتماعی و امنیت ملی تأکید کرد.

سخنرانی کلیدی

سه‌م سرمایه خانوادگی در توانمندی بخش خصوصی مولد ایران و آثار توسعه‌ای آن

مقصود فراستخواه، جامعه‌شناس و استاد دانشگاه، در سخنرانی کلیدی خود، توسعه را فرایندی اجتماعی دانست و بر نقش مغفول نهاد خانواده در روایت‌های توسعه ایران تأکید کرد. او سرمایه خانوادگی را مجموعه‌ای از هویت، اعتماد، اعتبار و شبکه‌های اجتماعی معرفی کرد که امکان کنش اقتصادی پایدار را فراهم می‌سازد و گفت در دوره‌های بحران، این سرمایه بوده که امکان بازسازی جامعه را فراهم کرده است. فراستخواه بازسازی آگاهانه این سرمایه اجتماعی را شرط تقویت بخش خصوصی مولد دانست.

» پنل نخست: خانواده‌های کارآفرین

در این پنل، سخنرانان بر نقش خانواده‌های کارآفرین به‌عنوان سرمایه اجتماعی مولد تأکید کردند. موضوعاتی چون توانمندسازی زنان، انتقال ارزش‌ها، جانشینی، نقش مادران در پایداری بنگاه‌ها، ضرورت نوآوری، تفکیک مالکیت از مدیریت و اعتماد میان نسل‌ها، به‌عنوان عوامل کلیدی تداوم کسب و کارهای خانوادگی مطرح شد. سخنرانان با استناد به تجربه‌های صنعتی، ضعف جانشینی و مداخلات دولتی را از تهدیدهای جدی این بنگاه‌ها دانستند.

» پنل دوم: اکوسیستم هم‌آفرین

در این پنل، بر نقش دانشگاه، پژوهش و نهادهای علمی در پایداری کسب و کارهای خانوادگی تأکید شد. سخنرانان از تأسیس مراکز تخصصی مطالعات کسب و کارهای خانوادگی، ضرورت پیوند دانش و تجربه، کاهش مداخله دولت و اعتماد به نسل جوان سخن گفتند. کسب و کارهای خانوادگی به‌عنوان کنشگرانی مرزی میان اقتصاد و جامعه معرفی شدند که به‌طور طبیعی حامل اصول مسئولیت‌پذیری اجتماعی هستند.

» پنل سوم: اتاق امیدآفرین

در این بخش، وضعیت ایران در مقایسه با کشورهای منطقه بررسی شد و عقب‌ماندگی نهادی در حوزه کسب و کارهای خانوادگی مورد تأکید قرار گرفت. سخنرانان بر ضرورت تدوین قانون حمایت از کسب و کارهای خانوادگی، ایجاد شورای مرکزی در اتاق ایران، راه‌اندازی مراکز استانی و حفظ استقلال انجمن در کنار همکاری با اتاق‌ها تأکید کردند. رویکرد مشفقانه، راه‌گشا و در عین حال مطالبه‌گرانه، به‌عنوان راهبرد تعامل با حکمرانی اقتصادی مطرح شد.

خانواده‌ای رستگار، میراثی ماندگار، توسعه‌ای پایدار

Thriving Families, Well-Lived Legacies

دومین همایش ملی کسب و کارهای خانوادگی

2nd National Family Business Summit

خانواده‌های کارآفرین، پای کار ایران

ارائه‌کنندگان

عبدالله قاضی گروه صنعتی چینی زمین	جعفر دره‌بینی گروه صنعتی پریس	مهدی جمال‌نژاد استاندار اصفهان	پیام باقری نایب رئیس اتاق بازرگانی ایران	امیر کشانی رئیس اتاق بازرگانی اصفهان	سعید جابرانصاری رئیس هیئت‌مدیره انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی
فوزان صیاحی کسب و کارهای خانوادگی	محمد نصیری گروه صنعتی رامک	رضا بدیدار رئیس انجمن شرکت‌های مشاوره سرمایه‌گذاری	مقصود فراستخواه عضو هیئت‌مدیره موسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی	سینا توفیق‌نیا دبیر حلقه حامیان اصفهان	محبوبه اکبری رستوران زنجیرهای سیلا گروه آپارنا
زهری صیامیان رئیس شورای علمی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی	سیدعلی حسینی‌نژاد مدیرعامل انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی	سیدجواد زمانی معاون امور استان‌های اتاق ایران	محمدرضا برکنین رئیس کمیسیون صنایع و معادن هیئت‌مدبران اتاق اصفهان	حسن فروزان فرد عضو هیئت‌مدیره انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی	سید جعفر مرعشی عضو هیئت علمی سازمان مدیریت صنعتی
ناصر غلامی مدیر عامل بنیاد حامیان دانشگاه تهران	ظاهر روشن‌دل رئیس دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	سید جعفر مرعشی عضو هیئت علمی سازمان مدیریت صنعتی	سید جعفر مرعشی عضو هیئت علمی سازمان مدیریت صنعتی	سید جعفر مرعشی عضو هیئت علمی سازمان مدیریت صنعتی	سید جعفر مرعشی عضو هیئت علمی سازمان مدیریت صنعتی

۲۵ آذرماه ۱۴۰۴

بیانیه پایانی دومین همایش ملی کسب‌وکارهای خانوادگی

به نام خداوند جان و خرد

خانواده‌های کارآفرین، پای کار ایران

ما، شرکت‌کنندگان در دومین همایش ملی کسب‌وکارهای خانوادگی ایران، که به ابتکار انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی و به میزبانی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان برگزار شد، با اتکا به بیانیه تاریخی نخستین همایش ملی در اتاق بازرگانی ایران و در پرتو گفت‌وگوها و پنل‌های تخصصی این همایش، بر نکات زیر تأکید می‌کنیم:

۱. در تاریخ ایران، نهاد خانواده و سرمایه خانوادگی به مثابه یک سرمایه‌نمادین انسانی، اجتماعی و فرهنگی در تولید ثروت بوده و مهم‌ترین سهم‌رادر آبادانی، سربلندی و توسعه ایران داشته است. بنابراین، حمایت از خانواده یک مسئولیت ملی و حاکمیتی است.

۲. غفلت چند دهه‌ای از نقش خانواده‌های کارآفرین در سیاست‌گذاری، آموزش، قانون‌گذاری و روایت توسعه، بر خلاف این جایگاه تاریخی، به سکنه توسعه ملی، و فرسایش سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی انجامیده است. جبران این وضعیت نیازمند تغییر ذهنیت عمومی و قطب‌نمای سیاست توسعه در سطح حکمرانی و روندهای اجتماعی و فرهنگی است.

۳. خانواده‌های کارآفرین، که پای کار ایران بوده‌اند، هستند و خواهند بود، کنشگران اصلی توسعه ایران‌اند. درعین حال، ارتقای انسجام درونی، بلوغ حکمرانی، گفت‌وگوی بین‌نسلی و حرفه‌ای‌سازی شرط‌انرژی‌گذاری اجتماعی آنان است.

۴. انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی با شعار «خانواده‌ای رستگار، میراثی ماندگار و توسعه‌ای پایدار» به‌عنوان یک کنشگر اجتماعی خانواده‌محور و با اتکا به حمایت مادی و معنوی خانواده‌ها، نقش واسطه توانمندساز میان خانواده‌ها، اندیشمندان و متخصصان، اتاق‌های بازرگانی، اصحاب رسانه و سیاست‌گذاری عمومی را ایفا می‌کند.

۵. توسعه پایدار کسب‌وکارهای خانوادگی، مستلزم شکل‌گیری اکوسیستم هم‌آفرین با حمایت خانواده‌های کارآفرین اخلاق مدار، دانشگاه‌ها، مشاوران و مدیران حرفه‌ای، تشکل‌ها و پیوند فعال با تجربه‌های جهانی مانند FBN و شبکه‌های علمی نظیر IFERA است.

۶. ما دستیابی تدریجی به سهم بخش خانوادگی از تولید ناخالص داخلی (GDP) در سطح میانگین جهانی (حدود ۷۰٪) را با طراحی الگویی ایرانی، به عنوان یک هدف ملی و شاخص راهبردی توسعه ایران ضروری می‌دانیم.

۷. تحقق این هدف مستلزم به رسمیت شناختن کسب‌وکارهای خانوادگی در نظام برنامه‌ریزی توسعه، پژوهش مبتنی بر شواهد، نظام آموزش عالی کشور و ایجاد نظام آماری شفاف برای رصد و پایش مستمر سهم آن‌ها از GDP است.

۸. تدوین و تصویب قانون حمایت از کسب‌وکارهای خانوادگی، در راستای اجرای اصل ۱۰ قانون اساسی و سیاست‌های ابلاغی حمایت از خانواده سال ۱۳۹۵، شرط لازم مشارکت مردم و سرمایه‌گذاری در تولید است.

۹. با ایجاد شورای مرکزی کسب‌وکارهای خانوادگی اتاق ایران، و با توسعه مراکز کسب‌وکارهای خانوادگی اتاق‌های استانی، و حمایت از تشکیل هسته‌های مطالعاتی دانشگاه مادر استان، بستر تعمیم این حرکت ملی فراهم می‌گردد.

۱۰. پیرو تشکیل حلقه حامیان اعضای انجمن در استان اصفهان و ارائه طرح انجمن برای تأسیس مرکز کسب‌وکارهایی خانوادگی، و با تصویب هیئت رئیسه اتاق بازرگانی اصفهان، مرکز فوق در این همایش افتتاح گردید و تلاش می‌گردد تجربه‌ای امیدآفرین و اثربخش برای خانواده‌های کارآفرین باشد تا با تحقق شعار «خانواده‌ای رستگار، میراثی ماندگار و توسعه‌ای پایدار» همواره پای کار ایران بنامیم.

