

اولین همایش ملی کسب و کارهای خانوادگی با حمایت اتاق بازرگانه صنایع، معادن و کشاورزی ایران و تهران



اعضایه که در فصل پاییز به جمع انجمن پیوستند

عضو حرفه‌ای حقوق



گروه فرآیند توسعه فردا

مشارع: انورز، نعلین
فرآیند توسعه فردا
توسعه مبتنی بر خلاقیت برای فردا

گروه فرآیند توسعه فردا، به منظور ارائه خدمات آموزش، مشاوره و تحقیق در مباحث مدیریت در سال ۱۳۸۱ تاسیس گردید و با تمرکز بر نیازهای مدیران در راهبری بنگاه‌ها و همچنین رایزنی‌های مختلف با صاحب‌نظران، فعالیت خود را بر توسعه ظرفیت راهبری بنگاه‌ها از طریق به کارگیری الگوهای نوین رهبری، استراتژی و تحول سازمانی، تمرکز نموده و اکنون توجه خود را به حوزه کسب و کارهای خانوادگی معطوف نموده است. گروه بر این باور است که توسعه پایدار از طریق استقرار اصول حکمرانی خوب و پایه‌های راهبری اثرگذار، با حفظ انسجام خانواده، تداوم کسب و کار و اثرگذاری اجتماعی ممکن خواهد بود. گروه فرآیند توسعه فردا عضو شبکه همکاران سازمان مدیریت صنعتی و موسس نمایندگی استان کرمان بوده و نیز دارای عضویت در اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی کرمان و نیز انجمن مشاوران مدیریت ایران می باشد. این گروه مشاور توسط نسل دوم خانواده حسینی نژاد (علی و هادی) تاسیس شده و راهبری می شود



شرکت کن تجارت آریا (لوازم خانگی کن)

سال ۱۳۶۳ وقتی نخستین کارخانه تولیدکننده هود ایرانی راه‌اندازی شد. کمتر کسی فکر می‌کرد برند سازنده این محصول در رقابت با برندهای باکیفیت و نامدار خارجی، سال‌ها بعد به جایی برسد که تداعی‌گر مفهوم هود در ذهن بیشتر ایرانی‌ها باشد؛ آن‌قدر که خیلی‌ها محصول هود را همنام با «کن» تصور کنند
با این حال سفر «کن» در دنیای تولید لوازم خانه و آشپزخانه، تنها به پیمودن مسیر تولیدهود خلاصه نشد. همزمان با نوآوری‌های بیشتر در عرضه انواع مدل‌های هود مانند ارائه اولین هود تولید داخل با رنگ پودری و تولید موتور هود، از سال ۱۳۹۲ تولید انواع مدل‌های اجاق گاز و در ادامه از سال ۱۳۹۵، تولید انواع سینک آشپزخانه و سپس فر روی خطوط تولید کارخانه «کن» قرار گرفت
تلاش متخصصان کن روی تولید محصولات آشپزخانه متمرکز شده؛ جایی که نزدیک به نیمی از زمان اعضای خانواده آن‌جا می‌گذرد. ما در کن اعتقاد داریم آسودگی خیال شما از آسایش و ایمنی لوازم آشپزخانه، تضمین‌کننده حال خوب اهالی خانه است. هم اکنون این مجموعه توسط آقای امیر بنائی نژاد نسل دوم خانواده، راهبری و مدیریت می شود

صاحب امتیاز:

انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی

اعضای هیات مدیره:

سعید جابرانصاری
رئیس هیات مدیره

کمال میثمی فرد
نایب رئیس هیات مدیره

محبوبه اکبری
عضو هیات مدیره

علی تقیب
عضو هیات مدیره

حسن فروزفرد
عضو هیات مدیره و خزانه دار

سیدعلی حسینی نژاد
بازرس

صدیقه کریمی
عضو علی‌البدل هیات مدیره

داوود امیراحمدی
مدیر اجرایی

مدیر مسئول: سعید جابرانصاری

سرمدبیر: داوود امیراحمدی

مشاور: محمد بهارلو

همکاران این شماره:

سعید جابرانصاری، محمد بهارلو، داوود امیر احمدی

محسن گلستانی، سید علی حسینی نژاد

آدرس دفتر:

بلوار شهید اندرزگو، مرکز اداری سانا، طبقه ۴ اداری،

واحد ۴۰۶

تلفن مستقیم: ۰۲۱۰۲۲۱۰۳۹

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

گزارش اولین همایش ملی کسب و کارهای خانوادگی

با حمایت اتاق بازرگانه صنایع، معادن و کشاورزی ایران و تهران

اولین همایش ملی کسب و کارهای خانوادگی، توسط انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی و با حمایت همه جانبه اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی ایران و تهران در تاریخ ۲۷ آذرماه ۱۴۰۳ در سالن میرمحمدصادقی اتاق ایران برگزار گردید

در این همایش از توافق با رئیس اتاق ایران مبنی بر ایجاد شورای مرکزی کسبوکارهای خانوادگی در اتاق ایران و راهاندازی مراکز استانی آن در اتاق‌های سراسر کشور، صحبت شد. همچنین مقرر شد اتاق تهران به عنوان پیش‌قدم در بین اتاق‌های استانی، اولین مرکز کسب و کارهای



از غفلت ملی تا تدبیر ملی

نسبت به این بخش، چالش دیگری است که با آن مواجه هستیم

رئیس هیات‌مدیره انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی تقویت ذاتی خانواده‌های کارآفرین و بهبود محیط کسب و کارهای خانوادگی را ضروری خواند و گفت: نه تنها مطالعات تحقیقاتی در این بخش انجام نشده و دانشگاه‌ها روی آن متمرکز نشدند، حتی اتاق‌ها هم اقدامات حمایتی و آموزشی لازم و کافی را برای معرفی این مدل کسب و کار نداشتند. او اهداف این همایش را افزایش آگاهی عمومی، تبیین اهمیت و ظرفیت‌های این حوزه در فرایند توسعه، ضرورت پرداختن به آن به منظور اصلاح ناهنجاری‌ها و راه‌کاری امکان پذیر برای تغییر جهت قطب نمای توسعه کشور به سوی مردمی سازی اقتصاد عنوان کرد

ایشان راهاندازی شورای مرکزی کسب و کارهای خانوادگی با حمایت اتاق ایران و شکل‌گیری مراکز کسب و کار خانوادگی در اتاق‌های سراسر کشور را یک گام راهبردی برای نشان دادن عزم اتاق‌ها در پرداختن به این موضوع دانست

در ابتدای همایش، سعید جابرانصاری، رئیس هیات مدیره انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی با ارائه‌ای با عنوان از غفلت ملی تا تدبیر ملی، گفت

در سراسر جهان کسب و کارهای خانوادگی، ستون فقرات بخش خصوصی هستند تا آن‌جا که ۷۰ درصد تولید ناخالص داخلی جهانی را به خود اختصاص می‌دهند. در ایران این رقم به ۲۰ درصد هم نمی‌رسد

ایشان ادامه داد: بالغ بر ۴۰ سال است که موضوع کسب و کارهای خانوادگی جنبه علمی پیدا کردند و وارد دروس دانشگاه‌ها شدند. اتاق‌ها هم در سطح شبکه سازی، مطالبه‌گری و حمایت‌گری وارد عمل شدند و قوانین حمایتی را دنبال می‌کنند. در اتاق کشورهای حوزه خلیج فارس نیز این موضوع مورد توجه قرار گرفته است

سعید جابرانصاری در بخش دیگری از سخنان خود تصریح کرد: در این سال‌ها جایگاه کسب و کارهای خانوادگی را نادیده گرفتیم و در ابتدای انقلاب بسیاری از آن‌ها را از بین بردیم. نبود اطلاعات و داده‌های لازم

همایش با ۳ پنل به کار خود ادامه داد:

۱- پنل خانواده های کارآفرین، ۲- پنل اکوسیستم هم آفرین و ۳- پنل اتاق امید آفرین.

در پنل خانواده های کارآفرین، چالش‌ها و فرصت‌های کسب و کار خانوادگی از نگاه هیأت موسس و هیأت مدیره انجمن تبیین گردید.

پنل خانواده های کارآفرین



شرح عکس از راست:

علی نقیب، عضو هیات مدیره انجمن ترویج/ کمال میثمی فرد، نایب رییس انجمن ترویج، شاهین خلیلی عراقی، صدیقه گرامی و محمدرضا جابرانصاری، عضو هیئت موسس انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی

در این پنل که با راهبری امیر ابراهیم‌نژاد، عضو حرفه‌ای انجمن

اجرا شد، جمعی از اعضاء هیأت موسس انجمن شامل گروه بوتان (شاهین خلیلی) گروه صنعتی سپاهان (محمدرضا جابرانصاری) شرکت کیلا (صدیقه گرامی)، شرکت آریا فودان (کمال میثمی) بهداشتی عبیدی (علی نقیب)



دکتر امیر ابراهیم‌نژاد

مدیر پنل (عضو حرفه‌ای انجمن ترویج کسب و کار های خانوادگی)

کسب و کاراشاره کردند و بر مقوله توجه به نسل جدید در کسب و کارهای خانوادگی و ماموریت کمیته Next Gen در انجمن اشاره نمودند

آقای نقیب نیز با اشاره به تجربه متفاوت‌شان در خرید یک کسب و کار خانوادگی با سابقه(گروه بهداشتی عبیدی) و تجربه مالکیت و مدیریت جدید آن در قالب یک خانواده جدید اشاره کردند که نمونه موفق برای الگوهای مشابه در ادغام و تملک(M&A) است

در انتها مدیریت پنل، آقای دکتر ابراهیم‌نژاد نیز با اشاره به سوابق تحقیقات در این زمینه در ایران، به چالش‌های کسب و کارهای خانوادگی در ایران اشاره کردند و مدلی در این باره ارائه نمودند

در پنل اکوسیستم هم آفرین، با راهبری رضا غیابی، عضو حرفه‌ای انجمن، اکوسیستم میان‌رشته‌ای کسب و کارهای خانوادگی مورد توجه و بررسی قرار گرفت

در این پنل اعضای حاضر ضمن بیان زمینه‌های شکل‌گیری انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی، خلاصه‌ای از تجارب و نیز دغدغه‌های خود را مطرح نمودند

آقای شاهین خلیلی به مدل جدایی مالکیت(Ownership) از منافع(Benefits) و تجربه موفق گروه بوتان، اشاره کردند و توضیحات مفیدی از مزایای این مدل ارائه کردند

همچنین در ادامه خانم گرامی به تجربه شخصی‌شان در شکل‌دهی مجموعه کیلا به عنوان یک کسب و کار جدید در کنار کسب و کار خانوادگی شان (مجموعه گلستان) و چالش‌های آن در مسیر رشد اشاره کردند. همچنین تجربه پیوستن به بورس برای کسب و کارهای خانوادگی و مسیر آن توسط آقای محمدرضا جابرانصاری مورد بحث قرار گرفت و موارد مفیدی راجع به نحوه همکاری با مدیران حرفه‌ای خارج از خانواده نیز مطرح کردند

در ادامه آقای کمال میثمی‌فرد به تجربیات خود به عنوان نسل سوم



اعضای پنل از سمت راست عبارت بودند از :

مجتبی مالکی، فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب و کار ایران

فوژان صباحی، اندیشکده کسب و کارهای خانوادگی دانشگاه تهران

رضا کریمی، سازمان مدیریت صنعتی



در جریان اولین همایش ملی کسب و کارهای خانوادگی، پنل تخصصی «اکوسیستم هم‌آفرین» به میزبانی رضا غیابی، استراتژیست و مشاور مدیریت، برگزار شد

رضا غیابی در ابتدا از تجربه موثر اکوسیستم استارت‌آپی و فناوری در ایران گفت که توانسته است طی یک دهه سهم خود از GDP ایران را از ۱٪ به ۸٪ ارتقا دهد. امید می‌رود که اکوسیستم کسب و کارهای خانوادگی نیز در ارتقای سهم این بخش از اقتصاد به حد میانگین جهانی موفق گردد. ضمناً با ارتباط موثر بین اکوسیستم کسب و کارهای خانوادگی و اکوسیستم فناوری می‌توانیم، علاوه بر جذب استعدادهای برتر و کمک به ماندگاری کسب و کارها، به همراهی نسل جوان خانواده‌های کارآفرین نیز کمک شایانی کند

غیابی در ادامه پنل با خوشامدگویی به حاضران، موضوع «اکوسیستم» و اهمیت آن را در ساختارهای اقتصادی امروز به بحث گذاشت. او اکوسیستم‌های میان‌رشته‌ای را پایه‌های مدنیت اقتصادی معرفی کرد و به نقش اکوسیستم‌های استارت‌آپی ایران در توسعه اقتصاد دیجیتال اشاره داشت. غیابی سپس به معرفی کسب‌وکارهای خانوادگی به عنوان یک اکوسیستم میان‌رشته‌ای پرداخت و با اشاره به چالش‌های انتقال بین‌نسلی و نقش شبکه‌های بین‌المللی مانند FBN، بر ظرفیت بالای ایرانیان خارج از کشور و خانواده‌های کارآفرین برون‌مرزی برای توسعه اقتصادی تأکید کرد. هدف اصلی این پنل را بررسی پیوند اکوسیستم‌های خانوادگی با اقتصاد

فیروزه صابر، بنیاد توسعه کارآفرینی زنان و جوانان

حسین سلیمی، انجمن مدیران صنایع

حسین صامعی، مرکز همکاری کسب و کارهای خانوادگی دانشگاه صنعتی شریف

رضا غیابی، رئیس پنل

پنل اکوسیستم هم‌آفرین

ایران و یافتن راه‌حل‌هایی برای چالش‌های پیش‌رو اعلام کرد

سخنرانان پنل از نهادهای مختلف حضور داشتند و هر کدام ابعاد مهمی از موضوع را مورد بررسی قرار دادند

