اتجاهات الابتكار الاجتماعي

Social Innovation Trends

innovationhub.social

العدد الثاني (2) | 2021

العقلية الريادية الاجتماعية

غياث هواري

هل الريادة الاجتماعية تهدف للربح؟

كندة المعمار

إعداد الطلبة لعالم سريع التغيّر

محمد الأنصاري - سارة سلطان

أن تمتلك لا أن تحتفظ

ظهور أصحاب الأعمال الخيرية الجدد

- The Economist

Photo by cassie boca

QUDRA STRATEGY

جسور التنمية
Jussor Development

sabr
Business.Design

اتجاهات الابتكار الاجتماعي

ابتكر حلولاً شجاعة لمجتمع سريع التغيير

مجلة علميّة دوريّة، تحتضن مجتمعاً من المبتكرين والمؤثرين الطامحين بتطوير مجتمعاتهم إلى الأفضل.

يناقشون من خلالها تحديات مجتمعهم بالاعتماد على منهجيات الابتكار الاجتماعي والتفكير التصميمي.

تصدر عن شركة سبر ضمن مبادرة
"منصة الابتكار الاجتماعي"

للكتابة فيها يرجى مراسلتنا على العنوان:
insights@sabr-sp.com

sabr
Business.Design
sabr-sp.com

الابتكار الاجتماعي
SOCIAL INNOVATION
innovationhub.social

sabr
Business.Design

ماذا نقدم في الابتكار؟

نـرى فـي قضايـا العمـلاء والمسـتفيدين قصصـاً فريـدة، وننظـر لتحدياتهـم على أنها فرص لإحـداث التغيير وحل المشـكلات التي تواجههم، وصنع الأثر في حياتهم، وذلك من خلال استخدام منهجية تصميـم الحلـول المرتكـزة على الإنسـان، والتـي تراعـي احتياجات المستفيدين، والمرونة في التنفيذ، من خلال الخدمات التالية:

التفكير التصميمي
Design Thinking

نسـاعد الأفـراد والمؤسسـات علـى استلهام حلول لتحدياتهم النوعية من خـلال تقنيـات التفكيـر التصميمـي المرتكـز حـول الإنسـان مـن خـلال الخدمات الآتية:

- التفكير التصميمي
- تصميم الخدمات

الابتكار المؤسسي
Institutional innovation

نسـاعد فرق العمل والمؤسسـات من خـلال اسـتخدام المنهجيـات والممارسـات والأدوات التي تمكنهم من توليد الحلـول الابتكارية لتحديات العمل، عبر الخدمات التالية:

- المهـارات الابتكاريـة للأفراد وفرق العمل
- قياس الأداء الابتكاري

الابتكار الاجتماعي
Social Innovation

نمكّن المؤسسـات والمجتمعات من ابتكار الحلول والخدمـات والمنتجات من خـلال حلولنا فـي تطوير مختبرات الابتكار الاجتماعي، من خلال الخدمات الآتية:

- الابتكار في المشروعات الناشئة
- الابتكار الاجتماعي
- مختبرات الابتكار الاجتماعي

عملت سـبر مع عدد من المنظمات الدوليـة والعربية لتصميم حلول مبتكـرة وإطـلاق مختبـرات الابتـكار وتوفيـر المـوارد النوعية في الابتكار والتفكير التصميمي.

للعمل مع سبر تواصل معنا

info@sabr-sp.com

كلمة الافتتاح

عن معادلة الابتكار والمجتمع

إن التحديات الاجتماعية الراهنة التي تواجه عالمنا اليوم، تتطلب حلولاً ابتكاريةً، تسلك في تعاملها مع تلك التحديات طرائق مختلفة عن تلك الطرائق التي استخدمت سابقاً، بحيث تؤسس هذه الحلول على الشراكة القوية بين القطاع العام والخاص والاجتماعي.

لقد أصبح الابتكار الاجتماعي ذا أهمية ملحة في العالم عموما وعالمنا العربي على وجه الخصوص، حيث يعمل الابتكار على تشخيص التحديات الاجتماعية المعقدة، والاستجابة لها بطريقة تمكّنه من حل المشكلات والتعامل مع التحديات بعيداً عن الحلول التقليدية التي لم تثبت جدواها.

تتميز عملية الابتكار الاجتماعي بأنها تنطلق من الواقع وتؤسس معطياتها بناءً على التحدي، إذ أنها تقوم بجمع كل أصحاب العلاقة، من أجل أن يعملوا على تصميم الحلول واختبارها، ومن ثم إطلاقها، وتعميمها.

يرتبط تطور المجتمعات بالازدهار الاقتصادي والرخاء الاجتماعي، حيث تسهم الحلول المبتكرة والخلّاقة في تعزيز عملية النمو المستدام وتسريعها، وتعتبر عاملاً مهما في زيادة فرص العمل، ويعتبر الاقتصاديون أن ما بين 50 إلى 80% من عملية النمو الاقتصادي يأتي من الابتكار والمعارف الجديدة.

لقد اجتذبت ثقافة الابتكار قدرا كبيرا من الاهتمام في العالم، إلا أننا لازلنا بحاجة إلى الاعتراف بأهمية دمجه في أعمال الريادة والمؤسسات الاجتماعية في مجتمعاتنا العربية، ونسعى لتحقيق ذلك من خلال نشر المعارف العملية المرتبطة بالابتكار، ودعم إطلاق مختبرات الابتكار الاجتماعي ، و مبادرات تعزز الأثر الأيجابي المرجو في مجتمعاتنا . نقدم في هذا العدد حزمة من المقالات الأساسية التي تقدم مفهوم الابتكار الاجتماعي ونلقى الضوء على أهمية القيادة المجتمعية، ونفرد بالتعريف التفكير التصميمي من حيث صعود الممارسة واستخداماته في الابتكار الاجتماعي، وكيف تساعد البيانات الحلول المرتكزة على الإنسان في توليد أثر فعال . ،وذلك عبر نخبة من المساهمين في هذا العدد الافتتاحي من نشرة تجاهات الابتكار الاجتماعي الذي نأمل أن تساهم في خطوة نحو الأمام في عمران الإنسان والمجتمع العربي.. هذا والله أعلم

غياث خليل هواري

مواضيع العدد

المقالات الرئيسية

06 ظهور رواد الأعمال الاجتماعيون
The Economist

10 العقلية الريادية الاجتماعية
غياث هواري

14 الرأسمالي الاجتماعي
The Economist

15 هل الريادة الاجتماعية تهدف للربح؟
كندة المعمار

19 أعمال العطاء شبه التجارية
The Economist

23 إعداد الطلبة لعالم سريع التغيّر
محمد الأنصاري - سارة سلطان

27 أن تمتلك.. لا أن تحتفظ
The Economist

مفاهيم ومصطلحات

32 تعلّم مفهوماً: مفهوم الريادة الاجتماعية

حلول سبر

33 الريادة الاجتماعية

قصة مشروع

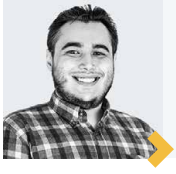
37 أحذية الغد
"TOMS; Tomorrow's Shoes"

فريق العمل

محمد سيف الأنصاري
الإشراف العام

غياث خليل هواري
رئيس التحرير

أ. كندة المعمار
إدارة هيئة التحرير



عامر قاسم
الإخراج الفني

آلاء سيفو في الترجمة

اتجاهات الابتكار الاجتماعي

هل تريد نسخة محلية خاصة ببلدك في مجلة الابتكار الاجتماعي؟
إلكترونية، ورقية؟
تواصل معنا وسنعمل معكم على ذلك
info@sabr-sp.com

The Economist

ظهور رواد الأعمال الاجتماعيون

أياً كان نوعهم

مقالة مرخصة للنشر وفق اتفاقية مع الإيكونوميست
إصدار 25 فبراير 2006

يقوم بنك الاتحاد السويسري يو بي إس الخاص الذي يضم العديد من أغنى أغنياء العالم بين عملائه بإجراء تجربةٍ مثيرةٍ للاهتمام في البرازيل والمكسيك والأرجنتين، وذلك حيث أنه شكل تحالفاً مع أشوكا، وهي منظمة عالمية تختار «رواد الأعمال الاجتماعيين» الرائدين وتستثمر فيهم، ويقدم هذا التحالف جائزة جديدة للريادة الاجتماعيّة، والتي يعترف مارتن ليشتي من بنك الاتحاد السويسري بأنها ذريعة للجمع بين مجموعتين من الأشخاص الذين قد لا يلتقون أبداً، إذ يقول: «بصفتنا أكبر إدارة للثروة في المنطقة، فنحن على مفترق طريق بين رأس المال والأفكار، فلماذا لا نجمع الأشخاص ذوي رأس المال مع الأشخاص الذين لديهم أفكار؟».

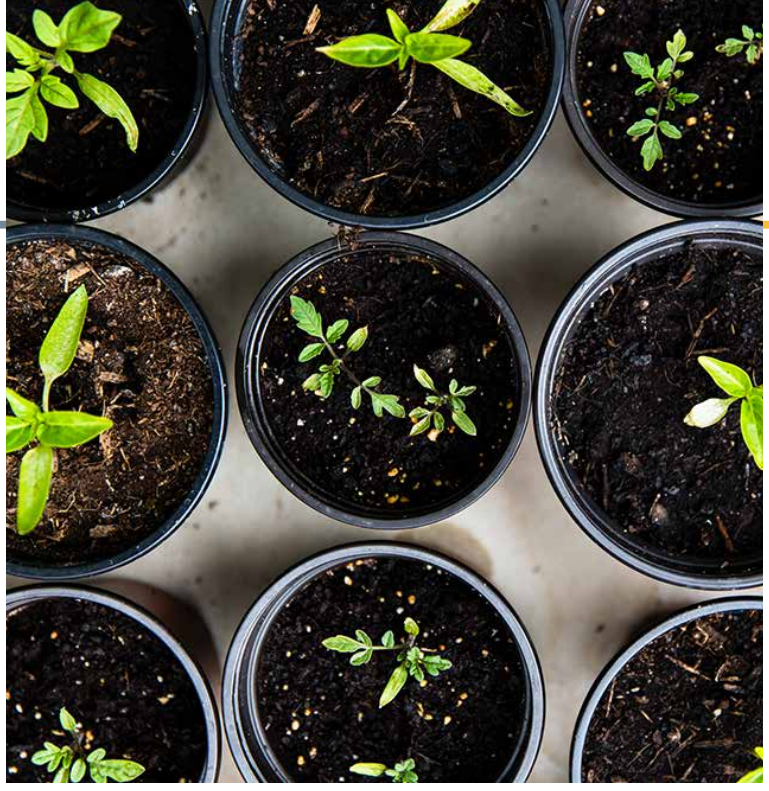
فيجب أن يكون رواد الأعمال الاجتماعيون الذين تم اختيارهم في القائمة المختصرة قد عملوا بنجاح مع أشوكا لمدة ثلاث سنواتٍ على الأقل، والفوز بالجائزة ليس هو الهدف الحقيقي، حيث أن مجرد اختيارك لتكون في الغرفة مع مجموعةٍ من الأثرياء يمنح رواد الأعمال الاجتماعيين مصداقيةً كبيرة لدى المتبرعين المحتملين، وحتى الوصفاء المتنافسون فإن لديهم فرصة جيدة للحصول على داعم مالي جديد أو أي شكل آخر من أشكال المساعدة، فمع أن هيكتور كاستيلو بيرتييه ـ الذي يدير مشروعاً مبتكراً للمراهقين المكسيكيين المضطربين ـ احتل المركز الثالث في جائزة العام الماضي المكسيكية، إلا أنه حصل على تبرعٍ بالغ الأهمية واستخدامٍ مجاني للمساحات المكتبية.

وإن أشوكا ليست وحدها من جمعت رواد الأعمال الاجتماعيين مع الأثرياء والأقوياء، وذلك حيث يتعامل رواد الأعمال الاجتماعيون الآن مع نخبة رجال الأعمال والسياسيين في العالم في المنتدى الاقتصادي العالمي في دافوس، وذل تحت رعاية منظمة شقيقة للمنتدى الاقتصادي العالمي وهي مؤسسة شواب للريادة الاجتماعيّة، وقد كان من بين الأشخاص الذين تم اختيارهم هذا العام روري ستير مؤسس شركة فري بلاي وهي شركة مكرسة لنشر الطاقة الرخيصة والمستدامة للجميع، وجيم فروخترمان من مبادرة بيني تيك وهي منظمة غير ربحية توفر التكنولوجيا للمجتمعات المحرومة، وفيكتوريا هيل وهي مؤسسة منظمة ون وورلد هيلث التي تعمل مع مؤسسة جيتس -من بين آخرين- لتوفير الأدوية منخفضة التكلفة للبلدان الفقيرة.

+ في انتظار المعجزة الإنتاجية:

وقد تأسست منظمة أشوكا في عام 1980 على يد بيل درايتون، وهو مستشار سابق في شركة ماكينزي، والذي يَتوقع أن يؤدي تنامي الريادة الاجتماعيّة إلى فوائد هائلة، ويقول أنّ الريادة الاجتماعيّة تساعد الآن في إحداث معجزةٍ إنتاجية فيما يسميه «نصف عالم المواطن» (التعليم والرفاه وما إلى ذلك)، وهو قطاع تخلّف لمدة ثلاثة قرون عن «عالم الأعمال»، حيث ارتفعت الإنتاجية وتم توليد كميات هائلة من الثروة بفضل ثقافة ريادة الأعمال التنافسية، ويجادل السيد درايتون حول حقيقة أن ظهور المزيد من رواد الأعمال الاجتماعيين، وتحسين إمكانية وصولهم إلى رأس المال النامي مع زيادة ارتباطهم بالجهات الخيرية، يخلق فرصاً إنتاجيةً هائلة للقطاع الخاص.

وليس للقطاع الخاص تعريفٌ محدد ودقيق بعد، ولكنه يتكون إلى حدٍ كبير من القطاع الحكومي بالإضافة إلى القطاع غير الربحي، وقد جرت العادة على أن تتم إدارة كلٍ من القطاع الحكومي والمنظّمات غير الربحية بطريقةٍ غير فعالة، وترجع معجزة الإنتاجية التي اكتشفها السيد درايتون إلى كلٍ من التحول من القطاع الحكومي إلى قطاعٍ خاص أكثر كفاءة (من قبل المنظّمات الربحية وغير الربحية) وزيادة كفاءة القطاع غير الربحي.



وربما كانت المنظّمات غير الربحية لا تزال تحتاج إلى أن تقطع شوطاً طويلاً من أجل تحسين كفاءتها، ففي عام 2004، ادعى بيل برادلي المرشح الرئاسي السابق للديمقراطيين، واستشاريان من شركة ماكينزي في مقال في هارفارد بيزنس ريفيو أنه في أمريكا وحدها كانت هناك «فرصة بـ 100 مليار دولار» للقطاع غير الربحي لتحسين كفاءته من خلال الإدارة الأفضل، ولكن هل ريادة الأعمال الاجتماعيّة هي أفضل طريقةٍ لتحقيق ذلك؟

لا توجد إجابة واضحة، وذلك لأسباب ليس أقلها أنه لا يوجد من هو متأكد من معنى المصطلح بالضبط، وفي كتاب يوضح تنامي ريادة الأعمال الاجتماعيّة بالرسوم البيانية وهو «كيف تغير العالم: رواد الأعمال الاجتماعيون وقوة الأفكار الجديدة»، يشير ديفيد بورنشتاين إلى أنّ معظم المناقشات حول ريادة الأعمال الاجتماعيّة تدور حول «كيفية تطبيق مهارات الأعمال والإدارة على تحقيق غاياتٍ اجتماعية»، وهو نفسه يرى رواد الأعمال الاجتماعيين على أنهم «قوى تحويلية؛ أي أشخاص لديهم أفكار جديدة لمعالجة المشكلات الكبرى والذين لا يتهاونون في السعي لتحقيق رؤاهم»، وعرّف المعلم الإداري الراحل بيتر دراكر -الذي كان سريعاً في اكتشاف هذا الاتجاه- رواد الأعمال الاجتماعيين بأنهم أشخاص يرفعون من «قدرة أداء المجتمع».

يقول السيد شرام من مؤسسة كوفمان -التي تشجع على التوصل إلى فهم أفضل لريادة الأعمال- أنّ كونك رائد أعمال يعني أن تكون مجازفاً، ولكن المجازفة العالية مع احتمال الفشل قد تكون آخر ما تحتاجه العديد من المؤسسات غير الربحية، وبالتأكيد كما يقول شرام: «كل رائد أعمال هو رائد أعمال اجتماعي، ورائد الأعمال الناجح... يخلق الثروة، وبدون الثروة لن يكون هناك فائضٌ في رأس المال لتحويله إلى نشاطٍ خيري».

ولم يكن السيد أوميديار أيضاً يشعر الارتياح لهذه التسمية، حيث كان يرى بأنها تعني استنكار الأرباح التي لا يشاركها، ويقول: «أنا أعتبر نفسي رائد أعمال، ولدي وجهة نظر اجتماعية، ولكنني لا أسمي نفسي رائد أعمالٍ اجتماعي»، ولكن زميله صاحب الأعمال الخيرية من موقع إيباي السيد سكول كان يعتقد أن ريادة الأعمال الاجتماعيّة لديها شيءٌ تسعى لتحقيقه، وتتمثل مهمة مؤسسته التي تحمل اسمه في «دفع التغيير المنهجي لإفادة المجتمعات في جميع أنحاء العالم من خلال الاستثمار في رواد الأعمال الاجتماعيين والتّواصل معهم والاحتفاء بهم».

وفيما يتعلق بأمورٍ أخرى، فقد تم منح السيد سكول مركز (سكول لريادة الأعمال الاجتماعيّة) في كلية (Saïd) لإدارة الأعمال في جامعة أكسفورد، والذي يعتبر نوعًا من ميلٍ متزايد من المؤسسات الأكاديمية، بما في ذلك معظم كليات إدارة الأعمال في الوقت الحاضر، نحو أخذ هذه الظاهرة على محمل الجد. وكانت قد بدأت كلية هارفارد لإدارة الأعمال في تدريس منهاجٍ تدريبي حول المشاريع الاجتماعيّة منذ 12 عاماً.