دیدار با مهندس محسن خلیلی

یکشنبه ۳۰ آذر، جمعی از اعضای انجمن، جهت ارائه گزارش عملکرد یکساله انجمن -از اولین همایش تا دومین همایش- و نیز تشریح بیانیه نهایی دومین همایش ملی کسب‌وکارهای خانوادگی به دیدار مهندس محسن خلیلی رفتند. در این دیدار، مهندس خلیلی پیشنهاد دادند انجمن متنی را در اختیار ایشان نهد تا از طریق ایشان و هیئت مدیره انجمن مدیران صنایع، برای آشنایی با انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی و حمایت از آن، به کلیه اعضای خانوادگی عضو انجمن مدیران صنایع کشور ارسال گردد. انجمن ترویج برای ایشان آرزوی توفیق و طول عمر با عزت دارد.



۳۰ آذرماه ۱۴۰۴

نشست با معاونت امور استان‌ها و تشکل‌های اتاق ایران

در ادامه اجرای مفاد بیانیه نخستین همایش ملی کسب‌وکارهای خانوادگی (۲۷ آذر ۱۴۰۳)، و پیرو تصویب مأموریت شورای مرکزی کسب‌وکارهای خانوادگی در اتاق ایران، نشست با هدف بررسی راهکارهای رسمی‌سازی این نهاد در ساختار اتاق بازرگانی و توسعه مراکز کسب‌وکارهای خانوادگی در اتاق‌های استانی برگزار شد.

در این راستا، نشستی با حضور نمایندگان انجمن و سیدجعفر مرعشی، مشاور ارشد اتاق ایران، و سید جواد زمانی، رئیس امور استان‌ها و تشکل‌های اتاق ایران، انجام شد. در این جلسه گزارشی از فعالیت‌های انجمن ترویج و نمونه‌های مشابه مراکز کسب‌وکارهای خانوادگی در سایر کشورها ارائه گردید و بر ضرورت ایجاد و توسعه این مراکز در استان‌ها تأکید شد.

آقای زمانی نیز با اشاره به تجارب خود در این حوزه، بر اهمیت شکل‌گیری چنین ساختاری در اتاق‌های بازرگانی تأکید کرد و قول مساعد برای همکاری‌های لازم را داد. از جمله اقدامات پیشنهادی برگزاری نشست مشترک با رؤسای اتاق‌های استانی برای معرفی انجمن و مراکز پیشنهادی بود.

در پایان، از ایشان برای ارائه سخنرانی در دومین همایش ملی کسب‌وکارهای خانوادگی که در تاریخ ۲۵ آذر ۱۴۰۴ به میزبانی اتاق بازرگانی اصفهان برگزار خواهد شد، دعوت به عمل آمد.



۲۷ آذرماه ۱۴۰۴





۶ اسفندماه ۱۴۰۴

دیدار با رئیس دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه شریف

چهارشنبه ۶ اسفند، نمایندگان انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی با سرکار خانم دکتر شیرین اصلانی، رئیس دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف دیدار کردند.

در این جلسه که مهندس سعید جابر انصاری، رئیس هیئت مدیره، دکتر فوژان صباحی، دبیر انجمن و سیدعلی حسینی نژاد، مدیرعامل انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی حضور داشتند، درباره همکاری‌های مشترک علمی، آموزشی و پژوهشی با دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه شریف، با رئیس این دانشکده، دکتر شیرین اصلانی، گفت‌وگو و تبادل نظر شد.

در این جلسه مقرر شد با در نظر گرفتن ظرفیت‌های علمی و اجرایی طرفین، در آینده همکاری‌ها و پروژه‌های مشترک این دو مرکز افزایش یابد.



۳ اسفندماه ۱۴۰۴

در نشست دبیرکل اتاق بازرگانی ایران مطرح شد؛

تأکید بر ایجاد مراکز استانی کسب و کارهای خانوادگی

نشست هم‌اندیشی اعضای هیات مدیره انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی با دبیر کل اتاق بازرگانی ایران ابوالفضل روغنی گلپایگانی، برگزار شد.

در این نشست، جزئیات ایجاد مرکز کسب و کارهای خانوادگی در اتاق‌های بازرگانی استان‌ها به عنوان پیشنهادی برای ارتقای سطح کمی و کیفی فعالیت انجمن بررسی شد.

همچنین در بخش دیگری از این نشست، بر این نکته مهم تأکید شد که برای پیشبرد اهداف علمی و اجرایی دو طرف، لازم است برای حمایت از پژوهش‌های مورد نیاز در حوزه کسب و کارهای خانوادگی ایران ساز و کاری اندیشیده شود.

سمینار «کسب و کارهای خانوادگی: فرصت‌ها و تهدیدها»

سمینار تخصصی کسب و کارهای خانوادگی در استان قم با همکاری انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی و میزبانی اتاق بازرگانی قم برگزار شد. در این نشست، جایگاه، چالش‌ها و ظرفیت‌های این بنگاه‌ها در توسعه اقتصادی کشور بررسی شد و کسب و کارهای خانوادگی به عنوان یکی از ارکان ریشه‌دار اما کمتر دیده شده اقتصاد معرفی شدند؛ بنگاه‌هایی که با اتکا به اعتماد، تعهد و نگاه بلندمدت، نقش مهمی در اشتغال پایدار و ثبات اجتماعی دارند.

محمد ایرانی، رئیس اتاق بازرگانی قم، با تأکید بر ضرورت آسیب‌شناسی این کسب و کارها، تصریح کرد که قم با توجه به ساختار سنتی و حرکت به سوی الگوهای نوین اقتصادی، نیازمند تقویت نقاط قوت و اصلاح ضعف‌های این حوزه است. وی همچنین بر کارکرد اجتماعی و فرهنگی این بنگاه‌ها در تحکیم نهاد خانواده و کاهش فاصله میان نسل‌ها تأکید کرد.

در بخش دوم نشست، رئیس هیئت مدیره انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی، سعید جابر انصاری با تمرکز بر مسئله حکمرانی و انتقال بین‌نسلی سخن گفت. او هشدار داد که بسیاری از این بنگاه‌ها در فرآیند جانشینی دچار افت عملکرد می‌شوند و نبود ساز و کار حرفه‌ای برای واگذاری مسئولیت‌ها، ریسک بقا را افزایش می‌دهد. به گفته وی، کیفیت تربیت نسل بعد، آموزش مهارت‌های تصمیم‌سازی و مدیریت تعارض، و تفکیک نقش‌های خانوادگی از مسئولیت‌های مدیریتی، شرط اساسی تداوم و رشد پایدار کسب و کارهای خانوادگی است.



۲ دی‌ماه ۱۴۰۴



۲۷ بهمن‌ماه ۱۴۰۴

مسئولیتی بزرگ بر دوش نسل دوم

نهمین همایشی خانوادگی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی ایران

نهمین هم‌نشینی خانوادگی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی، ۲۷ بهمن ماه، در کانون اسلامی انصار برگزار شد. در ابتدای این برنامه، فوژان صباحی، دبیر انجمن، گزارشی از تازه‌ترین فعالیت‌های انجمن ارائه کرد و سپس علی حسینی نژاد و حسن فروزان فرد درباره موضوع حاکمیت شرکتی در کسب و کارهای خانوادگی به ارائه دیدگاه‌های خود پرداختند. در پایان نشست نیز، سعید جابر انصاری، رئیس هیئت مدیره انجمن، گزارشی از سفر نمایندگان انجمن به اجلاس عمان ارائه کرد.

حسن فروزان فرد: از اوایل دهه ۱۳۷۰، به عنوان نخستین عضو نسل

دوم از دو خانواده شریک، وارد شرکت صنایع غذایی پدر شدم؛ شرکتی که تا آن زمان به صورت سنتی و با تمرکز بالا اداره می‌شد. با گسترش فعالیت‌ها، جابه‌جایی کارخانه و تفکیک عملیاتی بین تهران و شهریار، پیچیدگی سازمانی افزایش یافت و زمینه بروز چالش‌های مدیریتی فراهم شد. با ورود تدریجی سایر اعضای خانواده در دهه ۱۳۸۰، نبود هیئت مدیره واقعی و تفکیک نشدن نقش‌ها باعث شکل‌گیری تنش‌ها و تعارض‌ها شد. از سال ۱۳۸۲ تا ۱۳۸۶، تلاش برای تدوین استراتژی و برگزاری جلسات منظم هیئت مدیره، هرچند با تنش همراه بود، اما آغازگر گفت‌وگوهای حرفه‌ای شد. تفکیک اجرا از راهبری، نشانه بلوغ نهادی است و به همین دلیل از سال ۱۳۹۶ به طور کامل از نقش اجرایی کناره‌گیری کردم. استقرار حکمرانی شرکتی یک فرآیند زمان‌بر است و بدون تفکیک سطوح مجمع، هیئت مدیره و هیئت عامل و مدیریت تعارض منافع، پایداری بین‌نسلی ممکن نخواهد بود. نقش فعال نسل اول در حمایت از نسل دوم و پذیرش هزینه‌های تغییر، شرط تداوم کسب و کار است.