سید حسین سلیمی از انجمن مدیران صنایع ایران و رئیس انجمن سرمایه‌گذاری خارجی اتاق ایران به عنوان یک کارآفرین موفق بر نقش کسب و کارهای خانوادگی در سرمایه‌گذاری و توسعه صنعتی تأکید کرد و اظهار نمودند با توجه به ۶۹ هزار عضو اتاق ایران پیش بینی می‌شود نزدیک به ۹۰٪ آن متعلق به کسب و کارهای خانوادگیست و این میزان از حضور امکان مرجعیت اتاق‌ها در ایران را مهیا می‌کند تا با همکاری همگان و آگاهی لازم در این خصوص، نسبت به تغییر دیدگاه از منظر مدیریت مالکیت بتوانند مسیر پیش رو را هموار نمایند چرا که مالکیت می‌تواند در راس هرم کسب و کارهای خانوادگی باشد و مدیریت آن در سطوح سازمان نسل به نسل منتقل شود

سخنران بعدی پنل آقای **دکتر حسین صامعی** از مرکز همکاری کسب و کارهای خانوادگی دانشگاه صنعتی شریف و عضو شورای علمی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی به اهمیت نوآوری و جانشین‌پروری در خانواده‌های کارآفرین اشاره کرد و این که نقطه آغاز حضور در این حوزه برمی گردد به زمانی که آماده ارائه پایان نامه دکترای خود با رشد و تداوم کسب و کارهای خانوادگی در دانشگاه شریف بودند. ایشان به فعالیت

های جاری از جمله شکل دهی یک اکوسیستم برای رشد و توسعه کسب و کارهای خانوادگی با پیش گامی انجمن ترویج اشاره نمودند و این که هم اکنون در حال به مشارکت گرفتن بازی‌گران اصلی(اتاق های بازرگانی، مراکز علمی و تحقیقاتی، موسسات آموزشی و پژوهشی، مشاوران حقوقی و حقیقی و ...) و شناسایی فرصت‌های همکاری با آنان در مسیر تغییر قطب نمای توسعه کشور به سوی مدل کسب و کارهای خانوادگی که مردمی‌ترین هسته بخش خصوصی می‌باشند هستیم. از جمله این بازیگران دانشکده مدیریت واقتصاد دانشگاه شریف است که طی نشست‌های متمادی و عقد تفاهم نامه همکاری با هدف خلق اکوسیستم مورد نیاز، آماده همکاری‌های روبه آینده‌ای متمایز خواهیم بود. شروع این مهم با طرح های پژوهشی و حمایت از پایان نامه‌ها برای شناسایی راه کارهای اجرایی برای رسیدن به دانش کاربردی. ادامه این حرکت با برگزاری دوره‌های آموزشی برای مدیران و صاحبان کسب و کارهای خانوادگی و در نهایت نشر دانش کسب شده به اشکال گوناگون خواهد بود. نکته مهم دیگر در این همکاری استفاده از ظرفیت‌های موجودف شامل امکان شبکه‌سازی با فارغ التحصیلان داخل و خارج از کشور خواهد بود. نکته ارزشمند دیگر مطالعات در حوزه سیاستگذاری با هدف کمک به سیاست‌های دولت در حمایت از این مدل برتر جهانی

امیدواریم بتوانیم در آینده‌ای بسیار نزدیک درک عمیقی از مفهوم کسب و کارهای خانوادگی در اذهان جامعه ایجاد نماییم

فیروزه صابر از بنیاد توسعه کارآفرینی زنان و جوانان به توسعه مشارکت زنان و جوانان در این ساختارها و تأثیر مسئولیت‌های اجتماعی پرداخت و بیان نمودند؛ با توجه به سه مولفه خانواده، مالکیت و مدیریت در کسب و کارهای خانوادگی، نقش خانواده در سیاست‌گذاری این نوع کسب و کارهای بسیار مهم است چرا که خانواده است که به استحکام، پایداری و توسعه کسب و کار می‌اندیشد. بنیاد زنان و جوانان یک موسسه غیر دولتی است که از سال ۸۴ شکل گرفت و ماموریت آن ترویج و توسعه کسب و کار در ۲ جامعه زنان و جوانان است. از سال ۹۲ و به پیشنهاد سعید جابرانصاری که عضو هیات مدیره بودند موضوع ترویج کسب و کارهای خانوادگی با مدیریت علمی دکتر فریدون آذرهوش با تجربه متمادی در بحث آموزش و مشاوره مدیریت، پروژه کارستان که بر الگوهای موفق کارآفرینان متمرکز بود، اولین مستند کارآفرین موفق در باره زنده یاد علی اصغر حاجی بابا تهیه گردید

اهداف این پروژه به مشارکت گرفتن جوانان خلاق و برخوردار از سرمایه فکری، مالکیتی و مالی و به تحقق ایده‌های آنان و ترویج این تفکر و ادبیات آن از طریق آموزش‌ها و مشاوره برای جوانان بود

نتایج اقدامات بنیاد توسعه کارآفرینی زنان و جوانان در آن زمان عبارت بودند از

– شناسایی کسب و کارهای خانوادگی در ایران

– شناسایی مدرسان و پژوهش‌گران حوزه کسب و کارهای خانوادگی

– شناسایی کتب و مقالات مرتبط

برگزاری ۵ نشست تخصصی با صاحبان کسب و کارهای خانوادگی در ۳ نسل

تهیه چک لیستی از چالش‌ها وقوت‌ها

حضور در سیزدهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت در دانشگاه شریف(۱۳۹۴) با حضور دکتر فریدون آذرهوش به عنوان سخنران کلیدی و با عنوان ضرورت آموزش، پژوهش و مشاوره در کسب و کارهای خانواد ی با همکاری تیمی از کسب و کارهای خانوادگی و کارشناسان بنیاد در یک پنل جداگانه با موضوع چالش‌ها و راه کارهای مدیریت کسب و کارهای خانوادگی از سه منظر اقتصاد ملی، مدیریت بنگاه و راه‌کارهای بنیاد برای ورود جوانان به عرصه کسب و کارهای خانوادگی

ترجمه کتاب تداوم کسب و کارهای خانوادگی توسط دکتر حسین صامعی

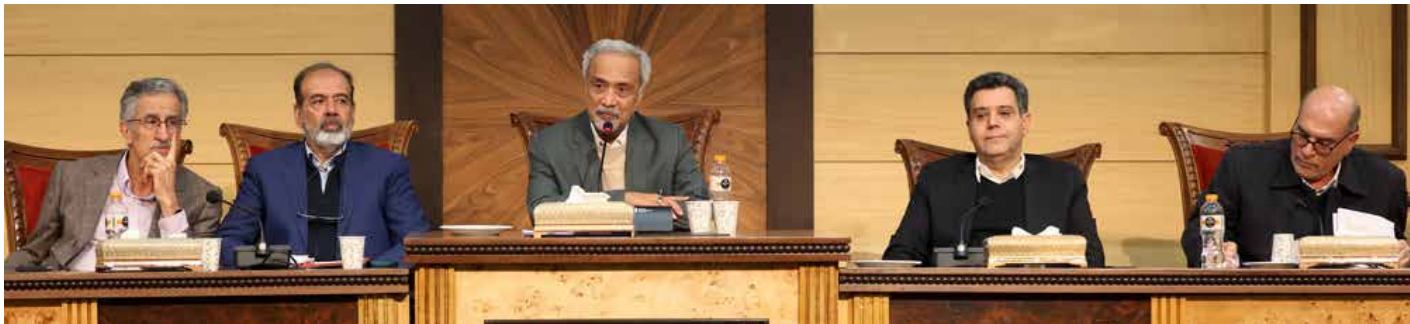
موضوع تشکیل انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی

دکتر رضا کریمی مدیر دوره های عالی مدیریت از سازمان مدیریت صنعتی اهمیت حرفه‌ای‌سازی و بلوغ مدیریتی را مطرح کرد و خبر ایجاد مرکز کسب و کارهای خانوادگی در سازمان مدیریت صنعتی را بر اساس تفاهم منقد شده فی مابین داد. ما در اولین اقدام و سنجش از دانشجویان دوره های عالی متوجه شدیم بیش از ۷۰٪ آنان از کسب و کارهای خانوادگی هستند. آنان اعلام نمودند که بسیار مشتاق فراگیری موضوعات این حوزه هستند. براساس این اشتیاق و همکاری اولین نشست خانه مدیران پیش رو با عنوان مسیر بلوغ کسب و کارهای خانوادگی را با حضور مشاوران، پژوهش گران، اساتید هیئت علمی، مدیران و مالکان کسب و کارهای خانوادگی برگزار نمودیم

در نظر داریم با همکاری انجمن ترویج به زودی اولین دوره Post MBA را طراحی و برگزار نماییم. این دوره برای فارغ التحصیلانی است که در دوره های MBA و DBA سازمان شرکت نموده و مشتاق حضور در دوره آتی هستند

سخنران بعدی پنل خانم **دکتر فوژان صباحی** از اندیشکده کسب و کارهای خانوادگی بودند که بر نقش ارزش‌ها و فرهنگ خانوادگی در ارتقای ماندگاری این کسب و کارها تأکید داشت. ایشان با اشاره به فلسفه وجودی اندیشکده‌ها از جمله: انجام تحقیقات بنیادی و کاربردی، توسعه سیاست ها و راهبردها، پیشنهاد راه‌حل‌های مبتنی بر شواهد، آموزش و توانمندسازی و همین طور نهادسازی و تقویت زیرساخت ها از طریق اجماع اندیشه و اندیشمندان صاحب نام و توانمند. فعالیت اندیشکده کسب و کارهای خانوادگی دانشگاه تهران زمانی ایجاد شد که دانشکده علوم خانواده در اردیبهشت ماه سال جاری در دانشگاه تهران تاسیس گردید. ما از ابتدای فعالیت مان ۳ موضوع آموزش، پژوهش و ترویج کسب و کارهای خانوادگی را در دستور کار خود داریم. ما امیدوارم با توجه به تاریخچه دانشگاه تهران به عنوان دانشگاه مادر و میراث علمی کشور کانونی باشد برای اندیشه ورزان و علاقمندان به این حوزه. یک تمایز خاص در بین کسب و کارهای

پنل اتاق امید آفرین



اعضای پنل از راست: محمود نجفی عرب، حسین سلاح‌ورزی، محمد نهاوندیان، محسن جلالپور، و مسعود خوانساری

با تأکید بر لزوم توجه اتاق‌ها به کسب‌وکارهای خانوادگی، گفت:

باید عملکرد اتاق کشورهای پیشرفته، در حال توسعه و اسلامی در حوزه کسب‌وکارهای خانوادگی را مورد بررسی قرار داده و با هم مقایسه و در نهایت اقدامات اتاق ایران و اتاق‌های سراسر کشور را در این رابطه مطالعه کنیم. ایشان از توافق با رئیس اتاق ایران برای راه‌اندازی نهاد مرکزی کسب و کارهای خانوادگی در اتاق ایران خبر داد



حسن فروزان‌فرد
عضو هیات مدیره انجمن ترویج کسب و کار های خانوادگی

کسب و کارهای خانوادگی را با هدف حذف انحصار و رانت جوی در اقتصاد از بین بردیم.

ایشان ادامه داد: وقفه در رشدهای اقتصادی با همین شوک‌های سیاسی و توقف اقتصاد خصوصی هم‌زمان است. به تدریج که جلو می‌رویم اقتصاد ایران با خصولتی‌ها مواجه می‌شود که سعی دارد از ویژگی‌های خصوصی بهره برد؛ اما این موضوع ممکن نبوده است
نهاوندیان نگاه منفی به هزار فامیلی را انتقاد نسبت به انحصار در اقتصاد کشور دانست و نه فامیلی بودن که متأسفانه موجب شد پاسخ اشتباهی به آن داده شود. او ادامه داد: باید برای مقابله با انحصار به سراغ رقابت می‌رفتیم ولی به اشتباه کسب‌وکارهای خانوادگی را نشانه گرفتیم
به اعتقاد رئیس پیشین اتاق ایران، ناترازی مالکیتی ناشی از یک تشخیص نادرست بود. به جای اینکه با ملاحظه موردی با امکان بررسی و ارزیابی، رقابت را در اقتصاد کشور جاری کنیم، یک تصمیم سیاسی برای مقابله با این کسب‌وکارهای خانوادگی اتخاذ شد. به جای رفتار انحصارجویانه با این خانواده‌ها مقابله کردیم و با تشخیص نادرست درمان نادرست را در پیش گرفتیم

او همچنین خاطرنشان کرد: یک کسب‌وکار خانوادگی در چارچوب رقابت می‌تواند پیشرفت کند و در محیط انحصاری توان پیشرفت ندارد. بنابراین باید اجازه دهیم این کسب‌وکارها در محیط رقابتی حرکت کنند. در واقع باید اجازه دهیم کسب‌وکارها بزرگ شوند؛ اما در یک فضای رقابتی فعالیت کنند. کسب‌وکارهای باید همان‌طور که امکان ورود دارند؛ امکان خروج از چرخه اقتصاد را هم داشته باشند
نهاوندیان تأکید کرد: برای مقابله با ناترازی مالکیتی باید عدم توازن بین اختیار و مسئولیت در ساختار مدیریت اقتصاد را از میان برداریم



پرداختن به موضوع کسب‌وکارهای خانوادگی را بسیار ارزشمند دانست و توجه امروز به این حوزه را خیلی دیر ارزیابی کرد و گفت
برای جبران دوران و زمان از دست رفته باید ریشه‌یابی صورت گیرد و آنگاه راه‌حل‌های جبران را پیدا کنیم. او در ادامه به ناترازی مالکیتی که در اقتصاد ایران دیده می‌شود، اشاره و تصریح کرد
ریشه‌یابی این وقفه در رشد کسب و کارهای خانوادگی برای ادامه مسیر بسیار مهم است. طبق تجربه جهانی بین رشد این نوع کسب و کارها و رشد اقتصادی ارتباط نزدیکی وجود دارد؛ اما در ایران طی چند برهه شاهد شوک‌های سیاسی و مشکلات اقتصادی بودیم

