لَن تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّىٰ تُنفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ

فصلنامه آموزشی، ترویجی مطالعات و مدیریت امر خیر
وابسته به بنیاد خیریه راهبری آلاء
امور هنری و اجرایی: گروه هنری اشراق
مدیر اجرایی: محمدحسین اسماعیلی
گرافیست: داریوش پورباقی
طراح لوگو: حامد مغروری

همکاران این شماره: علی ملانوری، سیدحسین سیدی، میلاد مرادی، حسن قاسمی، احمد یوسفی، حسین جودت، گلایل صفوی، مینا جلوانی، محمد ضیایی، فاطمه سلجوقیان

آدرس: تهران - ابتدای بزرگراه جلال آل احمد - بعد از پل نصر (گیشا) - پلاک ۱۳۹
تماس با ما: ۸۶۰۱۵۳۳۲ - ۰۲۱

نمابر: ۸۶۰۱۵۳۳۶ - ۰۲۱
رایانامه: magazine@ala.org.ir

فهرست

کارآفرینی اجتماعی ۶
شیوه نوین کارآفرینی اجتماعی ۸
کسب و کار اجتماعی یونس ۱۶
اشتغال مصداق کار خیر ۲۸
تغییر بنیادین در نظام اشتغال ۳۶
تعاونی بیماران هموفیلی ۴۴
گزارش جشنواره شیخ بهایی ۵۰
معرفی مؤسسات کارآفرینی اجتماعی ۵۶
معرفی کتاب ۶۲
گزارش اولین همایش ملی خیرماندگار ۶۶
مقالات و یادداشت ۸۶
از خیر تا شر عدم نظارت بر خیریه‌ها ۸۸
نفوذ فناوری اطلاعات در امور خیر ۹۴
گزارش کمیسیون مقام زن سازمان ملل ۱۰۲
انجام کار داوطلبانه موفق ۱۰۶
داوطلبی پایدار ۱۱۶
نشست‌های تخصصی خیرماندگار ۱۲۲
مراکز خیر با رویکرد امر خیر ۱۲۴
اصول مدیریت مؤسسات خیریه ۱۳۲
داستان ۱۴۲

حجت الاسلام علی ملانوری

کارآفرینی اجتماعی یک دارو و چند درمان

شاید روزی نباشد که در رسانه‌های مختلف با مطلبی در مورد بیکاری، اشتغال، کارآفرینی، تولید، کارآفرینان موفق و مطالبی از این قبیل مواجه نشویم. خبرها، برنامه‌ها و مطالبی که از کشورمان و از جای‌جای دنیا به ما می‌رسد و ما را به این اندیشه فرو می‌برد که نقاط اشتراک و افتراق ما در این موضوع با سایر نقاط دنیا چیست؟

شکی نیست که یکی از معضلات مهم گریبان گیر کشورمان در سال‌های اخیر مسئله بیکاری است، مسئله‌ای که بی‌تردید عامل و بنیان بسیاری از آسیب‌های اجتماعی است. ازاین‌رو تنها اقتصاد یک بعد از مسئله بیکاری است درحالی‌که ابعاد وسیع اجتماعی و اخلاقی را همراه خود دارد.

ازاین‌رو روزبه‌روز مفهوم کارآفرینی در نگاه معنایی و کارکردی گسترش می‌یابد و جایگاه کارآفرینان از اهمیت بیشتری برخوردار می‌شود. ایجاد و گسترش مراکز رشد، پارک‌های علم و فناوری، شتاب‌دهنده‌های کسب‌وکار، راه‌اندازی دانشکده‌های کارآفرینی و رویکرد ایجاد دانشگاه‌های نسل سوم به معنای دانشگاه‌های فناورانه و کارآفرین، نشانه‌های اهمیت یافتن این موضوع است.

در کنار کارآفرینی اقتصادی، مفهوم جدیدتری با عنوان کارآفرینی اجتماعی ظهور نموده است که در آن هدف نهایی نه کسب سود بلکه حل یک معضل اجتماعی است. کسب‌وکاری که هم اشتغال به همراه دارد و هم معضل و یا آسیبی را از جامعه برمی‌چیند.

ازاین‌رو کارآفرینی اجتماعی نقطه اشتراکی است بین دغدغه‌های مؤسسات خیریه و سمن‌ها برای حل آسیب‌های اجتماعی در یک‌سو و کارآفرینان برای ایجاد اشتغال و رشد اقتصاد کشور از

سوی دیگر، البته باید توجه داشت که هر چند این مفهوم نوظهور است اما از دیرباز کارآفرینان بسیاری وجود داشته‌اند که هم‌وغمشان فعالیت‌های خیرخواهانه و حل مشکلات مردم بوده است و مؤسسات خیریه‌ای که در زمینه کارآفرینی فعالیت می‌کرده‌اند.

با توجه به این رابطه تنگاتنگ شناخت ابعاد کارآفرینی اجتماعی و شناخت نمونه‌های موفق آن به‌عنوان پنجره‌ای تازه برای حل همزمان بیکاری و آسیب‌های اجتماعی از ضرورت جدی برخوردار است. رویکردی که می‌تواند باعث پایداری منابع مؤسسات خیریه و بازتولید منابع خیریه برای حل بیشتر آسیب‌های اجتماعی گردد.

فصلنامه خیر ماندگار در شماره چهارم با درک شرایط زمان و ضرورت‌های پیش‌گفته عمدتاً به این موضوع پرداخته است. اگرچه به روال همیشگی، در حوزه‌های اصلی مطالعات و مدیریت خیریه در ایران و جهان نیز گام‌هایی برداشته شده است. آرزوی ما این است که انتشار و بازخوانی این مجموعه برای خیرین ارجمند، مؤسسات خیریه و علاقه‌مندان به مطالعات خیریه در ایران مفید باشد و از نظرات اصلاحی و تکمیلی ایشان برخوردار باشیم.

کارآفرینی اجتماعی

ترجمه:
حسین جودت چافی
کارشناسی ارشد
مدیریت صنعتی

کسب‌وکار اجتماعی
شیوه‌ی نوین کارآفرینی
مفاهیم و تفاوت‌های آن با کارآفرینی اجتماعی؟

چکیده

امروزه کارآفرینی و سازمان‌های پرورش کارآفرین به‌سرعت در حال گسترش است و کارآفرینی مهم‌ترین راه‌حل ایجاد اشتغال و توسعه اقتصادی شناخته می‌شود. در سال‌های اخیر در کنار کارآفرینی مفاهیم دیگری مانند کارآفرینی اجتماعی و کسب‌وکار اجتماعی معرفی شده‌اند که از نظر مفاهیم بنیادی با یکدیگر تفاوت دارند. کارآفرینی به دنبال ایجاد کسب‌وکار برای کسب سود است و کارآفرینی اجتماعی به دنبال حل معضلات اجتماعی از طریق کسب‌وکار و کسب سود است؛ اما کسب‌وکار اجتماعی تنها به دنبال حل معضل اجتماعی است به صورتی که کسب‌وکار تنها هزینه خودش را در می‌آورد و اگر سودی حاصل شود دوباره برای حل موضوع، سرمایه‌گذاری می‌شود. پیدایش کسب‌وکارهای اجتماعی در دنیا، هم از این بعد که فرم جدیدی از کسب‌وکار محسوب می‌شوند و هم از این جهت که بالقوه تأثیرات اجتماعی زیادی به همراه خود خواهند داشت، بسیار مهم بوده و لذا بررسی و کاوش در این حوزه مطالعات، از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. یکی از مهم‌ترین عوامل پایداری کسب‌وکار ریشه‌دار بودن در فرهنگ جامعه و حل کردن معضلات جامعه از طریق کسب‌وکار است. لذا در این مقاله کسب‌وکار اجتماعی به‌عنوان راه‌حل پایدار و مناسب جامعه برای حل این معضل اجتماعی معرفی می‌شود.

1371jodat@gmail.com

مقدمه

عصر حاضر عصر کارآفرینی است و روزی نیست که از رسانه‌ها و افراد مختلف در مورد کارآفرینان سخنی به گوش ما نرسد. این افراد پیشروان و پیش‌قراولان تحول، رشد و توسعه اقتصادی هستند که از ثمره تفکر، تدبر و اقدامات آن‌ها جوامع بشری بهره می‌گیرند. هرچند قلمرو کار آن‌ها در حوزه اقتصاد بوده، ولی جستجو، استناد و تقلیل قلمرو تأثیرگذاری آن‌ها به بخش صرفاً اقتصادی ساده‌انگاری است. بلکه نتیجه فعالیت‌های این افراد فراتر از حوزه‌ی اقتصادی در حوزه‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی نیز تأثیرگذار بوده و در شکل‌گیری کیفیت این مباحث تأثیر عمیقی داشته است، این تأثیرگذاری از مرز کشور متبوع‌شان فراتر رفته و در عرصه بین‌المللی خود را نشان می‌دهد. (دییز، ۲۰۰۲، ص ۱۷).

در این مقاله ما علاوه بر معرفی کارآفرینی[1] و کارآفرینی اجتماعی[2] رویکرد جدیدی را با عنوان کسب‌وکار اجتماعی[3] معرفی می‌کنیم که این کسب‌وکارها به‌صورت خودگردان به‌دنبال رفع معضلات و نیازهای اجتماعی پیرامون می‌باشند. کسب‌وکار اجتماعی شیوه جدیدی است که منجر به تأمین نیازهای حیاتی بشر در دنیای سرمایه‌داری خواهد شد و همچنین به ارائه خدمات و نیازهای حیاتی مردم در حوزه‌های مختلفی از بهداشت و درمان تا فناوری ارتباطات و اطلاعات می‌پردازد.

کارآفرینی

به لحاظ معناشناختی واژه کارآفرینی از لغت فرانسوی به معنای متعهد شدن به انجام کاری مشتق شده است. این عبارت سابقه طولانی در بخش بازرگانی دارد. مشهورترین تعریف این عبارت ایجاد ارزش از طریق نوآوری است (شومپیتر، ۱۹۵۱، دراکر، ۱۹۸۵). به مانند شومپیتر و پیتر دراکر، کول (۱۹۴۶) و کوپر (۱۹۴۶) نیز کارآفرینی را از طریق نوآوری تعریف می‌کنند. میلر (۱۹۸۳) کارآفرینی را با عبارت‌های خطرپذیری و نوآوری‌های بنیادی در تولید تعریف می‌کنند. پیترسون

1- Entrepreneurship
2- Social Entrepreneurship
3- Social Business

و برگر (۱۹۷۱) معتقدند که فعالیت‌های کارآفرینی به شرکت‌ها کمک می‌کند تا تجارت جدیدی را برای افزایش سودآوری توسعه دهند و بورگلمه (۱۹۹۹) معتقد است که فعالیت‌های کارآفرینی با افزایش تولید همراه است و فرآیند نوآوری موفقیت شرکت‌ها را ارتقا می‌بخشد (ابطحی سیدحسین و همکاران، ۱۳۸۸)

کارآفرینی اجتماعی

عبارت کارآفرینی اجتماعی به سازمان‌های در حال رشدی اشاره دارد که هدف‌شان تأمین نیازهای اساسی انسان‌ها است به‌طوری‌که تأمین این نیازها از طریق سازمان‌های تجاری و بخش خصوصی امکان‌پذیر نیست (سیلوس و همکاران، ۲۰۰۶، ص ۲۵۱). از این‌رو هر تعریفی از کارآفرینی اجتماعی بایستی جایگزین رویکرد صرفاً اقتصادی و تجاری باشد که کارآفرینان تجاری دنبال می‌کنند. دیوید پرنسکی (۲۰۰۵) کارآفرینی اجتماعی را فرایندی تلقی می‌کند که از طریق آن سازمان‌ها برنامه‌های جدیدی برای حل مسائل اجتماعی طراحی و ارائه می‌کنند. در تعریف باید به ترکیب مؤلفه‌های پاسخ‌گویی، نوآوری و تغییر توجه شود.

کسب‌وکار اجتماعی

کسب‌وکار اجتماعی، یکی از مفاهیم نوپای دنیای مدیریت است. این مفهوم اولین بار توسط آقای محمد یونس[4]، برنده جایزه نوبل صلح در سال ۲۰۰۵ وارد ادبیات دانشگاهی حوزه مدیریت شد.

تعاریف متفاوتی برای بحران[5] بیان گردیده است. ساده‌ترین تعریف برای بحران: «عدم تعادل بین نیاز و مصرف با تولید است». بحران‌ها به دو دسته کلی تقسیم‌بندی می‌شود. بحران‌های انسان‌ساخت و بحران‌های طبیعی. بحران‌های انسان‌ساخت بحران‌هایی هستند که ناشی از عملکرد و یا طرح و نقشه قبلی انسان‌ها و فراگیر باشند: مثل بحران‌های اجتماعی یا اقتصادی که ناشی از عملکرد نادرست و یا طرح و نقشه دشمنان است که گریبان گیر جامعه می‌شود. بحران مالی تنها یکی از چند بحرانِ تهدیدکننده‌ی جوامع انسانی است. ما با بحران غذایی جهانی، بحران انرژی، بحرانِ زیست‌محیطی، بحران بهداشت و بحران مستمر اقتصادی و اجتماعی فقر عظیم جهانی مواجه هستیم و آن را تحمل می‌کنیم. اگر چه این بحران‌ها چندان

4- Muhammad Yunus
5- Crisis

مورد توجه قرار نمی‌گیرند ولی به‌اندازه‌ی بحران مالی اهمیت دارند. در حقیقت این بحران‌ها از ریشه ضعف اساسی نظریه‌پردازی در زمینه سرمایه‌داری نشئت می‌گیرد. (یونس،۱۳۹۴)

اما واقعیت بسیار متفاوت از این تئوری است. مردم موجودات تک‌بعدی نیستند بلکه چندین بعد دارند که احساسات، باورها، اولویت‌ها و الگوهای رفتاری متفاوت ایجاد می‌کند و این نشان می‌دهد که اجباری وجود ندارد که همه به فکر حداکثر رساندن سودشان باشند. اگر حداکثرسازی سود، به‌تنهایی تمامی‌رفتارهای انسانی را کنترل

می‌کرد، فقط مؤسساتی برای ایجاد رفاه بیشتر و کسب سود طراحی می‌شدند و هیچ کلیسا، مسجد، کنیسه، مدرسه، موزه‌های هنری، مراکز اجتماعی، خیریه، بنیاد یا سازمانی غیرانتفاعی ایجاد نمی‌شد. در این صورت تصویر ما از کسب‌وکار تغییر می‌کند. وقتی ما به انسان، دوبعدی نگاه نماییم به این نتیجه می‌رسیم که ما به دو نوع کسب‌وکار نیاز داریم: یکی برای هدف فردی و حداکثرسازی منافع شخصی، و دیگری برای کمک به دیگران. نوع اول کسب‌وکار، با هدف افزایش سود برای صاحبان و مالکان آن و بدون توجه کافی و بررسی اثرات کسب‌وکار بر دیگران شکل می‌گیرد. در نوع دوم، کسب‌وکار با هدف سودرسانی به دیگران

شکل می‌گیرد و صاحبان کسب‌وکار به غیر از لذت خدمت‌رسانی به دیگران، بهره‌ی دیگری از کسب‌وکار خود نمی‌برند. در واقع نوع دوم کسب‌وکار، مبتنی بر بعد دیگرخواهی انسان‌ها شکل می‌گیرد، که تحت عنوان کسب‌وکار اجتماعی نامیده می‌شود؛ موضوعی که نظریه‌های اقتصادی فاقد آن است. (یونس، ۱۳۹۴)

۱. عدم انگیزه سودآوری

در یک کسب‌وکار اجتماعی، سرمایه‌گذار بدون انگیزه کسب سود مالی برای خود، به دیگران کمک می‌کند. کسب‌وکار اجتماعی ازآنجایی‌که باید پایدار و خودگردان باشد، نوعی کسب‌وکار است که به دنبال کسب حداکثر سود مالی از فعالیت‌های خود نیست. این کسب‌وکار، درآمد کافی برای پوشش دادن هزینه‌هایش را تأمین می‌کند و بخشی از مازاد درآمدش را در توسعه کسب‌وکار سرمایه‌گذاری و بخشی را برای پوشش دادن عدم قطعیت‌ها پس‌انداز می‌کند. بنابراین کسب‌وکار اجتماعی یک «شرکت بی‌ضرر و با تقسیم سود» است که کاملاً برای دستیابی به اهداف اجتماعی ایجاد شده است.

۲. هدف کسب‌وکار اجتماعی

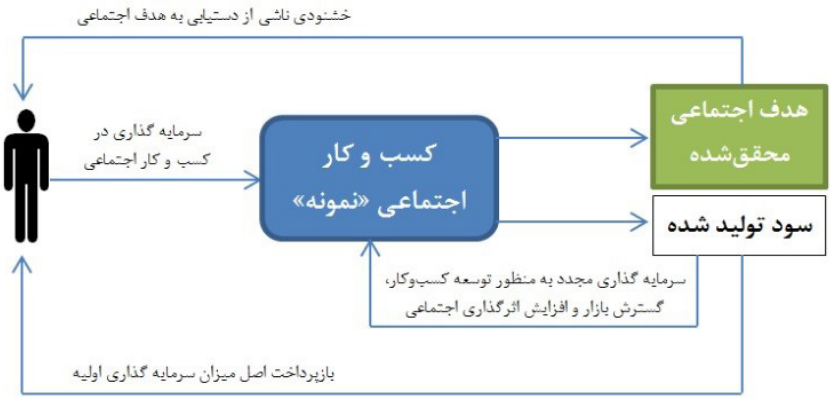
هدف کسب‌وکار اجتماعی حل مسائل اجتماعی است. در این نوع از کسب‌وکار، شرکت سودآور است؛ اما کسی سود دریافت نمی‌کند، چون شرکت کاملاً به حل مسائل اجتماعی اختصاص یافته و ایجاد سود فردی برای سهامداران یا مالکان شرکت از آن حذف شده است. البته مالک کسب‌وکار می‌تواند در یک دوره زمانی، تنها مبلغ سرمایه‌گذاری شده اولیه را از سود شرکت بردارد و به عبارتی مبلغ به سرمایه‌گذاران اولیه بازگردانده شود.

[وقتی ما به انسان، دوبعدی نگاه نماییم به این نتیجه می‌رسیم که ما به دو نوع کسب‌وکار نیاز داریم: یکی برای هدف فردی و حداکثرسازی منافع شخصی، و دیگری برای کمک به دیگران.]

۳. شیوه تأمین مالی کسب‌وکارهای اجتماعی

شیوه تأمین مالی کسب‌وکارهای اجتماعی، در فرهنگ ایرانی - اسلامی، مفهوم بسیار نزدیکی به نام «قرض‌الحسنه» دارد و این خود ظرفیتی برای رشد این مدل‌های کسب‌وکار در ایران می‌تواند باشد. (طهماسبی، ۱۳۹۴)

کسب‌وکارهای اجتماعی، مزایایی نیز نسبت به مؤسسات خیریه رایج دارند و آن اینکه از نظر اقتصادی کاملاً خودگردان هستند. برای تأمین منابع مالی کسب‌وکارهای اجتماعی، بنیادها می‌توانند درصدی از سرمایه‌هایشان را برای حمایت از کسب‌وکارهای اجتماعی کنار بگذارند



شکل ۱: مدل مفهومی کسب‌وکار اجتماعی (طهماسبی، ۱۳۹٤)

و کسب‌وکارها می‌توانند از بودجه مسئولیت اجتماعی، برای سرمایه‌گذاری در جهت ایجاد کسب‌وکارهای اجتماعی استفاده کنند. خیرین نیز می‌توانند سرمایه‌های کسب‌وکار اجتماعی را تأمین کنند. (یونس، ۱۳۹۲)

۴. انواع کسب‌وکارهای اجتماعی

نوع اول، شرکت‌های خودگردان و بدون تقسیم سودی هستند که برای حل یک مسئله اجتماعی ایجاد شده‌اند و مالکیت آن‌ها در اختیار سهامدارانی است که به دنبال کسب سود شخصی از سهام‌شان نیستند و سود ناشی از سرمایه‌گذاری خود را تنها در جهت توسعه همان کسب‌وکار اجتماعی صرف می‌نمایند که تحت عنوان کسب‌وکار اجتماعی نوع اول نامیده می‌شوند.

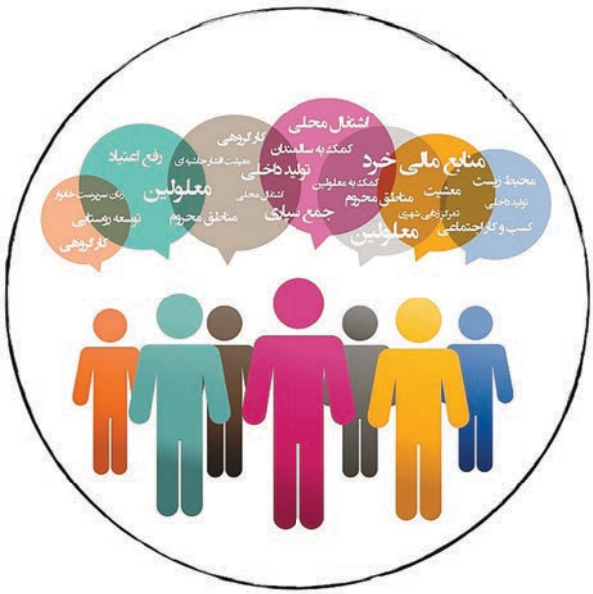
نوع دوم، مثل کسب‌وکارهای رایج هستند که به سهامداران خود سود تخصیص می‌دهند ولی مالکیت این کسب‌وکارها در اختیار فقراست و یا به‌عبارت‌دیگر سهامداران آن فقرا هستند. این نوع از کسب‌وکارها ازآنجایی‌که سود خود را به فقرا می‌دهند و در نتیجه به کاهش فقر و حل یک مسئله اجتماعی کمک می‌کنند کسب‌وکار اجتماعی نامیده می‌شوند ولی ازآنجایی‌که برخلاف کسب‌وکارهای اجتماعی نوع اول، به سهامداران خود سود تخصیص می‌دهند، کسب‌وکار اجتماعی نوع دوم نامیده می‌شوند.(یونس، ۱۳۹۴) در جدول ۱ به‌صورت خلاصه دو نوع کسب‌وکار اجتماعی اول و دوم را می‌توان دید.

جدول ۱: انواع کسب‌وکار اجتماعی (نویسنده)

	کسب‌وکار اجتماعی نوع اول	کسب‌وکار اجتماعی نوع دوم
هدف	اثرگذاری اجتماعی	اثرگذاری اجتماعی
سودآوری	عدم برداشت سود توسط سهامداران سرمایه‌گذاری سود برای گسترش کسب‌وکار	برداشت سود توسط نیازمندان
سهام‌داران	خیرین	نیازمندان
موضوع	حل مسئله اجتماعی توسط خود حمایت‌ها	حل مسئله اجتماعی با درآمدزایی برای نیازمندان
بازگشت سرمایه	بازگشت سرمایه به مقدار سرمایه‌گذاری شده (بدون سود و حتی تعدیل تورم) به سهام‌دار	بازگشت سرمایه به مقدار سرمایه‌گذاری شده (بدون سود و حتی تعدیل تورم) به سرمایه‌گذار

۵. کسب‌وکار اجتماعی و سازمان غیرانتفاعی

یک کسب‌وکار اجتماعی، برخلاف سازمان‌های غیرانتفاعی، چند سرمایه‌گذار و مالک دارد.



جدول ۲: تفاوت و تشابه کسب‌وکار اجتماعی را با سایر نهادها (طهماسبی، ۱۳۹۴، تکمیل‌شده توسط نویسنده)

	سمن	کسب‌وکار اجتماعی	بنگاه اجتماعی	تعاونی	بنگاه اقتصادی
هدف اصلی	اثرگذاری اجتماعی	اثرگذاری اجتماعی	موفقیت اقتصادی، در کنار اثرگذاری اجتماعی	بهبود وضع اقتصادی و اجتماعی اعضاء	موفقیت اقتصادی
کسب‌وکار	لزوماً به ایجاد کسب‌وکار نمی‌انجامد	دارد	دارد	دارد	دارد
تراز هزینه‌ها	درآمدها < هزینه‌ها	درآمدها ≤ هزینه‌ها	درآمدها < هزینه‌ها	درآمدها < هزینه‌ها	درآمدها < هزینه‌ها
منابع مالی	کمک‌های اهدایی	فروش محصولات و خدمات	فروش محصولات و خدمات	فروش محصولات و خدمات	فروش محصولات و خدمات
سهام‌دار	ندارد	عدم برداشت سود	برداشت سود	برداشت سود	برداشت سود
تصمیم‌گیرنده	هیئت‌مدیره	سهام‌داران و نیازمندان	مالکین	همه اعضا	مالکین
بنیان‌گذار	کارآفرینی اجتماعی			گروهی از فعالان حوزه مرتبط	کارآفرینی معمولی

منابع

۱. ابطحی و همکاران. بررسی مفاهیم، نظریه‌ها و مدل‌های کارآفرینی اجتماعی و ارائه مدل مفهومی، ۱۳۸۸، مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، ۸(۲۱): ۱۱۲-۸۷.

۲. طهماسبی، هامون. « کسب‌وکار اجتماعی چیست؟»، (۱۳۹۴) http://qhami.com/what-is-social-business/

۳. یونس، محمد. ترجمه عنبرستانی، حسین. رضوی، سید وحید. "کسب‌وکار اجتماعی، شیوه جدیدی از کسب‌وکار که منجر به تأمین نیازهای حیاتی بشر در دنیای سرمایه‌داری خواهد شد" مؤسسه خدمات فرهنگی رسا، ۱۳۹۴، تهران.

۴. یونس، محمد. ترجمه تیماجی علی و گروه همکاران "جهانی بدون فقر" مدرسه کارآفرینی اجتماعی پرتو، ۱۳۹۴

5. Dees, J. G., Emerson, J., Economy, P. (Eds.) (2002). Strategic tools for social entrepreneurs: Enhancing the performance of your enterprising nonprofit. New York: John Wiley & Sons, Inc.

6. Seelos, C., Ganly, K., Mair, J. (2006). Social entrepreneurs directly contribute to global development goals. In Mair J, Robinson J, Hockerts K, editors. Social Entrepreneurship. New York: Palgrave MacMillan.

مرکز کسب وکار اجتماعی یونس

ترجمه:
سید حسین سیدی
دانشجوی دکتری
مدیریت صنعتی

YUNUS SOCIAL BUSINESS CENTRE

چکیده:
کسب‌وکار اجتماعی یونس یک مرکز شتاب دهنده کسب‌وکارهای اجتماعی در سرتاسر جهان است که توسط استاد محمد یونس راه اندازی شده است. استاد یونس خود مبتکر طرح کسب وکارهای اجتماعی است که پس از سالها تلاش در کمک رسانی و کاهش فقر در مناطق محروم بنگلادش این طرح را ارائه نمود. حوزه کسب‌وکار اجتماعی پیوند عمیقی با کارآفرینی و کارآفرینی اجتماعی دارد که امروزه به شدت در حال گسترش در مجامع علمی و اقتصادی دنیا می‌باشد. در این مقاله مرور مختصری بر کسب‌وکار اجتماعی یونس، مفهوم کسب‌وکار اجتماعی و فعالیت این سازمان در کشورهای مختلف می‌شود و فرآیند پذیرش و شتاب دهی کسب‌وکارهای اجتماعی در این مرکز مورد بررسی قرار می‌گیرد.

Seyedhosein283@gmail.com

۱. کسب‌وکار اجتماعی یونس (Yunus Social Business)

مرکز کسب‌وکار اجتماعی یونس یک شتاب دهنده است که سعی در رشد و تهیه منابع مالی برای کارآفرینان محلی دارد تا این کارآفرینان بتوانند راه حل هایی را برای حل مسائل اجتماعی پیدا کنند. در حال حاضر این مرکز در کشورهای مختلف با کارکنانی از همان کشورها - کارکنان محلی- در بخشهای مشاوره، مدیریت و مربی گری کسب‌وکارهای اجتماعی فعالیت دارد. هدف این مرکز سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای اجتماعی (Social Business) امیدوار کننده برای حل مسائل اجتماعی و هم چنین ارائه پشتیبانی پس از سرمایه‌گذاری می‌باشد. هدف استراتژیک این مرکز حمایت از راه اندازی سالانه ۶-۴ کسب‌وکار اجتماعی در هر کشور تحت فعالیت می‌باشد.

ایده کسب‌وکار اجتماعی اولین بار توسط استاد محمد یونس معرفی شد. استاد محمد یونس بانکدار و اقتصاددان بنگلادشی است که دکترای خود را در اقتصاد، از دانشگاه فاندرویلت آمریکا دریافت کرده است و در سال ۲۰۰۶ میلادی موفق به کسب جایزه نوبل در صلح می‌شود.

یونس نویسنده ۳ کتاب در این حوزه می‌باشد که عناوین آن عبارتند از:

۱- Banker to the Poor (۲۰۰۳)

۲- A World without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism (۲۰۰۸)

۳- Building Social Business (۲۰۱۰)

قابل توجه است که هر ۳ کتاب دکتر یونس به زبان فارسی ترجمه شده است.

استاد یونس جزء ۱۰ نفر تأثیر گذار در تجارت و یکی از هفت نفری در تاریخ است که توانسته مجموعه ای از نشان های بین المللی را همانند نلسون ماندلا و مادر ترزا به دست آورد. یونس خالق و مخترع وام خرد - نوعی وام کوچک برای بیکاران و تاجران فقیر - و همچنین مؤسس بانکی به نام گرامین بانک (**Grameen Bank**) است. بانک گرامین تا کنون ۸,۴ میلیون عضو دارد که ۹۷ درصد آنها زن هستند و بیش از ۱۲,۵ میلیارد دلار وام خرد بدون بهره ارائه داده است.

۲. تعریف کسب‌وکار اجتماعی

کسب‌وکار اجتماعی یک شرکت است که تنها برای حل یک مشکل اجتماعی همراه با استقلال و پایداری مالی طراحی شده است. یک کسب‌وکار اجتماعی موفق بر تأمین نیازهای اجتماعی، استفاده از انرژی کارآفرینی و قوانین بازار آزاد تأکید دارد و پتانسیل بسیار بالایی برای تکرار شدن و گسترش دارد. مرکز کسب‌وکار اجتماعی یونس با رویکرد تجارت در جهان توسعه اجتماعی، روشی ابتکاری برای رشد و سرمایه‌گذاری طراحی نموده است که این روش پلی برای پر کردن شکاف بین کسب‌وکار اجتماعی و سرمایه‌های خیرین - اهداکننده و یا وام‌دهنده - است. همانطور که اشاره شد مرکز کسب‌وکار اجتماعی یونس با شناسایی کسب‌وکارهای اجتماعی امیدوارکننده از آنها حمایت مالی می‌کند و پس از سرمایه‌گذاری نیز مشاوره‌های چهره به چهره با کارآفرینان انجام می‌دهد. در کنار کسب‌وکارهای اجتماعی امیدوارکننده، کارآفرینان امیدوارکننده‌ای شناسایی می‌شوند که دارای میلی عمیقاً ریشه‌دار برای ایجاد تأثیر اجتماعی از طریق کسب‌وکار اجتماعی می‌باشند. و این امر از طریق همکاری خبرگان توسعه تجارت دست به دست با کارآفرینان اجتماعی و گروه‌های مؤسس کسب‌وکار اجتماعی اتفاق می‌افتد.

شبکه جهانی کسب‌وکار اجتماعی یونس به کسب‌وکارهای اجتماعی کمک می‌کند

شکل شماره ۱: مدل کارآفرینی کسب‌وکار اجتماعی

که بتوانند شریک جدیدی برای توسعه بازار و بازاریابی خدمات و محصولاتشان پیدا کنند. در سرمایه‌گذاری‌های سنتی درحالی‌که سرمایه‌گذاران برای سود مالی وام می‌دهند اما یک وام‌دهنده بشردوست تنها برای سود اجتماعی وام می‌دهد. کسب‌وکار اجتماعی یونس منبعی است برای جمع‌آوری سرمایه‌های بشردوستانه از سراسر جهان و سرمایه‌گذاری بر کسب‌وکارهای اجتماعی در سراسر جهان است.

۳. نوع مشارکت افراد

۱،۳. اهداکننده

اهداکنندگان (خیرین) می‌توانند به کسب‌وکار اجتماعی یونس برای حمایت از فرآیند رشد کسب‌وکارهای اجتماعی کمک مالی کنند، پول اهداکنندگان منبعی برای آموزش، مربی‌گری و مشاوره برای توسعه کارآفرینی در هفت کشور موردنظر می‌شود به‌عبارت‌دیگر پول اهداکنندگان برای توسعه ابتکارات محلی استفاده می‌شود که تغییرات جهانی را در پی خواهند داشت. کمک‌های مالی هم در حمایت از کارآفرینان به مفهوم پیاده‌سازی و رشد کسب‌وکار اجتماعی و هم در افزایش تعداد کارآفرینانی که قادر به دریافت چنین حمایتی هستند اثر دارند. در تمام موارد فرد اهداکننده گواهی بخشودگی مالیاتی دریافت می‌کند.

۲،۳. وام‌دهنده بشردوست

این سرمایه‌ها در مواردی شبیه به سرمایه‌های اهداشده استفاده می‌شوند. این وام‌ها برای کسب‌وکار اجتماعی استفاده خواهند شد و بازه زمانی بازپرداخت آنها تا ۱۰ سال ادامه پیدا می‌کنند. سرمایه در قالب وام بدون بهره غیرمرجوع ارائه می‌شود. تأمین مالی کسب‌وکار اجتماعی طی ۱۲ تا ۱۸ ماه انجام می‌شود و اولین بازپرداخت از ۳ سال بعد شروع می‌شود و در نهایت اصل سرمایه به وام‌دهنده بازگردانده می‌شود.

شکل شماره ۲: مدل سرمایه‌گذاری کسب‌وکار اجتماعی یونس

۴. فعالیت‌های کسب‌وکار اجتماعی یونس در کشورها

کسب‌وکار اجتماعی یونس در حال حاضر در کشورهای مختلفی فعالیت دارد که در این قسمت فعالیت‌های کسب‌وکار اجتماعی یونس در برخی کشورها به تفکیک ارائه می‌شود.

۱,۴.آلبانی

سرمایه‌گذاری ۲۶۰۰۰۰ دلار توسط کسب‌وکار اجتماعی یونس و ۳۴۰۰۰ دلار توسط مشارکت خیرین

۱,۱,۴. کسب‌وکارهای اجتماعی ایجادشده

۱. شرکت **E Jona**، باهدف اشتغال‌زایی معلولین، محلی برای فعالیت و کار معلولین

۲. شرکت **Seniors' Home**، خانه سالمندان با کیفیت بالا و مراقبت دقیق از سالمندان که عملاً چنین چیزی در آلبانی وجود نداشت.

۳. شرکت **Rozafa Social Business**، یک شرکت بازاریابی برای صنایع‌دستی و ایجاد درآمد پایدار و بهتر برای زنان روستایی

۲,۱,۴. حضور مرکز یونس در آلبانی

* اجرای مجموعه‌ای از ۱۴ کنفرانس و کارگاه آموزشی
* اجرای ۱۱ سخنرانی عمومی برای بیش از ۲۴۰۰ شرکت‌کننده
* اجرای برنامه تلویزیونی مسابقه کسب‌وکار اجتماعی

YUNUS
negociossociales
COLOMBIA

۲،۴. کلمبیا

همکاری با غول سیب‌زمینی **McCain** و ایجاد یک مرکز کسب‌وکار اجتماعی برای تعالی کشاورزی

سرمایه‌گذاری ۱۵۰۰۰۰ دلار از طریق کسب‌وکار اجتماعی یونس و ۱۰۰۰۰۰ دلار از طریق مشارکت خیرین

۱،۲،۴. کسب‌وکارهای اجتماعی ایجادشده

۱. شرکت **Bive**، تسهیل و بهبود دسترسی به مراکز درمانی با کیفیت بالا، فوری و مقرون‌به‌صرفه برای خانواده‌های با درآمد متوسط و پایین از طریق ایجاد شبکه‌ای از مراکز با ارائه تخفیف و مراقبت‌های فوری

۲. شرکت **Vitalius**، توسعه و فروش محصولات غذایی غنی‌شده در میان کودکان

۲،۲،۴. شبکه کسب‌وکار اجتماعی

طراحی یک کسب‌وکار اجتماعی از طریق مشارکت تولیدی‌های کوچک سیب‌زمینی با شرکت بزرگ تولید **McCain** از طریق عقد قرارداد **JV**[۱] به‌منظور بهبود وضعیت شرکت‌های تولیدی کوچک

۳،۲،۴. حضور در کلمبیا

برگزاری ۱۲ کارگاه آموزشی، ۳ همایش بزرگ و ایجاد ۱۲ رویداد خاص (حضور محمد یونس، ایجاد انجمن قدرت کسب‌وکار اجتماعی کلمبیا بدون فقر)، بازدید بیش از ۴۴۰۰ نفر از ۶ نمایشگاه با مشارکت کسب‌وکار اجتماعی یونس

۱- Join Venture: در لغت، joint به معنی جمعی و venture به معنی جرأت و معامله خطر آمیز تعریف‌شده است. «Joint Venture» اصطلاحاً به معنی تجارت جمعی یا به معاملات گروهی مدت‌دار اطلاق می‌شود. به سازمان مذکور، سرمایه‌گذاری مشترک نیز می‌گویند. این اصطلاح در حقوق بین‌المللی نیز در مشارکت‌هایی که برای یک امر خاص و در یک زمان کوتاه تجاری تشکیل‌شده به کار می‌رود. در مشارکت‌های تجاری مذکور، که گاه در قالب ایجاد شخص حقوقی و یا قرارداد مشارکت ظاهر می‌شود، موضوع عملیات مشارکت از اهمیت خاصی برخوردار است.