در پایان **سعید جابر انصاری**، بر ضرورت ایجاد اکوسیستم ملی حمایت از کسب و کارهای خانوادگی در ایران تأکید کرد؛ اکوسیستمی متشکل از انجمن‌ها، اتاق بازرگانی، دانشگاه‌ها و نهادهای سیاست‌گذار. به باور او، بدون به رسمیت شناختن مالکیت، کاهش ریسک‌مصادره و تدوین قوانین حمایتی، پایداری این کسب و کارها ممکن نیست. جمع‌بندی سخنان بر این نکته استوار بود که توسعه کسب و کارهای خانوادگی اخلاق‌مدار و پاسخگومی تواند یکی از مسیرهای کلیدی نجات و پایداری اقتصاد ایران باشد.

علی حسینی نژاد: آمارها نشان می‌دهد کسب و کارهای خانوادگی

سهام بسیار مهمی در اقتصاد دارند. اغلب این شرکت‌ها با جسارت یک کارآفرین شکل می‌گیرند و با اتکا به سرمایه شخصی، سرمایه اجتماعی، اعتماد و حمایت خانواده توسعه پیدا می‌کنند. به تدریج نیز در صنعت خود اثرگذار می‌شوند و گاه حتی رهبری یک حوزه را بر عهده می‌گیرند. یکی از ویژگی‌های متمایز این کسب و کارها، سرعت بالای رشد آن‌ها نسبت به کسب و کارهای غیر خانوادگی است.

در مرحله شکل‌گیری، تمرکز قدرت نزد کارآفرین نسل اول امری طبیعی است و نه تنها چالش‌زاینست، بلکه عامل انسجام و سرعت در تصمیم‌گیری به شمار می‌آید. ذات کارآفرینی اقتضا می‌کند که تصمیم‌گیری سریع باشد، زیرا کسب و کار از مرحله عدم به وجود منتقل می‌شود. در این مرحله، ساختارها ساده هستند، سلسله‌مراتب روشن است و اعتماد نقش محوری دارد. اما با رشد سریع اقتصادی، رشد نهادی کسب و کار عقب می‌ماند. شرکت بزرگ‌تر می‌شود، عملیات پیچیده‌تر می‌گردد، تعداد سهامداران خانوادگی افزایش می‌یابد و نسل‌های بعدی وارد می‌شوند.

در این مرحله، همان تمرکز قدرتی که در آغاز نقطه قوت بود، به منبع ریسک تبدیل می‌شود و مانعی برای شفافیت، پاسخگویی و هماهنگی ایجاد می‌کند. در شرکت‌های غیر خانوادگی، تفکیک مالکیت و مدیریت معمولاً روشن‌تر است، اما در شرکت‌های خانوادگی، هم‌پوشانی روابط اقتصادی و عاطفی، تصمیم‌گیری را پیچیده‌تر می‌کند. همین مسئله باعث محافظه‌کاری بیش از حد، ضعف در شفافیت و دشواری در پاسخگویی می‌شود.

سلسله گفت‌وگوهای تاب‌آوری در کسب‌وکارهای خانوادگی

خانواده‌ی کارآفرین شهوازیان، گروه نیک یزد

گفت‌وگوی اول

خانواده‌ی رستگار

میراث ماندگار

توسعه‌ای پایدار

خانواده‌ی کارآفرین

پای کار ایران

تسهیلگر	مهمان	مهمان	مهمان	کارشناس
سعید جابرانصاری رئیس هیئت‌مدیره انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی	علیرضا ثلاثی	محمد شهوازیان	محمد دهقان نیری	مریم سردشتی

سه‌شنبه ۸ اردیبهشت‌ماه | ساعت ۲۰ تا ۲۱:۳۰ | از طریق پلتفرم **Alocom.co**

fbpairan +989203237737 info@fbpa.net irfbpa fbpairan www.fbpa.net fbpa

راه‌های ارتباطی

جنگ، فرصتی برای تمرین پادشکندگی

اولین وبینار تاب‌آوری

نخستین وبینار از مجموعه نشست‌های آنلاین تاب‌آوری انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی، عصر روز سه‌شنبه هشتم اردیبهشت‌ماه با حضور دو نفر از اعضای خانواده کارآفرین شهوازیان (نیک یزد)، و کارشناسان این حوزه، محمد دهقان نیری و مریم سردشتی و با اجرای علیرضا ثلاثی برگزار شد. در این نشست نخست سعید جابر انصاری، رئیس هیات مدیره انجمن متنی را به مناسبت آغاز این سلسله گفت‌وگوها قرائت کرد. او گفت: حکمرانی خانوادگی شامل نقش‌های روشن، قواعد تصمیم‌گیری و سازوکار حل اختلاف است. جنگ ضعف‌های جانشینی را بی‌رحمانه آشکار می‌کند. اگر آماده انتقال نسلی نباشیم، بحران آن را تشدید می‌کند. نه فقط با ارث، بلکه با آموزش مدیریت مسئولانه می‌توانیم با این موضوع رو به رو شویم.

جنگ باعث می‌شود خانواده‌ها مجبور شوند ساختار تصمیم‌گیری را شفاف کنند. جانشینی را جدی بگیرند، نسل بعد را سریع‌تر آماده کنند، وابستگی‌های خطرناک را حذف کنند، حکمرانی حرفه‌ای ایجاد کنند. اگر این اتفاق‌ها بیفتند، بحران به فرصتی برای بلوغ تبدیل می‌شود. هدف ما نباید فقط تاب‌آوری باشد. آینده از آن کسانی است که از ضربه قوی‌تر می‌شوند. کسب‌وکارهای خانوادگی موفق ایران اگر بعد از آن همه بحران هنوز پابرجا هستند، فقط به خاطر مقاومت نیست. بلکه یاد گرفتند از بحران‌ها یاد بگیرند. و این همان ضدشکندگی است. برخی کسب‌وکارها در بحران از بین رفته‌اند، برخی دوام آورده‌اند، اما کسب‌وکارهای موفق ایرانی از بحران دوباره متولد می‌شوند. این تفاوت میان تاب‌آوری و ضدشکندگی است.

رئیس هیات مدیره انجمن در پایان سخنش توضیح داد: خانواده‌های کارآفرین نشکن، پای کار ایران بودند، هستند و خواهند بود. باید نشان دهند در این شرایط ارزش تغییر جهت قطب‌نمای توسعه را دارند. امیدواریم از بقای خانواده تا ثبات ملی پیش برویم و انجمن بتواند منشور ملی تاب‌آوری کسب‌وکارهای خانوادگی شامل یک چک لیست و یک پروتکل حکمرانی فمیلی بیزینس در شرایط جنگی تهیه و تدوین کند.

کسب‌وکارهای خانوادگی در زمانه بحران چابک‌ترند

در بخش دیگری از این نشست، محمد شهوازیان، از اعضای کسب‌وکار خانوادگی نیک یزد گفت: یکی از محاسن کسب‌وکارهای خانوادگی انتقال تجارب است. پدرم از قدیم می‌گفتند اعتبار هر کارخانه این است که آخر سال چیزی به موجودی مواد اولیه‌اش اضافه شده باشد. این برای من درس بوده و سعی کردیم همیشه موجودی مواد اولیه برای چند ماه داشته باشیم. این بار هم بوی تنش را حس کرده بودیم. و نیازهای خارجی‌مان را پیش‌پیش تأمین کردیم. چون در این بیش از سه دهه، بدتری سال کاری من سال ۱۴۰۴ بود. مسائل مختلفی مثل دو جنگ، قطعی‌های مکرر برق صنایع در تابستان، مشکلات ارز و ... را تجربه کردیم. بدترین بخش هم سه روز آخر جنگ بود که اسرائیل پتروشیمی‌ها را زد. صاحب کسب‌وکار نیک یزد گفت: بزرگ‌ترین مزیت کسب و کار خانوادگی چابک بودن آن است. ما سریع تصمیم می‌گیریم. هر کدام از شرکت‌های ما، مدیریت مستقل دارند. اما همان مدیر مستقل با یک تلفن مشورت می‌کند و تصمیم می‌گیرد. نیاز نیست که منتظر تشکیل جلسه هیات مدیره شویم. شرکت‌های ما در زمینه تأمین مالی همکاری دارند. الان یکی از شرکت‌ها فروش دارند و وضعیت خوب است، می‌آید به شرکتی که دچار مشکل شده کمک می‌کند. مخصوصاً که ما یک فمیلی بیزینس چندرشته‌ای هستیم.

در ادامه علی شهوازیان، برادر کوچک‌تر گفت: در عید هیات مدیره تشکیل جلسه داد و تصمیم گرفتیم تا زمانی که تاب‌آوری داریم، هیچ تعدیل نیرویی نداشته باشیم. چند دلیل برای این کار داشتیم. اول اینکه این‌ها سرمایه‌های ما هستند. برایشان زمان گذاشتیم تا آموزش ببینند و رشد کنند. آنها درواقع محرم اسرار ما هستند. اگر از دستشان بدهیم، ساختن دوباره‌اش زمان‌بر و هزینه‌بر است. او به دلیل دیگر مقاومت در برابر تعدیل نیرو اشاره کرد و گفت: به خاطر تنوع کاری‌مان به این نتیجه رسیدیم که می‌توانیم از پس حفظ نیروها بر بیاییم. اگر یکی دو تا شرکتان نتوانست کار کند، بقیه جورش را می‌کشند تا از بحران عبور کنیم.