خانوادگی و سایر کسب و کارها وجود دارد و آن فرهنگ غنی و با سابقه در میان خانواده‌های کارآفرین است و موجبات پایداری آنان را فراهم می‌نماید و هر یک از ما موظف هستیم نسبت به مطالعه، مستندسازی و اشاعه این فرهنگ ارزشمند در جامعه ایران سهم خود را ایفا نماییم. تمایز دیگر، حضور کسب و کارهای خانوادگی در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی و نقش آفرینی آنان در طی زمان است

در پایان، **مجتبی مالکی** دبیرکل فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب و کار ایران، به نقش و اهمیت حضور مشاوران تخصصی در حکمرانی توسعه محور و موفقیت پایدار کسب و کارهای خانوادگی اشاره نموده و بیان نمودند با عنایت به ایجاد کمیسیون مشترک فی مابین انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی و فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب و کار ایران، ضرورت توجه به هم‌آموزی مشاوران از هم و باهم و اشاعه دانش جهانی از طریق پیاده‌سازی آن در کسب و کارهای خانوادگی ایران بسیار ضرور است. این امر با درک نیازهای کسب و کارهای خانوادگی و رفع آن در مرحله اول و توانمندسازی شبکه مشاورین با تکیه بر استانداردهای بین‌المللی میسر خواهد شد. همه ما آمده‌ایم برای باز تعریف نمودن نقش‌مان در توسعه این حوزه ارزشمند. در انتها به قصه کسب و کارهای خانوادگی اشاره نمودند که سه مرحله دارد. قصه نسل اول ایجاد رفاه برای خانواده است. قصه دوم رضایتمندی است و زمانی که نسل اول آماده انتقال بین‌نسلی می‌شود، قصه معنابخشی آغاز می‌گردد

این پنل فرصتی بود تا ابعاد مختلف کسب و کارهای خانوادگی از منظر صنعتی، اجتماعی، نوآورانه و مشورتی مورد بحث و تحلیل قرار گیرد و بر ضرورت همکاری و هم‌افزایی بین نهادهای مختلف تأکید شود

پنل تخصصی «اکوسیستم هم‌آفرین» با هدف بررسی چالش‌ها، فرصت‌ها و ظرفیت‌های موجود در کسب و کارهای خانوادگی کشور، تأکید داشت که این کسب و کارها، به‌عنوان رکن مهمی از بخش خصوصی، پتانسیل بالایی برای ارتقای تولید ناخالص داخلی دارند

آن‌چه از این پنل آموخته شد، به شش نکته کلیدی قابل تقسیم است.

نخست، تداوم کسب و کارهای خانوادگی به چگونگی انتقال بین‌نسلی وابسته است. عدم برنامه‌ریزی برای این انتقال، زمینه‌ساز شکاف‌های مدیریتی و آسیب‌های ساختاری خواهد شد. حفظ ارزش‌ها، تجربیات و دانش نسل‌های گذشته و ترکیب آن با دیدگاه‌های نوین نسل جدید، کلید موفقیت در این انتقال است

دوم، مشارکت زنان و جوانان نقشی کلیدی در پویایی و نوآوری این نوع از کسب و کارها دارد. ورود این دو گروه به بدنه مدیریتی و اجرایی می‌تواند نه تنها تنوع فکری و عملیاتی ایجاد کند، بلکه استمرار و رشد کسب و کارها را در شرایط متغیر اقتصادی تضمین نماید

سوم، حرفه‌ای‌سازی ساختار مدیریتی در کسب و کارهای خانوادگی امری ضروری است. تکیه صرف بر تجربه خانوادگی، هرچند ارزشمند، دیگر پاسخ‌گوی چالش‌های پیچیده امروز نیست. ورود مدیران حرفه‌ای و استفاده از ابزارهای نوین حکمرانی، می‌تواند به ارتقای کارایی و پایداری این کسب و کارها کمک شایانی کند

کسب و کارهای خانوادگی در محیط رقابتی امکان فعالیت دارند



محسن جلال پور، رئیس اسبق اتاق ایران از تشکیل این انجمن در وزارت کشور ابراز تأسف کرد و گفت: محل تشکیل این انجمن باید اتاق ایران باشد و باید این اتفاق از دل اتاق ایران شروع می‌شد

او ادامه داد: آن‌چه در دهه‌های گذشته رخ داده است نه تنها میدان ندادن به کسب و کارهای خانوادگی بوده بلکه مانع‌تراشی در برابر حرکت آنها بوده است. در واقع فضای رقابت به قدری تنگ شد تا بسیاری از صاحبان کسب و کار، مهاجرت کردند و بسیاری از آنها فعالیت خود را در دیگر کشورها ادامه دادند

از طرفی این کسب و کارها را به افرادی واگذار کردیم که توان مدیریت نداشتند. این واحدها به دست دولت سپرده شد که نه سودی داشتند و حتی زیان‌ده هم شدند. این فعال اقتصادی خاطرنشان کرد: این واحدهای دولتی به فعالیت بنگاه‌های خصوصی و کسب و کارهای خانوادگی آسیب زدند چون امکان رقابت با واحدهایی که دستشان در جیب دولت است، ممکن نیست. جلال پور از کوتاهی اتاق نسبت به کسب و کارهای خانوادگی صحبت و تصریح کرد: می‌توان یک کرسی دائم در شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی به این انجمن بدهیم؛ اگر قرار باشد از کسب و کارهای خانوادگی حمایت کنیم، شاید در این بازه زمانی و کاتوه مدت بتوانیم سند قانونی مستقل، تنظیم و تصویب کنیم ولی می‌توان با توجه به ظرفیت قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار، به صورت الحاقیه در مجلس شورای اسلامی تصویب کرد

او یکی از معضلات بزرگ به ویژه در بخش کشاورزی را خرد شدن مالکیت‌ها دانست و گفت: باید برای حل این چالش جدی، راهکار پیدا کنیم

صنعتی شدن ایران رفاه مردم را در پی دارد



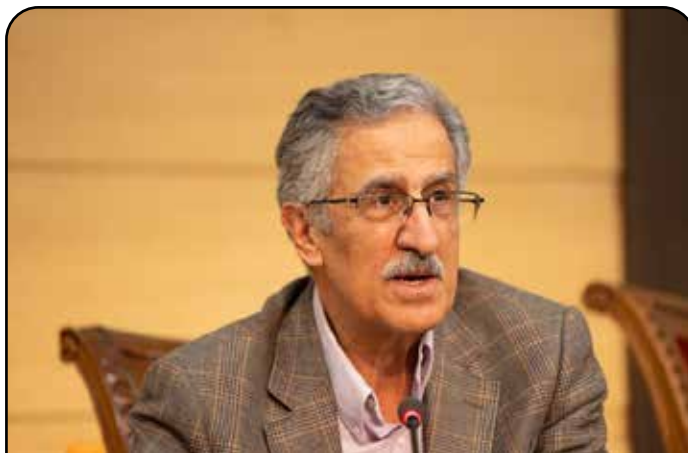
حسین سلاح‌ورزی، رئیس سابق اتاق ایران با بیان این مطلب که مسیر رفاه مردم از صنعتی شدن ایران می‌گذرد و توسعه تشکلهای برای صنعتی شدن و پیگیری حقوق فعالان اقتصادی یک ضرورت است، گفت

بخش عمده مشکلات کسب و کارهای خانوادگی با چالش‌های صنعتی شدن ایران، هماهنگ است. در واقع باید اذعان داشت که رشد تفکرات چپ‌گرا، زمینه مصادره و از بین رفتن کسب و کارها را فراهم کرد

او در ادامه یکی از آسیب‌ها را همراه نشدن این کسب و کارها با زنجیره ارزش جهانی، دانست و افزود: نبود شفافیت و بی‌توجهی به اصول حاکمیت شرکتی یکی دیگر از چالش‌های کسب و کارهای خانوادگی است که باید حل شود

این فعال اقتصادی خلاء مقرراتی و وجود مقررات زائد در بخش کسب و کارهای خانوادگی را به عنوان معضلی دیگر مطرح و تأکید کرد: اتاق ایران می‌تواند در شناسایی و رفع این مقررات زائد و خلاءهای قانونی، مؤثر عمل کند

مالکیت در ایران به رسمیت شناخته نمی‌شود



مسعود خوانساری، رئیس سابق اتاق تهران مهم‌ترین مشکل را به رسمیت نشناختن مالکیت، عنوان کرد و گفت

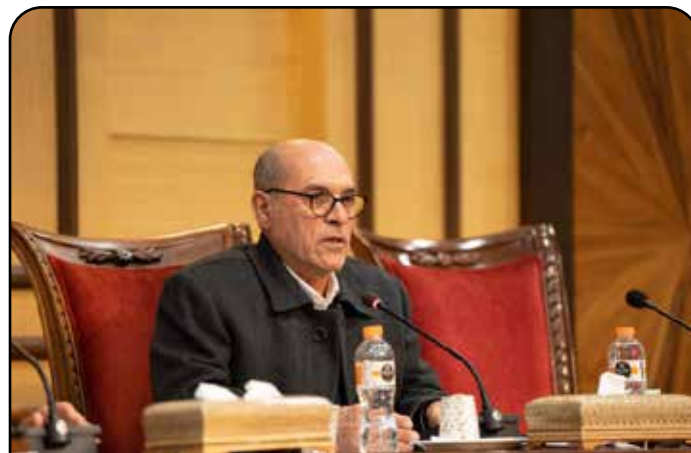
این چالش از دیرباز در ایران ریشه داشته و همچنان ادامه دارد. او عدم پذیرش حضور و تصدی‌گری بخش خصوصی در اقتصاد را علت عدم توسعه اقتصادی ایران معرفی کرد و گفت

تا زمانی که حرمتی برای مالکیت قائل نباشیم، موفقیتی در اقتصاد نخواهیم داشت. خوانساری بزرگ‌ترین اقدامی که در این مسیر باید انجام شود را فرهنگ‌سازی عنوان کرد

رئیس سابق اتاق تهران معرفی هویت بخش خصوصی و شناساندن اقداماتی که فعالان بخش خصوصی و کارآفرینان در طول تاریخ انجام دادند را مأموریت اتاق‌ها عنوان کرد و افزود: سعی کردیم با همایش امین‌الضرب که سالانه برگزار می‌شود این مهم را دنبال کنیم. راه‌اندازی مدرسه تکاپو اقدام دیگری بود که با همکاری دانشگاه امیرکبیر انجام شد. احیای بیمارستان بازرگانان نیز به همت بخش خصوصی صورت گرفت

او خاطرنشان کرد: مهم‌ترین وظیفه اتاق‌ها، فرهنگ‌سازی و معرفی دقیق و درست فعال اقتصادی و کارآفرین در سطح جامعه است

تنها ۱۲ درصد صنعت در اختیار بخش خصوصی است



محمود نجفی‌عرب، رئیس اتاق تهران طبق آن‌چه در تاریخ مشاهده شده است، رویکرد و تفکر چپ را بر قوانین اقتصادی کشور حاکم دانست که همچنان همان مسیر ادامه دارد. او تأکید کرد: البته تلاش‌های زیادی شد تا فرمان به دست بخش خصوصی سپرده شود که به حدود ۱۲ درصد در بخش صنعت رسیدیم. این فعال اقتصادی، وضعیت اقتصاد در بخش کسب و کارها را نامناسب ارزیابی کرد و گفت: تنها کشوری که در منطقه شرکت‌های چندملیتی در آن فعالیت می‌کردند، ایران بود که بعد از انقلاب همگی ملی و به تدریج بسیاری از این صنایع نابود شدند

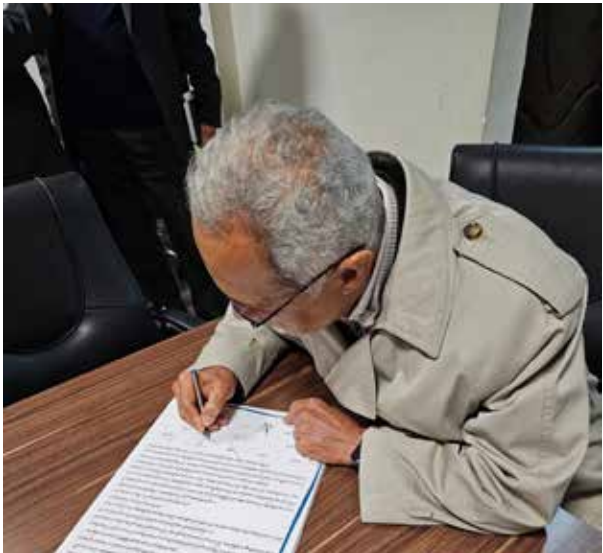
حال با توجه به منویات رهبری که این استراتژی ابتدای انقلاب را نقد می‌کنند، می‌توان فکری کرد و کسب و کارهای خصوصی و خانوادگی را تقویت کرد. بنابراین از تاریخ می‌توان درس گرفت و اقتصاد را در مسیر درست قرار داد

او ضمن تأکید بر این‌که انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی باید به اتاق ملحق شود، با اعلام خبر انجام مقدمات تاسیس و راه‌اندازی اولین مرکز کسب و کار خانوادگی در اتاق تهران به عنوان گام اول برای پرداختن به این موضوع، اظهار امیدواری کرد که این مرکز زمینه‌های تحقق نیازهای قانونی این حوزه را نیز فراهم آورد



امضای محسن جلال پور
در حامش بیانیه اولین همایش ملی
کسب و کارهای خانوادگی

امضای محمد نهبوندیان
در حامش بیانیه اولین همایش ملی
کسب و کارهای خانوادگی



امضای صمد حسن زاده
در حامش بیانیه اولین همایش
ملی کسب و کارهای خانوادگی



هم چنین بیانیه پایانه همایش به عنوان سندی برای عزم و تعهد جمعه خانواده های کارآفرین، فعالان اکوسیستم هم آفرین و اتاق های امیدآفرین مورد تایید قرار گرفت.

