

المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي هي مشروعات من نمط جديد؛ فهي تختلف تمامًا عن المشروعات التجارية الربحية التقليدية (التي تسمى عملياً الشركات الخاصة كافة في العالم اليوم)، وكذلك المنظمات غير الربحية (التي تعتمد على التبرعات الخيرية). وهي تتميز كذلك إلى حد بعيد عن بعض المصطلحات التي يتم استعمالها غالباً مثل (المشروع الاجتماعي)، أو (الريادة الاجتماعية)، أو (المشروعات التجارية ذات المسؤولية الاجتماعية)، والتي توصفُ بشكل عام أنواعاً مختلفة من الشركات التي تهدف إلى تحقيق أقصى كمٍّ ممكن من الأرباح.

تقع المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي خارج منظومة العالم الذي يهدف إلى تحقيق الربح؛ فالهدف الذي تصبو إليه هو إيجاد حلٍّ لمشكلة اجتماعية من خلال استخدام وسائل تجارية، بما في ذلك وسيلة بيع منتجات أو تقديم خدمات، فشرية غرامين دانون - على سبيل المثال - تعمل على حل مشكلة سوء التغذية من خلال بيع لبن الزبادي المدعم بمواد مغذية دقيقة، كما تعالج شركة غرامين فيوليا مشكلة مياه الشرب الملوثة بالزرنيخ من خلال بيع المياه النقية بأسعار تناسب الوضع المادي للفقراء، وسوف تحدد شركة غرامين BASF من الأوبئة الناجمة عن عض البعوض، من خلال إنتاج ناموسيات خاصة لهذه الغاية وتسويقها، وهناك أيضاً العديد من الأمثلة الأخرى - بعضها سبق أن دخل محل التشغيل وبعضها الآخر قيد الإنشاء.

هناك نوعان من المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي؛ يتمثل النوع الأول بالشركة التي لا احتمال فيها للخسارة، ولا توزع الأرباح على المساهمين فيها، وهي مكرسة لحل مشكلة اجتماعية بعينها، ويملكها مستثمرون يقومون بإعادة استثمار الأرباح كلها في

توسيع هذه المشروعات التجارية وتحسينها. تقع الأمثلة المذكورة آنفاً ضمن هذه البوتقة، وسنطلق على هذا النموذج تسمية النموذج (أ) من المشروعات التجارية.

أما النوع الثاني فيتمثل بشركة ربحية يملكها الفقراء إما بشكل مباشر أو من خلال الائتمان المكرس لخدمة قضية اجتماعية بعينها ومحددة سلفاً، سنطلق على هذا النموذج تسمية نموذج (ب) من المشروعات التجارية. وبما أن الأرباح التي تردُّ إلى الفقراء ترفع عنهم حال الفقر والعوز، فإن مثل هذه المشروعات تساعد تحديداً على حل إحدى المشكلات الاجتماعية، ويعد مصرف غرامين الذي يملكه الفقراء الذين يمثلون المودعين والذائنين في آن معاً، مثالاً على هذا النوع من المشروعات ذات الطابع الاجتماعي، وسوف أشرح تالياً في هذا الكتاب، موضوع مصنع أوتو غرامين للصناعات النسيجية، وهو قيد التخطيط حالياً، بوصفه المثال الثاني. هذا المصنع سوف تمتلكه شركة أوتو غرامين الائتمانية التي سوف تستخدم العائدات ليستفيد منها سكان المنطقة التي سيقام على أرضها المصنع.

المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي، على عكس المنظمات غير الربحية، فيها مستثمرون ومالكون، إلا أن المستثمرين والمالكين في النموذج (أ) من المشروعات التجارية لا يحققون أرباحاً أو عائدات، أو أي شكل من أشكال الفائدة المالية التي تعود عليهم بشكل شخصي؛ فالمستثمرون في المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي يمكن لهم استعادة المبلغ الأصلي المستثمر خلال مدة زمنية يقومون هم بتحديدوها. يمكن أن تكون هذه المدة قصيرة الأجل قد تمتد لسنة أو اثنتين، أو قد تكون طويلة الأجل قد تصل إلى خمسين سنة أو أكثر، لكن أي زيادة في كمية المال التي تذهب إلى المستثمرين أكثر من المبلغ المستثمر به أساساً ينزع عن المشروع التجاري طابعه الاجتماعي.

ما تقدم، ينطبق حتى على ضبط التضخم؛ فالدولار الواحد في المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي هو دائماً دولار، لا أكثر ولا أقل؛ فلو استثمرت ما قيمته ألف دولار -على سبيل المثال- في مشروع تجاري ذي طابع اجتماعي، فلن تستعيد إلا الألف دولار ذاتها، لا أكثر. نحن صارمون جداً بشأن هذه المسألة؛ لأننا نريد أن نوضح بشكل لا يقبل التأويل أن فكرة الربح المادي الشخصي لا مكان لها في المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي.

ونظرًا إلى كون المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي فكرة جديدة، فقد كُرِّسَتْ الكثير من الوقت والجهد لوضع تعريف دقيق لها، واستنباط طرائق لشرح طبيعتها بشكل واضح لا يقبل الجدل بالنسبة إلى عامة الشعب، وقد كان أحد أهم داعمي هذه الجهود هو هانس ريتز، مدير مختبر غرامين للأفكار الخلاقة في ويسبادن، بألمانيا، ولقد ساعدني ريتز في صياغة المبادئ السبعة التي تقع المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي تحت مظلتها، والتي تقدم خدمة جليلة تتمثل في عرض السمات الأساس للنموذج (أ) من المشروعات التجارية:

1. يهدف المشروع التجاري إلى مكافحة الفقر، أو وضع حلول لمشكلات أو عدة مشكلات (مثل التعليم والصحة والإفادة من التكنولوجيا والبيئة) تهدد السكان والمجتمع - وليس إلى تحقيق الأرباح.
2. سوف تحقق الشركة الاكتفاء الذاتي من الناحيتين الاقتصادية والمالية.
3. يستعيد المستثمرون فقط المبلغ الأصلي الذي وضعوه في الاستثمار، ولن تقدم لهم أي عائدات زيادة على المبلغ الأصلي الذي استثمروه في المشروع.
4. عندما تتم إعادة المبلغ المستثمر، تبقى الأرباح في الشركة بغية توسيع أعمالها وتحسين خدماتها.
5. سوف تلاحظ الشركة باهتمام مسألة المحافظة على البيئة في أعمالها.
6. تحصل القوى العاملة في الشركة على رواتب لا تقل عما يحصل عليه نظراء أفرادها في السوق؛ مع التمتع بشروط عمل أفضل مما يتمتع به نظراؤهم.
7. يجب أن تُغَلَّفَ هذه الأعمال كلها بكثير من المتعة.

كان آخر تلك المبادئ السبعة من اقتراح ريتز؛ ولا بد لي من القول إنني أُعجبت بهذا الاقتراح، ونظرًا إلى كوننا أسرى هذه البيئة التجارية التقليدية المدججة بالعدوانية، فقد نسينا أن المشروعات التجارية يمكن أن تكون ممارستها ممتعة؛ المشروعات التجارية ذات

الطابع الاجتماعي لها صلة وثيقة جدًا بالمتعة، فبمجرد أن تخوض غمارها، سوف تكتشف على نحو مطّرد متعة لا حدود لها تترافق مع ممارستها.

تشكل المبادئ السبعة الأنفة الذكر جوهر المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي؛ احتفظوا بهذه المبادئ في ذاكرتكم وأنتم تقرؤون صفحات هذا الكتاب؛ سوف تلاحظون كم هي فاعلة هذه المبادئ عندما نقوم بوصف مشروعات تجارية محددة ذات طابع اجتماعي، وهي في طور العمل؛ إضافة إلى مشروعات مماثلة ما تزال قيد الدراسة؛ وسوف يتم إطلاقها قريبًا. عندما يجتمع بنا أصحاب الشركات والرواد للاطلاع على مفهوم المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي، ويستقصون الطرق التي تقودهم إلى الانخراط في هذه الحركة، فإننا نشترك وإياهم في هذه المبادئ السبعة؛ هذه المبادئ تمثل حجر الرحي، وهي كذلك بمثابة التذكير الدائم بالقيم التي تتوضع في صميم فكرة المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي.

ماهية المشروع التجاري ذي الطابع الاجتماعي - وما هو نقيضه

غالبًا ما تستخدم مصطلحات مثل (المشروع الاجتماعي)، (والريادة الاجتماعية)، والعديد من المصطلحات الأخرى في الأدب المكرس لتناول مشكلات كالفقر على سبيل المثال، وبالرغم من أن هذه المصطلحات تستخدم بطرق شتى من قبل كتّاب متنوعي التوجهات، فإنها تستخدم عمومًا للدلالة على مفهومات فرعية إما ضمن نطاق عالم المشروعات الربحية، أو العالم التقليدي للمنظمات غير الربحية؛ وعليه، لا تدخل ضمن نطاق نفس ما أطلق عليه تسمية المشروع التجاري ذي الطابع الاجتماعي.

يشير مصطلح (الريادة الاجتماعية) إلى شخص بعينه، وهو توصيف لمبادرة ذات أثر اجتماعي يؤسس لها أحد الرواد الذين يتمتعون برؤية اجتماعية، قد تكون هذه المبادرة لا اقتصادية؛ فقد تكون مبادرة خيرية أو مبادرة تجارية ذات مردود ربحي أو غير ربحي. يؤطر بعض الرواد الاجتماعيين مشروعاتهم ضمن نطاق المنظمات غير الحكومية، فيما ينخرط آخرون بأنشطة ذات مردود ربحي؛ فالمشروع التجاري ذو الطابع الاجتماعي -بعكس الريادة الاجتماعية- هو مشروع تجاري ذو طابع محدد بدقة؛ فهو شركة ليست عرضة للخسارة

وغير ربحية، إلا أن لها هدفًا اجتماعيًا تسعى إلى تحقيقه؛ المشروع التجاري ذو الطابع الاجتماعي قد يسعى إلى تحقيق أهداف تشبه تلك التي يسعى إليها الرواد الاجتماعيون؛ إلا أن هيكلية المشروع التجاري ذي الطابع الاجتماعي تجعله متميزًا وفريدًا من نوعه.

بعض المنظمات التي تسوّق لمفهوم (الريادة الاجتماعية) مثل مؤسسة (أشوكا) التربوية تصنّف ما أقوم به أنا ومصرف غرامين تحت هذا العنوان. أنا لا أعتز على مثل هذا التصنيف، كما أن مؤسسة أشوكا قامت بعمل جيد تجلّى في إطلاع الناس في كافة أنحاء العالم على قصة غرامين وكذلك على مفهوم قروض الائتمان الصغيرة، لكن من الخطأ الخلط بين ما أقوم به من عمل وبين ما يقوم به الرواد الاجتماعيون، أو الافتراض بأن (الريادة الاجتماعية) و(المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي) هما ببساطة شديدة مسمّيان مختلفان للشيء نفسه.

يظن بعض الناس أن المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي هي نوع من المنظمات غير الربحية، هذا ليس صحيحًا ألبتة، لاحظوا معي بعض السمات التي تميز المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي من الأنواع النمطية للمنظمات غير الربحية.

المؤسسة -على سبيل المثال- هي منظمة خيرية تم إنشاؤها من أجل إنفاق الأموال الواردة من متبرع أو أكثر ممن يبحثون عن خلق فوائد اجتماعية من خلال هباتهم وأعطياتهم؛ المؤسسة ليست مشروعًا تجاريًا ذا طابع اجتماعي؛ فهي غير قادرة على أن تكون مستقلة ماليًا؛ كما أنها لا تحقق عادة أي دخل من خلال أنشطة تجارية، وليس لها أي مالك بالطريقة التي يتمتع بها المشروع التجاري ذو الطابع الاجتماعي. (تحت مظلة القوانين المعمول بها في معظم الدول، لا تكون المؤسسات أو المنظمات غير الربحية مملوكة لأشخاص بعينهم، بل تدار من قبل مجالس إدارات بموجب توجيهات ولوائح تصدرها الدولة).

لكن المؤسسة يمكن أن تمتلك مشروعات تجارية ذات طابع اجتماعي؛ أظن في حقيقة الأمر أن هناك فرصة رائعة للمؤسسة تقوم من خلالها باستخدام السيولة من أجل التأسيس لمشروعات تجارية ذات طابع اجتماعي تدخل ضمن نطاق اهتمام المنظمة نفسها؛ عندما تقدم المؤسسة منحة مالية إلى منظمة غير حكومية، فإن تلك الأموال سوف تنفق من أجل

التأسيس لبرامج خيرية أو دعمها، كما يؤمل منها أن توفر بعض الفوائد للمجتمع، ولكن في أي حال، يتم إنفاق هذه الأموال بسرعة، ويلى ذلك في معظم الأحوال قيام المنظمة غير الحكومية ذاتها بطلب منحة مالية أخرى لكي تستمر في القيام بعملها.

