

# وقتی بازار به یاری جامعه می آید

کسب و کارهای اجتماعی با وجود همه دشواری‌ها توانسته‌اند در میانه تورم، فقر و بی‌توجهی دولت‌ها، نقش جدی در توانمندسازی اقشار آسیب‌پذیر و ایجاد امید اجتماعی ایفا کنند



▲ وقتی کسب و کارهای اجتماعی با خلاقیت و همبستگی محلی به یاری اقشار آسیب‌پذیر می‌آیند، روزنه امید و اشتغال تازه‌ای گشوده می‌شود

در جهان پرچالش امروز، جایی که مشکلاتی مانند فقر، بیکاری، آسیب‌های اجتماعی و بحران‌های زیست‌محیطی بر دوش جامعه سنگینی می‌کنند، کسب و کارهای اجتماعی همچون چراغ‌های خاموش، اما روشن‌گر عمل می‌کنند. آن‌ها ترکیبی از روحیه‌ی کارآفرینی و دغدغه‌ی اجتماعی‌اند؛ سازمان‌هایی که از منطق اقتصادی بهره می‌گیرند، اما مقصد نهایی‌شان نه حداکثرسازی سود بلکه بهبود کیفیت زندگی انسان‌هاست.

به بیان دیگر، کسب و کار اجتماعی فعالیتی اقتصادی است که هدف اصلی آن حل یک مسئله اجتماعی یا زیست‌محیطی است. در این مدل، سود جنبه‌ی ابزاری دارد؛ یعنی برای تداوم فعالیت، توسعه خدمات و توانمندسازی گروه‌های هدف صرف می‌شود، نه برای انباشت شخصی. ویژگی‌های برجسته این نوع کسب و کار شامل نوآوری در مدل درآمدی، مشارکت فعال جامعه محلی و بازتوزیع منافع در راستای تقویت مأموریت اجتماعی است.

همین نقش دوگانه—یعنی پیوند زدن ارزش اقتصادی با ارزش اجتماعی—باعث شده کسب و کارهای اجتماعی در بسیاری از جوامع به عنوان یکی از کارآمدترین راهکارها برای مواجهه با چالش‌های پیچیده مطرح شوند. آن‌ها در حالی که فرصت‌های شغلی ایجاد می‌کنند، به درمان زخم‌های اجتماعی نیز می‌پردازند و بدین ترتیب به ناجیان خاموش جامعه بدل شده‌اند.

به بیان دیگر، کسب و کار اجتماعی نوعی فعالیت اقتصادی است که سود آن صرف تقویت خدمات اجتماعی و توانمندسازی گروه‌های هدف می‌شود. این نوع کسب و کارها با مشارکت فعال جامعه محلی، نوآوری در مدل درآمدی و بازتوزیع منافع، هم ارزش اقتصادی ایجاد می‌کنند و هم ارزش اجتماعی. همین نقش دوگانه است که باعث شده از آن‌ها با عنوان «ناجیان خاموش جامعه» یاد شود.

کسب و کارهای اجتماعی با اهدافی همچون ایجاد درآمد برای اقشار تهیدست و پاسخ به مشکلات اجتماعی و زیست‌محیطی، عملاً ناجیان جامعه‌اند. با این وجود، بارها با امواج بی‌مهری و نبود حمایت جدی مواجه شده‌اند.

## نگاه پژوهشی و پیامدهای اقتصادی

مرکز پژوهش‌های مجلس نیز اخیراً موضوع کسب و کارهای اجتماعی را زیر ذره‌بین برده و گزارشی

درباره حمایت‌هایی که در دنیا از این حوزه صورت می‌گیرد و راهکارهای دولت‌ها منتشر کرده است. واقعیت این است که تورم بالای ۴۰ درصد سال‌های اخیر تبعاتی همچون فقر، بیکاری و آسیب‌های اجتماعی به جا گذاشته است. خشکسالی، تحریم، جنگ و سایر بحران‌ها نیز مشکلات را چندین برابر کرده‌اند. این شرایط زیست اجتماعی را دشوار و اقتصاد کشور را فرسوده کرده است. درست در چنین فضایی است که نقش کسب و کارهای اجتماعی پررنگ‌تر می‌شود.

## تعریف و خاستگاه کسب و کار اجتماعی

اصطلاح کسب و کار اجتماعی نخستین بار توسط پرفسور محمد یونس، اقتصاددان بنگلادشی و برنده جایزه صلح نوبل در سال ۲۰۰۶ مطرح شد. به گفته او، کسب و کار اجتماعی نوعی فعالیت است که هدف اصلی آن حل مشکلاتی چون فقر، اعتیاد، بیکاری، طلاق، کار کودکان، آسیب‌های فرهنگی و محیط زیستی است.

