

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

سرشناسه:	یونس، محمد، ۱۹۴۰ - م.
عنوان و نام پدیدآور:	دنیای سه صفر: فقر صفر، بیکاری صفر و سرجمع کربن صفر / محمد یونس، [کارل وبر]؛ ترجمه‌ی محمدهاشم غرقعی؛ [برای] اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران.
مشخصات نشر:	تهران: امین‌الضرب، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری:	ص: ۳۲۲؛ ۵/۲۱×۵/۱۴؛ م.س. ۳
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۷۱۳۴-۰۶-۳
وضعیت فهرست نویسی:	فیبا
یادداشت:	عنوان اصلی: A world of three zeros : the new economics of zero poverty, zero unemployment, and zero net carbon emissions, [2017]
یادداشت:	کتاب حاضر در همین سال با عنوان «جهانی با سه صفر: اقتصادی جدید از فقر صفر، بیکاری صفر و انتشار کربن صفر» با ترجمه مهدی قربانی توسط دانشگاه تهران، موسسه انتشارات فیبا گرفته است.
عنوان دیگر:	فقر صفر، بیکاری صفر و سرجمع کربن صفر.
عنوان دیگر:	جهانی با سه صفر: اقتصادی جدید از فقر صفر، بیکاری صفر و انتشار کربن صفر.
موضوع:	مسئولیت اجتماعی کسب و کار
موضوع:	Social responsibility of business
موضوع:	سرمایه‌داری -- جنبه‌های اجتماعی
موضوع:	Capitalism -- Social aspects
موضوع:	رشد اقتصادی -- جنبه‌های اجتماعی
موضوع:	Economic development -- Social aspects
موضوع:	توسعه پایدار
موضوع:	Sustainable development
موضوع:	برابری -- جنبه‌های اقتصادی
موضوع:	Equality -- Economic aspects
موضوع:	وبر، کارل، ۱۸۵۳ - م.
موضوع:	Weber, Karl
موضوع:	غرقعی، محمدهاشم، مترجم
موضوع:	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
موضوع:	HD۱۱۰
موضوع:	۳۳۰
موضوع:	رده بندی کنگره:
موضوع:	۷۵۲۷۱۳۶
موضوع:	شماره کتابشناسی ملی:
موضوع:	فیبا



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران  
TEHRAN CHAMBER OF COMMERCE  
INDUSTRIES, MINES AND AGRICULTURE



## دنیای سه صفر

(فقر صفر، بیکاری صفر و سرجمع کربن صفر)

پروفسور محمد یونس

ترجمه: محمدهاشم غرقعی

شورای سیاست‌گذاری: مصطفی درویشی، بهراد مهر جو

گرافیک و طراحی: آتلیه آینده‌نگر / رضا دولت‌زاده

چاپ دوم: زمستان ۱۳۹۹

مدیر تولید: مینا واشویی

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

چاپ: آرمانسا

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۱۳۴-۰۶-۳

انتشارات امین‌الضرب / پخش و فروش: ۰۹۱۲۳۹۰۳۴۲۸

# دنیای سه صفر

فقر صفر، بیکاری صفر و سرجمع کربن صفر

پروفسور محمد یونس

برنده جایزه صلح نوبل

ترجمه‌ی محمد هاشم غرقی



آثار دیگر محمد یونس:

بانک فقرا

خلق جهانی بدون فقر

بنیانگذاری کسب و کار اجتماعی

# دنیای سه صفر

تازه‌های اقتصاد بدون فقر  
بدون بیکاری و بدون سرجمع انتشار کربن

محمد یونس

به همراه کارل وبر

ترجمه‌ی محمدهاشم غرقی





تقدیم به نسل جوان  
که تمدن جدیدی را خواهند ساخت.





## فهرست

مقدمه

۱۵ ..... ایده بانکداری فقرا | مسعود خوانساری

۱۷ ..... مقدمه مترجم

بخش اول

### چالش

۲۸ ..... ناکامی‌های سرمایه‌داری

۴۳ ..... خلق تمدنی جدید: پاداقتصاد کسب‌وکار اجتماعی

بخش دوم

### سه صفر

۶۲ ..... فقر صفر: پایان دادن به نابرابری درآمد

۹۸ ..... بیکاری صفر: مادر جست‌وجوی شغل نیستیم، ما ایجادکننده‌ی شغل هستیم

۱۲۹ ..... سرجمع صفر کربن: ایجاد اقتصاد با امکان تداوم

۱۵۴ ..... یک نقشه‌ی راه برای آینده‌ای بهتر

بخش سوم

### نیروهای عظم برای متحول ساختن دنیا

- ۱۸۲..... جوانی: شورآفرینی و توانمندسازی جوانان در سراسر جهان
- ۲۱۲..... تکنولوژی: رهاسازی نیروی علم برای آزادسازی همه‌ی مردم
- ۲۴۲..... حکمرانی خوب و حقوق بشر: کلیدهای ساختن جهانی که برای همگان به‌خوبی کار کند

بخش چهارم

### سنگ بناهای آینده

- ۲۷۲..... زیرساخت‌های حقوقی و مالی‌ای که به آنها نیاز داریم
- ۳۰۳..... بازطراحی جهان فردا

### یادداشت‌ها

- ۳۱۳..... بخش اول
- ۳۱۴..... بخش دوم
- ۳۱۴..... بخش سوم
- ۳۱۶..... بخش چهارم
- ۳۱۶..... بخش پنجم
- ۳۱۷..... بخش ششم
- ۳۱۷..... بخش هفتم
- ۳۱۸..... بخش هشتم
- ۳۱۹..... بخش نهم
- ۳۱۹..... بخش دهم

باراک اوباما:

«محمد یونس کلاس درس دانشگاه را برای کار در یک روستا ترک کرد و فهمید تنها با ۲۷ دلار می‌توان کشاورزها، راننده‌های ریکشا و فروشندگهای خریدپا را از بدهکاری نجات داد... یونس تلاش کرد که به یک روستا کمک کند اما قدم در راه تغییر دنیا برداشت.»

مجله فورچون:

«ایده پروفیسور یونس، الهام‌بخش میلیون‌ها جوان در کشورهای مختلف برای اثربخشی اجتماعی فعالیت‌های اقتصادی‌شان بوده است.»

جیمی کارتر:

«محمد یونس با توانمندسازی فقرا با اتکا به خود چیزی بس بسیارتر از لقمه‌ای نان به آنها داد: امنیت در بنیادی‌ترین شکل آن.»



مقدمه

## ایده بانکداری فقرا

مسعود خوانساری

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

اشتغال‌زایی و رفع فقر همواره در اولویت برنامه‌های دولت‌های ایران در طول قرن چهاردهم شمسی قرار داشته است. با این حال جزء کسب برخی توفیقات نسبی و مقطعی، در بلندمدت وضعیت شاخص‌های اقتصادی-اجتماعی نه در مقایسه با کشورهای پیشرفته و نه در مقایسه با همسایگان و رقبای منطقه‌ای، قابل قبول نبوده به گونه‌ای که استمرار نرخ بیکاری دورقمی در کنار تورم افسارگسیخته، بخش بزرگی از جامعه را دچار عارضه فقر ساخته و توسعه پایدار را با چالش‌های جدی روبرو کرده است.

سیاست‌های زیست‌محیطی نیز عمدتاً قربانی تلاش‌ها برای رفع فقر و توسعه صنعتی و اقتصادی شده‌اند که در عمل ضمن از بین بردن منابع و ذخایر طبیعی، آثار مصیبت‌باری را برای همه ایرانیان، به‌ویژه گروه‌های کم‌بضاعت در پی داشته است. فرسایش شدید خاک، کاهش قابل توجه سطح سفره‌های آب زیرزمینی،

آلودگی هوا در کلان‌شهرها و کاهش جمعیت گونه‌های جانوری مختلف و خطر انقراض آن‌ها از جمله آثار سیاست‌های زیان‌بار ضد محیط‌زیستی در کشورمان بوده است.

درحالی‌که مشابه این وضعیت نگران‌کننده در برخی دیگر از نقاط جهان نیز مشاهده می‌شود، پروفیسور محمد یونس، استاد برجسته اقتصاد و برنده نوبل صلح در سال ۲۰۰۶، رویای بزرگ «جهانی با سه صفر» را مطرح کرده و می‌گوید می‌تواند به آن دست یافت: فقر صفر، بیکاری صفر و سرجمع کربن صفر. او برخلاف بسیاری از اقتصاددانان که در کلاس‌های درس و با نمودارهای گوناگون ریاضی، جلوه‌ای ساده‌شده از علم اقتصاد بر پایه انتخاب‌ها و خواسته‌های فردی را ارائه داده و معتقدند تنها با تکیه بر سود شخصی می‌توان اقتصادی توسعه‌یافته و مترقی را بنا نهاد، کوشیده است مسائل و راه‌حل‌ها را از زاویه دیگری نگریسته و سیاست‌های اقتصادی انسانی‌تری را پیشنهاد می‌کند: شکل‌گیری کسب‌وکارهای اجتماعی که هدف‌شان حداکثرسازی سود نه یک فرد که کلیت جامعه است.

پروفیسور یونس پا را فراتر از انتشار کتاب و تدوین تئوری گذاشته و خود در عمل با تأسیس «بانک گرامین» و اعطای وام‌های خرد سهل‌الوصول به فقرا در بنگلادش، زمینه توسعه کسب‌وکارهای محلی و عبور بخشی از این جوامع از فقر را فراهم آورده است. ایده بانکداری فقرا که در کتاب «پی‌ریزی مدل‌های کسب‌وکار اجتماعی: درس‌هایی از تجربه گرامین<sup>۱</sup>» به‌خوبی تبیین شده، الهام‌بخش بسیاری از تلاش‌ها در جهت توسعه کشور بنگلادش شد. این یک تصادف نیست که بنگلادش در دهه ۶۰ و نیمه اول دهه ۷۰ میلادی، با نرخ‌های رشد منفی GDP تا ۱۳ درصد مواجه بود، اما از زمان تأسیس گرامین بانک در سال ۱۹۷۶، همواره رشد مثبت در تولید ناخالص داخلی خود را تجربه کرده و

میزان افزایش آن در دو دهه گذشته عمدتاً بیش از ۵ درصد بوده است. پس از این تجربه موفق، ایده‌های او در کشورهای دیگری چون فرانسه و ایالات متحده نیز مورد استفاده قرار گرفته و نتایج اثرگذاری در کاهش فقر را نیز در پی داشته است. نکته قابل توجه آن که اجرای ایده کسب‌وکارهای اجتماعی، لزوماً نیازی به مشارکت دولت‌ها ندارد بسیاری از کسب‌وکارها و افراد صاحب نفوذ سیاسی و اجتماعی به همراهی با این ایده پرداخته‌اند. چه آن که بسیاری از این بنگاه‌ها و افراد به خوبی درک کرده‌اند که مسئولیت اجتماعی امری خیریه‌ای و نمایشی نیست و برای دستیابی به توسعه زیربنایی در محیط پیرامونی حوزه فعالیت‌شان، باید مشارکت فعال اجتماعی در قالب الگوها و مدل‌های توسعه محور داشته باشند.

این تجربیات به ما می‌آموزد که هر یک می‌توانیم سهم خود را در کاهش فقر و افزایش کیفیت زندگی گروه‌های آسیب‌پذیر جامعه ایفا کنیم. از این رو مطالعه این کتاب را به فعالان بخش خصوصی، که نیک می‌دانم دغدغه و رویای زندگی بهتر برای تمام هم‌وطنانمان را در سر می‌پرورانند، توصیه می‌کنم. امید آن که ایده‌های پروفیسور محمد یونس در این کتاب، زمینه ایجاد کسب‌وکارهای اجتماعی و توسعه جوامع محلی، روستایی و آسیب‌پذیر را فراهم آورد. آن‌چنان که حضرت مولانا نیز سروده است: «تو مگو همه به جنگند و ز صلح من چه آید / تو یکی نه‌ای هزاری تو چراغ خود برافروز»، بدون شک مجموع گام‌های کوچک هر کدام از ما، می‌تواند اثری بزرگ و شگرف به همراه داشته باشد.





## مقدمه مترجم

آشنایی من با این کتاب اتفاقی بود اما به طرز غریبی آن را همسو و همجهت با اندیشه و افکاری یافتم که در چهل سال خدمت همواره در ذهن داشتم و هر وقت که زمان و مکان و موقعیت اجازه داد برای تحققشان قدمی برداشتم. در دنیای پرهیاهویی که مفاهیم تازه و پرسر و صدا فضا را اشغال کرده، گاهی یادمان می‌رود فقر و گرسنگی و بیکاری هنوز مشکلات پابرجایی هستند. هنوز عده‌ای از مردم در سرزمین‌های مختلف سوء تغذیه دارند و ممکن است فاصله‌شان تا مرگ یک وعده غذا باشد. به واسطه سالیان خدمت در نقاط مختلف کشور و آشنایی با مشکلات مردم از نزدیک، دیده‌ام که در اثر فقر و گرسنگی و بیکاری و نبود امکان تحصیل چه انسان‌های باهوش و با استعدادی که هرگز دیده نمی‌شوند، به چشم نمی‌آیند، شکفته نمی‌شوند. سوسو می‌زنند و خاموش می‌شوند. و هچکس نیست، هیچ دست یاری‌رسانی نیست که آنها را از سیاهی بیرون بکشد. این کتاب شبیه به آن دست یاری‌دهنده است که با دقت و تیزبینی و نگاه خلاقه به سوی افراد ناتوان دراز شده. راه‌حل‌های محیطی برای رفع بیکاری ارائه می‌دهد، ذهنیت‌های

قدیمی را به چالش می‌کشد، تصور ما را از دنیای فقرا اصلاح می‌کند، به جهان و محیط زیست فکر می‌کند. این تفکر کامل و بالغ که جهانیان را به مثابه یک کل می‌بیند، نه افرادی که سرنوشت‌های جدا از هم دارند - ذهن انسان را در جهت یافتن راه حل‌ها فعال می‌کند و کمک می‌کند تا به نفع آدم‌های بی‌صدایی فکر کنیم که تا پیش از این کسی به فکر آنها نبوده است. کتاب دنیای سه صفر حاصل تجربه محمد یونس، اقتصاددان اهل بنگلادش است که مهمترین تجربه و دستاوردش در اقتصاد «خرده وام» و «کسب و کار اجتماعی» است.

دکتر یونس پس از اتمام تحصیلات در آمریکا و مراجعت به زادگاهش بنگلادش در سال ۱۹۷۲ ریاست دانشکده اقتصاد دانشگاه چیتاگونگ را عهده‌دار شد. در این کتاب به شرح فعالیت‌هایش برای حل مشکلات فقرا پرداخته است.

### **تولد بانکداری فقرا (گرامین بانک)**

قطعی سال‌های ۱۹۷۴-۱۹۷۵ همه چیز کشور بنگلادش را به نابودی کشاند. دکتر یونس در این باره می‌گوید:

«اینکه من در کلاس‌ها تئوری عالی اقتصاد و کارکرد بی‌نقص آن را تدریس کنم درحالی‌که مردم از فقر و قطعی و گرسنگی و بیماری می‌مردند خلاً این تئوری‌ها را احساس کردم. نخستین کار من توسعه تولیدات کشاورزی از راه آبیاری بارانی بود، اما فهمیدم فقیرترین آدم‌ها هیچ بهره‌ای از کار من نمی‌برند چون زمین ندارند، زنی به نام سوفیا بیگم ریشه این مشکل را به من نشان داد. خودش چهارپایه می‌ساخت، شوهرش هم کارگر روزمزد بود اما نمی‌توانست خود را از فقر بیرون بکشد. برای ساختن چهارپایه ابزار لازم بود. او پول نداشت از خریدار وام می‌گرفت. خریدار نزل خوار شرط گذاشته بود:

چهارپایه‌ها را که می‌ساخت فقط به او بفروشد و قیمت چهارپایه را هم خریدار تعیین کند. مانده رقم بسیار ناچیز بود که کفاف زندگی او را نمی‌کرد. اولین بار کارم این شد که لیست قربانیان این تجارت را تهیه کنم. در مجموع رقم این وام‌ها ۲۷ دلار شد. من از جیبم آن را پرداخت کردم (با اعتماد، بدون ضامن و وثیقه) هرچه تعداد متقاضیان بیشتر می‌شد من هم می‌دادم. کوشیدم بانک دانشگاه را راضی کنم که وام‌ها را او بدهد ولی نشد، یکی از روسای بانک محلی قبول کرد که در روستای «جبرا» شعبه کوچکی دایر کند و اسمش را گذاشتیم «گرامین بانک» یعنی «بانک روستا». دانشجویان من در آنجا استخدام شدند و کار پیش رفت تا در سال ۱۹۷۶ در زادگاهم کشور بنگلادش با ابزاری که به خُرده‌وام معروف است و برای نیازمندان، مخصوصاً زنان سرمایه فراهم می‌کند گرامین بانک را تاسیس کردم.»

مهمترین نکته وام‌ها این است که بر پایه اعتماد بنا شده‌اند: «هیچ وثیقه‌ای درخواست نمی‌شود، هیچ سند حقوقی‌ای مطالبه نمی‌شود، هیچ اثباتی برای «صاحب‌اعتبار بودن» لازم نیست. بیشتر وام‌گیرندگان بی‌سوادند و هیچ دارایی‌ای ندارند؛ بسیاری‌شان هرگز حتی با پول سروکار نداشته‌اند. اینان زنانی هستند که زمانی هیچ‌جایی در نظام مالی نداشتند. اقتصاددانان و بانکداران شیوه‌ی مرسوم، ایده‌ی قرض دادن پول به آنان برای اینکه کسب‌وکار خودشان را شروع کنند را احمقانه تلقی می‌کردند. در واقع، کل نظام بانک گرامین غیرممکن انگاشته می‌شد.»

از آن زمان خرده وام ظرفیت‌های کارآفرینانه بالغ بر ۳۰۰ میلیون مردم فقیر را در اطراف جهان، حتی در آمریکا و فرانسه شکوفا کرده است. برای مثال در بنگلادش سالانه بیش از دو و نیم میلیارد دلار آمریکا به نه میلیون فقیر قرض داده می‌شود (تا ۲۰۱۶). میزان بازپرداخت وام ۹۶/۹۸ درصد بوده است. مثال دیگر گرامین بانک آمریکاست که در ۱۲ شهر آمریکا ۱۹ شعبه دارد. با

۸۶ هزار وام گیرنده که همگی زن هستند. و وام‌های کسب و کار دریافت می‌کنند که به طور متوسط حدود ۱۰۰۰ دلار است. تا سال ۲۰۱۷ وام‌های پرداخت شده در آمریکا ۶۰۰ میلیون دلار با بازپرداخت ۹۹ درصد بوده است. نکته بسیار جالب توجه این بود که زمانی که بحرانی بانکی سال ۲۰۰۸ در آمریکا اتفاق افتاد، این بانک به دلیل اینکه از نوسانات و قواعد بازار تبعیت نمی‌کرد دچار رکود نشد و با موفقیت به فعالیت خود ادامه داد. پروفیسور یونس در سال ۲۰۰۶ به پاس این خدمات تاسیس بانک گرامین برنده جایزه صلح نوبل شد.

شرح فعالیت این بانک که بعدها به دست خود زنان روستایی اداره شد بسیار جالب و خواندنی است. پروفیسور یونس پیش از این در کتاب‌های «بانکدار فقرا» (۱۹۹۹) و «خلق جهانی بدون فقر» (۲۰۰۷) به تفصیل در مورد این بانک‌ها نوشته است و در این کتاب صرفاً نکات مهم این تجربه را بازگو می‌کند.

### موج فزاینده تمرکز ثروت

آکسفام، اتحادیه‌ای است از هجده سازمان غیرانتفاعی که بر کاهش فقر جهانی متمرکزند، در سال ۲۰۱۰ گزارش کرد که ۳۸۸ نفری که غنی‌ترین افراد جهان هستند بیش از کل نیمه‌ی پایینی جمعیت جهان (۳/۳ میلیارد) ثروت دارند. در آن زمان این آمار موحش قلمداد می‌شد اما همین موسسه در ژانویه ۲۰۱۷ آماری را منتشر کرد که در آن ثروت هشت نفر معادل دارایی کل نیمه پایینی جمعیت جهان (۶/۳ میلیارد) است. این اطلاعات آنقدر غیرقابل باور است که هضمش زمان می‌برد. جهانی که ثروت در دستان افراد معدودی تمرکز یافته باشد جهانی است که در آن قدرت سیاسی توسط همان افراد معدودی کنترل می‌شود. آن را برای منفعت خودشان به کار می‌گیرند. شاید

تعجب آور نباشد که کارزار انتخاباتی ایالات متحده با انتخاب مردی پایان یافت که عملاً در مقام رهبری ملی هیچ اعتباری نداشت جز ثروت عظیم شخصی.

سوال این است آیا می توان موج فزاینده تمرکز ثروت را متوقف کرد یا اینکه یک محصول جانبی و ناگزیر هر نظام بازار آزاد است؟ جواب قاطع دکتر یونس این است که بله می توان متوقف اش کرد. از نظر او نهادهای مالی موجود، مجرای هستند که تمرکز ثروت از طریق آنان رخ می دهد و شتاب می گیرد. لازم است برای کند کردن این حرکت دو کار انجام شود. اول آنکه نظام بانکداری فعلی را بازطراحی کنیم به طوری که دیگر محملی برای تمرکز ثروت عمل نکند. دوم لازم است مجموعه تازه ای از نهادهای مالی بسازیم که خدمات مالی را به افراد فقیر برسانند. مالکیت بانک گرامین عمدتاً در دست افراد فقیر است.

### کسب و کار اجتماعی، گام اول

دستاورد مهم دیگر یونس ایده کسب و کار اجتماعی است که در هر کشوری با توجه به مختصات و نیازمندی های آن کشور و همچنین طبق موازین محیط زیستی به این ایده پرداخته است.

تلاش برای فراهم آوردن امکانات بانکی برای فقرا دکتر یونس را به کشف بسیاری از دیگر مشکلات نیازمندان هدایت کرده است: «همواره کوشیده ام هر مشکل را با ایجاد یک کسب و کار تازه حل کنم. کالا یا خدماتی فراهم کند که مردم نیاز دارند و بابت آن پول خواهند داد. چیزی نگذشت که شرکت ها و پروژه های مستقل شرکت واره ای ایجاد کردم که کالا و خدمات برای مردمان فقیر فراهم می کرد از جمله مسکن، تسهیلات بهداشتی و تغذیه بهتر. هیچکس اجازه نداشت نفع شخصی از آن حاصل کند. سرمایه گذاران این

کسب و کار فقط سرمایه‌های اولیه‌شان را پس می‌گیرند و نه چیزی بیشتر. هر سودی که این شرکت‌ها حاصل کرده بودند به شرکت برگشت داده می‌شد تا صرف ارتقا و توسعه بشود. به این ترتیب مردمان فقیر بیشتری منتفع می‌شدند. این را کسب و کار اجتماعی نامیدم و با مشورت تقویت کردم. شرکتی غیرانتفاعی که کارش حل پایدار مشکلات بشری است. این مفهوم نه از نظر و نظریه‌پردازی بلکه از تجربه عملی من در کار با روستاییان بود.»

آشنایی با ایده‌های ایجاد کسب و کارهای محلی مختلف در این کتاب بسیار جذاب است. در ضمن یونس نشان می‌دهد نکته مثبت کسب و کارهای اجتماعی برخلاف خیریه‌ها این است که پولی که در این کسب و کارها هزینه می‌شود دوباره به چرخه برمی‌گردد و می‌تواند در کسب و کار اجتماعی دیگری به کار برده شود.

کسب و کار اجتماعی یونس (YSB) هم‌اکنون در هفت کشور جهان فعالیت دارد. به عنوان مثال یکی از کسب و کارهای اجتماعی را در نظر بگیرید که YSB به توسعه‌اش کمک کرده است. شرکتی به نام زنبورهای طلایی که مقرش در کامپالا پایتخت اوگاندا است.

در سال ۲۰۱۵ سازمان دیده بان جهانی کارآفرین (GEM)<sup>۱</sup> اوگاندا را به عنوان کارآفرین‌ترین ملت جهان رتبه‌بندی کرده است. بیش از ۲۸ درصد جمعیت اوگاندا در سه و سال نیم گذشته کسب و کاری را شروع کرده‌اند بیش از شش و برابر و نیم (۴.۳ درصد) ایالات متحده.

داستان شرکت زنبورهای طلایی مثالی است از قدرت کارآفرینی در کمک به مردم فقیر، حتی کمک به جامعه، برای فرار از فقر. کشاورزان اوگاندا همواره عزم و هوش و اخلاق کاری مورد نیاز برای راه‌اندازی کسب و کار

01. Yunus Social Business  
02. Global Entrepreneurship Monitor.

اجتماعی (مشاغل مربوط به زنبورداری) در مقیاس مناسب خودشان داشته‌اند. اما فاقد ابزارها، اطلاعات و نیز فاقد ساختار کسب و کار بوده‌اند، برای متصل ساختن شرکت به بازارهای ملی و بین‌المللی.

اجاره دادن موبایل به بعضی زنان در روستاهای دورافتاده و صاحب شغل شدن این زنان در قبال داشتن تلفن همراه یکی دیگر از کسب و کار اجتماعی جالب یونس بود. درست کردن زنجیره فروش برای محصولات صنایع دستی زنان روستایی آفریقا و تولید عینک ارزان قیمت در فرانسه نیز تجربه‌های قابل توجهی هستند.

در نقاط دیگر دنیا مراکز یونس خدمات دیگری مانند خدمات پزشکی و سلامت ارائه کردند. به طور مثال یارانه برای چکاپ وضعیت چشم بیماران فقیر، ارائه ساعت‌های هوشمند به زنان حامله در روستاهای دورافتاده که دسترسی به دکتر و بیمارستان ندارند و از طریق این ساعت‌ها اطلاعات سلامتی مناسب دوران بارداری را در اختیار آنها قرار می‌دهند. ارائه پیش‌بینی‌های آب و هوا و مشاوره‌های کوددهی و مراقبت به کشاورزانی که زمین‌های زیر دو هکتار دارند و بیمه نیستند. ارائه خدمات تعمیر ماشین به کسانی که در حومه شهرهای فرانسه زندگی می‌کنند و به دلیل خراب شدن اتوموبیل‌های‌شان همواره در معرض از دست دادن شغل خود هستند. مراکز یونس با ایجاد شبکه خدمات به افرادی که نیازمند این حمایت هستند، در واقع شغل آنها را تضمین می‌کند.

تمام فعالیت‌های یونس یک وجه مشترک دارند و آن اینکه به کسانی کمک کنند که یا از چاه فقر بیرون بیایند یا لاقلاً از نقطه‌ای که هستند پایین‌تر نروند. و حتی‌المقدور روزه‌ای در زندگی آنها باز کنند تا بتوانند زندگی‌شان را متحول کنند. کتاب این فرصت‌ها را به خوبی نشان می‌دهد. آشنایی با این خدمات به شیوه فکر کردن کمک می‌کند و ما را یاری می‌کند تا فرصت‌ها و

امکانات جلوی چشم را ببینیم و بررسی کنیم.

### بحران گرسنگی

مسئله غذا و گرسنگی در جهان نیز بخش مهمی از کتاب است. چه بحران گرسنگی و قحطی، چه شیوه‌های تغییر یافته مصرف غذا که در نهایت به ضرر محیط زیست است و چه شیوه‌های بهینه برای تولید و مصرف غذا در نقاط گوناگون. تاکید و اصرار بر جمع‌آوری محصولات کشاورزی به طوری که قطعا چیزی در خاک باقی نماند، به کار بردن و استفاده از سبزیجات بدشکل برای ساخت کنسرو و یا کمک و آموزش و مشاوره از طریق اپلیکیشن‌های مختلف و به صورت راه دور به کشاورزانی که زمین‌های کشت‌شان بیمه نیست و ممکن است با یک تغییر کوچک آب و هوایی سرنوشت‌شان عوض بشود.

### سرجمع صفر کربن

دغدغه مهم دیگر آقای یونس سرجمع صفر مصرف کربن است. شاید کمی عجیب به نظر برسد که برای کسی که دغدغه رفع فقر و بیکاری را داشته باشد، لزوم اهمیت به محیط زیست هم به همان اندازه مهم باشد. و حتی عجیب به نظر برسد که در کشوری مثل بنگلادش و یا اندونزی و ویتنام نسبت به فروسایبی زیست محیطی به اندازه کشورهای پیشرفته حساسیت وجود داشته باشد اما در واقع مراقبت از محیط زیست برای آنها نقش حیاتی دارد. یونس مثال‌هایی از تکنولوژی سازگار با محیط زیست که منجر به کسب و کارهای اجتماعی موفق‌تری شده‌اند را معرفی می‌کند که در جهت صفر کربن می‌کوشند: اجاق‌گازهایی که سوخت سالم دارند و در بنگلادش مورد استفاده هستند و یا استفاده از انرژی خورشیدی برای تولید الکتریسیته و نهایتا کمک



به پیشرفت زندگی روستاهای دورافتاده.

### شیوه‌های تازه فکر کردن

یکی از جالب‌ترین تجربیاتی که بنیاد کسب و کار یونس از آن حمایت می‌کند ایجاد «عملکده‌های کسب و کار» است. این اصطلاح با الهام از کلمه «اندیشکده» ساخته شده است. در این عملکده‌ها مدیران ارشد بنگاه‌های بزرگ که به مطالعه‌ی مفهوم کسب‌وکار اجتماعی علاقه دارند و مایل‌اند که بعد از مطالعه، عملاً در کنار ابرکسب‌وکارهای متعارف‌شان، کسب‌وکاری اجتماعی بسازند و راه‌اندازی کنند تا به مشکلات اجتماعی بپردازند. اولین عملکده‌ی کسب‌وکار اجتماعی در ۲۰۱۰ در پاریس بنیانگذاری شد. عملکده‌ها کسب‌وکارهای اجتماعی متعددی را راه‌اندازی کرده است که هر یک از آنها برای حمله به مشکلی جدی است که مردمان فقیر در فرانسه با آنها مواجه هستند.

همچنین محمد یونس تلاش کرده است شیوه‌های جدید فکر کردن را در اختیار جوانان بگذارد. راهی به سوی دانشگاه‌ها و حتی مدارس پیدا کند که جوانان امروز، به غیر از آموزش گام به گام سرمایه‌داری و فکر کردن و یادگیری به شیوه سرمایه‌دارانه و منفعت‌طلبانه، لااقل امکان شناخت راه‌های دیگر فکر کردن را هم داشته باشند. شاید این جوانان یاد بگیرند که می‌توانند کارآفرین شوند به جای آنکه برای دیگران کار کنند.

به غیر از جوانان یونس به بازنشستگان هم پرداخته و اساساً این ایده را زیر سوال می‌برد که چه کسی سن بازنشستگی را تعیین می‌کند. چرا باید کسی که در مرحله پختگی فکری است از بازار کار یا تولید یا ایده‌پردازی خارج شود در حالی که کوهی از تجربه با خود دارد؟

کتاب ایده‌های تازه‌ای درباره زندگی دارد. پیش‌فرض‌ها به چالش کشیده

می‌شود. از فکر کردن دوباره درباره‌ی غذا گرفته تا فقر و گرسنگی و تا محیط زیست. مرتباً از ما دعوت می‌شود که به هر وضعیت ثابت و جاافتاده‌ای به دیده‌ی شک نگاه کنیم و راهی خلاقانه‌تر در آن جستجو کنیم. شیوه فکر کردن یونس به بهره‌گیری از تکنولوژی نیز امیدوارانه است. او معتقد است که تکنولوژی به جوانان کمک خواهد کرد که ایده کسب و کار اجتماعی را رونق ببخشند و برای خود همکاران و همفکران بهتری در سراسر جهان بیابند.

در بخشی از کتاب به لزوم حکمرانی خوب می‌پردازد و تشریح می‌کند که اساساً در سرزمین‌هایی با حکمرانی خوب و در ساختارهایی فارغ از فساد است که می‌توان از کسب و کار اجتماعی به عنوان بازویی برای کشیدن فقرا از فقر بهره گرفت. بالعکس در سرزمین‌هایی که حکمرانی خوب وجود ندارد ایده کسب و کار به نفع اقشار بالایی مصادره خواهد شد و نفعی به ضعفا نخواهد رسید.

یونس در کنار خلاقیت‌هایش در کسب و کار اجتماعی نکته‌ای را مدام گوشزد می‌کند: «فقیر بودن فقرا تقصیر آنان نیست. حاصل تبلی و رخوت و بی‌عرضگی آنها نیست. این ساختار و یا سیستم است که افرادی را در چرخه فقر نگه می‌دارد و هیچ راه خروجی برای آنان نمی‌گذارد. چه از نظر تحصیلات، چه از نظر پزشکی و یا خدمات بانکی.» هدف کتاب این است که ذهن افراد را به سمتی سوقی دهد که به نفع فقرا بیانده‌شان تا هر یک به سهم خود راهی برای برون رفت آنها از غرقاب فقر جستجو کنند.

بخش اول

# چالش



## ناکامی‌های سرمایه‌داری

من بیشتر زندگی‌ام را وقف فقیرترین مردم کرده‌ام، به‌ویژه فقیرترین زنان، و سعی کرده‌ام موانعی را از سر راه بردارم که در تلاش برای ارتقاء سطح زندگی‌شان با آنها مواجه می‌شوند. در سال ۱۹۷۶ در کشور زادگاهم بنگلادش، با ابزاری که به خرده‌وام معروف است، و برای روستائیان فقیر، مخصوصاً زنان، سرمایه فراهم می‌کند بانک گرامین<sup>۱</sup> را تأسیس کردم. از آن زمان، خرده‌وام ظرفیت‌های کارآفرینانه‌ی بالغ بر ۳۰۰ میلیون مردم فقیر را در اطراف جهان شکوفا کرده و به آنان کمک کرده تا زنجیره‌های فقر و استثمار را که آنان را به بند کشیده بود، بگسلند.

تأثیر خرده‌وام در قادر ساختن میلیون‌ها نفر برای بیرون کشیدن خودشان از فقر، کمک کرده است تا نارسایی‌های نظام بانکداری سنتی آشکار شود، نظامی که خدمات‌اش را از کسانی—فقیرترین مردمان جهان—دریغ کرده بود که بیشترین نیاز را به آنها داشتند. این فقط یکی از مشکلات درهم‌تیده‌ی زیادی است که فقرا از آنها رنج می‌برند: فقدان خدمات سازمانی، نبود آب آشامیدنی سالم و امکانات بهداشتی، فقدان خدمات درمانی، آموزش ناکافی، مسکن زیراستاندارد، عدم دسترسی به انرژی، نادیده‌گرفته‌شدن در دوران سالمندی، و

مشکلات بسیار دیگر. و این مشکلات محدود به جهان در حال توسعه نیست. در سفرهایم به گوشه گوشه‌ی دنیا، دریافته‌ام که چگونه مردمان کم‌درآمد در ثروتمندترین ملّت‌ها از بسیاری از همین مشکلات رنج می‌برند. به گفته‌ی انگس دیتون<sup>۲</sup>، برنده‌ی جایزه نوبل اقتصاد، «اگر بنا باشد بین زندگی در روستایی فقیر در هند و زندگی در دلتای می‌سی‌سی‌پی یا در خانه‌ی متحرکی در حاشیه‌ی میلوآکی یکی را انتخاب کنید، مطمئن نیستم کدامیک زندگی بهتری خواهد داشت.»<sup>۱</sup>

### موج فزاینده‌ی تمرکز ثروت

گرفتاری‌هایی که مردمان فقیر را در سراسر دنیا به ستوه آورده، بازتاب‌دهنده‌ی مشکلی اقتصادی و اجتماعی است که حتی از این هم گسترده‌تر است: مشکل افزایش نابرابری به سبب تمرکز پیوسته‌ی ثروت.

برای قرن‌ها، نابرابری بحث داغی در سیاست بوده است. جنبش‌های نیرومند سیاسی و اجتماعی بسیار، و ابتکارهای بلندپروازانه‌ی فراوان، در سال‌های اخیر برای این شکل گرفته‌اند تا به این مشکل پردازند. خون‌های زیادی بر سر این موضوع ریخته شده است. اما مشکل همان قدر حل نشده باقی مانده که همواره بوده است. در واقع، شواهد فراوانی نشان می‌دهند که، در دهه‌های اخیر، مشکل شکافِ همواره گسترش‌یابنده در ثروتِ فردی بدتر شده است. هم‌چنان که اقتصاد رشد می‌کند، تمرکز ثروت هم رشد می‌کند. علی‌رغم اثرات مثبتِ ملّی و بین‌المللی برنامه‌های توسعه و برنامه‌های بازتوزیع درآمد و تلاش‌های دیگر برای کاهش مشکلات مردمان کم‌درآمد، این روند تداوم یافته و حتی شتاب گرفته است. خرده‌وام و برنامه‌های دیگر، به افراد بسیاری کمک کرده است که خود را از فقر بیرون بکشند، اما در عین حال غنی‌ترین افراد هم‌چنان بیشترین سهم را از ثروت

جهان به خود اختصاص می‌دهند.

روند رو به افزایش تمرکز ثروت خطرناک است زیرا پیشرفت بشری و پیوند اجتماعی و حقوق بشر و دموکراسی را تهدید می‌کند. جهانی که ثروت در دستان افراد معدودی تمرکز یافته باشد، جهانی است که در آن قدرت سیاسی توسط همان افراد معدود کنترل می‌شود که آن را برای منفعت خودشان به کار می‌گیرند. همچنان که تمرکز ثروت در درون کشورها رو به فزونی است، در بین ملت‌ها نیز افزایش می‌یابد. به این ترتیب، حتی با اینکه میلیون‌ها نفر از مردمان فقیر کار می‌کنند تا خودشان را از فقر بیرون بکشند، اما قسمت عمده‌ی ثروت جهان هم‌چنان در نیم‌دوجین کشور متمرکز می‌ماند.

هم‌چنان که شکاف ثروت و شکاف قدرت بزرگ‌تر می‌شوند، خشم و انزجار و عدم اعتماد نیز به‌ناگزیر عمیق‌تر می‌گردند و جهان را به سمت طغیان اجتماعی و افزایش احتمال برخوردهای مسلحانه بین ملت‌ها سوق می‌دهند.

آکسفام<sup>۱</sup> اتحادیه‌ای است از هجده سازمان غیرانتفاعی که بر کاهش فقر جهانی متمرکزند. متخصصان آکسفام مشکل افزایش تمرکز ثروت را مطالعه کرده و داده‌هایی کشف کرده‌اند که حقیقتاً دهشتناک است.

در سال ۲۰۱۰، آکسفام گزارش کرد که ۳۸۸ نفری که غنی‌ترین افراد جهان هستند بیش از کل نیمه‌ی پایینی جمعیت جهان ثروت دارند — گروهی که تخمین زده می‌شود شامل ۳.۳ میلیارد انسان باشد. در آن زمان، این را آماری موحش تلقی کردند، و در سراسر جهان هم به همین صورت گزارش شد. اما در سال‌هایی که از آن زمان گذشته، مشکل بسیار بدتر شده است. در ژانویه‌ی ۲۰۱۷، آکسفام اعلام کرد گروه ابرمرفهی که مالک ثروتی فراتر از نیمه‌ی پایینی جمعیت جهان است، به فقط هشت نفر تقلیل یافته — درحالی‌که تعداد افراد در نیمه‌ی پایینی به حدود ۳.۶ میلیارد بالغ گردیده است.<sup>۲</sup> روزنامه‌ها تصاویر این

هشت نفر را منتشر کردند. اینان افرادی بسیار معروف و بسیار مورد احترام اند — رهبران کسب و کارهای امریکایی مثل بیل گیتس، وارن بافت، جف بیزوس، و نیز چند نفر از کشورهای دیگر، مثل آمانیکو اورتگا از اسپانیا و کارلوس سلیم هلو از مکزیک.<sup>۲</sup>

این اطلاعات آن قدر غیرقابل باور است که هضم اش زمان می برد. حس می کنیم می خواهیم سوالات خیلی بیشتری در این باره مطرح کنیم و بپرسیم. چه بر سر بافت اجتماعی در کشوری می آید که تعداد انگشت شماری از افرادش عمده‌ی ثروت ملی را تحت کنترل دارند؟ وقتی به این نقطه می‌رسیم که شخصی بخش عظیمی از ثروت یک کشور را تحت کنترل دارد، چه چیزی مانع از آن می‌شود که آن شخص اراده‌اش را بر ملت تحمیل کند؟ واضح است که به شکلی صریح یا تلویحی، خواسته‌های او قانون آن سرزمین خواهد شد.

این در کشوری کم درآمد مثل بنگلادش به راحتی می‌توانست اتفاق بیفتد. اما حالا واقف گشتیم به اینکه در کشوری ثروتمند مثل ایالات متحده هم می‌تواند روی دهد. سناتور برنی سندرز<sup>۳</sup> در پویش انتخاباتی‌اش برای انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۱۶، مکرراً خاطر نشان کرد که یک درصد از آمریکاییان که غنی‌ترین افراد هستند، به اندازه‌ی ۹۰ درصد پایین جامعه ثروت دارند — مدعایی که داده‌های پژوهشی متقنی از منابعی غیرحزبی مثل دفتر ملی پژوهش اقتصادی تأییدش کردند.<sup>۳</sup> سندرز همچنین خاطر نشان کرد که خانواده‌ی والتن، مالک وال مارت، بیشتر از ۴۰ درصد پائینی جمعیت ایالات متحده ثروت دارد — ادعایی که پژوهش بی طرفانه‌ی افراد راستی‌آزما آن را تأیید کرده است.<sup>۴</sup>

برای هر کشوری خطرناک است که اجازه بدهد این مقدار ثروت و قدرت در دستان افراد معدودی تمرکز بیابد. شاید تعجب‌آور نباشد که کارزار انتخاباتی

02. Bill Gates, Warren Buffett, Jeff Bezos, Amanico Ortega, Carlos Slim Helú.

03. Bernie Sanders.

ایالات متحده با انتخاب مردی پایان یافت که عملاً در مقام رهبری ملی هیچ اعتباری به جز ثروت عظیم شخصی اش نداشت.

### سرمایه‌داری چگونه نابرابری به بار می‌آورد

جنبه‌های ویژه‌ی زیادی از چشم‌انداز مالی و سیاسی امروز در مشکل تمرکز ثروت نقش داشته‌اند. اما حقیقت بنیادی این است که تمرکز ثروت، تحت نظام اقتصادی کنونی، فرآیندی است تقریباً ناگزیر و متوقف‌نشدنی. برخلاف عقیده‌ای پرتطرفدار، غنی‌ترین افراد ضرورتاً حقه‌بازان خبیثی نیستند که، از طریق رشوه یا فساد، در نظام دستکاری کرده باشند. در واقع امر، نظام جاری سرمایه‌داری از جانب آنان کار می‌کند. ثروت مثل آهنربا عمل می‌کند. بزرگ‌ترین آهنربا به‌طور طبیعی آهنرباهای کوچک‌تر را به سمت خود می‌کشد. نظام اقتصادی کنونی این‌گونه ایجاد شده‌اند. و بیشتر مردم به‌طور ضمنی از آن حمایت می‌کنند. مردم به افراد خیلی ثروتمند رشک می‌برند، اما معمولاً به آنان حمله نمی‌کنند. بچه‌های کوچک ترغیب می‌شوند که بکوشند وقتی بزرگ شدند، خودشان ثروتمند شوند.

در مقابل، افراد فقیر—افرادی که آهنربا ندارند—جذب چیزی را به خود دشوار می‌یابند. اگر به نحوی موفق بشوند که آهنربای کوچکی برای خودشان پیدا کنند، نگه‌داشتن‌اش برایشان دشوار خواهد بود. آهنرباهای بزرگ‌تر، جاذبه‌ای اعمال می‌کنند که تقریباً مقاومت‌ناپذیر است. نیروهای تک‌سویه تمرکز، شکل‌گراف ثروت را مداوماً تغییر می‌دهند و تمرکز را در بالاترین صدک جدول ثروت مثل دیواری تا آسمان بالا می‌برند، در حالی که ستون‌های مربوط به بقیه‌ی جمعیت به زحمت از سطح زمین برمی‌خیزند.

چنین ساختاری به لحاظ اجتماعی و سیاسی قابل دوام نیست. این بمبی ساعتی است که منتظر است تا هر چیزی را که در طول سال‌ها خلق کرده‌ایم نابود



کند. این واقعیت ترسناکی است که در اطراف مان شکل گرفته است؛ در حالی که مشغول زندگی روزمره مان بوده ایم، نوشته‌ی روی دیوار را نادیده گرفته ایم. این آن چیزی نیست که مبلغان تصویر سنتی سرمایه‌داری به ما یاد داده‌اند انتظارش را داشته باشیم. از زمان پدیدار شدن سرمایه‌داری مدرن در حدود ۲۵۰ سال پیش، مفهوم بازار آزاد به عنوان یک تنظیم‌کننده‌ی طبیعی ثروت به طرز گسترده‌ای مورد قبول قرار گرفته است. به بسیاری از ما یاد داده شده که «دستی نامرئی» مراقب رقابت در اقتصاد است، و در تعادل بازارها و ایجاد رفاه اجتماعی نقش دارد که همگان خودبه‌خود در آنها سهیم‌اند. فرض بر آن است که بازارهای آزادی که تماماً به کسب منفعت اختصاص یافته‌اند، استانداردهای ارتقاء یافته‌ای را برای همگان فراهم می‌کنند.

سرمایه‌داری فی‌الواقع محرک نوآوری و رشد اقتصادی بوده است. اما در دنیایی که نابرابری با سرعتی مثل موشک جلو می‌رود، افراد بیشتر و بیشتری می‌پرسند «آیا آن دست نامرئی برای هر کسی در اجتماع رفاه می‌آورد؟» پاسخ واضح به نظر می‌رسد. دست نامرئی لابد به دلیلی شدیداً به سمت غنی‌ترین افراد سوگیری دارد—وگرنه این تمرکز عظیم ثروت امروز چگونه می‌توانست رشدش را ادامه بدهد؟

بسیاری از ما این طور بزرگ شده‌ایم که به این شعار باور داشته باشیم که «رشد اقتصادی مثل مدی است که با برآمدن‌اش همه‌ی قایق‌ها را بالا می‌برد». این گفته، تنگناهای میلیون‌ها نفر را که به کلک‌هایی چسبیده‌اند که کف‌شان سوراخ است یا کسانی که اصلاً هیچ قایقی ندارند، نادیده می‌گیرد.

اقتصاددان توماس پیکتی در کتاب پر فروش‌اش، سرمایه در قرن بیست و یکم (انتشارات دانشگاه هاروارد، ۲۰۱۴)،<sup>۱</sup> از گرایش سرمایه‌داری معاصر به افزایش نابرابری اقتصادی تحلیل جامعی به دست داده است. و آشناخت او در مورد

01. Thomas Piketty, Capital in the Twenty-First Century.

مشکلِ نابرابری بحث‌های گسترده‌ای در سراسر دنیا برانگیخت. موضع پیکتی در مورد ماهیت مسأله اساساً صحیح بود. اما راه‌حل پیشنهادی‌اش، که به‌طور عمده به کاربرد مالیات‌بندیِ تصاعدی برای جبران عدم توازن در درآمدها اتکا می‌کند، از عهده‌ی این وظیفه برنمی‌آمد.

در نحوه‌ی تفکر ما درباره‌ی اقتصاد، تغییر اساسی‌تری باید صورت گیرد. زمان آن رسیده است که اقرار کنیم به اینکه تصویر نئوکلاسیک از سرمایه‌داری هیچ راه‌حلی برای مسأله‌ای اقتصادی که با آن مواجه هستیم به‌دست نمی‌دهد. پیشرفت‌های حیرت‌آورِ تکنولوژیک و انباشت‌های عظیمی از ثروت ایجاد کرده است، اما به بهای خلقِ نابرابری گسترده و مشکلات بشری وحشتناکی که نابرابری به‌بار می‌آورد. باید ایمان بی‌چون‌وچرا به اینکه بازارهای شکل‌گرفته حول نفع شخصی، قدرت حل تمام مشکلات را دارند رها کنیم، و باید اعتراف کنیم که با کارکردهای طبیعی اقتصاد—به نحوی که هم‌اکنون ساختار یافته است—مشکلاتِ نابرابری حل نخواهند شد. بلکه مشکلات با سرعت زیادی حادث‌تر و حادث‌تر خواهند شد.

این مشکلی نیست که، در بازی رقابت سرمایه‌دارانه، فقط بر «بازندگان» اثر بگذارد—یعنی بر کسانی که در واقع اکثریت قاطع جمعیت جهان هستند. مشکلی است که بر محیطِ ملّی و جهانی و اجتماعی و سیاسی، و بر پیشرفت اقتصادی و کیفیت زندگی همه ما، از جمله بر اقلیتِ ثروتمند، تأثیر دارد.

افزایش نابرابری به ناآرامی اجتماعی، قطب‌بندی سیاسی، و افزایش تنش‌های اجتماعی در میان گروه‌ها منجر شده است. نابرابری، شالوده‌ی پدیده‌های متنوعی است، از جنبش اشغال تا تی‌پارتی و بهار عربی؛ تا گذار برگزیت در بریتانیا؛ تا انتخاب داندل تراپ؛ و برآمدن گروه‌های نفرت و نژادپرستی و ملّی‌گرایی دست‌راستی در اروپا و ایالات متحده. مردمانی که احساس محرومیت و واگذاشتگی می‌کنند و چشم‌اندازی برای آینده ندارند، به طرز

فزاینده‌ای دلزده و عصبانی شده‌اند. جهان ما عمیقاً تقسیم شده است بین داراها و هیچ‌ندارها—دو گروهی که چیز مشترکی ندارند جز حس مشترکی از خصومت و ترس و عدم اعتماد متقابل. همچنان که تکنولوژی‌های ارتباطات و اطلاعات در میان پایین‌ترین طبقات جمعیت بیشتر گسترش می‌یابد و حتی آنان را آگاه‌تر می‌کند این عدم اعتماد کاملاً بارزتر خواهد شد در این مورد که کارت‌های بازی چقدر به طرز نامنصفانه‌ای علیه شان چیده شده است.

این برای هیچ‌کس وضعیتِ اطمینان‌بخشی نیست، از جمله برای آنانی که در هر زمان مشخصی در بالای هرم اجتماعی هستند. آیا ثروتمندان و قدرتمندان از زندگی پشت میله‌های جوامع حصارکشی شده لذت می‌برند؟ روی‌گردانده از واقعیات هستی، آن‌طوری که ۹۹ درصد مردم تجربه‌اش می‌کنند؟ آیا دوست دارند که بر مردمانِ گرسنه و بی‌خانمانی که در خیابان از کنارشان می‌گذرند چشم ببندند؟ آیا از استفاده از ابزارهای حکومت—از جمله قوای انتظامی و دیگر شکل‌های اعمالِ زور—برای سرکوب اعتراضات ناگزیری که افراد آن پایین برپا می‌کنند لذت می‌برند؟ آیا واقعاً می‌خواهند که فرزندان و نوه‌های خودشان چنین جهانی را به ارث ببرند؟

من فکر می‌کنم که برای بیشتر افراد ثروتمند، پاسخ منفی باشد. من فکر نمی‌کنم که انسان‌های ثروتمند، به دلیل اینکه انسان‌های بدی بوده‌اند، غنی شده‌اند. بسیاری از آنان انسان‌های خوبی هستند که صرفاً از نظام اقتصادی موجود استفاده کرده‌اند تا به بالای نردبان برسند. و بسیاری از آنان در این احساس گسترده‌ی ناخرسندی از زندگی در جهانی که عمیقاً بین اغنیا و فقرا بخش‌بندی شده، شریک هستند.

یک شاهد این امر، مبالغ بزرگی از پول است که کسانی برای مقاصد خیرخواهانه اهدا می‌کنند، به شکل هدایای فردی به سازمان‌های غیرانتفاعی یا از طریق بنیادهای امور انسان‌دوستانه. هر سال، کسانی صدها میلیارد دلار به

خیریه‌ها می‌دهند. حتی بیشتر شرکت‌ها، هنگامی که رؤسا به این آموزه که بیشینه کردن منفعت یگانه کارکردِ موجه کسب و کار است، اعلام وفاداری می‌کنند، درصدی از منفعت‌شان را به نام «مسئولیت اجتماعی» به سمت هدایای خیرخواهانه و پروژه‌های خدمات اجتماعی سرازیر می‌کنند.

به علاوه، عملاً هر جامعه‌ای بخش مهمی از درآمدهای مالیاتی‌اش را صرف برنامه‌های تأمین اجتماعی می‌کند که برای بهداشت و درمان، کمک‌های غذایی، کمک‌هزینه‌ی مسکن، و شکل‌های دیگری از هزینه‌کردن برای بهبود وضع کسانی که در میان ما از فقیرترین افرادند، بودجه تدارک می‌بینند. این تلاش‌ها بسیاری اوقات ناکافی‌اند و به طرز ضعیفی طراحی شده‌اند. اما صرف وجودشان بازتاب‌دهنده‌ی این امر است که بیشتر اعضای جامعه در قبال کاهش نابرابری بیش از حدی که میلیون‌ها نفر را بدون داشتن منابع لازم زندگی امن و پرثمر برای ادامه حیات رها کرده است، تعهد واقعی دارند.

برنامه‌های خیریه و تأمین اجتماعی تلاش‌هایی با حسن نیت برای کم کردن آسیب‌های وارده از نظام سرمایه‌داری هستند. اما راه‌حلی واقعی محتاج تغییری در خود نظام سرمایه‌داری است.

### انسان سرمایه‌دار در مقابل انسان واقعی

مشکلِ نظام‌مند، با چیزهایی آغاز می‌شود که در مورد ماهیت انسان مفروض می‌گیریم. بی‌تفاوتی نسبت به بقیه‌ی افراد بشر عمیقاً در چارچوب مفهومی فعلی اقتصاد گنجانده شده است. نظریه‌ی نوکلاسیک اقتصاد مبتنی بر این باور است که هر فرد بشر اساساً موجودی است در پی سود شخصی. این نظریه فرض می‌کند که بیشینه کردن نفع شخصی، هسته‌ی عقلانیت اقتصادی است. این فرض، رفتاری در مورد دیگر افراد بشر را تقویت می‌کند که شایسته است با واژه‌هایی خشن‌تر از صرف «بی‌تفاوتی» توصیف بشود؛ واژه‌هایی نظیر طمع،

استثمار، و خودخواهی. طبق نظر بسیاری از اندیشمندان اقتصادی، خودخواهی حتی یک مشکل نیست؛ خودخواهی، در واقع، عالی‌ترین فضیلت انسان سرمایه‌دار است.

من، به سهم خود، دوست ندارم در جهانی زندگی کنم که خودخواهی در آن بالاترین فضیلت باشد. اما مشکل عمیق‌تر در مورد نظریه‌ی اقتصادی این است که عمیقاً منفک از واقعیت است. خوشبختانه، در جهان واقعی، تقریباً هیچ‌کس با آن خودخواهی مطلق رفتار نمی‌کند که فرض بر آن است که بر رفتار انسان سرمایه‌دار حاکم باشد.

و حالا که داریم درباره‌ی انسان سرمایه‌دار بحث می‌کنیم، می‌شود پرسیم که آیا این فرض هم وجود دارد که این عبارت شامل سرمایه‌دار زن هم بشود؟ آیا اینها یکی هستند؟ آیا انسان سرمایه‌دار هم بر مرد و هم بر زن دلالت می‌کند؟ یا باید شخصی واقعی خلق کنیم که نماینده‌ی هر دو باشد؟<sup>۱</sup>

شخص واقعی، ترکیبی است از ویژگی‌های بسیار. او از رابطه با دیگر افراد بشر لذت می‌برد و آن را عزیز می‌دارد. مردمان واقعی گاهی خودخواه‌اند، اما همان قدر هم دلسوز و قابل اعتماد و از خود گذشته‌اند. آنان کار می‌کنند، نه فقط برای آنکه برای خودشان پول در بیاورند بلکه همچنین برای آنکه به دیگران هم سود برسانند؛ برای آنکه جامعه را بهتر کنند؛ برای آنکه از محیط زیست حفاظت کنند؛ و برای آنکه خوشی و زیبایی و عشق بیشتری به جهان عرضه کنند.

شواهد فراوانی وجود این رانه‌های نوع‌دوستانه را اثبات می‌کند. اگر این محرک‌ها نبود، هیچ‌کسی شغل‌های سخت را بر نمی‌گرفت تا جهان را جای بهتری کند. حقیقتی که میلیون‌ها انسان شغل معلمی، مددکار اجتماعی، پرستاری و آتش‌نشانی

۱. در عنوان و متن این بخش (غیر از همین پاراگراف)، واژه‌ی man به کار رفته است که هم به معنای مرد است و هم به معنای انسان. ما، مطابق با روال معمول در ترجمه، عمدتاً این واژه را به «انسان» برگردانده‌ایم. در این پاراگراف، نویسنده — با ارجاعی ضمنی به معنای مرد برای man — صحبت از این می‌کند که آیا مرد و زن در این مورد یکسان هستند یا نه. برای رساندن منظور مؤلف، ترجمه‌ی این پاراگراف کوتاه کمی آزادتر از بقیه‌ی کتاب انجام شده است. - مترجم.

را در سراسر جهان انتخاب می‌کنند، در حالی که فرصت‌های شغلی در کارهای آسان‌تر برای ساختن یک زندگی راحت برایشان فراهم است، لذا اثبات می‌کند که خودخواهی ارزشی فراگیر نیست. این امر واقع که میلیون‌ها نفر از افراد دیگر، در جوامع‌شان به‌عنوان فعال اجتماعی و کارمند سازمان‌های غیرانتفاعی و داوطلب و راهنما و مشاور کار می‌کنند تا به دیگران کمک کنند، شواهد بیشتری به‌دست می‌دهد.

حتی در جهان کسب‌وکار، در جایی که شاید فرض کنید که انسان سرمایه‌دار حرف آخر را می‌زند، فضیلت‌های از خودگذشتی و اعتماد نقشی حیاتی ایفا می‌کنند. یک مثال واضح‌اش بانک گرامین در بنگلادش است. کل بانک بر اعتماد بنا شده. هیچ وثیقه‌ای درخواست نمی‌شود، هیچ سندی حقوقی‌ای مطالبه نمی‌شود، هیچ دلیلی برای اثبات «صاحب اعتبار بودن» لازم نیست. بیشتر وام‌گیرندگان بی‌سوادند و هیچ دارایی‌ای ندارند؛ بسیاری‌شان هرگز حتی با پول سروکار نداشته‌اند. اینان زمانی هستند که زمانی هیچ جایی در نظام مالی نداشتند. ایده‌ی قرض دادن پول به آنان برای اینکه کسب‌وکار خودشان را شروع کنند را اقتصاددانان و بانکداران شیوه‌ی مرسوم احمقانه تلقی می‌کردند.

در واقع، کل نظام بانک گرامین غیرممکن انگاشته می‌شد.

ولی امروز بانک گرامین، فقط بر پایه‌ی اعتماد، در سال بیش از ۲.۵ میلیارد دلار آمریکا به ۹ میلیون زن فقیر قرض می‌دهد. این بانک (تا سال ۲۰۱۶) از میزان بازپرداخت ۹۸.۹۶ درصد بهره‌مند است. و بانک‌های خرده‌وام دیگری که بر اساس همین اصول کار می‌کنند در کشورهای بسیار دیگری، از جمله در ایالات متحده، با موفقیت فعالیت می‌کنند. برای مثال، گرامین آمریکا در دوازده شهر ایالات متحده نوزده شعبه دارد با ۸۶,۰۰۰ وام‌گیرنده که همگی زن هستند و وام‌های کسب‌وکار نوپا دریافت می‌کنند با مبلغی که به‌طور متوسط حدود ۱,۰۰۰ دلار آمریکا است. تا سال ۲۰۱۷، وام‌های پرداخت‌شده توسط گرامین آمریکا بالغ بر ۶۰۰ میلیون دلار آمریکا

بوده است و میزان بازپرداخت بیش از ۹۹ درصد است.

اگر افراد بشر حقیقتاً در قالب انسان سرمایه‌دار می‌گنجیدند، کسانی که از این بانک‌های اعتمادمحور قرض می‌گرفتند به‌سادگی در پرداخت وام‌هایشان قصور می‌کردند و پول را نگه می‌داشتند. در نتیجه، بانک گرامین به سرعت نابود می‌شد. موفقیت بلندمدت این بانک، این امر را مبرهن می‌کند که انسان واقعی مخلوقی است بسیار متفاوت با انسان سرمایه‌دار—و بسیار بهتر از آن.

مع‌هذا، بسیاری از اقتصاددانان و رهبران کسب‌وکار و متخصصان دولتی هم‌چنان طوری فکر و عمل می‌کنند که گویی انسان واقعی انسان سرمایه‌دار است، و گویی خودخواهی یگانه‌انگیزی پشت رفتار بشری است. حاصل‌اش این است که به نظام‌های اقتصادی و اجتماعی و سیاسی‌ای استمرار می‌بخشند که خودخواهی را ترغیب می‌کنند، و روال رفتاری همراه با اعتماد و از خودگذشتگی را—که میلیون‌ها نفر از مردمان فطرتاً ترجیح می‌دهند—برای انسان‌ها دشوارتر می‌سازند.

برای مثال، نظام‌های اندازه‌گیری‌ای را که برای سنجش رشد اقتصادی ایجاد کرده‌ایم، در نظر بگیرید. تولید ناخالص داخلی (GDP) ارزش پولی همه‌ی کالاهای ساخته‌شده‌ی و خدمات تولیدشده در درون مرزهای کشور را در بازه‌ی زمانی مشخصی اندازه می‌گیرد. GDP را سازمان‌های دولتی به‌دقت اندازه می‌گیرند و وسیعاً در رسانه‌های خبری گزارش می‌کنند. بسیاری اوقات با GDP به‌عنوان سنجه‌ای برای موفقیت نظام اقتصادی کشور برخورد می‌کنند. حتی دولت‌هایی در نتیجه‌ی مشاهده‌ی کمبودهایی در رشد GDP سقوط کرده‌اند.

ولی جامعه‌ی بشری یک کل یکپارچه است. این جامعه متشکل است از چیزهایی بسیار بیشتر از فعالیتی اقتصادی که GDP اندازه‌اش می‌گیرد. موفقیت یا شکست‌اش را باید به نحو تلفیقی اندازه گرفت، نه صرفاً بر پایه‌ی تجمیع اطلاعات اقتصادی درباره‌ی عملکردهایی فردی که با معیارهای محدودی انتخاب شده‌اند.

GDP تمام داستان را نمی‌گوید و نمی‌تواند بگوید. فعالیت‌هایی که محتاج دست‌به‌دست‌شدن پول نیستند به عنوان بخشی از GDP به حساب نمی‌آیند—که این بدین معنی است که، در عمل، با بسیاری از چیزهایی که افراد واقعی بشر عزیز می‌شمارند به عنوان چیزهایی برخوردار می‌شود که هیچ ارزشی ندارند. در مقابل، پول صرف‌شده در سلاح‌های جنگی و دیگر فعالیت‌هایی که به سلامت انسان‌ها آسیب می‌زنند یا محیط زیست را غارت می‌کنند به عنوان بخشی از GDP به حساب می‌آیند، علی‌رغم این امر واقع که تولید رنج می‌کنند و هیچ سهمی در خوشبختی بشری ندارند.

شاید GDP رفتار خودخواهانه‌ی انسان سرمایه‌دار را به دقت اندازه بگیرد. اما موفقیت انسان واقعی را نمی‌رساند. نیاز داریم به شکلی تازه از اندازه‌گیری که این کار را بکند. شاید لازم باشد در جست‌وجوی راه‌هایی باشیم برای یک نحوه‌ی تازه‌ی محاسبه‌ی GDP که «خالص» ای بدون آسیب‌های وارده به انسان‌ها را اندازه می‌گیرد. این، GDP ای خواهد بود منهای رفتارهایی که به افراد بشر آسیب می‌رسانند و مانع به فعلیت درآمدن توانایی‌هایشان می‌شوند—فقر، بیکاری، بی‌سوادی، بزهکاری، خشونت، نژادپرستی، خشونت به زنان، و غیره. واضح است که برای تعریف‌کردن و اندازه‌گرفتن دقیق این GDP تازه‌ی «خالص» چالش‌هایی در کار خواهد بود، اما نباید ایده را رها کنیم صرفاً به این علت که دشوار است. چرا سنجه GDP که محاسبات آن آسان بوده اما دنیا را به یک ارزیابی ناصحیح از سلامت اقتصادی‌اش سوق می‌دهد، ادامه پیدا کند؟<sup>۵</sup>

نظام‌های گمراه‌کننده‌ی اندازه‌گیری، فقط یکی از نشانه‌هایی است از مشکلاتی که معلول تفکر اقتصادی معیوب‌مان هستند. نشانه‌ای دیگر، ناکامی‌مان در هدایت‌کردن تغییرات تکنولوژیک و اجتماعی است به نحوی که به همه‌ی مردم سود برساند و نه فقط به یک عده‌ی اندک برگزیده. به لطف پیشرفت در حمل‌ونقل و ارتباطات و تکنولوژی اطلاعات و نیز کاهش تدریجی موانع سیاسی و اجتماعی،



نیم قرن اخیر شاهد گسترشی چشمگیر در تجارت جهانی و یکپارچه‌سازی اقتصادی بوده است. این عصر جدید جهانی‌سازی باید به خلق یک خانواده‌ی جهانی بشری انجامیده باشد که، بیش از هر زمان دیگری در گذشته‌ها، از نزدیکی و هماهنگی و دوستی بهره‌مند باشد. اما در عمل، جهانی‌سازیِ خصومت و تنشِ عظیمی ایجاد کرده است. جهانی‌سازی، مردمان و ملت‌ها را در وضعیت تقابل قرار می‌دهد، وضعیتی که هر کدامشان در تقلائی افزایش منافع خودخواهانه‌ی خود هستند. فرض صفر-مجموع که در نظریه‌ی اقتصادی مان نهاده شده، افراد را ترغیب می‌کند که راه‌هایی را در پیش بگیرند که در نبرد اقتصادی، «برنده» باشند—که محتاج این است که هر کس دیگری را «بازنده» بسازد. یک نتیجه‌اش اوج‌گیری ترسناکِ ملی‌گرایی و بیگانه‌هراسی و عدم اعتماد و ترس بوده است.

به این ترتیب ما با پارادکسی فلسفی زندگی می‌کنیم. بسیاری از کارشناسان و روزنامه‌نگاران و نظریه‌پردازان اقتصادی و رهبران سیاسی، هم‌چنان اعلان می‌کنند که سرمایه‌داریِ بازارِ آزاد سازوکاری است بی‌نقص که تنها نیاز دارد که کاملاً رها بشود تا همه‌ی مشکلات بشریت را حل کند. ولی در عین حال جامعه‌ی ما به‌طور ضمنی به نارسایی‌های بازار آزاد اعتراف می‌کند و هر سال میلیاردها دلار را برای تلاش در جهت جبران هدایت می‌کند. متأسفانه، این تلاش‌ها عمدتاً ناکارآمدند—هم‌چنان که تداوم تمرکز ثروت در دستان افرادی معدود، و نتایج دردناک‌اش برای همه‌ی ما، این موضوع را روشن می‌کند.

طرز تفکر تازه‌ای مورد نیاز است.

### یک موتور اقتصادیِ بازطراحی‌شده

همه‌ی ما در اعماق قلب‌مان این را درمی‌یابیم که معلوم شده است که رویاهای قدیمی نظریه‌پردازان اقتصادی از جنس افسانه‌های پریان‌اند. موتور سرمایه‌داریِ موجود بیش از آنکه راه‌حل بدهد، صدمه می‌زند. لازم است که قطعه‌قطعه بازطراحی

شود—یا کلاً با موتور تازه‌ای جایگزین شود.

تجربه‌ی من در بانک گرامین به من کمک کرده است که تصور کنم چنین بازطراحی‌ای چگونه می‌تواند باشد. بانک را بدون هیچ هدف بلندپروازانه‌ای تأسیس کردم؛ صرفاً می‌خواستم زندگی را برای زنان فقیر در روستاهای کشور زادگاه‌ام کمی بهتر کنم. اما در طول چند دهه‌ی گذشته خودم را به نحو فزاینده‌ای درگیر بازطراحی موتور اقتصادی و سعی در آزمون مدلی تازه در جهان حقیقی یافته‌ام. بسیار خوشحال بوده‌ام از دیدن اینکه مدل تازه به چه نحو مؤثری به حل مشکلاتی می‌پردازد که ناشی از موتور قدیمی است.

موتور اقتصادی بازطراحی‌شده سه عنصر اساسی دارد. اول، لازم است که مفهوم کسب‌وکار اجتماعی را خوب درک کنیم—شکل تازه‌ای از اقدامات مبتنی بر فضیلت بشری از خودگذشتگی. دوم، لازم است این فرض که افراد بشر جست‌وجوکنندگان شغل هستند را جایگزین کنیم با این فرض تازه که افراد بشر کارآفرین‌اند. سوم، لازم است کل نظام مالی را بازطراحی کنیم تا به نحو مؤثری برای مردمانی کار کند که در پایین‌نردبان اقتصادی هستند.

هزاران نفر در سراسر کشورهای جهان تلاش برای ساختن نسخه‌ی تازه‌ای از سرمایه‌داری را آغاز کرده‌اند. صدها کسب‌وکار اجتماعی در سراسر جهان برپا شده‌اند (اضافه بر آنهایی که من، از زمان بانک گرامین، در بنگلادش ایجاد کرده‌ام) برای رسیدگی به مشکلاتی که سرمایه‌داری سنتی ایجاد کرده است.

در فصولی که در ادامه می‌آیند، این تجربیات را همراه با درس‌هایی که درباره‌ی قوه‌ی عظیم تفکر تازه‌ی اقتصادی برای تغییر جامعه‌ی بشری به ما می‌دهند، توضیح خواهم داد. اگر مشتاق بازخوانی فرضیه‌هایی با عنوان اقتصاد نئوکلاسیک هستیم، می‌توانیم سیستم اقتصادی جدیدی را که در خدمت نیاز واقعی بشر قرار گیرد، پیش ببریم و دنیایی خلق کنیم که در آن هر فردی امکان فرصت به فعلیت درآوردن توانمندی‌های خلاق خود را داشته باشد.

## خلقِ تمدنی جدید: پادقتصادِ کسب‌وکارِ اجتماعی

دیدیم که مشکل تمرکز ثروت در سال‌های اخیر مدام وخیم‌تر شده، ضمن این‌که آگاهی از این مشکل همچنان گسترش و تعمیق یافته است. در کشورهای مختلف، یکی پس از دیگری، مردم عادی با عصبانیت بر ضد نا عادلانه بودن نظام اقتصادی کنونی به پا خواسته‌اند. سیاستمدارانی روی این موضوع دست گذاشته‌اند تا برای خود رأی جذب کنند و متأسفانه، احساس انزجار و خصومت را بر ضد گروه‌هایی مثل مهاجران و اقلیت‌ها تحریک کرده‌اند و آنان را سپر بلا ساخته‌اند. اما گرایش به سوی تمرکز بیشتر ثروت به شکلی مهار نشده ادامه یافته است. آیا می‌توان متوقف‌اش کرد؟ یا اینکه این یک محصول جانبی و ناگزیر هر نظام بازار آزاد است؟

جواب قاطع من این است که بله، می‌توان متوقف‌اش کرد. هیچ دلیلی وجود ندارد که بازار آزاد را ملامت کنیم. ملامت باید متوجه چیزی فراتر از این باشد — متوجه نحوه‌ی تعبیرمان از ماهیت انسان در نظریه‌ی سرمایه‌داری. علت در آنجا ریشه دارد. ما انواع کسانی که می‌توانند در بازار آزاد نقش داشته باشند را محدود می‌کنیم. امروزه فقط بازیگرانی را به بازار راه می‌دهیم که انگیزه‌های خودخواهانه داشته باشند. اگر بازیگران با انگیزه‌هایی فارغ از خودخواهی را هم به بازار راه بدهیم، وضعیت کاملاً تغییر می‌کند.

راه‌های قدیمی برخورد با نابرابری، از طریق تلاش‌های خیرخواهانه و

برنامه‌های دولتی، نمی‌توانند مسأله را حل کنند. مردم مسأله را از طریق اعمالی می‌توانند حل کنند که پیوندشان را با ذهنیت سرمایه‌داری سنتی گسسته باشند. همه‌ی آنچه باید انجام بدهند بیان تمایل‌شان است برای مشارکت در ایجاد کسب‌وکارهای با انگیزه‌هایی فارغ از خودخواهی—یعنی کسب‌وکارهایی متناسب با ظرفیت‌های خودشان برای حل مشکلات بشری.

این عمل ساده تمام جهان را تغییر می‌دهد. اگر میلیون‌ها نفر، با هر موقعیت اقتصادی، سررشته‌ی امور را در حل مشکلات بشری به‌دست بگیرند، می‌توانیم کل فرآیند تمرکز ثروت را کُند و نهایتاً معکوس کنیم. این، شرکت‌ها را ترغیب خواهد کرد تجربه و تکنولوژی‌شان را وارد کار کنند تا کسب‌وکارهای اجتماعی نیرومندی به‌بار بیاورند. دولت‌ها نوع درستی از بسته‌های حمایتی برای تسهیل این اقدامات افراد و حِرَف ایجاد خواهند کرد. جریان حرکت برای تغییر، در نتیجه‌ی اینها، غیرقابل توقف خواهد شد.

### توافق پاریس— یک پیروزی برای مردم

اجازه بدهید مقایسه‌ای انجام بدهم با یک مسأله‌ی جهانی هولناکِ دیگر، مسأله‌ای که ارتباط نزدیکی دارد با مسأله‌ی افزایش تمرکز ثروت—مسأله‌ی تغییرات اقلیمی.

مردم در سراسر جهان به‌طور فزاینده از خطراتی که تغییرات اقلیمی به وجود آورده، آگاه شده‌اند (تغییراتی که نتیجه‌ی کار افراد بشرند)—درست همان‌طور که از مسأله‌ی رشد تمرکز ثروت آگاه‌اند. با این حال، روند بدتر شدن شرایط اقلیمی ادامه یافته است.

در سال‌های اخیر، سیّاره‌ی ما اوضاعی را تجربه می‌کند که نشانه‌اش شکسته‌شدن ماه به ماه رکورد بالاترین درجه‌ی حرارت است. یخ‌های اقیانوس منجمد شمالی به رکورد پایین‌ترین سطح رسیده‌اند؛ سطح آب اقیانوس‌ها پیوسته

افزایش می‌یابند؛ شرایط حادّ اقلیمی عادی و عادی‌تر می‌شوند. همه‌ی این تغییرات نسبتاً بی‌سروصدا انجام می‌شوند، بدون آنکه توجه درخوری برانگیزند. بسیاری از فعالان اقلیمی نهایت سعی‌شان را کرده‌اند که از طریق برگزاری تظاهرات عمومی و نیز از طریق ارتباطات با کمک رسانه‌های خبری جدید، این مسأله را در مرکز توجه مردم و سیاستگذاران قرار بدهند. اکثریت قاطعی از دانشمندانی که این موضوع را مطالعه کرده‌اند نیز به همین ترتیب تلاش کرده‌اند. آنان به جهانیان گفته‌اند که اگر به چنین نقاط عطفِ دردسرسازی اعتنا نکنیم، طولی نمی‌کشد که به نقطه‌ی بی‌بازگشت خواهیم رسید — نقطه‌ی انباشتی که در آنجا «بازخورد مثبت» ای که نظام‌های طبیعی ایجاد می‌کنند، بازگرداندن این روند مخرب هولناک را تقریباً غیرممکن خواهد کرد. ۱۰ مردم معمولی، به‌ویژه جوانان، سال‌ها در سراسر جهان پویش‌هایی به راه انداخته‌اند تا دولت‌هایشان را مجبور کنند که این خطر جهانی را به‌رسمیت بشناسند و اقداماتی برای متوقف کردن‌اش در پیش بگیرند.

نهایتاً در سال ۲۰۱۵، بعد از چهل سال تلاش، انجام آن اقدامات شروع شد. در کنفرانس اقلیم پاریس در سال ۲۰۱۵، که به COP21 نیز معروف است، نمایندگانی از سراسر جهان برای اولین بار در مورد چارچوبی عملی برای محدود کردن و کاهش دادن تولید گازهای گلخانه‌ای ای به توافق رسیدند که باعث تغییرات اقلیمی شده‌اند. اکنون ۱۹۵ کشور توافق پاریس را، که در ۱۲ دسامبر ۲۰۱۵ به اتفاق آراء به تصویب رسید، امضا کرده‌اند و عضو چارچوب پیمان‌نامه‌ی سازمان ملل متحد در تغییر اقلیم (UNFCCC) هستند.

حاصل COP21 مرا ذوق‌زده کرد. بعد از چهل سال کشمکش بین کسانی که تغییرات اقلیمی را قبول دارند و آنها که ندارند، نهایتاً باورمندان برنده شدند. فعالان و دانشمندان دلسوز، مردم را در همه جا مجاب کردند که جهان در خطری

حقیقی است و باید دسته‌جمعی اقدام کنیم تا خطر را دفع کنیم. در نتیجه، همه‌ی ملت‌ها، بزرگ و کوچک، غنی و فقیر، توافقی را امضا کردند که به لحاظ حقوقی الزام‌آور است، و قابلیت این را دارد که سیاره‌ی ما را از یک فاجعه‌ی قریب‌الوقوع اقلیمی محافظت کند.

رهبران سیاسی کشورهای بسیاری نقش مهمی در این پیروزی ایفا کردند. اما مهم‌تر از اینها، من قرارداد پاریس را یک پیروزی برای مردم می‌بینم، به رهبری فعالان متعهدی که هرگز از پویش برای هدف‌شان دست نکشیدند.

به‌طور معمول، چشم به دولت‌ها داریم تا افکار عمومی را در پشت تصمیمات‌شان بسیج کنند. در مورد گرمایش جهانی، موضوع برعکس بود. شهروندان جهان بودند که دولت‌هایشان را بسیج کردند. هزاران فعال اجتماعی در نبردی دشوار جنگیدند تا سیاستمداران و رهبران مشاغل و همشهریان‌شان را متقاعد کنند که تغییرات اقلیمی واقعی و جدی‌اند، اما قابل پیشگیری هم هستند. میلیون‌ها نفر از کسانی که ابتدا در حاشیه ایستاده بودند به تدریج خودشان جزو فعالان شدند. اینان به کاندیداهای سیاسی‌ای رأی دادند که از اقدام در مورد تغییرات اقلیمی حمایت می‌کردند. حزب‌های سیاسی با خط‌مشی سبز شروع کردند به برنده‌شدن در انتخابات‌ها، هم انتخابات محلی و هم در سطح کشورها. حتی در خلال خود کنفرانس پاریس، صدها هزار نفر در مراسم‌هایی در کشورهای در سراسر جهان راهپیمایی کردند و متحدانه خواستار آینده‌ای شدند با انرژی پاک، برای نجات هر آنچه دوست‌شان داشتند. ۲۰ این قبیل فعالیت‌ها کمک کردند تا بر سیاستمداران فشار وارد شود که اختلاف‌هایشان را کنار بگذارند و در خدمت مصالح عمومی عمل کنند.

تا حل‌شدن مسأله‌ی تغییرات اقلیمی راه زیادی هست. هنوز تلاش‌های نیرومندی برای مقاومت توسط شرکت‌های سوخت فسیلی و دیگرانی که به دلایل کاملاً خودخواهانه‌ای مخالف تغییر هستند، در کار است. در ایالات

متحده، انتخاب داند ترامپ، که طرح‌هایی را برای خروج ایالات متحده از توافق پاریس اعلام کرد، نشان می‌دهد که نبرد بر ضد جهالتِ خودخواسته ادامه دارد. اما به نظر می‌رسد که جریان تغییر نهایتاً در مسیر درستی است.

COP21 مرا امیدوار کرد که جنبش شهروندان می‌تواند جهان را آماده کند تا بر فاجعه‌های قریب‌الوقوع دیگری هم غلبه کند. هم تغییرات اقلیمی و هم تمرکز ثروت، خطراتی جدی برای آینده‌ی جامعه‌ی بشری به وجود می‌آورند. یکی تهدیدی فیزیکی ایجاد می‌کند بر ضد نظام‌هایی طبیعی که زندگی بر این سیاره را قابل زیستن می‌کنند؛ دیگری تهدیدی اجتماعی و سیاسی و اقتصادی به وجود می‌آورد بر ضد حق همه‌ی مردم که با احترام و آزادی و صلح زندگی کنند و به دنبال اهدافی باشند بالاتر از صرفِ زنده ماندن. این دو مسأله پیوندهایی درونی نیز دارند، چنانکه پیروزی ترامپ در انتخابات برجسته‌اش می‌کند. خشم مردمانی که احساس می‌کردند قربانی نظام اقتصادی‌اند، به پیش‌برد روند انتخاب ترامپ کمک کرد—و حالا آینده‌ی توافق‌نامه پاریس را تهدید می‌کند.

اگر تلاش‌های جمعی شهروندانِ همه‌ی بخش‌های جامعه، به رهبری گروه متعهدی از دانشمندان و فعالان اجتماعی، بتواند عقیده‌ی عمومی درباره‌ی تغییرات اقلیمی را تغییر دهد و رهبران سیاسی را وادار به اقدام کند، باور دارم که می‌توانیم همان راه را در پیش بگیریم تا برای حفاظت از بشریت از خطرِ تشدیدشونده‌ی تمرکز ثروت، نیروهای لازم را برانگیزانیم.

تمرکز شدید ثروت، سرنوشت تغییرناپذیری نیست که نوع بشر با آن متولد شده باشد. چون این تمرکز مخلوقِ خود ما است، می‌توانیم از طریق تلاش‌های خودمان حل‌اش کنیم. ذهنیتِ جمعی مسدود شده‌ی ما مانع از این می‌شود که نیروهایی که به سمت انفجارِ ناگزیرِ اجتماعی سوق‌مان می‌دهند را ببینیم. تلاش‌های ما باید به سمت بازکردن ذهن‌هایمان هدایت شوند. باید پارادایم‌های موجودی که جهان را به سمت این مشکل سوق داده‌اند، به چالش بکشیم.

بیشتر کوشش‌ها برای کاهش مشکل تمرکز ثروت، متمرکزند بر بازتوزیع درآمد: گرفتن از طبقات بالا از طریق مالیات تصاعدی، و دادن به طبقات پایین از طریق طرح‌های پرداخت یارانه‌ای.

متأسفانه تقریباً غیرممکن است که دولتی دمکراتیک بتواند از طریق برنامه‌های بازتوزیع، به هیچ موفقیت مهمی نائل بشود. ثروتمندترین افراد، که فرض بر آن است که دولت از آنان مالیات‌های سنگین می‌گیرد، به لحاظ سیاسی بسیار نیرومند هستند. آنان نفوذ خارج از اندازه‌شان را به کار می‌گیرند تا دولت را از هر قدم معناداری بر ضد منافع‌شان باز بدارند.

راه حل واقعی، پرداختن به علت است نه به معلول. باید چارچوب اقتصادی جامعه‌مان را بازطراحی کنیم، به این صورت که از نظامی که رانه‌اش صرفاً نفع شخصی است، به سمت نظامی حرکت کنیم که در آن هم منافع شخصی و هم منافع جمعی به رسمیت شناخته و گرامی داشته می‌شوند و از آنها حمایت می‌شود.

### بانک گرامین: بازاندیشی نظام مالی

ایده‌ی بازطراحی چارچوب اقتصادی‌مان برای ساختن جامعه‌ای که بیش از جامعه‌ی ما برابری طلب باشد، شاید غیرممکن به نظر برسد. اما من می‌دانم که ممکن است، به این سبب که می‌توانم ببینم که در حال محقق شدن است.

تجربه‌ی من در توسعه‌ی چارچوب اقتصادی تازه با بانک گرامین آغاز می‌شود. و بانک گرامین بعد از آن به وجود آمد که اوضاع و احوال، مرا به انجام کارهایی وادار کرد که چیزی از آنها نمی‌دانستم. این داستانی است که قبلاً در کتاب‌هایم، بانکدار فقرا<sup>۱</sup> (۱۹۹۹) و خلق جهانی بدون فقر<sup>۲</sup> (۲۰۰۷)، گفته‌ام. اما

01. Banker to the Poor.

02. Creating a World Without Poverty.



چون شاید آن کتاب‌ها را نخوانده باشید، و چون داستان مستقیماً مربوط است به پیامِ بازآفرینی‌ای که در اینجا عرضه می‌کنم، اجازه بدهید الآن داستان را خلاصه کنم و به اختصار برایتان بگویم که بانک گرامین چگونه پدید آمد.

قحطی وحشتناکی که بنگلادش در سال ۱۹۷۴ دچارش شد، من و بسیاری دیگر را برانگیخت تا در مورد فقری که باعث آنچنان رنجی در کشور شده بود کاری کنیم. تلاش‌های من برای زراعت آبی محصولات کشاورزی در روستای جُبرا در نزدیکی جایی که اقتصاد تدریس می‌کردم مرا با مردم فقیری که در آنجا زندگی می‌کردند آشنا کرد، و نیز با تأثیر این عمل بر آنان که در روستا پول قرض می‌کردند. طولی نکشید که دریافتم که نزول خوارانی که شرایطی به غایت دشوار بر اوام گیرندگان تحمیل می‌کردند، روستاییان فقیر را در شرایطی نگاه می‌داشتند که چندان بهتر از بردگی نبود. برای کمک به روستاییان، من شروع کردم به قرض دادن به آنان از جیب خودم. این آغاز سفری بود که به ایجاد بانک گرامین انجامید.

چون من هیچ تجربه یا دانشی در بانکداری نداشتیم، مجبور بودم که به بانک‌های متعارف نگاه کنم تا یاد بگیرم که چگونه کار می‌کنند. اما چون شیوه‌هایشان ناکام مانده بودند در خدمت به مردم فقیر جُبرا، نمی‌توانستم صرفاً از آن شیوه‌ها تقلید کنم. بلکه هر بار که یاد می‌گرفتم کاری را که بانک‌های متعارف انجام می‌دهند، عکس‌اش را عمل می‌کردم. در نتیجه، نهادی که ایجاد کرده بودم، نقطه‌ی مقابل بانک‌های متعارف از کار درآمد.

بانک‌های متعارف دوست دارند در شهرهای بزرگ کار کنند، جاهایی که کسب‌وکارها و دفاتر مردمان غنی قرار دارند. بانک گرامین منحصراً در روستاهای بنگلادش کار می‌کند. (در واقع، نام بانک گرامین در زبان بنگالی به‌سادگی به معنای «بانک روستا» است.)

بانک‌های متعارف در تملک افراد غنی هستند و توسط آنان اداره می‌شوند.

مالکیت بانک گرامین عمدتاً در دست زنان فقیری است که مشتریان اش هستند؛ زنان فقیر هیأت مدیره اش را تشکیل می دهند و سیاست هایش را تعیین می کنند. بانک های متعارف، علی الخصوص در بنگلادش، اغلب در خدمت مردان هستند. بانک گرامین متمرکز است بر زنان، برای توانمند کردن شان برای اینکه کارآفرین شوند و خانواده هایشان را از فقر بیرون بکشند.

بانک های متعارف باور دارند که فقرا صاحب اعتبار نیستند. بانک گرامین برای اولین بار در تاریخ، این امر را مبرهن کرد که مردمان فقیر، به ویژه زنان فقیر، اعتبار بسیار بالایی دارند و در واقع می توان در مورد بازپرداخت وام هایشان به آنان اعتماد کرد، بیش از آنچه به اغلب وام گیرندگان غنی می توان اعتماد کرد.

بانک های متعارف بر پایه ی وثیقه (اموالی که وام گیرنده عرضه می کند تا بازپرداخت وام را تضمین کند) و بر پایه ی توافقات حقوقی سفت و سختی قرض می دهند که وکلا تنظیم کرده اند. بانک گرامین، هم بدون وثیقه است و هم بدون وکیل. ما نظام بانکی ای را توسعه داده ایم که کاملاً متکی بر اعتماد است.

نظام بانکی ای که بانک گرامین توسعه اش داده است و به خُرده داری معروف است، به تدریج و عمدتاً از طریق کار غیرانتفاعی سازمان های مردم نهاد (سمن<sup>۱</sup>) به کشورهای در سراسر دنیا گسترش پیدا کرده است. خُرده داری آن قدر موفقیت داشته است که، در سال های اخیر، سازمان های توسعه ای عمده ای مثل بانک جهانی و صندوق بین المللی پول (IMF<sup>۲</sup>) و سازمان ملل متحد به حمایت از برنامه های مالی گسترده تر آن توجه نشان داده اند. اینها با اکراه شروع کرده اند به پذیرفتن این نظر ما که مردمان فقیر می توانند و باید تحت شمول نظام مالی قرار بگیرند.

متأسفانه، تلاش های جاری برای افزایش دامنه ی شمول نظام بانکی عمدتاً

01. Nongovernmental organization (NGO).

02. International Monetary Fund

متشکل است از برنامه‌هایی که بانک‌های متعارف را ترغیب می‌کنند به دادن خدمات مالی محدود به فقرا، بسیاری اوقات با هزینه‌ی بالا. ناکامی این تلاش‌ها نشان می‌دهد که شمول حقیقی در بانکداری را نمی‌توان از طریق نهادهای مالی متعارف امروز حاصل کرد. این نهادهای مالی بر پایه‌ی اصولی و عملیاتی بنا شده‌اند که تقریباً نیمی از جمعیت جهان را شامل نمی‌شوند.

بانک‌های مردمان غنی برای خدمت به افرادی که غنی نیستند طراحی نشده‌اند. شاید برای حفظ ظاهر و تحت فشار از بالا، کارهایی در آن جهت بکنند، اما اینها حتی ۱ درصد از کسب‌وکارشان را هم تشکیل نخواهد داد. افراد بدون بانک جهان، نیاز دارند که به بانکداری واقعی دسترس داشته باشند، نه برنامه‌های کوچک انگشت‌شماری که عمدتاً ترفندهایی‌اند که برای افکار عمومی به اجرا گذاشته می‌شوند.