بالمقابل، إذا كان للمؤسسة أن تقدم سيولة مالية من أجل الاستثمار تستطيع بوساطتها إطلاق مشروع تجاري ذي طابع اجتماعي، فإن من الممكن حينها لهذا المشروع التجاري أن يهيئ لفوائد اجتماعية في الوقت الذي يضخ مردوداً مالياً من أجل أن يستمر في العطاء، وسوف يكون بمقدوره بمرور الوقت أن يسد أصل المبلغ الذي اقترضه من أجل الاستثمار؛ ما يعني أن المؤسسة يمكن أن تسترد السيولة المالية التي أقرضتها، وسيكون بإمكانها استخدام تلك السيولة لأهداف أخرى لا تقل شأنًا عن سابقاتها. في غضون ذلك، سوف يستمر المشروع التجاري ذو الطابع الاجتماعي في شق طريقه نحو تقديم ما هو أفضل في العالم، وإذا قيّمت له إدارة حكيمة، فسيكون باستطاعته أن يتوسع في أعماله، وينشر تأثيره في دوائر أكثر حجمًا واتساعًا في المجتمع.

وكما سألنا لاحقًا، هناك ضوابط قانونية وضريبية في بعض البلدان بما في ذلك الولايات المتحدة تجعل من الصعوبة بمكان بالنسبة إلى المؤسسة القيام باستثمارات في مشروعات تجارية، لكن هذه التعقيدات يمكن تجاوزها. أرغب في رؤية مؤسسات تستخدم بعضًا من السيولة التي بحوزتها من أجل التأسيس لمشروعات تجارية ذات طابع اجتماعي ضمن مجالات اهتمامها: أعني بذلك الصحة والتربية والزراعة المستدامة. أمل أن تقوم بعض أهم المؤسسات الموجودة حاليًا بأخذ مثل هذه الاحتمالات بالحسبان.

وعلى المنوال نفسه، بإمكان أي منظمة خيرية تقليدية غير حكومية وغير ربحية أن تستثمر في مجال المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي، ولكي يصبح ذلك ممكنًا، يجب أن تُفصل هذه المشروعات عن المنظمة غير الحكومية ذات الصلة لأسباب تتعلق بالمحاسبة، وكذلك بقضايا قانونية وضريبية، ولكن طالما يشاطر المشروع التجاري ذو الطابع الاجتماعي الأهداف الاجتماعية نفسها التي تتبناها المنظمة غير الحكومية، فإن مثل هذا الاستثمار كما يبدو لي، سيمثل أداة حكيمة وقوية من أجل تحقيق الأهداف الخيرية للمنظمة غير الحكومية.

تقوم المنظمات غير الحكومية بالكثير من الأعمال الإيجابية في معظم أرجاء العالم، إلا أن النموذج الخيري يعاني بعض نقاط الضعف المتأصلة في صلب تكوينه، ما قادني إلى التأسيس لمفهوم المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي بصفته بديلاً له.

الاعتماد على الهبات الخيرية لا يمثل الطريقة المستدامة لإدارة أي منظمة؛ فهو يفرض على المسؤولين الذين يديرون هذه المنظمات غير الحكومية هدر الكثير من الوقت والطاقة والمال من أجل جمع التبرعات لصالح تلك المنظمات، وحتى عندما تتكلم هذه الجهود بالنجاح، فإن معظم هذه المنظمات غير الحكومية تصبح مقيدة بصورة دائمة بالحاجة الملحة والمستمرة إلى السيولة النقدية، كما تصبح عاجزة عن الاستمرار؛ ناهيك عن التوسع والانتشار في معظم برامجها الفاعلة، لكن المشروع التجاري ذا الطابع الاجتماعي بالمقابل، مصمّم لكي يكون مُستدامًا وقادرًا على الانطلاق والاستمرار، وهذا يسمح لمالكي مثل هذا المشروع بالتركيز ليس على طلب التبرعات، بل على زيادة الفوائد التي يمكن لهم أن يقدموها للفقراء وذوي الحاجة في المجتمع. إن قدرة المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي على تدوير المال بطريقة لا متناهية يمنحها تأثيرًا أعظم بكثير من أي تأثير قد تحققه أفضل الجمعيات الخيرية نشاطًا وزخمًا.

فوق هذا وذاك، يُعامل المشروع التجاري ذو الطابع الاجتماعي المستفيدين من خدماته بطريقة يحفظ من خلالها كرامتهم واستقلالهم المادي أكثر بكثير مما يمكن لأي جمعية خيرية تقديمه، وحتى البرامج الخيرية الحسنة النية والمصممة بشكل جيد، تؤثر سلبًا بشكل لا مفر منه؛ ويتجلى ذلك التأثير من خلال سحب روح المبادرة من أولئك الذين يتلقون المساعدة؛ فالفقراء الذين يتحولون إلى عالة على المنظمات الخيرية، لا يتلقون أي تشجيع كي يعتمدوا على أنفسهم.

أما الأشخاص الذين يدفعون أسعارًا مقبولة للخدمات التي يتلقونها، فإنهم يقومون بخطوات عملاقة باتجاه الاعتماد على أنفسهم، فبدلاً من قبولهم الهدايا بصورة سلبية، يقوم هؤلاء الأشخاص بالمشاركة بفاعلية في النظام الاقتصادي؛ ويتحولون بالتالي إلى لاعبين في اقتصاد السوق الحرة. إن مثل هذه الممارسة تقدم دفعةً قويًا لهؤلاء

الأشخاص، وتؤدي بشكل مباشر إلى وضع حلول حقيقية وطويلة الأجل لمشكلات؛ مثل الفقر وعدم المساواة والاضطهاد.

بالطبع، ليس القصد أن نبدل الأعمال الخيرية كافة بمشروعات تجارية ذات طابع اجتماعي؛ فمساعدة الناس الذين هم في ميسس الحاجة إلى مثل هذه المساعدة أمرٌ مرغوب ومطلوب (أذكر هنا على سبيل المثال، الكارثة الطبيعية المتمثلة بالتسونامي الذي حدث سنة 2004م، أو الزلزال الهائل الذي حلَّ بهاييتي سنة 2010م ودمَّرَ البنية التحتية فيها، وشرد سكانها، وجعل شعبها بأمسِّ الحاجة إلى الطعام والرعاية الطبية والأدوية والكساء). في مثل هذه الحال، لا يمكن للعائلات التي بدأت تعاني المجاعة الانتظار حتى يتم إطلاق مشروعات تجارية تلبّي حاجاتهم؛ فهم بحاجة في تلك اللحظات إلى الطعام بشكل فوري؛ في مثل هذه الحالات، تكون الأعمال الخيرية هي الجواب الفوري الوحيد. ولكن حالة الطوارئ هذه، لا بد أن تمهد الأرضية المناسبة كي تُخلى هذه الأنشطة الخيرية الطريق من أجل البدء بمرحلة يكون فيها تدخلُ المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي مناسباً جداً وذا فائدة قصوى. لهذا السبب، قمنا بإنشاء صندوق تمويل لمشروع تجاري ذي طابع اجتماعي لهاييتي؛ وذلك من أجل التأسيس لسلسلة من مشروعات تجارية ذات طابع اجتماعي بصفتها حلولاً مستدامة وطويلة الأجل لخدمة شعب هاييتي. هناك حاجة للأعمال الخيرية، وكذلك للمشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي؛ ولكن علينا أن نفهم كيف، وإلى أي مدى يمكن لكل من هاتين المقاربتين المساهمة في تخفيف وطأة البؤس الذي يزرع الناس تحته.

هناك أيضاً أصناف من الناس لا بد لهم لسوء الحظ من الاعتماد على المنظمات الخيرية؛ لأن من المحال عملياً بالنسبة إليهم الاعتماد على أنفسهم. أعني بهؤلاء مَنْ يعانون عاهات جسدية أو عقلية شديدة، إضافة إلى كبار السن أو الأطفال الرُّضع؛ إننا بوصفنا مجتمعاً مديون لهذه الفئات؛ إذ ينبغي لنا مدِّ يد العون لهم، وسيكون من القسوة والغلظة بمكان، أن نُصرِّ على أن يقوموا بالاعتماد على أنفسهم؛ وعليه، هناك مجال واسع في عالمنا للأعمال الخيرية، تماماً كما أن هناك مجالاً واسعاً للمشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي.

لكنني أود أن أوضح أن المجالات التي يمكن أن تتحرك ضمنها المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي، التي يستطيع الفقراء من خلالها أن يصبحوا مستقلين ذاتياً، أكبر بكثير مما يظن الكثيرون. سبقت لي الإشارة إلى البرنامج الذي من خلاله استطاع مصرف غرامين أن يهيئ السبل أمام المتسولين كي يتحولوا إلى أصحاب مشروعات تجارية صغيرة، من خلال القروض الصغيرة التي حصلوا عليها من المصرف، وقد أثبت هذا البرنامج أنه حتى أكثر الناس فقراً؛ أي الأشخاص الذين لا يتمتعون بأي مهارة أو موارد تذكر، يمكن أن يتحولوا إلى أشخاص مستقلين مادياً عندما تتوافر بين أيديهم الأدوات المناسبة.

حققت برامج أُديرت من قبل منظمات أخرى (معجزات) مشابهة مع أصناف أخرى من الناس كان يُنظرُ إليها أحياناً بوصفها حالات ميؤوس منها: مثل المدمنين على المخدرات والأشخاص الذين يعانون عاهات جسدية أو عقلية؛ دعونا لا نتسرع في افتراض أنه يمكن مد يد المساعدة للناس فقط من خلال الصدقات، دعونا نحاول بدلاً من ذلك، استخدام مَلَكة الإبداع لدينا من أجل إطلاق الإمكانيات الخبيثة التي منحها الله للناس كلهم تقريباً.

هناك نوع آخر من المنظمات التي يمكن أن تتداخل مع المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي؛ وأعني بها الجمعيات التعاونية.

الجمعية التعاونية مملوكة من قبل أعضائها، وتتم إدارتها لغايات ربحية وفوائد تُجنى لصالح الأعضاء المساهمين فيها؛ فعندما تم إنشاء حركة الجمعيات التعاونية في البداية من قبل اشتراكيين أمثال روبرت أوين في أوائل القرن التاسع عشر، كانت لها أهداف اجتماعية واضحة: تمكين الفقراء، وتشجيع الاكتفاء الذاتي، وتعزيز التنمية الاقتصادية، وفي أيامنا هذه، ما تزال الجمعيات التعاونية تخلق فرصاً لتحقيق فوائد اجتماعية؛ على سبيل المثال، هناك جمعيات تعاونية سكنية توفر منازل يستطيع محدودو الدخل من الطبقة العاملة اقتناءها؛ وهناك كذلك جمعيات تعاونية توفر مواد غذائية صحية، وتضعها في متناول أيدي سكان المدن، وهناك أيضاً تعاونيات مصرفية تقدم خدمات مالية للمستهلكين الذين لولاها ما كان بإمكانهم الاستفادة من هذه الخدمات.

لكن بعض هذه التعاونيات تُدار على نفس نمط الشركات التي تهدف إلى تحقيق الحد الأقصى من الأرباح؛ فهي تجمع ببساطة مجموعات من الأشخاص أو الشركات (مزارعين ينتجون نوعًا محددًا من المحاصيل، على سبيل المثال)، وتتسبب هيكلية تجارية يعمل هؤلاء تحت مظلتها، بحيث يكون بإمكانهم تحقيق زيادة في معدل أرباحهم الشخصية؛ لا ضير في ذلك بطبيعة الحال، لكن هذا لا يعد مشروعًا تجاريًا ذا طابع اجتماعي.