بسم الله الرحمن الرحيم

خانم ها و آقایان، اعضای خانواده های کارآفرین، فعالان اکوسیستم کسب و کارهای خانوادگی ریاست و هیات ریسه محترم اتاق های بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی ایران ، تهران و استان ها، اعضاء و هیات نمایندگان اتاق های بازرگانی

درود بر شما که امروز با حضور و مشارکت خود، در اولین همایش ملی کسب و کارهای خانوادگی که توسط انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی و با حمایت همه جانبه اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی ایران و تهران در تاریخ ۲۷ آذرماه ۱۴۰۳ در سالن میرمحمدصادقی اتاق ایران برگزار گردید، به شایستگی بر اهمیت و ضرورت توجه به کسب و کارهای خانوادگی در ایران تأکید کردید.

خانواده های کارآفرین، عموما با مقاصدی فراتر از سود و با نگاه بلندمدت و راست کرداری بین نسلی، اخلاقا به

و در طول تاریخ دلسوزانه به اشتغالزایی، توسعه جوامع محلی و حفظ محیط زیست پرداخته اند.

کسب و کارهای خانوادگی با سهم متوسطی معادل ۷۰٪ از GDP کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، قلب تپنده اقتصاد آن ها محسوب می شوند.

اما در ایران تاکنون این حوزه کمتر از آن چه شایسته است، دیده و شناخته شده است. این غفلت ملی، نه تنها موجب از دست رفتن فرصت های بزرگ اقتصادی شده، بلکه رشد پایدار و بلوغ اجتماعی کشور را نیز از شتایی که می تواند داشته باشد، بازداشته است

تحولات و پویایی تعاملات سیستم سه حلقه ای کسب و کار، مالکیت و خانواده در کنار تغییرات در چرخه عمر خانواده و کسب و کار و ویژگی میان رشته ای موضوعات آن ها، ضرورت توجه به اکوسیستم کسب و کارهای خانوادگی اعم از مریبان، محققان و مشاوران و نهادهای مرتبط را به خصوص برای بهره گیری از تجربیات برتر سایر کشورها، جهت تغییر نگرش، انتقال دانش، توسعه مهارت ها، خلق و انتقال تجربیات برتر محلی و ملی را بیش از پیش نمایان کرده است

در همین راستا، ما براین باوریم که توسعه و تداوم کسب و کارهای خانوادگی نیازمند توجه ملی می باشد. تصویب قانون کسب و کارهای خانوادگی، بازنگری در الگوهای توسعه صنعتی و ایجاد بسترهای مناسب برای نوآوری و ماندگاری این بنگاه ها، شبکه سازی و ورود به زنجیره های ارزش جهانی همگی اقداماتی هستند که باید به عنوان بخشی از این تلاش در نظر گرفته شوند.

امروز، در این همایش ملی، ما نه تنها این تعاف را برجسته کرده ایم، بلکه گامی مهم در مسیر تدبیر ملی برای پاسخ به آن برداشته ایم.

تدبیری که نیازمند تقسیم کار ملی و همکاری و پشتیبانی نهادهای مختلف، از جمله خانواده های کارآفرین، اکوسیستم هم آفرین و اتاق های بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی امیدآفرین است

نقش اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی امیدآفرین در این میان، به عنوان یکی از ارکان کلیدی توسعه اقتصادی، حیاتی است. حمایت اتاق نه تنها می تواند به پیشبرد این گفتمان در سطح حاکمیتی کمک کند، بلکه بستری قانونی و سیاستی برای حمایت از کسب و کارهای خانوادگی، ترویج و توسعه این حوزه و تقویت امید و زمینه لازم برای ماندگاری، رشد و پایداری این اکوسیستم و کسب و کارهای خانوادگی فراهم می آورد. این هم افزایی، مسیری به سوی شکوفایی اقتصادی و اجتماعی کشور، کاهش بار تصدی گری دولت و اصلاح ناترازی های مالکیتی و مدیریتی و بحران زا نیز خواهد گشود.

اولین گام بعدی تصمیم به تأسیس شورای مرکزی کسب و کارهای خانوادگی در اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی ایران، تأسیس و راه اندازی مرکز کسب و کار خانوادگی در اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی تهران و استان ها، تجهیز و تخصیص منابع لازم و همکاری با اکوسیستم کسب و کارهای خانوادگی خواهد بود که منجر به حمایت از خانواده های کارآفرین عضو، حرکت در مسیر بلوغ، استقرار حکمرانی خوب « شرکتی، خانوادگی، مالکیتی، بشردوستی و توسعه پایدار », جانشین

پروری، انتقال موفق بین نسلی، تداوم ارزش آفرینی، حفظ و توسعه سرمایه های ملی می گردد

اما این آغاز راه است:

ما اعضای خانواده های کارآفرین، فعالان اکوسیستم کسب و کارهای خانوادگی و اعضای اتاق های بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی تلاش می کنیم با همکاری و تعهد جمعی، الگوهای موفق از حکمرانی خوب، هم شکوفایی و نیک زیستی را به اشتراک بگذاریم و به حاکمیت ایران یاری می دهیم تا جهت قطب نمای توسعه ایران را به سوی مدل کسب و کارهای خانوادگی که مردمی ترین هسته بخش خصوصی می باشند تغییر داده، نهایتا سهم آنان از تولید ناخالص داخلی (GDP) را به سطح میانگین جهانی برساند. با توکل به خداوند متعال برآنیم تا با تحقق شعارمان که همانا { خانواده ای رستگار، میراثی ماندگار، توسعه ای پایدار } می باشد، نسل در نسل منشاء پیامدهای مثبت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، رونق آبادانی و خیرعمومی باشیم و به ارتقای جایگاه شایسته ایران کمک کنیم



نشست مشترک با آقای دکتر صمد حسن زاده رئیس اتاق بازرگانه، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

در چهارمین روز از مهر ماه ۱۴۰۳ فرصتی فراهم شد تا در دفتر آقای صمد حسن زاده، ریاست محترم اتاق ایران، که از جامعه کسب و کارهای خانوادگی بنام می‌باشند، با هماهنگی و به اتفاق آقای محمد مرتضوی، رئیس سابق خانه صنعت و معدن ایران که خود نیز از خانواده‌های کارآفرین خوشنام ایران حضور یابیم تا در این نشست نسبت به معرفی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی و دعوت به عضویت در انجمن و ارائه گزارشی از سهم هفتاد درصدی کسب و کارهای خانوادگی از GDP جهانی ارائه نماییم. در این نشست ضمن ارائه اطلاعاتی در خصوص فعالیت‌های ۲۰ اتاق بازرگانی در عرصه کسب و کار های خانوادگی منتخب



دردیدار بارئیس اتاق بازرگانه تهران مطرح شد

اصلاح ناترازی مالکیت ونقش خانواده های کارآفرین در توسعه اقتصاد ایران

انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی در نشستی با رئیس اتاق بازرگانی تهران، خواستار اصلاح ناترازی مالکیتی در اقتصاد ایران شد. در این نشست با اشاره به پیامدهای منفی ناترازی مالکیتی، نظیر کاهش سهم بخش خصوصی واقعی، افزایش فساد، فرار سرمایه و نخبگان، و تشدید بی‌اعتمادی عمومی، بر ضرورت نقش‌آفرینی اتاق بازرگانی تهران در حل این چالش تأکید گردید. طی ملاقات اعضای هیأت مدیره انجمن با رئیس اتاق تهران، بر اصلاح ناترازی مالکیتی به عنوان عاملی که نه تنها به رشد اقتصادی کشور کمک می‌کند، بلکه می‌تواند سهم کسب و کارهای خانوادگی از GDP ایران را به میانگین جهانی ۷۰٪ نزدیک‌تر کند و اعتماد عمومی و سرمایه‌های انسانی را به کشور بازگرداند، تأکید گردید.

در این ملاقات، سعید جابرانصاری رئیس هیات مدیره انجمن ترویج کسب و

دومین نشست اعضای خانواده‌ای انجمن ترویج



معرفی حاضرین از راست:

آقایان: محسن گلستانی، سیدعلی حسینی نژاد، داوود امیراحمدی، جمال گلستانی، کمال گلستانی، سعید جابرانصاری، محمد مدرس، حمیدرضا مهدیان، صالح مهدیان، کمال میثمی فرد، سعید ترکمان دهنوی، برهان ترکمان دهنوی، سینا توفیق نیا، ردیف وسط نشسته از راست: خانم ها؛ فهیمه اکبری، محبوبه اکبری، آقایان؛ محمد بهارلو، علی نظری، خانم نسیم غنیرطهرانی، محمدعلی مقدم ردیف جلو نشسته از راست : خانم ها؛ نازنین قنبری، کلاهدوز و صدیقه گرامی

این نشست با رویکرد شبکه سازی و ارائه آن چه گذشت و آن چه قرار است اتفاق افتد و همراهی اعضای حاضر در مسیر پیش رو برگزار شد. نشست با معارفه اعضا آغاز گردید هر چند که قدمت دوستی‌های جمع کاملاً محسوس بود و در ادامه و براساس آن چه از قبل طراحی شده بود نشست ادامه یافت.

ارائه گزارش اقدامات انجمن در شبکه‌سازی اعضای حرفه‌ای

ارائه تقویم هم نشینی‌های ماهانه ۹ نشست آتی

دریافت نظرات کتبی و شفاهی جمع در خصوص موضوعات ارائه شده

دریافت نظرات کتبی و شفاهی در خصوص زمان، مکان و نحوه ارائه نشست‌های آتی

تکمیل پرسش نامه جمعیت شناختی کسب و کارهای خانوادگی توسط اعضای حاضر در نشست
معرفی موجزی از دوره مدیریت مالکیت و ارث با همکاری اندیشکده کسب و کار خانوادگی دانشگاه تهران
انجام یک تمرین جمعی با عنوان (بازی خود شناسی)
تقدیم هدیه جناب حمیدرضا مهدیان به اعضا

یکی از مولفه‌های ارزشمند این نشست، تعهد به توافقی بود که توجه بدان موجب امنیت خاطر هر جمعی از این دست را فراهم خواهد نمود و این که شرکت کنندگان اختیار دارند تا از اطلاعات ارائه شده، به نحو دلخواه استفاده کنند، اما مجاز نیستند که هویت یا سازمان متبوع فرد ارائه کننده و یا هر یک از شرکت کنندگان دیگر را برای افراد خارج از جلسه افشا کنند.

بدون شک این نشست‌ها، زمینه ساز تحقق دغدغه مشترک خواهد بود. چرا که ارتباط هم راه با اعتماد، هم‌دلی هم راه با نیت خوب، نیازهای مشترک، توجه به ارزش‌های خانواده، دوستی های قابل احترام، تلاش‌های صورت گرفته و دانش و تجارب نهاده‌ها هر یک از اعضا می تواند امکان ایجاد یک اکوسیستمی را مهیا نماید که بدون نگرانی از آن بتوان با ضرب ارزش‌ها در یک دیگر نتایج متفاوت و متمایزی را حاصل نمود

برند های حاضر در نشست





دوره مدیریت مالکیت وارث در کسب و کارهای خانوادگی

چرایی پرداختن به موضوع:

مسائل مالی در کسب و کار خانودگی بسیار تعیین کننده و اثرگذار است و اغلب در مراحل اولیه تشکیل یک کسب و کار خانوادگی به صورت صحیح به آن پرداخته نمی‌شود. روشن نبودن جنبه‌های مالی مثل توزیع مالکیت، توزیع سود، برداشت و جبران خدمت، نداشتن ساز و کار در حل تعارضات، سرمایه‌گذاری و چشم اندازهای بلند مدت برای توسعه و رشد و مسایل مشابهی از این دست در زمان بلوغ و سود دهی یک کسب و کار خانوادگی می‌تواند آسیب زننده باشد و گاهی به پاشنه آشیل این نوع از کسب و کار تبدیل می‌گردد

عوارض نپرداختن به موضوع:

در اکثر کسب و کارهای خانوادگی رسیدگی به مسائل مالی معمولا به صورت سطحی و همراه با گذشت و صمیمیت در بین ذینفعان است

و به همین دلیل چندان ساز و کار مشخصی برای آن پیش بینی نمی‌شود و ممکن است حفظ حرمت‌ها و سکوت کردن‌ها در برخی مسائل تبدیل به عقده‌هایی شود که در نقاط عطف عمر یک کسب و کار مثل جانشینی و یا فوت یکی از اعضا و یا اختلافات خانوادگی و کاری، سر باز کند و همین عقده گشایی شالوده یک کسب و کار خانوادگی و روابط افراد را تحت تاثیر بگذارد

بنابر این توصیه می‌شود ضمن حفظ حرمت‌ها و در زمان صمیمیت و خصوصا در مراحل اولیه تشکیل یک کسب و کار خانوادگی، ساز و کاری تبیین شود تا جنبه‌های مختلف مسائل مالی روشن و شفاف باشد و حد و حدود و سهم هر فرد به روشنی تبیین شود تا در صورت بروز اختلاف به جای رویکردهای کدخدا منشانه طبق اصول و چهارچوب‌های از قبل توافق شده مشکلات مالی حل و فصل شود



سیده فائقه موسوی، مسئول توانمندسازی مانو پارت

مهدی شگفتی، رییس هیات مدیره سیتی استار مشهد

میزبانان :