کارمن با خرده‌وام مرا به اینجا رساند که خود مبنای نظام بانکداری را زیر سؤال ببرم. کشف کردم که افراد واقعی بشر، از آنچه نظریه‌ی اقتصادی کلاسیک در مورد افراد بشر فرض کرده، بسیار بزرگ‌ترند و نظام بانکداری امروز بر آن پایه بنا شده است. ایده‌ی خرده‌وام بانک گرامین در سراسر جهان شکوفا شد به این علت که سمن‌ها این ایده را برگرفتند. اما سمن‌ها به قدرت قانونی مناسبی برای پرکردن خلأ اقتصادی‌ای که از نهادهای مالی موجود باقی می‌ماند مجهز نیستند. فضایی خالی در انتظار مجموعه‌ای از نهادهای مالی‌ای است که به طرز ویژه‌ای طراحی شده باشند که بتوانند برای افراد بدون بانک همه‌ی انواع خدمات مالی‌ای را تدارک ببینند که منحصرأً برای آنان طراحی شده باشند، و نه اینکه از طریق نهادهای متعارف، وام‌هایی در ابعاد بسیار خرد به آنان عرضه کنند که برای حل مشکلی که در زیر جریان دارد، تقریباً هیچ کاری نمی‌کنند.

نهادهای مالی موجود، مجراهایی هستند که تمرکز ثروت از طریق‌شان رخ می‌دهد و شتاب می‌گیرد. این نهادها در آینده هم به بدتر کردن مشکل تمرکز

ثروت ادامه خواهند داد. اگر در مورد خواست‌مان برای گُند کردن روندِ تمرکز ثروت جدی هستیم، لازم است که در مورد نظام مالی دو کار بکنیم. اول، لازم است که نظام بانکداری فعلی را بازطراحی کنیم طوری که دیگر در مقام محملی برای تسهیل تمرکز ثروت عمل نکند. دوم، لازم است مجموعه‌ی تازه‌ای از نهادهای مالی بسازیم که خدمات مالی را به افراد فقیر برسانند. بانک گرامین — که مالکیت‌اش عمدتاً در دست افرادی فقیر است و مخصوصاً طراحی شده برای آنکه در خدمت نیازها و منافع آنان باشد — مدلی است برای این نظام بانکداری تازه.

کار من با زنان فقیر از طریق بانک گرامین از قضا اولین گام من بود در سفرم برای اکتشافی که به بصیرت‌های ژرف‌تری درباره‌ی کل نظام اقتصادی‌مان انجامید. از زمان بنیانگذاری بانک گرامین، ابتکارهای زیاد دیگری هم داشته‌ام که برای این طراحی شده‌اند که نظام را توسعه دهند و برای همگان قابل دسترس سازند.

## کسب‌وکار اجتماعی و گام‌های اول

### به سوی یک چارچوب تازه‌ی اقتصادی

تلاش برای فراهم آوردن امکانات بانکی برای نیازمندان مرا به کشف بسیاری از دیگر مشکلات نیازمندان هدایت کرد. سعی کرده‌ام یکی‌یکی به این مشکلات بپردازم. همواره کوشیده‌ام هر مشکل را با ایجاد کسب‌وکار تازه‌ای حل کنم. به نظر من این رهیافت واجد معنا بوده است زیرا کسب‌وکارها به‌طور طبیعی سازمان‌دهی می‌شوند تا به اهداف ملموسی دست بیابند — برای آنکه کالا یا خدماتی را فراهم کنند که مردم نیاز دارند و بابت‌شان پول خواهند داد. کسانی که کسب‌وکارهایی راه‌اندازی می‌کنند و کسانی که برای آنان کار می‌کنند معمولاً تصویر روشنی دارند از آنچه که سعی می‌کنند به دست بیاورند. این آن روحیه‌ای

بود که من سعی کردم در تلاش‌هایم برای پرداختن به مشکلات مردم، در کارهایم وارد کنم.

به مرور زمان، آغاز کردن کسب‌وکارها برایم عادت شد. هر زمان که با مشکلی روبرو می‌شدم، کسب‌وکاری ایجاد می‌کردم تا حل‌اش کنم. چیزی نگذشت که شرکت‌ها و پروژه‌های مستقل شرکت‌واره‌ی بسیاری ایجاد کردم که کالاها و خدماتی برای مردمان فقیر فراهم می‌کرد، از جمله مسکن، تسهیلات بهداشتی، خدمات درمانی قابل دسترس، انرژی تجدیدشونده، تغذیه‌ی بهتر، آب آشامیدنی سالم، آموزش پرستاری، و بسیاری چیزهای دیگر.

وقتی ایجاد این کسب‌وکارها را آغاز کردم، هیچ رؤیای بزرگی در سر نداشتم. به سادگی سعی می‌کردم به جدی‌ترین مشکلات مردم فقیری پردازم که در خدمت‌شان بودم. اما به مرور زمان، کسب‌وکارهایی که راه‌اندازی کرده بودم تدریجاً شروع کردند به اینکه جنبه‌های مشترکی از خود نشان بدهند. اینها به‌عنوان کسب‌وکارهایی خودکفا ایجاد شده بودند که، از طریق فروش کالا و خدمات، تولید درآمد کنند. مجبور بودم به این روش عمل کنم زیرا در غیر این صورت این کسب‌وکارها به‌زودی پول‌شان تمام می‌شد و دیگر به درد هیچ‌کسی نمی‌خوردند. اگرچه این کسب‌وکارها پولی بیش از آنی که خرج می‌کردند تولید می‌کردند، با این حال کاری کرده بودم تا مطمئن شوم هیچ‌کسی اجازه ندارد هیچ نفع شخصی‌ای از آنها حاصل کند. هرچه باشد، هدف من کمک به فقرا بود نه غنی کردن صاحبان کسب و کار. بنابراین سرمایه‌گذارانی که پول راه‌انداختن این کسب‌وکارها را فراهم می‌کردند قادر بودند فقط سرمایه‌های اولیه‌شان را پس بگیرند، و نه چیزی بیشتر. بعد از آنکه مبلغ سرمایه‌گذاری شده به سرمایه‌گذار بازپرداخت می‌شد، هر سودی که این شرکت‌ها حاصل کرده بودند به شرکت‌ها برگشت داده می‌شد تا صرف ارتقا و توسعه بشود و به این ترتیب مردمان فقیر بیشتری منتفع بشوند.

سرانجام متوجه شدم که تجربیات ام مرا به خلق نوع تازه‌ای از کسب‌وکار رهنمون شده است که آن را کسب‌وکار اجتماعی نامیدم. کسب‌وکار اجتماعی را به این صورت تعریف کردم: «شرکتی غیرانتفاعی که کارش حل مشکلات بشری است». این مفهومی بود که نه از نظریه و نظریه‌پردازی، بلکه برآمده از تجربه‌ی عملی من در کار با روستاییان بود برای حل مشکلات شدید اجتماعی در کشوری که در آن زمان یکی از فقیرترین کشورهای روی زمین بود.

نتایج کار مرا حیرت‌زده کرد. این را به طرز شگفت‌انگیزی آسان یافتم که مشکلی بشری را با ایجاد سازمانی حل کنم که چونان کسب و کاری طراحی شده است که یگانه مأموریت‌اش فراهم کردن سودی بشری برای نیازمندان است. در ابتدا، می‌پرسیدم که چرا کسی قبل از من به مفهوم کسب و کار اجتماعی نرسیده است. چرا دنیا چالش حل مشکلات اجتماعی را فقط به دولت‌ها و خیریه‌ها وا گذاشته است؟ پاسخ در نظریه‌ی اقتصادی‌ای قرار دارد که به کسب‌وکارها یک و فقط یک دستور می‌داد: تولید ثروت فردی و منفعت. من دریافتم که از همین ابزار می‌توان برای مقصود کاملاً متفاوتی استفاده کرد — یعنی برای حل مشکلات بشری. برای انجام کار، این ابزار را به‌غایت نیرومند یافتم. ناگهان همه‌ی نیروی خلاقه‌ی کسب‌وکار را می‌شد برای این هدف به خط کرد که جهان را جای بهتری بسازیم.

در مرتبه‌ای بنیادی‌تر، نقطه کور در تئوری اقتصاد پی‌آمد نقطه‌ی کوری است که از تعریف طبیعت انسان به دست می‌دهد. فرض بر آن است که انگیزه‌ی فرد اهل کسب و کار فقط نفع شخصی است. به قول معروف، «حساب حساب است». منفعت — و فقط منفعت — است که هدف است، و فرض بر آن است که این کفایت می‌کند تا هر صاحب کسب‌وکاری را به آرزوهایش برساند. اما افراد بشر روبات‌های پول‌ساز نیستند. آنان موجوداتی چندبُعدی هستند که هم خودخواهی دارند و هم از خود گذشتگی. وقتی که کسب و کاری اجتماعی

را شروع می‌کنم، اجازه می‌دهم که جنبه‌ی از خودگذشته‌ی شخصیت‌ام از طریق کسب و کار جلوه کند. اندیشه‌ی اقتصادی سنتی، این را غیرممکن می‌انگارد؛ این اندیشه می‌گوید که از خودگذشتگی نمی‌تواند بخشی از جهان کسب و کار باشد و فقط باید در دنیای خیریه‌ها جلوه کند. اما چرا؟ چرا جهان کسب و کار نباید زمین بازی بی طرفانه‌ای باشد که فضایی هم برای خودخواهی و هم برای از خودگذشتگی عرضه کند؟ چرا کتاب‌های درسی اقتصاد نباید دو نوع از کسب و کار را به دانشجویان معرفی کنند—کسب و کار با انگیزه‌ی نفع شخصی، و کسب و کارهای اجتماعی خالی از خودخواهی؟ اجازه بدهیم جوانان خودشان تصمیم بگیرند که ترجیح می‌دهند کدام را دنبال کنند—یا شاید در دوره‌های مختلف زندگی‌شان، یا حتی در دوره‌ای واحد، از هر کدام بخشی را دنبال کنند.

در چند دهه‌ی گذشته از زمانی که من صحبت درباره‌ی کسب و کار اجتماعی را شروع کردم، این مفهوم، از ایده‌ای گنگ که فقط در تعداد انگشت‌شماری از شرکت‌ها در بنگلادش متبلور شده بود، به جنبشی جهانی تبدیل شده است با مدافعان و فعالانی در کشورهایی در سرتاسر این سیاره. در بعضی دانشگاه‌های مراکز اقتصادی می‌شود که این ایده در آنها مورد مطالعه قرار می‌گیرد، پرورش می‌یابد و تدریس می‌شود. بنگاه‌هایی چندملیتی پا پیش می‌گذارند و کسب و کارهایی اجتماعی را چونان شرکت‌های مستقلی تشکیل می‌دهند. هزاران جوان جذب این ایده می‌شوند و به شکلی کارآفرینانه خطر می‌کنند و با راه‌اندازی کسب و کاری اجتماعی به سراغ مشکلات اجتماعی جوامع خودشان می‌روند.

برای ترغیب این پیشرفت‌ها، من و همکاران‌ام در جنبش کسب و کار اجتماعی صندوق‌هایی ایجاد کرده‌ایم که پول اولیه برای کمک به کارآفرینان بالقوه را فراهم می‌کند تا رؤیاهایشان را به واقعیت برسانند. وقتی جوانان با ایده‌های هوشمندانه‌ای در کسب و کارهای اجتماعی جلو بیایند، ما در شرکت‌هایشان سرمایه‌گذاری می‌کنیم و مربی و راهنما در اختیارشان می‌گذاریم

و برای رسیدن به استقلال مالی کمک‌شان می‌کنیم. همین‌که موفق بشوند، سهم سرمایه‌گذاری ما را بازپرداخت می‌کنند بدون آنکه هیچ سودی به سرمایه‌گذاران بدهند. بعد از آن، این پول آزاد می‌شود تا به کمک راه‌اندازی کسب‌وکار اجتماعی دیگری برود، و بعد از آن یکی دیگر، و یکی دیگر.

ما صندوق‌های دیگری هم در کسب و کار اجتماعی ایجاد کرده‌ایم برای حمایت مالی از جوانان تا تبدیل بشوند به کارآفرینانی که منفعت شخصی ایجاد می‌کنند—کسانی که شغل ایجاد می‌کنند به جای آنکه به دنبال شغل باشند. نهادهای مالی و بانک‌های متعارف موجود، برای جواب‌دادن به این نیاز طراحی نشده‌اند؛ هیچ علاقه‌ای به این ندارند که خودشان را گرفتار جوانان بیکاری کنند که نه وثیقه‌ای دارند و نه تاریخچه‌ی اعتباری. به این دلیل است که صندوق‌های ویژه‌ای برای این مقصود نیاز است. حالا جوانان زیادی پا پیش می‌گذارند تا کسب و کارهای متعارف‌شان را با مشارکت صندوق‌های ما برپا کنند. بعد از این مشارکت، صندوق‌های کسب و کار اجتماعی پول سرمایه‌گذاری‌شان را پس می‌گیرند، بدون هیچ بهره و سودی، به‌علاوه‌ی یک دستمزد ثابت انتقال برای پوشش دادن هزینه‌های اداری. ما دریافته‌ایم که صندوق‌های کسب‌وکار اجتماعی که از کارآفرینی پشتیبانی می‌کنند می‌توانند ابزاری نیرومند باشند که افراد و خانواده‌ها و کل جوامع را از فقر بیرون بکشند.

برای مشارکت در برنامه‌ی نوین آندیوکتا<sup>۱</sup> (کارآفرینان جدید) که در بنگلادش ایجاد کرده‌ایم—که اغلب به‌سادگی با عنوان برنامه‌ی نوین از آن یاد می‌شود—همه‌ی آنچه شخصی جوان باید انجام بدهد این است که یک ایده‌ی کسب و کار بیاورد. همین‌که طرح تصویب بشود، شخص پولی می‌گیرد برای برپا کردن شرکتی که قرار است سود شخصی داشته باشد. مشارکت‌کنندگان لازم نیست که کسب‌وکاری اجتماعی ایجاد کنند (اگرچه می‌توانند، اگر بخواهند).



آنچه ما می‌کنیم این است که صندوق‌های کارآفرینی کسب‌وکار اجتماعی را چونان کسب‌وکاری اجتماعی ایجاد می‌کنیم. اینها به لحاظ مالی خودکفا هستند و سودشان به هیچ مالک یا سرمایه‌گذاری نمی‌رسد مگر برای بازپرداخت سرمایه‌گذاری اولیه‌ای که انجام داده‌اند.

صندوق‌های کسب‌وکار اجتماعی ما حالا به‌طور متوسط در ماه هزار پیشنهاد کسب‌وکار را تصویب می‌کنند. تصور کنید—هزار جوان شهرستانی در هر ماه کارآفرین می‌شوند! و در طول سال ۲۰۱۷، انتظارمان این است که این عدد تقریباً دوبرابر بشود و به حدود دوهزار در ماه برسد.

بعداً در این کتاب بیشتر درباره‌ی کارکردهای برنامه‌ی کارآفرینان جدید توضیح خواهم داد. در اینجا، بگذارید تأکید کنم که موفقیت این برنامه یک محصول طبیعی یکی از مهم‌ترین است که از طریق اداره کردن بانک گرامین به آن رسیده‌ایم—کشف اینکه هر کسی قابلیت ذاتی دارد برای اینکه کارآفرین باشد. DNA کارآفرینی در همه‌ی افراد بشر مشترک است. ما زندگی روی این سیاره را در مقام شکارچیان و گردآورندگان مستقلی آغاز کرده‌ایم که برای گذران زندگی‌مان به دنبال منابعی بوده‌ایم که جهان اطراف‌مان به‌وفور برایمان تدارک می‌دیده است. توانایی یافتن راهی برای محافظت از خودمان حتی امروز هم در هر فردی نهفته مانده است.

حمایت از کارآفرینی، راه اساسی غلبه بر نقص‌های مهلک جریان اصلی مدل اقتصادی است—وابستگی تحمیلی به شغل‌های دولتی یا بنگاهی، و این فرض که، در مقام ایجادکنندگان شغل، دولت‌ها و بنگاه‌ها یگانه رانه‌های رشد اقتصادی هستند. من هیچ دلیلی نمی‌بینم که چرا جوانان در جهان توسعه یافته نتوانند به همان روش جوانان بنگلادش کارآفرین بشوند. کلید این امر ایجاد نهادهای مالی‌ای است که از کسب و کارهای نوپای آنان به نحوی دسترس‌پذیر و دوستانه حمایت کنند.

## پادقتصاد کارآفرینی

با نگاه به رشد و گسترش کسب و کارهای اجتماعی تا اینجا، می‌توانیم برآمدن یک بدیل برای نظام سنتی و ناکامل اقتصاد را ببینیم که بر جهان بینی بیشتر مردم در تاریخ متأخر سیطره داشته است. همین که دو فرض اساسی جریان اصلی در اندیشه‌ی اقتصادی را جایگزین کنیم با واقعیات تازه‌ای که کسب و کارهای اجتماعی آشکار کرده‌اند، پادقتصاد تازه و کامل‌تر و دقیق‌تر و کارآمدتری شکل می‌گیرد.

اول، لازم است که این فرض را که مردم طبیعتاً خودخواه‌اند—و بنابراین خودخواهی، نیروی انگیزش اصلی در پشت همه‌ی پیشرفت‌های اقتصادی است—جایگزین کنیم با این فرض تازه که مردم، هم خودخواه‌اند و هم از خود گذشته، و هر دو انگیزه را می‌توان در فعالیت اقتصادی به کار بست.

دوم، لازم است که این فرض را تقریباً همه‌ی مردم زاده می‌شوند تا زندگی‌شان را صرف کار کردن برای افراد دیگری کنند، جایگزین کنیم با این فرض جدید که همه‌ی مردم کارآفرین زاده می‌شوند، با بسته‌ای از قابلیت‌های خلاقانه‌ی نامحدود.

همین که این تغییرات در اندیشه صورت بگیرد، می‌توانیم توان اندیشه‌ی اقتصادی تازه در پرداختن به مشکلات ایجاد شده توسط چارچوب اقتصادی موجود را درک کنیم. می‌توانیم کسب و کار اجتماعی را به کار بگیریم تا به سراغ دردهای قدیمی‌ای مثل فقر و گرسنگی و بیماری و فروسایمی محیط زیست، و بسیاری دردهای دیگر برویم. به علاوه، می‌توانیم با توجه کردن به میلیون‌ها جوان بیکار به عنوان کارآفرین، موقعیت‌هایی نیز برای آنان ایجاد کنیم تا استعدادهای معطل مانده‌شان را در راه‌های مناسب به کار بباندازند.

کسب و کار اجتماعی، امری است مربوط به استفاده از خلاقیت برای حل

پایدار مشکلات بشری. درست همان‌طور که خرده‌وامی که در بنگلادش شروع شد و جهان را به راهی سوق داد تا با ایده‌ی بانکداری اعتمادمحور انس بگیرد، برنامه‌ی کارآفرینان جدیدمان برای جوانان بیکار هم راه تازه‌ای را برای تغییرات مثبت در سایر نقاط جهان خواهد گشود.

جوانان بیکار، مستقل از اینکه کجا زندگی کنند، در وهله‌ی اول به دنبال درآمدی پایه برای امرار معاش هستند. اما اشتیاق سرکوب شده‌ای هم برای یافتن معنا در زندگی‌شان دارند. خوشبختانه، نسل فعلی جوانان، همین که از جست‌وجو برای گذران معمول زندگی احساس آسودگی کند، برای موفقیت در کاوش معنا، موقعیت منحصر به فردی دارد. اینان نسلی هستند که در حالی زاده شده‌اند که تکنولوژی‌های حیرت‌آوری در دست داشته‌اند. به لطف اقتصادِ باورنکردنیِ تکنولوژیِ پیشرفته، حتی جوانان در روستاهای مناطق دورافتاده‌ی آسیا و آفریقا و امریکای جنوبی هم می‌توانند به توان محاسباتی بی‌سابقه‌ی تلفن‌های هوشمند و دیگر ابزارهای همراه دسترسی داشته باشند. این امر آنان را بالقوه نیرومندترین نسل در تاریخ بشر کرده است. دانش رو به رشد نسلی که می‌داند صفحه‌ی لمسی و کنترل از راه دور و افزونه‌های همراه، می‌توانند آنان را به انجام هرچه که بخواهند، توانا کنند. شاید ابعاد کامل توانمندی‌هایی را که در اختیار دارند را درک نکنند، اما این را حس می‌کنند که پتانسیل آن را دارند که ناممکن‌ها را ممکن کنند.

نسلی که امروز برمی‌آید—صدها میلیون جوان در شهرهای بزرگ و کوچک و حومه‌ها و روستاهای سراسر جهان، از بنگلادش تا برزیل، از آلبانی تا هائیتی، از هند تا ایرلند، از ژاپن تا ایالات متحده—استعداد و انرژی و هوش و آرمان‌گرایی و بخشندگی آن را دارد که جهان را تغییر بدهد. این جوانان قادرند تمدن تازه‌ای ایجاد کنند که از سایه‌های فقر و بیکاری و تخریب زیست محیطی گریخته باشد. اکنون به ایجاد نظام اقتصادی تازه‌ای که توان‌شان را به فعلیت درآورد و به

آنان اجازه بدهد که قوایشان را محقق کنند، نیاز داریم. در فصل‌های باقی مانده‌ی این کتاب، توضیح خواهیم داد که این نظام اقتصادی تازه چگونه می‌تواند باشد، و بعضی از نشانه‌های امیدبخشی را توصیف خواهیم کرد حاکی از اینکه این نظام همین الآن هم شروع به شکل‌گیری کرده است.

بخش دوم

سه صفر



## فقرِ صفر: پایان دادن به نابرابری در آمد

وقتی درباره‌ی کارآفرینی فکر می‌کنید چه چیزی به ذهن‌تان می‌آید؟ شاید به دره‌ی سیلیکون در کالیفرنیا فکر کنید، با تعدادی بی‌شمار از تولیدکنندگان تکنولوژی پیشرفته، توسعه‌دهندگان افزونه، و شرکت‌های نرم‌افزاری. یا شاید به یکی از جاهایی برای زیست‌تکنولوژی و رباتیک و کامپیوتر فکر کنید که امروزه به‌سرعت در حال رشدند، مثل بوستون در ماساچوست؛ سیدنی در استرالیا، بنگلور در هند، یا ونکوور در کانادا.

احتمالاً به کشور اوگاندا در غرب آفریقا فکر نمی‌کنید. ولی در یک گزارش ۲۰۱۵، سازمان دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM<sup>۱</sup>) اوگاندا را به‌عنوان کارآفرین‌ترین ملت جهان رتبه‌بندی کرده است. ۱۰ مطابق GEM، بیش از ۲۸ درصد جمعیت اوگاندا در سه‌سال‌ونیم گذشته کسب‌وکاری را شروع کرده‌اند — بیش از شش‌برابر این درصد (۴.۳ درصد) در ایالات متحده. مطالعاتی دیگر تخمین می‌زنند که بیش از ۸۰ درصد اوگاندایی‌ها در طول زندگی‌شان کسب‌وکاری را شروع خواهند کرد.

اگر این موضوع را شگفت‌انگیز می‌یابید، شاید به این علت باشد که تصویرتان از کارآفرین خیلی محدود است. لازم نیست مدرکی در مهندسی یا در علوم کامپیوتر داشته باشید تا کسب‌وکاری راه بیندازید. بسیاری از کارآفرینان، گام

01. Global Entrepreneurship Monitor.

مهم را به این صورت برداشته‌اند که مغازه‌ی کوچکی باز کرده‌اند، بز یا گوسفندی خریده‌اند، تاکسی سرویسی با فقط یک وسیله‌ی نقلیه افتتاح کرده‌اند، یا چند محصول صنایع‌دستی را برای فروش عرضه کرده‌اند. درست مثل کارآفرینان جاه‌طلبِ دره‌ی سیلیکون، این افراد هم وقت و منابع‌شان را در ایده‌ی خلاقانه‌ای سرمایه‌گذاری کرده‌اند که به آن باور دارند. با گذر زمان، اگر که موفق باشند، شاید کارهایشان را توسعه بدهند و شغل‌هایی ایجاد کنند و تولید ثروت کنند و به رشد اقتصاد محلی‌شان کمک کنند.

این دقیقاً کاری است که میلیون‌ها کسب‌وکارِ غالباً کوچکِ کارآفرینانه در سراسر اوگاندا می‌کنند، درست مثل بسیاری از کشورهای در حال توسعه. در این فرآیند، این کسب‌وکارها کمک می‌کنند که کشور و مردم‌شان را تدریجاً از فقر بیرون بکشند. این افراد یکی از اصول بنیادی ساختار اقتصادی تازه‌ای که از آن طرفداری می‌کنم را به نمایش می‌گذارند—این اصل که مهارت‌ها و غرایزی که کارآفرینی را ممکن می‌سازند، در بین همه‌ی افراد بشر مشترک‌اند و مختص افراد برگزیده‌ی معدودی نیستند. و اوگاندا تنها نیست. در کشورهایی که در سراسر جهان شکل می‌گیرند، همین فورانِ کارآفرینی را در شالوده‌ی اقتصاد خواهید یافت. اما متأسفانه نظامِ حمایت‌کننده‌ای وجود ندارد که متناسب با نیازها باشد—از جمله در اوگاندا که نظام موجود، به رغم شَمّ قویِ کارآفرینانه‌ی بسیاری از شهروندان کشور، مانع از توسعه‌ی فرهنگِ آزادیِ اقتصادی شده است.

اوگاندا یکی از هفت کشوری در جهان است که سازمان کسب‌وکار اجتماعی یونس (YSB<sup>۲</sup>) اکنون در آنها فعالیت می‌کند. YSB سازمانی است غیرانتفاعی که کارش گسترش مفهوم کسب‌وکار اجتماعی و تربیت پیشگامان و حمایت از آنانی است که علاقه‌مندند به راه‌اندازی کسب‌وکارهای اجتماعی و کارکردن با

بنگاه‌ها و رهبران کسب‌وکارهایی که می‌خواهند شرکت‌ها یا شعبه‌هایی مختص کسب‌وکار اجتماعی ایجاد کنند. YSB با کمک به رشد بخش‌های تازه‌ی اقتصادی در کشورهایی که در آنها فعالیت دارد، از شکل‌گیری شرکت‌های خودکفایی پشتیبانی می‌کند که راه‌حل‌هایی برای مشکلاتی مثل فقر و بیکاری و فروسایبی زیست‌محیطی پدید می‌آورند. بدین ترتیب، YSB به ایجاد ساختار اقتصادی تازه‌ای کمک می‌کند که شدیداً به آن نیاز داریم تا کاستی‌های ساختار سرمایه‌داری سنتی را جبران کنیم.

برای مثال ساده اما نیرومندی از اینکه این سازمان چگونه کار می‌کند، یکی از کسب‌وکارهای اجتماعی‌ای را در نظر بگیرید که YSB به توسعه‌اش کمک کرده است—شرکتی به نام زنبورهای طلایی<sup>۱</sup>، که مقرش در شهر کامپالا پایتخت اوگاندا است.

کشاورزی، هم برای مصرف داخلی و هم برای صادرات، صنعت پیشرو در اوگاندا است و بالاترین سهم را در GDPی هر بخش اقتصادی بر عهده دارد. اما کشاورزان خرده‌پا در روستاهای محلی در دسترسی به بازارهای ملی و بین‌المللی محصولات تولیدی‌شان دشواری‌هایی دارند. این امر، درآمدی که می‌توانند کسب کنند را محدود کرده و بالا کشیدن خانواده‌ها و جامعه‌شان از سطح فقر را برایشان سخت‌تر می‌کند.

برای این کشاورزان، زنبورداری یکی از نویدبخش‌ترین بخش‌های اقتصادی از نظر رشد است. زنبورها عسل تولید می‌کنند که یکی از محصولات تجاری پرطرفدار در آفریقا است که در بسیاری از انواع غذاها به عنوان شیرین‌کننده به کار می‌رود و یکی از مواد غذایی در آشپزخانه‌ی خانواده‌های بی‌شماری است. زنبورها دسته‌ی بزرگ و روبه‌رشدی از محصولات دیگر هم تولید می‌کنند، که بعضی از آنها حتی پرسودتر از عسل است. از آن جمله موم زنبور است، که



ماده‌ای مهم در بسیاری از انواع محصولات آرایشی و بهداشتی است؛ زهر زنبور، که از نیش زنبور استحصال می‌شود و برای اهداف پزشکی بسیار مورد استفاده است؛ و بره‌موم، که گاهی «چسب زنبور» نامیده می‌شود و ماده‌ای صمغی است که پژوهشگران مدرن برای استفاده‌های بالقوه‌ی پزشکی بررسی‌اش می‌کنند.

شرکت زنبورهای طلایی کسب‌وکاری اجتماعی است که مأموریت‌اش دسترس‌پذیرساختن زنبورداری برای هزاران کشاورز خرده‌پای اوگاندایی است. این شرکت این کار را از این طریق انجام می‌دهد که اقلام و خدمات ضروری زنبورداری را به کشاورزان می‌فروشد، فنون زنبورداری را به آنان می‌آموزد، و سپس محصولات‌ی که کشاورزان تولید می‌کنند را جمع‌آوری و فرآوری و بازاریابی می‌کنند. درآمدی که شرکت زنبورهای طلایی از طریق این فعالیت‌هایش ایجاد می‌کند، این بازار را سرپا نگه می‌دارد؛ همه‌ی سود شرکت دوباره برای توسعه‌ی این کسب‌وکار سرمایه‌گذاری می‌شود، و به این ترتیب خدمات را می‌توان حتی در دسترس تعداد بیشتری از کشاورزان آورد.

تا میانه‌ی ۲۰۱۶، شرکت زنبورهای طلایی شبکه‌ای تشکیل داده است از بیش از ۱۲۰۰ کشاورز، و صدها کشاورز دیگر هم منتظرند آموزش داده شوند و تجهیزات را از شرکت دریافت کنند. خرده‌پاترین مشارکت‌کننده فقط سه کندو دارد، در حالی که بزرگ‌ترین‌شان مجموعه‌ای از پانصد کندو دارد. شرکت، سه مغازه‌ی کوچک را اداره می‌کند که در مناطق کشاورزی نزدیک پایتخت قرار دارند و در آنجا عسل و محصولات مربوط به زنبور را می‌فروشند (و از این رهگذر درآمدی برای کمک به پرداخت حقوق کارگران ایجاد می‌کنند)؛ زنبورداران محلی را آموزش می‌دهند و به آنان مشاوره می‌دهند؛ و در کنار تجهیزات دیگر، جعبه‌های کندو و لباس‌هایی می‌فروشند که زنبورداران را، در وقت استحصال عسل، از نیش زنبورها محافظت کنند. این مغازه‌ها همچنین مکان‌های متمرکزی هم برای جمع‌آوری عسل و محصولات دیگر تدارک

می‌بینند که اجناس‌شان را به نحو آسان‌تری برای فرآوری به شرکت زنبورهای طلایی تحویل بدهند.

زنجیره‌ای از حدود هشتاد سوپرمارکت در کامپالا عسل و سایر محصولات شرکت زنبورهای طلایی را می‌فروشند. حتی نویدبخش‌تر از این، شرکت در حال توسعه‌ی دامنه‌ی کارش به بازارهای ملی و بین‌المللی است. از شرکت‌هایی در چین و ژاپن و دانمارک سفارش موم زنبور می‌رسد، و آزمایشگاه‌های دارویی در سراسر جهان به دنبال ذخایر بره‌موم اوگاندایی هستند. برای عرضه‌ی محصول به این بازارها، شرکت زنبورهای طلایی در مورد پالایش محصولات اش کاری می‌کند تا استانداردهای الزامی کیفیت وضع شده توسط تولیدکنندگان بین‌المللی را برآورده کنند و این کار دیگری است که انجام‌اش برای یک یا چند کشاورز خرده‌پا غیرممکن بود.

داستان شرکت زنبورهای طلایی مثالی است از قدرت کارآفرینی در کمک به مردم فقیر—و حتی کمک به کل جامعه—برای فرار از فقر، و نیز مثالی است از فراهم کردن درآمدی اضافی، و بسیار مورد نیاز، برای خانواده‌هایی که همین الآن بالاتر از خط فقر هستند. کشاورزان اوگاندا همواره عزم و هوش و اخلاق کاری مورد نیاز برای راه‌اندازی و اداره‌ی مشاغل مربوط به زنبورداری در مقیاسی که مناسب منابع خودشان باشد را داشته‌اند. اما فاقد ابزارها و اطلاعاتی بوده‌اند که کار را شروع کنند، و نیز فاقد ساختاری برای کسب‌وکار بوده‌اند که برای متصل ساختن آنان به بازارهای ملی و بین‌المللی لازم بوده است. شرکت زنبورهای طلایی چیزی را برایشان فراهم می‌کند که فاقدش بوده‌اند—و می‌گذارد که باقی کار را خودشان انجام بدهند. این نشان می‌دهد که شکل‌های تازه‌ای از کسب‌وکار می‌توانند به شکوفاکردن قدرت کارآفرینی کمک کنند، به این صورت که اجازه بدهند مردمان فقیر، خودشان و جامعه‌شان را از طریق تلاش‌های خلاقانه‌ی خودشان از فقر بیرون بکشند.

### سه ناکامی بزرگ نظام اقتصادی ما

برای مدتی بسیار طولانی، استمرار فقر و بیکاری و تخریب محیط زیست را تحمل کرده‌ایم، تو گویی اینها بلایایی طبیعی هستند کاملاً خارج از کنترل بشر یا در بهترین حالت، تو گویی اینها بهای رشد اقتصادی هستند. چنین نیستند. اینها ناکامی‌های نظام اقتصادی ما هستند— و چون نظام اقتصادی را افراد بشر ایجاد کرده‌اند، این ناکامی‌ها را می‌توان اصلاح کرد اگر افراد بشر انتخاب‌شان این باشد که آن نظام اقتصادی را با نظام تازه‌ای جایگزین کنند که به طرز دقیق‌تری ماهیت بشری، نیازهای بشری، و خواسته‌های بشری را بازتاب بدهد.

به‌یاد بیاورید که مشکل اصلی سرمایه‌داری، به صورتی که امروزه عمل می‌شود، این است که این نظام فقط یک هدف—یعنی تعقیب خودخواهانه‌ی نفع شخصی—را به رسمیت می‌شناسد. یک نتیجه‌ی این امر این است که فقط کسب و کارهای اطراف این هدف به رسمیت شناخته می‌شوند و مورد حمایت قرار می‌گیرند. ولی میلیون‌ها نفر در سراسر جهان مشتاق دنبال کردن هدف‌های دیگری هستند، از جمله حذف فقر و بیکاری و فروسای زیست‌محیطی. کافی است شروع کنیم به طراحی کسب و کارهایی که این اهداف را در نظر داشته باشند، و هر سه‌ی اینها را می‌توان به طرز چشمگیری کاهش داد. و اینجا جایی است که کسب و کار اجتماعی نقشی اساسی ایفا می‌کند.

کسب و کار اجتماعی مزایایی عرضه می‌کند که این مزایا نه در دسترس پیشینه‌کنندگان منفعت هستند و نه در دسترس خیریه‌های سنتی. آزادی از فشار کسب منفعت و آزادی از تقاضاهای سرمایه‌گذاران منفعت‌طلب، کمک می‌کند به اینکه کسب و کارهای اجتماعی، حتی در اوضاع و احوالی که بازارهای سرمایه‌داری فعلی ناکام می‌شوند، ماندنی باشند—جایی که نرخ بازگشت سرمایه نزدیک به صفر است اما بازگشت اجتماعی بسیار زیاد است. و به این

سبب که کسب‌وکارهای اجتماعی با این منظور طراحی می‌شوند که درآمدی تولید کنند و از این رهگذر خودکفا بشوند، آزادند از نیاز به اینکه مداوماً تلاش کنند جریان‌هایی از کمک‌های اهدایی جذب کند تا سرپا بمانند، تلاشی که وقت و انرژی افراد بسیاری در عرصه‌ی غیرانتفاعی را تحلیل می‌برد.

به این ترتیب، اقتصاد کسب‌وکار اجتماعی می‌تواند ساده و پایدار باشد، چنانکه تجربیات موفقیت‌آمیز بعضی کسب‌وکارهای اجتماعی نشان داده است که هم در جهان در حال توسعه و هم در کشورهای ثروتمند راه‌اندازی شده‌اند.

در زمانه‌ای زندگی می‌کنیم که برای این تجربیات در مورد شکل‌های کسب‌وکار مناسب است، زیرا تکنولوژی‌های الکترونیک اطلاع‌رسانی و ارتباط می‌توانند در تقویت توان کارآفرینان منفرد نقش عظیمی داشته باشند. مالک کسب‌وکاری اجتماعی که محصول یا خدمتی طرح‌ریزی می‌کند که به فقرا کمک کند یا به نحو دیگری نفعی به جامعه می‌رساند، قادر است با استفاده از شبکه‌های اجتماعی و دیگر ابزارهای آنلاین، این ایده را اشاعه دهد. به لطف اینترنت، ایده‌های خوب را سریع‌تر می‌توان اشاعه داد، و مدل‌های تثبیت‌شده‌ی کسب‌وکار می‌توانند با سرعت و سهولتی بیش از همیشه رشد و توسعه بیابند. از طریق توان کسب‌وکار اجتماعی و تکنولوژی، می‌توان در خدمات درمانی، آموزش، بازاریابی، خدمات مالی، و بسیاری از عرصه‌های اقتصادی، انقلابی ایجاد کرد.

مشاهده‌ی اینکه این مفاهیم تازه‌ی اقتصادی چگونه، از طریق تلاش‌های کارآفرینان و مدیران و دانشگاهیان و دانشجویان و رهبران سیاسی، در سراسر دنیا گسترش یافته، هیجان‌انگیز است. حالا زمان آن است که توانایی کسب‌وکار اجتماعی را برای حل مشکلات نابرابری و بیکاری و زوال محیط زیست به کار بگیریم — و این مشکلات همگی نشانه‌های خرابی موتور سرمایه‌داری سنتی‌اند. ما این را به نسل‌های آینده بدهکار هستیم که حرکت به سمت جهانی با سه

صفر را آغاز کنیم: فقرِ صفر، بیکاری صفر، و سرجمع صفر در انتشار کربن. نظام اقتصادی تازه‌ای که کسب‌وکار اجتماعی نقشی اساسی در آن ایفا کند می‌تواند ما را برای رسیدن به این هدف توانا کند.

## پریدن از خواب غفلت:

### چگونه بحران‌های سرمایه‌داری مشکل فقر را حادث کرده است

نوع بشر در مقام یک کل، در زمانه‌ای با آسایشی بی‌سابقه زندگی می‌کند، که بخشی از علت‌اش انقلاب‌هایی است در دانش و علم و تکنولوژی و به‌ویژه تکنولوژی اطلاعات. این آسایش، زندگی افراد بسیاری را تغییر داده است. اما میلیاردها نفر هم‌چنان از فقر و گرسنگی و بیماری رنج می‌برند. و در دهه‌ی گذشته، چندین بحران بزرگ دست به دست هم داده‌اند و باعث بدبختی و سرخوردگی بیشتری برای ۴ میلیارد مردم طبقه‌ی پایین جهان شده‌اند.<sup>۲</sup>

این بحران‌ها را فقط تعداد اندکی از افراد پیش‌بینی کرده بودند. قرن بیست‌ویکم با امیدهای زیاد و رؤیاهای آرمانگرایانه‌ای آغاز شد که چکیده‌اش در یک ابتکار سازمان ملل متحد آمده بود که به هدف‌های توسعه‌ی هزاره (یا MDGs<sup>۱</sup>) معروف بود. بسیاری از ما متقاعد شده بودیم که دهه‌های پیش‌رو، ثروت و آسایش بی‌سابقه‌ای به‌همراه خواهند آورد، نه فقط برای تعدادی اندک بلکه برای همه‌ی مردم این سیاره.

همان‌طور که بعداً در این کتاب توضیح خواهیم داد، تصویبِ MDGs در چندین جبهه‌ی نبرد بر ضد فقر به پیشرفت‌های مهمی منجر شد. با این حال، غم‌انگیز است که سال ۲۰۰۸ در تاریخ به عنوان سالی باقی خواهد ماند که از خوابِ غفلت پریدیم و از ضعف فاحش در نظام سرمایه‌داری مان آگاه شدیم. این سال سالِ بحرانِ قیمت غذا، بحران قیمت نفت، بحران مالی، و بحرانِ

01. Millennium Development Goals (MDGs).

تشدید شونده‌ی زیست‌محیطی بود. در مجموع، این بحران‌ها باعث یک احساس عمیقِ ازدست‌دادن ایمان در بین افرادی شد که گمان می‌کردند از نظام دنیا درک کاملی دارند، و گمان می‌کردند که می‌توانند کاملاً کنترل‌اش کنند. این بحران‌ها مانع از تحقق وعده‌های امیدبخشِ عرضه‌شده در MDGs هم شدند.

اجازه بدهید با بررسی بحران غذا شروع کنیم. در ابتدای سال ۲۰۰۸، برنامه‌ی غذایی جهانی سازمان ملل متحد (WFP<sup>۱</sup>) اخبار ترسناکی را گزارش کرد: بیش از ۷۳ میلیون نفر در هفتاد و هشت کشور با واقعیت کم‌شدن جیره‌های غذایی مواجه شده‌اند. تیتراهایی دیدیم که از نوعی از خبرها گزارش می‌دادند که افراد بسیاری فرض کرده بودند هرگز دوباره تجربه نخواهند کرد: قیمت‌های سربه‌فلک کشیده‌ی مواد غذایی اساسی مثل غلات و سبزیجات (قیمت گندم به‌تنهایی تا ۲۰۰ درصد نسبت به سال ۲۰۰۰ بالا رفته بود)، کمبود غذا در بسیاری از کشورها، افزایش میزان مرگ بر اثر سوء تغذیه، و حتی شورش‌هایی برای غذا، که ثبات کشورهای بی‌در سراسر دنیا را تهدید می‌کرد.

از اوج قیمت‌های غذا در ژوئن ۲۰۰۸، قیمت‌ها هم‌چنان بالا پایین شده‌اند و در ۲۰۱۱ به رکورد دیگری برای بالاترین قیمت رسیده‌اند. تا ۲۰۱۶، قیمت‌ها اندکی سقوط کرده‌اند و تسکین کوتاه‌مدتی برای میلیون‌ها نفر به‌همراه آورده‌اند. اما تداوم قیمت‌های بالای غذا فشار عظیمی در زندگی مردمان فقیری ایجاد کرده است که غذاهای پایه می‌تواند تا دوسوم درآمدشان را مصرف کند.<sup>۲</sup>

برای کاهش دادن بدترین نتایج این بحران غذا، برنامه‌های اضطراری سودمند بوده‌اند. اما با اینکه این امدادهای کوتاه‌مدت نقشی حیاتی داشته است برای به‌تعویق انداختن اثرات فوری کمبود غذا و جلوگیری از قطعی گسترده، این نیز مهم است که یک گام به عقب برداریم و به علل کلی‌تر این بحران نگاهی کنیم. لازم است این را بررسی کنیم که چگونه شکل‌گیری اقتصاد جهانی، و به‌ویژه

نظام تولید و توزیع غذا، ما را به معضل امروز سوق داده است. شاید جای تعجب داشته باشد که روال‌های اقتصادی و سیاسی و تجاری در جهان توسعه‌یافته تأثیر عمیقی در دسترس‌پذیری غذا در کشورهای فقیر جهان دارد. پس حل مسأله‌ی جهانی غذا محتاج بازطراحی چارچوب بین‌المللی است، و نه صرفاً رشته‌ای از اصلاحات موضعی یا حتی اصلاحاتی در ناحیه‌هایی از جهان.

چالش‌های کنونی ریشه در تاریخ دارند. انقلاب سبز دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ برداشت محصولات کشاورزی در امریکای جنوبی و آسیا را افزایش داد و کشورهای بسیاری را که قبلاً متکی به واردات غذا بودند خودکفا ساخت. میزان گرسنگی و سوء‌تغذیه به طرز قابل توجهی افت کرد. نجات جان بالغ بر یک میلیارد نفر را حاصل تولید بالای غلات می‌دانند، که افتخار امکان‌پذیر کردنش را باید به حساب انقلاب سبز گذاشت.

با این حال، حالا رشته‌ای از روندهای مرتبط با هم، دست‌آوردهای انقلاب سبز را تا حدی معکوس کرده است. بخشی از مشکل، نحوه اعمال مدیریت در طول سه دهه‌ی گذشته با جهانی‌سازی بازارهای غذایی صورت گرفته است. من قویاً طرفدار تجارت آزاد هستم؛ باور دارم که ترغیب افراد و کشورها به تبادل غذا و خدمات با همدیگر، در درازمدت به آسایش بیشتر برای همگان خواهد انجامید. اما بازارهای جهانی هم، مثل همه‌ی بازارها، نیاز به قوانین معقولی دارند که برای همه‌ی شرکت‌کنندگان امکانی برای سود فراهم کند.

بازارهای جهانی امروز، متأسفانه، فقط از جهاتی آزاد هستند و بعضی از محدودیت‌ها و اعوجاجاتی که برجا مانده‌اند نتایج ویران‌کننده‌ای برای کشورهای فقیر داشته‌اند. عدم توازن‌های ایجادشده توسط این بازار نیمه‌آزاد عبارت‌اند از بازارهای دچار اعوجاج، قیمت‌های روبه‌افزایش، و حتی تخریب کشاورزی در کشورهای فقیری که یک زمانی به مازاد غذایی‌شان می‌بالیدند.<sup>۴</sup> یارانه‌ی اتانول در کشورهایی نظیر ایالات متحده مثالی از این مشکل است.

با هدف ترغیب کشت ذرت و سویا برای اینکه تا اندازه‌ای جایگزین سوخت‌های فسیلی و بنزین بشوند، این یارانه‌ها شاید در زمانی معنی می‌داد که قیمت هر بشکه‌ی نفت ۲۰ دلار آمریکا بود. این یارانه‌ها برای این طراحی شده بودند که استفاده از زیست‌سوخت‌ها را، به‌عنوان چیزی که تا حدی جایگزین نفت فراوان و نسبتاً ارزان بشوند، به لحاظ اقتصادی به‌صرفه کنند. و این کار همان‌طوری که هدف‌گذاری شده بود انجام شد؛ شاهدش اینکه، در ۲۰۰۷، بیش از یک‌چهارم محصول بلال (ذرت) در ایالات متحده برای تولید اتانول استفاده شده بود.

با این حال، وقتی که قیمت هر بشکه‌ی نفت به فراتر از ۵۰ دلار آمریکا می‌رسد (چنانکه در اوایل ۲۰۱۷ رسید) این یارانه‌ها را نمی‌شود توجیه کرد—تداوم یارانه‌ها برای تولید نفت را هم نمی‌شود توجیه کرد، یارانه‌هایی که مؤسسات بسیار سوددهی مثل اکسان‌موویل از آن بهره‌مند هستند. هر دو گروه یارانه‌ها بازارها را دچار اعوجاج می‌کنند؛ به نتایج ناخواسته‌ی بوم‌شناختی و اجتماعی و اقتصادی می‌انجامند؛ و باید در اسرع وقت حذف شوند. در غیر این صورت، اینها هم چنان قیمت مواد غذایی اساسی را، هم مستقیماً و هم به‌طور غیرمستقیم، بالا خواهند کشید—از جمله به این شکل که استفاده از زمین زراعی و دیگر منابع کشاورزی را به سمت تولید سوخت می‌برند و نه تولید غذا.

افزایش تقاضا برای گوشت نیز ساختارهای قیمت غذا را دچار اعوجاج کرده است و در کمبود غذا در سراسر جهان نقش داشته است. آسایش افزون‌شده در بعضی از فقیرترین کشورهای جهان البته که امر فوق‌العاده‌ای است. در طول سه دهه‌ی گذشته، میلیون‌ها نفر توانسته‌اند خودشان را از فقر بیرون بکشند. افتخارش را باید به حساب دسترسی بیشتر به بازارهای آزاد و توسعه‌ی تکنولوژی و برنامه‌هایی از قبیل خرده‌وام گذاشت که پول لازم برای سرمایه‌گذاری را در دسترس کسانی قرار دادند که زمانی درهای نظام سرمایه‌داری به رویشان بسته بود.



اما آسایش، چالش‌های خودش را هم به همراه می‌آورد. مقدار گوشتی که شهروند نوعی چینی می‌خورد از ۲۰ کیلوگرم در سال ۱۹۵۸ افزایش یافته است به بیش از ۵۰ کیلوگرم کنونی (که هنوز اندکی کمتر است از متوسط امریکا که حدود ۵۷ کیلوگرم است).<sup>۵</sup> افزایش مشابهی در کشورهای بزرگ دیگری از قبیل اندونزی و بنگلادش دیده شده است. نه فقط افراد بیشتر و بیشتری در این کشورها حالا توانایی خرید گوشت را دارند، بلکه، چونان بخشی از درپیش گرفتن یک سبک «مدرن» زندگی، به سمت گوشت می‌روند (و از غذاهای سنتی کم گوشت فاصله می‌گیرند).

متأسفانه، خوردن گوشت استفاده‌ی نسبتاً ناکارآمدی از منابع طبیعی است. تعداد کالری‌های تغذیه‌ای که گوشت فراهم می‌کند بسیار کمتر از کالری‌هایی است که افراد بشر می‌توانند با مصرف مستقیم غلات از آن بهره‌مند بشوند. ولی امروز غلات و مواد غذایی به جای آن که برای خوراک انسان‌ها به کار گرفته شوند، بیشتر و بیشتر برای پرورش گاو و گوسفند مصرف می‌شود. طبق بعضی اندازه‌گیری‌ها، تا حدود یک سوم از تولید جهانی غلات، و نیز یک سوم از صید جهانی ماهی، برای پرورش دام مصرف می‌شود. و زمین‌های زراعی بیشتر و بیشتری از سیاره‌ی ما به سمت تولید غذا برای مصرف انسانی و به سمت کشت غلات برای پرورش گاو و گوسفند می‌روند.

این تغییرات، چندین مرحله‌ی پرهزینه به فرآیندی اضافه می‌کنند که زندگی بشری نهایتاً از طریق آن فرآیند ماندگار خواهد شد. در نتیجه‌ی انتخاب‌هایی بدکارکرد در کشاورزی، مثل تصمیم در مورد رفتن به سمت استفاده از زمین برای تولید اتانول و گوشت، حتی غذاهای اساسی هم در حال گران‌تر شدن هستند. عوامل دیگری بحران غذا را در کشورهای درحال توسعه حتی بدتر کرده‌اند. در عمل، کشاورزان خرده‌پا در کشورهای درحال توسعه رنج می‌کشند به این علت که باید با کسانی رقابت کنند که در کشورهای توسعه‌یافته در حال تولید

انبوه هستند. این نبردی است یک طرفه که، تا اینجا، برای کشاورزان فقیر جهان نتایجی ویرانگر داشته است.

افزایش کنترل بنگاه‌ها بر منابع کشاورزی، برای کشاورزان جهان توسعه‌یافته نیز مضر است. چون شرکت‌های بزرگ کشاورزی تجاری کنترل تقریباً انحصاری دارند در مورد انبارهای بذر و نیز کنترل بر ذخایر آفت‌کش‌ها و کودهای مصنوعی گران‌قیمت، مزارع کوچک بیشتر و بیشتری از رده‌ی تجاری خارج می‌شوند، زیرا نمی‌توانند لوازمی که برای رقابت در بازار جهانی جدید غذا نیاز دارند را تهیه کنند.

بهای نفت نیز عامل مهمی در اینجا است. برای مثال، بسیاری از کودها جزو فرآورده‌های نفتی هستند، که این یعنی که هر افزایشی در بهای بشکه‌ی نفت قیمت کودها را بالا می‌برد. قیمت‌های بالاتر نفت البته بهای هر فعالیتی که نیاز به انرژی داشته باشد را بالا می‌برد، از جمله آبیاری، به کارگیری تجهیزات مزرعه، رساندن کالا به بازار، و ارسال غذا به کارخانه‌های فرآوری.

همه‌ی این مشکلات اقتصادی و اجتماعی رو به وخامت است، درست همان‌طور که روندهای زیست‌محیطی جهانی آینده‌ی کشاورزی را در سراسر جهان تهدید می‌کنند. خشکسالی و تغییرات اقلیمی نواحی وسیعی را که زمانی مزارعی حاصلخیز بوده‌اند تبدیل به بیابان می‌کنند. نیاز به زمین جدید برای کشاورزی و تداوم گسترش حاشیه‌ی شهرها، باعث جنگل‌زدایی می‌شوند، که عاملی دیگر است در شتاب‌دادن به گرمایش جهانی. شبیه‌سازی‌های علمی این‌طور گواهی می‌دهند که در عین حال که تغییرات اقلیمی، مجموع کل زمین‌های قابل کشاورزی را اندکی بیشتر خواهد کرد، سرجمع کیفیت زمین‌های زراعی نزول خواهد کرد. مهم‌تر اینکه، مناطقی که بیش از بقیه در معرض از دست‌دادن زمین‌های کشاورزی هستند، همین حالا هم نقاطی از جهان است که به لحاظ اقتصادی بیشترین گرفتاری‌ها را دارند، از جمله آفریقای زیر صحرایی،

خاورمیانه، و شمال آفریقا.<sup>۶</sup>

یکی از کشورهایی که به شکلی بی‌واسطه تحت تأثیر اینها است زادگاه من بنگلادش است، که به لحاظ جمعیتی یکی از متراکم‌ترین کشورهای جهان است و کشوری است مسطح که ۲۰ درصد سرزمین‌اش کمتر از ۱ متر بالاتر از سطح دریا است. هم‌چنان که سطح آب دریاها بالاتر می‌روند، طوفان‌ها در بنگلادش پیوسته بدتر و مخرب‌تر می‌شوند. این نمونه‌ای از فاجعه زیست‌محیطی است که پیش چشمان ما شکل می‌گیرد و بلافاصله به فاجعه‌ای بشری می‌رسد.

پیشتر، در سال ۲۰۰۸، در اوج بحران غذا و بحران قیمت نفت و بحران زیست‌محیطی، بزرگ‌ترین همه‌ی بحران‌ها از راه رسید—فروپاشی و متلاشی‌شدن نظام مالی ایالات متحده. مؤسسات مالی عظیم، همراه با شرکت‌های عمده‌ی تولید مثل شرکت‌های خودروسازی، یا ورشکسته شدند یا از طریق بسته‌های بی‌سابقه‌ی نجات مالی زندگی‌شان را ادامه دادند.

دلیل‌های بسیاری برای این فروپاشی تاریخی اقتصادی ارائه شده است: حرص زیاد در بازار، تبدیل بازارهای سرمایه‌گذاری به قمارخانه، ناکامی نهادهای نظارتی، و غیره. اما یک چیز واضح است: نظام مالی در هم شکست به این علت که در مقصود اساسی‌اش اعوجاجی وجود داشت.

بازارهای اعتباری در ابتدا برای این ایجاد شدند که در خدمت نیازهای بشری باشند—تا برای اهل کسب‌وکار، سرمایه‌ای فراهم کنند که شرکت‌هایشان را تأسیس کنند یا توسعه بدهند. در عوض این خدمات، بانکداران و دیگر وام‌دهندگان سود معقولی حاصل کردند. همه منتفع شدند. اما در قرن بیست‌ویکم، شرکت‌ها و افراد معدودی که هدف دیگری در ذهن داشتند، بازارهای اعتباری را دچار اعوجاج کردند—هدف‌شان این بود که از طریق شاهکارهای هوشمندانه‌ای در مهندسی‌کردن امور مالی، در عوض وامی که می‌دهند سودهایی حاصل کنند به‌میزانی که به طرز غیرواقعی پینانه‌ای زیاد بود.

وام‌های مسکن و وام‌های دیگر را در بسته‌های جدیدی عرضه کردند و اینها را تبدیل کردند به ابزارهایی پیچیده که میزان ریسک و ویژگی‌های دیگرشان پنهان بود یا استتار شده بود. بعد، این ابزارها را فروختند و دوباره فروختند، و با هر تراکش مالی مقدار اندکی منفعت حاصل کردند. در تمام این مدت، سرمایه‌گذاران قیمت‌ها را با جدیت بالا می‌بردند، خود را برای رشدی غیر پایدار به آب و آتش می‌زدند، و قمار می‌کردند بر سر اینکه ضعف موجود در پایه‌ی این نظام هرگز آشکار نخواهد شد.

رفته‌رفته، امر اجتناب‌ناپذیر اتفاق افتاد. خانه‌ی پوشالی فرو ریخت. و به علت جهانی‌سازی، این سونامی مالی به سراسر جهان گسترش یافت.

در پایان، ثروتمندان آن کسانی نبودند که در این بحران مالی بیش از همه متضرر شدند. بلکه بیشتر درد نصیب ۴ میلیارد پابینی افراد این سیاره شد، علی‌رغم اینکه آنان به هیچ وجه مسئول ایجاد این بحران نبودند. در حالی که ثروتمندان هم‌چنان از سبک زندگی برتر و ویژه‌شان بهره‌مند بودند، افراد ۴ میلیارد پابینی با ازدست‌دادن شغل و درآمد مواجه شدند، و این برای بسیاری از آنان مسأله‌ی مرگ و زندگی بود.

ترکیب‌شدن اثرات بحران مالی و بحران غذا و بحران انرژی و بحران زیست‌محیطی، هم‌چنان در ماه‌ها و سال‌های اخیر آشکار می‌شود و با نیروی ویژه‌ای بر ۴ میلیارد پابین اثر می‌گذارد. و در حالی که دولت‌ها در سراسر جهان با اجرای برنامه‌هایی اضطراری، از جمله برنامه‌های پرخرج نجات مالی، به این بحران‌ها واکنش نشان دادند تا نهادهای مالی دچار مشکل و بنگاه‌های غول‌آسا را سرپا نگه دارند، برای پرداختن به مشکل درازمدت فقر اقدامات کافی انجام نداده‌اند. دولت‌ها، با تمرکز بر حمایت از نهادهای غول‌آسایی که «بزرگ‌تر از آن‌اند که شکست بخورند»، تلو یحاً این را گفتند که میلیاردها فرد فقیر «کوچک‌تر از آن‌اند که اهمیتی داشته باشند».

رهیافتی تازه به سرمایه‌داری که برای کسب‌وکار اجتماعی هم جایی داشته باشد، برای آسان‌تر کردن این مشکل امیدی به‌دست می‌دهد.

### کسب‌وکار اجتماعی به‌عنوان چاره‌ای برای بسیاری از اثرات فقر

مفهوم کسب‌وکار اجتماعی در ذهن من از طریق تجربه‌ام با شرکت‌های بانک گرامین متبلور شد. همان‌طور که توضیح داده‌ام، این ایده نه به‌عنوان مفهومی نظری، بلکه به‌عنوان ابزاری ساده و عملی برای کاهش دادن بدترین آثار فقر در بنگلادش شکل گرفت.

مهم است که کارمان را با تشخیص این امر آغاز کنیم که فقر را مردمان فقیر ایجاد نکرده‌اند. فقر توسط نظام اقتصادی‌ای ایجاد شده که در آن، همه‌ی منابع گرایش به این دارند که به سمت بالا خیز بردارند و چیزی ایجاد کنند مثل قارچی از ثروت که پیوسته رشد می‌کند و سر آن متعلق است به فقط یک درصد از مردم. این تصویر سر قارچ، وضعیت را کاملاً به‌خوبی توصیف می‌کند. سر غول‌آسای این قارچ نمایشگر مالکیت گروهی معدود است بر ثروت، در حالی که ساقه بسیار دراز و باریکی که از آن آویزان است نمایشگر ثروتی است که در مالکیت ۹۹ درصد بقیه‌ی جمعیت است. رفته‌رفته، این ساقه نازک‌تر و درازتر می‌شود، در حالی که سر قارچ بزرگ‌تر و بزرگ‌تر می‌شود.

برای توصیف این وضعیت ناپایدار و نپذیرفتنی، واژه‌ی نابرابری کاملاً نارسا است. اگر خواسته باشید تفاوت بین مورچه و فیل را توصیف کنید، قطعاً از واژه‌ی نابرابری استفاده نخواهید کرد!

باید این امر واقع را بپذیریم که در نظام کنونی، حتی به حسب ظاهر، جایی برای «توزیع ثروت» نیست. در عوض، این نظام ساخته شده است برای تمرکز یک‌طرفه، همان‌طوری که جنگلی که در آتش می‌سوزد همه‌ی اکسیژن جنگل را می‌بلعد. در این نظام هیچ چیزی نیست که بتواند این فرآیند را متوقف کند. بلکه

این نظام برای در انحصار گرفتن ثروت طراحی شده است، نه برای توزیع آن. در درون نظام کنونی، مردمان فقیر مثل درخت‌های بُنسای هستند. این درخت‌ها با همان بذرهایی که درخت‌های توس یا کاج بزرگی که در طبیعت یافت می‌شوند، به وجود می‌آیند. اما درخت‌های بنسای، به این سبب که در گلدان‌های کوچکی نگه داشته می‌شوند و فقط به مقادیر اندکی از آب و مواد مغذی دیگر دسترس دارند، هرگز به ارتفاع مقدّرشان نمی‌رسند. در عوض، به صورت مدل‌های کوچکی از درخت‌های با اندازه‌ی طبیعی رشد می‌کنند.

در مورد مردمان فقیر هم همین‌طور است. اینها مردمان بُنسای هستند. جلوی رشدشان گرفته می‌شود. بذرهایی که مردمان فقیر رشدشان را از آنها آغاز می‌کنند هیچ اشکالی ندارند. اما نظام کنونی، همان موقعیت‌هایی را به آنان نمی‌دهد که به مردمان غیرفقیر می‌دهد. در نتیجه، نمی‌توانند خلاقیت و کارآفرینی‌شان را به کار بگیرند و مثل بقیه رشد کنند.

نظام اقتصادی تازه‌ای که نیاز داریم نظامی است که به مردمان بنسای در جهان منابعی بدهد که به آن منابع نیاز دارند تا به صورتی راست و بلند و زیبا رشد کنند.

یکی از بی‌سروصداترین و مخرب‌ترین مشخصه‌های فقر، نحوه‌ای است که، در ابعادی متکثر، به خوشبختی و رفاه بشری حمله می‌کند. هر یک از این حمله‌ها، بقیه را قوی‌تر و نیرومندتر می‌کند. برای مثال، مردمان فقیر معمولاً نمی‌توانند به مراقبت‌های بهداشتی مناسبی دسترس داشته باشند. در نتیجه، دوره‌های طولانی‌تر و جدّی‌تری از بیماری را تجربه می‌کنند. این نه فقط زندگی‌شان را کوتاه‌تر می‌کند، بلکه دانشگاه رفتن یا کار برای گذران زندگی را نیز برایشان سخت‌تر می‌کند—و این، به نوبه‌ی خود، آنان را بیشتر در فقر فرو می‌برد. به همین نحو، فقدان آب آشامیدنی سالم، همراه با خانه‌هایی زیراستاندارد و دسترسی اندک (یا عدم دسترسی) به امکانات جابه‌جایی، همگی دست به

دست هم می‌دهند تا مردمان فقیر را محکوم کنند به زندگی در بدبختی و جان‌کندن، و اثرات فقر را مضاعف می‌کنند و گریختن آنان از این شرایط را حتی دشوارتر می‌کنند.

در طول سال‌های بعد از تأسیس بانک گرامین، پروژه‌های بسیاری به‌راه انداخته‌ام که به لحاظ مالی پایدار هستند، و مؤسساتی برپا کرده‌ام که به مشکلات فقرا می‌پردازند. از جمله‌ی اینها مؤسساتی است برای عرضه‌ی تره‌بار به بازار برای مبارزه با مشکل گسترده‌ی شب‌کوری در میان بچه‌های خانواده‌های فقیر که ناشی از سوء تغذیه است، و مؤسساتی برای بهداشت عمومی و آب آشامیدنی سالم از طریق تلمبه‌های دستی برای چاه‌های آب. بعد از اینها، شروع کردم به راه‌اندازی شرکت‌هایی رسمی برای پرداختن به بسیاری از مشکلات در هم‌تئیده‌ای که فقرا در بنگلادش با آنها مواجه هستند. خواه در شرکتی که کارش فراهم کردن انرژی‌های تجدیدشونده بود، یا شرکت‌های متعددی برای فراهم کردن مراقبت‌های بهداشتی، یا شرکتی برای فراهم کردن تکنولوژی اطلاعاتی برای فقرا، آنچه محرک ما بود همواره میلی بود برای پرداختن به نیازهای آنانی که در فقر زندگی می‌کردند. این کسب‌وکارها را چونان شرکت‌هایی طراحی کردیم که تولید درآمد می‌کردند، اما این کار را فقط به این منظور انجام دادیم که پایداری‌شان تضمین بشود تا محصولات یا خدماتی که فراهم می‌کردند بتواند به طرزی ادامه‌دار به کسان بیشتر و بیشتری از فقرا برسد. در همه‌ی این موارد، یگانه ملاحظه‌ی ما نیاز اجتماعی بود؛ حصول منفعت برای سرمایه‌گذاران یا مالکان فردی اصلاً جزو ملاحظات ما نبود. به این صورت بود که دریافتم که کسب‌وکار را می‌توان به این نحو حول نیازهای اجتماعی مشخص و بدون هیچ‌انگیزه‌ی منفعت شخصی، ساخت و ارتقاء داد.

مفهوم کسب‌وکار اجتماعی در سال ۲۰۰۶ توجه‌ها را در سطح بین‌المللی به

خود جلب کرد وقتی که بانک گرامین کار مشترکی را با دانون<sup>۱</sup>، شرکتی چندملیتی از فرانسه در محصولات غذایی، شروع کرد. (این داستان را با تفصیل بسیار بیشتر در کتابی در سال ۲۰۰۷، خلق جهانی بدون فقر، گفته‌ام.) گرامین و رئیس و مدیرعامل وقت دانون، فرنک ریو<sup>۲</sup>، گروهی تشکیل دادند تا شرکتی ایجاد کنند برای اینکه ماست‌هایی که با ویتامین‌ها و املاح معدنی و مواد مغذی اساسی دیگر تقویت شده است را به کودکان نواحی دورافتاده‌ی بنگلادش، که دچار فقر غذایی بودند، برسانند. این ماست را با قیمتی مناسب به خانواده‌های فقیر می‌فروختیم و فقط آن قدر پول می‌گرفتیم که بتوانیم شرکت را خودکفا کنیم. (یک ظرف ماست در حال حاضر قیمت‌اش ۱۰ تا‌کای بنگلادش است، معادل ۱۲ سنت وجه رایج امریکا.) طبق مفاد توافق‌نامه‌ی مکتوب و رسمی ما، فراتر از برگشت پول سرمایه‌گذاری‌شده‌ی دانون و گرامین — معادل با یک میلیون یورو — نه گرامین و نه دانون هیچ‌کدام پولی از این کار درنیابردند. در آن موقع یک کارخانه‌ی ماست در حومه‌ی بوگرا داشتیم، که شهری است در شمال پایتخت، داکا، و امید داریم که رفته‌رفته کارخانه‌های این‌چنینی دیگری در سراسر کشور داشته باشیم.

شرکت غذایی گرامین دانون به شیوه‌های متعددی، که با تقویت متقابل همدیگر به کاهش اثر فقر کمک می‌کنند. واضح‌تر از همه، ماستی که گرامین دانون می‌فروشد، فواید بهداشتی‌ای برای کودکانی به‌همراه می‌آورد که در غیر این صورت از امراض مرتبط با سوء‌تغذیه رنج می‌بردند، و این امر پژوهشی است تأییدشده که گروهی از دانشمندان با پشتیبانی بنیاد ائتلاف جهانی برای ارتقاء تغذیه (GAIN<sup>۳</sup>) انجام داده‌اند. و حضور کارخانه‌ی ماست در بوگرا مزایای دیگری هم برای جامعه به‌همراه داشته است. شیر مورد استفاده در تولید را

01. Danone.

02. Franck Riboud.

03. Global Alliance for Improved Nutrition.



کشاورزان محلی تأمین می‌کنند، که این منبع اضافه‌ای برای درآمد منظم به آنان می‌دهد. زنان محلی درصدی از فروش را به‌دست می‌آورند. و افراد محلی که توسط دانون تعلیم می‌بینند، خود کارخانه را هم می‌چرخانند و به‌علاوه، امور توزیع و بازاریابی را به‌عهده می‌گیرند، و به این ترتیب به اقتصاد محلی جان تازه‌ای می‌دهند.

شرکت غذایی گرامین دانون صرفاً اولین کسب‌وکار مشترکی بود که تأسیس کردیم. حالا شرکت‌های بیشتر و بیشتری پا پیش می‌گذارند تا با ما در راه‌اندازی کسب‌وکارهای اجتماعی مشارکت کنند. برای مثال، برای اینکه آب آشامیدنی سالم را به روستاهایی در بنگلادش برسانیم پروژه‌ی مشترکی با وئولیا<sup>۴</sup>، که یک شرکت عمده‌ی تصفیه‌ی و آبرسانی مستقر در فرانسه است، شروع کرده‌ایم. این پروژه‌ی مشترک یک کارخانه‌ی تصفیه‌ی آب را اداره می‌کند که آب سالم را به پنجاه‌هزار روستا در ناحیه‌ای از بنگلادش می‌رساند که در آنجا منابع موجود آب دچار آلودگی شدیدی با آرسنیک هستند. آب را فقط به قیمت هر ۱۰ لیتر ۳ سنت به روستاییان می‌فروشیم. این، کار شرکت را تداوم‌پذیر می‌کند، اما هیچ منفعتی به گرامین یا وئولیا نمی‌رسد.

پروژه‌های دیگری هم در کسب‌وکارهای اجتماعی در بنگلادش ایجاد کرده‌ایم، در مشارکت با بنگاه‌هایی از جمله شرکت اینتل، ب.آ.اس.اف.، یونیکلو، اس‌کی دریم، و اوگلنا.<sup>۵</sup>

هر یک از این کسب‌وکارها داستان منحصر به فرد خودش را دارد. برای مثال، خاستگاه گرامین یوگلنا برمی‌گردد به بازدید دانشجوی هجده‌ساله‌ای از بنگلادش، به نام میتسورو ایزومو. بعد از یک دوره‌ی دستیاری در بانک گرامین، به ایزومو مأموریت داده شد که به مسأله‌ی سوء تغذیه بپردازد. او رشته‌ی درسی‌اش را از

04. Veolia.

05. Intel Corporation, BASF, Uniqlo, SK Dream, Euglena.

ادبیات به کشاورزی تغییر داد و توجه‌اش به ویژگی‌های استثنایی اوگلنا جلب شد، موجودی تک‌سلولی که بیشترِ عناصری که برای بقای انسان مورد نیاز است را در خودش دارد. با اعتقاد به اینکه اوگلنا را می‌توان به‌عنوان یک ابرغذا برای جهان پرورش داد، ایزومو متمرکز شد بر پژوهش در مورد راه‌هایی برای تولید تجاری اوگلنا. برای بازاریابی محصول، شرکت‌اش — اوگلنا — را در ۲۰۰۵ ایجاد کرد، شرکتی که اکنون در بازار بورس توکیو ثبت شده است. در ۲۰۱۴، گرامین اوگلنا را به‌عنوان پروژه‌ای مشترک با بنیاد گرامین کریشی راه‌اندازی کرد. این کسب‌وکار اجتماعی، شیرینی‌های اوگلنا برای بچه‌مدرسه‌های تولید می‌کند، به اضافه‌ی دانه‌ی ماش که نوعی از حبوبات مغذی است، و از این رهگذر درآمد حدود هشت‌هزار کشاورز در بنگلادش را بالا می‌برد.

در کنار همکاری با شرکت‌های بیرونی، گرامین کسب‌وکارهای اجتماعی دیگری را هم مستقلاً در بنگلادش راه‌اندازی کرده است. یکی از مشکلاتی که می‌خواسته‌ایم به آن پردازیم مشکل نایب‌نایی حاصل از آب‌مروارید است. این یکی دیگر از ابتلائی‌اتی است که زندگی فقرا را جانکاه می‌سازد، اگرچه درمان‌اش از طریق عمل جراحی متداول به آسانی انجام می‌شود.

برای اینکه به سراغ این مشکل برویم، در ۲۰۰۸ بیمارستانی در بوگرا افتتاح کردیم که خدمات معاینه‌ی چشم و جراحی آب‌مروارید را عرضه می‌کند و با اصولی پشتیبانی مالی می‌شود که به لحاظ اجتماعی منصفانه هستند. هزینه‌هایی که مشتریان مرفه و مشتریان طبقه‌ی متوسط پرداخت می‌کنند، کمک می‌کند تا برای مراقبت از آنانی که برای پرداخت هزینه‌ها توانایی اندکی دارند یا هیچ توانایی‌ای ندارند، یارانه‌ای پرداخت شود. همه‌ی بیماران البته خدمات درمانی سطح‌بالای یکسانی دریافت می‌کنند، مستقل از اینکه چقدر زیاد یا چقدر کم پرداخت کنند. ظرف چهار سال، بیمارستان به لحاظ مالی خودکفا شد. بیمارستان دیگری که به همین شیوه عمل می‌کند در ۲۰۰۹ در باریسال در جنوب

بنگلادش افتتاح شد؛ بخش جراحی این بیمارستان در ظرف سه سال به خودکفایی رسید. بیمارستان دیگری در دورترین نقطه‌ی شمال بنگلادش در ۲۰۱۶ افتتاح شد، و در ۲۰۱۷ بیمارستان چهارمی در حال ساخت است. امروز، بیمارستان‌های ما بیش از ۱ میلیون بیمار را درمان کرده‌اند و بیش از پنجاه و پنج هزار عمل جراحی انجام داده‌اند و مانع نابینایی شده‌اند.

یک کسب‌وکار اجتماعی موفق دیگر، شرکت توزیع گرامین است که شبکه‌ی بازاریابی محلی‌ای است که در ۲۰۰۹ ایجاد کرده‌ایم برای فروش محصولات تجاری مفید و با قیمت مناسب جلوی در منازل مناطق دورافتاده. زنان فقیری که به‌عنوان اعضای شبکه‌ی بازاریابی گرامین استخدام شده‌اند، محصولات را می‌فروشند از جمله دستگاه‌ها و لوازم جانبی تلفن‌های همراه، صفحه‌های خورشیدی و سیستم‌های کوچک خورشیدی، پشه‌بندهای مجهز به مواد شیمیایی برای کاهش ابتلا به مالاریا و سایر امراض عفونی، و چراغ‌ها و لامپ‌های کم‌مصرف. با بازاری به بزرگی ۱.۵ میلیون خانه در مناطق دورافتاده، شرکت توزیع گرامین اشتغال‌هایی مردمی برای چندین هزار زن روستایی ایجاد می‌کند و درآمد خانوادگی‌شان را به‌طور متوسط ۳۷ دلار آمریکا در ماه افزایش می‌دهد. در کشوری که (برای مثال) حداقل حقوق دریافتی در صنعت عظیم پوشاک میزان اندک ۶۸ دلار آمریکا در ماه است، این میزان افزایش نقش مهمی در تلاش‌های خانواده برای بیرون آمدن از فقر دارد.<sup>۸</sup>

مثال دیگری که می‌توانم از بین مثال‌های فراوان کسب‌وکار اجتماعی نام ببرم، کالج کالدونیایی پرستاری گرامین<sup>۹</sup> است که در مارس ۲۰۱۰ شروع به پذیرش دانشجو کرد. پرستاران در توزیع خدمات درمانی مدرن و باکیفیت نقشی حیاتی دارند. اما مثل بیشتر کشورهای فقیر دیگر، بنگلادش هم دچار کمبود شدید پرستارهای حرفه‌ای است. به جمعیت ۱۶۵ میلیونی ما، فقط بیست و سه هزار

پرستار خدمت‌رسانی می‌کنند—یک پرستار برای بیش از شش هزار نفر. (در مقابل، به جمعیت ۶۰ میلیونی بریتانیا، ۶۸۰,۰۰۰ پرستار خدمت‌رسانی می‌کنند، با نسبت یک پرستار برای هشتادوهشت نفر.) تا حدی به علت این کمبود، در بنگلادش حدود ۸۷ درصد از مادران نوزادان خود را بدون دریافت خدمات پزشکی حرفه‌ای به دنیا می‌آورند—که این مثال دیگری است از اثرات متقابل فقر بر زندگی مردمان فقیر.

برای رفتن به سراغ این مسأله، سازمان خدمات درمانی گرامین موافقت‌نامه‌ای با دانشگاه کالدونیایی گلاسکو امضا کرد برای تأسیس کالجی با استانداردهای جهانی برای تربیت پرستاران و قابله‌ها در پایتخت، شهر داکا. در چند ماه، برنامه‌ی درسی روزآمدی تنظیم شد؛ استادان و کارمندان استخدام شدند؛ و امکانات مدرن آموزشی، کتابخانه، و آزمایشگاه‌ها، همراه با اقامتگاه‌های دانشجویان، تجهیز شدند. برنامه کارش را در ۲۰۱۰ با پذیرش ۴۰ دانشجو آغاز کرد که همگی از دختران کسانی بودند که از بانک گرامین وام گرفته بودند. تا بهار ۲۰۱۷، تعداد ۶۳۴ دانشجو در این کالج پذیرفته شده‌اند، و ۲۲۳ نفر با دیپلم پرستاری فارغ‌التحصیل شده‌اند. همه‌ی فارغ‌التحصیلان فوراً در مهم‌ترین بیمارستان‌های کشور صاحب شغل شدند. ۸۱ دانشجوی دیگر تحصیلات‌شان را در ۲۰۱۷ به پایان خواهند رساند.

اضافه بر اینها، کالج پرستاری همین حالا هم به لحاظ عملیاتی تقریباً خودکفا است. پروفیسور باربارا پارفیت، رئیس و مؤسس کالج، می‌گوید که این دانشگاه آگاهانه در برابر فشارهایی برای «دنبال‌روی از دلار» برای اداره کردن فعالیت‌هایش مقاومت کرده است. برنامه‌ها و سیاست‌هایی طراحی کرده‌اند تا آموزشی با بالاترین کیفیت تدارک بینند، و بعد از آن راهی بیابند برای اینکه هزینه‌ها را پوشش بدهند و کارشان به لحاظ اقتصادی هم به صرفه باشد. این، خلاصه کلام و ماحصل فلسفه‌ی کسب‌وکار اجتماعی است.

همه‌ی این کسب‌وکارهای اجتماعی در بنگلادش — از پروژه‌ام برای عرضه‌ی تره‌بار به بازار تا پروژه‌های بسیار زیاد دیگری که در این سال‌ها به‌راه انداخته‌ایم — کمک کرده‌اند که بدترین آثار فقر در روستاهای کشورم را کاهش بدهیم. در نتیجه‌ی این کارها، میلیون‌ها «خانواده‌ی بُنسای» قادر شده‌اند به منابعی دسترسی پیدا کنند که به آنها کمک می‌کند دستاوردهای بیشتری داشته باشند و زندگی‌شان را غنی‌تر و شادتر کنند — منابعی متنوع، از آب آشامیدنی سالم تا مراقبت‌های پزشکی مدرن، تا مهارت‌ها و آموزش‌هایی که برای شروع فعالیت‌های حرفه‌ای لازم است.

### از بنگلادش تا سراسر جهان:

#### چگونه روح تجربه‌گرایی اقتصادی اکنون در دنیا گسترش می‌یابد

هرچه بیشتر و عمیق‌تر با زندگی فقرا درگیر شدم، اهمیت پرداختن به مشکلات بسیاری که فقرا با آنها مواجه هستند را بیشتر دریافتم — و بیشتر کشف کردم که کسب‌وکارهایی اجتماعی که با خلاقیت طراحی شده باشند و به‌کلی عاری از منفعتِ شخصیِ عینی باشند، می‌توانند روش نیرومندی برای درگیر شدن با آن مشکلات باشند. هرچه بیشتر مشغول کسب‌وکارهای اجتماعی شدم، بیشتر به آنها علاقه‌مند شدم. موفقیتی که کسب‌وکارهای اجتماعی در بنگلادش حاصل کرده‌اند سؤال واضحی را مطرح می‌کند: آیا همین مدل را می‌توان با موفقیت در بقیه‌ی دنیا هم به‌کار بست؟

بسیاری اوقات برای سخنرانی دعوت می‌شوم به پردیس‌های دانشگاهی و کنفرانس‌های اقتصادی در سراسر جهان. از این موقعیت‌ها استفاده می‌کنم تا تجربیات‌ام را به‌اشتراک بگذارم و از شرکت‌کنندگان بازخوردهایی دریافت کنم. در ۲۰۱۰، یکی از دانشگاه‌هایی که در آن سخنرانی کردم مدرسه‌ی علوم اقتصادی

و سیاسی لندن (LSE<sup>۱</sup>) بود. تا چند ماه بعد از آن نمی دانستم که یکی از فارغ التحصیلان LSE در میان دانشجویانی که به سخنرانی من گوش می کردند به مفهوم کسب و کار اجتماعی بی نهایت علاقه مند خواهد شد.

این زن جوان، ساسکیا برویستن، بعداً به سخنرانی دیگری آمد که در برلین ایراد کردم، در رویدادی که عنوانش کنفرانس رؤیا بود. این بار، او بعد از سخنرانی نزد من آمد تا صحبت کند. از من پرسید که آیا امکانی هست که او و دوست‌اش، سوفیا آیزنمان، درگیر کسب و کارهای اجتماعی در بنگلادش و کشورهای دیگر بشوند. برای اینکه کار را آسان کنم، او را معرفی کردم به هانس رایتس<sup>۲</sup>، کارآفرینی جوان از ویسبادن آلمان. پیش از آن، هانس از ایده‌ی کسب و کار اجتماعی الهام گرفته بود و خودش را به ایجاد کسب و کاری اجتماعی در آلمان و تبلیغ این مفهوم در سراسر جهان مکلف کرده بود. در ۲۰۰۶، هانس در ویسبادن برای تعقیب این هدف سازمانی بنیانگذاری کرده بود به نام آزمایشگاه خلاق گرامین (GCL).

هانس فوراً برویستن و دوست‌اش را دعوت کرد که به GCL ملحق بشوند. برویستن مشاوره‌ی اداری بود که در گروه مشاوره‌ی بوستون (BCG<sup>۳</sup>) کار می کرد؛ یک مدرک MBA داشت، با تجربیاتی در بخش‌های تجاری، هم انتفاعی و هم غیرانتفاعی. او و آیزنمان، که دوست دانشگاهی قدیمی و هم‌اتاقی او بود با سابقه‌ی دانشگاهی و حرفه‌ای مشابه، شغل‌هایشان در BCG را رها کردند و به GCL پیوستند تا خودشان را وقف هدف تبلیغ کسب و کار اجتماعی کنند.

[۵۷] آنان یک سال با GCL کار کردند، و بعد آنجا را ترک کردند تا شرکت خودشان، شرکت کسب و کار اجتماعی یونس (YSB)، را با همکاری مرکز یونس در داکا برپا کنند. آنان می خواستند کسب و کارهایی اجتماعی در سراسر جهان

01. London School of Economics and Political Sciences.

02. Saskia Bruysten, Sophie Eisenmann, Hans Reitz.

03. Grameen Creative Lab, Boston Consulting Group.

برپا کنند. کارشان را با گرفتن پروژه‌هایی از GCL در کلمبیا و هائیتی شروع کردند.

هدف YSB کمک به ساختن ساختار اقتصادی مورد نیاز است از طریق اشاعه‌ی نظریه و عمل کسب‌وکار اجتماعی در سراسر جهان. YSB به شیوه‌های متعددی وارد این کار می‌شود. یکی از این شیوه‌ها، خدمت‌رسانی به عنوان مرکز رشد و نیز صندوق پروژه است. این صندوق پروژه تفاوت بزرگی با صندوق‌های متعارف پروژه دارد. سرمایه‌گذاری از جانب صندوق پروژه‌ی YSB با هدف کسب سود زیاد انجام نمی‌شود. در مقام کسب‌وکاری اجتماعی، YSB از شرکت‌هایی که در سهام آنها سرمایه‌گذاری می‌کند هیچ سودی نمی‌برد. مفهوم‌اش ساده است: مدیران پروژه‌های YSB، نویدبخش‌ترین طرح‌های کسب‌وکاری را انتخاب می‌کنند که برای حل پایدار مشکلات محلی و توسط افراد محلی ایجاد می‌شوند—یعنی کسب‌وکارهایی که خرج خودشان را از طریق فعالیت‌های درآمدزا درمی‌آورند. سرمایه‌گذاران اجازه دارند مبلغ سرمایه‌گذاری شده‌شان را پس بگیرند. هر سودی که بیش از آن حاصل بشود، دوباره در همان کسب‌وکار سرمایه‌گذاری می‌شود یا به نحوی از آن استفاده می‌شود که به مردمان همان محل منفعتی برساند. همه چیز به خود همان جامعه بازمی‌گردد.

شرکت زنبورهای طلایی در اوگاندا کارکرد YSB در مقام مرکز رشد را نشان می‌دهد. بنیانگذار شرکت زنبورهای طلایی به گروه محلی YSB مراجعه کرد و متقاضی راهنمایی و حمایت و بودجه برای ایده‌ی کسب‌وکارش بود. YSB او را متصل کرد به متخصصان محلی آن کسب‌وکار، و آنان او را به‌رایگان تعلیم دادند و در مورد موضوعاتی مثل طراحی مالی و تحلیل بازار راهنمایی کردند. بعد از آن، YSB کمک مالی مربوط به کسب‌وکارهای نوپا را در اختیار شرکت زنبورهای طلایی قرار داد تا بتواند کارش را شروع کند.

امروزه گروه YSB کارِ رصدِ رشدِ شرکت زنبورهای طلایی را ادامه می‌دهد و آماده‌ی عرضه‌ی دیگر کمک‌های مورد نیاز است. همین کار را در مورد یک دوجین کسب‌وکار نوپای دیگری نیز در اوگاندا انجام می‌دهد که در حال توسعه‌ی کسب‌وکارهایی هستند از قبیل سیستم‌های تصفیه‌ی آبی و اجاق‌های پخت‌وپزی که برای حفظ محیط زیست ارتقاء یافته‌اند.

از سال ۲۰۱۱، YSB به سرعت رشد کرده است. امروز، در هفت کشور فعالیت می‌کند—هائیتی، آلبانی، برزیل، کلمبیا، هند، تونس، و اوگاندا. YSB گروه بین‌المللی نیرومندی متشکل از چهل و پنج نفر با زمینه‌های کاری متنوع را به خود جذب کرده است که همگی متعهدند به کسب‌وکار اجتماعی. برای مثال، کسب‌وکارهایی اجتماعی که YSB به راه‌اندازی‌شان کمک کرده مشتمل‌اند بر Bive، که شبکه‌ای است از فراهم‌کنندگانِ مراقبت‌های بهداشتی با قیمت مناسب برای فقرا؛ ناحیه‌ی کالداس در کلمبیا؛ Digo، کسب‌وکاری که خرده‌کارآفرینان را قادر می‌کند محصولات شوینده را بین مردمان فقیر در نواحی دورافتاده‌ی هائیتی توزیع کنند؛ و خانه‌ی سالمندان، تهیه‌کننده‌ی خدمات مراقبتی و اقامتی برای افراد پیر در آلبانی.

YSB، فراتر از نقش‌اش در مقام مرکز رشد، با شرکت‌های انتفاعی تثبیت‌شده‌ای هم کار می‌کند که به بررسی امکانِ شروع کردنِ کسب‌وکارهای اجتماعی علاقه‌مند باشند. این مدل، بازمی‌گردد به تجربه‌ی پروژه‌های مشترک با بنگاه‌های فرانسوی موفقِ دانون و ونولیا.

شاید بپرسید که شرکتی انتفاعی چرا ممکن است بدون هیچ انگیزه‌ی سودجویانه بخواهد کسب‌وکاری راه بیندازد که مأموریت‌اش پرداختن به مشکلی اجتماعی است؟ دلیل‌ها متنوع‌اند. در بعضی شرکت‌ها، مالکان یا مدیران ارشد شاید در مورد مشکل مشخصی شور و شوقی داشته باشند—مثلاً در مورد فقر، آموزش، مراقبت‌های بهداشتی، آلودگی، یا هر چیز دیگری. ممکن است ایده‌ی



شروع کردن کسب‌وکاری اجتماعی را به جریان بیندازند تا تخصص شرکت‌شان را برای حل مشکل به کار بگیرد. هم‌چنین ممکن است این را به‌عنوان کاری در نظر بگیرند که پشتیبانی‌کننده‌ی اهداف شرکت‌شان است. این ابتکارِ عمل می‌تواند کارمندان‌شان را در مورد کارشان مشتاق و پرشور کند؛ می‌تواند اعتبار و ستایشی از طرف جامعه‌ی بزرگ‌تری را برایشان به‌همراه بیاورد؛ و شاید بتواند به آنان کمک کند که در مورد مدل کسب‌وکار اجتماعی و نتایج کلّی‌ترش برای کسب‌وکار خودشان چیزهای بیشتری یاد بگیرند.

با این حال، در بیشتر موارد، آنچه انگیزه‌بخش رهبران برای پذیراشدنِ کسب‌وکارِ اجتماعی است همان چیزی است که انگیزه‌بخش کارآفرینان و دانشجویان و سایر افرادی است که شیفته‌ی این مفهوم هستند: صرفاً این است که عمیقاً دغدغه‌ی دیگر افراد بشر را دارند و می‌خواهند هر چه که بتوانند انجام بدهند تا زندگی‌شان را بهتر کنند. کسب‌وکار اجتماعی نماینده‌ی ساختار اقتصادی جدیدی است که مسیر تازه‌ای برای نوآوری و خدمات تدارک می‌بیند. در نتیجه، تعداد روبه‌رشدی از رهبران کسب‌وکار در سراسر جهان برای تجربه‌ی کسب‌وکار اجتماعی هیجان دارند.

مدیران عامل و دیگر مدیرانِ تجاری گاهی با اعضای گروه YSB، در دفاتر‌شان در فرانکفورت و برلینِ آلمان یا در یکی از دفاترِ کشور خودشان، تماس می‌گیرند. در موارد دیگر، ارتباطی برقرار می‌کنند با گروه مشاوره‌ی هانس رایتس در دفاتر آزمایشگاه خلاق گرامین در ویسبادنِ آلمان یا با متخصصان مرکز یونس در داکای بنگلادش، که نقطه‌ی تمرکز همه‌ی فعالیت‌های محلی و بین‌المللی من است. به دعوت شهردار پاریس، دفتر جدیدی به نام مرکز یونس پاریس در ۲۰۱۷ در پایتخت فرانسه تأسیس خواهد شد (در این مورد در ادامه بیشتر خواهیم گفت). همه‌ی این سازمان‌ها آماده‌اند که به‌عنوان دفتر تهاتر و منبع اطلاعات و راهنمایی برای شروع کسب‌وکارهای اجتماعی عمل کنند—اطلاع‌رسانی و راهنمایی در

این مورد که توسعه‌ی کسب‌وکار چیست، چگونه عمل می‌کند، و باید‌ها و نبایدهایش کدام‌اند.

