

آموزه‌های مهم‌ترین کتاب‌های حوزه لندتک، اقتصاد و تأمین مالی خرد

تأمین مالی خرد



رویداد ۹ ژانویه
Jan9

مجموعه کتاب‌های راه‌کار | شماره ۲

فایل نمونه

بِسْمِ اللَّهِ
الرَّحْمَنِ
الرَّحِيمِ



The mark of
responsible forestry
FSC® C099732

سرشناسه: قربانی، رضا، ۱۳۶۳ دی -، گردآورنده

عنوان و نام پدیدآور: تامین مالی خرد

به اهتمام: رضا قربانی

همکاران: کمیل علی تقوی... [و دیگران]

ویراستار ارشد: مینا والی

ویراستار محتوایی: قاسم سرافرازی

ویراستار: یلدا شایسته‌فر.

شخصیات نشر: تهران: راه پرداخت، ۱۴۰۲.

شخصیات ظاهری: ۱۸۳ ص: ۱۴/۵ × ۲۱ × ۵ س.م.

فروست: مجموعه کتاب‌های راهکار؛ شماره ۲.

شابک: ۵-۸۳-۷۷۰۲-۶۲۲-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

یادداشت: کتاب حاضر به مناسبت رویداد ۹ ژانویه منتشر شده است.

یادداشت: همکاران کمیل علی تقوی، نسرین ستوده، علی اسدالله، علیرضا کاظمی نیا.

یادداشت: عنوان روی جلد: آموزه‌های مهمترین کتاب‌های حوزه لندتک، اقتصاد و تامین مالی

خرد: تامین مالی خرد.

عنوان روی جلد: آموزه‌های مهمترین کتاب‌های حوزه لندتک، اقتصاد و تامین مالی خرد: تامین

مالی خرد.

موضوع: امور مالی خرد Microfinance

موضوع: مسوولیت اجتماعی کسب و کار Social responsibility of business

شناسه افزوده: علی تقوی، کمیل، ۱۳۶۳-، گردآورنده

شناسه افزوده: Ali Taghavi, Komeil, ۱۹۸۴-

شناسه افزوده: والی، مینا، ۱۳۶۳-، ویراستار

شناسه افزوده: سرافرازی، قاسم، ۱۳۶۶-، ویراستار

شناسه افزوده: رویداد ۹ ژانویه

رده بندی کنگره: HG1۷۸/۳

رده بندی دیویی: ۳۳۲

شماره کتابشناسی ملی: ۹۴۱۸۴۶۱

اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیپا

آموزه‌های مهم‌ترین کتاب‌های حوزه لندتک، اقتصاد و تأمین مالی خرد

تأمین مالی خرد



رویداد ۹ ژانویه
Jan9

مجموعه کتاب‌های راه‌کار | شماره ۲



عنوان: تأمین مالی خرد

ناشر: راه پرداخت

به اهتمام: رضا قربانی

همکاران: کمیل علی تقوی، نسرين ستوده، علی اسدالله، علیرضا کاظمی نیا

ویراستار ارشد: مینا والی

ویراستار محتوایی: قاسم سرافرازی

ویراستار: یلدا شایسته‌فر

صفحه آرا: علیرضا کیوان

ناظر چاپ: قادر شهبازی

نوبت چاپ: دوم ۱۴۰۲

شمارگان: ۱۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۷۰۲-۸۳-۵

تلفن: ۰۲۱-۴۴۴۳۹۶۶

دورنگار: ۸۹۷۸۴۹۰۲

ایمیل: publisher@way2pay.press

وبسایت: way2pay.press

لیتوگرافی: هنر اشکان

چاپ و صحافی: واژه

همه حقوق چاپ و نشر این اثر برای «انتشارات راه پرداخت» محفوظ است. هرگونه تکثیر، انتشار و بازنویسی این اثر یا قسمتی از آن به هر شکل و شیوه (چاپی، صوتی، ویدئویی، دیجیتال و ...) بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است.

فروشگاه انتشارات راه پرداخت نشانی: تهران، جنت آباد جنوبی، خیابان لاله غربی، روبه‌روی پاساژ سمرقند، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸

@way2paypress

Way2Pay.press

@way2paypress

- ۲۴ خلاصه کتاب بانکدار فقرا: وام‌دهی خرد و مبارزه با فقر جهانی
- ۳۶ خلاصه کتاب ساخت کسب و کار اجتماعی: نوع جدیدی از سرمایه‌داری
- ۴۸ خلاصه کتاب دنیای سه صفر: اقتصاد جدید در جهت صفر شدن فقر و بیکاری
- ۶۰ خلاصه کتاب کوچک زیباست: اقتصاد با ابعاد انسانی
- ۷۲ خلاصه کتاب اقتصاد اشتراکی: پایان استخدام و ظهور سرمایه‌داری مبتنی بر جمعیت
- ۸۴ خلاصه کتاب اقتصاد روایی: چگونه داستان‌های ویروسی رخدادهای بزرگ را می‌سازند؟
- ۹۶ خلاصه کتاب اقتصاد گیگ: راهنمایی کامل برای یافتن شغل بهتر و تعطیلات بیشتر
- ۱۰۸ خلاصه کتاب اقتصاد هوش مصنوعی: کار، ثروت و رفاه در عصر ربات
- ۱۲۲ خلاصه کتاب فریکونومیکس: اقتصاددانی یاغی جنبه‌های پنهان همه‌چیز را بررسی می‌کند
- ۱۳۸ خلاصه کتاب راه بردگی: دفاع از دموکراسی و اقتصاد بازار
- ۱۵۰ خلاصه کتاب قانون، قانون‌گذاری و آزادی: گزارشی جدید از اصول آزادی خواهانه عدالت
- ۱۶۲ خلاصه کتاب ثروتمندترین مرد بابل: رازهای موفقیت مردان باستان
- ۱۷۲ خلاصه کتاب فقرا چگونه می‌توانند نظام سرمایه‌داری را نجات دهند: بازسازی مسیر

یادداشت ناشر

رضاقربانی

دوم اردیبهشت ماه ۱۳۹۰ که وبسایت راه پرداخت را راه اندازی کردیم، هیچ تصویری از آینده نداشتیم؛ می دانستیم راه دور است و بیابان در پیش. آگاه بودیم که بهترین ایده ها اگر با ممارست و اصلاح مستمر و تداوم بر انجام همراه نشوند، صرفاً در حد ایده هایی زیبامی مانند و بس. سختی راه را کسی می داند که قدم در راه گذاشته است. ارزش راه رو بر کسی روشن است که قدم در کوره راهی باریک گذاشته است. برای هر کسی که تلاش می کند در راه نماند، راه نهادن با ارزش ترین توشه است. آنچه در این سال ها به مرور انجام دادیم، نه بر مبنای یک طرح کلی از پیش فک شده بود، نه کارهای کاتوره ای. امروز که نگاه می کنیم، می بینیم ناخودآگاه مسیری را آمده ایم که در نهایت یک کل منسجم را می سازد. به مرور بخش هایی را اضافه کردیم که امروز وقتی از دور نگاه می کنیم، خودمان هم از آن لذت می بریم. تلاش کردیم این حال خوب را با مخاطبان مان هم به اشتراک بگذاریم و تلاش کردیم در روزهایی که می گویند نمی شود و نمی گذارند، کاری هر چند کوچک انجام دهیم.

تولد ماهنامه عصر تراکنش در چنین حال و هوایی رخ داد. اگر بخواهیم سختی های راه از مجوز گرفتن تا انواع مشکلات ریز و درشت را مرور کنیم، می شود مثنوی هفتاد من کاغذ! در این سال ها کابوس کم نداشتیم: از تهیه کاغذ بگیر تا چاپ و جوهر و زینک و چاپخانه و سروکله زدن با بیمه و مالیات و دوستان ناآگاه و دشمنان کاربلد! از همان سال ۱۳۹۶ آن قدر سختی کشیدیم که نگوو نپرس. ولی امروز که در آستانه هشتادمین شماره ماهنامه عصر تراکنش هستیم، بر خودمان می بالیم که با هر ضرب و زوری که بود، خودمان را سر پاینگه داشتیم و خوشحالیم که گوهرشناسانی در کنارمان داریم که قدر گوهر می شناسند.

انتشارات راه پرداخت از سال ۱۳۹۹ و بعد از چند سال دوندگی برای گرفتن مجوز سروشکل پیدا کرد، ولی همراهان ما می دانند که از سال های ابتدایی دهه ۹۰ کتاب هم چاپ می کردیم. از دور به نظر می رسد که همه این کارها به آسانی آب خوردن انجام می شوند و چون عادت نداریم غر بزیم، همراهان ما کمتر در جریان چالش های ما بوده و هستند و بنا هم نداریم درباره این

حاشیه‌ها حرف بزیم. اصل ماجرا این است که باید کارمان را درست انجام دهیم و بزرگ‌ترین لذت برای ما این است که کتابی که چند سال پیش منتشر کردیم، امروز توسط فردی فرهیخته خوانده می‌شود، به کاری می‌آید و گرهی باز می‌کند.

هفته‌نامه کارنگ در سال ۱۴۰۰ متولد شد؛ کارنگ تلاشی بود برای پا گذاشتن به درون مرزهای جدید. اگر تمرکز کارهای ما تا قبل از ۱۴۰۰ بر حوزه فناوری‌های مالی بود، با حفظ تمرکز تلاش کردیم حوزه‌های گوناگون مرتبط با فناوری و نوآوری را هم ببینیم. کارنگ در طول سه سالی که منتشر می‌شود، در آستانه رسیدن به شماره ۱۳ است.

«راه‌کار» از این ایده ساده بیرون آمد که اگر می‌توانیم راه‌پرداخت و کارنگ بسازیم، پس می‌توانیم رسانه‌های بیشتری بسازیم. باید تلاش کرد برای کسانی رسانه ساخت که رسانه ندارند. «راه‌کار» همین ایده است؛ راه‌پرداخت و کارنگ به ما آموختند که امروز می‌توانیم رسانه‌ساز باشیم. حالا راه‌کار یک کارخانه نوآوری رسانه است؛ جایی که برای هر حوزه‌ای که رسانه ندارد، رسانه می‌سازد.

«کتاب راه‌کار» هم بخشی از همین مسیر است. در رسانه‌هایی که منتشر می‌کنیم، تمرکزمان بر روندها و رویدادهاست؛ بیشتر به مسائل روز می‌پردازیم و آنچه برای ما مهم است، از جنس خبر است. در کتاب راه‌کار به دنبال رسانه‌ای هستیم که به موضوعات مهم روز از زاویه‌ای متفاوت نگاه کند؛ نگرستن به آنچه در حال رخ دادن است، به دور از شتاب‌زدگی‌های مرسوم.

کتاب راه‌کار پاسخی است آرامش‌بخش برای ذهن‌های ناآرام. قاعدتاً تمرکز ما اینجا ترجمه است و در ابتدا هم به سراغ خلاصه مهم‌ترین کتاب‌های جهان می‌رویم. تلاش می‌کنیم از دریچه مهم‌ترین کارهای فکری جهان به دوروبرمان نگاه کنیم.

شماره دوم راه‌کار حرکتی است به سوی شناخت مبانی فکری حوزه نوپدید لندتک. اینجا تلاش می‌کنیم در میان کارهای چهره‌هایی مانند محمد یونس و فریدریش هایک مبانی فکری لندتک را جست‌وجو کنیم. امیدواریم این کار مفید باشد و بتوانیم این راه‌آرام و پیوسته ادامه دهیم.

