

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:

محسن خلیلی
رئیس هیات مدیره

سعید جابرانصاری
عضو هیات مدیره و مدیر عامل

مهدی فضلی
نایب رئیس هیات مدیره

محمدرضا جابرانصاری
عضو هیات مدیره

سیدعباس موسوی زهیما
خزانه دار

صدیقه گرایی
بازرس

شاهین خلیلی
عضو عالی ابدی هیات مدیره

مدیر مسئول: سعید جابرانصاری

سر دبیر: 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:

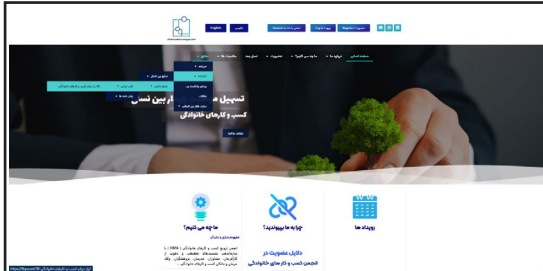
www.fbpa.net

- 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 info@fbpa.net ارسال کنید
- حق رد، تعدیل و اصلاح مطالب ارسالی برای مدیریت نشریه محفوظ است

خبرنامه داخلی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی
شماره چهارم / تا ۲۹ اسفند ۱۴۰۲

۱۶

آشنایه با وب سایت انجمن



لینک منابع:

کتابخانه/منابع داخلی/کتاب ایرانی (با ۷ عنوان کتاب) / ۵۰ راز دوام کسب و کارهای خانوادگی / به روز رسانی محتوای کتاب هر هفته روزهای شنبه



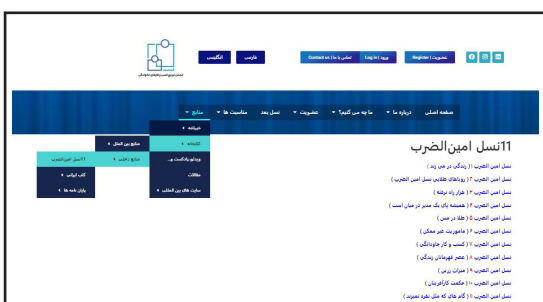
لینک منابع:

کتابخانه/منابع داخلی/پایان نامه ها (با ۱۳ موضوع مرتبط با کسب و کارهای خانوادگی)



لینک منابع:

سایت های بین المللی (معرفی ۵ سایت قابل مطالعه و غنی در خصوص کسب و کارهای خانوادگی)



ااروایت نسل منتخب امین الضرب به صورت فایل pdf در سایت انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی برای مطالعه تاریخ کسب و کار در ایران، بازگذاری شد.

گزارشه موجز از فعالیتهای دبیرخانه انجمن (زمستان ۱۴۰۲)



فرصت ها را باید چُست

در تاریخ ۱۸دی ماه تفاهم نامه‌ای بین انجمن مدیران صنایع و انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی با هدف استفاده بهینه از ظرفیت‌ها و توانایی‌های علمی ، اجرایی، فرهنگی واجتماعی و نیز توسعه توسعه همکاری های همه جانبه در زمینه‌های مورد توجه طرفین منعقد گردید.

بخشی از موارد تفاهم نامه به قرار ذیل است:

– معرفی شرکت های عضو انجمن که براساس موازین کسب و کارهای خانوادگی مدیریت می شوند.

– همکاری در جهت ترغیب، ترویج، گفتمان سازی و به اشتراک گذاری تجربیات کسب و کارهای خانوادگی عضو طرفین

– همکاری درتعریف و اجرای پروژه های مشترک پژوهشی، آموزشی، برگزاری دوره های کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت، سمینارها و همایش‌ها.

– همکاری در تامین خدمات مشاوره مورد نیاز در عرصه های گوناگون کسب و کارهای خانوادگی

تاریخچه موجز انجمن مدیران صنایع

انجمن درسال ۱۳۵۷ به همت گروهی از مدیران صنعت و به منظور حفظ صنایع موجود وتوسعه آن ونیز شناساندن نقش صنعت در توسعه اقتصادی، معرفی مدیریت صنعتی در فرآیند تولید و کمک به صنعتی شدن کشور از طریق تقویت فرهنگ کارآفرینی پایه گذاری شد ودرسال ۱۳۵۹ رسماً» به ثبت رسید وهم اکنون بیش از سه دهه از خدمت رسانی انجمن در راه صنعت وفرهنگ صنعتی کشور می گذرد

فعالیت های انجمن

انجمن از همان آغاز و به منظور تحقق هدف‌ها و وظایف خود از راه ایجاد ارتباط وهمکاری با پژوهشگران و کارشناسان و با برخورداری از مشارکت وسیع مدیران صنعت انجام فعالیت‌های گوناگونی را به طور منظم در برنامه کار خود قرارداد که به مهم‌ترین آن‌ها اشاره می شود

فعالیت های پژوهشی

پژوهش‌ها و مطالعات انجمن به طور عمده مربوط به بررسی مشکلات و نیازهای صنعت، چگونگی گسترش صنعت وبلاخره ارائه راه حل‌ها وپیشنهاده‌ا برای رفع مشکلات است

بررسی لوایح و طرح‌های قانونی به منظور ارائه پیشنهادهای اصلاحی و تکمیلی بخشی دیگر از وظایف مطالعاتی و پژوهشی انجمن است که در قالب مصالح وانتظارات صنعت انجام می گیرد

فعالیت های آموزشی وانتشاراتی

در زمینه فعالتی‌های انتشاراتی، انجمن یک خبرنامه داخلی به نام «صنعت ومطبوعات» ، ویک مجله تخصصی به نام «کارآفرین » منتشر می‌کند که به صورت حرفه‌ای و به منظور آشنایی هرچه بیشتر جامعه ایران با صنعت و فرهنگ صنعتی کشور و جهان منتشر می‌شود

به ا مید دستاوردهای اثربخش از تعاملات آتی...



نشست با آقایان محسن و مهدی حاجی بابا

دیدار با مهدی حاجی بابا
نوه علی اصغر حاجی بابا و مدیرعامل شرکت رزیتان در تاریخ ۱۹ دی ماه

