



دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی گچساران

نشریه کارآفرینی در کشاورزی
جلد دوم، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۴
<http://jead.gau.ac.ir>

پیشبرد توسعه روستایی از طریق کارآفرینی اجتماعی: آموزه‌های بانک گرامین

*مهنوش شریفی^۱ و سید احمدرضا پیش‌بین^۲

^۱دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، استادیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۵/۵؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۹/۷

چکیده

بسیاری از مسایل جامعه روستایی دارای ماهیت اجتماعی هستند و از این‌رو حل آن‌ها نیازمند راهکارهای اجتماعی نوآورانه است. از این منظر، کارآفرینی اجتماعی می‌تواند به حل مسایل جامعه روستایی، به‌ویژه فقر و نابرابری کمک نماید. کارآفرینی اجتماعی در مناطق روستایی مبین پیگیری مسایل اجتماعی از طریق طرح راهکارهای نوآورانه برای بسیج ایده‌ها، ظرفیت‌ها، منابع و نهادهای اجتماعی موردنیاز برای گذر اجتماعی متوازن است. کارآفرینان اجتماعی می‌توانند به توسعه یک زیست‌بوم کارآفرینانه و الگوی توسعه کسب و کار پایدار در مناطق روستایی مبتنی بر بهره‌برداری از فرصت‌های خاص این مناطق در راستای نیازهای واقعی جوامع روستایی یاری رسانند. جهان تاکنون شاهد تجربه‌های موفقیت‌آمیز متعددی در زمینه کارآفرینی اجتماعی بوده است. بسیاری از این کسب و کارهای اجتماعی، موفقیت‌های قابل توجه‌ای را برای توانمندسازی جوامع فقیر محلی داشته‌اند. آگاهی از این تجربه‌ها می‌تواند الهام بخش سیاستگذاران در سیاستگذاری توانمندساز متناسب فقرا و نیز کارآفرینان و سرمایه‌گذاران در توسعه کسب و کارهای اجتماعی در مناطق محروم باشد. در این مقاله که حاصل یک مطالعه مروری است، مفهوم و مناسبت کارآفرینی اجتماعی برای پیشبرد توسعه جوامع روستایی معرفی شده است و به‌طور مختصر تجربه بانک گرامین به‌عنوان یکی از نمونه‌های موفق کارآفرینی اجتماعی در دنیا شرح داده شده است.

واژه‌های کلیدی: توسعه روستایی، کارآفرینی متناسب فقرا، کارآفرینی اجتماعی، بانک گرامین

*مسئول مکاتبه: mahnoosh_sharifi@yahoo.com

مقدمه

توسعه روستایی عبارت است از مجموعه‌ای از فعالیت‌ها، اعمال و اقدامات کارگزاران متعدد، شامل افراد، سازمان‌ها و گروه‌ها که حاصل آن و نتیجه همگی آن‌ها با هم به بهبود و پیشرفت وضعیت مناطق روستایی منجر می‌شود (Shepherd, 1998). تاکنون سیاست‌ها و رویکردهای مختلفی برای پیشبرد رشد و پیشرفت مناطق روستایی صورت گرفته است. اخیراً مباحث نظری و شواهد تجربی نشان داده‌اند که کارآفرینی از پتانسیل قابل ملاحظه‌ای برای پیشبرد توسعه پایدار روستایی برخوردار است. آشکار شدن قابلیت و ظرفیت‌های توسعه‌ای کارآفرینی سبب شده است که کارگزاران توسعه در بخش‌های گوناگون، از جمله در حوزه توسعه پایدار روستایی مداخله‌گری‌های خویش را بر تسهیل توسعه کارآفرینی استوار سازند.

کارآفرینی در نوع خود مفهومی تفسیر و تأویل‌پذیر و به لحاظ زمینه، کارکرد، درجه خودگردانی و استقلال و یکپارچگی، خصایص و ملزومات و سایر عناصر مرتبط با یک پدیده، قابل تبیین است. از زمان طرح و توسعه کارآفرینی تاکنون شکل‌های متعددی از کارآفرینی، شامل کارآفرینی فردی، کارآفرینی شرکتی، کارآفرینی سازمانی، کارآفرینی گروهی، کارآفرینی جمعی، کارآفرینی تیمی، کارآفرینی اجتماعی و غیره مطرح شده است که هر کدام از خصایص، ملزومات و دستاوردهای خاص خویش برخوردارند. در این بین، کارآفرینی اجتماعی یک رویکرد اجتماعی به کارآفرینی است. واژه کارآفرینی اجتماعی اولین بار در مباحث مربوط به تغییرات اجتماعی در دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ پدیدار شد. این مفهوم در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ توسط بیل درایتون و دیگرانی مانند چارلز لیدبیتر به صورت گسترده‌ای مطرح شد (Martin and Osberg, 2007). مروری بر ادبیات موضوع کارآفرینی اجتماعی ویژگی‌های خود را از بخش‌های متعددی مانند تجارت، خیریه و جنبش‌های اجتماعی گلچین کرده تا راه‌حل‌های بدیعی برای مشکلات اجتماعی یافته و ارزش اجتماعی پایدار و جدیدی ارائه دهد. در طول تاریخ، بی‌شک نمونه‌های شگفت‌آوری از عاملان تغییرهای اجتماعی (مانند فلورانس نایتینگل، سوزان آنتونی،...) بوده‌اند. اما آنچه امروزه تفاوت دارد، مقیاس و دست‌آورد اثرگذاری‌های جدید اجتماعی خلق شده و نیز تنوع حیرت‌آور رویکردهای به‌کار رفته در آن‌ها است (Bornstein, 2004). کارآفرینی اجتماعی به معنای انجام فعالیتی نوآورانه و خلق‌کننده ارزش اجتماعی است که می‌تواند در بخش‌های غیرانتفاعی و تجاری انجام شود. با توجه به این‌که امروزه کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان راه‌کاری اثرگذار و پایدار در راه توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها شناخته می‌شود و هر روزه توجه

بخش‌های گسترده‌تری از جامعه را به خود جلب می‌کند، توجه به این مفهوم در فضای کشور ایران نیز ضرورت دارد (عمرانی و همکاران، ۱۳۸۹). توسعه روستایی نیز بخشی از این فضای توسعه ملی است و می‌توان به طرح کارآفرینی اجتماعی در آن پرداخت.

در حال حاضر می‌توان شاهد موفقیت‌های مختلفی در ارتباط با اقدامات صورت گرفته در زمینه توسعه روستایی بود. یکی از این تجربه‌ها، شکل‌گیری و تکامل بانک گرامین در بنگلادش است. بانک گرامین که تلاشش را با تأمین و مدیریت گردش اعتبارات به‌ویژه برای افراد کم درآمد و گروه‌های محروم آغاز نموده است، اکنون یکی از الگوهای موفق توسعه محلی در سطح جهان به‌شمار می‌رود. تجربه بانک گرامین بواقع مصداق بهره‌گیری از اعتبارات در خدمت توانمندسازی فقرا و پیشبرد کارآفرینی اجتماعی است (کریشنا و همکاران، ۱۹۹۷؛ آپهوف و همکاران، ۱۹۹۸). در این مقاله تلاش شده است تا در ابتدا مفهوم کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان راهبردی برای توسعه روستایی معرفی شود؛ سپس برخی ابتکارات تجربی مبتنی بر این رویکرد مطرح و در بین آن‌ها، تجربه بانک گرامین تشریح شود. در پایان تلاش شده است با مرور این تجربه‌ها، راهکارهایی برای سیاست‌گذاری و پیشبرد توسعه روستایی با رویکرد کارآفرینانه و اجتماعی ارائه شود. به‌واقع هدف اصلی این مقاله شرح مفهوم کارآفرینی اجتماعی در زمینه توسعه روستایی مبتنی بر بازاریابی مفاهیم و شواهد تجربی است.

کارآفرینی اجتماعی بسان راهبرد توسعه

مفهوم کارآفرینی اجتماعی: عبارت کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های در حال توسعه‌ای رواج پیدا می‌کند که هدف‌شان تأمین نیازهای اساسی انسان‌ها است. به‌طوری که تأمین این نیازها از طریق سازمان‌های تجاری و بخش خصوصی امکان‌پذیر نیست (Seelos et al., 2006). از این‌رو هر تعریفی از کارآفرینی اجتماعی باید جایگزین رویکرد اقتصادی و تجاری صرف باشد که کارآفرینان تجاری دنبال می‌کنند (صالحی صدقیانی، ۱۳۸۹).

هر چند که مفهوم کارآفرینی اجتماعی نسبتاً جدید است، اما ابتکاراتی که قابلیت‌های کارآفرینانه را برای حل مسائل اجتماعی به‌کار می‌گیرند، سابقه طولانی دارند. آلود و همکاران (۲۰۰۱) ابتکارهایی را به‌ویژه در مورد مسائل مرتبط با فقر و توانمندسازی جمعیت حاشیه نشین، تبیین نموده‌اند که، روی هم‌رفته بهبود زندگی هزاران نفر در سراسر دنیا را موجب شده‌اند و رشد اقتصادی متناسب با

شرایط فقرا^۱ را به پیش برده‌اند. باید یادآوری نمود که در بیشتر زمینه‌های کنش اجتماعی، فعالیت‌های کاربردی کارآفرینی اجتماعی، پیش‌روتر از تئوری‌پردازی‌های مرتبط با کارآفرینی اجتماعی می‌باشد. مفهوم کارآفرینی دارای یک سابقه طولانی در ارتباط با راه‌اندازی، توسعه و مدیریت کسب‌وکارها می‌باشد. کارآفرینی اجتماعی به لحاظ فرآیندی تا حدودی با سایر گونه‌های کارآفرینی همساز است. توسعه یک ایده جدید یا گسترش یک ایده قدیمی، مطالعه و بررسی ایده‌ها و آماده‌کردن یک طرح کسب و کار، طرح بازاریابی و بررسی امکانات از مراحل فرآیند کارآفرینی اجتماعی با رویکرد توسعه کسب و کار برشمرده شده است. همچنین، رسیدن به یک برداشت و بینش در مورد نیازها و فرصت‌ها، همسازسازی اندیشه‌ها و ایده‌ها با فرصت‌ها، کسب توانایی و منابع موردنیاز و نهایتاً اجرای هدفمند، گام‌های اصلی کارآفرینی اجتماعی معرفی شده است.

برخی کارآفرینی اجتماعی را منحصربه‌سازمان‌های غیرانتفاعی که برای پیشبرد اهداف خود، فعالیت‌های سودآور و درآمدزا انجام می‌دهند، می‌دانند. بعضی این مفهوم را برای تمام کسانی که نسبت به راه‌اندازی سازمان‌های غیرانتفاعی اقدام می‌کنند به‌کار می‌برند. گروهی آن را تنها مختص دست‌هایی از فعالیت‌های سازمان‌های انتفاعی می‌دانند که اهداف عام‌المنفعه دارند. جرج دیز در مقاله خود با عنوان «معنای کارآفرینی اجتماعی» می‌گوید: «کارآفرینان اجتماعی گونه‌ای از کارآفرینان با اهداف اجتماعی هستند. به‌نظر او، افرادی که در کارشان نوآوری بیشتری داشته و منجر به ایجاد توسعه اجتماعی می‌شوند، به طبع کارآفرین‌تر هستند.» بدین ترتیب کارآفرینی اجتماعی می‌تواند شامل دنبال کردن اهداف اجتماعی در جریان فعالیت‌های تجاری مانند تأسیس صندوق‌های اعتبارهای خرد، و یا یافتن راه‌حلی نو برای پاسخ‌گویی به معضل‌های اجتماعی باشد (Dees, 1998).