وام دهی خرد و مبارزه با فقر جهانی

خلاصه کتاب بانکدار فقرا

در سال ۱۹۷۴، در حالی که «محمد یونس» به تدریس اقتصاد در بنگلادش مشغول بود، این کشور با قطعی دسته و پنجه نرم می کرد. تدریس نظریه های انتزاعی در حالی که مردم خارج از کلاس را گرسنه می دید ناراحتش می کرد. یونس فهمید که تحصیلاتش در حوزه اقتصاد کامل نیست. بنابراین برای تکمیل تحصیلاتش به روستایی کوچک رفت تا به جای اتکا به محتوای کتاب های درسی از طریق «خود فقرا بفهمد» آنها دقیقاً به چه چیزی نیاز دارند. پاسخ، اعتبار بود. پس یونس بانکی به نام «بانک گرامین» (Grameen Bank) تأسیس کرد تا این اعتبار را تأمین کند. معنی این اسم «بانک روستا» است. اکنون یونس برنده جایزه صلح نوبل است و بانک گرامین اعتباردهی اش را به بیش از ۲۰۶ میلیون نفر توسعه داده است. این زندگی نامه عوامل الهام بخش در مسیر او، موانعی که بر آنها غلبه کرد و موفقیت نهایی این پروژه و مهم ترین دستاوردهای زندگی اش را برمی شمرد. خواندن این کتاب به هرکسی که در پی دانستن این است که چگونه تلاش های یک نفر می تواند اثری چشمگیر داشته باشد، توصیه می شود.



محمد یونس، برنده جایزه صلح نوبل، بنیانگذار و مدیرعامل بانک گرامین است. وی در گذشته ریاست گروه اقتصاد در دانشگاه چیتاگونگ بنگلادش را بر عهده داشته است.

نکات کلیدی

- محمد یونس از همان دوران کودکی دانش آموزی ممتاز و هنرمندی با استعداد بود. وی به عنوان پیشاهنگ (Boy Scout) به کشورهای دیگر سفر کرد.
- پس از کالج، در دانشگاهی در بنگلادش به تدریس اقتصاد پرداخت و همراه با پدرش کسب و کاری موفق را آغاز کرد.
- در زمان تحصیل در مقطع دکتری در دانشگاه «وندربیلت» (Vanderbilt)، شیفته جنبه انسانی اقتصاد شد.
- زمانی که بنگلادش اعلام استقلال کرد، یونس به دولت جدید پیوست.
- یونس به تدریس اقتصاد بازگشت، اما نارضایتی اش از انجام کارهای صرفاً نظری در حال افزایش بود.
- یونس پس از ملاقات با صنعتگران فقیر روستا که نمی توانستند وام بگیرند، خودش به آن ها پول قرض داد. وی سپس این کار را با گرفتن وامی از یک بانک دولتی توسعه داد.
- یونس بانکار شدن را با انجام کارهایی برخلاف آنچه بانک های سنتی انجام می دادند یاد گرفت. به ویژه با دادن وام های کوچک به فقرا، زنان و افرادی که نمی توانستند وام بگیرند.
- یونس متوجه شد وام دادن به زنان از وام دادن به مردان کارآمدتر است.
- بانک گرامین وی به عنوان شعبه ای از یک بانک دولتی آغاز به کار کرد و در نهایت به یک مؤسسه چندملیتی مستقل تبدیل شد.
- یونس کارش را به حوزه ای فراتر از بانکداری گسترش داده است، اما همچنان «اعتبارات خرد» در مرکز توجه او قرار دارد.

کودکی و نوجوانی

محمد یونس در سال ۱۹۴۰ متولد و در «چیتاگونگ» (Chittagong) بزرگ شد. چیتاگونگ شهری تجاری با حدود سه میلیون نفر جمعیت در جنوب شرقی ایالت هندی بنگال شرقی بود (که در سال ۱۹۵۵ بخشی از کشور پاکستان و سپس در سال ۱۹۷۱ بخشی از بنگلادش شد). یونس با خانواده اش در خانه کوچک دو طبقه ای زندگی می کرد.

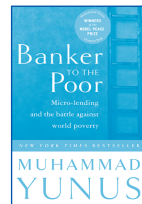
پدرش، «دولامیا» (Dula Mia)، مسلمان معتقد، مالک و گرداننده جواهرفروشی موفق در طبقه همکف خانه‌اش بود. پدر یونس، در عین حال که فردی سخت‌گیر نبود، اصرار داشت فرزندانش درس بخوانند و کار سروسامان دادن به تحصیل فرزندانش را به «صوفیا خاتون» (Sofia Khatun)، مادر یونس که زنی مصمم و در عین حال دل‌سوز بود، واگذار کرد. مادر یونس بیشترین تأثیر را بر او گذاشت.

خوشبختانه درس خواندن برای یونس سخت نبود. وی در کودکی مشتاقانه مطالعه می‌کرد و در نوجوانی برنده یکی از مسابقات معتبر دانشگاهی شد. او بخشی از زمانش را به انجام سرگرمی‌های خلاقانه، از جمله عکاسی، طراحی، نقاشی و طراحی گرافیک اختصاص می‌داد. حتی در یک برهه شاگرد یکی از هنرمندان عرصه تبلیغات شد.

یک پیشاهنگ خوب

اولین بار که به برنامه پیشاهنگی علاقه‌مند شد، دبیرستانی بود. در پیشاهنگی، یونس کارهایی از قبیل پیاده‌روی‌های طولانی، بازی، شرکت در نمایش‌ها، مباحثه‌ها و خیریه جمع‌آوری پول را انجام می‌داد. همچنین، پیشاهنگ بودن به یونس کمک کرد برای اولین بار دنیا را ببیند. او با پیشاهنگان به کانادا، ژاپن و فیلیپین سفر کرد. وی در سال ۱۹۵۳ با قطار از هند عبور کرد تا در اولین مجمع پیشاهنگان ملی پاکستان حضور یابد.

وی همچنین سفرهایی را با مدیر دانشکده چیتانگونگ و قاضی «سیراجول‌هاک» (Quazi Sirajul Huq) که بسیار تحسین‌شان می‌کرد، تجربه کرد. یونس می‌گوید: «من ذاتاً مدیر بودم اما قاضی «شهبیب» (Quazi Sahib) بلندپروازی را به من آموخت و کاری کرد شور و اشتیاقم را در مسیری درست هدایت کنم.»



نام انگلیسی:
Banker To The
Poor: Micro-
Lending and the
Battle Against
World Poverty

نام فارسی: بانکدار
فقرا

نویسنده: محمد
یونس

تعداد صفحه: ۲۸۸

سال انتشار نسخه
اصلی: ۲۰۰۸

سال انتشار نسخه
فارسی: ۱۳۹۳

انتشارات
نسخه اصلی:
PublicAffairs

انتشارات نسخه
فارسی: گرایش تازه

مترجم: لیل‌وطن
پرست

از نظر من، یک فرد کارآفرین دارای استعداد ویژه‌ای نیست. دیدگاه من عکس این موضوع است و معتقدم که همه انسان‌ها به صورت بالقوه کارآفرین‌اند.

اشتیاق بعدی یونس به تدریس بود که ابتدا با آموزش برادران کوچک‌ترش این کار را شروع کرد. یونس پس از فارغ‌التحصیلی از دانشگاه «داکا» در سال ۱۹۶۱، در حالی که شانسش را در کسب و کار امتحان می‌کرد، به تدریس اقتصاد پرداخت. او و پدرش با وامی که از یک بانک دولتی دریافت کرده بودند، یک شرکت بسته‌بندی و چاپ تأسیس کردند. این شرکت موفق بود، اما یونس می‌خواست به تحصیل و تدریس ادامه دهد. او موفق شد بورس تحصیلی را برای تحصیل در ایالات متحده دریافت کند. در سال ۱۹۶۵، وی خانه را ترک کرد تا تابستان را در دانشگاه «کلورادو» در «بولدر» بگذراند و در دانشگاه «وندربیلت» در «تنسی» ادامه تحصیل دهد. او دوران دکتری‌اش را تحت نظارت «نیکلاس جورجسکو-روگن» (Nicholas Georgescu-Roegen) گذراند، که به او آموخت «غرور ما باعث می‌شود برای یافتن راه‌کار مشکلات ساده، راه‌کارهایی با پیچیدگی‌های غیرضروری پیدا کنیم».

من معتقدم اگر ما درست عمل کنیم، شرکت‌های مبتنی بر آگاهی اجتماعی می‌توانند در بازار بسیار خوب عمل کنند.

یونس خجالتی بود و می‌خواست به صورت سنتی ازدواج کند. اما در سال ۱۹۶۷، زنی جوان در کتابخانه وندربیلت خودش را به او معرفی کرد. وی «ورا فروستنکو» (Vera Forostenko)، دانشجوی تحصیلات تکمیلی در رشته ادبیات و متولد روسیه بود. آن‌ها در سال ۱۹۷۰ ازدواج کردند و در شهری کوچک و آرام در جنوب «نشویل»، نزدیک دانشگاه ایالتی تنسی، جایی که یونس مشغول تدریس بود، ساکن شدند. ولی عمر زندگی آرام آنها کوتاه بود.

بدون جنبه انسانی، اقتصاد به اندازه سنگ سخت و خشک است.

در ۲۵ مارس ۱۹۷۱، ارتش پاکستان برای سرکوب جنبش استقلال بنگلادش به پاکستان

شرقی رفت. مردم پاکستان شرقی تصمیم گرفتند در پاسخ به این حمله، برای استقلال‌شان بجنگند. جنگ آزادسازی بنگلادش آغاز شده بود و یونس وفاداری‌اش را به ملت جدید بنگلادش اعلام کرد. او با شش بنگالی دیگر کمیته شهروندان بنگلادش را تشکیل داد که کارش را برای حمایت از استقلال در ایالات متحده آغاز کرد. یونس به «واشنگتن دی‌سی» سفر کرد، جایی که همراه با دیگر بنگالی‌های مقیم آمریکا تظاهراتی را در «کپیتال هیل» برگزار و با مطبوعات و سفیران کشورهای مختلف برای به رسمیت شناختن بنگلادش صحبت کرد.

*من چیزی در مورد نحوه راه‌اندازی یک بانک برای فقرانمی دانستم،
بنابراین مجبور شدم (همه چیز را) از ابتدا یاد بگیرم.*

یک بار سفیری از گروه یونس سوآلی ساده پرسید که آنها را متحیر کرد: «آیا شما دولت دارید؟» آنها دولت نداشتند، بنابراین یونس و هم‌وطنانش تصمیم گرفتند با همکاری سایر مهاجران، دولت تشکیل بدهند. یونس مرکز اطلاعات دولت جدید را در آپارتمانی در نشویل راه‌اندازی کرد و در حالی که کشورش بازگشت که جنگ همچنان ادامه داشت و در پایان، سه میلیون کشته و ۱۰ میلیون پناهنده به هند بر جای گذاشت. سرانجام، در شانزدهم دسامبر ۱۹۷۱، بنگلادش استقلالش را به دست آورد و یونس که در آن زمان ۳۱ سال داشت، برای کمک به ساخت کشورش ایالات متحده را ترک کرد.

