

انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی

انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی
Family Business Promotion Association

ترویج

صاحب امتیاز :

انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی

اعضای هیات مدیره :



حسین خلیلی
رئیس هیات مدیره



سعید جابرانصاری
عضو هیات مدیره و مدیر عامل



مهدی فضلی
نایب رئیس هیات مدیره



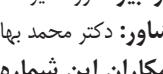
محمد رضا جابرانصاری
عضو هیات مدیره



سیهیلی موسوی رهیما
خزانه دار



صادیقه گریفی
بازرس



شاهین خلیلی
عضو علی البدل هیات مدیره

مدیر مسئول: سعید جابرانصاری

سردبیر: داوود امیراحمدی

مشاور: دکتر محمد بهارلو

همکاران این شماره :

سعید جابر انصاری، محمد بهارلو ،

حسین صامعی ، پژمان شریفی

آدرس دفتر:

بلوار شهید اندرزگو، مرکز اداری سانا،

طبقه ۴ اداری، واحد ۴۰۶

تلفن مستقیم: ۰۲۱۴۰۲۲۱۰۳۹

ایمیل:

info@fbpa.net

وب سایت :

www.fbpa.net

مطالب مندرج در نشریه بیانگر دیدگاه‌های

نویسندگان است و به هیچ وجه دیدگاه

رسمی انجمن ترویج کسب و کارهای

خانوادگی نیست

مقالات ، گزارش‌ها و اخبار

خود را به نشانی اینترنتی

ارسال کنید info@fbpa.net

حق رد، تعدیل و اصلاح مطالب ارسالی

برای مدیریت نشریه محفوظ است

خبرنامه داخلی انجمن ترویج کسب و کار های خانوادگی
شماره دوم / تا ۳۱ شهریور ۱۴۰۲

توسعه مباشرت کسب و کار خانوادگی



دکتر محمد بهارلو محمدرزاده،
مشاور انجمن

یکی از چالش‌های اساسی کسب و کار خانوادگی، توسعه مباشرت آن است. مباشرت فردی است که به چگونگی ساختن و انتقال یک میراث به نسل‌های آینده می‌پردازد.

«مباشرت» یک مفهوم در حال تکامل است. به لحاظ تاریخی، مباشرت منعکس‌کننده نیاز مباشران (صاحبان یا مدیران) برای پاسخگویی به اقدامات خود در برابر تامین‌کنندگان منابع است. اما در یک شرکت خانوادگی این مفهوم معنای بسیار گسترده‌تری پیدا می‌کند. خانواده‌های فعال در کسب و کار اغلب خود را به عنوان مباشر ثروت خانواده می‌بینند؛ به‌ویژه، آن‌ها جهت‌گیری بلندمدت دارند و کسب و کار را با در نظر گرفتن نسل‌های آینده مدیریت می‌کنند.

مباشرت کسب و کار خانوادگی درباره ایجاد، پرورش و انتقال میراثی اعتلایافته به نسل‌های آینده است. این امر مستلزم وضوح مقاصد و اهداف، برپایی اصول بنیادین و توانمندسازی حاکمیت خانواده و کسب و کار خانوادگی و تعهد خانواده به ایده برتری منافع خانواده بر منافع تک‌تک اعضای آن است.

«فرهنگ مباشرت» در دوران رونق و بالندگی کسب و کار، به‌مثابه امری معقول و دست‌یافتنی موردحمایت قرار می‌گیرد، اما با کاهش سود یا تدارک ندیدن بازتنه‌ست‌گی مناسب برای سالمندان اعضای مالکیت کسب و کار خانوادگی به منبع تنش‌زا تبدیل می‌شود. تقویت نگرش مباشرت به معنای حفظ توافق خانوادگی حول این ایده است که کسب و کار یک دارایی مشترک است که باید برای منافع بلندمدت خانواده توسعه یابد. در پرتو این مفهوم استفاده بهینه از ۴ نوع سرمایه متفاوت به شرح ذیل ممکن می‌شود:

سرمایه خانواده ـ جایگاه ثروت خانواده در قلب شرکت‌های خانوادگی است؛ وابستگی به کسب و کار فراتر از یک رابطه مالی صرف است. سرمایه انسانی ـ قدرت دانش، مهارت‌ها، وفاداری و تعهد کارکنان غیرخانوادگی.

سرمایه مالی ـ احتیاط و احساس مسئولیت مالی در قبال نسل‌های آینده.

سرمایه اجتماعی ـ اعتماد و تعامل متقابل ناشی از ایجاد پیوندهای پایدار با تامین‌کنندگان، سرمایه‌گذاران، مصرف‌کنندگان، جامعه محلی و کلان.