مرکز کارآفرینی اجتماعی کانادا، کارآفرینی اجتماعی را مجموعه‌ای متنوع از موضوع‌ها تلقی می‌کند که در دو بخش قرار می‌گیرند؛ نخست در بخش انتفاعی، کارآفرینی اجتماعی فعالیت‌هایی را شامل می‌شود که بر اهمیت بخش خصوصی در جامعه و نقش اجتماعی این بخش تأکید می‌کند و به دنبال کسب مزایایی هستند که «کارهای خوب را به روش درست انجام دهند»، دوم به فعالیت‌هایی اشاره دارد که رویکردهای کارآفرینی را در بخش غیرانتفاعی به‌منظور افزایش اثربخشی سازمانی و پایداری طولانی مدت تشویق می‌کند (Cooper et al., 1994). بنابراین می‌توان گفت کارآفرینی اجتماعی، پدیده‌ای رفتاری در سازمان‌های غیرانتفاعی و با هدف ایجاد ارزش اجتماعی با بهره‌برداری از فرصت‌ها است (2006, Weerawardena and Mort).

محققان میان سه شکل مختلف کارآفرینی اجتماعی تمایز قایل هستند (عمرانی و همکاران، ۱۳۸۹). یک گروه، کارآفرینی اجتماعی را ابتکار عمل سازمان‌های غیرانتفاعی، برای کسب درآمدهای اضافی، پس از روبه‌رو شدن با قطع بودجه‌های دولتی، کمک‌های نقدی، فردی و شرکتی، افزایش رقابت، افزایش نیازهای اجتماعی و فشار حامیان مالی برای کوچک شدن و ادغام، می‌دانند. گروه دوم، کارآفرینی اجتماعی را ابتکار عمل کارآفرینان مستقل برای رفع یک مشکل اجتماعی مشخص تعریف می‌کنند. گروه سوم کارآفرینی اجتماعی را مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تجاری فعال در بخش حدواسط (بین دولت و بخش خصوصی) می‌دانند (Mair and Noboa, 2003).

براون و همکاران (۲۰۰۴) معتقدند که کارآفرینی اجتماعی با سه روش مرتبط به هم مفهوم‌سازی می‌شوند؛ نخست کارآفرینی اجتماعی ترکیبی از اثرگذاری‌های اجتماعی، مؤسسه‌های تجاری و اقتصادی تلقی می‌شود؛ دوم، توجه به ویژگی نوآوری کارآفرینان اجتماعی و اثرگذاری‌های اجتماعی آن و بی‌توجهی به فعالیت‌ها و اقدام‌های اقتصادی؛ سوم، توجه به قابلیت‌ها و توانایی‌های کارآفرینان اجتماعی در سرعت بخشیدن به تغییرهای اجتماعی به جای توجه صرف به جست و جوی راه حل به مسایل اجتماعی که در رویکردهای قبلی دنبال می‌شد (Lafuente, 2005).

کارآفرینان اجتماعی اغلب چون به جای کسب و کارهای متداول، دارای چشم‌انداز راهبردی، پویا و متنوع هستند و از آنجایی که نمی‌خواهند ماموریت اجتماعی خود را از بین ببرند در هر کجا که ممکن باشد به دنبال متحدان و منابع می‌گردند. از این‌رو بسیاری از آن‌ها همزمان با دولت، نهادهای بشردوستانه، بخش داوطلبانه، بانک‌ها و نیز بازار تجاری همکاری می‌کنند (Nicholls, 2006).

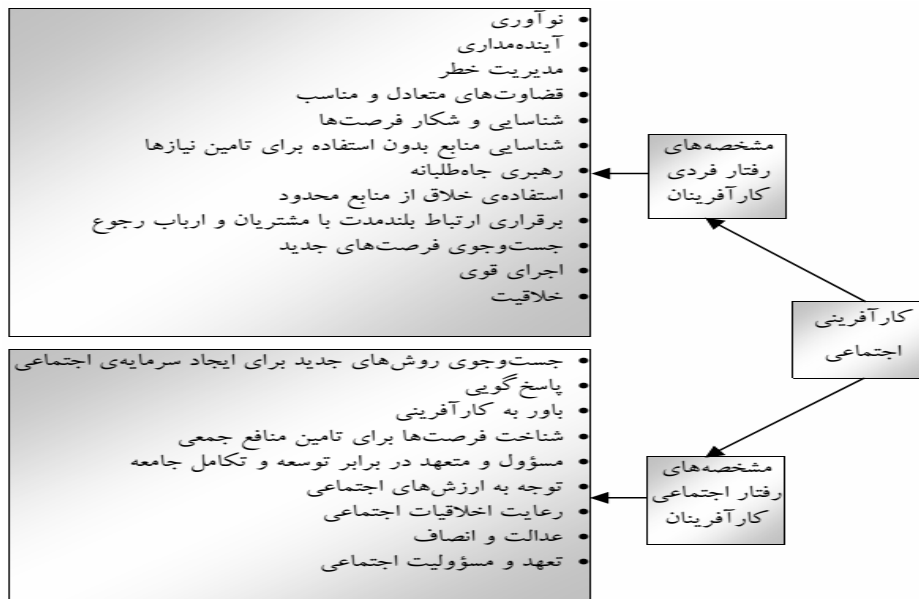
هنگامی که مفهوم کارآفرینی در مباحث اجتماعی به‌کار می‌رود، معانی گوناگونی پیدا می‌کند. به‌عنوان مثال برخی بر مفهوم کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان "ترکیبی از کسب و کارهای تجاری با اثرات اجتماعی" تمرکز کرده‌اند. در این دیدگاه کارآفرینان از مهارت‌های کسب و کار و دانش استفاده کرده‌اند تا کسب و کارهایی را ایجاد کنند که علاوه بر این‌که از نظر تجاری با دوام هستند، در تحقق اهداف اجتماعی و توسعه محلی نیز سهیم هستند. سازمان‌های غیرانتفاعی، ممکن است، برای رسیدن به اهداف اجتماعی خود، نسبت به فراهم نمودن یارانه‌های تجاری و استفاده از آن برای ایجاد اشتغال یا درآمد، اقدام نمایند. سازمان‌های انتفاعی، ممکن است بخشی از سود خود را واگذار کنند، یا فعالیت‌های خود را برای رسیدن به اهداف اجتماعی سازمان دهند. در این ابتکارات، سازمان‌ها برای پیشبرد و حفظ فعالیت‌های اجتماعی خود، از منابع به‌دست آمده از فعالیت‌های اقتصادی موفق استفاده

می‌نماید. برخی دیگر بر کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان "نوآوری برای پیامدهای اجتماعی"^۱ تمرکز کرده‌اند. در این دیدگاه، به آن دسته از نوآوری‌ها و مناسبات اجتماعی توجه می‌شود که، سبب‌ساز پیامدهایی برای حل مسائل اجتماعی هستند و اغلب توجه نسبتاً کمی به معیار دوام اقتصادی در حوزه کسب و کار مبذول می‌شود (Dees, 1998).

زهرا و همکاران (۲۰۰۸) با بررسی ۲۰ تعریف کارآفرینی اجتماعی آن‌ها را ترکیب کرده و یک تعریف جامع ارائه دادند. به باور آن‌ها کارآفرینی اجتماعی عبارت است از: فعالیت‌ها و فرآیندهایی که متعهد به کشف، تعریف و بهره‌برداری از فرصت‌ها به‌منظور ارتقای ارزش‌های اجتماعی و با اقدام‌های جدید و مدیریت سازمان‌های موجود به شیوه نوآورانه انجام می‌شود. ارزش‌های اجتماعی شامل همه جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، بهداشتی و محیطی رفاه انسانی می‌شود. در نتیجه برخلاف برخی که کارآفرینی اجتماعی را با رویکرد حل مسایل اجتماعی تعریف می‌کردند، در تعریف جدید کارآفرینی اجتماعی فراتر از جست و جوی راه حل برای مسایل اجتماعی و تأمین نیازهای عمومی، ایجاد تغییرها و جست و جوی فرصت‌های جدید به‌دست آمده از این تغییرها است. از سوی دیگر براساس این تعریف جدید، مؤسسه‌های اجتماعی و خیریه‌ها از حالت انفعالی خارج شده و به جست و جوی فرصت‌های جدید برای سرمایه‌گذاری و کسب درآمد اقدام می‌کنند، لازمه تحقق این هدف اتخاذ راهبرد فعالانه در این زمینه است (صالحی صدقیانی، ۱۳۸۹).

چنانچه در شکل (۱) آمده است رفتار کارآفرینان اجتماعی علاوه بر ویژگی‌های فردی، دارای مجموعه‌ای از جهت‌گیری‌های اجتماعی است. جرج دیز در مقاله‌ای مرجع به شش ویژگی عمده کارآفرینان اجتماعی اشاره می‌کند: (۱) عامل تغییر در قلمرو اجتماعی هستند؛ (۲) برای خلق و نگهداری مأموریت اجتماعی ارزش تعریف می‌کنند؛ (۳) مجدانه در پی کشف و پیگیری فرصت‌های جدید برای رسیدن به هدف هستند؛ (۴) به‌طور مداوم خود را درگیر فرآیند نوآوری، یادگیری و انطباق می‌کنند؛ (۵) بی‌باکانه و بدون محدود شدن توسط منابع در دسترس، فعالیت می‌کنند؛ (۶) در برابر مخاطبان خود پاسخگو هستند (Dees, 1998). کارآفرینان اجتماعی افرادی عادی هستند که کارهایی غیرعادی انجام می‌دهند (Mair and Noboa, 2003). این کار مستلزم برخورداری از ویژگی‌های فردی خاصی است که دیز برشمرده است (عمرانی و همکاران، ۱۳۸۹): (۱) رویاپردازی: آن‌ها چشم‌اندازی از آینده خود، سازمان و جامعه‌شان داشته و می‌توانند رویاهایشان را به واقعیت درآورند؛ (۲) قاطعیت: آن‌ها زمان را هدر نمی‌دهند، به سرعت تصمیم می‌گیرند و چابکی از عوامل کلیدی موفقیت‌شان است؛ (۳) عمل‌گرایی:

وقتی نسبت به مجموعه‌ای از فعالیت‌ها تصمیم می‌گیرند، آن را به سرعت اجرا کرده و تغییرهای لازم را در حین اجرا اعمال می‌کنند؛ (۴) عزم و اراده: کار خود را با تعهد کامل انجام می‌دهند و حتی در مواجهه با موانعی که به نظر غیرقابل نفوذ هستند به ندرت تسلیم می‌شوند؛ (۵) پشتکار خستگی‌ناپذیر: ساعات کار زیاد و گاه شبانه‌روزی، وقتی کارآفرین اجتماعی قصد، عملی کردن ایده جدیدی را دارد چندان غیرعادی نیست؛ (۶) جان‌سختی شورمندان: آن‌ها به کاری که می‌کنند عشق می‌ورزند. این عشق آن‌ها را در برابر سختی‌ها مصمم نگه داشته و عاملی نیرو بخش برای رسیدن به اهداف‌شان می‌شود؛ (۷) اشراف و ریزی‌بینی: آن‌ها به‌ویژه در مراحل آغاز و توسعه کسب و کار باید بر تمام جزئیات مسلط باشند؛ (۸) مسئولیت‌پذیری خوداتکا: آن‌ها تمایل دارند که مسئول سرنوشت خویشان باشند نه این‌که بر دیگری تکیه کنند؛ (۹) صرفه‌جویی: ثروتمند شدن، اولین هدف کارآفرینان اجتماعی نیست، اما پول برای زنده نگه داشتن کسب و کار آن‌ها واجب است. آن‌ها اقتصاد کسب و کار را می‌فهمند و برای پایدار بودن آن بی‌وقفه کوشش می‌کنند؛ (۱۰) تفویض اختیار: آن‌ها مسئولیت‌ها را میان ذینفعان تفویض می‌کنند، با این کار به دیگران احساس مالکیت در فعالیت‌ها را می‌دهند.