ويشعر شرام بالقلق من أن بعض هذه المناهج من المرجح أن تجعل الطلاب ينقلبون على الرأسمالية، ولكن وايتهيد -الرئيس السابق في بنك جولدمان ساكس والذي كان القوة الدافعة وراء منهاج هارفارد بزنس ريفيو- يرى أنها جزءٌ من توجهٍ معين بين النخبة في العديد من البلدان الذين يرغبون أكثر فأكثر ليس فقط في كسب المال وإنما في إحداث «الفرق» أيضاً، وقد لا يكون المال المكتسب جيداً كما هو الحال في الأعمال التجارية، ولكن يمكن أن يكون للشباب المتألقين تأثيراً أكبر على أي مؤسسةٍ غير ربحية في سنواتهم الخمس الأولى أكثر من تأثيرهم على شركة جولدمان ساكس، المليئة أساساً بالشباب الأذكياء والمتألقين. ففي عامهم الأول، إذ يمكنهم تقديم عشرة اقتراحات من شأنها تحسين العملية غير الربحية لأنهم تلقوا تدريبات على طرق التفكير العملية في مجال الأعمال».

أشخاصٌ مثلي ومثلك:

من المؤكد أن عدد خريجي كليات إدارة الأعمال الذين يلتحقون بالقطاع غير الربحي قد ازداد، وهذا من شأنه أن يجتذب أصحاب الأعمال الخيرية الجدد الذين يريدون أن يروا أشخاصاً مثلهم مسؤولين عن المنظّمات غير الربحية التي يدعمونها، ولكن هؤلاء المهنيين الجدد قد يحققون الكثير من خلال استخدام أحدث تقنيات الإدارة لتحسين أداء المنظّمات غير الربحية القائمة من خلال إنشاء مؤسساتٍ جديدة من خلال الريادة الاجتماعيّة.

ويقول كولينز خبير الإدارة: إن الوصول إلى الأشخاص المناسبين هو أكثر أهمية في العالم غير الربحي مما هو عليه في الأعمال التجارية، لأنه غالباً ما يكون من الصعب على المؤسسات غير الربحية التخلص من الموظفين بمجرد أن يكونوا «متشتتي الأذهان»، بينما يمكن لقادة الأعمال التجارية طرد الأشخاص بسهولةٍ أكبر ويمكنهم إنفاق الأموال من أجل شراء المواهب، ولكن بعض رواد الأعمال الاجتماعيين وجدوا أيضاً طرقهم الخاصة لتأمين أفضل المواهب، حيث أوضحت ويندي كوب، التي أسست «تيش فور أميركا» في عام 1989 ـ وهي منظّمة غير ربحية يتوارد إليها خريجون من أفضل الجامعات لقضاء أول عامين من حياتهم المهنية في تعليم أطفال الأسر ذات الدخل المنخفض ـ منذ البداية أن الأفضل فقط هم الذين سيجدون طرقهم الخاصة، وبحلول العام الماضي، تقدم أكثر من 97000 شخص للعمل في منظمتها، ولكن تم قبول 14000 فقط، وإن قدرة كوب على الاختيار والانتقاء عززت مصداقيتها مع داعميها الخيريين ومكنتها من جمع المزيد من الأموال.

وهناك عددٌ متزايد من المنظّمات غير الربحية التي تمتلك الآن إداراتٍ تسويقية من أحدث طراز، وفي الحقيقة، قد يبدو أحياناً أن التسويق أصبح أكثر أهمية من الرسالة، حيث تتمثل إحدى أساليب التسويق في تكليف «قطاع الطرق الخيريين» من أجل تطويق الناس في الشارع ودعوتهم لتوقيع أمرٍ دائم بتقديم تبرعاتٍ منتظمة للمؤسسة الخيرية، ولقد استخدمت أوكسفام هذا لفترة من الوقت في بريطانيا، ولكن المؤسسة الخيرية التنموية تعتقد الآن أنّ جمع الأموال بهذه الطريقة لا يؤتي ثماره، فمن الأفضل بكثير الاستفادة من قلق الشعب بشأن اتجاه تبرعاتها الخيرية، كما فعلت منظمة أوكسفام مع كتالوج عطايا عيد الميلاد الناجح للغاية، حيث قدمت عطايا مثل رعاية ماعز في قرية أفريقية مقابل 24 جنيهاً إسترلينياً أو توفير المياه الصالحة للشرب لـ 1000 شخص مقابل 720 جنيهاً إسترلينياً، وتقول باربرا ستوكينج، رئيسة منظمة أوكسفام: «يريد الشعب أن يكون متعلقاً بالمعاملات، وأن يكون لديه علاقةٌ مباشرة أكثر مع المكان الذي تذهب إليه أموالهم».

ولكن المشكلة الرئيسية للعديد من المنظمات غير الربحية هي كيف تصبح أكبر؟ ويقول نايجل موريس، المؤسس المشارك لشركة كابيتال ون وهي شركة بطاقات ائتمان: «إن إحدى المشكلات هي أنّ المنظّمات غير الربحية التي تُدار جيداً ليس بالضرورة أن تنمو». وهذا صحيح فالنمو ليس كل شيء. في الواقع، إذ يخشى كولينز أن تضع المؤسسات غير الربحية التوسع قبل الفعالية الحقيقية حيث يقول: «تعتبر أحد علامات الشركات غير الاستثنائية هو أنها تصبح مهووسة بالتوسع والنّمو». ولكن على المانحين أن يقرروا ما إذا كانوا يريدون ببساطة شراء الخدمات من مؤسسة غير ربحية، أو ما إذا كانوا يريدون الاستثمار في مساعدة المنظّمة على النمو، فإذا كان النمو مهماً بالنسبة لهم، فعليهم ألا يكونوا شديدي التدقيق على النفقات العامة.

ميزة النفقات العامة:

يقول كولينز: «في قطاع الأعمال التجارية، يشعر الناس بارتياحٍ كبير لفكرة الاستثمار في مؤسسةٍ ما والحاجة إلى بناء بنيتها التحتية، أما في القطاع الاجتماعي، فيكون الميل نحو الاستثمار في برنامج فقط؛ حيث أنّ هناك استثمارٌ ضئيل للغاية في بناء المنظّمات». ومع ذلك، ففي كثير من الأحيان، عند الخضوع لضغطٍ عام من أجل خفض النفقات العامة، «تضحي المنظّمات غير الربحية بالكفاءة مقابل الإبقاء على التوسع»، كما يقول جريجوريان من كارنيجي.

وليس هناك سوق لعمليات الدمج والاستحواذ في العالم غير الربحي، ولمختلف الأسباب، هناك أعدادٌ كبيرةٌ جداً من المؤسسات غير الربحية، ويمكن أن يساعد أصحاب الأعمال الخيرية من خلال تشجيع الاندماج، كما يقول جون ستودزينسكي، الرئيس المشارك لبنك HSBC الاستثماري وصاحب الأعمال الخيرية النشط، ويقول أيضاً: «في أعمال التشرد، أنا من أشد الداعين إلى الاندماج، وهناك حوالي 40 مشروعاً للتشرد في لندن؛ ثمانية فقط منهم هي مشروعات جيدة فعلاً وذات قيمة».

وهناك أيضاً دورٌ يؤديه أصحاب الأعمال الخيرية في تشجيع المنظّمات غير الربحية على تطوير مصادر أخرى للتمويل، وذلك لتقليل اعتمادهم على حسن نوايا المانحين، ومن إحدى الاستراتيجيات للقيام بذلك هو تقديم خدمات توليد الرسوم وكذلك القيام بعملٍ للحكومة، ولطالما ولّدت العديد من المؤسسات غير الربحية إيراداتٍ بهذه الطريقة.

كمت يمكن لأصحاب الأعمال الخيرية أيضاً أن يشجعوا المنظّمات غير الربحية على السير في اتجاه التحول نحو الربحية وأن يكون لها القدرة على الاعتماد على نفسها بالكامل، وهذا ما يأمل أوميديار في تحقيقه من خلال تبرعه بمبلغ 100 مليون دولار لجامعة تافتس ليقوموا بالاستثمار بشكلٍ مربح في تمويل المشاريع الصغيرة، ولكن الفكرة قد تواجه مقاومةً ثقافيةً كبيرة، حيث يسأل السيد درايتون من منظمة أشوكا «كيف تجعل القطاع الخاص يغير مواقفه بحيث يسمح للمؤسسات بالحصول على دخلٍ يساوي المصروفات على الأقل؟».

ويحاول درايتون الآن تعزيز إقامة الشراكات الهادفة للربح بين الشركات الكبرى والمجموعات المجتمعية في بعض أكثر مناطق العالم فقراً، كما يقول: «بالعمل مع كلا الجانبين، فإننا نرسم خريطةً لسلسلة قيمة مضافة جديدة، تبدأ من تصميم المنتَج إلى الإنتاج إلى التوزيع إلى تقديم الخدمات، والتي تقدم خدمةً أفضل بكثير للعميل النهائي وبشكلٍ أسرع وأيسر وأكثر اقتصاداً، فإن إنهاء قرونٍ من عدم التواصل يجلب قيمة كبيرة لدرجة أن كلاً من رجال الأعمال ومجموعات المواطنين ستبرز كفائزين كبار أيضاً».

وعلى سبيل المثال: تعمل مجموعات المجتمع في الأحياء الفقيرة في المكسيك الآن مع شركة سيمكس، وهي شركة أسمنت ضخمة، لإنشاء سوق للإسمنت بين سكان الأحياء الفقيرة، مما يقلل بشكلٍ كبير من تكلفة بناء غرفٍ إضافية في مساكنهم، ويوفر الأموال للمجموعات غير الهادفة للربح، ويحول الربح (الذي لا يزال صغيراً) لشركة سيمكس، ويحظى رواد الأعمال الاجتماعيون الذين يديرون المجموعة المجتمعية بثقة السكان المحليين والتي بدونها لن تتمكن الشركة الكبيرة من دخول السوق، كما يقول درايتون، كما يجري تطوير «سلاسل القيمة المضافة الهجينة» المماثلة الأخرى التي تجمع بين الأغراض التجارية والاجتماعيّة بين مجموعات من سكان الغابات، وشركات علم الغابات، وصغار المزارعين، وشركات الري.

وفي هذه الأثناء، تأمل منظمة أشوكا أن تزدهر علاقتها مع بنك الاتحاد السويسري، وأن يتم منح الجوائز قريباً عبر أمريكا اللاتينية وآسيا، بالإضافة إلى تسليط الضوء على الدور المتنامي لأصحاب المشاريع الاجتماعيّة، تشير هذه التجربة أيضاً إلى اتجاهٍ جديدٍ آخر وهو: دورٌ أنشط للوسطاء في سوق رأس المال الخيري الناشئ.

The Economist

العقليــة الريادية الاجتماعيــة

منظومة تفكير رواد الأعمال الاجتماعيون

غياث هواري

استشـاري تصميم الأعمال والاسـتراتيجيات، عمل مع كبرى الشركات العربية في قطاع الأعمال والمجتمع والتعليم والاسـتثمار.

على الرغم من الانتشـار الواسـع لـرواد العمل الاجتماعـي حـول العالـم، وكثافة نشـاطاتهم وتنوعها، واختـلاف أعمارهم، ومواقع توزعهم جغرافياً، ومجـالات ابتكارهـم، إلا أن الناجحين منهـم يشـتركون بمنظومـة تفكيـر واحـدة، وفـي أبعـد احتمـال يشـتركون بمنظومـات تفكيـر متشـابهة إلى حـد كبير.

- لا معنـى للتحـدث عـن رواد الأعمـال الاجتماعييـن دون أخـذ نزاهـة دوافعهـم الأخلاقيـة بعيـن الاعتبـار، ويصعـب تحديد الدافـع الأخلاقي لكل رائد أعمـال اجتماعي، إلا أنهـم جميعـاً يملكون مشـاعرَ إنسـانية عالية، وإحساسـاً بالمسـؤولية تجاه الآخرين، والتـي غالبـاً مـا يكـون منشـؤها أحـد السـببين التاليـن:
  - تأثـر رواد الأعمـال فـي سـن مبكـرة من طفولتهـم بالآباء والأجـداد وغيرهم من الأشـخاص المقربيـن الذيـن لديهـم قيم أخلاقيـة قويـة للغايـة، وذلك كمـا تأثر محمد يونـس منذ طفولته بكـرم والدته التـي كانت لا ترد سـائلاً يأتـي على بابها مهما كلفهـا الأمر.
  - مـرور حادثـة أو ظـروف حرجـة فـي حياة رجـل الأعمـال الاجتماعـي، أثـرت بـه عاطفيـاً بعمـق، وأصبحـت بمثابة عامل محفـز لـه للعمـل علـى التخفيـف مـن معانـاة الآخريـن.

+ منظومة تفكير رواد الأعمال الاجتماعيون:

يقـوم كل شـخص منـا بتصميـم الحلـول لـكل مـا يواجهـه مـن تحديـاتٍ يوميـةٍ، ولكـن العقليـة الريادية الاجتماعيـة تتطلـب تصميم حلـولٍ ترتكز حول المسـتفيد، وذلـك من خلال فهـم الاحتياجات العميقة للمسـتفيدين، والحصـول على الأفـكار الملهمة للحلـول منهم، ومن ثم بنـاء نماذج أولية تجريبيـة للحلـول، واختبارها معهـم قبل تحويلها إلى مشـروعات، ويتطلب ذلـك منظومـة تفكير مختلفـة تتضمن:

منظومة تفكير رائد العمل الاجتماعي	
تفاؤل وإيجابية وحماس	عمل جماعي تكاملي
تفكير إبداعي منفتح	فهم قضايا المجتمع
تحديد الفرص والمساهمات	تعاطف وفهم المستفيدين
تجريب واختبار وتطوير	ذكاء وفطنة الأعمال

التفاؤل والإيجابية والحماس

ينطوي العمل الاجتماعي عموماً على الكثير من التحديات والمعوقات والنظم الاجتماعية والقوانين المعوقة في كثير من الأحيان، ولكن الإيمان بفكرة المشروع وحده هو ما يعزز التفاؤل ويجدد العزيمة من أجل صنع الفرق في حياة المستفيدين والمجتمع ككل من خلال تصميم الحلول الفعّالة، وذلك حيث يتميز رواد الأعمال الاجتماعيون بقدرتهم على التعامل مع تلك التحديات القائمة والمحتملة وغير المسبوقة، وحماسهم وإيجابيتهم اللذان يدفعانهم نحو المثابرة والاستمرار مهما كانت التحديات.

العمل الجماعي التكاملي

يتطلب العمل الريادي الاجتماعي تضافر جهودٍ ذات كفاءاتٍ متنوعة، تعمل معاً من أجل تحقيق هدفٍ واحد، ويتمتع رواد العمل الاجتماعي بقدرات تواصلية عالية، فهم قياديون ومبتكرون وبارعون في بناء علاقاتٍ متنوعةٍ مع مختلف الفئات، فيتواصلون مع المستفيدين لفهم احتياجاتهم، ويتواصلون مع فرق عملهم لتنفيذ مشروعاتهم، ويتواصلون مع رواد الأعمال الاجتماعيين للتعلم منهم وبناء شراكات معهم، ويتواصلون مع الجهات المانحة لتمويل مشروعاتهم.

التفكير الإبداعي المنفتح

تتطلب المشكلات الاجتماعية التفكير بطرق غير تقليدية، من أجل إيجاد الفرص وابتكار الحلول، وابتكار آليات تنفيذٍ لها، فالانفتاح يجعلهم يفكرون بهيكليات عمل مختلفة عن الهياكل القائمة، ويمنحهم حرية الجمع بين الموارد والناس من مختلف الخبرات، وبهذا الجمع الإبداعي للكفاءات المختلفة يقدمون حلولاً نوعية، فهم لا يفكرون في «الممكنات» وكيفية تطويرها فقط، بل يفكرون في «غير الممكنات» وكيفية ابتكار طرقٍ لاختراقها وتطويعها إن لزم الأمر.

فهم قضايا المجتمع

العمل الاجتماعي واسع النطاق، فالمجتمعات مليئة بالقضايا التي تحتاج إلى العمل عليها، ولكل قضية مستفيدوها وتحدياتها، فيحتاج رائد الأعمال الاجتماعي إلى فهم القضايا الاجتماعية، والتحديات التي تنطوي عليها قبل البدء بالعمل على تصميم المشروع، ويتطلب فهم قضايا المجتمع أن يكون رائد الأعمال الاجتماعي شغوفاً بها، متتبعاً لها، يقترب منها لفهم حيثياتها بعمق، ويشعر بمسؤوليته الكاملة تجاهها، ويتحلى بالجرأة والشجاعة الكافية للعمل عليها، والتصدي لها.

تحديد الفرص والمساهمات

يتطلب تحديد الفرص المتاحة لصنع التغيير في حياة الناس عقلاً متفتحاً، ورؤية حكيمة، وحدساً خاصاً لابتكار طرق عملٍ ممكنةٍ لحل المشكلات الاجتماعية، فالأفكار المميزة تشكل أساساً لتطوير مشروعاتٍ مبتكرةٍ قادرة على النجاح، ومصدراً لتحفيز الناس لاتباع سلوكياتٍ إيجابيةٍ، وينطوي تحديد الفرص والمساهمات على تصميم رسالة اجتماعية لرائد الأعمال يحدد فيها مساهمته والفئة المستفيدة منها والتغيير الذي سيطرأ على حياتهم من خلال تلك المساهمة.

التعاطف وفهم المستفيدين

تتطلب المشكلات الاجتماعية فهماً عميقاً للمستفيدين، فتحديد القضايا، وتحديد المساهمة وحده لن يمكّنهم من تصميم مشروع يحدث فرقاً، فوحدهم المستفيدون من يمكنهم أن يكونوا مصدر الإلهام، وهذا ما يدفع رواد العمل الاجتماعي إلى الانخراط في المجتمعات المتضررة، وفهم وجهات نظر المستفيدين، والمعنيين، وأصحاب العلاقة، وتحديد احتياجاتهم الحقيقية، من أجل تصميم حلولٍ تلبي احتياجاتهم، وتحقق تطلعاتهم، وتصنع فرقاً في حياتهم.