*لحظه‌ای که در را برای ایجاد تأثیرات اجتماعی از طریق سرمایه‌گذاری
بازکنیم، سرمایه‌گذاران نیز دلارهای‌شان را از طریق این در وارد می‌کنند.
یونس پس از بازگشت به بنگلادش به کمیسیون برنامه‌ریزی دولت*

جدید ملحق شد. اما نقش او با آنچه انتظارش را داشت متفاوت بود. یونس پس از ناکامی در کسب مسئولیتی مرتبط تر، این کار را ترک کرد و به عنوان مدیر دپارتمان به گروه اقتصاد دانشگاه چیتاگونگ بازگشت. در آن زمان او با پدر و مادرش در چیتاگونگ، در فاصله حدود بیست مایلی پردیس دانشگاه، زندگی می کرد.

استاد عمل گرا

در سال ۱۹۷۴ که بنگلادش دچار قحطی شده بود، یونس در رفت و آمدهای روزانه اش به دانشگاه متوجه چیز عجیبی شد: علی رغم جمعیت زیادی از مردم گرسنه، مزارع کشاورزی کشت نمی شدند. به نظر می رسید این مشکل قابل حل است. او و دانشجویانش شروع کردند به تفحص در مورد دلایل عدم کشت مزارع در روستاهای مجاور. پاسخ، سیستم آبیاری ضعیف بود. او و دانشجویانش پرسیدند روستاییان چه مهارت هایی دارند و چگونه زندگی شان را تأمین می کنند. در این مرحله از زندگی شغلی اش، یونس تجربیات شخصی و ارتباط با افراد را به یادگیری از کتاب و کلاس درس ترجیح داد. یونس در تلاش برای ادغام دنیای علمی و عملی، «پروژه توسعه روستایی دانشگاه چیتاگونگ» را راه اندازی کرد که از طریق آن، دانشجویان ضمن کمک به مردم فقیر محلی، اعتبار علمی کسب می کردند. آنها روی فناوری آبیاری و کمک به روستاییان در پرورش برنج تمرکز کردند. یونس همچنین تعاونی های کشاورزی را که خودش بودجه شان را تأمین کرده بود، به بوته آزمایش گذاشت.

نوع بشر بسیار خلاق و مقاوم است، به ویژه هنگامی که در نوعی چهارچوب نهادی عمل می کنند که فعالیت های آنها را تشویق و پشتیبانی می کند.

اگرچه این پروژه ها موفقیت آمیز بودند، یونس به این نتیجه رسید که برای کمک به افراد بسیار فقیر کار خاصی انجام نداده است؛ افرادی که زمین نداشتند، مانند «صوفیا بیگم» که مادری ۲۱ ساله و صاحب سه فرزند بود و در نزدیکی روستای «جوبرا» به ساخت چهارپایه مامبو مشغول بود. صوفیا از واسطه گری، به ارزش ۲۲ سنت و به صورت اعتباری، مواد اولیه

می‌خرید و سپس چهار پایه‌هایی را که می‌ساخت، برای بازپرداخت وامش، می‌فروخت. درآمد او دو سنت در روز بود. او می‌توانست برای خرید مواد اولیه از وام‌دهندگان محلی پول قرض کند، اما آنها نرخ بهره‌ای از ۱۰ درصد در هفته تا ۱۰ درصد در روز دریافت می‌کردند. وقتی یونس در جو‌بارا با سایر افراد صحبت کرد، متوجه مشکلاتی مشابه شد؛ یعنی وابستگی به وام‌های ربوی. یونس با همکاری یکی از دانشجویانش نام تمام روستاییانی را که وام می‌گرفتند یادداشت و مقدار پولی را که نیاز داشتند محاسبه کرد. نام ۴۲ نفر نوشته شد که برای خرید مواد اولیه فقط ۲۷ دلار نیاز داشتند. یونس تصمیم گرفت خودش این پول را بدون بهره به روستاییان بدهد.

کاملاً اعتقاد دارم که همه انسان‌ها یک مهارت ذاتی دارند. من آن را مهارت بقا می‌نامم. این واقعیت که فقرا زنده‌اند گواهی روشن بر توانایی آنهاست.

یونس با دانستن اینکه این راه حل موردی است و نمی‌تواند در مقیاس وسیع کارساز باشد، در سال ۱۹۷۶ به شعبه محلی بانک «ژاناتا» (Janata Bank)، از بزرگ‌ترین بانک‌های دولتی در بنگلادش، مراجعه و ایده وام‌های کوچک به افراد بسیار فقیر را مطرح کرد. به نظر می‌رسید این ایده راه‌حلی ساده برای مسئله‌ای پیچیده باشد. اما مدیران بانک درخواست او را رد کردند و به او گفتند فقرا سواد ندارند و نمی‌توانند فرم‌های لازم را پر کنند و همچنین هیچ وثیقه‌ای ندارند (که کاملاً درست بود و مشکل هم همین بود). پس از مذاکرات، یونس پیشنهاد داد وام‌هایی را که در مجموع بالغ بر سیصد دلار بودند، شخصاً تضمین کند. کمک مدیران بانک تغییر عقیده دادند و توافق کردند. شش ماه دیگر طول

کشید اما سرانجام وام‌ها به یونس پرداخت شدند. بانک او را ملزم کرد که به عنوان واسطه عمل کند و مدارک لازم را برای هر وام پر کند زیرا بانک نمی‌خواست مستقیماً با فقرا در تعامل باشد. چرایونس فکر می‌کرد فقرا این وام‌های بدون وثیقه را باز پرداخت می‌کنند؟ او می‌گوید: «فقرا می‌دانند که این اعتبار (وام) تنها فرصت‌شان برای خروج از فقر است. اگر آنها از این یک وام درست استفاده نکنند، تنها فرصت‌شان را برای خارج شدن از بدبختی از دست می‌دهند.»

بانک «دهکده»

این برنامه بعداً به بانک «گرامین» تبدیل شد و با اینکه یونس هیچ آموزشی در زمینه مدیریت بانک (به ویژه برای افراد فقیر) ندیده بود، آن را راه‌اندازی کرد. چگونه این کار را آموخت؟ او تصمیم گرفت نحوه فعالیت سایر مؤسسه‌های مالی را بررسی و از خطاهای آن‌ها یاد بگیرد و اغلب دقیقاً رویه‌ای برخلاف آنچه یک بانک سنتی انجام می‌دهد، در پیش بگیرد. به عنوان مثال، یونس فکر می‌کرد داشتن بدهی‌های کلان باعث دل‌سردی وام‌گیرندگان فقیر می‌شود، بنابراین آن‌ها را وادار کرد به سرعت شروع کنند به بازپرداخت وام‌ها. وام‌ها سررسید یک‌ساله داشتند و وام‌گیرندگان باید روزانه مبلغی ناچیز را بازپرداخت می‌کردند (بعداً پرداخت‌ها به صورت هفتگی انجام می‌شد). یونس دریافت که احتمال بازپرداخت وام در صورتی که وام‌گیرندگان، گروهی تشکیل داده باشند بیشتر است. اگر یک وام‌گیرنده نکول کند، دیگر اعضای گروه نمی‌توانند وام بگیرند. یونس همچنین وام‌گیرندگان را ملزم به پس‌انداز کرد. این امر می‌توانست فرصت وام‌دهی به سایر اعضای گروه وام‌گیرنده را فراهم کند (با این روش تا سال ۱۹۹۸، صد میلیون دلار پس‌انداز شده بود). او همه تراکنش‌ها را به صورت شفاف (در مقابل دیدگان همه) انجام می‌داد، بنابراین همه می‌توانستند نحوه کار سیستم را ببینند. هیچ چیز مخفیانه‌ای وجود نداشت. سیستم خودش پلیس خودش بود و هرگز دادگاه‌ها یا افراد خارج از گرامین را درگیر نمی‌کرد.

برخلاف کارمندان سایر بانک‌های تجاری، کارمندان ما به گونه‌ای رشد می‌کنند که خود را معلم سایرین بدانند.

در یک اقدام هنجارشکن دیگر، یونس تقریباً فقط به زنان وام می‌داد زیرا متوجه شد که توسعه اعتباراتی که به آن‌ها می‌دهند در مقایسه با زمانی که به مردان وام می‌دهند، تغییراتی بیشتر و سریع‌تر ایجاد می‌کند. او توضیح می‌دهد: «زنان اکثریت افراد فقیر، بیکار و کم‌بهره از لحاظ اقتصادی و اجتماعی را تشکیل می‌دهند، ولی آنها با آسودگی و موفقیت بیشتری رفاه کودکان و مردان را بهبود می‌بخشند.» در بنگلادش اگر بنا باشد یکی از اعضای خانواده گرسنه بماند، غالباً مادر است. بنابراین هر فرزندی که از شیر مادر تغذیه می‌کند نیز گرسنه می‌ماند. علاوه بر این، زنان تمایل دارند زندگی فرزندان‌شان را بهبود بخشند.

یک زن معمولاً هنگامی که پول اضافی به دست می‌آورد وسایل آشپزی خریداری می‌کند، خانه‌اش را تعمیر می‌کند یا تخت‌خواب می‌خرد. در مقابل، مردان تمایل دارند وامی را که گرفته‌اند برای خودشان خرج کنند. مطالعات متعدد درباره وام‌گیرندگان زن و مرد این الگوی رفتاری را نشان می‌دهد.

*گرامین به مداخله اجتماعی بدون وارد شدن دولت در اداره مشاغل
یا عرضه خدمات اعتقاد دارد.*

یونس متأسفانه در سال ۱۹۷۷ از او جدا شد. ورا احساس می‌کرد بنگلادش مکان مناسبی برای تربیت دخترش «مونیکا» نیست. یونس هم نمی‌توانست بنگلادش را ترک کند و در سال ۱۹۸۰ با «افروزی بیگم» (Afrozi Begum) ازدواج کرد.

افروزی بیگم، به عنوان یک بنگلادشی که در انگلیس فیزیک خوانده است، «توانایی راحت زندگی کردن در شرق و غرب را داشت». دختر آنها «دینا» در سال ۱۹۸۶ متولد شد.

رشد، تغییر و آینده فقر

از اواخر دهه ۱۹۷۰، برنامه‌های وام‌دهی یونس برای رفع نیازهای فقرا دائماً تغییر کرده و تکامل یافته است. در سال ۱۹۷۷، جلسه با مدیرعامل بانک «کریشی» (Krishi Bank) بنگلادش منجر به گسترش برنامه وام‌دهی به فراتر از جویرا و به منطقه «تانگیل» (Tangail)، منطقه فقیرنشین بنگلادش در نزدیکی داکا پایتخت کشور شد. دو سال بعد، یونس از کار تدریسش مرخصی گرفت و اولین شعبه رسمی بانک گرامین را به عنوان شعبه‌ای از بانک کریشی افتتاح کرد که سرعت رشد بسیار خوبی هم داشت. در پایان سال ۱۹۸۱، وام‌های داده شده بالغ بر ۴،۱۳ میلیون دلار بودند. در سال ۱۹۸۲، با پول «بنیاد فورد» و همچنین وام دریافتی از «صندوق بین‌المللی توسعه کشاورزی»، بانک گرامین در پنج منطقه دیگر توسعه یافت و ۵،۱۰ میلیون دلار دیگر وام پرداخت کرد.

گرامین مخالف چهارچوب نهادی موجود و اقتصادی مبتنی بر طمع‌ورزی است.