شکل ۱- الگوی رفتاری کارآفرینی اجتماعی (صالحی صدقیانی، ۱۳۸۹).

هر چند برخی براین باورند که پردازش مفهوم در حال توسعه کارآفرینی اجتماعی، بر مفهوم‌سازی پیشینی در مورد کارآفرینی استوار بوده و تمامی عوامل مرتبط با کارآفرینی، با کارآفرینی اجتماعی نیز مرتبط است، اما نیاز است وجه تمایز کارآفرینی اجتماعی از کارآفرینی متعارف در شکل فردی و تجاری آن که بیشتر بر فعالیت اقتصادی، بهره‌وری، راه‌اندازی کسب و کار با رویکرد انتفاعی، ابداع و نوآوری در مسیر توسعه اقتصادی است، برجسته شود. کارآفرینان اجتماعی چه در آغاز راه که بر کاوش مسایل اجتماعی و نه لزوماً فرصت‌های اقتصادی استوار است، و چه به لحاظ انگیزه و هدف‌گیری که غیرانتفاعی و متوجه حل مسایل اجتماعی و بهبود شرایط زیست جمعی است، متمایز عمل می‌کنند. هر چند آن‌ها به‌خاطر ماهیت عمل کارآفرینانه به نوآوری و شکوفاسازی این نوآوری و در نتیجه رسیدن به سود و درآمد مبادرت می‌رزند، اما این سود و درآمد هدف نیست، بلکه ابزاری برای سرمایه‌گذاری اجتماعی است. بنابراین پیامد رفتار آن‌ها را می‌بایست از نظر شاخصه‌های چون توانمندسازی گروه‌های هدف، توسعه زیرساخت‌ها و شرایط زیست انسانی و کیفیت زندگی مردم مورد ارزیابی قرار داد. در حالی که کارآفرینان را به‌طور متعارف «نوآور، بازارگرا، سوداندیش، عامل تغییر و موتور محرکه توسعه اقتصادی» معرفی نموده‌اند؛ کارآفرینان اجتماعی را می‌توان «نوآور، جامعه‌گرا، مسئله‌مند، عامل تغییر اجتماعی و موتور محرک توسعه اجتماعی» در نظر گرفت.

دستاوردها و پیامدهای کارآفرینی اجتماعی: تغییر نوآورانه سازنده با هدف‌گیری اجتماعی: در سال‌های اخیر، کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان منبع مهمی از ثروت اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و زیست محیطی شناسایی شده است (Urbano et al., 2010) و پژوهش‌ها و سیاست‌گذاری‌ها با توجه به این ایده که کارآفرینان اجتماعی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی مهم هستند، انجام شده و می‌شوند. به‌واقع کارآفرینی اجتماعی در حل مشکلات اجتماعی موجود در چارچوب نهادی و بسیاری از مشکلات مردم که با وجود تلاش‌های سنتی و سازوکارهای اجتماعی هنوز رفع نشده‌اند یاری دهنده است (Yunus and Weber, 2007). فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی بر رشد جوامع و اقتصاد، کاهش فقر و بهبود توسعه اقتصادی در مقیاس بزرگ تأثیر می‌گذارد (Zahra et al., 2009). جنبه مشترک مؤسسه‌های اجتماعی که امروزه به آن توجه ویژه‌ای می‌شود، تأکید بر برآوردن نیازهای اجتماعی و ظهور ارزش‌های اجتماعی از طریق نوآوری‌های اجتماعی است که به تبع آن موجب تغییرات اجتماعی می‌شوند (آراستی و همکاران، ۱۳۹۱).

کارآفرینان اجتماعی کسانی هستند که مسایل اجتماعی را شناسایی و از اصول کارآفرینی برای سازماندهی و مدیریت فعالیت‌هایی که موجب تغییرهای اجتماعی می‌شوند، استفاده می‌کنند. در حالی که کارآفرینان اقتصادی عملکرد خود را با شاخص‌های سود و بازگشت سرمایه ارزیابی می‌کنند، کارآفرینان اجتماعی موفقیت خود را با شاخص‌های اثرگذاری و میزان آن در جامعه می‌سنجند (Truran, 2007)، استفاده شده هستند. در نتیجه با استفاده از اصول کارآفرینی مسایل اجتماعی تبیین می‌شود. بنابراین به باور تروران موفقیت کارآفرینی اجتماعی با فرمول زیر سنجیده می‌شود (صالحی صدقیانی، ۱۳۸۹):

منافع انسانی + نوآوری + پیشگامی + عامل تغییر + اثرگذاری اجتماعی = موفقیت کارآفرینی اجتماعی

از بعد عملکرد و اثرات می‌توان تفاوت میان کارآفرینی اقتصادی و کارآفرینی اجتماعی را ناشی از چهار متغیر اصلی زیر دانست (عمرانی و همکاران، ۱۳۸۹):

۱- نقصان بازار، نقصان بازار فرصت‌های کارآفرینانه متفاوتی برای کارآفرین اجتماعی و کارآفرین اقتصادی پدید می‌آورد. در شرایط خرابی، یک مشکل برای کارآفرین اقتصادی امکان دارد فرصتی برای کارآفرین اجتماعی باشد.

۲- ماموریت، هدف اصلی کارآفرین اجتماعی خلق ارزش اجتماعی بوده و حال آنکه هدف کارآفرین تجاری تولید سود اقتصادی است. ماموریت، تمایزهای بنیادینی میان کارآفرینی تجاری و کارآفرینی اجتماعی ایجاد می‌کند که در حوزه‌های مختلف مدیریتی و خاصه انگیزش فردی قابل مشاهده است.

۳- بسیج منابع، ماهیت محدود کننده توزیع ناپذیر بودن مازاد تولید شده توسط کسب و کار اجتماعی و هدف اجتماعی تنیده در ماموریت آن کسب و کار، کارآفرین اجتماعی را نسبت به استفاده از بازار سرمایه محدود می‌کند. در کسب و کار اجتماعی، پرداخت پاداش یکسان به کارمندان در مقایسه با کسب‌وکارهای اقتصادی دشوار است. کارمندان سازمان‌های کارآفرینانه اجتماعی به‌طور عام ارزش بسیاری برای پاداش‌های غیرنقدی قایل هستند. از این‌رو در کارآفرینی اقتصادی و کارآفرینی اجتماعی رویکردهای مدیریتی متفاوتی نسبت به بسیج منابع مالی و منابع انسانی وجود دارد.

۴- سنجش بهره‌وری، در کارآفرینی اجتماعی افزون بر سود اقتصادی، ارزش اجتماعی نیز باید اندازه‌گیری شود. معیارهای قابل سنجش مانند شاخص‌های مالی، سهم بازار و رضایت مشتری،

سنجش میزان بهره‌وری کسب و کار اقتصادی را آسان می‌کنند. هدف اجتماعی کارآفرین اجتماعی سبب می‌شود که وی در سنجش میزان بهره‌وری با مشکل مواجه شود. افزون بر این ذینفعان مالی و غیرمالی متعددی که سازمان کارآفرینانه اجتماعی بر آن‌ها متکی است تعداد و تنوع بیشتری دارند که در نهایت منجر به پیچیدگی مدیریت این روابط خواهد شد. اندازه‌گیری «تغییرهای اجتماعی» نیز چالش برانگیز بوده و از این رو سنجش کارایی اثرگذاری‌های اجتماعی یک متمایزکننده اساسی است (Austin et al., 2006).



شکل ۲- عوامل نهادی تأثیرگذار بر پیدایش فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی (آرامتی و همکاران، ۱۳۹۱)

کارآفرینان اجتماعی نقش عامل تغییر را در بخش اجتماعی بازی می‌کنند، این نقش از طریق مأموریت برای ایجاد و حفظ ارزش‌های اجتماعی (نه صرفاً ارزش اقتصادی)، شناسایی و جست‌وجوی مستمر فرصت‌های جدید برای حفظ این مأموریت، درگیر شدن با فرآیندهای مستمر نوآوری، انعطاف‌پذیری و یادگیری، اقدام به کار بدون محدود شدن به منابعی که در دسترس قرار دارد و پاسخ‌گویی در برابر اقدام‌های انجام شده و نتایج به‌دست آمده محقق می‌شود (Dees et al., 2001, 2002; Davis, 2002).

به‌طور کلی می‌توان گفت «ماموریت» عامل اصلی متمایزکننده کارآفرینی اجتماعی از کارآفرینی اقتصادی بوده و ماموریت کسب و کار اجتماعی، محدودیت‌های ایدئولوژیکی برای صاحبان و مدیران این کسب و کارها فراهم می‌آورد و آن‌ها را ناچار به انتخاب روش‌های متفاوت درآمدزایی، بسیج منابع و تقسیم سود می‌کند. همچنین سنجش کارایی کسب و کار اجتماعی نسبت به کسب و کار اقتصادی متفاوت است (عمرانی و همکاران، ۱۳۸۹). کارآفرینان اجتماعی با راه‌حل‌های اقتصادی، درآمدزا و مقرون به‌صرفه به حل مشکلات اجتماعی می‌پردازند.

شواهد و آموزه‌هایی از کارآفرینی اجتماعی در حوزه توسعه روستایی و فقرزدایی: هرچند عبارت «کارآفرینی اجتماعی» عمر چندانی ندارد، اما ما به ازای عملی این مفهوم از دیرباز وجود داشته، کارآفرینان اجتماعی زیادی در طول قرن‌های مختلف فعالیت‌های بشردوستانه‌ای برای ایجاد تحول در جوامع انجام داده و مؤسسه‌های بسیاری توسط آن‌ها تأسیس شده است. تخصیص واژه جدید به این مفهوم قدیمی، به این دلیل اهمیت دارد که این حوزه عملی، هویت علمی پیدا کرده و مرزهایی هرچند مبهم برای آن تعریف می‌شود. در حال حاضر از افرادی مانند محمد یونس (موسس بانک گرامین)، پیر امیدیار (مؤسس فروشگاه مجازی)، خوزه ورونیکا (ابداع‌کننده نظام مراقبت و پرستاری از بیماران در خانه)، رابرت ردفورد (موسس بنیاد فیلم‌سازان مستقل) و ... به‌عنوان کارآفرینان اجتماعی موفق دنیا نام برده می‌شود (Martin and Osberg, 2007). همان‌طور که کارآفرینان تغییرهایی در وضعیت کسب و کار به‌وجود می‌آورند، کارآفرینان اجتماعی نیز به مثابه عاملان تغییرهای اجتماعی عمل می‌کنند، آن‌ها با بهره‌برداری از فرصت‌هایی که توسط دیگران نادیده گرفته می‌شود، نسبت به رشد جامعه با رویکردهای جدید و خلق راه‌حل‌هایی برای بهبود وضع آن اقدام می‌کنند. بیل درایتون، بنیان‌گذار موسسه آشوکا اعتقاد دارد: «کارآفرینان اجتماعی نه تنها با دادن ماهی به فرد گرسنه راضی نمی‌شوند، بلکه حتی آموزش ماهیگیری به فرد نیز قانع‌شان نمی‌کند، بلکه آن‌ها به دنبال ایجاد تحول در صنعت ماهیگیری هستند (عمرانی و همکاران، ۱۳۸۹).