سلسله گفت‌وگوهای تاب‌آوری در کسب‌وکارهای خانوادگی

شکاف بین نسلی در زمانه بحران در خانواده‌های کارآفرین

گفت‌وگوی دوم

خانواده‌ی رستگار

میراث ماندگار

توسعه‌ای پایدار

خانواده‌ی کارآفرین

پای کار ایران

تسهیلگر	مهمان
علیرضا ثلاثی	رضا غیابی

سه‌شنبه ۲۲ اردیبهشت‌ماه | ساعت ۲۰ تا ۲۱:۳۰

fbpairan +989203237737 info@fbpa.net irfbpa fbpairan www.fbpa.net fbpa

راه‌های ارتباطی

بحران؛ فرصتی برای ورود نسل تازه به کسب‌وکار

دومین وبینار تاب‌آوری

دومین وبینار تاب‌آوری در کسب‌وکارهای خانوادگی، با موضوع «شکاف بین نسلی در زمانه بحران» عصر سه شنبه، ۲۲ اردیبهشت ماه ۱۴۰۵ با حضور رضا غیابی، رئیس کمیته بین‌الملل انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی برگزار شد. فوزان صباحی، دبیر انجمن در این نشست گفت: هر وقت صحبت از تاب‌آوری می‌شود، رویکرد به سمت بازار، مسائل مالی، تحریم و اقتصاد می‌رود. اما موضوع این است که یکی از مهم‌ترین آزمون‌های تاب‌آوری در درون خانواده تمرین می‌شود. وقتی نسل‌ها بتوانند به زبان مشترک برسند، می‌توانند تاب‌آور شوند و مسیر را به اتفاق و با پشت‌گرمی به پیش ببرند. یک پرسش جدی امروز کسب‌وکارهای خانوادگی این است که چطور می‌شود بین تجربه و میراث نسل بنیان‌گذار با ارزش‌ها و انتظارات نسل جدید پلی پایدار ساخت. این موضوعی است که خوب است درباره آن صحبت کنیم.

سپس، رضا غیابی گفت: در شرایط بحران، کسب‌وکارهای خانوادگی باید قبل از هر چیز منابع موجود خود را ارزیابی کنند و هسته سخت خودشان را پیدا کنند و حفظ کنند. همچنین افراد کلیدی و منابع استراتژیک خود را پیدا کنند. به این سوال پاسخ دهند که چه چیزی است که اگر نباشد کسب‌وکارشان هم عملاً وجود ندارد. پاسخ این سوال هرچه باشد، باید همان را به خوبی نگه دارند و از دست ندهند. با نرم افزارها شناخت بیشتری را برای طراحان رایانه‌ای علی‌الخصوص طراحان خلاق و فرهنگ پیشرو در زبان فارسی ایجاد کرد. بلکه روزنامه و مجله در ستون و سطر آنچنان که لازم است و برای شرایط فعلی تکنولوژی مورد نیاز و کاربردهای متنوع با هدف بهبود ابزارهای کاربردی می‌باشد. کتاب‌های زیادی در شصت و سه درصد گذشته.

رضا غیابی

در زمانه بحران، رقابت باید تبدیل به رفاقت شود. زیرا تا وقتی عرصه را حفظ نکنیم، نمی‌توانیم روی آن عرصه بازی کنیم. به همین دلیل ما در بازار مکانیسم‌هایی می‌بینیم که در زمان سختی از رقابتی سنتی خودشان هم مراقبت می‌کردند تا به بقای آنها کمک کنند. سومین موردی که کمک می‌کند، تشخیص این است که چه چیزی در کنترل ماست و چه چیزی نیست. بهترین مثال در این زمینه، عملکرد خلبان در اتاق کنترل هواپیما است. خلبان می‌داند که کنترلی روی عوامل اقلیمی ندارد. اما با ابزارهایی که جلوی دست دارد و شم خودش، هواپیما را کنترل می‌کند. بسیاری از کسب‌وکارها را دیده‌ام که با اشتباه محاسباتی درباره اینکه چه چیزی در کنترلشان هست و چه چیزی نیست، زمین خورده‌اند. چون به عاملی تکیه کرده‌اند که از کنترلشان خارج بوده یا برعکس از عواملی غافل شدند که می‌توانستند با کنترل آن دوام بیاورند.

باید یاد بگیریم رویکرد مدیریتی را به رویکرد کارآفرینی تبدیل کنیم. پلن‌ها در شرایط بحرانی دیگر سه ساله نیستند. شاید سه ماهه شوند. برنامه‌ها مدام در حال تغییر هستند و باید به سرعت تصمیم بگیرند و بروکراسی را کوتاه کنند. در شرایط بحران، نباید روی برنامه‌های قبلی پافشاری کرد. این می‌تواند کاملاً تبدیل به فرصت شود. یعنی کسب‌وکاری که در مرحله بلوغ است، با فرض توانایی حفظ نقدینگی، می‌تواند از زمانی که بازار راكد است، برای ارتقای خودش استفاده کند و ساختارها را سر فرصت بسازد. روی فرهنگ سازمانی‌اش کار کند یا حتی پلن‌های هوشمند بازاریابی‌اش را ارتقا دهد. و آماده شود برای زمانی که بحران تمام شده و می‌خواهد دوباره به وضعیت عادی برگردد.

زمان بحران زمانی است که می‌توان نسل بعد را وارد کار کرد و از آنها کمک‌هایی خواست که شاید در زمان عادی آن کمک‌ها را نمی‌طلبی. بحران از این جهت باعث نزدیک شدن نسل‌ها می‌شود.



وبسایت انجمن با چهره تازه در راه است

جلسه باطراحی وبسایت انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی، روز سه‌شنبه مورخ ۸ اردیبهشت ۱۴۰۵، با حضور اعضای محترم آقای سعید جابر انصاری، آقای سیدعلی حسینی‌نژاد، خانم فوژان صباحی، آقای محمد مهدی قائمی‌نیا، آقای سپهر اسدیان و خانم مریم بیدختی برگزار شد. در این جلسه تخصصی با موضوع «**بازطراحی وبسایت انجمن**»، معماری کلی و ویژگی‌های عملکردی مورد نیاز وبسایت بازبینی و تحلیل شد و با هدف بهینه‌سازی ساختار، بخش‌های مختلف پروژه بر اساس اولویت‌های تعیین‌شده، مجدداً بازتعریف و تدوین گردید. همچنین، در راستای تداوم فرآیند اجرایی، مراحل آتی پروژه نیز مشخص و برنامه‌ریزی صورت پذیرفت.



دیدار با خانواده کارآفرین اقبالیون

در ادامه برنامه‌های انجمن برای گسترش تعامل با کسب‌وکارهای خانوادگی کشور، روز ۱۲ اردیبهشت ماه، نشست با خانواده اقبالیون برگزار شد. در این دیدار، اهداف، مأموریت‌ها و برنامه‌های انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی ایران تشریح و بر ضرورت ایجاد هم‌افزایی و شکل‌گیری یک صدای واحد برای تقویت جایگاه کسب‌وکارهای خانوادگی در اقتصاد کشور تأکید شد. همچنین زمینه‌های همکاری متقابل و پیوستن به شبکه اعضای انجمن مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت.



از اعتماد تا تأثیرگذاری

موسسه ابتکار و توسعه نوید و شرکت کران کپیتال (از اعضای حرفه ای انجمن) به عنوان اولین **venture philanthropy** ایران فعال شده و با سرمایه‌گذاری، هدایت و نظارت بر سازمان‌پروژه‌های ارزیابی شده و منتخب و اندازه‌گیری تأثیر اجتماعی‌فرهنگی آنها، موفق به همسوسازی اهداف خیر خانواده نوید با اهداف منتخب توسعه پایدار شده است. نشست مشترک با هیات مدیره مؤسسه فوق در راستای بررسی ایده به اشتراک‌گذاری این زنجیره در اختیار سایر اعضای خانوادگی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی تشکیل گردید. پرزنتی به نام «**از اعتماد تا تأثیرگذاری**» را طرح شد که کلیات آن مورد موافقت قرار گرفت و مقرر شد کارگروهی در این رابطه و تعیین چگونگی ساز و کار اجرایی آن تشکیل و فعال گردد. در همین راستا، از اعضای خانوادگی داوطلب و علاقه‌مند دعوت می‌شود به این تلاش ملحق شوند تا با مشارکت مؤثر اعضای انجمن، ضمن کمک به حکمرانی خوب حوزه نیکوکاری و تأثیرگذاری اجتماعی خانواده‌ها، به استراتژی ارتقای منزلت جامعه کسب و کارهای خانوادگی کمک درخوری شود.



دیدار با حسین خسروی

پیرو ملاقات پیشین با آقای حسین خسروی از مدیر-مالکان خانوادگی استودیوی VCAST، از ایشان برای بازدید انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی و آشنایی بیشتر دعوت شده بود. این بازدید و نشست صمیمانه در ۲۷ اردیبهشت برگزار شد. در این گفت‌وگو، آقای حسین خسروی ضمن تأیید اهداف عالی انجمن و روند فعالیت‌های آن، علاقه و آمادگی داوطلبانه خود را برای همکاری با فعالیت‌های هم‌رسانی انجمن در سطوح مختلف اظهار نمودند.



دیدار با دکتر شکوری

در راستای توسعه ارتباطات انجمن با فعالان و صاحب‌نظران حوزه کسب‌وکارهای خانوادگی، نشستی با دکتر شکوری از **هلدینگ طرفه‌نگار** برگزار شد. در این جلسه، ضمن معرفی فعالیت‌ها و چشم‌اندازهای انجمن، بر اهمیت مشارکت و همراهی کسب‌وکارهای خانوادگی در ایجاد یک نهاد فراگیر و اثرگذار تأکید شد. همچنین درباره ظرفیت‌های همکاری مشترک و نقش انجمن در تقویت زیست‌بوم کسب‌وکارهای خانوادگی کشور به تبادل نظر پرداخته شد.

