

همکاری انجمن در تاسیس اندیشکده کسب و کارهای خانوادگی دانشگاه تهران و انعقاد تفاهمنامه فعالیت های مشترک



با احترام به همه اعضای انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی
و متذکران به یادداشت داشته باشید که در راستای اهداف انجمن و ترویج کسب و کارهای خانوادگی، دبیرخانه انجمن در تاسیس اندیشکده کسب و کارهای خانوادگی دانشگاه تهران و انعقاد تفاهمنامه فعالیت های مشترک با انجمن همکاری داشته است. این تفاهمنامه در روز دوشنبه ۱۳ شهریور ماه ۱۴۰۳ در محل دبیرخانه انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی دانشگاه تهران به امضای آقای دکتر محمد علی منش و خانم دکتر نسیم طهرانی رسید.



خبرهای تصویری...



مراسم روز مشاور به همت شرکت کاین به مدیریت دکتر محمود اولیایی در هتل هم ۲۶ تیرماه



نشست با خانم دکتر نسیم طهرانی و آقای محمد علی منش ۶ خردادماه



نشست با خانم سمیه محمدی مدیر عامل آریانا قلم ۲۶ خردادماه



نشست با دکتر مجید کیانپور مدیر عامل شرکت شاپرک آبی ۲۷ خردادماه



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 جابرنصاری
عضو هیات مدیره و مدیر عامل

مهدی فضلی
نایب رئیس هیات مدیره

محمد رضا جابرنصاری
عضو هیات مدیره

سید عباس موسوی زهیما
خزانه دار

صدیقه گیلانی
بازرس

شاهین خلیلی
عضو علی البدل هیات مدیره

مدیر مسئول: سعید جابرنصاری

سر دبیر: داوود امیراحمدی

مشاور: دکتر محمد بهارلو

همکاران این شماره:

سعید جابر انصاری، محمد بهارلو،

داوود امیر احمدی

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 دیدگاه های نویسندگان است و به هیچ وجه دیدگاه رسمی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی نیست

■ مقالات، گزارش ها و اخبار خود را به نشانی اینترنتی info@fbpa.net ارسال کنید
■ حق رد، تعدیل و اصلاح مطالب ارسالی برای مدیریت نشریه محفوظ است

خلاصه گزارش انعقاد تفاهمنامه همکاری



انديشه کسب و کار های خانوادگی



مقدمه...

دانشکده علوم خانواده دانشگاه تهران

نتایج پژوهش‌های علمی و پیشین جهان نشان می‌دهد که مطالعات حوزه خانواده به دلایلی هم‌چون چند رشته‌ای بودن و با توجه به پویایی‌ها و چالش‌های ذاتی اجتماعی – فنی این حوزه از پیچیدگی بالایی برخوردار است از سوی دیگر بسیاری از محققان و متولیان نهادهای آکادمیک دانشگاهی نیز تاکید دارند که این حوزه از تنوع درخور توجه برخوردار می‌باشد و کسب و کارهای خانوادگی به صورت متمرکز و درهم تنیده فعالیت می‌کنند.

همین امر در سراسر دنیا، موجب شده نهادهای دانشگاهی برای مطالعات و پژوهش‌های مورد نیاز خانواده‌ها و کسب کارهای خانوادگی اقدام به تعریف و تاسیس اندیشکده‌های مستقل نمایند.

این اندیشکده‌ها در تلاش هستند که در ابعاد مختلف برای حل مسائل و چالش‌های پیش رو به ارائه راه حل‌های موثر مبادرت نمایند

در خصوص ضرورت تاسیس این‌گونه انیشکده‌ها، بررسی‌های متعدد به صورت نظامند انجام شده و نتیجه گرفته‌اند که سرمایه‌گذاری معنوی و مادی در این زمینه را ضرورتی جهت اعتلاف نقش و جایگاه خانواده و کسب کارهای خانوادگی در جامعه می‌دانند

تاریخچه همکاری...

به منظور آشنایی، گفت و گو و بررسی در باره ساختار و محتوای تفاهمنامه دو جانبه فی مابین انجمن کسب و کارهای خانوادگی با مجموعه اندیشکده کسب و کار خانوادگی زیر مجموعه دانشکده علوم خانواده دانشگاه تهران در روز ۱۶ اسفندماه ۱۴۰۲ نشستی در دفتر ریاست اندیشکده مزبور برگزار گردید

حاضران در این نشست سرکار خانم دکتر فوژان صباحی رئیس اندیشکده، خانم دکتر یزدیان رئیس دانشکده مذکور و آقایان مهندس سعید جابرانصاری مدیرعامل و دکتر محمد بهارلو مشاور انجمن ترویج کسب و کار خانوادگی و تعدادی از دانش آموختگان و دانشجویان مجموعه های مذکور بودند

در ابتدا خانم دکتر صباحی در باره آمادگی اندیشکده برای طراحی و اجرای دوره های آموزش MBA و DBA در حوزه کسب و کارهای خانوادگی توضیحاتی ارائه نمودند. هم‌چنین یادآور شدند براساس تحقیقاتی که در سطح جهان به عمل آورده‌اند، دو دوره همسطح به تازگی به تصویب رسانیده اند و مجوز دارند و برای دو رشته مدیریت کسب و کار خانوادگی و رشته کارآفرینی زنان نیز طرح دارند. قرار شد کپی طرح مزبور را به انجمن ارائه دهند. طرفین قبول نمودند در صورتی که انجمن پیشنهادهاتی داشته باشد، امکان اصلاح در ساختار و محتوای دوره های مذکور برای اندیشکده وجود خواهد داشت

سپس توسط آقای مهندس سعید جابرانصاری در خصوص نقش و جایگاه کسب و کارهای خانوادگی و دفاتر خانوادگی در توسعه اقتصادی جهان و وسعت و عمق توجه

عملی سازمان های بین المللی در این عرصه را به طور مشروح توضیح دادند و هم‌چنین اشاراتی در باره تاریخچه و نحوه شکل گیری فعالیت های انجمن ارایه نمودند.

در ادامه این گفت و گو ضرورت توجه دست‌اندرکاران بخش های ذربط قانون گذاری، 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 هم‌چون 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 و تالیف کتب و مقالات نیز مورد توجه قرار گیرد

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

تاریخچه تاسیس اندیشکده کسب و کارهای خانوادگی

پس از دو سال تلاش سرکار خانم دکتر یزدیان، به همراه مشارکت و همفکری همکارانشان و اجماع ۱۷۰ نفر از اساتید دانشکده‌های مدیریت، کارآفرینی، حقوق، روان شناسی، علوم تربیتی، علوم اجتماعی و جامعه شناسی دانشگاه تهران، طرح ایجاد و راه‌اندازی دانشکده علوم خانواده دانشگاه تهران در شهریور ماه سال ۱۴۰۲ در وزارت علوم، تحقیقات و فنآوری به تصویب رسیده و در تاریخ ۱۲/ ۲/ ۱۴۰۳ رسماً افتتاح شده است

با پیشنهاد آقای مهندس سعید جابرانصاری مدیرعامل و عضو هیات مدیره انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی و با حمایت هیات موسس (خانم صدیقه گرمای و آقایان مهندس محسن خلیلی عرفای، مهندس محمدرضا جابرانصاری، دکتر مهدی فضلی، مهندس سیدعباس موسوی رهیما)، انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی ایران در سال ۱۴۰۱ در وزارت کشور ثبت شده و نهایتاً در مرداد همان سال پروانه انجمن برای فعالیت در سطح ملی صادر گردید.

انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی از اردیبهشت ۱۴۰۲ با شعار(خانواده‌ای رستگار، میراثی ماندگار، توسعه‌ای پایدار) و در راستای تسهیل موفقیت پایدار بین نسلی کسب و کارهای خانوادگی و خانواده‌های کسب و کارهای ایران فعالیت خود را آغاز نموده است.با تلاش‌های خانم دکتر فوژان صباحی و همکاران ایشان در راستای هم اندیشی محققین و صاحب‌نظران برجسته کشور تقویت و توسعه و رشد همه جانبه کارآفرینان، رهبران و مدیران کسب و کارهای خانوادگی و اعضای خانواده‌های کسب



و کار و به منظور کمک به اعتلای قابلیت های کارآفرینی خانواده‌ها، فقرزدایی و رفاه عمومی کشور، اندیشکده کسب و کارهای خانوادگی دانشگاه تهران به عنوان یک NGO با ریاست خانم دکتر فوژان صباحی در دانشگاه تهران به ثبت رسیده است.

