

کسب و کار اجتماعی

شیوه جدیدی از کسب و کار که منجر به تأمین نیازهای
حیاتی بشر در دنیای سرمایه داری خواهد شد

محمد یونس

و کارل وبر

مترجمین

حسین عنبرستانی و سید وحید رضوی

با مقدمه

محمد حسین حسین زاده

مدیرعامل بانک قرض الحسنه رسالت



مؤسسه خدمات فرهنگی رسا

Yunus, Muhammad

: یونس، محمد، ۱۹۴۰ - م

سرشناسه

عنوان و نام پدیدآور : کسبوکار اجتماعی: شیوه جدیدی از کسبوکار که منجر به تأمین نیازمندی‌های بشر در دنیای سرمایه‌داری خواهد شد/ محمد

یونس، کارل وبر؛ مترجمین حسین غنبرستانی، سیدوحید رضوی؛ با مقدمه محمدحسین حسین‌زاده.

مشخصات ظاهری : ۳۲۰ ص.

: تهران: رسا، ۱۳۹۴.

مشخصات نشر

ISBN 978-964-317-905-2

شابک

وضعیت فهرست‌نویسی : فیا.

: عنوان اصلی:

یادداشت

Building social business: the new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs, 2010

: کتاب حاضر اولین‌بار در سال ۱۳۹۱ تحت عنوان «بنای کسبوکار اجتماعی: نوع جدیدی از سرمایه‌گذاری که به نیازهای انسانی پاسخ می‌دهد» توسط انتشارات زهرا گلیج با ترجمه زهرا گلیج منتشر شده است. عنوان دیگر : شیوه جدیدی از کسبوکار که منجر به تأمین نیازمندی‌های بشر در دنیای سرمایه‌داری خواهد شد. عنوان دیگر : بنای کسبوکار اجتماعی: نوع جدیدی از سرمایه‌گذاری که به نیازهای انسانی پاسخ می‌دهد.

یادداشت

موضوع : کارآفرینی اجتماعی

: مسئولیت اجتماعی کسبوکار

موضوع

: سرمایه‌داری -- جنبه‌های اخلاقی.

موضوع

: وبر، کارل، ۱۸۶۴ - م. Weber, Karl

شناسه افزوده

: غنبرستانی، حسین، ۱۳۶۵ - . مترجم.

شناسه افزوده

: رضوی، سیدوحید، ۱۳۶۵ - . مترجم.

شناسه افزوده

: حسین‌زاده، محمدحسین، ۱۳۳۵ - . مقدمه‌نویس.

شناسه افزوده

: ۱۳۹۴ پ. ۹۱ / HD۶۰۰

رده‌بندی کنگره

شماره کتابشناسی ملی : ۳۹۰۳۰۸۶

: ۶۵۸/۴۰۷ رده‌بندی دیویی



مؤسسه خدمات فرهنگی رسا

تلفن: ۴۵-۸۸۸۳۴۸۴۴ فاکس: ۸۸۸۳۸۱۲۵

WWW.RASABOOKS.IR

عنوان: کسبوکار اجتماعی

نویسنده: محمد یونس و کارل وبر — مترجمین: حسین غنبرستانی و وحید رضوی

چاپ اول: ۱۳۹۴ — تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

مرکز توزیع: پخش رسا - تلفن: ۶۶۹۰۷۷۱۰ و ۶۶۹۰۷۷۱۲

کلیه حقوق محفوظ و مخصوص ناشر است

قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

۷	مقدمه مترجمین
۱۱	مقدمه حامی نشر کتاب
۱۷	مقدمه نویسنده - کسب و کار اجتماعی - از رؤیا تا واقعیت
۴۵	۱ چرا کسب و کار اجتماعی؟
۸۹	۲ مواجهه با موانع پیش روی کسب و کارهای اجتماعی درس‌هایی از راه‌اندازی و تغییرات ایجاد شده در شرکت گرامین دنون
۱۲۵	۳ راه‌اندازی یک کسب و کار اجتماعی
۱۷۷	۴ درمان یک کودک یک نمونه از کسب و کارهای اجتماعی در بخش سلامت
۱۹۷	۵ چارچوب‌های قانونی و مالی کسب و کارهای اجتماعی
۲۲۵	۶ شرکت آب‌رسانی گرامین و ثولیا پروژه‌ی تحقیق و توسعه‌ی اجتماعی برای مقابله با بحران جهانی آب
۲۴۷	۷ ایجاد یک زیرساخت جهانی برای کسب و کارهای اجتماعی
۲۷۵	۸ نگاهی به آینده کسب و کارهای اجتماعی بیشتری در حال شکل‌گیری هستند
۳۰۵	۹ پایان فقر زمان از بین رفتن فقر، اکنون فرار رسیده است

مقدمه مترجمین

پیدایش شکل‌های جدید سازمانی، از جمله مسائل مهمی است که در حوزه «جامعه‌شناسی سازمان» مورد بررسی و مطالعه قرار می‌گیرد و به عقیده اکثر محققان، یکی از پیچیده‌ترین موضوعات در این حوزه می‌باشد. پیدایش کسب‌وکارهای اجتماعی در دنیا هم از این بُعد که فرم جدیدی از کسب‌وکار محسوب می‌شوند و هم از این جهت که بالقوه تأثیرات اجتماعی زیادی به همراه خود خواهند داشت، بسیار مهم بوده و لذا بررسی و کاوش در این حوزه مطالعات، از اهمیت بسیار زیادی برخوردار می‌باشد.