۳,۴. هائیتی

راه‌اندازی کسب‌وکار اجتماعی یونس با مشارکت شرکت **SAP، PADF، DEG** و **Deutsche Bank**

۱میلیون دلار سرمایه‌گذاری از طریق کسب‌وکار اجتماعی یونس و ۳۰۰۰۰۰ دلار از طریق مشارکت خیرین

۱,۳,۴. کسب‌وکارهای اجتماعی ایجادشده

۱. شرکت شیرینی **Mariaman**، باهدف ایجاد فرصت شغلی و صرف درآمد حاصل از آن برای حمایت از یک مدرسه محلی

۲. شرکت **Leogane**، شرکت تولید مرغ (مرغداری) باهدف کاهش وابستگی شدید هائیتی به واردات مرغ، صرف درآمد حاصل از آن برای حمایت از یک مدرسه محلی

۳. شرکت **La Gonave**، شرکت تولید مرغ (مرغداری) در مقیاس منطقه‌ای، صرف درآمد حاصل از آن برای حمایت از یک مدرسه محلی

۴. شرکت **La Pain O Quotidien**، تولید نان غنی‌شده، توزیع محصول از طریق شبکه‌ای از زنان میکرو کارآفرین

۵. شرکت **Etre Ayisyen Entrepreneurial Insitute**، مؤسسه کارآفرینی، با فعالیت در آموزش مهارت‌های کارآفرینی برای جوانان هائیتی و تمرکز بر ایجاد

اشتغال در بخش‌های رسمی هائیتی
۶. شرکت **Sesa**، حمایت از کشت درختان **Jatropha** خوراکی برای تولید میوه، سوخت زیستی و کاهش وابستگی به واردات خوراک دام و انرژی
۷. شرکت (**FATEM**) **Poulailler de Nicolas**، شرکت تولید مرغ (مرغداری) در مقیاس منطقه‌ای، صرف درآمد حاصل از آن برای حمایت از یک مدرسه محلی
۴,۴. هند
۵۸۰۰۰۰ دلار سرمایه‌گذاری از طریق کسب‌وکار اجتماعی یونس ۲۴۰۰۰۰۰ دلار از طریق مشارکت خیرین
۱,۴,۴. کسب‌وکارهای اجتماعی ایجادشده
۱. بیمارستان چشم **Sankara**، ارائه خدمات مراقبت از چشم با حمایت مالی از افراد نیازمند
۲. شرکت خرده‌فروشی **Sakhi**، استفاده از زنان روستایی توانمند برای فروش محصولات اجتماعی
۳. شرکت **eKutir Wash**، بهبود بهداشت روستایی از طریق مدل کسب‌وکار میکرو کارآفرینی
۴. شرکت **SPARC**، طراحی و ساخت توالت با مشارکت انجمن‌های تولیدی
۵. شرکت **Milaap**/ **Guardian**، فراهم کردن وام‌های کوچک برای اتصالات آب در جامعه
۶. شرکت **BNGVN** (**Bhagini Nivedita Gramin Vigyan Niketan**)، ایجاد فرصت‌های شغلی از طریق وام‌های کوچک برای بهبود معیشت روستاییان
۲,۴,۴. حضور در هند
۱. حضور در یک نمایش تلویزیونی برای افزایش آگاهی گسترده از مفهوم کسب‌وکار اجتماعی
۲. برگزاری ۳ همایش و میزگرد و میزبانی از استاد یونس
۳. برگزاری کارگاه در سرتاسر جنوب آسیا با بیش از ۲۰۰۰ شرکت‌کننده
۴. حمایت از ۳ مسابقه طرح کسب‌وکار در هرسال که به غربالگری بیش از ۳۰۰۰ طرح منجر شده است

۵. تشریح نمونه‌های کسب‌وکار اجتماعی

۱،۵. Bive Colombia

هدف این کسب‌وکار افزایش دسترسی به مراکز درمانی برای خانواده‌های با درآمد پایین است. در کلمبیا فقرا از خدمات درمانی و دارو محروم‌اند، همچنین زمان انتظار طولانی و مراحل زیاد اداری موانع دسترسی فقرا به مراکز درمانی است. این مشکلات منجر به وقوع بیماری به‌جای پیشگیری و تأخیر در تشخیص، افزایش هزینه، پیچیده شدن درمان، بالا رفتن هزینه‌ها و کاهش کیفیت زندگی می‌شود. **Bive** شبکه‌ای از ارائه‌دهندگان ایجاد کرده است که با تمرکز بر فقرا، تخفیف و عرضه فوری خدمات پزشکی ارائه می‌دهند. عضویت در طرح‌های **Bive** عمومی است و بخش‌های خصوصی تا ۶۸٪ تخفیف ارائه می‌کنند و طی ۷ روز تأمین پزشک را تضمین می‌کند. چشم‌انداز **Bive**، گسترش ارائه خدمات به ۹۵۰۰نفر در سال بعد (در حال حاضر ۲۷۰۰ نفر) و گسترش به یک منطقه جدید از کلمبیا است.

۲،۵. Rozafa, Albania

هدف این کسب‌وکار، اشتغال زنان روستایی و ایجاد درآمد پایدار برای آنان است. زنان روستایی در آلبانی محدودیت‌های بسیار زیادی برای شغل‌های رسمی

دارند. **Rozafa** یک شرکت بازاریابی و توزیع صنایع‌دستی به مشتریان داخلی و بین‌المللی برای زنانی است که انتخاب‌شده‌اند و در کارگاه‌های آموزشی تولید صنایع‌دستی در سراسر کشور آموزش‌دیده‌اند. چشم‌انداز این کسب‌وکار دستیابی به ۸-۵ مشتری جدید در سال ۲۰۱۴، ایجاد خط تولید جدید با همکاری برند فشن اروپایی **Mammu**، ایجاد فروش آنلاین از سال ۲۰۱۴، است.

۳,۵. La Pain O Quotidien Haiti

هدف این کسب‌وکار تولید تغذیه سالم و مقرون‌به‌صرفه است. این کسب‌وکار یک مرکز تولید شیرینی مدرن برای تولید نان با کیفیت بالا و مغذی در سنت مارک و اطراف آن است. این کسب‌وکار در راستای کاهش وابستگی به واردات مواد غذایی در کشور و تولید مواد غذایی محلی است. (کشور هائیتی به‌شدت واردات مواد غذایی دارد). مواد اولیه تشکیل‌دهنده نان به‌صورت محلی و از داخل کشور تأمین می‌شود . برای توزیع محصول این کسب‌وکار توسط زنجیره‌ای از توزیع‌کنندگان کوچک و خانواده‌های آنان محصولات خود را توزیع می‌کند.

۶- چگونگی فرآیند رشد

در دنیای پویای امروزی که قوانین تجارت یک شبه تغییر می‌کند، انعطاف پذیری و تیم کاری بسیار مهم است. از این رو فعالیت کسب‌وکار اجتماعی یونس در شناسایی

کارآفرینانی که چشم انداز روشن، مشخصات قوی و دارای تمایل عمیقاً ریشه داری برای ایجاد یک تأثیر اجتماعی هستند از اهمیت برخوردار است. زمانی که کسب وکار اجتماعی یونس یک کارآفرین را پیدا کرد با مشارکت درگیرانه و پایاپای با تیم کاری و تیم مؤسس از طریق تیم های محلی و کارشناسان، توسعه کسب‌وکار را جلو می‌برد. تأکید کسب‌وکار اجتماعی یونس هم بر ساختار مراکز رشد و هم شتاب دهنده‌ها مبنی بر مربی‌گری، مشاوره، آموزش و خدمات حمایتی برای کارآفرینان و مؤسسان کسب‌وکار اجتماعی می‌باشد. حمایت‌های کسب‌وکار اجتماعی یونس بیش از سرمایه‌گذاری کمک به ارزیابی ریسک و پتانسیل‌های تامین مالی کسب‌وکار اجتماعی مورد نظر می‌باشد. حمایت‌های پس از سرمایه‌گذاری به کسب‌وکار اجتماعی یونس این اجازه را می‌دهد تا از سرمایه با تضمین موفقیت کسب‌وکار مراقبت شود. این حمایت‌های مبتنی بر دانش عمیق از کسب‌وکار اجتماعی به کسب‌وکار اجتماعی یونس اجازه می‌دهد که در حوزه‌هایی وارد شود که معمولا سرمایه گذاران از ورود به آن امتناع می‌کنند. کسب‌وکار اجتماعی یونس به کارآفرینان کمک می‌کنند تا رشد کنند و کامل شوند. این کمک از طریق پیدا کردن شرکاء با استفاده از شبکه جهانی کسب‌وکار اجتماعی یونس، دستیابی به متخصصان رشته های مختلف و بازاریابی محصولات و خدمات می‌باشد. همکاری نزدیک بین کارآفرینان و کسب‌وکار اجتماعی یونس خود یک ظرفیت کارآفرینی ایجاد می‌کند همچنین روابط میان کارآفرینان و اعتماد آنان برای موفقیت کسب‌وکار را تقویت می‌کند.

۶-۱- معیارهای مالی و کارآفرینی

قبل از هرگونه سرمایه‌گذاری هر کسب‌وکار اجتماعی در سه سطح مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۱- پس از آنکه تیم محلی تکمیل شد و یک امکان‌سنجی انجام گرفت، کمیته‌ای هر کسب‌وکار اجتماعی را مورد بررسی قرار می‌دهد و توصیه هایی را برای تجزیه و تحلیل بیشتر ارائه می‌دهد.
۲- در یک فرآیند تکرار شونده کمیته بررسی به عنوان یک جزء مستقل به همراه تیم محلی و مؤسس کسب‌وکار اجتماعی فعالیت می‌کند و توصیه هایی را برای پیش‌بُرد طرح کسب‌وکار اجتماعی ارائه می‌کند.
۳- پس از طی این فرآیند، ایده کسب‌وکار اجتماعی برای سرمایه‌گذاری آماده می‌شود و به کمیته سرمایه‌گذاری معرفی می‌شود. کمیته‌ای که تصمیم نهایی سرمایه‌گذاری را می‌گیرد اعضای مختلفی را هم در تیم بررسی و هم در تیم سرمایه‌گذاری وجود دارند تا از تصمیمات بی طرفانه مطمئن شوند.

۶-۲- کمیته مالی براساس معیارهای زیر تصمیم گیری می‌کند:

۱- تیم و کارآفرین
۲- تأثیرات اجتماعی
۳- ثبات مالی و ریسک
۴- تکرار و مقیاس پذیری
۵- بلوغ

محمدرضا دیانی

رئیس مجمع کارآفرینان ایران:

اگر اشتغال، با نیت خیر انجام شود مصداق کار خیر است

فصلنامه خیر ماندگار در گفتگویی با جناب آقای محمد رضا دیانی رئیس محترم مجمع کارآفرینان ایران و رئیس هیئت مدیره گروه توسعه و سرمایه گذاری انتخاب، به موضوع کارآفرینی و فعالیت‌های خیرخواهانه در کشور پرداخت، در ادامه مشروح این گفتگو را می‌خوانید.

۱. نقش فعالیت‌های خیرخواهانه خیرین و خیریه‌ها را در تولید اشتغال چه می‌دانید؟

در شرایط امروز ایران که بیکاری خود به یک معضل اجتماعی تبدیل شده است و حتی ریشه بسیاری از آسیب‌های اجتماعی است، اشتغال یک امر بسیار مهم و اولویت‌دار است. ازاین‌رو اگر با نیت الهی و انسانی انجام شود قطعاً مصداق فعالیت خیر است. اما هنگامی‌که از ورود خیریه‌ها و خیرین در کارآفرینی صحبت می‌کنیم باید چند تفاوت را مدنظر داشته باشیم. خیریه و خیر در مقامی که قرار گرفته است اهدافی دارد که اهداف آن‌ها هرچه باشد به‌نوعی به حل یا کاهش معضلات و

آسیب‌های جامعه و یا رشد بخش‌هایی از جامعه که مورد بی‌توجهی قرارگرفته‌اند منجر خواهد شد. برای مثال خیر مدرسه‌ساز معضلی را شناسایی کرده است با عنوان عدم وجود مدرسه در بخش‌هایی از کشور، آن‌ها از بین راه‌حل‌های مختلف، ساخت مدرسه را برای محصلین آن مناطق در نظر گرفته‌اند تا به رشد آموزش و حل معضل بی‌سوادی کمک کرده باشند، درحالی‌که شاید می‌توانست برای کودکان یک بخش یک مینی‌بوس به استخدام درآورد تا آن‌ها را به نزدیک‌ترین مدرسه برساند و بازگرداند. ازاین‌رو هدف رشد آموزش و حل مشکل بی‌سوادی مناطق محروم است، و روش مدرسه‌سازی است. هر خیریه دیگری همانند این مثال یک هدف کلان و اصلی دارد که توسط یک روش به حل آن می‌پردازد.

ازاین‌رو خیریه‌ها و خیرین معمولاً هنگامی که وارد حوزه کارآفرینی می‌شوند تلاش دارند افرادی را که دچار آسیب‌های اجتماعی شده‌اند همانند محرومین، معلولین، معتادان بازیابی شده، زندانیان آزاده شد و یا دیگر آسیب دیدگان اجتماعی را تحت آموزش دهند تا این افراد توانمند شده و بتوانند به زندگی عادی در جامعه بازگردند. ازاین‌رو در اکثریت خیریه‌هایی که در تلاش برای ایجاد اشتغال‌اند، مخاطبین آن‌ها همانند هر خیریه دیگری به‌نوعی آسیب دیدگان اجتماعی‌اند نه افراد و مردم عادی که البته شاید بتوان گفت یکی از بهترین و مؤثرترین روش‌های توانمندسازی آسیب دیدگان همین آموزش و اشتغال برای آن‌هاست که از قدیم گفته‌اند به‌جای دادن ماهی، ماهیگیری را یاد دهید اما در کنار این موضوع حتماً باید توجه شود که در بعضی از افراد یا مناطق، آسیب‌های اجتماعی ریشه در بیکاری ندارد و دلایل خاص دیگری دارد، از این رو دقت نظر و مطالعه علمی در حوزه شناسایی ریشه‌های مشکلات و برخورد علمی با ریشه هر مشکل از اهمیت بسیاری برخوردار است.

[درک روشن از هدف نیکوکارانه باید با هر کاری که فرد انجام می‌دهد ادغام شود، از استراتژی‌های سطح بالا گرفته تا عملیات روزانه.]

البته در نگاهی دیگر که بعضی از خیرین و خیریه‌ها در پیش‌گرفته‌اند نظرشان بر این است که وظیفه ما ایجاد شغل و رفع معضل بیکاری است از آن جهت که واقعاً بیکاری گریبان گیر همه جامعه شده است فقط معضل قشر خاص یا منطقه خاصی نیست هدف خود را تولید اشتغال برای همه آحاد قرار داده‌اند، ازاین‌رو در حوزه‌های تولید و فناورانه به ثبت شرکت‌های اقتصادی می‌پردازند اما این شرکت‌ها در نیت و هدف سرمایه‌گذار یک تفاوت عمده با دیگر شرکت‌ها دارند که هدف آن‌ها انباشت

سرمایه و کسب سود توسط سرمایه‌گذاران نیست بلکه سود این کسب‌وکار برای ایجاد اشتغال بیشتر و یا اهداف خیرخواهانه مانند رشد آموزش و بهداشت هزینه می‌شود.

۲. تفاوت کارآفرینی و اشتغالی که یک خیریه ایجاد می‌کند با یک شرکت اقتصادی چیست؟

اصلی‌ترین تفاوت همان‌طور که اشاره شد همان هدف و نیت از ایجاد اشتغال است، آنچه خدا به آن بها می‌دهد و بر اساس آن به فعالیت سرمایه‌گذار ارزش قائل خواهد شد، نیت و هدف شما از فعالیت اقتصادی است، شما تنها به دنبال سود بودید؟ آنچه در دنیای سرمایه‌گذاری به‌عنوان غایت مدیریت شناخته می‌شود و در بعضی از موارد کسب سود به هر روش، اما اگر روشمان هم صحیح باشد باز کسب سود تنها غایت از مدیریت است اما به آنچه توجه نمی‌شود این است که کسب سود یک هدف میانی است. کسب سود برای چه مقصدی؟ خوشگذرانی و کسب قدرت از طریق ثروت؟ یا ایجاد اشتغال

و تبدیل‌شدن به‌واسطه ای برای رساندن رزق و روزی خداوند به بندگان خدا و حل ریشه‌ای آسیب‌های اجتماعی؟، ازاین‌رو اصلی‌ترین موضوع هدف و نیت است. اما بازهم همان‌طور که اشاره شد تفاوت‌های روشی هم بین آن‌ها موجود است، تفاوت‌هایی مانند تفاوت در مخاطب اشتغال، تفاوت در نوع شغل‌های ایجادشده که معمولاً خیریه‌ها به اشتغال‌های خرد و خانگی توجه دارند و دیگر تفاوت‌هایی که شاید خود مجالی برای یک بررسی علمی و پژوهشی باشد.

۳. کارآفرینی اجتماعی از مباحث روز در حل معضلات اجتماعی است. جایگاه آن را در ایران چگونه ارزیابی می‌کنید؟

اگر کارآفرینی اجتماعی را ایجاد کسب‌وکارهایی که باعث حل معضلات اجتماعی می‌شوند تعریف کنیم به‌نوعی در سؤال قبل به این سوال پاسخ داده شد. یعنی ایجاد کسب‌وکار برای اشتغال آسیب دیدگان اجتماعی، ایجاد کسب‌وکار با هدف ایجاد اشتغال نه هدف کسب سود. اما مدل سومی هم وجود دارد که به آن اشاره نشد ایجاد کسب‌وکارهایی است که محصولات آن مشکلات محرومین را کاهش می‌دهد. شاید از این نمونه در ایران کم داشته باشیم اما در جهان نمونه‌های بسیاری از آن وجود دارد برای مثال تولید ماست مغذی ارزان قیمت برای کودکان بنگلادشی برای حل مشکلات سوءتغذیه و بیماری‌های ناشی از کمبود ویتامین و مواد معدنی که به ماست افزوده شده است. در این نوع کسب‌وکار، ماست توسط محرومین خریداری می‌شود و مجانی توزیع نمی‌شود اما سود به دست آمده از فروش به حدی پایین می‌آید که کسب‌وکار بتواند پایدار بماند ازاین‌رو قیمت نهایی ارائه شده به خریداران بسیار کاهش پیدا می‌کند. ایجاد اجاق‌های خورشیدی و یا وسایل دستی مخصوص حمل‌ونقل آب برای مناطقی که از گاز و آب محروم‌اند از نمونه‌های دیگر آن است.

[کسب سود برای چه مقصدی؟ خوش‌گذرانی و کسب قدرت از طریق ثروت؟ یا ایجاد اشتغال و تبدیل‌شدن به‌واسطه ای برای رساندن رزق و روزی خداوند به بندگان خدا و حل ریشه‌ای آسیب‌های اجتماعی؟]

در ایران نیز این رویکرد، جوان و روبه‌پیشرفت است. هرچند بسیاری از خیریه‌ها و خیرین قبل از آنکه این امر به یک تئوری علمی تبدیل شود به این نوع کارآفرینی مشغول بوده‌اند، اما علمی‌شدن این موضوع و گسترش آن در دانشگاه‌ها باعث شده است توجه بیشتری به این امر مهم شود.

۴. مهم‌ترین چالش‌های پیش روی کارآفرین اجتماعی چیست؟ خیریه‌ها در این راستا چه کمکی می‌توانند کنند؟

بعضی از مشکلات کارآفرینان اجتماعی با مشکلات کارآفرینان به‌طور عام تفاوتی ندارد. مشکلاتی چون عدم شناخت کافی از فرایند راه‌اندازی کسب‌وکار و تجاری‌سازی ایده‌های موردنظرشان، عدم موفقیت در جذب سرمایه برای شروع کسب‌وکار و یا عدم موفقیت در کسب سهمی از بازار، مشکلات عام کارآفرینان است. اما شاید بهتر است عدم شناخت کافی از شرایط اجتماعی مناطق یا مخاطبین کسب‌وکار را به آن اضافه کرد.

مهم‌ترین کمک خیریه‌ها همانند مراکز رشد و شتاب‌دهنده کسب‌وکار، می‌تواند شبکه‌سازی کارآفرینان اجتماعی با مخاطبین، خیرین و راهنمایی و یاری آن‌ها در فرآیندهای اداری و سازمانی باشد. از سوی دیگر دانش ضمنی خیریه‌ها در شناسایی ریشه‌های آسیب‌های اجتماعی و معضلات مناطق و مخاطبین مختلف می‌تواند برای کارآفرین راه گشا باشد.

۵. در حال حاضر با توجه به وجود مجمع‌های خیرین مختلف چون مدرسه‌ساز، مسکن‌ساز، مسجد ساز و ... مجمع خیرین کارآفرین در ایران به‌صورت ملی وجود ندارد، آیا تشکیل آن ضرورت دارد؟

به نظر می‌آید اگر بتوانیم قبل از ایجاد این‌گونه مجمع‌ها چند عامل را بررسی و مشخص کنیم. آنگاه تصمیم بهتری در این مورد می‌توان گرفت. در ابتدا نمونه‌های موفق و مدل‌های کاری این نمونه‌های موفق را بررسی کنیم. سپس نقاط قوت و ضعف این نمونه‌های موفق احصا شود و در نهایت کارکردهای این مجمع‌ها موردبررسی قرار گیرد تا بتوانیم به این سؤال پاسخ دهیم که آیا این راه‌حل یعنی ایجاد مجمع خیرین کارآفرین می‌تواند در این حوزه تأثیرگذار باشد یا خیر. با پاسخ دادن به این سؤالات به‌طور متقن‌تری می‌توان در این مورد اظهار نظر کرد. اما کلیت موضوع که ایجاد یک تشکل، مجمع، اتحادیه و یا هر عنوان دیگر در این حوزه می‌تواند راهگشا باشد قطعاً همین‌طور است اگر با برنامه‌ریزی صحیح و تعریف کارکردهای مناسب آن باشد.

۶. در این بخش می‌توان دو نگاه داشت خیرین کارآفرین و یا کارآفرینان خیر. کدام ترجیح دارند؟ چه پیوندی بین این دو برقرار است؟

به نظر می‌آید بحث از این‌که کدام ترجیح دارند صحیح نباشد، در صورتی می‌توان گفت کدام مرجح‌اند که مصادیق فعالیت‌های خیر در یک تلاش علمی احصا و اولویت‌بندی شده باشد. برای مثال اگر مشخص باشد که در حال حاضر برای

مثال در استان تهران ۱۰۰۰ خیریه حوزه نگهداری عقب‌ماندگان ذهنی داریم که مخاطب ندارند اما تنها ۵۰ خیریه برای سرطانی‌ها داریم که ظرفیت آن‌ها نسبت به بیماران بسیار کمتر است، آنگاه با دانستن این اطلاعات می‌توانیم تصمیم‌گیری کنیم که اولویت کار خیر کدام است. اما در حال حاضر در کشور حتی تعداد خیریه‌ها مشخص نیست تا برسد به اینکه پراکنش جغرافیایی و موضوعی و ظرفیت خدمت‌دهی آن‌ها مشخص باشد. ازاین‌رو تصمیم‌ها بیشتر بر اساس تجربیات افراد و تحلیل آن‌ها گرفته می‌شود تا آمار دقیق و صحیح. ازاین‌رو شما زمانی می‌توانید از ارجحیت صحبت کنید که آمار و شاخص‌های صحیح برای اولویت‌بندی داشته باشید.

اما به‌طورکلی می‌توان گفت کارکرد و هدف خیر کارآفرین و کارآفرین خیر باهم متفاوت است کارآفرین خیر برای اعتلای ایران در اشتغال و پیشرفت اقتصادی در تلاش است که در کنار آن به حل معضلات اجتماعی و توجه به محرومین هم اهتمام دارد اما خیر کارآفرین، کارآفرینی را راه‌حل آسیب‌های اجتماعی می‌داند.

۷. آیا مسئولیت اجتماعی شرکت‌های اقتصادی می‌تواند ایجاد اشتغال قرار گیرد؟

مسئولیت اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی یک امر پذیرفته‌شده جهانی است که در ایران باید بیشتر موردتوجه قرار گیرد تا در بین شرکت‌های اقتصادی گسترش بیشتری یابد. البته باید توجه داشت که باز در اینجا نیت جایگاه مهمی دارد. در تئوری‌های علمی مسئولیت اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی راهی است برای کسب سود بیشتر و در تحلیل‌های مدیریتی این را بررسی می‌کنند که شرکت‌هایی که دارای مسئولیت اجتماعی هستند به چه میزان فروششان رشد داشته است و یا به چه میزان وفاداری مشتری به برند آن‌ها بیشتر شده است.

این موارد اگر به‌عنوان نتایج باشد ایرادی ندارد اما اگر هدف و نیت مان شد ازنظر نگاه دینی مورد اشکال است . به عبارتی اگر هدفمان حل آسیب‌های اجتماعی برای رضایت الهی باشد آنگاه نتایجی مثل افزایش فروش هم عاید شرکت شود از نظر اخروی و الهی سود برده‌ایم اما اگر نیت و هدفمان مانند

دنیای سرمایه‌داری تنها کسب سود و افزایش فروش شد از نظر دینی بهره‌ای نمی‌بریم. بااین‌حال نیت و هدف یک امر درونی است که به صاحبان شرکت بازمی‌گردد ازاین‌رو وظیفه ما گسترش و ترویج بیش‌ازپیش مسئولیت اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی است تا بتوان معضلات و آسیب‌های اجتماعی را کاهش داد. در جمع‌بندی باید گفت هر چند مسئولیت اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی امری علمی و پذیرفته شده است که حتی بر مبنای آن استاندارد ایزو ۲۶۰۰۰ که یک استاندارد اختیاری است طراحی شده است. یعنی ایزو استانداردی تهیه کرده است که شما بر اساس آن در حوزه مسئولیت اجتماعی فعالیت کنید اما به شما گواهی نمی‌دهد زیرا ممکن است شرکت‌ها از این گواهی سوءاستفاده کنند. ازاین‌رو مسئولیت اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی یک پتانسیل بزرگ برای سرمایه‌گذاری در حل و کاهش آسیب‌های اجتماعی است که یک بخش آن می‌تواند اشتغال، آموزش و توانمندسازی آسیب دیدگان خصوصاً در مناطق محروم و یا مخاطبین خاص مانند معلولین باشد.

بدون توجه به کارآفرینی اجتماعی ایجاد تغییرات بنیادین در نظام اشتغال کشور غیر ممکن است

مفهوم کارآفرینی تحت‌الشعاع مسائل جامعه قرار گرفته و از حد یک شعار فراتر نرفته و به صحنه‌های کسب‌وکار و سازمان هنوز وارد نشده است ما در کشورهای توسعه یافته شاهد این هستیم که مفهوم کارآفرینی در سطوح اقتصادی به گونه‌ای تعریف می‌شود که جوانان می‌توانند خود را به یک قهرمان تجاری تبدیل کنند اما در کشور ما کارآفرینی بیشتر و البته اشتباهاً به مفهوم ایجاد شغل و تولید ثروت به کار برده می‌شود. البته بحث به همین جا ختم نمی‌شود و امروزه مفاهیم جدیدی همچون کارآفرینی اجتماعی نیز در سطح جامعه مطرح می‌شود و گاها بعضی از بنگاه‌های اقتصادی خود را داعیه‌دار این مبحث می‌دانند.

به همین منظور و برای مشخص شدن مفاهیم کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی و نقش کارآفرینی اجتماعی در توسعه سرمایه‌های اجتماعی با دکتر روح‌الله حمیدی مطلق؛ مدیر گروه نوآوری و کسب‌وکار اجتماعی پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه شریف به گفتگو نشستیم.

دکتر حمیدی مطلق فارغ التحصیل حوزه سیاست‌گذاری و علاقمند به فعالیت در بخش سیاست‌گذاری مرز بین اقتصاد و اجتماع و اهمیت این موضوع را در شکل

گیری و تاسیس گروه نوآوری و کسب‌وکار اجتماعی پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه شریف موثر می‌داند.

۱. به عنوان سوال نخست بفرمایید ایده اولیه شکل گیری گروه نوآوری و کسب‌وکار اجتماعی پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه شریف چیست و چه فعالیت‌های را دنبال می‌کند؟

وقتی بحث از مرز بین اجتماع و اقتصاد می‌شود یعنی هر فعالیت اقتصادی، یک ما به ازای اجتماعی و هر نهاد اجتماعی یک ما به ازای اقتصادی دارد. در گذشته ما فکر می‌کردیم که هر مسیری که اقتصاد در آن پیش برود اجتماع نیز از آن پیروی کرده و بهره‌مند می‌شود؛ پس ما اقتصاد را رها می‌کردیم و به این امید بودیم که میوه‌های اقتصاد را در حوزه اجتماع همچون امنیت، رفاه، عدالت و ... بچینیم.

اما با افزایش تجربه بشر و به ویژه در زمان جنگ جهانی دوم بشر به این نتیجه می‌رسد که لزوما حوزه اقتصاد و اجتماع با یک دیگر رابطه خوبی ندارند، مثلا شما می‌توانید رشد اقتصادی بالا داشته باشید اما از نظر اجتماعی با سطح وسیعی از تبعات اجتماعی مواجه باشید که منجر به ناپایداری اقتصادی شود. بنابراین بین حوزه اجتماع و اقتصاد نیازمند نهادهایی هستیم که نقش آنها تعیین کننده نحوه تأثیر حوزه اقتصاد بر اجتماع است.

بین این نهادها که غالبا وظیفه میانجی‌گری بین این دو حوزه را بر عهده دارند، برخی مفاهیم جدید تولید شده است مثل کارآفرینی اجتماعی، نوآوری اجتماعی، کسب‌وکار اجتماعی، بنگاه اجتماعی، بانک اجتماعی، فایننس اجتماعی.

تعریف و انجام کارهای علمی، توسعه‌ای و اجرایی بر روی این مفاهیم جدید ایده شکل گیری این مرکز بوده است.

اما در خصوص این که در این پژوهشگاه چه فعالیت‌هایی انجام می‌شود، ما در این مرکز یک هدف مشترک را دنبال می‌کنیم و آن این است که سعی می‌کنیم محور توسعه‌ای و اجرایی را به محور آکادمیک و به محور سیاست و سیاست‌گذاری متصل کنیم. ما در این سه حوزه شاهد نوعی انفصال هستیم یعنی نه آدم اجرایی حرف آدم سیاسی را متوجه می‌شود، به نوعی می‌توان گفت نه فعالان یک حوزه حرف‌های حوزه دیگر را متوجه می‌شوند و نه درک متقابلی از یک دیگر دارند و نه با یک دیگر کار می‌کنند.

ما تلاش می‌کنیم در این مرکز انسان‌هایی را پرورش دهیم که بتوانند با هر سه زبان سیاسی، آکادمی و اجرایی ارتباط برقرار کنند و بستری را برای درک بهتر فعالان این سه حوزه از یک دیگر فراهم کند.

۲. در مورد دستاوردهای گروه تاکنون توضیح بفرمایید؟

تولید مسائل اجتماعی مثل یک سیل است و حل مسائل اجتماعی همانند یک آب‌بند در مقابل جوی آب، لذا در این حوزه سرعت ما خیلی خیلی کم است.

اما اگر در یک حوزه خاص صحبت کنیم مثلا حاشیه نشینی می‌بینیم که روز به روز مسئله حاشیه نشینی در سیستان و بلوچستان جدی‌تر می‌شود به طوری که تقریبا ۶۰ درصد مردم کلاً حاشیه نشین هستند. ما هنوز در کشور برای مواجه شدن با مسئله حاشیه‌نشینی موفق نبوده‌ایم اما تک ستاره‌های موفقی داشته‌ایم. کارهای خوبی انجام شده است اما هیچکدام را نتوانسته‌ایم توسعه بدهیم، به یک دیگر متصل کنیم و در جاهای دیگر اجرایی کنیم.

لذا ما در این مجموعه تلاش می‌کنیم تا از طریق ارتباط با این سه گروهی که قبلا خدمت شما عرض کردم، این مدل‌های توسعه‌ای را که می‌توان در حوزه اجتماعی مسئله را حل کنند، را توسعه دهیم و به یک‌دیگر مرتبط کنیم تا بتوانیم پاسخ‌گوی مسائل اجتماعی باشیم.

لذا از دیدگاه ما همین ایجاد گفتمان و گفتمان‌سازی در حوزه حل نوآورانه مسائل اجتماعی خود یک دستآورد مهم است.

۳. گروه همکاری نزدیکی با انجمن حامیان قرض الحسنه و کارآفرینی دارد در این مورد این همکاری و دستاوردهای آن در کارآفرینی اجتماعی توضیح بفرمایید؟

ما در حال حاضر با همکاری انجمن حامیان قرض الحسنه و کارآفرینی و یک مجموعه دیگر به طور همزمان در حال پیاده‌سازی و اجرایی کردن یک مدل کارآفرینی اجتماعی هستیم، مثلا ما در شهر گلبافت که منطقه‌ای در شرقی‌ترین نقطه استان کرمان است و از مدار توسعه عقب مانده است در حال اجرای فعالیت‌های توسعه‌ای هستیم به طوری که شما اگر امروز به این منطقه بروید شاهد ایجاد بیش از دویست شغل خواهید بود، شغلی که به هیچ عنوان به منابع دولتی وابسته نبوده و حتی موجب شده که بعضی از مهاجران منطقه نیز به شهر بازگردند و در این مشاغل مشغول فعالیت شوند.

علاوه بر این در خراسان جنوبی، آذربایجان غربی و خوزستان نیز فعالیت‌های خوبی

آغاز شده است که این موضوع می‌تواند به شبکه‌سازی و گفتمان‌سازی حل مسائل نوآورانه در حوزه مسائل اجتماعی منجر شود.
البته ما نباید از این مسئله غافل شویم که ما در این عرصه نیازمند توسعه نیروی انسانی هستیم ما در حوزه‌های کارآفرینی اجتماعی و نوآوری اجتماعی نیروی انسانی نداریم. برای آموزش نیروی انسانی در حوزه نوآوری اجتماعی و کار آفرینی اجتماعی نمی‌توان از روش‌های معمول آموزشی استفاده کرد، در این حوزه نیازمند یک نوع و تیپ خاصی از آموزش هستیم.

۴. آنچه من از صحبت‌های شما متوجه شدم این است که بین کارآفرینی و کارآفرینی اجتماعی تفاوت‌هایی از نظر ماهیتی و اجرایی وجود دارد؟ این دو چگونه از یک دیگر تمایز پیدا می‌کنند؟

بسته به تعریفی که شما از کار آفرینی می‌کنید می‌تواند نسبت آن را با کار آفرینی اجتماعی معلوم کنید.
در جامعه امروزی ما کارآفرینی را از زاویه ایجاد شغل تعریف می‌کنند یعنی ایجاد شغل برای دیگران که این تعبیر اشتباه است، به هر حال من تعریفی که استفاده می‌کنم توان تغییر است؛ کارآفرین به فردی گفته می‌شود که بتواند از امکانات موجود استفاده کرده و با بهم ریختن قواعد موجود و ایجاد قواعد جدید، فعالیتی را انجام دهد.
بنابراین تعریف تفاوت کارآفرینی و کار آفرینی اجتماعی در حوزه عملکرد آنها تعبیر می‌شود یکی به دنبال تغییر در حوزه اقتصاد و دیگری به دنبال تغییر در حوزه اجتماع.

به طور کلی کارآفرینی یعنی تغییر روش‌های تولید ثروت و کارآفرینی اجتماعی یعنی حل یک موضوع و یا یک معظل اجتماعی با استفاده از تکنیک‌ها و روش های جدید که می‌تواند بحث ایجاد اشتغال، رفع مسئله اجتماعی مثل فقر، اعتیاد و ... باشد، به طور کلی در کارآفرینی اجتماعی لزوما ما به دنبال ایجاد یک بنگاه و کسب سود و ثروت نیستیم بلکه هدف اصلی رفع مسئله اجتماعی است.

به طور مثال فعالیت ما در گلبافت کرمان به دو دلیل ایجاد اشتغال برای افراد خاص و رفع بیکاری در یک منطقه خاص و دوم این که ما به دنبال ایجاد یک روش جدید برای مواجهه با مسئله بیکاری است، یک نوع کارآفرینی اجتماعی است.

۵. با توجه به شرایط ایران از جهات مختلف و شرایط ویژه اشتغال، آیا کارآفرینی اجتماعی می‌تواند راه حلی برای اشتغال باشد؟

بهتر است این سوال این گونه مطرح شود که آیا به غیر از نگاه اجتماعی به کارآفرینی امروز می‌توان مسئله بیکاری را حل کرد؟ یعنی یک خورده سخت گیرانه‌تر من شواهد و استدلالات زیادی دارم که می‌گویم یکی از محورهای حل مسئله اشتغال در ایران کارآفرینی اجتماعی است.