در نقاط مختلفی از دنیا، مواردی از کارآفرینی اجتماعی که در آن‌ها مردم با ایفای نقش‌های کارآفرینانه، نسبت به ایجاد تغییراتی در راستای منافع جوامع خود اقدام کرده‌اند، تجربه شده است. در ادامه، تجربه گرامین بانک به‌عنوان نمونه‌ای از کارآفرینی اجتماعی فقرزدا به‌طور مختصر معرفی شده است.

زمینه رشد و نمو بانک گرامین: خاستگاه بانک گرامین به سال‌ها پیش بر می‌گردد، زمانی که دکتر محمد یونس، استاد و رئیس برنامه اقتصاد روستایی در دانشگاه "چیتاگانگ" برنامه تحقیق عملی‌ای را با هدف امکان‌سنجی طراحی و پیاده‌سازی یک چهارچوب بانکداری مفهومی جهت ارائه خدمات بانکداری به روستاییان رهبری نمود. پروژه تحقیق عملی که وی "پروژه بانک گرامین" نامید، اهداف زیر را دنبال می‌نمود (شریف‌زاده و شریفی، ۱۳۸۶):

- ارائه تسهیلات بانکی به زنان و مردان فقیر؛
- حذف رابطه استثماری بین وام‌دهندگان و وام‌گیرندگان فقیر؛
- ایجاد فرصت خود اشتغالی برای توسعه منابع انسانی، درآمدزایی و کارآفرینی؛
- اولویت‌بخشی به مردم ناب‌خوردار و تهیدست در قالب یک ساختاری که به آن‌ها اجازه می‌دهد شرایط خویش را درک کنند، تعهدات خویش را بشناسند و در پی عمل برآیند؛ و
- وارونه کردن چرخه مزمن درآمد کم، سرمایه کم و اعتبار کم جهت دستیابی به درآمد، اعتبار و سرمایه در قالب گروه‌های محروم روستایی.

محمدیونس، مؤسس بانک گرامین معتقد بوده است اگر منابع مالی در اختیار فقرا قرار گیرد، آن‌ها می‌توانند با میلیون‌ها حرفه کوچک خود بزرگترین شگفتی توسعه را سبب شوند. این باور بنیانگذار، ریشه در ناکامی ساختار بانکداری سنتی در پوشش نیازمندان دارد. مؤسس بانک گرامین، اعتبار را اسلحه قدرتمندی دانسته و دسترسی آحاد بشر به اعتبارات موردنیاز را یک اصل از حقوق بشر می‌داند. با اعتبار و منابعی که شخص به دست می‌آورد قدرتمند شده و می‌تواند در سرنوشت فردی، خانوادگی و اجتماعی خویش تأثیرگذار شود. اعتبار فرصت دسترسی به منابع را ایجاد می‌کند و اساسی را برای آزادی اقتصادی و توانمندی اجتماعی فقرا به‌خصوص زنان فراهم می‌سازد.

یونس به‌عنوان بنیانگذار بانک گرامین که عمق فقر روستایی در کشور فقیر بنگلادش را از یک‌سو و نقش اعتبارات در کاهش فقر را از دیگر سو به خوبی درک نموده بود، در ابتدا تلاش نمود تا طرح خود را در قالب ساختار سنتی بانک‌های فعال وسعت بخشد و به مسئولان امر نشان داد که آن‌ها می‌توانند وام‌های بدون وثیقه به فقرای جامعه بدهند. در پاسخ، مسئولان بانک‌ها ادعا کردند که وام‌گیرندگان نمی‌توانند سازماندهی مناسبی برای بازپرداخت وام‌ها داشته باشند؛ این وام‌های خرد تنها برای پوشاندن هزینه‌های جاری است و کمتر به کار سرمایه‌گذاری مولد با بازده قابل قبول می‌آید و اینکه زنان وام‌گیرنده اعتبارات دریافتی و سرمایه و بازده حاصله را به همسران خود منتقل می‌کنند. در کل، منتقدان بر

این باور بودند که حتی اگر وام دهندگان این موانع را نیز در نظر داشته باشند، فقرا می‌بایست بار مسئولیت قرض‌گیری و به‌عبارتی پس‌دهی متعهدانه و منظم وام‌ها را برعهده گیرند. این امر با توجه به تهیدستی و بی‌پشتوانگی گروه‌های موردنظر، غیر عملی به‌نظر می‌رسید و عقلانیت اقتصادی حاکم بر نگرش و تصمیم‌گیری مسئولان بانک‌ها آن را توجیه نمی‌نمود (Yunus and Jolis, 1998).

در پاسخ به چالش مربوط به بی‌رغبتی و سرباززدن بانک‌های سنتی از طرح وام‌دهی به گروه‌های محروم، یونس به ایجاد مؤسسه اعتباری خویش یعنی بانک گرامین روی آورد. داستان بانک گرامین بنگلادش در واقع نمونه‌ای از فعالیت‌های سامان یافته در زمینه اقتصاد خرد محسوب می‌شود. این بانک در سال ۱۹۷۶ به‌عنوان بانکی که پس از دولت، قانون به آن اجازه پرداخت و در مقابل، قبول بازپرداخت‌ها را می‌داد، ایجاد شد. بانک گرامین از واژه "gram" که در زبان بنگالی به معنی روستا است، مشتق شده است. طبق ارزیابی‌های به عمل آمده تا قبل از سال ۱۹۹۷ بانک گرامین سهامی در حدود ۲۶۰ میلیون دلار و ۲/۳ میلیون نفر عضو داشت. بسیاری از اعضا بسیار فقیر بوده و ۹۰ درصد آن را زنان تشکیل می‌دادند. بیش از ۹۸ درصد بازپرداخت‌ها وصول شد و متوسط پرداخت در سال ۱۹۹۷، ۱۷۰ دلار بود (Schreiner, 2003).

بانک گرامین روند بانکداری سنتی را با حذف لزوم ارایه وثیقه تغییر داده است و سیستمی بر پایه اعتماد دو طرفه، نظارت شدید، پاسخگویی، مشارکت و خلاقیت ایجاد کرده است. شرط ارایه وثیقه به شکل سنتی هرگونه حق دسترسی برابر به اعتبار از سوی فقرا را با محدودیت مواجه می‌سازد و آن‌ها را از چرخه اقتصاد و سرمایه‌گذاری و مزایای آن محروم می‌نماید. در بانک گرامین، اعتبار به‌عنوان یک هموارگر مسیر توسعه به‌شمار می‌رود. اعتبار به‌عنوان عامل توانمندسازی و عنصر تواناسازی در توسعه شرایط اقتصادی-اجتماعی فقرا که در خارج از قلمرو خدمات بانکداری متعارف بسر می‌برند، محسوب می‌شود. بر این اساس هر کس می‌تواند راه مشخصی برای زندگی خود انتخاب کند و به‌این سان، توسعه که به باور آمارتیا سن (۱۹۹۹) به‌واقع فرصت آزادی انتخاب است، محقق می‌شود. بانک گرامین وام‌های خود را وسیله‌ای برای سودرسانی اجتماعی می‌داند زیرا با استفاده از آن فقرا مهارت‌های بالقوه خود در امر تولید، کسب درآمد و خود اشتغالی را تحقق می‌بخشند. در کنار فعالیت‌های اقتصادی، زمینه برای انتخاب، مسئولیت‌پذیری گروهی، اشتراک، مالکیت و خودیاری مهیا می‌شود. فراهم‌سازی شرایط مناسب برای سامان‌دهی زندگی محرومان و افراد آسیب‌پذیر و نیز حل معضل بیکاری از طریق اشتغال و درآمدزایی بهتر از راه‌حلی‌هایی همچون بیمه بیکاری و

کمک‌هزینه‌های رفاهی می‌داند. زیرا از این طریق فرد بیش از آن‌که یک درماننده منفعل و نیازمند پوشش حمایتی بر مبنای کمک‌های خیریه‌ای باشد، یک نیروی فعال به‌شمار می‌رود که توان ساماندهی امور اجتماعی و اقتصادی خویش را با کسب حمایت‌های تسهیلات‌گراانه دارا می‌باشد و می‌تواند در سرنوشت خود، خانواده و جامعه‌اش سهیم شود. علاوه بر این با مشارکت فقرا در امور اقتصادی و اجتماعی آن‌ها به نوعی به جامعه پیوند می‌خورند و اجتماعی می‌شوند و با کسب توان کنترل سرنوشت و دستیابی به شرایط انسانی‌تر، قدرتمند می‌شوند. برخلاف روند معمول کمک‌های حمایتی مصرفی و یارانه‌ای احتمال بازگشت آن‌ها به چرخه پیچیده فقر که تصویرگر یک منجلاّب و مرداب زندگی غیرانسانی است، به شدت کاهش یافته و در بسیاری از موارد این احتمال خصوصاً در پرتو حمایت‌های هدفمند و تسهیلات‌گراانه توسعه از بین می‌رود و آن‌ها از حاشیه زندگی اجتماعی به متن جامعه می‌آیند و به این طریق از خطر فراموش شدن برکنار می‌مانند. بانک گرامین از اعتبارت به‌عنوان عامل تحریک رشد اقتصادی و مشارکت فقرا در کسب و کارهای خرد بهره‌گرفته و همواره تلاش نموده است شش اصل زیر را مبنای کار خود قرار دهد (شریف‌زاده و شریفی، ۱۳۸۶):

- بانک تنها به فقیرترین افراد روستایی بی‌زمین وام خواهد داد؛
 - بانک بیشتر بر روی ارائه خدمات به زنان متمرکز است، چنان‌که ۹۴ درصد از مشتریان یا به‌واقع اعضای بانک را زنان تشکیل می‌دهند؛
 - پرداخت این وام‌ها نیازی به وثیقه ندارد؛
 - وام‌گیرندگان تصمیم گرفت تا برای پرداخت وام به فعالیت تجاری بپردازند؛
 - بانک وام‌گیرندگان را در کسب موفقیت حمایت و کمک خواهند کرد؛ و
 - وام‌گیرندگان کمترین بهره لازم را برای استفاده از تسهیلات اعتباری بانک پرداخت خواهند کرد.
- بانک گرامین به‌خاطر نوآوری در روند ساماندهی خدمات اعتباری گروه‌مدار برای فقرای روستایی توجهات جهانی را به خود جلب کرده است. این بانک اعتبارات و نهاده‌های سازمان یافته‌ای برای افراد فقیری که به‌علت عدم داشتن وثیقه از سیستم اعتباری رسمی محروم مانده‌اند، ارائه می‌دهد. بانک گرامین مسئولیت‌های گروهی را جایگزین وثیقه کرده است. بر این اساس میزان دسترسی فرد به وام و تسهیلات مربوطه توسط رفتار متعهدانه و بازپرداخت گروهی تعیین می‌شود. بانک گرامین به‌وسیله سازماندهی و آموزش گروهی فقرا، شرایط اجتماعی و مالی لازم را برای آن‌ها فراهم می‌آورد تا قادر شوند تسهیلات دریافتی را در جهت اشتغال، کسب درآمد و بهبود معیشت خویش به‌کار گیرند.