گروه نوآوری و کسب‌وکار اجتماعی در پژوهشکده سیاست‌گذاری علم فناوری و صنعت دانشگاه صنعتی شریف با توجه به اهمیت این موضوع، اقدام به ترجمه کتاب حاضر با عنوان «کسب‌وکارهای اجتماعی: شیوه جدیدی از کسب‌وکار در دنیای سرمایه‌داری که منجر به تأمین نیازهای حیاتی بشر خواهد شد»^۱ نموده است. دکتر یونس، بعد از تجربی ایجاد بانک گرامین، تلاش کرد تا با ایجاد نوع جدیدی از کسب‌وکار، تحت عنوان کسب‌وکار اجتماعی، به ارائه خدمات و نیازهای حیاتی مردم در حوزه‌های مختلفی از بهداشت و درمان تا فناوری ارتباطات و اطلاعات بپردازد. این کتاب دربردارنده تجارب و نظریات آقای دکتر محمد یونس در همین

1. Building social business: the new kind of capitalism's most pressing needs that serves humanity

خصوص می‌باشد که با همکاری آقای کارل وبر به رشته تحریر درآمده است.

آثار قبلی دکتر یونس که در کشور ترجمه و منتشر گردیده، مورد استقبال نخبگان و فعالان اجتماعی قرار گرفته است، لذا لازم بود تا این کتاب نیز ترجمه و در اختیار مردم ایران قرار گیرد.

دکتر محمد یونس در این کتاب سعی کرده است تا همراه با بیان تجربیات خود، به نظریه‌پردازی در خصوص کسب‌وکارهای اجتماعی بپردازد. بر این اساس، فصول دوم، چهارم، ششم و تا حدی فصل هفتم دربردارنده تجارت شخص دکتر یونس در ایجاد کسب‌وکارهای اجتماعی و داستان فراز و فرودهای آنها است که با قلمی روان و ساده بیان شده است. در مابقی فصول کتاب نیز دکتر یونس از بعد نظری به کسب‌وکارهای اجتماعی نگریسته و از همین رو به بررسی موضوعاتی همچون نقش دولت در اقتصاد، ساختار قانونی و حتی جایگاه «بازار سهام اجتماعی» در شکوفایی این نوع از کسب‌وکارها پرداخته است.

گروه نوآوری و کسب‌وکار اجتماعی پژوهشکده سیاست‌گذاری علم فناوری و صنعت دانشگاه صنعتی شریف در تلاش است تا با ورود به حوزه‌های مختلف نهادی و اجتماعی، بستر مناسبی را برای پژوهش و مطالعات علمی در این حوزه‌ها فراهم نماید و به همین جهت از تمامی کسانی که در این حوزه‌ها مشغول به فعالیت هستند درخواست می‌کند تا با ارائه نقطه نظرات خود در این خصوص، پژوهشکده را در این امر مهم یاری رسانند.

در ترجمه این کتاب تلاش شده است تا با حفظ امانت متن کتاب به صورتی روان و ساده ترجمه شود و به همین جهت در موارد ضروری، ساختار متن و ترتیب عبارات تغییر پیدا کرده است، اما مفاهیم اصلی بدون هیچ‌گونه تغییری انتقال یافته است.

در پایان لازم می‌دانیم تا از زحمات آقای روح‌الله حمیدی مطلق، رئیس گروه نوآوری و کسب‌وکار اجتماعی و آقای رحیم سرهنگی، مدیر مرکز برنامه‌ریزی و توسعه بانک قرض‌الحسنه رسالت که بسترهای لازم برای ترجمه و چاپ این کتاب را فراهم کردند و همچنین از زحمات آقایان علیرضا ناصری، سروش طالبی، علی بابایی و سرکار خانم زهرا گلیچ که ما را در ترجمه و نمونه‌خوانی این کتاب یاری رساندند، تشکر و قدردانی کنیم.

مترجمین:

حسین عنبرستانی و سیدوحید رضوی

www.ketab.ir

مقدمه حامی نشر کتاب

ابتدا در تعریف کسب و کارهای اجتماعی باید بدانیم که این کسب و کارها به صورت خودگردان به دنبال رفع معضلات و نیازهای اجتماعی پیرامون می باشند. داستان شکل گیری صندوق قرض الحسنه رسالت و سپس بانک قرض الحسنه رسالت به عنوان نمونه ای از این کسب و کارهای اجتماعی، به خوبی نشان دهنده ی ظرفیت موجود در این حوزه برای رفع معضلات و نیازهای مختلف کشور است.

فعالیت های صندوق قرض الحسنه رسالت از یک حرکت نسبتاً کوچک و برای کمک به تعدادی از رزمندگان، ایثارگران و اسرای دفاع مقدس شروع شد. در اردیبهشت ماه سال ۱۳۷۶ گروه کوچکی، اقدام به تأسیس صندوق قرض الحسنه رسالت در شهر کرمان کردند. این صندوق طی مدت ۱۵ سال فعالیت خود، توانست گستره جغرافیایی و حجم فعالیت هایش را در ارائه خدمات قرض الحسنه گسترش دهد و در واقع با استفاده از منابع خود سپرده گذاران، به ارائه خدمات قرض الحسنه بپردازد.

با گسترده تر شدن فعالیت صندوق قرض الحسنه رسالت و با توجه به اهداف این مجموعه در توسعه و ترویج فرهنگ مقدس قرض الحسنه در جامعه و مرتفع نمودن مشکلات اقشار مختلف جامعه و همچنین به دلیل نیاز به تسهیل ارائه ی خدمات نوین بانکی به مشتریان صندوق، تصمیم به انحلال صندوق و تأسیس اولین بانک قرض الحسنه خصوصی در کشور گرفته شد؛ که

در نهایت پس از اخذ مجوزهای لازم در سال ۱۳۹۱ فعالیت این بانک به طور رسمی آغاز شد.

