

نشست زنان در کسب و کارهای خانوادگی

نقش ها، نگرش ها و چالش ها

در خانه مدیران سازمان مدیریت صنعتی



اعضایه که در فصل زمستان به جمع انجمن پیوستند

عضو خانوادگی



پونل؛ هنر طعم از سال ۱۳۷۶

گروه پونل، با برند تجاری «پونل غذای سلامتی» و با نزدیک به سه دهه حضور درخشان در صنعت غذا، همواره نامی قابل اعتماد در میان خانواده‌های ایرانی بوده است. این مجموعه با استفاده از بهترین مواد اولیه و رعایت استانداردهای فرآوری در کلاس جهانی، طعمی اصیل و دلپذیر را برای مصرف کنندگان در بازارهای داخلی و بین المللی به ارمغان آورده است. کسب عنوان‌های صادرکننده و کارآفرین نمونه و حضور موفق در بازار سرمایه در ساختار مجتمع تولیدی نیلی صنعت کرمان، بخشی از دستاوردهای برجسته این مجموعه می باشد، که اکنون در نسل اول و دوم خانواده حسینی‌نژاد راهبری می‌شود. «گروه پونل» با تمرکز بر تولید و ارائه محصولاتی بدون مواد نگهدارنده، همواره به سلامت مصرف کنندگان و پایداری محیط زیست پایبند بوده است، که اکنون با بکارگیری ایده‌های نوآورانه و گسترش سبد محصولات، چشم انداز جدیدی را پیش رو دارد. هدف ما ساده اما همواره ارزشمند است؛ ارائه محصولی بدون مواد نگهدارنده و افزودنی‌های شیمیایی، با طعمی اصیل و کیفیتی منحصر به فرد در راستای ترویج سبک زندگی سالم در جامعه



ستاره یخی آسیا؛ پیشرو در تولید غذاهای آماده

شرکت ستاره یخی آسیا از سال ۱۳۸۳ با برند ب.آ. در تولید انواع غذاهای آماده و نیمه آماده گوشتی فعالیت می‌کند. با بیش از ۸۰ محصول متنوع و شبکه توزیع گسترده، این شرکت یکی از نام‌های معتبر صنعت غذایی ایران است، که اکنون در نسل اول و دوم خانواده رازقی جهرمی راهبری می‌شود

مدیریت سرمایه آورین صنعت راد؛

پیشگام در توسعه و نوآوری صنعت حمل و نقل مسافری ایران

شرکت مدیریت سرمایه آورین صنعت راد، با سابقه‌ای مستحکم در زمینه سرمایه‌گذاری و تجاری‌سازی فناوری‌های نوین، یکی از بازیگران کلیدی صنعت خودرو و حمل و نقل کشور به شمار می‌رود. این شرکت با تمرکز بر تولید انواع شاسی اتوبوس‌های شهری، بین شهری و برقی، نقش مهمی در تامین نیازهای حمل و نقل مسافری ایفا می‌کند و با بهره‌گیری از فناوری‌های پیشرفته، کیفیت و ایمنی محصولات خود را تضمین می‌کند. گروه آورین صنعت راد اکنون در نسل دوم خانواده اکبری‌راد راهبری می‌شود

تامکار؛ تجربه، نوآوری و افتخار ایرانی

شرکت تامکار از سال ۱۳۶۷ فعالیت خود را در حوزه طراحی و ساخت تجهیزات صنعتی آغاز کرد و امروز یکی از برندهای خوش‌نام در صنایع نفت، گاز، پتروشیمی، فولاد و آب و فاضلاب به شمار می‌رود. با بیش از سه دهه سابقه، صدها پروژه موفق داخلی و بین‌المللی، و تمرکز بر بومی‌سازی فناوری، تامکار نمونه‌ای درخشان از هم‌افزایی خانواده، صنعت و نوآوری در ایران است که اکنون در نسل اول و دوم خانواده برکتین راهبری می‌گردد



گروه صنعتی نیک یزد؛ تلفیقی از تخصص، نوآوری و تعهد به توسعه پایدار

گروه صنعتی نیک یزد با بیش از ۵۰۰ نیروی متخصص و فعالیت در صنایع پتروشیمی، بسته‌بندی، ساختمان و مواد غذایی، با تمرکز بر کیفیت، نوآوری و مسئولیت اجتماعی، سهم قابل توجهی در توسعه پایدار و اقتصاد کشور ایفا می‌کند.

گروه صنعتی و توسعه سرمایه نیک‌یزد اکنون در نسل دوم خانواده شهوازیان راهبری می‌شود



بنیان تحریر (C.CLASS)؛ پیشرو در نوآوری لوازم تحریر ایران

شرکت بنیان تحریر از سال ۱۳۸۳ با برند C.CLASS فعالیت خود را در تولید و توزیع لوازم تحریر باکیفیت آغاز کرده است. این شرکت با ارائه محصولات نوآورانه و شبکه توزیع گسترده، به یکی از برندهای محبوب و معتبر در بازار ایران تبدیل شده است بنیان تحریر اکنون در نسل اول خانواده نظری راهبری می‌شود.



شرکت عالی نشان پارسیان، با برند پنتر

شرکت عالی نشان پارسیان، با برند پنتر (Panter)، از سال ۱۳۸۹ در حوزه تولید و توزیع نوشت‌افزارهای باکیفیت و نوآورانه فعالیت می‌کند. این شرکت با تأسیس گروه کارآفرینی پنتر، به‌عنوان یک مجموعه دانش‌بنیان و نانو فناوری، با بهره‌گیری از استراتژی بازاریابی چالشگر و تعهد به تئوری تخریب خلاق، مدل «کارآفرینی مبتنی بر برند سازی» را در توسعه



پایدار زیست‌بوم کارآفرینی کشور به کار می‌گیرد

گروه پنتر اکنون در نسل اول خانواده عالی‌پور راهبری می‌گردد.

صاحب امتیاز :

انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی

اعضای هیات مدیره :



سعید جابر انصاری
رئیس هیات مدیره



کمال میثمی فرد
نایب رئیس هیات مدیره



محبوبه اکبری
عضو هیات مدیره



علی تقیب
عضو هیات مدیره



حسن فروزین فرد
عضو هیات مدیره و خزانه دار



سید محمد دهقان
بازرس



سیدعلی حسینی نژاد
مدیر عامل



داوود امیراحمدی
سرمدیر

مدیر مسئول: سعید جابر انصاری

سرمدیر: داوود امیراحمدی

مشاور: محمد بهارلو

همکاران این شماره :

سعید جابر انصاری، 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: ۰۲۱۴۰۲۲۱۰۳۹

ایمیل: info@fbpa.net

وب سایت: www.fbpa.net

■ مطالب مندرج در نشریه بیانگر دیدگاه‌های

نویسندگان است و به هیچ وجه دیدگاه

رسمی انجمن ترویج کسب و کارهای

خانوادگی نیست

■ مقالات ، گزارش‌ها و اخبار

خود را به نشانی اینترنتی

ارسال کنید info@fbpa.net

■ حق رد، تعدیل و اصلاح مطالب ارسالی

برای مدیریت نشریه محفوظ است

دومین نشست انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگه برگزار شد

خانواده رستگار، میراثی ماندگار و توسعه پایدار

۱۴۰۳/۱۰/۱۷

انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی

انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی

**خانه مدیران
برگزار می کند**

حکمرانی مالکیتی: مبانی مدیریت مالکیت در کسب و کارهای خانوادگی

با همکاری انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی

محورهای بحث در بخش اول:

- ✓ مفهوم ثروت و روانشناسی پول
- ✓ روش های توزیع مالکیت و انواع سافتکارهای آن
- ✓ روش های توزیع سود و مکانیزم های برداشت

محورهای بحث در بخش دوم:

- ✓ مرور یک تجربه در یک شرکت خانوادگی ایرانی
- ✓ بحث و تبادل نظر در پلن تخصصی

با حضور:

- ✓ اعضای خانوادگی و مدیران الهمن
- ✓ محققان و مشاوران

سخنران محوری: آقای محسن گلستانی

- ✦ نسل دوم خانواده گلستانی- برند پورپون
- ✦ دکترای مدیریت کسب و کار خانوادگی از هلند
- ✦ عضو شورای علمی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی

انجمن تنها بر جنبه اقتصادی تمرکز ندارد، بلکه خانواده‌ها را به‌عنوان قصه‌های زنده‌ای می‌بیند که هر نسل می‌تواند بر ارزش‌های خانوادگی بیفزاید. کسب و کارهای خانوادگی نقش حیاتی در خلق معنا و اعتلای سرمایه اجتماعی دارند و با شعار (خانواده رستگار، میراثی ماندگار و توسعه پایدار) اهداف خود را دنبال می‌کنند. این اهداف شامل تقویت انسجام خانواده، سرمایه‌گذاری بلندمدت برای نسل‌های آینده، شبکه‌سازی و انتقال دانش است. همچنین، انجمن به‌دنبال راه‌اندازی مراکز کسب و کارهای خانوادگی و حمایت از آن‌ها در کشور است. تشکیل کمیته‌های تخصصی، شورای علمی و اجرایی و کارگروه‌های مرتبط، ایجاد و راه‌اندازی سایت و شبکه‌های اجتماعی، تجهیز کتابخانه و تکمیل موارد دیجیتال از دیگر اقدامات این انجمن است

در نهایت این‌که خانواده‌های کارآفرین با همدلی و سختکوشی خود، نقش مهمی در تحول فرآیندهای کسب و کارهای خانوادگی ایفا کرده‌اند. این خانواده‌ها با نوآوری نسل‌های جدید ایرانی، به ایجاد ارزش و اعتلای اقتصاد ملی کمک می‌کنند. اکنون کسب و کارهای خانوادگی به حاکمیت پیوسته‌اند و تلاش می‌کنند تا در مسیر توسعه اقتصادی کشور موثر باشند

دومین نشست تخصصی کسب و کارهای خانوادگی با عنوان حکمرانی مالکیتی؛ مبانی مدیریت مالکیت در کسب و کارهای خانوادگی به همت انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی و همراهی سازمان مدیریت صنعتی در خانه مدیران این سازمان برگزار شد

در این نشست که رئیس و اعضای انجمن کسب و کارهای خانوادگی، برخی از اعضای هیات علمی سازمان مدیریت صنعتی و تعدادی از صاحبان کسب و کارهای خانوادگی و علاقه‌مندان این بخش حضور داشتند محسن گلستانی، عضو حرفه ای و عضو شورای علمی انجمن و رئیس اتحادیه صنف فروشندگان نوشت‌افزار مطالبی را ارائه کردند که در ادامه مشروح آن را می‌خوانید

خانواده ریشه هر تحول پایدار است.

مقدمه:

به‌دنبال پر کردن خلأ عدم‌حمایت از کسب و کارهای خانوادگی به‌عنوان هسته اصلی بخش خصوصی، در سال ۱۳۹۴ خانواده‌های خلیلی، جابر انصاری، فضل‌ی، گرامی و موسوی‌رهیما اقدام به تأسیس انجمن کسب و کارهای خانوادگی کردند. این انجمن در سال ۱۴۰۱ پروانه فعالیت خود را از کشور دریافت کرد که نقطه عطفی برای بازپایی هویت و ارتقای منزلت اجتماعی خانواده‌های کارآفرین بود. به گفته فعالان انجمن، این

آقای مهندس حمیدرضا مهدیان ، مدیر عامل شرکت انرژی

با ارائه تجربه ایشان به عنوان نسل دوم شرکت انرژی



مواجهه کسب و کارهای خانوادگی با چالش‌های گوناگون

دکتر محسن گلستانی، عضو حرفه ای و شورای علمی انجمن در نشست حکمرانی مالکیتی با اشاره به اهمیت حضور کسب و کارهای خانوادگی در اقتصاد و نقش بی‌بدیل این بخش در صنعت کشور اظهار کرد: در دنیای حرفه‌ای مدیریت، کسب و کارهای خانوادگی نقش مهمی ایفا می‌کنند. این کسب و کارها معمولاً با هدف افزایش سود، درآمد و بهبود عملکرد ایجاد می‌شوند. یکی از چالش‌های اصلی این کسب‌وکارها، جداسازی مسائل شخصی از کسب و کار است.

ایزوله کردن یک کسب و کار خانوادگی می‌تواند مزایا و معایب خاص خود را داشته باشد. از یک سو، این ایزوله‌سازی می‌تواند به تمرکز بیشتر روی اهداف تجاری کمک کند. اما از سوی دیگر، جدا کردن مسائل شخصی ممکن است به تغییرات عمیق در تعادل‌های دینامیک کسب و کار منجر شود. این تغییرات می‌توانند به آسیب‌هایی منجر شوند که ریشه در روابط خانوادگی دارند. یکی از نکات کلیدی در موفقیت کسب و کارهای خانوادگی، توجه به این واقعیت است که این نوع کسب و کارها معمولاً ریشه‌دار هستند و می‌توانند دوام بیاورند. بنابراین، لازم است به جنبه‌های خانوادگی کسب و کار توجه بیشتری شود

گلستانی به راهکارهای ماندگاری کسب و کارهای خانوادگی پرداخت و افزود:

در مشاوره به کسب و کارهای خانوادگی باید به این نکته توجه کرد که مسائل خانوادگی می‌توانند به عنوان یک عامل تاثیرگذار عمل کنند. بسیاری از این کسب و کارها محصول پیشرفت خانواده‌ها هستند و معمولاً برای ایجاد اشتغال برای اعضای خانواده شکل می‌گیرند. باید توجه داشت که هرگونه تغییر در ساختار یا مدیریت این کسب و کارها باید با دقت و توجه به روابط خانوادگی صورت گیرد، در غیر این صورت، ممکن است ریشه‌های آنها آسیب ببیند و نتوانند به رشد و پیشرفت ادامه دهند

ایشان در ادامه افزود: کسب و کارهای خانوادگی به چند دسته تقسیم می‌شوند:

دسته اول، کسب و کارهایی تک مالک هستند که به‌طور کامل توسط یکی از اعضای خانواده اداره می‌شوند و با گذشت زمان بزرگ‌تر می‌شوند. در مراحل اولیه تشکیل این نوع کسب و کارهای خانوادگی، به‌دلیل مشکلات مالی، امکان استخدام نیروهای کار به صورت کامل وجود ندارد. در این شرایط، اعضای خانواده به عنوان نیروی کار ارزان، قابل