دلیل ما در حوزه اقتصاد جایی که با بنگاه‌های اقتصادی با سود با سهام با بازار طرفیم این حوزه یک ظرفیتی داریم برای حل موضوع اجتماع که این ظرفیت هم مشخص است، در کشور به دلیل نبود زیر ساخت‌ها مناسب در عرصه اقتصاد و همچنین نبود نهادهای توزیع عادلانه و منصفانه شغل در کشور ایجاد شغل و اقتصاد به سمت تهران است. لذا باید انگیزه فرا سوداوری وجود داشته باشد که بتوان در شهرستان‌های دوردست فعالیت‌های اقتصادی انجام داد.

[بدون توجه به نگاه کار آفرین اجتماعی ایجاد تغییرات بنیادین در نظام اشتغال کشور غیر ممکن خواهد بود.]

بحث دوم نقش دولت در اقتصاد که به هیچ وجه قابل کتمان نیست اما حاکمیت در کشور ما دارای نواقص ساختاری است مثل همان نقایص ساختاری که بخش خصوصی و بخش اقتصاد دارد، این نواقص ساختاری موجب شده تا اشتغال و تولید را به سمت تهران و کلان شهرها سوق دهد به خاطر همین حاکمیت هم به تنهایی نمی‌تواند، لذا ما یک ضلع سومی در حوزه اشتغال داریم که آن بخش اجتماعی است،

به همین دلیل باید این سه ضلعی توان و همت خود را

برای اصلاح ساختار تولید اشتغال با صرف هزینه و بدون چشم داشت انجام دهد تا اشتغال و تولید در جای خود (مناطق کمتر توسعه یافته) ایجاد شود. لذا بدون توجه به نگاه کار آفرینی اجتماعی ایجاد تغییرات بنیادین در نظام اشتغال کشور غیر ممکن خواهد بود.

۶. با توجه به وضعیت تولید آیا کارآفرینی اجتماعی در حوزه تولید موفق خواهد بود؟

این سوال بیشتر یک سوال اقتصادی است تا مرتبط با حوزه کارآفرینی اما باید بگویم که ابتدا باید بررسی کنیم چرا در جاهایی که هم مزیت طبیعی وجود دارد هم اقلیم مناسب داریم و هم فرصت مناسب مثلا حوزه فرش چرا نمی‌توانیم موفق عمل کنیم.

مشکل اصلی در حوزه ساختارها و نهادها است، ما ساختارها و نهادهای ساخته ایم که به جای کمک به تولید موجب گران شدن تولید می‌شوند، اتفاقا بنده معتقدم یک کارآفرین اجتماعی است که بدون چشم داشت به منفعت مالی و با توجه به وجود مزیت‌های جغرافیایی، طبیعی، فرهنگی و اقلیم مناسب در یک منطقه کمتر برخوردار مثل اطراف کرمان و سیستان و بلوچستان حضور پیدا می‌کند و تمام تلاش خود را برای اصلاح ساختارها ایجاد نهادهای جدید انجام می‌دهد چرا که انگیزه او فراتر از کسب ثروت است، او دغدغه رفع و حل مشکل مسئله اجتماعی را دارد.

۷. نقش خیریه‌ها در این حوزه را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ آیا خیریه می‌تواند به سمت اشتغالزایی برود؟ اگر بلی کارآفرینی یا کارآفرینی اجتماعی؟

برای پاسخ دادن به این سوال ابتدا باید ببینیم نقش خیریه‌ها چیست؟ یک مفهوم کلی وجود دارد که نقش خیریه‌ها توزیع پول وثروت است، اما از طرفی در غرب و آمریکا می‌بینیم خیریه‌ها در زمینه‌های نوآوری گام بر می‌دارند.

به نظر من یکی از مهمترین ظرف‌هایی که مفهوم کار آفرینی اجتماعی در این ظرف می‌نشیند ساختاری است به نام خیریه بنابراین وقتی می‌گویم کار آفرینی اجتماعی، در خصوص یک مفهوم صحبت می‌کنیم. اما خیریه چیست؟ خیریه یک ظرف است شما می‌توانید آن روح را در این کالبد بدمید بنابراین خیریه

[یک مفهوم کلی وجود دارد که نقش خیریه‌ها توزیع پول وثروت است، اما از طرفی در غرب و آمریکا می‌بینیم خیریه‌ها در زمینه‌های نوآوری گام بر می‌دارند.]

و کارآفرینی اجتماعی دو چیز متمایز از یک دیگر نیست کما این که مفهوم تعاون هم همین گونه است، حتی مفهوم کارآفرینی اجتماعی می‌تواند در کالبدی به نام بانک دمیده شود.

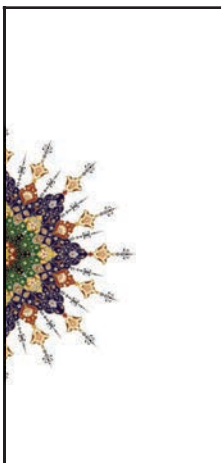
مثلا ممکن است در حوزه سلامت همچنان داشتن یک خیریه بهتر است اما این که بتوانیم روش‌های جمع‌آوری منابع مالیمان را از مردم تغییر دهیم آن می‌شود کارآفرینی اجتماعی.

اعداد بسیاری در حوزه گردش مالی خیریه‌ها اعلام می‌شود، اما به طور کلی می‌گویند معادل ۱۵ تا ۲۰ درصد بودجه بودجه عمومی کشور را خیریه‌ها در حوزه رفاه هزینه می‌کنند.

من فکر می‌کنم با این منابع و این پشتوانه هنوز جا دارد که کارایی و بهره‌وری خیریه‌ها بیشتر شود و شواهدی هم وجود دارد که گواه این موضوع است، غالبا افراد خیّر و خیریه‌ها با رویکرد رفع مسائل اجتماعی وارد این حوزه می‌شوند اما به دلیل آن که هنوز خوب مسئله را نشناخته اند، مسیر اشتباهی را انتخاب می‌کنند که در نتیجه آن نه تنها مسائل اجتماعی حل نمی‌شود بلکه مسائل اجتماعی گسترش پیدا می‌کند مثلا ارائه خدمات به حاشیه نشین‌های شهری خود افزودن بر مسئله حاشیه نشینی است.

لذا در این خصوص ما نیازمند بازسازی نظام خیریه‌ای هستیم.

این که خیریه‌ها می‌توانند به سمت اشتغال بروند بله می‌توانند منتها همان طور که گفتم بحث اصلی این است که چه فعالیتی و در چه کالبدی، اما در خصوص نوع کارآفرینی خیریه‌ها دقیقا باید به سمت کارآفرینی اجتماعی حرکت کنند.



۸. وضعیت کارآفرینی اجتماعی را در ایران چگونه ارزیابی می‌کنید؟ آیا تأثیرگذار بوده است؟ آیا در حال گسترش است؟

به طور کلی کار آفرینی اجتماعی یک چیز نوپاست، خیلی زود است ارزیابی کنیم یا شواهد مطلق ارئه کنیم که تأثیر داشته یا نداشته است.

نحوه تفسیر اجرا و ورود مفاهم جدید به کشورهای مختلف هم با توجه به ساختارهای نهادی و فرهنگ حاکم بر آنها

متفاوت است مثلا شما چیزی که از کارآفرینی اجتماعی در ایران درک می‌کنید با هند و یا دانمارک تفاوت دارد.

ولی اگر مفهوم را کنار بگزاریم و برویم سراغ روح کارآفرینی که در گذشته هم بوده است اما با عنوانی دیگر و در آینده هم خواهد بود و تا بشر وجود دارد این موضوع هم هست، لذا اگر بخواهیم این چنین بررسی کنیم که ما در کشور توانسته‌ایم یک جثه از این مفهوم ایجاد کنیم و یا آدم‌های متخصص به حد کافی در این حوزه تربیت کنیم، جواب منفی است.

بنابراین موضوع کاملاً نوپاست و هنوز نتوانسته‌ایم به صورت جدی از ظرفیت این حوزه در حل مسائل اجتماعی استفاده کنیم. به طور کلی در هر یک از حوزه‌های کارآفرینی اجتماعی مثلا توسعه محلی که موضوع کار خود مرکز هم هست، یا اعتیاد، فقر و ... افرادی که خوب کار کنند به شمار کمتر از انگشتان یک دست در حال فعالیت هستند.

۹. مهم ترین معضلات و مشکلات پیش روی کارآفرینی اجتماعی در ایران چیست؟

ببینید بسته به اینکه این روح در چه کالبدی، در چه حوزه‌ای می‌خواهد دمیده شود معضلات و مشکلات آن هم متفاوت است، پس ما نمی‌توانیم یک نسخه واحد بپیچیم

اما به صورت خیلی خیلی کلی می‌توان مشکلات این حوزه را این گونه تقسیم بندی کرد. ۱. نوپا بودن حوزه و توسعه منابع انسانی و نیروهای انسانی در این حوزه بسیار محدود است، حداقل بیست سال باید در این عرصه فعالیت کنیم تا به یک جثه از نیروهای انسانی خوب در کشور برسیم.

۲. نگاه حاکمیتی به این حوزه است مثلا برای کار کردن با چند کشاورز در یک روستا باید با ده‌ها نهاد و دستگاه حکومتی هماهنگ شوید لذا حاکمیت این موضوع را نمی‌شناسد.

۳. دستگاه‌های امنیتی با این موضوع آشنایی ندارند.

۴. سازمان‌های بین‌المللی شناختی از مفهوم کارآفرینی اجتماعی در کشور ندارند.

دکتر صبری نقاشیان رئیس شرکت تعاونی چندمنظوره نوید نور متعلق به بیماران هموفیلی

من همیشه با سؤال‌هایی مثل اینکه چرا بیمار هموفیلی باید کاری برای انجام دادن نداشته باشد؟ خانه‌نشینی فرد هموفیلی چه میزان در دفعات خونریزی فرد اثر دارد؟ و ... درگیر بودم

"شرکت تعاونی چندمنظوره نوید نور «متعلق به بیماران هموفیلی» از سال ۱۳۷۶ باهدف تحقق معنای واقعی تعاون و همکاری عمومی و استفاده از توانایی‌های بالقوه و گسترده بیماران هموفیلی..."

وقتی سایت مجموعه را بررسی می‌کردیم، این جمله " متعلق به بیماران هموفیلی" نظرمان را به خود جلب کرد، به همین دلیل با دفتر مدیرعامل مجموعه تماس گرفتیم تا با ایشان از نحوه شکل‌گیری و آغاز کار این واحد تولیدی گفتگو کنیم.

هر چند برنامه ما حضور در کارخانه و گپ و گفت با کارکنان و مدیرعامل در کنار یکدیگر بود، اما حضور دکتر صبری نقاشیان، پزشک روانشناسی که خود مبتلا به بیماری هموفیلی خفیف است و حالا نه‌تنها یک خیّر صنعت‌گر بلکه صاحب یک نظریه علمی در زمینه بیماران هموفیلی است را در مجموعه غنیمت شمرده و با

ایشان به گپ و گفت پرداختیم.
دکتر صبری نقاشیان کلامش را با معرفی بیماری هموفیلی آغاز کرد و این‌چنین برایمان گفت که بیماری هموفیلی یک بیماری وراثتی است که به دلیل نبود بخشی از ۱۳ فاکتور انعقاد خون به وجود می‌آید. «بیماری هموفیلی که یکی از سخت‌ترین، مشکل‌زاترین و پرهزینه‌ترین بیماری خاص انسان در جهان است، عارضه‌ای است ارثی و مادام‌العمر که از نقص یا فقدان یکی از ۱۳ عامل انعقادی در خون ناشی می‌شود و فرد مبتلا به‌طور خودبه‌خود یا در اثر کوچک‌ترین ضربه یا صدمه‌ای دچار خونریزی‌های لاینقطع می‌گردد، که در زمان خونریزی (داخلی و خارجی) می‌بایست سریعاً تحت درمان اورژانسی و ویژه و تزریق فرآورده‌های خونی گران‌قیمت وارداتی قرار گیرد.»
وی در ادامه با تشریح دسته‌بندی‌های این بیماری در کشور گفت: «بیماری هموفیلی در کشور ما دسته‌ای از بیماری‌های اختلالات انعقادی است. این بیماری که شامل کمبود یا فقدان در یکی از عوامل سیزده‌گانه انعقاد خون است، به سه دسته شدید، متوسط و خفیف تقسیم می‌گردد؛ در نوع شدید که متأسفانه اکثریت بیماران هموفیلی کشور ما را شامل می‌شود، خونریزی حتی به‌صورت خودبه‌خود نیز صورت می‌پذیرد و این دسته از آسیب‌پذیرترین بیماران می‌باشند. در نوع متوسط در اثر کوچک‌ترین ضربه یا صدمه‌ای دچار خونریزی داخلی یا خارجی لاینقطع می‌گردند و در نوع خفیف در هنگام ضربه شدید، تصادف، جراحی و اعمالی از این قبیل بیمار مبتلا نیاز به تزریق فراورده‌های انعقادی خواهد داشت.»
دکتر نقاشیان که خود جزو دسته سوم یا خفیف این بیماری است تا حدود سن ۲۴ سالگی از مبتلا بودن به این بیماری آگاهی نداشته و تنها به خونریزی‌های طولانی‌مدت بعد از کشیدن دندان حساس بوده است تا این‌که در این سن با انجام آزمایش، متوجه بیماری خود می‌شود و کم‌کم پایش به جامعه بیماران هموفیلی باز می‌شود. «پیش‌ازاین که نتیجه آزمایش مشخص شود اطلاعاتم در خصوص این بیماری بسیار کم و حتی می‌توانم بگویم ناچیز بود اما پس از مشخص شدن جواب آزمایش و آشنایی با جامعه بیماران هموفیلی متوجه مشکلات عدیده و بسیار زیاد این بیماران و جامعه آن‌ها شدم و تلاش کردم با دموکرات کردن انجمن بیماران هموفیلی و پس‌ازآن پویایی و بالا بردن سطح اثرگذاری آن گام‌هایی را برای حل مشکلات آن‌ها بردارم. ماحصل این فعالیت‌ها امروز در مجموعه‌ای به نام "مهتا" (مؤسسه هموفیلی و ترومبوفیلی ایران) که ویژه بیماران هموفیلی و ترومبوفیلی

است، که از جمله خدمات این مرکز می‌توان به راه‌اندازی آزمایشگاه ژنتیک ویژه این بیماران به‌منظور پیشگیری از تولد نوزادان مبتلا به این بیماری است.
دکتر صبری نقاشیان در بخشی از صحبت‌های خود به هزینه‌های سرسام‌آور بیماران هموفیلی اشاره می‌کند و می‌گوید: «شاید غیرقابل‌باور باشد اما من به‌صورت مستند به شما می‌گویم که برای انجام یک عمل جراحی یک بیمار هموفیلی بیش از یک میلیارد تومان دارو مصرف شده است و یا برای قطع خونریزی لگن فرد دیگری بیش از ششصد میلیون تومان دارو مصرف شده است. به‌طور متوسط برای قطع یک خونریزی ساده که غالباً در یک فرد هموفیلی خودبه‌خود رخ می‌دهد بیش از سی میلیون تومان دارو باید مصرف شود. این در حالی است که هزینه یک آزمایش ژنتیک نهایتاً ۳ میلیون تومان است و ما به همین منظور در مجموعه مهتا بیشترین توان خود را بر روی حوزه پیشگیری قرار داده‌ایم.»
وی در ادامه از آسیب‌های فراوان این بیماری به مبتلایان آن برایمان گفت: «براساس برخی آمار منتشر شده، فقط هزینه واردات داروهای انعقادی برای یک بیمار هموفیلی شدید در طول عمر او حدود یک میلیون دلار است اما این همه ماجرا نیست و یک فرد هموفیلی دچار مشکلات و معضلات گسترده دیگری همچون معلولیت‌های گسترده مفصلی، فقر و محرومیت، احتمال ابتلا به عفونت‌های ویروسی صعب‌العلاج (همچون ابتلا بیش از ۷۰۰ بیمار هموفیلی به بیماری‌های هپاتیت و HIV بر اثر ورود فراورده‌های خونی آلوده از فرانسه)، افت تحصیلی دانش‌آموزان به دلیل غیبت‌های مکرر هنگام خونریزی‌های متعدد و ده‌ها مشکل و معضل دیگر نیز می‌شود.»
دلایل عدم موفقیت و یا اثرگذاری مناسب انجمن هموفیلی ایران در بحث حمایت از بیماران هموفیلی یکی از سؤالات ما از دکتر صبری نقاشیان بود که او این‌چنین پاسخ گفت: « غالباً افرادی که رأس هرم انجمن قرار گرفته‌اند یا خود مبتلا به این بیماری هستند و یا از بستگان درجه یک آن‌ها به این بیماری مبتلا است، انسان‌های نیک‌اندیشی که غالباً درگیر اصل بیماری هستند و فرصت کافی برای پیگیری مطالبات ندارند و از طرفی دیگر به دلیل ناشناخته بودن بیماری و محدود بودن مبتلایان به این بیماری که در کل کشور رقمشان به ۱۰ هزار نفر هم نمی‌رسد موجب شده

[به‌طور متوسط برای قطع یک خونریزیِ ساده که غالباً در یک فرد هموفیلی خودبه‌خود رخ می‌دهد بیش از سی میلیون تومان دارو باید مصرف شود.]

تا افراد دارای قدرت اجتماعی و یا سیاسی به این حوزه ورود پیدا نکنند و انجمن همواره از ضعف تشکیلاتی و قدرتی برخوردار باشد».
اما این که چرا دکتر صبری نقاشیان بعد از این‌که متوجه می‌شود به این بیماری مبتلا است، تلاش می‌کند تا باری از مشکلات این جامعه را کم کند نیز خواندنی

است: « آبراهام مازلو به‌عنوان یک روانشناس بزرگ جمله‌ای دارد به این مفهوم که اگر شما آگاهانه طرحی درافکنده‌اید که از آنچه در توان شماست کمتر باشد به شما هشدار می‌دهم که زندگی ناشادمانی خواهید داشت یعنی هر کسی ببیند چه توانی دارد و چگونه می‌تواند مؤثر واقع شود. برای همین من هم تصمیم گرفتم به جای این‌که در یک اداره استخدام بشوم و حقوق‌بگیر باشم تلاش کنم تا نقش و اثری مناسب در جامعه داشته باشم.»
شاید باورش برای من هم سخت باشد اما دکتر نقاشیان در سال ۱۳۷۶ و تنها با ۳ میلیون تومان سرمایه اولیه بنیان شرکت تعاونی نوید نور را می‌گذارد. « در سال ۱۳۷۶ و پس از بررسی راه‌کارهای مختلف تصمیم گرفتیم با اندک سرمایه‌ای که

داشتم کاری بنیادی برای جامعه هموفیلی انجام دهم لذا تمام این سرمایه را به سهام ۵ هزارتومانی تبدیل و بین جامعه هموفیلی استان‌های اصفهان، چهارمحال و بختیاری و لرستان تقسیم کردیم. تقریباً هیچ‌یک از افرادی که در آن مقطع زمانی مورد مشورت قرار گرفتند با این کار، یعنی تقسیم سهام بین بیماران هموفیلی موافق نبودند و من را از این کار نهی می‌کردند.»

دکتر صبری نقاشیان علاوه بر این‌که در اندیشه کاری بنیادین برای جامعه هموفیلی بود به این فکر می‌کرد که اگر یک فرد هموفیلی دارای کار مناسب باشد که موجب ایجاد آرامش فکری برای وی شود، چه میزان در کاهش خون‌ریزی‌های فرد اثرگذار خواهد بود، لذا لازم بود تا یک کار تولیدی با ضریب اشتغال بالا را راه‌اندازی کند.

«من همیشه با سؤال‌هایی مثل اینکه چرا بیمار هموفیلی باید کاری برای انجام دادن نداشته باشد، خانه‌نشینی فرد هموفیلی چه میزان در دفعات خونریزی فرد اثر دارد و ... درگیر بودم و بر اساس مطالعاتی که انجام داده به این فرضیه رسیده بودم که قطعاً یک بیمار هموفیلی حداقل بین ۱۰ تا پانزده سال می‌تواند در یک شغل مناسب اشتغال داشته باشد و همین اشتغال وی موجب کاهش دفعات خونریزی فرد شود، چرا که فرد از لحاظ روانی احساس خودباوری و امنیت می‌کند و به این باور می‌رسد که در زندگی سربار کسی نیست، در نگاه کلی به نظر من آنچه موجب تشدید خونریزی‌های فرد هموفیلی می‌شود نبود امنیت و استرس است، استرس از نبود دارو، استرس هزینه‌های درمانی، استرس خانه‌نشینی و ...»

وقتی از دکتر صبری نقاشیان در خصوص اثبات نظریه‌ای که بر اساس آن وارد این حوزه شد سؤال پرسیدم ده‌ها نمونه معرفی کرد که هر یک قبل از اشتغال چه میزان خونریزی داشته و بعد از اشتغال وضعیتشان چگونه است.

« مثلاً فردی بود با لیسانس کشاورزی که در ماه ۲۵ روز به دلیل خونریزی در بیمارستان بستری بود و ۵ روز بیرون از بیمارستان، ما این فرد را در کارخانه مشغول کردیم الآن با آن که با عصا سرکار حاضر می‌شود اما به‌ندرت خونریزی دارد و ده‌ها نمونه مشابه دیگر»

صبری نقاشیان معتقد است خونریزی بیماران هموفیلی طی ۱۰ تا ۱۵ سال و نهایتاً تا ۲۰ سال مدت‌زمان اشتغال، کاهش خواهد داشت و بعد از آن سیر دفعات خونریزی فرد

[خونریزی بیماران هموفیلی طی ۱۰ تا ۱۵ سال و نهایتاً تا ۲۰ سال مدت‌زمان اشتغال، کاهش خواهد داشت.]

مجدد صعودی خواهد بود لذا ما باید شرایطی فراهم کنیم که فرد پس‌ازآن از حقوق بازنشستگی برخوردار شود و به‌نوعی تدوام امنیت روانی را برای فرد تضمین کنیم.

شرکت تعاونی چندمنظوره نوید نور

هر چند در این سال‌ها با فراز و فرودهای بسیاری مواجه بوده است و در یک دوره زمانی توانسته است زمینه اشتغال ۱۵۰ نفر را فراهم کند اما امروز با مشکلات عدیده‌ای مواجه است، مشکلاتی که اگر دکتر صبری نقاشیان بار دیگر با سال ۷۶ بازگردد حتماً مسیری غیر از مسیر تولید را برای کمک به بیماران هموفیلی انتخاب می‌کند.

«شرکت نوید نور در حال حاضر در دو بخش تعمیر و نگه‌داری کنتورهای گاز و تولید وازلین فعالیت می‌کند. هرچند شرکت تعاونی نوید نور در این سال‌ها همواره به‌عنوان یک شرکت تعاونی برتر شناخته شده است اما به‌جرئت می‌توانم بگویم نه شرکت گاز برای ما امتیاز ویژه‌ای محسوب می‌کند و نه پالایشگاه نفت اصفهان در بحث تأمین مواد اولیه، لذا ما به مسئولان اعلام می‌کنیم حاضریم تمامی لوح‌ها و نشان‌های خود را به شما تقدیم کنیم و در عوض شما یک وام با بهره ۴ درصد به ما بدهید.»

دکتر صبری نقاشیان حالا با بیش از ۲۰ سال فعالیت مستمر در عرصه صنعت، خدمات اجتماعی، و کارآفرینی یکی از چهره‌های دلسوزی است که تنها از روی دغدغه‌های شخصی پای در این عرصه گذاشته است و بیش از هر زمان دیگر نیازمند حمایت مسئولان، نهادها و خیرین است.

گزارشی از نشست علمی کارآفرینی اجتماعی جشنواره شیخ بهایی

گزارش از: مینا جلوانی

اصفهان هرساله اردیبهشت‌ماه میزبان جشنواره شیخ بهایی و مهمانان آن است. این جشنواره امسال در مجموعه سیتی سنتر اصفهان و در چندین نشست علمی برگزار شد. ازآنجاکه محوریت جشنواره، کارآفرینی است و زمانی که به این واژه می‌پردازیم، لازم است به کارآفرینی اجتماعی نیز اشاره شود، نشستی با موضوع کارآفرینی اجتماعی در تاریخ ۸ اردیبهشت‌ماه برگزار شد.

مهمانان این نشست علمی دکتر علیرضا نبی، مدیرعامل کارخانه‌های زیتون آرشیا، محمدرضا رقایی، مدیر انجمن حامیان قرض‌الحسنه و کارآفرینی اجتماعی استان اصفهان، محمدحسین حسین زاده مدیرعامل بانک قرض‌الحسنه رسالت، اکبر هاشمی مدیرمسئول و سردبیر هفته‌نامه شنبه، محمد قائم پناه، طراح سامانه اینترنتی کشمون، هما مولوی، عضو هیئت مؤسس خیریه کسا و روح‌الله حمیدی مطلق به‌عنوان مدیر نشست حضور داشتند.

جلسه با سخنرانی نبی آغاز شد، نبی که در کنار مدیریت گروه خانه‌های زیتون، به‌عنوان عضو مشاوران ارشد مجمع تشخیص مصلحت نظام در عرصه کسب‌وکار و کارآفرینی نیز مشغول به فعالیت است، به مسائل و معضلات اجتماعی حاصل فقر اشاره کرد و با مثال‌ها و تجارب خود اشک را بر گونه حضار نشاند، وی همچنین از طرح استخدام و حمایت از افراد آسیب‌دیده، زندانیان آزادشده جرائم عمد و غیر عمد، زنان سرپرست خانوار

Minajelvani@yahoo.com

و معتادین بهبودیافته در کارخانه‌های زیتون گفت و افزود: "در حال حاضر هجده هزار تقاضای شغل به من رسیده است درحالی‌که تنها هزار فرصت شغلی در سه شرکت ما موجود است." وی همچنین کارآفرینی اجتماعی را معادل از خود گذشتن دانست.

پس از صحبت‌های تأمل‌برانگیز نبی، حمیدی مطلق که خود مدیر گروه نوآوری و کسب‌وکار اجتماعی پژوهشکده سیاست‌گذاری علم و فناوری دانشگاه صنعتی شریف است و به‌عنوان عضو هیئت‌مدیره انجمن حامیان فرهنگ قرض‌الحسنه و کارآفرینی نیز فعالیت دارد، افزود: "متأسفانه ما افراد دانشگاهی برای آغاز و اداره فعالیت‌های اجتماعی خود، گاها از تجارب فعالین داخلی چشم‌پوشی کرده و به سراغ مدل‌های موفق سایر کشورها می‌رویم." همچنین وی افزود، فعالیت در حوزه‌های دانشگاهی و اجرایی امکان‌پذیر نیست، زیرا در مقاله علمی فرد ملزم به مطالعه و تحقیق است و در مقام اجرایی لازم است زمان زیادی را برای فعالیت‌های اجتماعی خود صرف کند. در ادامه وی از مدیرعامل بانک قرض‌الحسنه رسالت دعوت کرد تا سخنرانی خود را انجام دهند.

حسین زاده به لزوم اقدام همگانی اشاره کرد و به‌عنوان نمونه‌ای از فعالیت‌های مجموعه خود کلیپی از شهر گلبافت در نزدیکی کرمان پخش کرد، که در فاصله سال‌های ۵۵ تا ۹۰، ۳۲ درصد از جمعیت آن به سایر شهرها مهاجرت کرده و

شهر با خانه‌های خالی بسیار مواجه شده بود. ازاین‌رو به همت استانداری منطقه و حمایت‌های مالی و غیرمالی بانک رسالت برخی از مشاغل گذشته دوباره در شهر احیا شد و به دنبال آن سایر مشاغل مرسوم ازجمله نانوایی و بقالی نیز رونق گذشته خود را بازیافت و درصدی از مهاجرین به شهر خود بازگشتند. در ادامه حسین زاده به روند شکل‌گیری بانک رسالت پرداخت و گفت، ابتدا شرکت کوچکی با چهار شریک بودیم، سپس به قرض‌الحسنه تبدیل شده و نهایتاً در سال ۹۱ توانستیم مجوز اولین بانک خصوصی کشور را دریافت کنیم. همچنین در همان سال با کمک‌های فکری قشر دانشگاهی و جناب حمیدی توانستیم انجمن حامیان قرض‌الحسنه و کارآفرینی اجتماعی را تأسیس کنیم. پس از مدتی با کمک دانشگاهیان الگویی با نام «الگوی توسعه کارآفرینی اجتماعی رسالت» شکل گرفت که در آن با شعار «هرخانه یک کارخانه» توجه خاصی به کسب‌وکارهای خرد و خانگی معطوف شده بود. در ادامه وی به آسیب‌های اجتماعی حاشیه‌نشینی اشاره کرد و بر لزوم ایجاد شغل در شهرهای کوچک به‌منظور کاهش حاشیه‌نشینی‌ها تأکید داشت، از دیدگاه وی خوشبختانه این اقدام سرمایه بسیاری لازم ندارد و با سرمایه‌های اندک قرض‌الحسنه نیز می‌توان به حل این معضل پرداخت.

به گفته مدیرعامل بانک قرض‌الحسنه رسالت، ساختار دولتی نمی‌تواند به کسب‌وکارهای خرد کمک کند و همچنین امکان فعالیت در زمینه‌های کارآفرینی اجتماعی را نیز ندارد. در نتیجه لازم است یک نهاد اجتماعی با الگویی بومی دست به اقدام زند. ازاین‌رو نظام راهبری و تسهیل گری کسب‌وکارهای خرد و خانگی در شهرهای کوچک و روستاها، مبتنی بر تأمین مالی قرض‌الحسنه به همراه مدیریت زنجیره ارزش آن لازم است. همچنین ضروری است کانون‌هایی به‌منظور فرهنگ‌سازی ایجاد شده و اصطلاحات باز تعریف گردند، ازاین‌رو به شخص با آورده مالی به مجموعه خیّر نگفته و آن را حامی می‌نامند، منشی را رهنما، مدیر را راهبر، کارگشایی را همیاری اجتماعی نامیده و با این تغییرات اندک سعی در ایجاد گفتمانی نو دارند. برای مدیریت زنجیره ارزش نیز خانه‌های توسعه را تشکیل داده‌اند، که توسط فعالین اجتماعی اداره خواهند شد. بانک رسالت تصمیم داشته مدلی امتحان شده و پیاده‌سازی شده را به سایر نهادها عرضه کند. ازاین‌رو سازمان‌ها و نهادهایی که می‌خواهند با استفاده از این الگو به کارآفرینی اجتماعی بپردازند، لازم است دو اصل خودگردان و اقتصادی بودن را رعایت کنند، به این معنی که وابسته به سازمانی نباشند و بتوانند هزینه‌های خود را پوشش دهند.

بعد از حسین زاده نوبت به مدیر جوان انجمن حامیان قرض‌الحسنه و کارآفرینی اجتماعی استان رسید، رقایی به تجربه بسیار جناب آقای نبی در حوزه فعالیت‌های اجتماعی اشاره کرد و درخواست کرد وقت خود را در اختیار ایشان قرار دهد. پس از نظرپرسی از حاضرین، نبی مجدداً به ایراد سخن پرداخت. عضو مشاوران ارشد مجمع تشخیص مصلحت نظام گفت، افراد می‌توانند مازاد ثروت خود را خرج تجملات و افزایش دارایی‌های خود کنند و یا آن را با دیگران به اشتراک گذاشته و کارآفرین اجتماعی باشند. وی به شرح و بیان سبک زندگی حضرت علی (علیه السلام) پرداخت و دعا کرد توفیق این سبک زندگی برای همه حضار فراهم شود. نبی همچنین به کودکی خود و شرایط سخت آن دوران اشاره کرد و گفت زمانی خود نیز در سر چهارراه‌ها روزنامه‌فروشی می‌کرده و ازاین‌رو است که اکنون می‌تواند احساسات این کودکان و خانواده‌هایشان را به‌خوبی درک کند و برای دردشان راه‌حل بیابد.

هاشمی مهمان دیگر نشست از سابقه کاری خود آغاز کرد و گفت ۲۳ سال است که فعالیت روزنامه‌نگاری می‌کند، او در مسیر شغلی خود پس از تجارب بسیار در حوزه‌های تئاتر، داستان‌نویسی، سینما، عکاسی و روزنامه‌نگاری تصمیم گرفته بود کسب‌وکار شخصی خود را داشته باشد که با فضای متشنج مطبوعات در حوزه استارتاپ‌ها مواجه شد. پس از آن تصمیم گرفت خود برای بهبود نگرش جامعه نسبت به استارتاپ‌ها اقدامی کند، ازاین‌رو هفته‌نامه شنبه را تأسیس کرد. به گفته وی آنچه که سعی کرده‌اند در شنبه به جوانان بگویند این است که استارتاپ یکی از راه‌های سریع پولدار شدن نیست، بلکه برای آن لازم است زحمت‌های بسیار

کشیده شود. وی معتقد است کسب‌وکارها برای موفقیت باید ارزش پیشنهادی خود، برای مشتری را خلق کنند، نه هر کاری که ترجیح می‌دهند را انجام دهند. در سرشماری سال ۹۲، هفتاد درصد از مردم ایران از اینترنت استفاده نمی‌کردند و از آن ۳۰ درصد مصرف‌کننده، هفتاد درصدشان هفته و یا ماهی یک‌بار به استفاده از آن می‌پرداختند. درحالی‌که در سال ۹۴ این آمار صد در صد رشد داشته و در کنار آمارهای دولتی، اطلاعات ارائه‌شده توسط استارتاپ‌ها نشان می‌دهد که توانسته‌اند کمتر از یک درصد بازار سنتی را در دست‌گیرند، همچنین نزدیک به شش میلیون نفر از مردم ایران در اینترنت زیست می‌کنند. زیست کردن به معنای استفاده از اینترنت برای کسب‌وکار و فعالیت‌های روزانه همچون سفارش غذا، حمل‌ونقل و خریدهای روزانه است. وی از این اطلاعات نتیجه می‌گیرد که ایران بازار مناسبی برای شکل‌گیری کسب‌وکارهای اینترنتی و استارتاپ ها است و آینده روشنی برای فعالان این حوزه متصور بود.

سردبیر هفته‌نامه شنبه علت حضور خود در همایش را ایده «در جستجوی زاکربرگ ایرانی» دانست و افزود: "در هفته‌نامه تصمیم گرفتیم شماره‌های برگشتی خود را به شهرها و روستاهای دورافتاده بفرستیم تا اگر جوان یا نوجوانی در هر گوشه از کشور وجود دارد که ممکن است پتانسیل راه‌اندازی کسب‌وکار را داشته باشد اما امکان دسترسی به اطلاعات برای او فراهم نباشد، بتواند از محتوای هفته‌نامه استفاده کند." وی به‌عنوان خروجی این طرح، جوان چوپانی را معرفی کرد که به گفته خودش تنها یک لپ‌تاپ داشته و پس از مطالعه و ارتباط با مسئولین شنبه و هماهنگی آنان، توانسته از آموزش غیرحضوری مربیان و مشاوران موفق کشور بهره‌مند شده و امید است این جوان‌ها منجر به شکوفایی اقتصادی کشور شوند.

در بخش بعد قائم پناه به‌عنوان جوان موفق در حوزه کسب‌وکار زعفران به ایراد سخن پرداخت. وی که معتقد بود مسیر شغلی‌اش می‌تواند الهام‌بخش جوانان باشد، داستان خود را چنین گفت که متولد ۵۸ و دارای یک فرزند است و سال ۷۹ به ارائه خدمات اینترنتی در قائم خراسان مشغول شد، پس‌ازآن به صادرات زعفران به شیوه سنتی روی آورد و با مواجهه با تحریم‌های اقتصادی کشور، دست از این کار

کشید و رستوران گیاهی راه انداخت، پس‌ازآن نیز مدرسه طبیعت را بنا نهاد و با برداشته شدن تحریم‌ها به سراغ رویای سابق خود، صادرات زعفران برگشت. اما این بار شیوه‌ای جدید برای آن در نظر داشت. او در تحقیقات خود متوجه شد زعفران نسبت به سایر محصولات کشاورزی آب کمتری مصرف می‌کند و آورده بیشتری برای کشاورز خواهد داشت، همچنین ازآنجاکه در خانواده‌ای کشاورز به دنیا آمده بود، به‌خوبی با زیروبم تولید و فروش این محصول آشنایی داشت. وی اقدام به راه‌اندازی سایت فروش آنلاین زعفران پرداخت. در سایت کشمون، برای هر کشاورز یک پروفایل طراحی شده و مشتریان خارجی و داخلی می‌توانند به‌طور مستقیم خرید خود را انجام داده و زعفران بی‌کیفیت را از باکیفیت تشخیص دهند. وی توانست در رقابت «محصولات ایرانی با بازار جهانی» در لیست ده کسب‌وکار برتر قرار گیرد، همچنین در رقابت دیگری بین استارتاپ های ایرانی در اسپانیا، توانست در لیست پنج گروه اول رویداد باشد. وی تا کنون توانسته نظر شتاب‌دهنده‌ها و سرمایه‌گذارهای خارجی بسیاری را جلب کند.