هل يمكن أن تكون التعاونيات مشروعات تجارية ذات طابع اجتماعي؟ أجل، يمكن ذلك بشرط أن يكون مالكو هذه التعاونيات من الفقراء؛ في هذه الحال، أيُّ أرباح تجنيها التعاونيات سوف تذهب لدعم الفقراء ومساعدتهم في الخلاص من براثن الفقر، وهذه تعد نشاطًا مفيدًا من الناحية الاجتماعية. المثال المناسب على ذلك هو (المنظمة النسائية للمهن الحرة)؛ وهي نقابة عمالية تساعد النساء الهنديات العاملات في مهن حرة في سعيهن للحصول على (وظائف دائمة) تحقق لهن الأمان الوظيفي، والأمان المالي، والأمن الغذائي، والرعاية الصحية، ورعاية الأطفال، والمأوى. المنظمة النسائية للمهن الحرة التي أسست بدايةً على شكل نقابة عمالية للعاملات المحليات في حقل الصناعات النسيجية سنة 1972م، تضم حاليًا أكثر من تسعين ألف عضو في طول الهند وعرضها، ويختار الأعضاء قاداتهن، ويقمن فعليًا بإدارة المنظمة لصالح القاعدة العمالية.

أخيرًا، دعوني أشير إلى عبارة أخرى يسألني عنها أحيانًا بعض الأشخاص الذين يتساءلون عما يرمي إليه مصطلح المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي، هذه العبارة هي (السوق الاجتماعية)، إنها مفهوم تم تداوله بين متخصصين في علم الاجتماع في سبعينيات القرن العشرين، يهدف إلى توصيف الجهود المبذولة من أجل تغيير السلوك البشري بطريقة مفيدة اجتماعيًا، وذلك من خلال استخدام أدوات وتقنيات مستلّة من التسويق التجاري؛ وخير مثال على ذلك هو حملات مكافحة التدخين التي قامت بتطويرها العديد من الحكومات والمنظمات غير الحكومية، من خلال استخدام الإعلانات التلفازية، والتصريحات الصادرة عن نجوم معروفين، والإعلانات في المجالات من أجل إيصال الرسالة المرجوة، وبالرغم من التشابه في التسمية، فإن هذا النوع من السوق الاجتماعية لا علاقة له ألبتة بمفهوم المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي.

المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي والمسؤولية الاجتماعية المشتركة

المسؤولية الاجتماعية المشتركة هي تعبير آخر يتداخل أحياناً مع المشروع التجاري ذي الطابع الاجتماعي، غالباً ما تقوم المسؤولية الاجتماعية المشتركة بتخصيص تمويلٍ مكرّسٍ للأعمال الخيرية يوضعُ جانباً من قبل شركة تهدف إلى تحقيق حد أقصى من الأرباح، وذلك بغية توظيفه تلبيةً لبعض حوائج المجتمع المحلي؛ على سبيل المثال، يمكن أن يتبرع قسم المسؤولية الاجتماعية المشتركة في شركة ما، بكمية من المال لإحدى المستشفيات أو المدارس، أو يقدم منحاً دراسية لعدد محدود من أبناء الفقراء، أو يمولّ حملة (يوم للنظافة) لأحد الشواطئ أو المتنزهات المحلية. تستخدم برامج المسؤولية الاجتماعية الجماعية في الغالب لبناء صورة جذابة للشركة، وتسويق فكرة أن هذه الشركة هي (الجار الخيّر والمُحسّن)، أو صورة عن (المواطن الصالح). لا عيب في (المسؤولية الاجتماعية المشتركة)؛ ولكن لا علاقة لها ببرنامج المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي.

بالمقابل، تلتزم المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي بشكل مباشر بتغيير الوضع الاقتصادي والاجتماعي للفقراء، أو بتحسين الأوضاع الاجتماعية في العالم؛ ربما تركز الشركة التي تهدف إلى تحقيق الحد الأقصى من الأرباح 95 بالمئة من مواردها لتحقيق الأرباح، بينما لا تركز سوى 5 بالمئة (أو ربما أقل) من أرباحها من أجل جعل العالم مكاناً أفضل. أما المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي، فإنها تركز 100 بالمئة من مواردها لجعل العالم مكاناً أفضل.

قد يشير مفهوم المسؤولية الاجتماعية المشتركة أيضاً إلى ضوابط محددة للمواطنة الصالحة التي يحاول أن يلتزم بها بعض كبار رجال الأعمال المتتورين، ومن غير المتوقع أن يكون أي مشروع تجاري مشروعاً ذا طابع اجتماعي بالضرورة، لكن حتى المشروعات التجارية التي تهدف إلى تحقيق الحد الأقصى من الأرباح، عليها الالتزام ببعض المبادئ الرئيسة لمفهوم المسؤولية.

المبدأ الأول للمسؤولية الذي على كل رجل أعمال متميز العمل به، هو التأكد من أن المشروع التجاري الذي هو بصدده لا يشكل خطراً على حياة أي شخص يعيش على ظهر

هذا الكوكب. أود رؤية كل مدير أعمال وهو يتعهد شخصياً بالأقيام بأي مشروع تجاري من شأنه أن يجعل عالمنا مكاناً أكثر خطورة مما هو عليه من دون وجود هذا المشروع التجاري، هذا يعني أن يتم تشغيل هذا المشروع بطريقة آمنة - أي باتباع إجراءات من شأنها تجنب مخاطر التسبب في أذى العمال، وهو يعني كذلك تصنيع منتجات وتقديم خدمات آمنة الاستخدام، ويعني أيضاً اتخاذ الخطوات الضرورية لتجنب تلويث البيئة أو التسبب في الاحتباس الحراري. يبدو لي أن على الشركة تعد نفسها ملتزمة بالمسؤولية الاجتماعية المشتركة تطبيق هذه الخطوات الصغيرة على الأقل.

المبدأ الثاني للمسؤولية يذهب إلى مدى أبعد قليلاً؛ فهو يؤكد أن المشروع التجاري يجب أن يسهم في جعل كوكب الأرض أكثر أماناً مما هو عليه في ظل غياب مثل هذا المشروع، وتحت مظلة هذا المبدأ لا يعد مجرد التعهد بعدم التسبب في التلوث كافياً؛ إذ إن من الضروري أيضاً المساعدة في تنظيف الجو والبحار والأرض التي نسير عليها، كي تصبح جميعها بوضع أفضل مما هي عليه، فلا يكفي أن نقوم بتصنيع منتجات لا تسبب في أذى المستهلكين؛ لأن من الضروري تصنيع منتجات تجعل الحياة ميسرة أكثر، وأكثر أماناً، وتكون صحية أكثر بالنسبة إلى مستخدميها.

يقضي المبدأ الثالث للمسؤولية بأن تتم إدارة المشروع التجاري ضمن إطار المسؤوليات الاجتماعية والسياسية التي وضعتها الدولة وكذلك السلطات في أنحاء العالم كافة، هذا يعني بطبيعة الحال، الالتزام بالقوانين والأنظمة المتعلقة بالأمان والمسؤولية البيئية والنزاهة المالية، وغيرها، لكنها تعني أيضاً المساهمة بشكل فعال في الجهود التجارية المبدولة من أجل دعم كل ما يؤدي إلى خير المجتمع على المستويات المحلية والوطنية والعالمية. وعلى الشركات التي تؤمن بمبدأ المسؤولية الاجتماعية المشتركة أن تعمل جاهدة كي تكون مؤسسات تعاونية صالحة، تساعد على جعل العالم الذي نعيش فيه مكاناً أفضل، وذلك من خلال سياساتها والإجراءات التي تتخذها وممارساتها الفعلية على الأرض.

يمكننا بالاستناد إلى مبادئ كهذه، وضع خطط لمشروعات تجارية لا تحمل في طياتها أي بذور للصراع بين الأهداف الاجتماعية والأهداف الاقتصادية لمثل هذه المشروعات. عبارة (الاجتماعية) تعني في هذا السياق أن المشروع التجاري يهدف إلى خدمة قطاع

عريض من المواطنين بدلاً من مجرد التركيز بشكل صرّف على أرباح المساهمين المالية، ليس هناك من سبب يمنعنا من التأسيس لمثل هذه المشروعات؛ ذلك أن هذه المهمة الاجتماعية لها منطوق اقتصادي متكامل، ولكن أؤكد مرة أخرى أنها ليست نسخة مطابقة للمشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي التي سبق لي التحدث عنها.

تأملوا (الشمس تشرق على الجميع) The Sun Shines for All بوصفه مثالاً على ذلك شركة؛ هذا المشروع التجاري الربحي الذي أسسه رائد الأعمال الاجتماعي فايوروزا مكرّس لإنتاج الكهرباء من الطاقة الشمسية للقرويين في البرازيل، قام روزا بدراسة أوضاع القرويين في ولاية ريو غران د دو سول في أقاصي الجنوب البرازيلي، حيث لم تكن تتعم بالطاقة الكهربائية في الإقليم سوى نسبة محدودة منهم؛ اكتشف أن قرابة سبعين بالمئة من العائلات كانت تتفق ما قيمته 11 دولاراً شهرياً على مصادر الطاقة؛ مثل الكيوسين والشموع والبطاريات وغاز البترول السائل، وهذا المبلغ هو المبلغ نفسه الذي يمكن لهم إنفاقه مقابل استئجار منظومة كهربائية منزلية بسيطة مستمدة من الطاقة الشمسية، بما في ذلك الأسلاك الكهربائية والمصابيح والمنافذ الكهربائية. إن مثل هذه المنظومة تراعي الشروط البيئية، كما أن استخداماتها هي أكثر صحة وتنوعاً.

تقوم شركة روزا حالياً بتركيب هذا النوع من منظومة الطاقة الشمسية في القرى على امتداد الشطر الجنوبي من ريف البرازيل، وهو يأمل أن يستطيع تغطية ما يربو على ثلاثة أرباع مليون من المنازل التي لا تتعم بالكهرباء حالياً. من الواضح أن هذا المشروع التجاري ذو فائدة لها بعدّها الاجتماعي لصالح الفقراء في البرازيل، لكن شركة (الشمس تشرق على الجميع) لا تصنّف على أساس أنها مشروع تجاري ذو طابع اجتماعي؛ فالخطة التجارية تأمل في تحقيق نسبة عائدات ربحية تتراوح بين 29 و30 بالمئة - وهو كما يرى روزا، مبلغ ضروري لجذب مستثمرين أجنب ممن يرغبون في تحقيق أرباح جرّاء مثل هذه المشروعات.

تحاول الشركات الربحية ذات الالتزام القوي بالمسؤولية الاجتماعية المشتركة جعل سعيها لتحقيق الربح متساوفاً مع الاعتبارات الاجتماعية، لكن التزامها بتحقيق الأرباح يحد حتماً من مساهماتها في القضايا الاجتماعية؛ لذا على هذه الشركات، وضمن الإطار الاقتصادي الحالي الذي يعرف ماهيّة الشركة التي تهدف إلى تحقيق أقصى مدى ممكن

من الأرباح، أن تقوم بتصميم الشركة بشكل يجعلها تضع في أولوياتها تحقيق الربح، وبعد ذلك تتم إضافة الملامح الاجتماعية على ذلك التصميم، بشرط ألا تتدخل هذه الملامح الاجتماعية سلبيًا في كمّ الأرباح التي تسعى الشركة إلى تحقيقه.

هذا أمر يتطلب توازنًا دقيقًا؛ فعلى سبيل المثال، ما الذي سيحدث إذا أجبرت الأحوال الاقتصادية في البرازيل روزًا يومًا ما، على الاختيار بين تحقيق نسبة عالية من الأرباح للمستثمرين الأجانب الذين استقدمهم إلى البرازيل، وبين الأقساط المعقولة التي يدفعها الزبائن القرويون في المناطق الريفية مقابل استئجار منظومة استرجار الطاقة الكهربائية المستمدة من الطاقة الشمسية؟ ونظرًا إلى أن شركة روزا تعد مشروعًا تجاريًا تقليديًا يهدف أساسًا إلى الربح، فمن المحتمل أن تتأثر الخدمات المقدمة للسكان سلبيًا إذا كان لا بد من إرضاء المستثمرين. هذا خيارًا لا تجد المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي نفسها مضطرة إلى تبنيه.

بالمقابل، يتمحور جوهر المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي بشكل كلي حول تحقيق فوائد اجتماعية؛ ليس هناك أي تفكير حول تحقيق مكاسب مادية لصالح أي مستثمر، ونتيجة لذلك يظهر هنا مكن قوتها، ويصبح اهتمامها منصبًا بشكل لا يقبل الشك على القضية الاجتماعية.

هل المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي أفضل من المشروعات التجارية المعتادة؟ هذا يعتمد على ما تعدونه أفضل أو أسوأ؛ إذا أردتم جني المال، فمن الطبيعي أن تفضلوا الشركات التي تهدف إلى تحقيق الحد الأقصى من الربح، أما إذا كانت رغبتكم تتمثل في حل مشكلات الآخرين، فإن المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي هي الطريق المثلى لذلك. الشركات الربحية لا يمكن لها أن تقوم بهذه المهمة من قريب أو من بعيد.