نکته بسیار مهم در خصوص این بانک تازه تأسیس این بود که بانک، به عنوان یک شرکت سهامی عام با سرمایه گذاری بیش از ۲۴ هزار نفر تشکیل شده بود؛ حال اگر قرار بود سالانه به این سهامداران، سودی پرداخت شود، بانک چگونه می توانست به تعهدات و اهداف خود در خصوص قرض الحسنه بودن و عدم دریافت هرگونه سودی از وام های اعطایی پایبند بماند؟ جهت برطرف نمودن این ابهام، در ابتدا توافقاتی با سهامداران صورت گرفت و لذا افرادی که سهام بانک را خریداری کرده بودند، توقعی برای دریافت سود از این سهام را نداشتند. این رویکرد، اگرچه ظاهری ساده دارد، اما همان طور که در این کتاب بیان شده است، مبنای شکل گیری اتفاقات مهمی در آینده ی اقتصاد جهانی خواهد شد. علاوه بر این، حضور بیش از ۲۴ هزار سهامدار در تأسیس بانک و صرف نظر کردن آنها از دریافت هرگونه سود سهامی، نشان دهنده این نکته بسیار مهم است که هنوز در جامعه ما، افراد مشتاق برای کمک به هم نوع و ترویج مفاهیم مقدسی چون قرض الحسنه وجود دارند.

نکته ی مهم دیگری که در زمان گرفتن مجوز این بانک می توانست مطرح باشد این بود که ما در آن زمان می توانستیم مجوز را به صورت بانک تجاری و با عنوان «بانک» بگیریم و فقط فعالیت قرض الحسنه انجام دهیم، پس چرا تلاش کردیم تا بانکی تحت عنوان «بانک قرض الحسنه» تأسیس کنیم؟ واقعیت آن است که در آن زمان، فضا برای گرفتن مجوز بانک تجاری بسیار فراهم بود و یا شاید گرفتن مجوز آن، حتی ساده تر از یک بانک قرض الحسنه بود؛ اما ایجاد بانک قرض الحسنه تأکید خود ما بود تا در فعالیتهای تجاری، مانند بانک های دیگر حضور نداشته باشیم. ما عنوان «بانک قرض الحسنه» را انتخاب کردیم تا هر کس تابلوی این بانک را دید، تنها توقع قرض الحسنه را

داشته باشد و اگر اقدام دیگری به جز آن انجام گرفت، تخلف محسوب شود. البته این کار شاید از دید بیننده‌ای که از کنار شعبه رد می‌شود خیلی عادی باشد، اما عمق موضوع بسیار مهم است.

به لطف و یاری خداوند با ایجاد این مدل توانستیم فعالیت‌های بانک قرض‌الحسنه را به سرعت گسترش دهیم به طوری که طی دو سال، مشتریان بانک به بیش از دویلیون و هشتصد هزار نفر رسید که اغلب از طبقه متوسط رو به پایین جامعه هستند. در طی این مسیر و خلق مدل جدیدی از کسب‌وکار، با یک گروه دانشگاهی از دانشگاه شریف آشنا شدیم و با استفاده از تحقیقاتی که این گروه انجام دادند، متوجه شدیم که مدل‌های کسب‌وکار مشابه با بانک قرض‌الحسنه رسالت که در آنها سهامداران سودی را طلب نمی‌کنند و کسب و کار به حل یک معضل اجتماعی می‌پردازد، با عنوان کسب و کارهای اجتماعی، در حال تبدیل شدن به یک جریان اقتصادی مهم و تأثیرگذار در جهان هستند. مفهوم کسب‌وکارهای اجتماعی نخستین بار توسط آقای دکتر محمد یونس مطرح شده است، در کتاب حاضر ایشان به تشریح تجربیات خویش در توسعه همین مفهوم از بعد عملی و نظری پرداخته‌اند.

ما در ادامه‌ی مسیر خود در بانک قرض‌الحسنه رسالت برایین باور بودیم که باید با استفاده از ظرفیت قرض‌الحسنه به تأمین مالی کسب‌وکارهای خرد و خانگی کمک کنیم و به نوعی هزینه تأمین مالی این کسب‌وکارها را کاهش دهیم همان‌طور که در مفهوم کسب‌وکارهای اجتماعی نیز بیان شده است تنها راه تأمین مالی کسب‌وکارهای اجتماعی، اتکا به منابع مالی‌ای است که سرمایه‌گذار انتظار دریافت سودی از آن نداشته باشد و پس از مدتی فقط و فقط، اصل پول خود را دریافت کند، و این یعنی همان منابع قرض‌الحسنه که ما به ارائه آن می‌پردازیم.

وقتی ما با کمک مشتری‌هایمان که بهتر است آنها را حامیان فرهنگ

قرض الحسنه بنامیم، به تأمین مالی کسب‌وکارها می‌پردازیم، در واقع به رونق اقتصادی و استفاده بیشتر از سرمایه‌های مردمی کمک کرده‌ایم. سالانه مبالغ بسیار زیادی در کشور به صورت خیریه مصرف می‌شود که اگر این مبالغ به صورت قرض الحسنه در اختیار افراد و یا کسب‌وکارها قرار بگیرند، نه تنها باعث حفظ حرمت انسانی آنها می‌شود، بلکه باعث می‌شود تا این منابع، بارها و بارها در اقتصاد بگردند و منشأ برکات بیشتری شوند.

با وجود مسیر پریچ و خمی که برای ایجاد بانک قرض الحسنه رسالت تاکنون پیموده‌ایم، اکنون معتقدیم که بخش بسیار مهمی از مفهوم قرض الحسنه و کارکردهای آن، در قالب سیستم بانکی و فعالیت‌های متداول آن نمی‌گنجد.