هم‌زمان پیرو موافقت اصولی مدیران ارشد اندیشکده و انجمن مزبور، برای تدوین و نهایی نمودن متن تفاهمنامه همکاری های مشترک در عرصه کسب و کارهای خانوادگی و خانواده های کسب و کار با توجه به محورهای ذیل

– اجرای دوره های آموزشی علمی و کاربردی مقاطع دانشگاهی عرصه های کسب و کارخانوادگی و خانواده های آنها

– اجرای دوره های تربیت مربی و مشاور خبره در عرصه های کسب و کارهای خانوادگی و خانواده های ایشان

– زمینه سازی و توسعه مشارکت بانوان و جوانان در ایجاد، احیا، توسعه، رهبری و مدیریت کسب و کارهای خانوادگی

– انجام پروژه‌های تحقیقاتی متمرکز که به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های موجود در کسب و کارهای خانوادگی ایران،

– مطالعات موردی(Case Study) به ویژه درباره الگوهای موفق و

تجربه های شکست کسب و کارهای خانوادگی

– انتشار نتایج و یافته‌ها تحقیقاتی در قالب مقالات، گزارش‌ها، کتب و ...

– همکاری با دانشگاه ها و مراکز آموزشی و پژوهشی داخلی و بین‌المللی

– تقویت ارتباط با جامعه و صنعت و فعالان اقتصادی کشور

– توسعه منابع و ابزارهای آنالاین شامل پلتفرم‌های آموزشی آنالاین و ابزارهای تحلیلی و مدیریتی

– ترجمه و تالیف مقالات و کتب تخصصی در عرصه های مختلف کسب و کارهای خانوادگی و خانواده های کسب و کار

– همکاری‌های راهبردی در زمینه ارائه مشاوره به قوای سه‌گانه، دستگاه‌های حاکمیتی و اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، ارایه پیشنهادات مبنی بر اصلاح قوانین موجود و ایجاد قوانین جدید، و نیز تدوین سیاست‌های تشویقی – حمایتی و تنظیم قانون فراگیر کسب و کارهای خانوادگی

توسط دکتر محمد بهارلو محمدزاده نماینده انجمن و دکتر علیرضا ثلاثی و دکتر سید محسن رهبرنیا نمایندگان اندیشکده طی نشست هایی اقدام شده است

جلسه افتتاحیه اندیشکده کسب و کارهای خانوادگی دانشگاه تهران..

در اولین جلسه رسمی اندیشکده کسب و کار خانوادگی دانشگاه تهران در روز یکشنبه ۱۴۰۳/۲/۳۰، در نودمین سالروز تاسیس دانشگاه تهران، و مقارن با سالروز تولد حضرت امام رضا(ع) و روز جهانی جمعیت، ضمن افتتاح رسمی فعالیت اندیشکده مزبور، تفاهمنامه همکاری های مشترک فی مابین اندیشکده و انجمن کسب و کارهای خانوادگی به امضای رییس اندیشکده و مدیرعامل انجمن رسید

در این نشست که با حضور ریاست محترم دانشکده خانم دکتر فاطمه یزدیان، آقای بهروز فروتن عضو هیات امنای اندیشکده و جمعی از اساتید دانشگاه‌ها و حوزه‌های مختلف، صاحب‌نظران و حامیان با دبیری آقای دکتر عسگری در محل دانشکده علوم خانواده دانشگاه تهران برگزار شد، مدعوین ضمن معرفی خود به تبادل نظر پیرامون چشم‌انداز و اهداف اندیشکده کسب و کارهای خانوادگی پرداختند

جلسه معارفه...

در ادامه نشست فوق جلسه معارفه کارگروه هماهنگی و نظارت اندیشکده کسب و کارهای خانوادگی وانجمن ترویج مطابق ماده ۹ تفاهمنامه منعقد به حضور اعضای زیر تشکیل و مهم‌ترین موضوعات و تصمیمات به شرح ذیل اتخاذ گردید

ابتدای جلسه با سخنان خانم دکتر صباحی رییس اندیشکده در خصوص ضرورت واهمیت توجه به کسب و کارهای خانوادگی و بیان ظرفیتهای اندیشکده در جهت تقویت این بخش که میتواند نقطه اشتراک واتصال بخش صنعت و دانشگاه باشد، آغاز شد

سپس جناب مهندس جابرانصاری رییس انجمن ترویج ضمن ارایه گزارشی از فعالیت های انجمن ونحوه شگل گیری آن با توجه به جایگاه و نقش بارز کسب و کارهای خانوادگی در اقتصاد جهانی، به تشریح سهم بالای آن در تولید ناخالص داخلی (GDP) کشورهایی چون ایتالیا و فرانسه و ... پرداختند. علاوه براین از نقطه نظر اجتماعی و فرهنگی به لزوم توجه به ارزش های خانواده ها و چگونگی انتقال بین نسلی و پایداری میراث خانواده ها و کسب و کارهای خانوادگی اشاره نمودند

در ادامه اعضای حاضر در نشست، هر کدام ضمن معرفی خود، بفرآخور نقطه نظرات خود را بیان نمودند

در پایان جلسه و در بخش جمع بندی نظر به ضرورت توسعه کسب و کارهای خانوادگی در ایران، توصیه شد به مفهوم سازی و نظریه پردازی و گسترش تولید علم در عرصه کسب و کارهای خانوادگی توجه شود و در این راستا با توجه به مقتضای عصر پرتحول حاضر، طبقه بندی رفرنس ها، آموزش ها، گفت‌وگو ها و جریان سازی های مورد نیاز با توجه به موضوعات مورد توافق در تفاهمنامه فی مابین اندیشکده و انجمن، برنامه ریزی و به اجرا گذاشته شوند.

هدایت و راهبری کار گروه مشترک به آقایان دکتر بهارلو و دکتر رضایی تفویض گردید و ایشان نیز با اعلام قبولی خود، مسئولیت مذکور را پذیرفتند. هم‌چنین خانم دکتر دانشمند مسئولیت دبیری کارگروه را پذیرفتند و مقرر گردید برای شروع همکاری به منظور تقویت ساختار و برنامه ریزی و ایجاد هم افزایی بیشتر، تا اطلاع ثانویه هر هفته روزهای یکشنبه از ساعت ۸:۳۰ تا ۱۰:۳۰ جلسات کارگروه مذکور در محل اندیشکده کسب و کار خانوادگی دانشگاه تهران برگزار گردد

گزارش موجز از فعالیت های دبیرخانه انجمن (بهار ۱۴۰۳)



نشست با دکتر سعید
احمدیان مدیرعامل انجمن
مشاوران مدیریت در محل
انجمن



نشست با دکتر محمدرضا انبیائی
نائب رئیس هیات مدیره و دبیر
کل انجمن مدیریت کسب و
کار ایران



پروژه جمعیت شناخته کسب و کارهای خانوادگی

طی نشست های سال گذشته و دو نشست سال جاری (۱۶ و ۲۳ اردیبهشت ماه) با تیم متشکل از نمایندگان موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی، مرکز آمار ایران، انجمن مدیران صنایع و انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی، پروژه جمعیت شناختی کسب و کارهای خانوادگی وارد مرحله بعدی شد

- پروپوزال با فرمت مرکز پژوهش های اتاق ایران و مطابق با اهداف مورد نظر در پروژه تنظیم گردید
- انجمن مدیران صنایع به عنوان مجری طرح خواهد بود و همکاران پژوهشی نیز افراد گروه پژوهشی پروژه هستند
- مبنای جامعه آماری پژوهش اعضای انجمن مدیران صنایع خواهند بود
- اجرای هر دو مرحله پژوهش (شناختی و طراحی و اجرای پلتفرم) در این مرحله حذف گردید