در همان سال، در جریان کنفرانسی که یونس در آن شرکت کرد، کودتایی اتفاق افتاد که منجر به سرنگونی دولت غیرنظامی بنگلادش شد. با اعلام حکومت نظامی، یونس قادر به ترک کنفرانس نبود. کسی که بعداً وزیر دارایی دولت جدید شد نیز در آنجا محبوس بود. یونس از فرصت استفاده کرد و درباره بانک گرامین با وزیر آینده (که متحد او شد) صحبت کرد. با کمک او، یونس ساختار بانک گرامین را به مؤسسه‌ای مستقل تغییر داد.

اگر گرامین می‌خواست کار کند باید به مشتریانش اعتماد می‌کرد.

پس از تغییر ساختار و مستقل شدنش، بانک با سرعت بیشتری رشد کرد و سالانه صد شعبه به شعبش افزوده شد. این شرکت دادن وام‌های مختلف در سایر کشورهای فقیر، از جمله مالزی، فیلیپین، هند، نپال و ویتنام را شروع کرد. گرامین حتی در ایالات متحده نیز فعالیتش را آغاز کرد. با حمایت رئیس‌جمهور «بیل کلینتون»، گرامین برنامه‌ای را در آرکانزاس

آغاز کرد. همچنین، برنامه‌هایی مشابه در داکوتای جنوبی، اوکلاهما و ایلینوی دنبال شد. یونس در راستای فقرزدایی، برنامه‌های دیگری از جمله پرورش ماهی، تولید منسوجات و تلفن‌های همراه را نیز آغاز کرد.

از نظر من، تغییر کیفیت زندگی مردمی که در دهک‌های پایین درآمدی قرار گرفته‌اند جوهر توسعه است.

خلاصه نهایی

مؤسسه‌ای که در سال ۱۹۷۶ با یک وام ۲۷ دلاری در روستای جوبرا آغاز به کار کرد، به سازمانی مؤثر برای فقرزدایی تبدیل شده است. بانک گرامین تقریباً دو هزار شعبه و حدود یازده هزار کارمند دارد. این بانک با نرخ برگشت‌پذیری ۹۸ درصدی، ۳٫۹ میلیارد دلار وام داده است. حدود ۹۰ درصد وام‌های آن از طریق وجوه خود بانک و با استفاده از پس‌انداز سپرده‌گذاران که بیشترشان نیز وام‌گیرنده‌اند، تأمین می‌شود. از سال ۱۹۹۸، بانک گرامین از هیچ‌گونه کمک مالی‌ای در برنامه‌های وام خود استفاده نکرده است. بانک گرامین غیر از سال اول و دو سال بعد از آنکه گردها بنگلادش را ویران کردند، همیشه سود سالانه کسب کرده است.

من همیشه معتقد بوده‌ام که از بین بردن فقر در جهان به اراده نیاز دارد.

رسیدن به این موفقیت‌ها، در سال ۱۹۷۶ بسیار دور از ذهن به نظر می‌رسید، اما یونس معتقد است: «قبل از اینکه چیزی را به واقعیت تبدیل کنیم، باید بتوانیم رؤیای آن را در سر پیورانیم. رؤیاهای اقتصادی-اجتماعی چیزی نیست جز اولین گام در ترسیم مسیر رسیدن به

مقصد.» بر این اساس، یونس جهانی خالی از فقر را تا سال ۲۰۵۰ تصور می‌کند. او می‌گوید: «فقر به یک جامعه انسانی متمدن تعلق ندارد. مکان مناسب آن در موزه است. مایک جهان بدون برده‌داری، یک جهان بدون آبله، یک جهان بدون آپارتاید ایجاد کرده‌ایم. ایجاد یک جهان بدون فقر بزرگ‌تر از همه این دستاوردهاست و در عین حال آنها را تقویت می‌کند. جهانی که ما می‌توانیم همه به زندگی در آن افتخار کنیم.»

نوع جدیدی از سرمایه داری

که در خدمت مهم ترین

نیازهای بشر است

خلاصه کتاب ساخت کسب و کار اجتماعی

محمد یونس، بنیان‌گذار بانک گرامین، وام‌دهنده اعتبارات خرد، به دلیل همکاری‌اش در مبارزه با فقر در جهان، جایزه صلح نوبل را از آن خود کرد. اگرچه سرانجام دولت بنگلادش وی را مجبور به ترک بانکش کرد (احتمالاً به دلایل سیاسی)، دیدگاه‌هایش هنوز از قدرت بسیاری برخوردارند. یونس از اقتصادی حمایت می‌کند که بشریت را به عنوان مجموعه‌ای از قابلیت‌های مثبت می‌پذیرد. او در کتابی که با همکاری «کارل وبر» (Karl Weber) نوشته، برنامه‌ای برای «کسب و کار اجتماعی» طراحی کرده است. این جزئیات مربوط به مطالعات موردی قانع‌کننده‌ای است درباره اینکه چگونه شرکت‌های مختلف گرامین مشکلات روزمره بازار را مدیریت می‌کنند. خواندن این کتاب به مدیرانی که می‌خواهند کارهای خوب را گسترش دهند و همچنین کارآفرینانی که کارشان را از پارکینگ و گاراژ خانه‌شان شروع کرده‌اند و تکنوکرات‌هایی که به جهانی با فقر کمتر باور دارند اما برای رسیدن به آن به اندکی راهنمایی نیاز دارند، بسیار توصیه می‌شود.



محمد یونس برنده
جایزه صلح نوبل در
سال ۲۰۰۶ و مؤسس
بانک گرامین است.

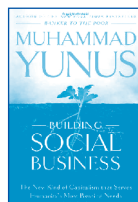
نکات کلیدی

- میل به کمک به دیگران به اندازه میل به حفظ منفعت شخصی می‌تواند محرک رفتار مردم باشد.
- سیستم اقتصادی جهان بانفی فرصت‌های اعتباری برای فقرا، فقر را ایجاد می‌کند و تداوم می‌بخشد.
- اقدامات کسب و کاری هدفمند می‌توانند مشکلات اجتماعی به ظاهر غیرقابل حل را برطرف کنند.
- جهان به ساختارهای حقوقی، تجاری و دانشگاهی جدیدی احتیاج دارد که «کسب و کار اجتماعی» را به رسمیت بشناسد.
- کسب و کار اجتماعی به نادیده گرفتن سود شخصی و بازگرداندن سود به بنگاه انکادارد.
- هنگام راه‌اندازی کسب و کار اجتماعی، باگام‌ها و اقدامات کوچک شروع کنید و انعطاف پذیر باشید.
- کسب و کار اجتماعی باید در بازار آزاد پایدار (اثبات) باشد.
- روحیه کارآفرینی که محرک ایجاد کسب و کارهای سنتی است برای ایجاد کسب و کار اجتماعی ایدئال است.
- کسب و کارهای اجتماعی به همان برنامه‌ریزی‌های لازم برای ایجاد دیگر کسب و کارها نیاز دارند.
- بهره‌مند نشدن از مشارکت افرادی که به دلیل فقر از سیستم حذف شده‌اند، از دست دادن قابلیت‌های انسانی است.

چگونه وام‌های خرد منجر به ایجاد کسب و کارهای اجتماعی شدند

محمد یونس، استاد اقتصاد دانشگاه «چیتاگونگ» (Chittagong University)، برای مقابله با قحطی شدید بنگلادش در سال ۱۹۷۴، به روستای «جوبرا» رفت و هدفش را پیدا کرد. یونس، پس از پرداخت ۲۷ دلار به روستاییان برای بازپرداخت وام‌شان به وام‌دهندگان غارتگر

و سودجو، ایده وام دادن به فقرا را به عنوان پایه و اساس نوع جدیدی از کسب و کار بانکی مطرح کرد. او خودش بانکی به نام «گرامین» را تأسیس کرد که کلمه‌ای بنگالی به معنی «روستا» است. گرامین اکنون هشت میلیون مشتری دارد که ۹۷ درصدشان زن هستند. وام دادن به زنان برای مقابله با فقر، مؤثرتر از وام دادن به مردان است. موفقیت گرامین در بنگلادش باعث عملیات تأمین مالی خرد (microfinance) در سراسر جهان، از جمله ایالات متحده، شد.



نام انگلیسی
Building Social
Business: The New
Kind of Capitalism
that Serves
Humanity's Most
Pressing Needs

نام فارسی: کسب و
کار اجتماعی: شیوه
جدیدی از کسب و کار
که منجر به تأمین
نیازمندی‌های بشر
در دنیای سرمایه‌داری
خواهد شد

نویسنده: محمد
یونس

تعداد صفحه: ۲۵۶

سال انتشار نسخه
اصلی: ۲۰۱۰

سال انتشار نسخه
فارسی: ۱۳۹۴

انتشارات نسخه
اصلی: PublicAffairs

انتشارات نسخه
فارسی: رسا

مترجم: حسین
عنبرستانی، سید
وحید رضوی

قانون قوی‌ترین همه چیز را تصاحب می‌کند، باید با قوانینی
جایگزین شود که تضمین‌کننده فقیرترین افراد نیز قدرت عمل دارند.

یونس به این نتیجه رسید که مؤسسه‌های مالی جهان باعث ایجاد فقر می‌شوند زیرا برای افراد فقیر اعتبار فراهم نمی‌کنند. همه مردم با استعداد‌های مختلفی متولد می‌شوند و فقر باعث می‌شود جهان از این استعدادها محروم شود. جامعه باید نهادهایش را بازسازی کند تا تمامی مردم بتوانند پیشرفت کنند. این امر مستلزم ایجاد «کسب و کار اجتماعی» است.

فقر را افراد فقیر ایجاد نمی‌کنند، بلکه سیستمی که ما ساخته‌ایم،
مؤسسه‌هایی که ما طراحی کرده‌ایم و مفاهیمی که ما فرموله کرده‌ایم،
فقر را ایجاد کرده‌اند.

جامعه باید جهان را برای دو نوع کسب و کار آماده کند: انتفاعی و
اجتماعی. یک کسب و کار اجتماعی مطابق با روش‌های عادی تجاری
است. این کسب و کار باید از نظر مالی پایدار باشد، اما سرمایه‌گذارانش

سود سهام ندارند. یک کسب و کار اجتماعی به دنبال درمان بیماری‌های اجتماعی است، نه جمع‌آوری ثروت. با توجه به اینکه انبوهی از مردم جهان به اهداف خیرخواهانه کمک می‌کنند، بودجه این‌گونه مشاغل بایستی بسیار باشد. دولت‌ها می‌توانند بودجه‌ها را از برنامه‌های رفاه اجتماعی به سمت کسب و کارهای اجتماعی سوق دهند.

نوع بشر تمایلی طبیعی دارد که به دیگران کمک کند. این یک نیروی برانگیزاننده است که به اندازه میل به کسب سود قدرتمند است.

برند گرامین در بنگلادش گسترش یافت و شامل «گرامین دانون» (Grameen Danone) (ماست)، «گرامین وئولیا» (Grameen Veolia) (آب آشامیدنی)، «گرامین بی‌ای اس‌اف» (BASF Grameen) (پشه‌بند)، «گرامین اینتل» (Grameen Intel) (آی‌تی روستایی)، «گرامین آدیداس» (کفش) و «اوتوگرامین» (Otto Grameen) (منسوجات) شد. همچنین، «بهداشت و درمان گرامین» (Grameen Healthcare) کلینیک‌هایی را با محوریت پیشگیری در مناطق روستایی توسعه می‌دهد. دانشکده‌های پرستاری ایجاد می‌کند و یک دانشگاه علوم پزشکی برای آموزش کارکنان جهت ایجاد کلینیک‌های بیشتر راه‌اندازی کرده است.