عدم شفافیت در مدیریت مالی

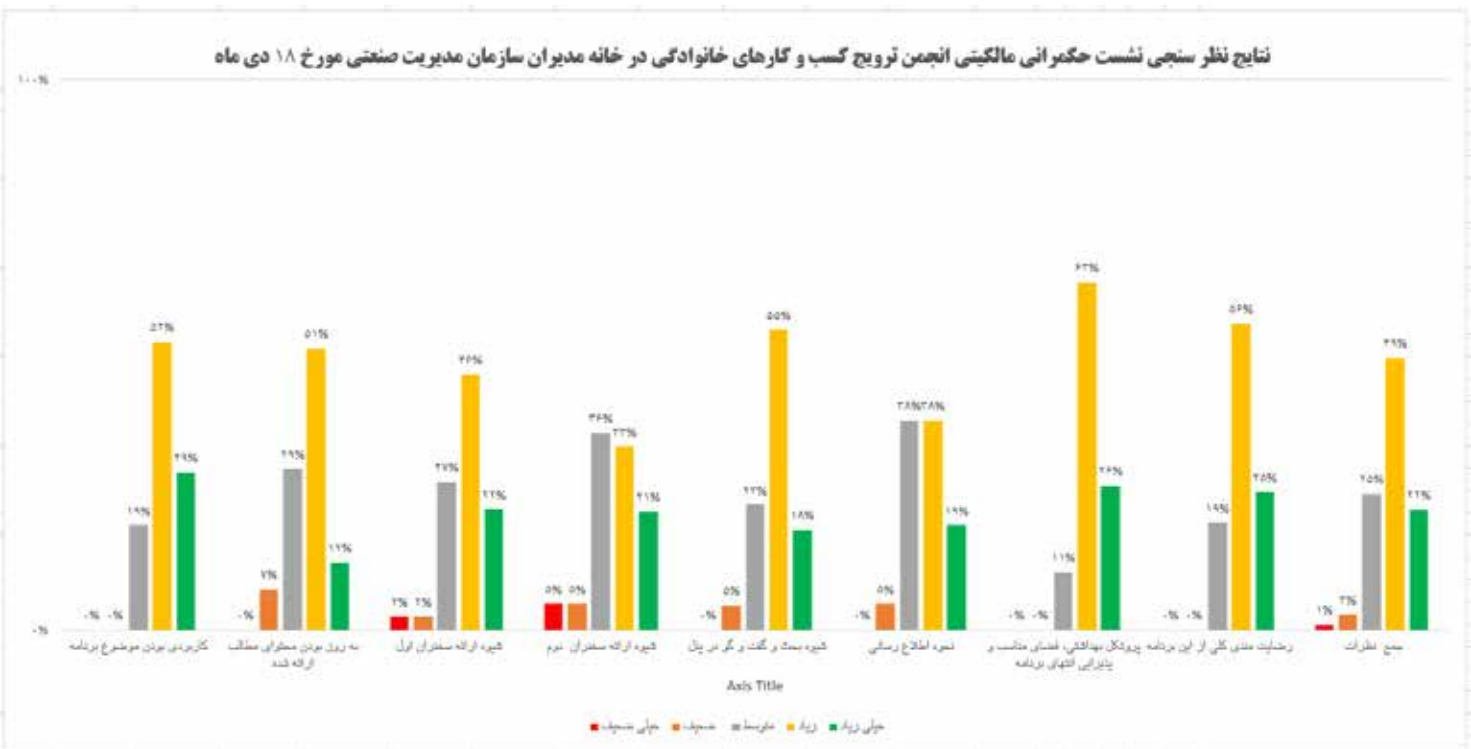
گلستانی در ادامه به موضوع مالکیت در کسب و کارهای خانوادگی پرداخت و افزود: مسئله مالکیت و مدیریت مالی در کسب و کارهای خانوادگی نیز به چالش‌هایی منجر می‌شود. به عنوان مثال، به دلیل محبت و نزدیکی اعضای خانواده، مسائل مالی معمولاً مسکوت باقی می‌ماند و در مورد میزان برداشت و سرمایه‌گذاری مجدد در کسب و کار، شفافیت وجود ندارد. این عدم شفافیت می‌تواند منجر به بروز اختلافات مالی شود که در نهایت به مشکلات جدی‌تری در روابط خانوادگی منجر می‌شود. برای جلوگیری از این مشکلات، ضروری است که چارچوب‌ها و حقوق و مسئولیت‌های مشخصی از قبل تعیین شود تا در صورت بروز اختلاف، بتوان به‌راحتی آن‌ها را حل کرد

سرمایه معنوی و مادی

گلستانی کسب و کارها خانوادگی را دارای روابط فردی و خانوادگی قوی دانست که به ایجاد سرمایه‌های معنوی و شخصی کمک می‌کند و اظهار کرد: این سرمایه‌ها به عنوان بخشی از هویت افراد محسوب می‌شوند و نمی‌توان آن‌ها را از مسائل غیرمادی تفکیک کرد. یکی از بزرگ‌ترین مزیت‌های کسب و کارهای خانوادگی، انتقال سرمایه معنوی از یک نسل به نسل بعدی است. این انتقال باعث می‌شود نسل‌های بعدی نیز این سرمایه‌ها را به عنوان مزیت‌های کسب و کار خود بپذیرند و برای موفقیت آن تلاش کنند. در غیر این صورت، اصالت و ریشه‌داری کسب و کار ممکن است از بین برود. جسارت و اعتماد به نفس نسل اول در ادامه کار به نسل بعدی منتقل می‌شود و این سرمایه معنوی به آن‌ها کمک می‌کند. البته در این میان چالش‌هایی نیز وجود دارد، از جمله نحوه برآورد مالی و ارزش‌گذاری کسب و کارهای خانوادگی. کارشناسان حسابداری می‌توانند ارزش مادی کسب و کار را تعیین کنند، اما معمولاً تفاوتی بین این ارزش و قیمتی که مالک برای فروش کسب و



نتایج نظرسنجی نشست:



کار خود در نظر می‌گیرد وجود دارد. هر چه تعلق خاطر و فداکاری نسبت به کسب و کار بیشتر باشد، ارزش معنوی آن نیز بیشتر است

موفقیت از درپچه‌های متفاوت

وی به سه مدل مختلف کسب و کار اشاره کرد و گفت: هر کدام از این مدل‌ها دیدگاه خاصی نسبت به موفقیت دارند. در مدل اول، ثروت به عنوان امانتی از طرف خدا و احساس مفید بودن برای دیگران تعریف می‌شود. بزرگ‌ترین چالش این مدل، متقاعد کردن نسل‌های بعدی برای پیروی از اهداف متعالی است که می‌تواند به پایداری کسب‌وکارهای خانوادگی کمک کند.

مدل دوم به کسب و کارهای خانوادگی اشاره دارد که بیشتر به جنبه مالی اهمیت می‌دهند، اما در عین حال خانواده را در اولویت قرار می‌دهند. این کسب و کارها در مراحل اولیه به صرفه‌جویی و کارگروهی توجه دارند و تنها به معیشت خانواده بسنده می‌کنند. با رسیدن به سوددهی، ممکن است به سمت تجملات و مادیات گرایش پیدا کنند و از خویشاوندان دور شوند، که این تغییر می‌تواند به فردگرایی منجر شود. ورود به چرخه تجملات می‌تواند به تغییر در روابط خانوادگی و اجتماعی منجر شود.

برای دسته سوم حداکثر کردن سود و ثروت اولویت دارد.

ساختار مدیریتی

گلستانی در ادامه به ساختار مدیریت کسب و کارهای خانوادگی تک مالک اشاره کرد و اظهار کرد: ساختار مدیریتی این کسب و کارها معمولاً به صورت فلت است یا یک نفر به عنوان مالک اصلی، مسئولیت کل کسب و کار را بر عهده دارد. این مالک به شدت محافظه‌کار است و توانایی تصمیم‌گیری سریع در مواجهه با تغییرات بازار را دارد. در نسل اول، این ویژگی‌ها باعث موفقیت آن‌ها می‌شود

چالش‌های جانشینی

گلستانی در ادامه به چالش‌های جانشینی و انتقال اموال پس از فوت مالک اشاره کرد و گفت: دو نوع شراکت خواهر و برادر وجود دارد: یکی که همه خواهر و برادرها در مدیریت و مالکیت نقش دارند و دیگری که برخی فقط جنبه مالکیتی را حفظ می‌کنند و مدیریت به افراد دیگر واگذار می‌شود. در هر دو حالت، ساختار مالکیت تحت‌تأثیر قرار می‌گیرد و تصمیم‌گیری‌ها به اجماع نیاز دارد که این امر می‌تواند باعث کندی در واکنش به فرصت‌ها شود

وی اظهار کرد: اغلب تصمیم‌گیری در کسب و کارهای خانوادگی به صورت دموکراتیک انجام نمی‌شود و معمولاً براساس اجماع نظر یک فرد است. گاهی در این نوع کسب و کارها، ساختار حاکمیت شرکتی به شکل هرمی است و مدیریت غیرخانوادگی کمتر دیده می‌شود. توزیع مالکیت در این کسب و کارها به صورت مشخص است، به طوری که هر فردی بخشی از کسب و کار را در اختیار دارد، اما در عمل همه از آن بهره‌برداری می‌کنند.

گزارش اولین نشست هم نشینۀ نسل بعد (NextGen)

نسل آینده، ستون فردای کسب و کارهای خانوادگی

۱۴۰۳/۱۱/۲۷



با استقبال افراد شامل اعضای انجمن و اعضا بالقوه از نشست ملی ۲۷ آذر ماه مواجه شد.

این نشست با راهبری تیم **NextGen** شامل جناب آقای کمال میثمی فرد (نایب رئیس انجمن)، آقای توفیق نیا (کارشناس تحقیق و توسعه انجمن) و خانم رضایی کارشناس برنامه ریزی انجام گردید. همچنین باتوجه به اولین رویداد با موضوع فوق، اعضای هیئت مدیره انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی که امکان حضور در این نشست ارزشمند را داشتند در کنار سایرین به غنای نشست افزودند

برنامه نشست:

معرفی انجمن و تیم نشست

آقای میثمی فرد به عنوان اولین سخنران به معرفی انجمن و تیم برگزاری نشست پرداخت و اهداف اصلی رویداد را خلاصه وار توضیح دادند و از کلیپ ۱۱ دقیقه ای برای معرفی انجمن استفاده گردید

پخش کلیپ و توضیحات درباره نشست

آقای توفیق نیا توضیحاتی درباره محتوای نشست ارائه کرد و به اهمیت کمیته **NextGen** و الگو برداری که از **FBN** استفاده شده اشاره نمود. سپس دو کلیپ از تعارض شایع در نسل بعدی کسب و کارهای خانوادگی به طور جداگانه پخش شد.

در ادامه نحوه طراحی سوالات ارزیابی که پیش از جلسه برای حضار

ارسال گردیده بود ارائه گردید و از آن دسته از حاضرین که فرم های مربوط را تکمیل ننموده بودند درخواست گردید که آن را برای بررسی نقطه نظراتشان تکمیل و ارائه نمایند. همچنین با توجه به تشکیل کمیته **NextGen** از حاضرین خواسته شد که در صورت تمایل نام نویسی نمایند

حاضرینی که به عنوان کاندید جهت حضور در کمیته پنج نفره **NextGen** نام نویسی کردند شامل
مسعود پورقدیری
امیر بنایی نژاد
عارف ورشوچی منفردفاطمه سراجزاده
سوگل جابرانصاری
نوید سیروس کبیری
الیاس جوادی
ایمان برکتین
آسمان برکتین
احمدرضا برکتین
رهام شاکر

تحولات جدید در نگرش به نسل های کسب و کارهای خانوادگی

در ادامه نشست آقای هاشم کیانی عضو حرفه ای حقیقی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی به بررسی تغییرات و تحولات جدید در نگرش به نسل های کسب و کارهای خانوادگی پرداخت. موضوع جلسه ایشان بر نوع نگرش افراد در زمینه زندگی و معنای امکان، تعریف احساس هر فرد، شوق دهنده های زندگی بیان گردید و از حضار درخواست شد تا با استفاده از کاغذ و قلم خود با مطالب همراهی و تعامل عمیق تری داشته باشند و از مشارکت حضار نیز استفاده گردید.

ارائه تجارب و حاضران

در این بخش از دو نفر از اعضای حاضر برای ارائه تجربه های خود هر کدام ۵ دقیقه دعوت گردید تا مباحثی پیرامون چالش های انتقال نسل و مدیریت نقش ها مطرح نمایند. یکی از افراد عضو انجمن یعنی نماینده پارت پلاستیک و دیگری نماینده بالقوه اصفهان از گروه صنعتی لورچ بودند بحث تعاملی درباره شبکه سازی

آقای سعید جابر انصاری به عنوان رئیس هیئت مدیره انجمن درباره اهمیت شبکه سازی در نسل جدید و ماهیت انجمن در بعد کلان سخنرانی نمودند و علت نیاز کسب و کارهای خانوادگی برای عضویت و نحوه پرداخت عضویت را شرح نمودند. همچنین کلیپ سال ۲۰۲۴ انجمن برای بیان کلیه اقدامات و دستاوردهای سال گذشته در جلسه ارائه گردید که با استقبال حضار روبه رو شد

در ادامه، آقای جابرانصاری با دعوت از آقای رضای غیابی، عضو حرفه ای حقیقی انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی دعوت نمودند به مدت ۱۰ دقیقه در خصوص نقش اکوسیستم کسب و کارهای خانوادگی در هم افزایی و اثربخشی در سطح جامعه اختصاص داده و دیدگاه های خود را بیان کنند سپس با دعوت آقای حسینی نژاد مدیرعامل انجمن، ۱۰ دقیقه درباره فعالیت های انجمن، دعوت به عضویت و تجربه شخصی ایشان از کسب و کار خانوادگی اختصاص یافت



FAMILY
BUSINESS
NEXTGEN

توسط نسل بعدی، برای نسل بعدی

پیوستن به **NEXTGEN**
گامی بلند برای تحول در
کسب و کارهای خانوادگی شما!



تهران، بلوار شهید اندرزگو، مرکز
اداری ساند، طبقه ۴ اداری، واحد ۴۰۷



02140221039
09393337737



@fbpa



@irfbpa



www.fbpa.net



info@fbpa.net

سوالات کلیدی؟

- چگونه جایگاه و صدای خود را در خانواده پیدا کنیم؟
- آیا باید به کسب‌وکار خانوادگی پیوندیم؟ چه موقع؟
- چطور می‌توانیم یک رهبر مؤثر باشیم؟

برنامه‌های ویژه

- رویدادهای داخلی و بین‌المللی
- تشکیل کمیته تخصصی شامل پنج نفر از اعضا NxG
- نشست‌های آنلاین
- حلقه‌های هم‌اندیشی

با حضور افتخاری:

هاشم کیانی

دکتری مدیریت، موسس و مدیرعامل مرکز مشاوره
ارنو، برنده جایزه بین‌المللی کنستانتین پروژه علی‌بابا



✓ ماموریت ما

افزایش آگاهی، ایجاد شبکه‌سازی، و توانمندسازی اعضای جوان
کسب‌وکارهای خانوادگی برای جانشینی و انتقال مالکیت.

✓ چشم‌انداز ما

تشکیل جامعه‌ای پویا از رهبران نسل بعدی که در نهایت
هنجر به توانمندسازی خانواده‌های کسب‌وکار برای رشد و
تحول در طول نسل‌ها به‌منظور ساختن آینده‌ای پایدار
خواهند بود.

✓ ارزش‌های ما

- همکاری بین‌نسلی
- مسئولیت‌پذیری نسل جدید
- حفظ محرمانگی
- یادگیری برای رهبری آینده
- رشد در مسیر تحول

NxG

جامعه نسل بعدی (NxG) فضایی امن برای
اعضای جوان کسب‌وکارهای خانوادگی (بین ۱۸ تا
۴۰ سال) فراهم می‌کند تا از یکدیگر بیاموزند ،
تجربیاتشان را به اشتراک بگذارند و الهام بگیرند.
این ابتکار رهبران آینده را به هم متصل کرده و
برای آنها دانش و مهارت‌های لازم برای حفظ و
توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی فراهم می‌سازد.