دیدار با محسن حاجی بابا

فرزند زنده یاد علی اصغر حاجی بابا مدیرعامل کارآفرینان ذوب فلزات مورخ ۱۶ بهمن ماه . زنده یاد علی‌اصغر حاجی‌بابا به عنوان یکی از بازرگانان مهم آهن، در سال ۱۳۴۲ شرکت پارس متال را به این امید که وطن به‌سوی صنعتی شدن گام بردارد، تأسیس نمودند و سپس در سال ۱۳۴۸ به تأسیس شرکت شوفاژ‌کار تولیدکننده دیگ‌های چدنی حرارت مرکزی همت گماشتند. ایشان با توجه به سابقه کارآفرینی و علاقه به تأسیس صنایع و همچنین مهارت بسیاری که در این رشته به‌دست آورده بودند، در اسفندماه سال ۱۳۵۷، اندکی پس از پیروزی انقلاب، به سمت عضویت در هیئت‌مدیره کمپانی ایران ناسیونال منصوب گردیدند. ایشان از بیانگذاران صنعت ریخته گری و فروآلیاژ در ایران بوده و به عنوان چهره ماندگار صنعت، معدن و تجارت ایران منصوب گردیده اند.آقای حاجی‌بابا با هدف پیشرفت اقتصاد وطن و ارتقا سطح صنعت، در سال ۱۳۶۱ شرکت‌های فروسیلیس ایران، قالب و ماشین‌سازی ایران مدل، و رزیتان، تولیدکننده انواع رزین های صنعتی را تأسیس کردند و در سال ۱۳۸۴ نیز فاز طرح توسعه را در شرکت رزیتان با هدف توسعه و تولید محصولات جدید و مورد نیاز صنایع مختلف کشور راه اندازی نمودند.هدف این دو نشست، معرفی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی بود. در این جلسه فرصتی فراهم شد که با جناب آقای مهدی حاجی بابا مدیرعامل و رییس هیات مدیره شرکت رزیتان به صورت حضوری و جناب محسن حاجی بابا مدیرعامل کارآفرینان ذوب فلزات به صورت آنلاین گفت و گو نماییم.ادامه این گفت و گو به زمانی دیگری که جناب آقای مهندس محسن حاجی بابا در ایران باشند موکول گردید که در نهایت در ۱۶ بهمن ماه این جلسه برگزار و فرایند عضویت شرکت کارآفرینان ذوب فلزات در انجمن آغاز گردید.



نشست مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۱

این نشست به پیشنهاد جناب آقای علی نقیب رییس هیات مدیره بهداشتی دکتر عیبدی و عضو انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی با هدف معرفی انجمن به جناب آقای مهندس بهروز فروتن و سرکار خانم دکتر فوزان صباحی، مدیر عامل بنیاد حامیان دانشکده حکمرانی و مدیر اندیشکده علوم خانواده دانشگاه تهران و گفت و گو در خصوص همکاری های آینده در محل دفتر انجمن ترویج، برنامه ریزی و برگزار شد.



نشست مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۴

موضوع این نشست دعوت از دکتر فرشید شکرخدایی مدیرعامل گروه پارسیان هوشمند یگانه با توجه به حوزه فعالیت های ایشان که جمع آوری، پردازش و رتبه‌بندی داده‌ها و اطلاعات شرکت‌ها و مشاوره به آن‌ها بود برنامه ریزی و برگزار شد. از جمله توافق های صورت گرفته در این نشست عضویت ایشان در انجمن و امکان بهره مندی از تجارب و دانش ایشان براساس موضوعات پیشنهاد شده در جلسه بود.



نشست مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۸

موضوع این سه نشست بررسی فرصت‌های همکاری انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی با فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب و کار ایران بود. فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب و کار ایران در ابتدا با نام «کانون شبکه مشاوران مدیریت و مهندسی ایران»، تحت شماره ۱۵۲ و به تاریخ ۱۸ آذر سال ۱۳۸۰ در اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران به ثبت رسیده است که دارای شخصیت حقوقی و مالی مستقل می باشد و به صورت غیرسیاسی و غیرانتفاعی شروع به فعالیت نمود و در تاریخ ۲۵ بهمن ماه سال ۱۴۰۰ طی برگزاری مجمع فوق العاده به فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب و کار تغییر و با اهداف ذیل ادامه فعالیت داد.

نتایج این سه نشست به عضویت انجمن ترویج در فدراسیون و عقد تفاهم نامه همکاری های فی مابین در خصوص امکان استفاده از پتانسیل های فدراسیون برای شناسایی چالش ها و ارائه راه کار های مناسب برای برون رفت مسایل کسب و کارهای خانوادگی شد.



نشست مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۸

این نشست نیز هم چون بسیاری از گفت و گوهای صورت گرفته شناسایی و ارتباط با کسب و کارهای خانوادگی دارای قدمت و اصالت در ایران بود. مهمان این نشست گروه صنعتی پما به نمایندگی آقای احسان گیوه چی بود. درباره گروه صنعتی پما:

گروه صنعتی پما با بیش از سه دهه فعالیت در حوزه تولید دارو، نساجی، پلیمر، چاپ و بسته‌بندی و تولید کاغذ با دارا بودن شش شرکت و کارخانه‌های زیر مجموعه تحت عناوین پلاستیک ماشین الوان، پوشان پلاستیک، زیست دارو دانش، پاد الوان پاک، ریسندگی و بافندگی درخشان قم و کاغذ پایپروس کاوه، با اشتغال بیش از ۱۰۰۰ نفر به صورت مستقیم از تاثیرگذارترین مجموعه‌های صنعتی ایران در بخش بسته‌بندی مواد غذایی، بهداشتی، دارویی، تولید دارو، کالای خواب، کاغذ و مقوا می‌باشد.



هیات مدیره جامعه صنعت کفش میزبان مدیر اجرایی انجمن ترویج کسب و کار های خانوادگی

کسب و کارهای خانوادگی عضو طرفین
– مشارکت در انتشارات علمی و پژوهشی اطلاع‌رسانی از طریق وب سایت و شبکه‌های اجتماعی و نیز مجلات و خبرنامه‌های تخصصی به اعضای
جامعه صنعت کفش چگونه تشکیل شد؟
در مهرماه سال ۷۱ به درخواست اداره کل نساجی و پوشاک وزارت صنایع از کلیه تولید کنندگان و دست اندرکاران صنعت کفش، اعم از شرکت‌های دولتی و خصوصی، دعوت شد تا ضمن گردهمایی در محل وزارت صنایع، پیامدهای حاصل از یک نرخی شدن ارز و آزاد شدن ورود کفش در صنعت را مورد ارزیابی و بررسی قرار دهند و نسبت به تعیین خط مشی لازم، با آن وزارتخانه همکاری کنند.

در این گردهمایی پس از رای گیری، مهندس سیروس عباس نژاد، به عنوان سرگروه و رابط بین کارخانجات و وزارتخانه انتخاب شد. در همان جلسه از طرف مهندس دهقانی، کارشناس اداره کل نساجی و پوشاک وزارت صنایع پیشنهاد شد که انجمنی مشابه آن‌چه در گروه نساجی وجود دارد، تحت عنوان “انجمن صنعتگران و متخصصین کفش تشکیل گردد تا با استفاده از تجارب موجود نسبت به تامین اهدافی نظیر تاسیس هنرستان، دانشکده کفش، انتشار نشریه، انتقال تکنولوژی، کانالیزه کردن سیستم‌های موردنظر و افزایش سهم صادرات اقداماتی صورت گیرد.