اهداف مشترک مالکان و مدیران بر انگیزه و سازکارهای کنترل سازمانی تأثیر می‌گذارند، اعتماد را برجسته می‌کنند و بیش از نظارت دقیق، بر توانمندسازی تأکید دارند. مباشران عموماً به کسب و کار خود وفادار هستند و برای موفقیت آن تلاش می‌کنند و این جهت‌گیری می‌تواند رقابت را از طریق توسعه اعتماد، شهرت، روابط با مشتری و مشارکت کارکنان افزایش دهد. اگر بخواهیم مفهوم واحدی را خلاصه کنیم که در پرتو آن بدانیم زیربنای مزیت‌های رقابتی و وجه تمایز کسب و کارهای خانوادگی چیست، آن مفهوم باید «اعتماد» باشد؛ اعتماد منبع چشم‌اندازهای بلندمدت، وفاداری و تعهد است.

مدل «رهبری با اعتماد» عناصر اعتماد را توسعه می‌دهد و به رفتارهای خاصی توجه دارد که باید نسبت به آن‌ها مسئول باشیم. در این مدل، اعتماد به عنوان جزئی از روابط کسب و کار در ۸ عنصر

انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی
Family Business Promotion Association

ترویج

در این شماره می‌خوانید:

توسعه مباشرت کسب و کار خانوادگی

گزارشی موجز از فعالیت‌های دبیرخانه انجمن / تابستان ۱۴۰۲

خبرنامه داخلی انجمن ترویج کسب و کار های خانوادگی / شماره دوم / تابستان ۱۴۰۲

ضرورت و اهمیت ترویج

کسب و کارهای خانوادگی در ایران





گزارش موجز از فعالیتهای دبیرخانه انجمن (تابستان ۱۴۰۲)



شرح عکس از راست: محمد بهارلو/ داوود امیراحمدی/ دکتر محمد نهاوندیان/ سعید جابرانصاری/ دکتر محمد فروزانفرد کارآفرین اجتماعی
نشست فوق در تاریخ ۲۴ تیرماه در دفتر دکتر نهاوندیان برگزار گردید. ابتدای نشست به معرفی انجمن و فعالیتهای صورت گرفته گشت و در ادامه ضمن معرفی FBN International و تعاملات صورت گرفته انجمن با این نهاد فرصتهای همکاری فی مابین موضوع صحبت قرار گرفت.

در میان مطالب نیز نظر آقای دکتر نهاوندیان را جویا شدیم. ایشان ضمن ابراز خوشنودی از مسیر طی شده قول همکاریهای آینده را با مدیریت دکتر فروزانفرد دادن و قرار شد نیازها و موارد پیشنهادی از طریق ایشان به دکتر نهاوندیان انتقال یابد.



شرح عکس از راست: داوود امیراحمدی/ محمد بهارلو/ قاسم مصطفوی/ مریم فضلی/ صدیقه گرامی مدیرعامل شرکت کیلا/ سعید جابرانصاری/ مهرناز اتقاق همکار کیلا

سومین نشست هیات مدیره در تاریخ ۱ مردادماه و در محیطی بسیار گرم و صمیمانه با میزبانی خانم گرامی (شرکت کیلا) و براساس تصمیم هیات مدیره مبنی بر برگزاری نشست ها به صورت دوره ای انجام شد. در این نشست با همکاری اعضا میزان حق ورودی و حق عضویت اعضای رسمی و غیر رسمی مورد تصویب قرار گرفت و قرار شد هماهنگی لازم در ارتباط با دانشکده توسعه رهبری و موضوعات آموزشی که همت زنده یاد کریم فضلی برقرار شده در حال ساخت است به هم فکری انجمن و نماینده دکتر فضلی در دستور کار قرار گیرد.



شرح عکس از راست:

محمد بهارلو مشاور انجمن/ داوود امیراحمدی مدیراجرایی انجمن/ محمدرضا جابرانصاری، مدیرعامل گروه صنعتی سپاهان/ سعید جابرانصاری مدیر عامل انجمن/ علی نقیب کارآفرین و رییس هیات مدیره شرکت دکتر عبیدی / فاتح شیخی از مدیران شرکت بوتان و پیر صنعت محسن خلیلی عراقی کارآفرین بزرگ از گروه بوتان.

نشست انجمن مدیران صنایع در تاریخ ۲ تیرماه فرصت مغتنمی را فراهم نمود تا در جمع این عزیزان قرار بگیریم و ضمن معرفی انجمن به صورت چهره به چهره نوید بخش شروع فعالیت های آن باشیم.