FAMILY
BUSINESS
NEXTGEN

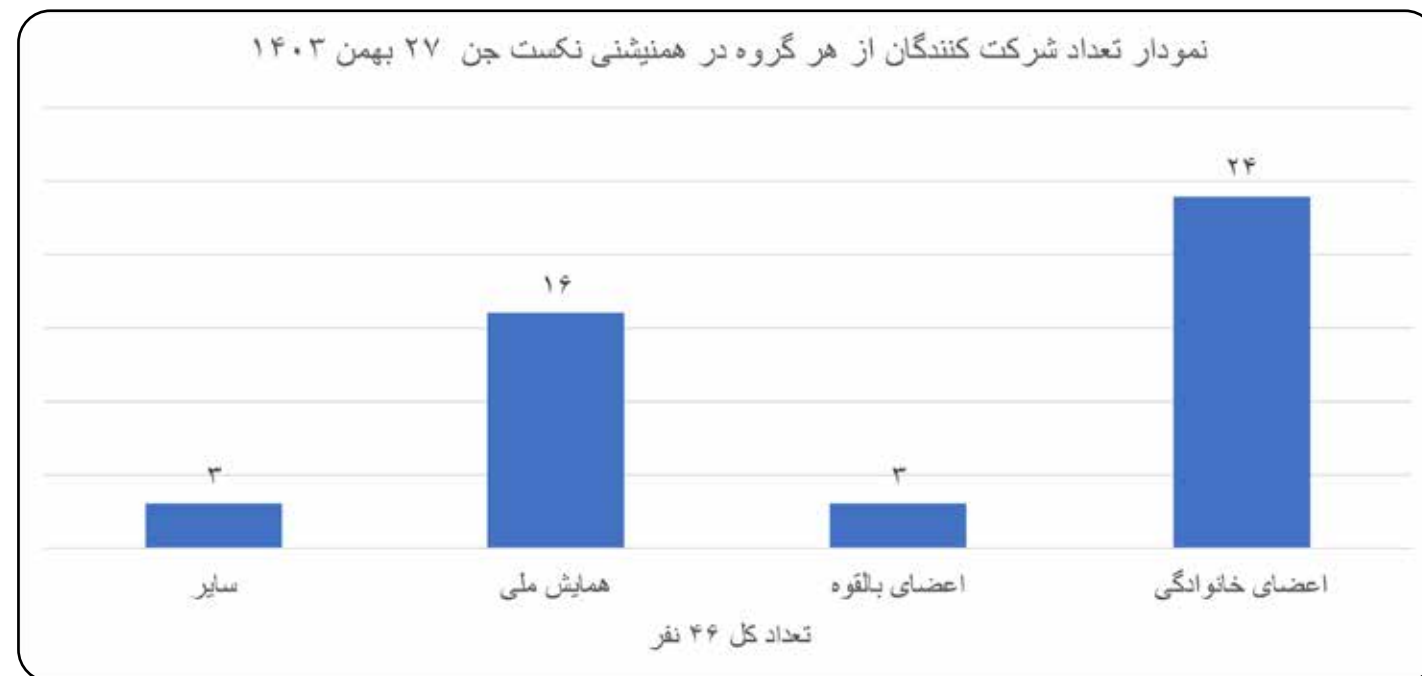


Family
Business
Promotion
Association



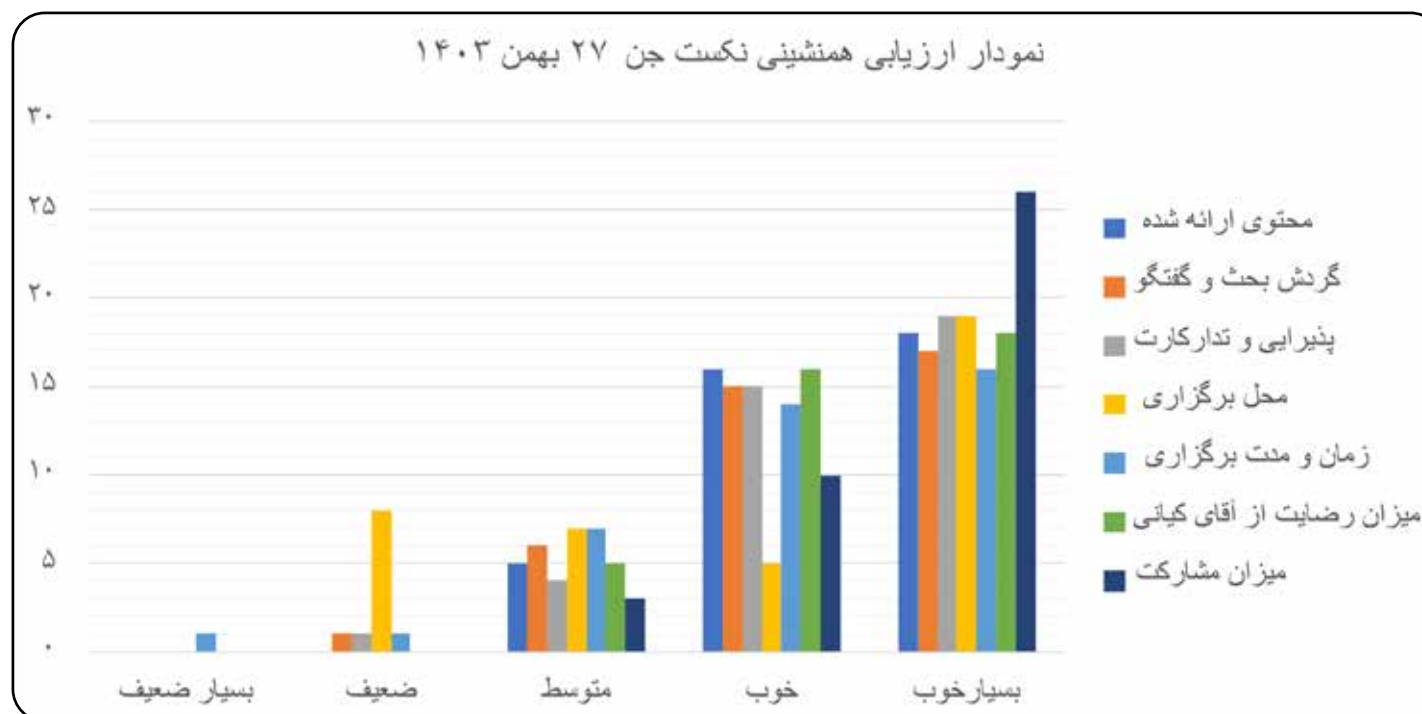
نتایج نظرسنجی و بازخورد شرکت‌کنندگان نمودار زیر میزان مشارکت افراد را نمایش می‌دهد:

نمودار یک



همچنین نظرسنجی انجام‌شده از ۳۹ نفر از شرکت‌کنندگان نشان داد که اکثر حضار از محتوا و نحوه برگزاری نشست رضایت داشتند.

نمودار دو



نشست زنان و کسب و کارهای خانوادگی

نقش ها، نگرش ها و چالش های

انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی با حمایت خانه مدیران سازمان مدیریت صنعتی برگزار کرد

۱۴۰۳/۱۱/۳۰



مدیریت توسط زنان هم چنان در نقاط مختلف جهانی، ساری و جاریست در این نشست سعی داریم با پرداختن به جنبه‌های متنوع، نقش و اهمیت جایگاه زنان را در سطوح مختلف تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی بررسی نماییم



سرکار خانم فیروزه صابر
بنیان گذار و موسس انجمن زنان کارآفرین

همان طور که همگان مستحضردن عناصر اصلی کسب و کارهای خانوادگی شامل خانواده، مدیریت و مالکیت می باشد و در مدیریت و راهبری کسب و کارهای خانوادگی، بیشترین سهم در تصمیمات و سیاست‌گذاری مربوط به خانواده است و تحقیقات بیانگر آن است که این تصمیمات موجبات پایداری، توسعه و بقا و یا حتی اضمحلال هر دو عنصر خانواده و کسب و کار می‌شود

مدیریت و راهبری کسب و کارهای خانوادگی توسط زنان یک فرصت استن ا. زنان دو نقش مهم و اساسی دارند

نقش اول، همکار موظف یا غیر موظف است. اگر قرار است زنان در کسب و کارهای خانوادگی نقش و سهم داشته باشند، می بایست در هر



با آقایان بود و در هیچ یک، آنان در تربیت فرزندان و مسایل خانواده نقشی نداشتند

یکی دیگر از نکات مهم در این تحقیق مکمل بودن اعضای خانواده در مسایلی مانند ریسک پذیری یکی و عدم آن در دیگری بود که هم دیگر را کامل می‌کردند و در بعضی مواقع حس همکاری برتر از حس زناشویی بود.

در کل این ۱۰ مورد موضوع تحقیق آن چه عیان و آشکار بود عدم وجود سیستمی برای مدیریت مالکیت در بین آنان بود و اساسا ذهنیت و برنامه‌ریزی در این خصوص در بین اعضای خانواده به چشم نمی‌خورد. اما علی رغم آن تدابیر و ابتکاراتی برای رشد و ترقی در مسیر رشد و توسعه شرکت داشتند که به بهبود محصولات و خدمات و نیز توسعه بازار منجر شده بود.

قدر مسلم آن است که هر کسب و کاری که توسط اعضای خانواده ایجاد شده و در طی زمان مراحل رشد و توسعه خود را هموار می نمایند و بدون شک تاثیرات محلی و ملی قابل توجهی را ایجاد خواهند نمود، می بایست به شش سوال پاسخ دهند

۱- آیا به اندازه کافی قدرت تصمیم‌گیری برای انتخاب بهترین اقدام در تنظیم مناسبات کسب و کار و مصلحت های خانواده خود را دارید؟

۲- آیا به‌عنوان یک کارآفرین، تعهد لازم در انجام این مسئولیت و حفظ منافع بلند مدت خود و خانواده دارید؟

۳- آیا در عین درگیری در کسب و کارهای خانوادگی توان حفظ استقلال شخصیت خود را دارید؟

۴- آیا می توانید با تناقض‌های کار و خانواده کنار بیایید؟

۵- آیا توانایی پاسخگویی به مسئولیت‌های خود را دارید؟

۶- آیا کسب درآمد تنها دلیل پیوند خانواده و کسب و کار است و یا دلیل دیگری وجود دارد؟



سعید جابر انصاری

رییس هیات مدیره انجمن ترویج کسب و کار های خانوادگی

سخنران بعدی سعید جابر انصاری بودند:

ایشان ضمن تشکر از کلیه مسئولین سازمان مدیریت صنعتی برای برگزاری نشست، این گونه شروع نمودند که ما رسالتان ترویج است و همواره سعی در دادن آگاهی لازم در خصوص کسب و کارهای خانوادگی و نقش آن در توسعه هستیم.

در این بین با یک هسته کوچک در داخل انجمن و ارتباط با شبکه

سه عنصر (خانواده، مالکیت و مدیریت) حضور جدی داشته باشند کسب و کارهای خانوادگی آن جا معنا واقعی خود را نمایان می کند که اعضای خانواده براساس شایستگی‌های خود، تماما در مسیر رشد و توسعه کسب و کار حضور مستند، مستمر و اثرگذار داشته باشند. در این راستا، به طور حتم نقش زنان در خانواده مهم ترین سهم و در حوزه مدیریت ومالکیت نیز سهمی بسیار ارزشمند خواهد بود

سال‌های گذشته تحقیقی انجام دادیم با عنوان «الگوها و فرصت های مشترک در کسب و کارهای خانوادگی (زوج های همکار)» که ۴ مورد آن تولیدی، ۵ مورد آن خدماتی و یک مورد هم مشترک بود و به صورت مشترک سازمانشان را هدایت می کردند. جالب آن جا بود که در همه موارد تفاهم اولیه را در موضوع ایده، درک متقابل و اعتماد دارا بودند. اتفاق قابل تعمق در فراز و نشیب های پیش رویشان تمرکز بر موضوعات و همبستگی بیششان بود. نکته مهم دیگر این شرکت ها آمادگی‌شان برای حضور در بازارهای بین المللی بود که نشان از پیشبرد مشترک خواسته‌ها و تلاش جمعی برای رسیدن به مقاصد از پیش تعیین شده خانواده داشت. یکی دیگر از نقاط قوت این اثربخشی جمعی، تحصیلات عالی اعضای خانواده و استفاده درست از مفهوم ادبیات حوزه‌های توسعه در رشد سازمان بود

اما نکته قابل توجه در این مجموعه ها تعریف مساله مالکیت سهام به گونه‌ای دیگر بود. به عبارتی انتظار می رفت که با تمرکز بر موضوع و چالشها و رشد و توسعه که حاصل تعامل جمعی خانواده بود، مالکیت نیز به صورت مساوی تقسیم شده باشد که این گونه نبود و زمانی که درباره چرایی سوال می شد، عنوان می نمودند که ممکن است توزیع سهم مساوی موجبات صدمات آتی به استحکام خانواده را فراهم نماید و با توجه به حساسیت موضوع و احتمال تفرقه به دلیل عدم تساوی در مالکیت، صحبتی از این موضوع نمی‌کردند

موضوع بعدی، بحث تقسیم درآمد بود.

واقعیت آن بود که هیچکدام از آن ۱۰ مورد موضوع تحقیق نظام مالی نداشتند و هیچ کدام حق الزحمه نمی‌گرفتند. بعدها ۲ مجموعه که به نسل دوم رسیده بودند حق الزحمه‌ای برای مدیران خانوادگی‌شان در نظر گرفته بودند. متاسفانه این نوع نگرش می‌تواند به نوعی بی سامانی در کسب و کارهای خانوادگی ایجاد نماید.

موضوع دیگر، تعادل بین کار و خانواده بود.

در این حوزه بدون شک سهم زنان در کسب و کار خانوادگی بیشتر در محیط خانواده خود را نمایان می‌سازد. نقش زنان در راهبری کسب و کار خانوادگی یک موضوع، و نقش آنان در هدایت و رهبری خانواده موضوع غیر قابل انکار است که متاثر از محیط کسب و کار خواهد بود. از ۱۰ شرکت موضوع مطالعه، فقط در ۴ مورد آن تنها مسئولیت خریده‌های منزل



این آغاز ارتباطات بیشتر با مهندس محسن خلیلی برای تشکیل هسته مرکزی این انجمن بود

این سعی بالاخره بعداز ۸ سال توانست مجوز فعالیت از وزارت کشور را در سطح ملی اخذ کند و از ابتدای سال ۱۴۰۲ فعالیت اجرایی انجمن آغاز گردید و ما موفق شدیم اولین همایش ملی خود را در ۲۷ آذرماه سال گذشته برگزار نماییم و سندی را که بیانگر افق دیدگاه‌های کسب و کارهای خانوادگی می‌باشد را به امضای مسئولین اسبق و فعلی اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی ایران و تهران برسانیم و همراهی دیدگاه‌های مثبت آنان را به یک باور ملی که همانا نقش کسب و کارهای خانوادگی در رشد و توسعه ماندگار و پایدار اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی کشور خواهد بود را در کنارمان داشته باشیم

در این مسیر طی شده تشکر ویژه ای نیز از جناب آقای دکتر سیدجعفر مرعشی داریم که همواره کنارم بودند. و ادامه دادند که ما در طول ۴۶ سال گذشته باید از غفلت ملی به سمت تدبیر ملی حرکت کنیم و کسب و کارهای خانوادگی باید دوباره شناخته و احیا شوند چرا که ۷۰ درصد GDP دنیار متعلق به این نوع کسب و کارهاست و ما نیز می بایست از

توانمند سعی داریم با کمک هوش مصنوعی نسبت به دسترسی محتوای ناب و قابل ارائه که بنا به تجربه ایشان، بیش از ۹۰ درصد قابل اتکا است نقش خود را در زمان کنونی که همان آگاهی دادن است، ایفا نماییم ریشه فعالیت های انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی به زمان همکاری با بنیاد کارآفرینی زنان و جوان (۱۳۸۵) و عضویت هیئت مدیره من باز می‌گردد.

در آن زمان با سرکار خانم فیروزه صابر امکان انجام یک مطالعه موردی در خصوص کسب و کارهای خانوادگی با جناب دکتر آذرهوش فراهم گردید و نتایج این همکاری بعد از شش ماه در سیزدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت با سخنرانی ایشان تحت عنوان «ضرورت آموزش، پژوهش و مشاوره در کسب و کارهای خانوادگی» مطرح و دکتر آذرهوش کلیه همکاران خود و دانشگاهیان حاضر در نشست را نسبت به این ضرورت ترغیب نمودند

حضور مشتاقانه حاضرین در این نشست (بیش از ۴۰۰ نفر در سال ۱۳۹۳) ما را تشویق نمود که در کنار فعالیت ترویج کارآفرینی برای توسعه جامعه محلی، به دنبال ایجاد انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی باشیم و

مالکیت و حکمرانی سازمان ها، از عوامل تداوم بخشی خواهد بود. در پایان به نقش خانواده، نشست‌های خانوادگی، دفاتر خانوادگی و هر نوع ساختاری که بتواند خانواده و اعضای آن را در محیطی متفاوت از تولید دور هم جمع نموده و به نقطه نظرات یکدیگر گوش فرا دهند اشاره نمودند و متذکر شدند که مهم ترین موضوع در ادامه روابط، کنار هم بودن و باهم بودن برای رسیدن به مقاصدی که حاصلش توسعه فردی، خانوادگی، اجتماعی و در نهایت سرزمینی خواهد بود که زیستن را معنای می بخشد. در مسیر بزرگ شدن تصمیم سازی و تصمیم گیری بدون شک حاصل خرد جمعی خواهد بود.