وقتی که مناسب باشد، متخصصانی از این سازمان‌ها کار رهبری و تربیت مدیران اجرایی و نیز مشاوره‌دادن به آنان را به‌عهده می‌گیرند—مدیرانی که در حال طراحی یا راه‌اندازی کسب‌وکاری اجتماعی هستند، خواه به‌عنوان شرکتی مستقل یا شرکتی مجازی در شعبه‌ای از بنگاه‌ای که از قبل وجود دارد. این متخصصان، به رهبران سازمان‌های غیرانتفاعی یا سمن‌هایی هم کمک می‌کنند که علاقه‌مندند بخشی از فعالیت‌هایشان را، به منظور پرداختن به نیازهای اجتماعی، به کسب‌وکارهایی اجتماعی انتقال بدهند.

### عملکده‌ی فرانسوی: رفتن به سراغ فقر در کشوری متمول

یکی از هیجان‌انگیزترین نتایج تجربیات روبه‌رشدی که YSB از آنها حمایت می‌کند، ایجاد موجودیت‌هایی است که عملکده‌های کسب‌وکار اجتماعی نامیده می‌شوند. عملکده، که با بهره‌برداری از اصطلاح اندیشکده ساخته شده، گردهم‌آبی مدیران ارشدی است از بنگاه‌های بزرگ که به مطالعه‌ی مفهوم کسب‌وکار اجتماعی علاقه دارند—و مایل‌اند که بعد از مطالعه، عملاً در کنار ابرکسب‌وکارهای متعارف‌شان، کسب‌وکاری اجتماعی بسازند و راه‌اندازی کنند تا به مشکلات اجتماعی بپردازند.

اولین عملکده‌ی کسب‌وکار اجتماعی در ۲۰۱۰ در پاریس بنیانگذاری شد. یکی از نیروهای محرک پشت آن امانوئل فابر<sup>۱</sup> بود، کسی که در ۲۰۱۴ مدیر عامل دانون شد—رهبری تجاری با تخیل قوی، حساسیت انسانی عمیق، و آمادگی برای تجربه‌کردن مدل‌های متنوع اقتصادی در جست‌وجوی راه‌حلهایی برای اضطراری‌ترین چالش‌های نوع بشر. فابر و فرنک ریو از قبل عمیقاً درگیر

مفهوم کسب‌وکار اجتماعی شده بوند و اولین پروژه‌ی تجربی مشترک را شروع کرده بودند—شرکت غذایی گرامین دانون در بنگلادش. فابر، که به دنبال آوردن این مدل به اروپا بود، گروهی با مارتین هرش،<sup>۲</sup> که از فعالان اجتماعی فرانسوی برجسته و از خادمان اجتماعی بود تشکیل داد، با تجربه‌ای طولانی در ایجاد برنامه‌هایی برای کمک به محرومان. آنان گروهی ساختند برای به‌وجودآوردن عملکدهی کسب‌وکار اجتماعی.

این دو نفر مجموعه‌ی مهمی از رهبران را به این عملکده جذب کردند، از جمله ژک برژه<sup>۳</sup>، مشاور تجاری برجسته‌ای که اکنون سرپرست عملکده است. رهبران دیگر کسب‌وکارها به‌سرعت به این پروژه ملحق شدند. متخصصان دانشگاهی از حوزه‌هایی مثل اقتصاد و تجارت وارد کار شدند تا در مقام مشاور خدمت کنند و تجربیاتی که شروع شده بود را مطالعه کنند، با این هدف که نتیجه‌گیری‌هایی کنند که دیگران بتوانند از آنها استفاده کنند. برای مثال، بندیکت فور-توینو<sup>۴</sup>، سرپرست اجرایی بخشی ویژه در مدرسه‌ی بازرگانی معتبر فرانسه HEC، پیش‌تاز مطالعه‌ی نحوه‌ی کار عملکده بوده و یافته‌هایش را در اختیار محققانی در سراسر جهان گذاشته است.

تا پاییز ۲۰۱۶، عملکده‌ی فرانسوی—که نام رسمی‌اش Action Tank Entreprise et Pauvreté («عملکده‌ی تجارت و فقر») است—کسب‌وکارهای اجتماعی متعددی را راه‌اندازی کرده است که هر یک از آنها برای حمله به مشکلی جدی است که مردمان فقیر در فرانسه با آنها مواجه هستند. کمک کردن به مردمان فقیر در کشوری ثروتمند متضمن مجموعه چالش‌هایی متفاوت با آنهاست که در بنگلادش با آنها روبه‌رو بودم (کشوری که برای مدت‌های یکی از فقیرترین کشورهای روی زمین بوده است)، یا متفاوت با

02. Martin Hirsch.

03. Jacques Berger.

04. Bénédicte Faivre-Tavignot.

چالش‌هایی که گروه YSB و شرکای کارآفرین آن در کشورهای فقیری نظیر اوگاندا با آنها مواجه بوده‌اند. فرانسه یکی از غنی‌ترین کشورهای روی زمین است. نیز شبکه‌ی توسعه‌یافته‌ای از امنیت اجتماعی دارد که طراحی شده تا بعضی ضروریات پایه‌ی زندگی — نظیر مراقب‌های بهداشتی، آموزش، و مکانی برای زندگی — را برای نیازمندان فراهم کند.

ولی تعداد فقرای فرانسه هنوز بسیار زیاد است — تعدادی که تخمین زده می‌شود که ۱۳ درصد از جمعیت کشور باشد، یعنی ۸ میلیون در کل. مطابق گزارش ژک برژه، تعداد فقرا بین ۱۹۰۰ و ۱۹۷۰ به طور پیوسته نزول کرد، اما این پیشرفت بعد از آن متوقف شده است — که بازتاب بارزی است از دشواری‌های کاهش فقر در نظام‌های سنتی سرمایه‌داری. برخی از فقرای فرانسوی، سالمندانی هستند که با مستمری‌های معمولی و ثابتی زندگی می‌کنند. گروه دیگری از فقرا مردمانی هستند که در نواحی روستایی زندگی می‌کنند که در آنجا اوضاع اقتصادی سقوط کرده است. گروه دیگر مهاجرانی هستند از خاورمیانه، آفریقا، و آسیا، که ناامیدانه در تلاش‌اند جای ایشان را در اقتصاد فرانسه محکم کنند. برای اینان و سایر افراد در ته‌هرم اجتماعی، زندگی دشوار است و موانع پرشماری وجود دارند که جلو رفتن را دشوار می‌کنند. کسب‌وکارهایی اجتماعی که عملکردی فرانسوی به‌راه انداخته است به‌دنبال کاهش یا حذف بعضی از این موانع هستند. هدف‌اش شروع دوباره‌ی پیشرفت در جنگ با فقر است (پیشرفتی که در ۱۹۷۰ متوقف شد)، و به حرکت درآوردن فرانسه به سمت هدف فقر صفر. یکی از این کسب‌وکارهای اجتماعی، موبیلیز<sup>۱</sup> است، شرکتی که اتومبیل‌سازی رنو برپا کرده است و به‌دنبال آن است که حمل‌ونقل با قیمت مناسب را برای مردمان فقیر فراهم کند. در زمان طوفان فکری در مورد مدلی تجاری که بتواند از این هدف پشتیبانی کند، مدیران رنو تعدادی از ایده‌ها را بررسی کردند. برای

مثال، این مفهوم را سبک و سنگین کردند که سعی کنند خودرویی با قیمتی بسیار بسیار کم طراحی کنند و بسازند، که حتی فقرا هم بتوانند آن را بخرند. اما هرچه بیشتر با مردمان بازار هدف—خود مردمان فقیر—صحبت کردند، بیشتر دریافتند که این کار، حادثترین مشکلات در جابه‌جایی که این مردمان با آنها مواجه هستند را حل نمی‌کند.

بلکه کشف کردند که بسیاری از مردمان فقیر در واقع صاحب خودرو هستند—معمولاً خودروهایی با کیفیت پایین که سال‌ها کار کرده‌اند و صدها هزار کیلومتر راه رفته‌اند، و اینها بهترین وسایل نقلیه‌ای بوده‌اند که توان خریدش را داشته‌اند. متأسفانه بین قیمت فروش خودرو و هزینه‌های نگهداری آن نسبتی معکوس هست. قراضه‌های قدیمی‌ای که مردمان فقیر در فرانسه داشتند، مکرراً خراب می‌شدند و تعمیرشان پرهزینه بود. و چون خودروهایشان دائماً در تعمیرگاه بود، بسیاری اوقات از کارشان باز می‌ماندند—و وقتی کارگری روزمزد در پایین هرم شغلی باشید، دو روز که از کارتان بازمانید محتمل است که اخراج بشوید. رنو دریافت که کلید فراهم کردن امکان جابه‌جایی برای مردمان فقیر در فرانسه این است که هزینه نگهداری و تعمیر اتومبیل برایشان مناسب بشود. بنابراین در ۲۰۱۰ شروع کرد به ساختن شبکه‌ای از تعمیرگاه‌های اتومبیل که موافقت کرده بودند با تخفیفی در قیمت، به اعضای موبیلیز خدمت‌رسانی کنند در حالی که به خدمت‌رسانی بدون تخفیف به مشتریان دیگر ادامه می‌دادند و این به این تعمیرگاه‌ها اجازه می‌داد که هزینه‌هایشان را پوشش بدهند. حالا چندصد «گاراژ همبستگی» هست که به هزاران مشتری واجد شرایطی خدمت‌رسانی می‌کنند که سمن‌هایی محلی، که از نزدیک با فقرا کار می‌کنند، برای موبیلیز شناسایی کرده‌اند. این گاراژها به این ترتیب سود می‌برند که جریانی پایدار از مشتریان تضمین شده به دست می‌آورند که برای نگهداری و تعمیر اتومبیل‌هایشان به آنها اتکا می‌کنند؛ مشتریان به این ترتیب سود می‌برند که از خدماتی با کیفیت

بالا بهره‌مند می‌شوند که وسایل نقلیه‌شان را در جاده‌ها سرپا نگه می‌دارند و به آنان امکان می‌دهند زندگی‌شان را بگذرانند.

تجربیاتِ رنو در کسب‌وکارهای اجتماعی پایان نیافته است. این شرکت حالا دارد در مورد شیوه‌های متعدد دیگری پژوهش می‌کند تا خدمات‌اش در حیطه‌ی جابه‌جایی را به کسانی که نیاز دارند برساند، از جمله از طریق کلاس‌های رانندگی که با قیمت مناسب در دسترس همه باشد، با استفاده از تکنولوژی تلفن هوشمند به عنوان راهی برای اینکه آموزش رانندگی را برای همه قابل دسترسی کند، و سرویسی برای به‌اشتراک گذاشتن خودروها که متمرکز خواهد بود بر اینکه در پروژه‌های مسکن همگانی، وسایل نقلیه‌ی الکتریکی ارزان قیمت را برای اجاره‌ی ساعتی در دسترس عموم قرار بدهد.

کسب‌وکار اجتماعی دیگری که از طریق عملکرده‌ی فرانسه راه‌اندازی شده سولیدر اپتیک است. این شعبه‌ی مجزایی است از شرکت فرانسوی اسیلور<sup>۱</sup>، که یکی از سازندگان پیشرو عدسی و دیگر تجهیزات مربوط به بینایی در سطح جهان است. در فرانسه بسیاری از افراد نمی‌توانند عینک‌های با کیفیت بالا و عدسی‌های پیشرفته بخرند، عینک‌هایی که نوعاً ۲۳۰ تا ۳۰۰ یورو قیمت دارند. گروهی از متخصصان در اسیلور برای طراحی شیشه‌های عینک و نحوه‌های رساندن عینک به دست مشتریان، پانزده ماه وقت صرف آزمایش کردند، با این هدف که قیمت‌ها را پایین بیاورند. اکنون شبکه‌ای ساخته‌اند از بیش از پانصد مغازه‌ی عینک‌فروشی که می‌توانند عینک‌های با کیفیت بالا را به قیمت اندک ۳۰ یورو به نیازمندان بفروشند. این برنامه که در ابتدا هدف‌اش مشتریان سالمنده شصت‌سال به بالا بود، در ۲۰۱۴ گسترش یافت تا نیازمندانِ چهل و پنج‌ساله به بالا را هم شامل بشود. کسانی شرایط دریافت این خدمات را دارند که فرم مخصوصی که برای افراد کم‌درآمد تهیه می‌شود را از بیمه‌ی ملی خدمات درمانی

دریافت کنند.

پروژه‌های دیگری که توسط عملکده و با همکاری بنگاه‌های پیشرو فرانسوی ایجاد شده‌اند حالا مشغول چالش‌هایی هستند از قبیل سرپناه اضطراری برای افراد بی‌خانمان، بیمه خانه برای کسانی که توان خرید بسته‌های بیمه‌ای مرسوم را ندارند، و خدمات در دسترس بانکداری برای فقرا.<sup>۹</sup>

بر مبنای اینها می‌توانید ببینید که رفتن به سراغ موضوع فقر در کشوری ثروتمند از جهان توسعه‌یافته، تا حدی متفاوت است با این چالش در کشوری فقیر در آسیا یا آفریقا یا امریکا لاتین. به این سبب که فقرا کسر نسبتاً کوچکی از جمعیتی هستند که بسیاری اوقات در میان همسایگانی ثروتمند زندگی می‌کنند، یکی از چالش‌ها یافتن و شناسایی آنان و طراحی کسب‌وکاری اجتماعی است طوری که نفع‌اش به کسانی برسد که نیاز دارند.

نمی‌خواهم نظام سنگینی از آزمون‌ها یا قواعد ایجاد کنم تا مشارکت‌کنندگان «غیرمستحق» را غربال کنم. اما می‌خواهم مطمئن باشم که کسب‌وکاری اجتماعی که هدف‌اش کاهش اثرات فقر است، واقعاً در خدمت آن هدف است. اینکه خدمت یا محصول را بی‌محدودیت و با قیمت واحد در اختیار همه قرار بدهیم شاید باعث بشود که فشار جمعیت کسانی که بیش از همه نیازمند هستند را به بیرون براند. به این دلیل است که تجربیات عملکده در هدف گرفتن فقرا اهمیت دارند.

پروژه‌هایی که عملکده‌ی فرانسوی ایجاد کرده‌اند آنچنان هیجان‌انگیز و موفق از کار درآمده‌اند که این مفهوم اکنون در کشورهای دیگری هم اشاعه می‌یابد. YSB اکنون در حال راه‌اندازی عملکده‌هایی در هند و برزیل است. این دو کشور در وضعیت اقتصادی بسیار متفاوتی با وضعیت اقتصادی فرانسه هستند. هر دوی اینها از کشورهای در حال توسعه هستند با طبقه‌ی متوسطی که به سرعت رشد می‌کند، و جمعیتی ماندگار از مردمان فقیر، هم در نواحی روستایی و هم در

زاغه‌های فقیر حاشیه‌های شهرها. هر دو کشور، شرکت‌های بسیار بزرگی دارند با دسترسی‌هایی جهانی. تردید داریم که بعضی از ایده‌هایی که در این دو عملکردهای جدید پدیدار خواهند شد شبیه به آنهایی باشند که در فرانسه می‌بینیم، در حالی که بقیه کاملاً متفاوت خواهند بود و بر قامت نیازهای ساختار اجتماعی متفاوتی دوخته شده‌اند.

گروه‌های YSB، هم در هند و هم در برزیل، تعهداتی دریافت کرده‌اند از مجموعه‌ای اتحاد یافته از بنگاه‌هایی که مشتاق‌اند ساختارهای تازه‌ی اقتصادی را تجربه کنند. پیوندهای استواری هم با دانشگاه‌های محلی برقرار کرده‌اند که پژوهش‌را پشتیبانی می‌کنند. تماشای شکل گرفتن این تجربه‌های تازه مفتون‌کننده خواهد بود. اقدامات مشابهی اکنون در ژاپن و استرالیا در حال ظهور هستند. عملکردها لازم نیست که محدود به کشورهای غنی یا کشورهای بزرگ باشند. می‌توان در کشورهای فقیر و کشورهای کوچک نیز ایجادشان کرد، به این صورت که متضمن شرکت‌هایی محلی و چندملیتی باشند که در آن کشورها فعالیت می‌کنند. سرانجام، قادر خواهیم بود درس‌هایی که از این کشورها آموخته‌ایم را به کار بیندیم تا برای طراحی عملکردهای کسب‌وکار اجتماعی در بسیاری از کشورهای دیگر در هر ناحیه‌ای از جهان کمک‌مان کنند.

### اقتصاد جدید و هدف فقر صفر

هم‌چنان که این مثال‌ها گواهی می‌دهد، کسب‌وکار اجتماعی به ما کمک می‌کند تا گذاری اقتصادی را به شکلی جهشی آغاز کنیم، و این برای اولین بار به افراد بشر فرصت می‌دهد تا جهانی بدون فقر بسازند.

من از این باور انرژی می‌گیرم که فقر را مردمان فقیر ایجاد نکرده‌اند. فقر، امری است مصنوعی که بر مردمانی تحمیل شده است که همان انرژی و استعدادی برای خلّاقیت را دارند که هر انسانی در هر جایگاه و در هر جایی از



جهان دارد. موضوع حذف فقر این است: برطرف کردن موانعی که مردمان فقیر در آزاد کردن خلاقیت‌شان برای حل مشکلات‌شان با آنها مواجه‌اند. آنان می‌توانند زندگی‌شان را تغییر بدهند، و فقط کافی است همان فرصت‌هایی که خودمان داریم را به آنان هم بدهیم.

در همه‌ی بخش‌ها، کسب‌وکارهای اجتماعی‌ای که به طرز خلاقانه‌ای طراحی شده باشند می‌توانند باعث شوند که این به سریع‌ترین شکل در همه‌ی بخش‌ها اتفاق بیفتد. همواره بر این اصرار دارم که فقر به جامعه‌ی متمدن تعلق ندارد. فقر فقط به موزه‌هایی تعلق دارد که فرزندان و نوه‌های ما به آن موزه‌ها خواهند رفت تا ببینند که مردمان ناچار به تحمل چه مصائب غیربشری‌ای بوده‌اند، و در آن موزه‌ها از خودشان خواهند پرسید چگونه اجدادشان اجازه داده‌اند که چنین شرایطی برای مدتی چنین طولانی پابرجا بماند.

نسلی که برمی‌آید، برای تضمین حذف فقر از این سیاره قدرت دارد. ما بر بردگی غلبه کرده‌ایم، بر آپارتاید غلبه کرده‌ایم، انسان را به ماه فرستاده‌ایم— و همه‌ی اینها دستاوردهایی‌اند که زمانی غیرممکن تلقی می‌شدند. می‌توانیم بر فقر غلبه کنیم، و فقط کافی است تصمیم بگیریم که در جهانی در آینده که می‌خواهیم بسازیم‌اش، جایی برای فقر نباشد. بر عهده‌ی ما است که تصمیم بگیریم که جهانی که برای زندگی انتخاب می‌کنیم، حاوی بلیه‌ی فقر نباشد— و سپس نظام اقتصادی تازه‌ای ایجاد کنیم که جهانی که انتخاب کرده‌ایم را ممکن کند.

## ۴

## بیکاریِ صفر: ما در جست و جوی شغل نیستیم، ما ایجادکننده‌ی شغل هستیم

بعد از رکود بزرگِ سال‌های ۲۰۰۹-۲۰۰۸، مردمان سراسر دنیا عمیقاً حس کرده‌اند که چیزی در نظام اقتصادی‌مان به شدت اشتباه است. بخشی از داستان، میزان بیکاری جوانان است که به طرز ویژه‌ای چشمگیر است. در اروپا، بیکاری در میان جوانان کمتر از بیست و پنج ساله ۱۸.۶ درصد است (در دسامبر ۲۰۱۶). در بعضی کشورها، از جمله یونان و اسپانیا و ایتالیا، این میزان بالای چهل درصد است.<sup>۱</sup> و در ایالات متحده، تعداد چشمگیری از جوانان دلسرد شده‌اند و دیگر خود را جزو نیروی کار اعلام نمی‌کنند، که این به آمار خوش‌بینانه‌تری از بیکاری منجر شده است که دامنه‌ی مشکل حقیقی را کمتر از آنچه هست نشان می‌دهد.<sup>۲</sup> به علاوه، تحقیق نشان می‌دهد که مشکل بیکاری جوانان موقتی نیست. جوانانی که سال‌های متعددی را بدون کار می‌گذرانند یا در مشاغل کم‌درآمدی کار می‌کنند که هیچ چشم‌اندازی از رشد در آنها نیست، در تمام عمرشان گرفتار تبعات این موضوع هستند. هر قدر هم که سخت کار کنند، نامحتمل است که هرگز به مسیر پرسرعت شغل‌هایی که حقوق خوب دارند و امنیتی مادام‌العمر فراهم می‌کنند و فرصت‌هایی برای نسل بعد ایجاد می‌کنند، راهی بیابند.

آفات بیکاری و نیمه‌بیکاری، به تعیین درآمد فرد در طول زندگی‌اش کمک می‌کنند، و دو عامل عمده در بالارفتن نابرابری اقتصادی‌ای هستند که -چنانکه گفتم- تهدیدی جدی برای آینده‌ی جهان است. اثر روانشناختی و اجتماعی‌اش

هم همان قدر حاد است. بیکاری یعنی به زباله‌دانی انداختن شخصی که کاملاً توانا است — و این شکل بسیار خشنی از مجازات است.

افراد بشر زاده می‌شوند که فعال و خلاق و پرانرژی و مشکل‌گشا باشند و همواره به دنبال راه‌هایی برای آزادساختن توانمندی‌های نامحدودشان باشند. چرا باید اجازه داد که کسی جریان خلاقیت یک شخص را قطع کند و مجال استفاده از توانایی‌های حیرت‌آورش را از او سلب کند؟ با این حال، امروز میلیون‌ها جوان را می‌بینم که در ایالات متحده و اروپا، به واسطه‌ی ناکامی گسترده‌ی نظام اقتصادی، به سمت بطالت ناخواسته رانده می‌شوند. نتیجه‌ی این امر، نسلی از جوانان است که زیر بار حس ناامیدی قرار گرفته‌اند.

در ملاقات‌هایم با جوانانی از سراسر جهان، با تعداد بی‌شماری از زنان و مردان پرانرژی و باهوش مواجه شده‌ام که محدودیت‌های اقتصاد امروز و سیاست‌های معیوب‌مان باعث شده احساس استیصال کنند. این افراد، خواه بیکار باشند یا نیمه‌بیکار، از عهده‌ی خریدن خانه یا تشکیل خانواده بر نمی‌آیند — چه برسد به اینکه بتوانند ده‌ها هزار دلار وام دانشجویی‌ای که بر عهده‌شان است را پرداخت کنند. در این فکرند که کجای کار را اشتباه کرده‌اند و چرا به نظر می‌رسد که جهان هیچ استفاده‌ای از استعدادهایشان نمی‌کند. جای تعجب نیست که اقتصاددانانی نظیر لودویک سویران اسپانیایی شکوه کرده‌اند که «یک نسل کامل دارد قربانی می‌شود».<sup>۳</sup>

چیزی که اوضاع را بدتر می‌کند این است که گرایش‌های جمعیت‌شناختی و اقتصادی هیچ نشانه‌ای بروز نمی‌دهند که قرار است این مشکل خودبه‌خود حل بشود. سازمان بین‌المللی کار (ILO<sup>۱</sup>) تخمین می‌زند که، به واسطه‌ی اضافه‌شدن تعداد جوانان، نیروی کار در دهه‌ی آینده در کل حدود ۴۰۰ میلیون نفر رشد خواهد کرد. این امر باعث تشدید چیزی خواهد شد که ILO آن را «چالش

01. International Labour Organization.

اضطراری» برای ایجاد ۴۰۰ میلیون شغل مؤلد در طول دهه‌ی آینده می‌نامد—۴۰ میلیون شغل در سال.

روندهایی از قبیل خودکارسازی و گسترش تکنولوژی رباتیک و پیشرفت‌های هوش مصنوعی، مشکل را بدتر کرده‌اند زیرا همه‌ی اینها این امکان را به شرکت‌ها می‌دهند که، بدون کاهشی در خروجی‌شان، کارگران را در بسیاری حوزه‌ها حذف کنند. اضافه بر این، طول عمر انسان‌ها بیشتر و زندگی‌شان سالم‌تر شده، و این یعنی که هم می‌خواهند و هم نیاز دارند که مدت طولانی‌تری برای امرار معاش کار کنند، و این امر بر صف تقاضای شغل فشار مضاعفی وارد می‌کند. محتمل به نظر می‌رسد که در سال‌های آتی، سیاستمداران و دولت‌ها بیشتر و بیشتر غرق در مسائل ایجاد شغل و اداره‌ی امور بیکاران بشوند. علت این مشکل چیست؟ برای رفع‌اش چه می‌توانیم بکنیم؟

### مشکل بیکاری—تشخیص غلط، درمان غلط

البته که جوانان امروز که درگیر یافتن شغل مناسبی هستند هیچ کار اشتباهی نکرده‌اند—درست همان‌طور که زنان فقیری در سراسر جهان که گرفتار فقر هستند هیچ کار اشتباهی نکرده‌اند. در هر دو مورد، آنچه باید مقصود دانسته بشود—و لازم است که تغییر کند—نظام اقتصادی‌ای است که طراحی کرده‌ایم و با اعتماد از آن پیروی کرده‌ایم.

این مشکل بیکاری را خودِ مردمان بیکار ایجاد نکرده‌اند. مشکل را چارچوب مفهومی‌مان ایجاد کرده است، چارچوبی که به طرز فاحشی معیوب است و این ایده را به‌زور در در مغز ما فرو کرده است که انسان‌ها زاده می‌شوند تا برای چند نفر سرمایه‌دار معدود کار کنند. چون، مطابق نظریه‌ی کنونی، این افراد معدودی که شغل ایجاد می‌کنند همان کسانی هستند که اقتصاد را به‌پیش می‌برند، تمام سیاست‌ها و نهادها برای آنان ساخته می‌شوند. اگر این افراد استخدام‌تان نکنند،

کارتان تمام است. این چه بدخوانی عجیبی است از سرنوشت بشری! چه توهین بزرگی است به انسان‌هایی که سرشارند از توانایی خلاقانه‌ی نامحدود!

نظام آموزشی ما بازتاب‌دهنده‌ی همین نظریه‌ی اقتصادی است. این نظام بر پایه‌ی این فرض ساخته شده است که دانشجویان باید سخت کار کنند و نمره‌های خوبی بگیرند تا بتوانند شغل‌های خوبی از بنگاه‌هایی بگیرند که فرض بر آن است که به پیش‌برندگان همه‌ی فعالیت‌های اقتصادی و پدیدآورنده‌ی تمامی رشدها هستند. دانشگاه‌های برتر به میزانی که فارغ‌التحصیلان‌شان در مراسم فارغ‌التحصیلی افتخار می‌کنند در حالی که نامه‌های شروع به کار را در جیب دارند.

کسانی که همه‌ی عمرشان یا بخشی از عمرشان را برای شرکتی کار کرده‌اند، هیچ اشتباهی نکرده‌اند. اما چیز کاملاً اشتباهی در نظام اقتصادی‌ای هست که وجود یک بدیل طبیعی و جذاب را کورکورانه نادیده می‌گیرد. به جوانان هرگز گفته نمی‌شود که همگی با دو انتخاب زاده می‌شوند، و همواره در طول عمرشان این دو انتخاب را دارند: می‌توانند در جست‌وجوی شغل یا ایجادکننده‌ی شغل باشند—می‌توانند شخصاً کارآفرین باشند، به جای آنکه شغلی را از کارآفرینان دیگر هدیه بگیرند.

به این علت که ما کم‌تر از آن هستیم که خرد نظریه‌پردازانمان را زیر سؤال ببریم، نمی‌توانیم صرفاً بنشینیم و تماشا کنیم که نسل کاملی از جوانان در شکاف‌های نظریه‌ی اقتصادی فرو بروند. باید نظریه‌مان را بازطراحی کنیم، از این طریق که، به جای آنکه به «دست نامرئی بازار» برای حل همه‌ی مشکلاتمان تکیه کنیم، توانایی نامحدود افراد بشر را به رسمیت بشناسیم. باید بیدار شویم و این حقیقت را دریابیم که «دست نامرئی»، نامرئی است به این علت که وجود ندارد—یا اگر که وجود دارد، به طرز نامرئی در خدمت ثروتمندان است.

در نظام جاری اقتصادی، بهترین راه‌حلی که نظریه‌پردازان اصولاً برای

بیکاری به ما ارائه داده‌اند ارتقاء رشد اقتصادی از طریق سرمایه‌گذاری در ساختن زیرساخت‌ها یا برنامه‌های وقت‌گیر دولت است، همراه با خیریه‌های دولتی که برای کاهش رنج نیازمندان طراحی شده‌اند. این سیاست‌ها می‌توانند راه‌حل‌های ناقصی برای مشکل تدارک ببینند، اما نمی‌توانند به موضوع حقیقی زیرین پردازند.

البته وقتی مردم به علت بیکاری آسیب می‌بینند، کمک دولت برای امداد به آنان لازم و مهم است. اما بلافاصله بعد از امداد، مسؤولیت بسیار بزرگ‌تر جامعه — و حکومتی که نماینده‌ی جامعه است — کمک به مردم برای گریز هرچه سریع‌تر از وابستگی به حکومت است. وابستگی، قدر انسان‌ها را می‌کاهد. رسالت ما در این سیاره این است که آن را برای همه، جای بهتری کنیم — و با یک طبقه‌ی فرودست وابسته که آزادی و استقلال‌ی ندارد تا زندگی را حقیقتاً شایسته‌ی زیستن کند، مدارا نکنیم.

فن‌آوری و روش‌شناسی مورد نیاز برای پایان دادن به بلای بیکاری را داریم. چیزی که فاقد آنیم، اراده و چهارچوب است.

### غلبه بر موانع کار

یکی از افسانه‌هایی که مشکل بیکاری را تشدید می‌کند این ایده است که برخی افراد از تولیدکردن ارزش اقتصادی ناتوان‌اند. فرض بر آن است که این افراد، ناکارایی یا عیب‌هایی دارند که آنان را بی‌ارزش و سزاوار می‌کند که مثل زباله دور انداخته شوند. این افسانه می‌گوید که اینان فقط شایسته‌ی دریافت اعانه‌های خیریه‌ها و دولت‌ها هستند.

برخی از مردم نیاز به کمک دارند تا بر موانعی غلبه کنند که انجام کار ارزشمند را دشوارتر می‌کند. برخی از مردم معلولیت‌های فیزیکی یا روانشناختی دارند و محتاج حمایت هستند — مثلاً محتاج وسایل یا ماشین‌هایی هستند که با

اوضاع و احوال‌شان وفق داده شده باشند، یا برنامه‌ی کاری‌ای که مناسب شرایط‌شان باشد. برخی کارگرانی که شغل‌هایشان به سبب خودکارسازی حذف شده است، نیاز به کمک دارند تا مهارت‌های تازه‌ای یاد بگیرند. هرگز نباید اجازه داد که مشکلاتی نظیر اینها، طبقه‌ی دائمی و بزرگی از مردمان بیکار ایجاد کنند نظیر آنچه در کشورهای در سراسر جهان می‌بینیم.

واقعیت این است که تقریباً همه‌ی افراد بشر کاملاً توانایی این را دارند که کار ارزشمندی انجام بدهند که ارزشی به جامعه بیفزاید همزمان با آنکه به خود آن افراد هم اجازه بدهد که خرج خود و خانواده‌هایشان را درآورند—به ویژه وقتی که از فشار برای تولید سود زیاد و روبه‌تزايد برای صاحبان شرکت‌ها رها باشند. امروزه کسب‌وکارهایی اجتماعی هستند که نشان می‌دهند که این امر درست است. یک مثال‌اش مؤسسه‌ی پناهگاه انسانی<sup>۱</sup> است که در دسامبر ۲۰۱۲ در فوکوئودای ژاپن تأسیس شد.

اولین بار در بازدید از دانشگاه کیوشو در ۲۰۱۲ بود که درباره‌ی پناهگاه انسانی شنیدم، وقتی که مسابقه‌ای در طراحی کسب‌وکارهای اجتماعی توسط مرکز پژوهش‌های کسب‌وکارهای اجتماعی یونس و شیکی<sup>۲</sup> در این دانشگاه برگزار می‌شد. یکی از نویدبخش‌ترین طرح‌ها را ایسائو سوئجیما عرضه کرده بود که در زندان در مقام افسرِ مسؤولِ مرخصیِ زندانیان کار می‌کرد. سوئجیما درگیرِ وضع بدِ زندانیانِ سابق بود که بعد از آزادی از زندان با موانعی جدی در یافتن شغل روبه‌رو هستند—موانعی که عمدتاً توسط خود جامعه ایجاد می‌شوند. بسیاری از این زندانیان سابق چون به واسطه‌ی ترس و پیشداوری از مشاغل عادی طرد می‌شوند، با استفاده از ارتباطاتی که در زمان زندانی‌بودن‌شان برقرار کرده‌اند به دنیای جرم‌وجنایت بازمی‌گردند. مثل بسیاری از کشورها، ژاپن هم باید با درصد

01. Human Harbour Corporation.

02. Yunus & Shiki

بالای زندانیان سابقه‌دار دست‌وپنجه نرم کند که بعد از ارتکاب جرم‌هایی جدید، کارشان دوباره به زندان می‌رسد؛ آمارها نشان می‌دهند که میزان بازگشت به جرم‌وجنایت در سطح کشور اخیراً از حدود ۳۰ درصد به بیش از ۴۶ درصد افزایش یافته است.<sup>۵</sup>

سوئجیما می‌خواست برای رسیدگی به این مشکل کسب‌وکاری اجتماعی ایجاد کند. با مشارکت یک زندانی سابق به نام آتسوشی تاکایاما، مؤسسه‌ی پناهگاه انسانی (HH) را بنیانگذاری کرد، که اولین کسب‌وکار اجتماعی یونس در ژاپن بود. HH به سراغ دو مشکل اجتماعی رفته است: زباله‌های صنعتی را جمع‌آوری و بازیافت می‌کند و از این رهگذر مشکل آلودگی و تخریب زیست‌محیطی را کاهش می‌دهد، و در این فرآیند افرادی را به کار می‌گمارد که به‌تازگی از زندان آزاد شده‌اند و فرض بر آن است که «قابل به‌کارگماشتن» نیستند.

طرح کسب‌وکار سوئجیما کارآمد بوده است. HH به سرعت خودکفا شد و به درآمد ۲.۴ میلیون دلار آمریکا در سال رسید و هدف‌اش درآمد ۳.۵ میلیون دلار آمریکا در ۲۰۱۷ است. این شرکت بیست‌وشش نفر را در سه محل—در فوکوئوکا، توکیو، و اوساکا—به‌کارگماشته است که نه نفرشان از زندانیان سابق‌اند. ایده‌ی پشتِ HH بدین ترتیب نقداً و به‌طور طبیعی توسعه و گسترش یافته است، و این به همان صورتی است که مفاهیم موفق کسب‌وکار همگی رو به موفقیت دارند.

شرکت‌هایی مثل HH، آشکار می‌کنند که این ایده که گروهی از مردم نمی‌توانند کار مفید انجام بدهند، افسانه‌ای است که باید کنار گذاشته شود. این ایده صرفاً یکی از آن ایده‌های قدیمی‌ای است که چونان مانعی بر سر راه نظام اقتصادی تازه‌ای عمل کرده است که در آن نظام، هر فردی از افراد بشر می‌تواند جایی بیابد.



### رفتن به سراغ بیکاری در بنگلادش: برنامه‌ی نوین (کارآفرینان جدید)

من سال‌ها درگیر مسأله‌ی همه‌گیر بیکاری در میان نسل دوم وام‌گیرندگان گرامین بوده‌ام. این نسل جدید، به مدرسه رفته است؛ بسیاری‌شان از تحصیلات عالی بهره‌مند شده‌اند. با این حال، چندین هزار نفرشان نتوانسته‌اند شغلی بیابند. نهایتاً، به سمت راه‌حل خودم پیش رفتم. راه‌حل من راه‌حلی عملی است برای مشکل بیکاری، که در را به روی فرصت‌های اقتصادی برای جوانان در بنگلادش می‌گشاید.

چنان که توضیح داده‌ام، بانک گرامین و نظام‌های مالی‌ای که با عنوان خرده‌وام شناخته می‌شوند، با تدبیر کوچکی در روستای جُبرا در ۱۹۷۶ آغاز شروع به کار کردند. از آن زمان، خرده‌وام رشد کرده و تبدیل شده است به جنبشی جهانی که به بیش از ۳۰۰ میلیون خانوادگی فقیر کمک کرده است که اوضاع و احوال اقتصادی‌شان را از طریق کارآفرینی ارتقاء بدهند.

از همان اول، بانک گرامین به موضوعاتی پایه‌ای در مورد فقرا توجه داشت، و به آگاه کردن آنان از روال‌های مهمی از قبیل نظافت ساده و مراقبت‌های بهداشتی درست. ما از انتخاب‌های درست سبک زندگی، نظیر عادت به پس‌انداز کردن، حمایت می‌کردیم به این صورت که این را برای وام‌گیرندگان گرامین آسان کرده بودیم که در حساب‌های پس‌انداز سپرده‌گذاری کنند.

در مورد نسل دوم خانواده‌های وام‌گیرندگان تمرکز شدیدی داشتیم. خانواده‌های گرامین را ترغیب می‌کردیم که از مکانی برای گردهم‌آیی که به خانه‌ی مرکزی معروف بود—کلبه‌ای که وام‌گیرندگان برای ملاقات‌های هفتگی‌شان در آنجا جمع می‌شدند—به‌عنوان مکانی برای آموزش فرزندان‌شان استفاده کنند. بسیاری از گروه‌های محلی وام‌گیرنده، حقوقی معمولی به دختری زنی محلی پرداخت می‌کردند (معمولاً حدود ۵۰۰ تاکا، معادل حدود شش دلار امریکا) تا

هر روز به کودکان پیش‌دستانی‌شان درس بدهند. این مرکزهای جدید تفریح و یادگیری در همسایگی، باعث آشنایی کودکان بیشمار با خواندن و نوشتن شده است و به خانواده‌هایی کمک کرده است که شاید هرگز یادگیری در کلاس درس را تجربه نمی‌کردند، تجربه‌ای که به آنان کمک می‌کند بر ترس‌شان از تحصیل غلبه کنند و در عوض به استقبال تحصیل بروند.

در پیمان‌نامه‌ی پایه‌ی وام‌گیرندگان—که به تصمیمات شانزده‌گانه معروف است—این تعهد را هم اضافه کرده‌ایم که همه‌ی بچه‌هایشان را به مدرسه بفرستند. هر روز و هر هفته، این تعهدات—از جمله تعهد شماره‌ی هفت که می‌گوید «ما فرزندانمان را آموزش خواهیم داد و تضمین می‌کنیم که درآمدی داشته باشند که بتوانند خرج تحصیل‌شان را بدهند»—در همه‌ی اجتماعات وام‌گیرندگان بانک گرامین به صورت آواز خوانده می‌شود. ما پویشی به‌راه انداخته‌ایم برای اینکه تضمین کنیم که ۱۰۰ درصد فرزندان خانواده‌های گرامین به مدرسه می‌روند—و این تلاشی است جسورانه در کشوری که بیشتر فرزندان خانواده‌های فقیر به مدرسه نمی‌روند—و هر سال به هزاران دانش‌آموز بورسیه‌ی تحصیلی دادیم تا ترغیب‌شان کنیم که تحصیل در مدرسه را ادامه بدهند و برای تحصیل بهتر رقابت کنند.

وقتی مدرسه‌ی ابتدایی را تمام کردند، ترغیب‌شان کردیم که به دبیرستان بروند. بیشترشان این کار را کردند. و وقتی دبیرستان را تمام کردند، با معرفی برنامه‌ی تازه‌ای برای وام‌های تحصیلی به منظور دسترس‌پذیر کردن تحصیلات عالی برای خانواده‌های فقیر روستایی، ترغیب‌شان کردیم که به کالج بروند. اکنون هزاران دانشجو از بانک گرامین وام تحصیلی دریافت کرده‌اند تا فارغ‌التحصیل پزشکی و مهندسی و حرفه‌های مختلف بشوند.

اما این دستاورد به مشکل جدیدی منجر شد. برای بیشتر فارغ‌التحصیلان، هیچ شغلی نیست. پس ما برنامه‌ی دیگری را به‌راه انداختیم. این برنامه با پویشی

شروع شد برای تغییر جهت دادن اذهان جوانان از مسیر سنتی به چنگ آوردن شغل به مسیر ایجادکردن شغل برای خودشان و دیگران از طریق کارآفرینی. فرزندان خانواده‌های گرامین را دعوت کردیم به تکرار ورد «ما جویندگان شغل نیستیم، ما ایجادکنندگان شغل هستیم». و برای اینکه کمک‌شان کنیم این باور را به واقعیت تبدیل کنند، برنامه‌ی جدیدی معرفی کردیم برای عرضه‌ی وام‌های برنامه‌ی کارآفرین جدید از بانک گرامین برای حمایت از تلاش‌هایشان در ایجاد کسب‌وکار. شروع کردیم به اینکه جوانانی که این مسیر را انتخاب می‌کنند را نویسن اوندیوکتا بخوانیم، که در زبان بنگالی ما به معنای «کارآفرینان جدید» است. وقتی برای اولین بار برنامه‌ی نویسن را در ۲۰۰۱ اعلام کردیم، حجم کسب‌وکارهای راه‌اندازی شده اندک بود. بسیاری از والدین گرامینی اگراه داشتند که بگذارند پسران یا دختران‌شان، در حالی که هنوز وام‌های تحصیلی پرداخت نشده‌ای دارند، وام‌های بیشتری بگیرند. به علاوه، برخی کارمندان بانک گرامین در دادن وام‌های تازه به آنان بسیار کند بودند به این علت که همین دغدغه را در مورد وام‌های پرداخت نشده داشتند.

برای کمک به چاره‌کردن این مشکل و برای ترغیب تعداد بیشتری از جوانان گرامینی به پذیراشدن کارآفرینی، این ایده به‌نظر رسید که، بیرون از ساختار بانک گرامین، صندوق‌هایی برای کسب‌وکار اجتماعی ایجاد کنیم که یگانه مسؤلیت‌اش حمایت مالی از کارآفرینان جدید باشد. برای کاشتن ایده‌های کارآفرینی در اذهان همه‌ی سهامداران و برای پالایش روش‌شناسی از طریق تعامل منظم با مردمانی از همه‌ی طبقات اجتماع، تصمیم گرفتیم تریبون آزادی ایجاد کنیم که کارآفرینان بالقوه‌ی جوان بتوانند طرح‌های کسب‌وکارشان را در آن عرضه کنند. امیدم این بود که وجود این تریبون، جوانان را ترغیب کند که با ایده‌هایشان در کسب‌وکار پا پیش بگذارند، و در عین حال کمکی باشد برای نشان دادن اینکه مفاهیم کسب‌وکار اجتماعی را چگونه می‌توان در مورد

چالش‌های ملموس اجتماعی و اقتصادی به کار بست.

در ژانویه ۲۰۱۳، مرکز یونس در داکا اولین کارگاه طراحی کسب‌وکار اجتماعی را سازماندهی کرد. با موفقیت این کارگاه، ترغیب شدیم که به طور ماهیانه کارگاه‌هایی در طراحی کسب‌وکار اجتماعی برگزار کنیم. این کارگاه‌ها مدیران تجاری و رهبران سمن‌ها و دانشگاهیان و دانشجویان و متخصصان این موضوع و نیز فعالان اجتماعی را به خود جذب کردند. شرکت‌کنندگان گاهی پیشنهاد می‌کردند که در پروژه‌های ارائه‌شده در کارگاه سرمایه‌گذاری کنند.

تا آوریل ۲۰۱۷، طرح‌های حدود شانزده هزار کارآفرین جدید برای کسب‌وکار تصویب شده‌اند و مشاوره و راهنمایی دریافت کرده‌اند و ۲۱ میلیون دلار امریکا از طریق صندوق‌های حمایت از کارگاه‌های طراحی کسب‌وکار اجتماعی سرمایه‌گذاری شده است. اگرچه کارگاه‌های همگانی طراحی هنوز ماهیانه برگزار می‌شوند، کارگاه‌های خانگی طراحی بسیار بیشتری هم برگزار می‌شوند تا هر ماه بیش از یک هزار طرح کسب‌وکار را به مرحله‌ی تصویب نهایی برسانند. تا پایان ۲۰۱۷، تعداد طرح‌های کسب‌وکاری که برای حمایت مالی تصویب می‌شوند شاید به دو هزار در ماه برسد. کیفیت بسیار بالایی را تا امروز در گزینش و رصدمان حفظ کرده‌ایم. اگرچه سعی می‌کنیم به‌آهستگی حرکت کنیم تا در مورد کیفیت مطمئن باشیم، انتظارمان این است که تا پایان ۲۰۱۷ به ۲۵,۰۰۰ پروژه‌ی تصویب‌شده برسیم با ۳۶ میلیون دلار امریکا که برایشان سرمایه‌گذاری شده باشد.

توجه کنید که صندوق‌ها و سرمایه‌گذارانی که برای کارآفرینان جدید سرمایه‌گذاری می‌کنند، کسب‌وکارهایی اجتماعی هستند؛ اما خود سرمایه‌گذاران جدید، کسب‌وکارهایی متعارف تأسیس می‌کنند که کارشان سودرسانی به صاحبان‌شان است. برای اینکه نسبت به انواع ایده‌های کسب‌وکاری که صندوق برنامه‌ی نوین از آنها حمایت می‌کند حس‌ی پیدا کنید، در اینجا شش پروژه‌ی

تصویب‌شده‌ی کارگاه طراحی در ماه می ۲۰۱۶ را می‌آورم:

- خیاطی میتالی — بیوه‌ای جوان به نام رومی مالک، مادرِ دو بچه، کمک‌هایی از صندوق دریافت کرد برای توسعه‌دادن کسب‌وکار خیاطی شوهر از دست‌رفته‌اش، هشت ماه بعد از مرگ شوهر.
- گلخانه‌ی پریوتو — سرمایه‌گذاری‌ای انجام شد برای کمک به رانجان چاندرا سوترادار، متخصص در تکثیر و پیوند گیاهان، که کسب‌وکار خودش در گلخانه را راه‌اندازی کند.
- خانه‌ی جمذانی‌اتی — موسامات پروین، بافنده‌ی ماهرِ جمذانی، که نوعی پارچه‌ی ظریف برای ساری است، کمک‌هایی از صندوق دریافت کرد تا شرکتِ مستقر در خانه‌اش را توسعه بدهد.
- سلیم پاکا شیلپو — اسما بیگم، که بعد از تحمل شکنجه‌های جسمی مجبور شده بود شوهرش را ترک کند، کمک‌هایی از صندوق دریافت کرد تا کسب‌وکاری برای تولید بادبزن‌های دستی ساخته‌شده از برگ نخل راه‌اندازی کند.
- آسیاب برنج تومپا — محمد روح‌الامین، تکنیسین باتجربه‌ی آسیاب برنج، کمک‌هایی از صندوق دریافت کرد تا کسب‌وکار خودش را در آسیاب برنج ایجاد کند.
- سالن آرایش بودهوئا — حسنا که آرایشگری تعلیم‌یافته است، کمک‌هایی دریافت کرد تا کسب‌وکارش را توسعه بدهد.

چنان که می‌بینید، اینها پروژه‌های غول‌آسایی نیستند، پروژه‌هایی نظیر آنچه بسیاری از برنامه‌های سنتی توسعه‌ی اقتصادی می‌پسندند — کارخانه‌های فولاد، کارگاه‌های الکترونیک، نیروگاه‌های برق‌آبی. بلکه اینها شرکت‌های کوچکی هستند که از پایین ساخته می‌شوند و جوانان محلی‌ای طراحی‌شان می‌کنند که نیازها و ترجیحات جامعه را درک می‌کنند، و هر کدام به کمکی در

محدوده‌ی ۱,۰۰۰ تا ۳,۰۰۰ دلار آمریکا احتیاج دارند. هر یک از این کسب‌وکارها فقط با خود شخص کارآفرین شروع خواهد شد، که، هم‌چنان که کارش توسعه می‌یابد، یک یا چند نفر دیگر را به‌عنوان دستیار استخدام می‌کند. اما هر کدام نماینده‌ی فرصتی است برای یک جوان که برای اولین بار طعم هیجان کارآفرینی و استقلال را بچشد، در عین حال که کالا یا خدمت مفیدی هم برای جامعه تدارک می‌بیند. کسب‌وکارهای کارآفرینانه‌ای نظیر اینها، وقتی که هزاران و نهایتاً میلیون‌ها بار تکثیر بشوند، می‌توانند به اقتصاد روستاهای بیشماری در مناطق دورافتاده‌ی بنگلادش روح تازه‌ای بدمند و چشم‌اندازها را برای جوانان مان تغییر بدهند.

مدتی طول کشید تا مرکز یونس نظام موفق کنونی مان برای اداره‌ی برنامه‌ی نوین را پیروراند. بین ژانویه و سپتامبر ۲۰۱۳، روش‌شناسی پایه، شکل‌های گزارش‌دهی، رصد روزانه‌ی نظام، روال‌های حسابداری، روال‌های شناسایی و ارزیابی و غیره را ایجاد کردیم. حالا تسهیلات مشترکی از قبیل نظام‌های اطلاعاتی رایانه‌ای‌شده، نرم‌افزارهای حسابداری و تسهیلات آموزشی در حال توسعه‌یافتن هستند. یک نحوه‌ی دقیق پیاده‌سازی دارد شکل می‌گیرد تا تضمین کند که کارآفرینان جدید به‌خوبی در امور اداره‌ی کسب‌وکار، حسابداری، گزارش‌دهی، و نیز دسترسی به خدمات پشتیبانی، جهت‌دهی می‌شوند و تعلیم می‌یابند.

در ابتدا، سازمان گرامین تله‌کام—عضوی از خانواده‌ی کسب‌وکارهای گرامین—سرمایه‌گذار اصلی‌ای بود که برای کارآفرینان جدید بودجه فراهم می‌کرد. حالا شرکت‌های گرامینی بیشتری، از جمله گرامین کایلان (شرکتی برای مراقبت‌های بهداشتی)، گرامین شاکتی ساماجیک بیبوشا (مختص ارتقاء کسب‌وکار)، و سازمان گرامین (مختص هم‌تاسازی بین‌المللی روش‌شناسی گرامین)، به این برنامه پیوسته‌اند. اینها با هم مجموعه‌ای از چهار صندوق

کسب و کار اجتماعی ایجاد کرده‌اند تا از برنامه‌های نوین خودشان حمایت کنند. به‌طور معمول، در هر کارگاه عمومی طراحی حدود ۱۵۰ نفر حضور می‌یابند (این کارگاه‌ها ماهیانه برگزار می‌شوند)، و در عین حال کسانی دیگر از بیش از سی کشور در این جلسات که از طریق اینترنت به صورت زنده پخش می‌شوند شرکت می‌کنند. شرکت‌کنندگان سؤال می‌کنند، راه‌هایی برای ارتقاء پروژه پیشنهاد می‌دهند، و موضوعاتی را مطرح می‌کنند که دیگران در آماده‌سازی پروژه از آنها غافل بوده‌اند.

خود کارگاه طراحی حقیقتاً نقطه‌ی اوج فرآیندی پرطول و تفصیل است که با شناسایی کارآفرین جدید بالقوه آغاز می‌شود. هر صندوق کسب و کار اجتماعی، در سطح روستا دفتری برای خود دارد با کارمندی که در جست‌وجوی کسانی هستند که مشتاق کارآفرینی‌اند، و با آنان از نزدیک ارتباط برقرار می‌کنند و به حل مشکلات‌شان کمک می‌کنند. این کارمندان، کارآفرینان آینده را در خانه‌هایشان ملاقات می‌کنند تا از رؤیاهایشان، از نگرانی‌هایشان، و از حمایت‌های خانواده‌شان مطلع بشوند. همین که سی تا چهل زن و مرد جوان شناسایی شوند و با آنان تماس گرفته شود، کارمندان روستا یک اردوی معارفه را سازماندهی خواهند کرد. در آنجا قواعد و روال‌های برنامه‌ی کارآفرین جدید را توضیح می‌دهند، از هر شرکت‌کننده دعوت می‌کنند تا ایده‌ی کسب و کارش را به اختصار توضیح بدهد، و بحث و ارزیابی مشترک هر ایده را هدایت می‌کنند. بعد از آن، مسؤولان اردو فهرست کوچکی از شرکت‌کنندگانی تهیه می‌کنند که به‌نظر این مسؤولان، احتمالاً می‌توانند کارآفرینان موفقی باشند — و این اولین گام در فرآیند انتخاب است.

آیا این یعنی که کسانی که موفق نشده‌اند نمره‌ی کافی بیاورند به بیکاری محکوم هستند؟ به هیچ وجه. ما سیاست اساسی مان را برای همه‌ی شرکت‌کنندگان توضیح می‌دهیم: هیچ‌کسی رد نمی‌شود و هیچ‌کسی رها نمی‌شود، حتی اگر

پروژه‌اش در ابتدا شکست بخورد. در تمام طول این فرآیند از این سیاست پیروی می‌کنیم. بنابراین به کسانی که بار اول برای برنامه انتخاب نشده‌اند اطمینان داده می‌شود که به اردوی بعدی دعوت خواهند شد. تا آن زمان، آنان می‌توانند خودشان را آماده کنند تا دفعه‌ی بعد پروژه‌شان را بهتر ارائه کنند.

کاندیداهای فهرست نهایی، به دور دوم تمرینات پروراندن پروژه می‌روند. کارآفرینان انتخاب‌شده در این دور، به داکا دعوت می‌شوند و در آنجا، با کمک کارمندان تعلیم‌دیده‌ی طرف سرمایه‌گذار، طرح‌های کسب‌وکارشان شکل نهایی می‌گیرند و ظاهری حرفه‌ای پیدا می‌کنند. خلاصه‌ی پروژه‌ها، برای ارائه‌ای پنج‌دقیقه‌ای در کارگاه طراحی، به انگلیسی تهیه می‌شوند.

معمولاً، بعد از فرآیند طولانی آماده‌سازی، داوران کارگاه‌های طراحی آماده‌اند که هر پروژه‌ای را تصویب کنند، گرچه بسیاری اوقات توصیه‌های خوبی می‌کنند و بعضی مسائل را گوشزد می‌کنند تا به پیاده‌سازی طرح کسب‌وکار در دنیای واقعی کمک کنند. در مواردی نادر، از کارآفرین خواسته می‌شود طرح‌اش را اصلاح کند تا بهتر شود و در کارگاه طراحی بعدی ارائه‌اش کند.

همین که پروژه‌ای تصویب بشود، فرآیند همیاری برای پیاده‌سازی پروژه آغاز می‌شود. سرمایه‌گذار و کارآفرین وارد دوره‌ای برای تعلیم‌دیدن و رصد کردن می‌شوند تا سفر مشترکِ موفق را شروع کنند. در کنار سرمایه‌گذاری، کارآفرین تازه‌کار در مورد اداره‌ی پروژه تعلیم می‌بیند و آموزش می‌یابد تا به او برای تضمین موفقیت کسب‌وکار تازه کمک بشود. این امری است بسیار طبیعی زیرا که سرمایه‌گذار، به لحاظ اجتماعی، قویاً علاقه‌مند است که این کسب‌وکار موفق بشود. پس درست همان‌طور که سرمایه‌گذارانِ خطرپذیر، مشاوره‌ها و راهنمایی‌هایی تدارک می‌بینند تا توانایی رشد کسب‌وکارهای مورد حمایت را پیشینه کنند، سرمایه‌گذاران ما در کسب‌وکارهای اجتماعی نیز برای شرکت‌های مورد حمایت‌شان کمک و راهنمایی عرضه می‌کنند.



در طول این دوره، هر موضوع نظارتی مربوط به کسب‌وکار پیشنهادشده به صورت انتقادی عرضه می‌شود و همه‌ی مدارک لازم تکمیل می‌شوند. تعلیمات مربوط به رصدکردن و حسابداری تکمیل می‌شوند.

سرانجام، سرمایه‌ی صندوق واریز می‌شود و چرخ کسب‌وکار به‌گردش درمی‌آید. نرم‌افزارهای حسابداری و رصد که توسط ارتباطات گرامین ایجاد شده‌اند (شرکتی در تکنولوژی اطلاعات که بخشی از خانواده‌ی کسب‌وکارهای گرامین است)، داده‌های کلیدی را به‌طور روزانه در مورد هر کسب‌وکار کارآفرین جدید گردآوری می‌کنند. همه‌ی این گزارش‌ها به یک سرور مرکزی می‌روند که کار رصد روزانه‌ی گزارش‌های همه‌ی کسب‌وکارها را انجام می‌دهد و داده‌ها را از طریق صفحاتی خوش‌دست به صندوق‌های سرمایه‌گذاری ارائه می‌کنند.

برنامه‌ی نوین قویاً مبتنی است بر این باور که هر کسی استعداد این را دارد که کارآفرین بشود—استعداد این را دارد که زندگی خودش را اداره کند و از طریق ایجاد کسب‌وکاری مبتنی بر خلاقیت فردی، سهمی در اقتصاد و در جامعه داشته باشد. ما، از طریق گردهم‌آوردن صندوق‌های کسب‌وکار اجتماعی و سرمایه‌گذاران و متخصصان طراح کسب‌وکار و کارآفرینان بالقوه‌ی جدیدی که نیاز به پول و حمایت دارند، درستی این باور را به‌اثبات می‌رسانیم—و به هزاران جوان کم‌درآمد کمک می‌کنیم که از بیکاری نجات یابند.

### از وام تا مشارکت در سهام: کلید ارتقاء کارآفرینی

وقتی که در سال‌های آغازین بانک گرامین ایده‌ی خرده‌وام برای زنان فقیر را تبلیغ می‌کردم، بسیاری از متخصصان در سراسر جهان اصرار داشتند بر اینکه این ایده شکست خواهد خورد به این علّت که کارآفرینی، کیفیتی نادر در میان مردمان است—و در میان مردمان فقیر حتی نادرتر و در میان زنان فقیر، به‌غایت نادر است. من عکس این موضع را اتخاذ کردم—این موضع را اتخاذ کردم که

همه‌ی افراد بشر بدون استثنا، مرد یا زن، روستایی یا شهری، غنی یا فقیر، کارآفرین هستند. برنامه‌ی نوین ریشه در همین باور قوی دارد.

یک تفاوت بزرگ بین خرده‌وام و برنامه‌ی نوین این است که دومی بر خرید سهام متمرکز می‌شود که نوعی مشارکت در سرمایه‌گذاری است تا ایجاد یک بدهی صرف. اجازه بدهید در اینجا کمی درنگ کنم و توضیح بدهم که سهام مالی در جهان کسب‌وکارهای اجتماعی چگونه عمل می‌کند.

در روایت کسب‌وکار اجتماعی از سرمایه‌ی خطرپذیر، سرمایه‌گذاران هیچ نفعی از سرمایه‌گذاری‌شان نمی‌برند. اما پول سرمایه‌گذاری‌شان را پس می‌گیرند، همراه با مبلغی که از آن با هزینه انتقال سهم یاد می‌کنیم، که برابر است با ۲۰ درصد سرمایه‌گذاری—و نه بیشتر. بنابراین در برنامه‌ی نوین، کارآفرینان مسؤؤل این هستند که پولی که دریافت کرده‌اند را، همراه با هزینه انتقال سهم، بازپرداخت کنند. وقتی این کار انجام بشود، مالکیت شرکت به کارآفرین منتقل می‌شود.

داشتن هزینه انتقال سهم به میزان ثابت ۲۰ درصد، از نیاز به برآورد ارزش سهم در زمان انتقال مالکیت جلوگیری می‌کند. با نگاه به موضوع از منظر دیگر، این حق‌الزحمه‌ی ۲۰ درصدی را می‌شود جبران متواضعانه‌ی همه‌ی آموزش‌ها و همیاری‌ها و خدمات مشاوره و خدمات حل مسأله و خدمات حسابداری‌ای دید که هر کسب‌وکاری از زمانی دریافت کرده است که کارآفرین جدید و سرمایه‌گذار شروع به همکاری کرده‌اند. این امر هم‌چنین برای پوشش دادن به هزینه‌های اداره‌ی خود صندوق کسب‌وکار اقتصادی، پولی تدارک می‌بیند. با این حق‌الزحمه، ما باور داریم که صندوق‌های کسب‌وکار اجتماعی مان قادر خواهند بود خرج خودشان را در مقام کسب‌وکارهایی خودکفا درآورند و هم‌چنان بتوانند کمک کنند تا جوانان بیکار به کارآفرین تبدیل شوند.

هزینه انتقال سهم همه‌ی اینها را با هزینه‌ی نسبتاً اندکی انجام می‌دهد. این

پول را اگر کارآفرین از بانکی در بنگلادش قرض گرفته بود، بهره‌ای که می‌بایست در یک دوره‌ی سه‌ساله‌ی بازپرداخت بپردازد، دست‌کم دو برابر این مقدار می‌شد. اگر دوره‌ی بازپرداخت طولانی‌تر می‌شد، نرخ بهره چندین برابر این می‌شد. در مجموع، گمان می‌کنم که دریافت هزینه انتقال سهم در زمانی که کارآفرین مالکیت کسب‌وکار را به دست می‌آورد، برای پوشش دادن به هزینه‌های مرتبط با تأمین مالی کسب‌وکاری جدید و خطرپذیر روش معقولی است.

من متقاعد شده‌ام که توان برنامه‌هایی نظیر برنامه‌ی نوپین عظیم است. این مفهوم، امکانی تدارک می‌بیند برای پرداختن به مسأله‌ی بیکاری جوانان—یا اصلاً هر نوعی از بیکاری—به شیوه‌ای که پایدار و قابل نسخه‌برداری است. این مفهوم، دستور کار را تغییر می‌دهد و از فرمول سنتی ایجاد شغل از طریق سرمایه‌گذاری‌ها یا تدابیر یکپارچه با هدف پیشینه‌سازی سود در پروژه‌هایی زیرساختی توسط دولت‌ها، به سمت تأمین مالی ساده و پایدار و مستقیم کسب‌وکارهایی که ایده‌هایشان از خود اشخاص بیکار است، می‌رود—تأمینی مالی که از طریق خرده‌سهم انجام می‌شود. در اینجا عمل ما مستقیماً خود شخصی را هدف می‌گیرد که مشکل‌اش باید حل بشود. راه حل مشکل دیگر صرفاً یک محصول جانبی پروژه‌ای نیست که برای مقصود متفاوتی طراحی شده باشد—یعنی محصول جانبی کسب‌وکاری نیست که برای پیشینه‌کردن سود کس دیگری ساخته شده باشد.

مثل بانک گرامین، برنامه‌ی نوپین هم روش‌شناسی مستحکمی را توسعه داده است. این روش‌شناسی را می‌توان در مورد هر کشور یا هر گوشه‌ای از هر شهری، هر روستا یا هر اجتماعی، به کار گرفت. خودکفا و متکی به خویش است. می‌تواند در هر جایی که بیکاری یا نیمه‌بیکاری وجود داشته باشد به کار گرفته شود، در شهرهای شلوغ یا در روستاهایی با جمعیتی قلیل، در اردوگاه‌های آوارگان یا در میان جوامع مهاجر، و نیز در کشورهای کم‌درآمد یا کشورهای

بسیار غنی. این روش کارآمد است به سبب اینکه بافت اصلی اش در همه جا یکی است — همه‌ی انسان‌ها کارآفرین زاده می‌شوند.

به کار بستن روش‌شناسی برنامه‌ی نوین نسبتاً آسان است: هم در مقیاسی بزرگ، آنچنان که ما در بنگلادش انجام می‌دهیم، و هم در کوچک‌ترین مقیاس قابل تصور — یک شخص بیکار در هر زمان. هر فردی که پولی برای سرمایه‌گذاری داشته باشد می‌تواند این روش‌شناسی را به کار بگیرد تا به سراغ مشکل بیکاری در جامعه‌ی مورد نظر خودش برود. صرفاً ایده‌ی کسب‌وکاری که یک کارآفرین بالقوه عرضه می‌کند را ارزیابی کنید؛ به او مشاوره بدهید و راهنمایی‌اش کنید و از او حمایت کنید تا شانس موفقیت کسب‌وکار نوپایش زیاد شود؛ و میزان مورد توافقی برای سرمایه‌گذاری در سهام تدارک ببینید که کارآفرین در خلال دوره‌ی مشخصی بازپرداخت کند. یک هزینه انتقال سهم باید در اینجا گنجانده شود تا انتقال مالکیت کسب‌وکار از سرمایه‌گذار به کارآفرین را رسمیت ببخشد.

در مواردی که یک فرد سرمایه‌گذار در کسب‌وکارهای اجتماعی بخواهد در دو یا سه پروژه‌ی کارآفرینی سرمایه‌گذاری کند، چه بر سر سهم سرمایه‌گذار می‌آید وقتی که کارآفرینان سرمایه را بازپرداخت کنند؟ سرمایه‌گذار کسب‌وکار اجتماعی، وقتی که پول اولیه‌اش را بازپس گرفته باشد، هر کاری که خواست می‌تواند با این پول بکند: می‌تواند پول را دوباره در کارآفرینی بعدی سرمایه‌گذاری کند، یا برای هر مقصودی که مایل باشد از آن استفاده کند.

فرد سرمایه‌گذار که پول‌اش را دوباره در کارآفرینی دیگری سرمایه‌گذاری می‌کند، توان بالقوه‌ی مدل اقتصادی جدید را به بیشترین مقدار ممکن به نمایش می‌گذارد. برخلاف دلارهای خیریه‌ها، دلارهای کسب‌وکارهای اجتماعی که بازسرمایه‌گذاری می‌شوند هرگز به اتمام نمی‌رسند. بلکه به کارکردشان ادامه می‌دهند و کمک می‌کنند که، پشت سر هم، اشخاصی از بیکاری بیرون کشیده

شوند، و صبح پایدار بیکاریِ صفر نزدیک‌تر بشود.

### از روستاهای بنگلادش تا خیابان‌های نیویورک: خرده‌وام به عنوان ابزاری برای ارتقاء کارآفرینی

حتی در ثروتمندترین کشورهای روی زمین، افراد زیادی گرفتار فقر یا گرفتار وضعیتی نزدیک به فقر هستند به این علت که مجبور شده‌اند که، به عنوان یگانه منبع درآمد، به فرصت‌های شغلی اتکا کنند. در کشورهای نظیر ایالات متحده، در مورد بسیاری از فشارهای اقتصادی—فشارهایی که به دمیدن در آتش موج فزاینده‌ی خشم و دلسردی و دشمنی کمک کردند و به انتخاب حیرت‌انگیز داندل ترامپ در انتخابات ۲۰۱۶ انجامید—رد پای این فشارها را می‌توان در این امر جست که مردم به دام نظامی افتاده‌اند که به کارفرمایان بزرگ اتکا می‌کند تا اقتصاد محلی را شکوفا نگه دارد. بدین ترتیب، وقتی که شرکت‌های بزرگ به آن سوی آب‌ها انتقال پیدا می‌کنند، یا کارخانه‌هایشان را خودکارسازی می‌کنند، یا به کلی تعطیل می‌شوند، تمام تشکل‌های آن جامعه ممکن است نابود شوند. و در حوزه‌هایی که اکثریت با افرادی از گروه‌هایی است که مورد بی‌مهری قرار گرفته‌اند و در آخرِ صفِ شغل هستند—گروه‌هایی نظیر مردمان رنگین‌پوست—بیکاری می‌تواند به مشکلی دائمی تبدیل شود، نسل‌هایی ملال‌آور در تلاش برای زندگی سراسر مصیبت و رنج.

من باور دارم که راه‌حل کارآفرینانه می‌تواند در کاهش این مشکل در ایالات متحده و در دیگر کشورهای ثروتمند نقش بزرگی ایفا کند، درست همان‌طور که در حال شروع ایفای چنین نقشی در بنگلادش است. برای اینکه شاهدهی برای این مدعا بیاورم، اشاره می‌کنم به موفقیت روبه‌رشد گرامین امریکا، بانکی که روش‌شناسی و فلسفه‌ی بانک گرامین را از بنگلادش به شهرهایی در سراسر امریکا آورده است.

در طول چندین دهه، کسانی از خود می‌پرسیدند که آیا خرده‌وام می‌تواند به مردم فقیر توانایی بدهد و آسیبی که معلول بیکاری است را در کشورهای ثروتمند کاهش بدهد. به همین دلیل است که دولت‌ها و رهبران تجاری سراسر دنیا بانک گرامین را بررسی کرده‌اند و به دنبال این هستند که از آن بیاموزند. اولین نسخه برداری از بانک گرامین در ایالات متحده در ۱۹۸۷ در آرکانزا انجام شد، که یکی از فقیرترین ایالات‌های کشور است. این چنین بود که من با هیلاری رادام کلینتن دوست شدم وقتی که بانوی اول آرکانزا بود، مدت‌ها پیش از آنکه در کاخ سفید ساکن بشود و در مقام سناتور و وزیر خارجه‌ی ایالات متحده خدمت کند. از آن زمان، علی‌رغم تجربه‌ی آرکانزا، بسیاری از افراد استدلال کرده‌اند که برنامه‌های به سبک گرامین نمی‌توانند در ایالات متحده دوام بیاورند زیرا مردم و اقتصاد آنجا با مردم و اقتصاد بنگلادش بسیار متفاوت‌اند. من پیوسته قویاً مخالف این استدلال بوده‌ام. کسانی به‌اصرار از من خواستند نظرهایم را عملاً از طریق برنامه‌ای در ایالات متحده به اثبات برسانم. نهایتاً در ۲۰۰۸ دل به دریا زدم. با حمایت مالی و مدیریتی ویدار یورگنسن، کارآفرین متعهدی از ماساچوستس، شرکت گرامین امریکا (GAI<sup>1</sup>) را راه‌اندازی کردیم و کار را با فقط یک شعبه در ناحیه‌ی ارتفاعات جکسن در منطقه‌ی کوئینز شهر نیویورک آغاز کردیم.

پاسخ، فوری و مثبت بود. بسیار از زنان محلی، با پیش‌زمینه‌های متنوع، هیجان داشتند که در مورد امکان دسترسی به وامی آگاه شوند که می‌توانست آنان را قادر کند کسب‌وکارهای خودشان را شروع کنند یا کسب‌وکارهای کوچکی که نقداً داشتند را توسعه بدهند. درست مثل بنگلادش، مبنای مشتریان GAI متشکل است از زنانی که نزد بانک‌های متعارف، هرگز صاحب اعتبار تلقی نمی‌شدند—زنانی فاقد وثیقه، بدون دارایی، بدون پس‌انداز، بدون توصیه‌نامه. همه‌ی آنچه داشتند یک ایده بود، با میلی نیرومند به کار سخت برای

01. Vidar Jorgensen, Grameen America, Inc.

به موفقیت رساندن آن ایده.

در چند ماه، شعبه‌ی GAI در ارتفاعات جکسن صدها عضو را (چنان که نامیده می‌شوند) جذب کرد. وقتی که موفقیت این برنامه شروع شد، سیل تقاضاهایی از شهرهایی در سراسر ایالات متحده به سمت دفتر GAI سرازیر شد که می‌خواستند GAI خدمات‌اش را به آن شهرها ببرد. اما، با دریافتن این نکته که صندوق‌هایی که برای شروع این برنامه‌ها لازم‌اند به‌آسانی در دسترس نیستند، رهبران GAI تصمیم گرفتند که به‌کندی حرکت کنند و قبل از راه‌اندازی هر شعبه‌ی جدیدی اطمینان یابند که بودجه‌ی کافی در اختیار دارند. این رهبران می‌خواستند از این امر نیز اطمینان یابند که در خطرِ بسط و توسعه‌ای با شتاب بیش‌ازحد نیستند، شتابی که می‌توانست باعث شود منابع انسانی و ظرفیت‌های مدیریتی‌شان زیاده‌ازحد به‌کار گرفته شوند و بسیار نحیف بشوند. آنان در این اندیشه بودند که محل‌هایی بیابند که احساس کنند نیاز واقعی است و پشتیبانی مالی محلی نیرومند است.

GAI هم‌اکنون تحت رهبری آندرتا یونگ است، که قبلاً رئیس و مدیر عاملِ اوون بوده است.<sup>۲</sup> کار متعهدانه‌ی او چارچوب سازمانی محکمی به GAI داده است که به لحاظ مالی پایدار است. تا ماه مارس ۲۰۱۷، GAI در نوزده شعبه در دوازده شهر فعالیت دارد، از جمله نیویورک؛ لس‌آنجلس؛ ایندیاناپولیس؛ اوماها، و شارلوت در کارولینای شمالی. اینها بیش از هشتادوشش هزار عضو دارند که همگی‌شان از زنان هستند و بسیاری‌شان از مهاجران غیرقانونی‌ای هستند که بسیاری اوقات وضعیت‌شان دسترسی به خدمات اجتماعی و مالی در جریان اصلی امور را برایشان دشوار می‌سازد. اعضای GAI در مجموع بیش از ۵۹۰ میلیون دلار امریکا وام دریافت کرده‌اند، و میزان بازپرداخت بیش از ۹۹ درصد را حفظ کرده‌اند.

سال آینده، GAI دهمین سالگردش را جشن خواهد گرفت، و پیش‌بینی می‌شود که در آن زمان بیش از یکصد هزار عضو داشته باشد و وام‌هایی که داده است در مجموع به بیش از یک میلیارد دلار برسد. یونگ امیدوار است که در دهه‌ی آینده، از طریق شبکه‌ای از بیش از ۱۰۰ شعبه، به یک میلیون وام‌گیرنده برسد. این امر محتاج حدود ۱.۵ میلیارد دلار وام و سهام است، که میزانی است که به آسانی می‌تواند فراهم شود اگر که GAI بتواند یک مجوز محدود بانکی کسب کند که به آن اجازه بدهد سپرده‌گذاری جذب کند، یا اگر یک صندوق کسب‌وکار اجتماعی برای جذب سرمایه تأسیس کند.

یکی از درس‌های اساسی GAI در این امر نهفته است که اصول کارکرد و نظام‌هایی که خرده‌وام را در جاهایی نظیر نیویورک و نبراسکا موفق می‌کنند، تقریباً خود همان‌هایی هستند که برای استفاده در روستاهای بنگلادش پرورانده‌ایم. به هر زنی فقط بعد از آن وام می‌دهیم که گروهی پنج‌نفره تشکیل بدهد یا به گروهی بپیوندد که در حال تشکیل است. زنان گروه، متقابلاً همدیگر را تشویق و حمایت و راهنمایی می‌کنند. پیش از دریافت وام، هر عضو باید یک ایده‌ی کسب‌وکار را، همراه با طرحی معقول برای اجرای موفقیت‌آمیز آن ایده، به کارمندان GAI ارائه کند. اعضا هم‌چنین متعهدند به اینکه فرزندان‌شان را به مدرسه بفرستند و مراقب سلامت و رفاه‌شان باشند و از جهات دیگر نیز راه را برای رسیدن‌شان به آینده‌ای بهتر هموار کنند. در همه‌ی این شیوه‌ها، فرمول خرده‌وام گرامین در ایالات متحده دقیقاً همان است که در بنگلادش بوده است. درک این موضوع اهمیت دارد که این‌طور نیست که سازمان‌هایی در سراسر جهان که سوارِ قطارِ خرده‌وام شده‌اند همگی از همان قواعد سازگار پیروی کرده باشند. بسیاری از سمن‌ها برنامه‌های خرده‌وامی راه‌اندازی کرده‌اند که اصولی که بانک گرامین را موفق و کارآمد ساخته است نادیده گرفته‌اند یا تغییرشان داده‌اند. فاحش‌ترین موردش این است که خرده‌وام را از کسب‌وکاری اجتماعی با هدف



کمک به فقرا (و، در مورد بانک گرامین، کسب‌وکاری اجتماعی که عملاً در مالکیت و تحت کنترل خود فقرا است) به دسیسه‌ای پول‌ساز تبدیل کرده‌اند که طراحی شده است برای ثروتمندتر کردن افرادی مرفه از طریق سودجویی از فقرا. یک نتیجه‌اش شرکت‌های به اصطلاح خرده‌وامی بوده است که بهره‌هایی به میزان ۸۰ درصد یا بیشتر می‌گیرند، چندبرابر بیشتر از حداکثر میزانی که بانک گرامین می‌گیرد. شیوه‌ی توجیه این شرکت‌ها برای این نرخ‌های گزاف این است که خطر بازپرداخت نشدن و چالش‌های دیگری را خاطر نشان می‌کنند که خدمت‌رسانی به فقرا با آنها مواجه است. اما بانک گرامین به همین چالش‌ها پرداخته است در عین حال که اطمینان می‌یابد که فقرا می‌توانند بیشتر پولی که از کسب‌وکارشان عایدشان می‌شوند را خودشان استفاده کنند، نه اینکه مجبور باشند به عنوان هزینه‌ی وام‌هایشان به بانک گرامین پردازند.

بعضی دیگر از سازمان‌های خرده‌وام، در مورد وثیقه برای وام اصرار دارند — دارایی‌ای که وام‌گیرندگان متعهد می‌شوند که ضمانت دین‌شان باشد. این روال، فقیرترین مردمان جهان را از رده خارج می‌کند، که اینان همان کسانی‌اند که من خرده‌وام را برای کمک به آنان طراحی کردم. در مواردی دیگر، شرکت‌هایی که محصولات مصرفی غیر ضروری می‌فروشند مردمان فقیر را به این صورت برای خرید آن محصولات و سوسه می‌کنند که از طریق برنامه‌هایی برای به اصطلاح خرده‌وام، کمک مالی ترتیب می‌دهند. این کاملاً برخلاف مقصود گرامین است. ما پول قرض می‌دهیم تا از سرمایه‌گذاری‌هایی برای تولید حمایت کنیم تا وام‌گیرندگان بتوانند دارایی‌هایی کسب کنند و خودشان و خانواده‌هایشان را از فقر بیرون بکشند. قرض کردن زیاد برای مصرف، نوعاً مردم را غرق در قرض و گرفتار زنجیرهای محکم فقر می‌کند — زنجیرهایی محکم‌تر از آنکه بتوانند خود را از آنها برهانند.

بر پایه‌ی همه‌ی این دلایل، من مصمم بر اینکه افرادی که می‌خواهند درک

کنند که خرده‌وام واقعاً چگونه عمل می‌کند، سازمان‌های گرامین (از جمله بانک گرامین در بنگلادش، GAI در ایالات متحده، و بسیاری دیگر در سراسر جهان) را بررسی کنند. من برنامه‌های خرده‌وامی را که برای پول‌سازی مالکانِ ثروتمندشان طراحی شده قویاً محکوم می‌کنم. آنها در حکم اعوجاج در مدلی هستند که ما برای کمک به فقرا برای غلبه بر فقر ایجاد کرده‌ایم، اعوجاجی که از مفهوم خرده‌وام سوء استفاده می‌کند و جهانیان را در مورد مقصودِ خرده‌وام دچار آشفتگی می‌کند.

شرایط اقتصادی و اجتماعی در بنگلادش و ایالات متحده البته بسیار متفاوت‌اند. و هم‌چنین‌اند بعضی از اوضاع و احوال فعالیت این دو برنامه در بازار. برای مثال، در بنگلادش، بانک گرامین در روستاهای دورافتاده کار می‌کند، جاهایی که بیشتر فقرای کشور در آنها متمرکزند. در ایالات متحده، فقر هم در مناطق دورافتاده و هم در نواحی شهری یافت می‌شود، اما شعبه‌های GAI تاکنون فقط در محل‌های درون شهری افتتاح شده‌اند. این به این معنا است که انواعی از کسب‌وکارهای اجتماعی که GAI به حمایت از آنها کمک می‌کند کسب‌وکارهایی هستند که برای موفقیت در بافت شهری طراحی می‌شوند و پایه‌ی خدمت‌رسانی‌شان مشتریان شهری است.

اضافه بر این، سرمایه‌گذاری لازم برای شروع کسب‌وکاری در ایالات متحده نوعاً بسیار بیشتر از چیزی است که در بنگلادش لازم است، و بنابراین متوسطِ اندازه‌ی وام‌ها بسیار بزرگ‌تر است. در بنگلادش، زنان بسیاری قادرند با وامی به ارزش فقط چهار تا پنجاه دلار کسب‌وکاری را شروع کنند—مبلغی که برای خرید یک چرخ خیاطی یا یک ماشین بافندگی یا محصولات ساده‌ای برای بازکردن مغازه‌ای کوچک در روستا کافی است. در ایالات متحده، وام‌های شروع به کارِ GAI نوعاً بین ۱,۰۰۰ و ۱,۵۰۰ دلار امریکا هستند. وقتی که عضوی وام‌اولیه‌اش را بازپرداخت کند و کسب‌وکارش را بسازد، برای وام‌های بیشتر، که

معمولاً مبالغشان بیشتر است، واجد شرایط می شود.

اینها چند مثال از کسب و کارهای موفق هستند که GAI از طریق وام‌هایی به پشتیبانی از آنها کمک کرده است:

- داماریس ام. در ۲۰۱۴ به GAI پیوست و از اولین وام‌اش که به مبلغ ۱,۵۰۰ دلار امریکا بود برای خرید تجهیزات رستوران جدیدش ساپورد می تیرا در بوستون استفاده کرد، که در آنجا غذاهای ویژه‌ای از حوزه‌ی کارائیب و امریکای جنوبی عرضه می کند. حالا، سه سال بعد از آن، او ششمین وام‌اش را گرفته است و کسب و کارش را با وام‌هایی در مجموع به مبلغ ۱۷,۰۰۰ دلار امریکا توسعه داده است. داماریس یک کارمند تمام وقت دارد و پسرش برایان در خریدهای روزافزون صبحگاهی به او کمک می کند و دخترش دایانا مسؤول ارسال غذا است.

- رینا ایچ.، مادر هفت فرزند، کارآفرینی را به عنوان روشی برای تأمین نیازهای فرزندان‌اش می بیند، و مثالی است از اینکه چگونه کار سخت به ثمر می نشیند. او در ۲۰۱۵ به GAI پیوست و ۱,۵۰۰ دلار امریکا وام گرفت تا برای بوتیک کوچک‌اش، که دگه‌ای است در شمال آستین در تکزاس، جنس و قفسه و جعبه‌ی جواهرات بخرد. رینا حالا سومین وام‌اش را دریافت کرده و تکنولوژی را به کار گرفته تا پرداخت‌های از طریق کارت اعتباری را هم دریافت کند، و امیدوار است که کارش را به دگه‌ی بزرگ‌تری توسعه بدهد که در مرکز آستین و نزدیک‌تر به مشتریان‌اش است.

- گریسی ان. پانزده سال بود که سالن آرایش خودش را داشت، اما فاقد منابع مورد نیاز برای توسعه دادن مغازه و پاسخگویی به افزایش تقاضا بود. او در ۲۰۱۶ به شعبه‌ی GAI در نیوارک نیوجرسی پیوست، و وامی به مبلغ ۱,۳۰۰ دلار امریکا دریافت کرد که از آن برای خرید رنگ مو و دیگر محصولات آرایشی استفاده کرد. یک حساب پس انداز بی هزینه هم باز کرده است و بخشی درآمدش را هر

هفته کنار می‌گذارد به این امید که به مصرفِ نوسازی مغازه‌اش برساند — نوسازی‌ای که مدتی است به تعویق افتاده.

ماجراهایی نظیر اینها نشانگر این امرِ واقع هستند که نظامی برای قرض دادن که برای افراد فقیر در روستاهای دورافتاده‌ی بنگلادش پرورانده‌ایم، به همان خوبی برای مردمِ محروم در خیابان‌های ایالات متحده هم عمل می‌کند. معلوم شده است که برای نسخه‌برداری از آن برنامه در امریکا، تغییرات مورد نیاز بسیار سطحی هستند. این امر به‌اثبات رسیده است که خصلت‌های بنیادیِ افراد بشر — از جمله، و مهم‌تر از همه، استعداد بالقوه‌شان برای کارآفرینی — در همه‌ی کشورها، و در همه‌ی گروه‌های نژادی، یکسان‌اند. این به من امید می‌دهد که شیوه‌ای برای رفع بیکاری که در یک محل موفق باشد، نهایتاً در همه‌جا موفق خواهد بود.

حالا که GAI جای پایش را محکم کرده است، قدم طبیعیِ بعدیِ طراحی یک برنامه نوین برای سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهایی است که جوانان کم‌درآمد امریکایی به‌راه می‌اندازند. در حال طرح‌ریزی برای چنین برنامه‌ای هستیم، و امیدوارم به‌زودی بتوانیم آن را به‌راه بیندازیم.

### **کارآفرینی، اقتصاد جدید، و هدف‌گذاری برای بیکاری صفر**

در نظر بسیاری از خوانندگان، احتمالاً داستانی که در این فصل گفته‌ام تناقض‌آمیز است. بسیاری از مردم، از جمله بسیاری از اقتصاددانان، ایالات متحده را پویاترین و نوآورترین کشورِ سرمایه‌دار در تاریخ تلقی می‌کنند — و بنابراین این کشور را مدلی برای اقتصاد کارآفرین می‌دانند. اما این تکیه‌گاه مستحکمِ پویایی بازار آزاد، مدت‌هاست که مبتلا به مشکلِ ظاهراً غلبه‌ناپذیرِ بیکاری است که میلیون‌ها نفر را محکوم به بطالت کرده است.

ماهیتِ علاج‌ناپذیرِ این مشکل، انگیزه‌ی اقتصاددانان برای ابداع مفهوم متناقض «اشتغال کامل» شده است. این اصلاً به معنای اشتغال کامل نیست بلکه در واقع به معنای میزان کمینه‌ای از بیکاری است—شاید ۴ یا ۵ درصد— که طوری با ابهام تعریف شده است که تعدادی میلیونی از مردم را به عنوان درصدی «قابل قبول» در تهِ هَرَمِ بیکاری باقی بگذارد. این اصطلاح، به جهان می‌گوید که نه فقط اشکالی ندارد که میلیون‌ها نفر را فاقد شغل رها کنیم، بلکه باید خوشحال باشیم که با چنین عدد کم‌اهمیتی سروکار داریم!

تجربه‌ی بانک گرامین این جسارت را به من داده است که این آموزه‌ی ناامیدکننده را به چالش بکشم. من دریافته‌ام که وقتی دروازه‌ی پول را به روی مردمانی که گرفتار بطلت شده‌اند بگشاییم، می‌توانیم آنان را از درماندگی‌هایشان نجات بدهیم. ذهن‌هایشان را می‌توان بیدار کرد. دیگر این‌طور نخواهد بود که به یا خیر کارفرما سرنوشت‌شان را تعیین کند. لازم نیست اسیر دست دیگران باشند. جالب است که به این نکته توجه کنیم که ایده‌ی من در مورد تبدیل کردن افراد بیکار به کارآفرین، در کشوری نشأت گرفته است که تا چهل سال پیش تقریباً به کلی کشور کشاورزان خُرد بوده است. حالا اصرار من بر این است که غرب کاملاً صنعتی، این ایده را برای حل مشکل بیکاری، و به‌ویژه بیکاری جوانان، دنبال کند. اگر این اتفاق رخ بدهد، با حالتِ معکوسِ الگوی متداولی مواجه خواهیم بود که ایده‌های نو ابتدا در غرب ابداع می‌شوند و به تدریج راه‌شان را به دنیای جنوب پیدا می‌کنند. امیدوارم که دوستان‌ام در کشورهای ثروتمند، در به‌کار بستن این ایده صرفاً به این علت که از کشور نامحتملی می‌آید، درنگ نکنند.

اگر بتوانیم بیکاری را به کارآفرینی تبدیل کنیم، میزانی از خلاقیت و استعداد و بازدهی بشر که آزاد می‌شود تقریباً فراتر از حد اندازه‌گیری است. حتی مهم‌تر از آن: می‌توانیم صدها میلیون‌ها نفر را از وابستگی به دولت‌ها نجات بدهیم، و

نجات‌شان بدهیم از آن احساس بدبختی‌ای که باعث رنج افراد بشر می‌شود وقتی که زیاد و بی‌استفاده تلقی شوند.

این امر آثار حیاتی متعددی بر فرآیند روبه‌تزايد تمرکز ثروت خواهد داشت. اولاً، هر خرده‌کارآفرینی جدیدی که به‌راه می‌اندازیم، خرده‌کانونی خواهد بود برای جمع‌آوری ثروت. مانع از این می‌شود که میزانی از ثروت که کارآفرینان گرد می‌آورند، به سمت ۱ یا ۲ یا ۵ درصد بالایی سرازیر شود. اندک‌اندک، مخازن جدیدی برای ثروت شکل خواهند گرفت که می‌توانند به ایجاد رفاه در جوامعی که ۱ درصد بالا هرگز به آنها پا نمی‌گذارند، کمک کنند.

ثانیاً، ۱ درصد بالا در خواهند یافت که افراد کمتری در خدمت‌شان هستند. همه‌ی خرده‌کارآفرینانی که مشغول کسب‌وکارهای خودشان خواهند بود دیگر در دسترس نیستند تا به عنوان اجیر آن ۱ درصد کار کنند. تا هر اندازه که این امر اتفاق بیفتد، تا همان اندازه جریان ثروت به سمت بالا کند خواهد شد.

ثالثاً، گسترش کارآفرینی زنان را قادر خواهد ساخت که مشارکت کامل‌تری در اقتصاد داشته باشند—و این مشکلی است هم در کشورهای در حال توسعه و هم در کشورهای ثروتمند جهان. در دنیای امروز که دنیایی است در جست‌وجوی شغل، زنان به‌شدت دچار محرومیت‌اند. بیشتر شغل‌ها برای آنان مناسب نیست. قواعد سفت‌وسخت محل کار، در تضاد با نقشی است که بسیاری از زنان مایل‌اند به‌عنوان مادر و ستون اصلی زندگی خانوادگی ایفا کنند. تلاش‌هایی که در نتیجه‌ی این تفکرات صورت گرفته است تا این قواعد را بیشتر با شرایط زنان تطبیق بدهند، فقط تا حدی موفق بوده‌اند. در نتیجه، میلیون‌ها زن احساس می‌کنند که گویی به بیرون از محل کار رانده می‌شوند، و جهان از خلّاقیت و مشارکت آنان محروم می‌شود.

در جهانی با کارآفرینی همگانی، زنان می‌توانند زندگی کاری‌شان را طوری تنظیم کنند که می‌خواهند—به این صورت که، با استفاده از تکنولوژی، وقتی

کار کنند که می‌خواهند و از هر جایی کار کنند که می‌خواهند. جنبه‌هایی از اقتصاد که بر مردان معلوم نیست، توسط زنان آشکار خواهند شد، و اشتغال تازه‌ی میلیون‌ها زن، بازدهی را به میزان زیادی بالا خواهد برد.