تجريب واختبار الحلول

تتطلب عملية تصميم المشروعات العمل على تطوير فكرة الحل بصبر ومثابرة، فاختبار فكرة الحل والتأكد من فعاليتها قبل تقديمها للأسواق هو العنصر الأساسي في نجاح تصميم الحلول الاجتماعية بطريقةٍ ابتكارية، فالأفكار كثيرةٌ ويجب اختبارها لمعرفة المناسبة منها، وإن تطوير عقلية التجريب والتكرار، وتقبل فكرة ألا يكون الحل مثالياً من المحاولة الأولى، هي مهمة صعبة بالنسبة للكثيرين، ولكنها الضمان الأكيد لتحسين وصقل الحلول المصممة حتى تحقق المطلوب.

ذكاء الأعمال

يتميز رواد الأعمال الاجتماعيون بقدرتهم على فهم متطلبات السوق جيداً، وملاحظة تغيراته، فإنهم يؤمنون بأن الأفكار لا تكفي لتغيير المجتمعات، ولذلك لابد من فهم الاحتياجات وتقديم الحلول المطلوبة لتلك الأسواق، ويركز رواد الأعمال الاجتماعيون على الفرص المتاحة، وكيفية استثمارها، من خلال إشراك مختلف الطاقات المعارف والخبرات لتحقيق ذلك، ويسعون إلى وضع آليات تنفيذٍ فعَّالةٍ، ويعملون على تقيّيم عملهم باستمرار، ويطورون معايير قياس نجاحهم.

كيف نبني منظومة التفكير الريادية الاجتماعية؟

بعد أن عرفنا منظومة تفكير رواد الأعمال الاجتماعيين، فكيف ينبغي لنا أن نفكر من أجل بناء منظومة التفكير الريادية الاجتماعية أو العقلية الريادية الاجتماعية؟ قد نعتقد بأننا لا يسعنا نحن كأفراد القيام بالكثير في سبيل ذلك، ولكن ربما كانت التغييرات البسيطة في معتقدات الشعوب والمجتمعات بصورة عامة سبباً لإحداث تغيير مستدام في حياة الملايين.

فمن المهم جداً في خطاب المجتمع وإعداده للفكر الريادي أن يكون التركيز على إحداث التغيير والعمل بدلاً من التنظير، فكما يقول غاندي: « لنكن نحن أنفسنا التغيير الذي ندعو إليه»، كما ينبغي أن يركز الخطاب التوعوي على صيغة «نحن» بدلاً من «أنا»، وعلى دور المخاطبين الحالي والمستقبلي في عصرهم وعالمهم بشكل واضح ومباشر، مع تقديم النماذج الواقعية على ذلك، وطرح قضايا واقعية لبدء التفكير بصورة عملية في كيفية حلها ومحاولة اتخاذ الإجراءات المناسبة وتأسيس الحاضنات وتأمين البيئات والأدوات المساعدة على ذلك، وسعياً لتحقيق ما سبق، ويمكننا البدء بالعمل من خلال ما يلي:

على مستوى التعليم الابتدائي:

ينبغي أن نغرس في نفوس الطلبة مجموعة من القيم الأساسية، وعلى سبيل المثال:

- أن أفكارهم مهمة مهما كانت صغيرة، وأن ما يدور في أذهانهم له قيمة.
- أن طرح الأسئلة والقيام بالمبادرات أمر في غاية الأهمية.
- أن «التعاون» مع الآخرين قيمة عالية وممتعة.
- أن الوقوع في الأخطاء وقتَ التجربة خير من عدم التجربة مطلقاً.

على مستوى الجامعات:

هناك الكثير من الجامعات الشهيرة التي تربطها علاقات جيدة جداً بعالم الريادة الاجتماعية، ولها مؤسسات خاصة تدعم أنشطة الريادة الاجتماعية «كهارفرد» و»أوكسفورد» و»ستانفورد» وغيرها من الجامعات المرموقة، ولذلك ينبغي العمل على:

- تنشيط البرامج والدورات التدريبية والإعدادية للريادة الاجتماعية في الجامعات المحلية.
- بناء علاقات التعاون والعمل بين مشاريع الريادة الاجتماعية وهذه الجامعات.

على المستوى الحكومي:

يكمن دور الحكومات في بناء العقلية الريادية من خلال:

- توسيع الخدمات الشعبية التي تساعد على توليد أفكار ريادية اجتماعية.
- منح الامتيازات للمبادرات التي تسعى لمعالجة المشكلات الاجتماعية.

ويقول الكاتب البريطاني برناردشو: «يحاول التقليدي أن يكيف نفسه مع الواقع فيما يسعى غير التقليدي إلى تكييف الواقع لصالحه»، وتتطلب التحديات اليومية عموماً ضرورة التفكير خارج الصندوق، ويوظف هذا النوع من التفكير في محاولة ابتكار حل تكيّفي مصغر يعين على التكيف مع مشكلات الواقع الحالي بأقل خسائر ممكنة، وذلك في الوقت الذي يمكن فيه توظيف هذا النوع من التفكير من أجل إيجاد بدائل عن أنظمة الواقع الحالية عبر أنظمة جديدة كلياً وأكثر فعالية، وهو ما يسعى إليه رواد التميز الاجتماعيون الملهمون.

PROMOTION AD

مقياس
العقلية الريادية

يساعدك هذا المقياس على تحديد مدى إمكانية نجاحك في العمل الريادي من خلال قياس كفاءاتك.

يشير مفهوم العقلية الريادية إلى حالة ذهنية محددة توجه السلوك البشري نحو ممارسة العمل التجاري الحر. حيث يشمل هذا المفهوم القدرة على ابتكار قيمة جديدة، والتحلي بالجرأة والشجاعة من أجل المضي بها قدما وتحويلها إلى عمل مستدام، والثبات والعزيمة في التعامل مع المخاطر وتحمل الغموض والمتغيرات.

يساعد على قياس مدى إمكانية نجاحهم في عالم العمل الريادي من خلال:

- تقييم منهجية التفكير الريادية.
- تقييم الكفاءات الشخصية المناسبة للعمل الريادي.
- تقييم الكفاءات المهنية المناسبة للعمل الريادي.
- تقديم التوصيات التي تساعدك على تطوير الكفاءات الريادية، ومنهجيات تفكير العمل الريادي.

مَن يستفيد مِن المقياس؟

- أصحاب الأفكار الريادية، والمشروعات الناشئة.
- أقسام التسويق، وأقسام البحوث والتطوير في قطاع الأعمال.
- أقسام تصميم الخدمات والمنتجات في القطاع الثالث.

مزايا المقياس

- سهولة الاستخدام.
- سرعة الحصول على التقرير.
- إمكانية مشاركة التقرير مع الأقران، وعبر وسائل التواصل الاجتماعي.

مَن يستفيد مِن المقياس؟

- تشخيص دقيق للكفاءات، ومنهجيات التفكير الريادية.
- توصيات وخطة عمل تساعد المستفيد على التطوير.

استخدم المقياس واحصل على التقرير

sabr Assessments

The Economist

الرأسمالي الاجتماعي

تذكُّـر الأكاديمي الذي عرّف لأول مـرة الريادة الاجتماعيّة

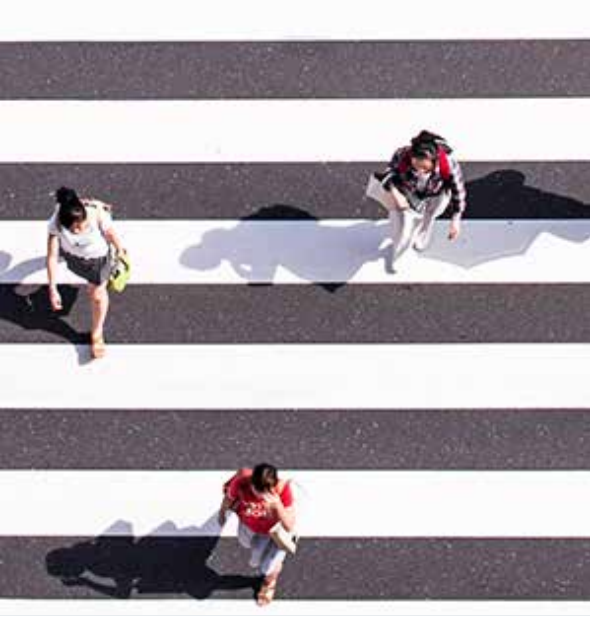
مقالة مرخصة للنشر وفق اتفاقية مع الإيكونوميست

تُعتبـر الريـادة الاجتماعيّة مـن القضايا السـاخنة والمثيرة للجـدل، ويبدو أنّ الطـلاب فـي كليـات إدارة الأعمال حريصـون أكثـر فأكثر على إيجـاد طرق لتوظيـف المهـارات التي يتعلمونها في تحسـين العالـم وكذلك أرصدتهم المصرفيـة، وإذا بحثـت عن ريـادة الأعمـال الاجتماعيّة عبر الإنترنت سـتأتي بالعشـرات مـن العناويـن ابتـداءً مـن «نهـوض الريـادة الاجتماعيّـة يقترح مسـتقبلاً محتملاً للرأسمالية» و «تشـجيع رواد الأعمال الاجتماعيين الإناث» إلى «علّمنا نيلسـون مانديـلا المعنـى الحقيقي للريـادة الاجتماعيّة».

وفي عـام 1998، عندما كتـب جريجوري ديـس مقالته القصيـرة والإبداعية فـي الوقـت ذاتـه حـول «معنـى الريـادة الاجتماعيّـة»، كان المصطلـح لا يـزال جديـداً وبالـكاد يُسـتخدم حتـى مـن قبـل المبدعيـن والمبتكرين في حل مشـاكل المجتمـع والذين يطلقـون على أنفسـهم اليـوم رواد الأعمال الاجتماعييـن، ولقد قدم السـيد ديـس -الذي توفي في 20 ديسـمبر عن عمر يناهـز 63 عامـاً- فـي مقالته التعريـف الذي يحتاجـه هذا المفهوم بشـدة، وكمـا أوضـح الصعوبـات التـي تكتنـف الجمـع بين عقليـة ريـادة الأعمال وبيـن النشـاط الاجتماعي.

ولاحـظ السـيد ديـس أنّ الريـادة الاجتماعيّـة هـي «عبـارة مناسـبة تمامـاً لعصرنـا»، حيـث تجمع «الشـغف بالمهمـة الاجتماعيّة مع صـورة الانضباط والابتـكار والتصميم الشـبيه بالعمل التجاري الذي يرتبط عادةً -على سـبيل المثـال- بـرواد التكنولوجيـا العالية في وادي السـيليكون «.

ويعمـل العديد مـن رواد الأعمـال الاعتياديين على تحسـين الوضع العالمي دون أن يتعمّـدوا فعل ذلك، حيث أنّ هذه التحسـينات تأتـي كنتيجةٍ ثانوية لبنـاء مشـروع تجـاري ناجـح، ولكـن النيـة مهمة -كمـا يرى السـيد ديس- فليـس كل روّاد الأعمـال هـم رواد أعمـال اجتماعيـون، وإنمـا يعتبـر رواد الأعمـال الاجتماعيـون «فرعـاً واحـداً لأصلٍ رائـد الأعمال»، ومـا يميزهم هو رسـالتهم الاجتماعيّـة، فبينمـا يحفـز العديد مـن رواد الأعمـال الاعتياديين احتمـال الحصـول على المرابـح الماليـة، تكـون «الرسـالة الاجتماعيّة جادة ومحورية» بالنسـبة لأصحـاب المشـاريع الاجتماعيّة.



إن لهـذا آثـاره الكبيرة على كيفيـة فهمهم وتقييمهم للفـرص، فالمقياس الرئيسـي لنجـاح رجـل الأعمـال الاجتماعي ليس تكويـن الثروة وإنمـا «الأثر الاجتماعـي المرتبـط بالرسـالة»، ومـع ذلـك، وكمـا أدرك السـيد ديس منذ 15 عامـاً، فـإن قياس هذا الأثـر الاجتماعي صعـبٌ للغاية، وبـدون مقاييس موثوقـةٍ لـلأداء، فـإن قـوى السـوق التـي تلعـب دوراً حاسـماً فـي تمييـز الخـراف عن الماعز في ريـادة الأعمال العادية لا يمكنهـا أن «تنجح أيضاً مع أصحـاب المشـاريع الاجتماعيّـة». وتحديداً، تظل قوى السـوق عاجزة وحدها عن «تقييم التحسـينات الاجتماعيّة، والسـلع والأضرار العامـة، والفوائد التي تعـود علـى الأشـخاص الذيـن لا يسـتطيعون الدفع» وهـي عناصـر غالباً ما تكـون ضرورية للريـادة الاجتماعيّة».

وبالنتيجـة، يقـول ديـس: «يبدو مـن الأصعب بكثيـر تحديد مـا إذا كان رائد الأعمـال الاجتماعـي يخلـق قيمـةً اجتماعيـة تكفـي لتبريـر المـوارد التـي اسـتخدمها فـي خلق تلك القيمـة»، وقد رفض ديس مؤشـرين يُسـتخدمان عـادةً لادعـاء النجاح فـي القطـاع الاجتماعـي، كمـا أن «اسـتمرارية أو نمو مؤسسـة اجتماعيّة ما ليسـت دليلاً علـى كفاءتها أو فعاليتها في تحسـين الظـروف الاجتماعيّـة، بـل هـي مجرد مؤشـر ضعيف فـي أحسـن الأحوال»، وبالمثـل، فـإن النجـاح فـي تحصيـل رسـوم الخدمـات أو التنافـس بفعالية للحصـول على التبرعـات والمتطوعين وأنـواع أخرى من الدعـم الخارجي قد يبـدو مثـل نظام السـوق في العمـل، ولكن هذا النـوع من المكاسـب غالباً لا يتماشـى بشـكلٍ وثيق مع رسـالة رائد الأعمال الاجتماعي، «فيعتمد ذلك علـى مـن يدفـع الرسـوم أو يقـدم المـوارد، وما هـي دوافعهـم، وما مدى قدرتهـم علـى تقييم القيمـة الاجتماعيّة التي أنشـأها المشـروع؟ «.

ومنـذ أن كتـب ورقتـه البحثية في عـام 1998، أصبـح هناك تقـدمٌ طفيف فـي قيـاس الأثـر الاجتماعي، ويرجـع الكثير مـن الفضل في ذلـك إلى العمل اللاحق الذي قام به ديس نفسـه خلال فترات الدراسـة فـي جامعات هارفارد وسـتانفورد وديوك، وليس هنـاك خلاف على أن رواد الأعمـال الاجتماعيين مـن محمـد يونس صاحب برنامج الإقـراض الصغير إلى ويـندى كوب صاحبة مشـروع «تيش فـور أميركا» قد حققوا أثـراً كبيراً، ومع ذلـك، لا يزال هناك طريـقٌ طويل لنقطعـه قبل أن نقـول أنّ المخاوف التي أثارها السـيد ديس قد تـم حلها.

وركـز أصحاب الأعمـال الخيرية من أصحـاب المليارات مثل بيـل جيتس على إجـراء قياسٍ أفضل لنتائج تبرعاتهم، وتقوم الشـبكة العالمية للاسـتثمارات ذات الأثـر GIIN بتقييـم الأعمـال ذات الأهـداف الاجتماعيّـة الواضحـة، وسـتكون هـذه المقاييـس ضروريـةً أيضـاً لنجاح سـندات الأثـر الاجتماعي، وهـي أداة ماليـة مبتكرة بيـن القطاعين العـام والخاص يتـم تجريبها الآن فـي العديد من البلدان على أمـل معالجة القضايا الاجتماعيّة الشـائكة مثل عودة السـجناء السـابقين إلـى الإجرام.

ولقـد امتـد تأثير السـيد ديس إلى مـا هو أبعد مـن دراسـاته الأكاديميـة، حيث أنه سـاعد في إقنـاع المنتـدى الاقتصـادي العالمـي بتبنـي ريادة الأعمال الاجتماعيّة، وأرسـل رواد الأعمال الاجتماعييـن إلـى دافـوس لمقابلـة عمالقـة الشـركات الكبـرى، كما قـام بتقديـم البرنامج التدريبـي الأول حـول الريـادة الاجتماعيّـة في كليـة هارفـارد لإدارة الأعمـال، وسـاعد فـي إطـلاق مركـز دراسـة الابتـكار الاجتماعـي في جامعـة سـتانفورد الـذي كان لـه تأثيرٌ واسـع، كما سـعى إلى متابعة الريـادة الاجتماعيّة من الناحية العمليّة، على سـبيل المثـال بين فقراء الأبـلاش مـن خـلال تقديـم المشـورة للجهات الخيريـة حول كيفية إحياء وسـط مدينة سـان خو سيه .

فهل يجـب على الجميع أن يطمح إلى أن يصبح رائـد أعمـالٍ اجتماعـي؟ لا يعتقد السـيد ديس ذلك، حيـث يحتـاج رواد الأعمـال الاجتماعيون إلى قـدراتٍ ومزاج يجعلهم اسـتثنائيين، وعلى النحـو ذاتـه «ليـس كل قائـد أعمـال هـو رائد أعمـال بالمعنـى الـذي كان يـدور فـي ذهـن سـاي وشـومبيتر ودراكر وستيفنسـون»، ومع ذلـك، نظـراً للتحديـات الاجتماعيّـة الكبيـرة والمعقـدة للقـرن الحـادي والعشـرين، خلـص السـيد ديس وأصاب إلى أنه «يمكننا اسـتخدام المزيـد منهم».

The Economist

هل الريادة الاجتماعية تهدف للربح ؟

كندة المعمار

مدير الابتكار في شركة سبر. حاصلة عى شهادة متقدمة في ابتكار وتصميم الأعمال من جامعة ستانفورد.