بودجه پژوهش فوق الذکر مورد توافق ضمنی اتاق ایران قرار گرفته است و در مرحله دفاع می باشد

انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی با کمک نهادهای مشاورهای می تواند امتیازات و مزایای بسیاری را از طریق ایجاد محیطی پویا، انگیزشی و پر از فرصت های مفید برای توسعه کسب و کارهای خانوادگی هم برای موسسات مشاورهای و هم برای کسب و کارهای خانوادگی فراهم کنند چرا که موسسات مشاوره ای در توسعه کسب و کارهای خانوادگی نقش بسیار مهمی دارند. این موسسات می توانند به عنوان منابع تخصصی و معتبری برای ارائه راهکارها و مشاوره های لازم به کسب و کارهای خانوادگی عمل کنند. برخی از اهمیت های این موسسات به شرح ذیل است
- ارائه مشاوره تخصصی: موسسات مشاورهای با تیم های متخصص و دارای تجربه، می توانند به صورت تخصصی مشاوره های لازم برای موضوعات اقتصادی، مدیریتی، بازاریابی و سایر جنبه های مربوط به کسب و کارهای خانوادگی ارائه دهند

- ارتقاء مهارت ها: این موسسات می توانند برنامه های آموزشی و فراگیری را به همراه مشاوره های لازم برای ارتقاء مهارت های صاحبان کسب و کارهای خانوادگی ارائه کنند
- پشتیبانی و راهنمایی: این موسسات می توانند به عنوان یک منبع پشتیبانی و راهنمایی برای کسب و کارهای خانوادگی در ایران عمل کنند، به ویژه در زمان های دشوار و تغییرات اقتصادی
- شبکه سازی: این موسسات می توانند به صورت فعال در ایجاد شبکه های ارتباطی و همکاری بین کسب و کارهای خانوادگی فعالیت کنند و فرصت های همکاری و تبادل تجارب را ایجاد کنند
با این که کسب و کارهای خانوادگی دارای ویژگی های خاص و پویایی های منحصر به فردی هستند، اما با استفاده از خدمات و مشاورهای موسسات مشاورهای می توانند بهترین راه حل ها را برای توسعه و رشد خود پیدا کنند
چند مثال از نشست ها و انجمن های ترویج کسب و کارهای خانوادگی با نهادهای مشاورهای در سطح بین المللی عبارتند از:

Family Business Network (FBN)

این یک شبکه بین المللی از کسب و کارهای خانوادگی است که در بیش از ۶۵ کشور فعالیت دارد. FBN فرصت های تبادل تجارب، آموزش و شبکه سازی بین کسب و کارهای خانوادگی فراهم می کند. این شبکه در سراسر جهان نشست ها، کنفرانس ها و آموزش های مختلفی را برگزار می کند تا اعضا خود را در بهبود و مدیریت کسب و کار خانوادگی شان یاری کند

Institute for Family Business (IFB)

یک نهاد مشاورهای بین المللی است که به ترویج کسب و کارهای خانوادگی می پردازد. این نهاد برنامه های آموزشی، کنفرانس ها و مشاوره های مختلف را ارائه می دهد تا کسب و کارهای خانوادگی به بهترین شکل ممکن مدیریت شوند و رشد کنند

Global Family Business Institute (GFBI)

این موسسه نیز یکی از مراکز بین المللی معتبر در حوزه کسب و کارهای خانوادگی است که برنامه های آموزشی، مربی گری، و کنفرانس ها را برگزار می کند تا کسب و کارهای خانوادگی به تعالی برسند
این مثال ها نشان از اهمیت و رونق بین المللی کسب و کارهای خانوادگی دارند و نشان می دهند که ترویج و پشتیبانی از این نوع کسب و کارها از سوی نهادهای مشاورهای و انجمن های تخصصی بسیار ارزشمند و مفید است



خلاصه نشست با مسئولین اندیشکده خودرو ۱۴ اردیبهشت ماه ۱۴۰۳

بازدید از موزه می تواند دلیل موجه و مثبتی برای گذران اوقات در کنار دوستان و خانواده باشد. ارتباطات بین فردی در موزه از این طریق شکل می گیرد یا مستحکم تر می شود. گذران یک روز در موزه با عزیزانمان علاوه بر تجربه یادگیری مشترک، تجربه ای به یادماندنی برایمان به جا می گذارد اندیشکده خودرو با همکاری موزه خودرو اقدام به برگزاری «تورهای خانواده و خودرو» با هدف آشنایی هر چه بیشتر خانواده ها با زنجیره تولید خودرو کرده است. این برنامه ها شامل:

- بازدید از موزه خودرو به همراه تورلیدرهای مجرب
- برنامه ریزی آموزشی تحت عنوان طرح آموزشی تعالی خانواده (سمینار یک ساعته
- اجرای چند بازی و سرگرمی برای خانواده ها
- سایر نقاط قوت اندیشکده

- امکان بهره مندی انجمن از امکانات رسانه ای اندیشکده خودرو مثل سایت، خبرنامه و برنامه نیم ساعته اختصاصی آن ها در رادیو جوان
- ابراز تمایل اندیشکده به برگزاری چند جلسه دیگر با انجمن و نهایتا رسیدن به محتوا برای خروجی مثل همایش کسب و کار خانوادگی برای مخاطبان اندیشکده

- ابراز تمایل و علاقه وافر اندیشکده به مستندسازی از کسب و کار های خانوادگی که از نظر ما کمی نیاز به تعمق بیشتری دارد تا از کلیشه های کارآفرینی فاصله بگیرد

در پایان نشست توافق شد در قالب تفاهم نامه ای فرصت های همکاری بررسی و اقدامات لازم برای شروع همکاری مطالعه و در دستور کار طرفین قرار گیرد. انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی پیشنهاد شروع همکاری های آینده را با تهیه و ارائه پرسش نامه ای که مشخص شود چه تعداد از صنایع وابسته به خودرو در ایران کسب و کارهای خانوادگی هستند، تعیین نمود.

به طور حتم نتایج این پرسش نامه و پاسخ به سوالات آن می توان میزان و عمق حضور در مسایل و موضوعات آینده را به نحو شایسته تری مشخص نماید.

با توجه به تعدد و فراوانی صنایع وابسته به خودرو (۱۲۰۰ کسب و کار که بالغ بر ۸۵۰ کسب و کار آن کسب و کارهای خانوادگیست و عمر متوسط آن ها بالای ۳۰ سال است) که خانوادگی اداره می شوند و نیز اشباع آن ها از دوره های مدیریتی و علمی، این پتانسیل وجود دارد که انجمن ترویج بتواند موضوعاتی جدید و جذاب را برای دوره های آموزشی اندیشکده به مخاطبانش از جمله جانشین پروری، بازنشستگی، ارث، مدیریت خویشاوندسالاری، اساس نامه های خانوادگی، حاکمیت شرکتی و بسیاری موضوعات دیگر ارائه دهد

امکان بهرمندی انجمن ترویج از امکانات مادی اندیشکده از جمله:

- سالن همایش ۱۷۰ نفره
- دو عدد کلاس ورکشاپ ۲۰ نفره
- سالن کالسکه ها

خانواده کارکنان همواره یکی از اصلی ترین ستون های رضایت شغلی را شکل می دهد؛ قسمت عمده ای از زندگی روزانه افراد صرف کار و شغل می شود. از این رو در بسیاری از حوزه های زندگی و سلامت روانی خانواده اهمیت دارد. بنا بر تحقیقات صورت گرفته رابطه مستقیمی بین رضایت شغلی کارکنان و سلامت روانی خانواده (همسرو فرزندان) وجود دارد
بازدید از موزه خودرو بر درک انسان ها از خود، کمک به بهبود سلامت جسم و روان و ایجاد تعادل و آرامش فردی، الهام بخش بودن و برانگیختن روح خلاق افراد جامعه، تقویت توانایی ها و کسب مهارت های فردی، درک از هویت فردی و ارتباط تعالی بخش و معنوی موثر است.