همچنین بانک شرایطی را برای توسعه اجتماعی فراهم می‌آورد که در پرتو آن فقرا می‌توانند مسئولیت فردی و اجتماعی بهبود معیشت خویش را برعهده گیرند. در همین راستا بانک گرامین تلاش نموده است تا شرایط مالی-اجتماعی، امور تولیدی، درآمدزایی، تشکیل پس‌انداز و سرمایه و بازپرداخت منظم وام‌ها از سوی اعضا نیز هموار گردد و آن‌ها بتوانند در رشد و ترقی بانک گرامین مشارکت داشته باشند.

تنوع کارکردی بانگ گرامین: ابتکار بانک گرامین موجب تغییر فضای فرهنگی جوامع محلی فقرزده شده است. وام‌گیرندگان بر مبنای فرهنگ ترویج شده از سوی بانک گرامین در برابر فرهنگ و رسوم گذشته مانند قوانین پدرسالاری ایستادگی می‌کنند. علاوه بر این بانک گرامین با رویکردی جامع، تلاش نموده است تا فراتر از اعتبارات، به سایر جوانب نظام معیشتی اعضا بپردازد. به عنوان مثال آموزش‌هایی در زمینه تغییر بهبود شیوه برخی فعالیت‌ها مانند مدیریت خانه، پرورش سبزی، کاشت بذر گیاهان، معرفی مراکز خدماتی و آموزشی و غیره از طریق بانک گرامین به اعضا داده می‌شود. این خط مشی‌ها، بر خوداتکایی و مسئولیت فردی و گروهی نیز تأکید دارد. قوانین و ضوابط بعضاً فشرده مدنظر بانک گرامین (شانرده تصمیم) ممکن است در جوامع پیشرفته کارایی نداشته باشد اما در جوامعی که نرخ مرگ میر و بیماری بالا و سطح بهداشت و آموزش پایین است کاربرد دارد (Schreiner, 2003).

بانک گرامین با پیگیری فرآیند موازی پس‌انداز و اعتبار گروه‌مدار، فعالیت‌های هدفمند برای بهبود شرایط مالی و اجتماعی فقرای روستایی عمل کرده است. همچنین برنامه‌های آموزشی برای زنان در زمینه سلامت مادران، تغذیه و کودک‌یاری ارایه شده است. نتیجه این برنامه‌ها از خدمات اساسی دولت مؤثرتر گزارش شده است و به بهبود وضعیت زنان و کودکان منجر شده‌اند. بانک گرامین توانسته است با پرداخت وام‌های یک‌ساله خوداشتغالی، وام‌های طولانی مدت مسکن، وام‌های با نرخ بهره پایین جهت بهبود شرایط زندگی و همچنین وام‌های ذخیره غذا، وام‌های سرمایه‌گذاری و وام‌های نیازمندی در برخی از مناطق که بازپرداخت وام افراد تحت تأثیر بلایای طبیعی قرار گرفته است، به نیازهای فقرا پاسخ دهد. از سال ۱۹۹۲، روش‌های جدیدی در زمینه پرداخت اعتبارات مانند وام‌های فصلی^۱ و وام‌های سرمایه‌گذاری خانوادگی که کمکی به درآمد اعضا و معیشت خانوارها است به اجرا درآمده است. بواقع بانک گرامین کوشیده است تا از طریق تنوع بخشی به کارکردها و خدمات در راستای تسهیل توسعه محلی حرکت نماید.

1- Season loans

بانک گرامین در راستای عملی‌سازی رویکرد تنوع بخشی کارکردی به حمایت از شکل‌گیری برخی تشکیلات مرتبط روی آورده است. این امر سبب شده است که تشکیلات بانک گرامین بیش از حد متمرکز و عریض و طویل نشود. زیرا یک چنین وضعیتی یک آفت ساختاری و مدیریتی برای بانک گرامین محسوب می‌شود. این تشکیلات به لحاظ ضوابط قانونی جدا از تشکیلات اصلی بانک گرامین هستند و در قالب پروژه‌هایی جداگانه شکل گرفته‌اند. بانک گرامین کمک‌هایی برای شکل‌گیری و تاسیس بنیادهای سرمایه‌گذاری مشترک نموده است. یکی از موسساتی که در این راستا توسعه یافته و موجبات فعالیت بانک گرامین در عرصه‌های جدید و در نتیجه تنوع بخشی به کارکردها و موضوعات مورد نظر بانک گرامین و پوشش شمار بیشتری از گروه‌های هدف را سبب شده است، بنیاد گرامین کریشی است. فعالیت این بنیاد عمدتاً به امور کشاورزی و حمایت از کشاورزان خرده‌پا معطوف است. یکی از صور حمایت این بانک از کشاورزان خرده‌پا ارایه وام به کشاورزان دارای ۰/۵ تا ۳ ایکر زمین است. از زمانی که بانک گرامین خود به‌طور مستقیم به کشاورزان وام نمی‌دهد، این بنیاد این کارکرد را عهده‌دار شده است.

بانک گرامین همچنین به ۱۷ شرکت ارائه دهنده خدمات اساسی^۲ که مورد نیاز بسیاری از وام گیرندگان است، کمک می‌کند. این شرکت‌ها در عمل شرکت‌های مستقلی به‌شمار می‌روند و هیچ وامی از گرامین دریافت نمی‌کنند و در عوض هم چیزی به بانک گرامین نمی‌پردازند. برای اطمینان از دسترسی به خدمات در سطح روستاها و در نتیجه تسهیل توسعه محلی و نیز همسو با راهبرد ترویج و توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی، بانک گرامین همواره آماده حمایت از افراد علاقمند برای کارآفرینی بوده است (Patel, 1997).

لیزینگ^۳ یکی از رویکردهای مدنظر بانک گرامین بوده است. پیش از سرمایه‌گذاری‌های جدید همواره لازم است که تجزیه و تحلیل‌های لازم در زمینه سودآوری و امکان‌پذیری صورت پذیرد. این امر نیازمند کسب اطلاعات لازم و برآوردهای معقولانه است. به‌طور مثال از آنجا که تنها حدود ۲۵ درصد از روستاهای بنگلادش از نیروی برق برخوردار هستند بنابراین بانک گرامین می‌تواند در این زمینه سرمایه‌گذاری کند. همان‌طور که پیشتر اشاره شد، اخیراً بانک گرامین، به سرمایه‌گذاری در زمینه ارتباطات راه‌دور روی آورده است و به زنانی که خواستار خرید تلفن هستند، وام می‌دهد (Dowla, 1998).

1- Grameen Krishi Foundation

2- Basic services

3- Leasing

بانک گرامین از بازار سرمایه ملی و سرمایه‌گذاری در سطح ملی نیز غافل نمانده است. سرمایه‌گذاری بین‌المللی در مقابل سرمایه‌گذاری محلی و ملی ممکن است بازده بیشتری در پی داشته باشد، اما قطعاً با ریسک بیشتری همراه است. این واقعیت، در تصمیم‌گیری‌های بانک گرامین برای گسترش سطح سرمایه‌گذاری و حضور در بازارهای سرمایه ملی و بین‌المللی در نظر گرفته شده است (جدول ۱).

جدول ۱- مشخصه‌های نظام حکمرانی در بانک گرامین (Mainsah et al., 2004)

مؤلفه	مصادیق
راهبرد	انتخاب گروه هدف با اولویت بخشی به زنان روستایی پیگیری توامان اهداف مالی و اجتماعی و ایجاد مشارکت بین نهادهای اقتصاد خرد برای رشد پایه جهانی اقتصاد خرد
رشد	ترغیب سازمان‌های دولتی جهت روی آوردن به ابتکارات اقتصاد خرد عدم استفاده از کمک‌های اعطایی از سال ۱۹۹۵ به بعد و روی آوردن به خوداتکایی و ظرفیت‌سازی پرداخت ۹۰ درصد وام‌ها از محل باز پرداخت‌ها و بهره‌ها آغاز فعالیت‌های گرامین همراه با کاهش خطرپذیری آن از طریق همکاری کمیته‌ها و سازمان‌ها به‌عنوان ماهیتی مستقل
مدیریت ریسک	اولین خط مدیریت ریسک گروه وام‌گیری زنان از روستاهای مشابه زمینه‌سازی برای اعمال فشار اعضای گروه بر یکدیگر در باز پرداخت وام زمینه‌سازی برای کاهش دیرکرد باز پرداخت وام انسجام بخشی به بازرسی‌های داخلی مدیریت منسجم و انجام ارزشیابی منظم - هر سه ماه یکبار بازدید و تعامل مدیران شاخه‌ها با مرکز مشارکت پس اندازکنندگان و وام‌گیرندگان در مدیریت امور
فعالیت‌های تکمیلی	اجرای سیستم رتبه‌بندی ۵ ستاره‌ای برای ترغیب شاخه‌ها جهت پاسخگویی و رقابت با یکدیگر، ترغیب پس‌انداز از سوی اعضا، تسهیل بهره‌مندی وام‌گیرندگان از خدمات آموزشی، حرکت در راستای ریشه کنی فقر از جوامع محلی تحت پوشش

دستاورد بانک گرامین در پرتو موفقیت‌های فزاینده و طی یک فرآیند تکاملی به الگویی جهانی و نقطه ثقل شبکه جهانی مؤسسات و افرادی بدل شده است که اقتصاد خرد و گردش اعتبارات را

رهیافتی مؤثر برای فقرزدایی و توسعه می‌پندارند و در عمل آن را به کار گرفته‌اند. تشریح مساعی بانک گرامین در عرصه توسعه و فقرزدایی را می‌توان نوعی جنبش توانمندسازی مبتنی بر اعتبارات^۱، بانکداری و سرمایه‌گذاری برای فقرا^۲ معرفی نمود. بانک گرامین در طی فعالیت خویش در بنگلادش، ابتکارات سرمایه‌ای بزرگی برپایه مزیت‌های نسبی فقرا در زمینه مهارت، ظرفیت تولید و کارآفرینی به انجام رسانده است. اولویت بخشی به فقرا، بهبود جایگاه زنان و سرمایه‌گذاری اجتماعی توسعه‌محور و تسهیل رشد و تنوع اقتصادی در حوزه‌هایی مانند کشاورزی، ماهیگیری و صنایع روستایی از مشخصه دیگر بانک گرامین به حساب می‌آید. ارزیابی دستاوردها و روش کار بانک گرامین نشان می‌دهد که فقر را می‌توان با فراهم‌سازی فرصت‌های جدید برای افزایش درآمد، بهبود وضعیت مسکن، تغذیه و بهداشت، تحصیل کودکان و در کل بالا بردن کیفیت زندگی فقرا با محوریت و عاملیت آن‌ها کاهش داد و ریشه کن نمود. تجربه بانک گرامین از ضرورت اتخاذ یک رویکرد یکپارچه، همه‌جانبه‌نگر و جامع برای ریشه‌کنی فقر و توانمندسازی محرومان جامعه در ابعاد و حوزه‌های مختلف و عدول از پروژه‌های خطی و جزئی‌نگر حکایت می‌نماید. در این بین، نقش محمد یونس به‌عنوان بنیانگذار و رهبر بانک گرامین، مدیریت غیرمتمرکز، طی کردن دوره بلوغ نهادی، تسهیل دسترسی به خدمات در سطح مناطق روستایی، اهمیت بخشی به تشکیل سرمایه از طریق پس‌اندازها و غیره از جمله عوامل دیگر موفقیت بانک گرامین به‌شمار می‌رود.