الربح والمشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي

يتساءل بعض الناس عن السبب في عدم الجمع بين قوة مبدأ الربح وبين الفائدة الاجتماعية – أو (بين النجاح فيما تفعله من جهة، وفعل الخير ذاته)، كما يُعبّر عنه أحيانًا؟ إذا كانت المسألة تتعلق بوضع حد نهائي لمعضلة الفقر على سبيل المثال، ألا يجدر بنا أن

نكون براغماتيين حول كيفية تحقيق ذلك؟ ربما يتضمن ذلك وجوب أن نكون براغماتيين حول مسألة الربح؛ قد يرى بعضهم أن المنظومة الربحية بإمكانها مكافحة الفقر بطريقة أكثر نجاعة؛ فاحتمال تحقيق الربح قد يسمح لمالكي هذه المنظومة بجذب مزيد من رؤوس الأموال، والتوسع في أعمالها أكثر فأكثر؛ ومن ثم تؤثر إيجاباً وبسرعة أكبر، في حياة عدد أكبر من الناس، وهذه هي فكرة (ثنائية الهدف) أو (ثلاثية الهدف) التي يتحدث عنها رجال الأعمال من ذوي النيات الحسنة.

ليس لدي أي اعتراض على مبدأ تحقيق الأرباح، فحتى المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي يسمح لها بأن تجني أرباحاً بشرط أن يتم توظيف هذه الأرباح من أجل توسيع دائرة الفوائد الاجتماعية التي تقدمها الشركة. (غالباً ما أستخدم عبارة (الفائض) لأميز بشكل لا يقبل التأويل بين هذا النوع من الربح وبين الأرباح التي تجنيها المشروعات التجارية التقليدية التي تذهب إلى جيوب المالكين)؛ فالربح بحد ذاته ليس سيئاً على الإطلاق.

لكن المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي هي نمط جديد من المشروعات التجارية؛ فهي لا تشترط إلغاء نموذج المشروعات التجارية الربحية التقليدية، بل على العكس من ذلك، وجودها يجعل السوق أكثر اتساعاً ورحابة، وذلك من خلال تقديم خيارات أكثر للمستهلكين والعاملين ورواد الأعمال؛ إنها تضيف بُعْداً جديداً على عالم الأعمال وإحساساً جديداً بالوعي الاجتماعي لدى رجال الأعمال أنفسهم.

ولكي أكون واضحاً تماماً في هذا السياق، أقول إنني لا أطالب رجال الأعمال بالتخلي عن مشروعاتهم التجارية، ولا أطلبهم أيضاً بتحويل مشروعاتهم التجارية إلى مشروعات ذات طابع اجتماعي، كل ما أرمي إليه هو الآتي: إذا كان القلق ينتابكم بشأن مشكلة اجتماعية ما، فبإمكانكم تقديم مساهمة جلييلة لحل هذه المشكلة من خلال آلية عمل المشروع التجاري ذي الطابع الاجتماعي، ويعود إليكم تقرير ما إذا كنتم ترغبون في القيام بمثل هذا الشيء أم لا؛ لن يرفع أحد في وجوهكم إصبع اتهام فيما لو قررتم بدلاً من ذلك، اختيار طريق المشروعات التجارية التقليدية، ولكن ربما تشعرون بالسعادة لو اخترتم السير على درب

المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي. إن تجربتي الشخصية هي خير دليل على صحة ما أقول!

وهكذا، فإنني أؤكد أنّ لانية لي في أن أحاول إكراه أيّ كان للانخراط في مشروعات تجارية ذات طابع اجتماعي، لكنني أريد أن أعرفّ بما لا يقبل التأويل ما أرمي إليه من مفهوم هذا النوع من المشروعات بوصفه يُقضي فكرة السعي إلى تحقيق الأرباح أو دفع عائدات مالية لمالكي هذه المشروعات. هناك ثلاثة أسباب رئيسة تؤكد أهمية ما أرمي إليه.

أولاً، المسألة الأخلاقية: أعتقد جازماً أن من غير الأخلاقي تحقيق أرباح -خصوصاً السعي إلى تحقيق هذا الهدف- من خلال استغلال الفقراء؛ لأن هذا الربح يتم في واقع الأمر على حساب آلام إخوتنا في الإنسانية ومعاناتهم، وأظن أن الكرامة الإنسانية لا يمكن أن تسمح بمثل هذه الممارسة.

هذا ليس مجرد جدل نظري؛ فالقضية التي نحن بصددتها حقيقية تماماً داخل المجتمع الذي يعتمد على مبدأ القروض الصغيرة، وعلى امتداد السنوات العشرين الأخيرة، وفي الوقت الذي أصبحت الفكرة التي قام مصرف غرامين على أساسها معروفة على نطاق واسع، بدأت العديد من المنظمات في كافة أنحاء العالم بتقديم قروض صغيرة ميسرة للفقراء.

تحذو الكثير من هذه المنظمات حذو مصرف غرامين في الأساليب الريادية التي اتبعتها، بما في ذلك تخفيض معدلات الفوائد على القروض إلى الحد الأدنى، ومنح المقترضين الفرصة كي يتحولوا إلى مساهمين في ملكية المصرف. (تبلغ أعلى نسبة فوائد عندنا في مصرف غرامين 20 بالمئة، كما أن العديد من أنواع القروض بما في ذلك القروض الممنوحة للطلاب وقروض الإسكان تُقيّم على أساس فوائد أقل بنسبة كبيرة).

لكن بعض الشركات الربحية في عالم القروض الصغيرة حققت نصيباً كبيراً من النجاح على الصعيد المالي من خلال فرض معدلات فائدة أعلى، والتي تصل إلى 80 بالمئة سنوياً، وقد تصل إلى 100 بالمئة سنوياً. تدافع هذه الشركات عن المعدلات المرتفعة لهذه الفوائد بالقول: إن إقراض الفقراء مكلف جداً. صحيح أن تكاليف إدارة القروض الصغيرة

للفقراء أعلى مما تكلفه القروض التقليدية، لكن لا يجوز أن ترتفع معدلات الفائدة أبعد من
كلفة التمويل أو كلفة التوصيل.

لقد تحدثت مُعبِّراً عن رفضي لهذه التكاليف الزائدة، التي تنتهك روح الغاية التي
طُرِحَت من أجلها فكرة قروض الائتمان الصغيرة بالأساس، (وأعني بها خدمة الفقراء)،
ولم تكن تدور في خلدي مطلقاً فكرة إبدال استغلال المرابي في القرية بشكل جديد من
الاستغلال عندما أسست مصرف غرامين.

عندما يطرح رجال الأعمال عليّ أسئلة حول الأرباح التي يمكن أن تُجنَى من تقديم
مثل هذه الخدمات لأكثر الناس فقراً ووعوراً في العالم، كنت أجيبهم أحياناً على النحو
الآتي: «ليست لديّ مشكلة مع مفهوم السعي إلى تحقيق الربح، ولكن دعونا أولاً نقدم للفقراء
المساعدة التي يحتاجونها من أجل تجنب المعاناة من الفقر، وحينما يرتقي هؤلاء إلى سوية
الطبقة الوسطى، فإنني سوف أحثكم حينها على بيعهم منتجاتكم كلها، وتحصيل عائدات
مقابل الخدمات التي تقدمونها لهم، وأن تجنوا كمية محترمة من الأرباح جرّاء ذلك! ولكن
إلى ذلك الحين، انتظروا حتى يخرج هؤلاء من قوقعة الفقر قبل أن تبدؤوا باستغلالهم؛ هذا
هو الشيء الصحيح الوحيد الذي يمكن أن تقوموا به».

نقطة الجدل الثانية التي أتبناها وأعرّف من خلالها مفهومي للمشروعات التجارية
ذات الطابع الاجتماعي، التي لا يكون هدفها مطلقاً السعي إلى تحقيق الأرباح، هي ذرائعية
محضة؛ ففي أوقات الشدة، سوف تكون الغلبة لمبدأ الأرباح على حساب (الأهداف) الأخرى.

عندما تمزجون بين الربح والفائدة الاجتماعية، وتذكرون أن شركتكم سوف تسعى
إلى تحقيق هذين الهدفين، فإنكم تجعلون الأمر أكثر تعقيداً بالنسبة إلى كبير المديرين
التنفيذيين، حينها سوف يصبح تفكيره أكثر ضبابية؛ ولن يكون بإمكانه تمييز الأشياء
بسهولة؛ ففي إحدى الحالات الخاصة التي يتعيّن تحقيق توازن بين جني الأرباح والفائدة
الاجتماعية، إلى صالح أي جهة ستميل كفة الميزان؟ ماذا لو كان بالإمكان زيادة الأرباح
بدرجة كبيرة من خلال تقليص الفوائد الاجتماعية – وإنّ بنسبة ضئيلة – هل سيكون هذا
مناسباً؟ على أي أساس يمكن للمرء أن يطلق أحكاماً حول هذا الموضوع؟ كيف سيكون عليه

الأمر في ظل أوضاع اقتصادية صعبة، كالركود الاقتصادي على سبيل المثال؟ هل سيكون مناسباً إلغاء الفوائد الاجتماعية بالكامل على أمل مساعدة الشركة في تجنب الانهيار؟ لماذا؟ أو لماذا لا؟ ففكرة الشركة (المختلطة) لا تقدم أي إجابات واضحة عن أسئلة كهذه.

في الممارسة العملية، ينزع الربح إلى الفوز في صراعات من هذا النوع، غالباً ما يميل كبير المديرين التنفيذيين -ربما بشكل لا شعوري- نحو هذا النوع من الأرباح، ويبالغ في حجم الفوائد الاجتماعية التي يتم تقديمها. وإذا كان كبير المديرين التنفيذيين مشوّشاً إلى حد ما، بشأن ماهية الأولوية الحقيقية التي يسعى إلى بلوغها، فإن بإمكاننا تصور أن المديرين الأدنى مرتبة وكذلك العاملين على خطوط الإنتاج، سوف يكونون أكثر تشوّشاً، وستتلاشى أهمية الأهداف الاجتماعية تدريجياً بمرور الوقت، في الوقت الذي تكون الحاجة إلى كسب مزيد من الأرباح متجدرة أكثر فأكثر في ثقافة الشركة.

إليك المثال الصغير الآتي: يعتمد الكثير من الفقراء في الولايات المتحدة على مصارف الإطعام المحلية لمقاومة الجوع، وتعتمد هذه المصارف بدورها على تبرعات من أفراد، وكذلك من شركات لتكديس الأطعمة على رفوف مستودعاتها، ومن ثم تقديمها إلى العائلات التي تعاني الجوع.

تلقت العديد من مصارف الإطعام في السنين الأخيرة الماضية دعماً من محلات البقالة التي تبرعت بكميات من الأطعمة التي لم تستطع بيعها، وكان الفقراء الجوعى سعداء بتلقي هذه المواد غير الصالحة للبيع، وفي ذات الوقت، استفاد أصحاب تلك المحلات من السمعة الحسنة التي اكتسبها جزاء ذلك في المجتمع. هذا مثال جيد حول كيفية عمل المسؤولية الاجتماعية المشتركة.

في خريف عام 2009م، أعلنت العديد من مصارف الإطعام في الولايات المتحدة عن نقص حاد في معدل التبرعات، ويعود أحد الأسباب في ذلك إلى أن تجارة من نوع جديد قد ظهرت في الأفق يقوم فيها سماسرة بشراء البضاعة التي لا يمكن تصريفها عن طريق البيع من أصحاب محلات البقالة بمقدار 30 أو 40 سنتاً أقل من كل دولار. يقوم هؤلاء السماسرة بدورهم ببيع هذه البضائع إلى المحلات التي تبيع بضائع بأسعار منخفضة؛ وهذه المحلات

تبيع هذه البضائع بأسعار أقل بكثير من أسعارها المعتادة؛ يشكل هذا مصدرًا جديدًا للربح لأصحاب محلات البقالة، لكن هذا يعني أن المواد الغذائية التي لا يمكن بيعها لم تعد متوافرة كي يتم التبرع بها إلى مصارف الإطعام.

لا أستطيع في واقع الأمر إلقاء اللوم على أصحاب محلات البقالة لطرقهم هذا الباب الجديد من أبواب التجارة، فهم يهدفون إلى تحقيق الحد الأقصى الممكن من الربح بأي طريقة يستطيعون، لكن هذا المثل يشير إلى خطورة ارتهان حاجة الفقراء إلى كرم الشركات الربحية. عندما تتعارض الحاجات الإنسانية مع مبدأ الربح، فإن الربح في هذا الصدام هو بالتأكيد هذا الأخير، ما يعني أن الخاسر في هذا الصدام هو الناس.

