

همکاری دو تشکل در ترویج و تقویت کسب‌وکارهای خانوادگی



داود امیراحمدی از اعضای هیئت‌مدیره انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی نیز در این نشست به معرفی اهداف و آرمان‌ها، کمیته‌ها و برنامه‌های این انجمن پرداخت.

پیمان بهمنی، رئیس کمیسیون ارتباطات و تشکلهای جامعه صنعت کفش ایران نیز در این جلسه پیشنهاد تسهیل دسترسی صاحبان کسب‌وکارهای کشور به دانش تجربی و علمی و آموزش‌ها و مشاوره‌های این انجمن و همچنین ترجمه دانش‌های تجربی و علمی جهانی این حوزه را برای ترویج و گسترش تفکر کسب‌وکار خانوادگی در کشور را داد.

علی لشکری، عضو هیئت‌رئیس جامعه صنعت کفش ایران نیز با بیان اینکه بیشتر کسب‌وکارهای زنجیره تامین چرم و کفش ایران خانوادگی هستند گفت: «جامعه صنعت کفش ایران آماده همکاری با انجمن ترویج برای گسترش این تفکر در صنعت کفش ایران است و بخشی از ماهنامه صنعت کفش نیز به این مهم اختصاص یافته که تاکنون چند مقاله در دو شماره گذشته در این باره چاپ شده است.»

او با تاکید بر لزوم ترویج و تقویت کسب‌وکارهای خانوادگی در صنعت کفش پیشنهاد تدوین و امضای تفاهم‌نامه همکاری میان دو تشکل را داد و مقرر شد در نشست آینده این تفاهم‌نامه بررسی و امضا شود.

یاسر نباتی رئیس کمیسیون بازرگانی و محمدعلی طالقانی رئیس کمیسیون آموزش، نوآوری و فناوری از جامعه صنعت کفش، محمد بهارلو و پژمان شریفی اعضای هیئت‌مدیره انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی نیز در این نشست حضور داشتند.

جامعه صنعت کفش ایران و انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی با هدف ترویج و تقویت کسب و کارهای خانوادگی، تفاهم‌نامه امضا می‌کنند. نشست هم‌اندیشی و همکاری جامعه مدیران و متخصصان صنعت کفش ایران و انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی، عصر روز چهارشنبه ۱۵ آذر در دفتر این انجمن برگزار شد.

سعید جابرانصاری، رئیس هیئت مدیره انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی در این نشست به معرفی انجمن‌های جهانی، منطقه‌ای و کشوری فعال کسب‌وکارهای خانوادگی پرداخت و گفت: «دوسوم کسب‌وکارهای جهان، کسب‌وکارهای خانوادگی است و ۹۴ درصد تولید ناخالص جهان به این کسب‌وکارها اختصاص دارد.»

او افزود: «۶۶ کشور جهان، ۱۳۳ انجمن کسب‌وکارهای خانوادگی به‌صورت کشوری یا منطقه‌ای تشکیل داده‌اند و همه این انجمن‌ها عضو انجمن جهانی کسب‌وکارهای خانوادگی (افبی‌ان) هستند.»

جابرانصاری با اشاره به آغاز فعالیت رسمی انجمن ترویج کسب‌وکارهای خانوادگی در اردیبهشت ۱۴۰۲ با مجوز وزارت کشور گفت: «شناساندن کسب‌وکارهای خانوادگی، مشخص کردن جایگاه آنها در اقتصاد، شناسایی چالش‌ها و معضلات و جمعیت‌شناسی کسب‌وکارهای خانوادگی از برنامه‌ها و اهداف این انجمن است.»

او با بیان اینکه همان‌طور که کسب‌وکار استراتژی می‌خواهد خانواده هم استراتژی می‌خواهد، گفت: «صاحبان کسب‌وکار در جهان، فصلی فکر نمی‌کنند، بلکه نسلی فکر می‌کنند و صاحبان کسب‌وکارهای خانوادگی باید بیندیشند چه ارزش‌های معنوی و اعتبار اجتماعی برای نسل‌های بعد خودشان به ارث می‌گذارند.»