در بعد خانواده: تحکیم بنیان خانواده و شناخت عمیق تر مفهوم خانواده و خانه، انسجام، تداوم و انعطاف پذیری خانواده را می توان مدنظر قرار داد و سرانجام در بخش گروه های اجتماعی نقش موزه ها بر تأثیر در ایجاد، انسجام، همبستگی و پیوند گروه ها، منبع الهام بخشی و محل اجتماع و انگیزه دیدار و پیوند نزدیک تر این گروه ها قابل ذکر است.

بنابراین موزه خیلی فراتر از مجموعه اشیایی است که در آن نگهداری می شود. موزه به شما اجازه می دهد تا حین بازدید با اطرافیان خود تعامل داشته باشید، درباره عقاید و نظرات خود فکر کرده، شاید آنها را مورد بازبینی قرار دهید و خود را در زمان و مکان دیگری خیال کنید.

آغاز فعالیت کمیسیون کسب و کارهای خانوادگه با حضور نمایندگان انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگه، اندیشکده کسب و کارهای خانوادگه دانشگاه تهران و فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب و کار ایران



بسیار زیبا است. باید پژوهش های متعددی در این زمینه در دستور کار قرار گیرد. آموزش نیز محور دوم است. تربیت مشاورانی که به شکل حرفه ای حریم کسب و کارهای خانوادگی را حفظ کنند؛ از دیگر موارد مورد اشاره است که ضرورت حفظ محرمانگی و رعایت اصول اخلاقی را دو چندان می کند. آموزش، پژوهش و مشاوره به کسب و کارهای خانوادگی با اولویت خانه، شورای خانواده، تعالی خانواده، حکمرانی خانواده و چند خانوادگی نیز باید مورد دقت نظر قرار گیرد آقای سعید جابر انصاری در ادامه به مفهوم Cross Holder Family اشاره داشتند و تشریح کردند که منظور این است که خانواده در یک کشور است و کسب و کار در کشور دیگر و یا در کشورهای متعدد یک خانواده، کسب و کار ایجاد نموده است.

در ادامه آقای مرعشی اشاره نمودند: می بایست پیوند بین جامعه مدنی سنتی و جامعه مدنی شبکه بنیان، ایجاد کرد. باید ظرفیت کسب و کارهای خانوادگی در مسیر توسعه کشور قرار گرفته و باعث رشد و تعالی جامعه شود. در حال حاضر افراد زیادی در خارج از کشور زندگی می کنند که ظرفیت های متعددی دارند که استفاده از این توانمندی های دور از وطن می تواند در کسب و کارهای خانوادگی مورد استفاده قرار گیرد. آقای جابر انصاری در ادامه به ضرورت فرهنگ سازی استفاده از ظرفیت های علمی روز دنیا در کسب و کارهای خانوادگی اشاره داشته و فرمودند: ضرورت ایجاد یک نظام آموزش، پژوهش و مشاوره به کسب و کارهای خانوادگی می تواند دستور کار اصلی این کمیسیون باشد.

خانم دکتر فوژان صباحی در ادامه به این نکته اشاره کردند که به نظر می رسد جایگاه این کمیسیون بسیار معتبر است. یکی از مسائل که کمپانی های خانوادگی دارند این است که به دلیل نیازهایی که این کسب و کارها دارند؛ خودشان این نیازها را در طول زمان مرتفع می کنند که البته کمیسیون برای حل مسائل آن ها می تواند دست بالاتری داشته و فعالیت ها بهتری انجام دهد. تجربه کشورهای دنیا به گونه ای است که دولتمردان آمدند و نقش تسهیل گری را ایفاء نموده اند. رفع معضل اشتغال و کمک به تولید ناخالص داخلی می تواند از جمله دستاوردهای توجه به این کسب و کارها باشد. باید با قوای سه گانه ارتباط گرفت و در مجلس یک فراکسیون در این خصوص ایجاد کرد. ایجاد یک پلتفرم برای ثبت داده های مرتبط با این کسب و کارها می تواند بسیار شمر ثمر باشد. تالارهای گفتگو در این پلتفرم شکل گرفته و تجربه های مؤفق جهانی می تواند در آنجا به اشتراک گذاشته شده و رفته رفته کمیسیون می تواند تبدیل به



حاضران: سرکار خانم دکتر صباحی و آقایان؛ سیدجعفر مرعشی، سعید جابر انصاری، محمود اولیایی، پژمان شریفی، سعید احمدیان، مجنبی مالکی و داوود امیراحمدی دستور جلسه اول:

- آشنایی با اعضای جدید کمیسیون، انتخاب رییس کمیسیون و انتخاب دبیر کمیسیون
- بررسی مأموریت کمیسیون
- مشخص نمودن تاریخ جلسات ماهیانه و تقویم جلسات سالیانه
- تدوین دستور جلسه آتی

خلاصه مذاکرات و مصوبات

آقای دکتر محمود اولیایی رییس هیأت مدیره فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب و کار ایران در ابتدای جلسه ضمن تشکر از حضور همه عزیزان به این نکته اشاره نمودند که در صورت استقرار اصول حاکمیت شرکی در کسب و کارهای خانوادگی امید می رود این کسب و کارها در فضای رقابتی کنونی بتوانند به شکل مؤثر ادامه حیات دهند. توجه ویژه به مدیریت تحول و استفاده از فناوری های روز می تواند در این راستا بسیار تأثیرگذار باشد تا همسو با تحولات جهانی تغییرات سازمانی تحقق یابد. به طور کلی مأموریت این کمیسیون توانمندسازی مدیران کسب و کارهای خانوادگی در زمینه مدیریت و رهبری است و می بایست به تربیت مشاوران حرفه ای در این زمینه اهتمام ورزید

آقای سیدجعفر مرعشی در ادامه با اشاره به ضرورت ایجاد تمایز در مأموریت این کمیسیون خاطر نشان کردند که این کمیسیون می بایست به مسائل خانواده هایی که در تأسیس و انتقال کسب و کار با چالش های متعددی روبرو هستند؛ بپردازد. به طور مثال کسب و کارهای خانواده مهدوی، خانواده خسروشاهی، خانواده کازرونی بیشتر از سه نسل دوام نیاورند. مشاوره صحیح به کسب و کارها می تواند در زمان مناسب باعث تداوم کسب و کارهای خانوادگی در ایران باشد. رفته رفته باید به سمت یک شورای خانواده حرکت کنیم تا یک همراهی و هم افزایی خوب ایجاد شود. ما در ابعاد مربوط به کسب و کار خانواده در جامعه ایران مسائل زیادی داریم؛ یکی از این موارد عدم علاقه به استفاده از مدیران خارج از خانواده است تا از مسائل محرمانه خانواده مطلع نشوند. زیرا به جامعه نمی توان اطمینان کرد تا این افشاگری و خودگشودگی از سوی کسب و کارهای خانوادگی را بپذیرد. پاره فرهنگ ها یا فرهنگ قومی نیز از دیگر مسائل است. در شهر یزد خودگشودگی و فرهنگ خانواده متفاوت است. بیرون خانه کاه گل است و درون خانه

یک فدراسیون شود.

آقای سعید جابر انصاری در ادامه ضمن تأیید نظرات مطرح شده به ضرورت ایجاد اعتماد بین کسب و کارهای خانوادگی و به اشتراک گذاشتن اطلاعات اشاره نمودند.

آقای داوود امیر احمدی سپس به این نکته اذعان داشتند که یکی از مسائل اصلی ما در کسب و کارهای خانوادگی، اطلاعات درون خانواده است و موضوعی است که هنوز لاینحل مانده و باعث بروز اختلافات، جدایی و مهاجرت به خارج از کشور شده است. مسائل بیرونی این کسب و کارها توسط مشاورین حل شده است. مسائل درون خانواده است که کماکان بدون راه حل مانده است.