گسترش کارآفرینی، در نتیجه‌ی این تغییرات، رشد اقتصادی را شتاب خواهد بخشید. به جای اتکا بر چند اَبَرگرداننده‌ی اقتصاد برای به‌فعلیت درآوردن رشد اقتصادی و ایجاد شغل، رشد و ایجاد شغل توسط کارآفرینی همگانی تسریع می‌شود. سطح درآمد‌ها و مصرف‌ها را در میان مردم عادی بالا می‌برد و اقتصاد را از این رهگذر شدیداً بسط می‌دهد—بسیار بیش از آنی بسط می‌دهد که سعی کرده باشیم تعداد بیشتری کالای لوکس را به تعداد کمی از مردمان ثروتمندی بفروشیم که همین حالا هم صاحب چیزهایی هستند که بیشتر از نیازشان است. امید ما این است که در سال‌های آتی، نظام اقتصادی تازه‌ای که پایه‌گذاری می‌کنیم باعث شود که جریان فعلی هدایت‌نشده‌ی ثروت به سمت بالا، متوقف بشود یا حتی خودش را معکوس کند، و رؤیای جهانی مساوات طلب به‌واقعیت پیوندد. اتکای کنونی بر کمک‌های دولت‌محور بهزیستی یا خیریه‌های خصوصی جای خود را به نظام تازه‌ای خواهد داد که در آن هر کسی می‌تواند از فرصت‌های فراهم‌شده‌ی بازار آزاد بهره‌برد تا خرج خانواده‌ی خودش را درآورد و به‌علاوه در پیشرفت جامعه هم سهیم باشد.

شاید به‌نظر برسد که این هدفی غیرممکن است. اما حالا می‌توانیم دریابیم که این‌طور نیست. فقط برخوردار نبودن ما از درک صحیح ظرفیت‌های بشری است که سد راه دستیابی به این هدف می‌شود.

با نگاه به موضوع از پشت این عینک، مشکل شناسایی‌شده‌ی ILO که عبارت باشد از یافتن کار برای ۴۰ میلیون نفر در هر سال، به شکل بسیار متفاوتی پدیدار خواهد شد. به جای اینکه موضوع را این‌طور ببینیم که ۴۰ میلیون جوان در صف انتظار هستند تا فرم‌های کاریابی را پر کنند، من ۴۰ میلیون کارآفرین جدید

می‌بینیم که وارد بازار جهانی می‌شوند، کسب‌وکارهای تازه ایجاد می‌کنند، مشکلات را حل می‌کنند، به جوامع جان‌تازه می‌دهند و شکل‌شان را تغییر می‌دهند، و کمک بزرگی به اقتصاد می‌کنند. به مرور زمان، چشم‌اندازهایی از کمبود نیروی کار می‌بینم و نه وفور آن. افراد جوان و پیر، زنان، افراد با معلولیت — همگی با استعدادهای خلاقانه و شگفتی‌سازی‌های کارآفرینانه، به بازار کار سرازیر خواهند شد. اداره‌های کاریابی، دیگر بابت پیدا کردنِ شغل برای افراد پولی نخواهند گرفت، بلکه با این چالش مواجه خواهند شد که سعی کنند مردم را مجاب کنند که متمایل به کار کردن برای دیگران بشوند.

همه‌ی آنچه لازم است انجام بدهیم تغییر نظام اقتصادی است — که با به‌چالش کشیدنِ تفکرِ مرسومِ آغاز خواهد شد که در حال حاضر این نظام را تحت کنترل دارد.



## سر جمع صفرِ کرین: ایجاد اقتصادِ با امکانِ تداوم

احتمالاً دلیل اینکه چرا من در مورد مشکلات فقر و بیکاری عمیقاً علاقه و دغدغه پیدا کرده‌ام، واضح است؛ من همه‌ی عمرم را در بنگلادش زندگی کرده‌ام که تا همین چند وقت پیش یکی از فقیرترین کشورهای جهان بود. دلایل‌ام برای اینکه به همین اندازه دغدغه‌ی محیط زیست در دنیا را داشته باشم شاید چندان واضح نباشند. اما بنگلادش به لحاظ زیست‌محیطی نیز یکی از آسیب‌پذیرترین کشورهای روی زمین است. از جهات بسیاری، بنگلادش نقطه‌ی صفرِ اثرات مخربِ تغییرات اقلیمی است.

اگر شما هم مثل بیشتر امریکایی‌ها باشید، شاید پیدا کردن بنگلادش روی نقشه‌ی جهان برایتان سخت باشد. کشوری کوچک است در شمال شرقی آسیای جنوبی، که بخش‌های بزرگی از آن را دو همسایه‌ی غول‌پیکری احاطه کرده‌اند که از نظر آلودگی و ثروت و قدرت سریعاً در حال رشد هستند—چین و هند. اما بنگلادش اگرچه کشور کوچکی است، یکی از بزرگ‌ترین جمعیت‌ها را در جهان دارد. در واقع، با ۱۶۵ میلیون نفوس، نهمین کشور پرجمعیت روی زمین است. این امر، در کنار وسعت کم بنگلادش—که با ۱۴۳,۰۰۰ کیلومتر مربع، ناحیه‌ای است اندکی کوچک‌تر از ایالت آیوای آمریکا—بنگلادش را به لحاظ جمعیتی یکی از متراکم‌ترین کشورهای جهان می‌سازد. اگر تراکم جمعیت در ایالات متحده به اندازه‌ی بنگلادش بود، همه‌ی جمعیت سیاره‌مان را شامل می‌شد.

تراکم جمعیت ما یکی از دلایل آسیب‌پذیری زیست‌محیطی مان است. در تلاش ناامیدکننده‌ای برای رشد اقتصادی، برای حمایت از جمعیت زیادمان، منابع غنی طبیعی بنگلادش نابود شده‌اند. قسمت‌های وسیعی از نواحی روستایی مان که زمانی سرسبز بودند، حالا برای تولید چوب و الوار، برای ساختن خانه و مبلمان و ساختن کاغذ و کالاهای دیگر، جنگل‌زدایی شده‌اند. صنایعی که به سرعت در حال رشد هستند بدون آنکه به شکلی جدی به مقررات زیست‌محیطی عمل کنند، سهمی جدی در مشکلات آلودگی هوا و آب داشته‌اند. اتکا به اجاق‌های هیزم‌سوز و زغال‌سوز برای گرمایش و پخت‌وپز—حتی در درون خانه‌هایی که وضع تهویه‌شان بد است—به هزاران مورد بیماری ریوی و امراض مربوط منجر شده است.

به بعضی از این مشکلات زیست‌محیطی می‌توان با تغییرات سیاسی و تکنولوژیک در خود بنگلادش رسیدگی کرد. اما حتی در هنگامی که بنگلادش برای پرداختن به این چالش‌ها تلاش می‌کند، حالا مشکل زیست‌محیطی بزرگ‌تری که بنگلادش تقریباً هیچ اثری نمی‌تواند بر آن بگذارد، تهدیدی است برای نابودی قسمت‌های وسیعی از کشور ما.

بنگلادش، در مقام کشوری کم‌ارتفاع با تراکم بالای جمعیت، که ده‌ها میلیون نفر از افرادش در دلتای وسیع مصب رود گنگ یا در نزدیکی آن هستند، مدت‌ها است که در معرض سیل‌های مخربی است که گاه‌به‌گاه شهرهای بزرگی را زیر آب می‌برد و مزارع و روستاهای بیشماری را از بین می‌برد و میلیون‌ها نفر را وادار به فرار می‌کند. این سیل‌ها یکی از دلایل فقر مداوم کشورند. وقتی کشاورزان مکرراً مجبور بشوند که—بعد از آنکه هر چند سال یک بار محو شدند—از نو شروع کنند، به‌سختی ممکن است پول لازم برای ساختن آینده‌ای امن را جمع کرد.

کشور ما حالا به طرز ویژه‌ای در معرض آثار تغییرات اقلیمی است.

متخصصان زیست‌محیطی می‌گویند که استفاده از سوخت‌های فسیلی در سراسر جهان و گازهای حاصل از آنها که در جو محبوس می‌شوند، به ذوب‌شدن یخ‌پهنه‌های سیاره‌ی ما کمک می‌کنند و این امر تهدید افزایش سطح آب دریاها به میزان بیش از یک متر تا پایان قرن بیست‌ویکم را به همراه دارد. و گرچه بنگلادش خودش فقط مسؤل تولید ۰.۳ درصد از کربن انتشار یافته‌ای در جو است که باعث تغییرات جوی می‌شوند، کشور ما و مردم‌اش جزو اولین قربانیان هستند. مطابق گزارش عتیق رحمان، متخصص امور اقلیمی و مدیر اجرایی مرکز مطالعات عالی بنگلادش، محتمل است که تا سال ۲۰۵۰ افزایش سطح آب دریاها حدود ۱۷ درصد از بنگلادش را به شکلی دائمی زیر آب ببرد و ۱۸ میلیون نفر را وادار به فرار کند.<sup>۱</sup> و این تازه مرحله‌ی اول فاجعه است، مگر آنکه جهان گام‌هایی جدی در جهت معکوس ساختن این فرآیند بردارد.

به همه‌ی این دلایل، مردم بنگلادش به دیگر مردم در فقیرترین کشورهای جهان پیوسته‌اند و عمیقاً متعهد شده‌اند به اصلاح روال‌های زیست‌محیطی‌ای که نوع بشر را به آستانه‌ی فاجعه رسانده است. برای خلاصه‌گویی، هدف را تحت عنوان سرجمع صفر کربن ذکر می‌کنم. علاوه بر حذف همه‌ی شکل‌های آلودگی زیست‌محیطی، بزرگ‌ترین هدف ما باید کاهش آن انواعی از انتشار کربن باشد که باعث ایجاد تغییرات اقلیمی می‌شوند— و نیز کاستن از آثار انتشار گازهایی که نمی‌توانیم از طریق فعالیت‌های جاذب کربن (نظیر کاشت درخت) حذف‌شان کنیم. چون مصرف انرژی عاملی است اساسی در همه‌ی فعالیت‌های اقتصادی، من سرجمع صفر کربن را راه مناسبی برای صحبت از کل حوزه‌ی از تغییرات اقلیمی می‌یابم که چارچوب تازه‌ی اقتصادی ما باید به آنها پردازد.

بعضی از مردم در کشورهای ثروتمند جهان از فهمیدن اینکه مردم در کشورهای نظیر بنگلادش و چین و هند این قدر در مورد نجات سیاره‌مان جدی هستند، شگفت‌زده می‌شوند. شاید این طور فرض کنند که آن کسانی از ما، در

کشورهای در حال توسعه، که مشتاقانه در پی رشد اقتصادی هستیم باید کمابیش در مورد مشکلات زیست محیطی بی‌دغدغه باشیم. هر چه باشد، رویکرد قدرت‌های اقتصادی بزرگ امروز در دوران رشد سریع خودشان این‌گونه بوده است. در دوران انقلاب صنعتی قرن‌های هجدهم و نوزدهم و بسط مداوم مکانیزه‌شدن و گسترش شهرنشینی در طول قرن بیستم، کشورهای بسیاری در اروپا و در امریکای شمالی به آسیب‌های زیست محیطی ای که ایجاد می‌کردند نسبتاً کم‌توجه بودند. جنگل‌ها از بین می‌رفت، مقادیر عظیمی از زغال و نفت سوزانده می‌شد، زمین‌های طبیعی متنوعی به زیر کشت محصول واحدی می‌رفت، ذخایر ماهی رو به تمامی و منابع بزرگ دیگری بر باد می‌رفت.

حالا، با تأخیر، مردم قدرت‌های بزرگ صنعتی در حال تلاش برای جبران صدمات وارده‌اند. شاید قابل درک باشد که فرض کنند که کشورهایی که امروز در حال توسعه هستند—کشورهایی نظیر چین، هند، برزیل، اندونزی، و ویتنام—بدون هیچ قید و ملاحظه و بدون هیچ توجهی به عواقب زیست محیطی، همان مسیر رشد اقتصادی را طی خواهند کرد. در غرب حتی برخی از از کسانی که می‌خواهند از تلاش متعهدانه و اختصاص بودجه برای حفاظت از محیط زیست اجتناب کنند، این را به عنوان عذری برای بی‌عملی خودشان به کار گرفته‌اند. می‌گویند که «ما می‌توانیم میلیاردها دلار صرف پاکیزه‌سازی صنایع‌مان کنیم. اما این کار چه فایده‌ای دارد وقتی که می‌دانیم چین و هند هرگز چنین نخواهند کرد؟ و هم‌چنان که کشورهای فقیرتر جهان رشدشان را ادامه می‌دهند، ما در غرب هر کاری هم که بکنیم آلودگی در دنیا قطعاً بدتر خواهد شد».

این فرضی است غلط، مبتنی بر این باور اشتباه که بین رشد اقتصادی و حفاظت از محیط زیست تعارضی ذاتی وجود دارد. اما کاملاً ممکن است که اقتصاد رشد کند، اجتماعات و جوامعی را کاملاً از فقر بیرون بکشد، و در عین حال از محیط زیست هم محافظت کند. تکنولوژی‌های مدرن، نیل به این هدف

را از گذشته آسان‌تر می‌کنند. در توسعه‌ی منابع تجدیدشونده و پایدار انرژی، سامانه‌هایی برای تولید و انتقال کالا که کمتر از قبل آلودگی ایجاد می‌کنند، و روش‌هایی برای کشاورزی و ماهیگیری و کار در معادن و دیگر شکل‌های استخراج منابع که محیط زیست را تخریب نمی‌کنند—دانشمندان و مهندسان به پیشرفت‌های عظیمی در همه‌ی این امور دست یافته‌اند.

به لطف این پیشرفت‌های بزرگ، کشورهایی که امروزه در حال توسعه هستند برای بهره‌مندی از رشدِ پاکیزه فرصت‌های بهتری از کشورهایی که قبلاً صنعتی شده‌اند، دارند. محدود و منحصر به تکنولوژی‌های سنتّ قدیم نیستند—صدها نیروگاه برق که سوخت‌های فسیلی مصرف می‌کردند، شبکه‌های ارتباطی سیمی که محتاج بودجه‌هایی برای نگهداری بودند، و ناوگان‌های قدیمی اتومبیل و کامیون و هواپیما که سوخت را هدر می‌دادند. این بدین معنا است که کشورهای در حال توسعه می‌توانند مستقیماً بروند به سراغ تکنولوژی‌های کارآمدتر و پاکیزه‌تری که دانش نوین دسترس پذیرشان ساخته است. دلیلی وجود ندارد که ما در کشورهای در حال توسعه لزوماً دوره‌ای از آلودگی و تخریب فراگیر زیست‌محیطی را برای رشد اقتصادی تحمل کنیم. در واقع بزرگ‌ترین کشورهای در حال توسعه‌ی جهان، چین و هند، به توافق پاریس (که در فصل ۲ درباره‌اش صحبت کردم) پیوسته‌اند و قدم‌هایی جدی برای اجرای مفادش برمی‌دارند.

متأسفانه سابقه‌ی زیست‌محیطی بنگلادش اصلاً بی‌نقص نیست. امروزه، با اینکه مردم بنگلادش از جهان کمک می‌گیرند تا فروشایی زیست‌محیطی‌ای را که شدیداً به کشور آسیب می‌رساند متوقف کنند، دولت بنگلادش در حال پیش‌بردن دو پروژه‌ی تهدیدکننده‌ی محیط زیست است.

یکی از اینها یک نیروگاه سوخت زغالی ۱,۳۲۰ مگاواتی واقع در رمپال در جنوب بنگلادش است، بسیار نزدیک به ساندریانس، که بزرگ‌ترین جنگل حرا در جهان است. این پروژه تهدیدکننده‌ی این جنگل است، جنگلی که یونسکو آن

را یکی از مکان‌های میراث جهانی اعلام کرده است.

اعتراض‌های عمومی بر ضد این پروژه برپا شده است و طرفداران محیط زیست، از داخل و خارج کشور، استدلال‌های متقاعدکننده‌ای ارائه کرده‌اند. اما دولت کارش را بدون توجه به این صداها، دغدغه‌مند انجام می‌دهد. بنگلادش به انرژی نیاز دارد، اما این انرژی نباید به قیمت زندگی افراد و صدمه به گذران زندگی‌شان به دست بیاید. با اصرار بر انجام این پروژه، بنگلادش پیام‌های بسیار غلطی به جهان می‌فرستد—پیام‌هایی حاکی از اینکه در مسائل داخلی دغدغه‌ی موضوعات زیست‌محیطی را ندارد و، به قیمت از بین رفتن محیط زیست، به دنبال نفع فوری اقتصادی است. این پیام‌ها حمایت از بنگلادش را کاهش خواهند داد—حمایتی که کشور به آنها نیاز دارد تا بر مشکلات پرشتابی غلبه کند که از گرمایش جهانی ناشی می‌شوند.

پروژه‌ی دوم، یک پروژه‌ی نیروگاه هسته‌ای است که برای تولید ۲,۰۰۰ مگاوات الکتریسیته طراحی شده است. من از زمان فاجعه‌ی چرنوبیل در سال ۱۹۸۶، همه‌جا با برق هسته‌ای مخالفت کرده‌ام و مخالفت‌ام بعد از حادثه‌ی نیروگاه‌های هسته‌ای ژاپن در فوکویاما در سال ۲۰۱۱ تشدید شد. هر دوی این وقایع، زنگ خطرهایی بلندی بودند. هر نیروگاه هسته‌ای مستعد است که در طول نسل‌ها باعث ویرانی گسترده‌ای از حیث جان انسان‌ها و بدبختی آنان بشود. نیروگاه‌های هسته‌ای در معرض فاجعه‌هایی طبیعی نظیر زلزله و سیل، و نیز در معرض خطاهای بشری و قصورها و خطرهای مربوط به خرابکاری و حملات تروریستی و یورش‌های دشمن هستند.

بنگلادش و نواحی همسایه‌ی آن پرتراکم‌ترین جمعیت‌های جهان را دارند. نمی‌توانم تصور کنم که چرا باید، درست در وسط متمرکزترین جمعیت بشری در سیاره‌مان، چیزی بکاریم که استعداد تخریب بسیار گسترده‌ای دارد.

بنگلادش کشوری است دچار کمبود شدید انرژی. رشد اقتصادی کشور، که

سبب نیاز بیشتر به انرژی شده است، دلیل خوبی فراهم می‌کند تا بنگلادش برای ارائه‌ی راه‌حلی مبتنی بر انرژی‌های پاکیزه به جهان فشار بیاورد تا تدابیری جهانی بیندیشد. این راه‌حل‌ها وجود دارند. یکی از آنها محتاج همکاری همسایگان است. ظرفیت عظیم نپال برای تولید برق آبی را می‌توان به آسانی برای این مقصود به کار گرفت—و این راه‌حلی است که به بنگلادش کمک خواهد کرد به مسیر جنبش زیست‌محیطی سبز بازگردد و رهبری‌اش را به عهده بگیرد.

جامعه‌ی بین‌المللیِ فعالانِ حوزه‌ی تغییرات اقلیمی می‌تواند نقش برانگیزاننده‌ای در پرداختن به مشکلات انرژی بنگلادش ایفا کند. این مشکلات، فرصت بزرگی را برای این جامعه‌ی جهانی ایجاد می‌کنند تا، از طریق ارائه‌ی امکاناتِ تکنولوژیکِ روز برای تولید انرژی سبز به شیوه‌ای که به لحاظ هزینه هم صرفه باشد، و نیز با کمک در تأمین بودجه‌ی چنین پروژه‌هایی، همبستگی خود را با این کشور دچار تغییرات اقلیمی نشان بدهند. در نتیجه‌ی چنین اقداماتی، بنگلادش احساس نخواهد کرد که مجبور است به انرژی کثیف بازگردد، و نمونه‌ی مهمی خواهیم داشت برای کشورهای دیگری که با همین مشکل روبه‌رو هستند. من باور دارم که هنوز برای جهان فرصت هست تا با این امکانات پا پیش بگذارد تا بنگلادش مجبور نباشد مسیرهای خود ویرانگر برق زغالی یا اتمی را انتخاب کند.

امر واقع این است که بین این سه هدف بزرگی که برای مدل اقتصادی جدیدمان قرار داده‌ام هیچ تعارضی وجود ندارد. برایمان ممکن است که به دنبال فقرِ صفر و بیکاری صفر باشیم، و در عین حال به دنبال سرجمع صفرِ کرین هم باشیم. در واقع، مهم است که هر سه هدف را دنبال کنیم، به این سبب که اینها مکمل و پشتیبان همدیگرند. اگر به شیوه‌هایی در تعقیب رشد اقتصادی باشیم که محیط زیست را تخریب می‌کنند، نهایتاً مجبور خواهیم بود با خساراتی به سیاره‌مان، و خساراتی به منابعی که همه‌ی حیات در نهایت به آنها بستگی دارند،

مواجه بشویم — مواجهه‌ای که چندین تریلیون دلار هزینه خواهد داشت. رشد کثیف رشدی ناپایدار است — نه فقط از حیث محیط زیست، بلکه هم چنین از حیث ملاحظات عملی اقتصادی.

به‌علاوه، تاریخ نشان می‌دهد که وقتی سیاست‌هایی را تعقیب کنیم که به لحاظ زیست‌محیطی مخرب‌اند، فقرا بیش از همه رنج می‌برند. در درون جهان توسعه‌یافته، گرایش در سیاستمداران و سیاستگذاران و رهبران کسب‌وکار هست برای انتخاب‌هایی که صنایع و تجهیزات آلوده‌کننده و خطرناک و مخرب و سمی و ویرانگر را در جاهایی قرار بدهند که مردمان فقیر زندگی می‌کنند. در مقیاس جهانی، شرکت‌های بین‌المللی برایشان ارزان و آسان است که صنایع کثیف را در کشورهای فقیر مستقر کنند. وقتی که مردم کشوری فقیر و از جهت شغل و درآمد در استیصال باشند، رهبران سیاسی و سوسه می‌شوند که مشکلات زیست‌محیطی را نادیده بگیرند و قواعدی که مانع از آلودگی می‌شوند را حذف و یا در اعمال‌شان کوتاهی کنند. حاصل این امر شاید شغل‌هایی برای فقرا باشد — اما این شغل‌ها بسیاری اوقات کثیف و خطرناک و مخرب‌اند، و اوضاع جوامع فقیر را بدتر از قبل می‌کنند.

این جنایات زیست‌محیطی که بر ضد فقرا انجام می‌شوند، هم نتیجه‌ی نابرابری جهانی هستند و هم سهمی در این نابرابری دارند زیرا آلودگی فراگیر، اوضاع را برای کشورهای فقیر حتی سخت‌تر از قبل می‌کند که خودشان را از فقر بیرون بکشند. این باز هم مثال دیگری است از اینکه مردمان فقیر چگونه از مشکلاتی رنج می‌برند که کل خانواده‌ی بشری در ایجادشان سهیم بوده است. این الگو تأکیدی است بر اینکه چرا بسیار ضروری است که یک‌جا به همه‌ی این مشکلات پردازیم — به این سبب که این مشکلات هم‌دیگر را تقویت می‌کنند.



### گرامین شاکتی: کارآفرینی سبز، بازار انرژی را تغییر می‌دهد

مثالی از این امر که چگونه توسعه و حفاظت از محیط زیست می‌توانند نه در تعارض با هم بلکه پشتیبان همدیگر باشند را می‌توان در گرامین شاکتی دید؛ کسب‌وکاری پیشرو در انرژی‌های تجدیدشونده که من قبلاً، در ۱۹۹۶، در بنگلادش به‌راه انداختم.

وقتی که در کتاب *خلق جهانی بدون فقر* (۲۰۰۷) درباره‌ی گرامین شاکتی می‌نوشتم، این شرکت ۱۰۰,۰۰۰ سامانه‌ی صفحه‌ی خورشیدی را در خانه‌هایی در سراسر بنگلادش نصب کرده بود. این دستاورد در آن زمان گرامین شاکتی را یکی از بزرگ‌ترین فراهم‌آوردندگان سامانه‌های خورشیدی خانگی در جهان کرده بود. از آن زمان، انرژی تجدیدشونده با سرعت حیرت‌انگیزی رشد کرده است—و گرامین شاکتی راه را نشان داده است. در مراسمی در ژانویه‌ی ۲۰۱۳، ما نصب سامانه‌ی خانگی خورشیدی شماره‌ی یک میلیون را جشن گرفتیم، و حالا، در آغاز ۲۰۱۷، تعداد خانه‌هایی که به آنها خدمت‌رسانی می‌کنیم از ۱.۸ میلیون فراتر رفته است.

به‌سختی می‌توان در اهمیت این دستاورد مبالغه کرد. بیشتر روستاها در بنگلادش تحت پوشش خدمت‌رسانی شبکه‌ی ملی انرژی قرار ندارند. آن روستاهایی که متصل هستند، شاهدند که بسیاری اوقات تأمین انرژی با قطع و اختلال مواجه است. و البته که منابع سنتی انرژی الکتریکی نظیر نیروگاه‌های گازسوز یا زغال‌سوز سهم مهمی در تغییرات اقلیمی دارند، که اثر وحشتناکشان بر بنگلادش را قبلاً ذکر کرده‌ام.

به‌همه‌ی این دلایل، بردن انرژی پاک قابل اعتماد و با قیمت مناسب به خانه‌های حدود ۱۲ میلیون بنگلادشی، گام بزرگی به جلو است. این کار، لامپ‌های الکتریکی را برای بچه‌مدرسه‌ای‌ها تدارک می‌بیند تا بتوانند تکالیف خانه‌شان را در نور آنها انجام بدهند. مغازه‌داران و مراکز اجتماعی و مطب‌های

پزشکان و مساجد را قادر می‌سازد که ساعات کارشان را در عصر گسترش بدهند، که این امر زندگی‌های بیشماری را غنی‌تر می‌کند و فرصت‌های اقتصادی را بسط می‌دهد. به کشاورزان کمک می‌کند زمین‌هایشان را آبیاری کنند و از ابزارهایی استفاده کنند که در نیروی کار صرفه‌جویی می‌کنند؛ چرخ‌خیاطی‌های الکتریکی را برای زنان کارآفرین در مناطق دورافتاده در دسترس می‌کند. و به میلیون‌ها بنگلادشی کمک می‌کند که از اینترنت برای دسترسی به همان منابع اطلاعات و دانش استفاده کنند که مردم در سراسر جهان به آنها متکی هستند. درست همان‌طور که برنامه‌ی برق‌رسانی به مناطق دورافتاده توسط نیو دیل در دهه‌ی ۱۹۳۰ شروع شد و کمک کرد تا مناطق فقرزده‌ی امریکای جنوبی به اقتصادی قرن بیستمی تبدیل بشوند، همان‌طور هم گسترش انرژی خورشیدی به ادغام روستاهای بنگلادش در جهان قرن بیست و یکم یاری می‌رسانند.

گرامین شاکتی در امر دسترس‌پذیر ساختن انرژی تجدیدشونده برای مردم فقیر بنگلادش تنها نیست. حدود سی شرکت دیگر (اعم از سازمان‌های انتفاعی و غیرانتفاعی)، الهام گرفته از موفقیت ما، به جنب‌وجوش درآمده‌اند و با گرامین شاکتی در ارائه‌ی سامانه‌های انرژی خورشیدی رقابت می‌کنند. ما از این توسعه استقبال می‌کنیم، توسعه‌ای که تخمین زده می‌شود الکتروسیته‌ی تجدیدشونده را به ۱.۵ میلیون خانه‌ی دیگر برده باشد.

گرامین شاکتی به فعالیت‌هایش تنوع داده است و محصولات دیگری هم عرضه می‌کند، که همگی بر انرژی پاکیزه‌ی تجدیدشونده متمرکزند. گرامین شاکتی اجاق‌های خانگی‌ای می‌فروشد که بسیاری از مشکلات طراحی‌های سنتی اجاق‌های روستایی را کاهش داده و آلودگی درون خانه و اتلاف سوخت را کمینه می‌کند. در حدود نیم‌میلیون از این اجاق‌های پیشرفته هم‌اکنون در حال استفاده هستند. گرامین شاکتی هم‌چنین ده‌ها هزار نیروگاه گاز طبیعی برپا کرده است که فضولات طبیعی مثل مدفوع گاو را به سوخت متان برای

آشپزی تبدیل می‌کنند.

گرامین شاکتی، تکنولوژی سازگار با محیط زیست را به یک کسب‌وکار اجتماعی موفق تبدیل کرده است که در سطح ملی می‌شود از آن نسخه‌برداری کرد.

### هائیتی: نواحی روستایی ویران‌شده، و مردمی که به اینها اتکا می‌کنند

در فصل ۴ به تفصیل درباره‌ی اهمیت کارآفرینی نو شتم به عنوان چیزی که بیکاری را کاهش می‌دهد و موجب شکست فقر می‌شود. هم‌چنان که توضیح دادم، بر این باورم که ایده‌های سنتی توسعه‌ی اقتصادی، وزن زیاد از حدی برای نقش شرکت‌های بزرگ و پروژه‌های غول‌آسا در ایجاد رشد اقتصادی قائل شده‌اند. رهیافتی سالم‌تر و پایدارتر عبارت از این است که وزنی برابر—اگر نه بیشتر—برای آزادسازی خلاقیت میلیون‌ها نفر از مردم عادی قائل بشویم که کاملاً قابلیت ایجاد ایده‌های جدید کسب‌وکار را دارند، کسب‌وکارهایی که به نیازهای جوامعی پاسخ می‌دهند که این مردم در آنها زندگی می‌کنند. اینکه به این مردم ابزارهایی بدهیم—به‌ویژه دسترسی به سرمایه‌گذاری مالی‌ای که برای راه‌اندازی شرکت‌هایشان نیاز دارند—تا رویاهای کارآفرینانه‌شان را به واقعیت برسانند، می‌تواند به ارتقاء دورنمای اقتصادی روستاها و شهرها و مناطق و حتی کل کشورها کمک کند.

اما در عین حال که بر اهمیت کارآفرینی به عنوان موج‌شکن رشد اقتصادی تأکید دارم، این را هم به رسمیت می‌شناسم که کسب‌وکارهای بزرگ در ایجاد نظام اقتصادی تازه‌ای که دنیای ما به آن احتیاج دارد، نقش مهمی دارند. علی‌رغم تحصیلات دانشگاهی‌ام در اقتصاد، من نظریه‌پرداز یا ایدئولوگ نیستم، بلکه فردی عملگر هستم—کسی هستم که، از طریق آزمون و خطا و به واسطه‌ی تجربیات واقعی فراوان در جهان، یاد گرفته است که چه چیزی به کار می‌آید و چه

چیزی نه. به مرور زمان کشف کرده‌ام که بعضی مشکلات اجتماعی می‌توانند از کاربرد عاقلانه‌ی منابعی که شرکت‌های بزرگ به‌وفور در اختیار دارند بهره‌مند بشوند، منابعی از قبیل پول برای خرج کردن، دسترسی به بازار، تکنولوژی پیشرفته، و انبوهی از افراد مستعدی که تجربه و تخصص مدیریت دارند.

با این حال، آنچه بسیار ضروری است این است که شرکت بزرگی که علاقه‌مند است به جنبش اقتصادی جدید ما بیبوند باید آماده باشد که دورنمای خود را حقیقتاً تغییر بدهد—مفروضات جهان پیشینه‌سازی سود را پشت سر بگذارد و چالش‌های اجتماعی را با بصیرتی نو و به همراه مجموعه‌ای جدید از اهداف و معیارها ببیند. این عموماً محتاج حضور دست‌کم یک رهبر تجاری بصیر در رأس شرکت یا نزدیک به رأس آن است—کسی با قوه‌ی تصویری که بتواند خود را از روش‌های قدیمی تفکر رها کند و صاحب اراده‌ای برای آزمودن رهیافت‌های تازه‌ای باشد که جنبه‌های گوناگون ماهیت انسان را دربر می‌گیرد: آرمان‌گرایی، سخاوت، دوری از خودخواهی.

چهار نفر از چنین رهبران تجاری‌ای که در کارم دیده‌ام عبارت‌اند از فرانک ریبو، رئیس دانون؛ امانوئل فابر، مدیر اجرایی دانون؛ ژان برنو، رئیس منطقه‌ای غذایی مک‌کین؛ و ریچارد برانسن، بنیانگذار گروه شرکت‌های ویرجین.<sup>۱</sup>

برانسن را چندین سال است که می‌شناسم. برانسن، علاوه بر اینکه تاجری موفق و کارآفرینی پرزرق‌وبرق است با استعدادی ذاتی برای خطرکردن‌های تبلیغاتی رنگارنگ، یکی از بنیانگذاران سازمانی به نام گروه ب هم هست. گروه ب گروهی است از مدیران اجرایی کسب‌وکارها و سایر رهبرانی که رفته‌اند به سراغ چالش «توسعه‌ی یک طرح ب» —طرحی برای اقدامی ملموس و مثبت که تضمین خواهد کرد که کسب‌وکار، یکی از نیروهای محرک برای منفعت اجتماعی و زیست‌محیطی و اقتصادی خواهد بود». و بگاه این سازمان، معرفی

01. Jean Bernou, McCain Foods; Richard Branson, Virgin.

را این‌طور ادامه می‌دهد: «طرح الف — طرحی که در آن، محرک کسب‌وکار در وهله‌ی اول، سود بوده است — دیگر جزو انتخاب‌ها نیست.»<sup>۲</sup> گروه ب کارش این است که کسب‌وکارهای سنتی را به سمتی براند که جهت‌گیری‌شان از سود صرف را تغییر بدهند به جهت‌گیری برای مردم-سود-سیاره، و به هر سه‌ی این هدف‌ها اعتبار یکسان بدهد.

من عضوی از گروه ب هستم. برخی اعضای دیگر عبارت‌اند از مارک بنیوف، کارآفرین اینترنتی؛ آریانا هافینگتن، بنیانگذار رسانه‌ای؛ دکتر گرو هارلم برانتلاند، سیاستمدار نروژی و رئیس سابق سازمان بهداشت جهانی (WHO)؛ مری رایبنسن، رئیس‌جمهور سابق ایرلند؛ گوئیلهرمه لیل، تاجر برزیلی؛ یوخن زایتس، فعال امور بشردوستانه؛ و کتی کالوین، رئیس و مدیر اجرایی بنیاد سازمان ملل متحد.<sup>۲</sup>

از علائق برانسن به نوعی از پروژه‌های تجاری که در عین کمک به مردم برای حفظ سیاره نیز تلاش می‌کند، باخبر بودم. در سال ۲۰۱۳، با پروژه‌ای برای سرمایه‌گذاری، نزد او رفتم. شرکت جنگل‌های هائیتی طرحی بود از کسب‌وکار اجتماعی یونس (YSB)، به‌عنوان بخشی از تلاش بزرگی برای احیاء جنگل‌های این کشور جزیره‌ای — و این یکی از هدف‌های بسیار مهم برای بیرون‌کشیدن مردم هائیتی از فقری است که تعداد بسیار زیادی از آنان گرفتارش هستند.

جنگل‌ها همواره نقشی حیاتی در بوم‌شناسی و اقتصاد هائیتی ایفا کرده‌اند. در اقلیم کارائیبی، جنگل‌ها برای جذب اثر توفان‌های استوایی ضرورت دارند و به جلوگیری از فرسایش خاک و تنظیم چرخه‌های آبی کمک می‌کنند.

در سال ۱۹۲۳، ۶۰ درصد از هائیتی زیر پوشش جنگل بود. اما این جنگل‌ها در دهه‌های بعد نابود شده‌اند. چندین عامل را می‌توان مقصر شمرد. شرکت‌های

02. March Benioff; Ariana Huffington; Gro Harlem Brundtland; Mary Robinson; Guilherme Leal; Jochen Zeit; Kathy Calvin.

بزرگ الوار، درختان مناطق بزرگی را قطع کردند و فقط ظرف چند سال جنگل‌هایی به عمر چند قرن را محو کردند. این قطع کردن، چرخه‌ای را به حرکت درآورد که بازسازی جنگل‌ها بدون دخالت از بیرون را تقریباً غیرممکن کرد. بعضی از این شرکت‌ها سعی کردند تا این جنگل‌ها را از طریق کاشت درخت‌های تازه احیا کنند، اما سال‌های زیادی طول خواهد کشید تا این درخت‌ها رشد کنند و به اندازه‌ی کامل‌شان برسند. روستاییان این محل‌ها، که بسیاری‌شان دچار استیصال فقر هستند، هم درخت‌های کهنسال و هم میلیون‌ها نهال را پیش از آنکه به رشد کامل برسند قطع کرده‌اند زیرا برای ساختن سرپناه و تهیه‌ی زغال نیاز به چوب دارند—هم به‌عنوان سوخت آتش و هم به‌عنوان منبع درآمد.

امروزه، جنگل‌ها فقط ۲ درصد از کل سرزمین هائیتی را اشغال می‌کنند. این تغییر، ویرانگر بوده است. در هائیتی، و نیز در کشورهای دیگری که زمین‌های جنگلی تخریب شده‌اند، کارکرد حیاتی درختان در جذب کربن به‌شدت کاهش می‌یابد و اثر مخرب تغییرات اقلیمی را شتاب می‌دهد.

این از بین رفتن جنگل‌ها بر کشاورزی نیز تأثیر نیرومندی گذاشته است. در نبود جنگل، خاک سطحی به‌آسانی توسط آب باران شسته می‌شود و به پایین دامنه‌ی کوه‌ها برده می‌شود و نهایتاً در رودخانه‌ها و دریاچه‌ها و خلیج‌ها انباشته می‌شود. آنچه برای کشاورزان باقی می‌ماند خاک رفته‌ای است با حاصل‌خیزی کمتر، همراه با کاهش منابع آبی به علت سرعت گرفتن بیرون‌شدن آب از زمین فرسوده. فقر، بیش از هر زمان دیگری جای پای خود را مستحکم می‌کند و چرخه‌ی تخریب جنگل‌ها—و چرخه‌ی رنج انسان‌ها—با همان قوت ادامه می‌یابد. چند دهه حکمرانی مستبدانه، همراه با فجایعی طبیعی نظیر زلزله‌ی وحشتناکی که در ۲۰۱۰ در هائیتی رخ داد، مشکلات کشور را تشدید کرده است. این گرفتاری‌های زیست‌محیطی یکی از دلایل این امر است که هائیتی فقیرترین کشور در نیم‌کره‌ی غربی است.

شرکت جنگل هائیتی برای این تأسیس شده است که فرآیند احیای جنگل‌ها در هائیتی را قدم به قدم شروع کند. این شرکت حاصلِ تدبیری است در قالب کسب‌وکاری اجتماعی که مورد حمایت سازمان‌هایی غیردولتی نظیر سازمان حفاظت از طبیعت است که تخصص خود در امور زیست‌محیطی و کشاورزی و جنگل را در اختیار این شرکت قرار می‌دهد. اضافه بر این، بنیاد خیریه‌ی اتحاد ویرجین برانسن و و بنیاد کلینتن ترکیبی از کمک‌های انسان‌دوستانه و سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای اجتماعی را فراهم می‌کنند که از طریق آنها کمک‌های مالی اولیه بدون بهره یا سود بازپرداخت می‌شوند. هدف شرکت جنگل هائیتی این است که هر سال بیش از یک میلیون درخت بکارد و در نهایت ۱,۰۰۰ هکتار (تقریباً ۲,۵۰۰ آکر) از جنگل‌ها را در اطراف شهر سن میشل دولا تالای در ناحیه‌ی فلات مرکزی هائیتی احیا کند.

علاوه بر بهبود زیست‌بوم شدیداً صدمه‌دیده‌ی هائیتی، این پروژه نحوه‌ی گذران زندگی کشاورزان را هم بهبود خواهد بخشید. تولید محصولات جنگل‌محوری از قبیل میوه، قهوه، و انواع روغن‌ها در حال گسترش است و درآمدهای بیشتری را نصیب کشاورزان می‌کند و اشتغال بیشتری را برای مردم محلی فراهم می‌کند. این پروژه هم‌چنین، از طریق کمک به پشتیبانی کسب‌وکارهای کارآفرینانه‌ای که کالاهایی را با مواد حاصل از محصولات جنگلی می‌سازند، شغل‌های بیشتری را بیرون از بخش کشاورزی ایجاد می‌کند. یک مثال این موضوع، کریول اسانس است که یک نشان تجاری لوکس - دوست‌دار محیط‌زیست در صنعت زیبایی است که مبتنی است بر محصولات ساخته‌شده از روغن کرچک سیاه هائیتی. این شرکت توسط ایو - کار مویروسه و استفانی ژان - باپتیسست<sup>۱</sup> بنیانگذاری شده است، دو امریکایی با اصالت هائیتیایی که در فیلادلفیا زندگی می‌کردند وقتی که ایو - کار دچار یک «سانحه از

01. Kreyl Essence, Yve-Car Momprouse, Stéphane Jean-Baptiste.

ناحیه‌ی مو) شد—وقتی که در آرایشگاه بود، موهایش بر اثر حرارت زیاد سشوار آسیب دید. ایو-کار به یاد آورد که در زادگاه‌اش هائیتی، زنان از روغن کرچک سیاه محلی به‌عنوان درمانی برای موی آسیب‌دیده استفاده می‌کردند، و در امریکا به‌دنبال آن محصول گشت—و موفق نشد پیدا کند. این موضوع الهام‌بخش او و استفانی شد برای اینکه کسب‌وکاری راه بیندازند که این سنت قدیمی را احیا کند و محصول را در دسترس زنان در سراسر جهان قرار بدهد.

کریول اسانس امروز با همراهی کشاورزان هائیتی، عمدتاً زنان کشاورز، کار می‌کند. این شرکت درختان کرچک را با مشارکت این زنان کشاورز خرده‌مالک می‌کارد و بعداً درختان کرچک و دانه‌های روغنی کرچک را با قیمتی بالاتر از قیمت بازار می‌خرد تا درآمدی ثابت را در زنجیره‌ی قیمت روغن کرچک برای آنان تضمین کند. این شرکت یکی از چند کسب‌وکار کارآفرینانه‌ای است که به پیشبرد هدف احیای جنگل‌های نابودشده‌ی نواحی روستایی هائیتی کمک می‌کنند و به کاهش فقر فراگیری که اهالی هائیتی از آن رنج می‌برند نیز یاری می‌رسانند.

### **اوگاندا: راه‌حل‌های کارآفرینانه برای چالش‌های روزانه‌ی زیست‌محیطی**

در فصل ۲ نوشتم که چشم‌اندازهای اقتصادی کشور آفریقایی اوگاندا چگونه از طریق یک موج فزاینده‌ی کارآفرینی بهبود یافته است. اوگاندایی‌های جوان، کسب‌وکارهایی را شروع کرده‌اند و فعالیت اقتصادی ایجاد می‌کنند و امکانی برای سرزمین مادری‌شان فراهم می‌کنند تا در راه خروج از فقر قدمی به جلو بردارد.

به این علت که اوگاندا هنوز کشوری فقیر است و تقریباً یک چهارم جمعیت‌اش زیر خط رسمی فقر زندگی می‌کنند، تلاش برای رشد اقتصادی اهمیت دارد. اما رشد اقتصادی نباید به بهای پایداری زیست‌محیطی دنبال شود. مثل هائیتی، و



مثل کشورهای بسیار دیگری در جهان در حال توسعه، اوگاندا مشکلات بوم‌شناختی مهمی دارد که محتاج توجه‌اند. جمعیتی در حال رشد، موجب بسط بدون کنترل کشاورزی شده است و به ذخایر جنگلی و زمین‌های مردابی صدمه رسانده است و باعث فرسایش خاک و کاهش منابع آبی شده است. امروز حدود ۲۰ درصد از ساکنان شهرهای اوگاندا و بیش از ۵۰ درصد از روستاییان مناطق دورافتاده فاقد دسترسی به آب آشامیدنی مناسب هستند. آلودگی ایجادشده توسط معادن و صنایع تولیدی‌ای که نظارت بر آنها ضعیف بوده است، موادی سمی را وارد منابع آب کرده است. آلودگی هم‌چنین تعدادی از گونه‌های نادر پرندگان و حیوانات و گیاهان را تهدید می‌کند، گونه‌هایی که به خودی خود ارزشمند هستند و برای گردشگرانی که به پارک‌های ملی و حیات وحش کشور می‌آیند جزو جاذبه‌های مهم هستند.

با توجه به فوریت این چالش‌های زیست‌محیطی، برای کارآفرینان اوگاندا در بخش کسب‌وکارهای اجتماعی اهمیت دارد که نه فقط شغل ایجاد کنند و از رشد اقتصادی حمایت کنند، بلکه به سراغ مشکلاتی نظیر آلودگی و کیفیت آب هم بروند تا زندگی مردم اوگاندا بتواند از هر حیث — و نه فقط از حیث دلار و سنت — ارتقاء بیابد. بسته‌ی برنامه‌ی YSB در اوگاندا حاوی تعدادی از کسب‌وکارهای اجتماعی کارآفرینانه است که مشکلات زیست‌محیطی را در قلب مأموریت‌شان قرار داده‌اند.

یکی از این کسب‌وکارهای اجتماعی، ساوکو میلرز<sup>۱</sup> است، که با استفاده از بازیافت پلاستیک‌های دورریخته‌شده، محصولاتی می‌سازد و به فروش می‌رساند. مثل بسیاری از شهرهایی که در سراسر جهان به سرعت رشد می‌کنند، کامپالا پایتخت اوگاندا نیز برای رسیدگی به سیل فزاینده‌ی زباله، که مقدار زیادی از آن پلاستیک است — کیسه‌های خرید، بسته‌بندی‌های محصولات،

بطری‌های آب و نوشابه و نظایر اینها—مشکل عظیمی دارد. تخمین زده می‌شود که هر روز بیش از ۱۰۸ تُن زباله‌ی پلاستیکی در اوگاندا تولید می‌شود، ولی ظرفیت بازیافت کمتر از نیمی از این مقدار است. مقدار زیادی از این آشغال‌ها در زباله‌دانی‌هایی در شهرها تلنبار می‌شوند که بدمنظره و ناسالم‌اند و نواحی‌ای که مردمان فقیر کامپالا در آنها زندگی می‌کنند را ضایع می‌کنند.

اما برای آن ساکنانی از کامپالا که ذهنی کارآفرینانه دارند، انباشت دائم زباله‌های پلاستیکی فرصتی برای کسب‌وکار ایجاد می‌کند. بسیاری از آنان درآمدها را با تفکیک زباله‌ها در زباله‌دانی‌های محلی افزایش می‌دهند، به این صورت که تکه‌هایی از پلاستیک را جدا می‌کنند که می‌توانند بازیافت شوند و به فروش برسند. این کاری است پر از آلودگی و خطر، اما دست‌کم درآمدی ایجاد می‌کند که مردمان فقیر سخت به آن نیاز دارند.

رسالت ساوکو میلرز، که کسب‌وکاری اجتماعی تحت حمایت YSB است، ارتقاء این کار برای مردم کامپالا است و در عین حال کاهش دادن مشکلات زیست‌محیطی ناشی از ضایعات پلاستیکی. این شرکت مستقیماً با جمع‌آوری‌کنندگان پلاستیک کار می‌کند و آنان را آموزش می‌دهد و تجهیزات حفاظتی در اختیارشان قرار می‌دهد، و برای پلاستیکی که جمع‌آوری می‌کنند قیمتی به آنان می‌پردازد که به طرزی نامعمول بالا است. این قیمت فوق‌العاده به این صورت ممکن شده است که ساوکو دست‌همه‌ی دلالاتی را که معمولاً وارد فرآیند جمع‌آوری می‌شوند—و سهم‌گزافی را مطالبه می‌کنند—کوتاه کرده است. بعد، ساوکو میلرز پلاستیک را در کارخانه‌ی خودش فرآوری می‌کند و آن را به محصولات جدیدی مثل کیسه‌ی کود برای درختان، روکش‌های ساخت‌وساز، و کیسه‌های زباله تبدیل می‌کند. این محصولات دوباره و با قیمتی مناسب به جامعه‌ی محلی فروخته می‌شوند.

برخی از جمع‌آوری‌کنندگانی که برای ساوکو میلرز کار می‌کنند توانسته‌اند،

در نتیجه‌ی این شغل، از فقر و بی‌خانمانی بگریزند—برای مثال، ویلیام میل، که سابقاً یکی از «کودکانِ راهنما» در کامپالا بود، نجات‌یافتن‌اش از یک زندگی متمرکز بر «جیب‌بری و چسب‌بویی» را به حسابِ کارش در جمع‌آوری زباله‌های پلاستیکی می‌گذارد. به این ترتیب ساوکو میلرز مدلِ ساده و نیرومندش برای کسب‌وکار را همزمان برای رسیدگی به دو مسأله‌ی جدیِ جامعه به کار می‌گیرد: بیکاری، و فرسایِ زیست‌محیطی.

کسب‌وکار اجتماعی دیگری که YSB از آن حمایت می‌کند شرکت زیست‌انرژی سبز است، شرکتی مستقر در بوگولوبی، در همسایگی کامپالا و حدود چهارونیم مایل جنوب مرکزِ پریهایوی شهر. شرکت زیست‌انرژی سبز، دو خطِ اصلیِ محصول را می‌سازد و بازاریابی می‌کند: خاکه‌زغال برای مصرف پخت‌وپز خانگی و تجاری، و اجاق‌های کوچک قابل حمل و نقل که بزرگی هر کدام به اندازه‌ای است که یک ظرف را نگه دارد و گرم کند.

هم اجاق‌های زغال‌سوز و هم اجاق‌های غیرزغال‌سوز برای هر کسی در اوگاندا آشنا هستند. زغال معمولاً با قطع درختان جنگل‌های اوگاندا—جنگل‌هایی که به سرعت کوچک می‌شوند—و سوزاندن آنها ساخته می‌شوند. اما شکل‌هایی از این محصولات که زیست‌انرژی سبز عرضه می‌کند با بقیه فرق دارند. هر دویشان طوری مهندسی و طراحی و ساخته شده‌اند که به لحاظ زیست‌محیطی و اقتصادی مناسب باشند. خاکه‌زغال‌ها، که در پاکت‌های بزرگ تحت نام تجاریِ بریکتی<sup>۱</sup> فروخته می‌شوند، تماماً از ضایعات بازیافتی زغالی و شکل‌های متنوع زباله‌های کشاورزی ساخته می‌شوند—پوست موز و پوست مانیوک، پوسته‌ی برنج، ته‌مانده‌ی قهوه، و غیره. این کار، نیاز به قطع درختان را به طرز چشمگیری کاهش می‌دهد. خاکه‌زغال‌ها بسیار دیرسوز هم هستند و این امر آنها را برای خانواده‌هایی که از آنها استفاده می‌کنند اقتصادی‌تر می‌کند، و

تمیزسوز هم هستند—یعنی، نسبت به زغال سنتی، دود و دوده‌ی کمتری تولید می‌کنند. این فایده‌ی مهمی است برای زنانی که بسیاری اوقات ساعت‌هایی را مشغول کار با اجاق در خانه‌ای هستند که تهویه‌اش به خوبی انجام نمی‌شود. بهتر از همه این است که قیمت خرده‌فروشی زغال‌ها فقط در حدود ۲ دلار آمریکا برای هر بسته‌ی ۵ کیلوگرمی است. این برای مصرف پنج روز یک خانواده‌ی نوعی کفایت می‌کند. حتی فقیرترین خانواده‌ها هم این قیمت معقول را مناسب می‌یابند. عجیب نیست که خاکه‌زغال‌های بریکتی حالا در بازار کامپالا بسیار پر فروش‌اند، و نه فقط در میان خانواده‌ها بلکه هم چنین نزد مشتریان تجاری نیز طرفدارند—یعنی نزد رستوران‌ها، بیمارستان‌ها، مدارس، و هر کس دیگری که آشپزی می‌کند.

در این اثنا، نشان تجاری اکوستو<sup>۱</sup> که از آن بریکتی است، دربرگیرنده‌ی رشته‌ای از پیشرفت‌های کوچک اما مهم در طراحی سنتی اجاق‌های خانگی اوگاندا است. این پیشرفت‌ها مشتمل‌اند بر منفذهای پرتعدادتر هوا، ضخامت مستحکم‌تر سطوح سرامیک، و مرکز ثقل پایین. این تغییرات در طراحی، اجاق را به لحاظ مصرف انرژی بسیار کارآمدتر می‌کنند، و تمیزسوز و ایمن‌اش می‌کنند و خطر سرریزکردن یا افتادن را کاهش می‌دهند. اجاق‌ها در بازارهای خواربار شهری و در مغازه‌ها و کیوسک‌هایی در روستاها فروخته می‌شوند، و معلوم شده است که بسیار طرفدارند. در سه سال اول بعد از راه‌اندازی اکوستو در ۲۰۱۳، فروش از ۸۰ واحد در ماه تا بیش از ۲,۵۰۰ واحد در ماه بالا رفت.

شرکت زیست‌انرژی سبز که در ۲۰۱۱ توسط تعدادی از فرانسویان مهاجری بنیانگذاری شد که عاشق اوگاندا و مردم‌اش شده بودند، حالا بیش از هفتاد فرد محلی را در نقش‌های مدیریتی، فروش، تدارکات، و تولید در استخدام دارد. گروه مهندسی این شرکت و کارمندان بخش‌های تحقیق و توسعه‌اش در حال کار

کردن روی ایده‌های تولیدی دیگری هستند که هدفِ همگی پیدا کردن راه‌حل‌هایی برای اوگاندا است که به لحاظ زیست‌محیطی مناسب باشند.

مثالی دیگر از کسب‌وکاری اجتماعی با رسالتی زیست‌محیطی که مورد حمایت YSB است ایمپکت واتر است. قبلاً گفتم که آلودگی آب مشکل بزرگی در اوگاندا است. بیش از ۹ میلیون اوگاندایی فاقد دسترسی به آب آشامیدنی سالم هستند، و تخمین زده می‌شود که در هر هفته ۴۴۰ کودک بر اثر بیماری‌های مرتبط با آب می‌میرند. تعداد بسیار بیشتری مریض می‌شوند و مشکلات بهداشتی‌ای را تجربه می‌کنند که از آب آلوده ناشی می‌شوند، و این به حضور کمتر در مدارس منجر می‌شود. این، مثال مهمی است از اینکه مشکلات فقر و بیکاری و فروسای زیست‌محیطی چگونه همه به هم مرتبط‌اند. افراد فقیر، کسانی هستند که بیش از همه محتمل است که به آب قابل شرب دسترسی نداشته باشند؛ کودکان فقیر، به بیماری‌های مرتبط با آب مبتلا می‌شوند و مدرسه را از دست می‌دهند؛ در نتیجه، بسیاری از آنان از درس‌شان عقب می‌مانند و اصلاً نمی‌توانند فارغ‌التحصیل بشوند. این امر، احتمال این را افزایش می‌دهد که بیکار بشوند و به طرز عمیق‌تری در فقر فرو بروند... و چرخه به این صورت ادامه پیدا می‌کند.

میلیون‌ها اوگاندایی سعی می‌کنند که این مشکل را از طریق جوشاندن آب قبل از استفاده از آن حل کنند. این فرآیندی است پرهزینه و وقتگیر که محتاج صبر زیاد است؛ بسیاری از مردم اهمیتی به این نمی‌دهند که آب را به قدر کافی بجوشانند، و نهایتاً آبی را می‌نوشند که آلودگی‌هایش هنوز باقی مانده است. و به این سبب که چوب پرتفداترین سوخت برای آتش است، نیاز روزانه به جوشاندن آب سهمی دارد در مشکل جنگل‌زدایی که قبلاً درباره‌اش صحبت کرده‌ام.

ایمپکت واتر در جست‌وجوی آن است که این چرخه را بشکند، به این صورت

که آب آشامیدنی سالم را در جایی که کودکان بیشتر وقتشان را در آنجا می‌گذرانند—در مدرسه—دسترس‌پذیر بسازد. مهندسان این شرکت انواعی از سامانه‌های تصفیه‌ی آب ساخته‌اند که برای این طراحی شده‌اند که بهترین نتایج را با پایین‌ترین قیمت ممکن حاصل کنند و با نیازهای مدارس با اندازه‌ی متفاوت و منابع متفاوت آب هماهنگ باشند. برای مدارس کوچک، سامانه‌ی صافیِ سرامیکی که در هر ساعت ۳ تا ۵ لیتر آب به‌دست می‌دهد و نیازی به الکتریسیته ندارد کفایت می‌کند. برای مدارس بزرگ‌تر، یک سامانه‌ی آب‌صافی مناسب است که، باز هم بدون نیاز به الکتریسیته، بخار آب جوش را از صافی‌های کربنی و پوسته‌ای با الیاف متخلخل عبور می‌دهد. و برای بزرگ‌ترین مدارس، سامانه‌ی ضد عفونی‌کننده‌ای توصیه می‌شود که آب را برای ذخیره‌سازی در منبعی تصفیه می‌کند که از فولاد ضدزنگ ساخته شده است. این سامانه‌ی نوع اخیر در هر روز فقط محتاج یک تا دو ساعت دسترسی به الکتریسیته است—و این، در کشوری که شبکه‌ی برق قابل اعتماد و در جاهایی دسترس‌پذیر نیست، خواسته‌ای معقول است.

ایمپکت واتر آنچه به مدارس عرضه می‌کند را با در اختیار قراردادن خدمات نگهداشت پیشگیر (شامل همه‌ی خدمات نصب) و نیز نظام‌های پرداختی تقویت می‌کند که آب سالم را حتی برای مدارس کوچک با بوجه‌های کم قابل دسترس می‌سازد. برای مثال، ایمپکت واتر با مدارس همکاری می‌کند تا قسط‌های پرداختی‌شان را با دریافت هزینه‌های مدرسه هماهنگ کنند. این شرکت از این طریق با مدارس سراسر کشور قرارداد بسته است که آب آشامیدنی سالم را، به‌عنوان یکی از امکانات جالبی که مدارس عرضه می‌کنند، برای خانواده‌ها تبلیغ می‌کند. مدارس دارای سامانه‌های تصفیه‌ی ایمپکت واتر می‌توانند خودشان را با افتخار به‌عنوان مدارس مدرنی عرضه کنند که به‌زیستی دانش‌آموزان‌شان را ارتقاء می‌دهند—به نحوی که دانش‌آموزان‌شان محتمل‌تر

است که سالم بمانند و بنابراین، در نتیجه‌ی این سالم ماندن، کلاس‌های کمتری را از دست بدهند.

تا پایان ۲۰۱۶، ایمپکت واتر سامانه‌هایش را نقداً در بیش از هزار مدرسه، با مجموع جمعیت دانش‌آموزی بیش از نیم‌میلیون نفر، نصب کرده است. حتی در هنگامی که شرکت به دنبال این است که مدارس بیشتری را به‌عنوان مشتری جذب کند، بر روی طرح‌هایی هم کار می‌کند تا به بازارهای تازه‌ای گسترش بیابد—بازارهایی نظیر پادگان‌های نظامی و زندان‌ها. هر قدر که ایمپکت واتر بتواند از طریق راه‌حل‌های نهادمحورش برای مسأله‌ی آب به تعداد بیشتری از مردم خدمات برساند، اثری که می‌تواند بر مشکل بیماری‌های آبی داشته باشد بزرگ‌تر می‌شود.

اوگاندا کشوری است که به‌سرعت در حال رشد است و مشکلات متنوعی دارد که نیازمند راه‌حل هستند. کسب‌وکارهای کارآفرینانه‌ای نظیر ساوکو میلرز، زیست‌انرژی سبز، و ایمپکت واتر، در حالی که صورت از پایین به بالا به‌سراغ این مشکلات می‌روند که اشتغال و رشد اقتصادی پایدار را هم تقویت می‌کنند. این شرکت‌ها اثبات می‌کنند که مفروضات سنتی درباره‌ی ارتباط بین توسعه‌ی اقتصادی و فروسای زیست‌محیطی دیگر معتبر نیستند، و رشد تمیز، خیال‌پردازی نیست بلکه واقعیت است.

### اقتصاد جدید و هدفِ سرجمعِ صفر کربن

هم‌چنان که مثال‌هایی که در موردشان بحث کرده‌ام نشان می‌دهند، تعداد روبه‌رشدی از کسب‌وکارهای اجتماعی در اطراف جهان، کارشان به‌طور ویژه این است که کالاها و خدماتی بفروشند که به مشکلات زیست‌محیطی—از جنگل‌زدایی گرفته تا انبوه‌زباله‌های پلاستیکی، و تا فقدان آب آشامیدنی—توجه دارند. اما یک اصل بنیادی این است که همه‌ی کسب‌وکارهای اجتماعی باید به

لحاظ زیست‌محیطی پایدار باشند، خواه مقصود عمده‌شان کاهش فقر باشد یا فراهم آوردن مراقبت‌های بهداشتی یا ارتقاء آموزش یا هر چیز دیگری. امیدوارم دلیل‌اش واضح باشد: هدفِ تجربیات اقتصادی ما این است که جهان را جای بهتری کنیم. اگر کسب‌وکاری اجتماعی به کاهش بیکاری یا تقویت تغذیه‌ی کودکان کمک کند اما در عین حال به تخریب محیط زیست هم کمک کند و قابلیت زیستن در سیاره‌مان را نسبت به قبل کاهش دهد، در این صورت واقعاً هیچ فایده‌ی درازمدتی برای نوع بشر ایجاد نشده است. انسان‌ها مطلقاً و برای اصل حیات‌شان به سیاره‌ای سالم نیازمندند. بنابراین غیرممکن است کسب‌وکار اجتماعی حقیقی‌ای را تصور کنیم که با محیط زیست با احترام و مراقبتی درخور رفتار نکند.

اما اشتباه خواهد بود که گمان کنیم کسب‌وکار اجتماعی به‌تنهایی می‌تواند بحران‌های زیست‌محیطی‌ای را که با آنها مواجه هستیم حل کند. نیاز داریم که از همه‌ی جنبه‌ها به مسائل بپردازیم، از جمله از جنبه‌ی دغدغه‌هایی در مورد سبک زندگی؛ سیاست‌های دولت درباره‌ی انرژی و معدن و تجارت؛ و عوامل دیگر. و چون کسب‌وکارهایی که در پی بیشینه‌کردن سود هستند، در آینده‌ی قابل پیش‌بینی نیز نماینده‌ی بخش بزرگی از فعالیت‌های تجاری هستند، باید بر این امر اصرار بورزیم که به شیوه‌ای عمل کنند که به لحاظ زیست‌محیطی همراه با مسؤلیت‌پذیری باشد. مقررات دولتی، همراه با فشار اجتماعی از جانب مشتریان و گروه‌های شهروندی، نقش مهمی در اعمال این هنجارها ایفا خواهند کرد. کاملاً بی‌معنا خواهد بود که جهانی بسازیم که فعالیت کسب‌وکارهای اجتماعی، آسیب‌های محیط‌زیستی را که رفتار انسان‌ها باعث‌شان شده ترمیم کنند در حالی که در همان زمان شرکت‌هایی که به دنبال بیشینه‌کردن سود هستند مجاز باشند که آسیب‌های تازه‌ای وارد کنند.

این یعنی که همه‌ی انواع شرکت‌ها موظف‌اند که به این تدبیر عظیم پیوندند و



واقعاً از سهم مشترک‌مان از بشریت حمایت کنند و نسبت به محیط زیستی که همه‌ی ما وابسته به آن هستیم، به شیوه‌ای اخلاقی و مسؤولانه عمل کنند. آنچه در مورد کسب‌وکارهای اجتماعی منحصر به فرد است این است که چون هیچ انگیزه‌ای برای رفتن به دنبال سود ندارند، انعطاف‌پذیری و آزادی بیشتری دارند تا راه‌های جدیدی برای ارتقاء و ترمیم محیط زیست را تجربه کنند. آزادی از انتظارات بازار و تقاضا برای سودهای همواره رو به افزایش، به کسب‌وکارهای اجتماعی اجازه می‌دهد که هدف‌هایی از قبیل حفاظت از مشترکات جهانی — میراث جهانی ما از هوا و آب و زمین کشاورزی تمیز، و دیگر منابع — را حفظ کنند بدون آنکه نگران این باشند که فعالیت‌هایشان استفاده‌ای در جهت غنی کردن افراد دارد یا نه.

نیاز به کسب‌وکارهایی اجتماعی که به مسائل زیست‌محیطی توجه کنند، در کشورهای توسعه‌یافته همان قدر جدی است که در کشورهای کم‌درآمدی نظیر هائیتی و اوگاندا. آسان است تصور کردن کسب‌وکارهایی اجتماعی در کشورهای ثروتمند امریکای شمالی و اروپا و شرق آسیا که کارشان تأمین نیازهای متنوعی باشد، از انرژی تجدیدشونده گرفته تا بازیافت زباله، از آب آشامیدنی سالم گرفته تا فعالیت‌های کشاورزی پایدار، از بسته‌بندی کم‌ضایعات گرفته تا سامانه‌های حمل‌ونقلی که به لحاظ مصرف انرژی کارآمد باشند. فقط تصور انسان است که این امکان‌ها را محدود می‌کند.

پیش‌رفتن به سمت هدفِ سرجمعِ صفرِ کربن، هدفی است عظیم که محتاج مشارکت همه‌ی مردم و همه‌ی سازمان‌ها است. چارچوب اقتصادی تازه‌ای که فضای فراوانی فراهم کند برای کسب‌وکارهایی که به هدف‌های اجتماعی می‌پردازند، یک پیش‌نیاز اساسی برای دست‌یافتن به این هدف است.



## یک نقشه‌ی راه برای آینده‌ای بهتر

به نظر می‌رسد رویکرد عمومی به جهان و آینده‌اش که بین دو حالت افراطی که ارتباط وسیعی با امواج سیاسی یا حضور یا نبود رهبران الهام بخش دارد، شدیداً در نوسان است. گاهی به‌نظر می‌آید که رسانه‌های خبری و قاطبه‌ی مردم بسیار خوشبین و امیدوارند؛ گاهی هم غرق در بدبینی و حتی یأس هستند.

در حال حاضر، به‌نظر می‌رسد که یک دوره‌ی بدبینی افراطی را تجربه می‌کنیم. به‌نظر می‌آید که افراد بسیاری نسبت به این ایده بدبین باشند که در مورد جدی‌ترین مشکلات جهان بتوان کاری کرد؛ طوری صحبت می‌کنند که گویی دولت‌های ملی، سازمان‌های غیرانتفاعی، و آژانس‌های بین‌المللی هیچ قدرتی ندارند و هیچ تغییری بامعنایی ایجاد نمی‌کنند. برخی به‌نظر می‌رسد نتیجه گرفته باشند که افراد بشر از انجام هر کاری برای مداخله در نتایج حاصل از «بازار آزاد»، که فرض گرفته می‌شود که قدرت مطلق است، ناتوان‌اند.

من، هم‌چنان که در این کتاب نشان داده‌ام، مشکلاتی را که نوع بشر هم‌اکنون با آنها مواجه است بسیار جدی می‌انگارم. مسائلی نظیر تمرکز ثروت، فقر، جهانشمول، نابرابری در مراقبت‌های بهداشتی و تحصیلات، بی‌اعتنایی به حقوق بشر، فروسایبی زیست‌محیطی، و تغییرات اقلیمی همگی نیازمند توجه فوری و متمرکزند. در مواردی محدود—به‌ویژه در مورد تغییرات اقلیمی—نظر متخصصان حاکی از آن است که شاید به یک نقطه‌ی عطف حیاتی نزدیک باشیم

که محتاج کنش‌های قوی و فوری است تا از رویدادهایی بالقوه فاجعه‌بار اجتناب بشود.

با این حال، اگرچه مشکلاتی را که جامعه‌ی بشری با آنها مواجه است کاملاً جدی تلقی می‌کنم، در مورد آینده اساساً خوشبین هستم. متقاعد شده‌ام که این قدرت در ما هست که همه‌ی تغییرات لازم را انجام بدهیم تا این مشکلات را حل کنیم و زندگی را اساساً برای هر کسی در روی زمین بهتر کنیم.

برای خوشبینی‌ام چند دلیل دارم. یکی از اساسی‌ترین دلیل‌ها، منطق خالص است: چون مشکلاتی که با آنها مواجه هستیم ساخته‌ی افراد بشر هستند، افراد بشر هم می‌توانند حل‌شان کنند. تغییر دادن تفکر و رفتارمان اثر چشمگیری بر آینده‌ی تمدن‌مان خواهد داشت.

دلیل دیگری برای خوشبین بودن‌ام این واقعیت است که همین الآن هم ماجراهای امیدوارکننده‌ای از همکاری بین‌المللی توأم با موفقیت وجود دارند. یکی از اینها ماجرای هدف‌های توسعه‌ی هزاره و هدف‌های توسعه‌ی پایدار است.

هدف‌های توسعه‌ی هزاره (MDGها)<sup>۱</sup> در پی اجلاس هزاره‌ی سازمان ملل متحد در سال ۲۰۰۰ تصویب شدند. همه‌ی ۱۸۹ عضو سازمان ملل متحد در آن زمان، و دست‌کم ۲۲ سازمان بین‌المللی، به کمک به جهانیان متعهد شدند برای اینکه تا سال ۲۰۱۵ به هشت هدف توسعه‌ی هزاره دست یابند. این هدف‌ها عبارت بودند از:

۱. حذف گرسنگی و فقر شدید
۲. دستیابی به آموزش اولیه‌ی همگانی
۳. ارتقاء برابری جنسیتی، و قدرت دادن به زنان
۴. کاهش دادن مرگ‌ومیر کودکان

۵. بهبود بخشیدن به سلامت مادران
۶. مبارزه با ایچ‌ای‌وی / ایدز، مالاریا، و بیماری‌های دیگر
۷. تضمین پایداری زیست‌محیطی
۸. توسعه‌ی مشارکت جهانی برای توسعه

هر یک از این هدف‌ها هدف‌های مقطعی و ویژه‌ی خود را داشت، همراه با تاریخ‌هایی برای رسیدن به آنها. برای شتاب بخشیدن به پیشرفت، وزیر دارایی هشت اقتصاد پیشرو (معروف به G۸)، در ژوئن ۲۰۰۵ تصمیم گرفتند که زور مالی بیشتری پشت تعهدات‌شان بگذارند. موافقت کردند که برای بانک‌های توسعه و صندوق بین‌المللی پول (IMF) بودجه‌ی کافی فراهم کنند برای اینکه ۴۰ تا ۵۰ میلیارد دلار امریکا از بدهی‌های بعضی از فقیرترین کشورهای جهان را لغو کنند، که این امر به آن کشورها اجازه می‌داد منابع‌شان را به سمت برنامه‌هایی برای کاهش فقر و ارتقاء بهداشت و آموزش هدایت کنند.

صرف وجود MDGها نمایانگر نقطه‌ی عطفی در تاریخ بشر است. پیش از طرح‌ریزی اینها، هیچ چارچوبی برای برای ارتقاء و پیشرفت جهانی وجود نداشت که رهبران کشورهای جهان — هم کشورهای ثروتمند و هم کشورهای فقیرتر — در موردشان توافق داشته باشند. توافق در مورد MDGها مهم‌ترین مجموعه‌ای از تصمیمات بود که تا آن موقع بر پایه‌ی موافقت جهانی و با اهداف کمی اتخاذ شده بود.

هم‌چنان که می‌توانید انتظار داشته باشید، افراد خوشبینی مثل من از MDGها با شور و شوق استقبال کردند، در حالی که بدبینان و سیاه‌نگران شانه بالا انداختند و انتظار وقوع هیچ چیز مثبتی نداشتند، یا انتظار اندکی داشتند. حالا مهلت تعیین شده برای اهداف بلندپروازانه‌ی MDGها سپری شده است. نتایج چه بوده‌اند، و از این تجربه چه آموخته‌ایم؟

خوشبین‌هایی مثل من، دستاوردهای جهان از طریق MDGها را جشن می‌گیرند، در حالی که بدبینان ناکامی‌های MDGها را خاطر نشان می‌کنند. من خوشحال هستم که بنگلادش بابت موفقیت‌های بزرگ‌اش، مخصوصاً موفقیت‌اش در کاستن از فقر، تشخیص یافته است. هدف ملی بنگلادش این بوده است که میزان فقر را تا سال ۲۰۱۵ به ۲۹ درصد کاهش بدهد. دو سال جلوتر از این زمان، در ۲۰۱۳، میزان فقر به ۲۶.۲ درصد کاهش یافته بود، که تقریباً سه درصد بهتر از آن هدف است. بنگلادش هم‌چنین به برابری کامل جنسیتی در ثبت‌نام اولیه و ثانویه، کاهش چشمگیر در مرگ‌ومیر نوزادان و کودکان، و ارتقاء اساسی در مراقبت‌های بهداشتی مادران دست یافته است. در آخر کار، بنگلادش در هر هشت ماده‌ی MDG پیشرفت‌های مهمی داشته است. این فهرستی بسیار مهمی از دستاوردها است، فهرستی که نقش زیادی در بالابردن روحیه‌ی مردم بنگلادش داشته و آنان را برای آینده‌ای آماده کرده است که از این هم بهتر باشد. پیشرفت کشورهای جهان، وقتی که در مورد هر هشت هدف سنجیده شوند، ناهمگون بوده‌اند. تعدادی از کشورها به چندین هدف دست یافته‌اند، در حالی که بقیه، که مبتلا به مشکلاتی نظیر اوضاع نابسامان سیاسی و کمبودهای مالی بوده‌اند، به هیچ‌کدام از آن هدف‌ها دست نیافته‌اند. مهم است به‌یاد داشته باشیم که هفت سالِ آخرِ برنامه‌ی MDG—عملاً نیمی از کل فرآیند—در سایه‌ی رکودِ بزرگ بوده است، که بدترین زوال از زمانِ بحران بزرگ دهه‌ی ۱۹۳۰ بوده است و اثرش بر جهانِ درحال توسعه حتی بزرگ‌تر از اثرش بر کشورهای ثروتمند غرب بوده است.

و با این حال، علی‌رغم این پیشینه، قابل توجه است که پیشرفت خارق‌العاده‌ای را که عملاً در مورد همه‌ی هدف‌های مقطعی جهانی MDG صورت گرفته است، به رسمیت بشناسیم. اگرچه جهان در مقام یک کل به آن هدف‌ها دست نیافت، کشورهای منفرد، نظیر بنگلادش، به بعضی از سخت‌ترین

آن اهداف رسیدند در عین اینکه در مورد بقیه‌ی هدف‌ها هم به طرز چشمگیری خوب عمل کردند. چندین دستاورد جهانی مهم نیز حاصل شده است. چند نمونه از اینها عبارت‌اند از:

- جهان توفیق یافته است که تعداد کسانی که در فقر شدید زندگی می‌کنند را به کمتر از نصف کاهش بدهد (این فقر شدید به صورت درآمدی کمتر از ۱.۲۵ دلار امریکا در روز تعریف شده است) — از ۱.۹ میلیارد نفر در سال ۱۹۹۰ به ۸۳۶ میلیون در ۲۰۱۵.
- در عین حال که هدف آموزش ابتدایی برای همگان محقق نشد، میزان ثبت‌نام در مدارس در کشورهای در حال توسعه تا سال ۲۰۱۵ به ۹۱ درصد رسید — که این، نسبت به سال‌های قبل، پیشرفت مهمی است و گام بسیار بزرگی به سمت هدف مشارکت ۱۰۰ درصدی است.
- بسیاری از شاخص‌های برابری جنسیتی به مقدار زیادی بهبود یافتند. برای مثال، در حالی که در ۱۹۹۰ به ازای هر ۱۰۰ پسر فقط ۷۴ دختر در آسیای جنوبی در مدارس ثبت‌نام کرده بودند، تا سال ۲۰۱۵ به ازای هر ۱۰۰ پسر ۱۰۳ دختر ثبت‌نام کرده بودند. سهم زنان در مجالس قانونگذاری ملی بین سال‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۱۵ تقریباً دوبرابر شد (گرچه زنان هنوز فقط حدود ۲۰ درصد از قانونگذاران جهان را تشکیل می‌دهند).
- میزان مرگ‌ومیر کودکان به کمتر از نصف کاهش یافت، از ۹۰ در ۱,۰۰۰ در سال ۱۹۹۰ به ۴۳ در ۱,۰۰۰ در سال ۲۰۱۵.
- موردهای جدید آلودگی به ایچ‌آی‌وی بین ۲۰۰۰ و ۲۰۱۳ چهل درصد کاهش یافت، در حالی که شیوع مالاریا حدود ۳۷ درصد کاهش یافت، که تخمین زده می‌شود که جان ۶.۲ میلیون نفر از این طریق نجات یافته باشد.

ما در عصری زندگی می‌کنیم که شبیه به هیچ عصر دیگری در تاریخ نیست —

عصری که جامعه از منابع عظیم اقتصادی، ابزارهای بی‌سابقه‌ی تکنولوژیک، و میزان نسبتاً زیادی از صلح و آزادی و همکاری بین افراد بشر برخوردار است که قبلاً هرگز تجربه نکرده بوده است. هم‌چنان که پیشرفت‌های چشمگیر به‌دست‌آمده از طریق MDGها به ذهن متبادر می‌کنند، جامعه‌ی بشری می‌تواند به هر هدفی دست بیابد اگر که عزم‌مان را جداً برایش جزم کرده باشیم. این مهم‌ترین دلیلی است که چرا من یکی از آن کسانی هستم که در مورد آینده‌ی نوع بشر خوشبین‌اند، و چرا مشتاق‌ام که در نبرد برای حصول شاهکارهایی حتی بزرگ‌تر از اینها، متحدان بیشتری جذب کنیم.

### فهرستی جهانی از آنچه باید انجام شود—اهداف توسعه‌ی پایدار

بعد از دلگرمی حاصل از نتایج امیدبخش MDG، کشورهای سازمان ملل حالا کنار هم قرار گرفته‌اند تا مجموعه‌ای از اهداف جهانی بسازند که حتی از آنها هم بلندپروازانه‌تر است. اینها هدف‌های توسعه‌ی پایدار (SDGها) هستند. هدف‌های توسعه‌ی پایدار، که از طریق یک فرآیند گسترده‌ی مطالعه و مشورت و بحث با متخصصان فنی و سیاستگذاران و فعالان اجتماعی از کشورهای از سراسر جهان شکل گرفته‌اند، مشتمل‌اند بر هفده هدف عمده و ۱۶۹ هدف مقطعی ویژه، که هر یک به صورتی کمی تعریف شده‌اند چنانکه پیشرفت در آن را بتوان به‌روشنی تعریف کرد و رصد کرد و سنجید. مقصود عمده، رسیدن به همه‌ی این هفده هدف تا سال ۲۰۳۰ است.

مثل MDGها، SDGها نیز نمایش‌دهنده‌ی پیشرفتی چشمگیر در تاریخ تمدن بشری هستند. پیش از این، هرگز نمایندگانی از همه‌ی سیاره دست به دست هم نداده بودند تا از طریق دنبال کردن مجموعه‌ای بلندپروازانه از هدف‌هایی مشترک، ساخته‌شده در چارچوبی که بازتاب‌دهنده‌ی واقعیت‌های زیست‌محیطی هستند

که زندگی آینده روی زمین را شکل می‌دهند، به مشکلاتی بپردازند که کل نوع بشر با آنها مواجه است — همه افراد بشر، غنی و فقیر، مرد و زن، جوان و پیر، از هر نژادی.

واژه‌ی پایدار در عنوانِ SDGها مهم‌ترین پیام این هدف‌ها است. هر آنچه انجام می‌دهیم، از ساختن زیرساخت‌ها و ایجاد صنایع جدید تا بناکردن شهرها و توسعه‌ی تکنولوژی‌های نوآورانه، همه‌ی ما و نیز زیست‌بوم سیاره‌مان که به آن اتکا می‌کنیم را تحت تأثیر قرار می‌دهد. راه‌هایی که برای به‌کارگرفتن منابع طبیعی و پرداختن به تغییرات مردم‌شناختی انسان‌ها و تولید و مصرف انرژی و به‌اشتراک گذاشتن ثروت تولیدشده توسط فعالیت‌های اجتماعی انتخاب می‌کنیم — همه‌ی این کارها، اثراتی بر محیط زیست طبیعی و بنابراین بر بقای آینده‌ی گونه‌مان دارند. باید شروع کنیم به اینکه این تصمیمات را نه بر پایه‌ی نیازهای فوری یا کوتاه‌مدت، بلکه با در نظر داشتن امیدها و نیازهای نسل‌های آینده اتخاذ کنیم.

این است معنای پایدار بودن. یعنی خوردن میوه‌ها بدون آسیب‌رساندن به درخت‌ها، و در واقع همراه با بارآورترکردن درخت‌ها به نحوی که به مرور زمان هر کسی بتواند از میوه‌های بیشتری بهره‌مند بشود. در چند دهه‌ی گذشته، مقامات رسمی دولت‌ها، دانشمندان، اقتصاددانان، تجار، فعالان اجتماعی، و دیگر رهبران همگی تدریجاً به این شناخت رسیده‌اند که هر نقشه یا برنامه‌ای برای توسعه‌ی آینده باید با در نظر داشتن پایداری طراحی بشود.

روشن‌ترین مثال از اینکه تفکر ما چگونه باید تغییر بیابد تا دربرگیرنده‌ی مطالبات مربوط به پایداری بشود، مشکل تغییرات اقلیمی است. سی تا چهل سال پیش، وقتی چند متخصص دوراندیش زیست‌گروه شروع کردند به هشدار دادن به ما در مورد خطری که به واسطه‌ی انتشار کربن تهدیدمان می‌کند، بیشتر مردم فکر می‌کردند آنان دیوانه‌اند. «جهان برای میلیون‌ها سال راه‌اش را با



تغییرات مداوم در اقلیم و آب‌وهوا ادامه داده است، و حالا شما می‌گویید که آلودگی ناشی از چند خودرو و کارخانه سیّاره‌ی ما را در پنجاه یا هفتاد سال آینده محکوم به نابودی می‌کند؟ عقل‌تان را از دست داده‌اید».

دیگر تقریباً هیچ کسی این‌طور حرف نمی‌زند. هم‌چنان که شواهد علمی روی هم جمع شده‌اند، حالا درک می‌کنیم که تغییرات اقلیمی در گذشته‌ی دور چگونه عملاً به نمونه‌های متعددی از انقراض فاجعه‌بار گونه‌ها (از جمله مرگ دایناسورها در حدود ۶۵ میلیون سال پیش) انجامیده است. هم‌چنین نشانه‌های روشنی می‌بینیم از اینکه چگونه تغییرات جهانی امروز شکل می‌گیرند و بسیار سریع‌تر از هر آنچه متخصصان تصور کرده بودند، تأثیر می‌گذارند. سرانجام، رهبران دولت‌ها همراه شدند و گفتند «این را باید همین‌جا متوقف کنیم. باید قدم‌هایی برداریم برای جلوگیری از اینکه میانگین دمای جهانی بیشتر از ۱.۵ درجه‌ی سانتی‌گراد بالاتر برود از آنچه در آغاز عصر صنعتی بود». توافق پاریس، که در فصل ۲ درباره‌اش نوشتیم، نتیجه این امر بود. این توافق، روال‌ها و اصولی پایه‌ای را مطرح می‌کند که باید از آنها پیروی کنیم تا تضمین کنیم که فعالیت‌های اقتصادی‌ای که در سال‌های آتی انجام می‌دهیم، دیگر سهمی در مشکل گرمایش جهانی نخواهند داشت.

اما تغییرات اقلیمی تنها مشکل پایداری نیست که نوع بشر با آن مواجه است. تغییرات دیگری نیز که بر رابطه‌ی بین انسان‌ها و محیط زیست طبیعی اثر می‌گذارند باید، با در نظر داشتن بقای درازمدت، بررسی شوند. برای مثال، حتی با صرف نظر از اثر از بین رفتن درختان جهان بر اقلیم جهانی، گونه‌ی ما اگر که درختان را با همین میزان فعلی قطع کند، نمی‌تواند بقا بیابد. نمی‌توانیم امیدوار باشیم که نیازهای غذایی آینده‌ی جمعیت بشری را تأمین کنیم اگر که از ذخایر ماهی جهان و سایر موجودات زنده‌ی اقیانوس به همین صورتی بهره‌برداری کنیم که امروز می‌کنیم. توانایی کشاورزان فردا برای غذا دادن به جهانیان به خطر

خواهد افتاد اگر که این روال فعلی تک‌کشتی و مبتنی بر مواد شیمیایی را ادامه بدهیم که خاک را می‌روید و آسیب‌پذیری محصولات در برابر آفات و بیماری‌ها را افزایش می‌دهد. تداوم استفاده‌ی بیش از حد از آنتی‌بیوتیک‌ها خطر بیماری‌های همه‌گیر ویرانگری را افزایش می‌دهد که می‌توانند صدها میلیون نفر را بکشند. مگر در صورتی که یاد بگیریم که نگذاریم زباله‌های پلاستیکی راه‌شان را در کانال‌ها و رودخانه‌ها بیابند و به رشد میزان قطعه‌های پلاستیکی در وسط اقیانوس آرام کمک کنند، به‌زودی ماهی‌هایی خواهیم خورد که ذرات بسیار ریز پلاستیکی غیرقابل هضمی دارند، و آبی خواهیم نوشید که حاوی نسوج بسیار ریز پلاستیک است.

همه‌ی اینها مثال‌هایی هستند از اینکه چگونه تصمیماتی که امروز اتخاذ می‌کنیم، کمک می‌کنند به تعیین اینکه زندگی پایدار در این سیاره در دهه‌ها و قرن‌های آتی چگونه ادامه پیدا خواهد کرد.

به‌علاوه، پایداری هم‌چنین متضمن چالش‌هایی اقتصادی و سیاسی است که مستقیماً به عوامل زیست‌محیطی یا زیست‌شناختی مربوط نمی‌شوند. اگر روال فعلی ادامه بیابد و ثروت و درآمد بیشتر و بیشتری به سمت کسر کوچک و کوچک‌تری از جمعیت سرازیر بشود، فشار و تنش در میان گروه‌های اجتماعی به‌ناگزیر بدتر خواهد شد. مردمان دچار استیصال فقر، به سمت جرم و جنایت کشیده خواهند شد؛ ناآرامی‌های شهری، شورش‌ها، و خشونت در میان مردمانی شعله‌ور خواهد شد که ناکارآمدی نظام اقتصادی آنان را به زاغه‌ها یا اردوگاه‌ها رانده است؛ میلیون‌ها آواره به سمت مرزهای بین‌المللی سرازیر خواهند شد و طالب سهم عادلانه‌ای از منابعی خواهند بود که ثروتمندترین کشورها به روی هم انباشته‌اند؛ و جنگ در میان کشورها بر سر منابع اقتصادی، از نفت و مواد معدنی تا آب و زمین کشاورزی، به طرز فزاینده‌ای محتمل خواهد شد. جوامعی دمکراتیک که با نزاع اقتصادی دوپاره شده‌اند و سوسه خواهند شد که قدرت را

به حاکمانی بسپارند که وعده می‌دهند که از طریق ساختن دیوار و مسلح کردن میلشیا برای نگه‌داشتن فقرا در سر جای خود، ناآرامی‌های شهری را کنترل خواهند کرد.

تحت این اوضاع و احوال، جامعه‌ی بشری پایدار نخواهد ماند. به لحاظ عملی، عدالت اقتصادی گره کوری زده است به امیدهایمان برای جامعه‌ای واقعاً عدالت‌خواه، دموکراتیک، و صلح‌آمیز.

غلبه بر فقر جنبه‌ای اساسی از تضمین صلح در میان مردم است. توزیع عادلانه‌ی ثروت نهایتاً مسأله‌ای در مورد پایداری است، درست همان قدر که تغییرات اقلیمی، آلودگی هوا، یا استفاده‌ی بیش از حد از منابع طبیعی چنین‌اند. هدفه‌ی هدفی که SDGها را تشکیل می‌دهند باید با در نظر داشتن این واقعیات فهمید. این اهداف، همگی با هم، تصویر مجاب‌کننده‌ای به دست می‌دهند از جهان بهتری که می‌توانیم تا زمان تعیین‌شده‌ی ۲۰۳۰ بسازیم—یا دست کم راه ساخته‌شدن‌اش را هموار کنیم.

هدفه‌ی توسعه‌ی پایدار به قرار زیرند:

۱. هیچ فقری وجود نداشته باشد: فقر را در همه‌ی شکل‌هایش در همه‌جا پایان دهید.
۲. گرسنگی صفر: گرسنگی را پایان دهید، امنیت غذایی ایجاد کنید و تغذیه را بهبود ببخشید و کشاورزی را ارتقاء دهید.
۳. سلامت خوب، و رفاه: زندگی سالم را تضمین کنید و رفاه را برای همگان در همه‌ی سنین تضمین کنید.
۴. تحصیلات باکیفیت: تحصیلات فراگیر و مساوی و باکیفیت را تضمین کنید و فرصت‌های یادگیری در تمام عمر را برای همگان بهبود ببخشید.
۵. برابری جنسیتی: به برابری جنسیتی دست یابید و همه‌ی زنان و دختران را توانمند کنید.

۶. آب پاکیزه، و بهداشت عمومی: دسترس پذیری و پایداری اداره‌ی امور آب و بهداشت را برای همگان تضمین کنید.
۷. انرژی پاکیزه و با قیمت مناسب: دسترسی به انرژی با قیمت مناسب، قابل اعتماد، پایدار، و مدرن را برای همگان تضمین کنید.
۸. کار مناسب و رشد اقتصادی: ارتقاء رشد پابرجا، همه‌گیر، و پایدار اقتصادی؛ اشتغال کامل و مولد؛ و کار مناسب برای همگان.
۹. صنعت، نوآوری، و زیرساخت: زیرساخت‌هایی بنا کنید که قابل ترمیم باشند، صنعتی‌سازی پایدار و همه‌گیر را ارتقاء بدهید، و به نوآوری میدان بدهید.
۱۰. نابرابری‌های کاهش‌یافته: نابرابری از حیث درآمد را در درون و در میان کشورها کاهش بدهید.
۱۱. شهرها و جوامع پایدار: شهرها و محل‌های استقرار انسان‌ها را فراگیر، ایمن، قابل ترمیم، و پایدار کنید.
۱۲. تولید و مصرف مسؤولانه: الگوهای تولید و مصرف پایدار را تضمین کنید.
۱۳. اقدام در مورد اقلیم: برای غلبه بر تغییرات اقلیمی و آثار آن، از طریق تنظیم انتشار گازها و بهبود در عرصه‌ی انرژی‌های تجدیدشوند، اقدام عاجل کنید.
۱۴. زندگی در زیر آب: برای توسعه‌ی پایدار، از اقیانوس‌ها و دریاها و منابع بحری محافظت کنید و به نحوی پایدار از آنها استفاده کنید.
۱۵. زندگی بر روی زمین: از زیست‌نظام‌های زمینی محافظت کنید، بازیابی‌شان کنید، و استفاده‌ی پایدار از آنها را ارتقاء ببخشید، جنگل‌ها را به نحوی پایدار مدیریت کنید، بر جنگل‌زدایی غلبه کنید، و فرسایش خاک را متوقف و معکوس کنید و ازدست‌رفتن تنوع زیستی را متوقف کنید.
۱۶. صلح، عدالت، و نهادهای نیرومند: جوامع آرام و فراگیر را برای توسعه‌ی

پایداز ارتقاء ببخشید، دسترسی به عدالت را برای همگان مهیا کنید، و نهادهای کارآمد و پاسخگو و فراگیر در همه‌ی سطوح بنا کنید.