در این جمع فرصت دیدارهایی فراهم شد که از قبل امکانش به صورت معمول و به سادگی فراهم نمی شد.



دکتر علیرضا مجاهدی نسب، نفر سوم از راست.

این نشست در تاریخ ۴ تیرماه با هدف بررسی نقطه شروع فعالیت انجمن در فضای مجازی و این که چگونه می توانیم سایتی داشته باشیم که بتواند به شکلی متمایز، انجمن را معرفی و نیازهایش را مرتفع سازد برنامه ریزی شد. دکتر مجاهدی یک کارشناس توانمند درحوزه تجارت الکترونیک است که هم تجارب ارزشمند درحوزه تدریس داشته و هم مشاور خوبی در حوزه فعالیتشان در فضای مجازیست. نتیجه این نشست منجر به تهیه پروپزالی با توجه به نیازهای انجمن شد و این که چگونه بتوانیم فرصتهای ناب آینده را از این طریق فراهم نموده و به اعضای خود امکان خدمات مورد نیازشان را فراهم آوریم.



حضور تیم انجمن در منزل مهندس محسن خلیلی عراقی به تاریخ ۱ مردادماه ۱۴۰۲

در تاریخ فوق تیم انجمن فرصت تعامل و هم نشینی با استاد و پیر صنعت جناب آقای مهندس محسن خلیلی را در محل منزل ایشان و در دفتر خاطرات اجرایی خود ثبت نمود.

در این نشست مهندس سعید جابرانصاری به صورت موجز و مفید فعالیتهای صورت گرفته در ماههای گذشته را به ایشان انتقال داده و متذکر شدند که سعی شده کلیه فعالیت های انجمن با تکیه بر دانش جهانی به روزرسانی شود و از طریق ارتباط با صاحبان خرد و تجربه، فرصت نابی را برای کسب دانش مورد نیاز اهالی کسب و کارهای خانوادگی فراهم و با حمایت اعضای هیات مدیره انجمن، فرصت خلق فضایی تعامل افزا و هدفمند را با رویکرد توسعه پایدار فراهم آورند.

در پایان نشست و صرف ناهار در منزل ایشان، مهندس خلیلی ضمن ابراز خوش حالی از نقاط قوت ارائه شده و توانایی اجماع شده در انجمن، رهنمودهای ارزشمندی را نیز برای ادامه فعالیت ها ارائه نمودند.



شرح عکس از راست: دکتر محمدامین قلمبر
در تاریخ ۳ مردادماه دومین نشست را با آقای دکتر قلمبر (آینده پژوه) با موضع تهیه RFP برای پروژه جمعیت شناختی ذینفعان انجمن برگزار نمودیم. این نشست پس از ارائه مطالعه موردی ایشان و اظهار نظر در خصوص نحوه و میزان عمق پروژه و دیدگاههای جناب مهندس جابرانصاری موجبات بازنگری مسیر طی شده را براساس دیدگاههای بین المللی در حوزه کسب و کارهای خانوادگی و تجارب اندوخته شده در کشور فراهم نمود.

قرار شد ایشان ظرف یک ماه آینده نسب با بازنگری مطالب تهیه شده اقدام تا بتوان از نتایج آن مطلوب ترین خروجی را میسر نمود.



شرح عکس از راست: دکتر پژمان شریفی، مدرس و سرممیز سیستمها و استاندارهای اجتماعی، اخلاقی / صالح مرسل صدیق فرزند کارآفرین/ مهدی ترکمان، مشاور برند/ سعید جابرانصاری/ داوود امیراحمدی

این نشست در تاریخ ۴ مرداد ماه و دو بخش برگزار شد. ابتدا با دکتر شریفی پیرامون تجارب ارزشنده ایشان در خصوص مدل جامع مسوولیت اجتماعی و مبحث مدیریت ریسک و اتصال این دانش و تجربه به اهداف انجمن برگزار گردید. در ادامه فرصتی فراهم شد تا در خدمت دو جوان و دیدگاههای آنان پیرامون کسب و کارهای خانوادگی و چالشهای فرزندان این حوزه باشیم. یکی از موضوعات مهم در انجمن شنیدن صدای نسل آینده کسب و کار و خواستههای آنان برای ادامه فعالیتهای پیش رو بود.



شرح عکس، نفر دوم از راست: مهندس مرتضی توجه بنیان گذار و رییس هیات مدیره شرکت میراب تولید کننده شیرآلات صنعتی آب

این نشست در تاریخ ۸ مردادماه و با عنایت و حضور بیش از نیم قرن تجربه شرکت میراب در صنعت آب کشور و حضور نسل دوم مدیریت در این مجموعه توانمند برگزار شد .