رویارویی با بحران‌ها: فرصتی برای تکامل، ظرفیت‌سازی و سازگاری: کارآفرینان اجتماعی در جریان رشد و گسترش کسب و کار خود با چالش‌هایی نظیر خطر دیده شدن (رقابت روزافزون رقبا، افزایش مداخلات دولت، فشار سازمان‌یافته مخاطبان و...)، فشار زیست‌بوم کسب و کار و بازار (مرتبط با زنجیره تأمین، جلب همکاری شرکاء، تقاضای بیشتر و جدیدتر)، فشار داخلی ناشی از منابع، چالش‌های مدیریتی و پیش‌بینی‌های بزرگ روبرو هستند (مک‌میلان و تامسون، ۲۰۱۳).

بستر شکل‌گیری و پیدایش بانک گرامین بسیار چالش‌برانگیز، مسئله‌مند و بغرنج و به‌عبارتی ناهموار بوده است. اما این ناهمواری تنها به مقطع پیدایش بانک گرامین محدود نشده است. بلکه بانک گرامین در طول حیات خویش بحران‌های مختلفی را از سرگذرانده است که علی‌رغم چالش‌برانگیز بودن و تهدید حیات بانک گرامین، با تدابیر اتخاذ شده پایداری و تکامل نهادی این نهاد را سبب شده

1- Credit based- empowerment movement
2- Investing and banking for poor

است (شریف‌زاده و شریفی، ۱۳۸۶). یکی از این چالش‌ها جنبش تحریم^۱ بوده است که بازتاب چالش‌های بانک گرامین در توانمندسازی زنان است. در سال ۱۹۹۵ بانک گرامین اولین بحران بزرگ عملی خود را تجربه کرد. مردان در سطح جوامع محلی اشتراکی^۲ رویه بانک گرامین جهت اعطای فرصت به زنان جهت کار، تولید، اشتغال، مالکیت و در کل مشارکت اجتماعی-اقتصادی در سطح جامعه محلی را با فرهنگ مردسالارانه حاکم که زمینه‌ساز انزوای زنان بود، در تضاد دانستند. این امر زمینه‌ساز بروز نوعی تعارض جنسیتی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی بین نظام ارزشی و هنجارهای سنتی حاکم در جوامع محلی از یک‌سو و رویکرد آزادیبخش، فقرزدایانه و مشارکت خواهانه و مبتنی بر عدالت جنسیتی و اجتماعی بانک گرامین گردید. آن‌ها به‌طور مشخص جهت‌گیری و اولویت‌بخشی بانک گرامین نسبت به زنان را قبول نداشتند و برآن شدند تا با اعمال فشار موجب عدم بازپرداخت وام‌ها شوند. این تحریم، بانک گرامین را با چالش حذف برخی از وام‌گیرندگان که خواستار ترک گروه بودند، روبرو کرد. با این حال در زمان بروز این جنبش، بانک گرامین یک مؤسسه قدرتمند مالی با قدرت و توان رایزنی سیاسی قابل ملاحظه بود و به میزانی از بلوغ و پایداری نهادی رسیده بود. بانک گرامین همواره کوشیده است تا درافتادن در ورطه بازی‌های سیاسی و رویارویی با بانک‌ها و سیستم‌های حاکم پرهیز نماید و به‌جای رویکرد تعارض‌برانگیز رویکرد همکاری، چانه‌زنی و مصلحت‌گرایی را دنبال نماید. این موقعیت به بانک گرامین اجازه داد تا با پالایش شاخه‌ها از اعضای خواهان کناره‌گیری و تمرکز بر شاخه‌های منسجم و پویا گردش اعتبارات و سرمایه را سروسامان دهد. این در حالی بود که موفقیت بانک گرامین در عبور از بحرانی که آن را می‌توان به نوعی تعارض جنسیتی^۳ بانک گرامین و نظام ارزشی مردسالارانه محلی دانست، برای مردان که نگران دردست گرفتن قدرت توسط زنان بودند، ناخوشایند بود. به هر حال هر چند در برهه‌ای برخی از زنان از گروه‌ها حذف شدند، با این حال این امر سبب نگردید که بانک گرامین در ارایه تسهیلات به زنان به‌عنوان یک گروه هدف اولویت‌دار تجدیدنظر نماید. بلکه با در نظر گرفتن حساسیت‌های امر تلاش شد تا با در نظر گرفتن هنجارهای محلی زنان نیازمند و متقاضی به نحو مطلوب‌تر و با توجه و رغبت لازم جذب گروه‌های هدف بانک گرامین شوند. این امر به‌واقع جزو عناصر و اصول تبیین شده رسالت بانک

1- 1995 Boycott Movement

2- Joined local

3- Gender conflict

گرامین در توانمندسازی گروه‌های محروم و فقیرترین فقرا بود. همسو با این روند، برخی از سازمان‌های غیر دولتی با توجه به اصول و تعهدات مطرح شده به ارائه خدمات آموزشی و بهداشتی تداوم بخشیدند (Lucas and Kapoor, 1996).

وقوع سیل در سال ۱۹۹۸ دیگر چالشی بود که بانک گرامین در دوره حیات خویش از سر گذراند. بستر فعالیت بانک گرامین به دلایلی چند نظیر زیرساخت‌های ضعیف توسعه کشور بنگلادش، رشد ضعیف اقتصادی، مسایل اجتماعی و فرهنگی و ناکارآمدی ساختار سیاسی حاکم و مسایلی از این دست پیچیده و ناهموار بوده است، خاص آن‌که حوادث و بحران‌های طبیعی نیز به این کلاف سردرگم توسعه نیافتگی افزوده شده و حلقه فقر را پوینده‌تر ساخته است. این امر در مورد بانک گرامین با وقوع سیل صورت پذیرفت. بانک گرامین هنوز سرگرم عملی نمودن تدابیر اصلاحی مورد نیاز برای گذر موفقیت‌آمیز از چالش‌های برخاسته از جنبش تحریم بود که در سال ۱۹۹۸ این کشور فقیر دچار سیل شد. این سیل منجر به بی‌خانمانی و از دست دادن مشاغل بسیاری از افراد گردید. بانک گرامین توانست ۱ میلیون تاکا وام از بانک مرکزی بنگلادش و ۲ میلیون تاکا از بانک‌های تجاری برای جبران کسری ناشی از عدم بازپرداخت وام‌ها و نیز پرداخت تسهیلات بانکی به متقاضیان جدید دریافت کند. البته در مقایسه با بحران تحریم، بار مسئولیت فزاینده قرض برای وام‌گیرندگان بیشتر و نرخ بازپرداخت کم شد.

در کل رویارویی با چنین بحران‌هایی باعث شد که مسئولان امر به برخی مسایل و ضعف‌های مدیریتی و نهادی مجموعه پی ببرند و با ارزیابی زمینه فعالیت و ساختار مدیریتی بانک گرامین، به شناخت مهمی درباره ابعاد و جوانب بهسازی فرآیند ارائه تسهیلات بانکی و نظام گردش اعتبارات دست یابند. به‌واقع بر کارگزاران بانک گرامین آشکار شد که آن‌ها در جریان اتخاذ راهبردهای مدیریتی بایسته است هم ساختار مدیریتی و ظرفیت‌های نهادی بانک گرامین و هم زمینه فعالیت، شرایط مخاطبان و جامعه محلی و چالش‌های محتمل را همانند دو روی یک سکه در نظر گیرند. از دیگر سو این بحران‌ها باعث نوعی تجدیدنظر و نوآوری نهادی^۱ در ساختار و کارکرد بانک گرامین شد و به نوعی موجبات تکامل و بلوغ نهادی^۲ آن را موجب شد. برای نمونه در الگوی قدیمی بانک گرامین وام‌گیرندگان که در بازپرداخت کوتاهی می‌کردند، ارائه تسهیلات بانکی به آن‌ها به زمان بازپرداخت کامل

1- Institutional innovation
2- Institutional evolution and maturation

وام موکول و مشروط می‌شد. این رهیافت افراد را با چالش بازپرداخت وام در زمان اندک کم، هنگامی که دسترسی کمی به اعتبار پس‌انداز دارند، قرار می‌داد. اما بر مبنای رویکرد جدید تلاش شده است تا با تشویق پس‌اندازهای مکفی از سوی متقاضیان زمینه برای بازپرداخت به موقع فراهم شود، بدون آن‌که آن‌ها به تنگنا دچار شوند و موقعیت بانک گرامین نیز کمتر تحت تأثیر نابسامانی‌های مالی این بحران‌ها قرار گیرد.

معیارهای سنجش منافع اجتماعی بانک گرامین: گرامین بانک بیش از آن‌که یک مؤسسه مالی صرف باشد، نوعی سرمایه‌گذاری اجتماعی است. بانک گرامین فراتر از راهبردهای مالی و اعتباری که دنبال می‌نماید در حوزه توسعه اجتماعی دستاوردهای قابل ملاحظه‌ای نیز را به‌همراه داشته است. منافع اجتماعی بانک گرامین را می‌توان از دیدگاه اقتصاد خرد و با توجه به معیارهایی مورد ارزیابی قرار داد. ارزش برای کاربران^۱، هزینه برای کاربران^۲ (شامل هزینه‌های قیمت یا پرداخت‌های مستقیم و هزینه‌های معامله^۳ یا هزینه‌های غیر قیمتی شامل هزینه‌های فرصت‌های از دست‌رفته غیر پولی مانند زمان ملاقات هفتگی و هزینه‌های پولی غیر مستقیم برای حمل و نقل و ارتباطات، هزینه عرضه^۴ و هزینه برای جامعه^۵)، و سود خالص برای کاربران^۶ از جمله این معیارها است. علاوه بر این می‌توان به سنجه‌هایی نظیر ژرفا، پهنا، درازا و گستره^۷ نیز نظر داشت که نشان‌دهنده کم و کیف خدمات ارائه شده‌اند (Schreiner, 2003):

- ژرفا: این سنجه مبین ارزش اجتماعی سودهای خالص تعریف شده و در نظریه رفاه، برای ارزش‌گذاری عملکرد رفاه اجتماعی کاربران مدنظر است. فقر و ریشه‌کنی آن می‌تواند ژرفای یک پروژه توسعه اجتماعی باشد. در اصل، تنها خانوارهایی که کمتر از نیم‌ایکر زمین و یا دارایی کمتر از این ارزش دارند می‌توانند در گرامین عضو شوند. در عمل، برخی از اعضا بیش از این دارایی دارند. اگر چه بیشتر اعضا فقیرترین افراد نیستند، ولی بیشتر آن‌ها بسیار فقیر بوده و تقریباً همه زن می‌باشند.

-
- 1- Worth to users
 - 2- Cost to users
 - 3- Sum of price costs and transaction costs
 - 4- Cost of supply
 - 5- Cost to society
 - 6- Net gain to users
 - 7- Depth, Breadth, Length, Scope

- **پهنا:** پهنا یا عرض مبین تعداد کاربران است. این سنجه مهم است زیرا تعداد فقرا زیاد ولی بودجه‌های توسعه کم است. بانک گرامین با داشتن میلیون‌ها عضو و وام‌گیرنده فقیر، عرض زیادی دارد.