۱۷. مشارکت برای اهداف: وسایل پیاده‌سازی و احیاء مشارکت جهانی برای توسعه‌ی پایدار را تقویت کنید.<sup>۱</sup>

هر یک از این هفده هدف همراه است با تعدادی از هدف‌های مقطعی ویژه. برای مثال، ذیل عنوان هدف ۱، اینکه فقر در کار نباشد، سازمان ملل این هفت هدف مقطعی را گنجانده است:

- تا ۲۰۳۰، فقر شدید را در مورد همه‌ی افراد در همه‌جا محو کنید—فقر شدید در حال حاضر به این صورت تعریف می‌شود که کسی با کمتر از ۱.۲۵ دلار امریکا در روز زندگی کند.

- تا ۲۰۳۰، نسبت مردان و زنان و کودکان همه‌ی سنین را که در فقر زندگی می‌کنند (در همه‌ی ابعاد فقر، مطابق با تعریف‌های هر کشور) دست کم به نصف کاهش بدهید.

- نظام‌ها و ضوابطی را برای تأمین اجتماعی پیاده‌سازی کنید که به لحاظ ملی و برای همگان، از جمله برای افراد کف اجتماع [یعنی استانداردهای کمینه] مناسب باشند، و تا ۲۰۳۰ فقرا و افراد آسیب‌پذیر را تحت پوشش بیاورید.

- تا ۲۰۳۰، تضمین کنید که همه‌ی مردان و زنان، به‌ویژه افراد فقیر و آسیب‌پذیر، حقوقی برابر داشته باشند

- در مورد منابع اقتصادی، و نیز در مورد دسترسی به خدمات پایه، مالکیت، و کنترل بر زمین و دیگر شکل‌های اموال، ارث، منابع طبیعی، تکنولوژی جدید و مناسب، و خدمات مالی از جمله خدمات مالی خرد.

- تا ۲۰۳۰، قابلیت ترمیم‌پذیری را در افراد فقیر و افراد آسیب‌پذیر ایجاد کنید، و کاری کنید که در مورد وقایع حاد ناشی از تغییر اقلیم و دیگر ضربه‌ها و فجایع

اقتصادی و اجتماعی و زیست‌محیطی، کمتر آسیب‌پذیر و کمتر در معرض خطر باشند.

- بسیج منابع متنوعی را تضمین کنید (از جمله از طریق همکاری در توسعه‌ی پایدار)، تا وسایلی کافی و قابل پیش‌بینی برای کشورهای در حال توسعه—به ویژه کشورهایی که به کمترین میزان توسعه یافته‌اند—فراهم شود تا برنامه‌ها و سیاست‌های مربوط به پایان دادن به همه‌ی ابعاد فقر در آنها پیاده‌سازی شود.
- در سطوح ملی، منطقه‌ای، و بین‌المللی، چارچوب‌های سیاستی صحیحی بر پایه‌ی راهبردهای پشتیبانی از فقرا و گسترش حساسیت نسبت به مسأله‌ی جنسیت ایجاد کنید تا برای کنش‌های مربوط به محو فقر، از افزایش سرمایه‌گذاری‌ها حمایت بشود.<sup>۲</sup>

توجه خواهید داشت که این هدف‌های مقطعی، تا حد امکان به شکلی روشن و مشخص تعریف شده‌اند، و از جمله هر جا که مناسب بوده، مقاصدی کمی هم آورده شده تا تحلیلگران خبره و مدافعان حقوق اجتماعی بتوانند نتایجی عینی بگیرند در این مورد که آیا هدف‌های مقطعی برنامه محقق شده است یا نه، و اگر نشده است، چگونه و در کجا کوتاهی‌هایی رخ داده است، تا بشود چاره‌ای اندیشید. موفقیتی که تا همین حالا تحت MDGها حاصل شده، دلایلی به ما می‌دهد تا امیدوار باشیم که تحت حمایت SDGها حتی به موفقیت‌های بزرگ‌تری هم نائل بشویم. برای مثال، این امر واقع که بنگلادش میزان فقرش را بین سال‌های ۲۰۰۰ و ۲۰۱۳ به نصف کاهش داده است، تصور این را معقول می‌سازد که می‌توانیم فقر شدید را تا ۲۰۳۰ به کلی از بین ببریم.

در مورد اهداف توسعه‌ی هزاره، کشورها و شرکت‌های انتفاعی و سازمان‌های غیرانتفاعی و افراد تأثیرگذار در سراسر جهان به کار گرفته شدند تا از SDGها حمایت کنند. لازم است که قدرت‌های بزرگ جهان—کشورهایی مثل ایالات

متحده و چین، همه‌ی مؤسسات مالی عمده‌ی جهان، بنگاه‌های غول‌پیکر جهانی، و البته خود سازمان ملل—لازم است که در تبلیغ همه‌ی هفده هدف و در حمایت از آنها نقش‌های عمده‌ای ایفا کنند. و افراد و گروه‌های بیشماری همین حالا هم درگیر فعالیت و تبلیغ برای حمایت از SDGها هستند. به‌عنوان یک شهروند دغدغه‌مند و یک فعال اجتماعی، فارغ از اینکه چه نوع کاری انجام بدهید یا علائق اصلی‌تان چه باشد، می‌توانید یک یا چند تا از SDGها را بیابید که می‌توانید در جامعه‌ی خودتان و در جهان از آن حمایت کنید.

من مفتخرم که یکی از کسانی هستم که درگیرِ اشاعه‌ی آگاهی از SDGها و تعهد به آنها در سراسر جهان بوده‌ام. در ژانویه‌ی ۲۰۱۶، بان-کی مون دبیرکل سازمان ملل تشکیل گروهی از مبلغان را اعلام کرد که کارشان تبلیغ SDGها بود. مبلغان SDGها، که وظیفه‌شان حمایت از تلاش‌های دبیرکل برای ایجاد انگیزه و حرکت و تعهد برای دستیابی به SDGها تا ۲۰۳۰ است، هم‌آوا شده‌اند تا در مورد این دستورکارِ پربصیرتِ تغییر به سمتِ توسعه‌ی پایدار، انگیزه‌بخشِ فعالیت باشند. این مبلغان مشغولِ تعامل با طرف‌هایی از جامعه‌ی مدنی، مجامع دانشگاهی، قانونگذاران در سطح ملی در همه‌ی قاره‌ها، و رهبران بخش خصوصی هستند تا ایده‌هایی تازه و راهگشا و راه‌هایی برای ارتقاءِ پیاده‌سازی SDG بیابند.

در مقام یکی از مبلغان SDG، من همگان را ترغیب می‌کنم به اتخاذ SDG به عنوان اهدافی شخصی، و نیز اتخاذ اینها به‌عنوان اهدافی برای هر سازمان یا کسب‌وکار یا انجمن شهری‌ای که با آنها مربوط‌اند یا به آنها تعلق دارند یا نفوذی بر آنها دارند. به‌عنوان شهروندان جهان، باید همه‌ی آنچه در توان داریم را انجام دهیم تا اطمینان بیابیم که در پیاده‌سازی هر یک از آنها موفق خواهیم شد.

حقیقت تلخ آن است که تمدن کنونی جهان ما، به دلایل زیست‌محیطی و اجتماعی و اقتصادی، تمدنی پایدار نیست. برای ضمانت آینده‌مان نیاز داریم به

ایجاد تمدنی جدید— و این وظیفه‌ای است که نمی‌توانیم از آن کنار بکشیم. برای همه‌ی انواعی از تغییرات که باید انجام بدهیم، SDGها دستورکارِ نیرومندی تدارک می‌بینند. این امر واقع که کشورهای جهان توافق کرده‌اند که برای این کار حامی همدیگر باشند، گامی چشمگیر در تاریخ بشر است.

### **کسب‌وکارها در اقتصاد جدید چگونه باعث دستیابی به SDGها خواهند شد**

جاده‌ای قدیمی همواره به مقصدی قدیمی می‌انجامد. اگر بخواهیم به مقصد جدیدی برسیم بسیار متفاوت با مقصد قدیمی، باید جاده‌ی جدیدی بسازیم. این قاعده هیچ استثنائی ندارد.

در ایجاد جاده‌ی جدیدی به سمت تمدن جدیدی که نیاز داریم، کسب‌وکار اجتماعی نقشی محوری ایفا خواهد کرد. این، در مقام نظر، معنا می‌دهد، و تجربه‌ی عملی هم تأییدش می‌کند. کسب‌وکارهای اجتماعی زیادی همین حالا به پیاده‌سازی یک یا چند تا از SDGها کمک می‌کنند.

یکی از مناطق جغرافیایی که کسب‌وکار اجتماعی یونس (YSB) در آنها فعالیت داشته بالکان است— فقیرترین بخشِ قاره‌ی اروپا، ناحیه‌ای که بیکاری، فقر، فروسایي زیست‌محیطی، و نهادهای روبه‌زوال اجتماعی همواره مشکلات مهمی بوده‌اند.

کشورهای شبه‌جزیره‌ی بالکان در جنوب شرقی اروپا که مدت‌ها تحت سلطه‌ی اتحاد شوروی بوده‌اند، به لحاظ اقتصادی عقب‌تر از بقیه‌ی قاره هستند. با فروپاشی اتحاد شوروی و پایان جنگ سرد، کشورهای بالکان گذار به اقتصادهای بازار آزاد را شروع کردند. اما جنگ‌های داخلی و تجزیه‌ی کشورِ چندقومیتی یوگوسلاوی، این گذار را مختل کرد. در ۱۹۹۱، مجموعه‌ای از کشورهای مستقل به‌تدریج پدیدار شدند، مشتمل بر اسلوانیا، کروواسی، بوسنی و هرزگووین، مقدونیه، مونته‌نگرو، و صربستان. برخوردهای طولانی بین



گروه‌های قومی، همراه با جنایاتی علیه بشریت که رهبرانی از قبیل اسلوبودان میلو سویچ دیکتاتور صرب مرتکب شدند، باعث رنج عظیم در این منطقه شد و اقتصاد و توسعه‌ی اجتماعی را فلج کرد. میلیون‌ها نفر از خانه‌هایشان رانده شدند؛ هزاران هزار پناهجو از منطقه گریختند.

امروزه بیشتر کشورهای بالکان در صلح به سر می‌برند. اما مردم این منطقه هم‌چنان به لحاظ اقتصادی دچار مشکل‌اند. سرانه‌ی تولید ناخالص داخلی در آلبانی، صربستان، و دیگر کشورهای غرب بالکان در حدود یک چهارم کشورهای در غرب اروپا نظیر آلمان، فرانسه، و بریتانیا است. سال‌ها بی‌توجهی، ضعف در سرمایه‌گذاری، و ویرانی‌های جنگ، زیرساخت‌های منطقه را توسعه نداده و به ساختارهای اقتصادی و اجتماعی‌اش به شدت صدمه زده است. برای مثال، در بوسنی و هرزگوین، علی‌رغم تلاش‌هایی برای بازسازی و ارتقاء امور فیزیکی و اقتصادی و اجتماعی، میزان بیکاری رقم فوق‌العاده بالای ۴۰ درصد (در سال ۲۰۱۷) است.

اعضای گروه YSB کارشان در بالکان را با مطالعه‌ی شرایط اجتماعی و صحبت با مردم محلی با موقعیت‌های مختلف آغاز کردند. به دنبال جایی برای شروع بودند که از آنجا بتوان مفاهیم کسب‌وکار اجتماعی را به کار بست و اقدام کوچکی را آغاز کرد. تعداد زیادی از کسانی را ملاقات کردند که شوق کارآفرینی داشتند—و بسیاری از آنان بسیار تحصیل کرده بودند—و مشتاق بودند که از خلّاقیت و استعدادشان استفاده کنند تا جان تازه‌ای به سرزمین مادری‌شان بدمند، اما فقدان سرمایه‌گذاری مالی و دیگر چالش‌های ساختاری آنان را فلج ساخته بود. برای مثال، ۸۵ درصد از کارآفرینانی که کارمندان YSB با آنان مصاحبه کردند بیان کردند که میزان بهره‌ی بانک‌های متعارف بالاتر از آن هستند که بتوانند از کسب‌وکارهای نوپا حمایت کنند. این بالاتر بودن، سه‌چهارم آنان را مجبور می‌کند که به منابع غیررسمی—مثلاً خانواده و دوستان—اتکا کنند تا

پولی که برای راه‌اندازی شرکت نیاز دارند را جمع کنند. مالیات‌بندی پیچیده و چالش‌های مقررات نیز فرآیند تأسیس شرکت‌های نوپا را پیچیده می‌کنند.<sup>۳</sup> در پاسخ به این امر، YSB یک برنامه‌ی شتاب‌دهنده برای کارآفرینان بالکان ایجاد کرده است شبیه به آنهایی سرمایه‌گذارانِ خطرپذیر برای کسب‌وکارهای نویدبخشِ تکنولوژیکِ سطح بالا در دره‌ی سیلیکن و هر جای دیگری تدارک می‌بینند، اما این کار را در سیاقی دیگر ایجاد کرده است: سیاقِ کسب‌وکارهای اجتماعی. در یک کارگاه نمونه‌ای یک هفته‌ای که در تیرانا پایتخت آلبانی برگزار شد، کارآفرینان جوان درک خوبی از کسب‌وکار اجتماعی حاصل کردند و، در سیاقِ طراحیِ کسب‌وکاری اجتماعی، به آنان مهارت‌هایی نظیر تحلیل بازار، توسعه‌ی مشتریان، و طراحی و آزمایش محصولات آموزش داده شد.

آموزش‌هایی که YSB در اختیار کارآفرینان قرار می‌دهد متمرکز شده‌اند بر به‌کار بستن مفهوم جدید کسب‌وکار اجتماعی برای پرداختن به مشکلات اجتماعی خاص چالش‌هایی که مردم کشور با آنها مواجه هستند و نیز مشکلاتی که کارآفرینان با آنها درگیر هستند. برای مثال، یکی از چالش‌های اصلی که بسیاری از کارآفرینان به دنبال پرداختن به آن هستند دشواری دسترسی به بازارهای ثروتمند در شهرهای بزرگ اروپا است از طریق برنامه‌ی صادرات، شبکه‌های عمده‌فروشی، یا خرده‌فروشی‌های زنجیره‌ای بزرگ. گروه YSB مشتمل است بر متخصصانی که می‌توانند به یافتن راه‌هایی برای فائق آمدن بر این موانع کمک کنند.

یکی از شرکت‌هایی که از پشتیبانی YSB بهره‌مند شده است اودروزنه است، شرکتی مستقر در بوسنی که با بافتنی و قلاب‌بافی، محصولات صنایع دستی در سطح جهانی تولید می‌کند.

نادیرا مینگاسون بنیانگذار اودروزنه<sup>۱</sup> در نوزده‌سالگی، وقتی که جنگ

شعله‌ور شد، از سرزمین مادری‌اش بوسنی گریخت. در نهایت به پاریس رسید و بخشی از صنعت مُد این شهر شد که شهرت جهانی دارد. در سال ۲۰۰۸ در دیداری از خانه، پارچه‌های دست‌ساز زیبایی را کشف کرد که زنان مناطق دورافتاده می‌دوختند، و دریافت که این پارچه‌ها نمایانگر فرصتی برای خلاقیت و کسب‌وکار است. او اودروزنه را تأسیس کرد، که در زبان بوسنیایی یعنی «زنان متحد».

امروزه پوشاکی که زنان کارگرِ اودروزنه می‌دوزند در بعضی از برجسته‌ترین طراحی‌های مد در آلمان، ژاپن، نروژ، ایتالیا، و کشورهای دیگر فروخته می‌شوند. مینگاسون می‌گوید «می‌دانستم که این زنان می‌توانند به آن استانداردها برسند. فقط نیازمند این بودند که مهارت‌هایشان را روزآمد کنند». ۴ این محصولات را زنان در نواحی دورافتاده‌ی بالکان تولید می‌کنند—زنانی هنرمند که می‌شود تقریباً با قاطعیت گفت که در غیر این صورت قربانی بیکاری گسترده‌ی سرزمین‌های مادری‌شان می‌شدند. اودروزنه در حال حاضر بیش از سیصد بافنده از سراسر بوسنی و هرزگووین را به کار گرفته است—زنانی که هر یک به خودی خود کارآفرین هستند و قادرند از طریق کانال‌های فروش و توزیعی که اودروزنه فراهم می‌کند، به بازار بزرگ‌تری هم برسند. به این نحو، اودروزنه به زنانی کمک می‌کند که از جنگ و خشونت و به‌حاشیه‌رانده‌شدن در اجتماع رنج برده‌اند و از بافندگی به‌عنوان راهی برای پیوستن دوباره‌ی آنان به جامعه استفاده می‌کند، به این نحو که با ایجاد کسب‌وکاری اجتماعی، این زنان را به لحاظ اقتصادی و اجتماعی توانمند می‌سازد.

کسب‌وکاری دیگر در بالکان که توسط YSB حمایت می‌شود و فرصت‌هایی برای کارآفرینان فردی در سراسر منطقه ایجاد می‌کند، ریزونا است که برای سبزیجاتی با کیفیت بالا که توسط یکصد کشاورز خرده‌پا در ناحیه‌ی راهووک<sup>۲</sup>

کوزوو به صورت ارگانیک کشت می‌شوند، بازار قابل اعتمادی ایجاد کرده است. مورد سوم، مزرعه‌ی ارگانیکِ درّه‌ی سن جرج است، که یک شرکت کسب‌وکار اجتماعی در گیاهان دارویی است که مردی محلی به نام امیلاند اسکورا<sup>۱</sup> بنیانگذاری کرده است. در سن جرج، که نزدیک تیرانا واقع شده است، گیاهانی کاشته می‌شود که می‌توان تقطیرشان کرد و عصاره‌هایی گیاهی از آنها به دست آورد و این عصاره‌ها در بازارهای بین‌المللی برای استفاده در داروهای پزشکی یا برای مقاصد آرایشی فروخته می‌شوند—و این، کسب‌وکاری است با سود خالص بسیار بالاتر از اغلب شکل‌های کشاورزی. سن جرج زمین‌هایی را به حدود شصت کشاورز محلی اجاره می‌دهد و به آنان در مورد تکنیک‌ها و روال‌های کشت گیاهان دارویی آموزش می‌دهد و آنان را قادر می‌سازد که درآمد بیشتری برای خود و خانواده‌هایشان ایجاد کنند. و چون کاربرد دارویی گیاهان اکیداً محتاج فرآیندهایی ارگانیک است، این کسب‌وکار به لحاظ زیست‌محیطی هم مناسب است.

هم‌چنان که این مثال‌ها نشان می‌دهند، کسب‌وکار اجتماعی کسب‌وکاری مشکل‌گشا است. وقتی که کسب‌وکاری اجتماعی بر مسأله‌ای تمرکز می‌کند، این مسأله هرچه که باشد، آن کسب‌وکار به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم به بعضی از SDGها می‌پردازد، فرصت‌هایی برای درآمد و شغل و برابری جنسیتی و کاهش فقر و غیره ایجاد می‌کند.

دو مثال دیگری از کسب‌وکارهای اجتماعی که در اینجا ارائه می‌کنم از کلمبیا و فرانسه هستند. اینها از جهات مختلفی جالب‌اند. هر دویشان پروژه‌های مشترکی‌اند با یک آب‌شرکت که درگیر کشاورزی و به‌طور خاص محصولات غذایی است.

کامپو ویوو<sup>۲</sup>، پروژه‌ای تجاری در کشور کلمبیا در امریکای لاتین، توسط YSB و با مشارکت شرکت غذایی مک‌کین ایجاد شد که شرکتی است در مالکیت خانوادگی و مستقر در کانادا که در ۱۹۵۷ بنیانگذاری شده و از دهه‌ی ۱۹۶۰ جایش در اروپا و سراسر جهان مستحکم شده است.

ژان برنو، رئیس منطقه‌ای مک‌کین<sup>۳</sup> در اروپا (غیر از انگلستان) و خاورمیانه و شمال آفریقا، شخصی است غیر معمول. او که اهل لیل فرانسه است، چندین سال پیش به ایده‌ی کسب‌وکار اجتماعی بسیار علاقه‌مند شد. شروع کرد به شرکت در جلسه‌ها و کنفرانس‌هایی در هر جایی که من سخنرانی می‌کردم، و شروع کرد به تماس گرفتن با من برای بحث در مورد شیوه‌هایی که مک‌کین، از طریق منابع تجاری و استعداد و تخصص‌اش، می‌تواند در توسعه‌ی یک نظام اقتصادی جدید برای پرداختن به چالش‌برانگیزترین مشکلات دنیا سهمی داشته باشد. او هم‌چنین من و بعضی دیگر از اعضای گروه گرامین را به اعضای بنیانگذار خانواده‌ی مک‌کین در کانادا معرفی کرد. آنان نیز به مفهوم کسب‌وکار اجتماعی علاقه‌مند شدند و خواستند که در آن وارد شوند. نهایتاً وقتی فرصت برای همکاری ما پدیدار شد که YSB شروع کرد به جست‌وجو برای بعضی مشکلات اقتصادی‌ای که فقیرترین مردمان کلمبیا دچارش بودند.

حدوداً ۳۱ درصد از جمعیت کلمبیا در نواحی دورافتاده زندگی می‌کنند، و جوامع فقیر در این نواحی عموماً به کشاورزی به‌عنوان منبع عمده‌ی درآمدشان اتکا دارند. درست مثل هر کس دیگری در هر جایی، کشاورزان نواحی دورافتاده‌ی کلمبیا بسیاری اوقات با چالش‌هایی جدی مواجه هستند، چالش‌هایی از جمله دسترسی محدود به پول و تکنولوژی‌های جدید کشاورزی و کمک‌های فنی، و نیز توان اندک چانه‌زنی برای فروش محصولات کشاورزی. در سال‌های اخیر،

02. Compo Vivo.

03. Jean Bernou, McCain.

این مشکلات اقتصادی به طرز ویژه‌ای حادث شده‌اند. کلمبیا مقدار زیادی از بازارش برای قهوه‌ی کلمبیایی را، که زمانی معروف بود، از دست داده است. وقتی که تولیدکنندگان آسیایی در کشورهای نظیر ویتنام و اندونزی سهم روزافزونی از بازار قهوه را در اختیار گرفتند، کشاورزان قهوه‌کار کلمبیایی ناگهان با یک بحران شدید اقتصادی مواجه شدند، بحرانی که کل بعضی جوامع را به شرایطی نزدیک به رکود کشاند.

مک کین در کشت و فرآوری و بازاریابی سیب‌زمینی تخصص دارد. در واقع، مک کین در کارخانه‌هایی در سراسر جهان هر سال بیش از ۵ میلیون تن سیب‌زمینی را به شکل خلال‌های سیب‌زمینی و محصولات مربوط به آن فرآوری می‌کند. با ادامه‌ی رشد محبوبیت خلال‌های سیب‌زمینی به سبک امریکایی، ما دریافتیم که فرصتی برای کشاورزان متضرر شده‌ی کلمبیا فراهم شده است که به خط جدیدی از کسب‌وکار بپردازند. ایده‌ی کامپو ویوو به این صورت متولد شد. کامپو ویوو پروژه‌ی مشترکی است بین غذاهای مک کین و YSB، با رسالت بهترکردن گذران زندگی کشاورزان محلی و خانواده‌هایشان که در جوامع محروم و دورافتاده‌ای در کلمبیا زندگی می‌کنند و فاقد دسترسی کافی به بازارها و شبکه‌های فروش محصولات‌شان هستند. این شرکت، تخصص بی‌رقیب مک کین در سیب‌زمینی را به کار می‌بندد، به این صورت که از کشاورزان کلمبیایی کمک می‌گیرد تا، با استفاده از تکنیک‌های کشاورزی یافت‌شده برای بهترین استحصال ممکن سیب‌زمینی، سیب‌زمینی‌هایی با کیفیت بالا کشت کنند.

در ۱۳ می ۲۰۱۴، نخستین بذره‌های سیب‌زمینی‌های R۱۲، که گونه‌ای است که به محصول بسیار نیرومندش مشهور است، در مرزعه‌ی رامادا در شهرستان اونه کوندینامارکا در ناحیه‌ی شرقی کلمبیا کاشته شد. این پروژه‌ی ابتدایی کوچکی برای توسعه بود، که هشتاد و چهار نفر از بیست و یک خانواده در آن شرکت داشتند.

در ۱۱ نوامبر ۲۰۱۴، اولین محصول سیب‌زمینی کامپو ویوو درو شد. به لحاظ کشاورزی و اقتصادی، نتایج حتی از آنچه انتظار می‌رفت بهتر بود، از جمله اینکه میزان تولید به ۵۴.۴ تن در هکتار (بیش از ۱۳۰ تن در آکر) رسید، که بسیار بالاتر از میانگین کشور است که حدوداً ۲۲ تن در هکتار است. محصولات بعدی هم به همین اندازه موفق بودند.

با الهام از تجربه‌ی کامپو ویوو، مک‌کین به این ایده رسید که، با مشارکت چند شرکت دیگر، کسب‌وکاری اجتماعی در فرانسه ایجاد کند. این کسب‌وکار، Bon et Bien («خوب و خوش») نامیده شد. این کسب‌وکار به مشکلی می‌پردازد که رهبران مک‌کین، به‌عنوان بخشی از کسب‌وکارشان، برای سال‌های زیادی با آن آشنا بودند اما گمان نمی‌کردند که کسب‌وکارشان دلیل خاصی برای توجه به آن داشته باشد. درگیر بودن‌شان در کسب‌وکار اجتماعی در کلمبیا همه‌ی اینها را به چالش کشید. دید تازه‌شان در مورد کسب‌وکار اجتماعی باعث شد به مشکل، و به فرصتی که این مشکل مهیا کرده بود، توجه کنند.

مشکلی که از آن صحبت می‌کنم مشکل سیب‌زمینی‌های فروش‌نرفته است. از قرار معلوم، در بازار متعارف برای محصولات کشاورزی، کشاورزان ۲۰ درصد از سیب‌زمینی‌ای که درو می‌کنند را نمی‌توانند بفروشند زیرا این سیب‌زمینی‌ها شکل مناسبی برای درست‌کردن چیپس یا سیب‌زمینی سرخ‌کرده ندارند. برای ماشین‌هایی که در کارخانه‌های فرآوری‌ای به‌کار می‌روند که توسط شرکت‌هایی نظیر مک‌کین اداره می‌شوند، این سیب‌زمینی‌ها مناسب نیستند. شش درصد دیگر از محصول، زیر زمین باقی می‌ماند زیرا ماشین‌های معمول درو این سیب‌زمینی‌ها را پیدا نمی‌کنند. در نتیجه، یک چهارم محصولی که عملاً تولید می‌شود هرگز به مصرف‌کنندگان نمی‌رسد—و این یک هدررفت عمده‌ی غذا است.

سیب‌زمینی یگانه محصولی نیست که هدررفت آن معمول است. امروزه

متخصصان می‌گویند که بیش از ۳۰ درصد از غذایی که تولید می‌کنیم — که تخمین زده می‌شد که سالانه ۱.۳ میلیارد تن در نظام متریک باشد — به دلیل هدررفت ناخورده می‌ماند، با اینکه بیش از ۸۰۰ میلیون نفر از گرسنگی و سوء تغذیه رنج می‌برند. در عین حال، پیش‌بینی می‌شود که جمعیت جهان در طی سی و پنج سال آینده از ۷ میلیارد به ۹.۶ میلیارد رشد کند، که این امر منابع کشاورزی مان را تحت فشار شدیدتری قرار می‌دهد. بنابراین کاملاً غیرقابل قبول است که غذایی را به‌دور بریزیم که می‌تواند مصرف شود.

هدررفت غذا به دلیل‌های زیادی رخ می‌دهد. در هر قدم زنجیره‌ی ارزش صنایع غذایی، از برداشت تا ذخیره‌سازی و حمل‌ونقل و آماده‌سازی و خدمات تا خود مصرف، این هدررفت در هر مرحله‌ای به سبب عوامل متعددی اتفاق می‌افتد. اما علت اصلی پشت این مسأله نظام اقتصادی ناکارآمدمان است که حکم می‌کند به اینکه هر محصولی که نتواند به قیمتی فروش برود که، دست‌کم سودی معادل میانگین-صنعت حاصل کند، باید رها یا معدوم شود.

آیا غریب نیست که در مورد این موضوع هیچ مسؤلیتی احساس نمی‌کنیم — آیا غریب نیست که احساس نمی‌کنیم لازم است به دنبال یک راه‌حل برای این مشکل باشیم؟ سی درصد از سبزیجاتی که در اروپا تولید می‌شوند به دلیلی عجیب دور ریخته می‌شوند — به این علت که که با شکل‌هایی نامنظم یا «مضحک» متولد می‌شوند. در این تجارت، اینها به «سبزیجات زشت» معروف‌اند. برای شکل‌های نظامی‌ای که در سوپرمارکت‌ها می‌بینیم که به‌نمایش گذاشته می‌شوند، این سبزیجات مناسب نیستند، و بنابراین رد می‌شوند اگرچه کاملاً قابل خوردن و پُر از ارزش غذایی هستند.

مک کین، شرکت Bon et Bien را ایجاد کرد تا به سراغ این مسأله‌ی کهنه برود. آنان شرکای دیگری را هم به این پروژه آوردند، از جمله پنج عضو اتحاد بین‌المللی هدررفت غذا، که انجمنی از شرکت‌های غذایی است به منظور



اجتناب از هدررفت غذا: لکرک خرده‌فروش، متخصصان جذب نیرو در رانستاد فرانس، بانک غذایی فرانسه، و انجمن سیب‌زمینی کاران فرانسه (GAPPI). هر یک از این گروه‌ها نقش منحصر به فردی در Bon et Bien دارد. در اکتبر ۲۰۱۴، شرکت را برای تبدیل سبزیجات زشت به غذای جذاب تأسیس کردند.

شرکت Bon et Bien به این صورت عمل می‌کند: مک‌کین، به همراهی چند کشتکار از هزاران کشتکار منطقه‌ای اش، سبزیجات تازه اما زشت را جمع‌آوری می‌کنند. بعد از آن، این سبزیجات، از جمله سیب‌زمینی، هویج، کاسنی، و پیاز، مطابق با دستورالعمل‌هایی که آشپزان محلی تهیه می‌کنند، به انواع سوپ تبدیل می‌شوند. (قطعه‌قطعه کردن سبزیجات زشت، مانع اصلی بین مصرف‌کننده و غذای مغذی لذیذ را به‌سادگی از بین می‌برد زیرا که مصرف‌کننده هیچ راهی ندارد که در یابد شکل اولیه‌شان چگونه بوده است.)

کارگران فرآوری غذا که در Bon et Bien کار می‌کنند، بیکاری طولانی مدت را تجربه کرده‌اند و آماده‌اند که دوباره وارد بازار کار بشوند. رانستاد فرانس فرآیند استخدام را انجام می‌دهد و آموزش‌شان می‌دهد و از آنان به لحاظ اجتماعی حمایت می‌کند. بانک‌های غذایی فرانسه نقش مشاور را به عهده می‌گیرند، و GAPPI در مقام تسهیل‌کننده‌ی ارتباط بین کشتکاران و این کسب‌وکار اجتماعی عمل می‌کند. نهایتاً، سوپ‌های بسته‌بندی شده در سوپرمارکت‌های تمپلوه<sup>۲</sup> (که سازمان خرده‌فروشی لکرک اداره‌شان می‌کند) فروخته می‌شوند.

ژان برنو در زمان تأسیس گفت «این پروژه یک راه‌حل برد-برد برای همه است. ما با شرکای کشتکار خودمان و با یک مشتری عمده، لکرک، در نبرد بر ضد هدررفت غذا همکاری می‌کنیم. در عین حال، برای اشتغال و منبعی برای تولید سیب‌زمینی ورقه‌ورقه‌شده در کارخانه‌هایمان فرصت‌هایی ایجاد می‌کنیم. و

01. E. Leclerc; Randstad France.

02. Templeuve.

تمام سودی که توسط Bon et Bien تولید می‌شود دوبار برای سرمایه‌گذاری و افزایش اثرات اجتماعی و زیست‌محیطی بازمی‌گردد»<sup>۵</sup>.  
 امروزه، بعد از دو سال موفق، Bon et Bien فعالیت‌هایش را متنوع‌تر می‌کند و از سبزیجات زشت مخلّفات غذا تولید می‌کند. این شرکت هم‌چنین کارش را به بلژیک و یونان گسترش داده است، و مراکش هم تا پایان سال ۲۰۱۷ به آنان خواهد پیوست.

هم کامپو ویوو و هم Bon et Bien به SDG‌های مهمی می‌پردازند، از جمله شماره‌ی ۱، هیچ فقری وجود نداشته باشد؛ شماره‌ی ۲، گرسنگی صفر؛ شماره‌ی ۸، کار مناسب و رشد اقتصادی؛ و شماره‌ی ۱۲، تولید و مصرف مسؤو لانه. چون این کسب‌وکارها پایا هستند، می‌توانند بدون محدودیت نسخه‌برداری شوند.

### نظام اقتصادی جدیدی که اهداف بشری را قابل حصول می‌سازند

شرکت‌های کسب‌وکار اجتماعی کامپو ویوو و Bon et Bien دروازه‌های مسدودشده‌ی نوآوری را با ایده‌های نو گشودند. مردمان بسیاری در سراسر جهان با ایده‌هایی پا پیش خواهند گذاشت که حتی از اینها هم درخشان‌ترند. چون کسب‌وکار اجتماعی به ما اجازه می‌دهد که با چشمان تازه‌ای به جهان نگاه کنیم، می‌توانیم چیزهایی ببینیم که قبلاً هرگز نمی‌توانستیم ببینیم. این چشمان جدید، ما را هدایت خواهند کرد که به‌موقع به همه‌ی SDG‌ها برسیم.

SDG‌ها مشکلاتی کلیدی را تعریف می‌کنند که امروز جهان با آنها مواجه است. این کاری است که سازمانی جهانی نظیر سازمان ملل می‌تواند انجام بدهد. متأسفانه، در همان لحظه‌ای که سازمان ملل شروع می‌کند به توضیح‌دادن فرآیندی که این مشکلات از ابتدای آن فرآیند ایجاد شده‌اند، درگیر بحثی داغ و بی‌پایان می‌شود. برای من آسان‌تر است که نظرها را داوطلبانه و به شکل نظری فردی عرضه کنم.

از این منظر، می‌توانم توضیح بدهم که فهرستِ SDGها کاری است عالی در مستند کردن آنچه جریانِ غالبِ نظامِ اقتصادی نتوانسته برآید انجام دهد. این فهرست را می‌توانید به‌عنوان کیفرخواستی از همه‌ی اتهامات علیه نظام موجود توصیف کنید. آیا می‌توانیم برای حل این مشکلات به نظامی اتکا کنیم که خود این مشکلات را ایجاد کرده است؟ حتی اگر این مشکلات حل بشوند، آیا می‌توانیم تضمین کنیم که همین نظام دوباره و دوباره همین مشکلات را به‌بار نیاورد؟ این نحوه‌ی تفکر آیا هیچ منطقی دارد؟

به این دلیل، من با این فرض شروع کرده‌ام که برای بازطراحی جهان، باید نظام اقتصادی را بازطراحی کنیم. نیاز به جاده‌های جدیدی داریم تا به جهان جدیدی برسیم. در جهانی که تمرکز بی‌وقفه‌ی ثروت را فقط به شکل یک فعالیت مجاز اقتصادی می‌بیند، حتی اگر بشود به SDGها دست یافت نمی‌توان حفظشان کرد. سه صفری را هم که به‌عنوان نسخه‌ی خودم از هدف‌هایی عرضه کرده‌ام که تمدن‌مان باید در تعقیب آنها باشد—فقرِ صفر، بیکاریِ صفر، و سرجمعِ صفرِ کرین—نمی‌توان حفظ کرد. برای رسیدن به این اهداف، نیاز به نظامی بدیل داریم مبتنی بر مفاهیمی که متفاوت باشند و نهادها و مقاصد زندگی در آن نظام متفاوت باشند.

کسب‌وکار اجتماعی، نماینده‌ی عنصری اساسی در گذار از تمدنِ کنونی طمع‌محورِ ما به تمدنی است مبتنی بر ارزش‌های عمیق‌تر انسانیِ اشتراک و مراقبت. این گذار، گذاری است که باید با موفقیت تکمیل‌اش کنیم اگر که می‌خواهیم در مسیری حقیقتاً پایدار برای زندگی گام برداریم و نسل‌های بعدی به‌دنبال ما بیایند.



بخش سوم

# نیروهای عظم

برای متحول ساختن دنیا



## جوانی:

### شورآفرینی و توانمندسازی جوانان در سراسر جهان

برای بسیاری از مردم، این خبر بهت‌آور بود. تیترواشینگتن پست این بود که «اکثریت هزاره‌سومی‌ها حالا سرمایه‌داری را رد می‌کنند».<sup>۱</sup> مطابق یک نظرسنجی از جوانان سنین ۱۸ تا ۲۹ که متخصصان دانشگاه هاروارد انجام داده‌اند، فقط ۴۲ درصد می‌گویند که از سرمایه‌داری حمایت می‌کنند، در حالی که ۵۱ درصد می‌گویند که حمایت نمی‌کنند. این فقط آخرین نظرسنجی بود برای نشان دادن بی‌اعتمادی شدیدی که بسیاری از جوانان در مورد جریان اصلی نظام اقتصادی احساس می‌کنند. برای مثال، یک نظرسنجی سال ۲۰۱۲ توسط مؤسسه‌ی باپرستیز پیو<sup>۱</sup> معلوم کرده بود که در حالی که ۴۶ درصد از هزاره‌سومی‌ها دید مثبتی به سرمایه‌داری دارند، ۴۷ درصد دیدی منفی دارند. مکس آهرنفروند روزنامه‌نگار، نتایج نظرسنجی هاروارد را به این صورت توصیف کرد که بازتاب‌دهنده‌ی این است که مخالفت آشکار با اصول پایه‌ی اقتصاد ایالات متحده پدیدار شده است».

این خبر، حداقل‌اش را اگر بگوییم، شگفت‌انگیز بود. در ۱۹۹۱، با فروپاشی اتحاد شوروی، این‌طور به‌نظر می‌رسید که یگانه‌عاملی که چالشی قابل قبول برای سرمایه‌داری بود، حالا مرده است. چه اتفاقی افتاده بود که چیزی نسل جدیدتر را مخالف نظام سرمایه‌داری کرده بود که علی‌الظاهر از بیست‌وپنج سال

پیش به عنوان طرف پیروز ماجرا ظاهر شده بود؟

پاسخ مدافعان بازار مقدس آزاد، شگفتی و نگرانی بود. مایکل مانگر اقتصاددان که در وبسایت بنیاد تحصیلات آکادمیک می نوشت، به نظر می رسید که این نظرسنجی را بی معنا می انگارد و می گفت: «روشن نیست که شما بتوانید سرمایه داری را رد کنید، همان طور که نمی توانید جاذبه را رد کنید».<sup>۲</sup> برخی مفسران خبر خاطر نشان کردند که جوانانی که از آنان نظرسنجی شده بود، هیچ بدیل روشنی برای سرمایه داری در نظر نداشته اند؛ برای مثال، فقط ۳۳ درصد گفته بودند که از سوسیالیسم حمایت می کنند. مفسران دیگری بر این امر تأکید کردند که به کسانی که به این نظرسنجی پاسخ داده بودند، هیچ تعریف اقتصادی روشنی داده نشده بود تا بر پایه ی آن تعریف پاسخ بدهند؛ این مفسران حدس می زدند که شاید نتایج نظرسنجی فقط بازتاب دهنده ی سردرگمی در این مورد است که «سرمایه داری» دقیقاً به چه معنا است.

شاید بهترین تفسیر را سارا کندزیور ارائه کرد که در مجله ی سیاست خارجی می نوشت. او پرسید «آیا اصلاً جای هیچ تعجبی هست که بیش از نیمی از کسانی در امریکا که ۱۸ تا ۲۹ سال سن دارند می گویند که از سرمایه داری حمایت نمی کنند؟» کندزیور ادامه داد:

برای اطمینان یافتن از مخصصه ای که جوانان امریکایی گرفتارش هستند نیازی به نظرسنجی ندارید. می توانید نگاه کنید به حساب های بانکی شان، به شغل هایی که والدین شان از دست داده اند، به وام هایی که بازپرداخت شان را بر عهده دارند، به فرصت های شغلی ای که مورد علاقه شان است اما از آنان دریغ می شود. برای دلیل آوردن بر ضد وضع موجود، نیازی به اصطلاحات و ایدئولوژی ندارید. روشن ترین سند محکومیت وضعیّت موجود، خود وضعیّت موجود است.<sup>۳</sup>

نتایج این نظر‌پرسی مرا شگفت‌زده نکرد. من به واسطه‌ی شغل‌ام به کالج‌ها و فضاهای دانشگاهی سراسر جهان می‌روم. برای صحبت با جوانان در مورد زندگی‌شان، چالش‌هایی که با آنها مواجه‌اند، و آرزوها و رؤیاهایشان برای آینده فرصت‌های بسیار داشته‌ام. از مدت‌ها پیش برای من واضح بوده است که همه‌جا، در کشورهای ثروتمند و نیز در فقیرترین کشورهای جهان، جوانان از نظام اجتماعی و اقتصادی‌ای که به‌ارث برده‌اند عمیقاً ناراضی هستند. از ناکامی‌هایش به‌روشنی آگاهی دارند، نه فقط به سبب دشواری‌هایی که شخصاً تجربه می‌کنند—بیکاری، بدهی‌های دانشجویی، فرصت‌های از بین رفته—بلکه به سبب مشکلاتی جهانی که در اطراف‌شان می‌بینند، از تداوم فقر و نابودی محیط‌زیست تا نابرابری فراگیر و نقض حقوق بشر. با این حال، من گمان نمی‌کنم که جوانان این موضوع را به‌روشنی درک کنند که همه‌ی مشکلاتی که در اطراف‌شان می‌بینند ناشی از سرمایه‌داری است. گمان می‌کنم که صرفاً می‌گویند که چیزهایی را که در اطراف‌شان می‌بینند دوست ندارند. مهم‌تر از همه اینکه آنان این «نظام» را نه مقدس تلقی می‌کنند و نه باور دارند که آن‌طور که برخی ایدئولوگ‌ها اصرار دارند، نتایج حاصل از بازار آزاد همواره بی‌نقص‌اند. این جوانان، در مورد نظام اقتصادی با نگاه به نتایجی که از آن حاصل شده است قضاوت می‌کنند، و بر این پایه است که آن را معیوب می‌انگارند.

از طرف دیگر، بیشتر جوانان امروز پذیرای ایدئولوژی‌های بدیلی—نظیر سوسیالیسم یا کمونیسم—نیستند که یک زمانی به عنوان جایگزین‌هایی برای سرمایه‌داری مطرح شده بودند. جوانان آن ایدئولوژی‌ها را هم معیوب تلقی می‌کنند. بلکه مشتاقانه در جست‌وجوی رهیافتی جدید هستند—مجموعه‌ی جدیدی از ساختارهایی که با دقت بیشتری بازتاب‌دهنده‌ی واقعیت‌های ماهیت بشری باشند و توانایی این را داشته باشند که قوای خلاقانه‌ی مردم را آزاد کنند و آن را در جهت حل مشکلاتی که نوع بشر با آن مواجه است، به کار برند. توجه



کرده‌ام که یک چیز در میان جوانانِ امروز مشترک است: آنان بیشتر از نسل‌های قبل مایل‌اند که برای دیگران سودمند باشند. جوانان به دنبال راه‌هایی هستند که خودشان را برای جهانِ سودمند کنند.

نظرسنجی‌ها فقط نشان می‌دهند که جوانان از این نظام راضی نیستند — نشان می‌دهند که این نظام اقتصادی، نتایجی را به‌بار نیاورده که بتواند رضایت‌شان را جلب کند. اگر به طرزی ملایم بخواهم بیان کنم، موضوع این است که جوانان احساس می‌کنند که این نظام برایشان الهام‌بخش نبوده است. شاید فعالانه به دنبال نظام اقتصادی جدیدی باشند، شاید نباشند. برخی‌شان احساس می‌کنند که در بین دیوارهای ساختارهایی نظیر بازار سهام یا سیاست‌های پولی و مالی گیر کرده‌اند. با شوق فراوان به استقبال هر کسی می‌روند که بگذارد هوای تازه‌ی بیرون از این ساختارها را تنفس کنند. این امر، تبیین‌کننده‌ی شور و شوقی است که وقتی ایده‌هایم را برای مخاطبانِ جوان هر قاره‌ای توضیح می‌دهم، با شور و شوق مواجه می‌شوم.

جوانانِ امروز کسانی هستند که جهان را به سمت تمدن جدیدی خواهند برد، تمدنی که عاجلانه نیازمندش هستیم. این جوانان همین‌الآن هم سخت کار می‌کنند، و به دنبال دستورکاری برای عمل کردن هستند. همین که بفهمند چه می‌خواهند، می‌توانند، بسیار سهل‌تر از آنچه سی سال پیش امکان‌پذیر بود، به آن دست یابند.

جوانانِ امروز به طرز چشمگیری برای انجام هر کار بزرگی مجهزند. این جوانان، که تحصیلات‌شان بهتر از هر نسلی در طول تاریخ است، تنوع بسیار دارند و، به لطف ارتباطات دیجیتال و تکنولوژی ارتباطات که جوانان را در همه‌جا به هم متصل می‌کند، در سطحی جهانی با هم در ارتباط هستند. سفرهای بین‌المللی، برنامه‌های کارآموزی و تبادل دانشجو، و شبکه‌سازی از طریق رسانه‌های جمعی کمک کرده‌اند که بسیاری از آنان، فراتر از مرزهای ملیت و نژاد

و مذهب، با هم دوست شوند.

جوانانِ امروز در مورد اینکه چه نوع جهانی را می‌خواهند، فقط تصویر مبهمی دارند. اما این را تشخیص می‌دهند که هم جهانِ آکادمیک و هم جهانِ سیاسی، ناکام بوده‌اند در اینکه نقشه‌ی راه به سوی جهانِ بهتری به دست بدهند که جوانان خواهان‌اش هستند، و ابزارهای مورد نیاز را هم تدارک ندیده‌اند برای اینکه خود جوانان نقشه‌ی راه را طراحی کنند.

دلسردیِ جوانان باعث شده به دو جهت متفاوت رانده شوند. برخی گرایش دارند به بدبینی و کناره‌گیری از جامعه، در حالی که بقیه هنوز امید دارند که اوضاع بهتر خواهد شد. احساس می‌کنند که قدرت عظیمی دارند، اما نمی‌توانند دریابند که از قدرت‌شان چگونه استفاده خواهند کرد. هر نقشه‌ی متقاعدکننده‌ای از آینده که با اشتباهی درونی‌شان ارتباط برقرار کند، نیروهایی را بر خواهد انگیزد که متوقف شدنی نیست — نیروهایی که جهان هرگز نظیرشان را تجربه نکرده است. پیشنهاد می‌کنم که به‌عنوان بخشی اساسی از نظام آموزشی، افراد هر کلاسی در هر سال یک هفته را به این پردازند که اگر اختیار ایجاد یک جهان تازه به آنان داده شود، ویژگی‌های متنوع آن جهان را تصور کنند. در دو روز اول این هفته، باید ویژگی‌هایی از جهان را فهرست و مرور کنند که هر دانشجویی منفرداً تصور کرده است. بعد، در بقیه‌ی هفته، باید با هم کار کنند تا از ویژگی‌هایی از جهان که فکر می‌کنند برایشان مناسب است، یک یا چند فهرست مورد قبول خودشان تهیه کنند.

امروزه هرگز به دانشجویان گفته نمی‌شود که می‌توانند جهانی از آن خودشان بسازند. اما من فکر می‌کنم که تصور کردن یک چنین جهانی باید مهم‌ترین بخش فرآیند آموزشی باشد. همین که چنین جهانی را طراحی کنند، شروع خواهند کرد به فکر کردن درباره‌ی اینکه چگونه آن را از تصور به واقعیت درآورند. اگر بتوانیم چیزی را تصور کنیم، شانس زیادی هست که آن چیز بتواند اتفاق بیفتد. اگر

تصورش نکنیم، تقریباً هیچ شانس برای رخ دادن اش وجود ندارد. دانشجویان، در طراحی دنیاهایی که تصور می‌کنند، تشخیص خواهند داد که جهان کنونی چقدر متفاوت است با جهانی که آنان می‌خواهند. این تشخیص، آغاز فعالیت خواهد بود.

جوانانِ امروز نماینده‌ی یکی از «ابرقدرت»های سه‌گانه‌ای هستند که باور دارم که در چند دهه‌ی آینده، از طریق بازطراحی کامل ساختار اقتصادی برای آزادسازی قدرتِ خلاقانه‌ی زنان و مردان در همه‌جای جهان، جامعه‌ی جهانی را دگرگون خواهند کرد. آنان اطمینان می‌یابند که این چنین نخواهد ماند که نظام اقتصادی، ماشینی باشد که با ظرفیت بسیار طراحی شده تا تعداد انگشت‌شماری فیلِ ثروتمند تولید کند که بر جهان سیطره داشته باشند و میلیاردها نفر را رها کند که زندگی‌شان را مثل مورچه‌های کارگر سپری کنند. همین که جوانانِ امروز به‌روشنی بفهمند که چه نوعی از جهان را می‌خواهند، بسیار ساده‌تر خواهد شد که کاری کنند که چنان جهانی محقق بشود.

### **مدارس و دانشگاه‌ها می‌توانند جوانان را قادر کنند که جهان خودشان را طراحی کنند**

هم‌چنان که توضیح داده‌ام، یکی از مشکلات اصلی نظام اقتصادی موجود، مفروضات و رویکردهایی است که در طول تحصیلات جوانان در ذهن‌شان فرو می‌کنیم. فرزندان‌مان را طوری بزرگ می‌کنیم که باور کنند زندگی‌شان با شغل آغاز می‌شود. شغل اگر نباشد، زندگی نیست—این پیام را به شکلی واضح و روشن به هر جبهتی ارسال می‌کنیم: خانه، مدرسه، رسانه‌ها، مناظرات سیاسی، همه‌جا. وقتی فردی بزرگسال می‌شوید، خود را در معرض بررسی‌های دقیق بازار کار قرار می‌دهید. شغل، سرنوشت شما است. اگر از دست‌اش بدهید در صفِ مستمندان قرار می‌گیرید. هیچ‌کسی به جوانان نمی‌گوید که طبیعتاً ساخته

شده‌اند که کارآفرین باشند، نه اینکه در صف انتظار باشند تا استخدام بشوند. درس مهم دیگری که جوانان در دوران کودکی یاد می‌گیرند این است که هدف بنیادی کار این است که درآمد و ثروت شخصی تولید کند. به آنان یاد می‌دهیم که همه‌ی انگیزه‌های دیگر، از جمله خواسته‌هایی غیر خودخواهانه‌ی از قبیل میل به کمک به دیگران و میل به اینکه جهان را جای بهتری بسازیم، همگی اهمیت ثانویه دارند و فقط باید در «وقت آزاد» دنبال بشوند یا به‌عنوان نوعی بازپرداخت «پس داده شوند». بر پایه‌ی این مفروضات، جوانان به مسیرهای باریکی سوق داده می‌شوند که حیطه‌های فعالیت و دستاوردهای آن را محدود می‌کنند. به چیزهای کوچک راضی می‌شوند، و ظرفیت‌های مادرزادی‌شان برای تعقیب رؤیاهایی جهانی و محقق کردن آن رؤیاها را فراموش می‌کنند. اگر آرزو داریم تمدن تازه‌ای ایجاد کنیم که حوزه‌ی وسیع‌تری از خواسته‌ها و توانایی‌های بشری را به رسمیت بشناسد و ارج بنهد و تقویت کند، باید نظام آموزشی و مفروضات پشت این نظام را تغییر بدهیم.

خوشحال‌ام که رویش جدیدی را در فضاهای دانشگاهی در سراسر جهان می‌بینم. در ده سال گذشته، بسیاری از دانشگاه‌ها درس‌هایی در کسب‌وکار اجتماعی را به برنامه‌های آکادمیک‌شان اضافه کرده‌اند. شبکه‌ی روبه‌رشدی از برنامه‌های دانشگاهی در سراسر جهان هست که در آنها استادان و دانشجویان درباره‌ی راه‌های جدید سازمان‌دهی و رشد دادن به فعالیت اقتصادی تحقیق و مطالعه و تجربه می‌کنند.

اکنون دانشگاه‌هایی در همه‌ی قاره‌ها در حال ایجاد مراکز کسب‌وکار اجتماعی یونس (YSBC<sup>۱</sup>) هستند برای آموزش دروس و انجام پژوهش و عمل در مقام شرکت‌های تسویه‌ی وجوه برای ایده‌هایی در کسب‌وکارهای اجتماعی برای رهبران تجاری، نهادها، سمن‌ها، فعالان اجتماعی، دولت‌ها، سازمان‌ها،

نهادهای مالی، و غیره. بعضی از این مراکز، مسابقه‌هایی برای طراحی کسب‌وکارهای اجتماعی برگزار می‌کنند تا برای مشکلاتی که دانشجویان در محیط‌های دانشگاهی خودشان و در کشورهای خودشان و حتی در سراسر جهان شناسایی می‌کنند، راه‌حلی مبتنی بر کسب‌وکارهای اجتماعی بیابند. دانشجویان تحصیلات تکمیلی در این مراکز پذیرفته می‌شوند تا در جنبه‌های گوناگون کسب‌وکارهای اجتماعی عهده‌دار پژوهش‌های عمیق‌تری بشوند. کنفرانس‌های آکادمیک کسب‌وکارهای اجتماعی به‌طور منظم در شهرهای پیشرو متعددی در جهان برگزار می‌شوند. مقاله‌های پژوهشی ارائه می‌شوند، و برنامه‌ها و تجربیات جدیدی از طریق این کنفرانس‌ها به اشتراک گذاشته می‌شوند.

در نتیجه، تعداد فزاینده‌ای از جوانان ابزارها و بصیرت‌هایی را توسعه می‌دهند که مورد نیازشان است تا شکل‌های جدیدی از تفکر اقتصادی را به عمل درآورند و ایده‌های جدید را حتی به نحو وسیع‌تری در آینده اشاعه دهند.

در ۹ آوریل ۲۰۱۷، موافقت‌نامه‌ای توسط مرکز یونس امضا شد تا جدیدترین این مراکز دانشگاهی را در دانشگاه لینکلن در کرایست چرچ نیوزیلند تأسیس کند—سی‌وهفتمین YSBC در جهان. مراکز دیگر در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی در سراسر جهان واقع شده‌اند: در دانشگاه کالدونیایی گلاسگو در اسکاتلند؛ مدرسه‌ی اقتصاد دانشگاه لاتروب در ملبورن استرالیا؛ کالج بکر در ووستر ماساچوست؛ دانشگاه کالیفرنیا در چنل آیلند؛ دانشگاه چینی هنگ‌کنگ؛ کینگز کالج لندن؛ دانشگاه مرکز ملی در تایوان؛ دانشگاه رنمین در پکن؛ مدرسه‌ی اقتصاد HEC در پاریس فرانسه و در مونترال کانادا؛ دانشگاه فلورانس در ایتالیا؛ دانشگاه ایالتی آذربایجان در اقتصاد (UNEC)؛ مؤسسه‌ی آسیایی تکنولوژی در خلونگ لوانگ تایلند؛ گروهی از دانشگاه‌ها در بارسلونای اسپانیا؛ و مؤسسات متنوع دیگری در سراسر جهان، از آلمان تا ژاپن، از مالزی تا ترکیه. مراکز دیگری

در مناطق دیگری از دنیا نقداً در شرف تکوین هستند، و در ماه‌های آینده تعداد YSBCها از پنجاه فراتر خواهد رفت.

همان‌طور که می‌توانید تصور کنید، هر یک از این مراکز یونس مرکزی است منحصر به فرد، متکی به توانایی‌های خاص دانشگاه مشخصی که در امر مرکز مشارکت می‌کند، و وابسته به ویژگی‌ها و علائق و مسائلی که برای اقتصاد محلی و ملی بسیار مهم است. برای مثال، مراکز ما در دانشگاه کالدونیایی گلاسگو و دانشگاه نیوساوت ولز تمرکز ویژه‌ای بر مسائل مراقبت‌های بهداشتی دارند، به ویژه آن مسائلی که به نیازهای فقرا مربوط اند؛ فقرایی شبیه به آنانی که در مناطق محروم شهری در اسکاتلند و استرالیا زندگی می‌کنند. YSBCهای دانشگاه کاسترسارت و دانشگاه لینکلن بر کشاورزی تمرکز دارند. YSBCی کالج مهندسی SSM در تامپل نادو در جنوب هند بر فرصت‌های کسب و کارهای اجتماعی برای دانشجویان تحصیلات تکمیلی در رشته‌های مهندسی و تکنولوژی تمرکز دارد. در محل‌های دیگر، مراکز یونس می‌توانند، بسته به نیازها و منابع مؤسسات، بر صنایع، کشاورزی، تولید، یا خدمات متمرکز باشند.

علی‌رغم این تفاوت‌ها، همه‌ی مراکز یونس که در دانشگاه‌ها مستقر هستند در فعالیت‌های خاصی مشترک اند. هر یک از این مراکز را می‌توان نوع خاصی از اندیشکده برای مسائل مربوط به نوآوری اقتصادی و کسب و کار اجتماعی تلقی کرد که به طرز ویژه‌ای بر پایداری و بر کاهش فقر متمرکزند، و نیز برگزاری کارگاه و سمینار و کنفرانس و گردهمایی‌های دیگری برای بحث در آخرین پژوهش‌ها و دستاوردهای آن حوزه. هر یک از این مراکز، برنامه‌هایی در کسب و کار اجتماعی و سایر شکل‌های نوآوری برگزار می‌کند و مخاطب این برنامه‌ها، هم دانشجویان و هم کارآفرینان هستند. و هر یک از این مراکز به عنوان قطبی برای تسهیل تبادل ایده‌ها در بین دانشگاهیان و رهبران تجاری و کارآفرینان و مقامات دولتی عمل می‌کند.

مدرسه‌ی اقتصادی HEC در یکی از حومه‌های جنوبی پاریس مثالی است از بعضی از نحوه‌های مختلفی که دانشگاه‌ها، دانش‌مربوط به نوآوری اقتصادی را پیش می‌برند و اشاعه می‌دهند. یکی از بنیانگذاران مرکز جامعه و سازمان‌های HEC، پروفیسور بندیکت فور-تاوینگو است که رئیس کرسی کسب‌وکار/پروژه‌ی اجتماعی و فقر در آن دانشگاه نیز هست.

دکتر فور-تاوینگو به پیشبرد مجموعه‌ای از پروژه‌های مرتبط با نوآوری اقتصادی در HEC کمک کرده است. این دانشگاه حالا به دانشجویانی که دوره‌ی مشخصی را در مطالعه و پژوهش در کسب‌وکار اجتماعی بگذرانند گواهی کسب‌وکار اجتماعی می‌دهد. این دانشگاه هم‌چنین از یک برنامه‌ی آموزشی آنلاین (یک «درس بزرگ آزاد آنلاین»، یا MOOC<sup>۱</sup>) به نام Change Ticket<sup>۲</sup> پشتیبانی می‌کند که تاکنون به آموزش حدود چهل هزار دانشجو در مورد تکنیک‌ها و راهبردهایی کمک کرده است تا جزو کسانی بشوند که فور-تاوینگو آنان را «کارآفرینان تغییر» می‌نامد. به علاوه، HEC یک برنامه‌ی آموزش اجرایی نیز، تحت عنوان کسب‌وکار فراگیر و ایجاد ارزش، برای رؤسای که مشغول کار تجاری هستند ارائه می‌کند. بالاخره اینکه HEC همه‌ی این شکل‌های پژوهش و یادگیری را، از طریق عملکده‌ی فرانسوی که در فصل ۳ این کتاب شرح دادم، به تجربیاتی در توسعه‌ی کسب‌وکار در جهان واقعی ارتباط می‌دهد.

دانشگاه‌های دیگری که بخشی از شبکه‌ی مراکز کسب‌وکار اجتماعی یونس هستند برنامه‌های درسی و تعلیمی خودشان را برای ارائه تنظیم کرده‌اند. دانشگاه کالدونیایی گلاسگو یک برنامه‌ی کارشناسی ارشد (MSc) در کسب‌وکار اجتماعی و امور مالی خرد ارائه می‌کند. مرکز کسب‌وکار اجتماعی یونس در دانشگاه فلورانس به‌طور سالیانه «روزهای شکل‌دهی» را سازماندهی می‌کند که

01. massive open online course.

بیش از یک‌هزار دانش‌آموز دبیرستانی و دانشجوی دانشگاهی را با مفاهیم کسب‌وکار اجتماعی آشنا می‌کند. در تعدادی از دانشگاه‌ها نظیر مدرسه‌ی تجارتِ لاتروب، واحدهایی در کسب‌وکار اجتماعی بخشی الزامی از برنامه‌ی درسی شده‌اند که همه‌ی دانشجویان تجربه‌شان می‌کنند.

بسیاری از مراکز یونس هم‌چنین، از طریق کارکردن با فعالان و کارآفرینان پروژه‌هایی در کسب‌وکارهای اجتماعی، مجدّانه مشغول ارتقاء تجربه‌ی اقتصادی هستند. برای مثال، مرکز کسب‌وکار اجتماعی یونس در کالجِ بکر با سازمان‌های غیرانتفاعی موجود و جدید در جوامع اطراف‌اش همکاری می‌کند تا کسب‌وکارهایی اجتماعی را راه‌اندازی و به رشدشان کمک کند. این مرکز هم‌چنین، با همکاری بانکِ ملیِ میلپوری، یک برنامه‌ی خرده‌وام ایجاد کرده است تا برای کسب‌وکارهای اجتماعی نوپا در ماساچوست مرکزی وام‌هایی فراهم کند، و تأکید ویژه‌اش بر پروژه‌هایی است که توسط دانشجویان یا فارغ‌التحصیلانِ اخیرِ کالجِ بکر راه‌اندازی می‌شوند.

هم‌چنان که این مثال‌ها نشان می‌دهند، در میان جوانان تقاضایی عظیم در سطح جهانی برای اطلاعات و ایده‌هایی درباره‌ی کسب‌وکار اجتماعی و دیگر شکل‌های تجربه‌ی اقتصادی وجود دارد. جوانان جهان با نظام کنونی اقتصادی احساس راحتی نمی‌کنند و دلسرد هستند که راهی برای فرار از آن نیست. این نشانه‌ای امیدبخش است که می‌بینیم مؤسسه‌ی آموزشی در سراسر دنیا، از طریق چنین امکان‌هایی، به این نیازهای جوانان پاسخ می‌دهند.

اینکه آیا مفهوم کسب‌وکار اجتماعی در اقتصاد ریشه خواهند دواند یا اینکه صرفاً شکل فراموش‌شده‌ای از آرمانگرایی خواهد شد که افرادِ معدود پرشوری برای مدت کوتاهی به آن پرداختند، چیزی است که جوانان محیط‌های دانشگاهی و خود دانشگاه‌ها تعیین خواهند کرد. من خوشحال‌ام که می‌بینم شورمندی آنان و جدیتِ دانشگاه‌ها برای ایجاد YSBCهایی در محیط‌هایشان افزایش می‌یابد.



این مراکز وقتی به پختگی خواهند رسید که مدارک کارشناسی و کارشناسی ارشد در کسب و کارهای اجتماعی ارائه شوند، و وقتی که عملکدها یکی از بخش‌های متعارف شهرهایی بشوند که این مراکز در آنها واقع‌اند.

دانش‌آموزان جوان‌تر در دبیرستان و دبستان نیز لازم است که در این تغییرات وارد شوند. برنامه‌هایی با هدف رسیدن به این وضعیت در حال شکلگیری است. در ژوئن ۲۰۱۶، متخصصان کارگاه خلاقانه‌ی گرامین به برگزاری برنامه‌ای آموزشی کمک کردند که بیش از ده‌هزار دانش‌آموز در دبیرستان‌های اروپا از آن استفاده کردند. این کارگاه که بخشی از پشتیبانی مالی آن توسط اتحادیه‌ی اروپا (EU) انجام شد، دانش‌آموزانی از ۳۷۳ مدرسه در هفت کشور را شامل شد، که با ۵۰۷ معلم و بیش از ۲۰۰ مشاور تجاری کار کردند تا بر مفاهیم پشت کسب و کار اجتماعی تسلط بیابند و ایده‌هایی برای پروژه‌های خودشان بیورانند. در واقع، در مجموع ۶۶۸ ایده‌ی کسب و کار اجتماعی در طول این برنامه تولید شد. حتی چشمگیرتر از این، ۹۷ درصد از دانش‌آموزانی که در این کارگاه شرکت کردند می‌گویند که امیدوارند در آینده کسب و کارهایی اجتماعی راه‌اندازی کنند.

آموزشگرانی که در کارگاه وارد شده بودند سعی می‌کنند آن تجربه را ادامه بدهند. برای مثال، انتظار دارند که یک «زیست‌بوم کارآفرینانه‌ی اجتماعی»ی دائم ایجاد کنند که تجربه و مطالعه‌ی پیوسته در مورد مدل‌های اقتصادی جدید را در دبیرستان‌های اروپایی ترغیب کند. آنان هم‌چنین امیدوارند نظامی برای ارزیابی دانش‌آموزان توسعه بدهند که بتواند منجر به ایجاد گواهی رسمی قابلیت‌های کارآفرینانه بشود. مدارکی از این دست به خودی خود مهم نیستند، اما اگر باعث ترغیب معلمان و دانش‌آموزان بیشتری بشوند تا در مورد کسب و کار اجتماعی و مسیر کارآفرینانه به سمت اقتصاد و پیشرفت اجتماعی اشتیاق پیدا کنند، در این صورت من با این مدارک موافق‌ام.

به برنامه‌های بسیار بیشتری مثل این کارگاه در سراسر جهان نیاز داریم، و نیاز

داریم به اینکه با دانش‌آموزانی کوچک‌تر از سن دبیرستان شروع کنیم. لازم است که از سنین کم، درک وسیع‌تری از اقتصاد در ذهن کودکان نقش ببندد—درکی که وجه فاقد خودخواهیِ ماهیتِ بشری را در کنار وجه خودخواه‌اش به رسمیت بشناسد، و انگیزه‌های متعدد و متنوعی را، فراتر از ثروت‌افزاییِ شخصی، به رسمیت بشناسد که محرک خلاقیت و بهره‌وریِ بشری است. باید به دختران و پسران مان بگوییم که می‌توانند جست‌وجوگرِ شغل باشند یا ایجادکننده‌ی شغل، و بگوییم که باید برای انتخاب آماده باشند. لازم است که دختران و پسران را ترغیب کنیم که رؤیاهای بزرگ در سر پیوراندند—نوعی از جهان را تصور کنند که مایل‌اند در آن زندگی کنند، و بعد از آن پروژه‌ها و کسب‌وکارهای خاصی را طراحی کنند که می‌توانند ایجادشان کنند و به آنان کمک خواهند کرد که آن دنیای تصور شده را واقعیت بخشند.

### **جوانان در عمل: پدیدارشدن شبکه‌ی جهانی کارآفرینان کسب‌وکارهای اجتماعی**

برنامه‌های آموزشی در مدارس و کالج‌ها در انرژی دادن به جوانان برای کمک به تغییر اقتصادمان، نقش مهمی ایفا می‌کنند. اما هزاران جوان در سراسر جهان منتظر این نمی‌مانند که مؤسسات آموزشی سنتی راه را نشان‌شان بدهند. بسیاری از جوانان خودشان درباره‌ی کسب‌وکار اجتماعی یاد می‌گیرند، و به دنبال کسانی هم‌سطح خودشان هستند که نقداً درگیر تجربیات اقتصادی هستند، و به نیرومندترین نحو ممکن، چیزهای تازه‌ای در مورد خودشان و قوایشان کشف می‌کنند—صرفاً با کارکردن و تجربه کردن!

یک مثال این موضوع، میک‌سنس است، سازمانی تکنولوژی‌محور که به انحاء مختلف در خدمت کسب‌وکار اجتماعی است. این سازمان را مرد جوانی

به نام کریستین وائیزته<sup>۱</sup> بنیانگذاری کرد که داستان شخصی جالبی دارد. او که اصالتاً از جزیره‌ی تاهیتی در جنوب اقیانوس آرام است، در علم و مهندسی درس خوانده بود و در چند سال اول بعد از دانشگاه‌اش شغل موفقی در تکنولوژی پیشرفته را ادامه می‌داد. حقوق خوبی داشت و مسئولیت و قدرت‌اش به شکل ثابتی افزایش می‌یافت تا اینکه یک روز مدیرعامل شرکت او را به دفترش خواند و پروژه‌ی بعدی‌ای که می‌خواست وائیزته به عهده بگیرد را برایش توضیح داد. به وائیزته گفت که کارش در چند ماه آینده این خواهد بود که در خدمت یکی از مشتریان باشد و دریابد که چگونه یخچال‌ها را به یک شبکه‌ی ارتباطی الکترونیک متصل کند—که این بخشی است از یک پدیده‌ی دیجیتال روبه‌رشد که به اینترنتِ اشیاء معروف است.

وائیزته دریافت که دچار دردرس شده است. می‌دانست که، از دیدگاه تکنولوژیک، این کاری جالب و چالش‌برانگیز است. ولی در فکر منفعت اجتماعی عملی‌ای بود که این کار ایجاد می‌کرد. هرچه بیشتر درباره‌ی این کار اندیشید، به نظرش کمتر معنی داشت. به این نتیجه رسید که «باید راه بهتری برای من باشد، بهتر از اینکه به یخچال‌ها یاد بدهم چطور با هم حرف بزنند». این طور بود که وائیزته خانواده و دوستان‌اش را با بیرون‌آمدن از این شغل پردرآمد حیرت‌زده کرد. او دریافته بود که می‌خواهد درباره‌ی ایده‌ی جدیدی که جایی چیزی در موردش شنیده بود—ایده‌ای به نام کسب‌وکار اجتماعی—چیز یاد بگیرد.

وائیزته پس اندازش را از بانک بیرون کشید و شروع کرد به سفر به دور دنیا تا درباره‌ی کسب‌وکار اجتماعی چیزهایی یاد بگیرد. با کارآفرینان بسیاری از آسیا و آفریقا تا اروپا و امریکا دیدار کرد، مشکلات اجتماعی و اقتصادی در کشورهای بسیاری را بررسی کرد، و نیازها و آرزوهای مردمان فقیرِ پیشمار و کسان دیگری

را شناخت که با مسائل عمده‌ی زندگی دست‌وپنجه نرم می‌کنند. بعد از چند ماه، ایده‌ای به ذهنش آمد که به نظر می‌رسید کمک خواهد کرد که ارتباط ارزشمندی بین دانش‌اش از تکنولوژی‌های پیشرفته و فرصت‌های متنوع بسیاری که برای کسب‌وکارهای اجتماعی کشف کرده بود، برقرار کند. این، ایده‌ی اساسی میک‌سنس بود.

کریستین وانیزته و دوستان‌اش در سراسر جهان حالا به‌عنوان نیروی قوی در پشت‌جنبش کسب‌وکار اجتماعی شناخته می‌شوند. حالا بیش از بیست‌وپنجهزار جوان در میک‌سنس مشارکت می‌کنند و برای کسب‌وکارهای اجتماعی در کشورهای در سراسر جهان، ایده و پشتیبانی تدارک می‌بینند. در فصل ۸ با جزئیات بیشتری درباره‌ی میک‌سنس — و به‌ویژه از استفاده‌اش از تکنولوژی برای کمک به اشاعه‌ی کسب‌وکار اجتماعی — صحبت خواهیم کرد. مثالی دیگر، رشد یونس‌وجوانان (Y&Y) است، که سازمان بین‌المللی دیگری است متشکل از جوانانی که هدف‌شان کسب‌وکار اجتماعی است. Y&Y، که با همکاری سسیلیا چاپرو<sup>۱</sup> بنیانگذاری شده که زنی جوان و پرنرژی است با تجربیاتی گسترده هم در جهان تجارت و هم در حوزه‌ی غیرانتفاعی، زمانی کارش را شروع کرد که گروهی از مردم در سراسر جهان در اجلاس جهانی کسب‌وکار اجتماعی در ۲۰۱۳ در کوالالامپور مالزی گرد هم آمدند تا با رهبران کسب‌وکار اجتماعی ارتباط برقرار کنند. شرکت‌کنندگان، قوه‌ی عظیمی را در آنجا دیدند: چه می‌شود اگر نسل کنونی رهبران کسب‌وکار اجتماعی آنچه می‌دانند را با نسل بعدی کارآفرینان به اشتراک بگذارند؟ Y&Y زاده‌ی این بصیرت است. مقصود اصلی‌اش این است که کارآفرینان مشتاق و بلندپرواز و جوان کسب‌وکارهای اجتماعی را راهنمایی کند و به آنان مشاوره بدهد و آنچه نیاز دارند را برایشان تدارک ببیند تا بتوانند رؤیاهایشان را عملاً به واقعیت تبدیل کنند.

امروزه Y&Y دفاتری در ایالات متحده و برزیل و مراکش دارد. این سازمان را گروهی جهانی از جوانانی حرفه‌ای از هشت کشور و از طبقات مختلف اجتماعی هدایت می‌کنند—دانشجویان تحصیلات تکمیلی، مشاوران، روزنامه‌نگاران و طراحان گرافیک، و نیز کسانی که برای گوگل، مک کینسی و شرکا، و بانک گرامین کار کرده‌اند، همراه با محققان رودز و فولبرایت<sup>۲</sup>، مهندسان، و شاعران. رسالت اصلی‌شان این است که بعضی رهبران نسل آینده‌ی کسب‌وکارهای اجتماعی را شناسایی و جذب کنند و به رشدشان کمک کنند. جوانانی که برای عضویت در Y&Y برگزیده می‌شوند در طی برنامه‌ی درسی منحصر به فردی می‌آموزند که به اصولی برای کسب‌وکارهای نوپا تکیه کنند تا کمکی باشد که کسب‌وکارهایی اجتماعی موفق‌تری بنا کنند که پایا و به‌لحاظ راهبردی صحیح باشند.

در طول دوره‌ای شش‌ماهه، اعضای Y&Y هر دو هفته یک بار در وبینارهای متخصصان کسب‌وکار شرکت می‌کنند، به شبکه‌ای جهانی از استادان حرفه‌ای و کسانی مرتبط می‌شوند که تغییرات مهمی ایجاد کرده‌اند، و محتوا و پشتیبانی‌های مربوط و مناسب با مقاصد شخصی‌شان را از گروه Y&Y دریافت می‌کنند. اعضا هم‌چنین با استادانی حرفه‌ای جفت می‌شوند—که این استادان، افرادی حرفه‌ای و موفق در کارآفرینی و کسب‌وکار هستند که آماده‌اند تخصص‌شان را در اختیار اعضا قرار بدهند تا به آنان کمک بشود توانایی رشد کسب‌وکارهای اجتماعی‌شان را پیشینه کنند. این کسب‌وکارهای تازه‌کار، در این مراحل اولیه، منجر به تغییراتی اجتماعی می‌شوند زیرا بنیانگذاران‌شان به مشکلاتی که مشغول حل کردن‌شان هستند نزدیک‌اند، و به جوامعی که به آن جوامع کمک می‌کنند نیز نزدیک‌اند.

کلاس ۲۰۱۶ مشتمل است بر بیست‌وشش عضو Y&Y از هفده کشور. از

جمله:

- دیگو پادیلا از پرو، بنیانگذار رسیدار، که کسب و کار اجتماعی است مبتنی بر مدلی برای استفاده‌ی مجدد. رسیدار اشیاء قابل استفاده‌ی مجدد را از خانه‌ها جمع‌آوری می‌کند، آنها را دوباره و به قیمت‌های پایین در جوامع فقیر می‌فروشد، و درآمد فروش را برای راه‌اندازی پروژه‌های ظرفیت‌ساز به‌کار می‌برد. هدف دیگو: ایجاد زنجیره‌ای از همبستگی با سایر افراد و با طبیعت از طریق ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه در جوامع کم‌درآمد.
- ولا سامرا از فلسطین، که جواهری دست‌سازِ بلا را ایجاد کرده است که برای توانمندسازی زنان و فراهم‌آوردن فرصت‌های شغلی برای آنان در اردوگاه‌های آوارگان کار می‌کند. رؤیای ولا این است که برای زنانی که در شرایط خردکننده‌ای زندگی می‌کنند، منبعی برای امید فراهم کند و به آنان وسایلی بدهد تا خرج خود و خانواده‌هایشان را درآورند.
- هندریادی باهیتار از اندونزی، که ساهابات پولائو را بنیانگذاری کرده است، پروژه‌ای اجتماعی که، از طریق تولید نوعی ساندویچ ملّی اندونزی که ماده‌ی اصلی‌اش ماهی است، برای بهتر کردن زندگی زنان ماهیگیران کار می‌کند. رؤیای درازمدت او این است که ۲۲ میلیون زن اندونزیایی و خانواده‌هایشان را از فقر بیرون بکشد و آنان را به سطح درآمد دست‌کم ۳ دلار در روز برساند.
- جِزه جائو از فیلیپین، که پروژه‌ی پیکِ کبوتر را ایجاد کرده است، کسب و کاری اجتماعی در تجارت الکترونیک مد و لباس، که درآمدش برای پشتیبانی مالی از بورسیه‌های آموزشی و برنامه‌های سوادآموزی برای کودکان محروم فیلیپین به‌کار می‌رود. هدف جِزه: استفاده از تحصیلات به‌عنوان توانمندساز اصلی برای افراد تا خودشان را از اوضاع و احوال کنونی بالاتر بکشند و بختی برای دنبال کردن رؤیاهایشان داشته باشند.

میک‌سنس و Y&Y یگانه سازمان‌هایی نیستند که کمک می‌کنند تا جوانان قدرت کسب‌وکار اجتماعی را پذیرا شوند. یک سازمان دیگر، اتحاد جوانان کسب‌وکار اجتماعی (SBYA) است، تدبیری جهانی است که از ۲۰۱۳ مشغول فعالیت است. SBYA، از طریق برنامه‌های آموزشی و کارگاه‌ها و مسابقات، به جوانان درباره‌ی کسب‌وکار اجتماعی می‌آموزد. هم‌چنین فرصت‌هایی برای کارآفرینان جوان و خوش‌آتی‌ه‌ی کسب‌وکارهای اجتماعی فراهم می‌کند تا با سرمایه‌گذاران بالقوه ملاقات کنند و از این رهگذر بر یکی از موانع بزرگی که بنیانگذاران شرکت‌ها با آن مواجه‌اند، غلبه کنند: دستیابی به سرمایه‌ای که کارآفرینی‌شان را با آن راه بیندازند.

یکی از فعالیت‌های SBYA، محفل کسب‌وکار اجتماعی است، که مسابقه‌ای است در طراحی کسب‌وکار اجتماعی که برای دانشجویان و در سطح دانشگاهی طراحی شده تا خلأییت و مهارت‌های کارآفرینانه‌شان برای ایجاد راه‌حل‌هایی برای مشکلات فوری اجتماعی را به‌نمایش بگذارند. یکی دیگر، ۷۷ گشتی<sup>۲</sup> است، که مرکزی است برای رشد دادن کسب‌وکار اجتماعی. اردوی نوآوری ۷۷ گشتی دربرگیرنده‌ی یک برنامه‌ی فشرده‌ی آموزشی است که در آن شرکت‌کنندگان برگزیده‌ای برای شصت ساعت تعلیم می‌بینند و در بازدیدهای آموزشی گروهی شرکت می‌کنند تا ببینند کسب‌وکارهای موجود چگونه عمل می‌کنند. نقطه‌ی اوج این فرآیند توسعه، رویدادی عمومی است که شرکت‌کنندگان مدل‌های کسب‌وکارشان را برای مخاطبان توضیح می‌دهند—مخاطبانی متشکل از کارآفرینان قدیمی، سرمایه‌گذاران، و سهام‌داران، از جمله فعالان امرپشتیبانی مالی از کسب‌وکارهای اجتماعی نظیر اسپارک بین‌المللی (مستقر در استرالیا) و برنامه‌ی طلای آبی<sup>۳</sup> (با پشتیبانی دولت هلند). بعد از آن، برندگان وارد یک

01. Social Business Youth Alliance.

02. YY Goshti.

03. Spark International, Blue Gold.

نشستِ فعالانِ نوپا می‌شود که سه ماه به طول می‌انجامد، و در این نشست برای آنان دفتر کار، گروهی از مشاوران، و منابع ضروری دیگر برای اداری کسب‌وکار اجتماعی‌شان در اختیارشان قرار می‌گیرد.

SBYA هم‌چنین نشست‌ها و اجلاس‌هایی ادواری برگزار می‌کند که جوانانی از سراسر جهان را گرد هم می‌آورد که در مورد توانایی‌های بالقوه‌ی کسب‌وکار اجتماعی هیجان دارند. این گردهمایی‌ها جزو قوی‌ترین فعالیت‌هایی‌اند که SBYA از آنها پشتیبانی می‌کند. آن‌چنان که رئیس SBYA شازیب م. خیرالاسلام توضیح داده است، «ما ۳۰۰ ذهن درخشان را برای دو روز پرماجرا و پر از فرصت‌های هیجان‌انگیز در مرکزی گرد می‌آوریم. شرکت‌کنندگانی از دانشگاه‌ها، کسب‌وکارهای اجتماعی، جوامع نوپا، مراکز رشد، شتاب‌دهنده‌ها و صندوق‌های مختلف کسب‌وکارهای اجتماعی دور هم جمع می‌شوند تا درباره‌ی امکان‌ها و چالش‌هایی بحث کنند که کسب‌وکار اجتماعی امروزه با آنها مواجه است. این گردهمایی، یک 'بسته‌ی کامل' است به این علت که ما دسترسی به دانش، منابع انسانی، و چشم‌اندازهای ممکن پشتیبانی مالی را عرضه می‌کنیم».<sup>۴</sup>

داستان پایانی من درباره‌ی کارآفرینان جوان کسب‌وکارهای اجتماعی، داستان مرکز تأثیر<sup>۱</sup> است. آخرین بازدید من از شعبه‌ی برلین این سازمان مهم، مرکز تأثیر برلین، بازدیدی غیرمنتظره و مطلوب در آوریل ۲۰۱۷ بود. در سال ۲۰۱۰ در مراسم افتتاحیه‌ی سازمان مادر، مرکز تأثیر وین، من مهمان اصلی بودم. هیچ ایده‌ای نداشتم که از آن زمان چقدر رشد کرده است. مرکز تأثیر برلین را جایی با عظمت یافتم — ساختمانی روشن و رنگارنگ مشتمل بر سالن جلسات، کارگاه نوآوری، فضایی برای رویدادها، محلی برای تمرکز، و محدوده‌ای برای کافه. همه‌ی اینها طراحی شده‌اند تا کارآفرینان جوان کسب‌وکارهای اجتماعی گرد هم بیایند،



تبادل ایده کنند، ماجراهایشان را با هم در میان بگذارند، از متخصصان بیاموزند، و همراه هم به سراغ چالش‌ها بروند. لئون رایدِر، مدیر اجرایی مرکز تأثیر برلین، فهرست جذابی از رویدادها و خدماتی ارائه کرده است که کارآفرینان نوپا آنها را الهام‌بخش یافته‌اند.

مرکز تأثیر راهی طولانی را از خاستگاه‌اش پیموده است. در ۲۰۰۵ جاناتان رایبنسن، نویسنده و جوانی کارآفرین، این را با نام مرکز در طبقه‌ی بالای انباری در لندن بنیانگذاری کرده بود. هدف‌اش کمک به جوانان برای دنبال کردن مسیر کارآفرینی بود. رایبنسن مرکز را به عنوان کسب‌وکار ایجاد نکرد، چه برسد به اینکه کسب‌وکاری اجتماعی در نظر داشته باشد. مدت‌ها بعد از آن بود که، در سفری هوایی در سال ۲۰۰۹، با کسب‌وکار اجتماعی آشنا شد، هنگامی که فرصتی دست داد تا با هانس رایتس از کارگاه خلاقانه‌ی گرامین ملاقات کرد.

علاقه‌ی رایبنسن به موضوع وقتی زیادتر شد که هینرک هانسن به سراغ او رفت، همراه با دو کارآفرین دیگر که می‌خواستند نسخه‌ای از مرکز را به‌عنوان کسب‌وکاری اجتماعی در وین برپا کنند. اینان مشترکاً مرکز را بازسازی مفهومی کردند و طرح‌هایی ریختند که از طریق اعطای نمایندگی گسترش‌اش بدهند. نام تازه‌ای به شرکت دادند—مرکز تأثیر—و مقرری در وین انتخاب کردند. انجمن مرکز تأثیر را ایجاد کردند، که مجموعه‌ای است از همه‌ی مراکز کنونی و آینده‌ی تأثیر، و این انجمن را یگانه مالک شرکت مرکز تأثیر ساختند، که شرکتی است خیریه با وظیفه‌ی اداره‌ی فعالیت‌های جهانی و تسهیل توسعه‌ی شبکه.

هانس رایتس از طریق صندوق کسب‌وکار اجتماعی تازه‌تأسیسی به نام زنبور خوب که با مشاوره‌ی رایتس توسط بانک ارسته<sup>۲</sup> و بنیاد ارسته (مستقر در وین) تأسیس شده است، به فراهم کردن بودجه کمک کرد. من افتخار این را داشتم که مرکز تأثیر وین را در ۲۰۱۰ رسماً افتتاح کنم.

امروزه، هشتاد شعبه‌ی مرکز تأثیر در چهل و پنج شهر در سراسر دنیا وجود دارند، از جمله در لندن، ملبورن، ژوهانسبورگ، سائوپائولو، سان‌فرانسیسکو، و سنگاپور. مراکز تأثیر به بیش از پانزده‌هزار عضو خدمت‌رسانی می‌کنند که تقریباً در هر حوزه‌ی قابل‌تصور (از فقر و سلامت و توانمندسازی زنان گرفته تا انرژی و آموزش و محیط زیست) کسب‌وکارهایی با اهدافی اجتماعی می‌سازند.

شوروشوق جهانی پشت سر سازمان‌هایی نظیر میک‌سنس، یونس و جوانان، SBYA، و مرکز تأثیر، جذابیت کسب‌وکار اجتماعی برای جوانان در همه‌جای جهان را اثبات می‌کند. جوانان امروز از چالش ایجاد تمدنی جدید نمی‌هراسند— آنان از این چالش انرژی می‌گیرند!

### ورزش—بزرگداشت جوانی و نیرویی برای خیر اجتماعی

وقتی که توماس باخ رئیس کمیته‌ی بین‌المللی المپیک از من دعوت کرد که روز قبل از افتتاحیه‌ی بازی‌های المپیک ۲۰۱۶ در گردهمایی سالانه‌ی کمیته در ریو سخنرانی کنم، من فرصتی یافتم برای یادآوری این امر به رهبران جهان ورزش که هر ورزشی بزرگداشتی برای دوران جوانی است— و نیروی بالقوه‌ی توانمندی برای تغییر.

من همواره جهان ورزش را با ترسی آمیخته به احترام نگاه کرده‌ام. رویدادهای هیجان‌آوری نظیر بازی‌های المپیک، توجه میلیاردها نفر از مردم چهارگوشه‌ی جهان را تسخیر می‌کنند.

در عین حال، ورزش بخش مهمی از زندگی بشری است. هر بچه‌ای در جهان زندگی‌اش را با ورزش آغاز می‌کند، نوعاً ورزش‌هایی که خودش طراحی کرده است و قاعده یا مربی یا تعلیم ندارد. بچه‌ها دور هم جمع می‌شوند تا بازی‌های خودشان را ایجاد کنند، قوانین خودشان را اعمال کنند، و از این کار

لذت بی حد و حصری ببرند.

همین طور که بچه‌ها بزرگ می‌شوند، برخی شان ورزش را ادامه می‌دهند در حالی که بقیه آن را رها میکنند. اما روح ورزش باقی می‌ماند و هم‌چنان به مردم انرژی می‌دهد، گرچه بسیاری اوقات به این انرژی توجه نمی‌شود. گاهی دیواری شیشه‌ای می‌کشیم بین جهان ورزش و جهان زندگی روزمره. مردم هر دو سوی دیوار همدیگر را می‌بینند، اما از دیوار رد نمی‌شوند. من قویاً احساس می‌کنم که هر دو جهان را می‌توان غنی‌تر کرد اگر که این دیوار شیشه‌ای را برداریم و جهانی ایجاد کنیم که همه‌ی افراد بشر—با گرایش‌ها و درجات مختلف مهارت ورزشی—در آن شریک باشند و همگی آنان لذت‌های بازی کردن و دستاورد داشتن و رقابت دوستانه را تجربه کنند.

به این دلیل علاقه‌ی مردم به ورزش، ورزشکاران اثر عظیمی بر طرفداران شان دارند. رهبران تجاری این امر را به رسمیت می‌شناسند، و به این دلیل است که از ورزشکاران و رویدادهای ورزشی برای تبلیغ محصولات شان استفاده می‌کنند. از همین نیرو می‌توان استفاده کرد تا طرفداران ورزش‌ها را ترغیب کرد که قوای خلاقانه‌ی عظیم شان را برای پرداختن به مشکلاتی که جهان با آنها مواجه است، به کار بگیرند.

یکی از راه‌هایی که جهان ورزش می‌تواند طرفداران را به حرکت دریاورد تا به‌سراغ مسائل اجتماعی بروند، از طریق ایجاد کسب‌وکارهای اجتماعی در سطح باشگاه، در سطح منطقه، و در سطح ملی و بین‌المللی است. این کسب‌وکارها—درست مثل هر کسب‌وکار اجتماعی دیگری—می‌توانند بر مسائلی نظیر بیکاری جوانان، مراقبت‌های بهداشتی، آموزش، و تکنولوژی متمرکز شوند. نیز می‌توانند به بعضی از مشکلات زیادِ خودِ جهان ورزش بپردازند—برای مثال، چالش‌هایی که ورزشکاران هنگامی که عمر نسبتاً کوتاه فعالیت شان پایان می‌یابد با آنها مواجه می‌شوند و باید، بعد از تمام شدن دوره‌ی

فشرده‌ی رقابتی‌شان، زندگی دیگری را شروع کنند.

