



ضرورت و اهمیت

ترویج کسب و کارهای خانوادگی در ایران

هر کدام از این حوزه‌ها، ساختار و ویژگی‌های خاص خود را دارند. مثلاً حوزه خانواده از چهار مرحله تشکیل می‌شود؛

- خانواده کسب و کار نوپا (نسل اول)؛
- ورود به حرفه (نسل بعدی)؛
- همکاری با یکدیگر (ارتباط بین‌نسلی)؛
- انتقال بین‌نسلی (تداوم طی دوران).

حوزه مالکیت نیز دارای سه مرحله شامل:

- مرحله نظارت و کنترل مالکیت (مالکیت موسس)؛
- مرحله مشارکت نزدیک (مالکیت همسر، فرزندان، خواهران و برادران)؛
- مرحله ائتلاف دور (مالکیت مشارکتی عموزادگان، خاله‌زادگان و ...) است.

همچنین حوزه کسب و کار از سه مرحله زیر تشکیل می‌شود:

- راه‌اندازی (نوپایی)؛
- رشد و توسعه؛
- مرحله بلوغ.

طبعاً رسیدگی به همه این ابعاد، مباحث خود را می‌طلبد که در این مقال نمی‌گنجد.

ما در انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی، بنا به دلیل وجودی و ماموریت آن ناگزیر به استفاده از حوزه چهارمی هستیم که آن را حوزه ترویج کسب و کارهای خانوادگی نام‌گذاری کرده‌ایم. در واقع بُعد ترویج نه تنها به کل ابعاد سه گانه پیش‌گفته محاط خواهد بود، بلکه توجه آن به کل زنجیره ارزش و اکوسیستم کسب و کارهای خانوادگی معطوف است. چیزی که تاکنون در کشورمان بدان بی‌توجهی مشهود روا داشته شده است. به همین روی، جامعه کسب و کارهای خانوادگی؛ این استعداد عظیم و تاثیرگذار، کمتر از مزایای داشتن منابع مشاوره و پشتیبانی‌های حرفه‌ای، حفاظت و حمایت قانونی بهره‌مند شده و بیشتر دچار چالش‌های اساسی بوده است.



کسب و کار خانوادگی، شرکت یا مجمعه‌ای از فعالیت‌هاست که متعلق به اعضای یک خانواده است و توسط دو یا چند عضو خانواده اداره می‌شود که برای راهبری و رشد کسب و کار با هم کار می‌کنند.

خواربارفروشی، خدماتی‌های محلی، رستوران‌ها، شرکت‌های ساختمانی، کشاورزی، تولیدی، بازرگانی و خرده‌فروشی‌ها (فروشگاه‌های بزرگ و مال‌ها) که متعلق به اعضای خانواده‌ها هستند، همه نمونه‌هایی از کسب و کارهای خانوادگی به شمار می‌روند. این اعضا مسئولیت انجام عملیات جاری، حسابداری، خدمات مشتریان یا راهبری کسب و کار را به عهده دارند. اغلب این سازمان‌های خانوادگی پویایی منحصر به فردی دارند، زیرا روابط شخصی را با روابط حرفه‌ای ترکیب و در نتیجه مزایا و چالش‌های یکتایی خلق می‌کنند.

این اقتضای انحصاری، برآیند تعاملات و دخالت‌های خانواده در کسب و کار از طریق مدیریت، کنترل، حاکمیت و مالکیت آنهاست. آموزه‌های کلاسیک یادآور این نکته است که شناخت و درک مباحث اساسی کسب و کارهای خانوادگی از جمله انتقال بین‌نسلی، تداوم کسب و کار، توالی و جانشینی و چرخه عمر کسب و کار به کمک پیوند میان حوزه‌های سه گانه که در ذیل نشان داده شده، امکان‌پذیر است. این حوزه‌ها به صورت مدور بازخوردی عمل می‌کنند و بر یکدیگر تاثیر می‌گذارند.

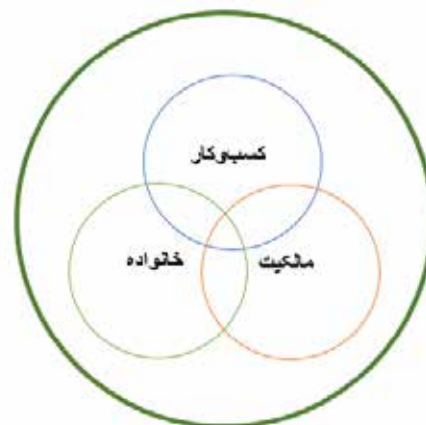
مصرف

کالای ایرانی

ضامن

اشتغال فرزندانمان

بنابراین جا دارد به نحوی شایسته موردعنايت همه دست‌اندرکاران قانون‌گذاری، دولت و به‌ویژه نقش‌آفرینان بخش خصوصی واقع شود.