جهت پیگیری و به نتیجه رساندن این پیشنهاد گردهمایی‌هایی در گروه صنعتی بلا و شرکت کفش شادانیور و گروه صنعتی ملی به منظور تبیین اهمیت موضوع و انتخاب اعضای هیات مؤسس و تهیه اساسنامه پیشنهادی تشکیل گردید. در گردهمایی سوم رای گیری به عمل آمد و یازده نفر به عنوان هیات مؤسس انتخاب شدند و به این ترتیب جامعه‌ای تحت عنوان “جامعه متخصصین و تولید کنندگان کفش” موجودیت یافت. از جمله هدف‌های اولیه هیئت مؤسس، تهیه اساسنامه و ارائه آن به وزارت کشور بود. پس از تایید اساسنامه از طرف وزارت کشور به منظور برگزاری اولین مجمع عمومی از طریق جراید کثیرالتنشار از کلیه تولید کنندگان و متخصصین کفش کشور که علاقه‌مند به شرکت در این مجمع، یا کاندیدای عضویت در هیات مدیره و بازرسین بودند، دعوت به عمل آمد. هیات مؤسس در نخستین اقدام خود، با اداره سوم سیاسی وزارت کشور تماس گرفت، اهداف جامعه را تشریح کرد و از آن وزارتخانه تقاضای تاسیس جامعه را نمود که پذیرفته شد.

شرح عکس از راست ایستاده:
سیدمهدی بهشتیان، رییس کمیسیون تولید جامعه صنعت کفش/ علی اصغر میرخانی، بازرس هیات مدیره/ کاوه آذری، عضو علی البدل/ یاسر نباتی، عضو هیات مدیره/ دکتر محسن گرجی، مدیرکل دفتر نساجی و پوشاک وزارت صمت مهمان نشست/ محمد عرب، رییس هیات مدیره/ پیمان بهمنی، رییس کمیسیون ارتباطات و تشکل ها/ محمد طالقانی، رییس کمیسیون آموزش/ مهدی عبدالهی، رییس کمیسیون بانک، بیمه و مالیات

نشست از راست:

علی لشگری، رییس کمیسیون آمار/ داوود امیراحمدی مدیر اجرایی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی/ حاج اکبر اخوت، نایب رییس هیات مدیره جامعه صنعت کفش

این نشست با توجه به حضور قدمت‌دار کسب و کار های خانوادگی در صنعت چرم و کفش ایران از یک سو و اهداف عالیه انجمن ترویج کسب و کار های خانوادگی از سوی دیگر که همانا ترویج و پایداری این نوع کسب و کار می باشد در تاریخ ۱۴ اسفندماه و با هدف معرفی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی و براساس اهداف تفاهم نامه مشترکی که فی مابین منعقد شده بود ، در ۱۸ دی ماه ۱۴۰۲ برگزار شد .

بخشی از موضوعات تفاهم نامه...

– همکاری در شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های مختلف پیش روی تداوم و پایداری کسب و کارهای خانوادگی ایرانی

– موضوعات خاص ویژه اعضای مشترک شامل همکاری در تعریف و اجرای مشترک پروژه های منتخب پژوهشی در عرصه کسب و کارهای خانوادگی همکاری در طراحی و برگزاری نشست‌های تخصصی میزگرد دوره‌های آموزشی سمینارها و همایش‌های مشترک با بهره‌گیری از اساتید و کارشناسان داخلی و بین‌المللی

– همکاری در برگزاری و یا حضور در رویدادها جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های داخلی و بین‌المللی مرتبط، در تامین خدمات مشاوره مورد نیاز در عرصه های گوناگون کسب و کارهای خانوادگی

– معرفی شرکت‌های عضو که براساس موازین کسب و کارهای خانوادگی اداره می‌شوند جهت عضویت در سازمان طرف دیگر

– همکاری در جهت ترغیب، ترویج و گفتمان‌سازی و به اشتراک‌گذاری تجربیات



” چیزی که قابل اندازه گیری نباشد، قابل مدیریت کردن نیست“

این اولین درسی هست که در تمام دوره های مدیریت در سراسر دنیا تدریس خواهد شد.

حل مساله شامل شناسایی یک موضوع یا چالش، جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها، تحلیل این اطلاعات و در آخر اجرای یک راه‌حل است. با این حال، فرایند حل مساله می‌تواند پیچیده و چندوجهی باشد و رویکردها و راهبردهای مختلفی وجود دارد که می‌تواند برای مقابله با انواع مختلف مشکلات استفاده شود با عنایت و اهمیت آن چه بیان شد از یک سو و نبود اطلاعات و آمار قابل اتکا در خصوص شناسایی و میزان حضور کسب و کارهای خانوادگی و چالش‌های این حوزه در کشور، انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی را بر آن داشت تا با کمک انجمن مدیران صنایع در جایگاه یک نهادی مدیریتی قدمت دار، مرکز آمار ایران، موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی (موسسه نیاوران) و اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی ایران تا پروژه پژوهشی جمعیت شناختی کسب و کارهای خانوادگی در ایران را در دستور کار خود قرار دهد.

این پروژه مهم استراتژیک در قالب بخشی از تفاهم نامه انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی با انجمن مدیران صنایع در اسفندماه ۱۴۰۲ با حضور نمایندگان سازمان های ذکر شده موضوع گفت و گو قرار گرفت و در حال برنامه ریزی و اجرای آن می باشد.



نشست مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۸

نشست با آقای منصور آسیم از ارکان خیریه کهریزک و مرکز کنترل سرطان مهمان در مورخ ۱۸ بهمن ماه مهمان انجمن بودند.

موضوع نشست:

۱- معرفی و جذب خانواده‌های سرشناس و بشردوست که دارای کسب و کارهای خانوادگی هستند.

۲- همکاری برای ترجمه کتاب های خریداری شده توسط انجمن ترویج و چاپ توسط نشر نی.



نشست مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۹

سینا توفیق نیا

داری MBA از موسسه نیاوران و در حال دفاع از تز فوق لیسانس در حوزه کسب و کارهای خانوادگی در Adelaide Business School, Australia است.

نقطه آشنایی این جوان پویا و دغدغه مند با انجمن از طریق صفحات مجازی بود. طی چندین گفت و گوی تلفنی بالاخره در نهم بهمن ماه مهمان انجمن بودند و طی گفت و گوی ارزشمند موضوعات ذیل برای همکاری های فی مابین مورد قبول واقع شد.

موضوعات همکاری:

۱- ترجمه کتاب

۲- مقایسه فعالیت نهادهای کسب و کار خانوادگی در کانادا و استرالیا

۳- ارائه پروپزال برای The Role of Women in FBs

۴- تولید محتوای سفارشی با پروژه های تعریف شده

۵- نمایش آماری اطلاعات جمع آوری شده در ایران هنگام ارائه تز

۶- هماهنگی فعالیت های اصفهان با تهران

۷- طراحی و ارائه سرفصل های آموزشی

۸- ...