خانم دکتر فوژان صباحی، رییس اندیشکده کسب و کارهای خانوادگی

دانشگاه تهران

آقای مهندس سعید جابرانصاری، رییس هیات مدیره انجمن ترویج

کسب و کارهای خانوادگی

همکاران دوره:

خانم فتانه دانشمند، معاون اجرایی اندیشکده کسب و کارهای خانوادگی

دانشگاه تهران

خانم دکتر مارال طبرسی، معاون آموزش اندیشکده کسب و کارهای

خانوادگی دانشگاه تهران

آقای دکتر محسن رهبرنیا، معاون پژوهش اندیشکده کسب و کارهای

خانوادگی دانشگاه تهران

داوود امیراحمدی، مدیر اجرایی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی

مهمانان ویژه دوره:



آقای دکتر حسن فروزان‌فرد،
رییس هیات مدیره صنایع
غذایی کامبیز و عضو هیات
مدیره انجمن ترویج کسب و
کارهای خانوادگی



آقای نادر رفتاری، مالک برند رستوران‌های رفتاری



آقای بهروز فروتن، بنیانگذار صنایع غذایی بهروز



استاد دوره:

دکتر محسن گلستانی، دکترای مدیریت کسب و کارهای خانوادگی از هلند
عضو شورای علمی و مدیران انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی،

اما دوره:

این دوره به صورت کاملا اثربخش و تعامل در طی دو رو برگزار شد. اعضای حاضر در نشست با سطح و عمق قابل توجهی نسبت به موضوعات مطرح شده و تجارب نهاده شده فردی و گروهی مشارکت نمودند و هر یک از آنان ضمن همراهی با موضوع نسبت به دیدگاه‌های حاضرین، نظرات خود را ابراز و تعاملی شایسته که از جمع برمی‌آمد را به منصفه ظهور رساندند

موضوعاتی که بدان پرداختیم :

– مفهوم ثروت در کسب و کارهای خانوادگی و نقش پول در کسب و کارهای خانوادگی

– در کسب و کارهای خانوادگی ایرانی نگرش‌های متفاوتی در خصوص جنبه‌های مادی کسب و کار وجود دارد که ما در اختصار به آن “پول” می‌گوییم. این نگرش‌ها نسبت به پول به سه دسته کلی قابل تقسیم هستند

– دسته اول اهمیت چندان بی پول نمی‌دهند و اهداف و اولویت‌های مهم‌تری را در نظر می‌گیرند

– دسته دوم پول را مهم می‌دانند ولی خانواده و حفظ روابط صمیمی خانوادگی را مهم‌تر می‌دانند

– دسته سوم پول را بر هر چیزی حتی خانواده و روابط خانوادگی ارجح می‌دانند و حداکثر کردن سود و خلق ثروت را اولویت خود می‌دانند

– ساختارهای مالکیتی در کسب و کارهای خانوادگی و روش‌های توزیع مالکیت در کسب و کارهای خانوادگی

– برداشت و جبران خدمت در کسب و کارهای خانوادگی مزایا و معایب آن

– ارث در کسب و کارهای خانوادگی ومصادق‌های ارث مادی و میراث معنوی آن چیست؟

– مبانی فقهی و قانونی پیرامون ارث و مبانی فقهی و قانونی پیرامون

میراث معنوی

– انواع انتقال مالکیت به نسل بعدی در کسب و کارهای خانوادگی ایرانی
– مالیات بر ارث در ایران (صلح عمری چیست؟ / وصیت تملیکی و وصیت عهدی چگونه است؟

جمع بندی:

ارث یا میراث و به طور کلی مسائل مالی مقوله‌ای است بسیار حساس که می‌تواند پاشنه آشیل بسیاری از کسب و کارهای خانوادگی در نسل بعد و یا حتی در نسل فعلی باشد. دعوا بر سر مسائل مالی، میزان برداشت، نحوه تقسیم سود، ارث و یا اختلافات ناشی از تقسیم مال بین خانواده در زمان حیات به قدری شایع است که اکثر ما در اطرفمان نمونه‌هایی از آن را سراغ داریم

به همین دلیل است که در این مقاله کوشیدیم مفاهیم را روشن نموده و جنبه‌های کاربردی، تجربی، قانونی و فقهی‌اش را توضیح دهیم و مزایا و معایب هر رویکرد را تبیین نماییم و راه کارها و جنبه‌های مثبت و منفی آن را برای مخاطب گردآوری و ارائه نماییم تا هر فرد متناسب با روحیات خود و اقتضاعات کسب و کار و خانواده‌اش مزایا و معایب تصمیماتش در این خصوص را بررسی و بعد از بین راه حل‌های پیشنهادی به‌ترین و کم عارضه‌ترین تصمیم را برای کسب و کار خانوادگی و نیز خانواده‌اش اتخاذ نماید. مشورت با وکلا و یا افراد آشنا به قوانین روز قبل از هر تصمیمی توصیه می‌شود

آدرس مدیای دوره : <https://www.aparat.com/v/jdh6965>

جای شما در این نشست سبز بود.



تفاهم نامه باسازمان مدیریت صنعتی

به گزارش روابط عمومی سازمان مدیریت صنعتی، به جهت هم‌افزایی در زمینه توسعه و ترویج مفاهیم حکمرانی خوب به‌ویژه در ۴ جنبه خانوادگی، شرکتی، مالکیتی، بشردوستی و توانمندسازی خانواده‌های کسب و کاری و همچنین توسعه حضور کسب و کارهای خانوادگی در عرصه بین‌المللی، سازمان مدیریت صنعتی و انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی تفاهم‌نامه همکاری امضا کردند. این تفاهم‌نامه توسط مسعود لطفی، مدیرعامل سازمان مدیریت صنعتی و سعید جابرانصاری، رئیس هیأت‌مدیره انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی امضا شد. هدف از امضای تفاهم‌نامه یادشده، همکاری مشترک و سازمان‌یافته سازمان و انجمن مذکور به منظور کمک به توسعه ظرفیت راهبری کسب و کارهای خانوادگی با تمرکز بر نقشه راه پایداری آنها به‌ویژه ترویج حکمرانی خوب، پرورش مدیران حرفه‌ای و ارتقای کیفیت تصمیم‌گیری هیأت‌مدیره‌ها، تامین حمایت و پشتیبانی مورد نیاز برای رشد و توسعه، انتقال و یادگیری از یکدیگر در خانواده‌های چند نسلی کسب و کار است. محورهای همکاری این تفاهم‌نامه در ۵ حوزه آموزش، پژوهش، مشاوره، نشر و سایر است. نیازسنجی، طراحی و تدوین محتوای آموزشی برای برنامه‌ها و دوره‌های کاربردی و اجرایی، برگزاری همایش‌های علمی و تحقیقاتی، همکاری در انجام طرح‌های نوآوری در خدمات (مشاوره، تحقیق، آموزش)، همکاری در تالیف، ترجمه و انتشار کتب و نشریات علمی- پژوهشی و علمی- ترویجی در هر یک از حوزه‌های فعالیت دو طرف در چارچوب ضوابط و مقررات مربوطه ازجمله محورهای همکاری این تفاهم‌نامه است.

این تفاهم‌نامه در ۴ نسخه واحد، ۹ ماده، ۲ تبصره و به مدت سه سال به امضای طرفین رسید.



تفاهم نامه انجمن با دانشگاه صنعتی شریف

نظر به ضرورت و اهمیت توسعه و ترویج رویکردها و ادبیات علمی حوزه کسب و کارهای خانوادگی، و با توجه به نقش و جایگاه اثرگذار دانشگاه صنعتی شریف در پیشرانی رویکردهای نوین در حوزه آکادمیک، تفاهم‌نامه همکاری میان دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف و انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی منعقد گردید.

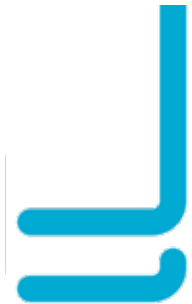
این تفاهم‌نامه با هدف تاسیس و فعالیت مشترک در قالب مرکز همکاری کسب و کارهای خانوادگی در دانشکده مدیریت و اقتصاد این دانشگاه به منظور کمک به توسعه اکوسیستمی، از طریق پردازش مفاهیم و مدل سازی علمی، پرورش مدیران و متخصصین کیفی آکادمیک، ترویج ادبیات و تجربیات برتر، راهبری فکری، مبانی علمی و توصیه های سیاستی، در تاریخ ۱۴۰۳/۰۹/۲۴ طی مراسمی با حضور تعدادی از اعضای هیأت علمی دانشکده و هیأت مدیره انجمن به امضای طرفین رسید.

محورهای این همکاری در چهار حوزه آموزش، پژوهش، نشر و استفاده از ظرفیت شبکه تعاملات بین المللی طرفین برای توسعه ادبیات علمی این حوزه خواهد بود.

سیدعلی مدنی زاده رئیس دانشکده مدیریت و اقتصاد در این مراسم ضمن اعلام آمادگی برای تمرکز بخشی از فعالیت های دانشکده در حوزه کسب و کارهای خانوادگی به خطوط کلی برنامه های مشترک پیش رو اشاره نمود. همچنین سعید جابرانصاری رئیس هیأت مدیره انجمن با یادآوری خط مشی انجمن مبنی بر دست یاری با نهادهای اثرگذار کشور برای تغییر جهت قطب نمای توسعه ایران به سوی مدل کسب‌وکارهای خانوادگی به عنوان مردمی‌ترین هسته بخش خصوصی و ارتقای سهم آنان از تولید ناخالص داخلی به سطح میانگین جهانی، برای بهبود وضعیت اقتصادی اجتماعی کشور از این طریق اظهار امیدواری نمود.



سومین نشست خانوادگه



سومین نشست اعضای خانواگی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی به میزبانی بسیار گرم و صمیمانه برادران بنائی نژاد در تاریخ اول آذر ماه در محل کارخانه لوازم خانگی کن برگزار شد. در این نشست ضمن دیدار یک دیکر فرصت شنیدن تجارب این

خانواده توانمند (نسل دوم) فراهم گردید و امکانی برای تعامل با دکتر حسین صامعی پیرامون مقوله جانشین پروری در کسب و کارهای خانوادگی جای عزیزی که نبودن سبز بود.





مسیر بلوغ کسب و کارهای خانوادگی

۱۳ آبان ماه / خانه مدیران سازمان مدیریت صنعتی



منظور، دومین و سومین نشست‌های اعضای خانوادگی در مهر و آبان ماه برگزار گردید. این نشست‌ها فرصتی برای آشنایی بیشتر با همتایان و به اشتراک‌گذاری تجربیات بود.



در این روند، میزبان آقای امیر بنایی نژاد به‌عنوان مدیرعامل شرکت کن تجارت آریا (لوازم خانگی کن)، تجارب خود را در زمینه مدیریت کسب و کارهای خانوادگی به اشتراک گذاشتند که ارزشمند و الهام‌بخش بود. سال ۱۳۶۳ وقتی نخستین کارخانه تولیدکننده هود ایرانی را اندازه‌ای شد، کمتر کسی فکر می‌کرد برند سازنده این محصول در رقابت با برندهای باکیفیت و نامدار خارجی، سال‌ها بعد به جایی برسد که تداعی‌گر مفهوم هود در ذهن بیشتر ایرانی‌ها باشد؛ آنقدر که خیلی‌ها محصول هود را همانم با «کن» تصور کنند

شروع فعالیت انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی از سوی گروهی از خانواده‌های دغدغه‌مند در این حوزه با هدف ایجاد یک پلتفرم حمایتی برای کسب و کارهای خانوادگی در سال ۱۳۹۴ آغاز شد. بانیان این انجمن در فضایی که نامی از کسب و کارهای خانوادگی در اقتصاد و دایره لغات صنعت و تجارت کشور نبود تصمیم به طراحی آموزش‌های لازم برای شبکه‌سازی و ایجاد فضایی امن برای اشتراک‌گذاری تجربیات گرفتند

امیراحمدی ادامه داد: پس از ۱۹ ماه فعالیت، در نهایت ۳۱ تیرماه امسال، نخستین مجمع انجمن برگزار شد. در این جلسه، تمامی اعضا با تغییرات لازم برای ارتقاء سطح همکاری به توافق رسیدند. در این مدت هیات موسس و اعضای حمایتی نقش مهمی در طراحی و اجرای برنامه‌ها ایفا کردند که این موضوع نشان‌دهنده همبستگی و عزم آنان برای پیشرفت در این حوزه است

وی ادامه داد: نخستین نشست اعضای حرفه‌ای در تیرماه، نقطه عطفی در فعالیت‌های ما بود. تلاش ما بر این است که به افراد کمک کنیم تا کسب و کارهای خانوادگی خود را به‌خوبی مدیریت کنند و از تجربیات یک‌دیگر بهره‌مند شوند. این تعاملات نه تنها موجب افزایش ارتباط‌ها می‌شود بلکه به تقویت ظرفیت‌های اجتماعی اعضا نیز کمک خواهد کرد امیر احمدی به ایجاد فضای امن برای فعالیت کسب و کارهای خانوادگی تاکید کرد و افزود:

ما به دنبال ایجاد یک محیط حمایتی برای اعضای خود هستیم. به این

و پایداری آن‌ها، حمایت از رشد و موفقیت کسب و کارهای خانوادگی و ترویج فرهنگ کارآفرینی و ایجاد همکاری‌های بیشتر در زمینه‌های مختلف و در نهایت افزایش آگاهی جامعه نسبت به اهمیت و نقش پررنگ کسب و کارهای خانوادگی بود که با حضور سعید جابرانصاری رئیس هیات مدیره انجمن، داوود امیراحمدی مدیر اجرایی انجمن و حسین صامعی عضو شورای علمی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی و تعدادی از اساتید و هیات علمی سازمان مدیریت صنعتی و صاحبان کسب و کارها و برندهای خانوادگی در محل سازمان مدیریت صنعتی برگزار شد