مهندس توجه شخصیتی بسیار متمایز و مدیری توانمند، خوش نام و عاشق مام وطن هستند و همواره در مسیر رشد و تعالی صنعت آب کشور در عرصه های داخلی و بین المللی فعالیت می نمایند.

در این نشست ضمن معرفی انجمن و گزارش فعالیتهای صورت گرفته، از جناب مهندس توجه دعوت شد تا با پیوستن به انجمن مسیر توسعه ارتباطات را هموارتر نمایند و با دعوت از همتایان هسته مرکزی انجمن را تقویت نمایند.



جلسه با دکتر سیدضیاءالدین خرم‌شاهی
سید ضیاءالدین خرم‌شاهی متولد ۱۳۴۵ کرمانشاه جزء نخستین گروه دانش‌آموختگان رشته حقوق قضائی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان(خوراسگان)، رئیس کمیته حقوقی اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و داور دیوان عالی دآوری بازرگانی و سردفتر نمونه کشوری اسناد رسمی به مدت ۲۲ سال بوده است.ایشان دارای مدرک دکترای تخصصی حقوق خصوصی و دکترای تخصصی علوم اقتصادی است. در این نشست که درتاریخ اول شهریور ماه برگزار شد جنبه‌های مختلف کسب و کارهای خانوادگی و تأثیرات گسترده آن در رشد و پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه مورد بحث و گفتگو قرار گرفت.

نظر به نیاز داشتن یک تعریف مفهومی مناسب از کسب و کارهای خانوادگی به ویژه در هنگام تصمیم‌گیری‌های مالکیتی و سرمایه‌گذاری، حاکمیت و راهبری، ... در بخش‌های مختلف دولتی و بخش خصوصی کشور، ضرورت داشتن یک تعریف مناسب از کسب و کارهای خانوادگی از موضوعات مطرح شده در این نشست بود. بنا به اظهارات جناب دکتر خرم‌شاهی هنوز هیچ تعریف مناسبی برای کسب و کارهای خانوادگی در کشور وجود ندارد که از جنبه‌های مدیریت، فقهی و حقوقی مورد وثوق باشد.

با توجه به مراتب مذکور مقرر شد توسط جناب دکتر خرم‌شاهی و تیمشان طی یک مطالعه و بررسی همه جانبه (علمی، جامع و مانع و دقیق) از کسب و کار خانوادگی پیشنهاد شود که از همه لحاظ جوابگو و نزد ذینفعان کلیدی جامعه کسب و کارهای خانوادگی مقبولیت داشته باشد.



چهارمین نشست هیات مدیره انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی در تاریخ ۱ شهریورماه و با حضور تعدادی از اعضای های هیات مدیره و نمایندگان آن ها برگزار شد.

در این نشست ابتدا گزارش عملکرد فعالیت‌های یک ماه گذشته ارائه و سپس به طرح موارد دستور جلسه اشاره و جلسه ادامه یافت.

از جمله مواردی که مورد تصویب هیات مدیره قرار گرفت، آیین نامه عضویت، بیانیه‌های جهت ساز، بوم کسب و کار، مدل کسب و کار و هم‌چنین نمودار سازمانی انجمن بود.

و در ادامه مقرر شد جلسات هیات مدیره از این پس در اولین چهارشنبه هر ماه از ساعت ۷:۳۰ الی ۱۰:۳۰ به صورت گردشی برگزار شود.



در تاریخ ۲۰ شهریور ماه میزبان آقای دکتر احمدرضا فتوت روان شناس صنعتی — سازمانی و کسب و کار بودیم. در این نشست ابتدا به معرفی انجمن و کسب و کارهای خانوادگی گذشت و در ادامه چالش های اصلی این حوزه موضوع بحث قرار گرفت و در پایان از ایشان خواسته شد با توجه به تخصص ایشان و نیازهای مطرح شده، پیشنهادات لازم را ارائه نمایند.



فرصتی در تاریخ ۳۰ شهریورماه فراهم گردید تا تیم انجمن کسب و کارهای خانوادگی مهمان جناب آقای سیدجعفر مرعشی باشند. این نشست با هدف معرفی انجمن و جلب همکاری ایشان برای همکاری های فی مابین، برنامه ریزی شده بود. دانش و تجربه آقای مرعشی در مدیریت و راهبری سازمان های تفکر محور از خاص و عام پوشیده نیست و صد البته تحلیل اتفاقات تاریخی این حوزه (داخلی و بین المللی) بسیار شنیدنی و راه گشاست. انجمن کسب و کارهای خانوادگی با عنایت به این موضوع از ایشان درخواست نمود تا ضمن بررسی مسیر طی شده انجمن، پیشنهادات لازم را ارائه و به عنوان مشاور عالی، در کنار انجمن باشند.