گزیده مطالب ایشان:

همان‌طور که در اولین همایش ملی کسب و کارهای خانوادگی در اتاق ایران مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۲۷ عنوان نمودیم و بیانیه همایش نیز به عنوان یک سند پارلمان بخش خصوصی به امضای تمام روسای اتاق ایران و تهران رسید، ما نیازمند حرکت از «غفلت ملی به سوی تدبیر ملی» احیا و ارتقای جایگاه و نقش کسب و کارهای خانوادگی ایران هستیم برای اصلاح جهت قطب نمای توسعه و بهره گیری از مدل طبیعی و مقبول بین المللی کسب و کارهای خانوادگی ، که مردمی ترین هسته بخش خصوصی نیز میباشند نیازمند تدبیری همه جانبه و فراگیر و منسجم هستیم تا بتوانیم سهم جامعه کسب و کارهای خانوادگی از GDP ایران را از حدود ۱۰٪ (صنعت) فعلی به سطح متوسط جهانی (۷۰٪) برسانیم درصد مشارکت زنان ایرانی در اقتصاد بطور عام ، و در کسب و کارهای خانوادگی بطور خاص، نیز شاخص دیگری است که باید تلاش کنیم تا به سطح متوسط جهانی برسانیم. برآورد درصد مشارکت زنان در کسب و کارهای خانوادگی کشورهای غربی متوسط ۴۵٪ ، در ترکیه و عربستان ۳۵٪ و در ایران؟؟ است

مهمترین چالش کسب و کارهای خانوادگی تبدیل انقطاع بین نسلی به انتقال موفق و پایدار بین نسلی است. سرانه خانوار ایرانی از ۶.۱ نفر در سال ۳۶۰ به ۱۶ نفر در سال‌های اخیر رسیده است. به ازای هر ۱۰۰ دختر، ۱۰۸ پسر متولد میشوند. حدود ۵۰٪ فارغ التحصیلان دانشگاهی دخترند و در سال‌های اخیر درصد مهاجرت زنان از کل مهاجرت‌ها نیز افزایش یافته است

اکثر خانواده ها با فرزندانی کمتر، بعضا فقط یک دختر و یا فقط یک پسر هستند، که درصدی از انها مهاجرت می‌کنند و درصدی هم علاقه ی به حضور در کسب و کار خانوادگی ندارند. علاوه بر چالش‌های اجتماعی، جمعیت سالمندی و نگهداری از آنان و ... این تغییرات دموگرافیک تاثیر زیادی روی مساله انقطاع و انتقال خواهد داشت

برای حفظ و انتقال سرمایه گذاری‌های انجام شده با مالکیت خانوادگی و تداوم و توسعه ارزش آفرینی و اشتغال آن‌ها، می‌بایست برای انتقال مالکیت و یا مدیریت /حکمرانی آن و به خصوص با ارتقای مشارکت زنان، ضمن کمک به رسیدن به حق شایسته شان به انتقال بین نسلی کمک کنیم. در این راستا تدابیری برای تقسیم کار ملی هم پیشنهاد داریم ولی اولاً به اختصار به نقش زنان، مردان و انجمن ترویج می پردازیم

نقشه راه پیشنهادی برای توسعه مشارکت زنان در کسب و کارهای خانوادگی

نقش زنان: توانمندسازی در مدیریت، افزایش سهم در تصمیم‌گیری‌های کلان، توسعه مهارت‌های رهبری

نقش مردان: حمایت و تسهیل حضور زنان در مدیریت، تغییر نگرش‌های سنتی، ارائه فرصت‌های برابر

نقش انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی: ایجاد



فاطمه نظری مدیرعامل بخش تهران شرکت گروه کسب و کار نظری

نقطه عطف دیگری که در کسب و کار خانوادگی ما اتفاق افتاد بین سال های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ بود که سهامداران تصمیم گرفت سازمان را از یک مجموعه سنتی به مدرن تبدیل نمایند.



سرکار خانم فاطمه نظری،
مدیرعامل بخش تهران شرکت گروه کسب و کار نظری
و عضو خانوادگی انجمن ترویج کسب و کار های خانوادگی

شرکت ما یک مجموعه کشاورزی است که در زمینه های تولید و صادرات محصولات باغبانی و گلخانه‌ای و همچنین دامداری فعال است و از ابتدا بر پایه تولید محصول سالم و استفاده بهینه از منابع آبی و طبیعی و تولید دانش فنی بومی کشاورزی پایه‌ریزی شده است موضوعی که قصد دارم با شما به اشتراک بگذارم تجربه زنانی بود که در خانواده ما کار را شروع کردند و تجاری که خود در این میان به دست آورده‌ام را بیان نمایم

روایت کاشت پسته در خانواده ما مربوط به قرن گذشته است و نسل‌های بعدی کم کم آن را توسعه دادند. پدربرزگم حاج علی اکبر نظری اولین صادرکننده پسته به آمریکا بوده‌اند و پدرم علی نظری که نسل دوم است توانستند این توانمندی را توسعه داده و زنجیره ارزش را تکمیل تر نمایند و من امروز نسل چهارم این کسب و کار هستم و در خدمت خانواده

زمانی که گذشته را مرور می کنم دو نقطه عطف را همواره در کسب و

کارمان پر رنگ می‌بینم

مورد اول آن است که در سال ۱۳۸۰ زمانی که پدربرزگم فوت نمودند،

وارثین تصمیم گرفتند بر خلاف عرف سرمایه را تقسیم ننمایند و طبق

وصیت ایشان کار را ادامه دهند. این تصمیم در آن زمان بسیار مهم بود

چرا که بقای سازمان را ضمانت می کرد.

در آن زمان ما در دو جغرافیا فعالیت می کردیم. جغرافیای اول تهران بود

که سرپرستی آن با پدرم علی نظری بود و دومی کرمان بود که برایش

متولی لازم داشتیم که از میان خواهر و برادرها، عمه من مسئولیت را

پذیرفتند و تا امروز این مسئولیت ادامه دارد و ما از ایشان بسیار آموختیم

مهمترین دستاورد حضور ایشان، گرمی بخشیدن به روابط خانواده بود

که مزیت های بسیاری را برابیم فراهم نمود و آن هم در آسیب پذیرترین

زمان ممکنه، یعنی فوت پدر ایشان و رهبر سازمان

یکی از نکاتی که در راهبری و توانمندی زنان در سازمان کمتر دیده می

شود آن است که آنان درک بهتری از احساسات آدم‌ها دارند و راحت تر

می توانند شنوایی صادقانه داشته باشند و شاید دلیلش نقش پراهمیت آنان

در خانه و روابط اهل خانه با فرزندان است.

امروز یکی از موارد مهم در مدیریت و راهبری سازمان ما، درک عمیق



فیروزه صابر بنیان گذار و موسس انجمن زنان کارآفرین

کسب و کارهای خانوادگی آن جا معنا واقعی خود را نمایان می کند که اعضای خانواده تماما در مسیر رشد و توسعه کسب و کار حضور مستند، مستمر و اثرگذار داشته باشند

از ارتباطات با جامعه هدف و همکاران است و عمه من این نقش را به خوبی ایفا نمود به گونه ای که بین سازمان و سهامداران همواره یک پل ارتباطی دوسویه اثربخش ایجاد نموده بودن هییب

نقطه عطف دیگری که در کسب و کار خانوادگی ما اتفاق افتاد بین سال

های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ بود که سهامداران تصمیم گرفتند سازمان را از یک

مجموعه سنتی به مدرن تبدیل نمایند.

در آن زمان وقتی سازمان های پیشرو را مطالعه می کردیم متوجه نحوه

عبورشان از مسائل مالکیت شدیم و تصمیم گرفتیم برای شعبه تهران

یک مدیر عامل انتخاب کنیم. آگاهییم که مقوله عادت در تصمیم‌گیری

بسیار قوی است و تغییر آن بسیار دشوار. برای تحولی که به دنبالش

بودیم می‌بایست شخصی را انتخاب کنیم که توانمندی لازم را در دانش به

روز و تجربه داشته باشد. در آن زمان موضوع مالکیت و مدیریت بسیار در

هم تنیده شده بود و ما فردی را نیاز داشتیم که در کنار مسایلی پیچیده

ای که در حوزه مالکیت و نقش ها حقیقی بودند بتواند به شکلی کارا به

حقوقی تبدیلیش نماید و امین هم باشد. این مسئولیت به رای همگان به

من واگذار شد و از آن زمان تا امروز نقش آفرینش هستم

در طی این دوره علاوه بر آن تحولی که به دنبالش بودم یک سری تغییرات

نیز در حوزه سهامداری ایجاد نمودیم از جمله آنان شورای سهامداری بود.

در این شورا بلافاصله جلسات منظم شورا را تشکیل دادیم و سعی نمودیم

بیشتر به مباحث سهامداری بپردازیم. چندین کمیته ایجاد نمودیم که از

جمله آنان کمیته نسل چهارم بود و در آن گفت و گوهایی رد و بدل می

شد که خانواده هایمان به آن نمی پرداختند. کمیته گردشگری ایجاد

نمودیم که هدفش جمع نمودن اعضای خانواده سالی یکی دو بار کنار

هم بود و همین طور کمیته آموزش و دیگر کمیته ها

اولین سند تحول خانواده را ایجاد و همگی پای آن امضا نمودیم که امروز

در حال به روزرسانی آن هستیم

در خصوص استفاده از نیروهای نسل چهارم خانواده برنامه ریزی نمودیم

تا رویکردهای توسعه یک جانبه نباشد و آنان نیز سهیم شوند

سه درس بزرگ از ۶ سال مدیریتم در گروه کسب و کار نظری فرا

گرفتم که تمایل دارم آن را با شما درمیان بگذارم.

اول : برای انتقال مدیریت می بایست بستر قدرتمندی

بسازیم که خودمان منشا آن باشیم

به نظرم کلمه جانشینی یک واژه تضعیف کننده است چرا که ما قرار

نیست با کسی رقابت کنیم، کسی را بازنشست کنیم یا جای کسی را

بگیریم یا صندلی کسی را تصاحب کنیم. دلیل این احساس آن است که

زمانی که مسئولیت جدید را به من دادند پدرم گفت که بیا و روی صندلی

من بشین. این حس خوبی برابیم نداشت. حس من خلق یک ماموریت

جدیدی بود که بازیگرش خودم باشم. چیزی که بتواند افزایشده باشد و

به قولی چیزی از سازمان‌مان کم نکند. این حس باعث شد من در لباس مدیر اجرایی مسئولیت داخل سازمان را به عهده بگیریم و پدرم به عنوان رئیس هیئت مدیره مباحث بیرون از سازمان از جمله پروژه های مهم را

دوم : یک پارتتر همراه برای سبک زندگی خودتان داشته باشید

سال ۹۸ وقتی پیشنهاد مدیریت به من شد، دخترم ۲ سالش بود و خیلی وابسته به والدی بود که همواره پیشش باشد. در آن زمان من و همسرم کار را بین خودمان تقسیم کردیم به نحوی که صبح ها من به محل کارم میرفتم و بعدازظهرها ایشان می رفتند و این داستان هم چنان برایمان ادامه دارد. لازم است که ما یک نفر را داشته باشیم که همواره پیش فرزندانمان باشد بدون آن که احساس اجحاف یا شکوه ای باشد و بداند که هر دو والدش، سهم ارزشمندی در توسعه فعالیت های اجتماعی بازی می کنند. بدیهی است که نبود چنین فردی توسعه در هر دو مکان خانواده و سازمان بسیار مشکل و غیرقابل انجام خواهد بود

سوم : حتما یک کوچ بیزنس کنارتان باشد.

به نظرم کسب و کارهای خانوادگی بیشتر به این امکان نیاز دارند چرا که روابط در کسب و کارهای خانوادگی مملو از حاشیه و روابط سنتی است و اطرافیان‌مان می توانند به صورت غیرمستقیم و ناخودآگاه شما را تحریک کنند و مسائلی ایجاد می کنند که می تواند بر روی نحوه مدیریت شما تاثیرات منفی بگذارد.

این فرد می تواند حداقل هفته ای یک بار کنار شما بنشیند، گوش دهد و شما را تنظیم مجدد نماید.

صحبت آخر این است که برای ارائه موضوع امروز سراغ عمه‌ام رفتم و از ایشان سوال نمودم که زمانی که مسند کار را به عهده گرفتی نه دانش مرتبط داشتید و نه تجربه کافی، علت قبولی مسئولیت رهبری چه بود؟

گفتند زمانی که حاج اکبر زنده بودند من تازه لیسانس گرفته بودم و از ایشان درخواست نمودم که اجازه دهد من هم در حجره ایشان و کنارشان مشغول به کار شوم. جالب آن جا بود که با توجه به دیدگاه مذهبی و کاملا سنتی که داشتند موافقت نمودند و گفتند که بیا از فردا مشغول به کار شو

من به دلائلی که یادم نیست نرفتم اما زمانی که پیشنهاد مدیریت کرمان شد یاد حرف ایشان افتادم که گفت بیا و دوباره در درونم ولوله ای ایجاد شد و این بار استقبال نمودم

واقعیت من هم همین تجربه بود. من در خانواده ای بزرگ شدم که جنسیت مانعی برای رشد نبود. من در هیچ برهه ای از زندگی‌م، نه نشنیدم. همواره خانواده ام مشوقم بودند و می‌گفتند، تو می توانی.

ساختارهای حمایتی، تسهیل ارتباطات، برگزاری دوره‌های آموزشی

گام‌های کلیدی در نقشه راه:

۱. توسعه ظرفیت‌های مدیریتی زنان – ارائه برنامه‌های آموزشی و منتورینگ برای افزایش مهارت‌های رهبری و تصمیم‌گیری
۲. شفاف‌سازی سیاست‌های کسبوکار خانوادگی – تدوین منشور خانوادگی که نقش و سهم زنان را به طور واضح مشخص کند
۳. تقویت شبکه‌های حمایتی – ایجاد گروه‌های همیار زنان در انجمن برای تبادل تجربه و ارائه راهکارهای عملی
۴. فرهنگ‌سازی و تغییر نگرش‌ها – برگزاری نشست‌های آگاهی‌بخش برای تغییر ذهنیت مردان و زنان نسبت به حضور برابر در کسبوکار
۵. توسعه ابزارهای مالی و اقتصادی – ایجاد صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک برای حمایت از زنان در نقش‌های مدیریتی

چالش‌ها و راهکارها:

مقاومت فرهنگی و سنتی: اجرای برنامه‌های آموزشی و فرهنگی برای تغییر نگرش‌های سنتی

عدم دسترسی به منابع مالی: ایجاد مکانیزم‌های حمایتی و سرمایه‌گذاری برای زنان در کسبوکارهای خانوادگی

عدم تعریف شفاف نقش زنان در ساختار خانوادگی – مدیریت: تدوین سیاست‌های رسمی برای تعیین نقش و مسئولیت‌های زنان

کمبود الگوهای موفق: ترویج داستان‌های موفقیت زنان در مدیریت کسبوکارهای خانوادگی

نقشه راه توسعه همگان علی‌الخصوص زنان در پنج مرحله میسر خواهد شد

۱- آگاهی سازی

۲- توانمندسازی

۳- حضور فعال

۴- مشارکت موثر

۵- تثبیت نقش زنان در حکمرانی کسب و کارهای خانوادگی

و در آخر آن که، افزایش سهم زنان هم به اقتصاد خانوادگی کمک می کند وهم تضمین کننده انتقال پایدار و موفقیت بین نسلی خواهد بود سخنران(انتقال تجربه) این نشست:

چکیده‌ای از نکات گزارش KPMG درباره حضور زنان در کسب و کارهای خانوادگی

۱۴۰۳/۱۱/۳۰



دکتر نسیم غنبر طهرانی

مجری نشست و عضو حرفه ای

شورای علمی انجمن ترویج کسب و کار های خانوادگی

افزایش تعداد زنان در نیروی کار یکی از تغییرات قابل توجه در اقتصادهای سراسر جهان در ۴۰ سال گذشته بوده است. زنان در نقش‌های رهبری در صنایعی مانند تولید خودرو، معدن، ساخت و ساز و فناوری‌های پیشرفته مشغول به کار شده‌اند. در حال حاضر، ۱۸ درصد از رهبران کسب‌وکارهای خانوادگی در سطح جهانی زنان هستند، و بالاترین درصد متعلق به کسب‌وکارهای خانوادگی در اروپا و آسیای مرکزی است. و در حالی که این اعداد به طور کلی در آمریکای شمالی پایین‌ترین هستند، آمارهای اخیر جمع‌آوری شده توسط بانک ملی کانادا نشان می‌دهد که ۱۳ درصد از ۳۸ شرکتی که در شاخص خانوادگی کانادایی ۲۰۲۰ قرار دارند، توسط یک مدیرعامل زن رهبری می‌شوند، در حالی که این رقم در میان شرکت‌های فهرست شده S&P/TSX پنج درصد است. در برخی موارد، زنان به طور سنتی نقش نسبتاً «نامرئی» در کسب‌وکارهای خانوادگی خود ایفا کرده‌اند و در پشت صحنه در امور اداری، به عنوان مشاوران غیررسمی و میانجی‌ها فعالیت کرده‌اند یا به طور انحصاری بر مدیریت خانه‌های خود تمرکز کرده‌اند

هیچ‌کس نگفته است که تغییر این وضعیت آسان است. ذات فرهنگ کسب‌وکار خانوادگی و نقش‌های متعددی که اعضای زن خانواده معمولاً ایفا می‌کنند، به بقای سقف شیشه‌ای برای برخی از زنان کمک کرده است که همچنان این دو نقش را دارند و تلاش‌های خود را در کسب‌وکار و همچنین در خانواده دو برابر می‌کنند. کیم شوفلین، مدیرعامل شرکت Kwatani در آفریقای جنوبی، این موضوع را این‌گونه توصیف می‌کند: «از شما انتظار می‌رود که خود را به کسب‌وکار اختصاص دهید، مادر و مراقب کاملی باشید، زود به خانه بروید و هنوز هم کار را تمام کنید. پدرم همیشه می‌گفت، 'بهتر است تا ساعت ۵:۰۰ از دفتر بروی چون نمی‌خواهم دیر به خانه بروی'. او نگران مراقبت از نوه‌هایش بود، اما هنوز هم باید کار را تمام کنید.»