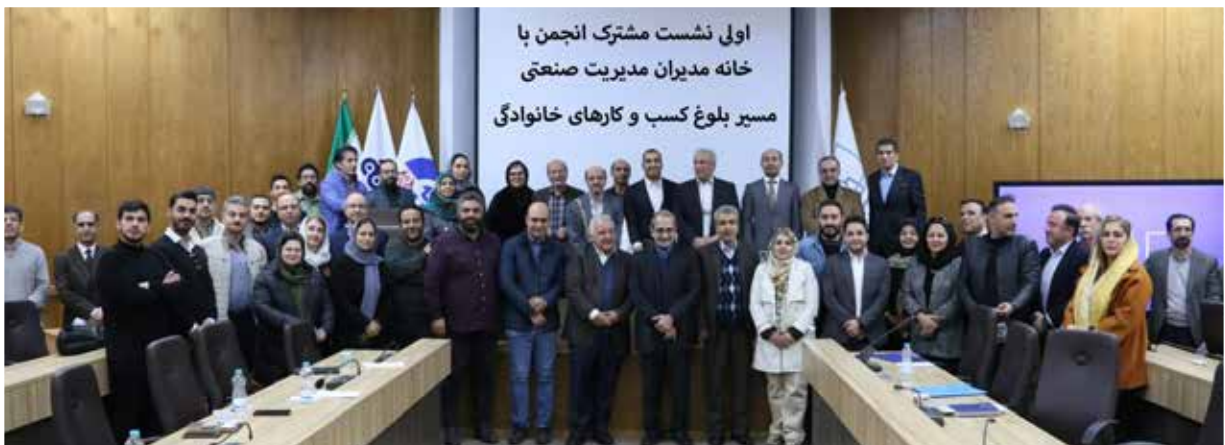


در ابتدای این نشست داوود امیراحمدی، مدیر اجرایی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی هدف از این تلاش را افزایش آگاهی جامعه نسبت به اهمیت کسب و کارهای خانوادگی و اثرگذاری آن‌ها در اقتصاد اجتماعی عنوان کرد و در ادامه مختصری از فعالیت‌ها حدود دوساله انجمن ارائه داد و گفت:

با توجه به اهمیت کسب و کارهای خانوادگی در فضای کسب و کار کشور و مغفول ماندن مباحث علمی و عملی اختصاصی این کسب و کارها در دانشگاه‌ها و دوره‌های مدیریتی در کشور، سازمان مدیریت صنعتی با همکاری انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی اقداماتی انجام داده تا از این طریق در راستای رسالت خود که همان حمایت از رشد و موفقیت کسب و کارهای خانوادگی و ترویج فرهنگ کارآفرینی و ایجاد همکاری‌های بیشتر در زمینه‌های مختلف است راهکارهایی را ارائه کنند

سال گذشته و هم‌زمان با شروع کار انجمن هنگامی که در گوگل کسب و کارهای خانوادگی را سرچ می‌کردیم با نتیجه‌ای جز کسب و کار خانگی مواجه نمی‌شدیم! معنای این اتفاق این بود که عبارت کسب و کارهای خانوادگی چنان غریب بود که یافته‌ای برای آن وجود نداشت اما تنها با گذشت ۱۹ ماه فعالیت توانستیم این واژه را تا حدودی برای اذهان عمومی آشنا کنیم

این بخشی از گفته‌های داوود امیراحمدی، مدیر اجرایی انجمن ترویج کسب و کارهای خانگی در نشست است که روز سه شنبه ۱۳ آذرماه به همت اعضای انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی و سازمان مدیریت صنعتی در راستای تفاهم نامه مشترکی که ماه گذشته میان سازمان مدیریت صنعتی و انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی امضا شد، برگزار شد. هدف از این نشست ارتقاء و توسعه کسب و کارهای خانوادگی، تقویت شبکه‌های ارتباطی بین اعضای انجمن و تجارب آنان، بررسی چالش‌ها و فرصت‌های موجود در این نوع کسب و کارها و ارائه راهکارهایی برای بهبود عملکرد



مهم را مطرح کنند. اهمیت سیاست‌گذاری خانواده در این راستا غیرقابل انکار است

وی افزود: زمانی که فرزندان به سن کار و تحصیل می‌رسند، ایجاد ساز و کارهای مناسب برای مدیریت اختلافات و نظرات در جلسات خانوادگی بسیار حیاتی است. به‌ویژه، ضروری است که این جلسات به‌گونه‌ای طراحی شوند که همه اعضای خانواده احساس مشارکت و سهم‌داری کنند. نسل اول بنیانگذار شرکت است.

در مراحل بعدی، هنگام ورود نسل دوم به مدیریت، چالش‌های جدیدی مطرح می‌شود. برادران و خواهران باید به‌دنبال ایجاد یک ساختار سازمانی و مالکیتی مناسب باشند که توزیع عدالت را در نظر بگیرد. این موضوع می‌تواند به حفظ انسجام خانواده و جلوگیری از بروز اختلافات کمک کند به گفته صامعی با رشد شرکت خانوادگی و افزایش تعداد اعضای خانواده، موضوع مدیریت و کنترل شرکت نیز پیچیده‌تر می‌شود. در این راستا، طراحی ساز و کارهای مالکیت و برنامه‌ریزی برای سهام‌دارها ضروری است. با در نظر گرفتن تعداد اعضای خانواده، از جمله عروس و دامادها، باید به‌دنبال راهکارهایی بود که به نسل‌های جدید فرصت یادگیری و رشد تخصصی را بدهد

وی در ادامه به بخش‌های مهمی از ساز و کار کسب و کارهای خانوادگی اشاره کرد و با اشاره به این‌که تلاش‌ها برای شناخت مشکلات کسب و کارهای خانوادگی از سوی انجمن دنبال می‌شود گفت:

کمک کنیم در مواجهه با موضوعات استراتژیک بتوانند مسائلشان را حل و فصل کرده و با ایجاد یکپارچگی بتوانند دوام داشته باشند و در نسل سوم به بعد روند رشد رو به بالایی داشته باشند



سعید جابر انصاری رئیس هیات مدیره انجمن در ادامه اظهار داشت: راه نجات کشور توسعه کارها و کسب و کارهای خانوادگی و کارآفرینی است. در این مسیر باید توانمند شویم و مسیر بلوغ را طی کنیم. به تنهایی نمی‌توان این مسیر را طی کرد باید دست به دست هم دهیم و از حالت نامرئی در

با این حال سفر «کن» در دنیای تولید لوازم خانه و آشپزخانه، تنها به پیمودن مسیر تولید هود خلاصه نشد. همزمان با نوآوری‌های بیشتر در عرضه انواع مدل‌های هود مانند ارائه اولین هود تولید داخل با رنگ پودری و تولید موتور هود، از سال ۱۳۹۲ تولید انواع مدل‌های اجاق گاز و در ادامه از سال ۱۳۹۵، تولید انواع سینک آشپزخانه و سپس فر روی خطوط تولید کارخانه «کن» قرار گرفت

تلاش متخصصان کن روی تولید محصولات آشپزخانه متمرکز شده؛ جایی که نزدیک به نیمی از زمان اعضای خانواده آنجا می‌گذرد. ما در کن اعتقاد داریم آسودگی خیال شما از آسایش و ایمنی لوازم آشپزخانه، تضمین‌کننده حال خوب اهالی خانه هست



مدیر اجرایی انجمن ترویج کسب و کارهای خانگی در ادامه به برخی از دستاوردهای انجمن در این مدت کوتاه کرد و گفت: یکی از دستاوردهای مهم ما، انعقاد تفاهم نامه‌های همکاری با انجمن‌های علمی و صنعتی بود. نخستین تفاهمنامه ما به حوزه صنعت چرک و کفش و صنایع مرتبط اختصاص داشت.

برگزاری این نشست‌ها نه تنها موجب افزایش تجربه‌های حرفه‌ای اعضا می‌شود، بلکه فرصت‌هایی را برای هم‌افزایی ایجاد می‌کند. با افتخار اعلام

می‌کنیم که پنج خبرنامه تولید شده که شامل تمامی اقدامات و برنامه‌های اجرا شده است. این خبرنامه‌ها به صورت آنلاین در دسترس اعضا و علاقه‌مندان قرار دارد و نمای کلی از فعالیت‌های ما را ارائه می‌دهد وی افزود: سایه خانواده بر کسب و کار خانوادگی مهم‌ترین تفاوت این نوع از کسب و کار با سایر کسب و کارهاست. در این شرکت‌ها بسیاری از کنش و واکنش‌های خانواده بر وضعیت کسب و کار تاثیرگذار خواهد بود



در ادامه این نشست حسین صامعی، مدرس، مشاور و عضو شورای علمی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی توضیحاتی درباره اهداف انجمن ارائه داد. صامعی در ادامه اظهار داشت:

در فرآیند انتقال ارزش‌های کسب و کار به نسل‌های بعدی، تدوین ساختارهای مناسب از اهمیت ویژه برخوردار است. این فرآیند، به ویژه در آغازین مراحل فعالیت کسب و کارهای خانوادگی، که بنیان‌گذاران به پرورش فرزندان و آماده‌سازی آنان برای مسئولیت‌ها می‌پردازند، بیشترین تأثیر را می‌گذارد. یکی از چالش‌های اصلی در مدیریت شرکت‌های خانوادگی، حفظ هویت و ارزش‌های بنیان‌گذاران است. در این مرحله، لازم است جلسات خانوادگی به‌طور منظم برگزار شود تا فرزندان بتوانند در مسیر هدایت شرکت، مباحث

از غفلت ملے تا تدبیر ملے

سخنران کلیدی اولین همایش ۱۴۰۳/۰۹/۲۷



سعید جابر انصاری

رییس هیات مدیره انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی

کسب و کارهای خانوادگی در سراسر جهان ستون فقرات بخش خصوصی بوده و به عنوان مدل برتر مشارکت در فعالیت‌های اقتصاد شناخته می‌شوند و سهمی حدود ۷۰ درصد از GDP جهانی را به خود اختصاص داده‌اند. این خود نشانگر مقبولیت و گستردگی و برتری مدل کسب و کار خانوادگی در رشد اقتصادی جهان به ویژه در کشورهای شرقی و غربی است. درحالی‌که در کشور ما آنگونه که شایسته چنین جایگاهی می‌باشد، مورد توجه قرار نگرفته است و حتی آمار دقیقی از کسب و کارهای خانوادگی در ایران نداریم.

طی ۴۰ سال گذشته ، معجزه اقتصادی چین با حمایت از کسب و کارهای خانوادگی و افزایش سهم این بخش در GDP کشورشان، از صفر به ۶۰ درصد محقق شد. بر اساس آخرین آمار این سهم هم اکنون در روسیه به ۴۰٪، در هند به ۷۰٪، و در ترکیه به ۷۵٪ رسیده است

برخی ویژگی‌های مدل کسب و کارهای خانوادگی از جمله دیدگاه بلند مدت و بین نسلی، چشم اندازی فراتر از سود و توجه به اعتلای میراث خانواده، توجه به رعایت اخلاق کسب و کار برای حفظ نام خانواده، توسعه جامعه محلی، بشردوستی و حفظ محیط زیست، منجر به برتری این مدل نسبت به مدل وال استریت که قرارداد اجتماعی‌اش بیشینه کردن سود در کوتاه مدت و ارزش سهام می باشد، گردیده است.

روند جهانی کسب و کارهای خانوادگی...

در سال ۱۹۸۴، مدرسه کسب و کار هاروارد آغاز گر بهره‌گیری از دانش و رویکرد مدیریت علمی در کسب و کارهای خانوادگی با ارایه مدل سه حلقه‌ای خانواده، مالکیت و مدیریت بوده است و در حال حاضر پس از ۴۰ سال، اکوسیستم کسب و کارهای خانوادگی فعال و موثری که دارای بیش از صدها دانشگاه برتر در سراسر جهان، مراکز ویژه کسب و کارهای خانوادگی و مطالعات پژوهشی و برنامه های آموزشی متناسبی را برای اعضای خانواده، مدیران خانوادگی، مدیران حرفه ای غیرخانوادگی، و مشاوران تخصصی این حوزه تا حد دکترا ارایه می‌دهند.

ضمنا شرکتهای مشاوره‌ای هم‌چون PWC, Deloitte, BCG, McKinsey هم اکنون خدمات تخصصی را برای خانواده‌های کارآفرین در بیش از ۱۴۰ کشور ارایه مینمایند

خانواده‌های کارآفرین نیز با توجه قوی به مقوله مسئولیت اجتماعی اقدام به تاسیس انجمنها و تشکلهای مدنی و مراکز تخصصی متعددی در سراسر جهان کرده‌اند. به عنوان نمونه شبکه FBN International واقع در لوزان سویس، از طریق ۳۲ نهادهای ملی و منطقه ای در ۶۵ کشور با رویکرد { با خانوادهها برای خانوادهها} با بدنه دانشی قوی، توانمندسازی و شبکه سازی کسب و کارهای خانوادگی عضو و بعضا اعضای حرفه‌ای متمرکز هستند و به شناسایی و انتقال تجارب برترجهانی، ملی و محلی کسب و کارهای خانوادگی می‌پردازند تا تداوم موفق و پایدار بین نسلی‌شان را تسهیل کنند

هم‌چنین با همکاری اتاقهای بازرگانی‌شان، به عنوان مرجعی ملی و با تحقق ندای مشترک کسب و کارهای خانوادگی، با مطالبه‌گری و حمایت‌گری و توصیه‌های علمی برای اصلاح سیاست‌های عمومی خانواده دوست و یا خانواده محور، تصویب قوانین حمایتی، به ترویج و توسعه، ماندگاری و پایداری کسب و

کارهای خانوادگی کمک می‌کنند.