يعتبر مفهوم ريادة الأعمال الاجتماعية أحد المفاهيم التي تتسارع في جذب اهتمام العديد من القطاعات، وذلك حيث يظهر المصطلح بشكل متكرر في وسائل الإعلام، ويشير إليه المسؤولون، حتى أصبح مع مرور الوقت شائعًا في حرم الجامعات، وبات يوجه استراتيجية العديد من منظمات القطاع الاجتماعي البارزة، بما في ذلك مؤسسات أشوكا ومؤسسة شواب وسكول. فما هي الريادة الاجتماعية؟

الريادة الاجتماعية

تعرّف الريادة الاجتماعية بأنها استخدام الأساليب المبتكرة لتنمية المشروعات ذات الأهداف الاجتماعية، والتي توفر حلولاً لا يتم توفيرها من خلال اقتصاد السوق التقليدي، وذلك من خلال تطبيق نموذج عمل يهدف إلى تطوير حلول مستدامة، إذ لا يرتبط مفهوم الريادة الاجتماعية بتحقيق الربح كما هو شائع، وإنما يرتبط بحل المشكلات الاجتماعية بطرق غير تقليدية، من حيث الخدمات والمنتجات التي تقدمها، أو من حيث نماذج العمل الخاصة بها. فهل تهدف للربح ؟

في الواقع هناك عدة نماذج عمل الريادة الاجتماعية ويستعرض كتاب «قوة غير التقليديين: كيف يبتكر رواد الأعمال الاجتماعيون أسواقا لتغيير العالم؟» (2008، جون إلكينجتون وباميلا هارتيجان) ثلاثة أنماط لمشروعات الريادة الاجتماعية من حيث منهجية التمويل والاستدامة إلى ثلاثة أنواع:

إعلانك يصل إلى صناع القرار في آلاف المنظمات العربية

للإعلان في
مجلة الابتكار الاجتماعي
تواصل معنا
info@sabr-sp.com

sabr Business.Design

المشروعات الممولة غير الربحية

التمويل: مشروعات أو مؤسسات اجتماعية تتلقى الدعم المباشر، وتعتمد على التمويل الخيري الخارجي.

الهدف: خيري اجتماعي.

الاستدامة: مشروعات غير ربحية، وتتشابه مع المؤسسات الخيرية في تدبير طرق للاكتفاء الذاتي، كالاتفاق على نسب أرباح متبادلة مع جهات تنفيذية أخرى منتفعة من المشروع، أو الاشتراك في مسابقات دورية ذات جوائز مالية، يكسبونها بتميزهم تساعدهم على الاستدامة، وتختلف تماماً عن المنح.

الخصائص: تتميز المشروعات التي تتبنى هذا النموذج بما يلي :

- تقديم المنافع والخدمات العامة للمحتاجين لها، والمحرومين من الوصول إليها.
- التحفيز من خلال إشعار المستفيدين المباشرين أنهم شركاء في مبادرتهم، وهذا المعنى مهم جداً لاستمرارية المشروع على المدى البعيد.

المشروعات الهجينة غير الربحية

التمويل: مشروعات أو مؤسسات اجتماعية ذات تمويل ذاتي أو خارجي مباشر عند التأسيس

الهدف: خيري اجتماعي.

الاستدامة: يتضمن هذا النموذج نوعين من الأعمال، والأول: هي الأعمال الخيرية المجانية للمستفيدين، والثاني: بيع الخدمات والسلع للحفاظ على وتيرة ثابتة لنشاطاتها.

الخصائص: يتميز هذا النوع من المشروعات بما يلي:

- يعملون على إيجاد مصادر متنوعة للتمويل، حتى يتمكنوا من الحفاظ على وتيرة ثابتة لنشاطاتهم الخيرية دون انقطاع.
- يعتمدون على مصدر شبه دائم من الأموال البسيطة لدفع التكاليف التشغيلية، وغيرها من التكاليف الأخرى في حال توقفت الجهة الممولة عن تقديم الدعم.

مشروعات الاستثمار الاجتماعي

التمويل: تمويل ذاتي أو خارجي مباشر عند التأسيس من خلال بناء شراكات مع المستثمرين المهتمين بالهدف الاجتماعي ذاته، وتحقيق الربح في نفس الوقت.

الهدف: الربح والتطوير المجتمعي.

الاستدامة: مشروعات الاستثمار الاجتماعي هي كيانات ربحية توفر منتجاً أو خدمة اجتماعية أو بيئية، وتعتبر الأرباح المالية هدفاً أساسياً فيها، ولكن ليس بهدف تراكم الثروة، وإنما لتأمين تمويل منقطع النظير، فيضمن نمو المشروع، وتوسعه لأكبر حد ممكن، وإحداث النهضة المطلوبة في المجتمع.

الخصائص: تعتبر أهم خصائص هذا النموذج ما يلي:

- القدرة على استقطاب المستثمرين الراغبين في تحقيق العوائد المالية والاجتماعية على حد سواء.
- الفرص المالية للمؤسسة تكون أكبر بسبب أن مشروعات الاستثمار الاجتماعي لديها تسهيلات في القروض وشراء الأسهم.

وفي حقيقة الأمر فإن الاهتمام الشعبي بمفهوم الريادة الاجتماعية يتجاوز نمط التمويل والاستدامة، فإن ما يثير الاهتمام، ويجذب الانتباه حقاً حول الريادة الاجتماعية هو ما يفعله رواد الأعمال الاجتماعيون، ولماذا يفعلونه؟ وكيف يفعلونه؟ فمهما كانت منهجية التمويل والاستدامة، نجد بأن القاسم المشترك الأهم لمشروعات الريادة الاجتماعية هي أنها تقدم من قبل مجموعة من الأشخاص الذين يمتلكون القدرة على مواجهة التحديات الاجتماعية من خلال تقديم منتجات وخدمات تساهم في تحسين حياة الناس إلى حد كبير، مما يدفع عملية التغيير الاجتماعي نحو الأمام، وغالباً ما كانت هذه المكاسب المحتملة، مع فوائدها التحويلية الدائمة للمجتمع، هي التي تقف وراء شعبية المجال وتميز الممارسين له.

أعمال العطاء شبه التجارية

The Economist

تقرير خاص -إصدار 25 فبراير 2006
مقالة مرخصة للنشر وفق اتفاقية مع الإيكونوميست

يزدهر العمل الخيري مع تزايد عدد أصحاب الثراء الفاحش، ويقول ماثيو بيشوب (الذي تمت مقابلته هنا) إن المانحين الجدد أصبحوا أكثر شبهاً برجال الأعمال من ناحية طريقة استخدام أموالهم.

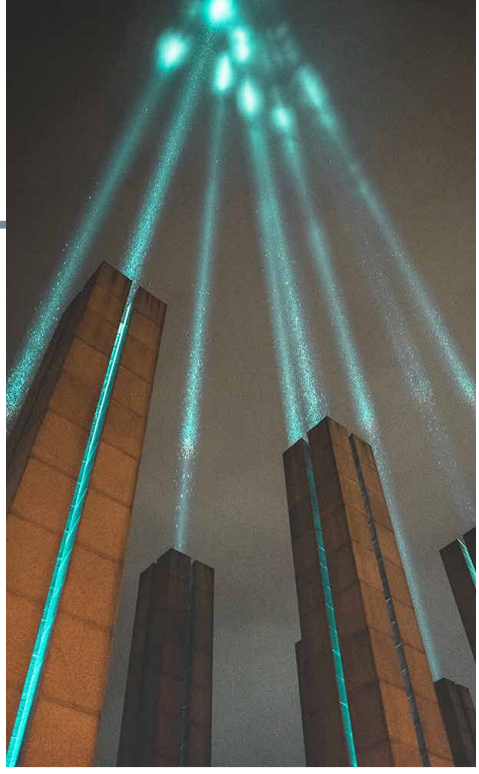
لم يكن التبرع بالمال من المألوف أبداً بين الأثرياء والمشاهير، ولقد قام بيل جيتس -رجل الأعمال الخيرية البارز اليوم- بالتبرع بمبلغ لم يسبق له مثيل وهو 31 مليار دولار لمؤسسة بيل وميليندا جيتس، فتم توظيف معظمها في معالجة المشاكل الصحية لفقراء العالم، وحصل الزوجين بيل وميليندا جيتس جنباً إلى جنب مع الموسيقار بونو على لقب «أفضل شخصيات لعام 2005» من مجلة التايم والسبب في حصولهما على هذا اللقب هو دورهما البارز في مؤسسة جيتس الخيرية.

يعتنق الجيل القادم من قادة التكنولوجيا أساساً نفس القيم الروحية، ويقوم كل من بيير أوميديار (مؤسس موقع إيباي) وجيف سكول (الرئيس التنفيذي الأول لموقع المزاد) بوضع ملياراتهما للعمل من أجل «جعل العالم مكاناً أفضل»، وعندما طرح مؤسسا شركة جوجل، سيرجي برين ولاري بيدج، شركتهما للاكتتاب العام، أعلنا أن جزءاً من أسهم محرك البحث وأرباحه ستذهب إلى https://www.google.org/، وهي فرع خيري يأملان أن «يتفوق يوماً ما على شركة جوجل نفسها في التأثير العالمي الشامل من خلال تطبيق الابتكارات على أكبر مشكلات العالم بشكلٍ طَموح وتخصيص الموارد الهامة لها».

ويأتي معظم الحماس الجديد للأعمال الخيرية نتيجة لتوليد الثروات السريع في السنوات الأخيرة وتوزيعها غير المتكافئ، ويضم العالم الآن 691 ملياردير اً، 388 منهم «عصاميون»، مقارنة بـ 423 في عام 1996، وفقاً لـ «قائمة الأغنياء» لمجلة فوربس لعام 2005، وليس كل هؤلاء الأثرياء الجدد يتجهون إلى الأعمال الخيرية، ومن بين هؤلاء الذين يتجهون هذا الاتجاه، يستمر الكثير منهم في العطاء بطرقٍ لايمكن تخيلها، مثل دعم مؤسسة ما مثل جامعتهم الأم. ولكن الثروة الفائضة تخلق فرصاً جديدة هائلة، وتقول كاثرين فولتون، المؤلفة المشاركة لتقرير حديث عن هذا القطاع بعنوان «التّطلع إلى المستقبل»: «هذه لحظةٌ تاريخية في تطور العمل الخيري، وإذا كان 5-10% فقط من أصحاب المليارات الجدد مبدعين في العطاء، فإنهم سيغيرون العمل الخيري على مدار العشرين عاماً القادمة.»

وفي الوقت الحالي، يبدو الأمر كما لو أنّ الجميع ـ من مايكل بلومبرج، عمدة نيويورك الملياردير، إلى كبار رجال صناديق الائتمان ونجوم السينما ـ يفتحون محفظتهم لقضايا إنسانيّة، وفي مانهاتن هذه الأيام، يمكن أن تكلف طاولة تتسع لعشرة أشخاص في أفضل حفلات العشاء الخيرية لجمع الأموال مليون دولار، ويضع المشاهير أموالهم الخاصة بشكلٍ متزايد في الأعمال الخيرية، بالإضافة إلى تأدية دورهم العريق في استخدام شهرتهم لجمع الأموال من الآخرين، فالنجمة السينمائية أنجلينا جولي -مثلاً- دعمت دعوتها العامة لقضية اللاجئين بعطايا كبيرة لمنظمات اللاجئين.

وأما وسائل الإعلام، التي كانت لا تهتم كثيراً بالتبرعات الخيرية، فتتلهف الآن إلى تصنيف أصحاب الثراء الفاحش من حيث سخائهم، وتعنف أولئك ممن يعتبرون شحيحين وبخلاء، ويتصدر أحدث قائمة في مجلة بيزنس ويك، والتي تصنف العطاء في السنوات الخمس الأخيرة، المؤسس المشارك لشركة إنتل، جوردون مور، وزوجته بيتي، مما دفع السيد والسيدة جيتس إلى المركز الثاني، ومن بين أصحاب الثراء الفاحش في أمريكا، يبدو أن وارن بافيت، ثاني أغنى رجل في العالم، لا يزال يكرس كل طاقاته لكسب المزيد من المال بدلاً من التخلي عن بعض ما لديه حالياً، وحتى أنه يقول أن كل شيء سيذهب للأعمال الخيرية بعد مماته.



ولم تقتصر موضة العطاء على أمريكا، التي أدى فيها أصحاب الأعمال الخيرية منذ فترةٍ طويلة دوراً بارزاً للغاية، ففي أوروبا أيضاً، بدأ رواد الأعمال الذين كسبوا الكثير من الأموال في تقديم بعضٍ منها لأغراضٍ خيرية، ومن الأمثلة على ذلك السيدة أنيتا روديك البريطانية، مؤسسة بودي شوب، وأرباد بوسون، رئيس صندوق الائتمان الفرنسي الرائع، كما أنّ الأثرياء الجدد في الهند -مثل عظيم بريمجي وناندان نايلكاني، وهما رئيسان في شركة تكنولوجيا في بنغالور- أصبحوا أيضاً من أصحاب الأعمال الخيرية المتحمسين؛ وحتى الأثرياء الجدد من الصين وروسيا ساروا على نفس المسار، حيث قام رومان أبراموفيتش، وهو تاجر نفطي روسي اشتهر بشراء نادي تشيلسي لكرة القدم، بالتبرع بالملايين لتحسين الظروف المعيشية في منطقة تشوكوتكا في روسيا، وتطول القائمة على هذا النحو.

+ الأسباب والحيثيات:

لماذا يفعلون ذلك؟ يشعر الكثير من الناس بالقلق من العطايا التي يحملها الأثرياء، أو يشتبهون في أنهم يمتلكون دوافع تجارية أو سياسية مخفية، أو يتساءلون كيف كوّنوا ثروتهم، أو ببساطة يستمتعون برحلة غرور تغذيها إعفاءاتٌ ضريبيةٌ سخية. ولكن قد يكون هناك أيضاً الكثير من الأسباب البريئة والمثيرة للإعجاب التي تجعل الأثرياء يتبرعون بسخاءٍ وحرية، وبغض النظر عن الدوافع، فالشيء المهم هو التأكد من أن هذه الهبات يتم الاستفادة منها لغاياتٍ حسنة.

وربما كان للعمل الخيري تأثيرٌ مفيدٌ للغاية إذا ما تم القيام به بشكلٍ متقن (شاهد إنجازات عمالقة الماضي مثل أندرو كارنيجي، وجون دي روكفلر، وجوزيف راونتري، ووليام ويلبرفور)، وستناقش هذه الدراسة الاستقصائية أنه إذا فهم الجيل الجديد من أصحاب الأعمال الخيرية الأمر بشكلٍ صحيح، فيمكنهم أيضاً إحداث فرقٍ حقيقي في العالم، ولكن لكي يحدث ذلك، سيتعين على العمل الخيري التخلص من الارتجال، والوقوع في مغبة قلة الخبرة التي لا تزال سائدةً فيه، وأن يصبح صناعة عالمية حديثة وفعالة.

لقد بدت أمريكا استثنائية في حماسها للعمل الخيري خلال معظم منتصف القرن الماضي، وتُميّز كلير غودياني، في كتابها «الخير الأكبر: كيف يقود العمل الخيري الاقتصاد الأمريكي وكيف يمكنه أن ينقذ الرأسمالية»، وذلك بين العمل الخيري الذي يتعلق بتخفيف أعراض الضيق والكرب، وبين العمل الخيري الذي يتعلق بالاستثمار في وضع حلولٍ للمشكلات الأساسية، وتقول: «إن نهج الاستثمار يفرّق بين أهم أنواع العطاء الأمريكي وأسلوب ملجأ الفقراء ودور توزيع الحساء، ويعبر عن تقديرنا للحرية والفرد وريادة الأعمال»، كما تقول أنه في الممارسة العملية، فغالباً ما يكون الحد الفاصل بين الاثنين غير واضح.

ولطالما اتبع العديد من الأمريكيين الأثرياء على مر السنين المخطط الذي وضعه أندرو كارنيجي في مقالته عام 1889 بعنوان «الثروة»، واعتقد تاجر الحديد الملياردير أن تزايد عدم المساواة كان الثمن الذي لا مفر منه لتكوين الثروة الذي جعل التقدم الاجتماعي ممكناً، ولمنع هذا التفاوت الذي يقضي على «روابط الأخوة» التي «تربط الأغنياء والفقراء معاً في علاقةٍ متناغمة»، قال إن على الأثرياء واجب تكريس ثرواتهم للعمل الخيري، وعدم القيام بذلك كان أسوأ أنواع الفشل والتقصير الشخصي، «فالرجل الذي يموت غنياً هكذا يموت مُهاناً».

ونتيجة لذلك، فقد أصبح هناك نسبة أعلى بكثير من المستشفيات والمكتبات والجامعات وخدمات الرعاية الاجتماعيّة في أمريكا التي يتم تمويلها من خلال التبرعات الخاصة مقارنةً بالدول الغنية الأخرى التي تنفق فيها الحكومات نسبياً بقدرٍ أكبر إلا أنها لا تزال تكافح لتلبية التوقعات العامة المتزايدة، ومع ذلك، قد تكون الاختلافات مبالغٌ فيها، حيث يتم تمويل الأبحاث الصحية الأساسية في أمريكا إلى حدٍ كبير من قبل الحكومة، في حين يتم دفع الكثير منها في بريطانيا من قبل مؤسسة ويلكوم ترست، وهي مؤسسة خيرية مقرها في لندن، مع أن مؤسسها هو شخصٌ أمريكي.

وتحاول الحكومة البريطانية مؤخراً تعزيز الروح الخيرية، وبدأت دول أوروبية أخرى تحذو حذوها، وحتى في الصين، تبدو الحكومة حريصة على بناء قطاع غير ربحي يلبي الاحتياجات الاجتماعيّة، ويبدو أنها تخفف بعض قوانينها للسماح للأعمال الخيرية بتأدية دورٍ أكبر، أما الاستثناء هنا فهو روسيا، حيث قام الرئيس فلاديمير بوتين، الذي يكره تركيز السلطة خارج حكومته، بقمع المنظّمات غير الحكومية وداعميها، ويقال إن ميخائيل خودوركوفسكي، الرئيس السابق لشركة يوكوس، وهي شركة نفط كبيرة، كان رائد الأعمال الخيرية في روسيا قبل أن يُسجن بعد محاكمةٍ شكلية.

ولكن في الوقت الذي يكتشف فيه أثرياء العالم والقوى المسيطرة فيه متعة العطاء، يبدأ طلاب الطراز الأمريكي للعمل الخيري ينتقدون عيوبه أكثر فأكثر، ولا يبدو هذا الانتقاد مجرد مصدر قلق خاصٍ بالمانحين؛ فنظراً للإعفاءات الضريبية الهائلة في أمريكا للتبرعات الخيرية، فقد أصبح مسألةً تخضع للتدقيق العام أيضاً، كما أن قصة غلاف العدد الأخير من مجلة الابتكار الاجتماعي بجامعة ستانفورد كانت بعنوان «فشل العمل الخيري»؛ حيث تناقش بأن تلك الإعفاءات الضريبية الأمريكية تعطي فائدة أكبر لأمورٍ مثل المدارس الخاصة وقاعات الحفلات الموسيقية والجماعات الدينية، ويقول المؤلف روب رايش: «يجب أن نتوقف عن خداع أنفسنا بأن الجمعيات الخيرية والعمل الخيري يفعلان الكثير لمساعدة الفقراء».