ضرورت اهمیت

به کسب و کارهای خانوادگ

در اقتصاد و رفاه اجتماع

از کسب و کار خانوادگی چی می دانید؟

کسب و کار خانوادگی ،کسب و کار خانگی نیست.

در همه دنیا از جمله کشورمان مقوله هدایت و رهبری کسب و کارهای خانوادگی از یک نسل به نسل بعدی، صاحبان و مالکینش را با نگرانی‌های عدیده ای روبرو نموده است چرا که در کشورمان هیچ موسسه، سازمان و نهادی دغدغه پایداری ا ین گونه کسب و کارها را در دستور کار خود ندارد و این که حتی هیچ گونه آمار رسمی و قابل اتکایی از میزان حضور کسب و کارهای خانوادگی در اقتصاد کشور و رفاه اجتماعی موجود نیست و به تبع آن هیچ گونه قانون حمایتی.

برای رفع این کمبود، تعدادی از صاحبان و پیش کسوتان عرصه صنعت چندین سال تلاش کردند و بالاخره در سال ۱۴۰۱ مجوز فعالیت رسمی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی را در سطح ملی از وزارت کشور دریافت نمودند و از ابتدای امسال فعالیت رسمی را آغاز کردند.

قدری دیر آمدیم اما؛ توضیح می دم...

از شروع فعالیت فعالیت در طی ماه‌های گذشته، ابتدا دنیا را رصد نمودیم و ارتباط اثربخشی را با FBN اینترنت‌شنال که سازمانی پیشرو در سطح جهان است برقرار نمودیم. این سازمان یک شبکه مستقل جهانی است که در سال ۱۹۸۹ تأسیس شده و دفتر مرکزی آن در شهر لوزان کشور سوئیس است.

این شبکه فدراسیونی از انجمن‌های عضو است که ۶۵ کشور را در بر می‌گیرد.

یک جامعه مستقل و پر جنب و جوش، که ۴۰۰۰ خانواده کسب و کار را گردهم آورده و شامل ۱۸۰۰۰ عضو منفرد که ۶۴۰۰ نفر از آن‌ها نسل بعدی هستند.

این شبکه و بسیاری دیگر که در فاز مطالعات انجمن قرار گرفته، امکان خطا را برایمان اندک نمود چرا که می‌توانیم با اطمینان از نتایج دستاوردهایی که حاصل تعامل با دنیااست استفاده نموده و مسیر پیش رو را به درستی تبیین نماییم. آن چه قابل اتکاست، میزان اثرگذاری فعالیت این گونه کسب و کارها در GDP کشورهاست و ایران نیز از این حوزه مستثنا نیستیم.

برای همین، شناسایی ظرفیت‌ها، قابلیت‌ها، رفع چالش‌ها، حل معضلات و توجه به استمرار و پایداری کسب و کارهای خانوادگی از جمله موارد با اهمیتی است که انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی به عنوان تنها نهاد رسمی، در دستور کار خود دارد.

حضور اعضای هیات موسس (هیات مدیره انجمن) که نمادی شایسته از عشق و تلاش هستند خود معرف اهمیت موضوع و باوری است که امکان تلاش مجددانه را برای دست یابی به اهداف تعیین شده فراهم می‌سازد.

از آن جایی که « تدریج » معنادارترین واژه در بقای هستی است، امیدواریم با اجماع دانش و تجاری که در اعضای امروز انجمن نهاده‌نه شده و ارزش آفرین هایی که به زودی به جمع ما خواهند پیوست مرحله کاشتست را به شایستگی گذرانده و با حمایت های مدبرانه، برداشتی راه گشا از تعاملاتمان برای ترویج کسب و کارهای خانوادگی داشته باشیم.

باور داریم که می‌توان با برنامه‌ریزی صحیح به نتیجه مطلوب رسید. این نسخه (برنامه ریزی صحیح) یکی از عوامل اصلی توسعه اقتصادی کشورها و افزایش ثروت، برکت، اقتدار، اعتماد و کیفیت به خصوص در بخش خصوصی است.