نقشه راه هلدینگ‌های خانوادگی بررسی شد

پیرو چندین نشست قبلی با آقای دکتر الهی و آقای دکتر نوروزی (**شرکت نوآوران امین**) از اعضای حرفه‌ای انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی، در نشست مشترک ۲۹ اردیبهشت ماه، در راستای توسعه ادبیات حرفه‌ای حوزه مدیریت ثروت در کسب و کارهای خانوادگی ایران، نقشه راه تشکیل هلدینگ‌های خانوادگی مرور گردید و به خصوص نسبت به امکان پیاده‌سازی ایده مدل سه لایه‌ای که در سایر کشورهای جهان استفاده می‌گردد، بررسی‌ها ادامه پیدا کرد. مدل سه لایه‌ای عبارت است از لایه هلدینگ خانوادگی، لایه شرکت‌های عملیاتی، و لایه شرکت‌های مدیریت دارایی، که در **Harvard Business Review** مورد توجه و بررسی قرار گرفته است. امید است در یکی از هم‌نشینی‌های خانوادگی آتی نتیجه بررسی‌ها را در اختیار اعضای محترم قرار گیرد. مدل سه لایه‌ای عبارت است از لایه هلدینگ خانوادگی، لایه شرکت‌های عملیاتی، و لایه شرکت‌های مدیریت دارایی، که در **Harvard Business Review** مورد توجه و بررسی قرار گرفته است. امید است در یکی از هم‌نشینی‌های خانوادگی آتی نتیجه بررسی‌ها را در اختیار اعضای محترم قرار گیرد.



دیدار با نماینده انجمن در اصفهان

طی نشستی با آقای **جعفر ذره‌بینی**، رئیس شورای راهبری دفتر نمایندگی انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی ایران در استان اصفهان، حکم ریاست شورا به ایشان اعطا شد. در ادامه، موضوعات مرتبط با توسعه فعالیت‌های استانی انجمن، سازوکارهای تقویت شبکه نمایندگی‌ها و برنامه‌های آتی دفتر اصفهان مورد بررسی قرار گرفت. همچنین بخش‌هایی از آیین‌نامه توسعه استانی انجمن با بهره‌گیری از دیدگاه‌ها و پیشنهادهای ایشان بازنگری و تکمیل شد.



تبادل نظر با مدیران برند درسا

در چارچوب برنامه‌های انجمن برای توسعه تعامل با کسب‌وکارهای خانوادگی پیشرو، نشستی با حضور **دکتر شاهین فاطمی و مهندس نورمحمدی** از برند درسا برگزار شد. در این نشست، ضمن معرفی مأموریت‌ها و برنامه‌های انجمن، بر ضرورت ایجاد بستری مشترک برای هم‌افزایی، انتقال تجربیات و پیگیری مسائل و دغدغه‌های کسب‌وکارهای خانوادگی تأکید شد. همچنین فرصت‌های همکاری و مشارکت در فعالیت‌های انجمن و درباره نقش این مجموعه‌ها در تقویت شبکه کسب‌وکارهای خانوادگی بحث و گفت‌وگو شد.



حالا وقت آن است که دین خود را به ایران ادا کنیم!

دهمین هم‌نشینی خانوادگی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی ایران

دهمین هم‌نشینی خانوادگی انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی، عصر روز دوشنبه چهارم خردادماه، با حضور اعضای خانوادگی و حرفه‌ای انجمن برگزار شد. موضوع هم‌نشینی بهار، «کسب و کارهای خانوادگی در شرایط جدید از بقاء تا رشد» بود.

اولیایی سپس به وضعیت کسب‌وکارهای در دو سال اخیر اشاره کرد و با ذکر آمارهایی در این باره، نتیجه‌گیری کرد که حتی قبل از آغاز جنگ در نهم اسفند هم وضعیت تولید بخش خصوصی خوب نبوده است. او توضیح داد: کسب‌وکارهایی که از قبل برای مواجه شدن با جنگ ۴۰ روزه سناریو داشتند، این دوران را با آرامش بیشتری نسبت به جنگ ۱۲ روزه سپری کردند. بنابراین باید به این موضوع توجه کرد که در شرایط بحرانی لازم است مرکز تحلیل داشته باشیم چون گاهی لازم است هفته به هفته تصمیم‌های بزرگ برای کسب‌وکارهای خود بگیریم.

اولیایی سپس به تهدیدهای پیش روی کسب‌وکارهای خانوادگی اشاره کرد و راهکارهایی برای آنها ارائه داد. او گفت: جنگ فرصت‌های خوبی را هم پیش روی کسب‌وکارهای خانوادگی می‌گذارد. مثل تشک‌سازی و افزایش همکاری بین کسب‌وکارها برای تأمین مواد اولیه و زنجیره حمل و نقل. مثلاً می‌توانیم خودمان پلتفرمی طراحی کنیم که در آن قطعات و مواد اضافه خود را به همکارانی که به آن نیاز دارند بدهیم تا چرخشان از حرکت نایستد. او در بخش دیگری از سخنانش گفت: در این شرایط مسئولیت اجتماعی خودمان را فراموش نکنیم. اگر امروز به فکر کارکنان و مردم کشورمان باشیم، بعد از عبور از این شرایط نیز آنها با ما راه خواهند آمد. با حمایت از کسب‌وکارهای کوچک و همچنین مردم و کشورمان، می‌توانیم به حاکمیت ثابت کنیم که کسب‌وکارهای خانوادگی ستون تاب‌آوری اقتصادی هستند.

سخنران پایانی نشست نیز **مجید یونسی**، مدیر منابع انسانی شرکت مهندسين مشاور کابین، نقش تاب‌آوری فردی در رهبری کسب‌وکارهای خانوادگی را تشریح کرد. او گفت: تاب‌آوری یک رهبر یعنی توانایی نگهداری دارایی‌ها. در این مسیر ابتدا به عنوان صاحبان کسب‌وکار باید از خودمان بپرسیم که چقدر تاب‌آور هستیم. زیرا تاب‌آوری شخصی ما باعث دوام کسب و کارمان خواهد شد.

در پایان هم‌نشینی دهم، از **خانواده اقبالپون** به خاطر حمایت از انتشار کتاب حاکمیت خانواده در شرکت‌های خانوادگی تقدیر شد. سپس عضویت **خانواده شیرازی‌ها و اقبالپون** در جمع خانواده‌های کارآفرین ایران رسماً اعلام شد. بعد از آن هم احکام اعضای حرفه‌ای انجمن به آنها تقدیم شد. انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی ایران، اعلام کرد که به زودی دفتر نمایندگی انجمن در استان مرکزی افتتاح خواهد شد و ابراز امیدواری کرد که این روند با عضویت خانواده‌های کارآفرین استان‌های دیگر ادامه یابد.

در ابتدای این هم‌نشینی، **سعید جابرانصاری**، رئیس هیأت مدیره انجمن، ضمن خوش‌آمدگویی به حاضران، گفت که امروز ۵۳ خانواده عضو انجمن هستند و توضیح داد: از نظر سرعت عضوگیری نسبت به کشورهای دیگر جایگاه خوبی داریم. هرچند علاقه‌ای نداریم تعداد اعضا را با سرعت بالا ببریم. چون هدف اصلی این است که خانواده‌های اصیل، دغدغه‌مند و غیررانتی در این مسیر همراه ما شوند و به این موضوع خیلی حساسیم. جابرانصاری گفت: انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی ایران هم نهاده‌سازی می‌کند و هم به دنبال حمایت از عاملیت‌هاست. در این مسیر خیلی‌ها به ما گفتند احتیاط کنید و یا اینکه با برخی نهادها و سازمان‌ها کار نکنید چون از آنها خیری نمی‌رسد. اما نگاه انجمن این بود که می‌خواستیم صفر را به یک برسانیم و در این مرحله نیازی به احتیاط نبود. اما وقتی بخواهیم از این بعد بعد یک را به ده و ده را به صد برسانیم، حتماً محتاط‌تر گام برمی‌داریم.

جابرانصاری در پایان به کسب‌وکارهای خانوادگی ایران توصیه کرد در این شرایط دشوار پای کار ایران بمانند و دین خود را به کشور ادا کنند. در ادامه این هم‌نشینی صمیمانه، **امیرتقی خان تجریشی** سخنرانی خود را با موضوع «بررسی چشم‌انداز اقتصادی بازارهای سهام، طلا و نقره» ایراد کرد و توضیح داد با توجه به شرایط اخیر و پیش روی کشور، چطور می‌توان با انتخاب راه‌های درست سرمایه‌گذاری بهتری داشت و از ثروت خانواده حفاظت کرد.

این کارشناس حوزه اقتصادی، امکانات مختلف سرمایه‌گذاری در بازار امروز ایران و جهان را در نمودارهای متنوع بررسی کرد و توضیح داد چطور سرمایه‌گذاری در برخی بخش‌ها ممکن است امن‌تر و سودآورتر باشد.

در شرایط بحران، برای کسب و کار خود سناریو بنویسیم

در بخش دیگری از این نشست، **محمود اولیایی**، مدیرعامل شرکت مهندسين مشاور کابین، به تحلیل شرایط اقتصادی و تأثیرات آن بر اکوسیستم کسب و کارهای خانوادگی پرداخت. این فعال و مشاور اقتصادی در ابتدا دربارهٔ اصابت موشک به خانه خود در جریان جنگ اخیر اشاره کرد و از صاحبان کسب‌وکارهای خانوادگی خواست با توجه به از خود گذشتگی‌های آتش‌نشانان ایران، در راستای مسئولیت‌های اجتماعی خود بیشتر به حمایت از این قشر بپردازند.