آقای مرعشی در ادامه جلسه به کلید واژه از هم آموزی و به هم آموزی اشاره کردند و فرمودند: تجربه هایی که داخل جامعه ما رخ داده و خوب بوده می تواند در اختیار سایرین قرار گیرد. در این راستا در نظام مشاوره دو لایه باید دیده شود؛ یک لایه مشاورین حرفه ای و لایه دوم خود افرادی هستند که از درون کسب و کارهای خانوادگی ظرفیت مشاوره را به خود کسب و کار دارند؛ می بایست مورد استفاده قرار گیرند. یک نظام مشاوره ای دو لایه ای باید برای کسب و کارهای خانوادگی ایجاد کرد. در این راستا از پتانسیل انجمن مشاوران مدیریت ایران نیز می توان استفاده نمود

آقای دکتر سعید احمدیان در ادامه فرمودند. ما در کشور مدرسه کسب و کار به مفهوم واقعی نداریم به گونه ای که بتوانیم ازCase Study استفاده کنیم و تجربیات کسب و کارها را بتوانیم به اشتراک گذاریم. می توانیم این Case Study واقعی را به یک مدرسه کسب و کار مناسب تبدیل کنیم. بیان این تجربیات می تواند برای آموزش و یادگیری بسیار مؤثر باشد

آقای جابر انصاری به ۱۰ مؤسسه در دنیا اشاره کردند که گواهینامه در خصوص کسب و کارهای خانوادگی می دهند که می توانیم با آن ها ارتباط برقرار کنیم. خانم دکتر صباحی با معرفی اندیشکده کسب و کارهای خانوادگی در دانشگاه تهران به وظایف و کارکردهای این اندیشکده تازه تأسیس اشاره داشتند. به ویژه در بحث آموزش شرایط را آماده و مستعد می دانند و از فدراسیون مدیریت برای برگزاری دوره های آموزشی متعدد با توجه به تعامل خوب با دانشکده های دانشگاه تهران چه در دوره های بلند مدت و پودمانی و چه در دوره های کوتاه مدت دعوت به همکاری نمودند

آقای مرعشی به تجربه کار مشترک در سازمان مدیریت صنعتی با دانشگاه های خارج از کشور و پرورش مدیر با همکاری دانشگاه پنسیلوانیا آمریکا اشاره کردند و فرمودند: از ظرفیت انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی برای ارتباط با دانشگاه IMD سوئیس می توان استفاده نمود تا یک دوره تخصصی در این زمینه برگزار شود. استفاده از اساتید ایرانی مقیم خارج نیز می تواند یکی از فرصت های قابل بررسی برای آموزش و انتقال محتوا باشد. از ظرفیت دانشکده مدیریت دانشگاه شریف نیز می توان استفاده نمود. در پایان در مورد تقسیم بندی کسب و کارهای خانوادگی در دنیا آقای دکتر جابر انصاری مطالب تکمیلی را در جلسه عنوان نمودند و بعد از بحث و تبادل نظر در مورد کسب و کارهای خانوادگی موارد ذیل به عنوان مصوبات جلسه اول مورد تأیید حاضرین قرار گرفت:

۱. آقای سعید جابر انصاری به عنوان ریاست کمیسیون منصوب شدند.

۲. دبیر کمیسیون آقای دکتر مجتبی مالکی منصوب شد.

۳. آقایان دکتر مرعشی، شریفی، احمدیان و خانم دکتر صباحی به

عنوان اعضای هیات مدیره منصوب شدند

۴. تصمیم گیری در مورد سایر اعضای هیات مدیره کمیسیون به جلسه

آتی موکول شد

۵. در مورد مأموریت و اهداف عملکردی کمیسیون مقرر گردید در جلسه آتی تصمیم گیری شود

۶. در مورد استفاده از ظرفیت دانشگاه‌های مطرح کشور، دانشگاه‌های برگزیده جهان و ایرانیان متخصص در حوزه کسب و کارهای خانوادگی خارج از کشور مقرر گردید در جلسه آتی تصمیم گیری شود

۷.مقرر گردید در چهارشنبه‌های پایانی هر ماه ساعت ۸ صبح جلسات کمیسیون با هماهنگی و دستور جلسات مشخص، استمرار یابد



نشست بامسئولین بان کلینیک

در زنجیره فعالیت‌های انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی پرداختن به مفهوم «سلامت» یکی دیگر از ارزش‌های مهم می باشد، لذا فرصتی فراهم شد تا نشست با روسای این مجموعه برنامه ریزی شود

شنایی کلی

بان کلینیک با هدف استقرار یک سیستم نظام‌مند مراقبت از سلامت در سال ۱۳۹۷ راه‌اندازی و پس از یک سال و نیم کار مطالعاتی و فراهم کردن زیرساخت‌ها، در تیر ماه ۱۳۹۸ آغاز به کار کرد. بان کلینیک به‌دنبال ایجاد رویکردی نوین به سلامت جامعه است. یعنی می‌خواهد با یک برنامه غربالگری پیشرفته، پیشگیری از بیماری و مدیریت سلامت را جایگزین رویکرد درمان محور کند. بان کلینیک معتقد است که اگر اقدامات پیشگیری، پیش بینی، کاهش ریسک و خطرپذیری متناسب با شرایط هر فرد (Personalized) و با مشارکت فردی (Participatory) بطور ادغام یافته (Integrated) مدیریت شود، نیاز به درمان، به خصوص درمان بستری، بشدت کاسته خواهد شد. بنیان‌گذاران آن پس از سال‌ها مطالعه و بررسی و کار در سیستم درمان، دریافتند که مشکل این سیستم در ایران فقدان برنامه‌ای جامع برای حفظ سلامت است. ما در بان کلینیک کوشیده‌ایم که حلقه‌های زنجیره ارائه خدمات در این سیستم را به نفع سلامت فرد به‌هم وصل کنیم. سلامتی که در بیمارستان‌ها با قیمتی گزاف و همراه با رنج بیماری به‌دست می‌آید و یا ممکن است هیچگاه بطور کامل بدست نیاید

بان کلینیک یک ارزش مهم به زنجیره فعلی سلامت می‌افزاید. کار ما نیاز به تکنولوژی و تجهیزات پیچیده‌ای ندارد که یک روز به آن دسترسی داشته باشیم و یک روز از آن محروم شویم. ما در بان کلینیک با استفاده از مصالح داخلی، نیاز به‌جویان را به مصالح خارجی کاهش می‌دهیم. مصالح داخلی ما نگرهانی از سلامت افراد با استفاده از دانش غنی پزشکی در ایران است و این مجموعه یک نظام یادگیرنده و خود اصلاح و متکی بر خرد جمعی است همچنین ما به‌دنبال اصلاح و تغییر رابطه پزشک و بیمار و استقرار رابطه‌ای برابر، شفاف و همدلانه هستیم. در معماری و چیدمان بان کلینیک فضایی برابر پدید آوردیم و با پزشکان، بیمارستان‌ها و مراکز تشخیصی قرارداد مبادله بیمار نداریم. ما به مناسباتی که به زیان به‌جو و بیمار باشد و شفافیت و اعتماد را مخدوش کند، وارد نمی‌شویم

انجمن کسب و کارهای خانوادگی درصدد است مقوله سلامت را از ابعاد گوناگون مورد بررسی قرار داده و امکانی فراهم آورد تا خدماتی نوین را با توجه به امکانات موجود در کشور برای اعضای خود فراهم آورد.