به عنوان مثال ، اخیراً اتاق بازرگانی دبی نسبت به تاسیس مرکز کسب و کارهای خانوادگی در سال ۲۰۲۳ اقدام نموده است و به قول شیخ محمد نخست وزیر دبی: « اطمینان از رشد و پایداری کسب و کارهای خانوادکی یک اولویت استراتژیک و بخش اصلی چشم انداز ماست» و « افتتاح مرکز دبی یک گام متریقی برای دستیابی به سیستم پشتیبانی قوی خواهد بود. باشد تا با ابتکارانی هم‌چون تقویت حکمرانی و آموزش راهبران نسل بعدی، با چشم‌انداز پایداری و رشد، برای آینده آماده شوند و سهم ارزشمند آن‌ها در اقتصاد ملی افزایش یابد». هم‌زمان، با تاسیس دفتر ثروت خانوادگی در DIFC، توانسته‌اند طی سالهای گذشته بیش از یک تریلیون دلار سرمایه جذب کنند

غفلت ملی

از یک دیدگاه، صرف‌نظر از دلایل و عوامل آن، تاکنون به واقع از شاهراه توسعه به بی راهه‌ای بر خلاف تاریخ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایران با محور خانواده‌ها منحرف شده‌ایم و به قول ماهاتیر محمد، در مصادره‌های انجام شده مرغ‌هایی که تخم طلا می‌گذاشتند را سربریدیم و به اذعان مقام معظم رهبری به بخش خصوصی واقعی جفا و خطا شد

در نتیجه احساس امنیت مالکیت برای خانواده‌های کارآفرین تضعیف شد. به تدریج جایگاه آنان در اقتصاد به حاشیه رانده شده و جامعه کسب و کارهای خانوادگی تبدیل به نقطه کور توسعه ملی شدند. دلیل این مدعا همان است که در هیچ یک از هفت برنامه توسعه پس از انقلاب توسط نظریه پردازان و کارشناسان توسعه بدان توجه نشده است، در حالی که دیدگاه مقام معظم رهبری در سال جهش تولید و مشارکت مردم و هم‌چنین در برنامه برنامه هفتم توسعه، بر مردمیسازی برای تغییر پارادایم ملی توسعه و اقدامات جبرانی و اعتمادساز تاکید دارند

از اینرو بر خلاف اکثر کشورهای شرقی و غربی، باید اذعان نماییم که در ایران دچار غفلتی ملی بوده‌ایم و استعداد این ظرفیت عظیم طبیعی، تاریخی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را به درستی نشناخته‌ایم و برای توسعه ملی از آن بهره مند نشده‌ایم. این غفلت بزرگ ما از یک طرف در سطح خرد، زمینه ساز مهاجرت بیرویه، عدم جذب سرمایه‌گذاری، انقطاع بین نسلی و بعضا تضاد و اختلال در روابط خانوادگی و تعطیلی کسب و کارها شد و از طرف دیگر در سطح کلان موجب عقب نگاه‌داشته شدن از قافله جهانی در استفاده از مواهب کسب و کارهای خانوادگی، متاسفانه طی سال های گذشته این مدل برتر و درونزای توسعه، پایین به بالا شده است.

نظام آموزشی و پژوهشی کشور نیز تا به حال حتی یک درس هم درباره کسب و کارهای خانوادگی ارایه نداده است و خروجی تحقیقاتی آن نتوانسته در سطحی شایسته و در خور، این نقصان را واکاوی کند چه برسد که راه حلی برای رفع این عارضه ارایه کند و علی‌رغم فقدان یک نظام سلامت و حمایت، تنها این اتکا بر نظام خانواده بوده که توانسته این سخت جانی را برایمان همراه داشته است به تعبیری نمیتوان بدون نظام پزشکی متمرکز بر بهداشت و درمان انتظاری جدی برای سلامتی و افزایش امید به زندگی شهروندان داشت. نظام آموزشی و پژوهشی کشور تا به حال هیچ درس مصوب وزارت علوم را برای مدیریت کسب و کارهای خانوادگی ارایه نداده است، تا خانواده‌های کارآفرین در «رعایت بهداشت و حفظ سلامت» خودکفا شوند.

مشاوران داخلی و تشکل‌های مرتبط نیز علی‌رغم برخی تجربیات خوب خود، به دلیل عدم اتصال و همکاری با پیشروان صنعت مشاوره و نهادهای ذیصلاح بین‌المللی و نیز بدلیل کافی نبودن تقاضا از سوی جامعه کسب و کارهای خانوادگی، در این حوزه به صورت تخصصی، میان رشته‌ای، چند رشته‌ای و روزآمد ورود ننموده‌اند تا خانواده‌های کارآفرین امکان «دریافت درمان مناسب» را داشته باشند.

تا به حال اتاقهای بازرگانی نیز مستقل از حمایت کلی از بخش خصوصی و تلاش برای بهبود محیط کسب و کار که البته بسیار هم ارزشمند است و جای قدردانی دارد، به طور خاص در باره کسب و کارهای خانوادگی، به جز حمایت از چند پروژه پژوهشی مهم ولی محدود و دو دوره آموزش مدیریت کسب و کارهای

خانوادگی در مدرسه تکاپو، هنوز اقدام موثری انجام نداده اند.

تدبیر ملی

کلیات پیشنهاد انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی در این همایش ملی خود با حمایت اتاق های ایران وتهران برای گذر از غفلت ملی به تدبیر ملی : اولین قدم توسط خانواده های کارآفرین ۰ دارون عجم اوغلو برنده جایزه نوبل اقتصادی رمز موفقیت ملتها را حکومت با کیفیت و نهادهای فراگیر می داند. حکمرانی خوب کسب و کارهای خانوادگی می تواند مکمل حکمرانی حاکمیت ایران باشد. با نگاهی به آنچه که در جهان امروزین می گذرد، خانواده های کارآفرین باید بدانند انقطاع نسلی و انحلال کسب و کارشان، میتواند سرنوشت محتوم آنها نباشد. درصورت عزم و بهره گیری از علوم روز و تجربیات برتر جهانی، و با پرهیز از انحصار و رانت جویی، با شفافیت و اجرای موثر حکمرانی خوب چندجانبه «خانوادگی، مالکیتی، شرکتی ، بشردوستی و توسعه پایدار»، و ارایه فرصتهای برابر می توانند به نهادی فراگیر برای رشد و توسعه پایدار تبدیل شوند. ارایه فرصتهای برابر در کسب و کار خانوادگی و رویکرد شایسته سالاری (در مقابل خویشاوندگرایی)، به یافتن فرد شایسته (اعم از اعضای خانواده و غیر خانواده) برای مشاغل مورد نیاز، و یافتن کار شایسته برای اعضای خانواده بر اساس علاقه و توانمندی های بالقوه و بالفعل شان بخشی از حکمرانی خوب چند جانبه است

با بهره گیری از رویکرد علمی و بهره گیری از تجربیات برتر، خانواده های کارآفرین می توانند ضمن دستیابی به انتقال موفق بین نسلی، خانواده ای رستگار داشته باشند و با سرمایه گذاری و همسویی اهدافشان با اهداف توسعه پایدار، میراثی ماندگار را جهت نسلهای آتی برای تداوم ارزش آفرینی باقی بگذارند تا همچنان سفره ها گسترده و چراغها روشن بماند. این خود می تواند بهترین عمل صالح وباقیات صالحات خانواده های کارآفرین باشد

قدم دوم توسط نقش آفرینان اکوسیستم هم آفرین : تشخیص پیچیدگی روانشناختی، مدیریتی، حقوقی، اقتصادی، مالی و … کسب و کارهای خانوادگی و میان رشته ای و چند رشته ای بودن پویایی متقابل خانواده، مالکیت و کسب و کار ضروری بوده و نیازمند پذیرش تفکر اکوسیستمی است. می بایست برای ایجاد و تسهیل روابط برد – برد و رشد متقابل فعالان اکوسیستم کسب و کارهای خانوادگی ، که موفقیت هر یک در گرو موفقیت دیگری است، تلاش کنیم. بدیهی است نمی توان از خانواده های کارآفرین، بخصوص خانواده های در حال گذار و انتقال بین نسلی، انتظار داشت که مسایل خود را به تنهایی حل کنند و نباید آنها را تنها گذاشت.

حل مسایل این حوزه، و اقدام برای ایجاد نظام موثر آموزش، پژوهش، مشاوره و هدایت اکوسیستم کسب و کارهای خانوادگی و جبران سریع عقب ماندگی ها از سایر کشورها الزامی است. در این راستا نه تنها نیازمند تعهد، تمرکز و مشارکت موثر اعضای حرفه ای انجمن، مشاورین و اساتید محترم، و نقش آفرینی شرکای این اکوسیستم می باشیم، بلکه داشتن تقاضای موثر خانواده های کارآفرین، و حمایت همه جانبه مادی و معنوی اتاقهای بازرگانی را نیز الزامی می دانیم. در واقع با فعالسازی تقاضا و عرضه دانش و مشاوره در این بازار نوظهور، به آن عمق و غنا می بخشیم و با انباشتن تجربیات برتر بدنه دانش پایه و کاربردی محلی و ملی مورد نیاز را پایدار نموده و در اشاعه و ترویج آن کوشا هستیم قدم سوم توسط اتاق امید آفرین :

تصمیم و اعلام اتاق بازرگانی بعنوان پارلمان بخش خصوصی ، در ایران و استانها، برای تجدید عهد با کسب و کارهای خانوادگی عضو اتاق، و حمایت همه جانبه از ایشان از طریق ایجاد شورای مرکزی کسب و کارهای خانوادگی در اتاق ایران، و ایجاد مراکز کسب و کارهای خانوادگی در تهران و مراکز استانها و حمایت از توسعه اکوسیستم یادشده در جهت تقویت ذاتی و انسجام درونی خانواده های کارآفرین و جامعه کسب و کارهای خانوادگی به عنوان ستون فقرات بخش خصوصی میباشد

حمایت از پژوهشهای مورد نیاز و هماهنگی و اقدام برای ایجاد اجماع نخبگانی بین راهبران فکری و سیاستگذاران بطور خاص و آماده سازی بستر فرهنگی جامعه به طور عام، برای بازشناسی ویژگیها و پذیرش مدل کسب و کارهای

خانوادگی به عنوان مردمی ترین هسته بخش خصوصی، و پیشران توسعه درونزا و پایدار

بررسی قوانین حمایت از کسب و کارهای خانوادگی در کشورهای منتخب و اسلامی، و تدوین لایحه قانون حمایت از کسب و کارهای خانوادگی ایران و پیگیری از طریق شورای گفتگو تا حصول نتیجه نهایی

امیدواریم با تقسیم کار در این نظام تدبیر ملی و با تغییر نگرش و تغییر جهت قطب نمای توسعه به سوی مدل کسب و کارهای خانواگی ، سازگار با مبانی اسلامی، فرهنگ ایرانی و میراث تاریخی مان، و فعال سازی استعداد و پتانسیل دست نخورده شان در راه توسعه پایدار، سهم کسب و کارهای خانوادگی را از تولید ناخالص ملی ایران را به سطح میانگین جهانی رسانده و جامعه را از پیامدهای مثبت آن در حوزه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و قوام نهاد خانواده، که به خیر و برکت عمومی و رونق آبادانی ایران عزیزمان منجر میشود برخوردار سازیم.

امروز ما شاهد چندین دهه برنامه ریزی توسعه متمرکز و بالا به پایین با ذهنیت و محوریت درآمدهای نفتی هستیم. افزایش مستمرتصدی گری دولتی مداخله گرا و ناکارآمد، فقر و فساد و نارضایتی و مستهلک شدن سرمایه اجتماعی و افزایش انواع ناترازی های بحران زا، و از جمله ناترازی مالکیتی را می توان علت اصلی ناترازی مدیریتی که خود ریشه سایر ناترازی های بحران زا دانست

بدیهی است جامعه کسب و کارهای خانوادگی مقتدر و دارای راست کرداری، خوشنامی و اعتبار اجتماعی، اهلیت و خبرگی، میتواند بار دولت را برای خصوصیسازی واقعی و موثر، شفاف و مسئولانه و اسیل سبک سازد. با انتقال موفق بین نسلی وثروت آفرینی و سرمایه گذاری بیشتر، ضمن کاهش مهاجرت نسل جوان و خروج سرمایه، منجر به افزایش جذب سرمایه گذاری خارجی و توسعه تعاملات و تجارت خارجی نیز گردد. انشالله

امیدوارم به تلاش ما در هر ظرفیت ممکن ، پیونددید. از همکاری اعضا و هیات موسس و هیات مدیره انجمن، اعضای شورای علمی و اجرایی و کلیه همکاران تمام وقت و پاره وقت و داوطلب انجمن بسیار متشکرم. از ریاست و هیات ریسه و هیات نمایندگی اتاق بازرگانی ایران ، تهران و استانها و نیز از همه فعالان اکوسیستمی و خانواده های کارآفرین، کسب و کارهای خانوادگی عضو اتاق و حاضر در جلسه نیز نهایت سپاس را دارم و برای همه شما عزیزان و خانواده های محترم ایشان ارزوی هم شکوفایی و نیک زیستی پایدار دارم

خدایا چنان کن سرانجام کار تو خشنود باشی و مارستگار

با تشکر از توجه و همراهی شما عزیزان

سعید جابرانصاری، رییس هیات مدیره انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی

اولین همایش ملی کسب و کارهای خانوادگی ۱۴۰۳۰۹۲۷

میثاق مشترک انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی

ما اعضای خانوادگی و حرفه ای انجمن ، برای تشویق جامعه کسب و کارهای خانوادگی ایران و جلب همراهی شان، تلاش می کنیم الگوهای موافقی از حکمرانی خوب ، هم شکوفایی و نیک زیستی را به اشتراک بگذاریم ، و به حاکمیت ایران یاری می دهیم تا همچون کشورهای پیشرفته، الگوی کسب و کارهای خانوادگی را به عنوان مدلی برتر برای مشارکت مردمی، پیشران توسعه صنعتی، و توسعه پایدار ملی بپذیرند، و پیامدهای مثبت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن منجر به خیر عمومی مردم عزیزمان شود و انشالله تعالی شعار انجمن که همانا {خانواده ای رستگار، میراثی ماندگار و توسعه ای پایدار} می باشد محقق شود

هم اکنون نیاز داریم تا با ندایی مشترک و رسا، از غفلت ملی به سوی تدبیر ملی، حرکتی هماهنگ را آغاز نماییم

سے وسومین اجلاس جهانے کسب و کارهای خانوادگے FBNدرتوکیو



سی و سومین اجلاس جهانی شبکه کسب و کار خانوادگی (FBN) از ۳۰ اکتبر تا ۲ نوامبر ۲۰۲۴ در توکیو برگزار شد. این اجلاس که توسط FBN ژاپن و ۲۵ خانواده میزبان میزبانی شد، پذیرای بیش از ۷۵۰ عضو برای ارتباط، یادگیری، تبادل نظر و تجلیل از سنت، نوآوری و طول عمر در خانواده های تجاری بود. گزارش حاضر خلاصه ای از یافته های سعید جابرانصاری رئیس هیأت مدیره انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی است که به هزینه خود در این اجلاس شرکت نموده است.