تعریف کسب و کار اجتماعی

دو نوع کسب و کار اجتماعی وجود دارد: در نوع یک، سرمایه‌گذاران سودشان را برای حل مشکلات اجتماعی به شرکت بازمی‌گردانند و نوع دوم، یک نهاد انتفاعی متعلق به افراد فقیر است، مانند بانک گرامین. کسب و کارهای اجتماعی به هفت اصل پایبندند: هدف کسب و کار بهبود جامعه است نه سودآوری، این شرکت از نظر مالی پایدار است، سرمایه‌گذاران فقط سرمایه اصلی‌شان را پس می‌گیرند، از سود برای گسترش شرکت استفاده می‌شود، این شرکت با محیط زیست سازگار است، حقوق کارگران بیشتر از حد استاندارد محیط‌های کاری است و کسب و کار دارای روحیه‌ای مثبت است که با شعار «آن را بالذت انجام بده» نشان داده شده است.

وقتی زندگی یک نفر هدر برود، تک تک افراد این سیاره رنج می‌برند.

«کسب و کار اجتماعی باید یکی از بخش‌های اساسی در فرمول رشد باشد زیرا به نفع گروهی از مردم عمل می‌کند که در غیر این صورت نادیده گرفته می‌شوند. وقتی مردم انرژی می‌گیرند، اقتصاد نیز انرژی خواهد گرفت.» کسب و کار اجتماعی، سوسیالیسم یا کمونیسم نیست، بلکه شکلی اصلاح‌شده از سرمایه‌داری است که در آن مردم با حمایت از راهکارهای کسب و کاری در زمینه چالش‌هایی که در شرایط ایدئال، دولت آن‌ها را مدیریت می‌کند، به جوامع‌شان کمک می‌کنند. کسب و کارهای اجتماعی گزینه‌های بیشتری را به بازار عرضه می‌کنند، با بهره‌گیری از خلاقیت افراد، نوآوری ایجاد می‌کنند و منابعی عرضه می‌کنند که فقط از طریق قدرت ایده‌های کسب و کاری‌شان برای جذب سرمایه، محدود می‌شود. کسب و کارهای اجتماعی جایگزینی برای خصوصی‌سازی (که غالباً به معنای تصاحب شخصی دارایی‌های عمومی است که فقط مالک جدید را پولدار می‌کند) پیشنهاد می‌دهند.

ما فرض می‌کنیم مشاغل انتفاعی منبع اصلی خلاقیت انسان و تنها راه برای حل مشکلات جامعه است.

کسب و کار اجتماعی به سه دلیل از ترکیب انگیزه، سود و اشتیاق برای انجام کار خوب اجتناب می‌کند: دلیل اول این است که افزایش سود کسب و کارها با بهره‌کنشی از فقرا کار اشتباهی است. متأسفانه برخی از مؤسسه‌ها که از مراحل و عملکردهای اعطای وام خرد بانک‌گرا مین پیروی می‌کردند، اکنون نرخ‌های بهره‌گزافی اخذ می‌کنند که این نقض هدف اصلی اعتبارات خرد است. دوم، وقتی یک کسب و کار بین کسب سود و کمک

اجتماعی یکی را انتخاب می‌کند، سود همیشه برنده است. دوری از جذب سود، مدیران را از هرگونه ابهام دور می‌کند: یک کسب و کار اجتماعی به مردم کمک می‌کند. سوم، مطرح کردن کسب و کار اجتماعی به عنوان نوعی تلاش متمایز، رویکردهای مشابه خارج از چهارچوب را تشویق می‌کند. به عنوان مثال، بانک گرامین ضمن رفع نیاز به اعتبارات، از موانع دیگری که بر فقرای روستایی تأثیرگذار بودند، آگاه شد. در واکنش به این موضوع، گرامین بخشی تحت عنوان «تعهدات زندگی» را راه انداخت که از وام گیرندگان سؤال‌هایی در راستای داشتن زندگی بهتر می‌پرسید که شامل رعایت رژیم غذایی بهتر و بهبود دفع زباله‌های شخصی می‌شد.

گرامین دانون: یک مطالعه موردی

اولین کسب و کار اجتماعی گرامین، کارخانه ماست گرامین دانون در «بوگرا» (Bogra) بنگلادش بود که در سال ۲۰۰۵ با گفت و گوی یونس و «فرانک ریبود» (Franck Riboud)، مدیر اجرایی «گروپی دانون» (Groupe Danone) در پاریس آغاز شد. از همان ابتدا سرمایه‌گذاری، بر تولید ماستی محبوب جهت تغذیه بهتر کودکان بنگلادش متمرکز بود که ۵۰ درصدشان از سوء تغذیه رنج می‌برند.

این درسی مهم برای تمام علاقه‌مندان به شروع کسب و کار اجتماعی است: شروع یک کار کوچک، مزیتی بزرگ است.

متخصصان دانون و گرامین کارخانه‌ای کوچک ساختند که بخشی از انرژی‌اش را مبدل «بیوگاز» (biogas) و پنل‌های خورشیدی تأمین می‌کنند. آزمایش‌ها برای به دست آوردن فرمول ماست بر پایه یک شیرین‌کننده محلی، یعنی شیر خرد، انجام گرفت. شرکت دام‌پروری گرامین تأمین مستمر شیر برای تولید ماستی انرژی‌زا به نام «شوکتی دوی» (Shokti Doi) را به عهده گرفت و شرکت ماست را با تصویر یک شیر انیمیشنی قوی هیکل به عنوان نماد خوش‌یمنی به بازار عرضه کرد. قیمت‌گذاری اولیه هنگام راه‌اندازی در فوریه ۲۰۰۷، پیاله‌ای هفت سنت بود که زیر نرخ سی سنت بازار بود.

یک نیاز را شناسایی کنید و آن را با توانایی‌ها و استعداد های تان
مطابقت دهید. به دنیای اطراف تان نگاه کنید و بپرسید چه چیزی شما را
آزار می‌دهد. واقعاً می‌خواهید چه چیزی را تغییر دهید؟

پاسخ اولیه مثبت بود، اما میزان فروش شوکتی دوی که در تعداد
محدودی از فروشگاه‌های بوگرا فروخته می‌شد و مردم آن را خانه به خانه
به روستاییان معرفی می‌کردند، برای حفظ کارخانه یا ایجاد تأثیرات غذایی
مورد انتظار کافی نبود. مسئله این بود که زنان فروشنده تمایل نداشتند
جلوی در منازل بروند، زیرا این امر ناقض موازین فرهنگی شان بود. گرامین
دانون یک مدیر محلی تمام وقت استخدام کرد که دوباره روند استخدام را
بررسی کرد و تا مارس ۲۰۰۸، تعداد فروشنده‌ها به ۲۷ نفر رسید در حالی
که این رقم در سپتامبر ۲۰۰۷ فقط ۲۹ نفر بود. فروش طی شش ماه به طور
پیوسته رشد کرد و نفوذ ۴ تا ۵ درصدی به بازار را به همراه داشت.

وقت تان را با افرادی که می‌خواهید به آن‌ها خدمت کنید سپری کنید.
علاقه، نیازها، توانایی‌ها و رؤیاهای آن‌ها را بشناسید.

اما افزایش جهانی قیمت غذا از سال ۲۰۰۶ مشکلاتی را ایجاد کرد.
قیمت شیر دو برابر شد؛ در مارس ۲۰۰۸، فروش هر پیاله ماست با ضرر
همراه بوده که این امر بقای شرکت را تهدید می‌کرد. در آوریل ۲۰۰۸، اعضای
هیئت مدیره با افزایش قیمت، تایازده سنت برای هر پیاله، موافقت کردند،
اما فروش ۸۰ درصد کاهش یافت و فروشندگان کم شدند. این شرکت
متوجه شد که می‌تواند همان فواید غذایی (۳۰ درصد از حداقل نیاز روزانه
کودک) را در یک پیاله شصت گرمی کوچک‌تر عرضه کند که با قیمت هشت
سنت فروخته شود. افزایشی که بازار روستا بتواند تحمل کند.

کسب و کار اجتماعی - مانند هنر پزشکی - در مجموع در مورد حل مسائل، کمک به مردم و تبدیل جهان به جایی بهتر است.

این شرکت در «داکا»، پایتخت بنگلادش، گسترش یافت؛ جایی که شهرنشینان پرداخت شانزده سنت برای یک پیاله هشتاد گرمی را معقول می دانستند. گرامین در مرکز توزیع یخچال و کامیون های یخچال دار سرمایه گذاری کرد. این شرکت یک مدل کسب و کاری دووجهی عرضه می کند که در خدمت مشتریان روستایی و شهری است. در سال ۲۰۱۰، شرکت نام محصول را به «شوکتی پلاس» (Shokti+) (انرژی پلاس) تغییر داد. ساکنان داکا تقریباً ۵ درصد از کل فروش را تشکیل می دادند. در بخش روستایی، نیروی فروش تثبیت شده بود و هر فروشنده ماهانه حدود یازده دلار از فروش پیاله های کوچک تر و ارزان تر به دست می آورد. این تجربه، دشواری ذاتی کسب و کار اجتماعی را نشان داد. درس های مفیدی که می توانید از آن بگیرید شامل این مواردند: بر هفتان تمرکز کنید، اما انعطاف پذیر باشید. بازاریان را بشناسید و از هر جایی که می توانید، کمک بگیرید. بدانید که هر بازار یک فرصت منحصر به فرد دارد و مدام مفروضات آن را مرور و بازبینی کنید.

شروع کردن

با وجود مشکلات عظیم جهانی، صاحبان کسب و کارهای اجتماعی جدید باید در حیاط خلوت خانه شان شروع به کار کنند. با فعالیت ها و اقدامات کوچک شروع کنید، از بازار محلی شروع کنید، هدفی مشخص داشته باشید و آماده باشید که تلاش زیادی برای رسیدن به موفقیت انجام دهید.

سرنوشت برادران لمان در آمریکا و زنان فقیری که در یک کارخانه تولید پوشاک در بنگلادش کار می کنند با هم مرتبطند.

کسب و کارهای اجتماعی شرکت های گرامین نشان می دهند که یک کسب و کار همه جانبه

نمی‌تواند مشکلات اساسی مانند فقر و کمبود خدمات بهداشتی را بهبود بخشد. پاسخ در جایی مانند بنگلادش ایجاد کسب و کارهای اجتماعی متعددی بوده است که به طور کلی سلامتی فقرا را بهبود بخشد، که هرکدام بخش‌هایی از چالش‌های مختلف، از جمله آب آشامیدنی ناسالم، تغذیه ناکافی، کمبود کفش و کمبود پرستار را مدیریت کنند. کارآفرینان عرصه هنر می‌توانند با تولید برنامه‌های سرگرم‌کننده، فرهنگ را که تغییر دهند، مهندسان می‌توانند سیستم‌های تبدیل پسماند به انرژی را ایجاد کنند، افراد علاقه‌مند به فعالیت در حوزه محیط زیست ممکن است به جنگل‌داری کمک کنند و بانکاران می‌توانند به کارگران خارج از کشور برای رساندن حواله پول به خانواده‌هایشان کمک کنند.

دولت‌ها اغلب اسیر منافع خاص، احزاب سیاسی پیگیر منافع شخصی و افراد فاسد می‌شوند. از این رو نیاز به کسب و کار اجتماعی وجود دارد.