در مفهوم قرض الحسنه، ابعاد اجتماعی بسیار پررنگ است و لذا باید تلاش نمود که در آینده‌ای نه چندان دور، بانک قرض الحسنه رسالت تنها به ابزاری برای ارائه خدمات مالی قرض الحسنه به یک سیستم اجتماعی بزرگ تبدیل شود، در این سیستم اجتماعی بزرگ، مردم به کمک یکدیگر می‌شتابند و با استفاده از تخصص، دانش، سرمایه اجتماعی و بسیاری از ظرفیت‌های دیگر تلاش می‌کنند تا در عین حال که برای خودشان کسب درآمد می‌کنند، نیازهای اقتصادی، اجتماعی، بهداشتی و... هموعان خود را نیز برطرف نمایند. به عبارت دیگر همان‌طور که دکتر یونس در این کتاب بیان می‌کند، توجه به دیگر انسان‌ها، بخشی از ذات و طبیعت ما است که در صورت فراهم شدن ساختارهای اقتصادی و اجتماعی مناسب، می‌تواند در قالب راه‌اندازی کسب‌وکارهای اجتماعی و رفع معضلات اجتماعی دیگر انسان‌ها شکوفا شود.

در راستای فراهم نمودن همین ساختارهای مورد نیاز، جمعی از انسان‌های با دغدغه، انجمن حامیان فرهنگ قرض الحسنه و کارآفرینی اجتماعی را تأسیس نموده‌اند که ما امیدواریم این انجمن، در آینده به کانونی

برای گردهم آیی و اجرای فعالیت‌های مختلف با هدف ترویج سنت مقدس قرض‌الحسنه، ایجاد اشتغال، رفع معضلات اجتماعی و توسعه کسب‌وکارهای اجتماعی تبدیل شود.

کتابی که پیش رو دارید نیز با تلاش انجمن حامیان فرهنگ قرض‌الحسنه و کارآفرینی اجتماعی، و همکاری گروه نوآوری و کسب‌وکار اجتماعی در پژوهشکده سیاست‌گذاری علم، فناوری و صنعت دانشگاه صنعتی شریف ترجمه و منتشر گردیده است که امیدواریم گام مؤثری در جهت توسعه و ترویج این‌گونه مفاهیم در کشور باشد.

محمدحسین حسین‌زاده

مدیر عامل بانک قرض‌الحسنه رسالت

www.ketab.ir

مقدمه

کسب و کارهای اجتماعی:

از رؤیا تا واقعیت

تنها با برداشتن یک گام کوچک،

کسب و کارهای اجتماعی در حال شکل گرفتن هستند

من به عنوان عضو هیئت علمی در دانشگاه مشغول به کار بودم، تا اینکه در سال ۱۹۷۴ قحطی شدیدی در بنگلادش رخ داد و من به طور واقعی با موضوع فقر درگیر شدم و به تدریج از یک استاد دانشگاه، به یک فعال اجتماعی و یک معلم برای رفع فقر تبدیل شدم.

اتفاقی که برای من افتاد، احتمالاً برای سایر افرادی که در موقعیت مشابهی با من قرارگیرند نیز رخ خواهد داد و به نوعی یک تجربه‌ی مشترک انسانی محسوب می‌شود. در بروز فجایع و بلایا، بسیاری از افراد برای همدردی و کمک به انسان‌های آسیب دیده، نقش‌های اجتماعی‌ای را برعهده می‌گیرند؛ اما در مورد من، این دغدغه و توجه به فقرا، تنها محدود به دوران قحطی بنگلادش نشد و به صورت مادام‌العمر برایم باقی ماند. به همین خاطر، من در نهایت از موقعیت علمی‌ام در دانشگاه، چشم پوشیدم و بانکی برای تهیدستان تأسیس کردم.

این اقدام، اولین مرحله از سفری بود که تا امروز ادامه یافته است و اکنون منجر به تشخیص و به کارگیری ایده‌ی جدیدی درخصوص راه‌اندازی نوع جدیدی از کسب و کارها شده است. من این کسب و کارها را که بر ویژگی

از خودگذشتگی انسان‌ها و تمایل آنها برای کمک به هم‌نوعان‌شان استوار است، کسب‌وکار اجتماعی نامیده‌ام و در این کتاب به توضیح در مورد آن خواهم پرداخت.

کسب‌وکارهای اجتماعی، در واقع راه‌حل جدیدی برای رفع مشکلات اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی است که مدت‌هاست بشریت را با معضلاتی همچون گرسنگی، بی‌خانمانی، آلودگی، و بیسوادی مواجه نموده است.

اکنون برای اینکه بیشتر با پیشینه‌ی موضوع کسب‌وکار اجتماعی آشنا شوید، به قبل از دهه هفتاد بازگردیم و تجربه تأسیس بانک گرامین را مرور کنیم. در آن دوره، بنگلادش که پس از جنگ آزادی خواهانه با ارتش پاکستان به استقلال دست‌یافته بود، در وضعیت وحشتناکی قرار داشت و ویرانی و خرابی در کشور غوغا می‌کرد. سیل و بارندگی سنگین نیز مزید بر علت شده بود و میلیون‌ها نفر را دچار مشکل و کشور را با قحطی مواجه کرده بود. در چنین شرایطی بود که من احساس کردم، آموزش نظریات و تئوری‌های اقتصادی در داخل کلاس‌های دانشگاه، در حالی که قحطی وحشتناکی در بیرون از کلاس درس وجود داشت، کار بسیار دشواری است. در مواجهه با افراد بحران‌زده‌ی «جبرا»، روستایی که در همسایگی ما و درست بیرون دانشگاه چیتاگانگ^۱ قرار داشت، ناگهان احساس جدی‌شدیدی، نسبت به کارآمدی نظریات اقتصادی رایج کردم و در نهایت به این نتیجه رسیدم، برای اینکه بتوانم نسبت به خودم احساس خوب و مفیدی داشته باشم، باید حداقل برای مردم این روستا کاری انجام بدهم.