همایش مشترک «جامعه صنعت کفش کشور» و «انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگه» برگزارشد



نخستین همایش مشترک کمیسیون آموزش جامعه صنعت کفش ایران و انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی، روز گذشته؛ ۲۹ خرداد ماه جاری در محل کانون اسلامی انصار برگزار شد. در این همایش محمد علی طالقانی رئیس کمیسیون آموزش ضمن اشاره به تحولات واهمیت کسب وکارهای خانوادگی بر ضرورت آموزش تاکید کرد. محمد عبدی ها دبیرو مشاور دبیرخانه جامعه صنعت کفش، داوود امیراحمدی دبیر انجمن کسب و کارهای خانوادگی، محمدمرئضوی دبیرکل خانه صنعت و معدن ایران و مدیرعامل شرکت آرد ستاره کردان، عزیزاله اولیای شیرازی مدیرعامل کفش سه ستاره، مجتبی بزاززادگان مدیرعامل کفش نبرد، عرفان ترکمان بنیانگذار اورز، کسری حسن زاده دلیر مدیرعامل چرم حسن زاده، مهدی طالقانی عضو گروه کفش نهرین و امیرحسن نفر مدیرعامل چرم پی گیر از دیگر سخنرانان بودند .دربخش های دیگری از این همایش ضمن معرفی، شرح فعالیت و اهداف و برنامه‌های انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی از سوی سعید جابرانصاری؛ مدیرعامل این انجمن، نسل های مختلف کسب و کارهای خانوادگی به خصوص در حوزه کفش و چرم، درباره تجربیات زیستی خود در این حوزه گفت و گو و تبادل نظر کردند. در پایان نشست از نسل های جوان دوم تا پنجم در زنجیره کفش و چرم کسب و کارهای خانوادگی تقدیر و تجلیل به عمل آمد

سرعت تغییرات در دنیا تکان دهنده است و ما غافلیم

دربخش دیگری از این همایش، اظهارات مستند سعید جابرانصاری، مدیرعامل انجمن کسبوکارهای خانوادگی بود که ضمن شرح فعالیت، اهداف و برنامه‌های این انجمن، از هرم مسئولیت اجتماعی، آمارهای اتاق بازرگانی ایران، شدت و سرعت تغییرات، چالش‌ها، فرصت‌ها و توانمندی‌ها و نیز افق‌های آینده سخن گفت. جابرانصاری تصریح کرد: در اتحادیه اروپا ۲۵ سال طول کشید تا به تعریف درست و مشترکی از کسبوکارهای خانوادگی برسند تا بالاخره مدل سه حلقه‌ای «مالکیت»، «خانواده» و «کسبوکار» را برگزیدند.

با توجه به این تعریف اکنون شرح مختصری از وضعیت جهان پیرامون ما، قابل اعتناست.

حقیقت این است که نقش و جایگاه کسبوکارهای خانوادگی در رشد و پیشرفت اقتصاد اغلب کشورها از اهمیت چشمگیری برخوردار است و به همین منظور زیربنای فرهنگی لازم را ایجاد و رفتارهای اجتماعی سازگار را نهادینه کرده‌اند. در آن دیار، تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیران دولتی و بخش خصوصی عملا شناخت و درک مناسبی



پایداری نایل آیند

گواه این ادعا، بی شک حضور فعالان حوزه‌های چرم و کفش در این نخستین همایش مشترک بود که حکایت‌ها و داستان‌های واقعی خود را بیان کردند ما به نسل‌ها فکر می‌کنیم، نه به فصل هـ

داوود امیراحمدی، دبیر انجمن نیز در بخش پایانی این همایش به بیان دیدگاه‌ها، انتظارات و اقدامات انجمن متبوع خود پرداخت و گفت: جانشین پروری یکی از مهم ترین دغدغه‌های کسبوکارهای خانوادگی است که از پیچیدگی خاصی برخوردار است و ما تمام تلاش خود را به این قسمت معطوف

کرده‌ایم و در این راستا از ظرفیت تمام نهادهای دولتی و بخش خصوصی استفاده خواهیم کرد، زیرا از سهم و نقش کسبوکارهای خانوادگی در رشد اقتصادی و گره‌گشایی از موانع موجود بااطلاعیم

و جابر انصاری افزود: البته ما در حوزه تولید محتوا و اقدامات اجرایی در اول راهیم. با این همه بیکار هم نبودیم. در دانشگاه تهران، دانشکده کسبوکارهای خانوادگی را تأسیس کردیم؛ با اندیشکده خودرو هم گفت‌وگوهایی داشته‌ایم و امیدواریم به نتایج خوبی برسیم؛ چراکه فقط در بخش قطعه‌سازی، ۸۵۰ قطعه‌ساز داریم که بیش از ۳۰ سال است به فعالیت مشغولند و در ۱۰ سال آینده حتما باید تجربیات خود را به نسل‌های بعدی انتقال دهند.

وی خاطرنشان کرد: همچنین با تربیت مشاورین حرفه‌ای برای کسبوکارهای خانوادگی، سعی می‌کنیم بهترین خدمات را به نسل‌های بعدی ارائه دهیم و باید توجه داشته باشیم که کسبوکارهای خانوادگی در طول زمان، به خانواده‌های کسبوکار تبدیل می‌شوند؛ میراثی ماندگار که می‌تواند تغییرات شگرفی در عرصه اقتصاد جهانی به وجود بیاورد

سازگاری رمز ماندگاری و ماندگاری رمز توسعه پایدار

بدون شک یکی از اهداف همایش یادشده، ترویج فرهنگ کسبوکارهای خانوادگی بوده که به نوعی در شعار انجمن یادشده نیز مستتر است شعار «خانواده‌ای سازگار، میراثی ماندگار و توسعه‌ای پایدار» که سه اصل خانواده، توسعه و سازگاری را نشانه گرفته است

بر این اساس، در تعریف خانواده، نسل بنیانگذار به علاوه افراد نسل پیشین، نسل فعلی و نسل بعدی و نسل‌های آتی اعم از رهبران یا مدیران شاغل در کسبوکار، یا مالکین مسئول فعلی یا آتی که در سنین مختلفی در خانواده هستند و می‌توانند شامل عمو یا عمه یا خاله یا دایی و عموزاده‌ها یا خاله‌زاده‌ها یا عمه‌زاده‌ها یا دای‌زاده‌ها و... باشد

انطباق‌پذیری، گرایش به هدفمندی، الزام به بقا و توسعه، پویایی و تحول‌پذیری و تنوع‌پذیری درعین حفظ وحدت است

سازگاری نیز در نتیجه مشارکت چند نسلی و مدیریت تفاوت‌ها به‌دست می‌آید و نیازمند انعطاف و اراده تغییر، صبوری آگاهانه و دیدگاه بلندمدت در طی فرآیند جانشین پروری و پس از آن نیز می‌باشد و بین تمام اعضای خانواده حیاتی است

خانوادگی «چینی»‌ها در تولید ناخالص داخلی، ۸۵ درصدی لبنان و ۷۹ درصدی مکزیک اشاره کرد و این پدیده (کسبوکارهای خانوادگی) را مدل بسیار بهتری از مدل وال‌استریت برشمرد، چراکه وال‌استریت قراردادی بر مبنای ماکزیمم سود است، ولی قراردادهای کسبوکارهای خانوادگی بر مبنای سود مبتنی بر ارزش است که از طریق ارائه خدمت به مردم و سرزمینمان شکل می‌گیرد؛ بنابراین سرمایه‌گذاری‌های پرمفعتی هستند. البته با چالش‌هایی هم مواجهند که مهم‌ترین آنها، مشکل جانشینی است

جابرانصاری تأکید کرد: طبق آمارها، ۷۲ درصد مشکلات مربوط به جانشینی و ۶۵ درصد به ناهماهنگی‌های خانوادگی بازمی‌گردد. ما در این انجمن درصددیم ضمن احترام به آزادی افراد، میراث‌خواران آینده را بسازیم و البته که جامعه نیز باید آنها را قدر بداند.