تمنح المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي تقويضًا لا لبس فيه للإدارة، وهذا لا يتضمن استصدار أي قانون توازن؛ فكل قرار تتخذه الشركة يمكن قياسه بمقياس واحد: ما الذي سيساعدنا في تقديم أقصى فائدة ممكنة للمجتمع؟ هذا لا يعني أن اتخاذ القرارات مسألة سهلة دائمًا؛ فابتكار وسيلة خلاقية لحل إحدى المشكلات هي على الدرجة نفسها من الصعوبة في مجال المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي كما في مجال عمل المشروعات التجارية الربحية، ولكن المدير في المجال الأول على الأقل، يتميز عن نظيره في المجال الثاني بأنه غير مضطر إلى اللعب على حبل غايتين متناقضتين.

أما النقطة الجدلية الثالثة فتتمثل في النقاش حول طبيعة المنظومة الشاملة. هناك ضرورة لتأسيس مشروعات تجارية ذات طبيعة اجتماعية بصفتها بديلًا محددًا بصورة واضحة، لا علاقة له بعالمَي التجارة والأعمال الخيرية، وذلك من أجل تغيير الأمزجة وإعادة تشكيل البنى الاقتصادية، وتشجيع صيغ جديدة للتفكير.

يبدو أن التحدي الأكبر بالنسبة إلى العديد من الناس يعبر من فوق حواجز القاعدة اللاربحية ذاتها. يُطرح عليّ أحيانًا هذا السؤال: (أليس بإمكاننا جني القليل من الأرباح؟)، تبدو فكرة تحقيق الأرباح كما لو أنها الركيزة المألوفة التي يخشى رجال الأعمال التخلي عنها.

ثقوا بي، من الممكن تحقيق ذلك! إذا كان بإمكانكم قبول (القليل) من الربح (كيفما كان تعريفه)، فسيكون بإمكانكم إقناع أنفسكم بأن تكون نسبة أرباحكم هي الصفر، وحالما تصلون إلى هذه النتيجة، فإنكم ستجدون أنفسكم في عالم جديد، وعليه فإنكم سترون الأشياء، وتقومون بالتعامل معها بطريقة جديدة.

تأملوا هذا القياس: افترضوا أنكم تحاولون الإقلاع عن التدخين، هل سيساعدكم على ذلك الاكتفاء بتدخين سيجارة واحدة قائلين لأنفسكم: (سننفت فقط القليل من دخان السيجارة)؟ أم أن العكس هو الصحيح؟ (القليل) من الانكفاء نحو العادة القديمة ستجعل من محاولتكم ترك التدخين تبوء بالفشل. في شهر رمضان المبارك، لا يسمح للمسلمين بتناول الطعام والشراب قبل غروب الشمس، ماضير أن يتناول أحدنا وجبة خفيفة أو رشفة ماء أثناء النهار؟ هذا سوف يلحق أبلغ الضرر بقوة الالتزام العقلي. على الشاكلة نفسها، يؤدي التخلي بشكل كامل عن المفهوم الربحي إلى إحداث فرق مهم وهائل بالنسبة إلى رجال وسيدات الأعمال الذين يرغبون بالالتزام بتحقيق تغيير اجتماعي.

يقتضي مبدأ الالتزام بالمشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي التخلي التام عن الإطار التقليدي للمشروعات التجارية؛ أي عدم محاولة توطين الأهداف الجديدة ضمن مفهوم الإطار التجاري الحالي، لن يكون بإمكانكم اكتشاف الفاعلية الحقيقية للمشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي إلا إذا قمتم بالتخلي المطلق عن فكرة الربح المالي الشخصي.

لِنُكِّنْ صادقين: إن الدافع إلى الربح قوي جداً، وحالما يدس هذا الدافع أنفه تحت طرف الخيمة كما يقال، فإنه يستحوذ بسرعة على المكان برمته.

هذه هي مشكلة الرأسمالية التقليدية، والتي تتمثل في تلك القوة المؤثرة والخلاقة لفعل الخير بطرق شتى؛ الرأسمالية هي التي خلقت الفقر، وذلك من خلال التركيز بشكل كلي على الربح؛ لقد بنت قصة خيالية حول الازدهار الذي سيعم الجميع، ولم يكن سوى حلم محكوم عليه بالفشل؛ لهذا السبب قررت العديد من البلدان الأوروبية منح حكوماتها السلطة للاهتمام بالحاجات الاجتماعية؛ مثل الفقر والبطالة والتربية والرعاية الصحية، وقد كانت هذه الحكومات من الفطنة بحيث استطاعت تعرية عجز الرأسمالية التقليدية عن حل هذه المشكلات.

لكن الحكومات في البلدان النامية تنقصها المقدررة الإدارية والموارد المادية للتأسيس لهذا النوع من دولة الرفاهية التي ينعم بها الأوروبيون. في بلدان أخرى مثل الولايات المتحدة، تمنع المعايير والمنظومات الثقافية والسياسية الحكومة من معالجة المشكلات الاجتماعية؛ لهذه الأسباب وغيرها، تتبع الحاجة إلى آلية جديدة؛ ويمكن أن تكون المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي هي تلك الآلية، بشرط أن تبقى حرة من تعقيدات تحقيق الربح، فأن يعمل المرء في مجال المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي يشبه إلى حد كبير وجوده في المنطقة التي يحظر فيها التدخين، حيث تتسبب نفثة واحدة خفيفة من دخان سيجارة في إفساد جو المنطقة برمتها.

أصل فكرة المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي

أصل فكرة المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي بسيط جداً في الواقع: كلما أردتُ التعامل مع مشكلة اقتصادية أو اجتماعية، كنت أحاول حل المشكلة من خلال التأسيس لمشروع تجاري مستلهم من تلك المشكلة؛ أصبحت مقتنعاً بمرور الوقت أن تلك هي الطريقة المثلى لمواجهة المشكلات الاقتصادية والاجتماعية؛ لكنها غير موجودة أساساً ضمن إطار النظرية الاقتصادية السائدة. أنا مؤمن بقوة بوجود وضعها داخل ذلك الإطار، وهذه الحلقة المفقودة في الإطار النظري هي ما أطلق عليها تسمية المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي.

الأمر برمته بدأ لأن عملي في مصرف غرامين وضعني في تماسٍ مع العديد من الفقراء الذين كان أكثرهم يعانون مشكلات تجاوزت بكثير المعضلة البسيطة المتمثلة بالنقص في السيولة؛ تأملوا مثلاً بالقرارات الستة عشر - المتمثلة بمنظومة من الالتزامات التي نطلب من كل مقترضةٍ من مصرف غرامين التعهد بها؛ من أجل تحسين وضعها ووضع عائلتها وقدرتها على إنماء مشروعها وتوسعته؛ تم تطوير هذه القرارات الستة عشر في السنين الأولى من عمر مصرف غرامين، ووضعت اللمسات الأخيرة عليها سنة 1984م، ومنذ ذلك الحين، بقيت هذه القرارات جزءاً لا يتجزأ من نهج مصرف غرامين التجارية.

من الأهمية أن نلاحظ أن هذه القرارات الستة عشر لا ترتبط بعالم المصارف. يوضح القرار الرابع على سبيل المثال (أنا سوف نزرع الخضار على امتداد السنة، وسوف نستهلك كميات كبيرة من هذه الخضار، وبعدها سنقوم ببيع الفائض منها). أصبح هذا القرار جزءاً لا يتجزأ من برنامج مصرف غرامين؛ لأننا لاحظنا أن العديد من العائلات التي قدمنا لها خدماتنا كانت تعاني اضطرابات صحية؛ مثل (العشاء الليلي) بسبب نقص فيتامين A، وكانت هذه مشكلة يمكن لتلك العائلات حلها؛ وعليه، لماذا لا تعمل على حلها؟

وعلى نحوٍ مشابه، يوضح القرار التاسع (أنا سوف نستعمل مراحيض حفزية). يعيش معظم المقترضين من مصرف غرامين في تجمعات سكانية تعوزها المرافق الصحية الحديثة، إذ يمثل المرحاض الحفزي طريقة عملية وبسيطة تسهم في الحد من انتشار الأوبئة الناجمة عن التماس المباشر مع النفايات البشرية بدرجة كبيرة. بالمجمل، تسعة من أصل ستة عشر قراراً هي ذات صلة بمسألة الصحة: السكن الآمن، والنظافة، وماء الشرب النظيف، والتخطيط العائلي، وغيرها.

هكذا انخرطت منظمات غرامين في القضايا الاجتماعية التي تتجاوز مسألة تقديم خدمات مالية ومصرفية، وهكذا بدأنا التفكير بالتأسيس لبرامج تهدف إلى تحسين كافة مرافق حياة العائلات الفقيرة.

لقد قمنا بوضع برامج منفصلة لكل مشكلة تم تحديدها، وبعدها وبمرور الوقت، أسسنا الشركة تلو الأخرى؛ وكانت كل واحدة من هذه الشركات تتعامل مع مشكلة اجتماعية بعينها كنا قد لاحظناها من خلال تواصلنا مع الفقراء في بنغلاديش.

لو أردنا تقديم وصف كامل لكل واحدة من تلك الشركات، لاحتجنا إلى العديد من الصفحات. سأقدم في العجالة الآتية شرحاً موجزاً لبعض أهم الأمثلة. (إذا انتابكم الفضول للتعرف بشكل أكبر إلى الشركات التي تشكل عائلة غرامين، عليكم الاطلاع على كتابنا الموسوم ببناء عالمٍ خالٍ من الفقر).

● شركتا غرامين للاتصالات وغرامين للخدمات الهاتفية وفرتا خدمات الاتصالات الحديثة لسكان بنغلاديش كافة، وهذه الخدمات ذات فوائد اجتماعية

واققتصادية عظيمة؛ شركة غرامين للخدمات الهاتفية وهي شركة هاتف خلوي، أُطلقت سنة 1996م، وتوسعت شبكاتها بسرعة بحيث غطت أنحاء بنغلاديش كافة. وبحلول منتصف سنة 2009م، أصبحت شركة غرامين للخدمات الهاتفية الشركة الأكثر دفعًا للضرائب بين الشركات كافة في بنغلاديش، وقد بلغ عدد زبائن هذه الشركة ما يربو على 25 مليون مشترك، فضلاً عن أن مصرف غرامين قدّم قرضًا لإحدى زبوناته من أجل شراء هاتف خلوي، وأصبحت فيما بعد تدعى سيدة هاتف القرية؛ وذلك بسبب تقديمها خدمات هاتفية لأهالي القرية الذين كان يسمح للواحد منهم ممن لا يملك جهازًا خلويًا إجراء مكالمات هاتفية واحدة بدوره. وقد تم تشكيل مجموعة من سيدات الهاتف بلغ تعدادهن على امتداد بنغلاديش أكثر من أربع مئة ألف سيدة من خلال هذا البرنامج.

- أصبحت شركة غرامين شاكتي (شركة غرامين للطاقة، 1995م) أسرع شركة نظام طاقة شمسية منزلية في العالم نموًا؛ تبيع هذه الشركة 14000 نظام طاقة شمسية منزلية شهريًا للقرويين في بنغلاديش، ومع نهاية سنة 2010م، ستكون الشركة قد باعت أكثر من نصف مليون نظام طاقة شمسية منزلية في هذه القرى في بنغلاديش، علاوة على أنها ستكون قد باعت نصف مليون من مواقد الطبخ، وأنشأت خمسين ألف مصنع للغاز البيولوجي جاهز للعمل.
- شركة غرامين كاليان (شركة غرامين للأعمال الخيرية، 1997م)، تأسست من أجل تقديم خدمات الرعاية الصحية ذات مستوى عالٍ مقابل مبالغ ضئيلة يمكن للمقترضين من مصرف غرامين والقرويين الآخرين تسديدها. تشرف هذه الشركة على تشغيل 54 عيادة صحية، وتقدم برنامجًا للضمان الصحي يغطي رعاية صحية أولية للعائلات مقابل ما يعادل دولارين اثنين سنويًا لكل عائلة. ونحن الآن بصدد بناء نظام رعاية صحية على مستوى البلاد، من خلال سلسلة من المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي مختصة بتقديم الرعاية الصحية.
- مؤسسة غرامين لتربية الماشية والثروة السمكية أطلقت سنة 1986م؛ من أجل الإشراف على 1000 حوض سمكي تقريبًا في شمال بنغلاديش وغربها، إذ

أصبحت الثروة في طور التلاشي بسبب الإدارة السيئة لإحدى الوكالات الحكومية. بحلول نهاية سنة 2009م، قمنا بتنظيم ما يقرب من 3000 شخص من الفقراء في مجموعات تنتج ما يزيد على 3000 طن من الأسماك سنويًا؛ وهؤلاء يعملون في مجال صيانة الأحواض، ويتلقون ما يقرب من نصف الكمية المنتجة مقابل المساهمة في الدخل الإجمالي. في سنة 2002م، أضيف برنامج لتربية الماشية، وقد قَدِّم هذا البرنامج دورات تدريبية، وحملات تلقيح ورعاية بيطرية وخدمات دعم أخرى؛ من أجل مساعدة النساء الفقيرات في التحول إلى مزارعات يَعْنين بمنتجات الألبان، ويساعدن الأخريات في تحسين خدمات إنتاج الألبان، وتوسيع عمليات إنتاج الألبان الحالية.