گزارش چهارمین هم‌نشینی نسل بعد انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی (NextGen)

چهارمین هم‌نشینی نسل بعد (NextGen) انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی ایران با موضوع «ابهام تا الهام»، عصر روز یک‌شنبه سوم خرداد ماه ۱۴۰۵ در کافه کرین دربند برگزار شد.

در این هم‌نشینی، **محمدرضا جابرانصاری**، کارآفرین پیشکسوت که به عنوان میهمان ویژه حضور داشت، به مسئله حضور نسل جوان در کسب‌وکار خانوادگی اشاره کرد و گفت: این تصمیمی است که هرکس براساس تجربه و موقعیت خود می‌گیرد. ولی خانواده مزایایی دارد که دوست دارم به آن اشاره کنم. اولین مسئله اعتماد است. کسی که کاری را شخصاً شروع می‌کند، ممکن است بارها دچار مشکلات شود. سرش کلاه بگذارند و یا بالا و پایین‌های زیادی را تحمل کند. اما مزیت خانواده این است که بسیاری از این مشکلات را از قبل از سر گذرانده و می‌تواند فضای امنی برای کار به فرزندش بدهد. او تجربه نکردن احساس تنهایی را از مزایای دیگر کار خانوادگی دانست و گفت: یک کسب‌وکار خانوادگی برای جوان مثل یک خانواده برای کودک است. همان‌طور که والدین خودشان را موظف می‌دانند نیازهای فرزندشان را تأمین کنند و از او مراقبت کنند، در کسب‌وکار هم نسل قبل، خودشان را مسئول می‌دانند که مراقب نسل جدید باشند و نیازهایشان را برآورده کنند.

یکی دیگر از سخنرانان این نشست، **محمد مهدی قائمی‌نیا** بود که با استفاده از مدل کشتی تایتانیک، به بحث دربارهٔ دلایل شکست یک سازمان پرداخت و گفت: در کشتی دوربین وجود نداشت ولی بود. دیده‌بان‌های کشتی هم خیلی سر حال بودند و اتفاقاً گزارش نزدیک شدن به صخره را هم مخابره کردند. ولی دیر این اتفاق افتاد. دلیلش مربوط به این بود که دوربین‌ها داخل کمدی بودند که کلیدش دست کسی بود که لحظه آخر سفرش کنسل شده بود. آنها می‌توانستند کمد را بشکنند و دوربین‌ها را در بیاورند. مسئله دقیقاً همین جاست: آنها ضرورت این کار را درک نکرده بودند و نمی‌دانستند فقدانش چقدر می‌تواند سرنوشت‌ساز باشد. او سپس به دومین مشکل تایتانیک به تبع آن، سازمان‌ها اشاره کرد و گفت: علاوه بر دیده‌بان‌ها، کشتی‌های دیگر هم از طریق پیام‌های رادیویی دربارهٔ آن صخره هشدار داده بودند. اما پیام‌های روزمره کشتی مثل سرو ناهار و سفارش گل آنقدر زیاد بود که پیام‌های هشدار در آن میان گم شد. این دومین مشکلی است که در سازمان‌ها ممکن است پیش بیاید: نمی‌دانیم آن پیام مهم چیست.

قائمی‌نیا سپس دربارهٔ سومین مشکل گفت: کاپیتان تایتانیک بسیار ماهر و کارکشته بود. همین باعث مشکل شد. کاپیتان می‌خواست مشکل تازه را با راه حل‌های بسیار خوب گذشته حل کند. درصورتی که هیچ‌وقت در هیچ کاری مشکلات عیناً تکرار نمی‌شوند. هر مشکلی تازه است و با تکیه صرف بر تجربه قطعاً شکست می‌خوریم. معمولاً مدیران بسیار باهوش بیشتر شکست می‌خورند.

قائمی‌نیا در پایان گفت: کوه یخ‌ها همیشه بودند و هستند و خواهند بود. بنابراین منطقی نیست تقصیرها را گردن کوه یخ بیاندازیم. باید به دنبال دلایل بهتری برای شکست باشیم.

ایده‌ها ما را احاطه کرده‌اند!

آخرین ارائه این نشست با **رضا غیابی**، مدرس و مشاور کارآفرینی بود. او گفت: ایده در حقیقت یک الگوی ذهنی است که باعث رفتار افراد می‌شود. ایده‌ها می‌توانند قوی اما بسیار بد باشند. چون دنیا پر از آدم‌های خوبی است که کارهای بد می‌کنند. ایده‌ها مثل آب که ماهی را احاطه کرده، در سراسر زندگی ما را احاطه کرده‌اند. اما شاید مثل ماهی که آب را نمی‌بیند، ما هم از کشف ایده‌ها غافل هستیم.

او سپس موضوع ایده‌ها را به مدیران ارتباط داد و گفت: باید این حقیقت را بپذیریم که کیفیت تصمیم مدیران ما اغلب پایین است. بر حسب تجربه معتقدم معمولاً سهامداران تصمیم‌های بهتری نسبت به مدیران می‌گیرند چون دلشان بیشتر برای سرمایه‌شان می‌سوزد.

او سپس گفت: یکی از بزرگ‌ترین مشکلات نسل‌های دوم و سوم خانواده‌ها این است که چطور هم از مزایای خانواده‌شان استفاده کنند و هم مستقل باشند. زیرا هر نسلی در هر زمانه‌ای یک اعتقاد مشترک دربارهٔ والدینش دارد و آن این است که آنها دارند بیگاری می‌دهند. چون هیچ معنایی در کار والدینشان نمی‌بینند. فقط آنها را می‌بینند که سختی می‌کشند و مشکلات زیادی پیش رویشان است.





بازار به کسب‌وکارهای تاب‌آور خانوادگی پاداش می‌دهد

سومین وینار تاب‌آوری

گفت‌وگوی سوم از «سلسله وینارهای تاب‌آوری در کسب‌وکارهای خانوادگی» سه‌شنبه ۱۲ خرداد ماه ۱۴۰۵ با حضور **محسن گلستانی**، عضو حرفه‌ای انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی برگزار شد.

محسن گلستانی، دربارهٔ سود و پاداش بازار به کسب‌وکارهای ریشه‌دار گفت: در زمانهٔ رونق تعداد رقبا مدام افزایش پیدا می‌کند. ولی در زمان رکود خیلی از کسب‌وکارهایی که ریشه ندارند از بازار خارج می‌شوند. اما به هر حال رکود هم تمام می‌شود. تا زمانی که این رونق جذاب شود و گروه‌های تازه وارد بازار شوند، شما فرصت دارید که خودتان را بالا بکشید. و این جایزهٔ تاب‌آوری است. سهم شما از کیک اقتصاد زیادتر از قبل است.

او مزیت مهم دیگر کسب‌وکار خانوادگی را سرعت و انعطاف در تصمیم‌گیری دانست و گفت: ما در بحران شاهد خلاقیت‌های زیادی در کسب‌وکارهای خانوادگی و به خصوص جانشینان هستیم. ولی عقل (جایزه‌ها) و دل (مسائل فرهنگی) کافی نیست. ما در ایران متأسفانه نقشهٔ راه برنامه‌ریزی نداریم.

او گفت: چشم‌انداز اقتصاد ایران متأسفانه اصلاً روشن نیست، اما این سختی‌ها لذت موفقیت را دو چندان می‌کند. چون با سخت‌کوشی به دست آمده است. گلستانی گفت: بزرگ‌ترها باید در شرایط سخت منتور باشند نه تصمیم‌گیرنده. یعنی مثل یک راهنما در کنار نسل تازه باشند ولی تصمیم‌نهایی را به عهدهٔ آنها بگذارند. این طور نسل جدید می‌تواند موفقیت کسب کند و در بین کارکنان مقبولیت به دست بیاورد. اما اگر برعکس نسل اول بخواهد به بهانهٔ شرایط سخت و بحرانی دوباره به کار برگردد، کارکنان فکر می‌کنند که نسل تازه توانایی لازم را ندارد و اعتمادشان را از دست می‌دهند. بسیار این جمله را شنیده‌ایم که مثلاً می‌گویند اگر حاج آقا نبود ما نمی‌توانستیم از عهده‌اش بریاییم.

گلستانی دربارهٔ راهکارهای کسب‌وکار خانوادگی خودش در بحران اخیر گفت: همهٔ تخم‌مرغ‌ها را در یک سبد نگذاشتیم. خارج از کسب‌وکار خانوادگی هم سرمایه‌گذاری کردیم. امروز برای همهٔ اعضای خانوادهٔ ما روز مباداست و اگر چیزی کنار گذاشتیم از آن استفاده می‌کنیم.

این کارشناس و صاحب کسب‌وکار خانوادگی در جمع‌بندی سخنش گفت: زمانی ریشه‌ها می‌توانند در بقا مؤثر شوند که به نسل بعد منتقل شوند. اگر نتوانیم ریشه‌ها را منتقل کنیم حضورمان اثر سو دارد. اگر نسل بعد من سودجو باشد، هر چه دربارهٔ ارزش‌ها بگویم فایده‌ای ندارد. نسل تازه به اصطلاح باید درست تربیت شده باشد تا بتواند ارزش‌های خانوادگی را حفظ کند.

کمیته‌های تخصصی انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی

بهار امسال، اعضای کمیته‌های هفتگانهٔ انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی تکمیل شدند. به همین مناسبت مروری داریم بر اعضا و مأموریت‌های این انجمن. برای رعایت حسن اعتماد انجمن به تخصص و مهارت این اعضا، ترتیب الفبا برای معرفی رعایت شده است.