وأثارت سلسلة من الفضائح في المؤسسات الخيرية ـفي الغالب حول الأجور المفرطة، وإعطاء الوظائف لأفراد الأسرة وأشكال البذخ والإسراف الأخرىـ غضب الكونغرس، الذي يهدد بإصدار تشريعٍ جديدٍ صارم، وتولي النيابة العامة للدولة أيضاً اهتماماً أكبر لهذا الأمر.

كما تعرضت المؤسسات الخيرية الرئيسية التي تعتمد بدرجةٍ كبيرة على التبرعات التي يقدمها عامة الناس لانتقاداتٍ شديدة، حيث تم الكشف عن الصليب الأحمر الأمريكي الذي كان يقوم بتحويل الأموال التي تم جمعها لعائلات ضحايا هجمات الحادي عشر من سبتمبر 2001 الإرهابية إلى أغراضٍ أخرى، وبعد كارثة تسونامي الآسيوية وإعصار كاترينا، وجد رئيسان سابقان يجمعان الأموال، بيل كلينتون وجورج بوش الأب، نفسيهما مضطرين لطمأنة الشعب بأنهم سيراقبون كيفية استخدام الأموال.

ومن بين الأشياء العديدة التي كشفها انهيار شركة إنرون أنّ العمل الخيري الذي تقوم به الشركات غالباً ما يكون فاسداً وغير أخلاقي أيضاً، حيث يمكن للمدراء العامينَ في الشركة أن يتوددوا لشركاء الأعمال أو حتى أعضاء مجلس إدارتهم ويكسبوا معروفاً عندهم، وذلك من خلال دعم قضاياهم المفضلة بأموال من المؤسسة الخيرية التابعة للشركة، دون خرق القانون.

+ هدر الثروة:

ولكن المشكلة أعمق بكثير، حيث غالباً ما تكون فضائح المؤسسة حول الأجور والإكراميات، ولكن الفضيحة الحقيقية هي مقدار الأموال الضائعة والمهدورة على الأنشطة التي لا تُحدث أي أثر.

يقول مايكل بورتر -خبير الإدارة في كلية إدارة الأعمال بجامعة هارفارد-: «إن المليارات تُهدر على الأعمال الخيرية غير المجدية، فالعمل الخيري متخلفٌ بعقود عن العمل التجاري في تطبيق التفكير الصارم على استخدام المال»، ويعتقد السيد بورتر أن عالم العطاء يمكن أن يتغير إذا ما تم التّعلم من عالم الأعمال التجارية، ويتفق معه العديد من قادة الجيل الجديد من أصحاب الأعمال الخيرية، ولذلك «هناك فرصةٌ كبيرة على مدار العشرين عاماً القادمة لمعرفة كيفية جعل العمل الخيري مجدياً».

ويدرك العديد من أصحاب الأعمال الخيرية الجدد تماماً أن العمل الخيري التقليدي ليس عملياً وجاداً بما يكفي، وإنهم يريدون إحداث ثورةٍ إنتاجية في هذا القطاع من خلال تطبيق أفضل مبادئ الأعمال التجارية الربحية التي يعرفونها، وقد أدى ذلك إلى دفع هذا القطاع إلى اعتماد بعض المصطلحات المألوفة (والتكيف معها) في عالم الأعمال التجارية، ويتحدث أصحاب الأعمال الخيرية اليوم عن «الاستثمار الاجتماعي» و «المشاريع الخيرية» و «ريادة الأعمال الاجتماعيّة» و «الحصيلة الثلاثية»، ويأتي النهج الجديد للعمل الخيري نهجٌ «استراتيجي» و «ذو وعي بالسوق» و «قائمٌ على المعرفة» وغالباً ما يكون «عالي المشاركة»، ويتضمن دائماً تعظيم «سلطة» أموال المانحين.

وللسلطة أهميةٌ خاصة بالنسبة لأصحاب الأعمال الخيرية الجدد، حيث أنهم يعرفون أنه مهما كانت ثرواتهم الشخصية كبيرة فإنهم لا شيء أمام الموارد المالية المتاحة للحكومات وفي السوق الربحية، فلذلك لإحداث فرقٍ حقيقي فإنهم يحتاجون إلى تركيز مواردهم على المشاكل التي لا يتم التعامل معها من قبل الحكومات أو المنظّمات الربحية، وفي حال لم يقيدهم الناخبون أو المساهمون، فسيتمكنون من المجازفة لإيجاد حلول جديدةٍ رائدة يمكن بعد ذلك للحكومات أو الشركات الربحية اعتمادها على نطاقٍ أوسع.

ولكن لا يقتنع الجميع بأن أصحاب الأعمال الخيرية يجب أن يصبحوا ذوو عقلٍ وتفكيرٍ تجاري، فحيث كتب جيم كولينز، مؤلف كتب الإدارة الأكثر مبيعاً، في دراسة حديثة «من جيد إلى عظيم والقطاعات الاجتماعيّة» : «يجب أن نرفض فكرة أنّ الطريق الأساسي للوصول إلى الأشياء العظيمة في القطاعات الاجتماعيّة هو أن تصبح أشبه بالأعمال التجارية»، فهي فكرة وضعت بحسن نية، ولكنها خاطئة تماماً، والسبب بسيطٌ ولطيف ألا وهو أنّ «معظم الأعمال التجارية أساساً ليس لديها ميزاتٌ أو قدراتٌ استثنائية».

ومع ذلك، حتى كولينز يوافق على أنّ الطريقة التي تمر بها الأموال من أصحاب الأعمال الخيرية إلى المنظّمات التي تشغلها لا ترقى إلى المستوى المطلوب، وهنا يوجد سببٌ ما يدعونا للأمل، ففي السنوات الأخيرة، تم إنشاء مجموعة من الشركات والمؤسسات الجديدة التي ستوفر، مع التوفيق والإدارة الجيدة، البنية التحتية والوسطاء لسوق رأس المال الخيري، وهي طريقة فعالة لأصحاب الأعمال الخيرية لتوصيل أموالهم إلى «رواد الأعمال الاجتماعيين» والآخرين ممن يحتاجونها، ويشمل هؤلاء المنضمون الجدد مستشارين إداريين وشركات أبحاث وبنك استثمار خيري من نوعٍ ما.

ولا يزال من الممكن أن تفشل الكثير من الأمور، فلا يوجد نظامٌ في السوق يجبر أصحاب الأعمال الخيرية على تبني الابتكارات مهما كانت مرغوبة، وقد يجد أصحاب الأعمال الخيرية الجدد، جنباً إلى جنب مع المبتكرين الذين يحاولون مساعدتهم على أن يصبحوا أكثر كفاءة، أنّ الأمر أكثر صعوبة مما كان متوقعاً، «وغالباً ما كان الأغنياء الجدد يكسبون أموالهم بسرعةٍ كبيرة، وينتشون بتألقهم ويعتقدون أنه بإمكانهم تحقيق نتائج سريعة أيضاً في القطاع غير الربحي ناسين أنّ نجاحهم ربما قد كان بسبب الحظ، وأن القطاع غير الربحي قد يكون أكثر تعقيداً بكثير من عملهم السابق» هكذا قال ماريو مورينو من مؤسسة شركاء المشروع الخيري، وهو أحد رواد الأعمال الخيرية في أمريكا.

ويعتبر أحد المخاطر الواضحة هو حدوث ردٍ فعل سياسي ضد الأغنياء من أصحاب الأعمال الخيرية، ولا يهتم أصحاب الأعمال الخيرية الجدد بإنفاق الأموال فقط، فوفقاً لجريج ديس من جامعة ديوك، فإن أفضل تعريف للعمل الخيري اليوم هو «حشد الموارد الخاصة وتوزيعها، بما في ذلك المال والوقت ورأس المال الاجتماعي والخبرة، وذلك بهدف تحسين العالم الذي نعيش فيه».

تبدي بيغي روكفلر دولاني، التي تدير الدائرة العالمية لأصحاب الأعمال الخيرية، وجهة نظر مشابهة وتقول: «مع الثروة يأتي التعليم، وسلطة صنع القرار، والروابط مع الطبقات العليا في البلدان الأخرى، والقدرة التنظيمية الهائلة، ونحن نساعد أصحاب الأعمال الخيرية على الاستفادة من كل هذه المزايا. فالثروة تستخدم المال والروابط ـ سواءٌ كانت شخصية أو عائلية أو تجارية ـ لتحقيق منفعةٍ عامة».

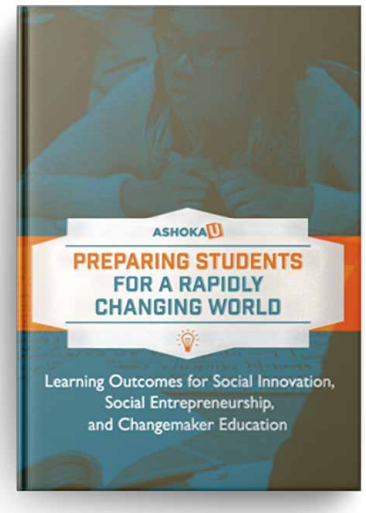
وإن ثمّة نخبةٌ عالمية تسعى إلى تغيير العالم من خلال الجمع بين الأموال الطائلة، والأفكار الجديدة، وتقنيات الأعمال المتطورة، والذكاء في وسائل الإعلام والتسويق، وتحريك المواطنين والصلات السياسية المفيدة؛ كل هذا لا بد أن يدق ناقوس الخطر منذراً بعض الأوساط حتى وإن كان يبعث على الأمل لدى الآخرين، فقد أصبح جورج سوروس بالفعل، وهو رجل أعمال خيرية في صندوق الائتمان، غارقاً في جدلٍ حول دور بعض المنظّمات التي يمولها في مختلف البلدان الشيوعية السابقة وكذلك في أمريكا نفسها، وفي العام الماضي، أثار بوب جيلدوف، شريك بونو الخيري في نشاط موسيقى الروك، مظاهراتٍ في أوغندا عندما اقترح ألا يترشح رئيس البلاد لإعادة انتخابه. ويبدو أنه من المؤكد أنّ العمل الخيري سيصبح قضيةً سياسيةً ساخنة مثيرةً للجدل أكثر فأكثر.

The Economist

إعداد الطلبة لعالم سريع التغير

قراءة في كتاب أشوكا

تعليـم مخرجات التعلـم للابتكار الاجتماعـي والريادة الاجتماعية والتغييـر المجتمعي



محمد سيف الأنصاري
شريك مؤسس في قدرة استراتيجي لحلول الابتكار الاجتماعي

سارة سلطان
قسم تصميم التعليم في شركة سبر.

الريـادة الاجتماعيـة، الابتـكار الاجتماعـي، صناعة التغييـر الاجتماعي:

لـم يتفـق الباحثـون حتى اليـوم علـى تعريف محـدد وثابت للريـادة الاجتماعيـة، ولكـن تعـددت الطـرق لسـبيل واحدة؛ فجميـع التعريفـات الموجـودة أبـرزت الهـدف النهائـي المقصـود مـن الريـادة الاجتماعيـة وهـو إحـداث الأثـر الاجتماعـي.

فـإذا أردنـا اعتمـاد تعريـف اصطلاحي ثابـت لريـادة الأعمال الاجتماعيـة فسـنجد أن معظـم الجامعات العالميـة تختلف فيمـا بينهـا حـول مـدى دقـة التعريـف أو شـموليته، كما سـتجد ذات النقاشـات تتكـرر لسـاعات حتـى بيـن دكاتـرة الجامعـة الواحـدة أنفسـهم.

ولكـون مفهـوم الريـادة الاجتماعيـة يشـمل الكثيـر مـن التفاصيـل، والوسـائل، والأشـكال المختلفـة؛ التـي لا يمكن إجمالهـا جميعـاً في تعريـف علمـي اصطلاحي واحـد، خاصة وأنهـا تتقاطـع معظمهـا مـع اصطلاحـات أخـرى كالابتكار الاجتماعـي، وصناعـة التغييـر الاجتماعي، فلذا قررت أشـوكا التركيز على الهدف من اسـتخدام كل مـن تلك المصطلحات ونطـاق تأثير كل منهـا، وذلك بدلاً من الغـوص في تعريفات عديدة تتشـابه جميعاً فـي هدفها النهائي وهـو إحداث الأثر الاجتماعـي الإيجابي.

وبهذا الصدد؛ أنشـأت أشـوكا الرسـم البياني الآتـي؛ ويهدف لتوضيـح المفهـوم والمنظـور العام لـكل منهـا، وعلاقاتها الاجتماعيـة التأثيريـة فيمـا بينهـا، مـع التحفظ علـى وجود إجـراءات تخصصيـة تميـز كل منها.

الريادة الاجتماعية
نهج قائم على تنظيم مشروعات ذات أثر اجتماعي

الابتكار الاجتماعي
منهجية لخلق تأثير اجتماعي على مستوى تغيير النظم

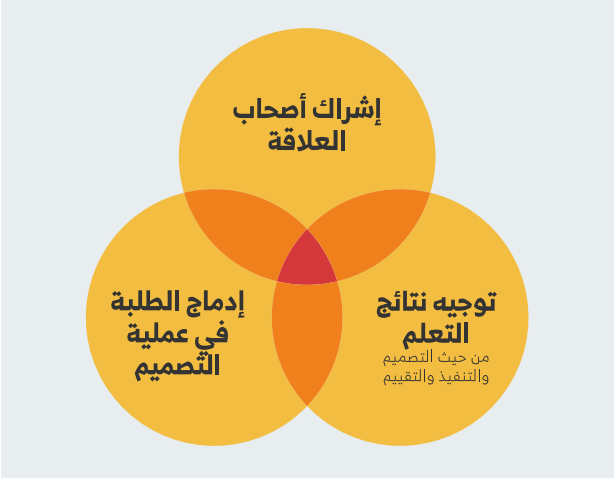
التغيير الاجتماعي
مصطلح أشمل وأعم، يشمل اتخاذ اجراءات حقيقة لإحداث التغيير

فالتغيير الاجتماعي: هو المفهوم العام الأوسع والأشمل، بينما يعتبر الابتكار الاجتماعي نهجاً تخصصياً؛ من حيث إحداث التغيير في نطاق معين ومحدد، ثم تأتي الريادة الاجتماعية والتي تعد أكثر ما سبق تخصصيةً وتحديداً في تناول قضايا محددة بعينها؛ وإنشاء مشروعات للتأثير على نقاط محددة بذاتها.

- **الريادة الاجتماعية:** مصطلح تخصصي جديد، تجده أكثر تردداً في كليات ريادة الأعمال في الجامعات، وأصحاب الأعمال والشركات، فالريادة الاجتماعية هي ذات ريادة الأعمال التقليدية إلا أنها تهدف لإحداث الأثر الاجتماعي بدلاً من المكاسب المادية، وقد لا تحل مشكلات اجتماعية كبيرة؛ ولكنها حتماً تسهم بشكل أو بآخر في تخفيف الضرر وإصلاح الأمر.
- **الابتكار الاجتماعي:** مجال إبداعي، يشمل بالضرورة وجود قدرات إبداعية لخلق أفكار جديدة بامتياز، لحل مشكلات مجتمعية معقدة، وإيجاد أنظمة عمل أكثر كفاءة، وتجد المصطلح يتكرر كثيراً في عالم الإبداعات والتقنيات، والعالم الأكاديمي، والمؤسسات التخصصية العاملة في هذا المجال.
- **التغيير الاجتماعي:** هو مصطلح يفهم من الجميع، التخصصيين وغيرهم من عامة الناس، وقد يأتي بسبب تدخل مباشر لإصلاح أمر ما، بشكل إغاثي أو غير إغاثي، تقليدي أو ابتكاري أو إداري أو تنفيذي أو غيرها.

+ نقل تجارب التعلم وخبرات الممارسة المجتمعية للآخرين:

كثيراً كما يتكرر على أسماعنا ضرورة ترسيخ روح التغيير الاجتماعي لدى الأجيال من خلال تضمين تعليم كل من المجالات الثلاث المذكورة، في المناهج التعليمية للمدارس والجامعات، ولكن ليست كل منهجية تعليمية، قادرة على تحقيق المطلوب بكفاءة، لذا قامت أشوكا بتبيان أطر واضحة لما يجب تطبيقه أثناء إعداد مناهج نقل الخبرات وتجارب التعلم للممارسة المجتمعية الهادفة، بما يحقق المخرج المطلوب، وهو إعداد أجيال تملك الوعي والآليات الكافية لإحداث تغيير مجتمعي حقيقي:



بحيث توجه أشوكا نصائح هامة في كل من محاور العمل السابقة، واجبة التنفيذ أثناء إعداد منهجيات التعليم، لخدمة الهدف المرجو وهو التوصل لمنهجية تعليمية فعالة.

1- إشراك أصحاب العلاقة

- حتى نتمكن من تطوير مناهج نقل خبرات وتجارب تعلم ناجحة، فيجب أن تحقق المنهجية رغبات ووجهات نظر جميع المعنيين في تعليم تحقيق الأثر الاجتماعي.
  - كأعضاء التدريس، ومعدي المناهج والعاملين في مجال تصميم التعلّم، أو الطلبة، أو أصحاب الأعمال كمستفيدين أيضاً من كفاءات الطلبة المتخرجين في أعمالهم، وأعضاء المجتمع المحلي كونهم المستفيد المباشر من أية مشروعات مجتمعية سيقوم بها الطلبة يوماً.

ويمكن أن يتم ذلك بصورة أبسط مما يبدو عليه الأمر، بمجرد دعوة ممثل معتمد عام أو أكثر عن كل فئة مما سبق، من الأشخاص البارعين في التواصل وإدلاء الحجج والتأثير، حيث يتم دعوتهم لإجراء ورشة عمل مطولة لمناقشة كل فكرة واجبة التضمين على حده بعد إجراء عصف ذهني معمق لاحتياجات كل فئة.