- شركة غرامين شيكا (غرامين للتربية) أطلقت سنة 1997م من أجل تقديم خدمات تربوية لأطفال المقترضين من مصرف غرامين، بما في ذلك دور الحضانة الموجودة في مراكز مصرف غرامين. توسعت هذه الشركة سنة 2003م لتشمل برنامج إدارة الأبحاث والمنح. قَدِّم هذا البرنامج صندوقًا لتمويل المنح للطلاب الفقراء، وقد توفر في هذا الصندوق بحلول سنة 2009م، ما يكفي لتمويل 2500 منحة للطلاب الفقراء. يستمر هذا البرنامج في زيادة ميزانية الصندوق لتمويل عدد أكبر من المنح كل سنة.

- شركة غرامين أودوغ (1993م) وغرامين شاموغري (1996م) هما شركتان لصناعة النسيج، قمنا بإنشائهما من أجل إعادة إحياء مهنة النول اليدوي التقليدي التي تعنى بصناعة القماش القطني الجميل في بنغلاديش، وتحديثها. شركة غرامين أودوغ (أو مشروع غرامين) ساعد النسّاجين المحليين على طرح هذه المنتجات النسيجية والملابس في الأسواق العالمية، وسمّيت هذه الماركة باسم (غارمين تشيك). أما شركة غرامين شاموغري (أو شركة منتجات غرامين) فتركز على مبيعات ملابس غرامين تشيك في السوق المحلية.

تم إنشاء كل واحدة من شركات غرامين التجارية الأنفة الذكر مرفقة بخططها التجارية وشكلها التنظيمي، وبيان المهمة التي أنشئت من أجلها وهيكلتها المالية، وقد تم

تشذيب كل واحد من هذه الجوانب وتحسينه وتعديله على أساس الخبرة المتزايدة التي اكتسبتها، خصوصاً فيما يتعلق بما هو مناسب وما هو غير مناسب، وقد استفادت هذه المشروعات التجارية الجديدة من الرؤى التي نجمت عن تجارب وخبرات اكتسبتها من شركات تم إنشاؤها سابقاً.

أخيراً، عدت في ذاكرتي إلى ما كنا قد أنجزناه، فتبين لي أن عائلة غرامين المكونة من شركات تجارية تختلف تماماً عن المشروعات التجارية التقليدية؛ فالشركات التقليدية تأسس من أجل كسب المال؛ أما شركاتنا فتهدف إلى حل المشكلات الاجتماعية، في الوقت الذي تستخدم التقنيات والنماذج التجارية المعروفة، ومع مرور الوقت أتمت صياغة تعريف دقيق لهذا النوع الجديد من المشروعات التجارية، أطلقت عليه اسم المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي؛ معظم المشروعات التجارية التي أطلقتها لم تتساقق بشكل دقيق مع هذا التعريف؛ ولذا فقد بدأت بالتأسيس للمشروعات جديدة تناسب التعريف الذي وضعته وقمت بتطويره؛ حددت أفكارى حول هذا التعريف في كتابي بناء عالم خالٍ من الفقر، وقد استجاب العديد من الناس لهذه الفكرة بحماس كبير؛ وهكذا أصبح مفهوم المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي يتحول إلى حركة اجتماعية واقتصادية تنمو وتتوسع بسرعة واطراد.

غالباً ما أتحدث عما تمتلكه المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي من إمكانات، حينما أعرض لحلمي المتمثل ببناء عالم لم يعد للفقر فيه موطنٌ قدم، وربما بسبب هذا السياق الطموح، أتعرض لهذا السؤال: (ما المدة التي ستستغرقها هذه الحركة الجديدة كي تحدث الأثر المطلوب على الصعيد العالمي؟).

أقول بصدق، إنني لا أعرف كم سيستغرق الأمر بالنسبة إلى العالم الإنساني لإيقاف الفقر عن جلد الناس بسياطه (بالرغم من إيماني الراسخ بأن مثل هذا يمكن أن يحدث بأسرع مما يعتقد الكثير من الناس - لنقل إنه سيحدث بين سنة 2030م وسنة 2050م)، ولكن بالنسبة إلى من ينظر في احتمال انخراطه في المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي، أقول: «ليس عليكم الانتظار إلى ذلك الحين؛ إذ بإمكانكم رؤية النتائج مباشرة؛ ليس على المجتمع بأسره، بل على شريحة منه».

أحث كل من يستحسن فكرة المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي البدء بالعمل عليه بأسرع وقت ممكن، حتى لو حسَّنت أيُّ من هذه المشروعات حياة خمسة أشخاص فقط - من خلال انتشالهم من براثن الفقر، وتقديم سكن مناسب لهم، أو تقديم خدمات رعاية صحية مناسبة لهم - فإنها تستحق أن يأخذها المرء على عاتقه. ليس من الضروري الانتظار كي نرى تأثير مثل هذه المشروعات في ملايين الناس؛ (الملايين) تعني أعداداً كبيرة، ولكن إذا كان ما تقومون به من عمل ذي تأثير إيجابي في خمسة أشخاص أو عشرة، تكونون حينها قد خلقتم بذرة، وسيكون بإمكانكم حينها زرعها مليون مرة.

تذكروا كيف تم إطلاق مصرف غرامين - بقروض لم يتجاوز الواحد منها 27 دولاراً أمريكياً، لم يخطر ببالي قط أن أسأل: (هل سيحل هذا مشكلة خمسين مليون فقير في بنغلاديش؟)، كنت ببساطة أسأل نفسي: (هل بإمكانني القيام بشيء لمساعدة القرويين في جوبرا؟). وعندما حللت مشكلات عدد محدود من الناس، أعطاني ذلك حافزاً كبيراً؛ تبين لي أن كل ما كان عليّ القيام به هو الاستمرار في تكرار ما فعلته، ونتيجة لذلك، أصبحت القروض الصغيرة ظاهرة عالمية. إذا عرفتم كيف تُقرضون المال لخمس أشخاص، تكونون قد تعلمتم كيف تفعلون ذلك لخمس آلاف شخص، أو لخمس مئة مليون.

المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي والحكومة

يسألني الناس أحياناً فيما إذا كانت المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي نسخة من الاشتراكية أو الشيوعية، وبسبب أن الناس عاشوا سنين عديدة في ظل منافسة ذات اتجاهين بين الرأسمالية من جهة، والشيوعية من جهة أخرى، فقد يفترضون أن أي شخص يلمح إلى عيوب في النظرية الرأسمالية وتطبيقها، لا بد وأن يكون بطريقة أو بأخرى متحالفاً مع الاشتراكيين.

تسيطر الدولة (والمقصود هنا الحكومة) في الأنظمة الاشتراكية والشيوعية على الاقتصاد، وتقع شرائح واسعة من الاقتصاد - أو كما هي الحال في بعض الأنظمة، الاقتصاد برمته - تحت سيطرة البيروقراطيين الحكوميين، أو رجال السياسة، وتتخذ القرارات

الاقتصادية استناداً إلى اعتبارات سياسية؛ هنا لا توجد أي منافسة فعلية بين الشركات التجارية. ومع مرور الوقت، تبدأ معايير الكفاءة والابتكار هنا إلى التلاشي والاختفاء.

تقدم المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي خيارات للمستثمرين، وهي خيارات لا تُفرض على أي شخص؛ تعمل هذه المشروعات تحت مظلة الاقتصاد المفتوح المبني على حرية الاختيار. يُشجّع اللاعبون جميعهم في السوق على تأسيس مشروعاتهم التجارية ذات الطابع الاجتماعي الخاصة بهم - من مشروعات تجارية وحكومات وأفراد ومؤسسات أو أي كيان اجتماعي أو اقتصادي آخر. هنا لا إقصاء لأي كان؛ تساعد المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي المواطنين على القيام بأنشطة كانت تعدُّ تقليدياً من مسؤوليات الحكومة. نتيجة لذلك، تخف الأعباء عن كاهل الحكومة، فضلاً عن أن الجهود التي تبذلها تتكامل مع مثيلاتها التي يبذلها المجتمع المدني. بإمكان الحكومات التعاون مع المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي التي يشرف عليها المجتمع المدني، بما أن هذه المشروعات يقوم على إدارتها أشخاص غير معنيين بجني أرباح على المستوى الشخصي، وفي الوقت نفسه، تستطيع الحكومات تأسيس مشروعاتها التجارية ذات الطابع الاجتماعي الخاصة بها.

إن وجود المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي يعني أن المشروعات التجارية والمجتمع المدني والأفراد قادرون على الاطلاع على صيغة تجارية، يمكن لهم استخدامها لمعالجة المشكلات الاجتماعية الكبرى؛ ففي مجتمع تكون المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي تمثل قوة اقتصادية تبيض بالحياة، لن يكون على الناس انتظار مبادرة من الحكومة لمعالجة قضايا أو مشكلات كالفقر أو المجاعة أو التشرد أو انتشار الأوبئة؛ لأن بإمكانهم هم إيجاد طرق لمعالجتها بأنفسهم من خلال تأسيس شركاتهم الخاصة بهم على مستوى صغير بدايةً، يتطور مع الوقت إلى مستوى كبير.

فوق هذا وذاك، تعزز المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي روح المنافسة وحرية الاختيار، من خلال إعطاء الناس خيارات أكثر في حقل المنتجات والخدمات. عندما يزدهر قطاع المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي إلى جانب الشركات التقليدية الربحية، سيكون في متناول أيدي المستهلكين مصادر أكثر للاختيار من بينها. في الوقت نفسه، ستكون لدى المديرين والعمال خيارات مهنية أكثر. تؤكد المشروعات التجارية ذات

الطابع الاجتماعي مبدأً النمو من الأسفل باتجاه الأعلى، وكذلك على مبدأ التجريب الذي يمكن أن يمارسه الآلاف، بل الملايين من الأفراد الذين لديهم مطلق الحرية في بناء أي منظومة، يرغبون من خلالها تحقيق ما يختارون من أهداف شخصية واجتماعية.

تقر المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي بأن مسؤولية إيجاد حل لمشكلات المجتمع يجب أن يتقاسمها المواطنون والحكومة. إضافة إلى ذلك، تتبنى هذه المشروعات الأفراد أصحاب القدرات الذين لا تعيرهم الحكومات أي قدر من الاهتمام؛ فالأفراد الذين يمتازون بالذكاء والموهبة والإبداع بإمكانهم تقديم اختراعات نادرًا ما يكون بمقدور الحكومة رعايتها وتطويرها، علاوة على أن بإمكان هؤلاء القيام بذلك من دون أن يفرضوا أي أعباء اقتصادية على أي كان. تستخدم الحكومة الأموال التي تجنيها من دافعي الضرائب في حل المشكلات الاجتماعية، وعليه، فهي مرتبطة بقاعدة مصدرها، أما المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي فيمكن أن تتوسع من دون حدود، وذلك من خلال أموال بقصد الاستثمار من أي مصدر يمكن تخيله.

يجب على الحكومات -نظريًا- أن تكون ممثلة لجميع الناس؛ ومن ثم، عليها تحمل المسؤولية الرئيسية لمواجهة المشكلات الاجتماعية التي تكمن وراء المعاناة الإنسانية، وهذا ما يحدث في بعض البلدان المحظوظة بدرجة أكبر أو أصغر. أما من الناحية العملية، فإن الحكومات غالبًا ما تصبح أسيرة لأصحاب المصالح الخاصة وللأحزاب السياسية التي لا تعنيها سوى مصالحها الذاتية والأفراد الفاسدين. من هنا، تبرز الحاجة إلى مشروعات تجارية ذات طابع اجتماعي؛ فلو نجحت الحكومات في حل أكثر المشكلات إلحاحًا في العالم، لما كنا بحاجة إلى مشروعات ذات طابع اجتماعي، لكن المشكلات الاجتماعية في أنحاء العالم كافة: في البلدان الفقيرة والغنية على حد سواء، ما زالت تفتك بالبشر - مثل الاعتماد على نظام الرعاية الاجتماعية، والبطالة، والجريمة، وأزمة الإسكان، والرعاية الصحية، وتدمير البيئة، والبدانة، والأمراض المزمنة... والقائمة تطول وتطول.