مانند یک مادر رفتار کنید، اما مطمئن شوید که کسب‌وکار به خوبی اداره می‌شود. «حتی به عنوان بنیان‌گذاران و مالکان مشترک کسب‌وکار خانوادگی، زنان اغلب در حاشیه قرار می‌گیرند و با چالش‌های مشابهی در ارتباط با تبعیض جنسیتی و کلیشه‌ها مواجه بودند که در دنیای شرکتی گسترده‌تر نیز وجود دارد. اگرچه ممکن است آنها در کسب‌وکار خانوادگی نقشی داشته باشند - و قطعاً علاقه‌مند باشند - اما تلاش‌ها

و مشارکت‌های زنان همیشه در یک موقعیت رسمی یا با مزایای مالی شناخته یا مورد توجه قرار نگرفته است. اغلب، آنها نقش‌های کمتر قابل مشاهده‌ای را به عنوان مشاوران غیررسمی یا در زمینه حسابداری یا کارهای اداری بر عهده می‌گرفتند. بسیاری از زنانی که مورد مصاحبه قرار گرفتند، بر این باور بودند که تعصب ناخودآگاه همچنان در برخی زمینه‌های جامعه مدرن زیر سطح وجود دارد. و از آنجا که مردم قادر به دیدن تعصب نیستند، ضروری است که آن را مطرح کنیم.

زنان رهبران کسب‌وکار خانوادگی که با آنها صحبت کردیم به‌طور کلی موافق بودند که قوانین و سهمیه‌های اجباری راه‌حل نیستند. در حالی که آنها معتقدند سهمیه‌ها آگاهی بیشتری از تعصب و کلیشه‌ها ایجاد می‌کنند و می‌توانند نقطه شروعی در کشورهایی باشند که برابری جنسیتی هنوز یک هنجار فرهنگی نیست، هیچ‌یک از زنانی که با آنها صحبت کردیم طرفدار تحمیل قوانین و برنامه‌ها بر شرکت‌ها نیستند.

تحقیقات قبلی نشان داده‌اند که کلیشه‌های جنسیتی غالباً در نقش‌ها و وظایف تصمیم‌گیری که هر شریک در کسب‌وکار بر عهده دارد، منعکس می‌شود. حتی زمانی که مدارک آنها برابر یا بهتر از مدارک شوهرانشان باشد، معمولاً زنان متوجه می‌شوند که سایر افراد کسب‌وکار آنها را نادیده می‌گیرند و به همسرانشان برای تصمیم‌گیری نهایی مراجعه می‌کنند. گاهی اوقات، این بر اساس تصویری نادرست از سوی دنیای خارج است که زنان تنها به این دلیل در کسب‌وکار خانوادگی مشغول به کار هستند که با «رئیس» ازدواج کرده‌اند یا نسبت دارند

در برخی موارد، این پدیده حتی باعث شده است که زنان هویت خود را از هویت همسرشان جدا کنند تا بتوانند قدرت را به دست آورند و به عنوان رهبران کسب‌وکار خود را معرفی کنند. همان‌طور که یکی از هم‌مالکین زن و عضو فعال کسب‌وکار خانوادگی‌اش به ما توضیح داد: «من و همسرم این شرکت را با هم اداره می‌کنیم و ما به هیچ وجه بر این واقعیت که ما زن و شوهر هستیم تأکید نمی‌کنیم. ما حتی از نام‌های خانوادگی متفاوت استفاده می‌کنیم تا در داخل شرکت به عنوان 'زن و شوهر' شناخته نشویم. در غیر این صورت، کارمندان و مشتریان با من به گونه‌ای متفاوت صحبت می‌کنند - به عنوان همسر مدیرعامل و نه کسی که توانایی کمک به حل مسائل فنی جدی آنها را دارد.» هم‌مالک زن کسب‌وکار خانوادگی، فرآوری شیمیایی، روسیه.

زنان در کسب‌وکار خانوادگی فرصتی دارند تا این ذهنیت را تغییر دهند و با تغییر چارچوب ذهنی خود هنگام ورود به کسب‌وکار، این تغییر را ایجاد کنند. به نظر مارگارت هیرش، هم‌بنیان‌گذار و مدیر اجرایی هیرش در آفریقای جنوبی، «بسیاری از اوقات، زنان می‌خواهند همه آنها را دوست داشته باشند و با این نگرش وارد کسب‌وکار یا محل کار خود می‌شوند. در پایان روز، به خاطر این نگرش مورد سوءاستفاده قرار می‌گیرند. وقتی می‌خواهید مهربان باشید، حتی وقتی می‌دانید که کار اشتباهی است، ایستادن بر سر موضع خود دشوار است. اینجاست که انجام کار درست و انجام کارها به درستی اهمیت پیدا می‌کند. شما باید متوقف شوید و از خود بپرسید، 'کار درست چیست؟' به عنوان زنان، باید در برابر نیاز به پرورش مداوم مقاومت کنیم و بگوییم 'این یک کسب‌وکار است و کار درست برای گفتن یا انجام دادن چیست؟' بسیاری همچنین بر این باورند که افزایش آگاهی نقطه شروع خوبی برای تشویق مشارکت بیشتر زنان در هیئت‌مدیره‌های شرکتی است. این واقعیت که جامعه در حال تغییر است، همان‌طور که آموزش و تربیت کودکان نیز در حال تغییر است، مورد شناسایی قرار گرفته است

به گفته جودی بلومر، هم‌بنیان‌گذار و مدیر توسعه کسب‌وکار شرکت Canadian Fiber Optics Corp. از نسل هزاره، هدف شرکت جوان او ایجاد فرهنگی است که در آن همه بتوانند «آنچه را که انجام می‌دهند، به آنچه که هستند و به خوبی انجام دهند!» او گفت: «این هدف در مرکز تربیت من قرار داشت. این‌گونه والدینم من و خواهرم را بزرگ کردند. آن‌ها ما را برای پیوستن به کسب‌وکار تربیت نمی‌کردند، اما همه تلاش خود را کردند تا مطمئن شوند که می‌توانیم با انجام کارها به خوبی و به‌طور اصیل به پتانسیل کامل خود برسیم. آنچه که انتخاب کردیم کاملاً به خودمان بستگی داشت.»

برخی از نکات کلیدی از تحقیقات نشان می‌دهد که زنان و مردان فرصتی برای همکاری دارند تا کلیشه‌ها را از بین ببرند و تنوع بیشتری را در کسب‌وکارهای خانوادگی ایجاد کنند. هم مردان و هم زنان به ایجاد کلیشه‌های جنسیتی کمک می‌کنند و باید با هم کار کنند تا نقش‌ها و مسئولیت‌های خود را به وضوح تعریف کرده و آن‌ها را به همه ذینفعان منتقل کنند

خانواده‌ها باید از سنین پایین به طور فعال هم زنان و هم مردان را اجتماعی کنند تا دانش لازم برای کسب‌وکار را به دست آورند و تحصیلات و آموزش‌های لازم را برای آماده‌سازی آن‌ها برای یک شغل در کسب‌وکار خانوادگی دنبال کنند در حالی که سهمیه‌ها پاسخ مناسبی برای دستیابی به تنوع جنسیتی بیشتر نیستند، می‌توانند نقطه شروعی برای ایجاد الگوهای جدید زنانه باشند. نیاز به شیوه‌ها و سیاست‌های سازمانی است که عدالت را ترویج کرده و تعصب را به حداقل برسانند

نهاد خانواده درآیینہ قرآن، وقف و حکمرانے مالے و درس هایے برای پایداری بین نسلے

نشست مشترک انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگے و اندیشکده کسب و کارهای خانوادگے دانشگاه تهران



خانواده، فرهنگ و تمدن سازی

در ابتدای سخنرانی، دکتر محقق داماد به نقش نهاد خانواده در شکل گیری تمدن ها اشاره کردند و تأکید داشتند که در اسلام، همانند آثار نهضت پروتستانتیزم در غرب، مفاهیم دینی همچون کار، اعتماد، مسئولیت و توزیع عادلانه به مثابه پی ریزی برای نظم اقتصادی و اجتماعی معنا یافته اند و کار و کسب درآمد مشروع برای مومنان معنای الهیاتی دارد که در آن آبادانی دنیای مومن به معنای کسب صواب برای آخرت نیز هست. همانطور که حفظ ارتباطات خویشاوندی (صله رحم) و اجتناب از قطع رحم، با ذکر آیات قرآنی متعدد ستون اصلی پایداری درون خانوادگی معرفی شد، قطع رحم و عدم ارتباط بین افراد خانواده به عنوان مهمترین گناه کبیره برای مومنین معرفی شده است بنابراین باید گفت بر اساس قرآن، فعالیت اقتصادی خانوادگی محور نظام اقتصاد اسلامی است چرا که اگر خانواده به معنای وسیع آن که شامل اعضای نسبی و سببی دور و نزدیک است با هم در کار اقتصادی مشارکت داشته باشند باعث می شود همه جامعه متاثر شوند و به رفاه همراه با ثبات نظم اقتصادی و اجتماعی دست یابند

وصیت و ثلث آن؛ ابزار برنامه ریزی درونی

با مروری بر احکام قرآنی مربوط به وصیت، استاد محقق داماد تصریح کردند که امکان وصیت تا سقف یک سوم دارایی، فرصتی برای تنظیم روابط مالی، تعیین مأموریت های خاص خانوادگی و ایجاد بنیان های اخلاقی در نسل های بعدی است. ایشان تأکید کردند که استفاده هوشمندانه از این ابزار برای حفظ انسجام خانواده و نیز مناسبات اجتماعی اقتصادی می تواند راهی برای انتقال ارزش ها در کنار دارایی ها باشد تا بدانجا که از آیات قرآنی می توان تا حد نزدیک به وجوب را برای وصیت توسط مومنان استنباط کرد و این نشان دهنده جایگاه وصیت در زمان حیات افراد برای تنظیم مناسبات خانواده و سیاست گذاری برای فعالیت اقتصادی در میان خانواده و جامعه است

وقف و حبس؛ ابزار حکمرانی مالی و میراث فرهنگی

بخش محوری سخنرانی به نقش وقف اختصاص داشت. ایشان بین وقف (که جنبه عمومی دارد) و حبس (که غالباً برای منافع فردی یا خانوادگی است) تفاوت قائل شدند. سپس با اشاره به وقف ذری (وقف اولادی) به عنوان یکی از نهادهای شناخته شده فقه شیعه، آن را ابزاری کارآمد برای حفظ انسجام مالی، انتقال منظم مالکیت، و تقویت مسئولیت اجتماعی در نسل های آینده خانواده ها دانستند

وقف اولادی، که در آن منافع موقوفه در وهله نخست به نسل های بعدی خانواده می رسد و سپس به مصرف عمومی اختصاص می یابد، می تواند راهکاری نوین برای خانواده های کسبوکار باشد تا ضمن حفظ دارایی های راهبردی، فرهنگ خانوادگی، مأموریت های اجتماعی و هدف های خیرخواهانه را نهادینه کنند. ایشان توصیه داشتند که خانواده های کارآفرین با ترکیب ظرفیت های فقهی وقف اولادی و نیز قانون تجارت و شرکت های مدرن، سازمان کارآمدی با مدیریت اعضای خانواده برای مدیریت اموال و تداوم فعالیت های شرکت در بین اعضای خانواده در نسل های مختلف و تقسیم کار بین اعضای خانواده در قالب شرکت های غیرانتفاعی با استفاده از وقف اولادی تعریف کنند. همینطور با ترکیب وصیت و وقف می توان نیات خیر افراد برای فعالیت های نیکوکارانه اجتماعی را منسجم و نهادمند کرده و با حمایت ماندگار و پایدار مالی و حقوقی، توجه وقف را به سمت نهادهای علمی و فرهنگی جهت داد چون در صورتی مسائل اقتصادی و اجتماعی جامعه قابل حل است که با حمایت محقق و پژوهش مانند اکثر کشورهای شاخص دنیا، نه صرفاً از طریق ساخت ساختمان برای فعالیت های دینی و علمی، منابع پایدار و پیوسته برای نهاد علم در دسترس باشد و از این جهت امنیت و آسایش خاطر برای محققان فراهم شود. در اینجا نیز نقش خانواده های کارآفرین بخاطر تداوم و ثباتی که دارند برای فعالیت های نیکوکارانه در حوزه علم بسیار مفید است

انسجام خانوادگی و صله رحم؛ سرمایه نامشهود اما حیاتی

ایشان بار دیگر تأکید کردند که انسجام درون خانوادگی و پیوندهای خویشاوندی از مهم ترین عوامل دوام و موفقیت کسبوکارهای خانوادگی است. بهویژه در زمان انتقال قدرت و ثروت بین نسل ها، نبود انسجام می تواند به فروپاشی ساختارها بیانجامد. مفاهیم قرآنی در این زمینه



دستورالعملی برای خانواده های کسبوکار در تنظیم نظام های ارتباطی و اخلاقی محسوب می شوند. از این جهت می توان درباره اخلاق خانواده کارآفرین توصیه های مختلفی را از سنت اسلامی استخراج کرد که برای خانواده ها قابل استفاده است چون ارزش ها و باورهای جامعه درباره کار خیر و نیکوکاری حول این ارزش های انسانی نیز تداوم دارد و در عین حال بین پیروان ادیان مختلف مشترک است

احیای نهاد وقف به زبان امروز

در پایان، پیشنهاد شد که سنت دیرینه وقف، بهویژه وقف ذری، در قالب هایی نوین مانند صندوق های سرمایه گذاری خانوادگی، بنیادهای خانوادگی وقفی، شرکت های وقفی یا تراست های خانوادگی بازطراحی شود. این قالب ها می توانند مأموریت های اقتصادی، اجتماعی و تربیتی خانواده را در بلندمدت حفظ و تثبیت کنند در عین حال که با توجه به انتقال مالکیت و نیز مدیریت دارایی ها و فعالیت های اقتصادی شرکت های خانوادگی را در روند انتقال جانشینی در بین نسل های مختلف تسهیل کند و همینطور تا حد زیادی در مقابل فراز و فرود تحولات سیاسی و اجتماعی و اقتصادی نیز مقاوم بوده و ارزش های فرهنگی خانواده را نیز حفظ می کند

پیشنهادهایی برای خانواده های صاحب کسبوکار

۱. توسعه وقف ذری (اولادی) برای انتقال امن دارایی ها، کاهش اختلافات بین نسلی، و حفظ انسجام مالی خانواده
۲. استفاده از وصیت در چارچوب شرعی برای تنظیم مسئولیت ها، مأموریت ها و توازن میان وراث
۳. تثبیت فرهنگ صله رحم از طریق نهادینه سازی ارزش ها و راه اندازی ساختارهای گفت و گو محور
۴. طراحی بنیادهای وقفی خانوادگی برای ترکیب سرمایه گذاری، مسئولیت اجتماعی و پایداری نسلی

این سخنرانی بازتابی از ظرفیت های فقه اسلامی برای طراحی ساختارهایی است که هم پایدار باشند، هم اخلاق محور، و هم پاسخگوی نیازهای دنیای امروز. انجمن ترویج کسبوکارهای خانوادگی ضمن قدردانی از استاد محقق داماد، در تلاش است تا این مفاهیم را در دستور کار آموزشی، مشاوره ای و سیاست گذاری خود قرار دهد

گزارش جلسه نشست اصفهان (هتل شاه عباس)

۱۴۰۳/۱۲/۸

مقدمه:

انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی در راستای ماموریت فرا استانی و ملی خود به اولین استان بعد از پایتخت، یعنی نصف جهان ورود کرد. اولین نشست کسب و کارهای خانوادگی اصفهان به دعوت از انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی در هتل عباسی در تاریخ ۸ اسفند ۱۴۰۳ برگزار شد. محوریت اصلی این جلسه به معرفی انجمن، اهداف آن، اهمیت پرداختن به کسب و کارهای خانوادگی در اصفهان و دعوت به عضویت ۱۳ کسب و کار خانوادگی اصفهان به عنوان حلقه اولیه شهر اصفهان اختصاص داشت.