نشست انجمن ترویج کسب و کار های خانوادگی با حضور مهندس جابر انصاری و دکتر بهارلو
با تیم کارشناسان اندیشکده کسب و کارهای خانوادگی

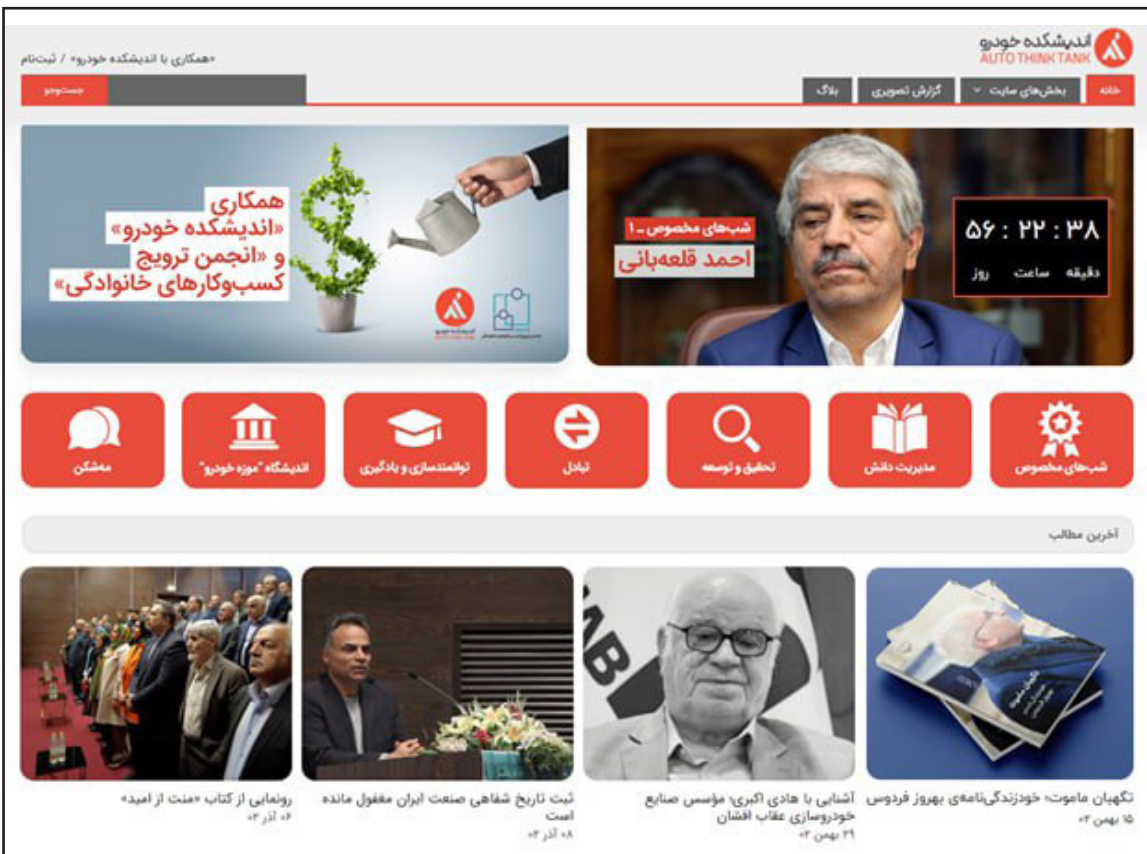
دادند و همچنین اشاراتی در باره تاریخچه و نحوه شکلگیری فعالیت های انجمن ارایه نمودند.

در ادامه این گفت و گو ضرورت توجه دستاندرکاران بخش های ذیربط دولتی و بخش خصوصی به موضوع کارآفرینی و کسب و کار خانوادگی مورد تایید طرفین واقع گردید و طرفین خود را برای پیشگیری از گسترش بیشتر انقطاع نسلی در کسب و کارهای خانوادگی ملزم به همکاری های موثر در این حوزه دانستند.

طرفین تاکید نمودند که همکاری در این زمینه ها کاری بسیار بزرگ است و آثار بزرگی هم خواهد داشت. لذا شایسته است یک سری حمایت ها و مشارکت های مدیریتی از سوی طرفین صورت بگیرد و ضرورت دارد در چارچوب تفاهمنامه مورد انتظار طرفین مواردی هم چون آموزش علمی کاربردی در حوزه کسب و کارهای خانوادگی در سطوح MBA و DBA، آموزش روش تدوین مطالعات موردی و بحثهای همکاری های مشترک علمی، ایجاد پنل های مشترک، ترجمه، تدوین و تالیف کتیب و مقالات نیز مورد توجه قرار گیرد.

قرار شد طی جلسات کارشناسی آتی موضوع ساختار و محتوای تفاهم نامه مطرح و پیش نویس آن نهایی شود.

محمد بهارلو- مشاور انجمن



همکاری «اندیشکده خودرو» و «انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی»

خانواده و کنترل یا نفوذ قابل ملاحظه خانواده در شرکت، از عواملی است که شرکت های خانوادگی به وسیله آن تعریف می شوند. به لحاظ درصد مالکیت، شرکت هایی به عنوان شرکت های خانوادگی تلقی می شوند که یک یا چند نفر از یک یا دو خانواده، صاحب حداقل پنجاه و یک درصد سهام شرکت و بیست و پنج درصد از حقوق سهام بورس برخوردار باشند. از منظر کلی و همکاران شرکتی به عنوان خانوادگی تلقی می شود که یک عضو خانواده، جزو هیات مدیره باشد و حداقل دو نسل از خانواده در کنترل نقش تحقق اهداف و وظایف سازمانی و قالب برنامه های اجرایی برعهده دارد.

این انجمن با شعار «خانواده سازگار؛ میراث ماندگار و توسعه پایدار» در راستای چهار محور فعالیت های خود را سامان داده است

- شناسایی و تعیین چالش ها و نیازهای توسعه پایدار کسب و کارهای خانوادگی
- طراحی و تامین آموزش های مورد نیاز نسل های ارشد، فعلی و بعدی خانواده های کسب و کار
- شبکه سازی و ایجاد فضای امن برای اشتراک گذاری تجربیات بین همتایان کسب و کارهای خانوادگی موفق
- ارتقا آگاهی جامعه درباره اهمیت و نقش کسب و کارهای خانوادگی در رشد اقتصاد، رفاه اجتماعی و توسعه ملی کشور

«اندیشکده خودرو» با رویکرد دانش محور در تلاش است با همکاری و کمک «انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی» در گام نخست اقدام به جمع آوری اطلاعات از واحدهای فعال در زنجیره ارزش خودرو بپردازد و در گام بعدی با ایجاد کارگروهی مشترک در راستای نیل به اهداف انجمن که قرابت بسیاری با اهداف مد نظر اندیشکده خودرو دارد؛ اتحاد خوشایند بین نسلی خانواده های کسب و کار در زنجیره ارزشی خودرو را قوام بخشیده و زمینه را برای دستاوردهای فزاینده در اقتصاد و رفاه اجتماعی، توأم با ارتقای جایگاه بین المللی ایران عزیزمان فراهم آورد.