اما نسل بعد کیست؟

براساس اطلاعات این انجمن، نسل بعد (NXG) عضوی از یک کسبوکار خانوادگی است که احتمالا مالک کسبوکار خانوادگی خود بوده یا خواهد بود و بین ۱۸ تا ۴۰ سال سن دارد. مطالعات مختلف نشان داده تنها ۱۵ درصد کسبوکارهای خانوادگی از نسل سوم مالکیت جان سالم به در می‌برند و اغلب فاقد استعداد رهبری برای نسل‌های بعدی هستند

با فهم عمیق این چالش و به گفته جابر انصاری، انجمن ترویج کسبوکارهای خانوادگی از طریق ارتباط داخلی و بین‌المللی به‌دنبال ایجاد شبکه‌ای بین مدیران نسل آینده است تا از این طریق بتواند به اهدافی همچون امکان ادامه حیات موفق کسبوکارهای خانوادگی در آینده، امکان ایجاد ارتباطات اثربخش بین مدیران فعلی و آتی، امکان به‌روزرسانی دانش علمی و عملی مدیران، رهبران و صاحبان کسبوکارهای خانوادگی، امکان تربیت مشاوران و مربیان کسبوکارهای خانوادگی از طریق آموزش نسل‌های آتی در سطح داخلی و بین‌المللی، امکان مستندسازی تجربیات و ارائه آن به جامعه مخاطب، دست یابد

این همه در حالی است که یکی از عوامل مهم پایداری کسبوکارهای خانوادگی، توانمندسازی اعضای خانواده کسبوکار و همچنین مالکان، راهبران، سهام‌داران و مدیران کسبوکارهای خانوادگی است و برای دستیابی به آن باید اهداف یادشده را محقق کرد

آنچه باید بدانیم

جابر انصاری در ادامه توضیح داد: با توجه به موضوعات مطرح شده، اکنون یکی از وظایف انجمن که منجر به برگزاری همایش یادشده و برنامه‌هایی با همین رویکرد در آیند خواهد شد، پاسخ به این سوالات زیر است تا بدانیم چه تعداد از کسبوکارهای خانوادگی در اقتصاد ایران فعالت‌بدانیم توزیع فراوانی این کسبوکارها در گستره جغرافیایی کشور به چه شکلی است

بدانیم به چه میزان اشتغالزایی کرده‌اند.

بدانیم چه تعداد در دوران راهبری بنیانگذاران نسل اول هستند و چه تعداد در دوران نسل دوم و نسل‌های بعدی قرار گرفته‌اند باید بدانیم ساختار سنی و تحصیلاتی مالکین، رهبران و مدیران فعلی عضو خانواده و عضو غیرخانواده در این گونه کسبوکارها به چه شکلی است

بدانیم در انتقال قدرت مالکیت و ثروت و انتقال میراث خانواده کدام کسبوکارها موفق عمل کرده‌اند

بدانیم چه تعداد از خانواده‌ها توانسته‌اند حاکمیت کسبوکار خانوادگی را با حاکمیت خانواده خود همسو و هماهنگ کنند

بدانیم کدام کسبوکارهای خانوادگی برای تداوم کسبوکار خود برنامه‌ای مستدل و منطقی ایجاد و کدامشان طرح‌هایی برای جانشین‌پروری اجرا می‌کنند و بدانیم مربیان و مشاوران تخصصی شایسته این حوزه کدامند.

وی افزود: کلیت بسیاری از این سوالات به مثابه دغدغه‌ها و چالش‌های اساسی این عرصه استراتژیک اقتصادی محسوب می‌شوند و همه این مولفه‌ها به خوبی مظلومیت داستان کسبوکارهای خانوادگی ایرانی را نمایان می‌سازند

با این وصف، آنچه طی سال‌های اخیر از رفتار و عملکرد کسبوکارهای خانوادگی گزارش شده و در معرض دید قرار گرفته، همه ناشی از داشتن باورها، نگرش مبتنی بر شور و شوق بنیانگذاران، مالکان و رهبران دلسوخته و علاقه‌مندی است که با بهره‌گیری از امکانات و توانایی‌های شخصی توانسته‌اند به دستاوردهایی نیکو و نسبتا

اعضای خانوادگی که در فصل بهار به جمع دوستان انجمن پیوستند

آغاز به کار پلار



در سال ۱۳۳۱ شرکتی به نام پلار Polar بوسیله مرحوم مهندس فضل اله رهنما پایه گذاری گردید که در اثر کوشش و پشتکار وی شهرتی بسزایی یافت
بیوگرافی بنیانگذار کارخانه پلار
مرحوم مهندس فضل اله رهنما درسال ۱۲۸۶ شمسی دیده به جهان گشود و پس از خاتمه تحصیلات ابتدایی وارد مدرسه کالج اصفهان شد، وی در سال ۱۳۰۷ با درجه SMC فارغ التحصیل و نظر به علاقه وافری که به امور فنی داشت ، پس ازخاتمه تحصیلات عازم انگلستان شد و با دریافت درجه مهندسی برق و مکانیک به خرمشهر عزیمت کرد و در آنجا به تکمیل معلومات فنی خود پرداخت. نامبرده با خرید یک دستگاه قیچی آهن بر و یک ماشین سری تراش و سایر ماشین آلات موردنیاز که در کمپ ارتش متفقین در خرمشهر برپا شده بود و باقیمانده وسایل جنگی متفقین بود، به اصفهان مراجعت و وسایل و ابزار خریداری شده را نیز به اصفهان حمل نمود و برای فراهم آوردن سرمایه جهت اهداف خود به استخدام کارخانه نور(اولین کارخانه برق اصفهان) به عنوان سرپرست برق و مسئول امور فنی در آمدو نظر به تخصص وی در زمینه برق، کارخانجات زاینده رود، وطن، شهرضا و صنایع پشم از ایشان دعوت به همکاری نمودند و نظارت امور فنی کارخانجات مذکور به ایشان محول گردید. نامبرده پس از عمری فعالیت در سال ۱۳۵۹ روی در نقاب خاک کشید

تولیدات شرکت

در حال حاضر تولیدات شرکت عبارتند از: تولید بخاریهای نفتی، گازی، تولید انواع آبگرمکن های نفتی گازی، تولید انواع آبگرمکن های نفتی گازی، بخاری های کارگاهی نفتی، گازی، بخاریهای کارگاهی نفتی، گازی، جاروبرقی
پلار در حال حاضر همگام با نیاز مشتریان، مدل های متنوعی از آبگرمکن های دیواری، پکیج، و ... را تولید و عرضه می کند. باور مشتری گرایی، دیدگاه برنامه محور و استمرار بهره گیری از آخرین فن اوری دنیا، موجب شده که با گذشت ... سال از زمان تاسیس، پلار همچنان با شتابی فزاینده ادامه داشته باشد. به طوری که کماکان بهترین های دنیار را برای فراهم نمودن رفاه خانواده ها عرضه می کندو محصولاتش در حال حاضر مورد استفاده میلیون ها خانواده ایرانی قرار گرفته است.از آنجایی که برای فراهم نمودن اسایش خانواده ها، علاوه بر عرضه محصول مرغوب، ارائه خدمات مطمئن ومستمر به مشتریان ضرورت دارد، امروزه پلار با بهره گیری از تجربیات بیش از نیم قرن خدمات رسانی به مشتریان، گسترده ترین شبکه خدمات رسانی را در کشور تجهیز نموده تا مشتریان با آسودگی خاطر از محصولات پلار ر و در شرایط ایمن استفاده نمایند

تاریخچه صنایع غذایی کامبیز



شرکت تولیدی صنایع غذایی کامبیز در سال ۱۳۴۶ با ثبت نام تجاری کامبیز و افشین برای تولید انواع محصولات غذایی بسته بندی شده در تهران و توسط موسسین اصلی آقایان محمد فروزانفرد و محمد پیروز حمیدی تاسیس و شروع به کار کرد. اولین محصولات این شرکت، کشکک پاستوریزه، انواع ترشیجات و شربت‌های سنتی، رب انار و آبغوره بوده است
هم اکنون در گذر ۵۰ سالگی با در اختیار داشتن کادری مجرب و دلسوز در واحدهای مختلف در فضای به وسعت ۴۰ هزار مترمربع و با به کارگیری تجهیزات و امکانات تولیدی مدرن و مطابق با استانداردهای ملی ایران و هم‌چنین اخذ گواهینامه‌های ISO۲۲۰۰۰, HACCP, ISO۹۰۰۱ در تلاش هستیم تا بر اساس خط مشی اصلی بنیان گذاران که همان تولید سلامت و با کیفیت می‌باشد حرکت نموده و نقش خود را در ایجاد جامعه‌ای سالم و خوش‌حال ایفا نماییم

در حال حاضر صنایع غدایی کامبیز با تولید بیش از ۵۰ قلم کالای گوناگون و حضور در بازارهای جهانی از جمله کانادا، استرالیا، کشورهای شمالی اروپایی و ... در خدمت مشتریاناش می‌باشد

گروه کسب و کار نظری

مرحوم حاج اکبر نظری در سال ۱۳۲۰ فعالیت خود را در زمینه‌ی تجارت پسته در شهر رفسنجان آغاز نمود. اما با توجه به تجربه پدر خویش در زمینه‌ی کشاورزی، فعالیت کشاورزی و آبادانی را در کنار تجارت آغاز نمود و با اخلاق منصفانه، ایمان، گذشت و صداقت توانست کسب و کار خود رادر بازار به سرعت پویاتر و بزرگ‌تر کند تا جایی که تجارت ایشان در استان کرمان، اروپا و سایر کشورهای جهان رشد کرد.