این کسب و کارها به دودسته تقسیم می‌شوند:

- کسب و کارهایی که مالکیت آن‌ها در اختیار افراد تهیدست نیست اما مأموریت اجتماعی دارند.
- کسب و کارهایی که مالکیت آن‌ها متعلق به خود فقرست و از این طریق توانمند می‌شوند.

## تجربه جهانی

دولت‌های مختلف سیاست‌های متنوعی برای حمایت از این حوزه دارند: اتریش، هلند و ایتالیا با یارانه‌ها و صندوق‌های مالی، حمایت کامل می‌کنند. بلژیک، فرانسه و آلمان حمایت محدود ارائه می‌دهند. بلغارستان، کروواسی و اسپانیا تقریباً هیچ حمایتی ندارند. بسیاری از کشورها مانند فرانسه، آلمان، ایتالیا، انگلستان، آمریکا، فنلاند و لهستان چارچوب‌های حقوقی مشخصی ایجاد کرده‌اند. همچنین سازوکارهایی برای اعتبارسنجی و اعطای نشان به این کسب و کارها در نظر گرفته‌اند. محبوب‌ترین روش‌های حمایتی شامل معافیت مالیاتی، تخفیف برای تأمین‌کنندگان، یارانه‌های اشتغال‌زایی و تسهیلات بیمه اجتماعی است.

## کسب و کار اجتماعی با خیریه متفاوت است

فرشید یزدانی، رویکرد کسب و کار اجتماعی را

کسب و کاری می‌داند که اگر چه مانند هر کسب و کار دیگری، سودآوری آن مهم است، اما هزینه کرد این سود در بافت اجتماعی باید مدنظر قرار گیرد. به اعتقاد او، فرق یک کسب و کار اجتماعی با کسب و کار اقتصادی و عادی در این است که در کسب و کار اقتصادی، سودآوری، محوری‌ترین و تعیین‌کننده‌ترین مسئله است، اما وقتی یک فعالیت اقتصادی با رویکرد اجتماعی گره می‌خورد، سود آن، هرچند کمتر باشد، با خدمات اجتماعی پیوند می‌خورد.

از نگاه یزدانی، میان کسب و کارهای اجتماعی و نهادهای خیریه و NGO ها باید تفاوت قائل شد خیریه‌ها و NGO ها جزو کسب و کارهای اجتماعی قرار نمی‌گیرند؛ چراکه در آنها کسب سود مطرح نیست. او با اشاره به اینکه در ایران خیلی کم شاهدیم که یک خیریه یا NGO به فعالیت اقتصادی و درآمدزایی مبتنی بر نوع خدماتی که ارائه می‌دهد، بپردازد و فعالیت این موسسات عمدتاً بر مبنای کمک‌های مردمی شکل می‌گیرد، خاطرنشان کرد: «کسب و کار اجتماعی مبتنی بر تولید یک کالا یا خدمت با هدف اشتغال‌زایی و درآمدزایی است.»

به گفته یزدانی، سودسازی در یک کسب و کار اجتماعی به اندازه‌ای است که در واقع برای گذران امور و استمرار فعالیت به دست می‌آید و هدف اصلی حفظ آن خدمت اجتماعی و تأمین هزینه‌های دستمزد و روی ریل نگاه داشتن آن کسب و کار است.

## توانمندسازی زنان سرپرست خانوار

کسب و کارهای اجتماعی در ایران اغلب بر توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در مناطق مختلف به ویژه مناطق محروم، به وسیله اشتغال‌زایی برای آنها در زمینه‌هایی نظیر خیاطی و صنایع بسته‌بندی متمرکز هستند و همانطور که گفته شد، سود حاصل از فروش کالاها یا خدمات آنها صرف دستمزد و سرپا ماندن کسب و کار می‌شود.

برخی کسب و کارهای اجتماعی نیز اقدام به استخدام زنان سرپرست خانوار روستایی کرده‌اند و با در اختیار گذاشتن چرخ خیاطی به آنها، کالاهای تولیدی‌شان را می‌فروشند و کسب سود می‌کنند.