- **درازا:** طول به‌عنوان چارچوب زمانی حمایت است. طول مورد انتظار دارای اهمیت است زیرا جامعه به دنبال رفاه و خوشبختی فقرا در زمان حال و آینده است. یک نشانه عمومی برای طول، توانایی جذب کمک هزینه و یا وام‌ها از دولت و مؤسسات خیریه است. در سال ۱۹۹۷ گرامین گزارشی درباره کسب سودی به ارزش ۳۰۰ هزار دلار از محل مالیات ارائه کرد. بدون کمک‌های مالی این سود به کمتر از ۲۳ میلیون دلار رسید و در کل از سال ۱۹۸۳ در حدود ۱۹۳ میلیون دلار شد. اما گرامین کمک‌های مالی نیز دریافت کرده و در حال حاضر نیز استفاده می‌کند.

- **گستره:** حوزه به‌عنوان تعداد انواع خدمات حمایتی تعریف می‌شود. به‌طور مثال یک سازمان اقتصاد خرد که وام‌ها و خدمات پس‌انداز را عرضه می‌کند، نسبت به مؤسسه‌ای که تنها وام می‌دهد حوزه وسیع‌تری دارد. به‌علاوه، حوزه با افزایش گوناگونی و انعطاف‌پذیری در انواع قراردادهای مالی نیز افزایش می‌یابد. بانک گرامین در بعضی از زمینه‌ها حوزه بزرگی داشته ولی در برخی دیگر ضعیف بوده است.

ملاحظات در تعمیم الگوی بانک گرامین: اکنون پس از موفقیت‌های بانک گرامین در بنگلادش، الگوی مربوطه به‌عنوان نمونه‌ای از الگوی موفق توسعه‌ای در سطح اقتصاد خرد به‌شمار می‌رود (Morduch, 1999; Rogaly, 1996; Buckley, 1997) و تلاش‌هایی برای تعمیم و کاربست آن در سایر نقاط جهان در آفریقا، دیگر قسمت‌های آسیا و آمریکای لاتین در جریان است. در ایالات متحده، مدل گرامین برای بی‌خانمانان "گتو" پیشنهاد شد (Soloman, 1992; Balkin, 1993). هنگامی که بانک گرامین به‌وجود آمد و تلاش‌های مربوطه نهادینه گردید و موفقیت‌های حاصله آوازه جهانی یافت، چنان که دیگران در پی بهره‌گیری از الگوی مربوطه برآمدند، تردیدهایی مطرح شد؛ این تردیدها به‌این موضوع برمی‌گشت که آیا الگوی مربوطه که به اقتصاد خرد تعلق داشت، از اثربخشی و کارایی لازم برخوردار خواهد بود و زمینه را برای بهره‌گیری اقتصادی قابل قبول از منابع کمیاب (به‌عنوان یک انگاره اقتصادی) برای کمک به فقرا (به‌عنوان یک هدف اجتماعی) فراهم خواهد آورد (Rogaly, 1996; Buckley, 1997).

- در جریان درس‌آموزی و تصمیم‌گیری برای الگوبرداری از تجربه بانک گرامین به‌عنوان یک کسب و کار اجتماعی موفق طرح پرسش‌ها زیر می‌تواند راهگشا باشد (شریف‌زاده و شریفی؛ ۱۳۸۶):
- در بررسی ریشه‌های موفقیت بانک گرامین همواره این پرسش مطرح است که چه عاملی نرخ بالای بازپرداخت وام‌ها و گردش سرمایه را در بانک گرامین سبب می‌شود، این درحالی است که بسیاری از مؤسسات مالی که از حمایت مراکز سرمایه و اعتبار منطقه‌ای و بین‌المللی برخوردارند، از دستیابی به چنین نرخ بازده‌ای ناکام می‌مانند؟
 - آیا موفقیت بانک گرامین در خدمات‌رسانی به فقرا پایدار است؟
 - آیا الگوی بانک گرامین قابل تعمیم است؟
 - تعمیم الگوی مزبور نیازمند ملاحظه چه عواملی است؟
 - با توجه به اتکای بانک گرامین بر منابع سرمایه‌ای حاصل از نرخ، بازپرداخت و پس‌اندازهای اعضا، آیا می‌توان به ظرفیت‌های بانک گرامین برای مواجهه با بحران‌های مالی و سرمایه‌ای امیدوار بود؟
 - با توجه به رویکرد غالب بانک برای عدم وابستگی به منابع خارجی، در صورتی که منابع سرمایه‌ای داخلی و درحال گردش دچار تهدید شود، آیا بانک گرامین از ظرفیت بازتتشکیل سرمایه و ادامه کار برخوردار است؟
 - بانک گرامین چه میزان به راهنمایی‌های بنیان‌گذار و مدیر خویش یعنی محمدیونس وابسته است؟
 - آیا بانک گرامین چشم‌انداز، ماموریت‌ها و رسالت‌های تعریف شده‌ای را دنبال می‌نماید؟
 - تا چه حد ساختار نهادی و تشکیلات مدیریتی موجود اثربخش و کارآمد است؟
 - تنوع‌بخشی به خدمات حمایتی بانک گرامین در چه زمینه‌هایی امکان‌پذیر است و آیا برای این منظور طرحی در دستور کار بانک قرار گرفته است؟
 - آیا مدیریت مشارکتی و اموری نظیر پایش، ارزشیابی، پیامدسنجی جهت تضمین پاسخگویی، پایداری، اثربخشی، کارایی، مناسبت، سودآوری، پاسخگویی و نوآوری در بانک گرامین نهادینه شده‌اند؟
 - چشم‌انداز کنونی از تعمیم الگوی بانک گرامین در سطح جهان در پرتو حمایت‌های بین‌المللی چگونه است؟

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

بیشتر برنامه‌های موفق در زمینه توسعه روستایی، در پرتو رهیافت‌های گروه‌محور^۱، بر ساماندهی، پوشش خدماتی و حمایتی هدفمند اجتماعات محلی و گروه‌های مخاطب استوار می‌باشند. این خصیصه در مورد بانک گرامین و سایر ابتکارات مورد بررسی صدق می‌کند. پیگیری این رهیافت‌ها در راستای تحقق کارکرد کارآفرینی به شکل‌گیری رهیافت کارآفرینی گروهی منجر می‌شود. این رهیافت یا کارکرد می‌تواند در راستای تحقق سایر کارکردها، همانند کارآفرینی اجتماعی که مدنظر بانک گرامین و دیگر ابتکارات توسعه روستایی بوده است و نیز سایر کارکردها و هدف‌ها به‌کار آید. از منظر توسعه منطقه‌ای، مناسبت کارآفرینی اجتماعی برای پیشبرد توسعه پایدار روستایی را می‌توان در دو سطح مورد توجه قرار داد: (الف) طرح‌ریزی و پیاده‌سازی یک راهبرد کارآفرینی اجتماعی برای پیشبرد توسعه یک منطقه (کارآفرینی اجتماعی بسان راهبرد توسعه روستایی)، (ب) طرح‌ریزی و پیاده‌سازی یک راهبرد توسعه پایدار منطقه‌ای در برگیرنده کارآفرینی اجتماعی (کارآفرینی اجتماعی بسان یک رهیافت یا بخشی از راهبرد توسعه پایدار روستایی).

محمد یونس به‌عنوان یک کارآفرین اجتماعی و مؤسس بانک گرامین که به پاس آن جایزه صلح نوبل را در سال ۲۰۰۶ از آن خود کرد، در پیگیری ایده خود بر این باور بود که سرمایه دوست فقرا است و انباشت و بهره‌گیری از سرمایه توسط فقرا بهترین وسیله برای فرار آن‌ها از چرخه فقر و رسیدن به رفاه است. پرداخت اعتبارات به گروه‌های فقیر و کمک به آن‌ها برای بهره‌گیری از اعتبارات در روند سرمایه‌گذاری مولد، اساس طرح یونس به‌شمار می‌رود. دیدگاه یونس بر مبنای نوعی بانک‌داری و پرداخت اعتبارات متکی بود که نیازی به وثیقه نداشت. از این طریق یکی از موانع عمده دسترسی فقرا به اعتبارات و در نتیجه سرمایه‌گذاری متناسب با شرایط خویش برطرف شد. در طرح مزبور برای پرداخت اعتبارات همه جنبه‌های زندگی روستایی به نوعی در نظر گرفته شد تا امکان سرمایه‌گذاری گروه‌های فقیر در زمینه‌هایی که تشخیص می‌دهند، فراهم گردد. این امر از تحمیل سرمایه‌گذاری بر مبنای الگوهای استاندارد و در نتیجه احتمال شکست سرمایه‌گذاری‌های مربوطه جلوگیری نمود و در عین حال امکان بهره‌گیری از ظرفیت‌های مولد محلی و ظرفیت‌سازی و توانمندسازی محلی را فراهم ساخت.

1- Group-based approach

در مواجهه با چنین تردیدهایی برخی به پتانسیل‌های درآمدزایی، برخی به فرصت دسترسی به منابع و تأمین نهاده‌ها، برخی به امکان فروش محصولات در بازار و برخی دیگر به کارایی جریان‌های مالی اشاره نموده‌اند. در هر صورت، صرف‌نظر از میزان تایید یا تردید نهفته در ارزیابی‌های به‌عمل آمده از بانک گرامین، این واقعیت را می‌توان با جدیت و قطعیت بیان داشت که با توجه به بستر نامساعد اقتصادی، بانک گرامین در طی این مدت ترقی و رونقی داشته است و برخی از تهی‌دستی‌ها و محرومیت‌هایی ناشی از سیل و طوفان، فساد مالی دولتی، هنجارهای نامساعد برای فعالیت اجتماعی و اقتصادی زنان و نابرابری‌های اقتصادی و ارزشی را کاهش داده است. آن‌جا که به مقوله توسعه روستایی برمی‌گردد، در کل به‌نظر می‌رسد بانک گرامین نمونه‌ای شایسته از تجارب توسعه روستایی در سطح دنیا باشد. این امر از سوی کریشنا و همکاران (۱۹۹۷) در کتاب ارزشمندشان تحت عنوان "تجارب آموزنده در توسعه روستایی: دلایلی برای امیدواری" مورد تأکید قرار گرفته است. با توجه به این دلایل و شواهد، بانک گرامین نمونه‌ای در خور توجه در زمینه توسعه روستایی به‌شمار می‌رود و بررسی ابعاد ساختاری و رویه‌های مربوطه از سوی کریشنا و آپهوف و همکاران (۱۹۹۸) و نیز دیگر صاحب‌نظران علاقمند (Macfarlane, 2002) سودمند ارزیابی شده است.

تجربه بانک گرامین در زمینه ساماندهی کارآفرینانه و جامعه‌مدار اعتبارات می‌تواند در شرایط کشور ما سازنده و آموزنده باشد. آنچه که در حال حاضر کاملاً مشهود است رویکرد پرداخت اعتبارات در مناطق روستایی و محروم تفاوت چندانی با مناطق شهری و برخوردار نداشته و تناسب چندانی هم با شرایط گروه‌های محروم ندارد. این رویه سبب کوتاه شدن دست مردم فقیر از اعتبارات شده است و در مواردی نیز که آن‌ها موفق به دریافت خدمات اعتباری و وام بانکی شده‌اند، در بازپرداخت با مشکل مواجه شده و گاهی با فروش دارایی‌های خویش و تنبه‌های اجتماعی نظیر در گرو ماندن دارایی‌های به وثیقه گذاشته، محرومیت از دریافت اعتبارات و یا در مواردی افتادن به زندان محرومیت و فقر آن‌ها دوچندان شده است.