این روزها ما درباره‌ی برنامه‌های میراثی صحبت می‌کنیم که بعد از رویدادهای عمده‌ی ورزشی نظیر المپیک‌ها برجا می‌ماند. چنین برنامه‌هایی می‌توانند و باید دربرگیرنده‌ی کسب‌وکارهایی اجتماعی باشند که ایجاد شده‌اند تا برای تدارکات بازی‌ها کمک کنند. کسب‌وکارهای اجتماعی می‌توانند در کار ساختن استادیوم‌ها و استخرهایی برای بازی‌ها وارد بشوند، خانه‌هایی برای ورزشکاران بسازند، و برای همه‌ی شرکت‌کنندگان غذا فراهم کنند. اینها و کسب‌وکارهای اجتماعی دیگری را می‌توان برای ایجاد جریان‌هایی طراحی کرد که حاوی منفعتی بلندمدت و پایا برای مردم باشند.

به همین روش، برنامه‌های میراثی نیز می‌تواند برای هر باشگاه و هر تیم و رویدادی — هر قدر هم معمولی — در جهان ورزش وجود داشته باشد. ورزشکاران و طرفداران‌شان اگر بدانند که در چیزی مشارکت می‌کنند که در عین حال که به آنان لذت می‌دهد همزمان نقشی اجتماعی ایفا می‌کنند، به همان میزان احساس خوبی خواهند داشت. چون ورزش‌ها اموری رقابتی هستند، هر باشگاه یا انجمنی می‌تواند روح رقابت را به رهیافت‌اش از مشکلات اجتماعی وارد کند. به غرور و افتخاری فکر کنید که ورزشکاران، طرفداران‌شان، و کل یک جامعه می‌توانند در آن شریک باشند وقتی که تیم محبوب‌شان نه فقط برنده‌ی یک لیگ قهرمانان شده، بلکه مهم‌تر از آن، کمک کرده است به اسکان، مدارس بهتر، یا مراقبت‌های بهداشتی مناسب برای هزاران فرد نیازمند!

من مشعوف شدم از اینکه سخنرانی‌ام در کمیته‌ی بین‌المللی المپیک با پاسخ بسیاری مثبتی از بیشتر اعضای کمیته روبه‌رو شد. این سخنرانی هم چنین به اقدامات فوری و ملموسی منجر شد.

درست بعد از سخنرانی من، ان ئیدالگو<sup>۱</sup> شهردار پاریس مرا آن شب به شام دعوت کرد. در حین شام، او این موضوع را کاملاً روشن کرد که می خواهد کسب و کار اجتماعی در پاریس ریشه بدواند، و می خواهد که ورزش های مختلف نقشی پیشرو در این امر داشته باشند.

بعد از آن، من به پاریس رفتم تا با او در مورد این ایده ها بیشتر صحبت کنم. شهردار ئیدالگو کنفرانسی خبری برگزار کرد و لکانو که ساختمانی تاریخی در منطقه ی نوزده پاریس است را به این اختصاص داد که مکانی برای کسب و کار اجتماعی باشد. به طور رسمی از من دعوت شد تا مرکز پاریس یونس را در این ساختمان افتتاح کنم تا برنامه های کسب و کارهای اجتماعی در این شهر را ارتقاء بدهد و سازمان دهی کند. شهردار ادامه داد و گفت قصد دارد که اگر پاریس برای برگزاری بازی های المپیک ۲۰۲۴ انتخاب بشود، آن بازی ها را اولین المپیک کسب و کار اجتماعی در تاریخ بسازد. اما، خواه پاریس انتخاب بشود یا نشود، او قصد دارد تعقیب این هدف را ادامه بدهد که پاریس را پایتخت جهان کسب و کار اجتماعی کند.

در ماه های بعد از آن، شهردار ئیدالگو برای رسیدن به این هدف گام هایی برداشت، از جمله اینکه موجب این شد که برای پرداختن به مشکلات شهر، جوانان در پاریس مسابقه ای در طراحی کسب و کارهای اجتماعی برگزار کنند. شهردار ئیدالگو هم چنین رئیس C40 است، که انجمنی است از آبرشهرهای دنیا که متعهدند به نبرد با مشکلات تغییرات اقلیمی. امروزه نود شهر با مجموع جمعیت ۶۰۰ میلیون نفر عضو این انجمن هستند.

بعد از این تجربه با شهردار ئیدالگو، نمی توانم بگویم که رهبران سیاسی جهان به خواسته های جوانان برای تغییرات اقتصادی و سیاسی گوش نمی کنند. قطعاً برخی از این رهبران گوش می کنند.

## مشارکت و ادغام: چگونه جوانان و سالمندان می‌توانند با هم کار کنند تا جهان تازه‌ای بسازند

می‌توانید ببینید که من بسیار هیجان دارم در مورد توانایی جوانان جهان برای کمک به رهبری تغییر در اقتصاد جهانی — تغییری که نوع بشر شدیداً نیازمند آن است. اما البته معنایش این نیست که در این پروژه برای افراد سالمندی مثل من هیچ نقشی نیست. در واقع، من معتقدم که توانایی حیرت‌انگیزی در اتحاد قوی بین نسل‌ها هست که باید محقق شود — جوان و پیر نیروهایشان را ترکیب کنند تا تمدن تازه‌ای ایجاد کنند که در خدمت نیازهای تمام بشریت خواهد بود. ۵.

حالا که هفتاد و چندساله هستم، بسیاری اوقات عقیده‌ام را در مورد روند جهانی جمعیت‌شناختی به سمت جمعیتی سالخورده می‌پرسند. این سؤال معمولاً به شکل چالشی مطرح می‌شود که به لحاظ اقتصادی و اجتماعی جدی است. هم‌چنان که مردم عمر طولانی‌تری می‌کنند، به مراقبت از تعداد روبه‌رشدی از افراد سالمند نیاز هست. جامعه چگونه از پس این مشکل برمی‌آید؟

اخیراً وقتی در سفری در آلمان بودم از من خواسته شد به این به‌اصطلاح مشکل سالخوردگی بپردازم. دوستان‌ام در آن کشور ترتیبی دادند تا مصاحبه‌ای تلویزیونی با دو فرد سالمند انجام بدهم و با آنان صحبت کنم درباره‌ی آنچه انجام می‌دهند، آنچه می‌توانند انجام بدهند، و نیز آنچه درباره‌ی مشکل سالخوردگی می‌اندیشند.

در روز مصاحبه، آنان مرا با آوردن دو بانو شگفت‌زده کردند که هر دو بیش از ۱۰۰ سال داشتند. یکی از آنان — که او را هلگا خواهم نامید — ۱۰۵ سال داشت. داستان‌هایی از گذشته‌اش تعریف کرد، از جمله در این مورد که به جنگ با ادولف هیتلر برخاسته بود. هلگا، که از رهبران حزب کمونیست بود، بارها به زندان افتاد؛ در طول یکی از این زندان‌ها بنا بود او را به قتل برسانند، اما او فرار کرد. هلگا همه‌ی جزئیات تجربیات‌اش را — حتی جزئیات مربوط به افراد و

مکان‌ها و تاریخ‌های خاص — به شکل بی‌نقصی به‌یاد داشت. یک جا وقتی به او اصرار کردم کتابی بنویسد، جواب داد: «مرد جوان، من بیست‌وهشت کتاب نوشته‌ام، می‌خواهی یکی دیگر هم بنویسم؟»

برای عوض کردن موضوع، پرسیدم که احساس‌اش در مورد جوانانِ امروز چیست. بلافاصله پاسخ داد: «در موردشان هرچه کمتر حرف بزنم بهتر است. گمان می‌کنند همه چیز را می‌دانند. هیچ علاقه‌ای ندارند که به هیچ کسی گوش کنند.»

پرسیدم آیا اینها را بر پایه‌ی تجربیات شخصیِ خودش با جوانان می‌گوید. «البته. من دختری دارم، که مرا دیوانه می‌کند. رفتارش باورنکردنی است.» پرسیدم «چند سال‌اش است؟»

هلگا با خونسردی پاسخ داد «هفتادوپنج سال‌اش است.» ناگهان متوجه شدم که واژه‌ی جوان نزد هر یک از ما معنای متفاوتی دارد. من خودم در این فکر بوده‌ام که چطور به خودمان اجازه می‌دهیم مردم را در شصت‌وپنج‌سالگی مجبور کنیم «بازنشسته» شوند. نزد هلگا، آدم شصت‌وپنج‌ساله عملاً بچه است!

معتقدم که هلگا در مورد سالخوردگی رویکرد درستی دارد. سال‌ها است که من دارم اصرار می‌کنم که واژه‌ی بازنشستگی را بازنشسته کنیم. بسیاری از مردم، هم‌چنان که مسن‌تر می‌شوند، به روز بازنشستگی‌شان چونان روزی ترسناک نگاه می‌کنند. بازنشستگی چونان پیامی از جهانِ اهل کار تلقی می‌شود که می‌گوید «خدا نگهدار — شما دیگر مولد یا مفید یا خلاق نیستید». بسیاری از آنانی که بازنشسته شده‌اند نمی‌دانند با خودشان چه کنند. برای این افراد، زندگی دورانِ بازنشستگی مثل مجازات به‌نظر می‌رسد.

اینکه کارفرما باید کارمندان‌اش را بعد از سن خاصی هم‌چنان به کار بگیرد، به خودِ کارفرما مربوط می‌شود. در این موضوع نمی‌خواهم چون‌وچرا کنم. اعتراض

جدي من به کاربرد واژه‌ی بازنشستگی برای این نقطه‌ی گذارِ خاص در زندگی افراد است. چه واژه‌ی وحشتناکی است! به شما می‌گویم که دفتر زندگی کاری‌تان را ببندید. نمی‌فهمم که چرا کسی باید به دلیلی جز دلایلِ مربوط به سلامت‌اش مجبور به بازنشستگی بشود. بازنشسته کردنِ مردم به جامعه مربوط نیست. کارفرما این حق را دارد که شخص را بعد از سن خاصی به کار نگیرد، اما حق ندارد که، با بازنشسته اعلام کردن‌اش، اعلام کند که او برای کار مناسب نیست. آیا انسان‌ها را می‌توان دور انداخت؟ آیا هیچ معنی می‌دهد که گمان کنیم نیروی خلاقه‌ی انسان‌ها به این علت که از حد سن مشخصی می‌گذرند، کم‌رنگ می‌شود یا ناگهان خاموش می‌شود؟ آیا در روزی که شصت و پنج‌ساله می‌شوند ناگهان به انسان‌هایی ناکارآمد و غیرخلاق تبدیل می‌شوند؟ هیچ شخصی، ماشینی نیست که دکمه‌ی روشن / خاموش داشته باشد — انسان‌ها را نمی‌شود خاموش کرد.

به این دلیل، من اصرار دارم که واژه‌ی بازنشستگی را باید از واژگان‌مان بازنشسته کنیم. به واژه‌ی جدیدی نیاز داریم که پیوستگی زندگی خلاقانه را به رسمیت بشناسد و تأکید کند بر فرصتی برای گذرکردن از مرحله‌ی اول زندگی به مرحله‌ی دوم، که هیجان‌انگیزترین مرحله است. مرحله‌ی دوم در واقع مرحله‌ی آزادی در زندگی است، وقتی که شخص بالاخره از وظایف تشکیل‌دادن و رشد دادن خانواده آزاد می‌شود. این مرحله‌ای است که شخص می‌تواند همه‌ی چیزهایی که آرزو دارد را، بدون اینکه دیگران در کارش مداخله کنند، انجام بدهد.

شخصی که به این گذار نزدیک می‌شود باید ببیندیشد:

من به مدت X سال برای کارفرمایم کار کردم. حالا قراردادام تمام شده است. می‌توانم متمرکز بشوم بر انجام چیزهایی که همواره می‌خواسته‌ام انجام بدهم اما، به علت قراردادام، نمی‌توانستم نزدیک‌شان بشوم. دارم از جهانی که دور تا دورش



دیوار است وارد دنیایی بدون دیوار می‌شوم—جهانی وسیع‌تر، جهانی با فرصت‌های نامحدود. حالا فرصتی دارم که، برای اولین بار در زندگی‌ام، خودم باشم. حالا وقت لذت‌بردن از این است که خودم باشم.

برای همه‌ی افراد، مرحله‌ی دوم زندگی فرصتی است برای اینکه کارهایی را برای جهان انجام بدهند. هم‌چنان که این مرحله شروع می‌شود، چنین شخصی می‌تواند بگوید:

من به مسؤولیت‌هایم در قبال کارفرمایم و فرزندان‌ام و خانواده‌ام عمل کرده‌ام. حالا، بالاخره، توانایی این را دارم که خودم را وقف جهانی وسیع‌تر کنم. این زمانی است که می‌توانم از قوای خلاقه‌ام استفاده کنم تا بعضی مشکلات اجتماعی را حل کنم، مشکلاتی که حال‌ام را بد کرده‌اند، و چیزهای غلط را درست کنم و کارهایی کنم که معتقدم باید انجام شوند. لازم نیست به آنچه دیگران فکر می‌کنند هیچ توجهی بکنم—مهم فقط این است که چیزی را دنبال کنم که دل‌ام می‌گوید. این زمانی است که به کسب‌کار اجتماعی پردازم.

همین‌که شروع کنید به جست‌وجو برای راه‌هایی که افراد مسن‌تر می‌تواند شروع کنند به مشارکت کامل‌تر در زندگی خلاقِ جامعه، ایده‌های فراوانی برای مرحله‌ای بهتر خودشان را نشان می‌دهند.

یک بار دیگر در سفری به آلمان، دوستی باواریایی مرا به روستایی در ایالت باواریا برد. روستایی است که سه‌هزار نفر در آن سکونت دارند، و همه‌ی امکانات رفاهی مورد نیاز جامعه‌ای مدرن برای جوانان را دارد—مدارس زیبا، سالن‌های زیبایی و ورزش، زمین‌های وسیع بازی. آنچه دوست من مخصوصاً می‌خواست نشان‌ام بدهد این بود که مدارس عمده‌تاً خالی بودند، به این علت که تعداد کودکان روستا به اندازه‌ی کافی نیست—و بر پایه‌ی روندهای کنونی مردم‌شناختی، محتمل است که وضعیت در آینده حادتر هم بشود.

از طرف دیگر، روستا جمعیتی از افراد شصت‌ساله و مسن‌تر دارد، که به

شکلی پایدار روبه‌رشد است. بیشتر آنان بی‌حوصله و تنها هستند و کاری برای انجام‌دادن ندارند؛ بسیاری‌شان وقت‌شان را در قهوه‌خانه‌ها می‌گذرانند، چای و قهوه می‌خورند و افسرده می‌شوند.

دوست‌ام ترتیبی داد که با برخی از روستاییان ملاقات کنم، و گفت‌وگوی طولانی و فشرده‌ای داشتیم. با هم به این نتیجه رسیدیم که برنامه‌ی جدیدی باید در روستا به‌راه بیفتد. هر کسی که سن‌اش بیش از شصت باشد دعوت خواهد شد که در مدرسه ثبت‌نام کند تا یاد بگیرد که زندگی‌اش را چگونه از نو آغاز کند. در حالی که مباحثی را مطالعه می‌کنند که قبلاً هرگز بخت این را نداشته‌اند که درباره‌شان بیندیشند، با کودکانی که در آنجا هستند نیز تعامل می‌کنند. به‌کارگرفتنِ امکاناتِ بسیار زیادِ مدارس برای دادنِ الهاماتِ تازه به منابع انسانیِ مجربِ استفاده‌نشده می‌تواند جبهه‌های تازه‌ای از کنش را بگشاید—از جمله فرصت‌هایی حیرت‌انگیز برای جوانان و سالمندان تا از همدیگر بیاموزند و حس اجتماعی تازه‌ی خوبی بین‌شان ایجاد بشود.

ایده‌ی پی‌ریزیِ مشارکت‌هایی بین جوانان و سالمندان هم‌چنین می‌تواند جرقه‌ای ایجاد کند برای راه‌حلی‌هایی تازه برای مشکلِ پشتیبانی مالی از جمعیتِ روبه‌رشدِ افراد سالمندمان. مرحله‌ی دوم صرفاً زمانی برای این نیست که خودتان را وقف پرداختن به مشکلات اجتماعی کنید، بلکه وقت خوبی هم هست برای اینکه صندوق یا بنیادی برای کسب‌وکاری اجتماعی ایجاد کنید. پولِ چنین بنیادی می‌تواند صرف پشتیبانی از ایجاد یا بسطِ کسب‌وکارهایی اجتماعی بشود. می‌توانید بخش عمده‌ی پس‌اندازهایتان را در بنیادتان بگذارید و خودتان اداره‌اش کنید و به فرزندان و دوستان‌تان بگویید که لازم خواهد بود که، وقتی که شما دیگر نباشید، اداره‌اش کنند. برای ایجادِ صندوق یا بنیادی برای کسب‌وکاری اجتماعی، لازم نیست ثروتمند باشید. این کار را می‌توانید با هر پولی انجام بدهید که دارید و هم‌اکنون نیازی به آن ندارید، یا می‌توانید با بندی ساده در وصیتنامه‌تان،

چنین صندوق یا بنیادی را بعد از مرگتان ایجاد کنید.

برای اینکه تصویری از قابلیت‌های این ایده به‌دست بیاورید، فقط نگاه کنید به همه‌ی بنیادهای موجودِ اعانه در سراسر جهان. تخمین زده می‌شود که اینها در مجموع بر ۲۵ تریلیون دلار آمریکا بالغ می‌شوند، که همگی‌شان هر ساله، از طریق درآمد سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های جدید، رشد می‌کنند. چه نیروی مالیِ غول‌آسایی، که همگی‌اش صرف زندگی بهترِ سالمندان می‌شود! اگر کسری از این پول را در کسب‌وکارهایی اجتماعی برای حل مشکلاتِ سنینِ بالا (قطع‌نظر از فقیر و غنی) سرمایه‌گذاری کنیم، به همه‌ی این مشکلات می‌توان به‌سرعت رسیدگی کرد. بعد از این، سالمندان در هیچ جایی مشکلی اجتماعی یا باری بر دوش اجتماع نخواهند بود.

سالمندان، مردمانی خلاق و باتدبیرند. وقتِ آن است که این موضوع را به‌رسمیت بشناسیم و سالمندان‌مان را آزاد کنیم تا هر قدر که می‌خواهند در کارِ تغییرِ جامعه‌مان سهیم باشند. باید از چنگ ایده‌های کهنه‌مان در مورد افرادِ کهنسال رها شویم. باید با آنان در مقام افرادی خلاق برخورد کنیم که آزادیِ آن را دارند که خودشان و ثروت‌شان را وقف ایجاد جهانی کنند که همواره آرزویِش را داشته‌اند.



## تکنولوژی: رهاسازی نیروی علم برای آزادسازی همه‌ی مردم

وقتی که درباره‌ی نیاز به تغییر جهان و ایجاد تمدنی جدید صحبت می‌کنم که بتواند ظرفیت همه‌ی ارزش‌های بشری را داشته باشد و در عین حال بزرگ‌ترین مشکلاتی که نوع بشر با آنها مواجه است را حل کند، گاهی از طرف افرادی که باور دارند تکنولوژی همه‌ی مشکلات مان را حل خواهد کرد، با واکنشی منفی مواجه می‌شوم. این افراد پیشرفت‌های علمی حیرت‌انگیزی که در دهه‌های اخیر حاصل شده است را خاطر نشان می‌کنند و می‌گویند: «متخصصان تکنولوژی قادر خواهند بود همه چیز را حل کنند. گرمایش جهانی، گرسنگی، فقدان مراقبت‌های بهداشتی، مشکلات آموزش، نابرابری درآمدی — همه‌ی اینها از طریق خدمات و محصولات جدید حیرت‌آوری حل خواهد شد که پژوهشگران در سال‌های آتی به آنها دست خواهند یافت». برخی دورانی از وفور را پیش‌بینی می‌کنند که در آن دوران، در روی زمین بر سر هر کسی ثروت خواهد بارید. قادر خواهید بود هر چیزی که می‌خواهید را در هر جایی که می‌خواهید فقط با فشار دادن یک دکمه به دست آورید. فرض بر آن است که این، پی‌آمد ناگزیر پیشرفتی باورنکردنی در علم است که در آینده از راه خواهد رسید.

من خودم درباره‌ی توانایی تکنولوژی‌های جدید شور و شوق فراوان دارم. برای ایجاد بهبودی عظیم در وضعیت اجتماعی و اقتصادی در جهان، من یکی از جایگاه‌های اصلی را به تکنولوژی اختصاص می‌دهم. اما باور ندارم که تکنولوژی

خود به خود همه چیز را حل خواهد کرد. تکنولوژی می تواند شگفتی ساز باشد. اما باید به خودمان یادآوری کنیم که تکنولوژی ذهنی از آن خودش ندارد. تکنولوژی ابزاری است که برای مقصودی طراحی شده است — و آن مقصود از جانب انسان ها می آید. ما مقاصدی را تعیین می کنیم و تکنولوژی را برای آن مقاصد طراحی می کنیم، و ما تعیین می کنیم که تکنولوژی را با مقاصدی دیگر وفق بدهیم.

انسان ها طراح و به حرکت درآورنده ی تکنولوژی هستند. در جهان امروز، تکنولوژی غالباً برای مقاصد خودخواهانه و برای توفیق تجاری طراحی می شود — و گاهی، چنان که تاریخ جنگ ها به وضوح نشان می دهد — برای ویرانی وحشتناک. چالش واقعی حالا این است که بگذاریم طراحان اجتماعی و افرادی که به لحاظ اجتماعی انگیزه بخش هستند، زمام تکنولوژی را به دست بگیرند و آن را در جهتی هدایت کنند که نیاز داریم در آن جهت حرکت کند.

چون من طراح تکنولوژی نیستم، تلاش کرده ام تکنولوژی در دسترس را که برای مقاصد خودخواهانه طراحی شده، طوری به کار بگیرم که در خدمت مقصودی اجتماعی باشد. اما این بهترین وضعیت نیست. تکنولوژی ای که از ابتدا برای مقاصد اجتماعی طراحی می شد، قوی تر می بود و به شکلی تصاعدی نیروی مولد خودش را ایجاد می کرد. هنوز این پیشرفت را در تکنولوژی کم داریم. من کوشیده ام که، از طریق کار خودم در وفق دادن تکنولوژی موجود با مقاصد اجتماعی، توجه افراد را به این شکاف جلب کنم. اجازه بدهید چند مثال در مورد این فرآیند وفق دادن را توضیح بدهم.

سال ها پیش، من به نیروی تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات (ICT) باور پیدا کردم. این موضوع ترغیب ام کرد تا یک شرکت تلفن همراه به نام تلفن گرامین تأسیس کنم. ما تلفن همراه را به روستاهای بنگلادش بردیم و به زنان فقیر

وام‌هایی دادیم تا بتوانند با هدف ایجاد درآمد، تلفن همراه بخرند. این زنان، «زنان صاحب‌تلفن» شدند که خدمات تلفنی را به روستاییان می‌فروختند. وقتی تلفن گرامین را راه‌اندازی کردیم، اغلب زن صاحب‌تلفن یگانه شخصی در روستا بود که به تکنولوژی مدرن ارتباطی دسترسی داشت. افراد محلی‌ای که نیاز داشتند به اینکه پیوندی با جهان بیرون برقرار کنند (برای اینکه به بازارهای شهری متصل بشوند، اطلاعاتی از اداره‌ای دولتی کسب کنند، از اوضاع سلامت یکی از خویشاوندان‌شان در روستایی دور باخبر شوند، یا به یکی از اعضای خانواده که در ایالات متحده زندگی می‌کند یا در خاورمیانه به‌عنوان کارگر مهاجر مشغول کار است، سلامی کنند)، تلفن همراه زن صاحب‌تلفن را برای چند دقیقه اجاره می‌کردند.

این مدل کسب‌وکار کارآفرینانه‌ی ساده موفقیت بسیار سریعی داشت. نزدیک به نیم‌میلیون زن فقیر در بنگلادش در مقام زن صاحب‌تلفن به درآمدی اضافه برای خانواده‌هایشان دست پیدا کردند. امروزه تلفن‌های همراه آن‌قدر در سراسر بنگلادش عمومیت دارند که دوره‌ی رونق کار زنان صاحب‌تلفن گذشته است. اما این زنان، در زمانی بسیار کوتاه و در تمام کشور، ارتباط مخابراتی را تبدیل کردند به یک تکنولوژی خانگی برای همه‌ی خانواده‌ها—تکنولوژی‌ای که قدرش دانسته می‌شد.

تکنولوژی خورشیدی تجدیدشونده حوزه‌ی دیگری است که پیشرفت‌های عظیمی در آن رخ داده است. من از این تکنولوژی استفاده کردم تا یک مسأله‌ی قدیمی مردم مناطق دورافتاده‌ی بنگلادش را با ایجاد کسب‌وکاری اجتماعی حل کنم که سامانه‌های انرژی خورشیدی را برای مردم مناطق دورافتاده به نحوی مقرون‌به‌صرفه و قابل اعتماد فراهم کند. هم‌چنان که در فصل ۵ توضیح دادم، گرامین شاکتی شرکت بسیار موفق‌ی شد که محصولاتی را—با قیمتی که برای بیشتر خانواده‌های مناطق دورافتاده‌ی بنگلادش مقرون‌به‌صرفه بود—طراحی و

بازاریابی می‌کرد: واحدهای خورشیدی خانگی، واحدهای زیست‌گازی که فضولات حیوانی را به سوختی برای گرمایش و نیرو تبدیل می‌کرد، و اجاق‌هایی برای پخت‌وپز که به لحاظ زیست‌محیطی مناسب بودند.

برخی شاید بپرسند که ما چرا این را ضروری یافتیم که کسب‌وکارهایی را شروع کنیم که تلفن همراه و تکنولوژی تجدیدشونده را برای مردمان فقیر بنگلادش فراهم کنیم. چون این عجایب تکنولوژیک را در ابتدا کسب‌وکارهای سنتی‌ای وارد بازار کرده بودند که به دنبال پیشینه‌سازی سودشان بودند، می‌توانستیم صبر کنیم و بگذاریم خود آنان به نیازهای مردمان فقیر مناطق دورافتاده‌ی بنگلادش بپردازند.

دلیل اینکه ما مسیر متفاوتی را انتخاب کردیم روشن است. کسب‌وکارهای متعارف، اهدافی غیر از اهداف ما دارند. آنها به جایی می‌روند که پول در آنجا باشد. برای رسیدن به بیشترین پول، سعی می‌کنند بازاری نزد کسانی پیدا کنند که در بالای پلکان درآمدی قرار دارند—ترجیحاً نزد آن ۱ درصدی که بیشتر ثروت جهان در اختیارشان است. اگر دست‌شان به ثروتمندان نرسد، انتخاب جذاب بعدی برای پول‌درآوردن، طبقه‌ی بزرگ متوسط است. با این حال، با اینکه پایین ساختار ثروت دربرگیرنده‌ی تعداد عظیمی از مردم است، این بخش فقط مقدار اندکی از ثروت را در اختیار دارد—که بدین معنا است که این حوزه حوزه‌ی جذابی برای سودآوری نیست. به این دلیل است که تکنولوژی‌گرانش دارد که فقط وقتی به ته هرم برسد که کسب‌وکارها به ته بازارهای بالاتر از آن رسیده باشند.

در مقابل، سازمان‌هایی نظیر خانواده‌ی شرکت‌های گرامین، اولویت‌شان با منطقه‌ی پایین است. این منطقه جایی است که همه‌ی مشکلات اجتماعی و اقتصادی آنجاست. منطقه‌ای است که باید سیل کسب‌وکارهای اجتماعی به آن سرازیر شود. کسب‌وکارهای اجتماعی محصولات را طراحی می‌کنند تا، در

عین حال که مشکلی را حل می‌کنند، هزینه‌ها را هم پوشش بدهند—نه اینکه بخواهند پول کلانی به جیب بزنند.

هر قدر که بیشتر در تکنولوژی پیشرفت کنیم، زیرساخت‌هایمان را بهبود ببخشیم، جهانی‌سازی را اشاعه بدهیم و نظام اقتصادی را کارآمدتر کنیم، بنگاه‌های جهانی با شدت بیشتری راهبردهایشان را بر رقابت برای خدمت به ثروتمندترین طبقات و طبقه‌ی متوسط متمرکز می‌کنند. اگر برای کسب‌وکار متعارفی کار می‌کنید، انتخاب‌تان این نخواهد بود که تلفن هوشمندی برای فقرا طراحی کنید—چنین نخواهید کرد مگر اینکه، پیش از آن، کارتان را با بازارهای طبقات بالاتر درآمدی تمام کرده باشید. و وقتی که چنین کنید، صرفاً یک نسخه‌ی ارزان‌تر محصول موجودتان را خواهید ساخت، نه اینکه تلفنی را اختصاصاً برای تأمین نیازهای فقرا طراحی کنید—تلفنی که نه فقط ارزان‌تر باشد، بلکه ساده‌تر باشد، به‌روزرسانی‌اش آسان‌تر باشد و بشود با مدل بعدی جایگزین‌اش کرد، بسیار ماندگار باشد، و برای پرداختن به نیازهای فقرا کارآیی داشته باشد.

جالب است که توجه کنیم به اینکه هرگز این‌طور نیست که محصولات جدید تکنولوژی ابتدا در بخش فقیر بازار عرضه شوند و بعد به تدریج با بازارهای سطوح بالاتر وفق پیدا کنند. همواره عکس این است. نتیجه‌ی این امر، شکافی بزرگ در بازار تکنولوژی است—دره‌ای که میلیاردها انسان در سراسر جهان به آن سقوط کرده‌اند.

توان نهفته‌ی تکنولوژی مدرن قطعاً بهت‌آور است. به نظر می‌رسد هر سالی که می‌گذرد پیشرفت‌های جدید با خود می‌آورد. تکنولوژی‌هایی که مراتب تازه‌ای از سرعت و انعطاف‌پذیری و قدرت را برای فعالیت‌هایی نظیر حمل‌ونقل، صنایع، کشاورزی، مراقبت‌های بهداشتی، و مخصوصاً ارتباطات و مدیریت اطلاعات را با خود می‌آورند، انقلابی در بسیاری از صنایع ایجاد می‌کنند. اما هیچ بصیرت



جهانی‌ای در پشت این تغییرات نیست. ابداعات بزرگ، غالباً برای موفقیت تجاری طراحی می‌شوند و در خدمت آن هستند. سیل خلاقیت به آن جهتی سرازیر می‌شود که تاجران قابلیت‌های بازار را در آن سو می‌بینند.

نوابغ تکنولوژیک همواره دو انتخاب بنیادی دارند. برای مثال، می‌توانند تصمیم بگیرند کارشان را وقف پیشرفتی در پزشکی کنند که جان هزاران نفر را نجات خواهد داد—یا می‌توانند افزونه‌ای طراحی کنند که باعث سرگرمی میلیون‌ها نفر بشود. در بیشتر موارد، نوابغ تکنولوژیک به این سمت رانده خواهند شد که بر محصولی تمرکز کنند که قابلیت میلیون‌ها دلار سودآوری داشته باشد. منفعت، ستاره‌ی قطبی اقتصاد متعارف است. در نبود مقصدی جمعی، تنها نشانه‌ای در شاهراه که می‌توانیم دنبال‌اش کنیم ستاره‌ی قطبی منفعت است. هیچ‌کسی هیچ نشانه‌ای در شاهراه قرار نمی‌دهد که جهانیان را به سمت مقصدی هدایت کند که برای همگان مطلوب باشد. این موضوع این سؤال را پیش می‌کشد: آیا جهان مقصدی دارد؟ اگر که ندارد، آیا لازم است داشته باشد؟

هم‌چنان که توضیح داده‌ام، اهداف توسعه‌ی پایدار (SDGها) کوششی هستند برای تعریف مقصدی فوری در طول بازه‌ی زمانی بسیار کوتاه. این اهداف نمایشگر شروعی خوب‌اند. SDGها به ما مقصدی می‌دهند برای دوره‌ای پانزده‌ساله—که، در قیاس با سفر چندصد ساله یا چندده‌ساله‌ی بشر، لحظه‌ای بیش نیست. افراد و نهادهای بسیاری خودشان را متعهد کرده‌اند به اینکه در جهتی سیر کنند که SDGها مشخص می‌کنند—اما، متأسفانه، بیشتر شرکت‌های انتفاعی جهت‌شان را به طرز معناداری تغییر نداده‌اند تا به آن اهداف برسند، زیرا تعریف بازاری موفقیت، آن اهداف را شامل نمی‌شود.

با توجه به قدرت خلاقیت بشری، به‌ویژه خلاقیتی که با پیشرفت‌های حیرت‌انگیز امروز در تکنولوژی تقویت شده باشد، به هر مقصدی می‌توان رسید. اما در حالی که برای توسعه‌ی روبات‌سازی و هوش مصنوعی برای

مقاصد نظامی و تجاری تریلیون‌ها دلار سرمایه‌گذاری می‌شود، توجه اندکی به این می‌شود که تکنولوژی را برای غلبه بر مشکلات بشری جهان به کار ببندیم. در اهداف شخصی خود خواهانه‌ی خودمان و اهداف شرکت‌هایمان غوطه می‌خوریم و به آنها خرسندیم. با فقدان هر گونه جهت‌دهی به تکنولوژی، محتمل است که فرصت‌های عظیمی را به این سبب که رادارهای خودخواهی ما نمی‌توانند آنها را ببینند، از دست بدهیم.

با این حال، تلاش‌هایی فردی در کار است که توان تکنولوژی را در خدمت حصول اهداف اجتماعی درآورند. در کشورهایی در سراسر جهان، برخی اشخاص حقیقی، مدیران شرکت‌ها، رهبران شرکت‌های غیرانتفاعی، و بنیانگذاران کسب‌وکارهای اجتماعی همین حالا برای ایجاد راه‌هایی تلاش می‌کنند که تکنولوژی را برای سود اجتماعی به کار بگیرند. بعضی از نتایجی که حاصل کرده‌اند بسیار چشمگیرند.

یکی از مثال‌ها، اندلس است، شرکتی کامپیوتری که جوانی کالیفرنایی به نام مت دالیو<sup>۱</sup> بنیانگذاری کرده است. پدرش، ری دالیو، را می‌شناسم که تاجر موفقی است که به ایده‌ها و کارهای من بسیار علاقه‌مند شد و بخش عمده‌ی پشتیبانی مالی مورد نیاز برای تأسیس گرامین امریکا را فراهم کرد.

مت دالیو مجذوب ایده‌ای شد که درباره‌اش بسیار صحبت می‌کنم — دستیابی فراگیر به کامپیوترها و اینترنت. کامپیوتر ابزاری بسیار نیرومند برای نوآوری است. همین که به تکنولوژی ارتباطی متصل بشود، می‌تواند به ماشینی نیرومند برای حل مشکلات تبدیل شود. اما بیشتر مردم در جهان به این ابزار دسترسی ندارند. چرا؟ به این علت که کامپیوتر بسیار گران است و بدون اتصال، چندان سودمند نیست.

مت دالیو بر این دو مسأله تمرکز کرد. او، با تشخیص توان کامپیوترها،

وقتی که برای تغییر زندگی افراد فقیر با ICTی امروزی پیوند یافته باشند، شروع کرد به ترکیب کردنِ توانِ کامپیوتر با توانِ تلفنِ هوشمند. او می‌خواست مدل‌هایی برای کامپیوترهای رومیزی و لپ‌تاپ را از پایه طراحی کند تا برای کاربرانِ جهانِ در حال توسعه — از جمله مردمی که به اتصال اینترنت یا الکترونیکی قابل اعتماد دسترسی ندارند — مقرون به صرفه و عملی باشد. هدف‌اش این بود که قیمت کامپیوتر را تا ۵۰ دلار آمریکا پایین بیاورد.

در ظاهر هزینه‌ی خودِ تکنولوژی، بزرگ‌ترین چالش برای این هدف نبود. دالیو می‌دانست که همان پردازشگرهایی که به تلفن‌های هوشمند نیرو می‌دهند می‌توانند به واحد پردازش مرکزی (CPU) کامپیوتر هم نیرو بدهند. صفحه‌کلید و موس را می‌توان با کمتر از ۱۰ دلار آمریکا اضافه کرد. و بیشتر مردم به تلویزیون‌هایی دسترسی دارند که می‌توان به عنوان مانیتور از آنها استفاده کرد. بزرگ‌ترین مشکل، اتصال بود. مشکل را می‌تواند با دو عدد جمع‌بندی کرد: در بازارِ در حال شکل‌گیری، متوسط بسته‌های اینترنتی فقط ۳۰۰ مگابایت (MB) داده فراهم می‌کند، در حالی که کاربر متوسطِ کامپیوتر شخصی در هر ماه ۶۰ گیگابایت (GB) مصرف می‌کند — در حدود دویست برابر آن مقدار. این بدین معنا است که کامپیوتر شخصی نوعی در این شرایط بلااستفاده است.

دالیو تسلیم نشد. پژوهش‌هایش به او نشان داد که خودِ ارتباط گران نیست. برای مثال، می‌توان با یک بسته‌ی ۳۰۰ MB اینترنتی می‌توان ۱۰۰,۰۰۰ توییت ارسال کرد. اما آمارها نشان می‌دهد که ما فقط از بخش کوچکی از چیزی استفاده می‌کنیم که واقعاً به شکل آنلاین در دسترس است. برای مثال، حدود ۸۰ درصد از جست‌وجوهای ویکی‌پدیا فقط بر سه درصد از محتوای ویکی‌پدیا متمرکز است.

این ویژگی، گشایشی که دالیو به آن نیاز داشت را فراهم کرد — ذخیره‌سازی

داده‌ها. دالیو برای من توضیح داده است که ظرفیت ذخیره‌سازی ای بسیار کمتر از آنچه گمان می‌کنیم، برای بسیاری از مردم کافی است. به صورت عملی، واقعاً ممکن است که همه‌ی تصاویر و داده‌های همه‌ی وبسایت‌هایی که شخص معمولی در طول عمرش به آنها سر می‌زند را گرفت و فشرده‌سازی کرد و در یک دیسک سخت به گنجایش ۲ تترابایت (TB) در درون یک کامپیوتر جا داد. نتیجه: امکان‌پذیر است که همه‌ی اطلاعاتی که شخص به آنها نیاز خواهد داشت را بدون اتصال به اینترنت به او داد.

آنچنان که مت دالیو می‌گوید، «هدف‌مان این نیست که همه‌چیز را داشته باشیم، بلکه این است که هر کسی تقریباً همه‌چیز را داشته باشد». این است رازِ پشتِ قدرتِ حیرت‌انگیزِ کامپیوترهای کم‌قیمتِ اندلس.

مدلِ نوعیِ اندلس روی لینوکس کار می‌کند، که یک سیستم عامل متن‌باز است و به شکلِ پیشنصبی همراه است با پنجاه‌هزار مقاله‌ی و یکی‌پدیا و بیش از یکصد آپ برای آموزش و کار و سرگرمی. داده‌هایی که به این صورت تدارک دیده می‌شود را می‌توان به صورت آفلاین به کار برد و هرگاه که پیوندی با اینترنت برقرار شد، به‌روزرسانی کرد. یک فایده‌ی جنبی‌اش این است که کودکانی که از کامپیوترهای اندلس استفاده می‌کنند می‌توانند به تقریباً همه‌ی منابع عظیم اطلاعات شبکه‌ی جهانی دسترسی داشته باشند بدون آنکه در معرض خطرهای استفاده‌ی بدون کنترل یا راهنمایی نشده از اینترنت قرار بگیرند. خیال والدین راحت می‌شود اگر که لازم نباشد نگران این باشند که فرزندان‌شان چگونه از دسترسی‌شان به اینترنت استفاده می‌کنند.

قابل توجه‌تر از همه، قیمت کامپیوترهای اندلس است: به قیمت اندک ۷۹ دلار آمریکا فروخته می‌شوند. اما هدف پایین‌آوردن قیمت تا ۵۰ دلار آمریکا یا کمتر از آن است. اما حتی قیمتِ کنونی هم اینها را برای بسیاری از ۴.۴ میلیارد نفری در جهان قابل دسترس می‌کند که قبلاً قادر نبوده‌اند چنین

وسیله‌ای بخرند.<sup>۱</sup>

اندلس دو نوع کسب‌وکار را به موازات هم اجرا می‌کند. یک بخش از کسب‌وکار اندلس مثل شرکتی متعارف و انتفاعی عمل می‌کند، در حالی که دیگری کسب‌وکاری اجتماعی است که به گروه‌های جمعیتی‌ای که از خدمت‌رسانی اندکی بهره‌مند بوده‌اند، خدمات آموزشی و بهداشتی و خلاّقانه‌ای عرضه می‌کند که زمانی از آنها دریغ شده بوده.

همین حالا هم اندلس از طریق چهار تا از پنج تولیدکننده‌ی بزرگ کامپیوتر به سراسر دنیا ارسال می‌شود. اندلس تبدیل شده است به مهم‌ترین پایگاه کامپیوترهای شخصی در اندونزی و بیشتر جاهای آسیای جنوب شرقی. هم‌چنین به‌عنوان سیستم‌عامل استاندارد برای وزارت آموزش برزیل انتخاب شده است، و در ماه‌های آینده به‌عنوان پایگاه اولیه در چند کشور دیگر امریکای لاتین انتخاب خواهد شد. گروه اندلس حالا در کار توسعه‌ی ابزارهایی است که بتواند هر کودکی را در هر جایی آموزش بدهد در عین حال که او را قادر به برنامه‌نویسی هم بکند—مهارتی که دالیو باور دارد که بخش اصلی سواد در نسل‌های آینده خواهد بود.

با توجه به ظرفیت عظیم کامپیوتر برای تغییر دادن جهان، معتقدم که نام تجاری‌ای که مت دالیو برای شرکت‌اش انتخاب کرده، نام بسیار مناسبی است. این فرصت‌های واقعاً بی‌پایان هستند.

احتمالاً می‌توانید ببینید که چرا تکنولوژی را دومین آبرقدرت نام‌گذاری کرده‌ام. در کمک به ما برای ساختن جهان تازه‌ای که به دنبال‌اش هستیم، تکنولوژی نقشی حیاتی ایفا خواهد کرد—مشروط بر اینکه مهارش کنیم، نه فقط برای مقصود تولید ثروت فردی یا تولید منفعت برای بنگاه‌ها بلکه در خدمت تمام نوع بشر.

### مهار کردن قدرت مضاعف‌سازی ICT

وقتی که بانک گرامین را تأسیس کردم، یکی از چالش‌هایی که می‌بایست به آن پردازیم نبود ICT در نواحی دورافتاده‌ی بنگلادش بود. آن روزها روزهای پیش از اینترنت بود، زمانی که کسب‌وکارهای کم‌تعدادی در بنگلادش کامپیوتری شده بودند و خانه‌های کامپیوتردار از آن هم کمتر بودند، و ابزارهایی دستی نظیر تلفن‌های همراه امروزی هنوز به دنیا نیامده بودند. در روستاهای بنگلادش، حتی دسترسی به الکترونیسته رؤیا بود. آن نوعی از ارتباطات و ثبت دیجیتال سوابق که نهادهای مدرن مالی امروز بر آن تکیه می‌کنند کاملاً غیرقابل دسترس بود.

از بخت خوش، لازم نبود نگران ICT باشیم، چرا که در آن زمان وجود نداشت. ما برنامه‌مان برای اداره‌ی بانک گرامین را با استفاده از وسایل در دسترس‌مان طراحی کردیم. صرفاً بر ثبت دستی بسیار دقیق انبوه داده‌ها تکیه کردیم. این، کار بزرگِ جسورانه‌ای بود مبتنی بر عزمی راسخ. برای اداره‌ی حسابداری و اداره‌ی نظام اطلاعاتی‌مان سامانه‌های ساده‌ای را با تکنولوژی ابتدایی توسعه دادیم. کارمندان بانک در روستاهای دور زندگی می‌کردند و هر روز مسافت‌هایی طولانی را پیاده طی می‌کردند تا به وام‌گیرندگان برسند؛ با دوچرخه در جاده‌های خاکی باریک و گل‌آلود یا در جایی که حتی جاده‌ای نبود رفت‌وآمد می‌کردند؛ یا با استفاده از قایق‌های کوچک روستایی رودخانه‌هایی در سراسر بنگلادش را می‌پیمودند. ترازهای وام‌ها را به صورت دستی در دفتر کل ثبت می‌کردند و به شکلی ادواری به مقرهای بانک در داکا گزارش می‌کردند.

این نظام‌ها کند و دست‌وپاگیر بودند، اما کار را راه می‌انداختند. هیچ چیزی را گم نمی‌کردیم. و در خدمت‌رسانی به وام‌گیرندگانی که هرگز واژه‌ی بانک را نشنیده بودند و هیچ ایده‌ای نداشتند که این چه جور جانوری است، این سامانه‌ها کاملاً برایمان مناسب بودند. بسیاری از وام‌گیرندگان نه فقط بی‌سواد بودند بلکه هرگز قبلاً پول به دست‌شان نرسیده بود.

وقتی کامپیوترهای رومیزی وارد بنگلادش شدند، بانک گرامین اولین مؤسسه‌ای بود که کامپیوترهایی را در شعبه‌هایش مستقر کرد تا همه‌ی داده‌هایش را در آنها ذخیره کند. چون در نواحی دورافتاده‌ی بنگلادش که همه‌ی شعبه‌های ما در آنجا واقع‌اند الکتریسیته در دسترس نبود، شعبه‌هایمان را به ژنراتور مجهز کردیم. ایده‌ی اتصال به اینترنت مطرح نبود، چون در آن زمان اینترنت هنوز وجود نداشت.

البته امروز بانک گرامین کاملاً کامپیوتری و شبکه‌ای است و از نرم‌افزارهای پیشرفته‌ی حسابداری و مدیریتی‌ای استفاده می‌کند که اختصاصاً برای ما طراحی شده‌اند. کارمندان تقریباً هیچ چیزی را با دست نمی‌نویسند بلکه بر گزارش‌هایی اتکا می‌کنند که به‌طور خودکار تولید می‌شوند. نه فقط کارمندان، بلکه تقریباً همه‌ی وام‌گیرندگان و فرزندان‌شان تلفن همراه دارند، و بخش زیادی از این افراد تلفن هوشمند دارند.

در جهانی که اجزایش به‌طور فزاینده‌ای از طریق تکنولوژی به هم متصل‌اند، امکان این هست که بسیار بیشتر و سریع‌تر و آسان‌تر کار کرد، و از این رهگذر به افراد بسیار بیشتری خدمت‌رسانی کرد. ICT جدید، توان حیرت‌انگیزی برای مضاعف‌سازی دارد: کسب‌وکارها را قادر می‌کند که خدماتی نظیر بانکداری را به جاهایی ببرند که رسیدن به آنها قبلاً به‌غایت دشوار بود. این را نیز ممکن می‌سازد که برنامه‌های نوآورانه‌ی کسب‌وکار اجتماعی را با سرعتی گسترش بدهیم پیش از آنچه قبلاً ممکن بود.

مثالی از این توان مضاعف، پایگاه خرده‌وام کیوا است، که پیشگام در تکنیکی است که اکنون به سرمایه‌گذاری جمعی معروف است. این تکنیک را مت فلازیری، تهیه‌کننده‌ی نرم‌افزار، و همسرش جسیکا جکلی در ۲۰۰۵ ابداع کردند.<sup>۱</sup> در سال ۲۰۰۳، وقتی که مشغول تدارکات جشن ازدواج‌شان بودند، جسیکا مت

01. Kiva, Matt Flanner, Jessica Jackley.

را به یک جلسه‌ی سخنرانی من در دانشگاه استنفورد آورد که خودش در آنجا مشغول به کار بود. ماجرای بانک گرامین و کار ما با زنان فقیر در بنگلادش آنان را تکان داد. بعد از ازدواج‌شان، جسیکا به اوگاندا رفت تا با یک سمن متمرکز بر امور مالی خرد کار کند. او دریافت که یک عامل محدودکننده در رساندن بیشتر خرده‌وام به افراد فقیر، کمبود منابع برای وام‌دادن است. این امر الهام‌بخش جسیکا و مت در تلاش‌هایشان بود برای اینکه سرمایه را برای افرادی قابل دسترس کنند که در غیر این صورت هرگز به آن دست نمی‌یافتند.

جوانانسی که به ملاقات من آمدند هزاره‌سومی بودند، که یعنی «دیجیتال مادرزاد» هستند و طوری بزرگ شده‌اند که با تکنولوژی احساس راحتی می‌کنند. برایشان طبیعی است که در این باره بیندیشند که چگونه می‌توانند از ICT استفاده کنند تا اثربخشی خرده‌وام را مضاعف کنند. کیوا حاصل این اندیشه بود.

کیوا از یک پایگاه اینترنتی استفاده می‌کند تا کارآفرینانی که نیاز به سرمایه دارند را متصل کند به دیگرانی که پولی برای دادن دارند. کیوا به افراد امکان می‌دهد که برای پروژه‌هایی که شایسته می‌دانند، هر بار مبلغی اندک — چیزی نظیر ۲۵ یا ۵۰ یا شاید ۱۰۰ دلار امریکا — به کسانی پول قرض بدهند. توان شبکه‌ای اینترنت به مردم اجازه می‌دهد که، علی‌رغم فواصل عظیم جغرافیایی، ارتباط برقرار کنند. و توان تکنولوژی دیجیتال در پردازش لحظه‌ای داده‌ها این را آسان می‌کند که انواعی از پروژه‌هایی که برایتان جالب است را به سرعت بیابید. اگر می‌خواهید به زنی کارآفرین پول قرض بدهید که مشغول فعلیتی درآمده در امریکای لاتین است — یا به صنعتگری بومی در استرالیا — یا زنی که در آفریقای شمالی در خیابان‌ها ساندویچ می‌فروشد — احتمالاً می‌توانید روی کیوا چیزی که به دنبالش می‌گردید را دقیقاً بیابید.

در نتیجه، کارآفرینانی که بانک‌های سنتی آنان را صاحب‌اعتبار نمی‌شمارند قادر خواهند بود که از طریق سرمایه‌گذاران خطرپذیر کسب‌وکارهای کوچک



تأمین مالی بشوند. و افرادی با مبالغی کوچک برای قرض دادن، خرسند می‌شوند از فهمیدن اینکه پول‌شان کمک کرده است که کسب‌وکار تازه‌ی شایسته‌ای به واقعیت پیوندد. تا ۲۰۱۷، کیوا از طریق شبکه‌ای جهانی از سازمان‌های مالی خُرد، ۱.۶ میلیون فرد وام‌دهنده را به ۲.۲ میلیون وام‌گیرنده در ۸۲ کشور متصل کرده است. کیوا وام‌هایی با مجموع بیش از ۹۶۰ میلیون دلار امریکا را فراهم کرده است، و میزان بازپرداخت این وام‌ها ۹۷ درصد بوده است.

وقتی که مفهوم کسب‌وکار اجتماعی شروع کرد به ریشه‌دواندن در کشورهای بسیاری در سراسر جهان، قدم منطقی بعدی ایده‌ی استفاده از پایگاه کیوا برای پشتیبانی کسب‌وکارهای اجتماعی بود. ساسکیا برویستن از YSB با پرمال شاه، رئیس کیوا دیدار کرد، و این دو رهبرِ اندیشه‌گشایی کردند تا ببینند چطور ایده را عملی کنند.

این مفهوم ابتدا با دو کسب‌وکار اجتماعی امتحان شد که YSBی آلبانی از آنها پشتیبانی می‌کرد. یکی از اینها روزافا است، که پانزده کارگاه صنایع دستی را در آلبانی اداره می‌کند و آموزش‌شان می‌دهد و تجهیزات و مراکز فروش و توزیع برایشان تدارک می‌بیند و برای بیش از ۱۲۰ زن محلی درآمد فراهم می‌کند. دیگری ئی یونا است، کافه‌ای در شهر تیرانا، پایتخت، که برای افراد دارای معلولیت غذا تدارک می‌بیند و نه فقط نوشیدنی و ساندویچ، بلکه جایی هم برایشان فراهم می‌کند که بتوانند دور هم جمع شوند و معاشرت کنند.

وقتی این پروژه‌ها برای اولین بار در وبسایت کیوا ظاهراً شدند، هیچ کسی هیچ ایده‌ای نداشت که آیا بازدیدکنندگان آن سایت ایده‌ی کسب‌وکار اجتماعی را خواهند فهمید یا نه، یا اینکه آیا کیوا در جمع کردن پول مورد نیاز برای آن کسب‌وکارها موفق خواهد شد یا نه. در هر دو مورد، تلاش برای جمع‌آوری پول بلافاصله موفق شد. واضح بود که پشتیبانان کیوا نه فقط مفهوم کسب‌وکار اجتماعی را درک می‌کنند، بلکه دوست‌اش هم دارند. و البته زیبایی کیوا در این

است که نفوذ جهانی اینترنت بدین معنا است که به پروژه‌های کسب‌وکار اجتماعی در هر جای جهان می‌توان کمک کرد. YSB استفاده از کیوا به عنوان منبعی برای تأمین بودجه برای کسب‌وکارهای اجتماعی برگزیده در آلبانی و هائیتی و برزیل و اوگاندا را ادامه می‌دهد.

کیوا فقط شروع کار است. حالا توان‌های ICTی دیجیتال به شیوه‌های جدیدی به کار می‌رود تا کارآمدی و نفوذ برنامه‌های زیادی در کسب‌وکارهای اجتماعی را مضاعف کند. یک مثال‌اش میک‌سنس است، جنبشی جوان که کریستین وانیزته به‌راه انداخته است که در فصل ۷ با او آشنا شدیم. میک‌سنس دو هویت حقوقی دارد. یکی غیرانتفاعی است و کارش ارتقاء کسب‌وکار اجتماعی است، در حالی که دیگری کسب‌وکاری است اجتماعی که به لحاظ حقوقی به صورت شرکتی انتفاعی تحت قانون فرانسه طراحی شده است. شرکت دوم هر منفعت حاصل‌شده را به شرکت غیرانتفاعی‌ای — که یگانه مالک آن است — باز می‌گرداند. این امر است که این شرکت را مصداق کسب‌وکار اجتماعی می‌سازد، زیرا هیچ سود شخصی‌ای را برای هیچ مالکی ایجاد نمی‌کند. میک‌سنس یک پایگاه دیجیتال متن‌باز در قالب ویکی‌پدیا است، که هزاران فرد از سراسر جهان می‌توانند آزادانه و به شیوه‌های خلاقانه و مؤلد در آن با هم تعامل کنند. پایگاه ویکی‌پدیا برای این وجود دارد که نوشتن و ویرایش دائرةالمعارفی در دانش با استفاده از اطلاعاتی را امکان‌پذیر می‌کند که هزاران داوطلب به‌رایگان فراهم می‌کنند؛ پایگاه میک‌سنس برای این وجود دارد که به پشتیبانی از رشد و توسعه و اشاعه‌ی کسب‌وکارهای اجتماعی کمک کند.

هدف توسعه‌ی پایدار سازمان ملل (SDGها) مؤلفه‌ی مهمی در پایگاه میک‌سنس است. اگر شما یک کارآفرین بالقوه‌ی کسب‌وکاری اجتماعی هستید، باید کارتان با میک‌سنس را به این صورت شروع کنید که دقیقاً توضیح بدهید پروژه‌تان چگونه مستقیماً از پیش‌رفتن به سمت یک یا چند SDG پشتیبانی

می‌کند. همین که یکی از توسعه‌دهندگانِ جوامعِ میک‌سنس ایده را تأیید کند، اطلاعات مربوط به پروژه‌ی شما، همراه با چالشی که می‌خواهید حل‌اش کنید، در وبسایتِ میک‌سنس در دسترس قرار می‌گیرد. چالش می‌تواند بر گستره‌ی وسیعی از مسائلِ کسب‌وکار متمرکز باشد: «چگونه می‌توانم بهترین بازار ممکن برای محصولی را پیدا کنم که قصد ساختن‌اش را دارم؟» «چه انواعی از کانال‌های توزیع را باید بررسی کنم؟» «کجا می‌توانم متخصصی در امور مالی پیدا کنم که شاید مایل باشد با من در این پروژه همراهی کند؟»

حالا جامعه‌ی میک‌سنسی، که با نیروی اینترنت پیوند یافته است، از جا می‌جهد و عمل می‌کند. تا ابتدای ۲۰۱۷، بیش از ۲۵,۰۰۰ داوطلب از چهل و پنج کشور از پایگاه میک‌سنس استفاده می‌کنند تا به بیش از ۱,۳۰۰ کسب‌وکار اجتماعیِ متقاضی پشتیبانی متصل شوند. داوطلبان خودشان را گانگستر می‌خوانند، در حالی که کارآفرینانی که کسب‌وکارهای اجتماعی را توسعه می‌دهند میک‌سنسر خوانده می‌شوند.

راهنمای آنلاینِ میک‌سنس توضیح می‌دهد که کارآفرینان می‌توانند انتظار داشته باشند که بعد از این چه اتفاقاتی بیفتد:

- بعد، افراد شروع خواهند کرد به فکر پراکنی و به اشتراک گذاشتنِ آنلاینِ ایده‌ها، و فراخوانی می‌دهیم برای کسی که بر پایه‌ی حل چالش شما، کارگاهی در ۳۰ روز آینده برپا کند.
- همین که داوطلبی پا پیش بگذارد که کارگاهی برپا کند، لازم خواهد بود زمان و مکانی برای کارگاه انتخاب کنید و زمانی یک‌ساعته کنار بگذارید تا در مورد جزئیاتِ چالش‌تان با برپاکننده‌ی کارگاه بحث کنید.
- داوطلبی که دارد کارگاه شما را سازماندهی می‌کند از این مصاحبه‌ی یک‌ساعته استفاده خواهد کرد تا مطمئن شود که ما در مسیر درستی برای این هستیم که به شما کمک کنیم به سراغ مهم‌ترین چالش‌تان بروید. او هدف‌ها و

محدودیت‌های شما را مد نظر قرار خواهد داد تا مطمئن شود که می‌توانید به طرزی واقع‌گرایانه راه‌حل‌های کسب‌وکارتان را پیاده‌سازی کنید. هر دوی شما در مورد خروجی موافقت خواهید کرد تا مطمئن شوید که از نتایج کارگاه رضایت دارید.

▪ در روز کارگاه شما پروژه‌تان را برای شرکت‌کنندگان ارائه خواهید کرد. قبل از شروع فرآیند خلاقانه، که از شما برای پیوستن به آن دعوت خواهد شد، آنان چند دقیقه‌ای فرصت خواهند داشت تا از شما سؤالاتی بپرسند. از شما خواهند خواست که مثل هر شرکت‌کننده‌ی دیگری عمل کنید، تا اطمینان حاصل شود که این فرآیند توسعه می‌یابد و تأیید و عدم تأیید شما در مورد ایده‌های آنان مانعی بر سر راه این توسعه نیست.

▪ لطفاً بعد از کارگاه یک ئی‌میل بازخورد به شرکت‌کنندگان بفرستید و به آنان بگویید که آیا برای شرح و بسط راه‌حلی یا پیاده‌سازی‌اش به کمک نیاز دارید یا نه!<sup>۲</sup>

مثل کیوا، میک‌سنس نیز توان مضاعف‌سازی ICT را با قدرت به‌نمایش می‌گذارد. وقتی که یک کارآفرین کسب‌وکاری اجتماعی چالشی را در سایت می‌گذارد، بلافاصله به شبکه‌ای جهانی از مشاوران دسترسی خواهد داشت — هزاران نفر افراد صاحب تجربه و دانش و بصیرت در حوزه‌ای از تبلیغات گرفته تا منابع انسانی، از برنامه‌نویسی تا طراحی محصول. حتی مهم‌تر از این، همگی این افراد پشتیبان پرشور مفهوم کسب‌وکار اجتماعی هستند — افرادی که شوق کمک به پروژه‌ای جدید را دارند تا به موفقیت برسند و سوددهی به نیازمندان را شروع کند. فکر کنید که این چقدر هیجان‌انگیز و باارزش است، به‌ویژه برای شخصی پیشرو در کسب‌وکاری اجتماعی که شاید در مکانی دور یا جامعه‌ای فقیر کار می‌کند که متخصصان تجاری به‌ندرت گذارشان به آنجا می‌افتد. میک‌سنس هم‌چنین به‌عنوان مرکزی در خدمت چند فعالیت دیگر است که

نوآوری ICT را برای رشد کسب‌وکار اجتماعی به کار می‌گیرند. برای مثال، میک‌سنس میزبان سنس کیوب<sup>۱</sup> است، که یک مرکز رشد جهان واقعی (و نه مجازی) برای کسب‌وکارهای اجتماعی است که در حال حاضر در شش شهر فعالیت دارد: پاریس، مکزیکوسیتی، بروکسل، بیروت، مانیل، و داکار سنگال (غرب آفریقا). تمرکزش بر پروژه‌هایی است که راه‌حل‌های تکنولوژیک و جوامع آنلاین را در مورد اهداف کسب‌وکارهای اجتماعی به کار بگیرند، قصدش این است که با استفاده از این ابزارها رشد و گسترشی ایجاد کند سریع‌تر و بهتر از آنچه با استفاده‌ی صرف از وسایل سنتی ارتباط ممکن است.

مثالی از نحوه‌ی کارش، فود اسمبلی<sup>۲</sup> است، که کسب‌وکاری است که کشاورزان را به افرادی محلی پیوند می‌دهد که می‌خواهند غذا سفارش بدهند و در خانه تحویل بگیرند. هدف‌اش این است که درآمد‌های کشاورزان خرد را افزایش بدهد و تأثیر مثبت و پایدار آنان بر محیط زیست محلی را غنی‌تر کند و در عین حال غذاهای سالم ارگانیک را هم به طرز گسترده‌تری در دسترس ساکنان شهر بیاورد. و فود اسمبلی با کمک و راهنمایی میک‌سنس، استفاده از شبکه‌ی آنلاین را برای گسترش سریع خدمات‌اش به شهرهای زیادی در سراسر جهان تجربه می‌کند.

فود اسمبلی که ابتدائاً در ۲۰۱۵ در بریتانیا راه‌اندازی شد، متشکل از تعدادی کسب‌وکار محلی است که هر یک از آنها را یک میزبان—فردی کارآفرین که متعهد است به مفهوم کشاورزی محلی پایدار—ایجاد کرده و نگهداری می‌کند. میزبان، با راهنمایی متخصصانی پیش‌برنده از مجموعه‌ی فود اسمبلی، مکان مطبوعی پیدا می‌کند—شاید پارکی محلی، مرکزی اجتماعی، یا مدرسه‌ای که تحویل منظم غذا بتواند در آنجا انجام بشود—و کشاورزان محلی را برای تولید

01. SenseCube.

02. Food Assembly.

غذایی که قرار است عرضه بشود جذب می‌کند. بعد از آن، میزبان با استفاده از آگهی و بازاریابی و ابزارهای تبلیغات، شروع می‌کند به ساختن جامعه‌ای محلی حول پروژه، تا مشتریانی را جلب کند که مشتاق‌اند از غذای تازه‌ی تولید محلی لذت ببرند. بازاری آنلاین ساخته می‌شود که مشتریان می‌توانند در آنجا سفارش بدهند.

در زمانی از پیش تعیین‌شده (مثلاً صبح شنبه)، کشاورزان در مکان فود اسمبلی گرد هم می‌آیند تا محصولات را به مشتریان‌شان تحویل بدهند، و مشتریان فرصتی خواهند داشت تا با کشاورزانی ملاقات کنند که این غذاها را تولید می‌کنند، و نیز با همسایگانی ملاقات کنند که در علاقه به غذای سالم تولید محلی با آنها شریک‌اند. اغلب، به مرور زمان، این افراد جمعی محلی تشکیل می‌دهند و دست به دست هم می‌دهند تا از فعالیت‌های متنوعی پشتیبانی کنند که حاکی از ارزش‌های مشترک آنان است — برای مثال، حفظ محیط زیست. همان‌طور که می‌توانید تصور کنید، اگر بنا بود کسب‌وکارهای فود اسمبلی را یکی‌یکی در مکان‌های مختلف ایجاد کنند، این مستلزم وقت و تلاش فراوان می‌بود. برای تسریع این فرآیند، میک‌سنس با همکاری فود اسمبلی یک پایگاه وب‌محور را توسعه داده است که هر کسی می‌تواند از هر جایی به آن دسترسی پیدا کند. از این سایت بازدید کنید، و می‌توانید نزدیک‌ترین فود اسمبلی را پیدا کنید. اگر که هیچ فود اسمبلی همین حالا نزدیک شما نیست، می‌توانید مطلع شوید که چطور به این جنبش بپیوندید و شاید خودتان میزبان بشوید یا قراردادی به‌عنوان تولیدکننده امضا کنید. مشارکت‌کنندگانی از فود اسمبلی‌های موجود در دسترس هستند تا به سؤالاتان جواب بدهند و ترغیب‌تان کنند. تا حد زیاد به لطف جذابیت این پایگاه آنلاین، فود اسمبلی در کمتر از سه سال به هفتصد مکان در فرانسه، بلژیک، بریتانیا، اسپانیا، و ایتالیا گسترش پیدا کرده است — تصویری شفاف که منظور من از توان مضاعف‌سازی ICT دیجیتال را نشان می‌دهد!

میک‌سنس به توسعه‌اش ادامه می‌دهد و استفاده‌اش از ابزارهای تکنولوژیک برای غنی‌تر کردن و اشاعه‌ی کسب‌وکارهای اجتماعی را بهینه می‌کند. از ۲۰۱۶، یک دانشمند علم داده‌ها با تخصصی در توسعه و کاربست ابزارهای پیشرفته‌ی تحلیلی کارش با میک‌سنس را شروع کرد، و این به لطف کمک‌هزینه‌ای از جانب کارفرمای اصلی‌اش، شرکت رسانه‌ای بلومبرگ ال‌پی بود. این دانشمند روی سامانه‌ای کار می‌کند تا کارکرد پروژه‌های کسب‌وکار اجتماعی را ثبت و اندازه‌گیری کند. هدف، ایجاد راه‌های جدید و دقیق‌تری است برای تعیین اینکه چه روش‌شناسی‌ها و روال‌هایی بهترین نتایج را برای افرادی حاصل می‌کند که کسب‌وکار اجتماعی برای فایده‌رسانی به آنان طراحی شده است.

### **استفاده از تکنولوژی برای حل مسائل منحصر به فردی که فقرا با آنها مواجه‌اند**

در جهانی که آنچه شرکت‌های سنتی پیشینه‌ساز سود را به حرکت درمی‌آورد نیاز دائم به افزایش درآمد و سود و ارزش سهام‌شان است، نیازهای فقرا طبیعتاً توسط کسب‌وکارها نادیده گرفته می‌شوند. در نتیجه، تکنولوژی‌های جدید به‌طور معمول به‌سرعت برای ایجاد محصولات و خدماتی جهت‌دهی می‌شوند که مردم ثروتمندترین کشورها و جوامع آنها را جذاب می‌یابند. در زمینه‌ی بازی‌های ویدئویی و محصولات سرگرمی و اقلام لوکس دیگری که از تکنولوژی جدید استفاده می‌کنند هیچ کمبودی وجود ندارد. اما کالاهای مورد نیاز صدها میلیون انسان درگیر فقر و گرسنگی و بی‌خانمانی، و هزار مشکل دیگر— موجودی چنین کالاهایی کم است. خوشبختانه، تعداد روبه‌رشدی از کسب‌وکارهای اجتماعی راه‌هایی را بررسی می‌کنند که تکنولوژی را برای پرداختن به مشکلات فقرا سازگار کنند. در بعضی موارد، این کسب‌وکارها تکنولوژی‌هایی را که در ابتدا برای خدمات و محصولات گران‌قیمت به‌کار بسته می‌شد که به اغنیا فروخته شوند، برمی‌گیرند و راه‌هایی پیدا می‌کنند برای

ساده‌سازی و بازطراحی این تکنولوژی‌ها تا برای فقرا به کار بیایند. در مواردی دیگر، محصولاتی کاملاً جدید را، بر مبنای مطالعه‌ی متمرکز شرایط زندگی فقرا، از پایه می‌سازند. این محصولات کم‌کم قابلیت‌های حقیقتاً تغییردهنده‌ی تکنولوژی‌های جدید را به واقعیت می‌پیوندند.

برای مثال، پروژه‌ی کشاورزی و ریسک اقلیمی (ACRE<sup>۱</sup>) را در نظر بگیرید، که کسب‌وکاری است تکنولوژی‌محور با این رسالت که از کشاورزان خرده‌پا در مقابل خطرهای طبیعی محافظت کند، و این کار را در وهله‌ی اول از طریق راه‌حل‌های نوآورانه‌ای در بیمه انجام می‌دهد. من به این صورت در مورد ACRE آگاهی یافتم که صندوق اعتباری کسب‌وکار اجتماعی گرامین در امور زراعی یکی از پشتیبانان آن است. این صندوق، یک صندوق سرمایه‌گذاری است که توسط اعتبار کشاورزی<sup>۲</sup> ایجاد شده، که شبکه‌ای غول‌آسا از بانک‌های فرانسوی است که در ابتدا برای خدمت‌رسانی به جوامع کشاورزی آن کشور ایجاد شده است. کار این صندوق، سرمایه‌گذاری در شرکت‌های کسب‌وکار اجتماعی است و جهت‌گیری‌اش در وهله‌ی اول به سمت کشورهای در حال توسعه است، با توجه ویژه به آفریقا. (در فصل ۱۱ درباره‌ی این صندوق بیشتر خواهیم گفت.)

ACRE، که در ژوئن ۲۰۱۴ توسط بنیاد سینجنتا برای زراعت پایدار<sup>۳</sup> تأسیس شد، به این منظور طراحی شده است که به مشکل ریسک اقتصادی پردازد که کشاورزان خرده‌پا در آفریقا به طرز ویژه‌ای در معرض آن هستند و بیرون رفتن از فقر را برای آنان به‌غایت دشوار می‌سازد. برای درک اینکه این پروژه چگونه کار می‌کند، ابتدا باید اندکی درباره‌ی واقعیات مربوط به ریسک کشاورزی و نحوه‌ی معمول پرداختن به آن بدانید.

01. Agriculture and Climate Risk Enterprise Ltd.

02. Crédit Agricole.

03. Syngenta Foundation for Sustainable Agriculture.



کشاورزی همواره ذاتاً کسب‌وکاری پر از ریسک بوده است. کنترل آب‌وهوا غیرممکن و پیش‌بینی‌اش دشوار است، و آب‌وهوا تأثیر عظیمی بر محصول برداشتی دارد که کشاورزان وابسته به آن هستند. به علاوه، تغییراتی کنترل‌ناپذیر و پیش‌بینی‌ناپذیر در بازارهای محلی و ملی و جهانیِ لوازم کشاورزی می‌تواند باعث نوسانات شدیدی در قیمت کالاهای کشاورزی بشود. اینها می‌توانند به آسانی همه‌ی سودِ یک فصلِ کاملِ یک کشاورز را یک‌شبه نابود کنند. اما کشاورزی یکی از صنایع ضروری است. انسان‌ها برای بقایشان کاملاً وابسته به آن‌اند، و هیچ جامعه‌ای نمی‌تواند ذخایر غذایی‌اش را به بخت‌واقبال واگذار کند. بنابراین بیشترِ کشورها اقداماتی می‌کنند تا کشاورزان‌شان را در مقابل ریسک‌های ذاتی کشاورزی محافظت کنند.

به این دلیل است که در کشورهای بسیاری، از جمله ایالات متحده، بیمه‌ی زراعی با یارانه‌ی حمایتی دولتی با قیمتی تا حد ۶۰ درصد از هزینه‌ی واقعی در اختیار کشاورزان قرار می‌گیرد. با این حال، این برنامه‌های یارانه‌ای فقط کشاورزان بزرگ را پوشش می‌دهند که طرف قرارداد‌های بیمه هستند. از این حیث، مثل بسیاری موارد دیگر، مالکان کسب‌وکارهای کوچک معمولاً صاحب اعتبار و دارای قابلیت در امور بانکی انگاشته نمی‌شوند—که این بدین معنا است که آنان به ابزارهای مالی که مالکان کسب‌وکارهای بزرگ‌تر می‌توانند آنها را مفروض بگیرند، دسترسی ندارند.

بدین ترتیب، طرح‌های «خرده‌بیمه» ای که برای کشاورزان خرده‌پا مناسب خواهد بود، برای دریافت یارانه واجد شرایط نیستند—حتی در مناطقی نظیر آفریقا که کشاورزان خرده‌پا نماینده‌ی قسمت عظیمی از صنعت زراعی و نیز کل جمعیت هستند. دلیل اصلی هزینه است: رسیدگی به قراردادهای بیمه‌ای پرهزینه است، و وقتی که قرارداد کوچک باشد، هزینه‌ی نسبتاً بالای قرارداد پوشش‌دادن به آن با قیمتی معقول را دشوار می‌سازد. این مشکلی است که حدود

۴۵۰ میلیون کشاورز خرده‌پا (آنانی که تکه‌زمین‌هایی در اندازه‌ی کمتر از ۲ هکتار دارند) را در سراسر آفریقا و بقیه‌ی جهان در حال توسعه تحت تأثیر قرار می‌دهد — کشاورزانی که خرج خانواده‌هایی را درمی‌آورند با تعداد نفراتی در مجموع بیش از ۲ میلیارد نفر. برای مثال، در کنیا بیش از ۹۶ درصد زمین‌های زراعی با آب باران کشت می‌شوند و در معرض خشکسالی و بارش‌های نامنظم هستند، که این امر خانواده‌های کشاورز را در خطر دائم نابودی اقتصادی قرار می‌دهد.

ACRE تکنولوژی را برای پرداختن به این مشکل به کار می‌گیرد. ACRE اولین برنامه‌ی بیمه‌ای را ایجاد کرده است که برای این طراحی شده است که به کشاورزان خرده‌پا با استفاده از تکنولوژی‌های موبایل و داده‌هایی مربوط به آب‌وهوا و شرایط زراعی که در هر دقیقه به‌روز می‌شوند، پوشش‌دهی را کارآمد و به‌صرفه کند. گروه ACRE متشکل از سی متخصص محلی و بین‌المللی مستقر در نایروبی کنیا، تحلیل کامپیوتری داده‌های تاریخی در مورد آب‌وهوا و میزان برداشت را انجام می‌دهند، که به آنان کمک می‌کند محصولات بیمه‌ای سفارشی را با استفاده از تکنولوژی موبایل توسعه بدهند. پیشرفت‌های اخیر در پیش‌بینی ماهواره‌ای آب‌وهوا و تکنولوژی رصد آب‌وهوا نیز نقشی کلیدی در دسترس‌پذیر کردن داده‌های ضروری ایفا کرده است.

حاصل اینها بزرگ‌ترین برنامه‌ی بیمه‌ی زراعی در آفریقا است که در کنیا و تحت نام تجاری کیلیمو سالاما بازاریابی می‌شود. برای اینکه بیمه‌ی ACRE به‌صرفه باشد و به طرز گسترده‌ای در دسترس باشد، آن را همراه با محصولات دیگری (که کشاورزان همین حالا هم خریداری می‌کنند) در یک بسته قرار داده‌اند، مثل خرده‌وام و حتی کیسه‌های بذر یا کود. فرآیند گرفتن بیمه بسیار ساده است. هر کیسه‌ی بذر، حاوی کارتی کوچک است که شاخص‌های قرارداد بیمه‌ای که کشاورز مجاز به دریافت آن است را فهرست می‌کند، و حاوی شماره‌ای هم هست که کشاورز می‌تواند برای فعال کردن بیمه‌اش به آن تلفن کند.

بیمه کردن ۱ هکتار ذرت در مقابل خشکسالی معمولاً برای کشاورز در حدود ۳۷ دلار امریکا هزینه دارد، که حدود ۱۰ درصد ارزش برداشت است — و این بهای نه چندان زیادی است برای محافظت در مقابل خشکسالی یا سیلی که می تواند کل محصول را نابود کند.

بعد، بر پایه‌ی نتایج پیش‌بینی آب‌وهوا برای چند هفته‌ی آینده، متخصصان ACRE می‌توانند به‌طور خودکار تعیین کنند که آیا کشاورز برای پرداخت بیمه واجد شرایط هست یا نه. لازم نیست که نماینده‌ی شرکت بیمه از محل بازدید کند تا پرداخت بیمه را تأیید کند. این روال، هزینه‌ها را به طرز چشمگیری کاهش می‌دهد و کسب‌وکار بیمه را قادر می‌کند که خدمات بسیار بهتری به مشتریان‌اش عرضه کند. بسته به قرارداد، این پرداخت می‌تواند صرفاً بسته‌ای بذر باشد که بدون هیچ هزینه‌ای به کشاورز داده می‌شود، یا می‌تواند پرداخت خودکار پول باشد که حساب بانکی کشاورز روی تلفن همراه‌اش دریافت می‌کند.

تا پایان ۲۰۱۵، حدود چهارصد هزار کشاورز آفریقایی تحت پوشش بیمه‌ی تکنولوژیکی ACRE قرار گرفته‌اند. این مثالی است قابل توجه از این امر که ICT ی مدرن چگونه قادر است مشکلات فقر را که یک زمانی غیرقابل حل به‌نظر می‌رسیدند حل کند — مشروط بر اینکه متخصصان تکنولوژی و مدیران تجاری قادر باشند دغدغه‌های مربوط به سود را کنار بگذارند و بر ایجاد راه‌حل‌های ساده و عملی‌ای تمرکز کنند که نیازهای افراد فقیر را برآورده کنند.

هم‌چنان که در فصل ۳ توضیح دادم، یکی از نشانه‌های امیدوارکننده‌ی اینکه آگاهی اقتصادی جدیدی در سراسر جهان گسترش می‌یابد، علاقه‌ای است که بعضی از موفق‌ترین رهبران بنگاه‌ها نشان می‌دهند در این مورد که، در کنار کنش‌های سنتی‌شان که پیشینه‌کننده‌ی سود است، کسب‌وکار اجتماعی را نیز تجربه کنند. یکی از شرکت‌هایی که در حال تلاش در این امر است بنگاه اینتل است، شرکتی مستقر در دره‌ی سیلیکون که رهبری جهانی در تولید پردازشگرهای

کامپیوتری و دیگر محصولات تکنولوژی سطح بالا و پیشرفته است. تولد آن تلاشی که بعداً به گرامین اینتل معروف شد حاصل سفر کریگ برت<sup>۱</sup>، رئیس وقت اینتل، به بنگلادش در سال ۲۰۰۷ بود. برت و من ملاقات کردیم و مفصلاً درباره‌ی خانواده‌ی کسب‌وکارهای گرامین و مفهوم کسب‌وکار اجتماعی صحبت کردیم. بعد از اندیشه و بحث بسیار، برت و همکاران‌اش تصمیم گرفتند کسب‌وکاری اجتماعی ایجاد کنند که برای کمک به مردم محروم جهان برای یافتن مسیری به سوی زندگی بهتر، تمرکزش بر استفاده از تکنولوژی به شیوه‌های خلاقانه‌ای باشد. بودجه‌ی این پروژه را اینتل کاپیتال و بنیاد گرامین تأمین کرده‌اند، که دو تا از سهام‌داران این کسب‌وکار اجتماعی هستند.

امروزه، گرامین اینتل دفتری در داکای بنگلادش دارد، و نیز گروه‌هایی از اعضای مستقر در ایالات متحده و هند. برخی به‌طور تمام‌وقت برای گرامین اینتل کار می‌کنند، در حالی که بقیه کارمندانی در اینتل هستند که بخشی از وقت‌شان را صرف کسب‌وکار اجتماعی می‌کنند. مجموعه‌ی متنوعی از پروژه‌ها در حال انجام است که همگی حول محور اپلیکیشن‌هایی نرم‌افزاری‌اند که برای رسیدگی به مشکلات خاص فقر طراحی می‌شوند. بیشترشان با هدف استفاده در ابزارهای کامپیوتری قابل حمل و نقلی مثل تلفن‌های هوشمند طراحی می‌شوند به شکلی که برای استفاده در سرتاسر جهان در حال توسعه، از روستاهای دورافتاده تا حومه‌های پرجمعیت شهرها، مقرون‌به‌صرفه و کاملاً مناسب و وسیعاً در دسترس باشند.

هدف بعضی از تدابیر گرامین اینتل ارتقاء بهره‌وری و سودآوری کشاورزان خرده‌پا بوده است، که اینها همان گروهی‌اند که برنامه‌ی بیمه‌ی ACRE از آنان حمایت می‌کند. برای مثال، مریٹیکا<sup>۲</sup> اپلیکیشن‌ی است که برای کشاورزان

01. Craig Barrett.  
02. Mrittika.

روستاهای دورافتاده‌ی بنگلادش به‌روزترین اطلاعات در مورد کیفیت خاک، ترکیبات غذایی گیاهان و شرایط لازم کودها را فراهم می‌کند—که این اطلاعات فواید چشمگیری برای کل جوامع کشاورزی دارند.

مریتیکا با روش‌شناسی‌های کاملاً قابل دسترسی برای آزمون خاک کار می‌کند که میزان ترکیبات غذایی پایه نظیر نیتروژن، فسفر، و پتاسیم و نیز سطح pH (اسیدیته) را اندازه می‌گیرد. جنبه‌ی نبوغ‌آمیز این آپ در راحتی کاربردش است، و نیز در جامعیت و دقت اطلاعاتی که فراهم می‌کند. با فشار چند کلید، کاربر این آپ می‌تواند داده‌های کامل در مورد کشاورز و طرح‌هایش را وارد کند، از محل دقیق مزرعه (با استفاده از نقشه‌های گوگل) تا محصول پیشنهادی، فصل کشت، و بسیار بیش از این. در پاسخ، مریتیکا راهنمایی‌های تفصیلی عرضه می‌کند درباره‌ی نوع کودهای توصیه‌شده، مقدار دقیق استفاده، تاریخ‌های ایده‌آل برای به‌کاربردن‌شان، و غیره. این آپ حتی فهرستی از فروشگاه‌هایی در محل به‌دست می‌دهد که کودهای مناسب در آنها به قیمتی رقابتی در دسترس است. در نتیجه، کشاورزان می‌توانند فقط کودهای مناسب، و نه هیچ چیز دیگر، را بخرند و استفاده کنند—و این امر، باعث صرفه‌جویی در پول می‌شود، میزان برداشت محصول را بهبود می‌بخشد، و سلامت خاک را، که با استفاده‌ی بد یا زیاده‌ازحد از مواد شیمیایی به‌آسانی صدمه می‌بیند، به صورت درازمدت حفظ می‌کند.

گرامین اینتل، با استفاده از تگه‌زمین‌های نمونه، آزمایش‌هایی انجام داده است تا دقت توصیه‌های این آپ را تأیید کند. نتایج این آزمایش‌ها متقاعدکننده بوده است. برای مثال، یک نمونه از بادمجان (که غذایی پرطرفدار در بنگلادش است و به بگون معروف است) با استفاده از کودهای توصیه‌شده‌ی مریتیکا به میزان بیشتری از محصول برداشتی منجر شد، هم در مقایسه با روش‌شناسی‌های سنتی‌ای که نسل به نسل از طریق کشاورزان بنگلادشی انتقال یافته است، و هم

در مقایسه با استانداردهای رسمی تدارک دیده شده توسط مؤسسه‌ی تحقیقات زراعی بنگلادش (BARI) که مؤسسه‌ای دولتی است. مهم‌تر اینکه هزینه‌ی رژیم کودی که مریتیکا توصیه می‌کند ۲۹ درصد کمتر از توصیه‌ی BARI و کلاً ۴۶۸ درصد کمتر از روش سنتی است — و این به‌طور بالقوه صرفه‌جویی عظیمی است برای کشاورزانی خرده‌پا که در تنگنای مالی هستند.

امروزه مریتیکا در چهل منطقه‌ی بنگلادش مورد استفاده است و در هند و کامبوج نیز در مرحله‌ی آزمایش است. این اپ در بین آن دسته از کاربران محلی پرتعداد است که خدمات تحلیل خاک را، با استفاده از کیت‌های آزمایش شیمیایی در کنار این اپ، به کشاورزان ارائه می‌کنند. بدین ترتیب، مریتیکا نه فقط به کشاورزان سود می‌رساند بلکه از کسب و کارهای جنبی‌ای هم حمایت می‌کند که به کشاورزان و نیز به کسانی که کود می‌فروشند، مشاوره می‌دهند و اقتصاد کل یک منطقه دورافتاده را به‌نحو مطلوبی ارتقاء می‌بخشند.

مراقبت‌های بهداشتی حیطه‌ی دیگری است که مردم فقیر در آنجا نیازهای ویژه دارند — نیازهایی که در نظر بسیاری از شرکت‌های سنتی پیشینه‌ساز سود شاید شایسته‌ی این نباشند که به آنها رسیدگی شود. گرامین اینتل بر روی راه‌حلهایی برای بعضی مسائل بهداشتی منحصر به فرد فقرا نیز کار می‌کند.

یکی از بزرگ‌ترین مشکلاتی که فقرا، به‌ویژه در جهان در حال توسعه، به آن مواجه هستند دسترسی آسان به اطلاعاتی در مورد مراقبت‌های بهداشتی است. روستاهای مناطق دورافتاده که میلیون‌ها نفر در آنجا زندگی می‌کنند اغلب چندین مایل از نزدیک‌ترین بیمارستان یا درمانگاه فاصله دارند، و جاده‌های خاکی و فقدان نظام‌های کارآمد حمل و نقل می‌توانند سفری بیست‌مایلی را به مسافرتی جانکاه تبدیل کنند که یک روز وقت می‌گیرد و هیچ شخص مریضی نمی‌تواند تحمل‌اش کند. پزشکان و پرستاران محلی از طریق حضور در خانه‌ها این شکاف را تا حدی پر می‌کنند. اما تعداد افراد حرفه‌ای آن قدر نیست که به این

احتیاج‌ها پاسخ بدهد، و بنابراین برای تعداد بیش‌ماری از افراد فقیر ماه‌ها یا سال‌ها می‌گذرد بدون اینکه امکان داشته باشند که به متخصصی در امور بهداشتی مراجعه کنند.

ICTی مدرن می‌تواند به کاهش بعضی از این مشکلات کمک کند. هدف یکی از پروژه‌های گرامین اینتل در این حوزه این است که اطلاعات مربوط به مراقبت‌های بهداشتی را برای مادران بارداری فراهم کند که بسیاری‌شان هیچ دسترسی‌ای به امکانات پیش از زایمان ندارند. در ژوئن ۲۰۱۷، کوئل<sup>۱</sup> در دسترس قرار خواهد گرفت — دستبندی هوشمند که می‌شود به دست بست و از یلاستیکی ماندگار و باکیفیت ساخته شده و پیام‌های از پیش ضبط‌شده‌ای حاوی توصیه و راهنمایی درباره‌ی بهداشتِ مادر ارائه می‌کند. طراحی این دستبندها به‌غایت هوشمندانه است: کوئل به مدت ده ماه کار می‌کند بدون آنکه نیاز به شارژ باتری داشته باشد، که این بدین معنا است که در تمام طول دوره‌ی بارداری کار خواهد کرد. بدون نیاز به اینترنت کار می‌کند، به هر زبانی که زن صحبت کند حرف می‌زند، و هر وقت که پیامی برای رساندن داشته باشد یک صفحه‌ی LED ای هشداردهنده را روشن می‌کند. می‌تواند برای زمانِ وضع حمل فرد هم تنظیم شود تا در لحظات مناسب، اطلاعات مربوط به مراقبت‌های بهداشتی را عرضه کند؛ هشتاد پیام بهداشتی دارد که به تعداد دو پیام در هفته بیان می‌شوند.

فواید کوئل در اینجا به‌پایان نمی‌رسد. این دستبند به این منظور هم طراحی شده که کیفیتِ هوای تنفسی زن حامل‌اش را رصد و آزمایش کند. به‌طور خاص، می‌تواند آلودگی فضای سر بسته را کشف کند، به‌ویژه آلودگی ناشی از منوکسید کربن که بسیاری اوقات در حین پخت‌وپز با سوخت‌هایی نظیر چوب و زغال و فضولات حیوانی تولید می‌شود. میلیون‌ها زن در بنگلادش و سایر کشورهای درحال توسعه چنین دودهای خطرناکی را هر روز استنشاق می‌کنند، که بسیاری

اوقات نتایج وخیمی برای کودکان‌شان دارد. وقتی که چنین چیزی اتفاق بیفتد کوئل هشدار می‌دهد و زنان خواهند فهمید که وقت آن است که برای هوای تازه بیرون بروند.

کاری که گرامین اینتل برای توسعه‌دادن راه‌حل‌های تکنولوژیکی بعضی از جدی‌ترین مشکلات فقرا انجام می‌دهد فوق‌العاده امیدوارکننده و الهام‌بخش است. مهم‌تر اینکه اینان تنها کسانی نیستند که در این خط کار می‌کنند.

یکی از بلندپروازانه‌ترین پروژه‌های تکنولوژیکی مربوط به مراقبت‌های بهداشتی که من از آن خبر دارم تحت سرپرستی دکتر عشیر احمد در دانشگاه کیوشو انجام می‌شود که یکی از مؤسساتی است که با من و خانواده‌ی کسب‌وکارهای گرامین برای ایجاد یک مرکز کسب‌وکار اجتماعی یونس همکاری کرده است. دکتر احمد به این پروژه عنوان «دکتر در جعبه» داده است. مجموعه‌ی قابل‌حملی است از ابزارهای تشخیصی، همراه با واسطه‌ای برای نمایش و ارتباط، که می‌تواند، در بازدید از روستا یا خانه‌ی فرد بیمار، توسط پزشک یا پرستار یا دستیار آموزش‌دیده‌ی بهداشت استفاده شود. دستیار بهداشت می‌تواند اطلاعات را به پزشکی در شهری دور ارسال کند، که او هم می‌تواند با اطلاعات تشخیصی و توصیه‌های درمانی ویژه پاسخ بدهد.