بصائر، حول ما يجب الحرص عليه في هذه المرحلة:

- الانفتاح والمرونة في التصنيفات والمصطلحات المستخدمة أثناء الاجتماعات وتبسيطها، وتجنب الغوص في التعقيدات التخصصية، هي أول ما يجب الحرص عليه في هذه المرحلة؛ لجذب المعنيين جميعاً لنقطة تواصل مشتركة، وتحقيق مستوى فهم واحد للنقاش بين جميع الأطراف من تخصصين وغيرهم.

ثم الاستفادة من هذه الإجرائية -بعد تقييم مدى فعاليتها في الاجتماعات الدورية- في جعل هذه المصطلحات أكثر منطقية وواقعية إلى جانب المحافظة على دقة المصطلح والمفهوم، لاعتمادها فيما بعد في المنهج الدراسي، لخدمة ذات الغرض وهو تحقيق مستوى فهم واحد من قبل جميع من سيطلع على المنهج مستقبلاً.

- يجب أن تحدد وتقيّم هذه الاجتماعات قيمة كل من أهداف واستراتيجيات التغيير الاجتماعي المختلفة، ثم تحدد المخرجات، بما يساعد أصحاب العلاقة على اعتماد مخطط يبين أي الكفاءات يجب تعميمها على مختلف أنواع الطلبة، وأيٍّ منها يجب تضمينها وفق الأهمية والأولوية لخدمة أولئك الطلبة ممن يمتلكون بالفعل أهدافاً ومشاريع خاصة ويحتاجون لتطويرها وإطلاقها، إذ يجب التركيز على عمق التقدم في مستوى ذي هدف محدد ثم التدرج به من مستوى لآخر، بدلاً من محاولة تغطية أكبر قدر ممكن من المعارف والتنوع وضغط المنهاج مما يثقل الحمل على الطالب ويجعل المنهاج الدراسي منهاجاً نظرياً ضعيفاً يفتقر للتجربة العملية.

- يجب إعداد دليل مرجعي بسيط وواضح حول كيفية التوصل لمنهجية التعلم تلك، أي مخرجات الاجتماعات وأسبابها بصورة مختصرة، وكيف سيتم تطبيقها في المنهج الدراسي (أية نوعية أنشطة تخدم أية أهداف). ويجب أن يكون الدليل المرجعي شديد البساطة والوضوح، دون أية تفصيلات أو تعقيدات، مما يسمح لمختلف أنواع المعنيين بالتطوير عليه مستقبلاً إن لزم الأمر، أو في حال أرادت جهة ما كمعهد خاص التطوير عليه أو تبسيطه أو التعمق في محور ما، أو التحكم ببعض النقاط فيه. أي يجب عدم الإصرار على إجبار الجهات المستفيدة من هذا المنهج التعليمي على التقيد بكافة شروطه وتفصيلاته؛ فذلك سيقتل المحاولات الإبداعية الممكنة من حيث التطوير أو إيجاد مناهج مشابهة والبناء على القديم، وبالتالي سيتوقف التوسع في مناهج ترسيخ الأثر المجتمعي من حيث العدد والانتشار والتقدم والتطوير وهو نقيض المراد من العملية كلياً.

2- توجيه نتائج التعلم، من حيث التصميم والتنفيذ والتقييم

- محاكاة برامج نقل تجارب تعلم معدة سابقاً، قابلة للنقل والقياس، والتعديل والتطوير، مما سبق وأن يتم تجريبه في دول معينة شبيهة وآتت أكلها بنتائج ملموسة، خاصة تلك التي تستهدف فئة معينة من الطلبة وتعتبر أكثر تخصصية قليلاً، كالبرامج المعدة تحديداً للطلبة أصحاب الأفكار الجديدة والمشاريع الناشئة، وذلك تجنباً للبدء من الصفر، وللاستفادة من جهود خبراء تخصصيين سبق وأن تبحروا في نقاط تخصصية معينة. فليس بمقدور بعض الدول المتواضعة ثقافياً مقارنة بسابقتها إيجاد سياسات وإجراءات ومحتويات علمية مماثلة لتلك، فيتم محاكاتها مع مراعاة تحديات واحتياجات الدولة الجديدة.

- دمج مختلف البرامج المتواضعة المتوفرة في الدولة المستهدفة، والمكاملة بينها للخروج بمناهج أكثر كفاءة، وبهذا يتم كسب تأييد الأفراد والجهات العاملة في هذا المجال بدلاً من هدم جهودهم والتقليل من شأنها وتنفيرهم، وهذا الأمر مهم فعلاً، لأنه يضمن تجربة تطبيق سريعة لعينة من واقع الفئات المستهدفة، وبصورة سريعة جداً مقارنة بإعداد مناهج من الصفر، وبصورة أكثر واقعية من محاولة محاكاة مناهج لدول أخرى، مما يضمن كفاءة عملية التقييم أيضاً، ثم التطوير الحقيقي الذي يخدم احتياجات الدولة، لدى متابعة ذات العينة ونجاحها بعد فترة معينة من الزمن.
- إعداد مناهج متكاملة، تشمل جوانب التطبيق العملي وتجهيزاته كاملة من مختبرات وأجهزة وأدوات وبرمجيات وغيرها.
- إدماج المعلمين (الميسرين) الذين سيشاركون في عملية إعطاء هذه المناهج الجديدة في عملية التقييم النهائية وعدم الاكتفاء بالبيانات الرقمية فقط؛ فمن الضروري أن يعطي الميسر رأيه الصريح حول كفاءة المنهج ككل وحول كفاءة فقرات الدروس ونماذج الأنشطة وما لاحظه من تفاعل أو عدم تفاعل للطلبة مع الأساليب المضمنة المختلفة. بهدف معرفة أية أجزاء ممكنة التوسع على حساب الأخرى؛ كالتوسع بالتطبيق العملي على المنهج النظري.

على أية حال، يجب التأكيد على أنّ التطوير السابق على المناهج في هذه المرحلة؛ ليس هو ذاك الذي يمثل إعداد حل جديد آخر تماماً لدحض القديم وإيجاد البدائل بعد إيجاد حل متكامل وفشله؛ بل هو الخطوة الجزئية الثالثة في عملية تصميم نموذج الحل، بعد إيجاد النموذج، وتجربته تجربة أولية؛ والتي هي تقييم مدى فعالية النموذج بعد إشراك المستفيد في تجربته، للخروج بإصدار جديد أكثر كفاءة لذات الحل، وهو ما يمثله مفهوم التفكير التصميمي تماماً، ولا يجب تقييم كفاءة المنهجية المعدة إلا بعد تجربة آخر إصدار من الحل حتى وإن تكررت مرات التجربة الأولية.

3- إدماج الطلبة في عملية التصميم

- التطرق لعقد بعض الاجتماعات مع عينة الطلبة التي اختبرت تجربة التعلم تلك، وذلك بعد فترة معينة وكافية من اختبارهم لسوق العمل وانخراطهم بالأنشطة والمشروعات المجتمعية، ومراجعة المنهج معهم بصورة سريعة للتصويت حول أي الأقسام والمواد كانت الأكثر جدوى من حيث التطبيق العملي في سوق العمل، وأيها لم يلتمس الطالب منه أية فائدة حقيقية وعده من الحشو النظري، ثم وضع خريطة تدفقية سريعة معهم تمهيداً لمنهجية أكثر كفاءة، مع الحرص على وجود المعلمين والاختصاصيين أيضاً أثناء القيام بالأمر، ومقارنة الخطة الجديدة بتلك الأصلية واعتماد خطوات رئيسية (تعداد) لما يجب اعتماده من إجراءات التعديل على المنهجية السابقة.
- التأكيد على فكرة إبقاء المناهج مقدمة عن طريق الميسرين، أي ليس بالاعتماد على وجود معلم للمادة لأن نجاح المادة من عدمه سيتوقف حينها على مدى كفاءة المعلم، وتجنب جعلها ذاتية التعلم أيضاً لأن الطالب قد لا يستطيع الإجابة على جميع الاستفسارات التي قد تواجهه في المراحل المتقدمة بمفرده، كما أنه سيصعب تنفيذ الجوانب التطبيقية في المختبرات وغيرها دون وجود ميسر، وبالتالي من الضروري اعتماد الحل الوسط والأكثر فاعلية وهو «الميسرين»، كما يجب منح الميسرين بعض الأريحية في التغيير قليلاً في وسائل المنهاج حين الضرورة لضمان كفاءة العملية التعليمية.

The Economist

أن تمتلك لا أن تحتفظ

ظهور أصحاب الأعمال الخيرية الجدد

تقرير خاص -إصدار 25 فبراير 2006
مقالة مرخصة للنشر وفق اتفاقية مع الإيكونوميست

يعتبر بيل جيتس أكثر رجال الأعمال الخيرية سخاءً منذ بدء إحصاء الأرقام، وذلك حيث أن مبلغ الـ 31 مليار دولار الذي تبرع به حتى الآن هو أضعاف مبلغ الـ 6 مليارات دولار (في 2005) الذي قدمه العملاق السابق للعمل الخيري الأمريكي، جون دي روكفلر، ومع أن مؤسس شركة مايكروسوفت قد بدأ للتو في هذه الأعمال، إلا أنه بحلول نهاية حياته، ينوي تسليم معظم ثروته المتبقية ـ وقدرها 46.5 مليار دولار حسب آخر تحديثات «قائمة الأغنياء» لمجلة فوربس ـ إلى مؤسسة بيل وميليندا جيتس.

ويُعزى فضلٌ كبير إلى جيتس في زيادة العطاء بين أصحاب الثراء الفاحش اليوم، ويبدو أنه اكتشف ميله نحو العطاء مؤخراً نسبياً؛ ففي عام 1998، كانت مجلة الإيكونوميست لا تزال تنتقده بسبب ثروته التي لا يقدم منها أي شيء، فيقول فارتان جريجوريان الذي يدير المؤسسة الخيرية التي أنشأتها كارنيجي: «لكن منذ ذلك الحين جعل بيل جيتس العمل الخيري هو المبدأ المُتبع «بين أصحاب الثراء الفاحش في العالم» فالعطاء هو الآن ما يُتوقع منك القيام به».

إن قوة مثال السيد جيتس هو أحد الأسباب التي تجعل السيد جريجوريان ـ وهو مرشد للعديد من أصحاب الأعمال الخيرية الجدد في جميع أنحاء العالم ـ غير ممتن للنهج السري في العطاء، ويقول: «أحب أن يتحدث الناس عن أعمالهم الخيرية على الملأ؛ سيصبح الأمر أكثر تنافسية إذا تمكنا من معرفة من يفعل ماذا؟».

ومن أجل التبرع بالمال، فعليك أولاً أن تحصل عليه، ولقد شهد العقدان الماضيان تكوين ثروات عالمية واسعة النطاق، ولكن جانب «الفائز يأخذ كل شيء» في العديد من الأسواق الأسرع نمواً اليوم، والتخفيضات الحادة في معدلات ضريبة الدخل الهامشية الأعلى وضرائب الأرباح ورأس المال في كل مكان تقريباً، تسببت في زيادة سريعة في عدم المساواة بين الأغنياء وبقية الناس، حيث يتزايد عدد أصحاب المليارات بسرعة، وليس فقط في أمريكا؛ فمن بين 691 ملياردير مدرجاً في قائمة فوربس، هناك 350 منهم خارج أمريكا، ويأتي لاكشمي ميتال، تاجر الحديد الملياردير الأنجلو-هندي، في المركز الثالث بشكلٍ عام. ووفقاً لآخر مسح سنوي أجرته شركتا كابجيميني و ميريل لينش، ارتفع أيضاً عدد العائلات التي لديها أصول قابلة للاستثمار تزيد عن 30 مليون دولار بسرعة، إلى 77500، كما هو الحال مع أصحاب الملايين (الذين يُعرفون بأنهم الأشخاص الذين لديهم أصول قابلة للاستثمار لا تقل عن مليون دولار وذلك لا يشمل منزلهم الرئيسي) الذين وصلوا الآن إلى 8.3 مليون مليونير في جميع أنحاء العالم مقابل 7 ملايين فقط في عام 1997.

وفي قطاع التكنولوجيا، فإن هناك الآن عدة أجيال من الأثرياء الجدد الذين يتبرعون بشكلٍ جدي، كعائلات هيوليت وباكارد، والسيد مور من شركة إنتل، والسيد جيتس، والسادة أوميديار وسكول من إيباي، وأحدث الملياردرات في المنطقة، وهما السادة بيج وبرين الشريكان المؤسسان لشركة جوجل. وبالمثل: في القطاع المالي، يسير نجوم صناديق الائتمان الأثرياء الجدد على الخطى الخيرية لسوروس، حيث أصبحت التبرعات القائمة على الأداء التي تقدم للجمعيات الخيرية مدمجة في بعض الأحيان في هيكل صندوق الائتمان، على سبيل المثال: ويذهب ثلث كامل الرسوم التي يكسبها صندوق استثمار الأطفال، وهو أحد صناديق الائتمان الرائدة في أوروبا، إلى مؤسسةٍ تساعد الأطفال في العالم النامي.

وفي أوروبا، ومن خلال السير على خطى أمريكا، أدى الظهور التدريجي لثقافة الأسهم إلى توليد ثروةٍ كبيرة للمالكين الذين يبيعون أعمالهم في الاكتتاب العام الأولي، ويذهب مبلغٌ لا بأس به من هذه الأموال إلى المؤسسات الخيرية، ففي ألمانيا، مثلاً، زاد عددهم من 4000 في عام 1997 إلى أكثر من 13000 الآن، وتقول مؤسسة بيرتلسمان الخيرية الأكثر شهرة في ألمانيا، والتي تقوم الآن بتوجيه بعض هؤلاء الوافدين الجدد، أن نصف المؤسسين لهم دورٌ نشط في مؤسساتهم، والتي أصبحت بالنسبة للكثيرين مهنةً ثانية، وفي أمريكا، ارتفع عدد المؤسسات الخيرية الخاصة من حوالي 22000 في أوائل الثمانينيات إلى أكثر من 65000 حالياً، وفقاً لمركز العمل الخيري بجامعة إنديانا.

وأما في الهند، حيث تضاءل العطاء الخيري التقليدي داخل المجتمعات بسبب التّحضر، فقد بدأ أولئك الذين أصبحوا أثرياء حديثاً من خلال الطفرة التكنولوجية في البلاد في ملء الفراغ، وأصبح الرؤساء الأثرياء لشركة انفوسيس، وويبرو والدكتور ريدي من كبار أصحاب الأعمال الخيرية، كما انضم إلى رجال الأعمال الخيرية التجاريين الهنود الأكثر شهرة مثل عائلات تالا وبيرلا وباجاس.

وأما في أمريكا اللاتينية وآسيا، «كل من أصبح ثرياً... لديه الآن جدول أعمال يتعلق بالعطاء»، كما يقول مارتن ليشتي من بنك الاتحاد السويسري، ويشير إلى أنّ هناك تحولاً على مستوى الأجيال يحدث الآن وهو التحول من الأثرياء القدامى، الذين كانوا يميلون إلى ممارسة الأعمال الخيرية التقليدية، إلى الأثرياء الجدد، المنفتحون على المزيد من المناهج الريادية.

وعلى الرغم من أنّ الفقراء في العديد من البلدان يتبرعون بنسبةٍ أعلى من إجمالي دخلهم مقارنةً بالأغنياء، إلّا أن الأثرياء

هم الذين يسيطرون على العطاء الخيري، ففي أمريكا، مثلاً، شكلت العائلات التي يبلغ صافي ثروتها مليون دولار أو أكثر 4.9% من إجمالي عدد المتبرعين للمنظّمات الخيرية في عام 1997، في حين وصلت قيمة تبرعاتهم إلى 42% من الإجمالي، وذلك وفقاً لدراسةٍ أجراها بول شرفيش من كلية بوسطن، والتركيز في الوصايا والتركات لافتٌ للنظر أيضاً؛ فالعقارات التي تبلغ قيمتها 20 مليون دولار أو أكثر شكلت 0.4% من عدد التبرعات الإجمالي ولكن 58% من القيمة الإجمالية.

كان إجمالي العطاء يرتفع ببطء في معظم البلدان، على الرغم من أن تدفق التعاطف الشعبي بعد سلسلةٍ من الكوارث الطبيعية جعل عام 2005 عاماً وافراً للتبرعات، وتظهر الدراسات الاستقصائية أن ثقة الشعب في المنظّمات الخيرية تتراجع في العديد من البلدان، وهناك مخاوفٌ متزايدة تخشى ألا يتم استخدام التبرعات لغاياتٍ حسنة.

ووفقاً لمسح سنوي يسمى «عطاءات الولايات المتحدة الأمريكية» ارتفع إجمالي العطاء الخيري في أمريكا في عام 2004 بنسبة 5% إلى رقم قياسي بلغ 249 مليار دولار، أي أكثر من 2% من الناتج المحلي الإجمالي. وكان هذا أكثر من أي دولةٍ كبيرةٍ أخرى، سواء من حيث القيمة المطلقة أو كنسبةٍ من الناتج المحلي الإجمالي، وحتى إذا تجاهلتَ التبرعات للطوائف الدينية وأضفتَ قيمة العمل التطوعي، ستظل أمريكا رائدةً في العطاء على مستوى العالم، وأظهرت دراسة بقيادة ليستر سالامون من جامعة جونز هوبكنز للعطاء الخيري أجريت في 36 دولة، باستثناء التبرعات للطوائف الدينية، أنه في السنوات السبع حتى عام 2002، تراوح هذا العطاء في البلدان المتقدمة من حوالي 1.85% من الناتج المحلي الإجمالي في أمريكا إلى 0.11% من الناتج المحلي الإجمالي في إيطاليا.

كما يلاحظ سالامون أنّ الإنفاق الخيري يبدو ضئيلاً في كل مكان إذا ما قمنا بمقارنته بإنفاق الدولة على الرعاية الاجتماعيّة، إذ يساوي مثل هذا الإنفاق على الرعاية الاجتماعيّة في أمريكا 18% من الناتج المحلي الإجمالي. وأمّا في بريطانيا فيساوي 28%. وهذا يوضح مدى صعوبة قيام أصحاب الأعمال الخيرية الجدد بضمان أن يكون لأموالهم أثرٌ حقيقي، لا سيما في البلدان الغنية.