با توجه مباحث صورت گرفته، حمایت ویژه دولت، ارگان‌های ذیربط نظیر کمیته امداد امام خمینی (ره)، سازمان بهزیستی، بانک‌ها و صندوق‌های قرض‌الحسنه تأمین‌کننده اعتبارات و سایر کارگزاران توسعه روستایی می‌بایست با شناسایی و حمایت از کارآفرینان اجتماعی در مناطق روستایی، محروم و غیر برخوردار فضا را برای توانمندسازی مردم محلی فراهم نمایند. علاوه بر این، شناسایی و معرفی فرصت‌های کارآفرینی مبتنی بر ظرفیت‌های محلی در مناطق محروم؛ حمایت‌های نهادی نظیر تدوین

سیاست‌های حمایتی، معافیت‌های مالیاتی و تسهیل امور اداری و پرداخت تسهیلات به‌ویژه به طرح‌های کارآفرینانه با شرایط بازپرداخت انعطاف‌پذیر، آموزش نیروی انسانی و خدمات ترویجی با رویکرد اشتغال‌زایی مولد و کارآفرینی؛ حمایت از ابتکارات گروهی و کارآفرینی جمعی مبتنی بر همیاری در مناطق محروم در قالب تشکل‌های جمعی نظیر صندوق‌ها، تعاونی‌ها و نظایر آن می‌تواند مدنظر قرار گیرد.

منابع

۱. آپهوف، ن.، اسمان، ج.م. و کریشنا، آ. ۱۹۹۸. دلایلی برای موفقیت: یادگیری از تجارب آموزنده در توسعه روستایی. (ترجمه: مرتضوی، ع.). تهران: وزارت جهاد کشاورزی، مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی، چاپ اول ۱۳۸۲، سلسله انتشارات روستا و توسعه: شماره ۵۱.
۲. آراستی، ز.، ملکی کرم‌آباد، م.م. و متوسلی، م. ۱۳۹۱. عوامل نهادی تأثیرگذار بر پیدایش فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی. توسعه کارآفرینی، ۵ (۲): ۲۰۳-۱۸۵.
۳. سن، آ. ۱۹۹۹. توسعه یعنی آزادی. (ترجمه نوری نایینی، س.م.س.). تهران: نشر نی، ۱۳۸۵.
۴. شریف‌زاده، ا. و شریفی، م. ۱۳۸۶. اعتبارات در خدمت توانمندسازی زنان در فرآیند توسعه پایدار: تجربه بانک گرامین در بنگلادش. جهاد، ۲۷ (۲۸۰): ۱۲۸-۱۵۴.
۵. شریف‌زاده، ا. و شریفی، م. ۱۳۸۶. تجربه بانک گرامین در زمینه ساماندهی اعتبارات روستایی. اطلاعات سیاسی - اقتصادی، ۲۱ (۲۳۵-۲۳۶): ۲۲۸-۲۴۳.
۶. صالحی صدقیانی، ج. ۱۳۸۹. بررسی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد مشخصه‌های رفتاری. توسعه کارآفرینی، ۲ (۷): ۶۷-۹۴.
۷. عمرانی، ز.، حقیقی کفاش، م. و مظلومی، ن. ۱۳۸۹. اولویت‌بندی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی اجتماعی در ایران از دیدگاه فعالان اجتماعی، توسعه کارآفرینی، ۲ (۸): ۱۱-۳۶.
۸. کریشنا، آ.، آپهوف، ن. و اسمان، م. ۱۹۹۷. دلایلی برای امیدواری: تجارب آموزنده در توسعه روستایی. ترجمه: ایزدی، پ. تهران: وزارت جهاد کشاورزی، مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی، سلسله انتشارات روستا و توسعه، ۱۳۸۲، صص: ۴۴۳-۴۶۴.
۹. مک‌میلان، این سی. و تامسون، جیمز. دی. ۲۰۱۳. راهنمای عملی کارآفرینان اجتماعی. ترجمه اکبری، م؛ عبدالهی‌پور؛ ض. و قاسم‌زاده، ف. تهران: انتشارات سازمان جهاد دانشگاهی تهران، ۱۳۹۴.

10. Alvord, S.H., Brown, L.D. and Letts, C.W. 2004. Social Entrepreneurship and Societal Transformation: An Exploratory Study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40(3): 260-282.
11. Austin, J., Stevenson, H. and Wei-Skillern, J. 2006. Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1): 1-22.
12. Balkin, S. 1993. A Grameen Bank Replication: The Full Circle Fund of the Women's Self-Employment Project of Chicago", pp. 235-266 in Abu N.M. Wahid (ed.) *The Grameen Bank: Poverty Relief in Bangladesh*. Boulder: Westview Press.
13. Bornstein, D. 2004. *How to change the world: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*. Cambridge University Press.
14. Buckley, G. 1997. Microfinance in Africa: Is it Either the Problem or the Solution?. *World Development*, 25(7): 1081-1093.
15. Cooper, A.C, Gimeno-Gascon, F.J. and Woo, C.Y. 1994. Initial Human and Financial Capital as Predictors of New Venture Performance. *Journal of Business Venturing*, 9(5): 371-395.
16. Davis, S. 2002. Social entrepreneurship: Towards an entrepreneurial culture for social and economic development. International Board Selection Committee, Ashoka: Innovators for the Public, Prepared by request for the Youth Employment Summit, September 7(11): 201-221
17. Dees J.G. 1998. *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Kauffman Foundation and Stanford University.
18. Dees, J.G. 1998. Enterprising nonprofits: What do you do when traditional sources of funding fall short"? *Harvard Business Review*, January/February: Pp: 55-67.
19. Dees, J.G., Emerson, J. and Economy, P. (Eds.) 2002. *Strategic tools for social entrepreneurs: Enhancing the performance of your enterprising nonprofit*. New York: John Wiley and Sons, Inc.
20. Dees, J., Emerson, J. and Economy, P. 2001. *Enterprising Nonprofits: A Toolkit for Social Entrepreneurs*. John Wiley and Sons, Inc.
21. Dowla, A.U. 1998. Micro leasing: The Grameen Bank experience. St. Mary's College of Maryland and the American Institute of Bangladesh Studies.
22. Mainsah, E., Heuer, S.R., Zhang, Q. and Kalra, R. 2004. Grameen Bank: Taking Capitalism to the Poor. *Journal of International Business*, (Spring 2004). http://www2.gsb.columbia.edu/journals/files/chazen/Grameen_Bank_v
23. Lafuente, C. 2005. Why an Issue on Social Entrepreneurs? *Current Issues in Comparative Education*, 8(1): 18-38.
24. Lucas, M.A.H. and Kapoor, L. 1996. *Fatwas against women in Bangladesh*. Montpellier: Women Living Under Muslim Laws, 1996. 148p.
25. Macfarlane, A. 2002. *The dimensions of famine*. Working paper, Department of Anthropology, Cambridge University.

26. Mair, J. and Noboa, E. 2003. Social Entrepreneurship: How Intentions to create A Social Enterprise Get Formed” IESE Business School-working paper.
27. Martin, R.L. and Osberg, S. 2007. Social Entrepreneurship: The Case for Definition. Stanford Social Innovation Review, 17p. Retrieved 1/6/2014 from: http://www.ssireview.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition
28. Morduch, J. 1999. The Microfinance Promise. Journal of Economic Literature 37(4): 1569-1614.
29. Nicholls, A. 2006. Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change. Oxford University press.
30. Patel, V. 1997. Big bang for small buck. Newsweek, February 17.
31. Rogaly, B. 1996. Micro-finance evangelism, ‘destitute women’, and the hard selling of a new anti-poverty formula. Development in Practice, 6(2): 100-112.
32. Schreiner, M. 2003. A Cost-Effectiveness Analysis of the Grameen Bank of Bangladesh. Development Policy Review, 21(3): 357-382.
33. Seelos, C., Ganly, K. and Mair, J. 2006. Social Entrepreneurs Directly Contribute to Global Development Goals, In: Mair J., Robinson, J. and Hockerts, K., editors. Social Entrepreneurship. New York: Palgrave MacMillan. Pp: 235-275.
34. Shepherd, A. 1998. Sustainable rural development. Hound mills, Basingstoke: Macmillan Press; New York: St. Martin's Press.
35. Soloman, L.D. 1992. Microenterprise: Human Reconstruction in America’s Inner Cities. Harvard Journal of Law and Public Policy, 15(1): 191-221.
36. Truran, D. 2007. An Introduction to Social Entrepreneurship, European Business Forum, <http://ebbf.org/socent.html>.
37. Urbano, D., Toledano, N. and Soriano, D. 2010. Analyzing social entrepreneurship from an institutional perspective: Evidence from Spain. Journal of Social Entrepreneurship, 1(1): 54-69.
38. Weerawardena, J. and Mort, G.S. 2006. Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. Journal of World Business; 41(1): 21-35.
39. Yaron, J. 1992. Successful Rural Finance Institutions. Discussion Paper No. 150, Washington, D.C.: World Bank.
40. Yunus, M. and Jolis, A. 1998. Banker to the poor. London: Aurum Press.
41. Yunus, M. and Weber, K. 2007. Creating a world without Poverty: Social business and the future of capitalism. New York: Public Affairs.
42. Zahra, S.A., Rawhouser, H.N., Nachiket, B., Neubaum D.O. and Hayton, J.C. 2008. Globalization of Social Entrepreneurship Opportunities. Strategic Entrepreneurship Journal, 2(2): 117-131.
43. Zahra, S., Gedajlovic, E., Neubaum, D.O. and Shulman, J.M. 2009. A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. Journal of Business Venturing, 24(5): 519-532.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 2(3), 2015

<http://jead.gau.ac.ir>

Fostering Rural Development through Social Entrepreneurship: Lessons Learned of the Grameen Bank

***M. Sharifi¹ and S.A.R. Pishbin²**

¹Ph.D. Graduated, Dept. of Agricultural Extension and Education, University of Tehran,

²Assistant Prof., Dept. of Agricultural Extension and Education, University of Tehran,

Received: 27/7/2015 ; Accepted: 28/11/2015

Abstract

Many issues of rural communities have social nature and therefore their solution requires innovative social solutions. From this perspective, social entrepreneurship can help to solve problems in rural communities, especially help to reduce poverty and inequality in these communities. Social entrepreneurship in rural areas is a means to alleviate social problems by creating innovative solutions and mobilizing the ideas, capacities, resources, and social institutions required for balance social transformation of rural communities. Social entrepreneurs can aid in developing an entrepreneurship ecosystem and sustainable business development model in rural areas while finding the right opportunities unique to the real needs of rural communities. The world has witnessed many successful experiences in the field of social entrepreneurship. Many of these social businesses have a significant contribution too empowerment of poor in local communities. Awareness of these experiences can inspire policy makers to formulate pro-poor enabling policies as well as entrepreneurs and investors to set up social enterprises in deprived areas. In this article as result of a case study review, concept of social entrepreneurship and its appropriateness for fostering development of rural communities has been introduced and a brief experience of Grameen Bank as one of the success stories of social entrepreneurship in the world is illustrated.

Keywords: Rural development, Pro-poor entrepreneurship, Social entrepreneurship, Grameen bank

*Corresponding author: mahnoosh_sharifi@yahoo.com