یزدانی با بیان اینکه یکی از کسب و کارهای اجتماعی جالب توجه که چند سالی است رونق گرفته، اقامتگاه‌های بوم‌گردی هستند، گفت: «اغلب بوم‌گردی‌ها رویکرد اجتماعی دارند و به اشتغال‌زایی برای اقشار محروم و فروش تولیدات محلی خود

## سهم وزارت کار در کسب و کارهای اجتماعی

به گفته فرشید یزدانی، کارشناس حوزه کار و تأمین اجتماعی، در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، موسساتی وجود دارند که غالباً در دسته آن NGO هایی هستند که در دسته کسب و کارهای اجتماعی اقتصادمحور قرار نمی‌گیرند و تشکیلات خود را با فعالیتهای اقتصادی نمی‌گردانند، بلکه در واقع حمایت وزارتخانه را پشت خود دارند یا اینکه در کنار آن کمی هم فعالیت اقتصادی دارند. به عنوان مثال مجموعه‌هایی که با بهزیستی کار می‌کنند. او خاطرنشان کرد: «البته کمک وزارت کار به این کسب و کارها ایداً بد نیست و وزارتخانه با این کمک‌ها می‌تواند در قالب تعاونی به حوزه اشتغال‌زایی کمک کند. در واقع وزارتخانه می‌تواند تمام طیف‌ها را یاری‌رسانی کند تا سرپا بمانند.»

## روند نامیدکننده توسعه کسب و کارهای اجتماعی

یزدانی در پاسخ به این پرسش که آیا کسب و کارهای اجتماعی طی سال‌های گذشته روند تعالی داشته‌اند معتقد است که به طور کلی این کسب و کارها به واسطه وضعیت بد اقتصادی، عمدتاً نتوانسته‌اند رشد کنند. وی افزود: «متأسفانه در سالیان اخیر نه‌تنها شاهد این نبوده‌ایم که کسب و کار اجتماعی جدیدی ایجاد شود، بلکه بعضاً حتی دیده‌ایم که نهادهای قبلی به واسطه اینکه نتوانسته‌اند کالا یا خدمات خود را به فروش برسانند و تولیدشان را ادامه دهند و اشتغال جدید ایجاد کنند، را کد مانده‌اند یا حتی به تعطیلی کشیده شده‌اند.» در این میان خبریه‌ها و NGOهایی که در حوزه زنان و کودکان کار می‌کنند، با بهزیستی همکاری دارند یا آنهایی که در حوزه و محیط زیست فعالیت می‌کنند، تحت نظر وزارت کشور یا سازمان محیط زیست هستند و با وزارت کار ارتباطی ندارند، اما متأسفانه در آنها نیز توسعه و رشد خاصی در این سال‌ها دیده نشده است.

## مشکل ساز شدن نگاه امنیتی

یزدانی یکی از مهم‌ترین دلایل عدم رشد کسب و کارهای اجتماعی را نگاه امنیتی به این حوزه می‌داند که به زعم مسئولان امنیتی، این مؤسسات به دلایلی نامعلوم ناقض امنیت جامعه دانسته می‌شوند. این در حالی است که این مؤسسات اساساً کارکرد امنیت اجتماعی دارند، اما گه‌گاه پلیس و امنیتی وجود دارد و آنها به عنوان یک عامل ضد امنیت تلقی می‌شوند.

همین نگاه است که باعث می‌شود مثلاً سازمان بهزیستی نگاه کنترلی جیبیی روی آنها داشته باشد و روی اعضای هیئت مدیره و مجموعه‌ها، حساسیت مضاعف و رفتارهای سرکوبگرانه داشته باشد. این نگاه حتی موجب تعطیلی مجموعه‌هایی نظیر «جمعیت امام علی (ع)» شده است.

به گفته یزدانی، این نهادها با این نگاه و رویکرد، نه‌تنها رشدی نداشته‌اند، بلکه دچار رکود هم شده‌اند.

## لزوم اصلاح سیاست‌ها و تغییر رویکرد

یزدانی در پاسخ به اینکه برای توسعه این حوزه با توجه به مشکلات اقتصادی چه باید کرد و این نوع کسب و کارها چه چاره‌ای دارند و باید به چه سمتی بروند، گفت: «سیاست‌گذاری دولت باید تغییر کرد. مهم‌ترین چیز تغییر یا اصلاح رویکرد به سمت رویکرد اجتماعی است؛ چرا که دولت نگاهی اقتصادی به این مؤسسات دارد و مباحثی نظیر مالیات بر آنها تأثیر گذاشته است.»