وقتی برای کمک به افراد این روستا شروع به کار کردم، به نکات زیادی درباره جبرا و افراد فقیری که در آنجا زندگی می‌کردند و معضلات آنها پی بردم. وقتی شدت فقر در این روستا را دیدم بسیار آشفته شدم؛ به‌ویژه، از دیدن زنی که تنها ۵ تاکا (معادل ۷ سنت پول رایج آمریکا) از یک تاجر قرض

گرفته بود، شوکه شدم. این زن، ۵ تاکا را گرفته بود تا با آن برای ساخت چهارپایه، بامبو بخرد. نرخ بهره‌ی این قرض بسیار بالا بود (به اندازه ۱۰ درصد برای هر هفته)؛ اما نکته تأسف بارترا این بود که این زن مجبور بود تمام محصولاتش را به همان تاجر و با قیمتی که خود تاجر تعیین می‌کرد، بفروشد. آن ۵ تاکای قرضی، در واقع این زن را به برده‌ای مجازی تبدیل کرده بود؛ اما این بردگی در مقابل شرایط کاری دشوار و فقری که خانواده زن با آن مواجه بود، موضوع مهمی نبود.

برای اینکه مشکل روستاییان را بیشتر درک کنم، فهرست افرادی که از آن تاجر پول قرض گرفته بودند را تهیه کردم. وقتی فهرستم تکمیل شد، ۴۲ اسم در آن وجود داشت و این افراد در مجموع ۸۵۶ تاکا از تاجر قرض گرفته بودند (تقریباً معادل ۲۷ دلار). احساس می‌کردم این پول اندک، بدبختی و فلاکت زیادی به بار آورده است.

برای رها کردن این ۴۲ نفر از چنگال تاجری که آنها را به بردگی گرفته بودند، از جیب خودم به آنها پول دادم تا قرض‌هایشان را تسویه کنند. هیجانی که از این اقدام کوچک در روستا ایجاد شده بود، عمیقاً مرا تحت تأثیر قرار داد. بعد از این اتفاق با خودم فکر کردم، اگر این کار کوچک من، تا این حد باعث خوشحال شدن آنها شده است، چرا نباید بیش از این کاری بکنم؟ و این کار، همه‌ی آن چیزی بود که تلاش کردم پس از آن، انجام بدهم.

ابتدا سعی کردم مسئولان بانک مستقر در دانشگاه را متقاعد کنم تا به افراد فقیر وام بدهند؛ اما مدیر بانک از این کار امتناع کرد. او گفت: «افراد فقیر صلاحیت وام گرفتن از بانک را ندارند؛ چون اعتبار مالی لازم را ندارند». بحث من با او بی‌نتیجه بود و به همین دلیل، با بسیاری از مسئولان عالی‌رتبه بانک نیز صحبت کردم تا آنها را راضی کنم که درهای بانک را به روی فقرا بکشایند؛ اما با وجود اینکه این تقلاها و رفت و آمدهای من ماه‌ها طول کشید، نتوانستم ذهنیت مسئولین بانک برای دادن وام به فقرا را تغییر بدهم.

در نهایت، با ایده‌ی دیگری جلو رفتم و پیشنهاد کردم تا خودم ضامن وام‌های فقرا شوم. مسئولین بانک پس از شک و تردیدهای فراوان، در نهایت با این پیشنهاد موافقت کردند. با استفاده از همین ایده از اواسط سال ۱۹۷۶ شروع به ارائه وام به روستاییان فقیر کردیم. بانک همه مدارک را به من می‌داد تا به عنوان ضامن آنها را امضا کنم و به نوعی من به عنوان یک بانکدار غیر رسمی (بر اساس اصولی که خودم وضع کرده بودم) فعالیت می‌کردم. برای اینکه مطمئن شوم وام‌گیرندگان توانایی بازپرداخت وام‌ها را دارند، قوانین ساده‌ای مثل امکان بازپرداخت اقساط با مقادیر کم و به صورت هفتگی و یا در نظر گرفتن یک متصدی که به کارهای بانکی روستاییان در روستاها رسیدگی کند، وضع کردم. ایده‌ی جدیدم موفق از آب درآمد. افراد وام‌گیرنده، اقساط وام‌ها را بموقع و در زمان مناسب به بانک پس می‌دادند.

به نظر می‌رسید قرص دادن به روستاییان به آن دشواری که در ابتدا تصور می‌کردم نبود و حتی این نکته به ذهنم خطور کرد که ارائه خدمت مالی به فقرا، ممکن است کسب و کار ماندنی و بادوامی باشد. فکر می‌کنید یک بانکدار باهوش بتواند این فرصت را سریع‌تر از یک پرستور محض اقتصاد که هیچ تجربه‌ای در زمینه‌ی بانک‌داری ندارد، تشخیص دهد؟ پاسخ من به این سؤال «نه» است، چرا که من هنوز مشکلاتی را که در تلاش برای ترویج و توسعه برنامه‌ی ارائه وام به فقرا از طریق بانک‌های موجود پیش رو داشتم، به خاطر دارم.

در نهایت، و پس از تجربیات مختلف، تصمیم گرفتم بانک جداگانه‌ای برای فقرا تأسیس کنم. این کار یک فرایند طولانی و پُرهزحمت بود اما در نهایت با حمایت وزیر اقتصاد، موفق شدم بانک جدیدی تأسیس کنم که هدف آن ارائه خدمات به فقرا باشد. این بانک را به زبان بنگالی «بانک گرامین» که به معنای «بانک روستایی» است، نام‌گذاری کردم. امروزه، بانک گرامین یک بانک ملی است که به فقرا در روستاهای بنگلادش خدمات ارائه می‌کند و تا کنون به ۸ میلیون نفر وام داده است.