موجز آن‌که؛

در رشد و توسعه کسب وکارهای خانوادگی، میزان عشق و علاقه صاحبان کسب و کار به استمرار و پایداری نسل به نسل صاحبانش است که با تجمیع تجربیات و انتقال به جای آن(زمان و مکان مناسب) به هم‌دیگر، امکان خلق فرصت‌های بی بدیل را با تکیه بر دانش روز و نوآوری‌های موجود به صورت اشتراکی فراهم خواهد نمود. امیدواریم با هدف برنامه‌ریزی صحیح، امکان ارتباط هر چه بیشتر دانش کسب شده و تجارب نهاده‌نه شده را بین نسل های گذشته، حال و آینده قوام بخشیده و موجبات سرافرازی بیش از پیش را برای ایران عزیز فراهم سازیم.

ساختیم،می سازیم، خواهیم ساخت.

داوود امیراحمدی

مدیر اجرایی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی



شرح عکس از راست: دکتر سیدعلی حسینی نژاد، مریم عرفانی، مصطفی قدیری پور و رضوان رحمانی کارشناسان حوزه مدیریت سازمان مدیریت صنعتی این نشست در تاریخ ۱۸ مردادماه و با هدف معرفی انجمن و جذب این دوستان در حوزه تولید محتوا، آموزش و مشاوره با عنایت به رویکردهای انجمن بود. شایان ذکر است که تعاملات این گونه با کارشناس حوزه های مورد نیاز منوط به طی مراحل عضویت این عزیزان در انجمن خواهد بود.

با توجه به سابقه ارزشمند این عزیزان در تعامل با مدیران عامل و صاحبان صنایع گوناگون و درک مفهوم کسب و کارهای خانوادگی از یک سو و اشتیاق آنان برای اتصال به فعالیت های پیش روی انجمن از سوی دیگر، مقرر شد این دوستان فرصت‌های همکاری با انجمن را مطالعه و پیشنهادات خود را ارائه نمایند.



فعالیت‌های محتوایی در فضای مجازی...

فعالیت‌های محتوایی در فضای مجازی...

تهیه، تولید و نشر اولین کلیپ با موضوع تاریخچه ای موجز از کسب و کارهای خانوادگی در ا یران در فضای مجازی



تهیه، تولید و نشر دومین کلیپ با موضوع معرفی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی در ایران در فضای مجازی یا مدیران) برای پاسخگویی به اقدامات خود در برابر تأمین‌کنندگان منابع است.

ضرورت واهمیت ترویج کسب وکارهای خانوادگے درایران

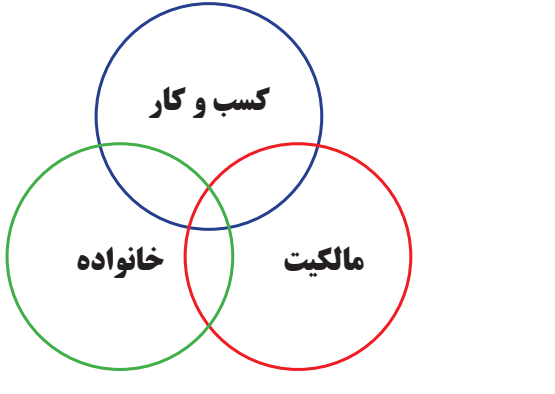
تدوین :

محمد بهارلو محمدزاده

داوود امیراحمدی

کسب و کارخانوادگی، شرکت یا مجموعه‌ای از فعالیت‌ها می‌باشد که متعلق به اعضای یک خانواده است و توسط دو یا چند عضو خانواده اداره می‌شود که برای راهبری و رشد کسب و کار با هم کار می‌کنند. خوار و بار فروشی‌های محلی، رستوران‌ها، شرکت‌های ساختمانی، کشاورزی، تولیدی، بازرگانی و خرده فروشی‌ها (فروشگاه‌های بزرگ و مال‌ها) که متعلق به اعضای خانواده‌ها می‌باشند همه نمونه‌هایی از کسب و کارهای خانوادگی هستند. این اعضا مسئولیت انجام عملیات جاری، حسابداری، خدمات مشتریان و یا راهبری کسب و کار را به عهده دارند. اغلب، این سازمان‌های خانوادگی پویایی منحصر به‌فرد دارند زیرا روابط شخصی را با روابط حرفه‌ای ترکیب می‌کنند و در نتیجه مزایا و چالش‌های یکتایی خلق می‌کنند.

این اقتضای انحصاری، برآیند تعاملات و دخالت‌های خانواده در کسب و کار از طریق مدیریت، کنترل، حاکمیت و مالکیت آن‌ها می‌باشد. آموزه‌های کلاسیک یادآور این نکته است که شناخت و درک مباحث اساسی کسب و کارهای خانوادگی از جمله انتقال بین‌نسلی، تداوم کسب و کار، توالی و جانشینی و چرخه عمر کسب و کار به کمک پیوند میان حوزه‌های سه گانه که در ذیل نشان داده شده است امکان پذیر می‌باشد. این حوزه‌ها به صورت مدور بازخوردی عمل می‌نمایند و بر یک‌دیگر تاثیر می‌گذارند.