انجمن، با هدف توسعه اکوسیستم کسب‌وکارهای خانوادگی در ایران، ارتقای دانش و مهارت‌های مرتبط، تقویت شبکه‌های تخصصی و حمایت از تداوم و پایداری نسل‌های کارآفرین، فعالیت‌های خود را از طریق هفت کمیتهٔ تخصصی و راهبردی سازماندهی کرده است. این کمیته‌ها با بهره‌گیری از ظرفیت اعضای انجمن، خانواده‌های کارآفرین، استادان دانشگاه، پژوهشگران، مشاوران و مدیران باتجربه، هر یک مسئولیت بخشی از مأموریت‌های کلیدی انجمن را بر عهده دارند و در تعامل مستمر با یکدیگر، مسیر تحقق اهداف انجمن را هموار می‌کنند. این هفت کمیته در کنار یکدیگر، شبکه‌ای منسجم از ظرفیت‌های علمی، حرفه‌ای، اجرایی و اجتماعی را شکل داده‌اند که هدف نهایی آن، تقویت پایداری، تاب‌آوری و رشد کسب‌وکارهای خانوادگی ایران و افزایش نقش این بخش در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور است.

کمیته مالی و صندوق پژوهش و توسعه سعید جابرانصاری



کمیته مالی و صندوق پژوهش و توسعه به دبیری سعید جابرانصاری، مسئول تأمین، مدیریت و توسعه منابع مالی مورد نیاز برای پیشبرد مأموریت‌های انجمن است. این کمیته با هدف ایجاد پشتوانه‌ای پایدار برای فعالیت‌های علمی، آموزشی و پژوهشی، تشکیل و راهبری صندوق پژوهش و توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی را دنبال می‌کند. جذب کمک‌های خیرخواهانه خانواده‌های کارآفرین، حمایت از پروژه‌های علمی و سیاست‌پژوهی، ایجاد سازوکارهای شفاف برای تخصیص منابع و توسعه فرهنگ نیکوکاری علمی از مهم‌ترین مأموریت‌های این کمیته به شمار می‌رود.

کمیته عضویت خانوادگی کمال میثمی‌فرد



کمیته عضویت خانوادگی به ریاست کمال میثمی‌فرد، مسئول توسعه و تقویت جامعه خانواده‌های کارآفرین عضو انجمن است. این کمیته با شناسایی خانواده‌های واجد شرایط، جذب اعضای جدید، تقویت مشارکت نسل‌های مختلف خانواده‌های کارآفرین و توسعه شبکه‌های استانی فعالیت می‌کند. همچنین ایجاد حلقه‌های تخصصی برای نسل‌های مختلف، انتقال تجربه میان اعضا، انعکاس دغدغه‌ها و تجربیات خانواده‌های کارآفرین و تقویت حس تعلق و وفاداری اعضا به انجمن از دیگر اهداف این کمیته است.

کمیته عضویت حرفه‌ای محبوبه اکبری



کمیته عضویت حرفه‌ای به ریاست **دکتر محبوبه اکبری**، مسئول شناسایی، ارزیابی و جذب مشاوران، متخصصان و فعالان حرفه‌ای مرتبط با حوزه کسب‌وکارهای خانوادگی است. این کمیته با ایجاد شبکه‌ای از خبرگان حقوقی، مدیریتی، مالی، آموزشی و مشاوره‌ای، تلاش می‌کند پشتوانه‌ای تخصصی برای اعضای خانوادگی انجمن فراهم آورد. توسعه کمیته‌های تخصصی، ارتقای مشارکت حرفه‌ای اعضا، ایجاد همکاری‌های میان‌رشته‌ای و ارزیابی مستمر رضایت اعضا از جمله مأموریت‌های اصلی این کمیته به شمار می‌رود.

کمیته ارتباط با اتاق‌های بازرگانی و ترویج حسن فروزان‌فرد



کمیته ارتباط با اتاق‌های بازرگانی و ترویج به ریاست حسن فروزان‌فرد، نقش محوری در گسترش تعاملات نهادی انجمن با اتاق بازرگانی ایران، اتاق‌های استانی و سایر تشکل‌های اقتصادی کشور ایفا می‌کند. این کمیته با هدف گفتمان‌سازی و افزایش آگاهی عمومی نسبت به اهمیت کسب‌وکارهای خانوادگی، برای ایجاد جایگاه رسمی این بخش در ساختارهای اقتصادی کشور تلاش می‌کند. توسعه شبکه‌های استانی، برگزاری نشست‌های معرفی انجمن، تقویت همکاری با تشکل‌های اقتصادی و حمایت از شکل‌گیری اکوسیستم ملی کسب‌وکارهای خانوادگی از مهم‌ترین محورهای فعالیت این کمیته است.

کمیته علمی (راهبری اکوسیستم) سیدعلی حسینی‌نژاد



کمیته علمی به ریاست سیدعلی حسینی‌نژاد، بازوی علمی و اندیشه‌ورز انجمن محسوب می‌شود و مسئولیت راهبری فعالیت‌های پژوهشی و سیاستی مرتبط با اکوسیستم کسب‌وکارهای خانوادگی را بر عهده دارد. این کمیته با همکاری دانشگاه‌ها، مراکز پژوهشی و اندیشکده‌های تخصصی، به توسعه دانش بومی، انجام پژوهش‌های کاربردی، تربیت متخصصان این حوزه و تدوین پیشنهادهای سیاستی برای نهادهای تصمیم‌گیر کشور می‌پردازد. همچنین این کمیته نقش مهمی در تولید داده‌های معتبر، تحلیل وضعیت کسب‌وکارهای خانوادگی و ارتقای جایگاه این بخش در برنامه‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور ایفا می‌کند.

کمیته نشر و توسعه دانش سیدمحمد دهقان‌نیری



کمیته نشر و توسعه دانش به ریاست سیدمحمد دهقان‌نیری، متولی تولید، گردآوری و انتشار دانش تخصصی در حوزه کسب‌وکارهای خانوادگی است. این کمیته با همکاری پژوهشگران، نویسندگان و مراکز علمی، در مسیر توسعه ادبیات فارسی این حوزه گام برمی‌دارد و مسئولیت انتشار کتاب‌ها، گزارش‌های پژوهشی، نشریات تخصصی و محتوای آموزشی انجمن را بر عهده دارد. ارتقای کیفیت علمی تولیدات انجمن و بهره‌گیری از رسانه‌ها و ابزارهای نوین ارتباطی برای ترویج دانش نیز از دیگر وظایف این کمیته است.

کمیته بین‌الملل رضا غیابی



کمیته بین‌الملل به ریاست رضا غیابی، مسئول توسعه ارتباطات و همکاری‌های فرامرزی انجمن است. این کمیته با هدف بهره‌گیری از دانش، تجربیات و الگوهای موفق جهانی در حوزه کسب‌وکارهای خانوادگی، ارتباط با دانشگاه‌ها، اندیشکده‌ها، انجمن‌ها و شبکه‌های معتبر بین‌المللی را دنبال می‌کند. توسعه همکاری با نهادهای جهانی از جمله شبکه بین‌المللی کسب‌وکارهای خانوادگی (FBN)، تسهیل حضور اعضای انجمن در رویدادها و کنفرانس‌های بین‌المللی و معرفی ظرفیت‌ها و تجربیات کسب‌وکارهای خانوادگی ایران در سطح جهانی از مهم‌ترین مأموریت‌های این کمیته به شمار می‌رود.



نشست مشترک با مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی

نشست مشترک انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی ایران با مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی، روز یکشنبه ۳۱ خردادماه برگزار شد.

نشست مشترک رئیس هیئت‌مدیره، دبیر و مدیرعامل انجمن توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی ایران با دکتر علیرضا خورسندی، رئیس مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی و معاون وزیر علوم، تحقیقات و فناوری، با حضور دکتر مقصود فراستخواه و جمعی از معاونان و مدیران مؤسسه برگزار شد.

معرفی اعضای خانوادگی جدید انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی

برئیس؛ یک حس ناب

برند برئیس از سال ۱۳۹۵ با مدیریت آقای حمیدرضا شیرازیها عضو هیأت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران شروع به فعالیت کرد. در همان ابتدای کار با به دست آوردن رتبه ۵۷۰ آمین شرکت خلاق، زیر نظر معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ثبت شد. طراحی و تولید پوشاک فرمال زنانه با طراحی‌های منطبق با ترند روز دنیا و بهره‌گیری از مواد اولیه باکیفیت و فرایند تولید متفاوت به صورت برون‌سپاری از شاخصه‌های برئیس است. انتخاب برترین تولیدکنندگان کشور در زمینه تولید هرکدام از محصولات به صورت مجزا از قبیل تولیدکننده تخصصی شلوار، شومیز،... نه تنها باعث کیفیت بالای تولید هرکدام از این محصولات می‌شود بلکه در راستای تحقق شعار برئیس یک حس ناب کمک می‌کند تا مشتریان حس رضایت بیشتری از خرید خود به دست آورند. این تلاش‌ها و فرایند مهندسی محصول، تولید و کنترل کیفیت سختگیرانه باعث شده تا این برند در زمان کمی موفق شود در فروشگاه‌های حضوری و آنلاین به معرفی و فروش محصولات خود بپردازد. یکی از وجوه تمایز بارز برند برئیس استفاده از جدول ساین به صورت انحصاری برای هر محصول و دارا بودن تیم پشتیبانی و فروش آنلاین حرفه‌ای است.