در ادامه جلسه عضو هیئت مؤسس خیریه کسا، از مسیر شکل‌گیری کسا گفت، به گفته وی ابتدا تعدادی دانشجو دست به بازدید از بیمارستان کودکان سرطانی زدند و قصد سرگرم کردن آنان و خانواده‌هایشان را داشتند که کم‌کم درگیر مسیر کمک به این خانواده‌ها شدند. آن‌ها ابتدا برای تأمین مالی به سراغ آشنایان خود می‌رفتند، اما با افزایش تقاضا، نیازمند منبع مالی قدرتمندتری بودند، پس به مؤسسه محک رجوع کردند. متأسفانه در آن زمان محک امکان ارائه خدمت به سایر شهرها را نداشت، در نتیجه طبق مذاکره‌هایی تصمیم بر آن شد که رابط‌هایی مدارک بچه‌ها را به محک ارائه کرده و در صورت تأیید مؤسسه، پرداخت مالی صورت گیرد. کم‌کم تعدادی از این دانشجویان برای ساخت آینده تحصیلی خود قصد مهاجرت کردند و ازآن‌رو این مسئولیت به خانواده یکی از آنان واگذار شد. بانوانی که این مسئولیت را پذیرفته بودند، ابتدا در بیمارستان امید مستقر شده و به تأمین مالی از طریق سایر خیریه‌ها پرداختند؛ سپس در سال ۹۳ خیریه کسا را به ثبت رانده و در سال ۹۵ اولین تفاهم‌نامه را با محک امضا کردند، تفاهم‌نامه‌ای که طبق آن همکاری دو مؤسسه تا جایی ادامه خواهد داشت که خیریه کوچک‌تر پس از آموزش دیدن و کسب تجربه لازم بتواند از خیریه بزرگ‌تر مستقل گردد.

گروه کارخانجات زیتون آرشیا

مدیر عامل: دکتر علیرضا نبی سال شروع فعالیت ۱۳۸۳

- کارآفرینی برای ۴۰۰ نفر از افراد دارای سوء پیشینه
- ایجاد ۴۰۰۰ شغل به صورت مستقیم و غیرمستقیم
- کارآفرینی با هدف هویت‌بخشی به مجرمان و کاهش جرم از طریق کاردرمانی
- دریافت تندیس کارآفرین برتر از سال ۹۰ تا ۹۲
- شیرین سازی زیتون با آب شور دریا برای جلوگیری از مصرف آب شرب

فیروز

گروه بهداشتی فیروز

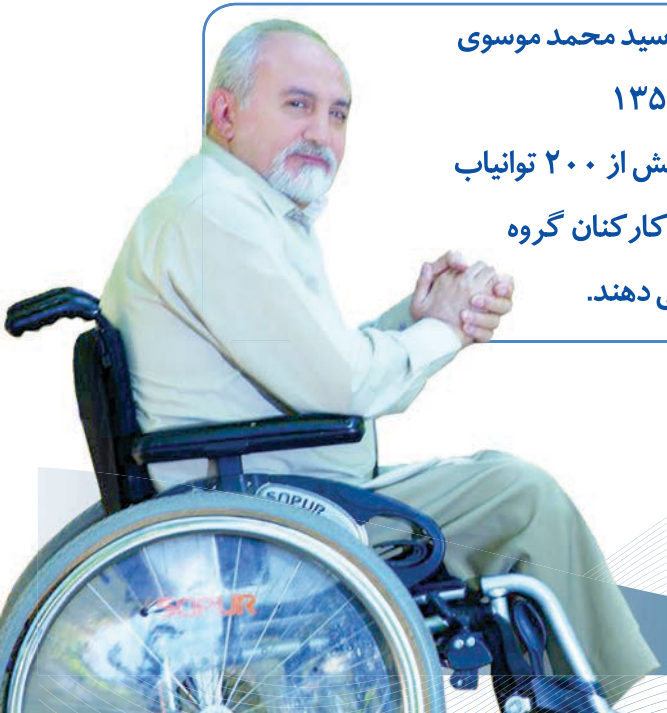
انسان از پی محدودیت سازنده شد و هر چه محدودیت در تن بیش‌تر باشد،

انسان باید سازنده‌تر و تواناتر باشد...

مدیر عامل: مهندس سید محمد موسوی

سال شروع فعالیت ۱۳۵۳

- **کارآفرینی برای بیش از ۲۰۰ توانیاب**
- **بیش از ۹۲درصد کارکنان گروه را توانیابان تشکیل می دهند.**



مؤسسه نیکوکاری رعد الغدیر

هدف بانیان ، خدمتگزاران و حامیان این مؤسسه و توان‌یابان، ضمن مقابله با تفکر ناتوانی؛ تن‌پروری و صدقه‌گیری؛ ترویج و تحقق اندیشه توانائی و تلاش موثر به منظور تأمین معاش عزتمند می باشد.

مؤسسه نیکوکاری رعد الغدیر

سال تأسیس: ۱۳۸۰

هدف: حمایت از اشتغال و خوداشتغالی توانیابان (جسمی و حرکتی)

- ارائه خدمت به بیش از ۲۰۰۰ معلول جسمی و حرکتی شهر تهران
- ایجاد اشتغال پایدار برای بیش از ۶۶۶ توانیاب

مؤسسه خیریه امام علی (علیه السلام) شهر ری

موسسه خیریه امام علی (ع)
شماره ثبت: ۹۹۷۱

چهار محور توانمندسازی

- فرهنگ سازی
- اشتغال
- سلامت
- مسکن

مؤسسه خیریه امام علی علیه السلام شهر ری

سال تأسیس: ۱۳۷۳

هدف: جلوگیری از مهاجرت روستاییان به کلان شهرها و ریشه کن نمودن فقر و محرومیت در مناطق کم برخوردار

- توانمندسازی زنان سرپرست خانوار و حمایت از آنان جهت دستیابی به حقوق آموزشی، اقتصادی، اجتماعی و روانی
- انتخاب به عنوان موسسه نمونه در جشنواره حلقه ارجان و دریافت لوح تقدیر از رییس جمهور
- ابداع واجرای مدل جامع احیاء و توانمندسازی روستاهای کمتر توسعه یافته خراسان جنوبی
- اخذ عنوان موسسه خیریه نمونه در حوزه توسعه روستایی از رییس جمهور

شرکت تعاونی چندمنظوره عام نوید نور متعلق به بیماران هموفیلی

مدیر عامل: دکتر صبری نقاشیان عراقی

سال تأسیس: ۱۳۷۶

- هدف: تحقق معنای واقعی تعاون و همکاری عمومی و استفاده از توانایی های بالقوه و گسترده بیماران هموفیلی
- ۶۰۰ سهامدار هموفیلی که پولی بابت سهام خود پرداخت نکرده اند.
- به کار گیری ۱۶۰ نفر با اولویت بیماران هموفیلی یا خانواده های درجه یک آنها
- صادر کننده نمونه استان اصفهان در سالهای مختلف
- الگوی نمونه کارآفرینی اجتماعی در جشنواره شیخ بهایی

فعالیت شغلی مناسب، موجب ارتقاء سطح سلامتی جسمی و روانی و حتی کاهش چشمگیر (حدود ۴۰درصد) خونریزی بیماران هموفیلی و به دنبال آن کاهش مصرف فرآورده‌های انعقادی وارداتی گرانقیمت می‌گردد.

کسب و کار اجتماعی دستادست

توانمندسازی و حفظ هنرهای بومی

مؤسسه غیرانتفاعی و غیردولتی دستادست

مؤسس: مهندس فائزه درخشانی

- فعالیت در پانزده استان کشور
- اشتغالزایی برای هنرمندان از طریق ایجاد بازار برای محصولات آنها
- طراحی محصولات جدید و کاربردی
- حمایت از پروژه های معیشت جایگزین
- فراهم کردن بازار فروش بزرگتر و حذف واسطه‌ها

- اولین کسب و کار اجتماعی ایرانی با استفاده از فناوری‌های نو و اینترنت در مسیر توان‌افزایی و توانمندسازی تولیدکنندگان محصولات دست‌ساز با اولویت گروه‌های به حاشیه رانده شده

- دستادست در نظر دارد سود حاصل شده را در راستای آموزش به هنرمندان برای ارائه محصولات به‌روز و مورد پسند بازار و تشکیل صندوق اعتبارات خرد برای اعطای وام به هنرمندان برای خرید وسایل و مواد اولیه کار خود، به کار گیرد.

... معرفی کتاب ...

کتاب: کسب‌وکار اجتماعی
شیوه جدیدی از کسب‌وکار که منجر به تامین نیازهای حیاتی بشر در دنیای سرمایه داری خواهد شد.
نویسنده: محمد یونس
مترجمین:
حسین عنبرستانی، سید وحید رضوی
نشر: رسا

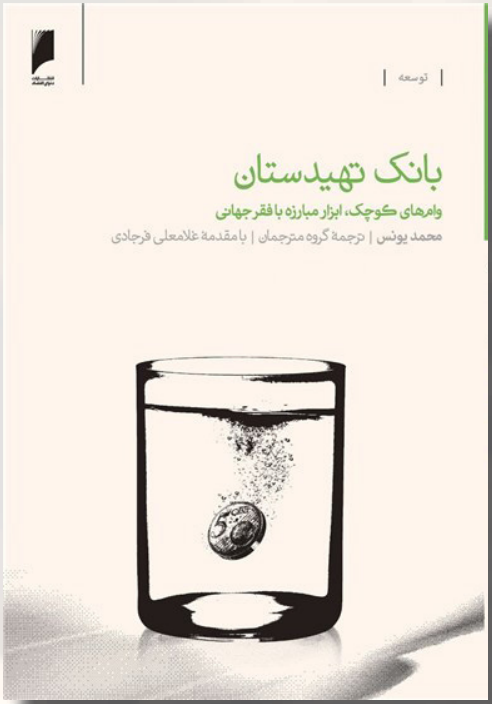
پیدایش شکل های جدید سازمانی از جمله مسائل مهمی است که در حوزه «جامعه شناسی سازمان» مورد بررسی و مطالعه قرار می‌گیرد و به عقیده اکثر محققان، یکی از پیچیده‌ترین موضوعات در این حوزه می‌باشد. پیدایش کسب‌وکارهای اجتماعی در دنیا، هم از این بعد که فرم جدیدی از کسب‌وکار محسوب می شوند و هم از این جهت که بالقوه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

دکتر یونس بعد از تجربه ایجاد بانک گرامین، تلاش کرد تا با ایجاد نوع جدیدی از کسب‌وکار، تحت عنوان کسب‌وکار اجتماعی، به ارائه خدمات و نیازهای حیاتی مردم در حوزه های مختلفی از بهداشت و درمان تا فناوری ارتباطات و اطلاعات بپردازد. این کتاب دربردارنده تجارب و نظریات آقای دکتر محمد یونس در همین خصوص

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

از این کتاب:
وقتی زندگی یک نفر تباه شود، همه مردم دنیا متضرر خواهند شد. چه بسا فردی که زندگی او تباه شده، می‌توانست پزشکی شود که زندگی نوه من را نجات میداد، یا دانشمندی که برای جلوگیری از گرمتر شدن کره زمین دستگاهی اختراع می‌کرد. چرا چنین فرصتی می بایست تباه شود؟ «کسب‌وکار اجتماعی» فرصتی فراهم می‌کند که ما از تباه شدن زندگی این افراد جلوگیری کرده و زمینه ای برای شکوفایی استعدادهایشان فراهم کنیم.
پس از خواندن این کتاب، ممکن است از راه های متعددی که در این کتاب در مورد چگونگی استفاده از قدرت «کسب‌وکار اجتماعی» در ارائه خدمات بهداشتی و درمانی به مردم معرفی شده است، هیجان زده شده باشید. اما اگر شما در حوزه ای مشغول به فعالیت هستید که ارتباط واضح و مشخصی با مسائل و مشکلات جامعه بشری ندارد، آیا بازهم می‌توانید از استعدادها و توانایی هایتان برای برطرف نمودن معضلاتی که دنیا با آن مواجه است استفاده کنید؟ در بسیاری از موارد پاسخ به این سوال مثبت است. من به شدت معتقدم که با استفاده از خلاقیت و ابتکار، می‌توان هر نوعی از علاقه و اشتیاق افراد را به ابزاری برای تبدیل دنیا به مکان بهتری برای زندگی تبدیل نمود.

... معرفی کتاب ...



کتاب: بانک تهیدستان
وام های کوچک، ابزار مبارزه با فقر جهانی
نویسنده: محمد یونس
مترجمان:
علی بابایی، سهیل پورصادقی حقیقت، علیرضا خیری، زهرا عنایتی
نشر: انتشارات دنیای اقتصاد

محمد یونس با تاسیس یک بنیاد خیریه غیر دولتی به نام گرامین بانک توانسته است جهش بزرگی در فقرزدایی در بنگلادش ایجاد کند (گرامین در زبان بنگلادشی به معنای کشاورز است) فعالیت گرامین بانک بر خلاف باور رایج در سیستم های بانکداری موجود، بر مبنای اعطای وام و نیز دیگر خدمات بانکی به فقرا قرار دارد.
به این ترتیب گرامین بانک که اولین بانک تخصصی ویژه فقرا محسوب می‌شود تا به امروز توانسته است بیش از پنج میلیون فقیر بنگلادشی را تحت پوشش بگیرد که بالغ بر ۹۰ درصد از آنان را زنان سرپرست خانوار تشکیل می‌دهند. مکانیزم حمایتی مورد استفاده گرامین بانک برپایه پرداخت وام های خرد برای راه اندازی کسب‌وکارهای کوچک و خودکفایی مالی تدریجی قرار داشته است. موفقیت چشمگیر گرامین بانک در بنگلادش موجب شده است که این بنیاد خیریه هم

اکنون شعبه هایی در بیش از ۵۰ کشور دنیا بر پا کنند.
محمد یونس در سال ۲۰۰۳، کتابی با عنوان «داستان اولین بانک ویژه فقرا» منتشر کرد. بخش عمده این کتاب به بیان خاطرات وی درباره چگونگی متحول شدن زندگی اش برای کمک به فقرا، چگونگی پایه گذاری و رشد گرامین بانک و نیز مکانیزم های مورد استفاده در «گرامین بانک» می‌پردازد. این کتاب به سرعت در رده پرفروش ترین کتاب های اقتصاد و مدیریت جای گرفت به نحوی که بر اساس رتبه بندی سایت آمازون پنجمین کتاب پرفروش دنیا در حوزه «توسعه اقتصادی» محسوب می‌شود.
مطالب اصلی این کتاب عبارت اند از:
۱- بررسی چالش های دکتر یونس و همکارانش در تاسیس گرامین بانک
۲- مکانیسم هایی که باعث موفقیت اعتبار خرد - **micro-credit**- به عنوان هسته اصلی بانکداری در گرامین شده است
۳- راهنمایی ها و تجربیات ارزشمندی که یونس، به هرکس که خواهان پیوست به وی در حذف فقر و فرستادن آن به موزه هاست، ارائه می‌دهد.
به این ترتیب مطالعه کتاب مذکور می‌تواند نکات کاربردی زیادی برای افزایش بهره‌وری فعالیت‌های خیریه به دست دهد.
همچنین خوانندگانی که علاقه مند به کسب اطلاعات بیشتر در مورد محمد یونس و نیز بانک گرامین هستند می‌توانند به دو وبسایت زیر مراجعه کنند:
سایت اختصاصی محمد یونس به آدرس:

www.muhammadyunus.org

سایت بنیاد خیریه گرامین بانک به آدرس:

www.grameen-info.org

گزارش
اولین همـــــــایش ملی
خیر ماندگار

«اولین همایش ملی خیرماندگار»
با تمرکز موضوعی مطالعه و ارزیابی امور خیر در ایران
به همت بنیاد خیریه راهبری آلاء
و مشارکت سازمان‌های علمی، اجرایی و خیریه در تاریخ ۱و۲ اسفندماه ۱۳۹۵ برگزار شد

روز نخست، برگزاری کارگاه‌های آموزشی

با برنامه‌ریزی دبیرخانه این همایش روز نخست به برگزاری ۸ کارگاه ویژه فعالان حوزه خیر ازجمله خیرین، کارشناسان خیریه‌ها و کارشناسان جذب مشارکت دانشگاه‌های علوم پزشکی اختصاص پیدا کرد.

عناوین کارگاه‌های برگزار شده در روز اول همایش به شرح ذیل است.

۱. کارگاه آشنایی با کارآفرینی اجتماعی

مدرس: دکتر روح ا... حمیدی مطلق به همراه جمعی از پژوهشگران مدیر گروه نوآوری و کسب‌وکار اجتماعی پژوهشگاه سیاست‌گذاری علم و فناوری و صنعت دانشگاه شریف

۲. کارگاه تیم سازی با سبک تیپ‌شناسی شخصیتی اینیاگرام

مدرس: دکتر دلبر نیروشک

دکترای روانشناسی از آمریکا، مدیرعامل مؤسسه نیروی تدبیر ایرانیان

۳. کارگاه مقدمات برنامه‌ریزی راهبردی در سازمان‌های مردم‌نهاد

مدرس: دکتر پدرام موسوی شندی

فارغ‌التحصیل پزشکی از دانشگاه تهران

۴. کارگاه مقدمات گزارش‌نویسی در سازمان‌های مردم‌نهاد

مدرس: دکتر پدرام موسوی شندی

فارغ‌التحصیل پزشکی از دانشگاه تهران

۵. کارگاه جذب مشارکت برای مؤسسات خیریه از طریق فضای مجازی

مدرس: محی‌الدین سنیسل

مدیرعامل سایت جذب مشارکت دونیت

۶. کارگاه مدیریت منابع انسانی سازمان‌های مردم‌نهاد ایرانی

مدرس: ایثار خدادادی

مدیرعامل شرکت بهین مشاوران آتیه ساز مدیریت

۷. کارگاه ارتباط مؤثر با رویکردی تیپ‌شناسی شخصیتی اینیاگرام

مدرس: دکتر دلبر نیروشک

دکترای روانشناسی از آمریکا، مدیرعامل مؤسسه نیروی تدبیر ایرانیان

۸. کارگاه آشنایی با وقف

مدرس: نادر ریاحی

معاون سابق سازمان اوقاف و امور خیریه

هر یک از کارگاه‌های فوق در یک بازه زمانی ۴ ساعته برگزار گردید، حدود ۳۰۰ نفر از این کارگاه‌ها بهره بردند و در پایان به همه شرکت‌کنندگان در کارگاه‌ها گواهی حضور ارائه شد. بنیاد خیریه راهبری آلاء در تلاش است با برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته در سال جاری نیز با تداوم کارگاه‌های آموزشی فوق‌الذکر برای متقاضیان، دامنه جغرافیایی برگزاری این دوره‌ها را به دیگر استان‌های کشور نیز گسترش دهد.

روز دوم، برگزاری همایش علمی خیرماندگار

سالن همایش‌های دانشگاه علوم پزشکی تهران در روز دوم اسفندماه میزبان برنامه اصلی همایش بود که در سه بخش افتتاحیه و سخنرانی علمی، نشست‌های علمی و میزگرد تخصصی چالش‌ها و آسیب‌های حوزه امر خیر در کشور برگزار شد.

افتتاحیه

دکتر محمدصالح طیب‌نیا، رییس همایش و مدیرعامل بنیاد خیریه راهبری آلاء در آیین افتتاحیه این همایش اظهار داشت: ضرورت برگزاری همایش خیر ماندگار از دو جهت قابل بررسی است که از جمله آن می‌توان به‌ضرورت مشارکت کار خیر در کشور اشاره کرد. وی بر ضرورت دانش‌بنیان بودن کار خیر تأکید کرد و افزود: در کارهای خیر باید از فعالیت‌های علمی و پژوهشی استفاده کنیم. طیب‌نیا با اشاره به شکل‌گیری حوزه خیر ماندگار بنیاد خیریه آلاء از سال ۹۳ اظهار داشت: بنیاد خیریه آلاء رسالت اصلی خود را فعالیت در حوزه امر خیر بر اساس پژوهش قرار داده است، بنابراین به دنبال آن است که از ظرفیت‌های علمی، دانشگاهی و حوزوی استفاده نماید. مدیرعامل بنیاد خیریه آلا تصریح کرد: جامعه علمی و دانشگاهی کشور در حال ورود به حوزه امور خیر است به‌طوری‌که با همکاری دانشگاه اصفهان مرکز مطالعات خیر ماندگار راه‌اندازی شده است. وی با اشاره به امضای تفاهم‌نامه با مراکز علمی و اجرایی مختلف اظهار داشت: طبق هماهنگی‌های که انجام داده‌ایم قرار است رشته‌ای در حوزه مطالعات امر خیر در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری با همکاری دانشگاه اصفهان راه‌اندازی شود.

دکتر نعمت‌الله موسی پور، دبیر علمی همایش نیز دومین سخنرانی بود که پشت تریبون قرار گرفت، وی با اشاره به این موضوع که خیر و نیکوکاری نه یک سفارش که یک ویژگی در فرهنگ ایرانیان است و می‌توانیم آن را به‌عنوان اصلی‌ترین باور فرهنگی مردم ایران معرفی کنیم، اظهار داشت: بررسی تاریخی این امر را تأیید می‌کند، مخصوصاً با ورود اسلام به ایران و آمیختن امر خیر و نیکوکاری با اندیشه‌های اسلامی این موضوع قوت بیشتری گرفته و به لحاظ اینکه تقوا لازمه دریافت هدایت از قرآن مطرح شده و یکی از لوازم تقوا، انفاق قلمداد شده است، ایرانیان همواره به این موضوع پرداخته‌اند. وی در ادامه این موضوع را طرح نمود که عده‌ای به ما خورده می‌گیرند که برگزاری همایش یعنی کاری که عمل خیر را برای عاملان آن سخت‌تر می‌کند، پژوهش یعنی کاری که عمل خیر را به

تأخیر می‌اندازد و بنابراین هیچ ضرورتی به چنین کاری نیست خصوصاً وقتی عملی چنین اثرگذار مطرح است، آن را باید اقامه کرد نه آنکه با مقدمات نابه جا فرصت اصلی برای عمل به آن را گرفت. وی ادامه داد: با چنین دیدگاهی پرسشی مطرح می‌شود که آیا واقعاً همایش کمکی می‌کند؟ آیا واقعاً همایش می‌تواند در عرصه خیر، خیری بر جای بگذارد؟ ما بر این باور بوده‌ایم و بر این باور هستیم که بلی، چیزی در این همایش‌ها و نشست‌ها وجود دارد که می‌تواند به عمل مردان و زنان عرصه خیر کمک کند تا این عمل درست خود را به‌درستی اقامه کنند. دبیر علمی همایش در ادامه با طرح سؤالات ده‌گانه در حوزه خیر به تشریح ضرورت پرداختن به این حوزه به‌عنوان یک حوزه علمی دارای ظرفیت‌های پژوهشی و بنیادین اساسی پرداخت. وی در ادامه به طرح سؤالات ده‌گانه در این حوزه پرداخت و اظهار داشت: ما در این همایش به دنبال جواب سؤالات ده‌گانه ذیل هستیم. ۱. هستی خیر ۲. چیستی خیر ۳. چگونگی و مدیریت خیر ۴. آثار عمل خیر ۵. رویکردهای حاکم بر خیر ۶. عمل خیر ۷. آموزش خیر ۸. بهره‌گیری پژوهش در اقدامات خیر ۹. منابع و اقتصاد خیر و ۱۰. عرصه‌های موضوعات خیر

دکتر رضا داوری اردکانی، رئیس فرهنگستان علوم و فیلسوف برجسته کشور نیز دیگر سخنران این همایش بود، ایشان با بیان این که کارهایی که در خلقت انجام می‌گیرد یا بر اساس تکوین صورت می‌گیرد و یا بر اساس اختیار و اراده اظهار داشت: آدمی تنها موجودی نیست که با مبدأ خیر ارتباط دارد اما ارتباطی که آدمی با مبدأ خیر دارد هیچ موجود دیگری ندارد، مثلاً فرشتگان به دلیل ماهیتی که دارند محو در کار نیک هستند اما ما انسان‌ها می‌پذیریم و تسلیم می‌شویم و کار نیک انجام می‌دهیم، لذا آدمی از روی اراده می‌خواهد که کار خیر و نیک انجام دهد و فرشتگان از روی تکوینی که به آن‌ها شده است. وی در بخش دیگری از سخنان خود با تأکید بر ضرورت پرداختن به حوزه علم افزود: کتابخانه عزیز و لازم است اما منظور از علم، علمی است که به‌صورت کاربردی در دل‌وجان ما نشسته تا آن را به کار ببندیم، حتی علم تکنولوژیک هم باید در دل‌وجان قرار بگیرد، نه این‌که به دنبال علم آموختنی باشیم. داوری اردکانی در ادامه با بیان این‌که تا حدود دو قرن پیش در

جهان و یک قرن گذشته در ایران جامعه سیر طبیعی خود را داشت و هر نهادی همچون مدرسه، بازار و حوزه هر یک نقش خود را به‌درستی ایفا می‌کردند اما ما در این برهه زمانی شاهد یک نظم نوین و یک گفتمان و فکر و اندیشه جدید هستیم، که لازم است خودمان را با این نظم جدید تنظیم کنیم. وی تصریح کرد: ازجمله ضرورت‌های تنظیم بشر با نظم نوین حوزه امر خیر است در این حوزه نیاز است انسان مطالعه کند، تحقیق کند و دانش خود را افزایش دهد که اگر یک فعالیت را چگونه انجام دهد نیک خواهد بود و خیر بیشتری دارد.

در بخش بعدی پیام تصویری آیت‌الله جوادی آملی به همایش خیر ماندگار به سمع و نظر حضار رسید. ایشان در پیام خود با بیان اینکه دو نوع علم در جامعه وجود دارد، اظهار داشت: علم صائب و درست که عقل نظری آن را اختیار می‌کند و دیگری عمل صالح و سودمند که عقل عملی او را انتخاب می‌کند. وی با بیان اینکه، خدا شان اندیشور انسان را با علم هدایت کرد، ادامه داد: آن بخش گرایش به عمل صالح و ثابت را ذات اقدس الله، رهبری کرد و آنچه که برای جامعه می‌ماند و مشکل جامعه را حل می‌کند، خیر ماندگار است. در جامعه مسائل و مشکلات در جامعه همواره با شرایط زمانی و مکانی متفاوت است گاهی فقر علمی جامعه را توان‌فرسا کرده است که در آنجا بهترین خیر ماندگار گسترش فرهنگ و علم است و گاهی نیز مشکل تولید و اشتغال توان فرساست و در مملکت عده‌ای را به‌زحمت می‌اندازد. گسترش عمل صالح با تولید و فقرزدایی محقق می‌شود. آیت‌الله جوادی آملی با اشاره به حدیثی از امام علی (ع) گفت: امام علی (ع) در بیان نورانی خود فرموده‌اند کمک کردن به فقیر یک کار عاقلانه و عالمانه نیست، یک اقدام عاطفی است بلکه فقر را از بین بردن کار عالمانه و عاقلانه است. وی با بیان اینکه فقر علمی و فرهنگی بسیار چیز بدی است، ادامه داد: خیر ماندگار گسترش فرهنگ و علم صائب را بر عهده دارد و در زمانی که جامعه با تهدیداتی مواجه است خیر ماندگار می‌تواند به تولید و اشتغال در جامعه کمک کند.

دکتر مجتبی رحماندوست، مدیرعامل مجمع خیّرین کشور نیز در این همایش ضمن تقدیر از حرکت علمی در جهت رشد و توسعه کار خیر در کشور گفت: در طول سال‌های نمایندگی مجلس شورای اسلامی همواره به فکر اقدامات عملی برای انجام کار خیر و کمک‌رسانی به مردم بودم و بعد آن هم در مجمع خیّرین کشور

سعی کردیم این مسیر را با نگاهی برنامه محورتر و دقیق‌تر دنبال کنیم. دکتر رحماندوست، دوازده محور را به‌عنوان محورهای کلیدی تصحیح و ترویج کار خیر در این همایش مطرح کرد که به بعضی اشاره می‌شود: نخستین قدم باید ارزش‌بخشی به کار خیر نرم‌افزاری در کنار کار خیر فیزیکی باشد. همان‌گونه که ما با ساخت مسجد، مدرسه، تهیه جهیزیه و امثال این به کمک محرومان می‌رویم، می‌توانیم با ایجاد فضای نشاط برای سالمندان، هم‌صحبتی با کودکان سرطانی و مانند این‌ها دامنه کار خیر را گسترش دهیم. دومین راه بسط فرهنگ خیّری این است که همان‌گونه که ما به مددجویان و محرومان در کار خیر توجه می‌کنیم باید به خیررسانان نیز توجه ویژه داشته باشیم. اصلاح قوانین علی‌الخصوص قوانین مالیاتی، تسهیل در صدور مجوزها و حل مشکلات اداری و حقوقی برحق خیّرین می‌تواند زمینه ایجاد نشاط در خیّرین برای فعالیت بیشتر را ایجاد می‌کند. در حقیقت با این کار خیّرین فراخوانی خواهند شد تا به تکثیر خود بپردازند. سومین گام دسته‌بندی همه اقشار جامعه است تا هیچ قشری بدون خیّر نماند. انواع اصناف کشور می‌توانند دارای تشکل‌های خیّری باشند. پزشکان، مهندسان، کسبه صنف خاص و امثال این در کنار تشکل‌های خیّری خانوادگی می‌تواند تمام جامعه را از نعمت خیررسانی و خیر دیدن سیراب کند. اصناف و محلات با محوریت مسجد هر محل می‌توانند این پوشش سراسری را شکل دهند.

محمدرضا دیانی، مدیرعامل انجمن کارآفرینان ایران در اولین همایش ملی خیرماندگار بیان داشت: ما در امور خیر با یک رویکرد اشتباه مواجه هستیم و آن این است که سلیقه‌ها و نگاه‌های فردی گاها جایگزین اولویت‌ها شده و معمولاً کارهای مفید و ارزشمند روی زمین می‌مانند و کارهایی که کمتر ارزش دارد در اولویت قرار می‌گیرند. وی با اشاره به بیان پیامبر اکرم (صلی‌الله و علیه و آله) که می‌فرمایند: «مدارا کردن با مردم صدقه است» افزود: یعنی ما حتی می‌توانیم موضوع صدقه و کار خیر را به آداب اجتماعی هم توسعه دهیم، امروزه ما نگاهمان به امور خیر خیلی محدود شده است درحالی‌که امور خیر می‌تواند خیلی موسع باشد. دیانی تصریح کرد: یکی از رسالت‌های مراکز علمی و مجامع علمی این است که مطالعه کنند و زمینه‌های گسترش امور خیر را پیدا کنند تا یک همت والا در موضوع توسعه امر خیر اتفاق بیافتد.

دکتر سیدمحمدهادی ایازی، معاون اجتماعی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی گفت: همایش‌های علمی، چاپ مقاله و کار علمی می‌تواند کار خیر را در جامعه نهادینه کند. وی با اشاره به مشارکت مردم ایران در پیش از ورود اسلام به ایران و پس از آن اظهار داشت: مردم ایران همواره در امر خیر مشارکت داشته‌اند و موقوفات یکی از آثار امر خیر است که در سطح کشور مشاهده می‌شود. ایازی خاطرنشان کرد: در تولید دانش، موضوعات پژوهشی کار خیر و ایجاد زمینه برای مشارکت مردم در امر خیر نتوانسته‌ایم نقش جدی ایفا کنیم و در حد مورد انتظار اقدامی انجام نشده است اما این به مفهوم آن نیست که در این حوزه کاری انجام نداده‌ایم. وی با اشاره به‌ضرورت ایجاد زمینه‌های مشارکت مردم در عرصه‌های مختلف خیر اظهار داشت: نظم فرهنگی، اقدامات پژوهشی و مطالعاتی درباره خیر و ارائه کارهای علمی می‌تواند در توسعه و گسترش امور خیرخواهانه و افزایش مشارکت مردم در این بخش‌ها مؤثر باشد.

دکتر مهدی نوید ادهم، دبیر کل شورای عالی وزارت آموزش‌وپرورش نیز دیگر سخنران این همایش بود که با بیان اینکه در کنار توجه به بخش سخت‌افزاری امور خیر نیاز داریم تا به مسائل نرم‌افزاری نیز بپردازیم، اظهار داشت: همچنان که در بخش سخت‌افزاری مجمع خیران مدرسه‌ساز در حال فعالیت هستند و جمع خیران را ساماندهی می‌کنند پیشنهاد می‌کنیم بنیاد خیریه آلا نیز در بخش نرم‌افزاری این حوزه ورود کند. وی با بیان اینکه بخش نرم‌افزاری خیران مدرسه‌ساز به متولی مردمی نیاز دارد، خاطرنشان کرد: بنیاد خیریه آلاء می‌تواند شرایطی فراهم کند تا بخش نرم‌افزاری خیرین مدرسه‌ساز دارای متولی مردمی‌شود. نوید ادهم تأکید کرد: باید این رویکرد در نگاه جامعه ایجاد شود که نیازمندی یک‌سویه نیست بلکه خیّران نیز به کار مؤسسات خیریه نیاز دارند. وی با بیان اینکه کار خیر به معنای فراهم آوردن میدان رقابت بزرگ برای به تصویر کشیدن بزرگواری است، تصریح کرد: کار خیر به معنای ایجاد زمینه‌ای برای نیک‌اندیشی خیّران است و باید بزرگواری و بزرگی را با استفاده از کارهای خیر و نیکوکارانه به نسل جوان یاد دهیم.

نشست‌های علمی

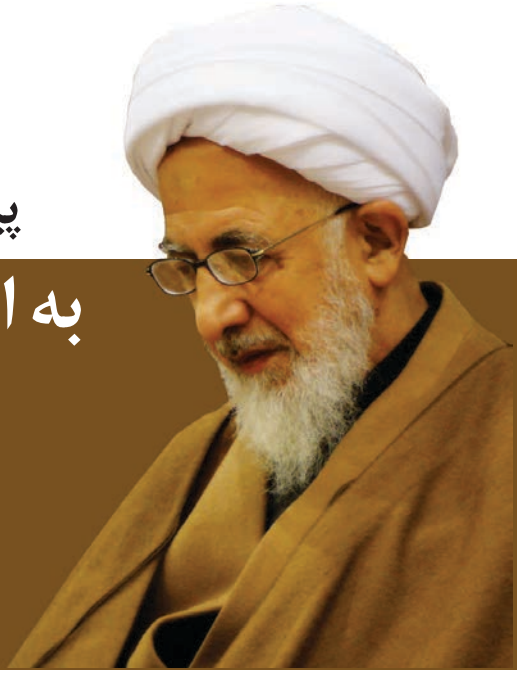
در بخش دوم شش نشست علمی همایش ملی خیر ماندگار در شش محور مدیریت و امور خیر، جامعه و امور خیر، فرهنگ و امور خیر، فقه و حقوق و امور خیر، اقتصاد و امور خیر، آموزش و امور خیر این همایش برگزار شد.

در مجموع تعداد ۱۳۷ مقاله به دبیرخانه اولین همایش ملی خیر ماندگار ارسال گردید که تعداد ۸۹ مقاله در محورهای مختلف پذیرش گردید.

در محور جامعه و امور خیر از مجموع ۳۸ مقاله دریافتی ۲۷ مقاله پذیرش و ۴ مقاله به‌صورت شفاهی ارائه شد، در محور آموزش و امور خیر از مجموع ۲۳ مقاله دریافتی ۱۴ مقاله پذیرش و ۷ مقاله به‌صورت شفاهی ارائه شد، در محور اقتصاد و امر خیر از مجموع ۲۰ مقاله دریافتی ۱۳ مقاله پذیرش و ۶ مقاله به‌صورت شفاهی ارائه شد، در محور فرهنگ و امور خیر از مجموع ۱۷ مقاله دریافتی ۱۰ مقاله پذیرش و ۵ مقاله به‌صورت شفاهی ارائه شد، در محور فقه و حقوق و امور خیر از مجموع ۱۳ مقاله دریافتی ۱۰ مقاله پذیرش و ۴ مقاله به‌صورت شفاهی ارائه شد و نهایتاً در نشست علمی مدیریت و امور خیر از مجموع ۱۸ مقاله دریافتی ۱۵ مقاله پذیرش و ۴ مقاله به‌صورت شفاهی ارائه گردید.

میزگرد فرصت‌ها و چالش‌های امر خیر و نیکوکاری

برگزاری میزگرد تخصصی فرصت‌ها و چالش‌های امر خیر و نیکوکاری در ایران با حضور دکتر حافظی؛ ریاست انجمن خیرین مدرسه‌ساز، احمد قویدل؛ مدیرعامل کانون هموفیلی ایران، دکتر مجتبی امیری؛ عضو هئیت علمی دانشگاه تهران، دکتر مهدی طغیانی؛ عضو هئیت علمی دانشگاه اصفهان، حجت‌الاسلام و المسلمین امام و دکتر محمدصالح طیب‌نیا؛ عضو هیئت علمی دانشگاه اصفهان یکی دیگر از بخش‌های اولین همایش علمی خیر ماندگار بود. همچنین در پایان این همایش، از برگزیدگان تقدیر گردید.



پیام آیت الله جوادی آملی

به اولین همایش ملی خیرماندگار

اَعُوذُ بِاللَّهِ مِنَ الشَّیْطَانِ الرَّجِیمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمنِ الرَّحِیمِ

«الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعالَمِینَ وَ صَلَّی اللَّهُ عَلَی جَمِیعِ الْأَنْبِیَاءِ وَ الْمُرْسَلِینَ وَ الْأَئِمَّةِ الْهُدَاةِ الْمَهْدِیِّینَ سِیَّمَا خَاتَمُ الْأَنْبِیَاءِ وَ خَاتَمُ الْأَوْصِیَاءِ عَلَیْهِما آلَافُ التَّحِیَّةِ وَ الثَّنَاءِ بِهِمْ نَتَوَلَّی وَ مِنْ أَعْدَائِهِم نَتَبَرَّأُ إِلَی اللَّهِ».

مقدم شما نخبگان و فرهیختگان و خیّران و بزرگواران خیراندیش را گرامی می‌داریم، از همه بزرگوارانی که در امور خیریه سعی بلیغ داشتند، حق‌شناسی میکنیم و از برگزارکنندگان این همایش وزینِ خیرماندگار سپاسگزاریم.