هر کدام از این حوزه‌ها، ساختار و ویژگی‌های خاص خود را دارند، مثلاً حوزه خانواده از چهار مرحله تشکیل می‌شود: خانواده کسب و کار نوپا (نسل اول)، ورود به حرفه(نسل بعدی)، همکاری با یک‌دیگر(ارتباط بین‌نسلی) انتقال بین‌نسلی(تداوم طی دوران). حوزه مالکیت نیز دارای سه مرحله شامل: مرحله نظارت و کنترل مالکیت (مالکیت موسس)، مرحله مشارکت نزدیک (مالکیت همسر، فرزندان، خواهران و برادران)، مرحله ائتلاف دور(مالکیت مشارکتی عموزادگان، خاله‌زادگان و ...) می‌باشد.

هم‌چنین حوزه کسب و کار از سه مرحله:

راه‌اندازی(نوپایی)،

رشد و توسعه

مرحله بلوغ

تشکیل می‌گردد. طبعاً رسیدگی به همه این ابعاد، مباحث خود را می‌طلبد که در این مقال نمی‌گنجد.



ترویج استفاده مسئولانه از منابع است. یک محصول یا یک سیستم در صورتی‌که منابع زیادی مصرف کند یا آسیب‌های زیست‌محیطی قابل توجهی ایجاد نماید، می‌تواند بدون پایداری ماندگار باشد. برعکس، اگر محصول پایدار فاقد ویژگی‌های تداوم برای ایستادگی در برابر فرسودگی و کهنگی باشد، لزوماً بادوام نخواهد بود. بنابراین کسب و کارهای‌خانوادگی با داشتن دیدگاه بلندمدت می‌توانند هم‌زمان الزامات تداوم و پایداری را احراز نمایند.

سوماً کسب و کارهای‌خانوادگی اغلب به دلیل روابط نزدیک با مشتریان، درک عمیق‌تری از نیازها و ترجیحات آن‌ها دارند. این امر امکان می‌دهد تا محصولات یا خدماتی شخصی‌سازی شده و با کیفیت بالا ارائه شود که برای مصرف‌کنندگان مفید است. مضافاً این‌که کسب و کارهای‌خانوادگی اغلب نسبت به داشتن ارزش‌ها و سنت حس قوی دارند، از این‌رو مظهر یک میراث یگانه و جذابند که آن‌ها را از شرکت‌های غیر خانوادگی متمایز می‌کند.

بدین لحاظ حمایت از کسب و کارهای خانوادگی به معنای حفظ تنوع فرهنگی و تاریخی در چشم‌انداز جامعه کسب و کارهای‌خانوادگی است. آن‌ها برای اعضای خانواده فرصت‌هایی فراهم می‌آورند تا با هم کار کنند، روابط بین خود را تقویت نمایند، دانش و تخصص خود را از نسلی به نسل دیگر انتقال دهند. این حس تداوم و میراث نه تنها برای خانواده، بلکه برای جامعه گسترده‌تر ارزشمند است. عموماً حمایت از کسب‌وکارهای‌خانوادگی به رونق اقتصادهای محلی، حفظ سنت‌ها، تنوع و تقویت پیوندهای قوی اجتماعی کمک می‌کند.

در پرتو چنین اهمیتی، ضرورت دارد فرهنگ مراقبت از کسب و کارهای خانوادگی هرچه فراگیرتر در سطح ملی مورد توجه قرار گیرد و به طور شایسته ترویج شود. این‌کار مستلزم حفظ اصالت، شفافیت و حرفه‌ای بودن در تمام تلاش‌ها می‌باشد که نیازمند برنامه‌ریزی و اجرای دقیق است. بدین‌ترتیب ضرورت دارد حامیان ذاتی کسب و کارهای‌خانوادگی به ویژه اتاق‌های بازرگانی و انجمن‌های

تخصصی ذیربط با انجام ابتکاراتی سازنده، این پدیده نیکوی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را تقویت نمایند.