بالطبع، نحن دعاة تأسيس مشروعات تجارية ذات طابع اجتماعي، ليست لدينا وصفات جاهزة لحل جميع هذه المشكلات، ولا نزعم أننا نملك مثل هذه الوصفات، لكننا نعرف أن الجهود الحكومية لم تكن على المستوى المطلوب، وأن نهجًا جديدًا لهذه المشكلات ضروري

جدًا. في العديد من الحالات، تقدم المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي بدائل واعدة للبرامج الحكومية الفاشلة.

تأملوا في البرامج الحكومية التي كانت نتائجها مخيبة للآمال في مجتمعكم المحلي أو في بلادكم؛ قد تتضمن هذه البرامج المدارس الحكومية وأنظمة المشافي وشركات الترانزيت، وخدمات المياه والصرف الصحي واستخدامات الطاقة والمطارات والمرافئ البحرية وشبكات الطرق السريعة والعديد من المؤسسات الأخرى المشابهة. البديل الوحيد للسيطرة الحكومية على هذه المرافق تمثل في مفهوم (الخصخصة) الذي غالبًا ما كان يعني تسليم الملكية العامة لأفراد من ذوي النفوذ، الذين يستخدمون حيازاتهم الجديدة لجني أرباح خاصة.

لماذا لا نضع موضع الاختبار فكرة تحويل بعض هذه العمليات الحكومية إلى مشروعات تجارية ذات طابع اجتماعي، يكون هدفها المعلن والواضح تلبية احتياجات الناس؟ قد تكون هذه طريقة لدمج الإبداع والطاقة التجارية بالهدف الحكومي الاجتماعي المعلن، بحيث يؤمل من مثل هذا الدمج تحقيق فوائد مشتركة لم يكن قد حققها أي من هذين القطاعين قبل ذلك بمفرده.

المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي بصفتها شكلاً جديداً من أشكال الرأسمالية

كنت أؤكد بهذه النقطة، الفروقات بين المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي من جهة، وبين المشروعات التجارية الربحية من جهة أخرى، لكن نقاط التشابه بينهما لا تقل أهمية.

تأملوا في اثنين من أولى المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي التي أسسناها في بنغلاديش؛ غرامين دانون هي شركة لإنتاج لبن الزبادي، وهي شركة تقوم بتسويق منتجاتها وتوزيعها بالدرجة نفسها من الكفاءة التي تقوم بها شركات إنتاج لبن الزبادي الربحية، وشركة غرامين فيوليا التي تقوم بمعالجة المياه السطحية وتفتيتها من الملوثات، ومن ثم ضخها عبر أنابيب إلى حيث تقتضي الحاجة، باستخدام الأنظمة نفسها التي يتم من

خلالها ضخ المياه من قبل هذه الشركة والشركات الأخرى في مختلف أنحاء العالم؛ هذان المشروعان يشبهان إلى حد بعيد، ومن خلال استعمالهما لهذه الطرق، الشركات الأخرى.

تتمتع هاتان الشركتان بالطبع، بمزايا فريدة أخرى أيضًا؛ فاللبن الذي تنتجه شركة غرامين دانون يحتوي على مواد مغذية دامة، ما يخلق تحديًا: كيف لك أن تخفي مذاق الفيتامينات والمياه المعدنية المضافة إلى اللبن كي يستحسن الأطفال مذاق هذا المنتج! فمهمة تلبية حاجة اجتماعية في مثل هذه الحال، تتطلب الخروج بصياغة حل للمنتج، مستخدمةً في ذلك إبداعًا ذا بعدٍ تجاري لحل التحدي المرتبط بالصحة.

تحاول شركة غرامين فيوليا جاهدة إقناع سكان القرى في الأرياف إنفاق بعض مدخراتهم العائلية الصغيرة من أجل تأمين مياه شرب صحية لعائلاتهم؛ وهو منتجٌ اعتادوا الحصول عليه بالمجان. مرة أخرى نؤكد أن مشكلة الرعاية الصحية تتطلب حلًا تجاريًا ذكيًا - في هذه الحال، يجب أن يكون الحل منبثقًا من الطريقة التي تتم فيها عملية التسويق.

سوف أقدم تفاصيل أكثر حول التحديات التي واجهتها هاتان الشركتان في موضع آخر من هذا الكتاب، ولكن بإمكانكم رؤية أحد أشكال هذه التحديات هنا؛ فالمشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي تعمل ضمن النظام الرأسمالي نفسه الذي تعمل فيه المشروعات التجارية التقليدية؛ لأن عليها إيجاد السبل التي من خلالها تستطيع تسويق منتجاتها التي تغطي كلف الإنتاج كافة، وربما كسب ما يكفي من المال لتمويل التوسع في أعمالها، مثلها في ذلك مثل المشروعات الربحية؛ عليها أن تكون مستعدة بفاعلية لمواجهة تحديات السوق كافة، وتقوم بتسعير منتجاتها بحيث يكون جمهور زبائنها من الطبقة الفقيرة التي بإمكانها شراء تلك المنتجات؛ وربما تستطيع -حينما تحين الفرصة- تحقيق دخل أكبر من خلال بيع منتجاتها بأسعار أعلى لزبائن يتمتعون بقوة شرائية أكبر. المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي -كغيرها من المشروعات- يمكن أن تتوسع أو تنكمش، وعليها أن تتوقع مواجهة العديد من المشكلات نفسها: مثل نقص التمويل، واجتذاب أصحاب المواهب، والإدارة، والتوسع في أعمالها، وغيرها.

بعبارة أخرى، المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي معرضةٌ كغيرها من المشروعات لمواجهة مؤشرات السوق والاضغوطات والتحديات كافة تمامًا كالمشروعات

الربحية، لكن المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي تتمتع بميزة إضافية؛ فهي غير معرضة إلا بنسبة ضئيلة لمخاطر الإفلاس عندما تحدث تذبذبات في السوق؛ لأن مستقبل هذه المشروعات غير مرتبط بأسعار الأسهم، وطالما أن المساهمين في هذه المشروعات لا يسعون إلى تحقيق أرباح شخصية، فإنهم أكثر صبراً وتحملاً بانتظار مردود هذه المشروعات، ومن غير المحتمل أن يتخلوا عن حصصهم في هذه المشروعات؛ بسبب أداءٍ مخيب لهذه المشروعات على امتداد أيام، أو حتى أسابيع؛ يجب أن تسهّل هذه العقلية على تلك المشروعات تطويرَ خططٍ فاعلة وطويلة الأمد لتحقيق ما تصبو إليه.

فوق هذا وذاك، تمثل المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي طريقة جديدة للناس للتعبير عن روحهم الريادية في إدارة الأعمال، إذ يتمتع رائد الأعمال بروح المغامرة؛ وهو مدفوع برغبة جامحة لوضع فكرة هذا النوع من المشروعات التجارية موضع التطبيق، فضلاً عن أنه جاهز لمواجهة الصعوبات وخوض التجارب بشجاعة، والعمل لساعات طوال، وتحمل نتائج تجربة الفشل الشخصي وخيبات الأمل، من دون أن ينال أيُّ مما تقدم من عزيته، ولن يهدأ له بال حتى يتم إنجاز مشروعه بنجاح، ويحقق النتائج المرجوة؛ إما الكسب المادي (في حال المشروعات الربحية)، وإما التقدم الاجتماعي (في حال المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي).

ينتابني شعور بأن السمة الخاصة للريادة في عالم الأعمال التي تتطلبها المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي، تشبه تماماً ما تتطلبه الشركة الربحية، أنا متأكد أن من المفيد أن يكتسب المرء خبرة من عالم التجارة التقليدي، بشرط أن يعرف المرء كيف يكيف تجربته الشخصية مع أهداف المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي، فالتخصص في مجال الأعمال، مثل الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال يمكن أن يكون مفيداً إذا تعلم المرء كيف يطبق ما تعلمه على النجاح في مجال المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي، أما إذا لم يقم بذلك، فإن هذا التخصص في مجال الأعمال التجارية التقليدي قد يتحول إلى عقبة. أما الشيء الأكثر ملاءمة لما هو مطلوب فهو الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال الاجتماعية، وهي درجة علمية من نوع جديد أمل أن تُطرح بوصفها حقلاً تخصصياً قريباً جداً، والأهم من ذلك هو المزايا الشخصية التي

تَسِمُ رائد الأعمال الحق، فكي تصيبوا قَدْرًا من النجاح في سلك المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي، عليكم أن تتمتعوا بِنَفْسٍ تجاري عملي جيد؛ يتمثل في الرغبة في أن تبذلوا الكثير من الجهد، وأن تتمتعوا بالقدرة على بناء روح الفريق، والتواصل مع أشخاص تحتاجون إلى مشاركتهم، والحكم على نتائج أفعالكم، والشجاعة المتمثلة بالاعتراف بالخطأ في حال ارتكبتم مثل هذا الخطأ، والحاجة إلى أن تبدؤوا من جديد.

من الواضح أنك إذا استحضرتَ خلفيةً أو معرفةً واسعةً من عالم التجارة التقليدي، فإنك ستحتاج إلى أن يكون لديك رغبة في توجيه ذاتك من جديد. حساباتك كلها في عالم المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي، سيكون لها هدف مختلف؛ سوف تتوق إلى اكتشاف طرق لتخفيض الكلف، وهذا لا يتم من خلال تخفيض الرواتب أو الميزات التي تقدمها للفقراء الذين يشكلون القوة العاملة لديكم، سوف تستمر في البحث عن طرائق ذكية لتفكيك قاعدة زبائنك، ولكن لن ترغب في استخدام قوتك في السوق لانتزاع قيمة من مجموعة من الناس كي تجعل مجموعة أخرى أكثر ثراء؛ سوف تستمر في محاولة جعل منتجاتك أو خدماتك مناسبة للقوة الشرائية للآخرين قَدْرَ الإمكان، لكن ليس إذا كان ذلك يعني أن هذا سوف يتم على حساب نوعية أو جودة المنتج، ومن ثم، تقلص الخدمات التي تقدمها لزبائنك. كل هذا الحدق التجاري الذي قمت بتطويره في عالم التجارة التقليدي سيكون مفيدًا جدًا، إلا أن الأهداف والقيم التي تسعى إلى تحقيقها سوف تكون مختلفة.

تعد الريادة في مجال الأعمال جزءًا لا يتجزأ من الطبيعة البشرية. تقدم المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي طريقة جديدة ومثيرة للتعبير عنها، ليس فقط بالنسبة إلى الأشخاص الذين قد لا يشعرون بالارتياح في التوجه الصارم والأحادي الاتجاه للربح، والذي يَسِمُ المشروعات التجارية التقليدية، بل بالنسبة إلى أولئك الذين ينعمون تمامًا في عالم جني الأرباح أيضًا. جميع من يبحثون عن أفضل الأدوار التي يمكن أن يمارسوها - بصفة مستثمرين أو مديرين تنفيذيين أو مستشارين يتمتعون بمبادرات خلاقة أو متعهدين أو مديرين أو ممولين أو منتجين أو وكلاء خدمات، أو ما شابه ذلك. الشيء المهم هو أن تخرطوا في مثل هذه المشروعات، وأن تتلمسوا طريقكم التي تؤدي بكم إلى إحداث فرق إيجابي في العالم.

ما الذي يمكن للمشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي

تقديمه لكم؟

عند هذه النقطة، قد يتساءل أحدكم: (ماذا يعني مفهوم المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي بالنسبة إلي؟). أأمل أن تطرحوا على أنفسكم هذا السؤال؛ لأن أحد أهداف هذا الكتاب هو مساعدة الناس على التيقن من أن هذا النوع من المشروعات يمكن أن يمثل طريقة رائعة لإغناء تجاربنا الحياتية.

إن الدافع وراء البدء في مشروع تجاري ذي طابع اجتماعي أو المشاركة فيه بسيط، فهو يبدأ انطلاقاً من مُثُلٍ وآمال متجذرة في الطبيعة البشرية ذاتها.