شرکت جهان آروم آیاز

شرکت نساجی جهان آروم آیاز در سال ۱۳۹۷، با همت جمعی از کارآفرینان مجرب و خلاق و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، در زمینه تولید پارچه تأسیس گردید. کارخانه این شرکت با بهره‌مندی حداکثری از تجارب بلندمدت و شناخت کافی اعضای هیئت‌مدیره و سرمایه‌گذاران از ویژگی‌ها و شرایط بازارهای داخلی و منطقه‌ای احداث شد.

این شرکت متعهد به ایجاد ارزش برای سرمایه‌های مادی و انسانی است و با ایجاد اشتغال مستقیم و غیرمستقیم برای هزاران نفر، رشد قابل توجهی رقم زده است.

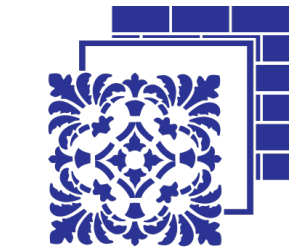
شرکت آیاز موفق به راه‌اندازی خطوط تولید کامل پارچه مطابق با جدیدترین فناوری‌های صنعت شده است و همچنین تولید محصولات ایرانی باکیفیت جهانی مطابق با استانداردهایی مانند اکوتکس را فراهم کرده است و صادرات خود را به کشورهای همچون ترکیه، عراق و ایتالیا آغاز کرده است.



سپید گچ ساوه

شرکت سپید گچ ساوه، تأسیس شده در سال ۱۳۶۱، یکی از مجموعه‌های پیشرو و سابقه در صنعت تولید گچ و مصالح نوین ساختمانی ایران است که فعالیت خود را در مجاورت معادن غنی سنگ گچ غرق آباد ساوه آغاز کرد.

این شرکت با تکیه بر کیفیت ممتاز محصولات، مدیریت آینده‌نگر و تلاش مستمر کارکنان خود، طی بیش از چهار دهه فعالیت توانسته است ظرفیت تولید خود را چندین برابر افزایش دهد و محصولات متنوعی را در حوزه گچ ساختمانی، ملات‌های خشک آماده، محصولات پایه سیمانی و گچ کشاورزی به بازار عرضه کند. سپید گچ ساوه همچنین با سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، بهره‌گیری از فناوری‌های روز دنیا و اجرای طرح‌های نوآورانه زیست‌محیطی، به عنوان یکی از پیشگامان صنعت خود شناخته می‌شود. امروز محصولات این مجموعه علاوه بر حضور گسترده در بازار ایران، به کشورهای مختلف منطقه و آسیا صادر می‌شوند و نام سپید گچ ساوه را به عنوان نمادی از کیفیت، نوآوری و توسعه پایدار در صنعت ساختمان مطرح کرده‌اند.



سپید گچ ساوه
SEPID GATCH SAVEH
ساوه طلایی

شرکت پارس لوستر - (یانگ سامر استودیو)

تاریخچه پارس لوستر- یانگ سامر استودیو به قبل از دهه ۳۰ شمسی باز می‌گردد در زمانی که حاج عباس جابرائصاری برحسب تقدیر کارخانه‌ای را همراه دستگاه تولیدی خریداری کرد که یک دهه بعد موجب تأسیس فروشگاه پارس لوستر شد.

در سال پنجاه فروشگاه بزرگ پارس در تهران افتتاح شد و همزمان فعالیت تولیدی آن نیز گسترش یافت.

در سال ۱۴۰۳ با توجه به مهاجرت معکوس اعضای نسل سوم خانواده به ایران، فعالیت برند یانگ سامر استودیو هم‌ذیل برند پارس لوستر آغاز شد تا با وارد کردن اجناس از برندهای معتبر اروپایی، همزمان به فعالیت در زمینه طراحی و اجرای فضاهای داخلی فعالیت کند.



معرفی عضو حرفه‌ای جدید انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی

سروین؛ همراه خانواده‌های کارآفرین

مؤسسه سروین با هدف توسعه و شکوفایی خانواده‌های کارآفرین و کسب‌وکارهای خانوادگی فعالیت می‌کند. این مؤسسه با باور به پیوند عمیق و ارزش‌آفرین میان خانواده و کسب‌وکار، به خانواده‌ها کمک می‌کند تا ساختاری منسجم و پایدار برای رشد بلندمدت کسب‌وکار خانوادگی خود ایجاد کنند.

سروین با ارائه خدمات آموزش، مشاوره، تسهیلگری و مربی‌گری، در مسیر خلق کسب‌وکارهای ماندگار و خانواده‌های پایدار همراه خانواده‌هاست. رویکرد این مؤسسه بر آن است که ارزش‌های خانوادگی در قلب تصمیم‌گیری‌ها قرار گیرد و راهکارهایی متناسب با شرایط خاص هر خانواده ارائه شود. این مؤسسه با تکیه بر تیم مجرب مشاوران و متخصصان برجسته و بهره‌مندی از دانشی بین‌رشته‌ای، به بررسی دقیق مسائل اختصاصی کسب‌وکارهای خانوادگی می‌پردازد. سروین باور دارد که حفظ میراث خانوادگی در عرصه کسب‌وکار، نیازمند نگاهی جامع به ابعاد خانواده و سازمان، مشارکت اعضای خانواده، ریشه‌یابی مسائل و طراحی راهکارهای کاربردی و مستمر است.

بنیان‌گذاران سروین، حسین صامعی، فارغ‌التحصیل و مدرس مدیریت در دانشگاه صنعتی شریف و همچنین علی ترقی‌جاه تسهیلگر و طرح‌رویدادهای سازمانی و خانوادگی هستند.



همراه خانواده‌های کارآفرین

 سیید گچ ساوه SEPID GATCH SAVEH ساوه طلائی	 انرژی از سال ۱۳۴۸	 شرکت شرف هافز	 فومن شیمی	 گروه صنعتی سپاهان	 BORNOS® A PURE SENSE	 بوتان شرکت صنعتی بوتان	 کالا تجربه‌ای مطمئن در لجستیک کالا	 شرکت دژپاد (سهامی خاص) بهینه‌ساز فضا چاره‌سازانبار ۱۳۳۲
خانواده اقبالیون	خانواده مهدیان	خانواده توجه	خانواده موسوی رهپما	خانواده جابرانصاری	خانواده شیرازی‌ها	خانواده خلیلی عراقی	خانواده گرامی	خانواده جابرانصاری
 OYAZ TEXTILE	 کارآفرینان صنعت ذوب فلزات (شرکت سهامی خاص) شماره ثبت ۱۳۳۳۱ سرمایه‌گذاری در طرح‌های صنعتی، معدنی و خدمات مهندسی	 گروه صنعتی پارت لاستیک	 ننیا	 شرکت بهداشی دختر عیدی	 DASHT-E NOUR دشت نور	 پاریس PARIS	 Golrang Industrial Group گروه صنعتی گلرنگ	 Farmand
خانواده همتی و نوری	خانواده حاجی بابا	خانواده یزدانبخش	خانواده اکبری	خانواده نقیب	خانواده سیروس کبیری	خانواده ذره بینی	خانواده فضلی	خانواده منسوب شانجانی
 Pars Lustre	 Teb Plastic	 Kambiz Food Industries	 بخش نسیز	 BUTANE بوتان شرکت بوتان	 انجمن ترویج ترویج FBPA کسب و کارهای خانوادگی	 PARS LANEH research & production complex	 hi! food	 polar
خانواده جابرانصاری	خانواده ترکمان دهنوی	خانواده فروزان فرد و پیروزحمیدی	خانواده پورقدیری	خانواده خلیلی عراقی	انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی	خانواده کیهانی	خانواده میثمی فرد	خانواده رهنما
جای شما در کنار ما خالی است؛ با پیوستن به انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی، این تصویر را با حضور ارزشمند خود و برای نقش آفرینی در مسیر فعالیت‌های انجمن، کامل کنید.	 CREATORS CLASS	 NIK	 پونل غذای سلامتی	 گروه صنعتی تامکار TAMKAR Industrial Co	 نازاری Nazari Business Group	 Armitaj آرمیتاز	 لوازم خانگی	 KZ
	خانواده نظری	خانواده شهوازیان	خانواده حسینی نژاد	خانواده برکتین	خانواده نظری	خانواده پوررضایی	خانواده بنایی نژاد	خانواده زرکش
	 شرکت ایمن تاش سپاهان (سهامی خاص)	 FIROUZA Heavy or light, we carry for you	 شرکت آزاد سپاه	 فوده FOUDEH	 MATRIS GROUP www.matris.ir	 مدیریت سرمایه آورین صنعت راد	 Panter AGILE, BRAVE, CLEVER	خانواده عالی پور
	خانواده ایرانپور	خانواده ابراهیمی مجد	خانواده علیشاهی‌ها	خانواده فوده	خانواده کشانی	خانواده اکبری راد	خانواده رازقی	خانواده عالی پور
	 تالار مجموعه کارخانجات تالار سالار (سهامی خاص) ۱۳۷۱	 TIFAX Courier Service	 ROYAL روبال میزبان کشاورزی ایران	 چرم امین AMIN LEATHER	 رادر دوست بزرگ و کوچک	 چینی زرین ایران	 JABER ANSARI CONSTRUCTION DEVELOPMENT GROUP	 مکر هلدینگ مواد مهندسی
خانواده دهقان نیری	خانواده فاخر	خانواده حسینی یزدی	خانواده ترکمان دهنوی	خانواده نصیری	خانواده قصابی	خانواده جابرانصاری	خانواده مواسات	

اعضای حرفه‌ای حقوقی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی





📷 irfbpa

📍 fbpairan

🌐 www.fbpa.net