کسب و کار ایشان از آن زمان تا به امروز به طور مستمر رشد کرده و در حال حاضر گروه کسب و کار نظری با تکیه بر مطالعه و تحقیق علمی، بکارگیری نیروی متخصص و متعهد، استفاده از بروزترین دستاوردهای تجربه شده و رایج کشورهای پیشرو و توجه به حوائج مصرف کنندگان به یکی از پیشتازان باغداری کشور، به‌ویژه باغداری پسته تبدیل شده است.مهندس علی نظری شرکت زیست‌فناوری ایتنا صدرا در سال ۱۳۸۹ با هدف تولید پایه و نهال از طریق کشت بافت گیاهی شروع به کار کرد. تولید انواع نهال‌ها و پایه‌های رویشی شامل: UCB۱، آروتا، انواع پایه‌های رویشی برای درختان هسته‌دار و دانه‌دار، بلوبری، انار، گردو و ... از مهم‌ترین فعالیت‌های این شرکت می‌باشد. واردات ارقام جدید، احداث باغات مادری و سازگاری از دیگر فعالیت‌های این گروه می‌باشد.شرکت باریزان برزن پویا در سال ۱۴۰۱ به منظور بومی‌سازی دانش کشت‌وکار در اقلیم کشور تاسیس شد. تولید تجاری و پایدار محصولات بلوبری، زنجبیل، زردچوبه و آناناس با روش هیدروپونیک (در گلخانه و فضای باز) از مهم‌ترین برنامه‌های این شرکت می‌باشد
بنیان‌گذار گروه کسب و کار نظری، مرحوم حاج اکبر نظری در تیر ماه سال ۱۳۸۰ دار فانی را وداع گفت.

چشم‌انداز:

گروه کسب و کار نظری در افق دهه‌ی اول ۱۴۰۰ هجری شمسی، با استفاده از دانش نوین و در مسیر توسعه پایدار باغبانی، با توجه به منافع ذینفعان و تکمیل زنجیره ارزش تولید به برند اول محصولات باغبانی کشور تبدیل خواهد شد
ماموریت:

گروه کسب و کار نظری ضمن تاکید بر همبستگی خانوادگی و با به‌کارگیری بهره‌ور از سرمایه‌های انسانی متخصص، دانش و تجهیزات روزآمد و با تمرکز بر تولید محصولات متنوع باغی و گلخانه‌ای در تمامی زنجیره ارزش از تولید بذر و نهال، انواع نهاده‌ها و ادوات تخصصی تا فرآوری، خرده فروشی و تجارت در سطوح ملی و بین‌المللی فعالیت می‌کند



محمدعلی حسین نژاد تهیه کننده وفیلمنامه نویس

دارای مدرک کارشناسی ادبیات و زبان‌های خارجی از دانشگاه مشهد، کارشناسی ارشد رشته علوم اجتماعی و دوره دکتری توسعه سیستماتیک از استرالیا است. او تهیه کننده فیلم‌های تهران در جست وجوی زیبایی، طهران – تهران، طعم شیرین خیال و همین‌طور نویسنده فیلم براده‌های خورشید است
از فعالیت‌های وی می‌توان به همکاری بخش فرهنگی جهاد سازندگی، صدا و سیما، بنیاد سینمایی فارابی، حوزه هنری و معاونت امور سینمایی، مدیریت بخش‌های فرهنگی و رسانه‌ای جهاد سازندگی، مدیریت گروه فرهنگی اجتماعی

شبکه دوم سیما، عضو شورای برگزاری و کمیته انتخاب جشنواره بین المللی فیلم فجر در سال‌های متوالی، مدیریت مرکز سینمای تجربی و نیمه حرفه‌ای، ریاست سازمان توسعه سینمایی سوره، مشاور معاونت امور سینمایی و سمعی و بصری، عضو گروه تخصصی سینما در فرهنگستان هنر، سرپرست گروه پژوهشی سینما در پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات و عضو هیات داورى آکادمی سینما و هم‌چنین به عنوان مشاور مدیریت و برنامه‌ریزی با مراکز و موسسات مختلف و دست اندرکاران حرفه‌ای سینمای کشورمان اشاره کرد

از آن جایی که مستندسازی نقش بسیار مهمی در یادگیری و انتقال دانش و تجربیات به نسل‌های آینده دارد، فرصتی فراهم شد که انجمن ترویج کسب وکارهای خانوادگی میزبان دکتر محمدعلی حسین نژاد از چهره‌های به نام حوزه فیلم نامه نویسی و از تهیه کنندگان خاص حوزه سینما باشد
ارتباط با مدیران خوش نام و صاحب تجارب شکست و موفقیت و گفت و گو با آنان پیرامون ساخت مستند فرایند رشد و توسعه آنان، آن هم در سرزمینی که فراز و فرودهای بسیار را تجربه نموده می‌تواند فرصت نابی برای آموزش نسل‌های آتی باشد.

بخشی از این مزایا و نکات مهم این رویکرد به شرح ذیل خواهد بود:

استناد به شواهد و تجربیات واقعی: مستندسازی از روند و عملکرد برندهای موفق به نسل‌های آتی این امکان را می‌دهد که از یک مثال واقعی استفاده کنند و بتوانند بهتر مفهوم یک موضوع را درک کنند. این مثال‌ها می‌توانند به آنان کمک کنند تا مفهوم‌های نظری را به واقعیت و اجرای عملی نزدیک‌تر کنند
انگیزه بخشی و الهام بخش: شناخت تجربیات اعم از مثبت یا منفی می‌تواند به نسل های آینده الهام دهد و انگیزه بیشتری برای یادگیری و پیشرفت ایجاد کند. این مثال‌ها می‌توانند نشان دهنده این باشند که چگونه اعمال نظریه در عمل موفقیت‌آمیز است

ترویج انعکاس و تفکر انتقادی: با مشاهده مطالب مستند و تجربیات، نسل آینده را به تفکر انتقادی و ارزیابی وضعیت‌ها و اقدامات ترغیب می‌کند. آن‌ها می‌توانند به سؤالاتی درباره موفقیت‌ها پرداخته و درک بهتری از این‌که چرا و چگونه برنده به موفقیت یا شکست رسیده‌اند، پیدا کنند. به طور کلی، استفاده از مستندسازی و تجربیات به عنوان مطالب آموزشی برای دانش‌جویان می‌تواند بهبود مکالمه دانشگاهی و یادگیری عملی واقعی را تسهیل و فرصت رشد و توسعه تفکر به تصمیمات آینده را در حوزه‌های علمی و عملی فراهم نماید

اعضای حرفه‌ای حقیقه فصل بهار

هاشم کیانی هرچگانی



دکترای مدیریت دولتی و مدیرعامل شرکت طراحان پدیدار نت

دکتر روح اله ابراهیم نژاد



دکترای مدیریت بازرگانی گرایش استراتژی و پژوهش گر، مشاور و مدرس حوزه کسب و کارهای خانوادگی

سینا توفیق نیا



پژوهشگر حوزه کسب و کارهای خانوادگی

دکتر فرشید شکرخدایی



مدیرعامل گروه پارسیان هوشمند یگانه

محمد مهدی عارف نظری



کارشناسی ارشد مدیریت از سازمان مدیریت صنعتی
مدیرعامل شرکت سازه گستر عارف