شاید چشمگیرتر از همه اینکه دکتر احمد باور دارد که همین که این دکتر در جعبه به کار گرفته شود، این موضوع شرکت‌های بیرون را ترغیب خواهد کرد که کالاها و خدماتی عرضه کنند که فایده‌ی این خدمت را بیشتر کند. او می‌نویسد: «این جعبه فرصت‌هایی برای فروشندگان لوازم پزشکی ایجاد خواهد کرد تا ابزارهای تشخیصی را طراحی کنند و توسعه بدهند، و فرصت‌هایی برای فروشندگان نرم‌افزار ایجاد خواهد کرد تا به این ابزارهای تشخیصی ساختاری بدهند که پرستارانی با حداقلی از آموزش بتوانند با آنها کار کنند». به مرور زمان، توان دکتر در جعبه می‌تواند به طرزی اساسی رشد کند و آزمایش‌ها و ابزارهای



ویژه‌ی بسیاری را شامل بشود که با نیازهای بهداشتی افراد فقیری که در کشورها و مناطق خاص زندگی می‌کنند، متناسب شده‌اند.

ابداع دکتر احمد، که خودش تخمین می‌زند که می‌تواند با هزینه‌ای در حدود ۳۰۰ دلار امریکا فروخته شود، همین حالا در بنگلادش مورد آزمایش قرار می‌گیرد. او روزی را پیش‌بینی می‌کند که میلیون‌ها از این کیت‌ها توسط پرستاران و دستیارانی در سراسر جهان در حال توسعه استفاده شود و کمکی باشد به پرداختن به نیازهای بهداشتی نادیده‌گرفته‌شده‌ی میلیارد‌ها انسان.

\*\*\*

ما در عصر چالش‌برانگیزی زندگی می‌کنیم — زمانه‌ای که رشد جمعیت، نابرابری گسترده، فروسایبی زیست‌محیطی، و مشکلات دیگر چالش‌هایی جدی برای آینده‌ی نوع بشر ایجاد می‌کنند. با این حال، این عصر هم‌چنین زمانه‌ای هم هست که، عمدتاً به لطف پیشرفت‌های حیرت‌انگیز تکنولوژیکی که علم در طول چند دهه‌ی گذشته ممکن ساخته است، ظرفیت‌های بشری به شکلی بی‌سابقه توسعه یافته است. اگر نظام اقتصادی و اجتماعی جدید مورد نیاز برای جهت‌دهی درست به این تکنولوژی‌ها را بسازیم، دلیل‌های بسیاری داریم که باور کنیم این ابرقدرت عجیب می‌تواند نقش بزرگی داشته باشد در اینکه دنیای صفرها را از یک رؤیا به واقعیتی شگفت‌انگیز تبدیل کند.

## ۹

## حکمرانی خوب و حقوق بشر: کلیدهای ساختن جهانی که برای همگان به خوبی کار کند

ابرقدرت سوم دارای نقشی حیاتی در ایجاد نظام اقتصادی جدیدی است که انسان‌ها برای بقا و رشد به آن نیاز دارند؛ ساختاری سیاسی و اجتماعی که مشکلات فساد و بی‌عدالتی و استبداد بالقوه را کمینه کند و حقوق همه‌ی افراد را محترم بشمارد.

برخی از مردم به اشتباه باور داشته‌اند که احترام به حقوق مردم و نیاز به توسعه و رشد اقتصادی دو مسأله‌ی نامرتبط‌اند—یا اینکه حتی این دو امر لازم، تا حدی در تعارض‌اند. این اشتباهی است که در اتحاد شوروی سابق مرتکب شدند، در جایی که عمل‌های خشن سرکوب سیاسی گاهی به این صورت توجیه می‌شد که به رشد نیرومند اقتصاد روسیه نیاز دارند تا بهتر بتوانند با غرب رقابت کنند. اما رشدی اقتصادی که از طریق سیاست‌های بیرحمانه‌ی دولت به دست بیاید رشدی پایدار نیست. ذات کارآفرینی در قابلیت افراد برای رهاساختن پیشینه‌ی خلّاقیت بشری است. نمی‌تواند در محیط سرکوب و کنترل خشن دولتی جوانه بزند.

کشورهایی با این اعتقاد که این کار به رشد اقتصادی خواهد انجامید، مسیر خودکامگی را پیش می‌گیرند و محتمل است در درازمدت مأیوس بشوند. بسیار بهتر است که جوی از آزادی و تجربه‌گرایی را برقرار کرد که انرژی‌های خلّاقانه‌ی کارآفرینان فردی در آن رها بشود. این روش تغذیه‌ی جوامع سرزنده است—و به

این شیوه است که کشورها، با سلامت اقتصادی همگانی و پایدار، در درازمدت ساخته می‌شوند.

خوشبختانه اکنون بیشتر اقتصاددانان و نظریه‌پردازان و دانشمندان علوم اجتماعی این اصل را می‌پذیرند. پیوندهای نزدیک بین حکمرانی خوب، حقوق بشر، عدالت اقتصادی، و رشد اقتصادی اکنون به طرز وسیعی به رسمیت شناخته می‌شوند. چالش، به عمل درآوردن این فهم است—مستقر کردن نظام‌هایی اقتصادی و سیاسی و اجتماعی که اصول آزادی، عدالت، و شأن انسانی را رعایت کند و از این رهگذر توان خلاقیت و رشد را در بین مردمان هر گروهی از نوع بشر آزاد کند.

مثل همه‌ی چالش‌های بزرگ، دستیابی به حکمرانی خوب نیز سخت خواهد بود. و لازمه‌ی آن، عقلانیت، نظم، از خودگذشتگی و شهامت است. هیچ‌یک از چالش‌هایی که ما، در مقام یک گونه، در نیم قرن آینده با آنها مواجه هستیم مهم‌تر از این نیست. حکمرانی خوب امری است ضروری، مستقل از اینکه در حرکت جامعه‌مان به جلو به چه چیزی بخواهیم دست بیابیم.

نیاز داریم که تعدادی از شرایط لازم را برآورده کنیم تا این ابرقدرت ضروری حکمرانی خوب و حقوق بشر را، در تعقیب هدف‌مان برای رسیدن به جهانی تغییر یافته، آزاد کنیم. این شرایط مشتمل اند بر انتخابات‌های منصفانه و قابل اعتماد؛ کابینه و دولتی خالی از فساد؛ یک بخش شریف جامعه‌ی مدنی؛ و احترام به حاکمیت قانون. در صفحه‌های آینده، نظرهایم در مورد اینها و عناصر اساسی دیگر حکمرانی خوب را شرح می‌دهم.

### انتخابات منصفانه و قابل اعتماد

غیرممکن است که دولتی شریف و کارآمد داشته باشیم مگر آنکه قانونگذاران و بالاترین مجریان دولت از طریق انتخاباتی برگزیده شده باشند که دستکاری

نشده باشد و خالی از ارباب و شایسته‌ی پذیرشِ مردمی باشد. بنابراین، کیفیتِ انتخابات‌های ملی تا حد زیادی سرنوشت حکمرانیِ خوب را تعیین می‌کند. اگر انتخابات‌ها با به‌کارگیریِ روال‌های منصفانه و شفاف انجام نشوند، هیچ‌یک از مؤلفه‌های دیگرِ حکمرانیِ خوب هیچ بختی نخواهند داشت.

در هر دموکراسی، هر انتخاباتی در سطحی ملی نمایشگرِ نوعی از فیلتر است که استفاده‌ی مکرر از آن می‌تواند سیاست و حکمرانیِ کشور را پالایش کند. اما اگر این فیلتر مسدود باشد، بخت کمی هست که دولتی داشته باشیم که شایسته‌ی این نام باشد. وقتی که انتخابات‌ها تقلبی باشند، محتمل است که نهایتاً به دولتی برسید که در حقیقت ماشینی است برای سرکوب و چپاول — ماشینی که هدف عمده‌اش این است که مطمئن شود آن فیلتر برای همیشه مسدود خواهد ماند.

برگزاری انتخابات در محیطی با اعتماد کامل به نظام، یک مبنای اصلی حکمرانیِ خوب است. هر رأی‌دهنده باید احساس کند که رأی او شمرده می‌شود و او می‌تواند آزادانه و بدون هیچ تهدید یا ارباب یا اقدام تلافی‌جویانه‌ای کاندیداها را انتخاب کند. در بسیاری از کشورها برگزاری چنین انتخاباتی آسان نیست.

متأسفانه جهان‌گرایی به این سمت ندارد که به کیفیت انتخابات‌ها توجه کند. انتخابات‌های ملی در بسیاری اوقات صرفاً مراسمی تلقی می‌شود که هر کشوری برپا می‌کند، یا اینکه چونان «موضوعی داخلی» به آن بی‌اعتنایی می‌کنند که هیچ گروهی از بیرون حق اظهارنظر را در موردش دارد.

بله، انتخابات قطعاً موضوعی داخلی است، اما کیفیت انتخابات‌ها باید دغدغه‌ی کشورهای دیگر نیز باشد. انتخاباتِ متقلبان به دولتی نامشروع می‌انجامد و از این طریق جامعه‌ی ملل را خراب می‌کند. انتخاباتِ دستکاری‌شده می‌تواند دولتی را مستقر کند که شاید کشور را ناپایدار کند، منطقه را تهدید و کنش‌هایی را تقویت کند که برای جهان مضرند.

به این دلایل، من قویاً احساس می‌کنم که سازمان ملل متحد باید اولویت بسیار بالایی به بهبود انتخابات‌های قابل اعتماد بدهد، و این را بخشی از دستورکارش در مورد صلح و امنیت قرار بدهد. باید برنامه‌ی ویژه‌ای تحت این دستورکار داشته باشد تا تکنولوژی مناسب را برای برگزاری انتخابات‌های قابل اعتماد توسعه بدهد، از همه‌ی مسؤولان انتخابات‌ها پیوسته پشتیبانی فنی کند، کیفیت همه‌ی انتخابات‌های ملی را رصد و گزارش کند. چون کیفیت انتخابات با کیفیت خود دولت ارتباط نزدیکی دارد، تضمین کیفیت بالای انتخابات نیز برای صلح و امنیت منطقه‌ای و جهانی اهمیت زیادی دارد و همچنین برای دستیابی به SDGها و اهداف همه‌ی آژانس‌های ویژه‌ی سازمان ملل متحد، از قبیل کمیساریای عالی حقوق بشر سازمان ملل، زنان سازمان ملل (با هدف برابری جنسیتی)، یونیسف (حقوق کودکان)، UNDP (توسعه‌ی اقتصادی)، و WHO (مراقبت‌های بهداشتی).

سازمان ملل باید مجموعه‌ای از ابزارهای سیاسی و تکنولوژیک را برای کمک به تضمین این امر ایجاد کند. برای مثال، سازمان ملل می‌تواند سامانه‌هایی عاری از پیشداوری برای درجه‌بندی کیفیت انتخابات‌ها ایجاد کند. می‌تواند از این سامانه‌ها برای رتبه‌بندی کشورها بر حسب کیفیت انتخابات‌هایشان—به شکلی انفرادی یا به صورت گروهی از کشورها—استفاده کند و برای کشورهایی که به طرز پیوسته کیفیت انتخابات‌هایشان را بهبود می‌بخشند منافع مالی و سیاسی و دیپلماتیک فراهم کند. استقلال و شرافت مسؤولانی که ماشین انتخابات را اداره می‌کنند، و نیز میزان آزادی‌ای که مطبوعات و حزب‌های مخالف و سازمان‌های ناظر ملی و بین‌المللی از آن بهره‌مندند، باید مورد ارزیابی سازمان ملل قرار بگیرند. بر پایه‌ی اینها و معیارهای دیگر، سازمان ملل باید معیارهایی را استوار کند تا کیفیت پذیرفتنی حداقلی برای انتخابات‌ها تعریف کند و در مورد کشورهایی که مکرراً از چنین معیارهایی تبعیت نمی‌کنند تحریم‌هایی

وضع کند. مجامع منطقه‌ای کشورها می‌توانند در ترغیب دولت‌های عضو برای اینکه حرکت‌شان مطابق معیارهای سازمان ملل برای انتخابات باشد، نقش ارزشمندی ایفا کنند.

سازمان ملل هم‌چنین می‌تواند برای توسعه و ارتقاء شکل‌های بهبودیافته‌ای از تکنولوژی انتخابات، از جمله به‌کارگیری آخرین تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی نقش ارزشمندی ایفا کند. شرکت‌های پیشرو در ICT—گوگل‌ها و فیس‌بوک‌ها و توئیترهای جهان—را می‌توان دعوت کرد تا به طراحی این تکنولوژی‌های جدید رأی‌گیری کمک کنند و با سازمان ملل کار کنند تا اینها تثبیت بشوند. برای مثال، سازمان ملل می‌تواند از توسعه‌ی تکنولوژی‌ای حمایت کند که رأی‌دادن از راه دور با تلفن‌های هوشمند از طریق ابزارهایی برای تشخیص هویت به روش زیست‌سنجی را امکان‌پذیر بسازد. این تکنولوژی می‌تواند به حل مشکلات ارباب رأی‌دهندگان و اعمال خشونت بر آنان در محل‌های رأی‌گیری یا نزدیک آن محل‌ها کمک کند—و اینها از مشکلاتی هستند که میلیون‌ها نفر را از شرکت در انتخابات می‌ترسانند.

در عین حال، امکان‌پذیر کردن اینکه شهروندان در بازه‌ای زمانی (یک هفته یا یک ماه، به‌جای یک روز مشخص) و از خانه یا اداره یا هر جای دیگری در جهان رأی بدهند، می‌تواند جمعیت رأی‌دهندگان را به طرز چشمگیری افزایش بدهد. آخرین ابزارهای ICT برای تسهیل دنبال کردن زنده‌ی حساب رأی‌ها (چیزهایی نظیر Worldometers، که در کنار آمارهای بسیار دیگر، رشد جمعیت جهان در هر لحظه را نشان می‌دهد) می‌تواند، هم‌چنان که رأی‌گیری در حال انجام است، اطلاعات تعداد رأی‌های دریافت‌شده‌ی کاندیداهای مختلف را فراهم کند. این اطلاعات در جریان می‌تواند شور و هیجان و مشارکت بیشتری در رأی‌دهندگان ایجاد کند. شاید بی‌تفاوتی رأی‌دهندگان از بین برود اگر ببینند که یک کاندیدای «غلط» دارد رأی‌های زیادی جذب می‌کند در حالی که کاندیدای

محبوب خود او دارد عقب می‌ماند. بهترین راه فعال کردن رأی‌دهندگان این است که انتخابات به رویدادی زنده تبدیل بشود که چندین روز برایش به شدت تبلیغ شده باشد به نحوی که هر کسی بداند که رأی‌گیری در هر لحظه چطور پیش می‌رود، و هر رأی‌دهنده احساس کند که بختی دارد که شرکت کند و در نتیجه‌ی انتخابات تأثیر بگذارد.

هم‌چنان که معیارهایی جهانی برای انتخابات بهتر شکل می‌گیرد، سازمان ملل می‌تواند در کمک کردن به تدارک انتخابات‌های ملی و رصد کردن‌شان نقشی دائمی ایفا کند. انتخابات، رویدادی مجزا نیست که در روز خاصی رخ بدهد؛ نتیجه‌ی نهایی فرآیندی طولانی است. اگر این فرآیند به‌درستی پیش نرود، نتیجه‌ی نهایی نمی‌تواند درست باشد. در مواردی که این فرآیند معیوب یا فاسد باشد، سازمان‌های ناظر تحت رهبری سازمان ملل باید زنگ خطر را به صدا در بیاورند تا ملت و دنیا باخبر شوند از آنچه قرار است اتفاق بیفتد. این امر قبل از آنکه انتخاباتی نامشروع اعتبار دولتی ملی را متزلزل و امنیت کل جامعه‌ی ملل را تهدید کند، برداشتن قدم‌های اصلاحی را ممکن خواهد ساخت.

### فساد، مرضی گشوده است

مسأله‌ی بزرگ دیگری که حکمرانی خوب را تهدید می‌کند فساد است. مسأله‌ی فساد را گاهی کسانی کمرنگ جلوه می‌دهند، به این صورت که می‌گویند: «همه‌ی کشورها، از جمله کشورهای غنی، فساد دارند—هیچ کشوری از آن ایمن نیست. پس چرا این قدر در موردش سروصدا کنیم؟» برخی افراد حتی مثال‌هایی ذکر می‌کنند از کشورهایی که علی‌الظاهر از میانه‌ی فساد شکوفا شده‌اند، و گویی این‌طور تداعی می‌کنند که فساد صرفاً در حکم «روغن کاری چرخ» جامعه است و باعث می‌شود این چرخ‌ها سریع‌تر بگردند. درست است که فساد مشکلی شایع است. عملاً در هر جامعه‌ای، فساد در

سطح فردی وجود دارد، و این مشتمل است بر رسوایی‌های مجزایی در کشورهای که به لحاظ اقتصادی پیشرفته و نسبتاً شریف‌اند. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، فساد امری است همه‌گیر—آن قدر نهادینه که شهروندان از اعتراض علیه آن دست برداشته‌اند و آن را چونان بخشی از زندگی‌شان پذیرفته‌اند. در این کشورها، فساد مرضی است که قاتل حکمرانی خوب است. آسان است که ارقامی حیرت‌آور ذکر کنیم از ثروتی عمومی که هر ساله از مسیر فساد می‌گذرند. اما این فقط بخشی از ماجرا است. آنچه حتی از این هم فاجعه‌بارتر است نحوه‌ای است که فساد کل نظام حکمرانی را تخریب می‌کند. میزان فساد مستقیماً میزان حکومت قانون را تعیین می‌کند. اگر کسی بتواند، با استفاده از پول، همه‌ی تصمیمات دولت و سیاست‌های ملی و احکام دادگاه‌ها را بخرد، حکومت قانون را به مضحکه می‌گیرد. و وقتی که قدرت سیاسی به معنای بلیتی رایگان به مقصد ثروت باشد، افراد مرتکب هر جنایتی می‌شوند تا به آن قدرت برسند، و این یکی از دلایلی است که چرا پویش‌های انتخاباتی در بسیاری از کشورها این قدر با خشونت همراه است.

دیدن اینکه چگونه فساد سیاسی در سال‌های اخیر این قدر مشکل و پیچیده شده، دل‌سردکننده است. رهبران فاسد سیاسی و شرکای تجاری‌شان یاد گرفته‌اند که از فنون هوشمندانه‌ی روابط عمومی استفاده کنند تا شواهد بر ضد جنایات‌شان را از طریق حرف‌های پوچ تأثیرگذار رفع و رجوع کنند—و این چیزی است که اکنون «واقعیات بدیل» خوانده می‌شوند—به این صورت که حرف‌های بی‌پایه و اساس را از طریق نفوذشان بر رسانه‌ها و متحدانی از جامعه‌ی روشنفکران اشاعه می‌دهند. کاری می‌کنند تا افکار عمومی باور کنند که هر کسی که با اینان مخالفت کند خائن و سزاوار محاکمه است. به این شیوه، اتصال‌شان به قدرت را محکم‌تر می‌کنند و ریشه‌کن کردن فساد خودشان را حتی سخت‌تر می‌کنند. همین که یک فرهنگ فساد پا بگیرد، گرایش دارد که در هر سطحی از جامعه



گسترش یابد. هر کسی که برای دولت کار می‌کند بابت هر خدمتی که ارائه می‌دهد انتظار رشوه خواهد داشت — نوعی از «دستمزد شخصی»، اضافه بر حقوقِ منظم. برای توجیه این دستمزد و تضمین پرداخت‌اش و اخاذی پول بیشتر، کارمند دولت نوآوری‌هایی انجام می‌دهد تا مشکلاتی برای شهروندانی ایجاد کند که نیاز به خدمات دارند. پرداختی که باید برای تأیید ساده‌ی مدارکِ شناسایی افراد یا برای دریافت فرم‌ها انجام شود شاید بسیار اندک باشد، پس این کارمند برای افزایش درآمدش کارها را برای شهروندان دشوارتر می‌کند. برخی از مقامات، این را علنی می‌کنند که می‌توانند بلیت‌های بزرگی برای خدماتی ارائه کنند که امور غیرممکن را ممکن می‌سازند و آشکارا نشان می‌دهند که هیچ قانونی نمی‌تواند جلوی آنان را بگیرد. جوازهای تجاریِ صعب‌الوصول، قراردادهای رقابتیِ دولتی، قوانینِ مهربانِ مالیاتی، احکامِ سهل‌گیرِ دادگاه‌ها — همه‌ی اینها با بهای مناسبی در دسترس است. و اگر در مورد قیمت شکایت داشته باشید، دوست‌تان در دستگاه دیوانسالاری دولت جوابی آماده دارد: «می‌دانم که این گران به نظر می‌آید، اما کاری‌اش نمی‌شود کرد. این پول را باید بین همه‌ی مقاماتِ بالای این زنجیره تقسیم کرد، از اینجا تا خود وزیر که رئیس همه‌ی ماست!» در معاملات خیلی بزرگ، خود وزیر مستقیماً با «مشتری» مذاکره می‌کند.

در کنار این مذاکراتِ درون‌خانه، فساد سیاسی بسیاری اوقات گسترش می‌یابد و عوامل بیشماری در خارج از دولت را هم دربرمی‌گیرد، عواملی که خود را مشاور، راهنما، واسطه، لابی‌کننده، نماینده، ارائه‌دهنده‌ی خدمات، و غیره می‌خوانند. «سرمایه‌دارهای رفیق»، که دوستان یا خویشان یا شریکان تجاری سیاستمدارانِ قدرتمندی هستند، سودآورترین قراردادهای زیرساختی و پروژه‌های دیگر را به خود اختصاص می‌دهند. قسمت عظیمی از درآمد ملی به سمت این «بخش فساد» منحرف می‌شود. هر پروژه یا قرارداد دولتی به لحاظ

هزینه متورم می‌شود تا جایی برای حق و حساب و هدررفت‌های دیگر پول باز بشود. نتیجه این می‌شود که آنچه عموم مردم به دست می‌آورند عبارت است از زیرساخت‌هایی با کیفیت پایین، منابعی که قابل استفاده نیستند، و خدماتی دولتی که برای سلامت مضرند و گاهی حتی خطرات جانی دارند.

هرچه حکومت قانون ضعیف‌تر بشود، میزان فساد بالاتر می‌رود و بالعکس. بزرگ‌ترین خطر خودکامگی این است که به فساد گسترده در اطراف رئیس بزرگ منجر می‌شود. وقتی که صدر دولت فاسد بشود، این مرض به یک مرض همه‌گیر بدل می‌شود که همه‌ی اجزای بنیادی جامعه را می‌خورد. همه‌ی مؤسسه‌های پایه، از دستگاه غذایی تا پلیس و نیروهای نظامی و نظام مالی، ناکارآمد می‌شوند. اینها بسیاری اوقات به ابزارهای سرکوب تبدیل می‌شوند برای تضمین اینکه آنانی که در قدرت هستند بتوانند پاداش‌های نامشروع‌شان را دریافت کنند.

کمینه کردن فساد دولتی و سرمایه‌داری رفاقتی چالش آسانی نیست. تاریخ نشان می‌دهد که در جایی که ترکیبی از پول و قدرت وجود داشته باشد، رفتار انسانی گرایش به فساد دارد. قوانین و پیمان‌هایی ملی و بین‌المللی که فساد در معاملات تجاری را ممنوع می‌کنند به هدف‌هایشان نرسیده‌اند. شرکت‌های بسیار زیادی هم‌چنان معیارهای قانونی و اخلاقی وضع‌شده توسط قانونگذاران ملی‌شان را نقض می‌کنند؛ روال‌هایی نظیر پولشویی و پنهان کردن پول‌های حاصل از فعالیت‌های غیرقانونی هم‌چنان رواج دارند.

رسوایی‌های گاه‌به‌گاه در ایالات متحده و دیگر کشورهای غربی نشان می‌دهند که هیچ نظام اقتصادی‌ای در برابر این مشکل مصونیت ندارد. اما علی‌رغم رسوایی‌ها، بعضی جوامع در مجموع سابقه‌ای بهتر از بقیه دارند. اما وقتی که قوانین روشنی بر ضد معامله با خود، تضاد منافع، و خویشاوندگاری در قانون نوشته شده باشند و سپس با قطعیت و انصاف اجرا شوند، وضعیت

متفاوت خواهد بود.

ایجاد جامعه‌ای که دولت شریف در آن قاعده باشد و نه استثناء، نیازمند تعهدی ملی و نهادهایی با مدیریت درست است. عناصر زیادی نقش ایفا می‌کنند. مراکز خودگردان قدرت در درون حکومت‌ها مهم‌اند—برای مثال، قوه قضائیه مستقل می‌تواند از مسئولان، وقتی که قانون را نقض می‌کنند، بازخواست کند. نهادهای نیرومند جامعه‌ی مدنی در بیرون حکومت، نظیر روزنامه‌های مستقل و سازمان‌های ناظر شهری، سازمان‌های اجتماعی بی‌طرف، و دانشگاه‌ها و کالج‌های خوشنام می‌توانند برای بر ملا کردن فساد و فراهوان برای کنش‌های اصلاحی نقش مفیدی ایفا کنند. و خود رهبران دولت باید مثالی باشند از خدمت وطن‌دوستانه‌ی عاری از خودخواهی، و از این رهگذر کمک کنند به ایجاد این انتظار که خادمان مردم کار می‌کنند تا عموم مردم منتفع شوند، نه اینکه خودشان یا دوستان‌شان را غنی‌تر کنند.

ناظران جهانی فساد، نظیر شفافیت بین‌المللی (TI<sup>۱</sup>)، کار در خور ستایشی در جلب توجه عموم به فساد در تک‌تک کشورها انجام داده‌اند. من به‌ویژه شاخص احساس فساد TI را دوست دارم. <sup>۱</sup> مایل‌ام شاخص دیگری هم اضافه کنم که این شاخص را تکمیل کند—شاخص احساس انتخابات. با نگاه همزمان به هر دو شاخص، مردم قادر خواهند بود رابطه‌ی بین این دو را ببینند و آماده شوند تا در هر جایی که نیاز باشد، دست به کنش سیاسی بزنند. می‌توانند تشخیص بدهند که ارتقاء در یک حیطة، ارتقاء در دیگری را نیز به همراه خواهد آورد. امیدوارم TI این پیشنهاد را لحاظ کند.

جهان باید پافشاری بر تلاش‌های مجدّانه برای توقف فساد در کارهای روزانه‌ی دولت‌ها را ادامه بدهد. در غیر این صورت، ما هم‌چنان بهای وحشتناکی خواهیم پرداخت، به این شکل که در ساختن جامعه‌ای بر پایه‌ی حکمرانی خوب

ناکام خواهیم ماند.

### مشکل ما حکومت نیست

امیدوارم این طور برداشت نشود که «مشکل ما حکومت است» یا اینکه راه حل مشکل، «حکومت کمتر» یا حتی «اصلاً نبود حکومت» است. مردم حکومت اند و حکومت مردم است. بدون حکومت، ما به عنوان جامعه یا کشور وجود نداریم. کار حکومت این است که رؤیای مردم را به بهترین شکل ممکن مبدل به واقعیت کند. در عین حال، دولت رهبر مردم است. نقش اش این است که باعث حرکت پیوسته‌ی اقتصاد و جامعه در جهت درست بشود. حکومت آن قدر در زندگی‌های ما مهم است که نمی‌توانیم از آن چشم بگردانیم. می‌خواهیم که خوب باشد، می‌خواهیم که ایده‌آل باشد، می‌خواهیم که بی نقص باشد — و هرچه نزدیک‌تر به کمال باشد، و بتواند بیشتر به نامرئی بودن سوق پیدا کند.

دولت قطعاً نمی‌تواند جای افراد کارآفرین را بگیرد. اما تاریخ به روشنی نشان می‌دهد که دولت‌هایی که خوب اداره شوند جای مهمی در کمک به جوامع دارند تا خلاقیت کارآفرینان آزاد بشود. جوامعی که در کاهش فقر و بهبود استانداردهای متوسط زندگی و حفاظت از محیط زیست سالم و ترغیب پیشرفت‌های شخصی شهروندان معمولی موفق‌ترین بوده‌اند، آن جوامعی بوده‌اند که دولت‌های قوی، پایدار، شریف و کارآمد داشته‌اند.

بعضی از کشورهای اروپای غربی و امریکای شمالی و آسیای شرقی مثال‌هایی از این الگو هستند. بی نقص نیستند، اما علی‌رغم اختلاف‌های عظیم بین مردم و دولت، مردمشان عموماً به دولت اعتماد دارند. مردم معمولاً مطمئن هستند که راه‌ها و منابع روشنی برای حل و فصل این اختلافات دارند. آیا دولت‌های این کشورها گاهی در تعهدشان نسبت به شرافت و برخورد منصفانه سستی کرده‌اند؟ قطعاً. آیا اشتباهاتی کرده‌اند که مانع رشد اقتصادی و موجب

تداوم فقر شده و با برآمدن نابرابری شدید مدارا کرده است؟ مجدداً، بله. اما بعضی خصلت‌های سنتی این کشورها، از جمله احترام کلی‌شان به حکومت قانون، حمایت کلی‌شان از آزادی‌های اقتصادی، و گرایش‌شان به پاسخگو بودن به نیازهای شهروندان در همه‌ی مراتب هرجم اجتماعي، عوامل مهمی در موفقیت اقتصادی‌شان بوده است.

در مقابل، بعضی از کشورهای جنوب جهانی، که در آن کشورها این ارزش‌ها با شمول کمتری موضوع احترام و عمل‌اند، در کوشش‌شان برای پیشرفت اقتصادی دچار سستی شده‌اند. این تفاوت غیرقابل تردید است، و اهمیت حکمرانی خوب را برجسته‌تر می‌کند—نه در مقام جایگزینی برای ابتکار عمل افراد، بلکه در مقام پشتیبان ضروری اینها.

### دیگر عناصر مهم حکمرانی خوب

اینها عناصر ویژه‌ی دیگری برای حکمرانی خوب هستند—عناصری که برای ایجاد آینده‌ی اقتصادی بهتری لازم می‌دانم‌شان، آینده‌ی بهتری که جهان ما به آن نیاز دارد.

سرمایه‌گذاری‌هایی در زیرساخت که از رشد اقتصادی حمایت کنند. بعضی از منابع اساسی مورد نیاز برای راه‌اندازی کسب‌وکارها—خواه کسب‌وکار سنتی پیشینه‌ساز سود یا کسب‌وکار اجتماعی—فراتر از ظرفیت افراد کارآفرین است. اگر با ایده‌ای عالی برای محصول یا خدمتی که هزاران یا حتی میلیون‌ها نفر می‌توانند از آن نفع ببرند یا پیش گذاشته‌اید، این فوق‌العاده است! اما اگر زیرساخت‌های اجتماعی و اقتصادی اطراف‌تان ناکافی باشند، تبدیل این ایده به پروژه‌ای موفق دشوار خواهد بود. وقتی که جاده‌هایی که روستاها و بنادر و شهرها را به هم وصل می‌کنند در وضعیت بدی باشند؛ وقتی پل‌ها و تونل‌هایی که از روی رودخانه‌ها و از دل کوه‌ها می‌گذرند لرزان باشند یا اصلاً وجود نداشته

باشند؛ و وقتی هیچ فرودگاه با بندر کشتیرانی مناسبی برای تسهیل انتقال کالاها و افراد از یک شهر به شهری دیگر نباشد، آنگاه برپا کردن کسب و کار موفق و رشد و توسعه‌اش به‌غایت کند و پرهزینه و دشوار خواهد بود.

دولت در ساختن و نگهداری زیرساخت‌ها نقشی ضروری دارد. بعضی شکل‌های حیاتی زیرساخت‌ها، در کوتاه‌مدت چنان درآمدی حاصل نمی‌کنند که به لحاظ اقتصادی بتوانند خودکفا باشند. در چنین مواردی، لازم است که نهادهای دولتی مستظهر به مالیات و دستمزد، برای این کارها قدم بردارند. درازمدت، اگر که این پروژه‌ها به‌خوبی طراحی و اداره بشوند، به ایجاد رشد و سرزندگی اقتصادی کمک خواهند کرد، و درآمدی بیش از حد کفایت تولید خواهند کرد—از جمله درآمدهای ناشی از مالیات—و می‌توانند خرج‌شان را درآورند. این چیزی است که در مورد پروژه‌های زیرساختی در ایالات متحده رخ داده است، از جمله در سازمان عمران درّه‌ی تنسی<sup>۱</sup>، که نیروی الکتریسیته را به فقیرترین جوامع دورافتاده‌ی جنوب منتقل کرد، و نیز در مورد نظام بزرگراهی بین‌ایالتی که کل کشور را با شبکه‌ای از جاده‌هایی کارآمد به هم وصل کرده، رخ داده است که می‌توان با سرعت زیاد در آنها حرکت کرد و به رشد سریع اقتصادی دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ کمک کرده است.

هم‌اکنون مشارکت‌های عمومی-خصوصی ساختاری برای ایجاد زیرساخت‌ها فراهم می‌کند که محبوبیت فزاینده‌ای دارد. در این شکل، شرکتی خصوصی یا کنسرسیومی از شرکت‌ها با دولت مشارکت می‌کنند تا بزرگراه، تونل، شبکه‌ی مترو، نیروگاه برق، یا فرودگاه بسازند. جزئیات اینها متفاوت است، اما به‌طور کلی بخش خصوصی همه‌ی سرمایه‌گذاری‌ها را انجام می‌دهد با این شرط که حقی انحصاری در مورد اداره و درآمد تولیدشده توسط این سرمایه‌گذاری را در طول دوره‌ای به مدت مشخص، معمولاً بیست و پنج سال یا بیشتر، دریافت کند.

متأسفانه، همواره این خطر هست که پروژه‌های زیرساختی می‌توانند مورد سوء استفاده قرار بگیرند تا، به جای اینکه به جامعه نفع برسانند، سیاستمداران و دوستان‌شان را غنی‌تر کنند. ابر پروژه‌های زیرساختی‌ای که به لحاظ سیاسی جذاب‌اند و در عین حال برای تصمیم‌گیران هم امکانی ایجاد می‌کنند برای حق و حساب‌های غول‌آسا، مسیر مطمئن و مناسبی برای فساد مسئولان دولتی فراهم می‌کنند. تاجرانِ حریص و فاسد، این معاملات پنهانی را به شکل ظریفی انجام می‌دهند تا بر ملا شدن‌شان را چنان دشوار بسازند که سیاستمدارانِ درگیر کار کاملاً در مقابل بررسی عمومی احساس مصونیت کنند.

اینجا جایی است که عناصر حیاتی حکمرانی خوب وارد ماجرا می‌شوند. کشورهایی که در حال شکل‌گیری هستند و به‌طور تاریخی فاقد زیرساخت بوده‌اند، نیاز دارند که تسهیلات جدید فراهم کنند تا در اقتصاد جهانی کاملاً مشارکت کنند. شهروندان به‌سادگی باید بر این امر اصرار بورزند که منابع اساسی حکمرانی خوب در جای درست قرار بگیرند تا زباله‌ها و بی‌عدالتی حاصل از فساد به حداقل برسد. برای اینکه این‌طور شود، هیچ جایگزینی برای بررسی‌های سختگیرانه توسط گروه‌های شهری و آژانس‌های نظارتی و سازمان‌های غیرانتفاعی وجود ندارد.

استفاده از تکنولوژی برای تقویت شفافیت و کارآمدی دولت. در بخش خصوصی، در مورد ظرفیت‌های تکنولوژی‌های جدیدی نظیر روبات‌سازی و یادگیری ماشینی و هوش مصنوعی، هم هیجان‌زده هستیم و هم نگران. هیجان‌زده هستیم بابت بازدهی‌ای که ایجاد می‌کنند، در حالی که نگران هستیم بابت از دست رفتن شغل‌ها و آشفته‌گی‌های اقتصادی‌ای که می‌توانند به‌بار بیاورند.

ولی در حالی که درباره‌ی تأثیرات چنین تکنولوژی‌هایی در بخش خصوصی بحث می‌کنیم، من بر به‌کارگرفتن‌شان در حوزه‌هایی نظیر خدمات دولتی و امور مالی جهانی اصرار دارم، به‌ویژه در کشورها و مناطقی که زندگی شهروندان

عادی به واسطه‌ی فساد دچار بدبختی می‌شود. باور داریم که ترغیب دولت‌ها به جایگزین کردن بروکرات‌ها و مسئولان با روبات‌ها و هوش مصنوعی و پایگاه‌های شبکه‌ای که به مردم امکان دسترسی به داده‌های حیاتی را می‌دهند، و الگوریتم‌های نرم‌افزاری با طراحی خوب، می‌توانند به دولت‌ها کمک کنند که کارآمدتر و مردم‌دارتر و عاری از فساد باشند. وقتی مردم بتوانند با استفاده از اپلیکیشن‌ی در تلفن هوشمند یا صفحه‌ای در وب اطلاعات را از پایگاه‌های دولتی داده‌ها بارگیری کنند، فرم‌هایی اجازه‌ی کار یا جواز را ارسال کنند، بابت عدم انجام خدمات دولتی شکایت کنند، یا برای مشکلات اجتماعی‌شان درخواست کمک بدهند، مشکل فساد می‌تواند به طرز چشمگیری کاهش بیابد. قدرت مقامات رسمی‌ای که در این دروازه‌ها ایستاده‌اند و تقاضای رشوه می‌کنند قبل از آنکه درهای دولت را باز کنند، می‌تواند به طور فاحشی تضعیف شود و برای مردم، دستیابی به کمکی دولتی را—که به آن نیاز دارند و سزاوارش هستند—آسان‌تر و مطلوب‌تر کند.

حکمرانی خوب نباید به آن اوضاع و احوال نادری وابسته باشد که در دولت فقط رهبرانی اخلاق‌مند داشته باشیم. می‌توانیم تکنولوژی را به کار بگیریم تا فرصت‌ها را برای آن مسئولانی کم کنیم که به فکر خدمت به خویشان و می‌خواهند دولت را در جهت منافع خودشان بگردانند.

وارد کردن کسب‌وکارهای اجتماعی در پروژه‌های شهری. بعضی برنامه‌های دولتی، نظیر پروژه‌های زیرساختی، می‌توانند در مقام کسب‌وکارهایی اجتماعی مطرح بشوند. برای مثال، من در کتاب‌ام، خلق جهانی بدون فقر، توضیح داده‌ام که چگونه پروژه‌هایی زیرساختی نظیر یک بندر عظیم می‌توانند از طریق بنگاهی در کسب‌وکاری اجتماعی و توسط مردم فقیر آن ناحیه ساخته شوند.<sup>۲</sup> اگر این را به مطالبه‌ای عمومی تبدیل کنیم که دولت‌ها در انتخاب شرکت‌هایی برای همه‌ی انواع خریده‌ها و قرارداده‌ها، بزرگ یا کوچک، اولویت را به کسب‌وکارهای



اجتماعی بدهند، این امر مانع ورود شرکت‌هایی به مسائل عمومی است که به دنبال پیشینه‌کردن سود هستند.

یکی از خطرهای این است که مالکان بی‌قید کسب‌وکارهایی که به دنبال پیشینه‌کردن سود هستند، شروع کنند به ایجاد کسب‌وکارهای اجتماعی تقلبی به صورت کسب‌وکارهایی در «پیشانی» شرکت‌هایشان، تا برای قراردادهای دولتی رقابت کنند. با این حال، حتی اگر این اتفاق بیفتد، اوضاع بدتر از سابق نخواهد شد. بررسی دقیق موضوع توسط روزنامه‌نگاران و گروه‌های مستقل ناظر می‌تواند مشکل را کاهش بدهد. و به مرور زمان، کسب‌وکارهای اجتماعی واقعی رشد خواهند کرد و تقلبی‌ها را در رقابت کنار می‌زنند.

کسب‌وکار اجتماعی، راهی پایدار برای دولت‌های عرضه می‌کند تا یکی از وظایف اصلی‌شان را انجام بدهند—یعنی مراقب افراد پایین‌هرم اقتصادی باشند و برای آنان فرصت‌هایی ایجاد کنند تا بتوانند از خودشان مراقبت کنند و مطابق شأنی انسانی زندگی کنند. بیشتر اوقات، به این وظیفه از راهی غیر پایدار و از طریق اختصاص خیریه‌ی دولتی پرداخته می‌شود. در بعضی موارد، اعانه‌های دولتی به فقرا ضروری است، اما اینها را نباید به صورت راه‌حلی دائمی برای مشکلات فقر دید. راه‌حلی دائمی خواهد بود که شأن انسانی و تدبیر را از آنانی که نیاز به کمک دارند دور نمی‌کند. چون علت فقر نه خود فقرا بلکه آن نظامی است که در اطراف‌شان ایجاد کرده‌ایم، اولین کار دولت اصلاح نظام و تعبیه‌ی فرآیندی است که تمرکز ثروت از آن طریق به تدریج روند عکس در پیش بگیرد و جامعه‌ای ایجاد کند که همگان در ثروت کشور سهیم باشند. هم‌چنان که در سراسر این کتاب استدلال کرده‌ام، کسب‌وکارهای اجتماعی می‌توانند کمک کنند که این اتفاق بیفتد.

دولت باید از اداره‌کردن سازمان‌های مالی و تجاری اجتناب کند. نگه داشتن اینها در دست‌ان دولت، حکمرانی خوب را دشوارتر می‌کند و وسوسه‌ای در

سیاستمداران دولت، همراه با مسئولان دیگر، ایجاد می‌کند که از این پروژه‌ها برای پیشبرد مقاصد شخصی و سیاسی‌شان استفاده کنند. پروژه‌های تحت اداره‌ی دولت باید در اسرع وقت به غیردولتیان انتقال پیدا کند، ترجیحاً از طریق ایجاد کسب‌وکارهایی اجتماعی که پیوندی با دولت ندارند. هنگام انتقال این امتیازات، دولت‌ها باید بیش از معمول مراقبت کنند تا به دستانی حریص تحویل داده نشوند. هم‌چنان که در بسیاری از کشورها دیده‌ایم، انتقال امتیازات به مالکیت شخصی سودمحور، بستر حاصلخیز دیگری است برای فساد.

دخالت دادن افراد فقیر در طراحی و اجرای طرح‌های توسعه. عنصری اساسی در افزایش بخت حکمرانی خوب این است که به مردم معمولی در تصمیماتی که بر زندگی‌شان اثر می‌گذارد، صدای نیرومندی بدهیم. برای مثال توسعه‌ی زیرساخت‌ها برای بالابردن رشد اقتصادی، بدین معنا است که به افراد فقیر فرصتی بدهیم تا در شکل‌دادن به طرح‌هایی برای پروژه‌های زیرساختی مشارکت کنند.

مثالی از این نوع تصمیم‌گیری را ما در بانک گرامین نشان داده‌ایم، در جایی که هیأت مدیره تشکیل شده است از زنانی که در عین حال، هم وام‌گیرندگان بانک هستند و هم مالکان این مؤسسه. اعضای هیأت مدیره، که توسط هم‌تایان‌شان انتخاب می‌شوند، در سیاستگذاری بانک گرامین مشارکت کامل دارند.

به‌نظر می‌رسد که برخی افراد فرض می‌کنند که ایده‌ای احمقانه یا غیرعملی است که به فقرا در مورد تصمیماتی که بر زندگی‌شان تأثیر می‌گذارد قدرت بدهیم. اما استدلال‌هایی که می‌تواند بر ضد این نوع از تصمیم‌گیری اشتراکی مطرح شوند عمدتاً بچ‌اند. فقرا شاید فاقد شکل‌های خاصی از دانش باشند که برای طراحی پروژه‌های زیرساختی مفیدند. اما وقتی موضوع اتخاذ سیاست‌ها و تصمیماتی باشد که بر زندگی آنان تأثیر می‌گذارد، آنان متخصصان برجسته‌ای در پشت میز

مذاکره‌اند. در چنان وضعیت‌هایی، خرد و تجربه‌شان حیاتی است. من در بانک گرامین دیده‌ام که این شیوه چگونه کار می‌کند. اعضای هیأت مدیره‌ی بانک برای مدیریت بانک احترام قائل‌اند و به او اعتماد دارند؛ در تصمیمات سیاست‌گذارانه‌شان به توصیه‌های مدیریت توجه دارند. در عین حال، مدیران بانک آماده‌اند خواسته‌های هیأت مدیره را اجرا کنند. تجربه به من نشان داده که مهم است که اطلاعات و مهارت‌هایی که اعضای هیأت مدیره نیاز دارند را در اختیارشان قرار بدهیم، به زبانی که بتوانند بفهمند و باعث شود در طراحی سیاست‌ها و پروژه‌ها کاملاً مشارکت کنند. این مشتمل است بر اطلاعات پایه درباره‌ی صورتحساب‌های مالی، اصول بنیادی مهندسی و طراحی، و داده‌هایی درباره‌ی پارامترهای اقتصادی و دیگر پارامترهای هر طرح. همین که این اطلاعات عرضه شود، کیفیت تصمیماتی که اعضای هیأت مدیره اتخاذ می‌کنند عموماً بسیار بالا است.

بله، توانمند کردن گروهی از افراد فقیر به این شیوه، مقداری زمان و انرژی می‌برد. اما فوایدش کاملاً بر هزینه‌ها می‌چربد. نمونه‌های بسیار بسیار زیادی از برنامه‌های دولتی هست که طراحی‌شان بدون مشارکت افراد ذی‌نفع مورد نظر انجام شده و نتوانسته‌اند نیازهای واقعی مردم را برآورده کنند—و در عوض، عمدتاً در خدمت این بوده‌اند که جیب‌های طرف‌های قرارداد را، که با سیاستیون در ارتباط‌اند، پر از پول کنند. من مطمئن هستم که پروژه‌های زیرساختی طراحی شده با کمک فقرا نقش بسیار بهتری خواهند داشت در ارتقاء زندگی مردم فقیر—و نسبت به پروژه‌های پرنخوت که نوعاً متخصصانی ایجادشان می‌کنند که فهم دست‌اول اندکی دارند از مشکلاتی که فقرا با آنها مواجه‌اند، این کار را با قیمتی پایین‌تر و و با کارآمدی بیشتری انجام خواهند داد.

دسترس‌پذیر ساختن آموزش و مراقبت‌های بهداشتی با کیفیت برای همه‌ی مردم، به‌عنوان عنصری اساسی در توسعه‌ی اقتصادی. انواعی از زیرساخت‌ها

که باعث رشد اقتصادی می‌شوند و بیرون آمدن فقرا از فقر را آسان‌تر می‌کنند، محدود به جاده و پل و فرودگاه و نظایر اینها نیستند. اینها شامل زیرساخت‌های بشری نیز هستند— پروژه‌هایی که کمک می‌کنند به افزایش ارزش و خلاقیت زندگی‌های فردی. به این دلیل است که، وقتی در مورد نیاز به زیرساخت‌های با پشتیبانی دولت برای کمک به ارتقاء و اصلاح اقتصاد بحث می‌کنیم، باید درباره‌ی اهمیت تأمین آموزش و مراقبت‌های بهداشتی برای همه‌ی مردم صحبت کنیم.

در اینجا نیز، مثل بقیه‌ی انواع برنامه‌های زیرساختی، کسب‌وکارهای اجتماعی می‌توانند نقش مهمی ایفا کنند. در جای دیگری از این کتاب، درباره‌ی بعضی از برنامه‌های آموزشی و مراقبت‌های بهداشتی‌ای بحث کرده‌ام که خانوادگی شرکت‌های گرامین راه‌اندازی کرده است. این استدلال به این معنا نیست که دولت باید کاملاً با بخش شهروندی جایگزین بشود. دولت باید آموزش پایه و نیز خدمات مراقبت‌های بهداشتی را فراهم کند. هرگاه که برنامه‌های دولتی در کار نباشند یا کیفیت‌شان پایین باشد، تدابیر شهروندان می‌تواند شکاف‌ها را پر کند و به‌عنوان پشتیبان خدمات دولتی یا در مقام چالشی به آنها عمل کند، به این صورت که نشان بدهد که دولت هیچ عذری برای ناکامی‌اش در تدارک خدمات ندارد.

در موارد دیگر، مسئولان دولتی می‌توانند تصمیم بگیرند که تدارک خدمات پایه‌ی آموزش و مراقبت‌های بهداشتی را به بخش خصوصی برونسپاری کند. وقتی این اتفاق بیفتد، دولت باید حمایت‌های ضروری‌ای را تدارک ببیند که کارهای بخش خصوصی را مؤثرتر و کارآمدتر کند. برای مثال، دولت می‌تواند برای کسب‌وکارهای اجتماعی متمرکز بر آموزش یا مراقبت‌های بهداشتی، صندوق‌های سرمایه‌گذاری تدارک ببیند. هم‌چنین می‌تواند صندوق‌های کسب‌وکار اجتماعی ایجاد کند که مختص پروژه‌های آموزشی و مراقبت‌های

بهداشتی باشند.

دولت‌ها هم چنین لازم است استانداردهایی را در مورد کیفیت و شمول و شفافیت وضع کنند که ضروری است سازمان‌های مستقلی که به آموزش و مراقبت‌های بهداشتی می‌پردازند این استانداردها را رعایت کنند. وقتی که موضوع کسب‌وکارهایی خصوصی باشد که به دنبال سود هستند و در بخش‌های آموزش و مراقبت‌های بهداشتی کار می‌کنند، دولت باید نظارت کند که این طور نباشد که این کسب‌وکارها صرفاً متمرکز بر جلب منفعت باشند و کیفیت خدماتی که عرضه می‌کنند را نادیده بگیرند.

دسترس‌پذیر ساختن بانکداری و دیگر خدمات مالی برای همگان. دولت باید دسترسی به شکل دیگری از به اصطلاح زیرساخت اجتماعی را تضمین کند که برای نیمه‌ی پایینی طبقه‌ی افراد، اعم از زن و مرد، اهمیت حیاتی دارد—یعنی خدمات مالی. این، شکلی از زیرساخت اجتماعی است که مورد بی‌اعتنایی بوده است، شاید به این علت که تفکر سنتی هرگز نقش خدمات مالی در زندگی افراد فقیر را درک نکرده است. خدمات مالی‌ای نظیر اعتبار، پس‌انداز، بیمه، صندوق‌های سرمایه‌گذاری، و صندوق‌های مستمری، فرصتی اقتصادی برای مردم فراهم می‌کنند و رشد را در همه‌ی سطوح تضمین می‌کنند، و به این دلیل است که برای دولت اهمیت حیاتی دارد که تضمین کند که چنین خدماتی برای هر کسی در دسترس باشد.

ماجرای بانک گرامین البته قدرت این امر را به روشنی نشان می‌دهد که خدمات مالی را برای همه و به ویژه زنان فقیری دسترس‌پذیر کنیم که هرگز در رادار بانک‌های سنتی پیشینه‌ساز سود نبوده‌اند. بانک گرامین خودکفا است، با منابع خودش اداره می‌شود، میزان بالایی از بازگشت وام دارد، و عمدتاً در مالکیت وام‌گیرندگان مؤنث فقیر است. پس‌اندازها را تقویت می‌کند؛ خدمات صندوق‌های بیمه و مستمری را فراهم می‌کند؛ کارآفرینی را تسهیل می‌کند، و به

میلیون‌ها زن بیسواد مناطق دورافتاده قدرت و آزادی و وقار می‌دهد. تاریخ چهل‌ساله‌ی موفقیت بی‌وقفه‌ی بانک گرامین می‌تواند کمکی باشد در توضیح اینکه چرا این بانک قبلاً در ۲۰۰۶ برنده‌ی جایزه‌ی صلح نوبل شده است.

با این سابقه‌ی ثبت‌شده، شگفت‌انگیز است که دولت‌ها و بانک‌های مرکزی جهان به طرز گسترده‌ای مسئولیت‌شان برای تضمین دسترسی فقرا به خدمات مالی را نادیده گرفته‌اند. من متأسفم که سازمان‌های جهانی زنان این سیاست را اتخاذ نکرده‌اند که چنین خدماتی را به‌عنوان اموری کلیدی در دستورکارهایشان برای توانمندسازی زنان تضمین کنند. آنچه بیش از این به‌ت‌آور است نحوه‌ی این است که بانک گرامین زیر حملات دولت بنگلادش قرار گرفته است. متممی به قانون حاکم بر بانک گرامین اضافه شده است تا بانک را به بانکی تبدیل کند که دولت اداره‌اش می‌کند، و کنترل بانک را از وام‌گیرنده-مالک‌ها می‌گیرد. در این شش‌ساله که از زمانی در مارس ۲۰۱۱ گذشته است که من از سمت مدیرعاملی بانک خلع شده‌ام، دولت هرگز به بانک اجازه نداده است که مدیرعامل خودش را منصوب کند.

چیزهای که در بانک گرامین اتفاق می‌افتد قدم بزرگی به عقب را به جهانیان نشان می‌دهد. با توجه به تاریخچه‌ی بانک‌های تحت اداره‌ی دولت در بنگلادش، می‌توان به‌آسانی نتیجه گرفت که بانک گرامین حالا به سمت فاجعه حرکت می‌کند. دلخراش است دیدن اینکه مؤسسه‌ای تاریخ‌ساز و برنده‌ی جایزه‌ی نوبل که مفهوم و روال بانکداری برای فقرا را به دنیا آورده است و الهام‌بخش کل جهان بوده است که جهت تازه‌ای در بانکداری بیابد، به سمتی رانده می‌شود که، به علت تغییرات حاد در قانون حاکم بر آن، شدیداً عقب‌گرد کند. تنها راه نجات بانک این است که این تغییرات ملغی بشود. امیدوارم قبل از آنکه خیلی دیر بشود، عقل سلیم حکمفرما شود.

توسعه‌دادن و اعمال قواعدی منصفانه برای حفاظت از محیط زیست. یک

نقش مهم دیگر برای حکمرانی خوب، در حیطةی حفاظت از محیط زیست قرار دارد. بازارهای آزاد و منصف به تنهایی نمی‌توانند مانع از این بشوند که کسب و کارها و سازمان‌های دیگر—از جمله خود آژانس‌های دولتی—هوا و آب را آلوده کنند، منابع طبیعی را به هدر بدهند، و مشکل فاجعه‌بار تغییرات جهانی اقلیم را حتی بدتر کنند.

دوراهه‌ی معروفی که تراژدی مشترکات خوانده می‌شود توضیح می‌دهد که چرا چنین است. حفاظت زیست‌محیطی موضوعی است که منافع افراد و گروه‌ها در آن شدیداً واگراست. هر شخص یا سازمان خاص—مثلاً فرض کنیم شرکتی انتفاعی—شاید از آسیب‌رساندن به محیط زیست سود ببرد: برای مثال، با دورزدن قواعد مربوط به انتشار کربن، یا با ماهیگیری انبوه در بین ماهیانی در معرض خطر، با استفاده کردن از پلاستیک در بسته‌بندی و دیگر محصولات مصرفی مثل نی و بطری آب، و غیره. اما اگر هرکسی همین رفتار را در خدمت‌رسانی به شخص خود در پیش بگیرد، بعد از مدتی خیرهایی که در آن سهیم هستیم (مشترکات) تخریب خواهند شد و نهایتاً به همه آسیب می‌رسد.

در مواردی از این دست، باید نیرویی خارجی قدم در این عرصه بگذارد که از هر یک از بازیگران قوی‌تر باشد و از جانب کل جامعه سخن بگوید. در کلی‌ترین وضعیت، آن نیرو دولت است. برای خاطر نسل‌های آینده، دولت‌های سراسر جهان باید مسؤولیت تثبیت و اعمال مقرراتی را برای حفاظت از هوا و آب و خاک و منابعی طبیعی بر عهده بگیرند که زندگی بشر وابسته به آنهاست—مقرراتی که منصفانه و به لحاظ علمی درست باشند.

تقویت نهادهای مدنی و ارتقاء آزادی‌های بشری. استدلال کرده‌ام که نظام سرمایه‌داری به شکلی که می‌شناسیم‌اش، آسیب‌زننده است اگر که بخشی جدید—بخش کسب‌وکار اجتماعی—به آن اضافه نشود، بخشی که هدف‌اش حل کردن مشکلاتی است که در اطراف ما روی هم جمع شده‌اند. محرک این

بخش چیزی است که به طرز وسیعی در رفتار بشری نادیده گرفته می‌شود: انگیزه‌ی حل غیر خودخواهانه‌ی مشکلات بشری، برای افتخار و لذت ساده‌ای که به همراه می‌آورد.

همخوان با همین خط فکری، اگر که تفکرمان محدود باشد به دولت و شهروندان و کسب‌وکارهایی که به دنبال نفع شخصی هستند و همگی سعی می‌کنند مطابق با اصول مورد توافقی عمل کنند که تشکیل‌دهنده‌ی قانون اساسی کشور است، استدلال می‌کنم که دیدمان از جامعه ناکامل است و به سمت محرومیت اکثریت مردم گرایش دارد. در این دورنما، جای یک نیروی مهم خالی است، نیرویی که برای کارکردن متعادل کل نظام ضرورت دارد. آن نیرو کسب‌وکار اجتماعی است، که عمدتاً توسط شهروندان و صرفاً برای مقصود حل مشکلاتی ایجاد می‌شود که بخش سودمحور کسب‌وکار ایجاد می‌کنند. شهروندان می‌توانند کسب‌وکارهای اجتماعی ایجاد کنند—به شکلی فردی، جمعی، با مشارکت با کسب‌وکارهای اجتماعی یا منفعت‌محور دیگر، با دولت، یا با سازمان‌های غیرانتفاعی. دولت و کسب‌وکارهای منفعت‌محور هم می‌توانند کسب‌وکارهای اجتماعی ایجاد کنند.

نهادهای مدنی نیز نقش مهمی در تکمیل دیگر عناصر کلیدی در جامعه دارند. اینها شکل‌های زیادی به خود می‌گیرند. برای مثال، در ایالات متحده نهادهای مدنی مشتمل اند بر اندیشکده‌ها، گروه‌های لابی‌گری، و سازمان‌های شهروندان؛ سمن‌هایی که هدف‌شان چیزهایی نظیر محیط زیست و حقوق مدنی و آموزش و مراقبت‌های بهداشتی و غیره است؛ سازمان‌های حرفه‌ای و اتحادیه‌های کارگری؛ بنیادها و خیریه‌ها؛ گروه‌های مصرف‌کنندگان؛ و بسیاری شکل‌های دیگر.

این نهادهای مدنی همچنین نقش عظیمی در پاسخگو کردن دولت و جوامع نسبت به نیازها و خواسته‌های شهروندان ایفا می‌کنند. این نهادها مدافع



تغییرات مهمی در امور حقوقی و در قانونگذاری هستند؛ اطلاعاتی حیاتی را اشاعه می‌دهند؛ از منافع گروه‌های ویژه‌ای در جامعه دفاع می‌کنند وقتی که آن منافع مورد تهدید واقع شوند؛ نماینده‌ی نقطه‌نظرهای متنوعی هستند که شاید در نبود این نهادها به آنها بی‌اعتنایی بشود؛ و تخلفات مسئولان دولتی، رهبران اقتصادی، و سایر افراد در قدرت را برملا می‌کنند. شبکه‌ی گسترده‌ای از نهادهای آزاد، نیرومند، و فعال، نقش بزرگی دارند که هم حکمرانی خوب و هم حقوق بشر را ممکن بسازند.

متأسفانه در بسیاری از جوامع، جامعه‌ی مدنی کمتر از آن آزاد و نیرومند و فعال است که باید باشد. دولت‌ها گاهی از توان‌شان برای ارباب و ایجاد محدودیت و تهدید فیزیکی علیه نهادهای مدنی استفاده می‌کنند. آژانس‌های اطلاعاتی می‌توانند به کار گرفته شوند تا کارکرد افراد و سازمان‌های پیشرو در جهان نهادهای مدنی را غیرممکن کنند. دادگاه‌هایی می‌توانند بر پایه‌ی اتهاماتی ساختگی برپا شوند که برای این طراحی شده‌اند که آن نهادهای مدنی را تعطیل کنند که دولت را به چالش می‌کشند، و سازمان‌هایی سیاسی می‌توانند اعضایشان را بسیج کنند تا به رهبرانی از جامعه‌ی مدنی که با دیدگاه‌هایشان مخالف‌اند، یورش ببرند یا مرعوب‌شان کنند. به مرور زمان، شهروندانی عادی که با این حملات احساس تهدید می‌کنند، صرفاً تماشاگرانی خاموش می‌شوند، یا در زمین سرکوبگران بازی می‌کنند، چرا که احساس می‌کنند از انجام کار دیگری ناتوان‌اند.

اگر جامعه‌ای می‌خواهیم که حقوق بشر در آن محترم شمرده شوند و از آنها دفاع شود، باید اهمیت نهادهای مدنی را به رسمیت بشناسیم و از آنها در مقابل یورش‌ها دفاع کنیم. مهم‌تر اینکه، باید اصرار بورزیم که دولت‌ها نه فقط از تضعیف جامعه‌ی مدنی خودداری کنند بلکه قواعد و سیاست‌هایی را نهادینه کنند که آن را تغذیه و تقویت کند.

دولت‌هایی که این نقش‌های حیاتی را به‌انجام برسانند—یعنی از پروژه‌های زیرساختی اساسی در عین کمینه‌سازی فساد و هدررفت، و دخیل کردن افراد فقیر در پروراندن طرح‌هایی برای این‌گونه پروژه‌ها حمایت کنند؛ تضمین کنند که نیازهای پایه‌ای آموزش، مراقبت‌های بهداشتی، و خدمات مالی همه‌ی مردم از جمله فقرا برآورده می‌شود؛ قوه‌ی قضائیه‌ی مستقل، حکومت قانون، و آزادی مطبوعات را تضمین کنند و از محیط زیست برای نسل‌های آینده محافظت کنند—چنین دولت‌هایی را می‌توان به‌درستی دولت‌هایی خواند که به‌خوبی کار می‌کنند. اگر شهروندان جهان، در هر کشوری روی زمین، طالب چنین حکمرانی خوبی باشند، قدم بزرگی به سوی ایجاد نوعی از جهان برمی‌داریم که نظامی اقتصادی‌ای در آن ممکن خواهد بود که برای همه‌ی مردم سودمند باشد.

### **محترم‌شمردن حقوق بشر: آزادی اقتصادی و سایر آزادی‌ها به هم پیوند دارند**

پیوند نزدیکی هست بین نیاز به حکمرانی خوب و دفاع از حقوق بشر. تاریخ نشان می‌دهد که در درازمدت، نمی‌توانید یکی را بدون دیگری داشته باشید. و همان تاریخ این را هم تأیید می‌کند که رشدی پایدار در اقتصاد که به همه‌ی افراد جامعه سود برساند (و نه اینکه ثروت و امتیاز را هدایت کند به سمت دستان گروه معدودی از افراد خوشبخت)، به هر دوی اینها وابسته است. آزادی و حذف فقر دست در دست هم پیش می‌روند.

نیروهای تاریخی، در ترکیب با کوتاه‌بینی و ترس و حرص بشری، جهان را به وضعیتی سوق داده‌اند که بیشتر جوامع گروه‌هایی دارند که به حاشیه‌ها رانده شده‌اند، و این یا از طریق قواعد و سیاست‌های صریح بوده است یا از طریق روال‌هایی ظریف در تبعیض و تعصب. اعضای گروه‌های رادیکال مخالف، گروه‌هایی نژادی که مورد بی‌مهری قرار می‌گیرند، اعضای مذهب‌های خاص، افرادی که مدافع احزاب غلط سیاسی هستند، و فراتر از همه، فقرا—در تقریباً

هر جامعه‌ای، میلیون‌ها نفر از مردم هستند که انرژی‌ها و استعداد‌های مادرزادی‌شان هیچ‌بختی برای شکوفایی نمی‌یابند.

در طول تاریخ، پیشرفت‌هایی صورت گرفته است. آپارتاید آفریقای جنوبی برچیده شد؛ عادات غلط تبعیض نژادی در جنوب آمریکا عمده‌تاً حذف شده‌اند؛ بدترین روال‌های نظام طبقاتی در هند تحت کنترل درآمده‌اند. اما تعهد به آزادی در سراسر جهان دچار فراز و نشیب بوده است. در ۲۰۱۷، نشانه‌هایی در دسرفرین از واکنش به جنبش آزادسازی و توانمندسازیِ همه‌ی مردم را می‌بینیم. طرفداران گروه‌های ملی‌گرای دست‌راستی‌ای که اقلیت‌های نژادی و قومی و مهاجران و آوارگان را خبیث جلوه می‌دهند در بسیاری از کشورها رو به گسترش است. روند اعطای حقوق برابر به زنان و به آنانی که گرایش‌های جنسی متفاوت دارند در حال عقب‌رانده‌شدن از سوی کسانی است که مدعی تقدس دیدگاه‌های خودشان هستند.

آزادی و رشد اقتصادی به طرزی ناگسستنی به حقوق بشر و احترام برای همه‌ی مردم پیوند دارند. اگر به دنبال نظامی اقتصادی هستید که خلاقیت بشری را رها سازد و هر کسی این توانایی را داشته باشد که رؤیاهایش برای جهانی بهتر را دنبال کند، باید از حقوق همگان در برابر کسانی دفاع کنید که مایل‌اند این حقوق را محدود کنند.

وقتی که مردان و زنانی اهل کار می‌خواهند که شغل‌شان را رها کنند یا وقتی از آنان خواسته می‌شود که به علّت رد شدن از یک محدوده‌ی سنّی خاصّ شغل‌شان را ترک کنند، آنان باید قدرت و مجال این را داشته باشند که مرحله‌ی دیگری از زندگی‌شان را شروع کنند—مرحله‌ی آزادی. جامعه باید این را از طریق فراهم کردن سرمایه‌ی خطرپذیر کسب‌وکارهایی اجتماعی تدارک ببیند که آنان را قادر سازد کارآفرینانی مستقل شوند و توانایی‌های خلاقانه‌شان را بروز بدهند.

من تأکید کرده‌ام بر اهمیت آزاد کردن جوانان از خیال باطلی که می‌گوید زندگی و خوشبختی‌شان به خواسته‌ها و طرح‌های شرکت‌ها یا افراد خاصِ معدودی که به کارآفرین معروف‌اند، وابسته است. مطابق این تصور اشتباه این افراد بی‌نظیر «آفریننده‌ی شغل» هستند و رشد و رونق را به‌تنهایی و به واسطه‌ی خلاقیت و درخشندگی‌شان ایجاد می‌کنند.

من بر این باورم که هیچ گروه ویژه‌ای از افراد نیستند که کارآفرین خوانده شوند. هر کسی یک کارآفرین بالقوه است، و راه همه‌ی جوانان در این مسیر باید تسهیل شود. همه‌ی ما می‌توانیم کارآفرین باشیم، و با کارآفرینی‌مان می‌توانیم جهان را — و اقتصاد را — طوری شکوفا کنیم که قبلاً هرگز نبوده است.

اما هم‌چنان که کسب‌وکارهای موفق رشد می‌کنند، خواه کسب‌وکارهایی اجتماعی باشند یا شرکت‌های سنتی در پیِ پیشینه‌کردنِ سود، به کارمند نیاز دارند. و اگر بنا باشد که نظام اقتصادی‌مان نظامی منصفانه و آزاد و برابر باشد که استعدادهای همه‌ی مردم را شکوفا می‌کند تا جهان را جای بهتری کند، حقوق کارمندان نیز باید محترم شمرده شود و محافظت شود — دست‌کم تا آن روزی که همه‌ی کارمندان در کسب‌وکارهای کارفرمایان‌شان شریک هم باشند. پس اجازه دهید برای افراد اهل کاری که انتخاب‌شان این بوده که کارمند باقی بمانند، آزادی سازماندهی خودشان را تضمین کنیم؛ آزادی بیان، تجمع، و دستیابی به مطبوعات؛ و آزادی رأی‌دادن، طوری که بتوانند حقوقی ابتدایی از قبیل دستمزدهای عادلانه، شرایط ایمن برای کار، فرصت‌های پیشرفت، و داشتن اختیار در مورد سرنوشت‌شان را مطالبه کنند.

همگان درک می‌کنند که استبدادِ دولتی بد است. وقتی که دولت مخالفان را قلع و قمع می‌کند و حقوق شهروندان را نقض می‌کند، جوی از ترس ایجاد می‌شود که خلاقیت را خفه می‌کند، سوءظن را تشدید می‌کند، و نفرت را شعله‌ور می‌سازد. جوامع بناشده بر سرکوب هرگز در درازمدت موفق نیستند.

با این حال، مشکل استبداد یک نظام اقتصادی تنگ‌نظر و با قدرت زیاد می‌تواند تقریباً به همین بدی باشد. وقتی مردم بترسند که افکارشان را بیان کنند به این علت که نمی‌خواهند رؤسایشان را ناراحت کنند و احتمالاً شغلی که گذران زندگی‌شان به آن وابسته است را از دست بدهند، آنگاه دامان خلّاقیت جمع می‌شود.

نویسندگان و هنرمندانی که به رسانه‌های انتفاعی وابسته‌اند ترسو می‌شوند. بنگاه‌ها توان بده‌بستان‌های سیاسی‌شان را به کار می‌گیرند تا سیاست‌ها و قواعد دولت را مطابق میل خودشان بگردانند. قوانین و مقررات نهایتاً تغییر می‌کنند تا مطابق ترجیحات رهبران تجاری بشوند. قدرتی که همراه است با ثروت، به‌ناگزیر بیشتر و بیشتر در دست افراد معدودی تمرکز می‌یابد.

رهبران تجاری باید مسئولیت‌هایشان در قبال جامعه را به رسمیت بشناسند و اهمیت افکار عمومی را در هنگام صورت‌بندی سیاست‌هایشان محترم بشمارند. رهبران تجاری بیشتر و بیشتری احساس نیاز می‌کنند به اینکه، با عاری کردن مفهوم کسب‌وکار از دیدگاه تنگ‌سود شخصی، تقریر دوباره‌ای از این مفهوم ارائه کنند. برخی از آنان پذیرای مفهوم وسیع‌تری از کسب‌وکار می‌شوند که مبتنی است بر سه هدف مساوی—مردم، سیّاره، و سود—و نه فقط سود. تا زمانی که این مفهوم جهانی نشده باشد، تنش در میان کسب‌وکارها و مردم و سیّاره‌مان ادامه خواهند یافت. لازم خواهد بود که گروه‌های شهروندان به روال‌های بنگاه‌هایی که محیط زیست را تخریب می‌کنند، به جوامع ضعیف‌تر آسیب می‌رسانند، یا کارگران را استثمار می‌کنند، اعتراض کنند.

رهبران تجاری ناچار خواهند بود به این فشارها پاسخگو باشند—یا به میل خود، یا بر اثر رویارویی. در غیر این صورت، بابت انزجار و نفرتی که رفتارهای خودخواهانه‌شان ایجاد می‌کند بهای سنگینی خواهند پرداخت—خواه به واسطه‌ی عمل دولت یا به واسطه‌ی خیزش شهروندان خشمگین.

\*\*\*

نظام اقتصادی تغییر یافته‌ای که موضوع این کتاب است محتاج تغییرات مهمی در سطوح زیادی است، از مدارس و کالج‌هایمان تا زیرساخت‌های تجاری، از نظام مالی تا قوانین حاکم بر بنگاه‌ها. همان‌طور که ماجراهایی که نقل کرده‌ام نشان می‌دهند، بعضی از تغییراتی که باید اتفاق بیفتند همین الآن هم آغاز شده‌اند. اما این تغییر فقط وقتی به ثمردهی کامل خواهد رسید که مردم جهان مطالبه‌اش کنند و به رهبران‌شان برای حمایت از آن اصرار بورزند—حمایتی که مشتمل باشد بر تعهد به انواعی از روال‌های حکمرانی خوب و حفاظت از حقوق بشر که در این فصل به اجمال گفته‌ام.

اگر کسی به شما بگوید که این موضوعات هیچ ربطی به اقتصاد ندارند، آن کس را نادیده بگیرید. اینها بسیار مربوط‌اند به اقتصاد، زیرا به طرزی جدانشدنی گره خورده‌اند به آزادی انسان‌ها برای بروز خلاقیت مادرزادی‌شان، در هر شکلی که باشد. وقتی هر کسی توانایی مشارکت در رفاه همگان را داشته باشد، آنگاه جهان سه صفری که میلیون‌ها نفر از ما همین الآن برای ایجادش تلاش می‌کنیم، قدمی بزرگ به واقعیت نزدیک‌تر خواهد شد.

بخش چهارم

# سنگ بناهای آینده

## ۱۰

## زیرساخت‌های حقوقی و مالی‌ای که به آنها نیاز داریم

در سراسر این کتاب، بر نقش فردی انسان‌ها—کارآفرینان، زنان خانه‌دار، جوانان، رهبران تجاری، فعالان اجتماعی، محققان، معلمان—در ایجاد نظام اقتصادی جدیدی تأکید کرده‌ام که جهان ما شدیداً به آن نیاز دارد. من قویاً باور دارم که در توان هر یک از ما هست که جامعه را از نو بسازیم. اولین، مهم‌ترین، و شاید دشوارترین قدم این است که تفکرمان را تغییر بدهیم طوری که از قاب‌های تنگ ذهنی مان بیرون بیاییم، قاب‌هایی که نحوه‌ی رفتارمان را محدود کرده‌اند. اما در عین حال، نظام سرمایه‌داری در خلأ عمل نمی‌کند. چارچوبی از قوانین و نهادها هستند که بازار آزاد را ممکن می‌سازند. این چارچوب مشتمل است بر نظامی حقوقی که ضامن قدرت قرارداده‌ها است، تأمین‌کننده‌ی کمک بر ضد کلاهبرداری و استثمار است، و از حقوق همه‌ی مردم در مورد شرایط مناسب کاری، دستمزدهای منصفانه، و فرصت‌های پیشرفت دفاع می‌کند. شامل یک دولت است که بخشی از ثروت ملی را هدایت می‌کند به سمت ایجاد زیرساخت‌ها، آموزش جوانان، حفاظت از محیط زیست، محافظت از سلامت عمومی، و دفاع از کشور در مقابل دشمنان داخلی و خارجی. و شامل نظامی مالی است که پول سالم را به‌عنوان واسطه‌ی قابل اعتماد معاملات تأمین می‌کند؛ سرمایه‌گذاری و بیمه و بانکداری پایه و سایر خدمات را برای همه‌ی مردم قابل دسترس می‌سازد؛ و منابعی برای وام ایجاد می‌کند که ایجاد و رشد کسب‌وکارها را تسهیل می‌کنند.



همه‌ی اینها برای کمک به جهان در دستیابی به لایه‌های متعددِ موفقیت اهمیت دارند. اما نمی‌توانم در برابر میل به خاطرنشان کردن این امر مقاومت کنم که ناکامی‌های بزرگِ این نظام به یک دلیل ساده است—تعبیر نادرست‌اش از افراد بشر، از دو جنبه. اولی این است که مفروض می‌گیرد که محرکِ افرادِ بشر فقط خودخواهی‌شان است. دوم اینکه افراد بشر را در وهله‌ی اول جست‌وجوکنندگانِ شغل تلقی می‌کند. اگر تعبیرمان از افراد بشر به شیوه‌ی بازتری انجام بشود که به واقعیت نزدیک‌تر است، نظام اقتصادیِ تغییر یافته‌ای را به دست خواهیم آورد که در این کتاب سعی می‌کنم تشریح‌اش کنم.

پیشنهاد من این نیست که به سادگی نظامی را که به ایجاد پیشرفت‌های تکنولوژیک، ثروتِ عظیم، و ارتقاء پایدار گرچه نابرابر استاندارد زندگی—که مردم سراسر جهان از آن بهره می‌برند—کمک کرده است، کنار بگذاریم. بلکه می‌خواهم این نظام را گسترش بدهم، به این طریق که جهانِ کسب‌وکار امروز را که جایی برای انتخاب نمی‌گذارد و چیز واحدی را برای همه تجویز می‌کند، با جهانی جایگزین کنیم که دو نوع کسب‌وکار را برای مردم تدارک می‌بیند تا انتخاب کنند و از این رهگذر همه‌ی نیروهای بازارِ فعال در جامعه را به کار بگیرد. دو نوع کسب‌وکاری که دارم درباره‌شان صحبت می‌کنم البته یکی‌شان کسب‌وکارهای سنتی‌ای است که هدف‌شان بیشینه‌کردن سود است و دیگری کسب‌وکارهای اجتماعی با هدف بیشینه‌کردن منافی که برای همه‌ی افراد بشر ایجاد می‌کنند. و من می‌خواهم انتخاب‌های کاری‌مان را به این صورت گسترش بدهم که این امر واقع را به رسمیت بشناسیم که همه‌ی انسان‌ها استعدادی برای کارآفرینی دارند—همه می‌توانند فرصت‌های کاریِ خودشان را ایجاد کنند به جای آنکه به کس دیگری اتکا کنند که شغلی به آنان عرضه کند.

مردم باید آزاد باشند که چیزی را از این فهرستِ گسترش یافته برگزینند، یا چیزهایی را طبق میل‌شان ترکیب کنند. می‌توانند این یا آن یا هر دو را انتخاب

کنند. نظامی که مطرح‌اش می‌کنم هیچ چیزی را به هیچ کسی تحمیل نمی‌کند. اگر افرادی این انتخاب‌های جدید را برنگزینند، جهان می‌تواند بر همین نظام موجود باقی بماند. اما اگر افراد بیشتر و بیشتری انتخاب‌های جدید را برگزینند، بخت بسیار زیادی خواهیم داشت برای ایجاد جهانی جدید—نوعی از جهان که رؤیایی برای ایجادش داریم.

الزاماتِ معرفی کسب‌وکار اجتماعی و کارآفرینیِ جهانشمول در درون چارچوبِ نظری اقتصاد چیست؟ این معرفی، در همه جنبه‌ها از نظام اقتصادی‌مان نیاز فوری به تغییر ایجاد می‌کند. در این فصل، طرحی کلی از بعضی از شیوه‌ها به‌دست می‌دهم که چارچوب حقوقی و مالی باید تغییر کند، بزرگ‌تر شود، و گسترش پیدا کند تا با اصلاحات فوری‌ای تطبیق بیابد که برای پرداختن چالش‌های عظیم اجتماعی امروز لازم‌اند. آنچنان که توضیح خواهم داد، همین حالا بعضی از تغییرات لازم در راه‌اند. اما کارهای بسیاری هست که لازم است برای حمایت از اینها و تسریع‌شان انجام بدهیم.

### مشکلات نظام حقوقی و مالی موجود

برای بحث جدی درباره‌ی اصلاحاتی که باید در نظام‌های حقوقی و مالی‌ای انجام بدهیم که در کشورهای ثروتمند جهان ایجاد شده‌اند، هیچ زمانی بهتر از الان نیست. ۱۰ همین چند سال پیش، در ۲۰۰۹-۲۰۰۸، جهان دچار یک بحران حاد اقتصادی شد که باعث مشکلاتی باورنکردنی برای صدها میلیون انسان گردید. خاستگاه این بحران، نظام‌های حقوقی و مالی کشوری بود که بسیار از مردم آن را پیشرفته‌ترین و پخته‌ترین کشور در تاریخ می‌دانند: ایالات متحده.

در مدت بحران، تعدادی از بانک‌های بسیار مقرراتی در ایالات متحده ضررهای عظیمی را تجربه کردند و در مواردی، برای اینکه دچار فروپاشی کامل مالی نشوند محتاج تزریق کمک‌های بسیار گسترده‌ی دولت بودند. از مقادیر

عظیمی از پول عموم مردم استفاده شد تا برای مسئولیت جدیداً تعریف شده‌ای صرف بشود در حفاظت از مؤسساتی که این طور به نظر می‌رسید که: «بزرگ‌تر از آن هستند که از بین بروند». این مشکل علت‌های بسیاری داشت، از جمله روال‌های دغلکارانه‌ی بعضی بانکداران در قرض‌دادن. اما بیشتر متخصّصان در این امر توافق دارند که علت اصلی، نقص‌هایی در نظام‌های قیمت‌گذاری و تجارت بود که در بازارها برای اوراق قرضه با پشتوانه‌ی رهنی و دیگر ابزارهای مالی پیچیده به کار می‌رفت که به اصطلاح دانشمندان موشکی در وال استریت طراحی کرده بودند. پیوندهای درونی‌ای که این ابزارها ایجاد کردند به این معنا بود که وقتی ضعف بازارهای زیربنایی نمایان شد، هول و هراس در میان بانکداران و سرمایه‌گذارانی شیوع پیدا کرد که تشخیص دادند واقعاً نمی‌دانند چه مقدار دارایی دارند یا ارزش حقیقی‌اش چقدر است. در نتیجه‌ی فروپاشی بازار، میلیون‌ها نفر از مردم عادی در سراسر جهان که هیچ کار بدی نکرده بودند دچار رنج بسیار عظیمی شدند. بسیاری از مردم خانه‌هایشان و شغل‌هایشان و پس‌اندازهای اندکی که با سال‌ها کار سخت اندوخته بودند را از دست دادند.

برخی شاید این را از شوخی روزگار بدانند که در حالی که ساختارهای پیچیده‌ی وال استریت با شبکه‌های ظریف ایمنی و حفاظتی‌شان در حال متلاشی شدن بودند، بانک‌های اعتمادمحوری مثل بانک گرامین بنگلادش شکوفایی‌شان را ادامه می‌دادند، بی‌هیچ تأثیری از بی‌ثباتی مالی در بقیه‌ی جهان. گرامین امریکا نیز، که نسخه‌ی امریکایی خرده‌وام بود که در همان سال کارش را در شهر نیویورک — در کانون بحران مالی — شروع کرده بود، به کارش ادامه می‌داد. ظاهراً برای ارزش‌مانای اقتصادی، صداقت و سختکوشی زنانی که در روستاهای بنگلادش و داخل شهر نیویورک زندگی می‌کنند، پایه‌ای می‌سازند قابل اعتمادتر از سازه‌های هوشمندانه‌ی متخصّصان امور مالی.

وضعیت مشابهی در ۱۹۹۷ رخ داده بود. وقتی که حباب قرض‌دادن‌های

چشمگیر ترکید، اقتصادهای کلان در تعدادی از کشورهای آسیایی با شیب تندی نزول کردند اما سازمان‌های خرده‌اعتباری در آن کشورها شکوفایی‌شان را ادامه دادند. به نظر می‌رسد که در دوران بحران اقتصادی، در حالی که مؤسسات «جریان اصلی» در آستانه‌ی فروپاشی قرار می‌گیرند، سازمان‌های خرده‌اعتباری می‌توانند جزیره‌ی ثبات باشند.

هم‌چنان که توضیح داده‌ام، بانک گرامین وام‌هایی بر اساس بعضی ترتیبات مالی اعتمادمحور اعطا می‌کند. هیچ سند حقوقی‌ای در کار نیست. نظامی طراحی کرده‌ایم که عاری از وثیقه است—و عامدانه چنین طراحی شده است، زیرا در نظر داشته‌ایم که خدمات‌مان را طوری گسترش بدهیم که به فقیرترین فقرا برسد. از روی ضرورت، نظامی خالی از وثیقه ساختیم که مبتنی بود بر اعتماد و تدبیرهای مثبت دسترس‌ی مدام به وام و پشتیبانی‌های دیگر برای تضمین بازپرداخت وام‌ها. بانک گرامین هرگز برای بازپرداخت هیچ یک از وام‌هایش از هیچ دادگاه یا وکیلی استفاده نکرد.

به‌علاوه، ترتیبات تجاری گرامین ساده و سراسر شفاف‌اند. نرخ بهره‌ی وام‌ها و پس‌اندازها به‌روشنی در وبسایت گرامین ([www.grameen.com](http://www.grameen.com)) در دسترس است. همه‌ی وام‌ها با قصد فعالیت‌های درآمدزا، تهیه‌ی مسکن، و آموزش‌اند و نه برای مصرف. نرخ پایه‌ی بهره برای بیشتر کسب‌وکارها ۲۰ درصد است با پایه‌ای نزولی، و بدون بهره‌ی مرکب؛ این کمتر از نرخ بهره‌ی ثابت خرده‌وام دولتی است، که ۲۷ درصد است. گرامین به حدود یکصد هزار متکدی نیز—که «اعضای دچار مشکل» می‌خواندشان—وام داده است. این وام‌ها بدون بهره بوده‌اند و بدون محدودیت زمانی عرضه شده‌اند. هدف، ترغیب این اعضا است برای اینکه تکدی‌گری را متوقف کنند و پس‌اندازکننده و وام‌گیرنده‌های منظمی بشوند. تعداد روبه‌رشدی از این وام‌گیرندگان، تکدی‌گری را کاملاً کنار گذاشته‌اند و فروشنده‌ی دوره‌گرد شده‌اند یا فعالیت‌های درآمدزای دیگری در

پیش گرفته‌اند.

ساختار مالکیت و مدیریت بانک گرامین به طرز مشابهی طراحی شده است تا خطوط روشن مسئولیت‌پذیری و بازبودن را ارتقاء بدهد. ۷۵ درصد از مالکیت بانک در دست و ام‌گیرندگان است (که به اعضا نیز معروف‌اند). نه نفر از دوازده عضو هیأت مدیره زنان و ام‌گیرنده‌ای هستند که سایر و ام‌گیرندگان انتخاب‌شان کرده‌اند.

نتایج کار گویا است. بانک گرامین پیوسته، حتی در دوران‌های چالش‌برانگیز اقتصادی، از میزان بیش از ۹۸ درصد بازپرداخت متمتع شده است. این بانک سودده و خودکفا است و، از طریق نظام ساده‌ی قرض‌دادن و بازپرداخت وام و پس‌انداز اعضا، پول کافی تولید می‌کند تا مقروض نشود و مستقل باقی بماند. و بر خلاف جریان اصلی نظام بانکداری، خرده‌وام قطعاً هرگز ناپایداری‌های مالی‌ای ایجاد نکرده است که کل جامعه را تحت تأثیر قرار بدهند و ثبات اقتصاد ملی یا جهانی را تهدید کنند.

با نظر به این امور واقع، از خودمان می‌پرسیم که قراردادهای حقوقی پیچیده تا چه حد برای چندین میلیون فرد و هزاران مؤسسه‌ای مفید از کار درآمده که درگیر جریان اصلی صنعت بانکداری بوده‌اند. آمارها می‌گویند که در ۵۰ درصد از موارد بازستانی ملک رهنی در ایالات متحده، هیچ ارتباط مستقیمی بین وام‌گیرنده و وام‌دهنده وجود نداشته است. بانکداران و وام‌گیرندگان گرامین هر هفته و در جریان ملاقات‌های مراکز، که در هشتاد هزار روستا در سراسر بنگلادش برگزار می‌شود، چهره‌به‌چهره ملاقات می‌کنند.

قراردادهای پیچیده‌ای که افراد عادی درک‌شان را غیرممکن می‌یابند، پایه‌ی محکمی برای ارتباط سالم بین بانکداران و افرادی که قرار است در خدمت آنان باشند، تدارک نمی‌بینند. کمکی هم به موضوع نمی‌شود وقتی که برای خود بانکداران هم زیاده‌ازحد پیچیده می‌شوند!

به‌عنوان راه‌حل جزئی برای ناکامی قراردادهای در حفاظت از حقوق وام‌گیرندگان و سایر مشتریان بانکداری، مقررات بانکداری در کشورهای نظیر ایالات متحده با نیت خیر قواعدی ایجاد کرده است که در هر موافقت‌نامه‌ی مالی، آشکارسازی اصطلاحات کلیدی و الزامات با زبانی روشن را اجباری می‌سازد. با این حال باید پرسیم که این بیان‌های آشکار چقدر مفیدند اگر که در زیر توده‌ی انبوهی از مدارکی قرار گرفته باشند که آن قدر طولانی و پیچیده‌اند که به‌نظر نمی‌رسد هیچ کسی نتایج‌شان را کاملاً بفهمد.

پیشنهاد من این نیست که سعی کنیم نظام‌های حقوقی و مالی کشورهای توسعه‌یافته را شدیداً ساده‌سازی کنیم و آنها را مثل بانک گرامین کاملاً اعتمادمحور بسازیم. من می‌گویم که چالش حقوقی و مالی ایجاد بخشی کاملاً جدید از اقتصاد که مبتنی بر نوع‌دوستی، به‌اشتراک گذاشتن، و کوشش برای نفع اجتماعی است—که عمدتاً از طریق اعتماد است که سرپا می‌ماند و نه ضمانت‌های رسمی—می‌تواند کمتر از آن پیچیده یا رعب‌آور باشد که تصور می‌کنید. وقتی سازمانی بنا می‌کنید که رسالتش نه غنی‌ساختن هیچ فردی بلکه کمک به این است که جهان را برای نیازمندان جای بهتری کند، بیشتر مردم خوشحال خواهند بود که، با همان روحیه‌ی ایثار، از آن حمایت کنند. رقابت در میان مشارکت‌کنندگان بازار برای کنارزدن همدیگر امری غیرضروری می‌شود. نسبت به جهان کسب‌وکارهایی که به‌دنبال بیشینه‌سازی سود هستند، اقدامات پیچیده‌ی امنیتی برای جلوگیری از استثمار، اهمیت کمتری خواهند داشت.

مادام که جداسازی روشنی بین قلمروی کسب‌وکار اجتماعی و قلمروی کسب‌وکار مبتنی بر بیشینه‌سازی سود صورت بگیرد، هر دو قلمرو قادر خواهند بود شکوفا بشوند. و هم‌چنان که افراد بیشتر و بیشتری با مفهوم کسب‌وکار نوع‌دوستانه آشنا می‌شوند، در ایجاد کسب‌وکارهای اجتماعی مشارکت می‌کنند، و از منفعت آنچه ایجاد می‌کنند بهره می‌برند، درکی از اقتصاد «کمک هم‌نوع به

هم‌نوع» گسترش پیدا خواهد کرد. این امر، کارکردن مردم با همدیگر در فضایی از اعتماد متقابل و بدون نیاز به قراردادهای پیچیده برای کنترل تعاملات‌شان را آسان‌تر می‌کند.

### پیشه‌ی وکالت چگونه می‌تواند کمک کند

آنچه مدل اعتمادمحور گرامین را این قدر ارزشمند می‌سازد این است که با کمک کردن به فقرا (به‌ویژه زنان فقیر)، سرمایه‌ای انسانی و خانوادگی و اجتماعی می‌سازد تا به همدیگر کمک کنیم، و این کار را به شیوه‌ای داوطلبانه و حرفه‌ای انجام بدهیم که سازنده‌ی احترام و عزت‌نفس و همبستگی باشد. احتمالاً نمی‌توانیم همین رهیافتِ سراسر را در هر تعامل اقتصادی‌ای به کار بگیریم — دست‌کم هنوز نمی‌توانیم. اما اعضای پیشه‌ی وکالت امروز می‌توانند شروع کنند به برداشتن گام‌هایی که به گسترش مدل اعتمادمحور به دیگر بخش‌های جامعه کمک خواهد کرد. به این روش، آنان مسیر را برای حمایت از نظام اقتصادی جدید که ما ساختن‌اش را شروع کرده‌ایم، هموار خواهند کرد.