به منظور یافتن ایده خوب برای کسب و کار اجتماعی، به نیازهای گروهی از افراد (کودکان، افراد مسن، بی‌خانمان، بیماران روانی) بیندیشید و مفهومی بسازید که گروهی از افراد را تقویت کند. مدل‌تان را آزمایش کنید تا ببینید آیا می‌تواند کسب و کاری پایدار باشد. مهارت‌های درآمدزایی بنگاه‌های سودمحور را مطالعه کنید. پس از آن می‌توانید با انتقال مالکیت به فقرا، مستقیم یا از طریق یک تراست (trust)، یک کسب و کار انتفاعی را به یک کسب و کار اجتماعی تبدیل کنید.

جهانی‌شدن نباید به امپریالیسم مالی تبدیل شود.

شروع کسب و کار اجتماعی مستلزم آماده‌سازی همان کارهایی است

که برای یک شرکت سودآور انجام می‌شود. بایک طرح کسب و کاری شروع کنید. علاوه بر سؤال‌های معمول در مورد تجزیه و تحلیل بازار و هزینه‌ها، سرنوشت بازار را تحلیل کنید: به چه کسی کمک می‌کنم؟ چگونه می‌توانم کمک خود را اندازه‌گیری کنم؟ آیا می‌توانم کارهای بیشتری انجام دهم؟

بودجه گرفتن، سازمان دهی شدن

به دست آوردن پول برای راه‌اندازی کسب و کار اجتماعی ارتباط زیادی با نحوه سازمان‌دهی کسب و کارتان دارد. بایک برنامه کسب و کاری پنج‌ساله که پیش‌بینی هزینه و درآمد را نشان می‌دهد، شروع کنید. به یاد داشته باشید که شرکت‌های نوپا (استارت‌آپ‌ها) به‌طور کلی میزان فروش‌شان را بیش از حد تخمین می‌زنند. به دنبال جذب سرمایه باشید، با منابع مالی نزدیک به خود، مانند خانواده یا دوستان، شروع کنید.

به دست آوردن سود (و به‌ویژه پیگیری هدف مرسوم کسب و کار، یعنی جذب حداکثر سود) از افراد فقیر غیراخلاقی است. این کار نوعی مزیت بردن از رنج هم‌نوعان مان است.

شرکت‌های گرامین از ساختاری انتفاعی استفاده می‌کنند که به نظر می‌رسد برای کسب و کار اجتماعی مناسب باشد. شرکت‌های گرامین سرمایه‌های خارج از شرکت را افزایش می‌دهند، مالیات می‌پردازند، مسئولیت‌های مدیریت را تعیین می‌کنند و همه این‌ها باعث افزایش کارایی می‌شوند. یک اشکال این کار این است که انصراف کسب و کار اجتماعی از کسب سود ممکن است در یک ساختار انتفاعی مجاز نباشد. پیشنهاد‌های دیگر برای قالب‌های کسب و کارهای اجتماعی عبارت‌اند از: شرکت منافع اجتماعی (CIC) در انگلستان و شرکت با مسئولیت محدود کم سود (L3C) و شرکت‌های B به معنای «سودمند» (beneficial) در ایالات متحده. هر سه قالب، تمایل عمومی به راهی جدید برای رسیدگی به مشکلات اجتماعی حل‌نشده‌ی را نشان می‌دهند، اما همگی شان فاقد عنصر اساسی کسب و کار اجتماعی (ترجیح کارهای خوب بشر دوستانه به سود) هستند. کسب و کار اجتماعی منتظر قانون‌گذاری یک ساختار حقوقی خاص است.

گرامین وئولیاواتر

(GrameenVeoliaWater): یک مطالعه موردی

تخمین زده می‌شود که ۳۵ میلیون از هشتاد میلیون نفر جمعیت بنگلادش از آب آلوده به آرسنیک استفاده می‌کنند. «اریک لسور» (Eric Lesueur) که در بخش وئولیاواتر از مجتمع فرانسوی «وئولویا اینوایرمنت» (Veolia Environment) کار می‌کند، کسب و کاری اجتماعی را به شرکت‌های گرامین پیشنهاد کرد که از طریق آن، آب تمیز برای آشامیدن و آشپزی به فقیرنشینان روستایی بنگلادش عرضه کند. چالش اولیه: ۱۰ لیتر آب را به قیمت یک سنت بفروشید.

لسور، با جلب حمایت مدیران شرکتش، پروژه را در دسامبر ۲۰۰۷ با استقبال مشتاقانه کارمندان وئولویا آغاز کرد. گرامین پیشنهاد کرد که کار را از دهکده بیست هزار نفری «گوآلماری» (Goalmari) شروع کنند. در مارس ۲۰۰۸، وئولویا تصمیم گرفت که در یک کارخانه، آب‌های رودخانه را تصفیه کند. اما قیمت ۱۰ لیتر آب، به دلیل هزینه لوله‌کشی، به چهار سنت افزایش یافت. تا ژوئن ۲۰۰۹، آب تصفیه شده در چهارده منطقه در گوآلماری فروخته می‌شد. فروش به دلیل قیمت بالا، مقاومت در برابر پرداخت هزینه برای آب و همچنین طولانی بودن اثرات مضر آرسنیک در آب، گُند بود.

راه حل گرامین وئولویا، همانند ماست دانون، «یارانه متقابل» (cross-subsidization) بود: فروش مقادیر بیشتری آب به مؤسسه‌ها و لوله‌کشی آب به خانه‌هایی که صاحبان‌شان توانایی پرداخت هزینه را داشتند، که انجام شد. خریداران متمول هزینه‌ها را متحمل شدند تا فقیرترین خانوارها بتوانند با پرداخت هزینه‌ای جزئی از آن استفاده کنند.

به سوی پایان دادن به فقر

در سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹، شرکت‌های چندملیتی دیگری نیز برای

ایجاد کسب و کار اجتماعی در بنگلادش وارد عمل شدند. غول صنعت مواد شیمیایی، شرکت آلمانی BASF، کارش را با گرامین برای تهیه پشه‌بند‌های ضد مالاریا و ترکیبات اصلی و مغذی که به مقدار خیلی کم برای زندگی لازم است، آغاز کرد. گرامین و اینتل واحد مراقبت از نوزادان را تأسیس کردند که با استفاده از تلفن‌های هوشمند، مادران روستایی را به پزشکان در هر جایی متصل می‌کرد. یک کسب و کار اجتماعی نوع دو-که فقرا مالک آن هستند، مانند بانک اصلی گرامین- برای تولید لباس در حال راه‌اندازی است. گرامین و شرکت آلمانی «اوتو جی‌ام‌بی‌اچ» (Otto GmbH) - که یک شرکت بزرگ سفارش‌پستی است- در حال تأسیس یک شرکت نساجی انتفاعی برای تأمین اعتبار یک تراست برای فقرا هستند؛ کارخانه تولید لباس‌هایی که از نظر محیط‌زیستی پایدارند و به کارگران خدمات بهداشتی، کمک‌هزینه مسکن و کمک‌های تحصیلی پرداخت می‌کند. «آدیداس»، شرکت آلمانی تولید کفش، پروژه‌ای را برای تهیه کفش‌های شیک با قیمت یک یورو برای فقرا در بنگلادش راه‌اندازی کرده است، افرادی که بسیاری‌شان به دلیل پابره‌نه بودن دچار انگل می‌شوند. گرامین اقدامات کسب و کاری، اجتماعی، اقتصادی را در کلمبیا، آلبانی و هائیتی آغاز کرده است.

دو بحران بزرگ جهانی تأثیراتی عمیق بر زندگی فقرا گذاشته است: افزایش قیمت مواد غذایی و بحران مالی جهانی. این بحران‌ها باعث رنج زیاد میلیون‌ها انسان آسیب‌پذیر شدند، در عین حال فرصتی برای تجدیدنظر در سرمایه‌داری فراهم کردند. ملت‌ها باید اقتصادشان را از نو تغییر دهند تا منابع به همه، نه فقط ثروتمند، برسد. استفاده از کسب و کارهای اجتماعی برای شریک کردن افراد کم‌برخوردار در سیستم بازار، فرصت‌ها را برای همه افزایش می‌دهد.

اقتصاد جدید در جهت صفر شدن فقر، بیکاری و انتشار کربن خنثی

خلاصه کتاب دنیای سه صفر

«محمد یونس»، اقتصاد دان، در این کتاب مثال هایی عنوان می کند از اینکه چگونه کار سودمندی مدافعتش است در حال حاضر در سراسر جهان دارد رخ می دهد. او حوزه های کسب و کار و امور خیریه را برای تولید یک محصول ترکیبی درهم آمیخت؛ «کسب و کار اجتماعی» که خود کفایی فردی و منافع عمومی را از طریق فعالیت های تجاری ارتقا می دهد. او بر این باور است که حتی فقیرترین افراد نیز ظرفیت کارآفرینی دارند و حتی تاجران منفعت گرا و از خود گذشته به دنبال مشارکت در کسب و کارهای اجتماعی اند. یونس استدلال می کند که مفهوم کسب و کار اجتماعی می تواند باعث به صفر رسیدن فقر، بیکاری و انتشار کربن خنثی شود.



دکتر محمد یونس،
بنیان گذار بانک گرامین
و جنبش اعتبار خرد
است و به همین دلیل
او و بانکش به طور
مشترک جایزه صلح
نوبل ۲۰۰۶ را دریافت
کردند.

نکات کلیدی

- اعتباردهی خردمبالغ کمی را - بدون وثیقه و بامیزان بهره معقول - برای راه اندازی کسب و کار به زنان بسیار فقیر وام می دهد.
- بانک مشهور «گرامین» (Grameen Bank) که در سال ۱۹۷۶ راه اندازی شد، در حال حاضر بیش از ۲,۵ میلیارد دلار در سال به ۹ میلیون زن که نرخ بازپرداخت (Repayment Rate) ۹۸,۶ درصد شامل حالشان می شود، وام می دهد.
- گزینه سومی بین یک نهاد سودآور و یک مؤسسه خیریه خودگردان قرار دارد به نام «کسب و کار اجتماعی».
- یک کسب و کار اجتماعی در راستای یک هدف سه جانبه، یعنی «مردم، محیط زیست و سود»، پیش می رود.
- کسب و کارهای اجتماعی یک منبع مشاوره تجاری و تخصصی همراه با سرمایه برای حمایت از سرمایه گذارانی ایجاد می کند که می خواهند به جامعه شان کمک کنند.
- هدف مدل کسب و کار اجتماعی ایجاد شرکت هایی در مقیاس بزرگ است.
- همه افراد باید بتوانند جویای کار یا ایجادکننده کار شوند.
- کسب و کارهای اجتماعی می توانند به وارونه کردن روند و پیشرفت به سوی تولید درآمد بیشتر کمک کنند.
- بانک گرامین آمریکا در دوازده شهر این کشور ۵۹ میلیون دلار به زنان کارآفرین وام داده است.
- طراحی نوآوری های فناورانه پیشرفت بیشتری را برای افراد فقیر ممکن می سازد.

مدل اعتبار خرد

اعتبار خرد بر اساس مفهومی است که بیشتر اقتصاددانان و رهبران کسب و کار تصور می کنند کارایی لازم را ندارد. مدل اعتبار خرد در واقع وام دادن مبلغ کمی پول بدون وثیقه و بانرخ های بهره معقول به زنان بسیار فقیر است. عرضه کنندگان اعتبارات خرد، بازپرداخت بدهی های غیرقابل وصول را از طریق وکلا و دادگاه ها پیگیری نمی کنند. در عوض، بر روابط

اجتماعی و فشار همتایان برای حفظ جریان بازپرداخت وام‌گیرندگان تکیه می‌کنند.