این نشست از ساعت ۱۵ الی ۱۸:۳۰ به صورت رسمی و تا ۱۹ پایان یافت. این رویداد شامل معرفی حضار، سخنرانی با محوریت سه کرسی اصلی یعنی آقایان جعفر ذره بینی، امیر کشانی و سعید جابرانصاری شروع گردید. در ادامه آقای حسن فروزانفرد به عنوان منشی جلسه، گردش بحث را به انجام رسانید. از ۱۵ نفر حضار، چهار نفر از کادر انجمن و سایرین از مالکان کسب و کارهای خانوادگی اصفهان بودند که نمایندگان دو(۲) شرکت مقیم اصفهان عضو انجمن یعنی شرکت پریس و شرکت تامکار نیز در این جلسه حضور داشتند.

لیست حاضرین با عناوین شامل:

جعفر ذره بینی (موسس انجمن مدیران صنایع اصفهان و عضو اسبق هیئت رئیسه اتاق بازرگانی
امیر کشانی (رئیس اتاق بازرگانی اصفهان و مالک شرکت بسته بندی نقش آفرین
سعید جابرانصاری (رئیس هیئت مدیره انجمن)
حسن فروزانفرد (عضو هیئت مدیره انجمن)
علی حسینی نژاد (مدیرعامل انجمن)

سینا توفیق نیا (کارشناس تحقیق و توسعه و دبیر اجرایی انجمن در اصفهان
محمدرضا برکتین (رئیس کمیسیون صنعت اتاق بازرگانی اصفهان و مالک شرکت تامکار و عضو انجمن



نامین برکتین (فرزند محمد رضا برکتین از شرکت تامکار)
محمد جعفر برکتین (مالک شرکت تامکار و عضو انجمن)
فرزند پسر محمد جعفر برکتین
جعفر فوده (مالک شرکت دام و گوشت فوده)
مرتضی ایرانپور (مالک و موسس شرکت موتوسل)
علیرضا وفایی (موسس و مالک شرکت رعد)
نفیسه کشانی (مدیر شرکت بسته بندی)
میترا عابدی (رئیس انجمن مدیران صنایع اصفهان)



جناب آقای جعفر ذره بینی به عنوان شروع نشست به بیان اهمیت نقش انجمن پرداختند و اهدافی که میتواند برای اعضای خود را در بخش کسب و کارهای خانوادگی شمر ثمر باشد. جناب ذره بینی بیان نمودند که ماموریت اصلی انجمن مختص به نسل بعدهای موسسین و مالکین است که چطور جانشین پروری شایسته ایجاد گردد تا این کسب و کارها به نسل های بیش از دوم و سوم برسند و با بیان رایج نبود. این چرخه در کسب و کارهای خصوصی به نیازمند بودن به موسسه ای مانند انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی اشاره نمودند که در آینده حتی بتوان به موسسات جهانی مانند FBN International در سوئیس ملحق گردید.

همچنین جناب ذره بینی بیان نمودند که با توجه به تجربه تاسیس سایر انجمن ها و غیبت تعداد قابل ملاحظه مهمان ها می بایست به این راه در مسیر ترویج و برگزاری نشست های تخصصی در این راستا ادامه داد. ایشان سپس از حضار درخواست کردند به عضویت انجمن در بیایند و کسب و کارهای خانوادگی اصلی که میشناسند نیز جهت عضویت در انجمن معرفی نمایند



سپس جناب آقای امیر کشانی به عنوان رئیس اتاق اشاره به سهم ۷۰٪ کسب و کارهای خانوادگی در دنیا کرد و اشاره نمود در ایران این آمار به زیر ۲۰ درصد هم نمی رسد. ایشان همچنین بیان نمودند با ایجاد سازو کارهای لازم برای پرداختن به کسب و کارهای خانوادگی، می بایست مدل های موفق کسب و کارهای خانوادگی در دنیا استخراج و در ایران نیز پیاده سازی شود تا جبران کاستی های گذشته تاکنون انجام گردد



در ادامه جناب آقای سعید جابرانصاری نیز با بیان نقش کم رنگ کسب و کارهای خانوادگی در ایران و غفلیتی ملی نسبت به این سهم در سطح خانواده ها، اتاق های بازرگانی، وزارت علوم، دولت و حاکمیت بیان کردند که راه توسعه اقتصاد ایران از این مسیر عبور می کند و می بایست با تدبیری ملی نقش خانواده های کار آفرین در اقتصاد ملی را بازآفرینی کنیم و با جا به جایی مالکیت و کاهش تصدی گری دولتی به رفع ناترازی ها کمک کنیم. نهایتا ماموریت اصلی انجمن که آگاهی رسانی، شبکه سازی و توانمندسازی کسب و کارهای خانوادگی است اشاره شد و در این راستا کلیپ های دستاوردهای یکساله انجمن در ۲۰۲۴ پخش گردید. سپس، فرایند جلسه به پرسش و پاسخ میان کارفرینان خانوادگی درباره مفهوم عبارات بکارگرفته شده شد و جناب جابر انصاری در جایگاه پاسخگو ظاهر شدند



جناب آقای دکتر حسن فروزانفرد به بیان رویکرد انجمن در قبال ورود به سایر استان ها و عضو گیری انجمن پرداختند که سعی بر این است حلقه اولیه هر استان به پشتوانه اتاق بازرگانی متشکل از کارآفرینان خوشنام خانوادگی ایجاد گردد و به ترتیبی باشد که از هر صنعت بزرگی از استان در این حلقه اولیه اعضا شاخص به عضویت انجمن دریابند.



در پایان جناب آقای محمدرضا برکتین رئیس کمیسیون صنعت اتاق بازرگانی و عضو انجمن، به رویکرد و نگاه مورد نیاز جهت ارتقا و توسعه کسب و کارهای خانوادگی اشاره نمودند و از برنامه های در حال اجرا برای کسب و کارهای خانوادگی به صورت تلویحی پرده برداشتند و بیان نمودند که این حوزه می بایست فرد قائمی به نمایندگی هر استان برای پیشبرد این مسیر یعنی توسعه کسب و کارهای خانوادگی انتخاب گردد



جعفر فوده ، مالک شرکت
گوشت و دام فوده ، عضو
هیات رئیسه اتاق بازرگانی
اصفهان



مرتضی ایرانپور - مالک شرکت
مهر تاش (سمت راست)
علیرضا وفایی مالک شرکت رعد
(سمت چپ)



کادر انجمن در کنار مهندس ذره بینی
(اولین عضو انجمن در اصفهان) موسس
انجمن مدیران صنایع اصفهان و عضو
السبق هیات رئیسه اتاق بازرگانی
نفر وسط



کادر انجمن در کنار مهندس برکتین (عضو انجمن)، مالک تامکار و رئیس کمیسیون صنعت اتاق بازرگانی اصفهان
و خانم میترا عابدی ، رئیس انجمن صنایع مدیران اصفهان و مدیر عامل شرکت سافا



خانواده برکتین - مالکین شرکت تامکار
(از اعضای انجمن)



ردیف جلو از راست به چپ : مهندس برکتین (فرزند) میترا عابدی ، محمد جعفر برکتین، جعفر ذره بینی
سعید جابر انصاری ، امیر کاشانی ، نفیسه کشانی، سینا توفیق نیا

ردیف پشت از راست به چپ: نامین برکتین، علیرضا وفایی ، محمد رضا برکتین، جعفر فوده، حسن فروزان فرد، سید علی حسینی نژاد ، مرتضی ایرانپور



● **دفتر مرکزی کسب و کارهای خانوادگی در اتاق ایران تأسیس می شود | علت افول کسب و کارهای خانوادگی دولتی شدن اقتصاد بود**

♦ **روسای ادوار مختلف اتاق ایران در اولین همایش ملی کسب و کارهای خانوادگی از علل عدم پیشرفت این نوع کسب و کارها در اقتصادی ایران گفتند و دلیل اصلی آن را ناشی از نگاه دولتی حاکم بر اقتصاد عنوان کردند.**

♦ **در این همایش همچنین از توافق با رئیس اتاق ایران مبنی بر ایجاد دفتر مرکزی کسب و کارهای خانوادگی در اتاق ایران و راه اندازی دفاتر استانی آن در اتاق های سراسر کشور، صحبت شد. همچنین مقرر شد اتاق تهران به عنوان پیش قدم در بین اتاق های استانی، اولین دفتر را تأسیس کند.**

♦ **سعید جابرانصاری، رئیس هیات مدیره انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی در این همایش به انتقاد از عدم توجه به کسب و کارهای خانوادگی در ایران پرداخت و 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 می دهند. در ایران این رقم به ۲۰ درصد هم نمی رسد.**



فرازهایی از سخنرانی برخی رؤسای فعلی و پیشین اتاق های بازرگانی ایران و تهران در اولین همایش ملی کسب و کارهای خانوادگی

رقابت به جای انحصار



در این پنل تخصصی همچنین محمد نهاوندیان، رئیس اسبق اتاق تهران و ایران، پرداختن به موضوع کسب و کارهای 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 ریشه یابی صورت گیرد و آنگاه راه حل های جبران را پیدا کنیم او در ادامه به ناترازی مالکیتی در اقتصاد ایران اشاره کرد و گفت: ریشه یابی 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 شوک های سیاسی و مشکلات اقتصادی بودیم

نهاوندیان با بیان اینکه وقفه در رشدهای اقتصادی با همین شوک های سیاسی و توقف اقتصاد خصوصی همزمان است، ادامه داد: به تدریج که جلو می رویم اقتصاد ایران با خصوصی ها مواجه می شود که سعی دارد از ویژگی های خصوصی بهره ببرد؛ اما این موضوع ممکن نبوده است

کوتاهی اتاق ها در قبال کسب و کارهای خانوادگی



در ادامه، 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 می شد او ادامه با انتقاد از آنچه مانع تراشی در برابر حرکت کسب و کارهای خانوادگی در ایران گفت: 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 زیان ده هم شدند این فعال اقتصادی خاط نشان کرد: این واحدهای دولتی به فعالیت بنگاه های خصوصی و کسب و کارهای خانوادگی آسیب زدند چون امکان رقابت با واحدهایی که دستشان در جیب دولت است، ممکن نیست. ادامه آقای جلال پور: جلال پور از کوتاهی اتاق نسبت به کسب و کارهای خانوادگی صحبت و تصریح کرد: می توان یک کرسی دائم در اتاق و شورای گفت و گو به این انجمن بدهیم و برخی نیازهای این گروه را در قالب الحاقیه به مجلس ببریم تا جنبه قانونی پیدا کند

صنعتی شدن ایران، رفاه مردم را در پی دارد



حسین سلاجورزی، رئیس سابق اتاق ایران هم با بیان اینکه مسیر رفاه مردم از صنعتی شدن ایران می گذرد و توسعه تشک ل ها برای صنعتی شدن و پیگیری حقوق فعالان اقتصادی یک ضرورت است، گفت: بخش عمده مشکلات کسب و کارهای خانوادگی با چالش های صنعتی شدن ایران، هماهنگ است. در واقع باید اذعان داشت که رشد تفکرات چپ گرا، زمینه مصادره و از بین رفتن کسب و کارها را فراهم کرد او در ادامه یکی از آسیب ها را همراه نشدن این کسب و کارها با زنجیره ارزش جهانی دانست و افزود: نبود شفافیت و بی توجهی به اصول حاکمیت شرکتی یکی دیگر از چالش های 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 می تواند در شناسایی و رفع این مقررات زائد و خلاء های قانونی، مؤثر عمل کند

مالکیت در ایران به رسمیت شناخته نمی شود



مسعود خوانساری، رئیس سابق اتاق تهران، نیز مهم ترین مساله در اقتصاد ایران را به رسمیت نشناختن مالکیت عنوان کرد و گفت: این چالش از دید باز در ایران ریشه داشته و همچنان ادامه دارد او عدم پذیرش حضور و تصدی گری 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 رئیس سابق اتاق تهران معرفی هویت بخش خصوصی و شناساندن اقداماتی که فعالان بخش خصوصی و کارآفرینان در طول تاریخ انجام دادند را مأموریت اتاق ها عنوان کرد و برگزاری همایش امین الضرب را اندازی مدرسه تکاپو و احیای بیمارستان بازرگانان به همت بخش خصوصی را از جمله اقدامات اتاق تهران در جهت فرهنگ سازی و احیای هویت بخش خصوصی دانست او خاطرنشان کرد: مهم ترین وظیفه اتاق ها، فرهنگ سازی و معرفی دقیق و درست فعال اقتصادی و کارآفرین در سطح جامعه است

دلایل عدم رشد کسب و کارهای خانوادگی در ایران



آقای نجفی عرب، رئیس اتاق بازرگانی تهران در یکی از پنل های تخصصی این همایش و در کنار روسای ادوار اتاق های تهران و ایران به دلایل عدم رشد کسب و کارهای خانوادگی در ایران پرداخت و با اشاره به اجرای قانون حفاظت و توسعه صنایع ایران و حاکم شدن نگرش های چپ گرایانه بر اقتصاد ایران در سال های نخستین انقلاب گفت: متأسفانه بقایای این تفکرات همچنان وجود دارد و به رغم تأکید مسئولان ارشد نظام بر توسعه بخش خصوصی این مهم هنوز اتفاق نیفتاده است. در واقع با وجود همه این تلاش ها برای آنکه، فرمان اقتصاد به دست بخش خصوصی بیفتد، مشاهده می کنیم که سهم بخش خصوصی در اقتصاد فراتر از ۱۰ الی ۱۲ درصد نرفته است. البته سهم بخش خصوصی در کشاورزی اندکی متفاوت از این ارقام است به گزارش روابط عمومی اتاق تهران، محمود نجفی عرب در ادامه به وضعیت کفایت سرمایه طی سال های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۲ اشاره کرد و گفت: گزارش های رسمی حاکی از آن است که کفایت سرمایه طی این سال ها به قیمت ثابت سال ۱۳۹۰ نصف شده است.

ناترازی مالکیتی، تشخیص نادرست و درمان نادرست به جای مقابله با انحصار و رانت با فامیل ها بر خورد کردیم که می بایست با رقابتی کردن فضا اجازه ادامه فعالیت می دادیم و هزار فامیل میشد ده هزار، صد هزار و ...