لوجود أحدكم نفسه يفكر بالصورة الآتية: (لا أحب الطريقة التي تحدث فيها الأشياء من حولي؛ من المؤلم أن نعيش في عالم تسود فيه المجاعة، وبيئتي العديد من الناس فيه بالفقر والأمراض والأمية والبطالة؛ أريد أن تخفي هذه الظواهر المخيفة من حياتنا)، عندها ربما يصبح مفهوم المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي جزءاً من نداء داخلي يطبع حياتكم بطابع خاص.

توفر هذه المشروعات أيضاً مخرجاً للإبداع الذي يخترنه الملايين من البشر في دواخلهم، ليس على (الإبداع) أن يعني بالضرورة الخروج بمخرجات عظيمة؛ فقد يكون هذا المخرج بسيطاً لدرجة أنه قد يتمثل في ملاحظة مشكلة محلية تجعل المرء يقول لنفسه: (أتساءل فيما إذا كان أحد قد حاول حل هذه المشكلة من خلال فعل كذا)، وبعدها يقوم الشخص نفسه بمحاولة فعل هذا الشيء لحل المشكلة؛ فالحل البسيط لمشكلة ذات طابع محلي قد يصبح نواة لحل مشكلة ذات طابع عالمي.

ولكن حتى الإبداع على هذا المستوى المتواضع، لا يمكن عدّه شرطاً مسبقاً، فإذا لم يكن بمقدوركم تطوير البذرة، فمن الممكن لكم أن تلتقطوا بذرة موجودة أمامكم وفي متناول يديكم، وتغرسوها في موقع جديد. المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي توفر لكم هذه الفرصة، وهذا ما يعجبني.

تقدم هذه المشروعات أيضًا الفرصة للفرد في أن يجدد ذاته. يحلم الملايين من الناس من مختلف مشارب الحياة بالتغيير؛ إلا أنهم بطريقة أو بأخرى يفشلون في تحقيق ذلك؛ يشعر العديد منا بأننا مقيدون بالإحساس بالأمان في حياتنا، لدرجة أننا نبقي طوال حياتنا أسرى لروتين يستهلك قدراتنا على التفكير، ولا نستطيع الإفلات منه، وفي الوقت نفسه نتمنى من أعماقنا لو استطعنا الفرار مما نحن فيه باتجاه منحى حياتي مختلف، يمكننا من أن نترك بصمتنا الشخصية على هذا الكوكب، ونكتشف المواهب اللامحدودة المتوضعة في أعماق دواخلنا. تمثل المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي طريقة جديدة لتأطير حياتنا، ما يمنحنا الفرصة لإعادة تصميم حياتنا، حتى ونحن نقوم بتحسين أوضاع هذا الكوكب الذي نعيش عليه.

تبين لي أن المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي مدخلٌ لعملية تعلمٍ عظيمة، قوموا بالغوص في أعماق هذه التجربة، وستكتشفون بسرعة أنكم تعملون وتفكرون بطرق لم تخطر ببالكم يومًا قط، ستبرز أمامكم تحديات جديدة ترغمكم على استعمال عضلاتكم الذهنية والعاطفية المعطلة في داخلكم منذ وقت طويل؛ فالتجارب الماضية التي تكون قد قاربت على نسيانها تصبح فجأة مفيدة وذات صلة. أنتم الآن تستقصون عالمًا جديدًا كان مجهولًا تمامًا بالنسبة إليكم، وبفضل (نظارات المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي) التي تثبتونها اليوم على أعينكم، أصبح بإمكانكم رؤية أشياء لم تروها من قبل قط؛ سوف تبدوون الحركة؛ وحينها سوف تشعرون أنكم أصبحتم أشخاصًا آخرين متعددي الأبعاد، بدلًا من كونكم ذلك الكائن الآلي الذي لا يحركه سوى الدافع إلى تحقيق الربح.

المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي هي عالمٌ تسوده الإثارة والمرح، أما العقبة الرئيسية في وجه الالتزام بمثل هذه المشروعات بالنسبة إلى العديد من الناس فهي عقبة تتعلق بالأسلوب؛ فمن السهولة بمكان النكوص والانكفاء إلى عالم الخمول والتشاؤم واليأس.

يرى العديد من الناس أنه لا فائدة ترجى من محاولة تغيير العالم، سواء كان ذلك عن طريق مثل هذا المشروعات التجارية أو من خلال أي وسائل أخرى، وأن العالم كان دائمًا وما يزال على حاله، وأنه لا سبيل لتغيير الطبيعة الإنسانية.

هذا الرأي غير صحيح ألبتة؛ فعالم اليوم ليس على شاكلة العالم الذي عاش فيه أجدادنا، فنحن لانعاني اليوم الأوبئة أو العبودية، ولا نعاني بسبب حكام مستبدين أو نظام فصل عنصري؛ المرأة عندنا تمارس حق الانتخاب، والأسواق الحرة مزدهرة في مجتمعات كانت يوماً منغلقة على ذاتها؛ والشعوب في دول العالم كلها تطالب بحقوق الإنسان، حتى إن هناك رئيساً أسود في البيت الأبيض؛ التغيير يحدث، وهذا التغيير نحن من يصنعه.

أما فيما يخص الطبيعة الإنسانية، فأنا أعتقد أنها خيرٌ بالفطرة؛ ولهذا ازدهرت الأديان والحكومات الرشيدة والقيم الاجتماعية والفنون والثقافة والأعمال الخيرية على امتداد التاريخ البشري، حتى إنها وقفت في وجه المنطق الشمولي والأنانية. إن بذور العدالة والرحمة تكافح دائماً من أجل أن تنمو من خلال الشقوق التي تُحدثها في الوسط الذي توجد فيه، وإذا كانت لدينا الإرادة لرعاية هذه البذور وتشذيبها، فسيكون بإمكاننا تحويل هذا الكوكب إلى حديقة يحلم البشر كلهم بالعيش فيها.

فكرة أن لها أن تظهر

نعيش اليوم أوقاتاً مثيرة، في عصر يتقبل العالم ذلك النوع المدهش من التغيير الإيجابي الذي تخلقه المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي.

وقد سبق لي الذكر أن الأزمة الاقتصادية العالمية التي بدأت سنة 2008م، عرّت نقاط الضعف في النظرية الرأسمالية التقليدية، لكن الأزمة يمكن أن ينظر إليها بوصفها فرصة للإصلاح أيضاً؛ فأزمة هذه الأيام تقدم لنا فرصة إعادة صياغة النظرية الرأسمالية، بحيث تعكس واقع الطبيعة البشرية المتعددة الوجوه.

فوق هذا وذاك، توفر الأزمة الحالية – أولنسمّها الأزمة ذات الأبعاد الاقتصادية والبيئية والزراعية والاجتماعية، تضاف إليها أزمتا الطاقة والصحة – الفرصة للقيام بتجارب جريئة تنبثق منها حلول جديدة. لا تفرض المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي أي ضغوطات على أيّ كان، فهي تجعل من مدى حرية الاختيار أكثر اتساعاً بدلاً من تقليصه وتضييقه، وهذه المشروعات يمكن توطئتها بسهولة في النظام الرأسمالي، مانحةً الأمل

لاجتذاب الملايين من المستهلكين الجدد إلى السوق، وهكذا فبدلاً من أن تكون مصدر تهديد للبنية التجارية الحالية، فإنها تطرح حلولاً لإعادة ضخ الحياة في عروقتها.

إضافة إلى ذلك، تسهم هذه المشروعات مع الحكومات في تحمل أعباء المسؤوليات الملقاة على كاهلها؛ من أجل إحداث التغيير الاجتماعي المنشود بالتعاون مع المجتمع المدني، وتقدم أيضاً العون للحكومات لتجنب أي شروخ أو انقسامات سياسية أو توسيعها، وذلك من خلال الأخذ على عاتقها مهمة القيام بفعل اجتماعي ينعكس إيجاباً على الأمة بأسرها. تستطيع الحكومات الآن تشجيع هذه المشروعات التجارية على التوسع في الاتجاهات كافة التي تريدها، وذلك لكي يكون باستطاعة الناس معرفة الفعل المفضل لديهم، من دون التسبب في أي أزمات سياسية. الأمر متروك للأفراد في استنباط أنواع المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي وتصميمها وبنائها، ومن ثم تقرر السوق الحرة أيّاً من هذه المشروعات ذات الطابع الاجتماعي حقق نجاحاً، وأيها أخفق. يمكن تطوير مفهوم المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي على أساس التجربة واحتمال الوقوع في الخطأ، ووضعها موضع التنفيذ بشكل سريع أو بطيء. قد تدخل هذه المشروعات في طور السبات لمدة محددة، لكنها مع ذلك تبقى حية، بانتظار اللحظة المناسبة كي تغدق فوائدها على المجتمع. المشروعات الاجتماعية ذات الطابع الاجتماعي هي تماماً كما الحياة نفسها، قادرة على إحداث تغيير وتطوير ونمو غير محدود.

أما فكرة هذا النوع من المشروعات التجارية -مثل أي فكرة أخرى- فإنها عرضة لسوء الاستخدام والانحراف عن بوصلتها الأصلية. قلة من الأشخاص من ذوي النفوذ بإمكانهم البحث عن طرائق لحرف هذا المفهوم عن مساره الصحيح، أو توظيفه بشكل يخدم مصالحهم الخاصة، تماماً كما فعل بعض المنحرفين الذين طبقوا عبارة (قروض الائتمان الصغيرة) لتوصيف شركات ليست في حقيقة الأمر سوى حيتان اقتراض مقلّعة. أما ذوو النيات الحسنة، فإنهم بحاجة للانتباه من خطر أولئك الذين يعملون على سوء استخدام اللقب الفاضل للمشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي.

لكن هذا ينطبق على أي مفهوم رئيس، سوف يعتمد المصير النهائي للمشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي على ما إذا استطاعت العزف على أحد الأوتار في قلوب الناس. إذا

أصبح المشروع التجاري ذو الطابع الاجتماعي جزءاً من أحلام الناس في بناء عالم أفضل، حينها لن يكون بمقدور أحد إيقافه، وسوف ينمو ويزدهر حتى في الظروف غير المواتية.

سوف يحل الوقت الذي تصبح فيه فكرة المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي مقبولة ليس بوصفها جزءاً من النظام الرأسمالي وحسب، بل إنها ستكون موضع إطراء من نوع خاص؛ بسبب مقاربتها المثالية والخلافة للعالم. الآباء الذين يشجعون أبناءهم هذه الأيام على تحقيق دخل يغطي مصروفاتهم اليومية من خلال توزيع الصحف أو نصب كشك لبيع العصائر في فصل الصيف، سوف يحثونهم على البدء بمشروعات تجارية صغيرة ذات طابع اجتماعي، تهدف إلى حل مشكلات يعانيتها الناس في الجوار؛ مثل زرع الأشجار، والاهتمام بالحيوانات الشاردة، وتأدية بعض المهام لمساعدة كبار السن من الجيران. تتحدى برامج تلفاز الواقع التي تركز هذه الأيام على الفرص المتوافرة في عالم الاستعراض، المتسابقين على تطوير أفكار إبداعية جديدة في عالم المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي، وتمنح الجائزة الكبرى على شكل تمويل مُجزيّ يقدم لصاحب أفضل فكرة؛ وذلك بغية إمكان نشرها في طول البلاد وعرضها، وكذلك على امتداد العالم.

شخصياً، لا أرى سقماً للدور الذي يمكن أن تؤديه المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي في الاقتصاد العالمي. في السنين القادمة، قد تصبح هذه المشروعات ذات حجم لا يستهان به في عالم الأعمال بشكل عام؛ يمكن -نظرياً- أن تكون مكونات الاقتصاد برمتها مستقاة من المشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي، وإذا حدث ذلك، فإنه سيكون بمثابة نتيجة للخيار الحر للناس وليس بسبب الإكراه، أما طبيعة الدور الأساس للمشروعات التجارية ذات الطابع الاجتماعي، فسوف تقررهما إرادة الناس؛ هل هناك نسبة أمثل تميز بين هذين النوعين من المشروعات بالنسبة إلى الأفراد والمجتمعات والعالم بأسره؟ وإلى أي مدى يمكن للمشروع التجاري ذي الطابع الاجتماعي أن يأخذنا باتجاه عالم أكثر كمالاً، يتمتع كل فرد فيه بفرصة أن يحيا بكرامة وحرية وسلام؟

سوف يخوض الجنس البشري في زمان أبنائنا وأحفادنا تجربة مثيرة توفر أجوبة عن أسئلة كهذه، وكما سأبين فيما بقي من هذا الكتاب، فإن هذه التجربة هي قيد الاكتمال.