امروزه چیزی حدود سه هزار واحد تولیدی در زنجیره صنعت خودروسازی فعال اند؛ که شامل:

- شرکت خودروسازی اعم از تولید کننده یا وارد کنندگان خودرو
- واحد تولیدی در صنایع پایین دستی یعنی قطعه سازان
- واحد فعال خدماتی در بخش صنایع بالادستی صنعت خودرو یعنی خدمات پس از فروش

اگر از این بین سه شرکت ایران خودرو؛ سایپا و کرمان خودرو را که وضعیتی شبه دولتی یا خصولتی دارند بیرون بگذاریم؛ می توان گفت از نظر تعداد، بیش از ۹۰ درصد فعالین بخش صنعت خودرو در دایره مشمولیت تعریف «کسب و کارهای خانوادگی» قرار خواهند گرفت.

کسب و کارهای خانوادگی نقش مهمی در اقتصاد کشورهای دنیا ایفا می کنند. با توجه به عمر صنعت خودروسازی؛ میانگین عمر اغلب واحدهای فعال در این صنعت به مرز ۴۰ سالگی رسیده است و این به معنای در آستانه بودن روند انتقال مالکیت و مدیریت این واحدها به نسل دوم است.

- در مسیر این انتقال چه نکاتی باید مد نظر باشد؟
- تداوم کسب و کار در نسل بعدی چگونه خواهد بود؟
- برای جانشین پروری چه فعالیتهایی صورت گرفته است؟

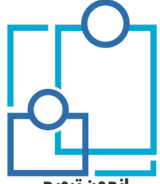
و سوالاتی از این دست اهمیت بسیاری خواهد داشت. در دنیا به همین منظور موسساتی نظیر «FBN International» مراکز شایسته و قابل اعتمادی در عرصه های آموزش؛ تحقیقات؛ مشاوره و اجرای رویدادها برای این مهم ایجاد شده است اما در ایران تاکنون شاهد کار ویژه و منحصر به فردی نبوده ایم تا این که در سال ۱۴۰۱ به کمک تیمی مرکب از: محسن خلیلی؛ سعید جابر انصاری؛ مهدی فضل؛ محمدرضا جابر انصاری؛ سید عباس موسوی رهیما؛ شاهین خلیلی و خانم صدیقه گرامی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی ایران (fbpa.net) را تاسیس کردند.

مفهوم کسب و کارهای خانوادگی:

عضویت اعضای خانواده در هیات مدیره، درصد مالکیت سهم از سوی اعضای



مؤسسه عالی آموزش و پژوهش
مدیریت و برنامه ریزی



انجمن ترویج
کسب و کارهای خانوادگی



مرکز آمار ایران

عنوان طرح پژوهش:

پروژه جمعیت شناخته کسب و کارهای خانوادگے ایران بیان دقیق موضوع...



از فعالیت‌های این بخش از اقتصاد ایران بهره‌مندی مطلوب از قابلیت‌ها و توانمندی‌های آن‌ها را نیز با چالش مواجه ساخته است.

ضرورت انجام تحقیق
کسب و کارهای خانوادگی سازمان‌های اقتصادی هستند که در توسعه اقتصادی ایجاد اشتغال و تولید ثروت نقش بسزایی دارند. در ایران آمار رسمی از سوی مراجع معتبر تاکنون در این زمینه منتشر نشده و اندازه‌گیری جایگاه این کسب و کارها در میزان اشتغال تولید ناخالص داخلی ایفای نقش مسئولیت‌های اجتماعی و به طور دقیق و بر اساس آمار و ارقام مشخص نیست.

از آن‌جا که این کسب و کارها دارای ویژگی‌های مخصوص به خود هستند، شناخت و تقویت این ویژگی‌ها از جمله رهبران منابع انسانی منابع مالی و زمینه‌های آموزشی و فرهنگی حاکم بر آن‌ها می‌تواند در توسعه اقتصادی نقش بسزایی داشته باشد.

اهداف پروژه:

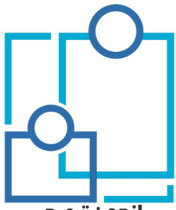
هدف اصلی این طرح تدوین اطلس کسب و کارهای خانوادگی ایران است که شامل اهداف فرعی زیر می‌باشد:

- گونه‌شناسی کسب و کارهای خانوادگی عضو انجمن
- ایجاد بانک اطلاعاتی از کسب و کارهای خانوادگی در ایران
- طبقه بندی کسب و کارهای خانوادگی براساس نسل‌ها نوع فعالیت اندازه بنگاه و...
- در ایران
- طراحی سایت برخط برای نمایش اطلس کسب و کارهای خانوادگی در ایران

عقد تفاهم نامه همکاری با جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران

موضوع تفاهم نامه:

استفاده از ظرفیت ها و توانایی های علمی، اجرایی، فرهنگی و اجتماعی و نیز توسعه همکاری های همه جانبه در زمینه های مورد توجه طرفین از جمله – معرفی شرکت‌های عضو که براساس موازین کسب و کارهای خانوادگی اداره می‌شوند جهت عضویت در سازمان طرف دیگر – همکاری در جهت ترغیب، ترویج و گفتمان‌سازی و به اشتراک‌گذاری تجربیات کسب و کارهای خانوادگی عضو طرفین – موضوعات خاص ویژه اعضای مشترک شامل همکاری در تعریف و اجرای مشترک پروژه های منتخب پژوهشی در عرصه کسب و کارهای خانوادگی



انجمن ترویج
کسب و کارهای خانوادگی

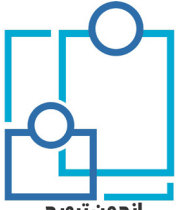


تأسیس ۱۳۷۲

– همکاری در طراحی و برگزاری نشست‌های تخصصی میزگرد دوره‌های آموزشی – سمینارها و همایش‌های مشترک با بهره‌گیری از اساتید و کارشناسان داخلی و بین‌المللی – همکاری در برگزاری و یا حضور در رویدادها جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های داخلی و بین‌المللی مرتبط، در تامین خدمات مشاوره مورد نیاز در عرصه های گوناگون کسب و کارهای خانوادگی – همکاری در شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های مختلف پیش روی تداوم و پایداری کسب و کارهای خانوادگی ایرانی – مشارکت در انتشارات علمی و پژوهشی اطلاع‌رسانی از طریق وب سایت و شبکه‌های اجتماعی و نیز مجلات و خبرنامه‌های تخصصی به اعضای

نگارش، طراحی و توزیع گزارش اقتصادی باموضوع جایگاه اقتصادی کسب و کارهای خانوادگے در ایران

دانیان
گروه مالی



انجمن ترویج
کسب و کارهای خانوادگی



موضوع تفاهم نامه: نگارش، طراحی و توزیع گزارش اقتصادی با موضوع جایگاه اقتصادی

کسب و کارهای خانوادگی در ایران گروه مالی دانیان به منظور اجرای تعهدات خود درحوزه مسئولیت اجتماعی در نظر دارد تا سلسله گزارش هایی را با مشارکت خبرگان و افراد صاحب نظر در حوزه مسایل اقتصادی و کسب و کارها منتشر نماید. به همین منظور با هدف افزایش غنای گزارش ها آماده همکاری با صاحب نظران ا ست. با توجه به علاقه مندی انجمن ترویج کسب کارهای خانوادگی به نگارش، طراحی و

توزیع گزارش اقتصادی در موضوع جایگاه کسب و کارهای خانوادگی در اقتصاد ایران ، شرکت مشاور سرمایه گذاری دانیان به عنوان نماینده گروه دانیان وظیفه سازماندهی همکاری‌ها را به عهده دارد. لذا تفاهم نامه جهت، هماهنگی سازماندهی و تبادل مستندات محتوای گزارش منعقد شده است. این تفاهم نامه فاقد هر گونه تعهد مالی است.