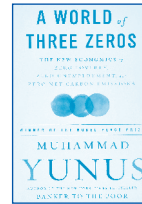
پایداری... یعنی چیدن میوه‌های درخت بدون آسیب رساندن به درختان و در واقع پریارتر کردن درختان در طول زمان؛ به طوری که با گذشت زمان همه قادر باشند از خوردن میوه‌های بیشتر لذت ببرند.

خرد بانکداری سنتی، این مدل را مدل کسب و کار بی‌ملاحظه (بدون ساز و کار محکم برای نظارت بر بازپرداخت) و دستورالعملی برای وام‌دهندگان به منظور از دست دادن سریع پول می‌داند. دیدگاه‌های صریح و ضمنی نظریه‌های اقتصادی مبتنی بر سرمایه‌داری می‌گویند چنین رویکردی نرخ عدم بازپرداخت بالایی را ایجاد خواهد کرد. اما این دیدگاه سنتی در اشتباه است:

اعتباردهی خرد، که دیدگاهی انسانی اتخاذ می‌کند که از طریق آن «انسان واقعی» را ارتقا می‌بخشد، کارآمد است.

علت فقر، فقر نیستند، بلکه سیستمی است که مادر اطراف آنها ایجاد کرده ایم.

بانک مشهور گرامین در بنگلادش، که در سال ۱۹۷۶ پس از تلاش‌های بسیار و آزمون و خطا، برای آزمایش امکان‌سنجی خود راه‌اندازی شد، اکنون بیش از ۲.۵ میلیارد دلار در سال به ۹ میلیون زن وام می‌دهد که نرخ بازپرداخت ۹۸.۶ درصد شامل حالشان می‌شود. از زمانی که بانک گرامین فعالیتش را در این زمینه آغاز کرد، اعتباردهی خرد به کسب و کار سیصد میلیون نفر در سراسر جهان کمک کرده است.



نام انگلیسی: A World of Three Zeros

نام فارسی: دنیای سه صفر

نویسنده: محمد یونس

تعداد صفحه: ۳۰۴

سال انتشار نسخه اصلی: ۲۰۱۷

سال انتشار نسخه فارسی: ۱۳۹۶

انتشارات نسخه اصلی: PublicAffairs

انتشارات نسخه فارسی: امین‌الضرب

مترجم: محمد هاشم غرقی

نحوه عملکرد اعتبارات خرد

مدل بانک گرامین از روابط اجتماعی بین وام‌گیرندگان و ارتباطات محلی آنها برای تقویت اعتماد و تعهد استفاده می‌کند. این بانک همچنین در دیگر فرایندهایش نیز از روش‌های سنتی پیروی نمی‌کند. برای مثال، این بانک زنان فقیری را از میان مشتریان انتخاب می‌کند تا عضو هیئت‌مدیره بانک شوند. گرامین نه برای مصرف روزانه، بلکه جهت خرید دارایی‌های تولیدی یا گردآوری سرمایه کافی برای استارت‌آپ‌های کوچک که می‌توانند برای بازپرداخت وام سرمایه تولید کنند، به وام‌گیرندگان پول قرض می‌دهد.

هنگامی که کسب و کاری اجتماعی ایجاد می‌کنم، کاری می‌کنم جنبه فداکارانه شخصیتم از طریق کسب و کار خود را ابراز کند.

موفقیت اعتبار خرد این واقعیت را برجسته می‌کند که افراد بسیار فقیر نمی‌توانند حتی ساده‌ترین خدمات مالی مناسب را دریافت کنند. در حالی که افراد دیگر از فرصت مالی وام‌های مسکن، اعتبار و وام‌های کسب و کاری بهره می‌برند، سیستمی که هدفش توسعه سود است، به افراد فقیر کمکی نمی‌کند، زیرا آن‌ها ظرفیت پول‌سازی کمی دارند.

کسب و کار اجتماعی

بانک گرامین، خود را به عنوان یک کسب و کار اجتماعی بین دو قطب بازار آزاد قرار می‌دهد: کسب و کارهای سودآور از یکسو و مؤسسه‌های خیریه خودگردان از سوی دیگر. گرامین ضرورت و موفقیت این گزینه سوم را همراه با وجه تمایز آن نشان می‌دهد؛ سازمانی که بر رفاه اجتماعی متمرکز است و با حفظ مدل کسب و کار اعطای وام به جای اهدای کمک‌های خیریه می‌تواند استقلال وام‌گیرندگان و اعتماد به نفس‌شان را توسعه دهد.

من... آدمی عمل‌گرا هستم؛ کسی که از طریق آزمون و خطا و از طریق بسیاری از تجربیات دنیای واقعی آنچه را مؤثر و آنچه را نامؤثر واقع می‌شود یاد گرفته است.

تجربه‌ها در این زمینه منجر به توسعه یک مدل کسب و کار اجتماعی توسط بنیان‌گذار گرامین، محمد یونس شده‌اند که نه از فرضیه یا حدس و گمان‌های اقتصادی، بلکه از عمل و مشاهده در دنیای واقعی الهام گرفته است. کسب و کارهای اجتماعی مرکز مشاوره تجاری و تخصصی همراه با سرمایه را برای کمک کردن به نهادهایی ایجاد می‌کنند که قصد یاری‌رسانی به جامعه‌شان را دارند. کسب و کارهای اجتماعی به عنوان سرمایه‌داران خیرخواه عمل می‌کنند.

گسترش و توسعه اعتباردهی خرد

اعتباردهی خرد کاری می‌کند که میزان محدودی سرمایه به کسب و کارها کمک کند، به این معنی که افراد بسیار زیادتری از آن بهره‌مند می‌شوند. برای نمونه، بانک گرامین بنگلادش یک وام‌دهنده اعتباردهی خرد است که می‌تواند از صد دلار برای کمک به یک زن با میانگین ضمانت ۹۸.۶ درصدی از رضایت وام استفاده کند و سپس همان صد دلار را دوباره و دوباره قرض دهد.

خوشبختانه، در دنیای واقعی، تقریباً هیچ‌کس نیست که با رفتار خود خواهانه مطلق درصد کنترل سرمایه‌داری باشد.

اعتبار خرد بر فقرایی تمرکز دارد که ممکن است کارآفرینان آینده باشند. مدل کسب و کار اجتماعی مادر حال راه‌اندازی سرمایه‌گذاری‌های پرخطر و شرکت‌هایی در مقیاس بزرگ‌تر، ایجاد پلتفرم‌ها یا ساختارهای حمایتی است که در آن چندین کارآفرین کم‌درآمد بتوانند شکوفا شوند. برای مثال، یک وام‌دهنده خرد می‌تواند سرمایه را به کسی قرض دهد که می‌خواهد از زنبورها برای تولید عسل نگهداری کند و پرورش‌شان دهد.

در اوگاندا یک کسب و کار اجتماعی به نام «زنبورهای طلایی» راه اندازی شده است که کالاها و خدمات زنبورداری می‌فروشد، آموزش‌ها و فرایندهای لازم را عرضه و برای عسل تولیدی کارآفرینان بازاریابی می‌کند.

وظیفه اصلی دولت این است که سیستم را تثبیت و فرایندی ایجاد کند که در آن، جریان تمرکز ثروت به تدریج معکوس شود.

تعریف یک محصول اجتماعی در کسب و کارهای اجتماعی می‌تواند دشوار باشد. اغلب کسب و کارهای اجتماعی، خود را با اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد همسو می‌کنند. کسب و کارهای اجتماعی به هیچ وجه نباید به جوامع یا محیط زیست آسیب برسانند. یک کسب و کار اجتماعی در راستای یک هدف سه جانبه شامل «مردم، محیط زیست و سود» حرکت می‌کند. هیچ کسب و کار اجتماعی نباید فقط بر اساس سود اداره شود.

برنامه ای محلی در سیر جهانی شدن

همه افراد باید بتوانند یا جویای کار یا ایجادکننده کار شوند. هرکسی لایق فرصتی است تا بتواند رؤیاهایش را دنبال کند. گرامین یک برنامه تأمین مالی به نام «Nobin Udyokta» (کارآفرینان جدید) را در بنگلادش تأسیس کرد تا به این ترتیب تنها وظیفه جوانها فقط و فقط ایده پردازی در زمینه کسب و کار باشد. با استفاده از این برنامه، کارآفرینان فقط سرمایه اولیه‌ای را که قرض گرفته‌اند باز پرداخت می‌کنند، به علاوه ۲ درصد «هزینه انتقال سهم» برای تکمیل بازپرداخت‌شان. این هزینه شامل آموزش، راهنمایی و مشاوره تخصصی سرمایه‌گذار کسب و کار اجتماعی است. متقاضیان موفق، برای شروع هر نوع فعالیت تجاری‌ای که انتخاب کرده‌اند، پول دریافت می‌کنند و لازم نیست حتماً یک کسب و کار اجتماعی باشند.

به اعتقاد من، یک روز بانک‌ها، شرکت‌های کارگزاری و صندوق‌های سرمایه‌گذاری مختص به کسب و کارهای اجتماعی وجود خواهند داشت.

«وام دهندگان نوین» (Nobin Udyokta)، مدل کسب و کار اجتماعی را استانداردسازی کرده اند که قالب ضروری را برای وام دهنده کسب و کار اجتماعی تعیین می کند و یک الگوی قوی همراه با فناوری نرم افزاری عرضه می کند که کاربران می توانند در هر جایی از جهان با حداقل اصلاحات از آن استفاده کنند. برنامه هایی برای ایجاد یک برنامه نوین برای جوانان کم درآمد آمریکایی در جریان است.

برنامه های کسب و کاری

یک مدل کسب و کار روشی مؤثر برای سازمان دهی منابع و همسو کردن افراد جهت تمرکز بر دستیابی به اهداف مشخص است. یکی از مزیت های اصلی مدل کسب و کار اجتماعی، در مقایسه با مؤسسه های خیریه، این است که می تواند تمام خلاقیت و حس هدفمندی موجود در یک کسب و کار عادی را هدایت کند.

مهم نیست که یک کسب و کار اجتماعی بر چه مسئله ای تمرکز دارد، زیرا به طور مستقیم و غیرمستقیم به برخی از اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد می پردازد.

بهترین کسب و کارهای اجتماعی جایگاهی ویژه در جامعه پیدا می کنند زیرا مردم فقیر بیشتری را توانمند می سازند تا تبدیل به یک کارآفرین شوند.

گرامین به جای تمرکز بر کمک به افراد بیکار یا افرادی دارای کار پاره وقت برای یافتن شغل هایی که قرار است در آن ها برای دیگران کار کنند، راه حلی یافته است که موانع را از بین می برد و فرصت هایی را برای فعالیت های اقتصادی کارآفرینی ایجاد می کند تا مردم بتوانند برای خودشان کار کنند.

فقط اوگاندا نیست. در کشورهای نوظهور در سراسر جهان، شما همان انفجار کارآفرینی را در پایین‌ترین سطح اقتصاد خواهید یافت.

قابلیت کارآفرینی ممکن است راه‌حلی کوچک برای از بین بردن فقر در همه کشورها باشد. اما سامانه‌های اصلی پشتیبانی و خدمات مالی، به جهت کمک برای به ثمر رسیدن این ظرفیت مردمی، در دسترس نیستند. وقتی دولت‌ها یا سازمان‌های غیردولتی بزرگ به دنبال کمک به جوامع فقیرند، اغلب، پروژه‌های زیربنایی بزرگی را راه‌اندازی می‌کنند و امیدوارند که مشاغل و فعالیت‌های اقتصادی به فقیرترین افراد برسد.