ما برای ایجاد یک محیط تجاری پویا و پایدار و تقویت توسعه جامعه و حفظ و اعتلای سنت‌ها و ارزش‌های ناب خانوادگی ناگزیر به داشتن چارچوب‌های موثر برای فعالیت‌های ترویجی کسب و کارهای‌خانوادگی در سطح ملی هستیم که ذیلاً نمونه‌ای از آن پیشنهاد می‌گردد:

کمپین‌های آگاهی:

کمپین‌های آموزشی برای افزایش آگاهی در مورد اهمیت و مزایای حمایت از کسب و کارهای خانوادگی انجام گیرد. از کانال‌های رسانه‌ای مختلف مانند رسانه‌های اجتماعی دیجیتال، تلویزیون، رادیو، مطبوعات و ... برای دستیابی به مخاطبان گسترده در سطح کشور استفاده شود.

برنامه های کارآفرینی:

برنامه‌های کارآفرینی را که به طور خاص برای کسب و کارخانوادگی طراحی می‌شوند، سازماندهی و حمایت شود. این برنامه‌ها می‌توانند راهنمایی، آموزش و منابعی را برای کمک به رشد و شکوفایی کسب و کارهای‌خانوادگی فراهم کنند. رویدادهای شبکه:

رویدادهای شبکه‌ای سازماندهی شوند که در آن‌ها صاحبان کسب و کارهای‌خانوادگی بتوانند با یک‌دیگر ارتباط برقرار کنند، تجربیات خود را به اشتراک بگذارند و از نقش آفرینان صنعت بیاموزند. این‌ها می‌توانند همکاری و اشتراک دانش را در بین کسب و کارهای خانوادگی تقویت کنند.

حمایت از سیاست:

از خطمشی‌هایی حمایت شود که از منافع کسب و کارهای‌خانوادگی محافظت می‌کنند. با سیاستگذاران برای تأثیرگذاری بر قوانین و مقرراتی که محیط کسب و کار مطلوبی را برای شرکت‌های‌خانوادگی ایجاد می‌کند، ارتباطات موثر برقرار شود.

تحقیق و جمع‌آوری داده‌ها:

برای جمع‌آوری داده‌ها در مورد چالش‌ها و فرصت‌های پیش‌روی، تحقیق انجام شود. از این اطلاعات می‌توان برای تنظیم ابتکارات در مسیر پیشرفت، راه‌حل‌های مناسب اتخاذ نمود.

ظرفیت سازی:

ارائه برنامه‌های یادگیری و کارگاه‌های آموزشی با تمرکز بر بهبود مهارت‌های مدیریت و حاکمیت مالکان. این ابتکار می‌تواند شامل زمینه‌هایی مانند برنامه‌ریزی جانشین پروری، مدیریت مالی،توسعه رهبری و ... باشد. اجرای این ابتکارات و فراتر از آن‌ها، با همکاری موثر سازمان‌هایی مانند اصناف، اتحادیه‌ها و انجمن‌های تجاری مرتبط، دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی و پژوهشی، سازمان‌های دولتی و قانون‌گذاری و کسب و کارهای خانوادگی حامی، عملی می‌شود. با مشارکت نمایندگان داوطلب سازمان‌های مذکور می‌توان تیم اختصاصی کارآمدی را شکل داد و به پشتوانه آن، اهداف، طرح ریزی ابتکارات و معیارهای اندازه‌گیری پیامدهای آن‌ها و انجام هرگونه تنظیمات لازم در این مسیر را تعیین و به اجرا گذاشت.

نتیجه آن‌که، کسب و کارهای‌خانوادگی نقشی مفیدی در توسعه جامعه دارند. تأثیرات در خور توجه اقتصادی، پیوند قوی با اجتماع و حمایت از فعالیت‌های بشردوستانه، داشتن دیدگاه و چشم‌انداز بلندمدت، انتقال بین‌نسلی و تمرکز در تداوم و پایداری میراث خانوادگی همه از معیارهای نیکوی پیشرفت هستند. سازگاری با شرایط متغیر بازار، داشتن مجموعه‌ای از ارزش‌ها و اصولی که در عملیات کسب و کارهای خانوادگی عمیقاً ریشه دوانیده، همه تعهدات حرفه‌ای و اخلاقی آن‌ها را نمایان می‌سازد. کسب و کارهای‌خانوادگی سال‌ها دانش و تجربه صنعت را جمع‌آوری می‌کنند که به آن‌ها اجازه می‌دهد در حوزه کاری برتر باشند و نوآوری و تخصص در صنعت را پرورش دهند. آن‌ها اغلب با مشتریان روابط نزدیک دارند و نیازها و ترجیحات آن‌ها را اولویت‌بندی می‌کنند و با ارائه خدمات دقیق منجر به رضایت و وفاداری آن‌ها می‌شوند. این دلایل محکم و تلاش‌های تاثیرگذار، مشوقی قدرتمند برای اجرای برنامه‌های ترویج توسعه کسب و کارهای خانوادگی در کشور است.