خبرهای تصویری

۱۴۰۳/۱۰/۳۰

نشست با دو نسل از خانواده محترم
حسینی نژاد ، عضو جدید خانوادگی
انجمن به همراه دکتر مهدوی ،
عضو حرفه ای و شورای علمی
انجمن



۱۴۰۳/۱۰/۲۹

شب دانشکده فنی ، سالگرد نودمین سال تاسیس دانشکده
فنی دانشگاه تهران به همراه دکتر علی دهباشی



۱۴۰۳/۰۹/۱۱

حضور مدیریت انجمن به همراه دکتر حسین
جوشقانی و آقای کمال میثمی فرد (از اعضای
حرفه ای و خانوادگی انجمن) برای پیشبرد
بررسی های اقتصادی با همکاری گروه دانایان
و دکتر حسین عبده تبریزی



امضای بیانیه اولین همایش ملی کسب و کارهای خانوادگی
توسط ریاست محترم اتاق ایران آقای صمد حسن زاده

۱۴۰۳/۱۰/۰۴



۱۴۰۳/۱۰/۲۵

نشست مدیریت انجمن ترویج وریس اندیشکده کسب و کار
خانوادگی دانشگاه تهران ، خانم دکتر فوژان صباحی

خبرهای تصویری

۱۴۰۳/۱۰/۲۴

دیدار دکتر حسینی نژاد ، دکتر صیامیان و خانم
عرفانی از موسسه بخارا و دکتر علی دهباشی



۱۴۰۳/۱۰/۱۷

حضور و مشارکت انجمن ترویج
در مجمع سالیانه فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب و کار



۱۴۰۳/۱۱/۱۴

جلسه بررسی پیشنهاد مدیرعامل کران کپیتال (عضو حرفه ای انجمن) خانم دکتر
حسینی فر با موضوع مشارکت اعضای انجمن در صندوق نوآوری اجتماعی



۱۴۰۳/۱۰/۳۰

با دکتر محمدهادی نهانوندیان مشاور
شخصیت خانواده و شخصیت سازمان ، عضو
جدید حرفه ای انجمن



۱۴۰۳/۱۱/۱۳

خانم دکتر جواهر دشتی (مشاور سازمان مدیریت صنعتی) و خانم
دکتر ایشیکاوا (از محققین سازمان JETRO ژاپن) در انجمن
و مرور نتایج تحقیقات ده ساله ایشان در بازار ایران، و بررسی
امکان همکاریهای مشترک



مناظره اقتصادی آکادمی دانایان ساختار سهامداری؛ کسب و کارهای خانوادگی

فرهنگ و ارزش های مشترک، انتقال ارزش ها و فرهنگ خانوادگی به کسب و کار می‌تواند به ایجاد هویت قوی و وفاداری کارکنان کمک کند

چالش های ساختار سهامداری در کسب و کارهای خانوادگی با وجود مزایای فوق کسب و کارهای خانوادگی با چالش های خاصی در زمینه ساختار سهامداری مواجه اند تفکیک نقش ها و مسئولیت ها تداخل نقش های خانوادگی و سازمانی. ممکن است مرز بین نقش های خانوادگی(پدر و مادر) ونقش های سازمانی(مدیرعامل، مدیرمالی) مشخص نباشد که این امر می‌تواند به سوء تفاهم و تعارض منجر شود جانشین و انتقال مالکیت انتقال به نسل های بعدی. یکی از بزرگترین چالش ها برنامه ریزی برای انتقال مالکیت و مدیریت به نسل های بعدی است. این فرایند نیاز به برنامه ریزی دقیق و درنظر گرفتن توانمندی ها و تمایلات نسل جوان است

حاکمیت شرکتی و شفافیت در بسیاری از کسب و کارهای خانوادگی ساختارهای رسمی حاکمیت شرکتی (مانند هیئت مدیریت مستقل، کمیته های نظارتی) وجود ندارند که می تواند به کاهش شفافیت و افزایش ریسک های مدیریتی منجر شود

تأمین مالی و رشد محدودیت در جذب سرمایه گذاری خارجی. تمرکز مالکیت در دست خانواده ممکن است جذب سرمایه گذاران خارجی را دشوار کند که این امر می تواند رشد و توسعه شرکت را محدود کند تعارضات خانوادگی

تاثیر روابط خانوادگی بر تصمیمات تجاری. اختلافات شخصی و خانوادگی می تواند بر تصمیم گیری های تجاری تاثیر منفی بگذارد و پایداری کسب و کار را به خطر اندازد در نشست این هفته آکادمی دانایان قصد داریم به پرسش های ذیل بپردازیم

چگونه می توان تعادل مناسبی بین ارزش های خانوادگی و نیازهای تجاری برقرار کرد؟

بهترین روش ها برای برنامه ریزی برای جانشینی و انتقال مالکیت در کسب و کارهای خانوادگی چیست؟

چگونه می توان ساختارهای حاکمیت شرکتی را در این نوع شرکت ها پیاده سازی نمود؟

نقش بازار سرمایه در توسعه و پایداری کسب و کارهای خانوادگی چگونه است؟

کسب و کارهای خانوادگی با تمام مزایا و چالش هایشان، بخش مهمی از اقتصاد ما را تشکیل می دهند، درک عمیق از ساختارهای سهامداری و مدیریت این چالش ها، می تواند به پایداری و موفقیت بلند مدت این شرکت ها کمک کند



شرح عکس از راست:

مسعود مددی عضو هیئت‌مدیره گروه مالی دانایان،

فرهاد عربلو رئیس هیئت‌مدیره شرکت گروه سرمایه‌گذاری سایپا،

دکتر حسین عبده تبریزی بنیان‌گذار بانک اقتصاد نوین و مدیرعامل گروه دانایان،

سعید جابرناصاری رئیس هیئت‌مدیره انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی

حسن فروزان‌فرد عضو هیئت‌مدیره صنایع غذایی کامبیز و انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی

کسب و کارهای خانوادگی در سراسر جهان نقش اساسی در اقتصاد ایفا می کنند. این نوع شرکت‌ها که توسط یک خانواده تاسیس، مدیریت و مالکیت می‌شود با ترکیب منحصربه فردی از ارزش‌ها، فرهنگ و راهبردهای تجاری مواجه هستند. در ایران نیز بسیاری از شرکت های موفق و معتبر به عنوان کسب و کارهای خانوادگی فعالیت می کنند اما این ساختار خاص سهامداری علاوه بر مزایا، چالش های ویژه ای را نیز به همراه دارد که می‌تواند بر پایداری وتوسعه این شرکت ها تاثیر با شد

ویژگی های کسب و کارهای خانوادگی

کسب و کارهای خانوادگی دارای ویژگی های منحصربه فردی هستند.

مالکیت و مدیریت مشترک. در این شرکت های مالکیت و مدیریت اغلب در دست اعضای خانواده است. این امر می تواند به تصمیم گیری سریع تر وهماهنگی بیشتر منجر شود

ششمین رویداد

مشاوره به کسب و کار C 2 B برگزارشد

ششمین رویداد مشاوره به کسب‌وکار با هدف ارائه راهکارهای مؤثر در بهبود فعالیت‌های اقتصادی، تقویت محیط کسب‌وکار کشور، توانمندسازی و تاب‌آوری کسب‌وکارها در سال پیش‌رو با همکاری معاونت کسب‌وکار اتاق ایران و همراهی فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب‌وکار ایران و با مشارکت علمی انجمن مشاوران مدیریت ایران، برگزار شد

در مراسم افتتاحیه این رویداد، پیام باقری، نایبرئیس اتاق ایران با اشاره به ضرورت توانمندسازی و تاب‌آوری کسب‌وکارها، گفت: انطباق‌پذیری با حفظ گردش کار در یک بنگاه اقتصادی با صیانت از کارکنان، برند و داشته‌های آن بنگاه، معنای مفهوم تاب‌آوری است. در واقع پیشرفت بنگاه و فرصت‌طلبی در وضعیتی که متغیرهای ویژه‌ای بر یک بنگاه حاکم است به معنای تاب‌آوری است؛ هرچند که اصولی بر آن حاکم بوده و باید رعایت شود؛ اولین اصل، سازگاری و دومین مورد، برنامه داشتن برای مقابله با ریسک‌هایی است که به مدیریت چابک نیاز دارد او ادامه داد: سرعت تغییرات بالاست و یک بنگاه تاب‌آور با مدیریت درست و دقیق سیگنال‌ها را نسبت به ریسک‌ها دریافت و پیش‌بینی می‌کند، این بنگاه باید بتواند در برابر این ریسک‌ها مقاومت و خود را به سرعت‌ترمیم کند. در این بین فرصت‌طلبی بنگاه می‌تواند به استمرار فعالیت آن بیانجامد

به باور این فعال اقتصادی یک بنگاه توانمند توان و تاب‌آور است. یعنی باید خود را پیش از اینکه دچار مشکل شود، توانمند کرده باشد که در این مسیر، اتاق‌ها مأموریت توانمندسازی بنگاه‌ها را به عهده دارند باقری تصریح کرد: برگزاری این رویداد که از سال ۹۸ شروع شده و امروز ششمین دوره آن را برگزار می‌کنیم، در راستای رسالتی است که بر عهده اتاق گذاشته شده است. اتاق به دنبال آن است که راهکارهای خلاقانه را به بنگاه‌ها معرفی کند و آنها بتوانند در برابر چالش‌ها، تاب‌آور شوند

بر اساس اظهارات نایبرئیس اتاق ایران، صنعت مشاوره در مسیر رشد و توسعه اقتصادی، جایگاه و نقش مهمی برعهده دارد و اتاق ایران با حمایت از آن سعی دارد به توانمندسازی بنگاه‌های اقتصادی و بهبود محیط کسب‌وکار کمک کند

باقری پیشنهاد داد: این رویداد در اتاق‌های سراسر کشور برگزار شود تا در سطح جغرافیای کشور، بنگاه‌های اقتصادی را توانمند کرده و توسعه فراگیر را دنبال کنیم



۱۴۰۳/۱۱/۲۲ با دکتر مرعشی و دکتر شریفی در حاشیه هفتمین مشاوران مدیریت ، جایزه ملی بزرگمهر و کسب و کارها ((C2B)) رویکرده تحول دیجیتال

کسب‌وکارها در سال ۱۴۰۳ با چه مسائلی مواجه خواهند بود؟

محمود اولیایی، رئیس فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب‌وکار ایران نیز در ادامه به پیش‌بینی وضعیت کسب‌وکارها در سال ۱۴۰۳ پرداخت و گفت: ابروندها اولین موضوعی هستند که همه کسب‌وکارها در دنیا با آنها مواجه خواهند بود؛ تحولات دیجیتال و مسائل اجتماعی از جمله این ابروندها هستند. لایه دوم که آن هم روی همه کسب‌وکارها در دنیا اثر دارد، مسائل سیاسی و پیامدهای ناشی از جنگ‌های جاری است. لایه سوم به داخل ایران مربوط می‌شود که آن هم اثرات در حال عمیق شدن تحریم‌هاست

او ادامه داد: لایه چهارم، موضوعاتی با منشأ داخلی است؛ مهم‌ترین آن بودجه ۱۴۰۳ است که بدون شک روی کسب‌وکارهای داخلی اثرات نامطلوبی در پی دارد. در این بین نبود استراتژی توسعه صنعتی را نیز باید به عنوان یک نقطه ضعف جدی در نظر گرفت

بر اساس اظهارات این فعال اقتصادی سال آینده اگر کسب‌وکارها با نگاه علمی حرکت نکنند با چالش‌های جدی مواجه می‌شوند. بنگاه‌ها باید با رویکردهای جدید و به‌رهور وارد سال جدید شوند تا بتوانند به حیات خود ادامه دهند؛ در غیر این صورت توان ادامه نخواهند داشت. باید پیوند خود را با مشاوران کسب‌وکار بیشتر کنند و از علوم جدید

مدیریت، بهره ببرند

اولیایی خاطرنشان کرد: ابزارهای علمی در دسترس هستند تا ریسک‌ها را به فرصت تبدیل کرده و یا اثرات ریسک‌ها را کاهش دهند. هم‌افزایی بین مشاوران مدیریت و مدیران بنگاه‌ها و مدیران دولتی باید در سال پیش‌رو شکل بگیرد تا بتوانند در قالب تعامل سازنده و چندوجهی از شرایط سخت قابل پیش‌بینی، عبور کنند

از راست فرشید شکرخدایی، حسن فروزانفرد، سعید جابرانصاری

محمود اولیایی، سعید احمدیان



برنامه هفتم با تکیه بر تاب‌آوری بنگاه‌ها و تحولات دیجیتال در دنیا، تدوین شد

حمیدرضا فولادگر، رئیس شورای راهبری بهبود محیط کسب‌وکار اتاق ایران همچنین با نگاه بر تاب‌آوری بنگاه‌ها در شرایط حاکم بر اقتصاد ایران، گفت: از سال‌ها قبل ایده‌های اولیه سیاست‌های برنامه هفتم مطرح شد و از همان زمان دنبال جامعیت و مانع بودن برنامه‌ها و سیاست‌ها بودیم. بر همین اساس تاب‌آوری و پیش‌بینی اقتصاد دنیا با تکیه بر تحولات دیجیتال به عنوان محور برنامه هفتم قرار گرفت او تأکید کرد: تلاش شد در تدوین سیاست‌های اقتصاد مقاومتی نیز از همه صاحب‌نظران استفاده شود و در آنجا نیز روی تاب‌آوری کسب‌وکارها نیز تمرکز شد

فولادگر ایجاد پویشی از سوی تشکل‌ها و مطالبه‌گری آن‌ها درباره بهبود محیط کسب‌وکار را به عنوان ایده اولیه تشکیل شورای راهبری عنوان کرد و گفت: ظرف یک سال گذشته جلسات شورای راهبری را دنبال کردیم و توانستیم در این مسیر اقدامات پژوهشی انجام دهیم و برخی قوانین فراموش شده را اجرایی کنیم که در این باره می‌توان به ماده ۲۴ قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار اشاره کرد

رئیس شورای راهبری بهبود محیط کسب‌وکار ادامه داد: ماده ۸ قانون اصل ۴۴ از دیگر مواردی است که اجرایی نشده و عملیاتی شدن آن به تقویت کسب‌وکارها منجر خواهد شد. شورای راهبری، پیگیری اجرای این ماده را در دستور کار قرار داده و در این راستا می‌توان از ظرفیت این رویداد استفاده کرد تا به زودی شاهد اجرای ماده ۸ باشیم

ایجاد فرهنگ استفاده از مشاوره در کسب‌وکارها را دنبال می‌کنیم علیرضا شاه‌میرزایی، معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت از فعالیت دفتر خدمات کسب‌وکار در وزارتخانه خبر داد و گفت: در گذشته حوزه مشاوره به کسب‌وکارها هویت‌سازی نشده بود؛ اما امروز در درگاه مجوزها صنعت مشاوره در قالب شخصیت حقوقی، شناخته می‌شود و کد آیسیک نیز

برای آن تعریف شد. این دولت معتقد است باید کار را به تشکل‌ها واگذار کرد. جامعه بزرگی از اقتصاد را خدمات شکل می‌دهند و لازم است در این چارچوب، تشکل‌ها فعال شوند و امور را در دست بگیرند این مقام مسئول از مشاوران کسب‌وکار به عنوان طیبیان بنگاه‌های اقتصادی یاد کرد و افزود: مشاوران می‌توانند درد و درمان را تشخیص دهند و وظیفه بسیار مهمی برعهده دارند چون کار تخصصی انجام می‌دهند و وظیفه آنها از توان کارشناسان دولتی خارج است. از طرفی قرار شده تا در تمام شهرک‌های صنعتی واحدهای مشاوره شکل بگیرند

عاملان انسانی هوشمند می‌توانند به بهبود شرایط کسب‌وکار در ایران کمک کنند

در بخش بعدی مراسم افتتاحیه، مقصود فراست‌خواه، پژوهشگر مسائل اجتماعی به بررسی تاب‌آوری بنگاه‌ها پرداخت و تصریح کرد: در هر کسب‌وکاری متغیرهایی وجود دارند که امروز این متغیرها در ایران به وضعیت بحرانی رسیدند او به تورم، افزایش جمعیت و نبود فرصت شغلی، فرسایش توان تولیدی، چاپ پول بدون پشتوانه و ... اشاره کرد و گفت: زمانی که این چالش‌ها تداوم پیدا می‌کنند توان فکری و مالی صاحبان بنگاه‌ها رو به کاهش می‌گذارد. این وضعیت ادامه دارد و می‌بینیم که حکمرانی اقتصادی با موضوعات سیاسی در هم تنیده شده‌اند. نتیجه این وضعیت، رشد سیستم فسادپرور است

این پژوهشگر اجتماعی از فرسایش سرمایه اجتماعی و کاهش اعتمادها به نهاده‌ها، قوانین و آینده صحبت کرد که به دنبال آن مهاجرت سرمایه رخ می‌دهد

فراست‌خواه معتقد است در محیط کسب‌وکار، شرایط ذهنی و روانی فعالان حوزه و عاملان این محیط بسیار مهم است. زمانی که محیط کسب‌وکار از این انرژی‌ها تهی شود، حرکت آن ممکن نیست. در این وضعیت می‌بینیم که طبق رتبه‌بندی‌های جهانی، ایران پنجمین کشور از منظر درک تجربه‌های احساسی منفی در یک شبانه‌روز است که مانع جدی در مسیر کسب‌وکار است