ترویج

تکلیف کاملاً شفاف و روشن است، شایسته است با مطالعه و تدبیر لازم و کافی برای گسترش زمینه حمایت و رشد کسب‌وکارهای خانوادگی و رونق صنایع تولیدی و خدماتی پشتیبان مرتبط فرهنگ‌سازی شود. مسلماً این خیل انبوه فعالان به دلایل برجسته اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی اهمیتی ویژه دارند.

- اولاً آنها با ایجاد شغل و درآمد برای افراد و جوامع به اقتصاد و رفاه اجتماعی کمک می‌کنند؛ بنابراین حمایت از کسب‌وکارهای خانوادگی به معنای حمایت از اشتغال محلی و رشد اقتصادی است.

- دوماً کسب‌وکار خانوادگی اغلب تداوم و پایداری بلندمدت را بر سود کوتاه‌مدت ترجیح می‌دهند. آنها تمایل دارند تعهدی قوی به جامعه نشان دهند و احتمال دارد سود خود را مجدداً سرمایه‌گذاری کنند. البته تداوم و پایداری تا حدی با هم همسو هستند، اما در حقیقت کاملاً از هم متمایزند و در تمرکز اصلی خود تفاوت دارند. تداوم به توانایی یک محصول، سیستم یا سازمان برای مقاومت در برابر سایش، فشار یا آسیب طی عمر طولانی اشاره دارد. در حالی که پایداری بر پیامدهای زیست‌محیطی و مدیریت منابع در چرخه عمر سیستم یا سازمان تمرکز دارد. این موضوع شامل استفاده کارآمد از مواد، مصرف انرژی، تولید زباله و ردپای اکولوژیکی با هدف به حداقل رساندن اثرات منفی بر محیط‌زیست و ترویج استفاده مسئولانه از منابع است. یک محصول یا یک سیستم در صورتی که منابع زیادی مصرف کند یا آسیب‌های زیست‌محیطی قابل‌توجهی ایجاد کند، می‌تواند بدون پایداری ماندگار باشد. برعکس اگر محصول پایدار فاقد ویژگی‌های

تداوم برای ایستادگی در برابر فرسودگی و کهنگی باشد، لزوماً بادوام نخواهد بود؛ بنابراین کسب‌وکارهای خانوادگی با داشتن دیدگاه بلندمدت می‌توانند هم‌زمان الزامات تداوم و پایداری را احراز کنند.

- سوماً کسب‌وکارهای خانوادگی اغلب به دلیل روابط نزدیک با مشتریان، درک عمیق‌تری از نیازها و ترجیحات آنها دارند. این امر امکان می‌دهد تا محصولات یا خدماتی شخصی‌سازی شده و با کیفیت بالا ارائه شود که برای مصرف‌کنندگان مفید است. مضاف بر اینکه کسب‌وکارهای خانوادگی اغلب نسبت به داشتن ارزش‌ها و سنت حس قوی دارند؛ از این‌رو مظهر یک میراث یگانه و جذابند که آنها را از شرکت‌های غیرخانوادگی متمایز می‌کند. بدین لحاظ حمایت از کسب‌وکارهای خانوادگی به معنای حفظ تنوع فرهنگی و تاریخی در چشم‌انداز جامعه کسب‌وکارهای خانوادگی است. آنها برای اعضای خانواده فرصت‌هایی فراهم می‌آورند تا با هم کار کنند، روابط بین خود را تقویت نمایند، دانش و تخصص خود را از نسلی به نسل دیگر انتقال دهند. این حس تداوم و میراث نه تنها برای خانواده، بلکه برای جامعه گسترده‌تر ارزشمند است. عموماً حمایت از کسب‌وکارهای خانوادگی به رونق اقتصادهای محلی، حفظ سنت‌ها، تنوع و تقویت پیوندهای قوی اجتماعی کمک می‌کند. در پرتو چنین اهمیتی، ضرورت دارد فرهنگ مراقبت از کسب‌وکارهای خانوادگی هرچه فراگیرتر در سطح ملی موردتوجه قرار گیرد و به‌طور شایسته ترویج شود. این کار مستلزم حفظ اصالت، شفافیت و حرفه‌ای بودن در تمام تلاش‌هاست که نیازمند برنامه‌ریزی و اجرای دقیق است. بدین‌ترتیب ضرورت دارد حامیان ذاتی کسب‌وکارهای خانوادگی به‌ویژه اتاق‌های بازرگانی و انجمن‌های تخصصی ذی‌ربط با انجام ابتکاراتی سازنده، این پدیده نیکوی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را تقویت کنند.

	fbpa.net
	info@fbpa.net
	lrfbpa
	IRFBPA
	انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی
	انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی
	انجمن ترویج کسب و کارهای خانوادگی