مستحضر هستید، چیزی خیر است که وحی او را اختیار کند، عقل او را اختیار کند، دین او را اختیار کند و بپذیرد. چیزی که مورد اختیار وحی و عقل و دین نیست، خیر نیست. مصادیق فراوانی برای خیر هست، خیر به ذات خدای سبحان است که او «خَیْرَ الذَّاکِرِین» است،[۱] «خَیْرُ الْفاصِلِین»،[۲] «خَیْرُ الْحَاکِمِین»[۳] است و مانند آن.

آنچه که بالذات حق است، خیر بالذات است و آن خداست و آنچه صبغه الهی دارد که (صِبْغَةَ اللَّه)،[۴] از او یاد شده است، آن خیر است. در جامعه‌ای که علم صائب و عمل صالح گسترش پیدا می‌کند، در آن جامعه خیر ماندگار، حضور و ظهور خوبی خواهد داشت.

ما دو کار را باید محور اصلی خود قرار دهیم: یکی علم صائب و درست که عقل نظری او را اختیار می‌کند و انتخاب می‌کند، یکی عمل صالح و سودمند که عقل عملی او را انتخاب می‌کند، آن شأن اندیشورز جان انسان را خدا با علم هدایت کرد، فرمود: (وَ يُعَلِّمُهُمُ الْكِتابَ وَ الْحِكْمَةَ)، آن بخش گرایش به عمل صالح و ثابت را ذات أقدس الهی رهبری کرد، فرمود: (وَ يُزَكِّيهِم)،[۵] آنچه که برای جامعه می‌ماند و مشکل جامعه را حل می‌کند، آن خیر ماندگار است. این در زمانها و زمینها یکسان نیست، گاهی فقر علمی جامعه را توانفرسا کرده است، در آنجا بهترین خیر ماندگار گسترش فرهنگ و علم است، گاهی مشکل علمی در مملکت نیست، مشکل عملی، تولید، اشتغال، توانفرساست و در مملکت عده‌ای را به زحمت می اندازد، خیر ماندگار در آن مرحله تاریخ گسترش عمل صالح، با تولید و فقرزدایی است.

یک بیان نورانی از امیرمؤمنان(سَلامُ الله عَلَيْه) رسیده است، به ما فرمود به فقیر کمک کردن، یک کار عاقلانه و عالمانه نیست، یک کار عاطفی است، فقر را از بین بردن، کار عاقلانه و عالمانه است: «وَ لَا مَالَ أَعْوَدُ مِنَ الْعَقْلِ وَ لَا فَقْرَ أَشَدُّ مِنَ الْجَهْلِ ... وَ لَا وَحْشَةَ أَوْحَشُ مِنَ الْعُجْبِ»،[۶] فقر علمی و فرهنگی بسیار چیز بدی است، خیر ماندگار گسترش فرهنگی و علم صائب را به عهده دارد، تهیدستی جامعه، چیز بسیار خطرناکی است، خیر ماندگار تولید و اشتغال را به همراه دارد. خود امیرمؤمنان(سَلامُ الله عَلَيْه) فرمود؛ کمک به فقیر یک امر عاطفی است، خیلی عقلی نیست، فقرزدایی عقلی است و محبوب من به خیر ماندگار است، فرمود: «لو مثل لی الفقر لقتلته»،[۷] من اگر فقر را ببینم گردن فقر را میزنم؛ یعنی جامعه نباید نیازمند باشد.

مستحضرید جامعه‌ای که جیب او خالی است، کیف او خالی است، ما در فارسی میگوییم؛ گدا، این واژه گدا بار علمی ندارد؛ امّا قرآن کریم از چنین جامعهی افتاده‌ای، به فقیر یاد می‌کند این فقیر فعیل، به معنی مفعول؛ یعنی کسی که ستون فقراتش شکسته است، اگر قرآن فرمود: (إِنَّمَا الصَّدَقاتُ لِلْفُقَراءِ وَ الْمَساكِين)،[۸] آن ملّتی که جیبش خالی است، آن ملّتی که کیف او خالی است، او ستون فقراتش شکسته است، این نه تنها قدرت مقاومت ندارد، قدرت قیام هم ندارد.

اقتصاد مقاومتی با فقر عمومی هماهنگ نیست، مسکین هم چنین است، مسکین؛ یعنی انسان زمینگیر، ساکن که پویا و حرکت کننده نیست، اگر کسی در جامعه‌ای به سر می برد که عده‌ای نیازمند به کمک هستند، اولین وظیفه خیرین، در راستای خیر ماندگار، تولید شغل است و انسان در کنار سفره خود بنشیند، این خیر است.

مستحضرید که مزدوری در اسلام مکروه است،[۹] گرچه روایتهایی نهی در این زمینه وارد شده است؛ امّا این را حمل بر تنزیه و کراهت کردند، انسان باید برای خود کار کند، نه برای دیگری. بنابراین خیر ماندگار در شرایط کنونی، تولید و اشتغال از یک سو تا هر کسی در کنار سفره خود بنشیند، نه مزدورانه زندگی بکند از سوی دیگر؛ البته وقتی خدا «خَیْرَ الذَّاکِرِین» شد، هرچه به الوهیت خدا نزدیکتر باشد و قرب علمی و قرب معنوی آن به ذات أقدس الهی بار یابد این خیریتش بهتر، ماندگاریش هم بیشر خواهد بود، زیرا ارتباط وثیق با خدایی که «خَیْرُ الْفاصِلِین» است، «خَیْرُ الْحاکِمِین» است، «خَیْرُ الرَّازِقِین»[۱۰] است، «خَیْرُ الْخالِقِین» است و همه این خیرها برای اوست، انسان به او نزدیک می‌شود و اگر در همین زمینه که اسمای حسنای الهی است، عده‌ای از خیرین تلاش و کوشش بکنند، بیشترین و بهترین بهره را از خیر ماندگار خواهند برد که امیدواریم ذات أقدس الهی این توفیق را نصیب همه شما بزرگواران بفرماید. سعی بلیغ شما را در خیرات و قدمهایی که برداشتید، قبول بکند و توفیق ارائه خدمات برتر و بهتر را، به همه خیرین عالم و خیرین ایران و شما خیرین عطا بفرماید.

امیدواریم که کارهای شما بیش از گذشته و پیش از گذشته، مقبول پروردگار و مورد عنایت ویژه ولی عصر(ارواحنا فداه) باشد.

«غَفَرَ اللَّهُ لَنَا وَ لَکُمْ وَ السَّلَامُ عَلَیْکُمْ وَ رَحْمَةُ اللَّهِ وَ بَرَکَاتُه»

پاورقی

[۱]. البلد الأمین و الدرع الحصین، ص۴۰۲.

[۲]. عیون أخبار الرضا(علیه السلام)، ج۲، ص۱۴۷.

[۳]. الکافی (ط ـ الإسلامیة)، ج۱، ص۴۵۹.

[۴]. سوره بقره، آیه۱۳۸.

[۵]. سوره بقره، آیه۱۲۹؛ سوره آلعمران۱۶۴.

[۶]. الأمالی (للطوسی)، ص۱۸۲.

[۷]. مجموعه رسائل در شرح احادیثی از کافی، ج۲، ص۲۲۴.

[۸]. سوره توبه، آیه۶۰.

[۹]. وسائل الشیعة، ج۱۹، ص۱۰۳.

[۱۰]. الصحیفة السجادیة، دعای ۳۲.

بیانیه پایانی اولین همایش ملی خیر ماندگار

به نام خداوند داد و دهش

خداوند علیم را شاکریم فرصت عنایت کرد تا اولین همایش ملی خیر ماندگار با حضور خیران، سیاستگذاران عرصه عمومی، مدیران دولتی، پژوهشگران، متفکران، دانشجویان و علاقمندان به امر خیر و نیکوکاری به همت بنیاد خیریه راهبری آلاء و با مشارکت دانشگاهها، حوزه های علمیه، انجمن‌های علمی و مؤسسات خیریه مختلف کشور طی روزهای اول و دوم اسفند ماه ۱۳۹۵ در شهر تهران برگزار شود؛ ایامی که مزین به یاد حضرت فاطمه زهرا (س) است.

کمیته علمی این همایش، که با استقبال نویسندگان شش حوزه مورد تأکید آن (مطالعه و ارزیابی امور خیر در حوزه های آموزش، اقتصاد، جامعه، مدیریت، فقه و حقوق و فرهنگ) برگزار شد، ضمن سپاس از همه نویسندگان، مشارکت کنندگان، برگزارکنندگان و اعضای محترم و ضمن اعتراف به این موضوع که فعالیت‌های انسانی، مخصوصا در اولین نوبت آن، دارای کاستی‌هایی است که با مشارکت و نقادی جمعی ممکن است کاهش یابد، بر نکات زیر برای شروع اقدامات و فعالیت‌های آینده تأکید می‌کند:

اول. آثار فعالیت‌های خیر در حیات اجتماعی ایرانیان از گذشته تا کنون، بسیار گسترده و عمیق بوده است به گونه ای که باید اعتراف کرد خیر و نیکوکاری یکی از ویژگی‌های اصلی فرهنگ عمومی ایرانیان است. این ویژگی فرهنگی را باید ارج نهاد و گرامی داشت و زمینه انتقال آن به نسل‌های بعدی را فراهم ساخت. این زمینه‌سازی هم باید در آموزش رسمی یعنی از طریق آموزش و پرورش و آموزش عالی و هم باید در آموزش غیررسمی یعنی توسط خانواده و رسانه‌های جمعی، مخصوصا رسانه ملی و تبلیغات شهری، مورد عنایت باشد. موضوع انتقال فرهنگ، موضوعی است که تربیت عمومی را هدف قرار می‌دهد و البته موضوعی است که عنایت و بسیج همگانی را طلب می‌کند.

دوم. در حوزه خیّری پرسش‌های متعددی مطرح است که پاسخگویی به آنها لازمه استمرار عمل خیر است. پاسخگویی به پرسش‌هایی که در ارتباط با چیستی و چگونگی خیر مطرح است، نیازمند فعالیت‌های گسترده پژوهشی و تولید دانش است. چنین عملی از طریق تلاش گسترده عالمان و پژوهشگران حاصل می‌شود و آنان نیازمند حمایت‌های نهادهای مربوط هستند. گرچه دانشگاهها و حوزه

های علمیه در این موضوع تاکنون نیز فعالیت‌های ارزشمندی داشته‌اند، اما ادامه فعالیت آنها نیازمند حضور خیران در این عرصه است. ما امیدوار هستیم این موضوع مورد عنایت خیران نیز قرار گیرد و این خیر اولویت‌دار برزمین مانده، توسط پژوهشگران ایرانی به انجام رسد.

سوم. عمل خیر، که توسط خیریه‌ها دنبال می‌شود، در جامعه ایران دارای گستردگی زیاد و دارای طرفداران بسیار است. این عمل به طور واضح دارای آثاری در حیات اجتماعی است، که حکومت عهده‌دار تدبیر آن است. اولا همکاری و هم‌افزایی این دو نهاد ارجمند می‌تواند زمینه لازم برای اثرگذاری مثبت را درپی داشته باشد و ثانیا تنظیم ارتباط این دو نهاد فقط بر اساس قوانین و مقررات رسمی ممکن است. مساله اساسی آن است که امروز شاهد وجود چنین قوانینی نیستیم و یا قوانینی داریم که عمر طولانی دارند و سازگار با زمان نیستند. آنچه مطرح است لحاظ کردن خیر در قوانین بالادستی و جاری کشور است.

چهارم. مدیریت امور خیر موضوعی اساسی است. مدیریت امور خیر در دو سطح کلان و خرد مطرح است. در سطح کلان، لازم است از سویی هم‌افزایی خیریه‌ها و از سوی دیگر رابطه بین حکومت و خیریه‌ها لحاظ شود. بر این موضوع تأکید می‌شود که خیریه و حکومت دو بخش دارای تمایز و نیازمند همکاری هستند و دخالت نابجای هر یک در کار دیگری، پیامدهای ناصوابی را درپی خواهد داشت. این مهم است که اولا کار خیر نمی‌تواند دولتی یا توسط دولت، مدیریت شود و ثانیا خیریه رقیب حکومت در فعالیت‌های اجتماعی نیست. آنچه ضرورت توجه به آن آشکار است، خیریه در ایران با پایبندی به چهارچوب اساسی نظام، منشاء خدمات چشمگیری بوده و با اعتماد به ملت برای توسعه این خدمات، می‌تواند مسئولیت اجتماعی خود را دنبال کند.

پنجم. موضوع خیر در ایران به طور جدی با اعتقادات و باورهای دینی آمیخته است. این واقعیت یکی از فرصت های خیر در ایران است. آنچه در این ارتباط مطرح است، وجود احکام دینی در این موضوع است و این نیازمند حضور فقه در عرصه خیریه است. فقه خیریه باید بتواند به تناسب نیازها و واقعیت‌های جامعه به شناسایی و اعلام احکام کارساز در شرایط کنونی جامعه ایران، مخصوصا از حیث زمینه‌های ضروری عمل خیر، اقدام کند.

ششم. دو رویکرد مهم از حیث اقتصادی در حوزه خیر مطرح است که در اولی خیّری با صرف درآمدهایی پیوند خورده که به طریقی حاصل آمده و با اقدام به خیر به اتمام می‌رسد و در دومی درآمدهای حاصل شده به نوعی سرمایه‌گذاری می‌شود تا از درآمدهای آن، کار خیری انجام پذیرد. آنچه امروزه به فرهنگ عمومی تبدیل شده، آن است که اولی را خیر و دومی را وقف می‌گویند. آنچه مورد تأکید است، پیوند این دو بخش ضروری عمل خیر است. خیر و وقف، مکمل یکدیگر و ضرورت استمرار نیکوکاری محسوب می‌شوند.

هفتم. فرهنگ خیر دارای سابقه و قدرت چشمگیری است و همین سابقه و قدرت ممکن است آن را به شدت نفوذناپذیر کند و این موضوع می‌تواند این عمل ارزشمند را دچار چالش کند. مفهوم خیر یکی از این زمینه‌های چالش‌زاست. معنای کنونی خیر، وجهی محدود از آن ارائه می‌کند که دارای روش‌های تجربه شده است. آثار این نوع عمل امروزه با شواهد اجتماعی جای نقد دارد. اثربخشی خیری کنونی در اصلاح اجتماعی با تردید مواجه است. دنیای امروز و جوانان امروز مشتاق معنای موسع آن، اهداف متفاوت و بکارگیری روش‌های نو در عرصه خیر هستند. این گروه، مخصوصا بر تمرکز اهداف بر اصلاح اجتماعی و در بکارگیری فضای مجازی و فناوری اطلاعات، از قدرت و توان بالایی برخوردار هستند ولی متولیان کنونی خیر در جامعه، با این فضا ناآشنا یا کم آشنا هستند. جامعه امروز به شدت نیازمند همگرایی نسلهای مختلف است. ایجاد زمینه برای همگرایی اجتماعی نیازمند تدابیر عمومی و فرهنگی از سوی خیران و نهادهای علمی است.

هشتم. نهادهای خیر و خیریه‌ها نیز در جامعه کنونی با چالش‌هایی مواجه هستند که یکی از موارد مهم آن را می‌توان چالش آموزش قلمداد کرد. خیّری در جهان امروز دارای تجاربی است که انتقال آن می‌تواند هر خیری را مدد رساند. آنچه امروز خیران و خیریه‌ها از آن محروم هستند، آموزش برای خیّری است. آموزش خیران را می‌توان هم فرصتی برای انتقال تجربه و هم فرصتی برای بازتولید خیّری قلمداد کرد. این بازتولید البته باید با استفاده از تجارب جهانی، با بازسازی همراه گردد تا اعتلای عمل خیر را در پی داشته باشد.

نهم. واقعیت‌های جاری جامعه نشان می‌دهد که جای «دانش مطالعات خیر»، جای «رشته مطالعات خیر»، جای «انجمن مطالعات خیر» و جای «نشریه مطالعات خیر» در کشور ما خالی است. گرچه هر یک از این امور دارای مقرراتی برای تحقق هستند، اما اقدام به تحقق آنها نیازمند همت کسانی است شرایط عمل را دارند. این چهار موضوع را می‌توان لوازم «دانش‌بنیان شدن» خیر قلمداد کرد. ما امیدوار هستیم که پیش از برگزاری همایش دوم طی دو سال آینده، شاهد تحقق هر چهار پایه مذکور باشیم.

دهم. راهبری خیر و خیریه برای ایفای نقش اجتماعی، امری نیازمند مشارکت همگان است. در این کار مشارکت همه نخبگان و فعالان امر خیر ضروری است. این دو گروه نیازمند زبان مشترک هستند. فرصت‌های گفتگو می‌تواند این زبان مشترک را پدید آورد. لازم است هر گونه نشست علمی و تصمیم‌گیری با مشارکت همه گروههای ذی‌ربط به انجام رسد.

والسلام علیکم

ISC

مقالات
و
یادداشت

از خیر تا شر

عدم نظارت منسجم بر خیریه‌ها

میلاد مرادی
دانشجوی
کارشناسی ارشد
مدیریت

از تهران عازم اصفهان بودم در پلیس‌راه که اتوبوس متوقف شد زن جوانی وارد اتوبوس شد. ابتدا فکر کردم از متکدیانی است که همیشه در پلیس‌راه‌ها جلوی مسافرین را می‌گیرند تا بلکه با هزار خواهش و التماس اعانه‌ای به آن‌ها بدهند. مانند همان آقایی که در طول چهار سال دوران دانشجویی‌ام هر وقت می‌خواستم به خانه برگردم در پلیس‌راه قزوین حضور داشت و بنده خدا بعد از چهار سال هنوز نتوانسته بود یک دلیل دیگری غیر از عمل جراحی بچه‌اش پیدا کند و گاهی دوست داشتم در گوشش بگویم یکم خلاقیت و نوآوری را چاشنی کارت بکن. بگذریم، همان‌طور که به صندلی لم داده بودم زن جوان نزدیک‌تر آمد و همزمان که برگه‌ای در دست داشت برای مردم توضیح می‌داد که: "این امیرحسین هست، سه سالشه، پدرش رو از دست داده، اگر دوست دارید به دختر بچه هم کمک کنید چند نمونه سراغ دارم، این عکس هستی است و دو سالشه و بیماره" زن جوان این توضیحات رو با چاشنی "ان شالله خدا خیرتون بده" و "در زندگی خیر ببینید" ارائه می‌داد. فهمیدم که وی

Moradimilad909@gmail.com

از یک مؤسسه خیریه است و برای آن مؤسسه جذب مشارکت می‌کند. صدایش زدم و او با فکر اینکه من قصد کمک دارم با خوشحالی به سمت من آمد. از او راجع به مؤسسه خیریه‌اش پرسیدم و اینکه تحت نظارت کدام ارگان قرار دارد. اما زن جوان بی‌اعتنا به سؤالات من همچنان از اجر و ثواب کمک به کودکان سخن می‌گفت. باز از او درباره مؤسسه‌اش پرسیدم و از اینکه از کجا مطمئن شوم که این کمک‌ها به دست کودکان می‌رسد. زن جوان با گفتن جمله کوتاه" از این بابت خیالتان راحت" بازهم توضیحات قبلی خود را جهت اقناع من به کمک کردن ادامه داد. هرچقدر که با خود کلنجار رفتم نتوانستم خود را راضی کنم تا به مؤسسه‌ای که از آن حرف می‌زد کمک کنم. بعد از رفتنش، مردی که در کنارم نشسته بود از مواجه خود با این‌گونه افراد در سطح شهر سخن گفت و از اینکه چندین بار در خیابان به خاطر آنکه در رودربایستی قرار گرفته است به آن‌ها کمک کرده است و حتی نمیدانسته که به کدام مؤسسه خیریه کمک کرده است.

حتی اگر بپذیریم که آن زن قصد کلاهبرداری نداشته و واقعاً نماینده همان مؤسسه خیریه بوده است باز هم این سؤال به اذهان متبادر می‌گردد که کدام ارگان به وی اجازه داده است تا جلوی شهروندان را بگیرد و از آنان درخواست کمک نماید، کما اینکه مسئولان مختلف ازجمله مدیرکل دفتر نظارت بر مراکز غیردولتی سازمان بهزیستی در گفتگو با روزنامه شرق، فعالیت خیریه در خیابان و معابر عمومی را ممنوع دانسته است. حتی اگر جذب مشارکت به این روش منع قانونی نداشته باشد باز هم برای کنشگران و فعالین حوزه خیریه جای تعجب است که امروزه باوجود پیشرفت علم و تکنولوژی، چگونه یک مؤسسه خیریه برای جذب مشارکت همانند متکدیانی خیابانی رفتار می‌نماید. از این دسته از افراد کم نیستند کسانی که امروزه در معابر و مکان‌های عمومی در حال گرفتن پول از مردم به اسم خیریه هستند.

اما مؤسسات خیریه چه هستند و چه اهدافی دارند، باید گفت که با گسترش و پیشرفت جوامع، فعالیت‌های خیرخواهانه نیز کم‌کم از حالت فردی خارج و شکل سازمانی و رسمیت یافته به خود گرفت و به‌نوعی واسطه و مجرایی برای انتقال کمک به نیازمندان و افراد کمتر برخوردار جامعه شدند. مؤسسات خیریه کارکردهای بسیار مفیدی در سراسر جهان در راستای خدمات‌رسانی و توسعه پایدار دارند. در کشور

[در کشور ما مؤسسات خیریه خوشنامی سال‌هاست به فعالیت‌های خیرخواهانه مشغول هستند و توانسته‌اند خدمات ارزشمندی را ارائه دهند، خدماتی که شاید هیچ‌گاه دولت‌ها و دولت‌مردان و یا بخش خصوصی حاضر به عرضه آن‌ها نبودند.]

ما نیز مؤسسات خیریه خوشنامی سال‌هاست به فعالیت‌های خیرخواهانه مشغول هستند و توانسته‌اند خدمات ارزشمندی را ارائه دهند، خدماتی که شاید هیچ‌گاه دولت‌ها و دولت‌مردان و یا بخش خصوصی حاضر به عرضه آن‌ها نبودند. به‌طوری‌که به نقل از پژوهش محمود نکویی مقدم و همکارانش با عنوان "نقش مؤسسات خیریه در نظام سلامت" حدود ۴۰ درصد از هزینه ساخت مراکز درمانی و بهداشتی از کمک‌های خیرین است.

اما متأسفانه بنا به دلایلی که در این نوشتار به آن خواهیم پرداخت کشور ایران مأمن مناسبی برای رشد سریع فعالیت‌های سودجویانه در قالب خیریه شده است. رشد مؤسسات خیریه ایران در حالی در سایه عدم نظارت درست، در حال اوج گرفتن است که امروزه حتی، رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس نیز به آن حساس شده است. پورابراهیمی در سخنان و مصاحبه‌های خود به‌کرات از عدم وجود نظارت کافی بر مؤسسات خیریه شکایت کرده و به جد پیگیر این قضیه است. روزنامه جام نیز در گزارش خود با عنوان "جای خالی نظارت بر مؤسسات خیریه" به این موضوع پرداخته است و به نقل از مدیرکل امور اجتماعی و مؤسسات خیریه سازمان اوقاف، تعداد مؤسسات خیریه را حدود ۱۵ هزار مؤسسه پیش‌بینی نموده است. این در حالی است که در اظهارنظرهای سایر مسئولان اعداد و ارقام متفاوتی از وجود تعداد مؤسسات خیریه گفته شده است.

[در کشور ما سازمان‌های مختلفی همانند وزارت کشور، نیروی انتظامی، بهزیستی، و برخی ارگان‌های دیگر برای مؤسسات خیریه مجوز صادر می‌کنند و هرکدام از این سازمان‌ها ادعا دارند که باید متولی سازمان‌های خیریه باشند.]

در کشور ما سازمان‌های مختلفی همانند وزارت کشور، نیروی انتظامی، بهزیستی، و برخی ارگان‌های دیگر برای مؤسسات خیریه مجوز صادر می‌کنند و هرکدام از این سازمان‌ها ادعا دارند که باید متولی سازمان‌های خیریه باشند. این تعدد سازمان صادرکننده مجوز باعث شده است که حتی آمار دقیق و منسجمی از تعداد مؤسسات خیریه در ایران در دسترس نباشد و معلوم نباشد که سهم این مؤسسات در اشتغال افراد و سهم آنان در اقتصاد و تولید ناخالص داخلی چقدر است این درحالی است که اکثر کشورهای دنیا هر ساله اطلاعات کاملی را در زمینه سهم بخش غیرانتفاعی در اشتغال، اقتصاد، تولید ناخالص داخلی و سایر زمینه‌ها در اختیار دارند. به‌هرحال وضعیت آشفته نظارت بر مؤسسات خیریه در کشور ما باعث شده است بسیاری از افراد سودجو در قالب خیریه دست به اقدامات خلاف قانون بزنند و همین مسئله موجب شده است تا فعالیت‌های سایر مؤسسات خوشنام که در راستای خدمات‌رسانی به جامعه گام‌های مثبت برمی‌دارند، به حاشیه رانده شود و تحت شعاع اقدامات آن‌ها قرار گیرد. اما بزرگ‌ترین ضربه‌ای که این وضعیت می‌تواند به پیکره مؤسسات خیریه وارد سازد، خدشه‌دار شدن اعتماد عمومی مردم به این مؤسسات است. چراکه مهم‌ترین منبع مالی سازمان‌های مردم‌نهاد و به‌طور خاص مؤسسات خیریه، در تمام نقاط جهان اعانات و کمک‌های مردم است. کمک‌هایی که امروزه به واسط اقدامات برخی افراد و مؤسسات سودجو در حال کاهش است و اعتمادی که در زیر گام‌های افراد سودجو در حال خدشه‌دار شدن است.

اما سؤال اینجاست که نظارت بر مؤسسات خیریه و اصولاً سازمان‌های مردم‌نهاد چگونه باید صورت گیرد. حتی گاهی اوقات برخی ادعا می‌کنند که

سازمان‌های مردم‌نهاد که خیریه‌ها نیز جزئی از آن‌ها محسوب می‌شوند اصولاً نباید مورد نظارت قرار گیرند چرا که به وجهه مردمی‌بودن این مؤسسات خدشه وارد می‌کند اما این ادعا نمی‌تواند ادعای صحیحی باشد چراکه در اکثر کشورهای جهان فعالیت‌های خیرخواهانه در یک چارچوب قانونی و منطقی و همراه با نظارت شکل می‌گیرند و عدم وجود نظارت موجبات سوءاستفاده از این مؤسسات را فراهم می‌آورد. از طرف دیگر به لحاظ علمی یکی از ویژگی‌های سازمان‌های مردم‌نهاد رسمیت یافتن آن‌ها است. بدین معنا که درست است که آن‌ها وابسته به دولت نیستند اما نیازمند اخذ مجوز و نظارت دقیق هستند. فعالیت‌های حوزه غیرانتفاعی به‌خودی‌خود دارای ابهام است و به لحاظ آنکه سازمان‌های غیرانتفاعی سهامدار ندارند نظارت بر آن‌ها را مشکل می‌سازد اما تمام کشورهای دنیا سعی کرده‌اند هر کدام به فراخور سیستم حکومتی و ویژگی‌های مختلف سیاسی، اقتصادی و فرهنگی، سیستمی منسجم را برای نظارت بر مؤسسات خیریه در نظر بگیرند. این کار باعث شده است تا وضعیت شفافی در مورد فعالیت‌های خیرخواهانه در این کشورها به وجود آید و مردم با اطمینان بیشتری اقدام به کمک‌های بشردوستانه می‌کنند.

در کشور ما مسئله چیز دیگری است و مشکل آن است که چندین سازمان مختلف برای مؤسسات خیریه مجوز صادر می‌کنند. این مسئله باعث شده است که هم نظارت دقیقی بر این مؤسسات صورت نگیرد و هم اینکه هیچ‌کدام از این سازمان‌ها مسئولیت و پاسخگویی کامل را در این زمینه بر عهده نگیرند. همان‌گونه که صادق عبادی در پژوهش خود با عنوان "بنیادها و مؤسسات خیریه غیر وقفی در ایران" به‌خوبی به این نکته اشاره می‌کند و بیان می‌کند که

هزاران بنیاد و مؤسسه خیریه در مساجد و مناطق مختلف فعالیت می‌کنند و در هیچ‌کدام از دوایر رسمی به ثبت نرسیده‌اند و گویا تا هنگامی‌که این بنیادهای خیریه به فعالیت سیاسی نپردازند دولت نیز با آنان کاری ندارد. از طرف دیگر دیدگاه علمی نسبت به فعالیت‌های خیرخواهانه وجود ندارد و اکثر مؤسسات خیریه در کشور روش‌هایی سنتی و تقلیدی را در پیش‌گرفته‌اند، روش‌هایی که در آن به شفافیت و پاسخگویی این مؤسسات کمتر توجه شده است، که متأسفانه مجموعه‌ای مسائل، موجبات سوءاستفاده برخی افراد سودجو را فراهم آورده است تا در قالب فرار از مالیات، پول‌شویی و کلاه‌برداری اقدام به تأسیس مؤسسه خیریه نمایند. قطعاً نمی‌توان بدون مطالعه دقیق یک مدل برای نظارت بر مؤسسات خیریه ارائه داد اما ازآنجاکه سازمان‌های صادرکننده مجوز بسیار زیاد هستند و حتی برخی از آن‌ها نیز زیرمجموعه دولت نیستند و این امر رسیدن به یک نوع نظارت یکپارچه را مشکل می‌سازد و لازم است که مسئولان ارشد کشوری به این مسئله ورود نمایند و بهتر آن است که یک سازمان مشخص وظیفه نظارت و صدور مجوز را بر عهده بگیرد. این در حالی است که اگر اقدام مفیدی در این راستا شکل نگیرد به‌زودی اندک اعتمادی که در بین مردم وجود دارد از دست خواهد رفت و این امر موجب وارد ساختن ضررهای جبران‌ناپذیری بر بدنه جامعه مدنی کشور، خصوصاً مؤسسات خیریه می‌شود. چراکه مهم‌ترین سرمایه این‌گونه مؤسسات را می‌توان اعتماد مردم دانست، دیوار اعتمادی که به علت وضعیت به وجود آمده در حال ترک برداشتن است و همین مسئله امروزه، جذب مشارکت در بسیاری از خیریه‌ها را با مشکل مواجه ساخته است. اما چه کسی دلسوزتر از خیریه‌ها نسبت به خودشان! بهتر آن است که فعالان و کنشگران حوزه خیریه خود در این زمینه پیش‌قدم شوند و در درجه اول با ارتباط برقرار کردن با یکدیگر و شبکه‌سازی گسترده و سپس ارتباط با دولت و بخش‌های دیگر به فکر حل این وضعیت آشفته باشند چراکه همان‌گونه که گفته شد دود ناشی از آتش برافروخته در جنگل خیریه‌ها، به چشم مؤسسات خیریه خوش‌نام خواهد رفت، مؤسساتی که بخش قابل‌توجهی از خدماتی را که باید دولت ارائه می‌داد، به دوش می‌کشند. در واقع تنها خیری که از عدم نظارت منسجم و دقیق بر خیریه‌ها وجود دارد برای افراد و برخی مؤسسات سودجو است و شر آن برای مؤسساتی است که دغدغه انجام فعالیت‌های خیرخواهانه و رفع فقر و تبعیض را دارند.در مقالات بعدی سعی خواهد شد سیستم نظارتی بر مؤسسات خیریه سایر کشورها بررسی و با ایران مقایسه شود.

نوشتاری حول نفوذ فناوری اطلاعات در امور خیر

گلایل صفوی
دانشجوی دکتری
مدیریت فناوری
اطلاعات

Gelayolsafavi1990@gmail.com

اگر به همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد یا سازمان‌های غیرانتفاعی علاقه‌مند باشید و فعالیت‌های آن‌ها را رصد کرده باشید، احتمالا با سازمان‌هایی با دغدغه‌هایی مانند حمایت از انواع خاصی از بیماری‌ها، حمایت از کودکان کار، حمایت از خانواده‌های بی‌سرپرست، حمایت از زنان سرپرست خانوار و در سطحی کلی‌تر، حمایت از محیط زیست و حمایت

از حیوانات و سازمان‌هایی از این دست آشنایی دارید. اما در این نوشتار قصد داریم به معرفی نوع متفاوتی از خیریه‌ها بپردازیم که مدت زیادی از پیدایش آن‌ها نمی‌گذرد و با دغدغه‌ای متفاوت در برخی کشورها در حال فعالیت هستند و به نظر می‌رسد گسترش آن‌ها سهم بالایی را در ارتقای سطح آگاهی عمومی بتواند ایفا کند. این دسته از خیریه‌ها موسوم به خیریه‌های فناوری اطلاعات[1] هستند. فناوری و به خصوص فناوری اطلاعات در سال‌های اخیر رشد چشمگیری داشته است و فرصت‌های بسیاری هم در حوزه کسب‌وکار و هم در حوزه مواردی مانند آموزش، بهداشت، ارتقای کیفیت زندگی و مسائلی از این دست در دل فناوری و دنیای فناوری اطلاعات نهفته است اما افرادی در نقاط مختلف دنیا هستند که نه به فناوری و فناوری اطلاعات دسترسی دارند و نه دانش لازم برای به کارگیری ابزارهای این حوزه را دارند و به همین واسطه تمامی فرصت‌های موجود در دنیای فناوری را از دست می‌دهند و این خلا به خصوص با توسعه دولت‌های الکترونیک و هوشمند شدن ارائه بسیاری از خدمات دولتی، بیشتر در بین قشر ضعیف احساس می‌شود. وجود این ناآگاهی در بین قشر آسیب‌پذیر جامعه باعث می‌شود تا شکاف موجود بین آن‌ها و سطح متوسط جامعه روز به روز بیشتر شده و جامعه نیز از این موضوع بیشتر صدمه ببیند. خیریه‌های فناوری اطلاعات، نهادهایی غیرانتفاعی هستند که ایدئولوژی اصلی آن‌ها ارتقای استفاده از رایانه، فناوری اطلاعات و بهبود سواد اطلاعاتی در میان گروهی خاص است که این گروه عموماً افراد آسیب‌پذیر جامعه را در بر می‌گیرد. این نهادها با هدف توسعه و ارتقای سطح دانش عمومی جامعه، استفاده قشرهای ضعیف از ابزارهای فناوری اطلاعات را تسهیل کنند و باعث می‌شوند تا این قشر نیز بتوانند از فرصت‌های موجود در این حوزه استفاده کرده و به سوی آگاهی و بهبود کیفیت زندگی پیش بروند. در این نوشتار قصد داریم تا با چند نمونه از این خیریه‌ها که در سرتاسر جهان در حال فعالیت هستند آشنا شده و فعالیت‌های آن‌ها را مورد بررسی قرار دهیم. لذا در ادامه شش عدد از معروف‌ترین این خیریه‌ها مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

[خیریه‌های فناوری اطلاعات، نهادهایی غیرانتفاعی هستند که ایدئولوژی اصلی آن‌ها ارتقای استفاده از رایانه، فناوری اطلاعات و بهبود سواد اطلاعاتی در میان گروهی خاص است که این گروه عموماً افراد آسیب‌پذیر جامعه را در بر می‌گیرد.]

1- Information technology charities

۱- خیریه TFA[2]

این خیریه که واقع در تگزاس است، در سال ۱۹۹۷ با هدف ارائه خدمات مربوط به فناوری به گروه‌هایی با درآمد پایین تشکیل شد. انگیزه شکل‌گیری این خیریه، شکاف اطلاعاتی بود که با توسعه فناوری، میان قشری که توانایی استفاده از فناوری را داشتند و طبقه فقیر جامعه ایجاد شده بود. مأموریت این خیریه، توانمند کردن قشر آسیب‌پذیر و کم‌درآمد در استفاده از ابزارهای فناوری است و این کار را از طریق همکاری با نهادهایی مانند دانشگاه‌ها، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، فراهم‌کنندگان فناوری و بخش عمومی میسر می‌کند. این خیریه فرصت‌های آموزشی، اجتماعی و فردی را برای افراد آسیب‌پذیر، از طریق آموزش آن‌ها برای استفاده از فناوری فراهم می‌کند. به طور کلی اهداف این خیریه در سه بخش مختلف دنبال می‌شوند:

- توسعه و پشتیبانی از مراکز فناوری
- ایجاد مراکز پژوهش و نوآوری فناوری
- ارائه خدمات در حوزه فناوری

در این راستا، مراکز ارائه‌دهنده اینترنت، دانشگاه‌ها و شبکه‌های محلی نیز این خیریه را حمایت می‌کنند. این خیریه چندین مرکز رایانه عمومی هم دارد که قصد دارد تعداد آن‌ها را به ۱۹ عدد افزایش دهد. هر یک از این مراکز توسط نهادهایی مانند دانشگاه‌ها پشتیبانی می‌شوند و خدماتی مانند دسترسی به کامپیوتر، پرینتر، اینترنت و همچنین امکان استفاده از مشاوره‌های آموزشی برای توسعه سواد دیجیتال را در اختیار عموم و اقشار کم‌درآمد قرار می‌دهد. این مراکز حتی در برخی مناطق روستایی نیز احداث شده‌اند و اهالی آن مناطق نیز می‌توانند بدون پیمودن مسافت‌های زیاد، به راحتی از این خدمات استفاده کنند. این خیریه در نظر دارد که در عرصه از بین بردن شکاف موجود بین قشر مرفه و قشر فقیر جامعه در استفاده از فناوری پیشرو باشد و بتواند زندگی افراد آسیب‌پذیر تگزاس را با آشنا کردن آن‌ها با فناوری و فناوری اطلاعات، بهبود بخشد.