استاد موسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی ادامه داد: برای بهبود شرایط کسب‌وکارها در ایران مدلی طراحی شده که برای اجرای آن باید مدیران، مشاوران، مشتری‌ها و به طور کلی عاملان انسانی هوشمند وارد میدان شوند و ایران را از بحران عبور دهند. این افراد باید عملکرد مناسبی داشته باشند و توان آن در ایران وجود دارد چون مردم ایران بر اساس مطالعات جهانی میل بسیار بالایی در رسیدن به موفقیت دارند به باور او تنها لازم است به افراد شایسته، حرفه‌ای و توانمند میدان داده شود. در پی آن شفافیت شکل می‌گیرد و شبکه‌ای ایجاد خواهد شد که نتیجه آن ارتقای سطح اعتماد و تولید سرمایه اجتماعی است

صنعت مشاوره دومین خوشه بزرگ صنعتی در محیط کسب‌وکارهای دنیاست

علی چاغروند، معاون کمیسیون‌ها، مجامع و شوراهای اتاق ایران از برگزاری این رویداد طی دوره‌های قبل و نتیجه‌بخش بودن آن خبر داد و گفت: اهمیت جایگاه مشاوره نیازی به بیان استدلال ندارد. نیاز به مشورت گرفتن در همه حوزه‌ها وجود دارد و برای همین صنعت مشاوره به عنوان دومین خوشه بزرگ در محیط کسب‌وکارهای دنیا شناخته می‌شود. از طرفی با نگاه به تحولات پیش‌رو می‌توان تأکید کرد که نیاز به آن در آینده بیشتر هم می‌شود

به اعتقاد چاغروند ضرورت وجود مشاوران در دنیای جدید مورد تأکید است و باید داده‌ها و اطلاعات را به درستی تحلیل کنیم تا به کمک آن توان نقش‌آفرینی در محیط کسب‌وکار را داشته باشیم

چاغروند افزود: پایداری‌های زیست‌محیطی حکمرانی شرکتی را نیز در اتاق ایران مورد توجه قرار دادیم چون می‌دانیم تا سال ۲۰۲۷ حرکت دنیا به این سمت و سو، فزاینده است و تقاضاهای زیادی در این بخش شکل می‌گیرد بودجه سال ۱۴۰۳ روی درآمدهای مالیاتی متمرکز است

محمد قاسمی، رئیس مرکز پژوهش‌های اتاق ایران نیز با تمرکز بر محیطی که بنگاه‌های کشور سال ۱۴۰۳ ناشی از نتایج حاصل از اجرای قانون بودجه با آن روبه‌رو هستند، گفت: بودجه سال ۱۴۰۳ برخلاف سال‌های قبل یک‌جا ارائه نشده است و بنابراین هنوز قسمت دوم آن را نداریم. طبق داده‌ها، بودجه ۱۴۰۳ روی مالیات بسته شده است و چون هزینه‌های کشور در بررسی‌های لایحه بودجه توسط نمایندگان مجلس افزایش یافت، سهم درآمدهای مالیاتی نیز بیشتر از پیشنهاد اولیه دولت شد و در نهایت ۱۰۰ هزار میلیارد تومان، پیشنهادهای درآمد مالیاتی اولیه دولت بالا رفت

بر اساس اظهارات او در یک ارزیابی کلی، رویکرد بودجه سال آینده انقباضی است. در این بین تعرفه خدمات دولتی به نسبت سنوات قبل، افزایش بیشتری دارد، همچنین استرداد مالیات ارزش‌افزوده مربوط به صنایعی که از فرآورده‌های نفتی به عنوان نهاده استفاده می‌کنند، دیگر اتفاق نمی‌افتد و به نوعی سود این صنایع کاهش خواهد یافت، بخشی از معافیت‌های مالیاتی هم حذف خواهد شد

قاسمی افزود: از سال آینده دولت تنها بابت تهیه نان، گندم را به قیمت تضمینی خرید می‌کند و در نهایت به نظر می‌رسد که از نظر سیاست‌های مالی، شرایط رکودی را تجربه می‌کنیم. سیاست‌های ارزی هم بسیار مبهم تنظیم شده است و بابت سیاست‌های پولی نیز پیش‌بینی می‌شود نرخ سود حقیقی مثبت می‌شود و روی بورس اثر رکودی خواهد داشت. بنابراین در سال ۱۴۰۳ با نرخ تورم ۳۰ درصدی و نرخ رشد اقتصادی ۲ تا ۴ درصد روبه‌رو هستیم پس از مراسم افتتاحیه ششمین رویداد مشاوره کسب‌وکار، چهار پنل تخصصی

به شرح ذیل برگزار شد

پنل اول با موضوع راه کارهای مقابله با چالش کاهش بهره وری و کاربرد نظام های مدیریتی در توانمندسازی و تاب آوری کسب و کارها با حضور دکتر سعید احمدیان، مشاور و مدرس مدیریت (مدیر پنل) – دکتر امیرحسین اسدی، مدیر کل دفتر خدمات کسب و کار وزارت صمت – دکتر غلامحسین محمدی، مشاور مدیریت – دکتر احمد ابراهیمی، عضو هیئت علمی دانشگاه، و مهندس سارا مهربانی، مشاور و مدرس حاکمیت شرکت

پنل دوم با موضوع تامین مالی اثربخش و ساز و کارهای سرمایه گذاری خطرپذیر با حضور دکتر موسی احمدی، مشاور و مدرس مالی و سرمایه گذاری (مدیر پنل) – دکتر حامد ساجدی، عضو هیئت علمی دانشگاه – دکتر محسن شریف، مشاور مدیریت، عضو هیئت مدیره و مدیر عامل موسسه مطالعات راهبردی سپینود – دکتر مهدی احمدی، مشاور مالی و اقتصادی – دکتر سید هادی ابطحی، مشاور مالی و سرمایه گذاری

پنل سوم با موضوع توانمندسازی و تاب آوری سرمایه انسانی در شرایط ناپایدار و فضای جهانی شونده با حضور خانم دکتر آذر صائمیان، نایب رئیس فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب و کار، عضو هیات مدیره شورای انجمن های علمی ایران (مدیر پنل) – مهندس سید حبیب پاشا جلی، مشاور مدیریت، رئیس گروه مشاوران سرآمد کسب و کار – دکتر محمد جواد صالحی، عضو هیئت علمی موسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی – دکتر ایشار خدادادی، مشاور و مدرس مدیریت و سازمان – خانم دکتر اکرم احمدی – مشاور و مدرس حوزه کسب و کار و سرمایه انسانی

پنل چهارم با موضوع مدیریت زنجیره تامین در مسیر توانمندسازی و تاب آوری کسب و کارها با حضور دکتر حسین غفاری، عضو هیئت علمی دانشگاه (مدیر پنل) دکتر مهدی فتح الله، عضو هیئت علمی دانشگاه – دکتر حسام زند حسامی، عضو هیئت علمی دانشگاه و مدیر عامل شرکت سرمایه گذاری رالیتا و دکتر مجید جلیلی، مشاور عالی کمیسیون صنعت، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران



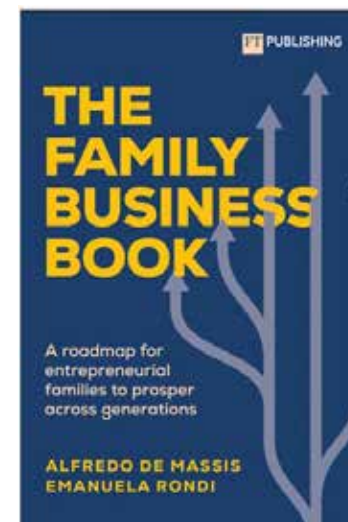
مراسم اختتامیه با حضور دبیر علمی رویداد آقای دکتر مظفری، دکتر اولیایی و مدیران پنل ها خانم دکتر صائمیان، آقای دکتر احمدیان، آقای دکتر احمدی و آقای دکتر غفاری، برگزار و گزارش پنل های تخصصی چهارگانه ارائه و بیانیه پایانی رویداد قرائت گردید

در حاشیه این رویداد میزهای تخصصی در نظر گرفته شده تا صاحبان بنگاه‌ها، مشکلات خود را با مشاوران مدیریت و کسب‌وکار در میان گذاشته و راه‌حل‌های لازم را دریافت کنند. از طرفی نمایشگاهی برپا شده تا توانمندی‌های بنگاه‌ها را به نمایش بگذارد و زمینه انتقال تجربیات را بین واحدهای اقتصادی فراهم سازد



چهاردهمین نشست تخصصی کانون کارآفرینی استان تهران با عنوان «کارآفرینی و مشاوره مدیریت» روز دوشنبه ۱۵ بهمن ۱۴۰۳ در ساختمان شماره ۳ اتاق بازرگانی تهران با حضور ۴ سخنران و حدود ۱۱۰ مهمان برگزار شد. اتاق بازرگانی تهران، انجمن مشاوران مدیریت ایران، فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب و کار ایران و انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی در برگزاری این رویداد مشارکت داشتند. در این نشست آقایان مهندس سعید جابر انصاری، دکتر محمود اولیایی، دکتر سعید احمدیان و دکتر حسن فروزان فرد در خصوص نقش مشاوران مدیریت در توسعه اکوسیستم کارآفرینی به گفتگو و بحث و تبادل نظر پرداختند

لینک های سخنرانی: <https://www.aparat.com/playlist/14121375>



۱۴۰۳/۱۰/۲۷

شرکت در کلاس آنلاین معرفی
کتاب جدید آقای آلفردو دسیس ،
از جامع ترین کتابهای جدید حوزه
کسب و کار خانوادگی جهان



سنت یعنی مشعل را دست به دست کردن ...
نه پرستش خاکستر آتش



مهرداد جابرانصاری : سخنرانی در دوازدهمین

همایش ملی کسب و کارهای خانوادگی ترکیه، ۳۰
نوامبر ۲۰۲۴

با موضوع همکاری واقعی برای آینده ای پایدار



پیام آقای مهندس محسن خلیلی

بعنوان رییس بنیاد توسعه صنعتی و کارآفرینی خلیلی به همایش چالشهای
صنعتی شدن ایران
تاریخ صنعتی شدن ایران از دیر باز تا امروز با نقش آفرینی خانواده های
کارآفرین گره خورده است



۱۴۰۳/۰۹/۲۵: تاریخ

۱۹۹/ب/۰۳: شماره

به نام آن که دل به رحمت او بسته‌ایم

پیشنهاد پیام مهندس محسن خلیلی به همایش "چالش‌های صنعتی شدن ایران" (۲۵ آذر ۱۴۰۳)

به نام خدا

اساتید گرانقدر، کارآفرینان ارجمند، و مدیران محترم،

باعث افتخار است که در این گردهمایی ارزشمند که به بررسی چالش‌های صنعتی شدن ایران می‌پردازد، سخنی کوتاه داشته باشم. صنعتی شدن، بی‌تردید، یکی از اساسی‌ترین ارکان توسعه پایدار و استقلال اقتصادی کشورهاست. اما نکته‌ای که گاه از دید پنهان می‌ماند، نقش بنیادین خانواده‌های کارآفرین و کسب‌وکارهای خانوادگی در فرآیند صنعتی شدن است.

تاریخ صنعتی شدن ایران از دیرباز تا امروز، با نقش آفرینی خانواده‌های کارآفرین گره خورده است؛ از فعالیت‌های کوچک خانوادگی گرفته تا ایجاد کارخانه‌های بزرگ تولیدی و بنگاه‌های اقتصادی پیشرو. این خانواده‌ها نه تنها خاستگاه اولیه بسیاری از صنایع مادر بوده‌اند، بلکه با تکیه بر ارزش‌های خانوادگی چون صداقت، تعهد، و نگاه بلندمدت، نقش مؤثری در تثبیت و ماندگاری صنایع کشور داشته‌اند.

امروز که بار دیگر مسیر توسعه صنعتی کشور مورد بازنگری قرار گرفته، شایسته است که مدل‌های مشارکت مردمی بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد. خانواده‌های کارآفرین، با دارا بودن ظرفیت‌های منحصربه‌فرد، از جمله سرمایه‌های اجتماعی، شبکه‌های ارتباطی گسترده، و تجربه‌های چندین نسل، بهترین مصداق مردمی‌سازی اقتصاد هستند. تقویت این مدل، تضمین‌کننده پایداری و ماندگاری صنایع، افزایش اشتغال پایدار، و پیشبرد نوآوری در بخش‌های مختلف اقتصادی خواهد بود.

از این رو، انتظار می‌رود استراتژی توسعه صنعتی کشور، این مهم را به‌عنوان یکی از محورهای اصلی خود در نظر گیرد. طراحی و اجرای سیاست‌های حمایتی ویژه برای خانواده‌های کارآفرین و کسب‌وکارهای خانوادگی، نه تنها بستر ساز جهش صنعتی می‌شود، بلکه تحقق واقعی اقتصاد مقاومتی و مشارکت فعال مردم در اقتصاد را نیز به دنبال خواهد داشت.

به امید روزی که نقش خانواده‌های کارآفرین به‌عنوان محور مردمی‌سازی صنعت ایران در سیاست‌های توسعه صنعتی کشور به رسمیت شناخته شود و با همراهی و هم‌افزایی ملی، راه برای صنعتی شدن فراگیر و عادلانه هموار گردد.

با احترام

مهندس محسن خلیلی

رئیس هیأت مؤسس انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی

بنیانگذار بنیاد توسعه صنعتی و کارآفرینی خلیلی

نهمین جشنواره کارآفرینه امین الضرب



و این شاهد دیگری است بر برتری مدل کسب و کارهای خانوادگی اصیل و با حکمرانی خوب، و ضرورت تغییر جهت قطب نمای توسعه در کشور و این بار در پنجم اسفندماه ۱۴۰۳ از «محمدرضا جابرانصاری»، عضو اسبق هیات نمایندگان اتاق تهران و از بنیانگذاران گروه صنعتی سپاهان و عضو هیئت موسس انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی به پاسداشت چند دهه فعالیت در عرصه کارآفرینی و اقتصادی کشور از سوی اتاق بازرگانی تهران و در نهمین دوره جشنواره کارآفرینی امین الضرب، با اعطای لوح و نشان امین الضرب تجلیل شد

به امید افزایش روزافزون نقش کسب و کارهای خانوادگی اخلاق مدار و توسعه گرای چند نسلی ایرانی و تحقق شعار انجمن:

خانواده ای رستگار، میراثی ماندگار و توسعه ای پایدار

سعید جابرانصاری
انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی

به نام خداوند متعال بسیار خرسندم و خدا را شاکرم که بتوانیم به جامعه کسب و کارهای خانوادگی و بخصوص به هر شش خانواده محترم (خانواده های زینی، خوانساری، جابرانصاری، تقی گنجی، گرامی و جلال پور) که نشان امین الضرب، را به نشان لیاقت و شایستگی و خوشنامی و با طی پروسه داوری حرفه ای و بی طرفانه از اتاق تهران دریافت نمودند، از طرف خود و انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی تبریک بگوییم، هم اکنون هر ۵ خانواده موسس انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی، دارای نشان لیاقت امین الضرب می باشند

پیام دیگر این واقعه:

۶ گیرنده نشان از ۷ گیرنده ان، (گیرنده هفتم استاد دانشگاه) (منتخب از بین ۱۱۰۰ کاندیدای درخواست کننده) از خانواده های کارآفرین خوشنام ایران هستند که دهه های متوالی با پایمردی و عشق به خانواده خود، نهادهای صنعتی و اقتصادی شان و شوق مداوم خدمت به مردم ایران عزیزمان، نه تنها سختی ها را پشت سر گذاشتند بلکه ضمن توسعه به مسئولیت های اجتماعی شان نیز به خوبی عمل کرده اند.



گواهی عضویت انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی در فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب و کار ایران



نشست با دکتر محسن شریف از شرکت سپینود تدبیر شریف و دکتر زهیر صیامیان گرجی از اندیشکده کسب و کارهای خانوادگی، و بررسی راهکارهای امکان بهره گیری از اعتبار مالیاتی برای جامعه کسب و کارهای خانوادگی (همکاری با دانشگاهها و موسسات تحقیقاتی، ایجاد صندوقهای CVC و ...)

۱۴۰۳/۰۹/۱۱