از همان ابتدای تأسیس بانک گرامین، به نشانه اعتراض به نظام رایج بانک‌ها که از وام دادن به زنان امتناع می‌کردند (حتی اگر آنها درآمد بالایی داشتند)، عمداً تصمیم گرفتیم به زنان نیز وام بدهیم و به همین جهت اکنون در حدود ۲۷ درصد از کسانی که از گرامین وام گرفته‌اند، زنان هستند. تجربه بانک گرامین نشان می‌دهد که وام‌گیرندگان زن، در مقایسه با مردان، منافع بیشتری را برای خانواده‌های‌شان به ارمغان می‌آورند. زنان برای فایده‌آمدن بر فقر تلاش بیشتری داشتند و بچه‌های آنها فوراً از درآمد مادران‌شان منتفع می‌شدند. بر همین اساس، ما در بانک گرامین به این موضوع پی بردیم که وام دادن به زنان در روستاهای فقیر بنگلادش، روشی قدرتمندانه برای ریشه‌کن کردن فقر در کل جامعه است.

علاوه بر وام دادن به زنان روستایی، دیگر فعالیت‌های بانک گرامین نیز در فضای فعالیت‌های اقتصادی رایج، غیرمعمول است. یکی از این ویژگی‌های بانک گرامین این است که صاحبان بانک، همان وام‌گیرندگان هستند و به عنوان سهام‌دار، نه نفر از سیزده نفر عضو هیأت‌مدیره‌ی بانک گرامین را انتخاب می‌کنند. بانک گرامین بیش از ۱۰۰ میلیون دلار در یک ماه وام می‌دهد که میانگین وام‌های بدون وثیقه ۲۰۰ دلار است. با اینکه بانک گرامین بر فقیرترین افراد (که حتی در حال حاضر نیز بانک‌های معمولی آنها را فاقد اعتبار مالی لازم برای اخذ وام می‌دانند) تمرکز نموده است، نرخ بازپرداخت وام‌ها، بسیار بالا و در حدود ۹۸ درصد است.

بانک گرامین حتی به متکدیان نیز پول قرض می‌دهد. این افراد وام‌ها را برای راه‌اندازی کسب و کار و فروش خانه به خانه‌ی کالاهایی مثل اسباب‌بازی، وسایل خانگی، مواد غذایی و... می‌گیرند. برخلاف انتظار، متکدیان ایده‌ی حمایت از آنها در جهت فروش محصولات و یا راه‌اندازی کسب و کار را بیشتر از اتکا به صدقه و خیرات دوست دارند. اکنون در بنگلادش، بیش از ۱۰۰ هزار نفر در این برنامه شرکت کرده‌اند. در طول پنج

سالی که این برنامه آغاز شده است، بیش از ۱۸ هزار نفر دست از تکدی‌گری برداشته‌اند و بسیاری از همین متکدیان، اکنون وام دوم و سوم خویش را نیز دریافت کرده‌اند.

علاوه بر این، بانک گرامین، کودکان وام‌گیرندگان را برای رفتن به مدرسه تشویق و به آنها وام‌های با شرایط بازپرداخت آسان‌تری پیشنهاد می‌کند تا تحصیلات بالاتری را دنبال کنند. با اجرای این برنامه، اکنون بیش از ۵۰ هزار دانشجو، تحصیلات خود را در مدارس پزشکی، مهندسی و دانشگاه‌ها با کمک بانک گرامین دنبال می‌کنند.

ما افراد جوان را راهنمایی می‌کنیم تا هرگز برای یافتن شغل به کسی تعهد ندهند چرا که در آینده خودشان کارآفرین خواهند بود و نه جویای کار. ما به آنها توضیح می‌دهیم: «مادران شما یک بانک بزرگ به نام بانک گرامین دارند. این بانک پول زیادی برای سرمایه‌گذاری در هر نوع شرکتی دارد که ممکن است شما آرزوی داشتن آن را داشته باشید، چرا زمان را با کارکردن برای دیگران تلف کنید؟ کارفرما شدن بر کارمندی ترجیح دارد.» در واقع بانک گرامین مردم بنگلادش را به کسب‌وکار، کارآفرینی و خویش‌فرمایی تشویق می‌کند.

بانک گرامین از نظر مالی خودگردان است و همه منابع مالی آن از سپرده‌ها تأمین می‌شود. بیش از نیمی از این سپرده‌ها از خود وام‌گیرندگان به دست می‌آید، که هر هفته به میزان کمی پس‌انداز می‌کنند. تراز پس‌اندازهای گروهی و جمعی مشتریان گرامین، اکنون به بیش از نیم میلیارد دلار می‌رسد.

این دستاورد بسیار باشکوه، مبتنی بر همان جرعه کوچکی است که با دادن ۲۷ دلار برای بازپرداخت قرض فقرای جبرا به آن تاجر، زده شد. اما ایده‌ی بانک گرامین به بنگلادش محدود نشد و با رفتن به خارج از بنگلادش، به نوعی در آغاز راه قرار گرفته است.

امروزه، ایده وام‌های بی‌وثیقه و کوچک برای زنان فقیر تحت عنوان «اعتبار خرد»^۱ و یا «وام خرد»^۲ در سراسر دنیا گسترده شده است. اکنون برنامه‌های مشابه بانک گرامین، تقریباً در هر کشوری وجود دارد. ما حتی برنامه‌ای با نام گرامین آمریکا در شهر نیویورک اجرا کردیم. اولین شعبه گرامین آمریکا در سال ۲۰۰۸ در کوین باز شد تا وام‌های کوچک و بی‌وثیقه‌ای (با میانگین ۱۵۰۰ دلار) را به زنان محلی ارائه کند. این وام به زنان محلی داده می‌شد تا آنها کسب و کارهای کوچکی راه بیندازند و یا کسب و کارهای فعلی‌شان را توسعه بدهند. بسیاری از این زنان، مادران بیوه‌ای هستند که برای داشتن یک زندگی با ارزش و آبرومند مبارزه می‌کنند.