۲- خیریه CAMARA

این خیریه، در زمینه دریافت کامپیوترهای دست دوم، تعمیر و نوسازی

2- Technology For All

آن‌ها و توزیع آن‌ها در میان مدارس و مراکز آموزشی مناطق مختلف آفریقا فعالیت می‌کند. این خیریه رایانه‌ها را از افراد و کسب‌وکارها دریافت می‌کند و با اعمال استانداردهای امنیتی وزارت دفاع ایالت متحده، آن‌ها را پیش از توزیع مجدد پاکسازی می‌کند. سپس آن‌ها را به یکی از ۱۰ مرکز خود در آفریقا ارسال می‌کند و آن‌ها رایانه‌ها را با قیمتی بسیار پایین در اختیار مدارس قرار می‌دهند. بسته‌ای که به مدارس تحویل داده می‌شود شامل موارد زیر است:

- رایانه و بسته‌های نرم‌افزاری آموزشی مانند آفیس و دانش‌نامه‌های مفید
- برنامه‌های آموزشی که در کشورهای توسعه نیافته شامل آموزش‌های ابتدایی در حوزه استفاده از رایانه و در کشورهای در حال توسعه شامل محیط‌های آموزش مجازی و آموزش گام‌به‌گام فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌شود
- خدمات پشتیبانی فنی به مدت ۱۶ الی ۳۶ ماه
- دریافت و بازیافت رایانه‌های مستهلک از مدارس تحت پوشش

۳- خیریه iT4C[3]

این خیریه که در بریتانیا قرار دارد، در حوزه معرفی متخصصان فناوری اطلاعات به خیریه‌هایی که به خدمات فناوری اطلاعات نیاز دارند فعالیت می‌کند. از ابتدای فعالیت این خیریه یعنی از سال ۲۰۰۲ تا کنون، ۵۵۰۰ متخصص و کارشناس در حوزه فناوری اطلاعات به طور داوطلبانه با این خیریه فعالیت داشته‌اند و خدماتی با ارزش ۳ میلیون و ۲۵ هزار پوند به خیریه‌ها، سازمان‌های مردم‌نهاد و نهادهای اجتماعی بریتانیا به صورت داوطلبانه ارائه داداند. روند فعالیت این خیریه نیز به این شکل است که مؤسسات فوق نیازمندی‌های خود را به این خیریه اعلام می‌کنند و خیریه نیازمندی‌های آن‌ها را در قالب پروژه‌ای تعریف می‌کند و پروژه‌ها را از طریق سایت اطلاع‌رسانی می‌کند و داوطلبانی که مایل به همکاری هستند، مسئولیت انجام پروژه را بر عهده می‌گیرند. در پایان هر سال نیز این خیریه به بهترین داوطلبان خود جوایزی را اهدا می‌کند.

۴- خیریه BGC[4]

این خیریه یک سازمان غیرانتفاعی است که تمرکزش بر آموزش استفاده از فناوری به دختران سیاه‌پوست ۷ تا ۱۷ سال است. این خیریه در سال ۲۰۱۱ با هدف توانمند کردن دختران سیاه‌پوست تأسیس شد و برنامه‌های آموزشی مانند برنامه‌نویسی، کدنویسی، طراحی وبسایت و اپلیکیشن ارائه می‌کند و هدف اصلی آن این است که دختران جوانی که نژاد آفریقایی-آمریکایی دارند، بتوانند سهمی از یک میلیون و چهارصد هزار فرصت شغلی که در حوزه کامپیوتر برای سال ۲۰۲۰ در ایالت متحده پیش‌بینی شده را به خود اختصاص دهند. این خیریه به سرعت هم در ایالت متحده و هم در سایر کشورها توسعه پیدا کرد و نزدیک به ۲۰۰۰ دانش‌آموز را تا سال ۲۰۱۳ تحت پوشش خود قرار داد و چشم‌انداز این خیریه این است که تا سال ۲۰۵۰، تعداد دانش‌آموزان تحت

3- IT4communities
4- Black Girl Code

پوشش خود را به یک میلیون دختر برساند و در راستای انجام فعالیت‌های خود از خیرین و داوطلبانی که در حوزه آموزش این خیریه را یاری می‌کنند استفاده می‌کند. شعار این خیریه نیز "تصور کن، بساز و خلق کن" است، به این معنا که دنیایی را تصور کن که در آن همه افراد ابزار موفقیت را دارند، سپس به ما کمک کن تا راه‌هایی برای دسترسی همه به اطلاعات بسازیم و عصر جدیدی از زنان سیاه‌پوست در حوزه فناوری خلق کنیم.

۵- خیریه GfG[5]

این خیریه یک مؤسسه غیرانتفاعی است که محصولات و خدمات سرگرم‌کننده را از صنایع فعال در این حوزه جمع‌آوری و آن‌ها را به مراکز نگهداری از کودکان اهدا می‌کند. این خیریه که در سال ۱۹۸۸ تأسیس شده است، با تولیدکنندگان بازی‌های ویدئویی و کامپیوتری وارد مذاکره می‌شود و نسخه‌هایی رایگان از بازی‌ها را دریافت می‌کند و آن‌ها را در اختیار مراکز نگهداری از کودکان قرار می‌دهد. اتحادیه صنعت سرگرمی ایالت متحده، که نماینده خرده‌فروشان این صنعت است، سه نسخه از تمام بازی‌های ویدئویی و کامپیوتری که تولید می‌شود را به عنوان حق امتیاز قرارداد مجوزی که با ناشران دارد، از آن‌ها دریافت می‌کند و آن را در اختیار مدارس مناطق فقیرنشین،

5 - Games for Good

بیمارستان‌ها و مراکز نگهداری کودکان قرار می‌دهد. خیریه GfG نیز توسط کارکنان همین انجمن اداره می‌شود و اکنون علاوه بر دریافت نسخه‌های رایانه‌ای بازی‌ها، با تولیدکنندگان، قراردادی عقد کرده است که به موجب آن، از تمامی بازی‌های تولیدی این شرکت‌ها، سه نسخه رایگان برای همه پلتفرم‌ها در اختیار این خیریه قرار خواهد گرفت.

۶- خیریه A Human Right

چهار و شش دهم میلیارد نفر در دنیا دسترسی به اینترنت ندارند و به همین واسطه، فرصت‌های اقتصادی، آموزشی، بهداشتی و حقوق طبیعی که در بستر اینترنت برای آن‌ها فراهم است را از دست می‌دهند. این خیریه یک مؤسسه غیرانتفاعی است که خدمات دسترسی به اینترنت و خطوط تلفن را به طور رایگان برای کشورهای در حال توسعه و شهروندان کشورهایی که دولت آن‌ها دسترسی به اینترنت را محدود کرده است فراهم می‌کند. یکی از اهداف این خیریه این است که یک ماهواره در مدار ژئوسنکرون بر فراز آفریقا داشته باشد که از طریق آن بتواند اینترنتی رایگان را در اختیار تمامی اهالی آن منطقه قرار دهد. منبع درآمد این خیریه از محل فروش مجدد اینترنت با پهنای باند بالاست و درآمد آن را صرف فراهم کردن اینترنت با پهنای باند پایین می‌کند و یکی دیگر از اهداف آن هم این است که یک مودم ارزان‌قیمت را در اختیار کسانی که قدرت پرداخت برای اینترنت ندارند قرار دهد.

منابع

۱- IGN (April ۲۰۰۰ ,۶). "Games For Good Trying For ۲۵۰,۰۰۰$". Yahoo Games: News. Retrieved ۱۳ December ۲۰۰۹.

۲- Games for Good Press Release.. AVSIM. April ۲۰۰۰ ,۶. Retrieved ۱۳ December ۲۰۰۹.

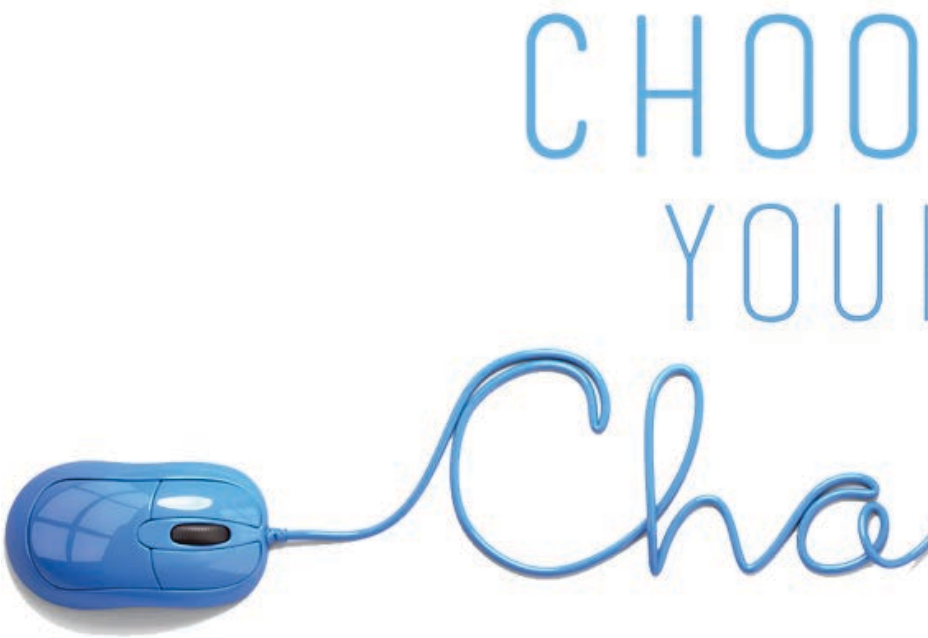
۳- http://www.ahumanright.org/

۴- http://www.techforall.org/about-us۲-/our-history/

۵- http://camara.org/about-us/

۶- https://charityithelp.org.uk/

۷- http://www.blackgirlscode.com/what-we-do.html



ECOSOC

حضور مؤسسه خیریه پیوند گل نرگس در شصت و یکمین اجلاس کمیسیون مقام زن در نیویورک (۱۳ تا ۲۴ مارس ۲۰۱۷)

خانم دکتر فاطمه سلجوقیان[1]، مؤسس و رییس هیئت‌مدیره مؤسسه خیریه پیوند گل نرگس، به نمایندگی از این مؤسسه در شصت و یکمین نشست کمیسیون مقام زن در نیویورک شرکت نموده است که در ادامه گزارشی اجمالی برای آشنایی فعالان حوزه امر خیر از فرصت‌های فعالیت و مشارکت سازمان‌های دارای مقام مشورتی شورای اقتصادی اجتماعی سازمان ملل در رویدادهای این سازمان ارائه می‌شود.

1- fatisoheila@yahoo.com

موضوع نشست کمیسیون مقام زن در سال ۲۰۱۷:
"توانمندسازی اقتصادی زنان در بازار کار متحول کنونی"
"Women's economic empowerment in the changing world of work"

دبیر کل جدید سازمان ملل متحد، آنتونیو گوتیرس در مراسم افتتاح کمیسیون گفت "توانمندسازی زنان در گرو از بین بردن موانع ساختاری است". در این جلسه روسا و مدیران اجرایی این کمیسیون صحبت‌هایی پیرامون توانمندسازی زنان در جنبه‌های مختلف خصوصاً اقتصاد و توسعه پایدار داشتند، برای مثال یکی از آنان عنوان کرد:" توانمندسازی اقتصادی زنان در شکوفایی اقتصاد، دنیای مثبت کار و شکستن چرخه فقر، بسیار حیاتی است".

همچنین پیش از کمیسیون مقام زن همایش جوانان برای دومین سال، در یازده و دوازدهم مارس، برگزار گردید و بیش از هزار فعال جوان از سراسر دنیا در این همایش دو روزه حضور به هم رساندند و در برنامه‌های مختلفی که ترتیب داده شده بود شرکت کردند. چیزی که در این دو روز بسیار چشمگیر بود صف‌های طولانی جوانان و نوجوانان برای ورود به مقر سازمان ملل بود. گروه‌های مختلفی هم صرفاً برای بازدید از سازمان ملل آمده بودند که اغلب کودکان دبستانی و به‌منظور آشنایی با فعالیت‌های سازمان ملل بودند.

کمیسیون مقام زن متشکل از فعالان دولتی، سازمان‌های غیردولتی، بخش خصوصی و نهادهای مدنی و علمی است که با همکاری سازمان بین‌المللی کار تشکیل شده است. این کمیسیون با بیش از ۱۰۰ ساعت بحث و تبادل‌نظر در خصوص موضوع این نشست، به پایبندی به بیانیه پکن، کنوانسیون‌های سازمان بین‌المللی کار و استانداردهای کار تأکید کردند و حیاتی بودن موضوع توانمندسازی اقتصادی زنان برای رسیدن به توسعه پایدار را یادآوری نمودند. در این نشست موضوعاتی مانند حق تساوی کار زنان در کنار مردان، ریشه‌کنی فقر و تضمین استاندارد زندگی مناسب و حمایت اجتماعی، حق تحصیل و توسعه مهارت‌ها و کار مناسب در عرصه‌های جدید مطرح شد. مجموعه بحث‌ها به طرح جهانی حرکت به‌سوی اجرای توانمندسازی اقتصادی

در بازار کار متحول کنونی بود. کمیسیون در زمینه طرح جهانی ایجاد فضای جدید کسب‌وکار به‌منظور تغییرات کامل و برابر برای مشارکت زنان و توانمندسازی اقتصادی این قشر در دنیای متحول کنونی متعهد گردید. دولت‌ها، بخش خصوصی و نهادهای مدنی، موظف به ایجاد چارچوب‌های قانونی، تقویت آموزش، مهارت‌آموزی، اجرای اصول اجتماعی و اقتصادی برای توانمندسازی اقتصادی زنان، مورد توجه قرار دادن کار غیررسمی و فعالیت زنان کارگر، مدیریت تکنولوژیکی و دیجیتالی برای توانمندسازی اقتصادی زنان، تقویت صدای جمعی، پیشتازی و تصمیم‌گیری زنان و تقویت نقش بخش خصوصی در توانمندسازی اقتصادی زنان گردیدند.

ده‌ها سازمان غیردولتی و تعداد بسیار زیادی از فعالان زن از سراسر دنیا در کمیسیون مقام زن شرکت داشتند. نمایندگانی از ۱۶۲ کشور عضو، ۸۹ وزیر و بیش از ۳۹۰۰ فعال جامعه مدنی از بیش از ۵۸۰ سازمان و ۱۳۸ کشور در این کمیسیون شرکت داشتند.

در طول دو هفته فعالیت کمیسیون مقام زن، اعضای سازمان ملل، اجازه برگزاری جلسات مختلف را به‌صورت فردی یا گروهی داشته و بیش از ۶۰۰ نشست را برگزار کردند که ۲۰۰ برنامه در مقر سازمان ملل و ۴۰۰ برنامه در مکان‌های دیگر مانند چرچ سنتر، آرمنین سنتر و غیره برگزار شد.

بنده در نشست‌ها و پنل‌های مختلفی شرکت نمودم، به‌طور نمونه در پنل توانمندسازی اقتصادی کارآفرینان زن با بهره‌وری از تجارت آنلاین که از سوی فدراسیون بین‌المللی زنان صاحب حرفه تجاری برگزار شده بود شرکت نمودم و با خانم کارول هنلن برگزارکننده این پنل در زمینه همکاری با آن سازمان تبادل‌نظر کردم. ایشان در راستای مبادلات کاری برای عضویت مؤسسه خیریه گل نرگس در فدراسیون دعوت به عمل آورد. بیش از ۹۵ کشور در این سازمان عضو هستند.

در حاشیه نشست سازمان اکشن اید[1] یکی از سازمان‌های مهم بین‌المللی که در

1- Action Aid

بسیاری از کشورهای جهان شعبه داشته و در جهت کمک به کشورهای محروم مخصوصاً زنان و کودکان بسیار فعال است، با خانم مونیکا تالمن رییس بخش اروپایی شورای بین‌المللی زنان که دارای قدمتی ۱۲۸ ساله در دنیاست و ده‌ها عضو دارد گفتگویی صمیمانه داشتم. خانم تالمن از بنده برای شرکت در مجمع عمومی این شورا در پایان آوریل در تونس دعوت به عمل آورد.

همچنین در نمایشگاهی که کشورهای مختلف در آن حضور داشته و محصولات خود را عرضه می‌کردند شرکت کرده و محصول چایِ به و زعفران را که حاصل دسترنج زنان سرپرست خانوار در مؤسسه پیوند گل نرگس بود را برای فروش ارائه نمودم که خوشبختانه استقبال خوبی از میز ایران به عمل آمد. در طول نمایشگاه، خانم کارول هنلن عضو عالی‌رتبه بخش استرالیا در فدراسیون بین‌المللی زنان صاحب حرفه تجاری، همکاری بسیار خوبی با بنده داشت و در تمام مدت در کنار میز ایران برای فروش محصولات همکاری کرد.

سپس در راهپیمایی زنان که باهدف اتحاد و انسجام زنان دنیا برای توانمندسازی اقتصادی زنان و توسعه پایدار و صلح صورت گرفت شرکت نمودم در این راهپیمایی خانم سوزان اومالی نماینده فدراسیون بین‌المللی زنان صاحب حرفه تجاری در سازمان ملل سخنرانی نمودند، در حاشیه این راهپیمایی، نمایش خط‌نویسی از سوی سازمان غیردولتی زنان از کشور چین برگزار شد. نوشته‌ها به زبان چینی بود و حاوی پیام صلح و دوستی و توانمندسازی زنان بود.

سازمان ملل نیز نشستی با سازمان‌های غیردولتی برگزار نمود. در این نشست دبیر کل سازمان ملل متحد و رییس اجرایی کمیسیون مقام زن در رابطه با نقش سازمان‌های غیردولتی در عملی شدن طرح‌ها و پروژه‌هایی که ما را به‌سوی دنیای سالم‌تر سوق خواهد داد تأکید کردند. زمانی برای پرسش و پاسخ اختصاص‌یافته بود که نمایندگان بعضی از سازمان‌ها مسائل خود را مطرح کرده و جواب دریافت نمودند. نکته جالب این بود که در کنار صندلی‌های مسئولان، صندلی خالی قرار داشت که به‌منظور احترام به آن عده از فعالین حقوق زنان در جاهای مختلف دنیا بود که به دلایل مختلف، فرصت حضور در این نشست را پیدا نکرده بودند.

انجام کار داوطلبانه موفق

ترجمه:
حسن قاسمی
دانشجوی دکتری
زبانشناسی

در این مقاله موضوع اصلی مورد بحث بررسی مشکلات داوطلبینِ فعالیت‌های داوطلبانه برون‌مرزی و پیشنهاد راه‌حل در این موارد است، اما با کمی دقت نظر می‌توان این مشکلات و معضلات را به سفرهای داوطلبانه درون‌مرزی کشور خودمان همانند سفر گروه پزشکان به روستاهای دورافتاده و یا اردوهای جهادی و حتی بعضاً به کل فعالیت‌های داوطلبی تعمیم داد. ازاین‌رو نکاتی که در مقاله برای حل مشکلات داوطلبین ارائه می‌شود برای مؤسسات خیریه ایران مفید و بعضاً ضروری به نظر می‌رسد.

Ghasemi.ling@gmail.com

انجام کار داوطلبانهٔ موفق

ایزابل واندرهید[1] از پروژه‌های داوطلبی خایا[2] که فرصت کارهای داوطلبانه برای پروژه‌های آسیایی و آفریقایی را مهیا می‌کند، می‌گوید: سازمان‌های کار داوطلبانه باید با روشی واقعی، در انجام تعهد داوطلب و برای به نتیجه رسیدن آن، شرکت و همکاری کنند. او تجارب برخی از داوطلبان و دو مدیر را در این زمینه برای روشن شدن پیامش نقل می‌کند.

تعطیلاتی که کار داوطلبانه در آن انجام می‌شود[3] به‌صورت فزاینده‌ای در حال محبوب شدن است و در چند سال گذشته تبدیل به کسب‌وکار بزرگی شده است. سازمان‌های متخصص از همه‌جا مثل قارچ سر برآورده‌اند و داوطلبان را به چهار گوشه دنیا می‌فرستند. بااین‌وجود، تورهای داوطلبانه[4] کاری پرمخاطره‌تر از کار داوطلبانه است که به‌صورت محلی صورت می‌گیرد و باید با دقت مدیریت شود. خیلی چیزها می‌تواند برای داوطلبان و خیریه‌ها مشکل‌ساز شود. اگرچه شکایات زیادی در این زمینه به گوش می‌رسد اما همهٔ آن‌ها قابل پیش‌گیری است.

انتظاراتتان را واقع‌گرایانه کنید.

توماس به‌عنوان معلم در دبیرستان یک شهر در آفریقای جنوبی کار می‌کند و به‌شدت ناامید است. او فکر می‌کند که معلمان محلی تنبل، ناامیدکننده و بی‌تفاوت هستند. آن‌ها در جلسات شرکت نمی‌کنند و روش‌های غلط تدریس را بکار می‌گیرند. درنتیجه، توماس احساس می‌کند که او تغییری نکرده و چیزی به دست نیاورده است. مارتین وندر پوت[5]، مدیر پروژه‌های داوطلبان خایا می‌گوید که این نارضایتی خاص داوطلبان غربی است. داوطلبان دوست دارند فراموش کنند که در آفریقا هستند.

1- Isabelle Vanderheyde
2- KHAYA Volunteer Projects
3- volunteer vacations
4- Voluntourism
5- Martijn van der Put

فرهنگ و تفکر کار آفریقایی با آنچه این داوطلبان با آن آشنا هستند کاملاً متفاوت است. هیچ راهی برای خروج از این وضعیت وجود ندارد و بهتر است که در مقابل تفاوت‌های فرهنگی منعطف باشیم. ناراحت نشوید اگر کسی در جلسه‌ای حاضر نمی‌شود، تنها دلیلش را بپرسید. شاید او مریض بوده باشد و مجبور بوده ساعت‌ها در صف مطب دکترها منتظر باشد؛ شاید مجبور بوده بعد از یک وضعیت جوّی بد، سقف خانه‌اش را تعمیر کند. اگر شما نمی‌خواهید که تفاوت‌های فرهنگی را بپذیرید، متوجه خواهید شد که زندگی در آنجا کاری بسیار سخت خواهد بود.

ساختار فکری ثابت

سونیا وینکنبرگ[6] که هماهنگ‌کننده پروژه‌های ایزیزو[7] در آفریقای جنوبی است، این احساس تمایل را تصدیق می‌کند: داوطلبانی که با ساختار فکری ثابت از راه می‌رسند تمایل دارند که تنها طبق روش‌های خود کار کنند. چنین اشخاصی مطمئناً ناامید خواهند شد چون همه‌چیز در آفریقا آن‌طور که انتظار دارند پیش نمی‌رود. اگر این عنصر کلیدی تشخیص داده نشود، این افراد انگیزه خود را از دست خواهند داد و آن ساختار فکری ثابت، تمام تجارب را پس خواهد زد.

مارتین وندر پوت علت بسیاری از این مسائل را عامل محرک یعنی انتظارات غیرواقعی می‌داند. برخی از داوطلبان بی‌تجربه فکر می‌کنند در عرض یک هفته دنیا را تغییر خواهند داد و می‌خواهند نتایج آن را خیلی زود ببینند. این طرز فکر واقع‌گرایانه نیست. پروژه‌های خیریه خوب با ارزیابی تدریجی و آهسته خود مشهور و برجسته می‌شوند، پروژه‌هایی که در آن کوچک‌ترین تغییر در نوع خود یک معجزه محسوب می‌شود. داوطلبان باید بدانند که یک موقعیت واقعی چیست،

6- Sonja Wiekenberg
7- Izizwe

زندگی روزانه چه شکلی و به چه صورت است و هر پروژه چطور عمل می‌کند.
برای داوطلبان یک شوک فرهنگی اتفاق می‌افتد، اما این شوک نباید با صورتی منفی تجربه شود. یک برنامه هماهنگ‌کننده خوب، داوطلبان را راهنمایی می‌کند که چطور از پس تفاوت‌ها برآیند و از آن‌ها بهره ببرند. این راهنمایی با ایجاد امیدواری‌ها آغاز می‌شود. این وظیفه سازمان است تا به داوطلبانی که خطر ایجاد انتظارات غیرواقعی در آن‌ها وجود دارد، هشدار دهد و آن‌ها را از واقعیت آگاه کند. فرایند آگاهی دادن باید خیلی زود با گنجانده شدن در برگه‌های درخواست داوطلبی آغاز شود. باید یک سند پیش از خروج با اطلاعاتی در مورد کشور موردنظر، فرهنگ آن و پروژه خیریه تهیه شود. سعی شود تفاوت‌های فرهنگی مهم در آن گنجانده و اهمیت آماده‌سازی کاملاً برجسته شود. داوطلبان را تشویق کنند تا خود اطلاعات بیشتری را جستجو کنند و برای آن‌ها کتاب‌ها و وب‌سایت‌هایی تهیه و تدارک ببینند و همچنین توصیف‌نامه‌هایی از داوطلبان قبلی تهیه و تدارک ببینند.

خوش آمدگویی به داوطلبان

زمانی که داوطلبان می‌رسند، هماهنگ‌کننده داوطلبین یکی از مهم‌ترین افراد در سازمان است که پروژه را راه‌اندازی می‌کند. لازم است شخص هماهنگ‌کننده همانند یک مربی به تازه‌واردها خوش‌آمد بگوید و اطراف را به آن‌ها نشان دهد. همچنین با تازه‌واردها همراه باشد و همهٔ جنبه‌های کار داوطلبی را برای آن‌ها مطرح و توضیح دهد. سونیا ویکنبرگ اضافه می‌کند که این فرایند راهنمایی باید تمام طول مدت حضور آن‌ها در پروژه به‌صورت مداوم ادامه پیدا کند. همچنین برای صحبت کردن پیرامون تجارب آن‌ها وقت صرف شود، از آن‌ها پرسیده شود که اگر با مشکلی مواجهه شدند، یا اگر ایده‌های جدید داشتند و یا نیازمند راهنمایی بودند چه کار می‌کردند. شخص هماهنگ‌کننده‌ای که فرهنگ غرب و فرهنگ محلی را می‌شناسد، تجربه شخصی او در کارهای داوطلبانه بین‌المللی به او کمک می‌کند تا در مورد تفاوت‌های فرهنگی منعطف باشد. این افراد باید مانند واسطه بین کارگران محلی و کارگران خارجی عمل کنند و به داوطلبان در مورد اینکه چطور با طرز فکر کارگران محلی کنار بیایند، آموزش دهند.

یکپارچه کردن داوطلبان در درون سازمان

اِوا می‌خواست تا به‌عنوان یک پرستار در یک مرکز کار کند اما علی‌رغم بی‌میلی‌اش به امور دیگر گماشته شد. او مجبور بود در واحد توزیع غذا مشارکت کند، در یک گروه

حمایتی از زنان خانه‌دار حاضر شود و در مرتب کردن لباس‌ها در واحد لباس کمک کند. این آن چیزی نبود که او انتظارش را داشت؛ او برای کارهای بهتر دیگری مناسب است و درک نمی‌کند که چرا مجبور است وظایف احمقانه مانند آن‌ها را انجام دهد.

یک نارضایتی شناخته‌شده! مارتین وندر پوت تصدیق می‌کند که اگر داوطلبان کار غیرمفیدی انجام دهند و از کارها و امور واقعی دور نگه داشته شوند به‌راحتی تحت تأثیر قرار خواهند گرفت. این امر ممکن است به دلیل مدیریت بد پروژه و تدارک ضعیف باشد. شما به‌عنوان یک سازمان می‌توانید جلوی هر دو مورد را بگیرید.

پروژه‌ای که می‌خواهد حمایت خارجی را جلب کند باید برای داوطلبان جایگاهی کاملاً مشخص در درون سازمان خود در نظر بگیرد. سونیا و مارتین هر دو با این موضوع موافق هستند. هماهنگ‌کننده داوطلبین و مدیر پروژه باید از پیش این موضوعات را بحث کنند که داوطلب چه کسی است، چه توانایی‌هایی دارد و در کجا از این توانایی‌ها به بهترین شکل استفاده می‌شود. لازم است تا ساختاری سازمان‌یافته برای وظایف وجود داشته باشد؛ وظایفی که هم به نفع پروژه و هم به نفع داوطلب است. چنین ساختاری داوطلب را قادر می‌سازد تا ایده‌های جدید، دیدگاه‌های تازه و روش‌های نو ابداع کند و همچنین افراد درگیر در پروژه را قادر می‌سازد تا دریابند چقدر می‌توانند در انجام پروژه مهم باشند. یک داوطلب باید در کل پروژه شرکت داده شود، در جلسات حاضر شود، در مورد ایده‌های جدید بحث و گفتگو کند، نوآوری‌های جدید خلق کند و در فعالیت‌های دیگر نیز شرکت کند. در روز پایانی این اقدامات می‌تواند به نفع پروژه باشد.

وظایف به‌طور روشن توضیح داده شود

در یک زمان مشخص باید وظایف به‌صورت روشن برای داوطلبان شرح داده

شود. تاریخ و روش‌های پروژه موردنظر، اینکه چه کارهایی باید انجام شود و چرا این کارها مهم هستند، باید مشخص شود. مسئولیت‌ها باید توضیح داده شوند و اینکه این مسئولیت‌ها در خدمت چه اهدافی خواهند بود. برخی از داوطلبان فکر می‌کنند که برخی وظایف در شأن آن‌ها نیست و این مسئله به این علت است که آن‌ها آنچه برای هدف ضروری و لازم است را درک نمی‌کنند. برای نمونه هماهنگ‌کننده اِوا می‌توانست برای او توضیح دهد برای بهتر شدن درمان لازم است بیماران ایدز خیلی خوب تغذیه شوند، ازاین‌رو اهمیت واحد غذا که او در آن مشغول به کار بود، مشخص می‌شد. نیاز است مادرها یاد بگیرند که چطور پرستاری و مراقبت‌های پایه‌ای را برای اعضای خانواده را انجام دهند. به این دلیل است که یک پرستار باید در گروههای حمایتی حضور داشته باشد. این وظایف برای رشد انجمن بنیادی بوده و به‌هیچ‌وجه کارها و وظایف احمقانه‌ای نیستند.

پیوند زدن امور عملی

لورا به‌عنوان یک مددکار اجتماعی در بخش مراقبت از کودکان کار می‌کند. او این کار را دوست دارد اما به خاطر مدیریت عملی مربوط به اقامت خود ناامید شده است. او در یک خانه دانشجویی نامناسب می‌خوابد و مجبور است رفت‌وآمد خود به محل پروژه را خودش مدیریت کند و همچنین مسئولیت غذا با خودش است. علاوه بر این او یک چمدان نیز در فرودگاه گم کرده است و سازمان در این رابطه کمکی به او نکرده است. او احساس می‌کند به او دستبرد زده‌اند و می‌خواهد پولش به او برگردانده شود.

به‌عنوان یک سازمان شما باید تصمیم بگیرید که چه امکاناتی را فراهم خواهید کرد. آیا این امکانات شامل یک بسته کامل (همراه با بلیت هواپیما، ویزا، محل اسکان، غذا، حمل‌ونقل، کار) خواهد بود. آیا شما به‌راحتی یک داوطلب را به پروژه ملحق می‌کنید یا آیا این وظیفه را نیمه‌کاره رها می‌کنید؟

از پیش همه‌چیز را مشخص کنید

واقع‌گرا باشید. اگر شخصی را به قلب جنگل‌های بارانی می‌فرستید، مجبورید به او حمایت‌های بیشتری برسانید. مارتین وندر پوت توصیه می‌کند که هر آنچه را که شما انتخاب می‌کنید، از پیش مشخص کنید که چه افرادی باید انتظار دریافت پول داشته باشند. برنامه‌های عملی را ترتیب دهید و در آن‌ها دستمزدهایی که برای داوطلبان در نظر می‌گیرید را محاسبه کنید. یک سند تنظیم کنید که توصیف دقیق با تمام جزئیات، از آنچه داوطلب دریافت خواهد کرد و اینکه برای آن‌ها چقدر هزینه می‌شود، در آن ذکر شده باشد. با این روش شما از سوءتفاهم‌ها و شکایات و نارضایتی جلوگیری می‌کنید. علاوه بر این، توضیح دهید که داوطلب باید از چه چیزهایی مراقبت کند: آنچه آن‌ها مجبورند همراه خود بیاورند عبارت است از ویزا، پاسپورت، واکسن‌ها، بیمه و .... این لیست می‌تواند موارد بیشتری نیز داشته باشد. با تأکید بر این اطلاعات از سردرگمی جلوگیری می‌کنید. این مسئله را با تکرار بگوید که همه‌چیز ممکن است به مشکل بخورد و برای همین است که وجود سازمان محلی و همچنین یک هماهنگ‌کننده مهم است. این امر برای یک سازمان کار عاقلانه‌ای است که با کارمندانی کار کند که با منطقه آشنایی دارند و در هر زمانی برای هر مشکلی که به کمک آن‌ها نیاز است، حاضر بوده و پادرمیانی کنند. اگر نمی‌توانید این کار را خودتان انجام دهید از سازمان دیگری که در آن کشور وجود دارد برای انجام آن کمک بگیرید.

یک معارفه خوب و مناسب داشته باشید

سونیا ویکنبرگ می‌افزاید که یک نارضایتی معمول این است که از داوطلبان به‌طور شایسته استقبال نمی‌شود و آن‌ها احساس سردرگمی می‌کنند و نمی‌دانند که از کجا باید کار خود را شروع کنند. شخص هماهنگ‌کننده باید یک معارفه خوب ارائه کند و به داوطلبان اطراف را نشان دهد و به آن‌ها کتابچه‌هایی بدهد که دارای اطلاعات مفیدی مانند شماره تماس‌ها، نقشه و غیره باشد. همچنین داشتن یک مربی بومی در پروژه مفید است تا به داوطلبان در شروع کار کمک کند.

با یک خط‌مشی اخلاقی زندگی کنید

متیو یک کارگر ساختمانی است و به ساخت یک مدرسه در یک روستای کوچک کمک می‌کند. بعد از گذشت یک هفته از کار، دکتر بومی به او می‌گوید که شهر نزدیک به اینجا یک مدرسه خوب دارد. تنها چیزی که واقعاً بچه‌های اینجا به آن نیاز دارند یک اتوبوس است که آن‌ها را به آن مدرسه ببرد؛ ساخت یک مدرسه، تهیه لوازم آموزش و پیدا کردن معلم سال‌ها طول می‌کشد. علاوه بر این، متیو داوطلبانی را ملاقات می‌کند که برای همان کار پول بسیار کمی دریافت می‌کنند. بقیه پول کجا می‌رود؟

کار داوطلبانه می‌تواند به چیزهای خیلی خوبی منتهی شود اما عکس این موضوع هم وجود دارد. سازمان‌هایی که اهداف نادرستی را ارائه می‌کنند و همکاری و هماهنگی ضعیفی دارند، می‌تواند باعث آسیب و ضرر شوند. این وظیفه داوطلب سازمان است که از قوانین کار داوطلبانه اخلاقی پیروی کند.

دکتر کیت سیمسون[8]، کارشناس بین‌المللی کار داوطلبانه، برخی از قوانین بنیادی را در وب‌سایت خود ethicalvolunteering.org قرار داده است. او می‌گوید تنها پروژه‌هایی

8- Doctor Kate Simpson

که شخصاً از آن‌ها آگاه هستید را ارائه و از اول تا آخر در صفحه‌های اینترنتی نمایش دهید. یک پروژه خوب باید یک تعهد بلندمدت را در قبال جامعه محلی دنبال و طبق اصول کار کند و افراد محلی را در سازمان خود وارد و همراه کند.

"چک کنید که آیا پروژه‌های شما به نتایج بلندمدت دست خواهد یافت؛ و مشکلات رایج را مرتفع و راه‌حل‌های منطقی ارائه می‌کند. مطمئن شوید که داوطلبان واقعاً برای یک‌چیز با ارزش همکاری و کمک می‌کنند." طبق نظر مارتین وندر پوت، سازمانی که تنها به فکر کسب سود است تا جایی که می‌تواند داوطلبان زیادی را اعزام می‌کند که به مسائل اخلاقی توجهی ندارند.

از تصویرسازی‌های بسیار مثبت اجتناب کنید

مارتین وندر پوت می‌گوید "صادق باشید" بزرگ‌ترین دروغی است که سازمان‌ها می‌گویند؟ این حکایت بازاریابی‌هایشان است. البته که شما قصد دارید که پروژه‌هایتان جذاب به نظر برسند، اما از تصویرسازی‌های بسیار مثبت آگاهی داشته باشد. شعارهایی مانند آفریقا را دگرگون کنیم یا زندگی این بچه را نجات دهید واقعاً در آن‌ها مبالغه شده است و باعث گمراه کردن انرژی افراد داوطلب می‌شود. شما باید به افراد داوطلب این شانس را بدهید که تا با

در اختیار گذاشتن اطلاعات درست تصمیمی معقول اتخاذ کنند. علاوه بر این صداقت به امور مالی نیز مربوط می‌شود. طبیعی است که بخشی از دستمزد داوطلب به اداره کل و بخش هماهنگی می‌رود اما باید سهم بزرگی از آن مستقیماً برای پروژه صرف شود. مارتین وندر پوت با این مسئله موافق است اما به داوطلبان توصیه می‌کند وقتی در حال انتخاب سازمانی هستند این موضوع را در نظر بگیرند.