انتقال موفقیت آمیز کسب و کارهای خانوادگے

تدوین از : دکتر محمد بهارلو محمدزاده / داوود امیراحمدی

تجربه نشان می‌دهد فرماندهی سکان انتقال بین نسلی کسب و کارخانوادگی، یک ابتکار چند وجهی است و به معنای انتقال مالکیت، مدیریت و کنترل کسب و کار از نسل فعلی به نسل بعد خانواده است. این موضوع ممکن است شامل فرآیندها، ارزش‌ها، دانش سازمانی، دانش فنی، سرمایه انسانی، دارایی‌های فیزیکی و منابع مالی شرکت خانوادگی باشد. همچنین می‌تواند شامل انتقال سهام، انتصاب همسر و یا فرزندان به سمت‌های اجرایی، تعیین و توسعه نقش فردی اعضای خانواده در کسب و کار و یا حتی فرآیندهای مالی و مالکیتی دیگر باشد.

یک انتقال بین‌نسلی کسب و کارخانوادگی موفق، نیازمند برنامه‌ریزی دقیق، آمادگی مالی و حقوقی، آموزش و توسعه مدیریتی نسل جوان، توافق خانوادگی و آمادگی ذهنی نسل جوان برای پذیرش و مدیریت کسب و کارخانوادگی است. انتقال بین‌نسلی موثر مستلزم بررسی دقیق و درست تأثیرات احتمالی مولفه‌هایی مثل امور مالی، مالکیت، فرهنگ سازمانی و روابط خانوادگی است مسئولیت انتقال موفقیت‌آمیز بین‌نسلی کسب و کارخانوادگی ممکن است به عهده یک یا چند فرد از اعضای خانواده یا از میان مدیران و کارکنان کلیدی کسب و کارخانوادگی و یا به کمک یک تیم مدیریتی یا شورای مشاوران خانوادگی انجام شود که اینان بایستی دارای مهارت‌های لازم و تجربه و تخصص در زمینه‌های مختلف مدیریتی، مالی، حقوقی و استراتژیک باشند تا بتوانند به عنوان مشاوران و راهنمایان در فرآیندهای انتقال کسب و کار به نسل بعد، نقشی اساسی و اثربخش داشته باشند.

زمان مناسب برای انتقال موفقیت‌آمیز بین‌نسلی کسب و کارخانوادگی یک پلکان چند سطحی حساس و مهم است و بستگی به شرایط خاص هر خانواده و کسب و کارخانوادگی دارد.

اما در کل می‌توان گفت که زمان مناسب برای انتقال موفقیت‌آمیز بین‌نسلی کسب و کارخانوادگی به عوامل ذیل بستگی مستقیم دارد:

آمادگی نسل جوان: چنان‌چه نسل جوانی که قرار است کسب و کار را به ارث ببرد، دارای توانایی‌ها، تجربه و آمادگی مدیریتی و کارآفرینی لازم باشد، زمان مناسب برای انتقال فراهم است.

آمادگی مالی و حقوقی: انتقال کسب و کار باید به‌گونه‌ای باشد که مشکلات مالی و حقوقی را برای خانواده ایجاد نکند. بنابراین، تهیه مستندات حقوقی و برنامه‌ریزی مالی مناسب از جمله عوامل مهم در تعیین زمان مناسب است.

سلامت کسب و کار: اگر کسب و کارخانوادگی در وضعیت مناسبی قرار داشته باشد و از لحاظ عملکرد و موقعیت بازار پایداری داشته باشد، زمان مناسب برای انتقال مناسب است.

توافق خانوادگی: انتقال کسب و کار باید با توافق و هماهنگی خانواده انجام شود و اعضای خانواده باید آمادگی و تعهد لازم را داشته باشند.

با توجه به ماهیت عوامل مذکور، زمان مناسب برای انتقال موفقیت‌آمیز بین‌نسلی در هر خانواده ممکن است متفاوت باشد.

از سوی دیگر همان‌گونه که اشاره شد، برای انتقال موفقیت‌آمیز کسب و کارخانوادگی به مهارت‌ها و قابلیت‌هایی نیاز است که به افراد کمک می‌کند تا با تعارضات و مشکلات مرتبط در مسیر انتقال کسب و کارخانوادگی به نسل بعد به طور موثر عمل نمایند.

در ادامه به برخی از شایستگی‌های مورد نظر اشاره می‌شود:

۱- مهارت های ارتباط موثر(به طورعام)

– مهارت‌های ارتباطی از اهمیت به سزایی برخوردارند زیرا انتقال کسب و کارخانوادگی ممکن است با اختلالات و مشکلات ارتباطی گوناگونی مواجه شود و بنابراین لازم است فرد یا افرادی که در آن مشارکت دارند شایستگی‌های ذیل را احراز نمایند

– مهارت مذاکره

– توان برقراری تعاملات بین فردی،

– مهارت‌های گفتاری، نوشتاری و زبان بدن،

– توانایی‌های گوش دادن فعال و فهم درست افراد،

– برقراری ارتباط مستقیم و صادقانه با ذینفعان خود و توانایی انتقال ایده‌ها و ارزش‌ها به آنان.

– همچنین توانایی برقراری ارتباطات موثر با اعضای نسل‌های مختلف



خانواده، تیم‌های کاری و سایر ذینفعان و تسهیل درک و تفهیم بین آنان و ایجاد تعهد و هماهنگی در اجرا از دیگر توانمندی‌های مهم در این زمینه محسوب می‌شود.

۲- مهارت حل تعارضات

علاوه بر مهارت‌های عام پیش گفته، توانمندی‌های ذیل(به طورخاص) برای حل تعارضات نیاز است

توان گفت و گوی موثر و حل تعارض‌ها بین اعضای خانواده و نسل‌های مختلف، از جمله تعارضات مربوط به اهداف، ارزش‌ها، نگرش‌ها و ...

توانایی مدیریت تغییر،

تسلط بر مهارت‌های حل مسائل،

توان تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی،

توان بهره مندی از منابع بیرون از کسب و کارخانوادگی.

توانمندی‌های مذکور و نیز توان مدیریت احساسات و ایجاد توافقات، به افراد مسئول کمک مفیدی می‌کند تا با تعارضات و مشکلات مرتبط در انتقال کسب و کارخانوادگی به نسل بعد، به طور موثر عمل نمایند و فرآیند انتقال بهبود یابد.