موفقیت شعبه کوین باعث شد تا شعبه‌های جدیدی در بروکلین، نیویورک، اماها، نبراسکا، سان فرانسیسکو و کالیفرنیا نیز تأسیس شود. موفقیت این بانک در آمریکا به عنوان ثروتمندترین کشور دنیا و دارای سیستم بانک‌داری پیشرفته، نشان‌دهنده این نکته است که حتی در چنین کشورهایی نیز یک نیاز جدی و مهم به بانک‌هایی وجود دارد که به میلیون‌ها نفر از مردم فقیر و فاقد استطاعت مالی لازم، خدمت‌رسانی کنند.

چرا من تا این حد به ایده‌ی ایجاد بانکی برای فقرا توجه کردم؟ یکی از مهمترین دلایل آن، اعتقاد من به این مسأله بود که کار تجارت‌ارگر، در گرفتار کردن فقرا و بهره‌کشی از آنها بسیار اشتباه بود اما در ادامگی کار به این نتیجه نیز رسیدم که فقری که فقرا با آن درگیر هستند، توسط خودشان ایجاد نشده است و به عبارت دیگر تقصیر خودشان نیست.

بیشتر وام‌گیرندگان بانک گرامین، مادر و دختر، و مادر و پسری بودند که مادر کاملاً بی‌سواد بود، اما دختر یا پسر، پزشک یا مهندس بودند. فکری که از ذهن من می‌گذشت این بود که این مادر هم می‌توانست دکتر یا مهندس شود. او نیز قطعاً مانند دختر و یا پسرش قابلیت مشابهی دارد و فقط نتوانسته

از ظرفیتش استفاده کند، چرا که جامعه هرگز چنین فضایی را برای او فراهم نکرده است و وی حتی نتوانسته است به مدرسه برود تا حروف الفبا را بیاموزد!

در نتیجه‌ی وقت زیادی که با فقرا گذراندم، می‌توانم بگویم که علت فقر، عدم صلاحیت و ناتوانی بخش فقیر جامعه نیست و افراد فقیر، مسبب فقر خود نیستند، بلکه فقر از طریق نظامی که ما ایجاد کرده‌ایم، مؤسساتی که طراحی کرده‌ایم و مفاهیمی که تعریف نموده‌ایم، به وجود آمده است. فقر ناشی از معضلات مؤسساتی است که ما ساخته‌ایم. به عنوان مثال، مؤسسات مالی و بانک‌ها از ارائه خدمات به تقریباً دوسوم از جمعیت جهان (به دلیل فقر و نداشتن اعتبار مالی لازم) امتناع می‌کنند. چنین مؤسساتی با تأکید بر عدم توانایی فقرا، از ارائه خدمات به آنها امتناع می‌ورزند، اما بانک گرامین اثبات کرد که وام دادن به افراد فقیر نه تنها امکان‌پذیر، بلکه سودآور نیز هست.

در طول بحران مالی جهانی که در سال ۲۰۰۸ به وقوع پیوست، دروغ و تظاهر فرضیات رایج اقتصادی و بانک‌های بزرگ اقتصادی بیشتر از گذشته نمایان شد. در حالی که بساط بانک‌های بزرگ با تمامی وثیقه‌های شان، داشت نقش بر آب می‌شد، برنامه‌های اعتبارات خرد (بدون نیاز به هیچ وثیقه‌ای) در سراسر دنیا ادامه یافت تا مستحکم‌تر از هر زمان دیگری کارایی خود را نشان دهد. آیا این تجربه، ادعای بنیادین مؤسسات مالی و دهنیت‌شان درباره‌ی تعاریف رایج از اعتبار افراد در سیستم‌های بانکی را تغییر می‌دهد؟ آیا در نهایت آنها در بانک‌های شان را به روی فقرا می‌گشایند؟

درباره طرح این پرسش کاملاً جدی هستم (هر چند می‌دانم که همه پاسخ احتمالی آن را خیلی خوب می‌دانند!). بروز چنین بحران بزرگی، می‌تواند فرصت عظیمی برای ما ایجاد کند. ما نباید این فرصت را از دست بدهیم و باید از آن برای اصلاح سازوکارهای رایج در مؤسسات مالی و بانک‌ها

استفاده کنیم. به عبارت دیگر، هیچ کس نباید از دسترسی به خدمات مالی محروم شود و اعتبار باید به عنوان یک حق انسانی به افراد اعطا شود.

این نکته که فقرا خودشان شرایط محیطی و فقر را به وجود نیاورده‌اند، نشان‌دهنده یک نکته بسیار مهم درباره ظرفیت انسان‌هاست. هر موجود زنده‌ای که در دنیا پا به عرصه وجود می‌گذارد، نه تنها برای مراقبت از خودش تجهیز شده است، بلکه برای ایجاد رفاه در کل دنیا نیز ظرفیت تلاش و همکاری دارد. برای برخی افراد، زمینه استفاده از ظرفیت‌های شان فراهم می‌شود، اما بسیاری از افراد، هرگز شانس آزاد کردن مواهب شگفت‌انگیزی که با آن متولد شده‌اند را ندارند. آنها با این موهبت‌های کشف‌نشده می‌میرند و دنیا از مشارکت و همکاری آنها بی‌بهره خواهد ماند.

تجربه بانک گرامین، ایمان مستحکمی نسبت به خلاقیت انسانی و باورهای سازمانی به من عطا کرد و نشان داد که هیچ انسانی برای تحمل فلاکت، گرسنگی و فقر پا به عرصه وجود نمی‌گذارد. فقر ساخته‌ی یک فقیر نیست و از آنجایی که وجود خارجی دارد، می‌شود آن را ریشه کن کرد.