ما نیاز داریم مجموعه‌ای جدید از مؤسسه‌های مالی برای ارائه خدمات به فقرا ایجاد کنیم.

در مقابل، مدل کسب و کار اجتماعی پول را به طور خاص به سمت افراد فقیر هدایت می‌کند. کسب و کارهای اجتماعی، به جای اینکه محصول فرعی پروژه‌های دیگر باشند، می‌توانند به توسعه یک «تولید خرد جمع‌آوری ثروت» برای وارونه کردن روند تولید ثروت کمک کنند.

همکاری‌ها، سرمایه‌گذاری‌ها و پلتفرم‌ها

اتفاق خوب هنگامی می‌افتد که متخصصان در دنیای کسب و کارهای انتفاعی از خودگذشتگی نشان دهند و از تخصص، ارتباطات و ظرفیت مربیگری‌شان برای تشکیل کسب و کار اجتماعی استفاده کنند. آنها مدل کسب و کار اجتماعی را با ایجاد منابع مالی و پلتفرم‌هایی که از آنها پشتیبانی می‌کنند ارتقا می‌دهند. برای مثال، «کیوا» (Kiva) پلتفرمی اینترنتی است که کارآفرینان کسب و کار اجتماعی را به وام‌دهندگان متصل می‌کند. کیوا ۱/۶ میلیون وام‌دهنده را با ۲/۲ میلیون وام‌گیرنده در ۸۲ کشور مرتبط کرده است، که ۹۶ میلیون دلار را به صورت وام بانرخ بازپرداخت ۹۷ درصد توزیع می‌کند.

کسب و کار اجتماعی در عمل

در بنگلادش صندوق کسب و کارهای اجتماعی هر ماه به هزار جوان بیکار روستایی سود می‌رساند. برنامه تیم کسب و کار اجتماعی یونس (YSB) در بالکان پلتفرمی شتاب‌دهنده برای کارآفرینان فراهم کرده است. نمونه‌های دیگر شامل پروژه‌هایی در فرانسه، کلمبیا و دیگر کشورهاست.

تغییر تفکر و رفتار ما تأثیری چشمگیر بر آینده تمدن ما خواهد گذاشت.

گرامین آمریکا که از الگوی کسب و کار اجتماعی نوین استفاده می‌کند، از طریق نوزده شعبه‌اش در دوازده شهر آمریکا، به کارآفرینان زن ۵۹۰ میلیون دلار وام داده است. نرخ جایگزینی میانگین (Replacement Rate) آن بالای ۹۹ درصد است و ۸۶ هزار عضو دارد که همگی زن هستند. کسانی که به قرض گرفتن علاقه‌مندند، گروه‌های زنانه و پنج نفره تشکیل می‌دهند که از یکدیگر حمایت می‌کنند و به یکدیگر مشاوره می‌دهند، سپس ایده کسب و کاری‌شان و برنامه‌ای قابل قبول برای کسب بودجه را به کارکنان گرامین آمریکا عرضه می‌کنند.

تفکر اقتصادی سنتی، از خودگذشتگی را غیرممکن می‌داند؛ این تفکر بیان می‌کند که از خودگذشتگی را نمی‌توان بخشی از دنیای کسب و کار دانست و فقط می‌توان آن را در دنیای خیریه بیان کرد. اما چرا؟

نمونه‌هایی از کسب و کارهای اجتماعی در عمل عبارت‌اند از: لبنیات غنی‌شده: غول صنعت غذایی، «دانون» (Danon)، یک پروژه

سرمایه‌گذاری مشترک در بنگلادش راه‌اندازی کرد تا برای کودکان مبتلا به سوء تغذیه ماست غنی شده تهیه کند. این شرکت، بازاری برای دامپروری‌های تولیدکننده لبنیات ایجاد کرده است و کارگران و زنان فروشنده را استخدام می‌کند.

● آب تصفیه شده: شرکت آب فرانسوی «ولیا» (Veolia) با انجام یک سرمایه‌گذاری مشترک، یک کارخانه تصفیه آب را در بنگلادش راه‌اندازی کرده و اداره می‌کند و به پنجاه هزار روستایی که قبلاً آلودگی آرسنیک آب رنج می‌بردند، خدمات رسانی می‌کند.

● عمل جراحی آب مروارید: یکی از کسب و کارهای اجتماعی گرامین در بنگلادش، معاینه چشم و جراحی آب مروارید را انجام می‌دهد. هزینه‌هایی که بیماران طبقه متوسط پرداخت می‌کنند صرف کمک به درمان بیماران فقیر می‌شود.

● آموزش پرستاران: دانشگاه «کالدونیان گلاسکو» به راه‌اندازی و آموزش در سطح جهانی پرستاران و ماماهايي کمک کرد که در بنگلادش بسیار مورد نیازند.

● سیستم‌های خانگی خورشیدی: یک شرکت تابعه گرامین بیش از ۱.۸ میلیون سیستم انرژی خورشیدی در بنگلادش نصب و استفاده از اجاق‌های آشپزی با آلودگی کمتر و کارآمدی بیشتر را ممکن ساخته است.

● بازیافت پلاستیک: «ساوکومیلرز» (Savco Millers)، یک کسب و کار اجتماعی در اوگاندا، با افرادی کار می‌کند که ضایعات پلاستیکی را جمع‌آوری می‌کنند. این شرکت، بدون هیچ واسطه‌ای، قیمت‌های بالاتری پرداخت می‌کند، تجهیزات حفاظتی برای جمع‌آوری‌کنندگان فراهم و ضایعات پلاستیکی را به محصولات قابل فروش تبدیل می‌کند.

● آب سالم برای مدارس: مؤسسه اجتماعی «Impact Water» آب آشامیدنی سالم مدارس اوگاندا را فراهم می‌کند.

● سوپ مقرون به صرفه: شرکت «مک‌کین فودز» (McCain Foods) که یک شرکت بزرگ دارنده مزارع سیب زمینی است، با همکاری یک کسب و کار اجتماعی به نام «گوداندول» برای تهیه سوپ ارزان از سبزیجاتی که برای فروش معمولی مناسب نیستند، استفاده می‌کند.

● انجمن غذایی: اکنون انجمن غذایی یک شبکه جهانی در شهرهای بزرگ است که به

کسب و کارهای اجتماعی متعدد این امکان را می‌دهد که کشاورزان روستایی را به‌طور مستقیم به مصرف‌کنندگان شهری متصل کنند.

● کامپیوترهای شخصی با صفحات آموزشی از پیش نصب شده: باهمت کسب و کار اجتماعی Endless در کالیفرنیا، کودکان فقیر مدارس سراسر جهان به کامپیوترهایی دسترسی دارند که با هزینه‌ای کم به اینترنت وصل می‌شوند.

● بیمه آب و هوا برای کشاورزان فقیر: برنامه بیمه شرکت «ریسک آب و هوایی و کشاورزی» (ACRE) مطالبه‌های کشاورزان را بر اساس داده‌های آب و هوایی جی‌پی‌اس و ماهواره‌ای پرداخت می‌کند. از آنجا که نمایندگان نیازی به بازدید از مزارع ندارند، سطح مخارج کلی بسیار پایین است. تا پایان سال ۲۰۱۵، این برنامه چهارصد هزار کشاورز فقیر را تحت پوشش قرار داده بود.

● اپلیکیشن «Mrittika» کیفیت خاک را ارزیابی می‌کند: کسب و کاری اجتماعی، اپلیکیشن و پلتفرمی را فراهم کرده است که مردم از طریق آن می‌توانند با استفاده از کیت‌های آزمایش خاک، زمین‌های کشاورزی‌شان را بهبود بخشند.

● دست‌بند هوشمند «COEL» برای مادران باردار: یک دست‌بند پلاستیکی از پیش بارگذاری شده که به زبان‌های مختلف صحبت می‌کند، در طول دوران بارداری، به زنان اطلاعات می‌دهد و همچنین مواقع خاص را به آنها یادآوری و مواردی را توصیه می‌کند. این دست‌بند دارای یک باتری است که می‌تواند ۶ ماه دوام داشته باشد.

● DoctorinaBox: یک دستیار آموزش دیده در زمینه مراقبت‌های بهداشتی، مردم بیمار در مناطق دورافتاده را معاینه می‌کند و با استفاده از ابزارهای تشخیصی، اطلاعات را به پزشکی که فاصله مکانی زیادی با افراد بیمار دارد، منتقل می‌کند.

فناوری و فقرا

این مثال‌ها جنبه دیگری از کسب و کار اجتماعی را نشان می‌دهند: همان‌طور که خدمات بانکی و مالی به ندرت به فقرا اختصاص می‌یابند، سرمایه‌گذاری در فناوری‌های جدید هم به ندرت برای کمک به رفع فقر تلاش می‌کند. فناوری‌های اصلی اغلب در ابتدا به سمت ثروتمندان هدایت می‌شوند و در نهایت ممکن است با اعمال تغییراتی به دست فقرا برسند. به عنوان مثال، انقلاب گوشی‌های هوشمند و فناوری پلتفرم که در اصل برای افراد ثروتمند به بازار عرضه می‌شود، بخش مهمی از بسیاری از کسب و کارهای اجتماعی‌اند. اغلب، فراهم کردن اتصال اینترنتی یک گام محوری در جهت کمک به افراد فقیر است. طراحی نوآوری‌های فناورانه، مخصوصاً برای افراد فقیر، امکان پیشرفت بیشتری را فراهم می‌کند، مانند بسیاری از سرمایه‌گذاری‌های مشترکی که کسب و کارهای اجتماعی در حال حاضر ایجاد کرده‌اند.

هیچ ندیده‌ای هنوز

انتشارات **راه پرداخت**

برای سفارش اینترنتی این کتاب به وبسایت انتشارات راه پرداخت مراجعه کنید
way2pay.shop

لندتک واژه‌ای است که این روزها زیاد می‌شنویم؛ لندتک یا تامین مالی خرد به بخشی از کسب‌وکارهای حوزه فین‌تک می‌گویند که کارشان ارائه تسهیلات خرد به مردم است. این کسب‌وکارها در سال‌های اخیر در ایران رشد قابل توجهی داشته‌اند و به نظر می‌رسد آینده درخشانی داشته باشند. لندتک فرایند دسترسی به تسهیلات خرد را از طریق فناوری و فرایندهای نوین اعتبارسنجی برای مردم آسان می‌کند. به دلیل اهمیت موضوع لندتک در شماره دوم «کتاب راه‌کار» سعی کردیم مبانی فکری این حوزه را در میان کتاب‌های مهم منتشر شده بررسی کنیم.

در این مجموعه، خلاصه‌ای از سیزده کتاب مطرح و شناخته‌شده در حوزه اقتصاد و تامین مالی خرد گردآوری و ترجمه شده است. در این کتاب، شما آثار برتر نویسندگانی چون فردریش هایک، ارنست فردریش شوماخر، عاطف رحمان میان، امیر صوفی، استیون دیوید لویت، استفن جی دابنرو غیره را می‌خوانید.



رویداد ۹ ژانویه
Jan 9

کتاب تأمین مالی
خرد با حمایت
رویداد ۹ ژانویه
منتشر شده است

ISBN 978-622-7702-83-5



۱۴۹ هزار تومان

انتشارات راه‌پداخت

ناشر فناوری و نوآوری

way2pay.press