او خاطرنشان کرد: «در عین حال، حمایت از آنها به صورت جدی انجام نمی‌شود و اگر آن نگاه امنیتی نیز تغییر نکند، رشدی در کار نخواهد بود و چاره این است که ابزارهای قانونی و حمایتی باید بازتعریف شوند.» به اعتقاد وی، این نهادها نیز به دلیل اینکه مرتب ضعیف شده‌اند، نیاز به بازتعریف رابطه خود با مخاطبانشان و همچنین رابطه خود با دولت دارند. یزدانی معتقد است دولت باید در این تغییر رویکرد، پیشگام شود و یکی از راهکارها دموکرات‌سازی نهادها است.



یادداشت  
O P I N I O N



فرشاد مومنی

اقتصاددان

## مقصران بزرگ مریض حالی اقتصاد

طی دودهه گذشته اقتصاد ایران با شکافی جدی میان رشد تولید و افزایش نقدینگی روبه‌رو شده است. در حالی که تولید تنها ۳۶ درصد رشد داشته، نقدینگی بیش از ۱۰ هزار درصد افزایش یافته است. این ناهماهنگی، به گفته کارشناسان، یکی از عوامل اصلی جهش قیمت مسکن و افزایش نابرابری اقتصادی در کشور محسوب می‌شود. بانک‌ها، به‌ویژه بانک‌های خصوصی، در کانون این انتقادات قرار دارند. منتقدان می‌گویند این نهادها با هدایت منابع مالی به سمت فعالیت‌های سوداگرانه، نقش مهمی در تشدید مشکلات ساختاری اقتصاد ایران ایفا کرده‌اند. آنان یادآوری می‌کنند که حتی در اندیشه‌های تاریخی، از جمله توماس جفرسون در اوایل قرن نوزدهم، بانک‌ها خطری بزرگ‌تر از ارتش‌های متخاصم برای آزادی‌های اقتصادی و اجتماعی قلمداد شده‌اند.

در ایران، این بحث سابقه‌ای طولانی دارد. موقعیت ژئوپلیتیکی کشور باعث شده موضوع سلطه و نفوذ قدرت‌های اقتصادی و سیاسی همواره در محاسبات داخلی حضور داشته باشد. منتقدان تأکید می‌کنند که بانک‌های خصوصی، به جای ایفای نقش توسعه‌ای، مسیر سرمایه‌ها را به سمت سوداگری سوق داده‌اند؛ جایی که مرز بین واسطه‌گری و رباخواری کمرنگ شده است.

پس از انقلاب اسلامی، یکی از نخستین اقدامات سیاست‌گذاران، ملی کردن بانک‌ها بود. این تصمیم، به باور بسیاری، در تأمین منابع مالی کشور در سال‌های نخست جنگ نقش حیاتی داشت. اما از اوایل دهه ۱۳۸۰، روند بازگشت بانک‌های خصوصی آغاز شد. گزارش کمیسیون اقتصادی مجلس در سال ۱۴۰۰ نشان داد که در دودهه فعالیت این بانک‌ها، نقدینگی بیش از ۱۰ هزار درصد افزایش یافته، در حالی که رشد تولید تنها ۳۶ درصد بوده است.

این شکاف، به گفته تحلیلگران، آثار عمیقی بر رفاه عمومی و عدالت اجتماعی گذاشته است. بانک‌ها نه‌تنها بر کمیت نقدینگی تأثیر گذاشته‌اند، بلکه کیفیت آن را نیز تغییر داده‌اند. به این معنا که منابع پولی کمتر به سمت تولید و رفاه عمومی هدایت شده و بیشتر در اختیار فعالیت‌های سفته‌بازانه قرار گرفته است.

یکی از بخش‌هایی که به‌طور مستقیم از این روند آسیب دیده، بازار مسکن است. جهش قیمت و اجاره‌ها در سال‌های اخیر به عملکرد نظام بانکی نسبت داده می‌شود. بررسی صورت‌های مالی بانک‌های بورسی نشان می‌دهد که بخش عمده سود آنها، بین ۴۰ تا ۶۰ درصد، نه از عملیات بانکی متعارف بلکه از نوسانات نرخ ارز و فعالیت‌های غیرمولد به دست آمده است.

منتقدان معتقدند سلطه سوداگران بر بانک‌ها مانع هدایت منابع به تولید و عامل شکاف اجتماعی و بی‌اعتمادی است. حامیان، بانک‌های خصوصی را لازمه مدرن‌سازی می‌دانند، اما نبود نظارت و نقش‌آفرینی آنها در بازارهای غیرمولد همچنان محل نگرانی است. در شرایطی که اقتصاد ایران با چالش‌های مزمن مانند تورم بالا، رشد پایین و فشارهای خارجی مواجه است، آینده نقش بانک‌ها همچنان محل مناقشه خواهد بود.