۳- تیزبینی مدیریت مالی

این تیزبینی‌ها شامل موارد زیر هستند:

داشتن دانش و توانایی برای تفسیر و تحلیل صحیح و دقیق اظهارنامه‌ها و دیگر گزارش‌های مالی

توانایی برنامه‌ریزی و مدیریت مالی برای تضمین موفقیت مالی کسب و کار در طول زمان

توانایی تشخیص و ارزیابی ریسک‌های مالی و انتخاب راهکارهای مناسب برای مدیریت آن‌ها

توانایی توسعه استراتژی‌های مالی برای افزایش ارزش کسب و کار و بهبود بهره‌وری مالی

توانایی ارتباط موثر و شفاف درباره مسائل مالی با اعضای خانواده، مدیران و کارکنان کسب و کارخانوادگی جهت اطمینان از تفهیم درست مسائل مالی و تصمیم‌گیری‌های مالی.

۴- بینش رهبری و مدیریت کسب و کار

برای یک انتقال موفقیت‌آمیز، مدیران نسل جوان باید توانایی‌های رهبری و مدیریتی ذیل را احراز کنند:

توان نگاه استراتژیک به آینده و تحلیل روندها و عوامل تأثیرگذار محیطی، شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها، تحلیل رقا و تعیین راهبردهای مناسب برای رشد و توسعه کسب و کار

توان جهت‌گیری استراتژیک و تنظیم اهداف موشکافانه، تدوین برنامه‌ها و رویکردهای مدیریتی برای دستیابی به اهداف و ایجاد سیاست‌ها و رویه‌های مناسب برای اجرای این برنامه‌ها

توانایی ایجاد انگیزه و تعهد در اعضای خانواده، مدیران و کارکنان کسب و کار برای ادامه راه و توسعه آن

توان هدایت تیم‌های کاری،

توانایی ایجاد تغییر و ارتقای عملکرد فرآیند انتقال بین‌نسلی،

ارتباط موثر با اعضای خانواده و تیم‌های کاری، مشتریان، تامین‌کنندگان و سایر ذینفعان

توان احترام به رفتار اخلاقی، محترم شمردن مقوله شفاف‌سازی در ابراز مالیات، مدیریت دقیق سرمایه و ایجاد سیاست‌ها و راهبردهای مالی موثر توان نوآوری و بهبود مستمر کسب و کارخانوادگی،

توان ارزیابی و مدیریت ریسک‌های مختلف از جمله ریسک مالی، عملکردی و رقابتی.

توان شناخت مسائل مالی، روندها و چالش‌های آن به عنوان یک پایه مهم برای انتقال موفق کسب و کار به نسل بعد.

توانایی مشارکت و همکاری فعال با اعضای نسل‌های مختلف خانواده برای تصمیم‌گیری‌های استراتژیک و اجرای برنامه‌های انتقال کسب و کار.

به هرحال بینش رهبری و مدیریت کسب و کار از جمله مهارت‌های اساسی مدیران نسل جوان میباشد که برای انتقال موفقیت‌آمیز کسب و کارخانوادگی بسیار حیاتی است.

شناخت و درک قوی از پویایی خانواده

توان شناخت عمیق از تغییرات، دینامیک‌ها و روابط داخلی خانواده و کسب و کار بسیار حیاتی است زیرا خانواده‌ها و کسب و کارهای خانوادگی همواره بایستی موقعیت‌ها و چالش‌های منحصر به فرد ذیل را درک نمایند:

– درک روابط میان اعضای خانواده و نقش‌های آنان در کسب و کار، از جمله تعاملات میان نسل‌های مختلف خانواده، تصمیم‌گیری‌ها و انتقال دانش و تجربیات

– درک از تغییرات و تحولات درون و برون کسب و کار و نحوه تأثیرگذاری آنها بر خانواده و برعکس

– درک ارزش‌ها، اهداف و انگیزه‌های خانواده و نحوه تأثیرگذاری آن‌ها بر روند کسب و کار

– درک پیچیدگی‌ها، اختلالات و تعارضات ممکن در مدیریت خانواده و کسب و کار و یافتن راه‌حل‌های مناسب مورد نیاز ذیربط.

در یک جمع‌بندی سریع، دانش و مهارت‌های پیش‌گفته زمینه‌ساز کمک به مالکان، رهبران و مدیرانی خواهد بود که قرار است به نحوی موثر در انتقال موفقیت‌آمیز کسب و کارخانوادگی دخیل شوند. بتوانند در فرآیند انتقال کسب و کارخانوادگی، روابط داخلی بین‌نسلی را بهبود بخشند و برای مواجهه با چالش‌ها و بهره‌مندی از فرصت‌ها بهترین راه حل‌ها را ارائه دهند. در نتیجه بروز این توانمندی‌ها، انتقال یک‌پارچه، موفقیت‌آمیز و پایدار کسب و کارخانوادگی به خوبی تسهیل می‌شود و رهبران نسل جوان نیز با آمادگی بیشتر با شرایط متغییر بازار و روندهای صنعت منطبق خواهند شد. بدین‌لحاظ به نظر می‌رسد برای احراز حس مالکیت مسئولانه، تخصیص منابع، اراده و تعهدی واقعی برای تداوم در طول زمان و حفظ و اعتلای میراث و ارزش‌های خانواده و کسب و کارخانوادگی یک ضرورت حیاتی و اجتناب ناپذیراست.

اعضایه که زمستان سال ۱۴۰۲ به جمع کسب و کارهای خانوادگی انجمن پیوستند



شرکت فرآورده های سیب زمینی پریس

شرکت فرآورده های سیب زمینی پریس با توجه به نیاز کشور به صنایع تبدیلی در بخش کشاورزی در اواخر سال ۱۳۷۸ شکل گرفت که این امر در راستای تبدیل مقادیر انبوه سیب زمینی خام با مدت ماندگاری کوتاه به محصولی فرایند شده با مدت ماندگاری طولانی بوده است. اشتغال زایی از طریق استفاده از ظرفیت های بومی موجود در منطقه از دیگر مزایای احداث این کارخانه می باشد. شرکت فرآورده های سیب زمینی پریس اصفهان تولید کننده خلال نیمه سرخ شده منجمد،



جعفر ذره بین

پرک سیب زمینی و سبزیجات منجمد بسته بندی شده است که در سال ۱۳۷۸ تأسیس و اولین تولید خود را در اردیبهشت ماه ۱۳۸۲ به بازار عرضه نمود. خطوط تولیدی این شرکت با تکنولوژی گروه BMA هلند (سازنده پیشرفته ترین دستگاه های تولید خلال و پودر سیب زمینی در دنیا) تجهیز شده که خود متضمن ارائه کیفیت مرغوب محصولات تولیدی می باشد. شرکت پریس در جهت ارتقا سطح کیفی محصولات و جلب رضایت هر چه بیشتر مشتریان به دریافت گواهینامه ی مدیریت کیفیت ۲۰۰۸/ISO۹۰۰۱، گواهینامه مدیریت ایمنی سلامت مواد غذایی (۲۰۰۵/ISO۲۲۰۰)، گواهینامه مدیریت محیط زیست (ISO ۱۴۰۰۱) و مدیریت ایمنی و سلامت شغل (ISO ۱۸۰۰۱) و codex نائل آمده است. همچنین این شرکت به عنوان واحد نمونه موسسه استاندارد در ۶ سال متوالی و واحد برتر اداره نظارت بر مواد غذایی و دارویی در سال ۸۵ لغایت ۹۰ معرفی شده است.