برخی از سازمان‌ها از ضوابط پرسروصدایی مانند صندوق اعتماد و سازمان‌های غیردولتی استفاده می‌کنند. بله! در تئوری، آن‌ها بخشی از دستمزد را به پروژه اختصاص می‌دهند اما چقدر از آن را؟ ۱ یا ۷۰ درصد از آن؟ تا حد امکان در مورد اینکه چقدر از دستمزد داوطلبان به پروژه اختصاص می‌یابد شفاف باشید. سازمانی که به این مسئله پاسخ ندهد یکی از سازمان‌های بد بوده و باید از آن اجتناب کرد.

داوطلبی پایدار

ترجمه:
احمدیوسفی هنومرور
دانشجوی دکتری
مدیریت صنعتی

کارولین آنسون[1] مدیر برنامه شورای خدمات داوطلبانه بیرمنگام[2]، بیان می‌دارد: در این زمان که ظرفیت‌های مالی کاهش یافته است، بخش سوم بیشتر از همیشه به داوطلبان برای ارائه خدمات ضروری به مخاطبین، تکیه دارند. درنتیجه در این مقاله سعی داریم راه‌های پاسخ به این سؤال را مورد بررسی قرار دهیم که چگونه شما می‌توانید داوطلبان را استخدام و حفظ کرده و پاداش دهید؟

متأسفانه، نمونه‌های بسیاری از مدیریت ضعیف داوطلبان در این بخش وجود دارند. بسیاری از سازمان‌ها متوجه شده‌اند که داوطلبان همانند کارکنان خودشان نیستند، اما آن‌ها به اشتباه این باور را درون سازمان اینگونه ترجمه می‌کنند که داوطلبان به تشویق و جهت‌دهی کمتری نیاز دارند، و این زمانی است که آن‌ها به دردسر می‌افتند.

شغل من اداره یک مرکز داوطلبی است، این مرکز بر روی ارائه خدماتی تمرکز دارد که تجارب مثبتی برای داوطلبان و سازمان‌هایی که میزبان آن‌ها هستند، خلق می‌کند. ما خیریه‌ها را تشویق می‌کنیم تا داوطلبان را به‌عنوان بخشی با ارزش از

1- CAROLINE ANSON
2- BIRMINGHAM VOLUNTARY SERVICE COUNCIL

a.yousefi_im@yahoo.com

تیم خود و همانند کارکنان حقوق‌بگیر خود ببینند، درحالی‌که مدیریت آن‌ها نیاز به برخی از ملاحظات خاص دارد. در اینجا برخی از پیشنهادها برای داوطلبی پایدار ارائه می‌شود:

فرآیند با انتشار پست‌های خالی شروع می‌شود. ساده‌ترین راه برای رسیدن به این هدف، تبلیغ پست‌های بدون متصدی در پایگاه ملی داده است. این روش هم سریع و آسان است و هم پایگاهی آنلاین فرصت‌های داوطلبانه را برای متقاضیان فراهم می‌کند. همچنین پایگاه ملی داده از طریق مرکز داوطلبی محلی خودتان با شما به‌عنوان میزبان بالقوه داوطلبان لینک می‌شود، آنگاه مرکز می‌تواند به شما در پر کردن پست‌های بدون متصدی‌تان کمک کند.

در مرحله بعد، به‌عنوان مدیر منابع انسانی می‌توانم به شما بگویم، مهم است که نقش‌های مشخص و دقیق و مهارت‌های خاص را عرضه نمایید. هر داوطلب دلایل خود را برای انجام این کار دارند، اما مطمئن باشید که هر کس می‌خواهد احساس مثبتی در مورد مشارکت خویش داشته باشد و می‌دانیم که آن‌ها در نقشی کار می‌کنند که از آن لذت ببرند و به‌خوبی قادر به انجام آن باشند. به‌احتمال زیاد اگر داوطلبان جزئیات بیشتری از آنچه که در حال ارائه هستید را بدانند، می‌توانند بگویند که آیا برای شرایط و ویژگی‌های فردی‌شان مناسب است یا نه.

سپس، هنگامی‌که برای مصاحبه و یا انتخاب یک داوطلب وقت می‌گذارید، زمان خود را نه‌فقط به توانایی داوطلب برای کمک به سازمان بلکه برای درک وی و هدف آن‌ها از دستیابی به این موقعیت، صرف کنید. نگاه به داوطلبی باید تغییر پیدا کند. شما کارکنانی کامل و متخصص را با هزینه کم و یا بدون هزینه به دست می‌آورید در عوض، آن‌ها چیزهای با ارزش دیگری به دست می‌آورند. چیزهایی مانند اعتمادبه‌نفس در قابلیت اشتغال، و یا یادگیری مهارت‌های جدید در مقابله با چالش‌ها. کار شما به‌عنوان یک مدیر داوطلب خوب این است که از توانایی حمایت یک داوطلب در مسیر هدف شخصی‌اش اطمینان حاصل کنید. در غیر این صورت باید با آن‌ها در ابتدا صادق باشید و بگویید که این فرصت داوطلبی نیازهای شما را برآورده نمی‌کند. نه‌تنها این عادلانه است، شما را نیز در برابر چرخش (نرخ جذب و دفع) بالای داوطلبان محافظت می‌کند.

هنگامی‌که شما مناسب‌ترین داوطلب را برای فعالیت خود انتخاب کردید، زمان شروع می‌رسد. من معتقدم که بهترین سرمایه‌گذاری برای ایجاد پایداری این است که مطمئن شده باشید که فرآیند کار داوطلبی به خوبی و عمیقا درک شده است.

داوطلب را به نقش و توانایی‌های خودش ربط دهید و به وی بگویید که چگونه مشارکتشان برای سازمان‌تان با ارزش خواهد بود.
همان‌طور که همه ما می‌دانیم، برخورد اول حیاتی است. زمانی که در اطرافتان به دنبال یک‌خانه جدید هستید، با قدم زدن در داخل خانه در عرض ۱۰ ثانیه متوجه می‌شوید که بدردتان می‌خورد یا نه. شروع یک کار جدید، با حقوق یا بدون حقوق، با انتخاب خانه تفاوتی ندارد، این شانس به نفع شما است و به شما کمک می‌کند که داوطلب جدید با کار جدید خود خو بگیرد و سریع به یک فرد مؤثر تبدیل‌شود.
اگر از تمامی این اقدامات پیروی کرده باشید، پس شروع خوبی دارید، اما یک نکته مهم وجود دارد، هنوز کارهای بیشتری باید انجام دهید. ازاین‌رو، برای جذب داوطلب باید به این اطمینان برسید که داوطلبان خود را با سازمان یکی می‌دانند.

اگر امکان دارد، ایمیل‌های سازمانی شامل مکاتبات گسترده سازمان را به آن‌ها اختصاص دهید.

در مورد این که چگونه شما می‌توانید بینش و دانش داوطلبان خود را به توسعه سازمان پیوند دهید، فکر کنید. می‌توانید داوطلبان را به جلسات کارکنان دعوت کنید (ما این کار را در شورای خدمات داوطلبانه بیرمنگام انجام می‌دهیم)، و یا شاید نیاز به پیدا کردن راه‌هایی انعطاف‌پذیرتر برای به دست آوردن نهاده‌ها دارید، مانند دسترسی از راه دور؟ از چه طریق دیگری می‌توانید آن‌ها را درگیر کنید؟ برای حفظ داوطلبان، آن‌ها نیاز به احساس ارزشمند بودن دارند و شما به‌احتمال‌زیاد از بینش آن‌ها منافعی را به دست می‌آورید.

در نظر بگیرید به چه اقداماتی نیاز دارید تا فعالیت‌های داوطلبان خود را بررسی کنید برای مثال ارائه خدمت و پشتیبانی از آن‌ها. یکی از کارکنان مسئول را به پشتیبانی از داوطلبان اختصاص دهید و مراقب باشید که وقت داوطلبان را تلف نکنید. اطمینان حاصل کنید که سیستمی برای شناسایی مواردی که داوطلبان نیاز به آموزش و یا پشتیبانی بیشتر دارند، در سازمان شما وجود دارد. واضح است که این کار هزینه‌های آموزش را افزایش می‌دهد، اما آن را به‌عنوان یک سرمایه‌گذاری ببینید

کارولین آنسون مدیر برنامه شورای خدمات داوطلبانه بیرمنگام، می‌گوید: یک چالش برای بخش سوم، که رو به افزایش است، وَهم کوتاه‌مدت گرایی در کار داوطلبانه است. مواضع کوتاه‌مدت‌تر برای مدیریت سخت‌تر هستند و نیاز به مدیریت بیشتری دارند. توصیه من این است که برای داوطلبانی که می‌خواهند تعهدشان را گسترش دهند، الهام بخش بلندمدت گرایی باشید. توجه داشته باشید که بلند مدت به معنی دشواری کار نیست، به داوطلبان اطمینان دهید که حتی یک یا دو ساعت در هفته فعالیت آن‌ها برایتان ارزشمند است. این باید امیدوارکننده باشد نه اینکه آن‌ها را بترساند. اگر داوطلبی با زمان بسیار کمی شروع کرد، شما در آینده همیشه فرصت افزایش این ساعت را دارید.

حالا به پاداش می‌رسیم. قانونی که باید ازش پیروی کنید این است که داوطلبان نباید از جیب شما خارج شوند. این به این معنی است که هر زمانی که ممکن بود، هزینه‌های فعالیت داوطلبان مثل هزینه سفر باید به طور معقولی ارائه شود. اطمینان حاصل کنید که شما هزینه‌های واقعی

را به داوطلب پرداخت می‌کنید (آن‌ها باید فاکتورها را ارائه کنند)، این روش بهتر از ارائه "کمک‌هزینه" است، زیرا در قانون مدنی کمک هزینه به عنوان حقوق و دستمزد ضمنی که درنتیجه بخشی از یک قرارداد استخدامی پرداخت می‌شود، تفسیر شده است. از این رو ارائه کمک هزینه کار را پیچیده می‌کند اما شما می‌تواند به‌راحتی با یک روش هزینه‌یابی قوی باعث ممانعت از آن شوید.

درنهایت، هرگز نمی‌توان مدیریت داوطلبی را بدون توجه به قانون موردبحث قرار داد. به‌وضوح هر وضعیتی متفاوت است، اما به‌عنوان یک قاعده کلی حداقل ضروری است که شما باید بیمه مسئولیت، سیاست‌های قوی بهداشتی و ایمنی و روش‌های پرداخت صورتحساب خود را داشته باشید.

ممکن است برای مدیریت داوطلبان دلهره‌آور به نظر برسد، اما به یاد داشته باشید که پشتیبانی وجود دارد. نه‌تنها شما می‌توانید دسترسی به سازمان حمایت بخش

داوطلبانه محلی خود داشته باشید، بلکه شما می‌توانید از پورتال مدیریت داوطلب، اداره شده توسط داوطلب انگلستان مشاوره بگیرید.
داوطلب می‌تواند ارزش‌های بزرگی را برای سازمان شما و ذینفعان آن داشته باشد، اما تنها اگر شما بستر مناسب را فراهم آورید.
در اینجا پنج نکته مدیریت داوطلب عبارت‌اند از:
۱- دسترسی به پشتیبانی از مرکز داوطلب محلی خود برای توسعه سیاست‌ها و روش‌های استخدام داوطلب.
۲- تدوین یک شرح نقش و مهارت‌های مشخص روشن برای هر پست بلا تصدی.
۳- اتحاد و یکپارچگی داوطلبان با سازمان.
۴- ارائه پشتیبانی و نظارت برای هر داوطلب.
۵- تقدیر از مشارکت داوطلبان، اجازه دهید آن‌ها بدانند که ارزشمند هستند!

سلسله
نشست‌های
تخصصی

سلسله نشست های تخصصی

خیرماندگار

مباحث نوین امر خیر در ایران

مراکز رشد
با رویکرد
امور خیر

دکتر علی صفری
دکتری مدیریت بازرگانی
عضو هیأت علمی دانشگاه اصفهان

موضوع سخنرانی بنده مراکز رشد خیریه، مراکز رشد و کارآفرینی است که برای این امر با توجه به تجربه‌ای که در مراکز رشد به‌عنوان ریاست مرکز رشد دانشگاه اصفهان، عضویت در شورای پذیرش مرکز رشد، عضویت در شورای راهبردی شهرک فناوری اصفهان و داوری جشنواره شیخ بهایی دارم مطالبی را ارائه می‌کنم. در ابتدا مقوله کارآفرین، تقسیم‌بندی و راه‌های آن ارائه می‌شود، سپس مرکز رشد و مأموریت‌های آن را تعریف می‌کنم، پس از آن بررسی می‌کنم که این مأموریت‌ها در خیریه چه شکلی به خودش می‌گیرد و این موضوع چه چالش‌ها و فرصت‌هایی بوجود می‌آورد.

مفهوم کارآفرینی

مفهوم کارآفرینی فلسفه وجود مرکز رشد است که از آن تعاریف متعددی وجود دارد. تعریف ساده آن تبدیل ایده به کسب‌وکار جدید و یا استفاده از فرصت‌های جدید برای توسعه کسب‌وکار است. کارآفرینی در تعریف عملیاتی باید سه ویژگی داشته باشد، ۱. خلاقیت، یعنی ایجاد یک ایده جدید ۲. نوآوری، یعنی تبدیل ایده جدید به محصول، خدمت و یا فرآیند جدید ۳. پایداری کسب‌وکار ایجادشده حداقل تا ۵۰ ماه، یعنی کسب‌وکار دوران طفولیت خود را گذرانده باشد.

در ذهنیت عموم، کارآفرینی باید شغل ایجاد کند درحالی‌که شغل یک کارکرد کارآفرینی است، کارآفرینی ایجاد ظرفیت می‌کند در بعضی موارد هیچ شغلی ایجاد نمی‌شود اما کارآفرینی است. یکی از مهم‌ترین مزایای کارآفرینی ایجاد شغل است، از دیگر مزایای آن رشد متوازن و افزایش صادرات است.

تعریف کارآفرین

بر اساس تعریف جهانی کارآفرین کسی است که ایده جدید دارد، آن را تبدیل می‌کند به محصول و کسب‌وکاری ایجاد کند به‌طوری‌که حداقل ۵۰ ماه پایدار بماند. پس کارآفرینی با خلاق بودن تفاوت دارد، در ایران خیلی‌ها خلاق هستند، تعداد ثبت اختراع در ایران به‌شدت زیاد است اما کارآفرین نیستند. اختراع به‌خودی‌خود ارزش‌آفرینی نمی‌کند. پس کارآفرینی یک فرایند است و هرکسی این فرآیند را طی کند کارآفرین است.

کارآفرینی مستقل و سازمانی

کارآفرینی ۲ نوع اصلی دارد، کارآفرینی مستقل و کارآفرینی سازمانی.

کارآفرینی مستقل یعنی ایجاد کسب‌وکار خصوصی. ایده با هدف سودآوری و انتفاع تبدیل به کسب‌وکار می‌شود و حداقل یک شغل برای خود کارآفرین ایجاد می‌شود، گاهی هم تعداد بیشتری، که همان یک شغل هم به‌شدت ارزشمند است.

نوع دیگر کارآفرینی در بستر سازمان اتفاق می‌افتد، یعنی من نوعی، کارمند دانشگاه اصفهان هستم، ایده‌ای برای بهبود سیستم کاری دانشگاه دارم؛ در سازمان باید سیستمی وجود داشته باشد که ایده را بگیرد، پالایش کند و در صورت تأیید روی آن سرمایه‌گذاری کند تا ایده اجرا شود، در این نوع کارآفرینی شغل ایجاد نمی‌شود

بلکه بهبود و توسعه اتفاق می‌افتد یا مثال دیگر تولید یک محصول جدید در یک کارخانه است.

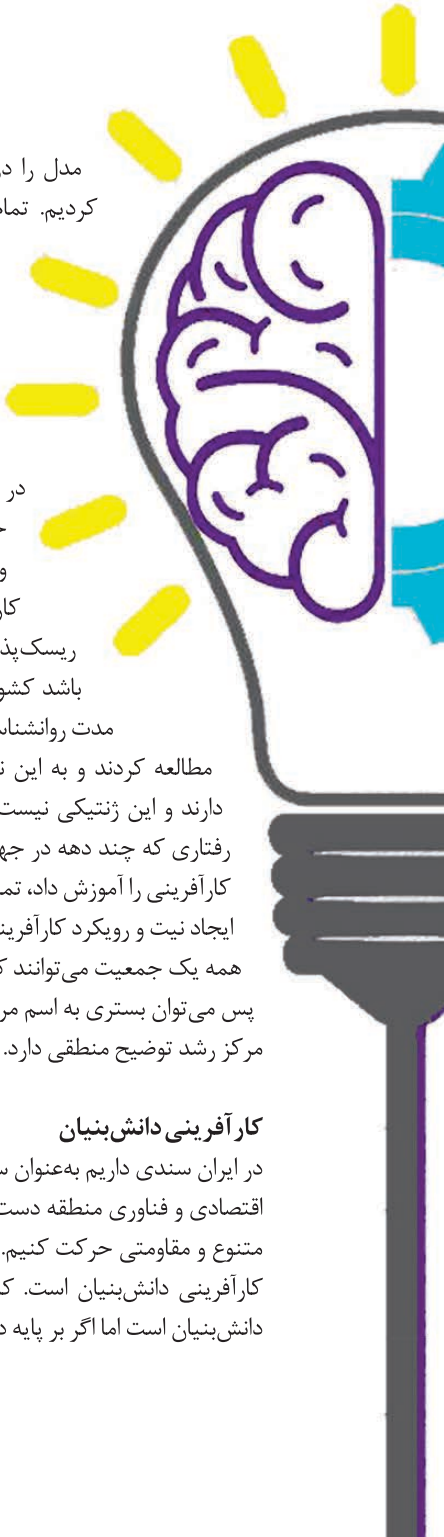
کارآفرینی اجتماعی، دولتی و خصوصی

در تقسیم‌بندی دیگر، بعد دیگری ایجاد شده است به نام کارآفرینی اجتماعی. کارآفرینی اجتماعی خودش به کارآفرینی اجتماعی دولتی و خصوصی تقسیم‌بندی می‌شود. در کارآفرینی مستقل هدف ایجاد کسب‌وکار و به دست آوردن سود است که ایرادی هم ندارد، در کارآفرینی سازمانی هدف رشد سازمان است، اما در کارآفرینی اجتماعی هدف بهبود اجتماعی است به‌عبارت‌دیگر کمک به رشد و توسعه جامعه یا کمک به بهبود آن.

در هر جامعه‌ای که دولت متولی کارآفرینی شود بیشترین ضربه را مردم می‌خورند. در ایران دولت کارآفرین است درحالی‌که دولت باید بسترساز باشد، یکی از بزرگ‌ترین عوارض این موضوع رشد نامتقارن و نامتوازن در کشور است یعنی هرجا سیاسیون برد بیشتری داشته باشند آنجا رشد بهتری پیدا می‌کند. برای مثال طرح اصلی فولاد مبارکه اصفهان باید در هرمزگان شکل می‌گرفت، این پروژه در هرمزگان ۲۰ درصد هم پیشرفت می‌کند، اما در آن دوره سیاسیون، فولاد مبارکه را می‌آورند به فلات مرکزی، یعنی آن ۲۰ درصد را تعطیل می‌کنند. حال برای انتقال تجهیزات از هرمزگان به اصفهان می‌بینند پل‌های مسیر در برابر وزن این تجهیزات مقاومت ندارد، شروع می‌کنند به مقاوم‌سازی پل‌های مسیر تا انتقال را انجام دهند. خوب نتیجه چه شد؟ در فلات مرکز باعث رشد بیشتر یک کلان‌شهر شدیم و بحران محیط‌زیست و آب و رشد نامتوازن ایجاد کردیم. مثال‌هایی ازاین‌دست در ایران به‌شدت زیاد است چون دولت کارآفرین است.

اگر دولت بسترساز شود ملت روستای مصر را در کویر ایران به یک روستای جهانی تبدیل می‌کنند، به‌طورکلی با توجه به تاریخ زیست ایرانیان اگر دولت بسترساز شود ملت تحولات بزرگی را ایجاد می‌کند پس کارآفرینی اجتماعی دولتی مطلوب نیست و باید به سمت کارآفرینی اجتماعی خصوصی و غیرانتفاعی برود.

ما در یک تحقیق مدل کارآفرینی اجتماعی را از نهج‌البلاغه استخراج کرده و این



مدل را در بین کارآفرینان اجتماعی شهر اصفهان مطالعه کردیم. تمام مسائلی که حضرت علی -علیه‌السلام- درباره شخصیت و اعتقادات کارآفرین می‌گویند و نتایجی که می‌گیرند، همه فردی است، هیچ‌کدام به دولت و حکومت بازنمی‌گردد، اصلاً دولت نباید متولی شود.

رویکردهای ویژه‌یاب و رفتاری

در کارآفرینی ۲ رویکرد داریم، در رویکرد اول که باز حدود ۲۰ سال در ایران حاکم بوده است رویکرد ویژه‌یاب است، در این رویکرد می‌گویند کارآفرین، کارآفرین به دنیا می‌آید، از همان اول فرد، خلاق و ریسک‌پذیر است و در نهایت کارآفرین می‌شود، اگر این‌طور باشد کشور به نسل و پیشینه خودش وابسته است. در این مدت روانشناسان روی ویژگی‌های ابعاد روان‌شناختی کارآفرینان مطالعه کردند و به این نتیجه رسیدند که ویژگی‌های کارآفرینان را همه دارند و این ژنتیکی نیست. از این جهت رویکردی ایجاد شد به نام رویکرد رفتاری که چند دهه در جهان و یک دهه در ایران حاکم است، یعنی می‌توان کارآفرینی را آموزش داد، تمام تحقیقات نشان می‌دهد آموزش کارآفرینی باعث ایجاد نیت و رویکرد کارآفرینی در افراد می‌شود. پس کارآفرین استثناء نیست و همه یک جمعیت می‌توانند کارآفرین شوند. اگر کارآفرینی را بشود تدریس کرد پس می‌توان بستری به اسم مرکز رشد ایجاد کرد، یعنی در پارادایم رفتاری ایجاد مرکز رشد توضیح منطقی دارد.

کارآفرینی دانش‌بنیان

در ایران سندی داریم به‌عنوان سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ که باید به جایگاه اول علمی، اقتصادی و فناوری منطقه دست‌یابیم، ازاین‌رو باید به سمت اقتصادی دانش‌بنیان، متنوع و مقاومتی حرکت کنیم. اساس اقتصاد مقاومتی بر پایه کارآفرینی خصوصاً کارآفرینی دانش‌بنیان است. کارآفرینی اگر بر اساس ماده باشد کارآفرینی غیر دانش‌بنیان است اما اگر بر پایه دانش باشد، دانش‌بنیان است. برای مثال دارویی که

تنها ۵ قطره دارد، اما قیمت آن صد هزار تومان است، این ۵ قطره و بسته‌بندی آن شاید بیست هزار تومان هم نباشد اما مابقی قیمت آن به خاطر دانش پشت این دارو یعنی همان فرمولاسیون آن است. این دانش نه تمام می‌شود و نه قابل تحریم است، اما کارآفرینی غیر دانش‌بنیان را می‌توانند مواد اولیه‌اش را تحریم کنند و شرکت تعطیل شود. سهم کارآفرینی دانش‌بنیان در اقتصاد ما حدود ۰٫۵ درصد است، ما در سال ۱۴۰۴ باید ۲۰۰۰۰ شرکت دانش‌بنیان داشته باشیم اما الآن ۲۷۰۰ شرکت داریم که بسیار کمتر از چشم‌انداز است.

مشخصه‌های توسعه مبتنی بر تولید، داشتن سرمایه و پول، نیروی کار، واحد صنعتی، شهرک‌های صنعتی، مناطق ویژه اقتصادی و آموزشگاه‌های فنی و حرفه‌ای است که تا ۵ سال پیش خیلی بر آن تأکید می‌کردیم اما در حال حاضر بنای توسعه مبتنی بر کارآفرینی است که مشخصه‌های آن مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری است، که متأسفانه در حال حاضر ما حتی جای دانش، محصول را هم نمی‌فروشیم بلکه مواد خام را می‌فروشیم و محصولات وابسته به همان مواد خام را وارد می‌کنیم.

اقتصاد مبتنی بر دانایی و دانشگاه نسل سوم

اقتصاد مبتنی بر دانایی اقتصادی است که در آن دانش فروخته می‌شود، عناصر مبتنی بر دانایی سه دسته است، آموزش، پژوهش و فناوری، این سه دسته یعنی سه نسل دانشگاه، یک روز دانشگاه آموزش محور بود یعنی دبیرستانی بزرگ‌تر با درس‌هایی سخت‌تر، سپس پژوهش و کارهای پژوهشی به دانشگاه وارد شد و نسل دوم دانشگاه‌ها شکل گرفت. تقریباً همه دانشگاه‌ها در ایران نسل دوم‌اند یعنی آموزشی و پژوهشی و نسل سوم نداریم، به یک دلیل خیلی ساده که در چارت سازمانی، دانشگاه‌ها معاونت آموزشی و معاونت پژوهشی دارند اما معاونت فناوری ندارند و اگر دارند در حد یک مدیریت است نه به اهمیت معاونت‌های آموزش و پژوهش.

یکی از لازمه‌های اقتصاد مبتنی بر دانایی دانشگاه نسل سوم است. در دانشگاه نسل اول ما از لیسانس تا دکتری می‌گیریم سپس به‌عنوان یک نیروی بیکار وارد بازار کار

می‌شویم تنها کارکرد آن عقب انداختن زمان بیکاری است. اما در دانشگاه نسل سوم رویکرد این است که دانشجو آموزش کارآفرینی ببیند، تحریک کارآفرینانه شود و در دانشگاه بستری وجود داشته باشد مثل مرکز رشد که بتواند ایده را اجرا کند و نهایتاً به‌عنوان یک کارآفرین از دانشگاه خارج شود.

مرکز رشد

پس مرکز رشد جایی است که کارآفرین دانش‌بنیان را تربیت می‌کند، جای آن در دانشگاه است و دانشگاه را به دانشگاه نسل سوم تبدیل می‌کند.

همواره بین فناوری و بازار دره‌ای وجود دارد به نام دره مرگ، که حدود ۸۵ درصد از افراد در این دره می‌افتند و به بازار نمی‌رسند. این دره مرگ را مرکز رشد و پارک علم و فناوری می‌توانند جبران کنند. به عبارتی می‌توان گفت مرکز رشد در اصل محل پرورش و رشد نوزادان نارس کسب‌وکار است، نوزاد کیست؟ دانشجویی که وارد بازار کار شده است و اگر بی‌تجربه وارد شود طعمه بازار می‌شود.

در ترکیه پارک علم و فناوری ازمیر و یا پارک‌های چین را ببینید تعجب می‌کنید، متوجه می‌شوید که پیشرفت‌های ایجادشده اتفاقی نیست، پارک ازمیر در حال جذب کارآفرینان منطقه است، یک روز فرار مغزها بود الآن فرار کارآفرینان است.

فرایند مرکز رشد این است که افراد حقیقی یا حقوقی دارای ایده، وارد می‌شوند و کارآفرین خارج می‌شوند، مرکز رشد خیریه‌ای هم همین‌طور است یک بخش آدم‌هایی که مشکلات اجتماعی دارند یا فقیرند درنهایت به‌عنوان یک کارآفرین

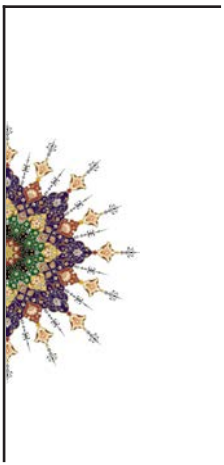
خارج می‌شوند همان مثال معروف یاد دادن ماهیگیری به‌جای دادن ماهی.

انواع مرکز رشد

ما انواع مرکز رشد داریم، مراکز رشد صنعتی که در خوشه‌های صنعتی شکل می‌گیرند مثل مرکز رشد سنگ اصفهان در خوشه صنعتی سنگ راه‌اندازی شده است برای ایجاد سنگ‌های مصنوعی جدید. نوع دیگر، مرکز رشد دانشگاهی است که توضیح آن داده شد. نوع دیگر مرکز رشد تجاری است، یعنی ما یک شرکت باشیم مثل شرکت گز سکه، این شرکت یک مرکز رشد زده به‌عنوان مرکز رشد گز و شیرینی، چند استارت‌آپ هم برگزار کرده است. یعنی من کارم شیرینی است هرکسی ایده دارد بیاید، من مکان و امکانات می‌دهم، اما شریک می‌شوم. بعضی اعتقاد دارند که تئوری بخش توسعه و تحقیقات در کارخانه از بین رفته است، بلکه ما باید مرکز رشد راه بیندازیم و با آن‌ها شریک شویم این‌گونه تعلق‌خاطر افراد هم خیلی بیشتر است. نوع دیگر مرکز رشد بین‌المللی است، ما در قشم یک نمونه داریم اما کشورهای که پیشرفت کرده‌اند تعداد بیشتری دارند یعنی جذب کارآفرینان دیگر کشورها که لزوماً افراد باهوشی هم نیستند. در نهایت مرکز رشد خیریه.

تفاوت پارک علم و فناوری با مرکز رشد

به تفاوت پارک‌های علم و فناوری با مراکز رشد نیز اشاره کنم، فرض کنید من ایده‌ای دارم می‌روم در مرکز رشد، دوره رشد را می‌گذرانم و موفق می‌شوم یعنی شرکت من سه سال پایدار می‌ماند، حال ۲ راه دارد که بروم در بستر جامعه و شروع به کسب‌وکار کنم و یا بروم در یک فضای حمایتی به اسم پارک علم و فناوری، البته با شرایط سخت‌تر و حمایت‌های کمتر نسبت به مرکز رشد، اما بازهم میزان حمایتی وجود دارد. در واقع مرکز رشد می‌تواند به پارک علم و فناوری متصل شود.



مرکز رشد خیریه

پس تا اینجا گفتیم کارآفرینی چیست؟ کارآفرین کیست؟ کارآفرینی دانش‌بنیان چیست؟ کارآفرینی دانش‌بنیان در چه بستری شکل می‌گیرد؟ مرکز رشد به‌عنوان بستر

کارآفرینی چیست، چه کارکردها و چه فرآیندی دارد. مرکز رشد خیریه نیز جدای از مرکز رشد فعلی نیست که ما کمی دیر به آن پرداخته‌ایم.

مرکز رشد خیریه کمی با دیگر مراکز رشد متفاوت است از این لحاظ که دو نوع ورودی دارد، یک ورودی ایده‌های نو است، منِ نوعی، ضعف مالی دارم مشمول حمایت مرکز رشد خیریه‌ای می‌شوم، اما پول نمی‌خواهم، من ایده دارم، مرکزی می‌خواهم که به من آموزش دهد تا در نهایت کسب‌وکاری راه بیندازم، مثل مراکز رشد مرسوم. اما ورودی دیگر ایده‌های خیریه است، یعنی من ایده‌ای داشته باشم برای ایجاد خیریه‌های متنوع. در اولی هدف کارآفرینی است اما در دومی هدف کارآفرینی اجتماعی است. یعنی در مرکز رشد خیریه، خروجی هم کارآفرین مستقل است و هم کارآفرین اجتماعی.

اما مراکز رشد خیریه چه فرصت‌هایی ایجاد می‌کنند. ۱. توسعه اقتصادی مثل دیگر مراکز رشد ۲. الگوی کاهش فقر ۳. نهادینه‌سازی کارآفرینی برای همگان ۴. توسعه خیریه‌ها

و چه چالش‌هایی دارند. ۱. کمبود ایده، یعنی مرکز رشد دانشگاه ابزار تبلیغ، هیئت‌علمی و امتیازدهی دارد تا هیئت‌های علمی و دانشجویان درگیر موضوع شوند اما مراکز رشد خیریه‌ای این ابزار را ندارند که می‌توان با آموزش آن را حل نمود.

۲. عدم حمایت‌های اجتماعی

۳. چالش‌های قانونی، برای مثال قانون می‌گوید شرکت دانش‌بنیان از مالیات و حق بیمه معاف است اما هنوز در اداره کار و بیمه این موضوع را نمی‌دانند.

۴. گرفتن مجوز مرکز رشد

۵. توسعه کسب‌وکار

این سخن از حضرت علی -علیه‌السلام- پایان‌بخش بحث بنده است که «آرام باش، به خدا توکل کن و تفکر کن آنگاه دستان خدا را می‌بینی که زودتر از تو دست‌به‌کار شده‌اند» این جمله سه اصل آرامش، توکل بر خدا در عین ریسک‌پذیری و تفکر را که سه عامل مهم یک کارآفرین است بیان می‌کند، که کارآفرین با داشتن این سه عامل راه بر او هموار می‌شود.

اصول مدیریت مؤسسه‌های خیریه

دکتر وحید یاوری
عضو هیئت علمی
و رئیس مرکز تحقیقات دانشگاه امام صادق علیه السلام

در ابتدا عرض کنم که در باب مدیریت امور خیر، کار پژوهشی، خیلی کم انجام شده است، من برای این جلسه در ایرانداک جستجویی کردم کارهای پژوهشی که فقط لفظ "خیر" در عنوان آن‌ها باشد محدود است همان‌ها هم از فضای پژوهش در امر خیر و امور خیریه خیلی دورند. بحث‌هایی که برای این جلسه آماده کردم بیشتر از گزارشی به نام منشور حکمرانی برای مؤسسه‌های خیریه[1]، گرفته شده است.

این الگوی مدیریت تقریباً ۹ مؤلفه دارد که من آن‌ها را تقسیم کردم به بعد سخت و بعد نرم. در بعد نرم مسئله ۱. تضاد منافع، ۲. افشاء و شفافیت و ۳. تصویر عمومی و در بعد سخت مؤلفۀهای ۱. هیئت‌مدیره ۲. طرح‌ریزی راهبردی یا همان که مشهور است به برنامه‌ریزی استراتژیک ۳. مدیریت برنامه‌ها. ۴. مدیریت منابع انسانی ۵.

1 - Charter governing charities

مدیریت و کنترل‌های مالی (حوزه مدیریت مالی) و ۶. تأمین مالی را مطرح خواهم کرد. شش مؤلفه در بعد سخت و سه مؤلفه در بعد نرم که مجموع این ۹ مؤلفه شاید الگویی اولیه برای مدیریت مؤسسه‌های خیریه باشد.

قبل از بحث به‌عنوان مقدمه عرض کنم که خیریه‌ها در مجموعهٔ نظامات حکومتی، اداری و اقتصادی به‌عنوان بخش سوم شناخته می‌شوند. بخش سوم در کنار بخش دولتی و بخش خصوصی، که متأسفانه ادبیات این بخش سوم در کشور ما هم در عرصهٔ اقتصاد و هم در عرصهٔ علم مدیریت خیلی محدود است.

شکست بازار، شکست دولت

جالب است بدانید ما یک نظریه داریم به نام تئوری شکست بازار[۲]، این نظریه مداخلهٔ دولت را توجیه می‌کند، یعنی می‌گوید چون بازار در حوزهٔ کالاهای عمومی نمی‌تواند وارد شود مثل مسئله امنیت، مسئله دفاع، راه‌سازی، زیرساخت‌هایی که برای جامعه ایجاد می‌شود این‌ها را کالاهای عمومی می‌گویند که به‌محض اینکه تولید شد همه می‌توانند از آن استفاده کنند، کسی را نمی‌شود از آن حذف کرد؛ نمی‌شود خردش کرد و به افراد فروخت. در این زمینه‌ها بخش خصوصی شکست می‌خورد پس دولت باید ورود کند، یعنی نتیجه می‌گیرند از تئوری شکست بازار که دولت باید ورود پیدا کند. ازجمله مواردی که عوارض بیرونی مثل عوارض زیست‌محیطی ایجاد می‌کنند و صنایع و انحصارها ایجاد می‌شود.

در مقابل نظریه‌ای هم داریم به نام شکست دولت[۳]، از آن طرف طرفداران بخش خصوصی آمدند بحث شکست دولت را مطرح کردند که اتفاقاً وقتی کارها را دولت هم به عهده می‌گیرد، دولت خودش دچار ناکارآمدی است هم بروکراسی دولت دچار ناکارآمدی است هم اینکه دولت‌ها ثبات سیاسی ندارند و بعضی از کارها در تغییر و تبدل دولت‌ها می‌ماند و انجام نمی‌شود.

در کشور خودمان الآن مسئله آلودگی هوا مسئله ای است که دولت‌ها می‌آیند و می‌روند و متأسفانه چون نیازمند برنامه‌ریزی بلندمدت است و نیازمند پیگیری‌های خیلی بلندمدت است تا به نتیجه برسد، گاهی اوقات در این تغییر و تبدل‌ها فراموش می‌شود.

---

2 - Market failure
3 - Government failure

پس ما از مجموعهٔ شکست بازار و شکست دولت می‌توانیم به این نتیجه برسیم که به بخش سوم باید بیشتر بها بدهیم و اتفاقاً خیلی از وظایفی که دولت‌ها در آن ورود پیدا می‌کنند مثل فقرزدایی را باید بخش سوم به عهده بگیرد تا اینکه بتوانند موفق باشند.