ووفقاً لمستشار أحد البنوك السويسرية الخاصة الرائدة، فإن حوالي ربع عملائه ذوي الثراء الفاحش ملتزمون بالفعل بالعمل الخيري. فيما يفكر 40% آخرون جدياً في ذلك، كما بدأ للتو 15% آخرون في وضعه على جدول أعمالهم. ولكن ما الذي يحفزهم؟

ولطالما لعب الدين دوراً كبيراً في العطاء (المسيحيون واليهود والمسلمون جميعهم يهدفون عادةً إلى التبرع بنسبة محددة من دخلهم). وفي أمريكا، يمثل التبرع الديني نسبةً مذهلة تبلغ 62% من إجمالي التبرعات، وفقاً لمركز جامعة إنديانا لدراسة لجنة العمل الخيري، والتبرعات للمسائل الدينية تفوق تلك المقدمة للمسائل التي لا تتعلق بالدين في كل فئةِ دخل. ونجد في أوروبا أن التبرعات الدينية أقل بشكل عام، وأما في بريطانيا، فقد وجدت دراسة حديثة أجرتها مؤسسة تشاريتيز أيد، وهي هيئة غير ربحية، أن المنظمات الدينية بلغت 10% من دخل أكبر 500 مؤسسة خيرية. وبين أصحاب الثراء الفاحش في العالم الإسلامي، فتح التحريم الإسلامي لأشياءٍ معينة مثل الكحول ولحم الخنزير والقمار والخدمات المالية التقليدية دوراً للأعمال الخيرية؛ فأولئك الذين تشمل محافظهم الاستثمارية مثل هذه الأنشطة يمكنهم «التكفير» عنها من خلال التبرع بأرباحها.

ويعتقد السيد شيرفيش أن الأغنياء حتى لو لم يكونوا متدينين فإنهم يحاولون «إيجاد سيرة أخلاقية لثروتهم، ويمكن أن يوفر العمل الخيري جزءاً من هدفهم لعيش حياةٍ كريمة»، وأن تصبح ثرياً جداً يمكن أن يسلبك طموحاتك القديمة ويمنحك حاجةً إلى طموحاتٍ جديدة، فلماذا أصبح السيد توم هانتر، رجل أعمال اسكتلندي للبيع بالتجزئة، رجل أعمال خيرية؟ يقول: «في السابعة والثلاثين من عمري، حصلت على شيك بمبلغ ضخم. ولقد حققت كل أهدافي في ذلك الوقت. ولذلك بدأت أفكر، ماذا سأفعل الآن؟».

ويقول تشارلز هاندي، خبير الإدارة الذي يستكمل الآن كتاباً يدور حول العمل الخيري تحت عنوان «ما وراء النجاح: أصحاب الأعمال الخيرية الجدد» في بريطانيا: « هناك بحثٌ عن روايةٍ وصفيّة عن إحداث فرقٍ في حياتك، وهي رواية دينية غامضة وتعطيك بعض النشوة»، ويشير السيد هاندي إلى التسلسل الهرمي للاحتياجات لأبراهام ماسلو، ويقترح أنّ المزيد من الناس في الوقت الحاضر يصلون إلى المرحلة التي وصفها ماسلو بأنها «أعلى درجة من الحاجة لغرضٍ أبعد من أنفسنا، فهم يريدون إحداث فرقٍ في هذا العالم، فقد كان ذلك يحدث في الستينيات والسبعينيات من العمر، والآن في الثلاثينيات والأربعينيات من العمر».

ويسأل الكثير من الأثرياء أنفسهم عند مواجهة مشاكل العالم العديدة والملحة: إذا كان بإمكاني المساعدة، فلم لا؟ وقرأ السيد جيتس تقرير البنك الدولي عن التنمية العالمية وأدرك أنه يستطيع فعل شيءٍ لتحسين الصحة العامة في أفقر دول العالم مما جعل تأخير عمله الخيري حتى سن الشيخوخة ـ كما كان ينوي في السابق ـ يبدو سخيفاً للغاية.

والكثير من العطاءات تحفزها التجربة الشخصية، فغالباً ما يرغب الأثرياء في إظهار الامتنان لشيءٍ ساعدهم على النجاح، مثل المدرسة أو المجتمع الداعم، وبالمثل، قد يرغبون في دعم مستشفى أنقذ حياتهم ذات مرة أو تأدية دورٍ في إيجاد علاجٍ لمرض أصاب شخصاً قريباً منهم، أو مساعدة بلدٍ فقير قاموا بزيارته، وفي الواقع، غالباً ما يتبرع الأثرياء الأمريكيون لقضايا في الخارج، كما تقول ماري دوق من بنك HSBCK، وإن تعزيز التّعليم ومكافحة الأمراض والفقر في إفريقيا هما الآن من الأولويات القصوى للعطاءات، ويتصدر الشرق الأوسط جدول الأعمال أيضاً، على أمل تحسين صورة أمريكا المحطمة في معظم أنحاء المنطقة، كما أن ما يسمى بـ «العمل الخيري للمهاجرين» ـ حيث يرسل الأشخاص من المكسيك أو الهند، مثلاً، الذين نجحوا في الخارج، العطايا إلى أوطانهم ـ أصبح يتمتع بشعبيةٍ متزايدة.

ويشعر الكثير من الأثرياء أنهم محظوظون ويريدون أن «يردوا بعض الجميل»، ولكن أوميديار، مؤسس موقع إيباي، يكره هذه العبارة ويقول: «يبلغ مدير الأعمال التقليدي أواخر الأربعينيات من عمره ويقول إنني أريد رد الجميل. لكن ماذا يعني ذلك أنه كان يفعل؟ هل يأخذ ويسلب؟ يا لها من طريقةٍ مؤسفة للتفكير في حياتك المهنية». ومن الصعب معرفة ما إذا كان بعض الأثرياء الجدد يشعرون بالذنب، لكن بالتأكيد يعتقد الكثير منهم، مثل كارنيجي، أنّ العمل الخيري جزءٌ من عقدٍ اجتماعي فهو واجبٌ ووثيقة تأمين ضد إعادة التوزيع الشعبوي.

إعلانك يصل إلى صناع القرار
في آلاف المنظمات العربية
للإعلان في
مجلة الابتكار الاجتماعي
تواصل معنا
info@sabr-sp.com
sabr
Business.Design

ومـن الواضـح أنّ الأعـراف الاجتماعيّة وضغط الأقـران يلعبان دوراً أساسـياً أيضـاً، فيبـدو أنّ فعاليـات جمـع الأمـوال فـي لنـدن التـي وضعها السـيد بوسـون لمؤسسـته الخيريـة ARK، تجبر العديد من الأشـخاص فـي صناديق الائتمـان علـى فتـح محافظهم مـع أنهم لـم يكونـوا ليسـاهموا بطريقةٍ أخرى، وليسـت دوافع الجميع سـامية، حيث تقول السـيدة فولتون، المؤلفة المشـاركة لتقريـر جديـد عـن العمـل الخيـري: «أن الدافـع وراء الكثيـر من الأعمـال الخيريـة هو الشـعور بالمتعة ـأي إرضـاء الذات وتعزيز السـمعة».

ويمكـن أن تسـاعد النّماذج الناجحـة على تحفيـز التبرعات، ففـي بريطانيا، كانـت جائـزة بيكـون، التي تـم إطلاقها في عـام 2003 للاحتفـال بأصحاب الأعمـال الخيريـة، محاولـةً للخروج من الركـود الطويل في العطـاء، وهناك دلائـل علـى أنّ الثقافـة البريطانيـة ربمـا قـد بـدأت بالتغير ببـطء، وهناك أجـواءٌ فـي بريطانيـا الآن تعتبر أنّ هنـاك مجـالاتٌ لا تُعنى بهـا الحكومة، وأنـه إذا كان لديـك الموهبة والمـال والوقت، فينبغي عليـك أن تدخل في هـذه المجالات، ويقـول هاندي، خبيـر الإدارة: «قبـل ثلاثين عامـاً كان رجل الأعمـال يقول :أنا أدفـع الضرائب المترتبـة علي، وعلـى الحكومة أن تؤدي هـذه المهـام، وبريطانيـا تصبح اليوم مثـل أمريكا، فإذا كنت ثرياً، سـترغب أن تكـون على قائمـة العطاء وكذلـك على قائمـة الأغنياء».

وفـي القـارة الأوروبية، كانت عـادة تقديم العطاء دون الكشـف عن الهوية (لأسـباب ليـس أقلها تجنـب انتباه رجـل الضرائـب) يعني أن هنـاك ضغطاً أقـل من الأقـران على العطاء، وأن هناك قليلٌ من النمـاذج التي يقتدي بها أصحـاب الأعمال الخيرية الجدد الراغبين، وللمسـاعدة فـي تغيير ذلك، تقوم ايسـي بـوش ـوهي فرد مـن العائلـة التي تقـف وراء شـركة الإلكترونيات التـي تحمل اسـمها نفسـه ـ بكتابـة كتاب «إرشـادي» عن العمـل الخيري، كمـا قامت بتشـكيل شـبكةٍ تسـمى بيكونيـا للنسـاء الألمانيـات الثريات المهتمـات بالعطاء.

+ التأمل المتسامي:

بـدأ العديـد من جيـل الطفـرة السـكانية ، مع دخـول أبنائهـم إلـى الجامعة والحصـول على ثمـن منازلهـم وامتـلاك الكثيـر مـن الأموال المخبئـة لفترة ما بعـد تقاعدهم، فـي التفكير الآن فـي تراثهم، والـذي غالباً مـا ينطوي على العمـل الخيـري، «وفـي عصـرٍ يُعـرض فيه كل شيء للبيع، يمكن شـراء التسامي والتعالي من خـلال العطـاء الخيري» هـذا ما ناقشـته ورقة عمـل بعنـوان «إنشـاء تـراثٍ اسـتراتيجي: نحو عـرضٍ مصرفي خـاصٍ جديـد»، نشـرتها جامعة سـانت غالـنٍ في سويسـرا عـام 2004. «ومع أنـه لا يمكـن للبنـك أن يجعل النـاس مخلدين فعليـاً، إلا أن بإمكانـه... إنشـاء إرث لعملائـه يلبـي حاجتهـم إلى التّسـامي»، وفقـاً للمؤلف ماكسـيميليان مارتن، المستشـار الحالي للعمل الخيـري في بنـك الاتحاد السويسـري.

ومـن المؤكد أنّ الناس يميلـون إلى أن يصبحوا أكثـر كرماً كلمـا ازدادوا ثراءً، سـواءٌ في الحياة أو بعـد المـوت. ويشـير شـرفيش إلى أنـه بين عامـي 1992 و 1997، ارتفعـت قيمة التركات في أمريكا بنسـبة 65%، لكن التـركات الخيرية ارتفعـت بنسـبة 110%. وبالنسـبة للعقـارات الكبـرى، كان التحـول أكبـر مـن ذلـك، وأحـد التفسـيرات المحتملـة هـو القلـق المتزايـد لـدى الآبـاء الأثرياء مـن أنهم إذا تركـوا الكثير لأطفالهـم، فسـوف يتسـببون بإصابتهـم «بمـرض الثـراء» وهو كناية عـن العيش الرغيد لأسـرة ثريـة تجعـل أصحابـه غيـر مسـؤولين عـن تصرفاتهـم، ويقـول جـو تـوس مـن بنك HSBC: «إن الكثيـر مـن النـاس يقولـون أنهم لـن ينقلـوا الكثير مـن ثرواتهم إلـى أطفالهم، خوفـاً من إفسـادهم، ولكـن مـع تقدمهم في السـن، وعندمـا يأتي الأحفـاد معهـم، غالباً ما ينتهـي بهـم الأمر بنقـل الكثير مـن المال إلى خلَفهم » .

ومع ذلك، فعندما يموت جيل الطفرة السكانية، فإنه سيتم نقل مبالغ ضخمة من المال عبر الأجيال، ويبدو أن جزءاً كبيراً منه مخصصاً للأغراض الخيرية، وذلك لأسباب ليس أقلها أن إشراك الأطفال والأحفاد في إدارة مؤسسة ما يُنظر إليه بشكلٍ متزايد على أنه وسيلةٌ لمنحهم إحساساً بالهدف ولتوارث القيم العائلية عبر الأبناء.

+ المصالح الشخصيّة:

قد يكون الدافع الثانوي للعطاء هو الرغبة في الاستفادة من العديد من الحوافز الضريبية والإصلاحات الأخرى التي يمكن أن تجعل الشخص الثري يبدو فاضلاً وصالحاً بتكلفةٍ منخفضةٍ ومغرية، وتتمتع أمريكا بأفضل معاملةٍ للعطاء الخيري، مما يسمح لدافعي الضرائب بخصم تبرعاتهم من دخلهم الخاضع للضريبة.

وفي بريطانيا أيضاً، أصبح النظام الضريبي أكثر ملاءمة للأعمال الخيرية، وهناك أجزاء أخرى من أوروبا تحذو حذوها ببطء، ويقوم مركز EFC بممارسة الضغوط من أجل تحسين المعاملة الضريبية في جميع أنحاء الاتحاد الأوروبي، ومما يثير القلق بشكل خاص هو النظام الضريبي القاسي الذي تطبقه بعض البلدان على التبرع في الخارج.

ولم تغير الإصلاحات الضريبية التي تم إجراؤها مؤخراً في بريطانيا الميل إلى التبرع من الدخل بدلاً من الأصول، مما يتناقض بوضوح مع الأمريكيين، كما يقول ليس هيمز من معهد العمل الخيري في لندن. ولا توجد حالياً نسخة بريطانية من«charitable remainder trust» الشهيرة في أمريكا، وهي أداة تسمح للمتبرع، مثلاً: بالتبرع بمنزله، والمطالبة بإعفاء ضريبي فوري شامل، ثم الاستمرار في العيش فيه حتى وفاته، وتذهب القيمة المتبقية من الأصل إلى المؤسسة الخيرية المعينة.

ويعتبر أحد أقوى الاتجاهات في العمل الخيري الأمريكي في السنوات الأخيرة هو النمو السريع للأموال المخصصة لنصح المانحين، والتي تقدمها شركات إدارة الأموال مثل فيديليتي، التي أصبح صندوقها الآن خامس أكبر مؤسسة خيرية في أمريكا، وتسمح هذه الأموال للأفراد بإلزام أنفسهم بالتبرع والمطالبة بخصم الضرائب، ولكنها تؤجل ترشيح المستفيد ودفع الأموال فعلياً حتى تاريخ لاحق، وقد دفع هذا الكونغرس إلى الشك في وجود مؤامرةٍ ما ولكن ليس من شركة فيديليتي، التي لديها متوسط دفع مناسب يبلغ 25% من الأموال المتبرَع بها كل عام.

فهل سيؤدي إلغاء ضريبة التركات، كما أراد الرئيس جورج بوش، إلى إلحاق الضرر بالعطاء الخيري في أمريكا من خلال إلغاء المعاقبة على عدم العطاء؟ بالحكم على مدى قوة الجمعيات الخيرية التي تمارس الضغط ضد هذه الخطوة، فمن الواضح أنهم يخشون أن يخسروا، ولكن جون وايتهيد، الرئيس السابق لجولدمان ساكس والمرشد البارز الحالي للعمل الخيري في نيويورك، يعتقد أنه حتى لو كان العطاء ينطوي على مزايا ضريبية أقل، فلن ينخفض بقدر ما يخشى الناس، لأن «معظمه يأتي من القلب، وليس الجيب».

وعلى أي حال، فيعتقد الكثير من الناس أنّ دوافع أصحاب الأعمال الخيرية خارجة عن سياق موضوعنا، وكما يقول جريجوريان من مؤسسة كارنيجي: «ليس المهم سبب تبرعهم بل ما المهم فعلاً هو فعل العطاء ومدى فعاليته».

The Economist

PROMOTION AD

DATA
IN SOCIAL WORK

sabr
Business Design

Data in Social Work
provide the real matrix of the social work dimensions: Humans, organizations, and communities in the horizontal axis, the challenges, and the best practices in the vertical axis to create a positive social impact within the MENA.

Download Now

مفهوم الريادة الاجتماعية

غياث هواري

استشاري تصميم الأعمال والاستراتيجيات، عمل مع كبرى الشركات العربية في قطاع الأعمال والمجتمع والتعليم والاستثمار.

كندة المعمار

مدير الابتكار في شركة سبر. حاصلة عى شهادة متقدمة في ابتكار وتصميم الأعمال من جامعة ستانفورد.

تنوع تعريف الريادة الاجتماعية وتعدد بتعدد المصادر والمنهجيات، ولم يتفق الباحثون حتى يومنا هذا على تعريف محدد وثابت لها، ولكن كل الطرق المتعددة أدت إلى سبيل واحدة، فجميع التعريفات الموجودة أبرزت الهدف النهائي المقصود من الريادة الاجتماعية وهو إحداث الأثر الاجتماعي، وإذا ما أردنا اعتماد تعريف اصطلاحي ثابت لريادة الأعمال الاجتماعية فسنجد أن معظم الجامعات العالمية تختلف فيما بينها حول مدى دقة التعريف أو شموليته، وكما سنجد ذات النقاشات تتكرر لساعات حتى بين أساتذة الجامعة الواحدة أنفسه، و لذلك ولفهم معناها بطريقةٍ أكثر وضوحاً، فإنّ علينا أولاً أن نسلط الضوء على كلمة «ريادة»، ومن ثم كلمة «اجتماعية»، ومن ثم كيف تم تعريف الكلمتين معاً من قبل أهم مدارس الريادة الاجتماعية في العالم؟

"الريادة/ Entrepreneurship"

تأتي كلمة ريادة الأعمال بمعنى تأسيس شركة أو مشروع تجاري، وتحمل المخاطر، والاستمتاع بالعائدات. وفي تعريف أكثر حداثة تُعرف ريادة الأعمال بقيادة التحولات في العالم من خلال حل المشكلات الكبيرة عبر تصميم منتجات وخدمات، إذ عادة ما يُنظر إلى رائد الأعمال على أنه مبتكر ومصدر للأفكار الجديدة والسلع والخدمات والأعمال أو الإجراءات.