اینها چند حیطه برای تمرکز وکلایی است که با ما در این رؤیا شریک‌اند. ساده‌سازی قوانین حاکم بر برنامه‌های مالی خُرد. من سال‌ها است که برای ایجاد قوانین جدیدی برای بانکداری تبلیغ می‌کنم که احداث بانک‌هایی برای فقرا را ممکن بسازد، بر خلاف قوانین کنونی که بر ایجاد بانک‌هایی برای متمرکزند. موفقیتِ کارِ تگه‌تگه بر روی قوانین موجود برای امکان‌پذیر کردنِ قرض دادن بدون وثیقه به افرادِ فاقد بانک بسیار اندک خواهد بود — به‌ویژه وقتی که نیاز به بانک برای افراد فاقد بانک و افرادِ زیرِ استانداردهای بانکی این قدر وسیع باشد.

سعی می‌کنم ایده را با خاطر نشان کردن این امر عرضه کنم که خدمات مالی، اکسیژنِ زندگیِ فردیِ اقتصادی است. این اکسیژن به طرز بسیار سخاوتمندانه‌ای

به مردمانِ بالاترین طبقه می‌رسد؛ در واقع این افراد، بهره‌مند از نوعی آتش اقتصادی هستند که تقریباً همه‌ی اکسیژنی که در دسترس هست را می‌بلعند. به این طریق، کمک‌های نظام مالی باعث تمرکز شدید ثروت در جهان می‌شوند. در این اثنا، علی‌رغم پیشرفتی که در طراحی و اجرای خدمات مالی انجام شده است، این اکسیژن اقتصادی به بیش از نیمی از جمعیت جهان نمی‌رسد. در نتیجه، به لحاظ اقتصادی، صدها میلیون نفر مشغول زندگی‌هایی به‌غایت شکننده‌اند، و این امر وادارشان می‌کند که پیوسته در حال نزاع برای بقا باشند. برای این افراد اکسیژن فراهم کنید، خواهید دید که چقدر سرزنده و به لحاظ اقتصادی سالم خواهند شد.

بدین ترتیب، خرده‌وام صرفاً دادن وام‌های کوچک به زنان فقیر نیست. چالشی است برای کل نظام مالی. بانک‌گرایان همه‌ی آن کارهایی را می‌کند که بانکداران سنتی عادت داشتند ادعا کنند که غیرممکن است. این حقیقتی ساده است، که اگر از همان جاده بروید به همان مقصد خواهید رسید. اگر می‌خواهید به مقصد جدیدی برسید مجبور خواهید بود جاده‌ی جدیدی بیابید؛ اگر جاده‌ی جدید وجود ندارد، مجبور خواهید بود بسازیدش. جاده وسیله است، نه هدف. در نظام مالی موجود، جاده تبدیل شده است به هدف، در حالی که هدف فراموش شده است.

در هر جایی از جهان، قوانین ساده‌تری مورد نیازند تا برنامه‌های مالی خرد را ممکن بسازند تا سپرده‌های پس‌انداز را از همه‌ی مردم دریافت کنند و آن پول را به فقرا قرض بدهند. این کار می‌تواند با دادن مجوزهای محدود بانکداری به سمن‌هایی انجام بشود که سازمان‌های خرده‌وام را اداره می‌کنند. تعداد بسیار زیادی از نظام‌های قضایی، این روال مطابق عقل سلیم را مجاز نمی‌شمارند. مقررات صحیح باید به سازمان‌های مالی خرد اجازه بدهند که از طریق بسیج سپرده‌ها—که مهم‌ترین قدم در گسترش جهانی خدمات مالی خرد است—



گسترش بیابند.

در کوتاه‌مدت، شاید نیاز نداشته باشیم صبر کنیم تا دولت قانونی کاملاً جدید در خصوص امور مالی خرد بگذراند. در حالی که در حد توان می‌کوشیم قانون جدیدی به‌دست بیاوریم، قوانین موجود برای انواع مختلفی از مؤسسات مالی می‌توانند برای پشتیبانی بهتر از گسترش خرده‌وام و توانمند کردن تسهیلات موجود وفق داده شوند. برای مثال، بانک ذخیره‌ی هند، که بانک مرکزی این کشور است، حالا به مؤسسات مالی خرد موفق‌تری که به صورت سازمان‌های غیرانتفاعی عمل می‌کنند مجوزهای بانکداری محدودی می‌دهد تا برایشان ممکن شود که تبدیل به بانک‌هایی تمام‌عیار در امور مالی خرد بشوند. من سال‌ها است که این قدم ساده را به مقامات مالی هند پیشنهاد کرده‌ام، و بنابراین بسیار خوشحال‌ام که اکنون در حال اجراست. با این حال، مقامات را ترغیب می‌کنم که تیزبینانه مراقب بانک‌های خرد باشند تا مطمئن شوند که وقتی که با پول‌های بزرگ و فرصت‌ها—و وسوسه‌های—بزرگ‌تری مواجه می‌شوند که زاییده‌ی پول‌اند، خصلت بنیادی‌شان را از دست نمی‌دهند.

با این حال، به‌طور کلی، بهترین انتخاب برای مقامات ملی این است که منحصرأً برای برپا کردن بانک‌هایی خرد برای وام‌دادن به افراد کم‌درآمد، قوانین جدیدی ایجاد کنند.

کاهش مقرراتی که کارآفرینان کوچک را دلسرد می‌کنند. مخصوصاً در ایالات متحده، بسیاری از کارآفرینان کم‌درآمد شروع کردن و اداره کردن کسب‌وکاری کوچک را به‌طرز غیرلازمی دشوار می‌یابند به این علت که قوانین و مقررات در ابتدا برای کسب‌وکارهای بزرگ‌تری قصد یا طراحی شده‌اند. برای مثال، در ایالت لوئیزیانا، شخص نمی‌تواند بیش از یک نوع گل را در یک گلدان بیاراید و برای فروش عرضه کند مگر آنکه در آزمونی شرکت کند و مجوز ایالتی بگیرد. این مقررات کارآفرینان جدید را دلسرد می‌کنند، رقابت را کاهش

می‌دهند، و قیمت‌های گل‌آرایی را بالا نگه می‌دارند—و این فقط یکی از صدها قاعده‌ی دولتی است که آغاز کسب‌وکارهای کوچک بدون تعدیل سود را سخت‌تر می‌کنند. قواعد را می‌توان طوری تغییر داد که چنین جوازهایی را داوطلبانه و اختیاری کنند و اجازه بدهند که خریداران گل‌های تزئین‌شده تصمیم بگیرند که آیا می‌خواهند آرایش گل‌هایشان توسط شخصی حرفه‌ای انجام بشود که جواز دارد یا نه.

طبیعتاً، مهم است که مطمئن باشیم قواعد لازم برای حراست از عموم مردم، برای حفاظت از محیط زیست، و برای جلوگیری از تقلب، ضعیف نشوند. قانونگذاران باید توانمندسازیِ بازرسان و ویژه یا کمیته‌های مطالعه‌ی مقررات موجود را لحاظ کنند و در جست‌وجوی نظرهای تخصصی و بیطرفانه باشند برای اینکه کدام مقررات را می‌توان و باید حذف یا ساده کرد.

فراهم‌کردن معافیت‌های قانونی برای فقرا، افراد بسیاژ فقیری که وارد کارآفرینی می‌شوند باید از معافیت‌های قانونی برخوردار شوند که باعث شود بعضی قوانین—قوانینی که در هنگام طراحی، فقرا را در نظر نداشته‌اند—کمتر در کارشان دخالت کنند. در بسیاری کشورها (و بیشتر در کشورهای غنی، تا کشورهای فقیر) دیده‌ام که مقررات چگونه ورود فقرا و جوانان به کسب‌وکار را تقریباً غیرممکن می‌سازند. برنامه‌های معافیتی برای آزادساختن این افراد از چنان مقرراتی را می‌تواند مشابه مناطق آزاد تجاری یا ناحیه‌های ویژه‌ی کاری تلقی کرد که به این منظور برقرار می‌شوند که در محل‌هایی که نیاز اقتصادی بسیار شدید است، موانع مالیاتی را کاهش بدهند. به شیوه‌ای مشابه، باید ناحیه‌هایی عاری از مداخله‌ی حقوقی ایجاد کنیم که در این نواحی فقرا و جوانان رسیدن به خوداتکایی را آسان‌تر خواهند یافت، از این طریق که برای خودشان زندگی می‌سازند. چنین برنامه‌هایی البته نباید قوانین اساسی امنیت و حفاظت از محیط زیست را به خطر بیفکنند.

طراحی قوانین بهزیستی و مراقبت‌های بهداشتی به نحوی که مشوق استقلال افراد باشند. برنامه‌های دولتی که چتری حفاظتی برای کمک به فقرا تدارک می‌بینند، بسیاری اوقات طراحی ضعیفی دارند و به طرق متعددی مشوق وابستگی هستند، نه مشوق استقلال. برای مثال، بسیاری اوقات به شدت محدودکننده هستند که شخص کم‌درآمد تا چه اندازه‌ای می‌تواند پول پس‌انداز کند یا به دست آورد و هم‌چنان واجد شرایط کمک‌های دولتی غذا یا مسکن یا مراقبت‌های بهداشتی باقی بماند. در این سیاست‌ها باید تغییرات خلاقانه‌ای انجام شود تا به افراد کمک کنند که، با مراقبت از خود از طریق فعالیت‌های درآمدزا، عزت نفس و استقلال به دست بیاورند. وقتی که شخص به آستانه‌ی خاصی از درآمد می‌رسد، یارانه‌ها باید نه به یکباره، بلکه طی مراحل حذف شوند. این امر، مستمری‌بگیران را ترغیب خواهد کرد تا قدم‌هایی آزمایشی بردارند با هدف اینکه کارآفرینان شوند و نهایتاً از جرگه‌ی مستمری‌بگیران خارج شوند. در مورد ایجاد قوانین مالیاتی برای دادن امتیازات ویژه به کسب‌وکارهای اجتماعی چطور؟ آیا باید، برای ترغیب و اشاعه‌ی این نوع جدید از کسب‌وکار، این قدم حقوقی را برداریم؟

در نظام اقتصادی کنونی، کسب‌وکارهای اجتماعی وضعیت بینابینی عجیبی دارند. این کسب‌وکارها در هیچ یک از دو مقوله‌ی اصلی سازمان‌ها — کسب‌وکارهای انتفاعی و سازمان‌های غیرانتفاعی — به روشنی نمی‌گنجد. مثل کسب‌وکارهای انتفاعی، اینها تحت قوانین تجاری ثبت می‌شوند، مالک دارند، به لحاظ مالی خودکفا هستند، مشتریانی دارند که کالا یا خدمات می‌خرند، و پول سرمایه‌گذاری را به مرور زمان به سرمایه‌گذاران بازمی‌گرداندند. اما مثل سازمان‌های غیرانتفاعی، کاملاً در خدمت رفاه مردم و سیاره هستند؛ به دنبال پیشینه‌کردن سود نیستند، در خدمت مقصود تولید ثروت برای مالکان‌شان هم نیستند. از این جهت به غیرانتفاعی‌ها شباهت دارند که به دنبال ایجاد خیر

بزرگ‌تری هستند—اما این کار را به شیوه‌ای حرفه‌ای انجام می‌دهند. این امر تفاوت بزرگی بین خیریه‌ها و کسب‌وکارهای اجتماعی ایجاد می‌کند. از هر دلار خیریه فقط یک بار می‌توان استفاده کرد، در حالی که هر دلار سرمایه‌گذاری شده در کسب‌وکاری اجتماعی می‌تواند به‌طور نامحدودی به چرخه بازگردد.

در این اوضاع و احوال پیچیده، استدلال می‌شود که چون قوانین کنونی برای سازمان‌های خیریه معافیت‌هایی مالیاتی در نظر می‌گیرند، قوانین مالیاتی جدید مورد نیاز است تا کسب‌وکارهای اجتماعی را هم‌تراز خیریه‌ها کنند. من با این پیشنهاد مخالف‌ام. دلیل اصلی‌ام این است که می‌خواهم مانع سوءاستفاده از کسب‌وکارهای اجتماعی توسط مردمان بی‌قیدی بشوم که شاید به طرز هوشمندانه‌ای سودسازی شخصی‌شان در کسب‌وکارهایشان را پنهان کنند و آنها را به‌عنوان کسب‌وکارهایی اجتماعی به مقامات عرضه کنند تا معافیت مالیاتی بگیرند. اگر چنین معافیت‌های مالیاتی‌ای ممکن شود، می‌ترسم که این موضوع دعوتی عمومی بشود برای ایجاد کسب‌وکارهای اجتماعیِ دروغین، و نهایتاً منجر به وضعیتی بشود که تعداد کسب‌وکارهای اجتماعیِ دروغین بیش از واقعی‌ها بشود. در نهایت، برای تعیین اینکه کدام کسب‌وکار کسب‌وکاری اجتماعی است، مسؤولان رسمی مالیاتی صاحب اختیار خواهند شد، و این زمین حاصلخیزی برای فساد مهیا می‌کند.

بنابراین، برای تضمین شفافیت و برای حفاظت از شرافت کسب‌وکار اجتماعی، فکر می‌کنم مهم است که کسب‌وکارهای اجتماعی تحت پوشش همان قوانین کسب‌وکارهای سنتی قرار بگیرند. کسب‌وکارهای اجتماعی بر نوع دوستی مردم مبتنی‌اند. بگذارید محرک‌شان نوع دوستی باشد، بدون آنکه انگیزه‌ی معافیت مالیاتی داشته باشند.

ساده‌سازی نظام‌های روادید و مهاجرت و گذرنامه، برای تشویق سفرهای بین‌المللی. نظام‌های فعلی که آزادی سفر را در همه‌جای جهان محدود می‌کنند

یکی از منابع اصلی دلسردی و هدررفتِ وقت و منابع است. فقرا در بین کسانی‌اند که بیش از همه در نتیجه‌ی موانع اداری برای سفر رنج می‌برند — و از این جمله‌اند بنگلادشیان جوانی که می‌خواهند در جست‌وجوی فرصت‌های تحصیلی، زندگی مناسب، و آینده‌ای بهتر، به خارج سفر کنند.

جالب است توجه کنیم که تا حدود یکصد سال پیش، برای رد شدن از مرزهای بین‌المللی قیدِ روادید وجود نداشت. وقتی شهروندانِ قدرت‌های بزرگ استعماری در اطراف جهان حرکت می‌کردند، نیاز به گذرنامه یا روادید نداشتند. روادید در ابتدا در حین جنگ جهانی اول ضروری شد. بعد از جنگ جهانی دوم، وقتی که مردم اروپا ایده‌ی عظیم اتحادیه‌ی اروپایی (EU) را به راه انداختند، این ایده به‌عنوان قدمی بزرگ برای بازگشت به دنیای بدون روادید گذشته عرضه شد که مرزهای کشورهای مختلفِ EU را برای مسافرتِ آزاد و بدون محدودیت باز کند. باید پیشرفت‌مان به سوی دنیایی بدون روادید را شتاب ببخشیم، نه اینکه این فرآیند را معکوس کنیم.

اقدامات اخیر دولت ایالات متحده برای اینکه سفر بین‌المللی را حتی سخت‌تر کند، نتیجه‌ای جز این ندارد که یکی از منابعِ معدودِ امیدی را می‌بندد که مردمان محروم در سراسر جهان از آن بهره می‌برند. بستنِ یکی دیگر از منابعِ فرصت، برای مردم فقیرِ جهان انتخاب‌های کمی — غیر از انتخابِ فورانِ گسترده‌ی خشم — باقی خواهد گذاشت. باید اصرار بورزیم بر مسافرتِ آزاد در بین کشورهای جهان — که این قدم مهمی است در مسیرمان به سوی جهانی که ثروت و فرصت به طرز منصفانه‌ای بین همه‌ی مردم تقسیم شده باشد.

شاید توجه کنید که چه چیزی در بین همه‌ی پیشنهاد حقوقی من مشترک است. همگی این پیشنهادها راه‌هایی برای از بین بردن موانعی هستند که نمی‌گذارند مردم و جوامع توانایی‌هایشان را به حد کمال پرورش بدهند. نزاع بنیادی من با جریان اصلی اقتصاد این است که این جریان، مردم را در نظامی

زندانی می‌کند که آنان را عقب نگاه می‌دارد. کسانی که قوانین ما را شکل می‌دهند—مسئولان دولتی، وکلا، سیاستمداران، فعالان اجتماعی، و دیگران—باید با دقت به راه‌هایی بنگرند که آزادی افراد، و به‌ویژه افراد فقیر، در استفاده‌ی بیشتر از استعدادهای مادرزادی‌شان توسط چارچوب موجود اقتصادی و حقوقی محدود می‌شود. محصور کردن افراد فقیر با حصارهای حقوقی و محدودیت‌های مقرراتی، به آنان برای فرار از فقر کمکی نکرده است.

### پول از کجا خواهد آمد؟

وقتی که برای اولین بار شروع کردم به صحبت از کسب‌وکار اجتماعی، یکی از مصرانه‌ترین سؤال‌هایی که با آن مواجه می‌شدم این بود که «پول برای تأمین هزینه‌اش قرار است از کجا بیاید؟» امروزه، با هزاران کسب‌وکار اجتماعی به‌راه‌افتاده که هزینه‌هایشان را بنگاه‌ها، سازمان‌های غیرانتفاعی، سرمایه‌گذاران، و کارآفرینان فردی‌ای تأمین می‌کنند، روشن‌تر می‌شود که بسیاری از مردم و نهادها برای پشتیبانی از کسب‌وکارهایی اشتیاق دارند که هدف‌شان حل چالش‌برانگیزترین مشکلات رویاروی جامعه‌ی بشری است.

با این حال، این سؤال هنوز مطرح می‌شود. این سؤال گاهی به این صورت درمی‌آید که «برنامه‌های دولتی برای کمک به فقرا، این روزها در کشورهای بسیار زیادی به‌گذاری می‌افتند! چگونه می‌توانید کاری کنید که مردم برای کسب‌وکارهای اجتماعی طراحی‌شده برای کمک به خود همان مردم پول فراهم کنند؟»

به‌نظر می‌رسد که فرض این سؤال این باشد که ما در جهانی زندگی می‌کنیم که یافتن منابع برای نیازهای مهم دشوار است. اما همان‌طور که نگاه ساده‌ای به اطراف‌تان نشان خواهد داد، این فرض غلط است. بودجه‌های دولتی، صدها میلیارد دلارند و پیوسته زیاد می‌شوند. وجوه ارتش‌ها و تسلیحات به سهولت در

همه‌ی کشورهای سراسر جهان جاری می‌شوند. شهرهای همه‌ی قاره‌ها پر شده‌اند از جرتقیل‌هایی که آسمان‌خراش‌هایی را بالا می‌برند که در اشغال کسب‌وکارهای پررونق و افراد ثروتمند هستند. ارزش سهام بنگاه‌ها در بورس جهانی هم‌چنان به اوج‌های تازه‌ای می‌رسد. تخمین زده می‌شود که بازارهای مالی جهانی در حال حاضر انباشته از ۲۱۰ تریلیون دلار امریکا پول سرمایه‌گذاری شده است، که بیشتر این مقدار به‌طور پیوسته از یک خانه‌ی موقت به خانه‌ی دیگری می‌رود، به‌دنبال سودی حتی بیشتر.

موجودی پول کم نیست. مردم در اقیانوسی از پول زندگی می‌کنند. موضوع فقط این است که فقرا نمی‌توانند جرعه‌ای از این اقیانوس بردارند. جهان رشته‌ای از حساب‌ها ایجاد کرده است که پُر از افرادی هستند که به آنچه در حساب‌های پایین‌تر می‌گذرد بی‌اعتنا هستند. بالاترین حساب، حسابی است که همه‌ی ثروت در آنجا متمرکز می‌شود، در حالی که پایین‌ترین حساب حاوی بیشترین افراد و کمترین ثروت است. به مرور زمان، بالاترین حساب حاوی افراد کمتر و کمتری می‌شود با ثروتی بیشتر و بیشتر، که انحصار ثروت را شدیدتر و شدیدتر می‌کند. هدف از اصلاحاتی در نظام اقتصادی که در این کتاب توصیف کرده‌ام این است که همه‌ی اینها را تغییر بدهد. برای یک شروع جهشی این تغییرات، لازم است که بخشی از جریان عظیم پولی که همین حالا در سراسر جهان وجود دارد را در جهت جدیدی هدایت کنیم—به سمت کسب‌وکارهایی که طراحی شده‌اند که بزرگ‌ترین مشکلات جهان را حل کنند؛ از جمله برای کمک به فقرا تا از منابع و استعدادهای مادرزادی‌شان استفاده‌ی بهره‌تری کنند. این جریان هدایت‌شده، به مرور زمان عدم‌توازن فاحشی که اکنون از آن رنج می‌بریم را تبدیل خواهد کرد به جهانی که در آن برابری بیشتری حاکم است، و هر کسی به آن اقیانوس پول دسترسی خواهد داشت... تا از آن بنوشد، و باغ‌های آینده را آبیاری کند، باغ‌هایی که رویش‌هایی از نوع درست در آن جوانه خواهند زد.

بانک گرامین تلاشی پیشرو بود برای برگرداندن مقدار اندکی از جریان آب مالی به سمت فقرا تا آنان بتوانند شروع کنند به نوشیدن سهم خودشان و به لحاظ مالی فعال و خلاق بشوند. با گسترش کسب و کار اجتماعی، خط لوله های بیشتری ایجاد می شوند تا کمک کنند به رساندن پول به مردم و به سازمان هایی که با پیش می گذارند تا مشکلاتی جهانی را حل کنند.

دشوار نیست سردرآوردن از اینکه پول برای این تلاش از کجا می تواند بیاید. این فقط یکی از مثال ها است: همین حالا نام هشت نفر را می دانیم که مالک ثروتی هستند بیش از نیمه ی پایینی جمعیت جهان، و نیز می دانیم که هر کدام شان چقدر ثروت دارد. اگر آن افراد ابرثروتمند موافقت می کردند که نیمی از ثروت شان را برای منفعت دنیا بدهند، جهت جریان پول بلافاصله تغییر می کرد.

می شنوم که اعتراض می کنید: «چگونه می توانیم آن هشت نفر بالای هرم را مجاب کنیم که این مقدار از ثروت افسانه ای شان را بدهند؟» در کمال تعجب، در این مورد مسأله ای نداریم. نیازی نیست مجاب شان کنیم. نقداً تصمیم گرفته اند چنین کنند! هر هشت نفر، یک تعهد بخشش را امضا کرده اند و بدین طریق متعهد شده اند که نیمی از ثروت شان را بعد از مرگ شان برای امور خیریه بدهند. این هشت نفر، در میان میلیاردرهای زیادی در سراسر جهان اند که این تعهد بخشش را امضا کرده اند. (تا میانه ی ۲۰۱۶، تعدادشان از ۱۵۰ گذشته است، و امضاکنندگان بیشتری هم دارند به فهرست اضافه می شوند.)<sup>۳</sup>

یکی از این هشت نفری که از ثروتمندترین میلیاردرها است، مارک زاکربرگ بنیانگذار و مدیر عامل فیس بوک است. در ۲۰۱۵ وقتی اولین فرزندش، دختری به نام مکس، متولد شد، زاکربرگ بیانیه ای صادر کرد و طرح هایش برای اهدای ۹۹ درصد از سهام فیس بوک اش برای خیریه را اعلام کرد — و این سهام بخش عظیمی از ثروت شخصی او را تشکیل می دهد. این بیانیه همراه بود با تشکیل پرونده ای در کمیسیون بورس و اوراق بهادار، که این هدیه را رسمیت



بخشد. دلیل زاگربرگ برای انجام این کار چه بود؟ توضیح روشنی داد: می‌خواست که پول‌اش به خلق جهانی بهتر برای دخترش کمک کند، به‌جای اینکه او را در جهانی رها کند که از مشکلات وحشتناک بشری رنج می‌برد.<sup>۴</sup> وجود تعهد بخشش، و پرطرفدار بودن‌اش در میان ثروتمندترین‌های جهان، نشانه‌ی قابل ملاحظه‌ای است. حالا همه‌ی آنچه باید انجام بدهیم این است که متقاعدشان کنیم که از دست‌کم بخشی از این پول برای کسب‌وکار اجتماعی استفاده شود. اگر موافقت کنند، برای همه‌ی کسب‌وکارهای اجتماعی که می‌توانیم در جهان ایجاد کنیم پول بی‌پایانی وجود خواهد داشت. پولی که به این صورت سرمایه‌گذاری بشود هرگز ناپدید نخواهد شد؛ بلکه، هم‌چنان که کسب‌وکارهای اجتماعی گسترش می‌یابند و تکثیر می‌شوند، به رشد و گردش‌اش ادامه خواهد داد. در عین حال، همه‌ی امضاکنندگان کنونی و آینده‌ی این تعهد را هم می‌توان ترغیب کرد که کسب‌وکار اجتماعی را نیز در تعهدشان بگنجانند.

در اینجا مایل‌ام بر نکته‌ی مهمی تأکید کنم: برای اینکه ما هم به بخشش خودمان متعهد بشویم، لازم نیست میلیاردر باشیم. هر یک از ما می‌تواند این کار را بکند. مایل‌ام هر فردی را، با هر ثروتی، ترغیب کنم تا بنیاد کسب‌وکار اجتماعی خودش را ایجاد کنند، و نیمی از ثروت‌اش یا بیشتر را برای سرمایه‌گذاری در کسب‌وکاری اجتماعی در مرحله‌ی دوم زندگی‌اش به آن بنیاد بدهد (در عین حال که پس‌انداز کافی نیز برای رسیدگی به نیازهای شخصی‌اش باقی می‌گذارد). شما می‌توانید مادام که زنده هستید مدیر عامل بنیاد کسب‌وکار اجتماعی خودتان باقی بمانید، و حتی برای اداره‌ی بنیادتان حقوق هم بگیرید.

بسیاری اوقات از من می‌پرسند «انگیزه‌ی فرد چیست برای اینکه پولی به کسب‌وکاری اجتماعی یا بنیادی برای کسب‌وکار اجتماعی بدهد؟» پاسخ‌اش ساده است. پول درآوردن مایه‌ی خوشبختی است، اما خوشبخت ساختن دیگران خوشبختی بزرگ‌تری است! همین که مزه‌ی این خوشبختی بزرگ‌تر را بچشید،

نمی‌توانید جلوی خودتان را بگیرید و بیشتر نخواهید.

هر نوع دیگری از سرمایه‌گذاری پول در جهان نیز می‌تواند در رشد کسب‌وکار اجتماعی سهیم باشد. تصور کنید اگر همه‌ی صندوق‌های بازنشستگی، صندوق‌های مستمری، صندوق‌های خانوادگی، موقوفه‌های کالج‌ها، و هر صندوق دیگری، یکی از سیاست‌هایش را این قرار دهد که ۱ درصد از دارایی‌هایش را در یک بنیاد کسب‌وکار اجتماعی سرمایه‌گذاری کند! به این فکر کنید که این چه معنایی می‌تواند برای جهان داشته باشد.

کشورهای اعطاکننده‌ی کمک نیز می‌توانند سیاست‌هایشان در کمک به توسعه را بازطراحی کنند. می‌توانند بنیادها یا صندوق‌های کسب‌وکار اجتماعی خودشان را در هر یک از کشورهای دریافت‌کننده‌ی کمک ایجاد کنند و دست‌کم نیمی از پول‌های صندوق‌ها را در این بنیادها سرمایه‌گذاری کنند.

در این اوضاع و احوال، چگونه کسی می‌تواند باور داشته باشد که موجودی پول برای کسب‌وکار اجتماعی کم است؟

برخی افراد استدلال می‌کنند که کار دولت است که سازمان‌هایی ایجاد کند که در خدمت فقرا باشند—از جمله بانک‌های خرده‌وامی ایجاد کنند که خدمات مالی به آنها بدهند. من با این ایده مخالف‌ام. من در استفاده از پول دولت برای هر کسب‌وکار اجتماعی‌ای که بر قرض دادن پول به افراد کم‌درآمد متمرکز باشد، بسیار محتاط خواهم بود. برای مثال، توصیه نمی‌کنم که دولت درگیر اداره‌ی برنامه‌ها یا بانک‌های خرده‌وام بشود. برای موجودی سیاسی، به‌غایت دشوار است که پولی که به افراد فقیر وام می‌دهد را بازباید. حتی وقتی که—و این غالب موارد است—افراد فقیر مایل و قادر باشند بازپرداخت را انجام بدهند، بسیاری اوقات مطالبه‌ی بازپرداخت از آنان به لحاظ سیاسی برای دولت‌ها نامطلوب است. شهروندان به این باور رسیده‌اند که دولت مسئول مراقبت از فقرا و محرومان است. این وظیفه‌ی دولت است. بنابراین، وقتی آژانسی دولتی از فقرا

بازپرداخت وام را مطالبه می‌کند، این به‌نظر می‌رسد با وظایف دولت ناسازگار باشد، و باعث می‌شود فقرا برای بازپرداخت پول‌هایی که از برنامه‌ای دولتی دریافت کرده‌اند بی‌میل باشند. به‌علاوه، چون دولت‌ها را سیاستمداران اداره می‌کنند، گرایش دارند به اینکه، به‌جای پس‌گرفتن پول دولت، بیشتر علاقه‌مند باشند به گرفتن رأی دریافت‌کنندگان پول. در نتیجه، در برنامه‌های دولتی، قاعده‌ی مهم بازپس‌دادن وام یا سرمایه‌گذاری، گرایشی پیدا می‌کند به سمتی که فراموش بشود.

با مستثنی شدن برنامه‌های قرض‌دادن پول، دولت‌ها بسیاری اوقات می‌توانند از طریق کسب‌وکارهای اجتماعی به نحو کارآمدتری به مشکلات اجتماعی رسیدگی کنند تا از طریق آژانس‌های خیریه یا پروژه‌های تجاری در مالکیت دولت. شرط اساسی، این است که هر کسب‌وکار اجتماعی باید به‌عنوان یک واحد تجاری مستقل و خودکفا اداره شود که تحت قوانین مرسوم شرکت ایجاد می‌شود و هیأت مدیره‌ی شرکت اداره‌اش می‌کنند. همه‌ی کارکنان باید به لحاظ قانونی کارمند شرکت باشند، نه کارمند دولت. هر سودی باید یا دوباره در همان کسب‌وکار اجتماعی‌ای سرمایه‌گذاری شود که سود را تولید کرده، یا در کسب‌وکارهای اجتماعی دیگری سرمایه‌گذاری شود. مثل هر کسب‌وکار اجتماعی دیگری، کسب‌وکارهای اجتماعی راه‌اندازی شده از طریق سرمایه‌گذاری‌های دولتی باید از این توان بهره‌مند باشند که، بر حسب نیاز، خودشان را گسترش بدهند و مهندسی دوباره کنند تا به اهدافی اجتماعی برسند که برای آنها ایجاد شده‌اند.

امکانات زیرساختی در مالکیت دولت نیز می‌توانند، به‌جای اینکه به‌عنوان آژانس‌هایی دولتی عمل کنند، به‌عنوان کسب‌وکارهای اجتماعی طراحی شوند. کارخانه‌ها، کسب‌وکارها، خطوط هوایی، فرودگاه‌ها، خطوط راه‌آهن، شرکت‌های انرژی، معادن، و دیگر صنایع پایه‌ی در مالکیت دولت می‌توانند به صورت

کسب‌وکارهایی اجتماعی طراحی و اداره شوند. دولت‌ها می‌توانند کسب‌وکارهای اجتماعی را به صورت پروژه‌هایی مشترک ایجاد کنند—هم با کسب‌وکارهایی در بخش خصوصی که به دنبال پیشینه‌کردن سود هستند، و هم با کسب‌وکارهای اجتماعی در مالکیت خصوصی.

حمایت دولت از ساختار کسب‌وکار اجتماعی، منافع متعددی را حاصل خواهد کرد. در مقام مالکان کسب‌وکارهای اجتماعی، آژانس‌های دولتی ای که پول‌های سرمایه‌گذاری را فراهم می‌کنند سرمایه‌شان را بازپس می‌گیرند و پول را برای مالیات‌دهندگان نگه می‌دارند. جزئیات مالی هر یک از این کسب‌وکارهای اجتماعی اعلام خواهد شد، و شهروندان را مطمئن خواهد کرد که این پروژه‌ها عاری از فساد هستند و فواید اجتماعی که این کسب‌وکارها برای رسیدن به آنها ایجاد شده‌اند، واقعاً حاصل می‌شوند.

### **ایجاد ساختارهایی مالی که بتوانند اصلاح اقتصادی را بهبود بخشند**

همان‌طور که قبلاً مطرح کرده‌ام، ابزاری نیرومند برای هدایت پول سرمایه‌گذاری به سمت همه‌ی انواع کسب‌وکارهای اجتماعی، ایجاد صندوق‌های کسب‌وکار اجتماعی است. صندوقی برای کسب‌وکاری اجتماعی، شبیه است به صندوق سرمایه‌گذاری سودمحور سنتی که گروهی مجرب در سرمایه‌گذاری اداره‌اش می‌کند. مدیران صندوق، شرکتی را برای سرمایه‌گذاری انتخاب می‌کنند و نتایج را با دقت رصد می‌کنند. با این حال، برخلاف صندوق‌هایی که به دنبال سود شخصی هستند، صندوق‌های کسب‌وکار اجتماعی بر کسب‌وکارهای اجتماعی متمرکزند و نه بر شرکت‌هایی که پیشینه‌ساز سود هستند. چون صندوق کسب‌وکار اجتماعی نمی‌تواند از پروژه‌هایی که در آنها سرمایه‌گذاری کرده سودی ببرد، باید از پروژه‌هایی که هزینه‌هایشان را پوشش داده دستمزدی بگیرد. با این حال، هدف‌اش این نیست که در شرکت‌هایی

سرمایه‌گذاری کند که وعده‌ی تولید سودهای زیاد می‌دهند، بلکه این است که از شرکت‌هایی حمایت کند که سودهای اجتماعی بزرگ تولید می‌کنند—کاهش فقر، ارتقاء تغذیه، فراهم کردن مراقبت‌های بهداشتی، و غیره. سرمایه‌گذاران صندوق کسب‌وکار اجتماعی، از تجربه و نگاه نظارتی مدیران صندوق استفاده می‌کنند، و نیز از دانستن این امر بهره می‌برند که پول‌شان گستره‌ای از کسب‌وکارهای اجتماعی را حمایت می‌کند که مشغول کارهایی خیر در جهان‌اند. یکی از اولین صندوق‌های کسب‌وکار تجاری را اعتبار کشاورزی تأسیس کرده است، که بانکی قدیمی و متخصص در فرانسه است که از ابتدا به این دلیل ایجاد شد که از طریق شبکه‌ای از بانک‌های محلی و منطقه‌ای همکار، در خدمت نیازهای کشاورزان باشد. این بانک هم‌اکنون شرکتی است با خدمات مالی متنوع، که بزرگ‌ترین شرکت از این نوع در فرانسه است.

در سال ۲۰۰۶، ژان-لوک پرون، که در آن زمان مدیر اجرایی ارشد روابط اروپایی در اعتبار کشاورزی بود به خرده‌وام علاقه‌مند شد. او دریافت که ژرژ پوژه<sup>۱</sup> نیز، که در آن زمان مدیرعامل اعتبار کشاورزی بود، از پشتیبانان نیرومند این ایده است که بانک باید در ارتقاء خرده‌وام به‌عنوان ابزاری برای محو فقر نقش فعالی ایفا کند. پرون طرحی برای عمل بانک پیشنهاد کرد. به‌عنوان بخشی از پیاده‌سازی آن طرح، پرون و پوژه تصمیم گرفتند برای چند روز در ژوئیه‌ی ۲۰۰۷ به بنگلادش بروند تا، در محل، درکی از بانک گرامین به‌دست بیاورند و از این بانک بخواهند که با اعتبار کشاورزی در ابتکار عمل‌اش مشارکت کنند.

وقتی که در بنگلادش بودند، در نواحی روستایی سفر کردند و مشاهدات دست‌اولی به دست آوردند که شعبه‌های بانک گرامین چطور عمل می‌کنند، و نهایتاً به دیدار من آمدند تا کمک بخواهند. پیشنهادشان مشارکت با اعتبار کشاورزی بود در پشتیبانی از خرده‌وام و نیز در مفهوم وسیع‌تر کسب‌وکار اجتماعی.

بعد از طراحی قواعد پایه، موافقت کردیم که با هم در مقیاسی جهانی کار کنیم. در نتیجه، اعتبار کشاورزی با مشارکت بانک گرامین بنیادی با نام بنیاد خرده‌وام گرامین و اعتبار کشاورزی (GCA) تأسیس کرد. هدف این بنیاد فراهم کردن امکانات مالی برای برنامه‌های خرده‌وامی بود که به علت کمبود سرمایه نمی‌توانستند فعالیت‌هایشان را گسترش بدهند. اعتبار کشاورزی، ۵۰ میلیون یورو به این بنیاد جدید داد و ژان-لوک پرون مدیر اجرایی‌اش شد.

امروزه، GCA حدود پنجاه برنامه‌ی مالی خرد را در بیست‌وهفت کشور در جهان در حال توسعه و به‌ویژه در قاره‌ی آفریقا پشتیبانی می‌کند. در ۲۰۱۲ این بنیاد برنامه‌ی جدیدی برای حمایت از کسب‌وکارهای اجتماعی اضافه کرد و این کار را با ایجاد یک صندوق مجزا برای کسب‌وکارهای اجتماعی انجام داد.

خود این صندوق کسب‌وکاری اجتماعی است. هدف‌اش جذب پول سرمایه‌گذاری از تعدادی از سرمایه‌گذارانی است — از جمله خود بنیاد GCA — که ذهنیتی اجتماعی دارند. بعد، مدیران صندوق، با سنجیدن قابلیت پایداری کسب‌وکارهای پیشنهادشده و منافع اجتماعی تولیدشده، شرکت‌هایی در کسب‌وکار اجتماعی انتخاب می‌کنند تا در آن شرکت‌ها سرمایه‌گذاری کنند. صندوق هم‌چنین برای شریکان‌اش در کسب‌وکارهای اجتماعی کمک‌های فنی فراهم می‌کند.

پرون توضیح می‌دهد که صندوق با احتیاط حرکت کرده است، به این صورت که سرمایه‌گذاری‌های بالقوه را با دقت مطالعه می‌کند و فقط نویدبخش‌ترین‌ها را برای دریافت بودجه انتخاب می‌کند. پرون توضیح می‌دهد که «سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای اجتماعی مشکل‌تر و کمی هم ریسک‌اش بالاتر است از سرمایه‌گذاری در خرده‌وام».

«خرده‌وام، یک تکنولوژیِ استقرار یافته است که با تجربیاتِ گسترده تثبیت شده است. در مقابل، هر کسب‌وکار اجتماعی تازه چیزی است منحصر به فرد! از این رو است که ما قبل از آنکه تصمیم بگیریم که از شرکت‌ها پشتیبانی بکنیم یا نه، وقت زیادی را به کار کردن با بنیانگذاران آنها اختصاص می‌دهیم».

تا ابتدای ۲۰۱۷، صندوق کسب‌وکار اجتماعی GCA در پانزده کسب‌وکار اجتماعی سرمایه‌گذاری کرده است، که در سلامت، کشاورزی، انرژی تجدیدشونده، و بخش‌های فرهنگی دخیل‌اند. اینها بعضی از مثال‌ها هستند:

- لتریه دو برگر، لبنیاتی‌ای که شیر را از گله‌های فولانی در شمال سنگال جمع‌آوری می‌کند و آن را به ماست و محصولات دیگر تبدیل می‌کند و با نام تجاریِ دولیما به فروش می‌رساند.

- پروژه‌های روستای سبز، که برای ساکنان خانه‌های روستایی اوتارپرادش، یکی از فقیرترین ایالات هند، دسترسی به انرژی خورشیدی را فراهم می‌کند.

- طرح اجتماعی و اجرایی فاره، که شرکتی است کامبوجی که سیرک‌هایی در چادرهای بزرگ در سیم‌ریپ برگزار می‌کند و نمایش‌هایی اجرا می‌کند الهام‌گرفته از مهارت‌های سیرک‌های معاصر و نیز هنرهای نمایشی سنتی فرهنگ کامبوج. گروهی متشکل از شصت هنرمند از خانواده‌های محروم را به کار می‌گیرد که فاره پونئو سلپاک تعلیم‌شان داده، که سمنی است برای همین مقصود کار می‌کند.

در میان دیگر کسب‌وکارهای اجتماعی، GCA از پروژه‌ی کشاورزی و ریسک اقلیمی (ACRE)، نیز حمایت می‌کند، که شرکتی است مستقر در آفریقا و تأمین‌کننده‌ی بیمه‌ی محصولات کشاورزی برای کشاورزان خرده‌پا، که در فصل ۸ درباره‌اش توضیح دادم.

دانون سازمان دیگری است که درگیر بودجه دادن به کسب‌وکارهای اجتماعی بوده است. در فصل ۳ توضیح دادم که چگونه رئیس دانون و مدیرعامل وقت‌اش

فرانک ریو به مفهوم کسب‌وکار اجتماعی علاقه‌مند شد و اولین پروژه‌ی مشترک کسب‌وکار اجتماعی را راه‌اندازی کرد—شرکت غذایی گرامین دانون، که ماستی مغذی را برای خانواده‌های فقیر بنگلادش فراهم می‌کند. سهامداران و کارمندان دانون آن قدر در مورد مشارکت در ایجاد این نوع جدید کسب‌وکار هیجان‌زده بودند که دانون تصمیم گرفت از این فرصت استفاده کند تا حمایت‌اش از کسب‌وکارهای اجتماعی را به طرز نهادینه‌ای گسترش بدهد.

نتیجه‌اش جوامع دانون<sup>۱</sup> است، صندوقی که به سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای اجتماعی اختصاص دارد. سهامداران و کارمندان دانون یک مبلغ اولیه‌ی ۶۵ میلیون یورویی به صندوق کمک کردند. حالا سرآزیرشدن پول به این صندوق ادامه دارد—هم از جانب کارمندان دانون و هم سرمایه‌گذارانی از بیرون که می‌خواهند مشارکت کنند. با ساختار کنونی‌اش، این صندوق ۹۰ درصد از دارایی‌هایش را در اوراق درآمد ثابت (یا اوراق قرضه) سرمایه‌گذاری می‌کند، که اینها درآمد سنتی سرمایه‌گذاری را تولید می‌کنند. ۱۰ درصد باقی‌مانده در یک صندوق سرمایه‌ی خطرپذیر سرمایه‌گذاری می‌شود که از کسب‌وکارهای اجتماعی حمایت می‌کند. سرمایه‌گذاری‌های کنونی صندوق جوامع دانون مشتمل بر اینها هستند:

- نوتریگو، شرکتی که از طریق فروش بینگ‌یانگ‌بائو، که یک مکمل غذایی تقویت‌شده است، با سوء تغذیه‌ی نوزادان در چین مبارزه می‌کند.
- جامعه‌ی ناندی برای خدمات آب، که آب آشامیدنی با قیمت مناسب را برای جوامع فقیر در هند فراهم می‌کند.
- ایسومیر، شرکتی فرانسوی که کارگاه‌های کوچک فرآوری غذا ایجاد می‌کند که گروه‌هایی از کشاورزان محلی می‌توانند اداره‌شان کنند، و درآمدی اضافه برای تولیدکنندگان زراعی تدارک می‌بینند، تولیدکنندگانی که در غیر این



صورت به لحاظ قابلیت پایداری در حاشیه قرار می گرفتند.

مثل GCA، صندوق جوامع دانون برای شرکت‌هایی که از آنها حمایت می‌کند کمک‌های تخصصی و مشورتی عرضه می‌کند، از جمله کمک‌هایی در مورد تغذیه و تولید و بازاریابی از جانب متخصصان دانون.

صندوق‌های دیگری برای کسب‌وکارهای اجتماعی در سراسر جهان پدیدار شده‌اند. هر کدام به شیوه‌ی خودشان عمل می‌کنند و در قسمت برگزیده‌ای از کسب‌وکارهای اجتماعی در یک یا چند کشور منتخب عمل می‌کنند و پول سرمایه‌گذاری را از افراد یا سازمان‌هایی جذب می‌کنند که مشتاق مشارکت در اقتصاد جدیدی هستند که در حال ساخته شدن است.

هر صندوق کسب‌وکار اجتماعی پیشینه‌ی منحصر به فرد خودش را دارد. یکی از آنها این است:

در سال ۲۰۱۰ من داشتم در کنفرانسی در بمبئی هند سخنرانی می‌کردم. در میان چیزهای دیگر، توضیح دادم که کسب‌وکار اجتماعی چگونه می‌تواند با استفاده از تسهیلاتی مالی برگرفته از یک صندوق کسب‌وکاری اجتماعی تقویت شود. وقتی که داشتم سن را ترک می‌کردم، شخصی که قبلاً هرگز ندیده بودم‌اش مرا متوقف کرد تا سؤالی بپرسد. پرسید: «به نظرتان حداقل اندازه‌ی صندوقی برای کسب‌وکاری اجتماعی چقدر باید باشد؟»

من به سرعت پاسخ دادم: «باید با دست کم یک میلیون دلار آغاز کند». آن مرد سر تکان داد و همان‌طور که به طرف خروجی هتل می‌رفتم، با من قدم‌زنان آمد و سؤالات دیگری پرسید درباره‌ی اینکه صندوق‌های کسب‌وکار اجتماعی چطور می‌توانند عمل کنند. وقتی به در جلوی هتل رسیدم، دست‌ام را فشرده و گفت: «خدانگهدار، پروفیسور یونس، و متشکرم. من یک صندوق کسب‌وکار اینترنتی برای هند تأسیس خواهم کرد».

برایش آرزوی موفقیت کردم، اما جدی‌اش نگرفتم. فکر کردم که طرح‌اش زاده‌ی یک لحظه‌ی الهام‌بخش بوده است، و به‌نظرم رسید که شاید شور و شوق‌اش در مواجهه با واقعیات کسب‌وکار بخوابد. گمان من این بود که طرح‌اش از چالش‌های پیدا کردنِ عملی پول برای صندوق‌اش جان سالم به‌در نخواهد برد. اشتباه می‌کردم. در عرض یک ماه، مات مبهوت شدم وقتی که نامه‌ای از آقای اس. کی. شلگی‌کار دریافت کردم، همان مردی که در بمبئی با او گپ زده بودم. معلوم شد که او متخصص در امور مالی و سرمایه‌گذاری است. نامه‌اش به من اطلاع داد که یک صندوق کسب‌وکار اجتماعی با ۱ میلیون دلار از پولِ خودِ او آماده‌ی ثبت در بمبئی است. می‌خواست از من اجازه بگیرد تا آن را صندوق کسب‌وکار اجتماعی یونس بمبئی بنامد. من موافقت کردم. در هفت سال گذشته، این صندوق در حال فعالیت بوده است، و تحت مراقبتِ عاشقانه‌ی آقای شلگی‌کار، از کسب‌وکارهای اجتماعی محلی در بمبئی حمایت کرده است.

صندوق‌های دیگری برای کسب‌وکارهای اجتماعی هم‌چنان پدیدار می‌شوند. برای مثال، یک صندوق کسب‌وکار اجتماعی یونس در ۲۰۱۶ در بنگلور هند تأسیس شده. طرح‌اش این است که کارش را با پشتیبانی از چهار یا پنج کسب‌وکار اجتماعی در بخش‌هایی نظیر آموزش، مراقبت‌های بهداشتی، تهیه‌ی مسکن، و آموزش با سرمایه‌گذاریِ حدود ۷۵,۰۰۰ دلار آمریکا برای هر کدام شروع کند. این صندوق را ویناتا ردی راه‌اندازی کرده است که بنیانگذار گرامین کوتا است که نسخه‌ای از بانک گرامین در سال‌های آغازینِ امورِ خُرد مالی در هند بوده است، همراه با سورش کریشنا، مدیر عامل گرامین کوتا، با استفاده از کمک‌های بنیادِ خانوادگی ویناتا.

در ایالات متحده، صندوق کسب‌وکار اجتماعی گرامین آمریکا در سال ۲۰۱۶ با پشتیبانی مالی اولیه از طرف بنیاد سارا بلکلی راه‌اندازی شد، بنیادی که به

افتخار کارآفرینی نام‌گذاری شده است که شرکت اسپنکس<sup>۱</sup> را ایجاد کرده است. این صندوق از زنان کارآفرینان کسب‌وکارهای اجتماعی در شهرها و جوامعی در اکناف ایالات متحده پشتیبانی خواهد کرد.

کسب‌وکار یونس هم‌چنین صندوق‌هایی در کشورهای محل فعالیت‌اش ایجاد کرده است. صندوق‌های کسب‌وکار اجتماعی دیگری در کشورهای در سراسر جهان فعال‌اند یا در حال شکل‌گیری هستند، کشورهای اروپا و آسیا تا امریکای لاتین و آفریقا.

دولت‌ها می‌توانند انواع مختلفی از صندوق‌های کسب‌وکار اجتماعی ایجاد کنند. برای مثال، صندوق می‌تواند ویژه‌ی حیطة‌ی خاصی از علائق باشد، مثل محیط زیست، فقر، کارآفرینی، کشاورزی، یا مراقبت‌های بهداشتی. دولت‌ها هم‌چنین می‌توانند برای پشتیبانی از حوزه‌هایی با نیازهای ویژه، صندوق‌های کسب‌وکار اجتماعی منطقه‌ای یا محلی ایجاد کنند. پول این صندوق‌ها می‌تواند شامل پول کِشتِ ایده باشد که دولت‌ها تدارک می‌بینند، و نیز سودهایی از کسب‌وکارهای موجود در مالکیت دولت، که دوباره وارد چرخه می‌شوند تا از کسب‌وکارهای جدید پشتیبانی کنند.

کشورهای کمک‌کننده‌ای که از توسعه‌ی جهانی حمایت می‌کنند می‌توانند در هر کشوری که محل عمل‌شان است یک صندوق کسب‌وکار اجتماعی ایجاد کنند و بخشی از پول اهدایی‌شان را به آن صندوق کمک کنند. صندوق می‌تواند در حیطة‌هایی که از نظر کمک‌کننده اولویت دارند سرمایه‌گذاری کند. هر کسب‌وکار ایجادشده، زندگی پایدار خودش را خواهد داشت در حالی که پول کمک‌کننده به صندوق باز خواهد گشت تا در آینده نیز بارها سرمایه‌گذاری شود، نه اینکه بعد از یک بار استفاده ناپدید شود (آن‌طور که در مورد خیریه اتفاق می‌افتد). کمک‌کنندگان می‌توانند بنگاه‌های محلی و بین‌المللی — به‌ویژه آنهایی

که در کشورهای خودشان مستقر هستند—را ترغیب کنند تا با این صندوق، کسب‌وکارهای اجتماعیِ خطرپذیر ایجاد کنند. شرکت‌ها هم چنین می‌توانند با تدارک دیدن تجربیات، مهارت‌های مدیریتی، و تکنولوژی به گسترشِ ظرفیتِ صندوق کمک کنند.

صندوق‌های کسب‌وکار اجتماعیِ یگانه شکل جدیدی از تأمین مالی نیستند که افرادی نوآور در حال توسعه‌دادن‌شان برای پیشبرد تغییر در اقتصاد جهانی باشند. تجربیاتِ دیگر در حال انجام‌اند و این امر، هم تقاضای چشمگیر برای تأمین بودجه‌ی کسب‌وکارهای اجتماعی و هم وجود امکان‌هایی خلاقانه‌ای را نشان می‌دهد برای جهت‌دهی به بعضی از منابعِ گسترده‌ی مالی به سمت این بخشِ پرشوری که سریعاً در حال رشد است.

یک مثال‌اش موفقیتِ اجتماعیِ نوت<sup>۱</sup> است. نوت ساختار جدیدِ هوشمندانه‌ای برای تأمین مالی کسب‌وکارهای اجتماعی که اخیراً گروهی از طراحان نوآور ابزارهای مالی در کسب‌وکار اجتماعیِ یونس (YSB) و بنیاد راکفلر توسعه‌اش داده‌اند. موفقیتِ اجتماعیِ نوت را می‌توان نسخه‌ای از سازوکار برای تأمین مالی تلقی کرد که به تأمین مالی نتیجه‌محور معروف است. در این نظام، یک آژانس دولتی یا یک سازمان خیریه، پرداخت وام‌هایی از سرمایه‌گذاران خصوصی به سازمانی غیرانتفاعی را تعهد می‌کند که می‌خواهد یک هدف خاص اجتماعی را تعقیب کند. اگر برنامه‌ی ایجادشده توسط سازمان غیرانتفاعی به هدف‌های اجرایی مورد توافق برسد، دولت بودجه‌ای تدارک خواهد دید که بازگشت وام را به شیوه‌ای شبیه به اوراق قرضه ممکن می‌سازد. این راهبرد، برای جذب بودجه برای برنامه‌های اجتماعی از سرمایه‌گذاران خصوصی‌ای نظیر گلدمن ساکس با موفقیت به کار گرفته شده است.

موفقیتِ اجتماعیِ نوت، پیچش تازه‌ای در این رهیافت وارد می‌کند. متضمن

کاری گروهی میان سه مشارکت‌کننده است: یک کسب‌وکار اجتماعی، یک سرمایه‌گذار، و یک یاری‌گر در امور انسان‌دوستانه، نظیر یک بنیاد. سرمایه‌گذار، بودجه را به شکل وامی به کسب‌وکار اجتماعی برای تعقیب یک هدف اجتماعی ویژه و با تعریف مشخص تدارک می‌بیند—برای مثال، ساختن خانه‌هایی برای تعداد خاصی از افراد بی‌خانمان، یا گسترش دادن بیمه‌ی سلامت به تعداد خاصی از خانواده‌ها. کسب‌وکار اجتماعی مسئول این است که وام را بازپرداخت کند. اما اگر در مهلتی توافق‌شده به هدف از پیش تعیین‌شده دست یابد، کمک‌کننده‌ی انسان‌دوست یک هزینه‌تاثیر بر محیط به صورت اضافی به سرمایه‌گذار می‌دهد. همان‌طور که در مقاله‌ای در بلو مبرگ ریویو گفته‌ام، موفقیت اجتماعی نوت یک سناریوی «برد-برد» ایجاد می‌کند:

به یمن هزینه‌تاثیر بر محیط، سرمایه‌گذاران یک بازپرداخت تجاری دریافت می‌کنند که باریسک موضوع تطبیق یافته است؛ بنیادها دلارهای انسان‌دوستانه‌ی بسیار بیشتری برای خریدهای استقراری‌شان به دست می‌آورند در حالی که یک نتیجه‌ی اجتماعی مطلوب را هم حاصل می‌کنند؛ و کسب‌وکارهای اجتماعی می‌توانند به سرمایه‌ی کم‌هزینه‌ای دسترسی پیدا کنند که به آنها امکان می‌دهد جهان را بهتر کنند بدون اینکه تحت فشار باشند برای اینکه بازپرداخت‌های مالی را با نرخ بازاز عرضه کنند.<sup>۵</sup>

موفقیت اجتماعی نوت نمایش‌دهنده‌ی شیوه‌ی هوشمندانه‌ای از همسو کردن انگیزه‌های سه طرف علاقه‌مند است به نحوی که جریان پول سرمایه‌گذاری را به سمت پروژه‌هایی ترغیب کند که به نوع بشر سود می‌رسانند. هم‌چنان که شرکت‌هایی تجربه این شکل جدید تأمین مالی را شروع می‌کنند، مطمئناً نسخه‌های نوآورانه‌ی دیگری هم ایجاد خواهند شد. زمان به ما خواهد گفت که کدام سازوکارهای مالی برای پیش‌راندن رشد بخش کسب‌وکار اجتماعی موفق‌تر از بقیه از کار در خواهد آمد.

در درازمدت، احتمالاً معلوم خواهد شد که ابزارهایی برای تأمین مالی که در این فصل شرح داده‌ام موقتی هستند و تدابیری سردستی‌اند. باور دارم که روزی در آینده بانک‌های کسب‌وکارهای اجتماعی، شرکت‌های کارگزاری کسب‌وکار اجتماعی، و صندوق‌هایی برای سرمایه‌ی خطرپذیر کسب‌وکار اجتماعی وجود خواهند داشت که طبق روالی عادی برای بخش کسب‌وکارهای اجتماعی بودجه فراهم می‌کنند.

\*\*\*

سخت‌ترین بخش ساختن یک نظام جدید اقتصادی، ایجاد شتاب اولیه‌ی پشت ایده‌ی تغییر است. این تلاشی است که هم‌اکنون مشغول‌اش هستیم. واردکردن اصلاحاتی در نظام‌های حقوقی و مالی بخشی از این تلاش است. هر اصلاحی، یکی از موانعی را از سر راه برمی‌دارد که در حال حاضر باعث دلسردی در تجربه‌ی خلاقانه در مورد تغییر اقتصادی است.

در سال‌های پیش‌رو، هم‌چنان که کسب‌وکارهای اقتصادی تکثیر می‌شوند و گسترش می‌یابند، افراد و سازمان‌های بیشتر و بیشتری به این آرمان خواهند پیوست. سرانجام، از خودمان خواهیم پرسید که چرا این قدر طول کشید تا جهان این مطالبه‌ی واضح در مورد نظامی اقتصادی را دریابد که هدف‌اش حقیقتاً برآوردن نیازهای بشری باشد.

## بازطراحی جهان فردا

چارچوب مفهومی سرمایه‌داری را ابتدا آدام اسمیت، اقتصاددان و فیلسوف بزرگ اسکاتلندی، در وهله‌ی اول در کتاب ۱۷۷۶ش کاوشی در ماهیت و علل ثروت ملل مطرح کرد. این چارچوب در طول تاریخ درازش بهبود یافته است و مفصل‌تر شده است، اما اصول پایه‌ای آن بی‌تغییر مانده‌اند. به مرور زمان، بدیل‌های بسیاری برای سرمایه‌داری عرضه و اجرا شده است. در این اثنا، جهان شدیداً تغییر کرده است. نیاز به بازیابی و ارزیابی دوباره‌ی ساختار پایه‌ای سرمایه‌داری در موقعیت‌های بسیاری احساس شده است. اما هرگز با آن شدتی که امروز احساس می‌شود، حس نشده است.

جهان در بحرانی جدی است. من در این احساس به میلیون‌ها نفر دیگری ملحق می‌شوم که سرمایه‌داری ریشه و علت این بحران است. افراد بسیار کم‌شماری مطالبه‌شان این است که سرمایه‌داری به نفع نظام دیگری مثل سوسیالیسم کنار گذاشته شود زیرا تقریباً هر کسی متقاعد شده که سرمایه‌داری، با همه‌ی عیب‌هایش، هنوز نظام اقتصادی بهتری است. اما در پرتو بحران کنونی، حمایتی نیرومند از تجدیدنظری اساسی در این نظام وجود دارد.

در این کتاب، من توضیح داده‌ام که چرا فکر می‌کنم تغییرات بنیادی خاصی در چارچوب نظری و عملی سرمایه‌داری ضروری است — تغییراتی که به افراد امکان خواهد داد نظرات خودشان را به شیوه‌ها و در ابعاد متعددی بیان کنند و به

مشکلاتی پدیدارند که چارچوب مفهومی موجود آنها را حل نشده باقی گذاشته یا حتی تشدیدشان کرده است. و اگرچه پیشنهاد من شاید به عنوان تغییر مهمی در ساختار سرمایه‌داری تلقی شود، من هیچ انتخابی جز این نمی‌بینم که به این نقص‌های پایه‌ای ساختار پردازیم.

در نظر من، چارچوب نظری سرمایه‌داری که امروزه وسیعاً مورد قبول است فقط یک ساختار نیم‌ساخته است—ساختاری که «دست نامرئی»ی آدام اسمیت را تبدیل می‌کند به دست شدیداً جانبدارانه‌ای که فعالیت‌های بازار را به نفع غنی‌ترین‌ها به جلو می‌برد. تقریباً می‌شود شک کرد که این «دست نامرئی» در واقع متعلق است به غنی‌ترین‌ها!

هم‌چنان که بحث کرده‌ام، نظریه‌ی فعلی سرمایه‌داری بر آن است که بازار مختص آنانی است که فقط به سود علاقه دارند—تعبیری که با مردم به عنوان موجوداتی تک‌بعدی برخورد می‌کند. اما مردم چندبعدی‌اند. انسان‌ها در حالی که بعد خودخواهانه‌شان را دارند، بعد نوع‌دوستانه‌شان را هم دارند. نظریه‌ی سرمایه‌داری و بازاری که در اطراف این نظریه رشد کرده است هیچ جایی برای بعد نوع‌دوستانه‌ی مردم باقی نمی‌گذارد. پیشنهاد من برای تغییر، حول بازتعبیر سرمایه‌داری از طریق معرفی نظری جدید درباره‌ی نوع بشر می‌گردد—نظری که نسبت به انسان سرمایه‌دار نظریه‌ی کنونی، به شخص واقعی نزدیک‌تر است. این کار تفاوت عظیمی در مفاهیم‌مان، در روال‌های عمل‌مان، و در چارچوب نهادی‌مان برای اقتصاد ایجاد می‌کند. در این کتاب استدلال کرده‌ام که اگر انگیزه‌ی ایثارگرایانه‌ای که در همه‌ی مردم وجود دارد را بتوان وارد جهان کسب‌وکار کرد، فقط مشکلات اندکی خواهند ماند که بتوانیم حل‌شان کنیم.

آدام اسمیت دو قرن و نیم پیش این را به‌روشنی دیده بود. کتاب ۱۷۵۹ش، نظریه‌ی احساس‌های اخلاقی، به این صورت آغاز می‌شود:

انسان هر قدر هم که خودخواه فرض شود، آشکارا اصولی در طبیعت‌اش



هستند که او را به خوشبختیِ دیگران علاقمند می‌کنند، و سعادت آنان را برای او ضروری می‌سازند، گرچه هیچ چیزی از آن عایدش نشود جز لذت دیدن‌اش. از این نوع است دلسوزی یا ترحم، احساسی که در مورد فلاکت دیگران حس می‌کنیم وقتی که یا می‌بینیم‌اش یا چنان می‌شود که به طرز بسیار زنده‌ای تصورش می‌کنیم. اینکه بسیاری اوقات از غم دیگران غمی حاصل مان می‌شود، حقیقتی است آشکارتر از آن که برای اثبات‌اش نیاز به هیچ نمونه‌ای باشد؛ چرا که این احساس، مثل سایر عواطفِ طبیعتِ بشری، به هیچ وجه محدود به افرادِ مهربان و بافضیلت نیست، گرچه شاید آنان این امور را با حساسیتِ بسیار بیشتری حس کنند. بزرگ‌ترین اشرار، سنگدل‌ترین نقض‌کنندگانِ قوانینِ جامعه، به کلی فاقد این احساس نیستند.

بعد از این، اسمیت بنیادی‌ترین سؤال را می‌پرسد: چرا بعضی عمل‌ها یا قصد‌ها را با تحسین می‌نگریم و بقیه را تخطئه می‌کنیم؟ در آن زمان، عقایدِ مختلفی بود: برخی معتقد بودند که تنها معیارِ درست و غلط، قانون و حاکمی است که آن قانون را وضع کرده؛ دیگران معتقد بودند که اصول اخلاقی را می‌توان به طرز عقلانی، مثل قضیه‌های ریاضیات، به دست آورد.

اسمیت این نظر را اختیار کرد که مردم با یک حسِ اخلاقی متولد می‌شوند، درست همان‌طور که ایده‌هایی مادرزادی از زیبایی و هماهنگی دارند. وجدان‌مان به ما می‌گوید که چه چیزی درست و غلط است، و این وجدان چیزی است فطری و نه چیزی که قانونگذاران به ما داده باشند یا با تحلیلی عقلانی به دست آمده باشد. و برای تقویت‌اش یک احساسِ نزدیک به آن هم داریم، که اسمیت آن را همدلی می‌نامد. این دو حس طبیعیِ وجدان و همدلی، با همکاریِ همدیگر، تضمین می‌کنند که افراد بشر می‌توانند به شکلی بسامان و در سازمان‌هایی اجتماعی با هم زندگی کنند.

کتابِ بزرگِ دیگر اسمیت، ثروتِ ملل، کاملاً از این تر احساس‌های اخلاقی

فاصله گرفت. تز او در ثروت ملل را عموماً به این صورت خلاصه می‌کنند که وضع همگان خوب خواهد بود اگر که همه‌ی مردم امکان این را داشته باشند که به دنبال «نفع شخصی» باشند. هنگام استفاده از واژه‌ی نفع شخصی هرچه که در ذهن اسمیت بوده باشد، جهان این عبارت را طوری تعبیر کرده است که معادل است با پیشینه‌سازی سود. در عمل، نفع شخصی را همان خودخواهی تلقی می‌شود. در نتیجه، در ذهن تجاری، جهان فراتر از خود عمدتاً رنگ می‌بازد.

در نظریه‌ی احساس‌های اخلاقی، اسمیت درباره‌ی اهمیت عظیم عدالت و دیگر فضایل اخلاقی شرح داده است. اما او هرگز این را با مفهوم نفع شخصی، که ثروت ملل مبتنی بر آن است، آشتی نداد. اگر از این دو کتاب برای مطرح کردن بنیادهای دو نوع مختلف کسب‌وکار استفاده کرده بود، شاید جهان می‌توانست از بحران بزرگی که امروزه با آن مواجه هستیم اجتناب کند.

ساختار کنونی نظریه‌ی اقتصادی، در بازاری که تماماً به کسب‌وکارهای با انگیزه‌ی نفع شخصی اختصاص دارد، به بُعد نوع‌دوستانه‌ی مردم امکان این را نمی‌دهد که نقشی ایفا کند. هم‌چنان که در این کتاب نشان داده‌ام، فرصتی اگر داده شود، مردم وارد بازار خواهند شد تا نیازهای نوع‌دوستانه‌شان را با به‌راه انداختن کسب‌وکارهایی بیان کنند که اختصاصاً برای ارتقاء بخش بزرگی از بشریت به‌طور کلی طراحی می‌شوند—و این آشکارا بهتر از کار خیریه‌ها خواهد بود. تلاش‌های خیرخواهانه همواره با ما بوده‌اند. این تلاش‌ها شریف‌اند و به آنها نیاز هست. اما کسب‌وکار، بیش از خیریه توانایی این را دارد که نوآوری کند، گسترش بیابد و از طریق قدرت بازار آزاد، به افراد بیشتر و بیشتری برسد. حدی برای آنچه می‌توانیم حاصل کنیم وجود نخواهد داشت اگر که کارآفرینان مستعد و رهبران تجاری سراسر جهان خودشان را وقف اهدافی نظیر پایان دادن به سوء تغذیه و بیماری، ایجاد سرپناه برای افراد بی‌خانمان، و فراهم کردن انرژی تجدیدشونده و مراقبت‌های بهداشتی مناسب برای همگان کنند.

## سرمایه‌داری در بحران

با نزدیک شدن جمعیت جهان به ۸ میلیارد نفر، بیش از هر موقع دیگری اهمیت دارد که مفهوم مان از سرمایه‌داری را دوباره ارزیابی کنیم. آیا، با تعقیب کردن پایان‌ناپذیر پول و قدرت، به قربانی کردن محیط زیست و سلامت خودمان و آینده‌ی فرزندانمان ادامه خواهیم داد؟ یا از طریق بازتصور جهانی که در آن نیازهای همه‌ی مردمان در مرکز توجه قرار دارد و خلّاقیت و ثروت و منابع دیگرمان وسیله‌ای برای برآوردن آن نیازها خواهد بود، سرنوشت سیّاره‌مان را خودمان به دست خواهیم گرفت؟

این‌طور نیست که بازان‌دیشی و بازسازی نظام اقتصادی‌مان صرفاً ایده‌ی قشنگی باشد. اگر که امیدمان این باشد که در این سیّاره آینده‌ای داشته باشیم، هیچ بدیلی وجود ندارد. در حالی که روندهای کوتاه‌مدت شاید به‌نظر برسد که به تعداد اندکی از ما به هزینه‌ی دیگران نفع می‌رساند، در درازمدت فقط آن سیاست‌هایی حقیقتاً پایدار هستند که به همه‌ی مردم جهان این امکان را بدهند که در پیشرفت‌ها سهیم باشند. سرنوشت سرمایه‌گذاران با دارایی خالص زیاد که بانکداران و وال‌استریت در خدمت آنان هستند، و سرنوشت زنان فقیری که در کارخانه‌ی پوشاکی در بنگلادش کار می‌کنند، به هم پیوند خورده است. سرنوشت آن کشاورزی که در اوگاندا ذرت خوشه‌ای می‌کارد، کشاورزی که در مکزیک بلال می‌کارد، و کشاورزی که در آیووا سویا می‌کارد، در هم تنیده شده‌اند.

در طول دهه‌ی اخیر، دیده‌ایم که جهان‌مان از یک بحران به بحران دیگری غلتیده است: فاجعه‌های مالی، قحطی‌ها، کمبودهای انرژی، بلایای زیست‌محیطی، درگیری‌های نظامی، سیل آوارگان، بی‌ثباتی فزاینده‌ی سیاسی. رهبران عوام‌فریب صحبت از این می‌کنند که بین کشورها دیوار بکشند؛ صحبت از این می‌کنند که ناگهان از پیمان‌های بین‌المللی‌ای بیرون بروند که با دهه‌ها

دیپلماسیِ مجدّانه و آرزوهای بزرگ برای صلح و رفاه همگانی ایجاد شده‌اند. اکنون زمانی است که جهانیان را دور هم جمع کنیم تا، با طراحی و مدیریتِ درست، با این رشته بحران‌ها مقابله کنیم—از این موقعیت به‌عنوان بهترین فرصت‌مان استفاده کنیم تا اقتصادی جدید و یک معماریِ مالیِ جدید را طراحی و مستقر کنیم به نحوی که این نوع بحران‌ها دیگر هرگز رخ ندهند، به مسائلِ کهنه‌ی جهانی قاطعانه رسیدگی بشود، و کاستی‌ها و عدم‌انسجام‌های نظریه‌ی فعلیِ اقتصاد و نظمِ اجتماعی بالاخره برطرف بشوند.

مهم‌ترین ویژگی این معماریِ اقتصاد جهانی جدید این خواهد بود که چارچوب نظری نیم‌ساخته‌ی سرمایه‌داری را کامل کند، به این طریق که نوع دوم کسب‌وکار—کسب‌وکار اجتماعی—را در آن بگنجاند و نظریه را دوباره پیرواند تا این امر را به رسمیت بشناسد که همه‌ی افراد بشر کارآفرین‌اند نه اینکه صرفاً فراهم‌کننده‌ی نیروی کار باشند، آنچنان که نظریه‌ی فعلی مفروض می‌گیرد. این تغییرات، همین که در چارچوب وارد بشوند، می‌توانند در حل بحران مالی، بحران غذا، بحران انرژی، و بحران زیست‌محیطی نقش مهمی ایفا کنند. ساختار جدید اقتصادی، کارآمدترین سازوکار را برای پرداختن به مشکلات حل‌نشده‌ی فقر و بیماری تدارک خواهد دید. کسب‌وکار اجتماعی می‌تواند به همه‌ی مشکلاتی بپردازد که پشتِ سرِ کسب‌وکارهای سودساز باقی مانده‌اند، و در عین حال زیاده‌روی‌های آنها را هم اصلاح کند.

### بالاترین شکلِ خلاقیتِ بشری

کسب‌وکار اجتماعی صرفاً ابزاری اساسی برای حل و فصل بحران‌هایی نیست که نوع بشر با آنها مواجه است. کسب‌وکار اجتماعی بیان فوق‌العاده‌ای از خلاقیتِ بشری نیز هست—شاید بالاترین شکلِ خلاقیتی که انسان‌ها قابلیت‌اش را داشته باشند.

می‌دانیم که هدف هر کسب‌وکار اجتماعی برآورده کردن نیازهای بشری است. اما وقتی که کسب‌وکاری اجتماعی ایجاد می‌کنیم، نیازهایی که قرار است برآورده شوند باید به‌دقت تعریف شوند زیرا کل کسب‌وکار مطابق این هدف طراحی خواهد شد. این مشکل در کسب‌وکار متعارف وجود ندارد زیرا، به معنایی بنیادین، هدف هر کسب‌وکار متعارف امری است واحد—رسیدن به بالاترین میزان برگشت سرمایه. در کسب‌وکار اجتماعی چنین نیست. هدف ملموس، از یک کسب‌وکار تا کسب‌وکاری دیگر تغییر می‌کند. به این دلیل است که تعریف روشن هدف این قدر مهم است.

موضوع بعدی، طراحی کسب‌وکار است. این باید برای حصول هدف مناسب باشد. و چون اهداف ملموس کسب‌وکارهای اجتماعی بسیار متنوع‌اند، طراحی کسب‌وکار اجتماعی محتاج قوه‌ی خلاقه‌ی عظیمی است. در بیشتر موارد، طراح کسب‌وکاری اجتماعی چیزی را تصور می‌کند که قبلاً هرگز وجود نداشته است. این تکلیف، میزان زیادی از خلاقیت را طلب می‌کند، و به این دلیل است که هیجان‌انگیز است.

تجربه‌های خود من به من نشان داده‌اند که یک بار که در مقام طراح کسب‌وکاری اجتماعی موفق بشوید، دیگر نمی‌خواهید کنارش بگذارید. یک بار که حشره‌ی کسب‌وکار اجتماعی شما را گزید، می‌بینید که می‌خواهید کسب‌وکار دیگری طراحی کنید که حتی از آنی که قبلاً طراحی کرده‌اید هم نیرومندتر باشد... و بعد از آن، یکی دیگر و یکی دیگر.

کسب‌وکار اجتماعی، شیوه‌ای است نیرومند برای کشف خود، برای تفحص در خود، و برای تعریف کردن خود. بهتر از همه اینکه دیدن منافع اجتماعی تولیدشده توسط کسب‌وکار—کودکان گرسنه‌ای که غذا داده می‌شوند، خانواده‌های بی‌خانمانی که سرپناه می‌یابند، افراد بیماری که علاج می‌شوند—یک حس عمیق رضایت درونی می‌دهد که هیچ تلاش خلاقانه‌ی دیگری

نمی‌تواند با آن رقابت کند. باور کنید هیچ چیزی در زندگی ارضاکننده‌تر از این نیست که شورِ خلاقانه را از طریقِ تصور کردنِ کسب‌وکاری اجتماعی پاسخ بدهیم، و بعد آن را به عمل درآوریم.

اجازه دهید همه‌ی کودکان به این صورت بزرگ شوند که دریابند می‌توانند به‌عنوان یک کارآفرینِ خلاق وارد جهانِ کار بشوند. اجازه دهید هر روز، وقتِ برخاستن، فکر کنند به اینکه در مقام افرادی بزرگسال چه خواهند کرد تا بتوانند از خانواده‌هایشان مراقبت کنند و در عین حال در جهان نیز تغییرات مهمی ایجاد کنند. پسران و دختران زیادی عاشق خواهند شد و زندگی‌ای با شریک‌شان بنا خواهند کرد، به این علت که برای زندگی‌هایشان مقاصدِ واحدی دارند و به هدف‌های واحدی برای جهان باور دارند. اینان می‌توانند پیش بروند و با هم کسب‌وکاری اجتماعی را توسعه بدهند، یک زندگی خانوادگی ایجاد کنند که پر باشد از رضایت و خوشی، در عین حال که خوشبختیِ بزرگ‌تری را هم به جهان می‌آورند.

\*\*\*

ما بسیار خوشبخت هستیم که در عصرِ امکان‌های عظیم متولد شده‌ایم — عصری با تکنولوژی‌های حیرت‌انگیز، ثروت عظیم، و توانایی‌های نامحدود بشری. حالا راه‌حل‌های بسیاری از مشکلات فوری بشری — از جمله مشکلاتی نظیر گرسنگی، فقر، و بیماری که نوع بشر را از آغاز تاریخ مبتلا کرده‌اند — در دسترس ما هستند. از طریق ایجاد نظم اقتصادی جدیدی که شامل ابزار نیرومند کسب‌وکار اجتماعی باشد، می‌توان بیشتر این راه‌حل‌ها را شتاب بخشید.

در جهانی که به‌نظر می‌رسد هر روز اخبار ناامیدکننده‌ی بیشتر و بیشتری به گوش می‌رسد، ما می‌توانیم موج خروشان‌ی از امید ایجاد کنیم، و اثبات کنیم که روح رام‌نشدنی بشر لازم نیست تسلیم یأس و ناامیدی بشود. مقصودِ حیات بشری در این سیاره فقط این نیست که بقا پیدا کند، بلکه این است که با مطلوبیت

و زیبایی و شادی زندگی کند. بر عهده‌ی ما است که این را محقق کنیم. ما می‌توانیم تمدن تازه‌ای ایجاد کنیم که نه بر حرص، بلکه بر گستره‌ی کامل ارزش‌های انسانی مبتنی باشد. بیایید از همین امروز شروع کنیم.





## یادداشت‌ها

### فصل ۱

۱. «آیا بهتر است در بنگلادش فقیر بود یا در دلتای می‌سی‌سی‌پی؟»

The Atlantic, March 8, 2017, <https://www.theatlantic.com/business/archive/2017/03/angus-qa/518880/>.

۲. «فقط هشت نفر مالکِ همان قدر ثروت هستند که نیمی از جهان»،

Oxfam International, January 16, 2017, <https://www.oxfam.org/en/pressroom/pressreleases/2017-01-16/just-8-men-own-samewealth-half-world>.

۳. لارن گرول و تام کِرتشر، «در DNC، برنی سندرز این ادعا را تکرار کرد که یک‌دهم بالای ۱٪ جمعیت، مالکِ همان مقدار ثروت هستند که ۹۰٪ پایین»،

Politico, July 26, 2016, <http://www.politifact.com/truth-ometer/statements/2016/jul/26/bernie-s/dnc-bernie-sanders-repeats-claim-top-one-tenth-10/>.

۴. شان گورمن، «برنی سندرز گفت وارثان و المارت از ۴۰ درصد پایین آمریکاییان ثروتمندترند»،

Politico, March 14, 2016, <http://www.politifact.com/virginia/statements/2016/mar/14/bernie-s/bernie-sanders-sayswalmart-heirs-are-wealthier-bo/>

۵. تجربیاتی در توسعه دادن راه‌های بهتری برای اندازه‌گیری رشد اقتصادی هم‌اکنون در حال انجام است. برای مثال، نگاه کنید به استیوارت والیس، «پنج سنج‌های رشد که بهتر از GDP هستند»،

World Economic Forum, April 19, 2017, <https://www.weforum.org/agenda/2016/04/five-measures-of-growth-that-are-better-than-gdp/>.

## فصل ۲

۱. مارک کینور، «هشدار تحقیقات در این مورد که گرمایش زمین به سمت نقطه‌ی انباشت اقلیمی پیش می‌رود»، اخبار بی‌بی‌سی، ۳۰ نوامبر ۲۰۱۶،

<http://www.bbc.com/news/science-environment-38146248>

۲. مگان رولینگ و موراگ مک‌کینن، «راهپیمایان در سراسر جهان پیش از اجلاس اقلیم سازمان ملل، به سران گفتند 'طرح ب وجود ندارد'»، رویترز، ۲۹ نوامبر ۲۰۱۵،

<http://www.reuters.com/article/us-climatechange-summit-demonstrationsidUSKBN0TI00720151129>.

## فصل ۳

۱. ریچارد سوچ، «کارآفرین‌ترین کشور در جهان ... اوگاندا است؟»

Management Today, June 25, 2015, <http://www.managementtoday.co.uk/entrepreneurialcountry-world-is-uganda/article/1353317>.

۲. قسمت‌هایی از بحثی که در ادامه درباره‌ی بحران‌های غذایی و مربوط به انرژی و زیست‌محیطی و مالی می‌آید برگرفته است از محمد یونس، «سخنرانیِ آدم اسمیت در دانشگاه گلاسکو»، ایراد شده در ۱ دسامبر ۲۰۰۸،

<http://muhammadyunus.org/index.php/news-media/speeches/210-adam-smith-lecture-at-glasgow-university>.

۳. «وضعیت غذایی جهان: نمایه‌ی قیمت جهانی غذا در فائو»، سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد، ۲ فوریه ۲۰۱۷،

<http://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/>.

۴. برای مثال، سیاست‌های کشاورزی اتخاذشده توسط اتحادیه‌ی اروپایی، اثری زیان‌بخش

بر کشاورزان امریکای جنوبی و آفریقا گذاشته است: نگاه کنید به «هماهنگ ساختن سیاست مشترک اتحادیه‌ی اروپایی با هدف‌های توسعه»، مقاله‌ی مروری موسسه‌ی توسعه‌ی ماوراء بحار، سپتامبر ۲۰۱۱،

<http://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinions-files/7279.pdf>.

۵. بت هافمن، «چگونه افزایش مصرف گوشت در چین، چشم‌انداز سراسر دنیا را تغییر می‌دهد»،

Forbes, March 26, 2014, <http://www.forbes.com/sites/bethhoffman/2014/03/26/how-increased-meat-consumption-in-china-changes-landscapes-across-the-globe/#3ba5c62d2443>.

۶. «تغییرات اقلیمی، به سمت دگرگون کردن گسترده و کیفیت زمین‌های کشاورزی پیش می‌رود»، کمیسیون اروپایی علمی برای سیاست‌های زیست‌محیطی، ۱۲ فوریه‌ی ۲۰۱۵،

[https://ec.europa.eu/environment/integration/research/newsalert/pdf/climate\\_change\\_to\\_shift\\_global\\_spread\\_quality\\_agricultural\\_land\\_403na1\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/environment/integration/research/newsalert/pdf/climate_change_to_shift_global_spread_quality_agricultural_land_403na1_en.pdf).

7. Sunil Sazawal et al., “Impact of Micronutrient Fortification of Yoghurt on Micronutrient Status Makers and Growth—A Randomized Double Blind Controlled Trial Among School Children in Bangladesh,” *BMC Public Health* 2013, 13: 514.

۸. سامن پَری، «هزینه‌ی حقیقی لباس‌های ارزان شما: دستمزدهای بردگان برای کارگران کارخانه‌های بنگلادش»،

Post Magazine, June 11, 2016, <http://scmp.com/magazines/postmagazine/article/1970431/true-cost-your-cheap-clothes-slave-wages-bangladesh-factory>.

۹. برای بحثی در مورد عملکرده‌ی فرانسوی و کسب‌وکاری اجتماعی که این عملکرد به راه‌اندازی‌اش کمک کرده، نگاه کنید به محمد یونس و دیگران، «رسیدن به فقیرترین مصرف‌کنندگان جهان غنی»،

Harvard Business Review, March 2015, <http://hbr.org/2015/03/>

reaching-the-rich-worldspooorest-consumers.

## فصل ۴

۱. «میزان بیکاری جوانان در اروپا (کشورهای عضو اتحادیه‌ی اروپایی) از دسامبر ۲۰۱۶ (تنظیم‌شده بر اساس فصل)»،

Statista: The Statistics Portal, <https://www.statista.com/statistics/266228/youthunemployment-rate-in-eu-countries/>.

۲. برای مثال، میزان بیکاری ۶-۷ که اداره‌ی آمار کار ایالات متحده گردآوری می‌کند و مشتمل است بر کارگرانی که «ارتباط حاشیه‌ای» دارند و «دلستر می‌شوند»، ۳-۷ می‌رسد که در رسانه‌ها گزارش می‌شود: نگاه کنید به کیمبرلی آمادئو، «میزان واقعی بیکاری چقدر است؟»

The Balance, February 20, 2017,

<https://www.thebalance.com/what-is-the-realunemployment-rate-3306198>.

۳. گرگوری ویسکوسی، «اروپا، با بن‌بست بیکاری ۱۷ ساله، نسلی را قربانی می‌کند»، Bloomberg, October 7, 2014, <http://www.bloomberg.com/news/articles/2014-10-07/europe-sacrifices-a-generation-with-17-year-unemployment-impasse>.

۴. «شغل مناسب، و دستور کار ۲۰۳۰ برای توسعه‌ی پایدار»، International Labour Organization, <https://www.ilo.org/global/topics/sdg-2030/lang-en/index.htm>.

۵. «پایین آوردن میزان بازگشت به جرم و جنایت»، سرمقاله، Japan Times, November 24, 2014, <http://japantimes.co.jp/opinion/2014/11/24/editorials/lowering-recidivismrate/#.WNjw3hijMyqB>.

## فصل ۵

۱. گاردینر هریس، «عمر دوباره بر زمین ناپدیدشونده: بنگلادش با بالا آمدن دریاها روبه‌رو است و با نتایج تغییرات اقلیمی مواجه است»،

New York Times, March 28, 2014, <https://www.nytimes.com>.

com/2014/03/29/world/asia/facing-rising-seas-bangladesh-confrontsthe-consequences-of-climate-change.html.

۲. «درباره‌ی گروه ب»،

<http://bteam.org/about/>.

## فصل ۶

۱. بخش آموزش عمومی سازمان ملل متحد، «هدف‌های توسعه‌ی پایدار: ۱۷ هدف برای تغییر جهان‌مان»،

<http://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>.

۲. بخش آموزش عمومی سازمان ملل متحد، «هدف ۱: فقر را در همه‌ی شکل‌هایش در همه‌جا پایان دهید. هدف‌های مقطعی مربوط به هدف ۱»،

<http://www.un.org/sustainabledevelopment/poverty/>.

۳. دنیل تُواک، «سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای اجتماعی در کشورهای غربی بالکان»، وبلاگ انجمن اروپایی پروژه‌های انسان‌دوستانه، ۳۰ آگوست ۲۰۱۶،

<https://evpa.eu.com/blog/investing-in-social-businesses-in-the-western-balkans>.

۴. سارا مانیسرا، «او به تغییر چشم‌انداز زنان آسیب‌دیده از جنگ بوسنی کمک کرده است»، Christian Science Monitor, September 15, 2016, <https://www.csmonitor.com/World/Making-a-difference/2016/0915/She-s-helped-change-the-prospects-of-women-affected-by-the-Bosnian-war>.

۵. «همکاران مک‌کین کسب‌وکار اجتماعی به راه می‌اندازند»، وبسایت مک‌کین، ۱۱ جولای ۲۰۱۴،

<http://www.mccain.com/information-hub/news/some-test-news>.

## فصل ۷

۱. مکس آهرنفروند، «نظرسنجی نشان می‌دهد که اکثریت هزاره‌سومی‌ها حالا سرمایه‌داری را رد می‌کنند»،

Washington Post, April 26, 2016, [https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2016/04/26/a-majority-of-millennialsnow-reject-capitalism-poll-shows/?utm\\_term=.cb8dbd4baf70](https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2016/04/26/a-majority-of-millennialsnow-reject-capitalism-poll-shows/?utm_term=.cb8dbd4baf70).

۲. مایکل مانگر، «چرا نمی‌توانید سرمایه‌داری را دقیقاً 'رد کنید'»،

Learn Liberty, May 15, 2016,

<https://www.learnliberty.org/blog/why-you-cant-just-rejectcapitalism/>.

۳. سارا کندیزور، «چرا جوانان امریکایی در حال کنار گذاشتن سرمایه‌داری هستند؟»

Foreign Policy, June 16, 2016,

<https://foreignpolicy.com/2016/06/16/why-young-americansare-giving-up-on-capitalism/>.

۴. سیدا نفیسا نوال، «بازتعریف 'برد-برد': جوانان در کسب‌وکار اجتماعی»،

Daily Star [Dhaka, Bagladesh], July 29, 2016,

<https://www.thedailystar.net/next-step/youthsocial-business-1261174>.

۵. بخش ذیل در مورد سنین پیری و بازنشستگی تا حدی مبتنی است بر سخنرانی محمد یونس در مقام سخنران اصلی در دوازدهمین کنفرانس سالخوردگی جهانی فدراسیون بین‌المللی سالخوردگی (IFA) در حیدرآباد هند، ۱۰ ژوئن ۲۰۱۴.

## فصل ۸

۱. جیسن چوئی، «بازارهای در حال شکل‌گیری می‌توانند شدیداً پرسود باشند - اگر که بر موبایل و ابر تمرکز نکنید»،

Forbes, June 8, 2016, <https://www.forbes.com/sites/groupthink/2016/06/08/emergingmarkets-can-be-wildly-profitable-if-you-arent-focused-on-mobile-andcloud/#66821ab438fe>.

۲. «میک‌سنس چگونه کار می‌کند؟»

MakeSense, November 2015, [https://makesense.s3.amazonaws.com/resources/social\\_entrepreneurs.pdf](https://makesense.s3.amazonaws.com/resources/social_entrepreneurs.pdf).

۳. «میک‌سنس چگونه کار می‌کند؟»

## فصل ۹

۱. شاخص احساس فساد شفافیت بین‌المللی سال ۲۰۱۶، ۲۵ ژانویه‌ی ۲۰۱۷  
[https://www.transparency.org/news/feature/corruption\\_perceptions\\_index\\_2016](https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016).
۲. محمد یونس و کارل وِبر، خلق جهانی بدون فقر (نیویورک، پابلیک افرز، ۲۰۰۷)، فصل ۵.

## فصل ۱۰

۱. بحث ذیل درباره‌ی ملاحظات حقوقی در اصلاح نظام اقتصادی جهان، تا حدی برگرفته از این منبع است: محمد یونس، «گام‌های حقوقی چگونه می‌توانند به هموار کردن مسیر برای پایان دادن به فقر کمک کنند؟»،

Human Rights Magazine, Winter 2008, [https://www.americanbar.org/groups/crsj/publications/human\\_rights\\_magazine\\_home/human\\_rights\\_vol35\\_2008/human\\_rights\\_winter2008/hr\\_winter08\\_yunus.html](https://www.americanbar.org/groups/crsj/publications/human_rights_magazine_home/human_rights_vol35_2008/human_rights_winter2008/hr_winter08_yunus.html).

۲. «جواز فروش برای گلکار»، کمیسیون باغبانی لوئیزیانا،  
<http://www.ldaf.state.la.us/consumers/horticulture-programs/louisiana-horticulturecommission/>.

۳. تعهد بخشش،

<https://givingpledge.org>.

۴. کری ای. دولان، «مارک زاکربرگ تولد نوزادی دختر را همراه با اهدای ۹۹٪ از سهام فیسبوک اعلام کرد»،

Forbes, December 1, 2015, <https://www.forbes.com/sites/kerryadolan/2015/12/01/markzuckerberg-announces-birth-of-baby-girl-plan-to-donate-99-of-his-facebook-stock/#16d43dc218f5>.

۵. محمد ا. یونس و جودیت رودین «جهان را نجات دهید، نفع ببرید»،  
 Bloomberg View, September 25, 2015, <https://www.bloomberg.com/opinion/articles/201509-25/save-the-world-turn-a-profit>.