کمال میثمی فرد

های! فود
شرکت آریافودان، صاحب برند ”های! فود“ در سال ۱۳۸۶ تأسیس ترین شد. این شرکت جوان ای از چهار شرکت عضو مجموعه باشد، که اولین عضو آن در سال می ۱۳۴۶ متولد شد و در حوزه تولید کندهای نان فعالیت می فرآورده اولین محصول با نام تجاری برند ”های! فود“ در روز شانزدهم آذر ماه ۹۶ مطابق با میلاد حضرت رسول و امام جعفر صادق، مصادف با روز اخلاق و مهرورزی به بازار عرضه گردید. ریشه های ما از گندمزارهای دشت عباس خوزستان تغذیه می کند و قلب ما برای شعار ”سلام زندگی...“ و تلاش روزافزون در جهت تامین سلامت مردم این سرزمین می تپد. در این راه پا به پای یکدیگر، رشد می کنیم و به سمت هدف پیش می رویم تا کیفیت مطلوب و سلامت را برای مصرف کنندگان به ارمغان آوریم. بله؛ «سلامت» کلید واژه ای است که ما و مشتریان ”های! فود“ را به یکدیگر پیوند می دهد. انواع لواش ”های! فود“، پاسخگوی سلايق و نیازهای تغذیه ای گوناگون می باشد. ما پس از گذشت پنج سال تحقیق و توسعه، با رعایت استانداردهای سلامت، بهره گیری از آرد غنی شده و بهترین خمیرمایه، با روش پخت حرارت غیر مستقیم و بدون استفاده از جوش شیرین، لواش سالم، بهداشتی و سرشار از سیوس را روانه سفره مشتریان کرده ایم.

گروه صنعتی پارت لاستیک

گروه صنعتی پارت لاستیک در سال ۱۳۶۰ با تأسیس اولین شرکت گروه آغاز به کار کرد. این مجموعه بزرگ صنعتی هم اکنون با بیش از ۴۰۰۰ نفر پرسنل و در قالب بیش از ۱۷ واحد صنعتی و خدماتی مستقل مشغول به نقش آفرینی در عرصه اقتصادی کشور می باشد.

سبدی متنوعی از محصولات و خدمات شامل انواع نوارهای آب بندی لاستیکی و پلاستیکی، انواع لرزه گیر و ضربه گیر لاستیکی، شیلنگ های کم فشار، لوله های سوخت پلاستیکی، قالب، ابزار و ماشین های صنعتی لاستیک و پلاستیک، رنگ، رزین و حلال، انواع عایق بدنه و ماستیک، قطعات پلاستیکی و ... سهم عمده ای از بازار خودرو و سایر صنایع کلیدی کشور را به خود اختصاص داده است.

تلاش بی وقفه تیم ما در راستای ارتقاء دائمی تکنولوژی و دانش فنی، توجه ویژه به تحقیق و توسعه، تمرکز بر داخلی سازی و بهره گیری از استانداردهای تولید در کلاس جهانی بوده و ما را در زمره صنایع پیشرو در این حوزه قرار داده است.



سهیل یزدان بخش

اعضایه که زمستان سال ۱۴۰۲ به جمع کسب و کارهای خانوادگی انجمن پیوستند

شرکت دکتر عبیدی

شرکت دکتر عبیدی در سال ۱۳۲۵ فعالیت خود را به عنوان اولین واحد تولید دارو در کشور با تولید قرص های دارویی آغاز نمود و بعد از مدتی شروع به تولید محصولات آرایشی بهداشتی کرد. این شرکت توسط دکتر غلامعلی عبیدی، پدر صنعت داروسازی ایران بنیانگذاری شده است. ایشان در دوران فعالیت شان خدمات ارزنده و شایانی در تولید محصولات باکیفیت دارویی و بهداشتی انجام دادند **عبیدی، اکنون...** از سال ۱۳۹۰ جناب آقای مهندس علی نقیب با بهره گیری از تجارب خود در مدیریت و راهبری بزرگترین شرکت های بهداشتی و دانش مجموعه، تولید محصولات سلامت محور را در شرکت بهداشتی دکتر عبیدی از سر گرفتند. ظرف مدت کوتاهی، با استفاده از تجهیزات و ماشین آلات پیشرفته و با بهره گیری از تازه ترین فناوری های روز دنیا، تنوع و کیفیت محصولات، دستخوش تغییرات محسوسی شدند، تا جایی که تولید ۱۲ قلم محصول نیمه فعال در سال ۹۰، امروز تبدیل به ده ها قلم کالا در گروه های متنوع شوینده، بهداشتی و آرایشی شده است و بار دیگر این شرکت توانست جایگاه خود را در زمینه ارتقا سلامت و بهداشت جامعه باز یابد. هدف شرکت بهداشتی دکتر عبیدی ارائه محصولات با بالاترین کیفیت و مطابق با استانداردهای جهانی به هموطنان مان، جهت جلب رضایت و اعتماد آن هاست.



شرکت بهداشتی دکتر عبیدی



علی نقیب

گروه کارآفرینان صنعت ذوب فلزات

تاریخچه :
شرکت کارآفرینان صنعت ذوب فلزات به صورت شرکت سهامی خاص تأسیس شده و طی شماره ثبت ۱۸۹۳۳۱ و شماره شناسه ملی ۱۰۱۰۲۳۱۳۳۹۶ مورخ ۲۴ تیرماه ۱۳۸۱ در اداره ثبت شرکت ها و مالکیت صنعتی تهران به ثبت رسید.

فعالیت اصلی
موضوع فعالیت شرکت طبق مفاد ماده ۴ اساسنامه عبارت است از:
۱- خرید و فروش هرگونه سهام شرکت ها و اوراق مشارکت، مشارکت در طراحی تولیدی و اداره آن ها و تأسیس شرکت صنایع فروآلیاژ ایران و ایجاد واحد تولید فروسیلیسم
۲- انجام مطالعات و بررسی اکتشاف بهره برداری از معادن سیلیس و سایر معادن به منظور تامین مواد اولیه واحد تولید فروسیلیسم و سایر همبسته های آهنی
۳- انجام کلیه اقدامات و معاملات مربوط به خرید دارائی های منقول و غیر منقول و واردات ماشین آلات، تأسیسات، لوازم یدکی و مواد اولیه و فروش آن ها
۴- فروش و صادرات محصولات تولیدی، مشارکت در سایر شرکت ها از طریق تامین یا تعهد سهام شرکت های جدید یا خرید و تعهد سهام شرکت های جدید.



محسن حاجی بابا

عضو حقیقه فصل زمستان

دکتر محسن گلستانی

دکترای مدیریت از دانشگاه اوتراخت هلند با رساله جانشین پروری در کسب و کارهای خانوادگی / معاون بازاریابی شرکت بازرگانی گلستانی / عضو کمیته راهبری انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی

