



**სოციალური ბიზნესის  
მენარმეები წარმოადგენენ  
გამოსავალს  
Muhammad Yunus**

კონცეპტუალური თარგმანი

გიგა ჩიტიშვილი  
საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა  
და განვითარების ცენტრი (CSRDC)

## კაპიტალიზმის ვიწრო ინტერპრეტაცია

ბევრი პრობლემა მსოფლიოში რჩება მოუგვარებელი იმიტომ, რომ კაპიტალიზმის ინტერპრეტირება ხდება ვიწრო ჩარჩოებში. ამ ვიწრო ინტერპრეტაციის ფარგლებში ვქმნით ერთ განზომილებიან ხედვას ადამიანის შესახებ, რომელმაც უნდა შეითავსოს მეწარმის როლი და ვაკეთებთ ისეთი განზომილებების იგნორირებას, როგორებიცაა რელიგია, ემოციები და პოლიტიკური ხედვები. ამ ხედვის შესაბამისად, მეწარმე ორიენტირებულია მხოლოდ ერთი მისიის შესრულებაზე - ბიზნესის მოგების მაქსიმიზაციაზე. მას კი მხარს უჭერს მსგავსი ადამიანების ფართო მასა, რომლებიც მეწარმეებში აკეთებენ ინვესტირებას მათი პირადი მოგების მაქსიმიზაციისათვის. თავისუფალი ბაზრის პრინციპი კი მშვენივრად სრულდება ასეთი ერთ განზომილებიანი ინვესტირების და მეწარმეების მეშვეობით. თავისუფალი ბაზრის წარმატებით ისე მოვიხიზლეთ, რომ ვერც კი ვბედავთ კითხვები დავსვათ მის ეფექტურობაზე. მეტიც, განსაკუთრებით გავისარჯეთ იმისთვის, რომ ჩვენი თავიც ვაქციოთ მსგავს, თეორიაში ერთ განზომილებიან ადამიანებად, რათა ხელი შევუწყოთ თავისუფალი ბაზრის შეუფერხებელ მუშაობას.

ეკონომიკის თეორიები ამტკიცებენ, რომ თუ თქვენ კონცენტრირდებით საკუთარი თავისთვის მაქსიმალურის სიკეთის მიღებაზე, ამით წვლილს შეიტანთ საზოგადოების და მსოფლიოს განვითარებაში. როცა თქვენ იღებთ მაქსიმუმს, სხვა დანარჩენიც მიიღებს მის მაქსიმუმს. რამდენადაც ასეთი თავდადებათ მიყვებით ამ პრინციპს, ხანდახან იბადება ეჭვები სწორია თუ არა ეს. ჩვენს ირგვლივ ყველაფერი არც თუ ისე მშვენივრად გამოიყურება. თუმცა, ამ ფიქრებს უცებ გავფანტავთ და ამ ცუდ მდგომარეობას ვაბრალებთ „საბაზრო ჩავარდნებს“, რამდენადაც კარგად მოქმედ საბაზრო ეკონომიკას არ შეუძლია უსიამოვნო შედეგების მოტანა.

თუმცა, პირადად მე მიმაჩნია, რომ უსიამოვნო შედეგების მიზეზების ძიება გაცილებით ღრმაა, ვიდრე მხოლოდ „საბაზრო ჩავარდნების“ არსებობა. მოდი ვიყოთ თამამები და ვადიაროთ, რომ სახეზე გვაქვს „კონცეპტუალიზაციის წარუმატებლობა“. კერძოდ, ადამიანის რაობის მსგავს თეორიაში მოქცევა არის - კრახი. ყოველდღიურ ცხოვრებაში ადამიანები არ წარმოადგენენ ერთ განზომილებიან ერთეულს, ისინი არიან მრავალ განზომილებიანი და მრავალფეროვანი არსებები. მათი ემოციები, რწმენა, პრიორიტეტები და ქცევითი ფსიქოლოგია უფრო ზუსტად შეიძლება აღიწეროს ანალოგის გავლებით საბაზისო ფერებთან, რომლებიც წარმოქმნიან მილიონობით ფერს და ჩრდილებს ბუნებაში.

*სოციალური ბიზნესის მეწარმეებს შეუძლიათ მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანონ ბაზრის ფუნქციონირებაში.*

მოდი გავაკეთოთ დაშვება, რომ მსოფლიო შედგება ორი ტიპის ადამიანებისგან, თითოეულ მათგანს აქვს ერთი განზომილებით, თუმცა განსხვავებული მიზნები. ამ ადამიანების პირველი ჯგუფი არის ე.წ. მოგების მაქსიმიზაციაზე ორიენტირებული. ხოლო მეორე ჯგუფი წარმოადგენს ადამიანის ახალ ტიპაჟს, რომელიც არ არის დაინტერესებული მოგების მაქსიმიზაციით. ის აბსოლუტურად თავდადებათაა მსოფლიოში ცვლილებების ინიცირებაზე. დავუძახოთ ასეთ ადამიანს სოციალურ მიზანზე ორიენტირებული. მას უნდა, რომ გააუმჯობესოს სხვა ადამიანების სიცოცხლის ხარისხი და ამის მიღწევას აპირებს მდგრადი საწარმოს შექმნითა და მხარდაჭერით. ასეთი ტიპის ბიზნესი შეიძლება გავიდეს, ან არ გავიდეს მოგებაზე, მაგრამ, ისევე, როგორც სხვა დანარჩენი ბიზნესი - არ უნდა იყოს წამგებიანი. სწორედ ასეთი ადამიანები ქმნიან ბიზნესის ახალ სახეობას,

რომელსაც შეგვიძლია დავახასიათოთ, როგორც „არაწამგებიანი“ ბიზნესი.

შეგვიძლია კი ვიპოვოთ ასეთი ჯგუფი ადამიანებისა რეალურ მსოფლიოში? დიახ, ჩვენ შეგვიძლია. ნუთუ არ ვიცნობთ „კარგის მკეთებელ“ ხალხს? კარგის კეთება იგივეა რაც ადამიანების ჯგუფი, რომლებიც ხანდახან ფორმალური ენით მოიხსენიებიან, როგორც „სოციალური მეწარმეები“. სოციალური მეწარმეობა ადამიანების მოდგმის განუყოფელი ნაწილია. ბევრ ადამიანს სიამოვნებს სხვების მხარდაჭერა. ყველა რელიგია ცდილობს ადამიანებში გააღვივოს მხარდაჭერის ეს მახასიათებელი. სახელმწიფოები ხელს უწყობენ მსგავს ადამიანებს საგადასახადო შეღავათებით. სპეციალური ლეგალური მექანიზმები იქმნება იმისთვის, რომ მსგავს ადამიანებს შესაძლებლობა ჰქონდეთ დააფუძნონ იურიდიული ერთეულები და შეასრულონ მათი მიზნები.

ზოგიერთი სოციალური მეწარმე ფულს იყენებს იმისათვის, რომ მიაღწიოს მის მიერ დასახულ მიზანს, ხოლო ზოგიერთი ამჯობინებს თავიანთი დროის, ცოდნის, უნარებისა და გამოცდილების მიმართვას იმისათვის, რომ ეს გამოსადეგარი იყოს სხვებისთვის. ისინი, ვინც ფულის გამოყენების პრაქტიკას მიმართავს შესაძლოა მიზნად ისახავდნენ ამ ფულის „ამოღებას“ ან „არ ამოღებას“ იმ საქმიდან, რასაც ისინი ახორციელებენ საქმიანობის შეფასებით და ფასდადებით.

ის სოციალური მეწარმეები, რომლებიც იყენებენ ფულს მიზნების მისაღწევად, შეიძლება კლასიფიცირდნენ ოთხ ჯგუფში, ესენია:

1. ხარჯის არამოღება
2. ხარჯის ნაწილის ამოღება
3. ხარჯის სრული წილის ამოღება
4. ხარჯის სრულ წილზე მეტის ამოღება

როდესაც სოციალური მეწარმე საქმიანობს გაწეული ხარჯის 100%-ით (ან მეტის ამოღების) ნიშნულზე, ის ბიზნეს სამყაროში შედის უსასრულო შესაძლებლობებით. ეს არის მომენტი, რაც ღირს აღნიშვნად, რამდენადაც მან გადალახა ფინანსური დამოკიდებულების გრავიტაციული ძალა და მზად არის კოსმიური ფრენისათვის! ეს არის მნიშვნელოვანი ინსტიტუციური ტრანსფორმაციის კრიტიკული მომენტი. ის გადაადგილდა ფილანტროპიის სამყაროდან ბიზნეს სამყაროში. იმისათვის, რომ ამ ტიპის სოციალური მეწარმეები განვასხვავოთ მანამდე არსებული ორი ტიპის სოციალური მეწარმეებისგან, ვუწოდოთ მას „სოციალური ბიზნესის მეწარმე“.

სოციალური ბიზნესის მეწარმეების წარმოჩინებით, ბაზარი უფრო საინტერესო და კონკურენტული ხდება. ეს კი ორი განსხვავებული მიზნის ერთობლივი თამაშის საფუძველზე, რაც ფასის განსაზღვრის ორ განსხვავებულ ჩარჩოს გთავაზობს: კონკურენტული კი იმიტომ, რომ ბაზარზე ახლა არის უფრო მეტი მოთამაშე, ვიდრე მანამდე. ეს ახალი მოთამაშეები კი თანაბრად შეიძლება იყვნენ „აგრესიულები“ და მეწარმეობრივი იმისათვის, რომ მიაღწიონ თავიანთ მიზნებს, როგორც ტრადიციულმა მეწარმეებმა.

*სოციალური ბიზნესის მეწარმეები შეიძლება ძალიან გავლენიანი მოთამაშეები გახდნენ შიდა და საერთაშორისო ეკონომიკებში.*

დღეისათვის, თუ ჩვენ შევკრებთ ყველა სოციალური ბიზნესის მეწარმის აქტივებს, ის გლობალური ეკონომიკის უმცირესი ნაწილიც კი არ იქნება. ეს კი არა იმიტომ, რომ ისინი განიცდიან პოტენციალის ნაკლებობას, არამედ იმიტომ, რომ კონცეპტუალურად ჩვენ არ ვიღებთ მათ არსებობას და არც ადგილს ვუთმობთ საბაზრო ეკონომიკაში. ისინი აღიქმებიან უჩვე-

ულობეზად, რომლებიც დარჩნენ ტრადიციული ეკონომიკის მიღმა. ჩვენ არ ვაქცევთ მათ ყურადღებას, რადგანაც დაბრმავებულები ვართ იმ თეორიებით, რაც სასწავლებლებში გვასწავლეს.

თუ სოციალური ბიზნესის მეწარმეები არსებობენ რეალურ სამყაროში - და ჩანს, რომ ნამდვილად არსებობენ - აზრსმოკლებულია რომ ისინი არ გავითვალისწინოთ ჩვენ მიერ შექმნილ და არსებულ კონცეპტუალურ ჩარჩოებში. როგორც კი ვაღიარებთ მათ არსებობას, მხარდამჭერი ინსტიტუციები, კანონები, რეგულაციები, ნორმები და წესები თანხმლებად მოჰყვება მათ და დაეხმარება ტრადიციულ ეკონომიკაში თავის დამკვიდრებაში.

ნეოლიბერალური თავისუფალი ბაზარი ხშირად ასოცირდება მწირად აღჭურვილად იმისათვის, რომ გაუმკლავდეს სოციალურ გამოწვევებს. და ნამდვილად შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ბაზარი არის ხშირად ის, რაც მნიშვნელოვანწილად უწყობს ხელს სოციალური პრობლემების (გარემოს დაბინძურება, უთანასწორობა, ჯანდაცვასთან დაკავშირებული გამოწვევები, უმუშევრობა, გეტოს ტიპის დასახლებების არსებობა, დანაშაულის მაღალი დონე და ა.შ.) წარმოშობას. რამდენადაც არსებობს აღქმა, რომ ბაზარს არ აქვს შესაბამისი შესაძლებლობები ამ სოციალური პრობლემების გადაწყვეტისათვის, ვალდებულება, რომ მსგავსი ტიპის პრობლემები გადაიჭრას გადადის საჯარო სექტორზე. ეს კი ფართოდ აღიქმება ერთადერთ გზად ამ მოცემულობაში, თუ არ გვსურს გეგმიური ეკონომიკა - როგორცაა ყოფილი საბჭოთა კავშირი - როდესაც სახელმწიფო საკუთარ თავზე იღებს ყველაფერს და ანდგურებს თავისუფალი ბაზრის კონცეფციას. თუმცა, ეს არ გრძელდება უსასრულოდ. გეგმიური ეკონომიკების შემთხვევაში სამუშაოს დანაწილება და ბაზარსა და სახელმწიფოს შორის არსებული ზღვარი ხელოვნურია. ამ შემთხვევაში, ბაზარი ყალიბდება

პირადი მოგების მაძიებელთა ექსკლუზიურ სამოქმედო სივრცედ, რომელიც აბსოლუტურად უგულვებელყოფს საერთო, სათემო ინტერესებსა და მსოფლიოს, როგორც ასეთს. თუმცა, პარალელურად, მსოფლიო ეკონომიკა აგრძელებს ყოველწლიურ ზრდას, პერსონალური სიმდიდრე ბევრ განვითარებულ ქვეყანაში წარმოუდგენელ სიმაღლეებს აღწევს, ტექნოლოგიური ინოვაციები ხელს უწყობენ ეკონომიკის ზრდას, გლობალიზაცია კი საფრთხეს უქმნის სუსტი ეკონომიკის მქონე ქვეყნებსა და მოსახლეობის ღარიბ ფენას და ემუქრება მათ გადაშენებით, ეს კი გვიბიძგებს, მეტად ვიდრე აქამდე, უფრო დიდი ყურადღება დავუთმოთ სოციალური ბიზნესის მეწარმეებს.

*არ არის აუცილებელი რომ ბაზარი ხელში ჩავუგდოთ პერსონალური სიკეთეების მაძიებლებს, ეს ძალიან სახიფათოა კაცობრიობისთვის. დროა გამოვიდეთ კაპიტალიზმის ვიწრო ინტერპრეტაციიდან და გავაფართოვოთ ეს კონცეფცია სოციალური ბიზნესის მეწარმეების სრულყოფილი აღიარებით.*

როდესაც ამას გავაკეთებთ, სოციალური ბიზნესის მეწარმეები შეძლებენ ბაზარზე მოქმედებას და სოციალური მისიის ისევე ეფექტურად შესრულებას, როგორც ეს ხდება პერსონალური მიზნების შესრულებისას.

### სოციალური კაპიტალის ბაზარი

ამდენად, როგორ შევუწყოთ ხელი სოციალური ბიზნეს მეწარმეების მომრავლებასა და გამლიერებას? რა ნაბიჯები უნდა გადაიდგას იმისათვის, რომ ხელი შევუწყოთ სოციალური ბიზნესის მეწარმეებს ითამაშონ უფრო დიდი როლი ბაზარზე?



პირველ რიგში, თეორიულად უნდა ვცნოთ სოციალური ბიზნესის მეწარმეების არსებობა. სტუდენტებმა უნდა ისწავლონ ბიზნესები, რომელიც არის ორი ტიპის:

1. ბიზნესები, რომლებიც ორიენტირებული არიან მხოლოდ ფულის/მოგების მიღებაზე;
2. ბიზნესები, რომლებიც იქმნებიან საზოგადოებრივი სიკეთისთვის.

ახალგაზრდა თაობამ უნდა შეიმეცნოს, რომ მათ აქვთ არჩევანი როგორი ტიპის მეწარმე უნდათ რომ გამოვიდნენ. თუ კაპიტალიზმის გაგებას კიდევ უფრო მეტად გავაფართოებთ, სტუდენტებს უფრო ფართო შესაძლებლობები მიეცემათ იმისათვის, რომ დააბალანსონ ამ ორი მეწარმეობრივი ტიპის მახასიათებლები და მოარგონ მათ პერსონალურ მიზნებს.

შემდგომ, უნდა მოვახერხოთ, რომ სოციალური ბიზნესის მეწარმეები და სოციალური ბიზნესის ინვესტორები გავხადოთ უფრო ხილვადი ბაზარზე. მანამ, სანამ სოციალური ბიზნესის მეწარმეები ოპერირებენ კონკრეტული ბაზრის კულტურულ გარემოში, ისინი დარჩებიან შევიწროვებულები არსებული ნორმებით და სავაჭრო პირობების პირობებით. სოციალური ბიზნესის მეწარმეებმა უნდა ჩამოაყალიბონ საკუთარი ნორმები, სტანდარტები, გავლენის საზომი ერთეულები, შეფასების კრიტერიუმები და ტერმინოლოგია. ეს შესაძლებელია მხოლოდ იმ შემთხვევაში იქნება, თუ იარსებებს განცალკევებული ბაზარი სოციალური ბიზნესებისთვის და ინვესტორებისთვის, რომელსაც შეგვიძლია პირობითად ვუწოდოთ „სოციალური კაპიტალის ბაზარი“. ინვესტორები ამ ბაზრის მეშვეობით დააბანდებენ თავიანთ კაპიტალს იმ მიზნის საწარმოებში, რომელიც შეესაბამება მათ რწმენას, და იმ კომპანიებში, რომლებსაც ისინი მიიჩნევენ საუკეთესოდ არსებული სოციალური გამოწვევის საპასუხოდ.

ამ „სოციალური კაპიტალის ბაზარზე“ ასევე იქნებიან კომპანიები, რომლებიც სანიმუშოდ ასრულებენ თავიანთ მისიას და ამავდროულად ეკონომიკურად მომგებიანები არიან. ცალსახად, ასეთი ტიპის კომპანიები მოიზიდავენ ორივე სახის ინვესტორებს: სოციალურ მიზანზე ორიენტირებულ და პერსონალურ სიკეთეზე ორიენტირებულს.

*მოგების მიღება არ შეიძლება ჩაითვალოს საწარმოს დისკვალიფიკაციის მიზეზად, რომ წარმოადგენდეს სოციალურ ბიზნესს. ძირითადი გადაწყვეტი ფაქტორი ამ შემთხვევაში არის ის, თუ რამდენად რჩება სოციალური მისია საწარმოს უპირველეს მიზნად და რამდენად ახდენს ეს მიზანი გავლენას საწარმოში გადაწყვეტილებების მიღებაზე.*

ამ ტიპის სოციალური კაპიტალის ბაზარზე უნდა არსებობდეს მკაცრად განსაზღვრული ბაზარზე შესვლისა და ბაზრის დატოვების კრიტერიუმები მსგავსი ტიპის კომპანიებისთვის, იმისათვის, რომ მათ მიიღონ ან დაკარგონ სოციალური კაპიტალის ბაზარზე მოთამაშის სტატუსი. ეს გამოიწვევს ისეთი კომპანიების აღმოცენებას, რომლებიც დააბალანსებენ სოციალურ და პირად მოგებაზე ორიენტირებულ მიზნებს. ინვესტორები უნდა იყვნენ დარწმუნებულები, რომ კომპანიები, რომლებიც წარმოადგენილი იქნებიან სოციალური კაპიტალის ბაზარზე ნამდვილად წარმოადგენენ სოციალურ ბიზნესებს.

სოციალური კაპიტალის ბაზრის პარალელურად, საჭიროა შევქმნათ შემფასებელი სააგენტოები, შესაბამისი გავლენის საზომი ერთეულები, ინდექსები რომ გავიგოთ რომელი სოციალური ბიზნესი ასრულებს მეტად, ან უკეთ სოციალურ მისიას სხვებთან შედარებით.

ამ გზით, სოციალური ინვესტორები სწორად შეძლებენ ბაზარზე ნავიგაციას. ამ ახალ ინდუსტრიას, თავისთავად დასჭირდება თავისი *Social Wall Street Journal* და *Social Financial Times* იმისათვის, რომ ყველა დადებითი თუ უარყოფითი სიახლე და ანალიტიკა შეთავაზებული იყოს სოციალური მეწარმეებისა და ინვესტორებისთვის.

ვფიქრობთ, რომ უნდა გაიზარდოს ხელმისაწვდომობა სოციალური ბიზნესის მეწარმეებისათვის ფინანსურ შესაძლებლობებზე. ბანკი, რომელიც სპეციალიზირებული იქნება სოციალური ბიზნესის საწარმოების დაფინანსებაზე ამის ერთ-ერთი შესაძლებლობაა, რაც გამოავლენს ახალი ტიპის ბიზნეს „ანგელოზებს“.

### როგორ დავიწყოთ?

ერთ-ერთი კარგი გზა პროცესის დასაწყებად არის სოციალური ბიზნესის საწარმოების ინიცირების ხელშეწყობა, რომლებიც წაახალისებენ კონკურენციას უშუალოდ სოციალური ბიზნესის საწარმოებს შორის. შესაძლოა ეს კონკურენცია ატარებდეს ლოკალურ, რეგიონალურ, ანდაც გლობალურ ხასიათს. დამაჯილდოვებელი ღონისძიებების არსებობა წარმატებული სოციალური საწარმოების იდეებისათვის შესაძლოა წარმოადგენდეს გზას პარნიორობის ჩამოსაყალიბებლად და პროექტების ინიცირებისთვის. ყველა წარდგენილი სოციალური ბიზნეს წინადადება შეიძლება გამოქვეყნდეს იმ მიზნით, რომ საწარმოს განვითარება გადავიდეს შემდეგ ეტაპზე.

სოციალური ბიზნესის მეწარმეს შეეძლება შევიდეს სოციალური კაპიტალის ბაზარზე როგორც ინდივიდუალურად, ისე სამეწარმეო სუბიექტის სახით. ერთი ბიზნეს სკოლა, ან რამდენიმე ბიზნეს სკოლა, შესაძლოა შეუერთდეს სოციალურ მეწარმეს პროექტის ინიცირე-

ბაში, იმისათვის, რომ ბიზნეს შესაძლებლობები უფრო მასშტაბური იყოს.

მოდით გვეჩვენებოდა მოლოდინი, რომ სოციალური ბიზნესის საწარმო თავისთავად აღმოცენდება და მხოლოდ იმ ფაქტით, რომ იარსებებს - მოაგვარებს სოციალურ პრობლემას. უფრო მეტად მოსალოდნელია, რომ ეს იქნება შემდგომი ეტაპებისთვის გზის გაკვალვა. თითოეული ეტაპი ამ გზაზე განვითარების ახალ შესაძლებლობას მოიტანს. Grameen Bank ამის კარგი მაგალითია. Grameen Bank-ის შექმნით არასოდეს მქონია კონკრეტული სამოქმედო გეგმა. ერთი ეტაპიდან მეორე ეტაპზე გადასვლისას ყოველთვის ვფიქრობდი, რომ ეს იყო საბოლოო. თუმცა, აღმოჩნდა რომ ეს ასე არ იყო და ყოველი ახალი ეტაპი განვითარების შემდგომი შესაძლებლობებისკენ ხსნიდა გზას. ეს შესაძლებლობა იმდენად საინტერესო იყო, რომ რთული იყო თავის არიდება და უარის თქმა. ამ სიტუაციას ყოველ ჯერზე ვაწყდებოდი.

საქმიანობა დავიწყე რამდენიმე შეჭირვებული ადამიანისათვის მცირე ფინანსური დაკრედიტების პროგრამით, რომელიც არაუზრუნველყოფილი იყო გირაოთი. შემდგომ კი გავანალიზე, თუ რაოდენ კარგი იყო ეს ამ ადამიანებისთვის. პროგრამის გასაფართოვებლად უფრო მეტი ფინანსური რესურსი მჭირდებოდა. იმისათვის, რომ ხელმისაწვდომობა მქონოდა საინვესტიციო დაფინანსებაზე, ბანკს ჩემი თავი შევთავაზე გარანტორად. იმისათვის, რომ სხვა ბანკისგან მიმელო მხარდაჭერა, ჩემი მცირე პროექტი გადავაქციე საბანკო პროექტად. მოგვიანებით კი ეს საქმიანობა ვაქციე ცენტრალური ბანკის პროექტად. დროთა განმავლობაში კი დავინახე, რომ საუკეთესო სტრატეგია იმ საქმიანობის უკეთ შესასრულებლად, რასაც ვემსახურებოდით იქნებოდა დამოუკიდებელი ბანკის დაარსება. შესაბამისად, ასეც მოვიქცეით. ჩვენ გარდავქმენით პროექტი ფორმალურ ბანკად, ვსესხულობდით ფულს

ცენტრალური ბანკისგან და გავასესხებდით მას მსესხებლებზე. იმდენად, რამდენადაც დონორები დაინტერესდნენ ჩვენი საქმიანობით და უნდოდათ ჩვენი მხარდაჭერა - მივიღეთ გრანტები საერთაშორისო დონორებისგან. ერთ-ერთ ეტაპზე ჩვენ გადავწყვიტეთ, რომ გავმხდარიყავით თვითკმარი. ამან კი გვიბიძგა ვკონცენტრირებულიყავით თანხების მობილიზებაზე დეპოზიტების მეშვეობით. ამჟამად Grameen Bank-ს აქვს უფრო მეტი სადეპოზიტო შემოსავალი, ვიდრე მსესხებლების მიერ მიღებული თანხების ერთობლიობაა. ბანკი სესხის სახით წელიწადში ნახევარ მილიარდ დოლარს გასცემს, რაც მთლიანობაში 4.5 მილიონ მსესხებელზე ერთეულად 200 დოლარამდე (116 ფუნტ-სტერლინგს) სესხს უდრის, კოლატერალების გარეშე, და ინარჩუნებს თანაგადახდის 99 პროცენტს.

ჩვენ ბევრი პროგრამა, ერთი მეორის მიყოლებით დავენერგეთ ბანკში - იპოთეკური სესხი, სტუდენტური სესხი, საპენსიო ფონდი, სამომხმარებლო სესხები ტელეფონისა და ქალთა ქოლცენტრების შესაქმნელად, სესხები შეჭირვებულთათვის რომ გახდნენ კარდაკარ გადამყიდველები.

თუ ჩვენ შევკმნით შესაბამის გარემოს, სოციალური ბიზნესის მეწარმეები შეძლებენ ისარგებლონ ბაზრის მექანიზმებით და მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინონ იმაზე, რომ ბაზარი გახდეს მიმზიდველი ადგილი სოციალური უთანასწორობის დასაძლევად უფრო მეტად ინოვაციური და ეფექტური მეთოდებით. მოდი ახლა უფრო სერიოზულად მივუდგეთ სოციალური ბიზნესის მეწარმეებს. მათ შეუძლიათ ნათელი მოკვინონ ჩალით დაფარულ მსოფლიოს.