« مالکیت ناشناخته ها: سنت، نوآوری و طول عمر، از منظر اکوسیستم کسب و کارهای خانوادگی ژاپن»

خلاصه مدیریتی گزارش

مروری بر شرکت های با عمر طولانی ژاپن

– بحث در مورد تعداد آنها، انتقال زمانی، عوامل موثر در طول عمر آنها

– تعداد شرکت های با عمر طولانی در ژاپن

– ۵۱,۹۰۹ شرکت در فعالیت مستمر بیش از صد سال تا ۲۰۱۹

– ۴۷,۸۹۵ شرکت (حدود ۹۲,۳٪) زیر ۲۰۰ سال سن دارند.

– ۵۰۰ شرکت بالای ۵۰۰ سال قدمت و ۲۰ شرکت بالای ۱۰۰۰ سال

قدمت وجود دارند

بزرگی کسب و کارهای خانوادگی (FBS)

– اکثریت قریب به اتفاق (بیش از ۹۰٪) آنها FB هستند، یا توسط یک خانواده

مدیریت می شود یا متعلق به آن است

– اکثر آنها (حدود ۹۰٪) هنوز با تغییرات کمی از خانواده بنیانگذار هستند

نشش عامل موثر در طول عمر کسب و کارهای خانوادگی

“افق زمانی طولانی»، «رشد کنترل شده»، «شایستگی های اصلی»،

«روابط بلندمدت»، «مدیریت ریسک»، “تعهد نسلی “.

چهار سیستم های جانشینی کسب و کار

– سیستم خانواده گسترده ، سیستم فرزندخواندگی ، سیستم منشی ارشد، سیستم

همکاری صنعت

اخلاق تجاری منحصر به فرد ژاپنی:

– فلسفه “شینگاکو” از ایشیدا بایگان

– فلسفه «وحدت اخلاق و اقتصاد» از ایچی شیوساوا

– فلسفه “شرکت بعنوان یک نهاد عمومی اجتماعی” حمایت شده توسط

کونسوکه ماتسوشیتا

– فلسفه “سود سه طرفه” از تاجر اهمی

کسب و کارهای خانوادگی ژاپن ۹۷ درصد تعداد بنگاه ها و ۷۷ درصد اشتغال ، و

در میان شرکت های بوری

۴۹ درصد از بازار را به خود اختصاص داده اند (منبع: پروفیسور Toshio Goto)

تمرکز بر مالکیت و چالش های پیش رو

اجلاس امسال با تمرکز بر اهمیت مالکیت در کسب و کارهای خانوادگی، به بررسی چالش های پیش روی مالکان و راهکارهای مقابله با آنها پرداخت. بیش از ۶۰ جلسه، کارگاه، مطالعه موردی و گروه کوچک به بحث و تبادل نظر در مورد موضوعاتی چون تعریف استراتژی مالکیت، ترغیب نسل های جدید به پذیرش مالکیت، نیازهای توسعه مالکان، نقش پایداری، تاثیر فرهنگ و ارزش ها بر طول عمر کسب و کار و ادغام سنت ها، انعطاف پذیری و نوآوری اختصاص یافت

تاکید بر اکوسیستم منحصر به فرد کسب و کار خانوادگی در ژاپن

در این اجلاس، مجموعه ای از وینارها با موضوع اکوسیستم منحصر به فرد کسب و کار خانوادگی در ژاپن برگزار شد. پروفیسور توشیو GOTO با الهام از این موضوع، به بررسی چگونگی ادغام سنت و نوآوری توسط خانواده های تجاری



بررسی تاثیر فرهنگ در کسب و کار خانوادگی

در حاشیه این اجلاس، نتایج مطالعه ای جامع در مورد تاثیر فرهنگ در کسب و کار خانوادگی که توسط آگون زندر با همکاری FBN انجام شده بود، مورد بررسی قرار گرفت. این مطالعه که از طریق نظرسنجی از ۳۰۰ صاحب کسب و کار خانوادگی در سراسر جهان انجام شده بود، نشان داد که فرهنگ متمایز کسب و کارهای خانوادگی با چشم انداز بلند مدت، ارزش های قوی و تعهد به کمک معنادار به مشتریان، کارمندان و جامعه مشخص می شود. در این مطالعه بر اهمیت پرورش و مدیریت فعالانه فرهنگ توسط رهبران کسب و کارهای خانوادگی برای دستیابی به رشد پایدار و ایجاد ارزش تاکید شده بود

معرفی برنده جایزه جهانی کسب و کار خانوادگی IMD ۲۰۲۴

در این اجلاس، گروه خوزه د ملو، یک شرکت خانوادگی در پرتغال، به عنوان برنده جایزه جهانی کسب و کار خانوادگی IMD ۲۰۲۴ معرفی شد. در سال ۱۹۷۴ دولت پرتغال کل شرکتهای این خانواده را که حدود یکصد هزار کارمند داشتند مصادره کرد و ۲۰ سال بعد آنچه از ان باقی مانده بود را به مزایده گذاشت. این خانواده که توانسته بود در سويس از نو آغاز کند و خانواده را منسجم و فعال حفظ کند به پرتغال بازگشت و بخشی از شرکتهار را خرید و هم اکنون پس از ۳۰ سال مجموعه ای به ارزش بیش از دو نیم میلیارد یورو را اداره مینماید این گروه به دلیل روحیه کارآفرینی، حاکمیت قوی و انعطاف پذیری مورد تقدیر قرار گرفت. هیئت داوران این جایزه، متشکل از کارشناسان تحقیقات کسب و کار خانوادگی و برندگان گذشته، از انعطاف پذیری این گروه در سه بعد خانواده، کسب و کار و مالکیت قدردانی کردند.

مروری بر شرکت های با عمر طولانی ژاپن

در بخش دیگری از این اجلاس، مروری بر شرکت های با عمر طولانی ژاپن ارائه شد. بر اساس این گزارش، تا سال ۲۰۱۹، تعداد ۵۱,۹۰۹ شرکت در ژاپن بیش از صد سال قدمت داشتند. اکثریت قریب به اتفاق این شرکت ها (بیش از ۹۰٪) کسب و کارهای خانوادگی هستند که توسط یک خانواده مدیریت می شوند یا متعلق به آن هستند. شش عامل موثر در طول عمر این کسب و کارها شامل «افق زمانی طولانی»، «رشد کنترل شده»، «شایستگی های اصلی»، «روابط بلندمدت»، «مدیریت ریسک» و «تعهد نسلی» عنوان شد. همچنین، چهار سیستم جانشینی کسب و کار شامل «سیستم خانواده گسترده»، «سیستم فرزندخواندگی»، «سیستم منشی ارشد» و «سیستم همکاری صنعت» مورد بحث و بررسی قرار گرفت. در این گزارش، به اخلاق تجاری منحصر به فرد ژاپنی و فلسفه های «شینگاکو»، «وحدت اخلاق و اقتصاد»، «شرکت به عنوان یک نهاد عمومی اجتماعی» و «سود سه طرفه» نیز اشاره شد

فهرست سخنرانی ها و کارگاههای اصلی اجلاس

اجلاس جهانی FBN شامل سخنرانی ها و کارگاههای متنوعی با موضوعات مختلف بود که از جمله آنها می توان به موارد زیر اشاره کرد

– نقشه راه ژاپن برای تحول: متعادل کردن سنت، نوآوری و طول عمر

– چگونه نوآوری ۳۷۰ سال کسب و کار خانوادگی را هدایت کرده است؟ حکمت پایداری

– موضوع مالکیت: سنت، نوآوری، طول عمر. نمونه منحصر به فرد اکوسیستم

کسب و کار خانوادگی ژاپن و برخی مطالعات موردی

– ایجاد فرهنگ بین نسلی برنده در کسب و کار خانوادگی

– بازآفرینی نقش مالکان در نسل سوم کسب و کار چند خانواده

– نسل سومی در چهار راه : کارآفرین هستم یا سرمایه گذار؟ مالکیت آینده نامعلوم میراث کارآفرینی از شیلی

– عشق کجا رفت؟ چگونه تابو، آسیب و شرم بر خانواده ها در تجارت تاثیر می گذارد

– از سکوت تا قدرت : درک تاثیر سلامت روان بر وحدت مالکیت و انسجام خانواده و طول عمر کسب و کار

– پویایی تاب آوری: مدیریت تغییر استراتژیک با تاکید بر مبانی عاطفی و رویکردهای انطباقی در خانواده کارآفرین

– تصاحب مالکیت کلید دوام کسب و کارهای خانوادگی است. شتاب دهنده ها و محدود کننده ها برای ترغیب نسل های جدید برای پذیرش مالکیت مسئولانه کدامند؟

– پشت صحنه : نقش حیاتی همسران به عنوان شریک، والد و مربی بر نسل بعدی وشکل دهی میراث کسب و کار خانوادگی

– نقش مدیرعامل زن خانواده در ایجاد تجارت پایدار – چالش های جانشینی، غلبه

بر ریسک های تجاری و پیگیری فرصته

– بعنوان یک نسل پنجمی خانواده یاماگوچی (بنیانگذار Nintendo) دفتر خانوادگی مان را برای ماندگاری میراثمان تاسیس کردم

– تجربه تاب اوری کسب و کارهای خانوادگی در دوران فاجعه بار (نمونه ونزوئلا).

– به سوی ناشناخته ها: سفر احساسی ساختن یک میراث، مقاومت و تلاش و عبور از بحران ها برای ماندگاری

– مالکیت به عنوان محرکی برای حل اختلافات و تاثیرگذاری بر زندگی اعضای خانواده: مالکیت آگاهانه توانایی پذیرش، رویارویی و مقابله با ناشناخته ها را میدهد و قدرت، شجاعت، عزم و اطمینان را به ارمغان می آورد

– کارگاه حلقه کارآفرینی: ایجاد سرمایه گذاری های تاثیرگذار از طریق مشارکت خانواده های کارآفرین در استارتآپها

– کارگاه خانواده های بزرگ: چگونه میتوان چشم اندازی جدید و ساختار کارآمد حکمرانی خانوادگی ومالکیتی را برای موفقیت بلندمدت خانواده ایجاد کرد

– کارگاه حلقه دفاتر خانوادگی: طراحی دفتر خانوادگی چشم انداز و نیازهای شما را منعکس میکند. و نحوه دستیابی به یک دفتر خانوادگی آماده برای آینده

– کارگاه حلقه تاثیر گذاری: چگونه تاثیرگذاری اجتماعی و محیط زیستی خانواده خود را ارتقا دهید

– کارگاه حلقه نسل بعدی: با استفاده از مفهوم ژاپنی ایکیگای (ارزشمندی زندگی)

، آینده خود را روشن کنید و به پتانسیل شخصی و حرفه ای خود دست یابید

– کارگاه حلقه نسل فعلی: توسعه راهبری راست مغز با الهام از سامورایی ها.

– اجداد خوب بودن : تعریف و انتقال میراث کسب و کار خانوادگی (تجربه ایتالیا)

– عصر جدید برای ژاپن : پویایی و تاثیر جمعیتی ، طلوع دوباره علاقمندی

– پنل Impact (تاثیرگذاری): ایجاد تاثیر بین نسلی با رویکرد بلندمدت در حل سیستمی چالشهای فقر، نابرابری و تغییرات آب و هوایی

خبرهای تصویری

حضور نماینده انجمن در نشست
منابع انسانی اندیشکده خودرو
مورخ ۰۳۰۸۰۷



حضور نمایندگان انجمن در یکصدمین
سال تاسیس دبیرستان البرز
مورخ ۰۳۰۸۲۳



نشست با دکتر استاد مقصود فراصتخواه
در دفتر انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی
مورخ ۰۳۰۸۲۷



دید و بازدید با دکتر مهدی نکویی
مورخ ۰۳۰۸۲۸



نشست با استاد غلامرضا کاظمی دینانی
مورخ ۰۳۰۸۲۷



خبرهای تصویری

بازدید از باشگاه (با همان) دکتر رضا غیابی
مورخ ۰۳۰۷۰۳



نشست با اعضای اندیشکده کسب و کارهای خانوادگی دانشگاه تهران
مورخ ۰۳۰۷۱۰



حضور انجمن و اهدای گل در مراسم زنده یاد
حاج علی سلیمانی بنیان گذار
شرکت نیک کالا و انجمن لوازم خانگی
مورخ ۰۳۱۰۲۶



حضور انجمن در پنجمین دورهمی
جامعه شبکه سازی کسب و کارهای بین المللی
(BNIC)
مورخ ۰۳۰۷۲۴