"الاجتماعية / Social"

تُستخدم كلمة (اجتماعي) لوصف نوع القيمة التي تختلف عن القيمة المادية أو الاقتصادية، كحل المشكلات الاجتماعية، أو الصحية، أو التعليمية، أو المساعدة بشكل أو بآخر في تحسين حياة أفراد المجتمع، وذلك من خلال تلبية الاحتياجات الاجتماعية وحل المشكلات التي تتجاوز المكاسب الخاصة والفوائد العامة لنشاط السوق.

الريادة الاجتماعية / Entrepreneurship Social

منظمة أشوكا هي منظمة دولية تسعى إلى خَلق عالم يصبح فيه كل فرد صانعاً للتغيير، فتعرّف أشوكا الريادة الاجتماعية بأنها: تقديم حلول مبتكرة للتحديات الاجتماعية والثقافية والبيئية الأكثر إلحاحًا في المجتمع.

(Said) هي كلية الأعمال في جامعة أكسفورد (SBS) وتعرّف (Said) الريادة الاجتماعية بأنها: ممارسة تجمع بين الابتكار والبراعة في استثمار الفرص لمواجهة التحديات الاجتماعية والبيئية الحرجة.

ومن خلال استعراض تعريفات عدد من الجهات الأكاديمية والمهنية يمكننا أن نخلُص إلى التعريف الريادة الاجتماعية على النحو التالي:

الريادة الاجتماعية: هي استخدام الأساليب المبتكرة لتنمية المشروعات ذات الأهداف الاجتماعية التي توفر حلولاً لا يتم توفيرها من خلال اقتصاد السوق التقليدي، وذلك من خلال تطبيق نموذج عمل يهدف إلى تطوير حلول مستدامة، إذ لا يرتبط مفهوم الريادة الاجتماعية بتحقيق الربح -كما هو شائع- وإنما يرتبط بحل المشكلات الاجتماعية بطرق غير تقليدية، وذلك من حيث الخدمات والمنتجات التي تقدمها، أو من حيث نماذج العمل الخاصة بها.

الرائدة الاجتماعية

برنامج بناء القدرات الريادية الاجتماعية لدى الفتيات في المملكة العربية السعودية

كيف ساعدت سبر في بناء قدرات رائدات الأعمال السعوديات؟

تعتبر مشروعات الريادة الاجتماعية استجابةً فعّالة للتحديات التي تعجز المشروعات الاجتماعية الخيرية التقليدية عن تقديم حلول فعّالة لها، حيث تعمل مشروعات الريادة الاجتماعية على مواجهة تلك التحديات من خلال تحديد رسالة اجتماعية واضحة، وتسعى إلى تصميم حلول مستدامة تُسْهِم في تطوير المجتمع بحيث يصبح مكاناً أفضل للعيش.

غياث هواري

استشاري تصميم الأعمال والاستراتيجيات، عمل مع كبرى الشركات العربية في قطاع الأعمال والمجتمع والتعليم والاستثمار.

كندة المعمار

مدير الابتكار في شركة سبر. حاصلة عى شهادة متقدمة في ابتكار وتصميم الأعمال من جامعة ستانفورد.

الفكرة الملهمة للبرنامج:

انطلاقاً من الإيمان بأهمية بناء قدرات الفتيات السعوديات، وتمكينهن من تصميم مشروعاتهن الريادية؛ قررت إدارة مركز الرواد في مدينة الخفجي في المملكة العربية السعودية بإشراف الأستاذ فلاح المري، أن تُطلق برنامجاً تخصصياً لبناء قدرات رائدات الأعمال الاجتماعيات وذلك في مطلع عام 2019، حيث يأتي البرنامج استجابةً لاحتياج قائم لدى الكثير من الجهات من أجل تفعيل دور الفتيات في عملية التطوير ا لمجتمعي .

ومركز الرواد هو أحد المراكز التابعة لـ (مؤسسة نفع الوقفية)، ويعمل على تصميم وإطلاق المبادرات والبرامج النوعية للفتيات، وتوفير المحاضن التربوية وفق أحدث الأساليب التعليمية والتدريبية، وكان لدى المركز رغبةٌ قوية في المساهمة في بناء قدرات رائدات الأعمال الاجتماعيات ممن يمتلكن الرغبة في العمل المجتمعي، والمساهمة في صنع الأثر الاجتماعي، وقد تم التعاقد بين مركز الرواد وشركة سبر لتصميم الأعمال من أجل تصميم المادة التدريبية للبرنامج.

الإعداد العلمي للبرنامج

1- قصة الإعداد والمنهجية

قام فريق الابتكار وتصميم الحلول في شركة سبر (غياث هواري - كندة المعمار) بتصميم برنامج الرائدة الاجتماعية من خلال تقديم المفاهيم العلمية المؤسسة للمهارات والقدرات ومنظومة التفكير التي تبني قدرات الفتيات السعوديات المستقبلية، مدعوماً بأدوات عملية تساعد على تعزيز المساهمة الاجتماعية لدى الفتيات، عبر تحديد الرسالة الاجتماعية الخاصة بهن، وبناء المشروع الريادي بما يتناسب معها.

وبعد الانتهاء من تصميم البرنامج، تم تقديم النسخة التجريبية ومناقشتها مع إدارة المركز، وبعد اعتمادها تم تقديم الجلسة الإرشادية للمدربات الأخوات الفاضلات: الأستاذة أروى حباني والأستاذة عبير البكري.

2- تصميم المحتوى

راعى تصميم المحتوى تقديم البرنامج وفق تسلسل منطقي يساعد على توفير المعارف التأسيسية اللازمة، ومن ثم بناء المهارات والعقليات الأساسية لرائدات الأعمال، ليتم الانتقال بعد ذلك إلى القسم العملي وفق خطوات الرحلة الريادية العشر، وذلك من خلال المحاور الثلاثة التالية:

1- الريادة الاجتماعية

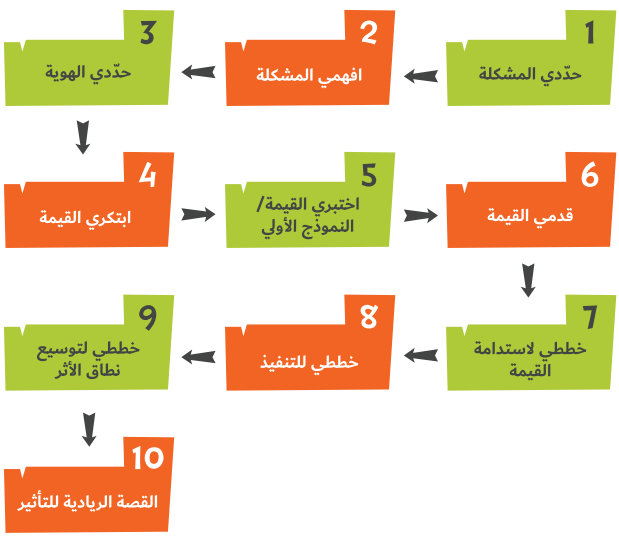
- تعريف الريادة الاجتماعية
- الريادة الاجتماعية وريادة الأعمال
- من الابتكار الاجتماعي إلى الريادة الاجتماعية
- لماذا ريادة الأعمال الاجتماعية؟
- مجالات عمل ريادة الأعمال الاجتماعية

2- رائدات العمل الاجتماعي

- تعريف رائدات العمل الاجتماعي
- منظومة تفكير رواد العمل الاجتماعي
- الكفاءات الجوهرية لرواد العمل الاجتماعي
- الرسالة الاجتماعية

3- الرحلة الريادية

خارطة الرحلة الريادية

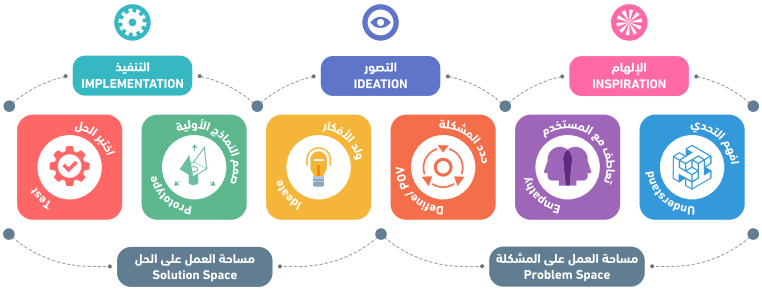


3- مزايا البرنامج

تـم تصميـم البرنامـج بالاعتماد علـى أفضل الممارسـات في التدريـب وبناء القـدرات في مجـال الريادة الاجتماعيـة، والتي تعتمد علـى تقديم المعارف النظريـة، وبنـاء المنظومـة الفكريـة لـدى الفتيات، ومـن ثم الانتقـال إلى القسـم العملي الذي يسـاعد على تصميم المشـروع الريادي مـن خلال رحلة الريادية المكونـة من عشـر محطات، حيـث يتميز البرنامـج بما يلي:

- تضمنـت مكونات البرنامج كلاً من مذكرة المشـاركة، والعرض التقديمي ودليل التقديم، بالإضافة إلـى مقياس العقلية الريادية.

- اعتمـد البرنامـج منهجيـة التصميـم المرتكـز حـول الإنسـان فـي فهم التحديـات المجتمعيـة، وتصميـم الحلـول التـي تلبـي تلـك الاحتياجات وفـق مجموعـة مـن الخطـوات العملية.



- البرنامـج مـزود بمجموعـة متسلسـلة مـن التمرينـات والأدوات وأوراق العمـل التي تسـاعد علـى تنفيـذ التدريب بمتعـة وفعاليـة عالية.

+ إطلاق البرنامج

فـي يوليـو 2019 تم تنفيـذ البرنامـج التدريبي بإشـراف الأسـتاذة نـورة المطيـري، وبرعايـة كريمـة مـن (مؤسسـة الراجحـي الإنسـانية) فـي مركز مرافـئ الفتيـات -وهـو أول محضن تربـوي مهـاري للفتيات فـي مدينـة الخفجي- والتابـع للجنـة التنميـة الاجتماعيـة الأهليـة بالخفجـي وذلـك حيـث تـم تدريـب 35 فتـاة، وكانـت مخرجـات التدريـب 11)) أحـد عشـر مشـروعاً ريادياً متميزاً، تنافسـت فيمـا بينها، وفـاز المشـروع الرائـد بمكافـأة ماليـة قدرها ثلاثـة آلاف ريـال سـعودي.

وحرصـت إدارة مركـز مرافـئ الفتيـات علـى دعـم التدريـب من خـلال توفير البيئـة الحيوية الافتراضيـة التـي مكنـت الفتيـات مـن تنفيذ التجربـة المصغـرة للمشـروع فيها عبـر توفير القاعـات والمرافـق المتميـزة، وقـد أثمـر التدريـب من خـلال انطـلاق أحد المشـاريع في العـام الفائـت، وفيمـا يتـم العمل حاليـاً على الإعـداد لإطـلاق المشـروع الثانـي.

PROMOTION AD

الرِيَادَة الاِجْتِمَاعِية
SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

برنامج متكامل من الدروس الإلكترونية التفاعلية، يساعد على تحويل الأفكار البناءة إلى حلول ومشاريع ريادية ناجحة تحقق الربح وتحدث أثراً اجتماعياً إيجابياً، من خلال استثمار موارد المجتمع.

أهداف البرنامج

- تمكين الشباب ورواد العمل الاجتماعي من فهم التحديات الاجتماعية ومعالجتها بالصورة الأمثل
- تمكين الشباب ورواد العمل الاجتماعي من فهم التحديات الاجتماعية ومعالجتها بالصورة الأمثل
- تمكين الشباب ورواد العمل الاجتماعي من فهم التحديات الاجتماعية ومعالجتها بالصورة الأمثل

مكونات البرنامج

- دروس تفاعلية
- أدوات داعمة
- اختبارات نموذجية

تواصل معنا
info@sabr-sp.com

innovationhub.social
www.sabr-sp.com

أحذيـة الغـد
"TOMS; Tomorrow's Shoes"

كندة المعمار

مدير الابتكار في شركة سبر. حاصلة عى شهادة متقدمة في ابتكار وتصميم الأعمال من جامعة ستانفورد.

في عام 2006، سافر مؤلف كتاب «Start something that matters/ابدأ شيئاً ذا أهمية»، وهو الأمريكي بلايك مايكوسكي (Blake Mycoskie) إلى الأرجنتين، وقد كان عمر بلايك آنذاك 29 عاماً، وكان يدير شركة لتعليم قيادة السيارات الهجينة الصديقة للبيئة، وأثناء وجوده هناك شاهد نوعاً من الأحذية الخفيفة الرشيقة، وكان أهل الأرجنتين يطلقون عليها ألبرجاتا أو (Alpargata)، فقام بلايك بتجريب ذلك الحذاء فنال إعجابه، ثم فكر في الأمر قليلاً، ماذا لو باع هذا النوع من الأحذية في موطنه (الولايات المتحدة)؟ لابد أنه سيلاقي قبولاً ورواجاً.

وأثناء التفكير في الأمر شاهد بلايك امرأة أمريكية ثرية تقود قافلة تعمل على توزيع أحذية على فقراء الأرجنتين الحفاة الذين لا يملكون ما يكفي من حطام الدنيا لشراء حذاء يقي أقدامهم من خشونة الأرض، فعاد بلايك ليفكر مرة أخرى في الأحذية: لماذا لا أعمل على تأسيس شركة بيع للأحذية توزع الأحذية مجاناً على الحفاة؟

وقد كان بلايك عصامياً بالفطرة، فبدأ عدة مشاريع تجارية منها ما نجح ومنها ما لم ينجح، ولذا فإن الخطوة التلقائية التالية تبادرت لذهنه لدى رؤية فاعلة الخير الأمريكية تكسي الحفاة، فلماذا لا يفعل هو مثلها، أي لماذا لا يبدأ مشروعاً تجارياً رابحاً، وينفق مِن ربحه على الخير، ولماذا لا يكون المشروعان متشابهان؟

وكانت الإجابة على ذلك السؤال مذهلة، حيث عمل بلايك على تأسيس شركة تصنيع أحذية ألبرجاتا، وقرر أن يقوم مقابل بيع كل حذاء، بتقديم حذاء لطفل من الحفاة المحتاجين، فاختار بلايك اسم الشركة «أحذية الغد» وهكذا كان ميلاد شركة أحذية تومز (TOMS) أو (Tomorrow's Shoes) والتي اختصرها إلى «TOMS/تومز»، والتي كان شعارها «مقابل كل حذاء تشتريه، سنهب غداً مثله لمحتاج» ومن هنا جاء اسم أحذية الغد.

فحين تقرأ عن الأمراض التي تصيب حفاة الأقدام -بينما أنت تنعم بأكثر من حذاء- عندها ستميل إلى الشراء من تومز، وذلك لتفعل الشيء الصواب، ولم يقف بلايك عند حدود الأحذية، وستعرف حين تقرأ كتابه، أنه أسس فرعاً من شركته لبيع النظارات وكل مستلزمات علاج مشاكل البصر، ومقابل كل نظّارة يبيعها، سيساعد فقيراً على أن يصلح بصره، بنظارة أو بعلاج جراحي أو بدواء، كما أسس فرعاً للكتب، ومقابل شراء كل كتاب، سيهب بلايك كتاباً لطفل فقير كي يقرأ ويتعلم.

تكمن براعة رواد الأعمال الاجتماعيين في أنهم يرون التحديات الاجتماعية فرصة لتغيير العالم نحو الأفضل في الوقت الذي يراها البعض مشكلات أو أمراضاً ينبغي أن يعالجوها، فالتحديات تكون مصدراً للإلهام، إذ تنتج عنه مجموعة من الأفكار، وتتطور الأفكار إلى مشروعات تنهض بحياة الشعوب والمجتمعات.

TOMS

منصة

الابتكار الاجتماعي
SOCIAL INNOVATION

مجلة الابتكار الاجتماعي . إصدارات . جريدة الابتكار

الابتكار الاجتماعي | التفكير التصميمي | الريادة الاجتماعية

مختبرات الابتكار | الأثر الاجتماعي

حول منصة الابتكار الاجتماعي:

منصة الابتكار الاجتماعي تعنى في نشر ثقافة القيمة الاجتماعية وتبني تطبيقاتها في العالم العربي من خلال الكتابة حول الاتجاهات والمنهجيات والممارسات في موضوعات الابتكار الاجتماعي، التفكير التصميمي، مختبرات الابتكار ، الاستثمار الاجتماعي ،بناء قدرات القادة والرواد المجتمعين ، تتوجه للقادة والرواد والعاملين في التطوير المجتمعي في القطاع الحكومي والخاص والخيري من أجل المساعدة على إحداث الأثر الإيجابي المستدام والمنشود لمجتمعاتنا.

+ فرص الشراكة مع مجلة

اتجاهات الابتكار الاجتماعي

المجلة ذات أهداف اجتماعية، تعتمد على الداعمين والمساهمين في تحقيق رسالتها.

ندعوكم لمشاركتنا رسالة المجلة من خلال رعاية عدد واحد أو عدة أعداد من المجلة.

تواصل معنا واطلب عرضاً للرعاية يصلك خلال 48 ساعة:

Insights@sabr-sp.com

حول سبر

شركة مختصة في إجراء البحوث الميدانية، وتصميم حلول الأعمال، وبناء القدرات، وإطلاق المبادرات؛ من خلال استخدام تقنيات التحليل، ومنهجيات الابتكار، وتصميم الاستراتيجيات القيادية والتنفيذية؛ لتمكين الأفراد، والمؤسسات، من النمو وإحداث الأثر الإيجابي في المجتمعات التي تعمل بها.

حول قدرة استراتيجي - الشريك الإقليمي

تعمل قدرة استراتيجي على تمكين الأفراد والمنظّمات في الشرق الأوسط من حل المشكلات الاجتماعيّة المعقّدة وذلك من خلال بناء القدرات ومنصات المعرفة وتقديم الحلول الاستشاريّة، والبحث في المجالات التالية:

- الابتكار الاجتماعي
- الاستثمار الاجتماعي
- تحليل الأثر الاجتماعي

www.qudra-strategy.com

www.sabr-sp.com | assessments.sabr-sp.com | tools.sabr-sp.com
www.sreturn.com | www.meal-hub.com | www.innovationhub.social

SABR Business Design © 2021 سبر تصميم الأعمال