مثلاً یک نمونه مسئله مبارز با اعتیاد است، این کاری است که به نظر من نه دولت و نه بخش خصوصی نمی‌تواند این کار را انجام دهد فقط خیریه‌ها و انجمن‌های خیریه‌ای می‌توانند. مثلاً ما در مبارزه با اعتیاد یک جمعیت فعال داریم که بیش از سی سال است کار می‌کند و توانسته توفیقاتی به دست بیاورد و شاید اگر این جمعیت نبود همین توفیقات را دولت‌ها بدست نمی‌آوردند.

ازاین‌رو جایگاه خیریه‌ها به‌عنوان بخش سوم در مقابل بخش دولتی و بخش خصوصی، باید شناخته شود. کاملاً همه‌چیز اینجا فرق می‌کند، در بخش خصوصی انگیزه سودآوری است در دولت انگیزه اداره جامعه و نظم‌دهی، در خیریه‌ها شاید انگیزه امر خیر یا انگیزه‌های الهی است.

در بخش خصوصی رقابت داریم در بخش دولتی رقابت نداریم در خیریه‌ها کاملاً نیازهای مردم مطرح است. در بخش خصوصی مشتری داریم در بخش دولتی شهروند داریم و در خیریه‌ها انسان حتی فراتر از انسان باید بگوییم مخلوق خداوند مثل محیط‌زیست و حیوانات، این‌ها واقعاً قاعده‌های متفاوتی دارند که باید تبیین شوند.

الگوی مدیریت خیریه

۶ مولفه بعد سخت

۱. مؤلفهٔ اول، مؤلفهٔ راهبردی یا هیئت‌مدیره است که از کلمات شورا، و هیئت‌امنا نیز برای آن استفاده شده است.

دو اصل در ذیل آن وجود دارد ۱. رعایت اساسنامه، اساسنامه‌ای که خود خیریه یا انجمن دارد و ۲. تضمین فعالیت مطلوب و مسئولانه مؤسسه.

بعضی اعضای هیئت‌مدیره که راهبری مؤسسه را به عهده دارند باید به نحوی اطمینان بدهند که این فعالیت‌ها به‌خوبی و به نحو مسئولانه‌ای در حال انجام است یعنی سه شاخص زیر را باید تأمین کنند.

یکی اثربخشی است که اهداف را محقق می‌کند؛ دوم اینکه این مؤسسه قابل‌اعتماد است و سوم اینکه پایدار است یعنی مؤسسه می‌تواند رو پای خودش بایستد و

سال‌های سال به فعالیت خودش ادامه بدهد.
برای اینکه این موارد تأمین شود، اعضای هیئت‌مدیره باید مسئولیت‌های خودشان را بشناسند و حتماً باید از کارکنان متمایز و مجزا باشند.
در مؤسسه‌های خیریه یکسری نقش‌های راهبری و یکسری نقش‌های عملیاتی وجود دارد. نباید کسانی که نقش‌های عملیاتی را ایفا می‌کنند خودشان نقش‌های راهبری را هم برعهده بگیرند یا در تصمیم‌گیری‌های کلان مشارکت کنند که غیر این صورت بعضاً باعث می‌شود منافع خودشان در تصمیم‌گیری‌ها اثرگذار باشد.
هیئت‌مدیره می‌تواند کمیته‌هایی داشته باشد و لازم است کمیته‌ای به‌عنوان بازرسی و کمیته‌ای به‌عنوان رصد برنامه‌ها داشته باشد. اگر خیریه اندازه‌اش بزرگ‌تر و حوزه فعالیتش بیشتر بود کمیته‌ها بیشتر می‌شود مثلاً در حوزه تأمین منابع مالی می‌تواند کمیته‌ای داشته باشد که در هر کمیته، اعضای هیئت‌مدیره هم می‌توانند به‌عنوان مسئول یا عضو در آن حضور داشته باشند.
نکته آخر این است که یکسری ویژگی‌ها و صفات فردی برای این اعضا لازم است، مثل صفات اخلاقی صداقت، امانتداری و یکسری شایستگی‌ها و مهارت‌هایی در زمینه‌های مختلف با توجه به حوزه فعالیت مؤسسه خیریه مانند حسابداری و مالی،

حقوقی و قانونی، منابع انسانی، کسب‌وکار و دیگر مهارت‌های لازم. خیریه‌هایی که در حوزه‌های خاص مأموریت دارند افرادی با دانش مرتبط به حوزه مأموریت باید در هیئت‌مدیره حضور داشته باشند. مثلاً خیریه‌ای که در حوزه بهداشت است طبیعتاً باید از پزشکان در این حوزه استفاده کند. فکر می‌کنم یکی از مهم‌ترین عوامل یا شاید بگوییم مهم‌ترین عامل موفقیت یک مؤسسه خیریه هیئت‌امنا یا راهبری هست که به‌عنوان اولین مؤلفه هم ذکر شده است.

۲. مؤلفه دوم طرح‌ریزی راهبردی است. چون مؤسسه خیریه برای دست‌یافتن به اهداف مشخصی تأسیس شده است باید چشم‌انداز و مأموریت واضحی داشته باشد و مشخص کند که به کجا می‌خواهد دست پیدا کند.

در مأموریت نیز باید روشن شود که ما برای دست یافتن به آن چشم‌انداز امروز چه باید کنیم؟ یعنی چشم‌انداز یک بیانیه آینده‌نگرانه است، قله‌ها را ترسیم می‌کند مأموریت کار امروز ما را برای رسیدن به آن چشم‌انداز مشخص می‌کند.اصل بعدی در طرح‌ریزی راهبردی طرح‌ریزی دقیق و اجرای دقیق فعالیت‌های خیریه است، چشم‌انداز و مأموریت باید بازنگری‌های دوره‌ای بشوند برای اینکه مطمئن شویم که با تغییرات محیطی سازگارند.

چشم‌انداز و مأموریت باید مکتوب و منتشر شوند تا هم اعضای آن مؤسسه خیریه هم کسانی که بهره‌بردارند و منافع به آن‌ها می‌رسد و هم عموم مردم بدانند.

۳. مؤلفهٔ سوم، مدیریت برنامه‌هاست. در برنامه‌های عملیاتی که مؤسسه انجام می‌دهد اصل بر برنامه‌ریزی دقیق در راستای اسناد بالادستی و پیگیری و بازنگری

آن است. اسناد بالادستی می‌توانند هم قوانین و مقررات کشوری باشند هم اسناد بالادستی خود مؤسسه، در این زمینه هم لازم است حتماً پیامدهای مورد انتظار تعریف شود.

این خیلی نکتهٔ مهمی است که ما از برنامه‌هایی که برنامه‌ریزی کردیم به چه چیزی می‌خواهیم برسیم. در نگاه سیستمی سه بخش ورودی، فرایند و خروجی داریم. اما اینجا می‌گوید باید پیامدها را مشخص کنیم، یعنی یک مرحله فراتر از خروجی‌ها، پیامدهای مورد انتظار را باید مشخص کنیم مثلاً افزایش سلامتی، افزایش رفاه جامعه، افزایش سطح علمی. پس باید پیامدهای مورد انتظار حتماً از قبل تدوین شود و فعالیت‌ها کاملاً در راستای دستیابی به آن‌ها باشد و گزارش مستمر به اعضای هیئت‌مدیره و عموم مردم داده شود که حالا چه مقداری از فعالیت‌های ما به این اهداف رسیدند و این نتایج را محقق کردند.

۴. مؤلفهٔ چهارم، منابع انسانی است. در حوزه منابع انسانی اصل بر جذب و نگه‌داری نیروی انسانی است. این افراد باید مناسب فعالیت و اهداف مؤسسه خیریه باشند، من نمی‌گویم این‌ها متخصص باشند. لزوماً این‌ها برای مؤسسه خیریه مناسب باشند یعنی از کیفیت‌های لازم برخوردار باشند حالا کیفیت‌ها به اقتضای هر مؤسسه متغیر است، تجربهٔ کاری لازم را داشته باشند و افرادی امانتدار باشند. یک ویژگی خیلی مهم در امور خیر امانتداری است، چون کار خیر جنسش امانت است، مخصوصاً جایی که افرادی، پول‌هایی را در اختیار مؤسسهٔ خیریه می‌گذارند که صرف نیت آن‌ها کند.

یکی از تقسیم‌بندی‌های دیگر در حوزه منابع انسانی این است که ما در کنار

کارکنان و دسته دیگری داریم که داوطلب‌اند، یعنی استخدام ما نیستند پول هم نمی‌گیرند و به ما کمک می‌کنند، خیلی مهم است که برای این دو دسته، نظامات مدیریت منابع انسانی به‌درستی تدبیر شود و درست رفتار شود.

۵. مؤلفهٔ پنجم مؤلفهٔ مدیریت مالی یا کنترل‌های مالی است که در مؤسسه‌های خیریه باید اعمال شود. در اینجا اصل، برخورداری از مدیریت مالی سالم است به این معنی که اتلاف و فساد نباشد و منطبق بر قوانین و مقررات باشد. به‌عبارت‌دیگر باید بتوانیم پاسخگو باشیم، به چه کسی پاسخ دهیم؟ پاسخ به دولت و نهادهای نظارتی باشد، پاسخ به عموم مردم، پاسخ به هیئت‌مدیره و پاسخ به افرادی که منابع مالی در اختیار ما گذاشته‌اند.

فرایندهای مالی باید از طرف هیئت‌مدیره بررسی دوره‌ای شود، در واقع کنترل‌کننده بیرونی بودجه‌های سالیانه را تصویب کند سپس هزینه‌ها را پایش کند که در راستای بودجه خرج شده باشد و درنهایت گزارش‌های مالی را با نگاه‌های تحلیلی-مقایسه‌ای به‌طور سالیانه ارائه کند.

یک بخش دیگری از مدیریت مالی، مدیریت دارایی و سرمایه است، ازاین‌جهت که ارزش آن‌ها کاسته نشود. گاهی اوقات دارایی‌ها به شکل پول نقد است که می‌توان با

سرمایه‌گذاری در بانک‌ها که کم‌ریسک‌ترین روش‌های حفظ ارزش مالی پول است یا حتی با سرمایه‌گذاری در طرح‌های توسعه‌ای این کار را انجام داد.
در بخش دارایی‌های نقد عنوان مدیریت اندوخته استفاده شده است. حتماً لازم است هر مؤسسه خیریه مقداری اندوخته و سپرده داشته باشد که بتواند جریان مالی خودش را همیشه پایدار نگه دارد، خط‌مشی اندوخته هم باید در اساسنامه ارائه شود. این اندوخته‌ها باید دائماً قدرت نقدشوندگی داشته باشند، این خیلی مهم است که جایی سرمایه‌گذاری نشود که وقتی‌که نیاز داریم نشود نقدش کرد.
منبع دیگر منابع وقفی است ولی ظاهراً اینجا منظورش موقوفاتی هستند که به شکل زمین و در واقع به شکل غیرمنقول هستند که باید راجع به این‌ها هم خط‌مشی وجود داشته باشد تا حتماً در جهت نیت فرد هبه‌کننده یا واقف هزینه شود و برنامهٔ زمانی استفاده از این منابع را هم مشخص کند.

۶. مؤلفهٔ ششم از بُعد سخت مؤلفهٔ تأمین مالی یا جمع‌آوری پول است.
اینجا اصل اول بر شفافیت و اخلاقی بودن فعالیت‌های جمع‌آوری منابع مالی است و دومی ارائه گزارش به کسانی که این منابع را در اختیار ما می‌گذارند که ما در چه زمانی و چگونه این منابع را هزینه می‌کنیم و نکتهٔ سوم احتیاط درباره مشارکت تأمین‌کنندگان بیرونی است. در واقع در بعضی موارد افرادی واسطهٔ تأمین منابع مالی هستند و از محل منابع مالی که تهیه می‌کنند حق‌الزحمه دریافت می‌کنند، این در نظامات مؤسسه‌های خیریه دنیا وجود دارد که اتفاقاً باید در این موارد خیلی احتیاط کرد.

سه مؤلفه بعد نرم

۱. مولفه اول تضاد منافع است. در اینجا اصل بر این است که منافع خیریه در نظر گرفته شود نه منافع افرادی که در آن کار می‌کنند، منافع خیریه نیز برمی‌گردد به منافع کسانی که می‌خواهند از خیریه بهره‌مند شوند. یعنی اگر خیریه برای مریض‌های سرطانی است آن‌ها باید بهره‌مند شوند. گلوگاه‌هایی که تضاد منافع بوجود می‌آید اولاً باید شناسایی شود و بعد سعی شود از این تضاد منافع پیشگیری شود.
رویه‌های مکتوبی وجود داشته باشد برای تضاد منافع حالا این تضاد ممکن است تضادهای موجود و واقعی باشد، ممکن است تضادهای بالقوه باشد. فرض کنید

کسی در یک مؤسسه خیریه هست که خودش شرکت دارد، اینکه با شرکت خودش قرارداد بسته باشد، مسئله تضاد منافع را پیش می‌آورد.
حتی به‌عنوان بهره‌بردار، گاهی اوقات ما موقوفه داریم که باید مثلاً صرف بیماران بعضاً افرادی که آنجا هستند تمام هزینه‌های درمانی خودشان را از این منابع تأمین می‌کنند بعد اگر چیزی ماند به دیگران می‌دهند اینجا همانجایی است که تضاد منافع ایجاد می‌شود.
یکی از کارهایی که می‌شود انجام داد این است که فردی که منافع دارد مثلاً اگر عضو هیئت‌مدیره است در جلسه تصمیم‌گیری حضور نداشته باشد یا اگر حضور دارد مشارکت در بحث نکند یا رأی ندهد. یکی از فقها وقتی قرار شد در مورد این مسئله که اگر سگی در چاه افتاد چقدر آب بکشیم تا چاه پاک شود؟ فتوا بدهد، اول چاه خانه خودش را پر کرد و بعد فتوا داد، یعنی اول منافع خودش را کور کرد تا بتواند فتوایی دهد که کاملاً منطبق بر حق و واقعیت باشد و منفعت خودش را در نظر نگیرد، این خیلی نکته مهمی است که اگر کسی در امور خیر تصمیم می‌گیرد اول چاه خودش پر باشد و منافع خودش را کور کرده باشد.

۲. مولفه دوم مسئله افشا و شفافیت است. خیلی از کشورهای دنیا مانند انگلستان برای شفافیت مؤسسه‌های خیریه منشور دارند، البته پذیرش آن داوطلبانه است اما مشوق‌هایی هم برایش در نظر می‌گیرند. در افشا و شفافیت اصل بر پاسخگویی مؤسسه‌های خیریه، تهیه اطلاعات و ارائه به مراجع ذی‌صلاح است حالا این مراجع ذی‌صلاح از خیّرین شروع می‌شود تا برسد به مراجع قانونی و ناظران حکومتی.
مثلاً یک مطلب جالب این است که اعضای هیئت‌مدیره پاداش نگیرند و اگر می‌گیرند حتماً در اساسنامه ذکر شده باشد و مبلغش در گزارش سالیانه ذکر شود. در بحث دستمزد هم اشاره شده که حقوق سه نفری که بالاترین دستمزد را می‌گیرند ذکر شود، یا گفته شود ما از این حد بیشتر دستمزد نمی‌دهیم.

۳. مولفه سوم و آخر تصویر عمومی است. ازمؤسسه‌های خیریه در جامعه تصویری ایجاد می‌شود که خودشان در ساخت این تصویر اثرگذارند، این موضوع در مطالعات فرهنگ و ارتباطات خودش بحث مبسوطی است. مطالعات تصویر یک سازمان یا مؤسسه و حتی حکومت، در بحث‌های ارتباطی خیلی مسئله مهمی است

به نام مدیریت تصویر، اصلاً ما تئوری تصویر داریم که چگونه تصویر بسازیم و این تصویر چگونه می‌تواند جذب مخاطب بکند.

در اینجا اصل بر این است که ما تصویری که از خودمان ایجاد می‌کنیم، تصویر صحیحی باشد، یعنی تصویری غلوآمیز و اغراق‌گونه نباشد و سازگار با اهدافش باشد. بگوید ما این اهداف را می‌خواهیم و این تصویری که از خودمان داریم می‌سازیم کاملاً با اهداف‌مان سازگار است.

و مسئله آخر هم بحث استفاده از نام یا لوگو برای مؤسسه خیریه است که برند مؤسسهٔ خیریه است، اگر دیگران از این برند استفاده می‌کنند یا کسانی که برای مؤسسهٔ ما پول جمع می‌کنند حتماً در یک چارچوب منطقی از نام و لوگو استفاده کنند و از آن سوء استفاده نشود، لوگو بخشی از برند است که تصویر عمومی را شکل می‌دهد.

داستان

هرم مازلو

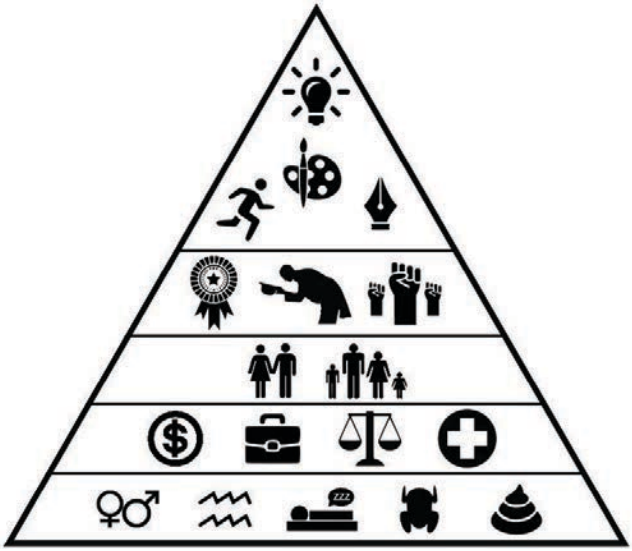
احمد حسن‌زاده

ـ اول از خیابان خودمان شروع کردیم که بد نبود. چندجای خالی دیدیم. گفتند برای پارک است و این را به شما نمی‌دهند. اما دلخوشی ما این بود که خوب است، وقتی با این نگاه به شهر تهران نگاه می‌کنی، جای خالی و زمین خالی هم کم نیست. شب که آمدم خانه، مادر داشت با تکه پارچه‌های باقیمانده تو سبد خیاطی‌اش، دستگیره قابلمه درست می‌کرد. آن موقع‌ها مردم هنوز از این کارها می‌کردند. مثل همیشه، سرش تو کار خودش بود، اما گوشه چشمی هم به من داشت. گفت: خب، چه کردی؟

گفتم: یه چندجایی دیدیم. همش زمین خالی.

گفت: زمین خالی به کار شما نمی آد، مثلا همین حمام قدیمی محل خوب است، سقفش هم قوس دار و گنبدی است.

این را که گفت، ذهنم جرقه‌ای زد. باید پی ساختمان‌های معطل می‌رفتم، ساختمانهای خالی و قدیمی. بعد یاد آن روز افتادم. اولین باری که زیر پل چوبی را دیدم. جایی که حصار فلزی کشیده بودند و چند بی‌خانمان آنجا خوابیده بودند. جور خاصی بود. مثل حیرت اولیه بود. مثل حیرانی آدم وقتی اولین بار تلویزیون را کشف می‌کند و یا وقتی اولین بار کره زمین را دیدم. مامان کره کوچکی را گذاشت روی میز تحریر کوچکم و بعد چرخاندش و



گفت: پسرم، این کره زمین است.
گفتم: این، چطوری؟
مادر فقط لبخند زد و گفت: خودت بعدا می‌فهمی.
اولین باری که کم کم شروع کردم به فهمیدن و دانستم زمین چقدر بزرگ است، وقتی بود که اولین بار رفتیم شمال. آن کوه‌ها که با درخت‌های انبوه سبز پوشانده شده بودند. آنوقت بود که حیرت کردم. یا وقتی که بابا مرد. روز قبلش با بابا تو حیاط فوتبال بازی کرده بودم و شاد بودیم اما یکهو، فردایش دیگر نبود. گفتند مرده. یادم هست که تا ماه‌ها از مادر می‌پرسیدم که بابا چرا مرد؟ و این سوال را هر روز و هر لحظه تکرار می‌کردم. آن مرحله حیرانی مهمی در زندگیم بود. کشف مرگ برای بار اول آدم را حیران می‌کند. بیشتر حیرانت می‌کند تا غمگین، میخواهی ابعاد تازه مفهوم تازه کشف کرده ات را بیشتر و بهتر بفهمی. بنابراین وقتی آدم‌های فقیر و بی سرپناه را آنطور دیدم که درون حصار فلزی خوابیده بودند و شعله‌ای گاز هم میانشان می‌سوخت، حیران شدم. از سرما به آنجا پناه آورده بودند. دوستم گفت: شهرداری برایشان گرمخانه موقتی درست کرده که شبها از سرما از بین نروند.
دیدن این صحنه برای من کشف مفهوم فقر بود، اولین بار بود که فقر را به شکل عریانش حس می‌کردم، اما هنوز درک درستی از آن نداشتم، مثل مفهوم رفتن و مرگ، به همین خاطر آن شب هم حیران شدم و رفتم توی فکر و حس می‌کردم و مدام می‌دانستم که این کشف بیشتر از هر

کشف دیگری در زندگیم آزارم می‌دهد. آن موقع نمی‌دانستم چرا. بعدها فهمیدم هر کشف تازه ای در زندگی انسان بخشی از وجودش را می‌میراند و می‌خراشد. این ذره ذره بعد از هر کشف در زندگی هم مرا حیران کرد.
فردای آن شب که مادرم گفت به حمام قدیمی محل فکر کنم تا زمین‌های خالی، بی‌معطلی نظرم را در جلسه گفتم. همه موافق بودن و سریع دست بکار شدیم. ما قبل از آن بر اساس هرم مازلو کارمان را شروع کرده بودیم. اول از همه چیز خوردن بود، چیزی که شکم را سیر کند و بعد از آن سرپناه بود. حالا حالاها مانده که به نوک هرم برسیم، هنوز باید کلی بدویم و زحمت بکشیم که به شکوفایی برسیم. این هم کشف تازه‌ای بود که حیرانم کرد و آزرده، وقتی به نوک هرم می‌اندیشیدم، از ترس به خود می‌لرزیدم.
ما شروع کردیم و از این اداره به آن اداره رفتیم، از این آدم به آن آدم. خیلی‌ها را دیدیم و با خیلی‌ها حرف زدیم و بی وقفه در تکاپو بودیم. هر شب مادر به من می گفت پسرم این حمام قدیمی محله خودمان هم خوب است. اما من اعتنایی به حمام محل نداشتم. نمی‌دانم چرا، شاید چون مدام دنبال جایی بهتر بودم. از محل‌های بالای شهر شروع کردیم، آن بالاهای تهران، جایی که هوا خوب است و زمستان‌ها، وقتی سمت ما، آن پایین، در قعر شهر، نم بارانی می‌آید؛ آنجا برف می‌بارد.
اما قبل از همه اینها ماجرا اینطور شروع شد که با دو سه تا از رفقا می‌رفتیم سرچهارراهها. همان اطراف خانه خودمان. بچه‌هایی را می‌دیدم که سر چهارراه فال می‌فروشند یا اسفند دود می‌کردند یا جعبه های مربعی دستمال کاغذی می‌فروشند. سر هر چهارراه چندتایی می‌دیدیم. یک روز به بچه‌ها گفتم از صبح برویم و ببینیم تا شب اینها چه می‌کنند. از صبح زاغشان را چوب زدیم. نه خبری از غذا بود و نه آب. گاهی یکی که از بقیه بزرگتر بود می‌رفت یک بطری پلاستیکی را از شیر آب مغازه‌ای پر می‌کرد و می‌آورد و بقیه آب می‌خوردند. برای غذا هم هیچ کاری نمی‌کردند. بعضی از مردم ساندویچی یا ظرفی غذا بهشان می‌دادند، بعضی ها هم تنقلات می‌دادند مثل پفک و بیسکوییت و گاهی چندتایی میوه. اینها را بین هم تقسیم می‌کردند. بعد ما فکر کردیم و فکر کردیم. گفتیم اول باید چیزی برای خوردنشان پیدا

کنیم. این بود که راه افتادیم و از این خانه به آن خانه می‌رفتیم، عکس بچه‌ها را که با موبایل گرفته بودیم نشان می‌دادیم و چیزی می گرفتیم. بعضی پول هم می‌دادند. ما همه را سرهم می‌کردیم و ظهر به ظهر می‌رفتیم و به بچه‌ها غذا می‌دادیم و با پولی هم که جمع می‌شد میوه یا آبمیوه می‌دادیم. اول فقط می‌توانستیم بچه‌های یک چهارراه را غذا بدهیم. اما بعد از چندماه شد هفت تا هشت چهارراه. همه مسیرها را هم با موتور می‌رفتیم. آمدیم و صندوق‌هایی ساختیم و رویشان نوشتیم کمک به بچه‌های بی‌سرپرست و هرجا که فکر می‌کردیم کمکی می‌کنند گذاشتیم. پول صندوق‌ها بدک نبود. غذا را جواب می‌داد و گاهی چیزی هم باقی می‌ماند. بعد به این فکر کردیم که خوب خودمان ساختمانی راه بیندازیم و بگوییم بچه‌ها ظهر به ظهر آنجا بیایند و غذا بخورند. فکرش را کرده بودیم، اینطوری بهانه‌ای می‌شد که کمی بیشتر نگه‌شان داریم و اگر می‌شد آموزشی هم به آنها می‌دادیم و یا اینکه برایشان فیلم پخش می‌کردیم یا از دوستانمان می‌خواستیم برایشان نمایش اجرا کنند و از این حرفها. اینطوری می‌توانستیم کاری کنیم که کمی هم کودکی کنند.

مشکل از همین تصمیم شروع شد. تنهایی نمی‌شد. حالا کمک بیشتری می‌خواستیم، خیلی بیشتر. ما می‌خواستیم کودکی بچه‌ها را افزایش بدهیم. می‌خواستیم به حیرانی آنها بیفزاییم، می‌خواستیم تخیلشان بارور شود، می‌خواستیم به آنها بفهمانیم دنیا فقط خط اول هرم مازلو نیست، انسان خیلی چیزهای دیگر هم نیاز دارد. آنموقع بود که فهمیدم طی هر پله از هرم مازلو چه مصیبتی است. از بالای شهر شروع کردیم. بیشتر دنبال آدم خیر بودیم تا ساختمان. حتی اگر آنجا کسی پیدا می‌شد و ساختمانی هم به مامی‌داد، بچه‌ها نمی‌توانستند آن همه راه را بیایند که غذایی بخورند. مصیبت بود این همه راه. آخرش به این فکر افتادیم که باید برویم سراغ نهادهای دولتی. هرجا می‌رفتیم به ما می گفتند بروید ساختمانهای معطله پیدا کنید شاید بشود کار اداری اش را تسریع کرد و از این حرفها. اما همین هم خوب بود. داشتیم به جایی می‌رسیدیم.

غروب به غروب می آمدیم گوشه پارک محله مان جمع می‌شدیم و با بچه‌ها حرف می‌زدیم. من می‌دیدم، خستگی بچه‌ها را می‌دیدم. ما باید فکری هم

به حال خودمان می‌کردیم. زمستان داشت از راه می‌رسید و من دوباره آن صحنه را به خاطر آوردم. اندامهای درهم لولیده و لباس‌های مندرس و شعله کم‌رمقی که میانشان می‌سوخت تا گرم بمانند. ما باید جایی را بنا می‌کردیم. کار باید روی روال می‌افتاد و بعد به فکر خودمان می‌افتادیم و کاری می‌کردیم برای آینده‌مان.

یک شب آمدم نشستم گوشه اتاق و خیره شدم به مادرم. عکس پدر توی قاب عکس روی دیوار بود. وقتی بود که پدر به زورخانه رفته بود و میل‌های زورخانه را روی شانه‌ها تکیه داده و لبخند زده بود. مادر این‌بار داشت لباس عروس می‌دوخت. خیاط ماهری بود. او با همین نخ و سوزن مرا به سختی از پله‌های هرم مازلو بالا کشیده بود. اولین بار سر کلاس علوم اجتماعی هرم مازلو را شناختم، وقتی معلم‌مان آن را روی تخته سیاه کشید. روی تخته سیاه تنها با کشیدن خطی باریک از مرحله‌ای به مرحله دیگر می‌رفتی، اما توی زندگی برای هرگامش باید جانها می‌کندی. انگشتان مادر از فرط دوخت و دوز زیاد کج و کوله شده بود. حسابی از ریخت افتاده بود. با خودم گفتم اینها، این انگشتها مرا بالا کشید. اما انگاری خودم هم هنوز تو همان پله های اول هرم گیر کرده بودم. بعد از خودم پرسیدم آخرین باری‌که با مادر به مسافرت رفتیم کی بود. چیزی به خاطرم نیامد. آخرین باری که لباس نو خریدم کی بود؟ شاید دوسال پیش و آخرین باری که ... چقدر آخرین بارها در زندگی من و مادر دور و دست نیافتنی به نظر می‌رسید. بعد دیدم مادر به من خیره شده است. دوباره موضوع حمام قدیمی را پیش کشید. یک چیز دیگر هم گفت که همان زندگی ام را برای همیشه تغییر داد. مادر گفت: به جای آنکه برای بچه‌ها غذا تهیه کنید، همین حمام قدیمی را مطبخ کنید، همین بچه‌ها هم بیایند کار کنند. هم غذایشان را بخورند، همه جایی دارند و هم شغل.

این حرف مثل انفجاری بود که روحم را بیدار کرد. فردایش رفتم سراغ حمام را گرفتم. صاحب حمام سالها پیش از ایران رفته بود. آقا مرتضی، بقال محله به من گفت الان کلید اینجا دست میراث فرهنگی است، بروید شاید کمکتان کردند. یک چیز دیگر هم گفت. به من گفت تنها به میراث فرهنگی

نروید. شما خیلی جوانید، چندتا آدم بزرگ هم با خودتان ببرید. روزی که می‌رفتیم سمت اداره میراث، شاید سی یا شاید هم پنجاه نفر بودیم. مادر همه دوستانم آمده بودند، آنها که باباهاشان زنده بود، آنها را همراه خود آورده بودند، آقا مرتضی و آقا ضیا هم آمدند، آقا ضیا تاسیساتی داشت. جمعمان جمع بود. همه هم حرفمان یکی. وقتی رییس میراث را دیدیم و خواسته مان را گفتیم، لبخند زد. گفت نباید این همه آدم را به زحمت می انداختیم. خیلی خوشحال بود برای کاری که می‌خواستیم بکنیم. ما تعهد دادیم ساختار حمام را حفظ کنیم. کارشناسی را هم با همراه کرد که در راه اندازی مطبخ کمک حالمان باشد.

ـ گمانم زیاد حرف زدم،نه؟

ـ نه این چه حرفیست، خیلی هم خوب بود.

ـ جا دارید همه اینها را چاپ کنید؟

ـ البته که جا داریم. نگران چاپ شدنش نباشید. فقط یک سوال دیگر داشتم، آن بچه‌ها، بچه‌های سر چهار راه، چی شد بالاخره، توانستند خودشان را از هرم مازلو بالا بکشند؟

ـ نه همه شان. اما تعداد زیادی‌شان ترقی کردند. خیلی‌هاشان گناه از خانواده‌هاشان بود، برخی مهاجر بودند و چندی بعد از آنجا رفتند. اما آنهایی که ماندند همه رفتند دانشگاه و الان برای خودشان کیا و بیایی دارند.

ـ چندتاشان موفق شدند؟

ـ هشت نفر. شاید کم باشد، اما برای شروع خوب بود. بعد از ما بقیه آمدند و آن مطبخ را به دست گرفتند و راه ما را ادامه دادند. به طور میانگین تو این چهارده پانزده سال، سالی شش تا هشت نفر به دانشگاه راه پیدا کرده اند. اما می‌دانید، همیشه مشکلاتی هم هست، بالا رفتن از این هرم مازلو پدر درآر است.

ـ می‌دانم، همین طور است که شما می‌گویی. اما خودتان چطور توانستید به نوک هرم برسید؟

ـ راستش را بخواهید هنوز هم چیزهایی هست که حیرانم می‌کند. مثلا همین راس هرم. واقعا این شکوفایی چیست. مادرم چند روز قبل از مرگش به من گفت از من خیلی راضی است، خیلی. نمی‌دانم شاید این همان شکوفایی است. شاید همین خانه ای که الان دارم و دوفرزند سالم و همسر

مهربانم، شاید اینها شکوفایی باشد. نمی‌دانم.
ـ پس نمی‌دانید که به شکوفایی رسیده‌اید یا نه؟
ـ نه، راستش را بخواهید، نه. اما در عوض به حیرتم افزوده شده. من فکر می‌کنم شکوفایی وقتی است که فقری نباشد. برای لحظه‌ای تصور کنید روزی برسد که دیگر فقری نباشد و ما هم زنده باشیم و این روز را ببینیم، یک لحظه به آن کشف و حیران شدن بعد از آن فکر کنید. به نظر من آن لحظه، لحظه شکوفایی است.

***

وقتی از خانه‌اش بیرون زدم، تمام وجودم غرق فکر بود. درگیر این بودم که باید این مصاحبه را برای مجله پیاده کنم. اما حجم مصاحبه زیاد بود، اگر سردبیر قبول می‌کرد باید در دو شماره چاپش می‌کردیم. اما بیشتر از آن خیلی جدی سعی کردم آن لحظه‌ای را تصور کنم که دیگر فقری نباشد. واقعا حیرت هم داشت. اما حالا تنها در حد تخیل بود. خود من هنوز در قعر هرم دست و پا می‌زدم. دانشجویی بیست و پنج ساله که کار پاره وقتم در روزنامه دمار از روزگارم درآورده بود. ازدواج کرده بودم و از همین حالا عزای کرایه سر ماه را داشتم و آخرین باری که به همراه همسرم سفر رفته بودیم، دو سال پیش از این بود، وقتی برای ماه عسل رفتیم انزلی. شاید من هم باید به مطبخی چیزی فکر می‌کردم، نمی‌دانم، شاید هم باید برمی‌گشتم به شهرستان و زمین کوچک کشاورزی‌مان را می‌کاشتم، شاید هم باید به فکر کاری دولتی می‌بودم. ار همین حالا خود من هم وقتی به راس هرم نگاه می‌کردم تمام تنم می‌لرزید. اما در آن لحظه شکوفایی برای من این بود که سردبیر قبول کند مصاحبه‌ام با این خیّر مهربان را کامل چاپ کند. شکوفایی برای من حالا در این بود که مصاحبه به جای دو شماره پی‌درپی، توی همین شماره و یکجا چاپ شود. اینطوری صفحات بیشتری به من اختصاص داده می‌شد و با پولش می‌توانستم زودتر از موعد، نفس راحتی برای کرایه خانه بکشم.

آشنایی با کتاب...

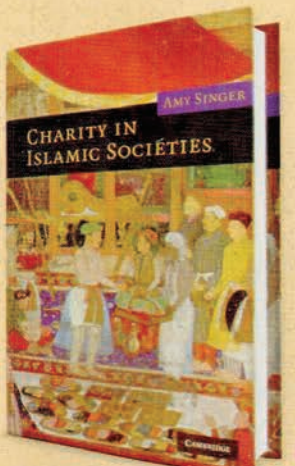
کتاب آلا مطالعات تخصصی امور خیریه

9 786008 441281

CHARITY IN ISLAMIC SOCIETIES

عقاید اسلامی الهام‌بخش کمک‌های خیریه در طول چهارده قرن بوده؛ اگرچه به این موضوع در تاریخ اسلامی کمتر توجه شده است، امی سینگر در کتاب خیریه در جوامع اسلامی، مفاهیم کلی و ساختارهای خیریه اسلامی، از جمله تعهدهای سالانه و فعالیتهای داوطلبانه را در طول زندگی مسلمانان و در همه سطوح جامعه بررسی می‌کند. کمک‌های خیریه، فرهنگ و جامعه اسلامی را در هر دوره تاریخی شکل می‌دهد.

این کتاب زمینه‌های تاریخی، اوضاع اجتماعی، جنسیت، سن و... را به تصویر می‌کشد. از آغاز اسلام تا به امروز، این عوامل با عقاید مذهبی آمیخته شده و اشکال گوناگون خیریه را به‌وجود آورده‌اند. نویسنده با استفاده از متون نوشتاری، ساختارها، تصاویر و اشیا در هر بخش، انگیزه‌های کار خیر و تأثیرهای آن بر فقیر و غنی را بررسی می‌کند. همچنین در بخش‌های مختلف، سیاسی‌سازی مبحث خیریه را کاوش می‌کند و نشان می‌دهد که مطالعهٔ فعالیت‌های خیریه کار منحصربه‌فردی است که ازطریق آن می‌توان گذشته را بررسی کرد. این کتاب شیوا و در دسترس، توجه علاقه‌مندان به کسب دانش دربارهٔ ماهیت جامعهٔ اسلامی و نقش خیریه در طول تاریخ را جلب می‌کند.



طرح جلد نسخه لاتین

از این کتاب:

«شاید زمان بازنگری مطالعات خیریه فرا رسیده باشد. حتی مطالعات خیریهٔ دولت‌های جدید در جوامع اسلامی کافی است، تا درخصوص این تصور طولانی که غرب (یهودیان و مسیحیان) و به‌ویژه سنت‌ها و فعالیت‌های خیریه در آمریکا، قوی‌ترین الگوی خیریه و بشردوستی در تاریخ است، شک و تردید به‌وجود آید.» (امی سینگر)

نشر قبسات کتاب آلا
قیمت: ۳۰۰۰۰ تومان

شماره تماس برای سفارش کتاب
۰۹۳۷۰۰۱۲۹۰۰

بنیاد آلاء
هر ایرانی، یک نیکوکار
نیکوکاری، مسؤولیت اجتماعی هر ایرانی