اگر ساختارهای اقتصادی و اجتماعی را دوباره طراحی کنیم تا بخش‌های ایجادکننده فقر را اصلاح کنیم، می‌توان دنیایی خالی از فقر ساخت؛ دنیایی که در آن فقر را تنها در موزه‌ها می‌توان مشاهده کرد. روزی خواهد آمد که بچه‌مدرسه‌ای‌ها، فقر را فقط در موزه‌ها خواهند دید و اجدادشان را برای تحمل چنین شرایط غیرانسانی برای مدت‌های طولانی، سرزنش خواهند نمود.

افراد فقیر شبیه درختان بُنسای هستند. وقتی شما بهترین دانه‌ی بلندترین درخت بُنسای را در یک گلدان کوچک می‌کارید، نسخه عینی‌اش را که بلندی آن تنها چند سانتی‌متر است، به دست خواهید آورد. دانه‌ای را بدون هیچ کاستی کاشته‌اید؛ اما چون خاکی که برای آن تدارک دیده‌اید بسیار کم و ناکافی است، درخت رشد زیادی نمی‌کند. افراد فقیر، درست مانند درختان

بُنیای هستند. هیچ اشتباهی در اصل دانه‌های فقرا نبوده، اما جامعه هرگز زمینه‌ی مناسبی را برای رشد آنها فراهم نکرده است. تمامی این موارد برای خروج افراد از فقر است تا محیط توانمندسازی برای آنها فراهم شود. به محض اینکه فقرا بتوانند انرژی و خلاقیت‌شان را از بند برهانند، فقر به سرعت ناپدید خواهد شد.

مفهوم کسب‌وکار اجتماعی

اولین گام برای کمک به افراد فقیر را در اواسط دهه‌ی هفتاد برداشتم. اگرچه فقر بزرگ‌ترین دغدغه من بود، اما در طی مسیر به سمت مسائل دیگری که با دغدغه اصلی من مرتبطند نیز حرکت کردم. در تمام مدتی که با فعالیت‌های اقتصادی مختلفی همچون کشاورزی، دامداری، ماهی‌گیری، انرژی‌های تجدیدپذیر، فناوری اطلاعات، آموزش، سلامتی، منسوجات دستباف، خدمات اشتغال و بسیاری از حوزه‌های مشابه دیگر درگیر بودم، به این موضوع فکر می‌کردم که اگر برای فایق آمدن بر مسأله فقر، راه‌حل درستی طراحی شود، تک افراد می‌توانند تاثیرگذار باشند و به حل این مشکل کمک کنند. من به عنوان یک راه‌حل، برای هر بخش و یا زیربخش اقتصادی یک بنگاه راه انداختم و توانستم مسأله فقر را بلااستفاده از شیوه‌های پایداری رفع نمایم. فقر جلوه‌های مختلفی دارد و به همین دلیل هم، راه‌حل‌ها، باید از رویکردها و جهات مختلفی به فقر بپردازند و به سمت آن حرکت کنند و در این مسیر هیچ رویکردی بی اهمیت نیست.

در حالی که در تلاش بودم تا به راه‌حل مناسبی برای رفع معضلات اجتماعی دست پیدا کنم، در چارچوب‌های ذهنی خودم از زوایا و سطوح مختلفی مسأله را بررسی و از مفهومی به سمت مفهوم دیگر حرکت می‌کردم. در این حرکت ذهنی و تفکر درباره مسأله بود که از اعتبار خرد به مفهوم گسترده‌تری دست یافتم که مفهوم اعتبارات خرد را هم شامل می‌شود. این

مفهوم جدید در معماری تفکر اقتصاد سرمایه‌داری ما تغییرات زیادی به وجود خواهد آورد که آن را به چارچوب رضایت‌بخش و کامل نزدیک‌تر خواهد نمود و کاستی‌های اساسی‌اش را (که موجب فقر و دیگر مشکلات محیطی و اجتماعی می‌شود) برطرف می‌کند. این مفهوم جدید، مفهوم کسب‌وکار اجتماعی است.

اجازه دهید تا به بحران مالی سال ۲۰۰۹-۲۰۰۸ بازگردم. متأسفانه، پوشش رسانه‌ای فضای اقتصادی دنیا به این سمت است که رشد اقتصادی دوباره از سر گرفته می‌شود و می‌توان به سرعت و به راحتی به «کسب‌وکار به عنوان امری معمول و متداول» بازگشت و از بحران تنها خاطره‌ای باقی می‌ماند، اما واقعیت آن است که اگر ما به این نکته فکر کنیم که همواره با بحران مواجه هستیم و به عبارتی بحران یک عامل ثابت در ساختار اقتصادی ما است، تمامی دردسرهای ما آشکار خواهد شد.

به عبارت دیگر حتی اگر ما دوباره به یک رشد اقتصادی مناسب دست پیدا کنیم، کسب‌وکارهای کنونی واقعاً یک گزینه و یک راه‌حل پایدار برای رشد اقتصادی نیستند؛ چرا که ما فراموش می‌کنیم که بحران مالی تنها یکی از چند بحران تهدیدکننده‌ی جوامع انسانی است. ما با بحران غذایی جهانی، بحران انرژی، بحران زیست محیطی، بحران بهداشت و بحران مستمر اقتصادی و اجتماعی فقر عظیم جهانی مواجه هستیم و آن را تحمل می‌کنیم. اگرچه این بحران‌ها چندان مورد توجه قرار نمی‌گیرند ولی به اندازه‌ی بحران مالی اهمیت دارند.

از آن مهم‌تر اینکه، رسانه‌ها ممکن است این احساس را ایجاد کنند که بحران‌های اشاره شده با بحران‌هایی که باهم و تنها به‌طور تصادفی رخ می‌دهند ارتباطی ندارند اما این موضوع همیشه هم درست نیست. در حقیقت، این بحران‌ها از یک ریشه هستند: ضعف اساسی ما، در نظریه‌سازی در زمینه سرمایه‌داری است.